وإذا ما تحدثنا عن مهنة الهندسة تحديداً فإن المكتب الهندسي يمثل نواة الثقافة المهنية بالإضافة إلى المهندس والمعماري اللذين يلعبان دوراً أساسياً في الحفاظ على تلك الثقافة ويعملان على تطويرها، ولو حاولنا أن نبين الصيغة التي تشكل بها مفهوم المكتب الهندسي في المملكة سنجد أن هناك خلافاً كبيراً فيما يمكن أن نسميه مكتباً هندسياً وطنياً أو محلياً، أن تدهور أسعار العمل الهندسي الناتج عن اكتظاظ السوق المهنية الهندسية بالمهندسين ذوي الدخل المنخفض أدى في كثير من الأحيان إلى تحول المكتب الهندسي إلى مؤسسة تجارية لا يهتمها جودة العمل بقدر ما يهتمها عدد المشاريع التي ستقوم بتصميمها شهرياً. ربما تعود المشكلة المهنية التي نعيشها في الوقت الراهن للخصوصية التاريخية التي مرت بها السوق المهنية في المملكة، فرغم أن التحول إلى الاعتماد على المعماريين المواطنين يعود إلى بداية السبعينيات والذي جعل المعماري (سكوت) يشير في منتصف السبعينيات من القرن العشرين إلى أن الفرص غير المحدودة التي كانت متاحة للشركات المهنية الأمريكية للعمل في المملكة لم تعد متاحة بعد عودة المعماريين السعوديين الذين درسوا في الولايات المتحدة وغيرها من الدول الأوروبية. بالتأكيد أن مثله هذه الحالة لا بد أن تقلص من فرصة بناء الخبرة الوطنية في مجال العمارة وتجعل من فرصة بناء مكاتب كبيرة في المملكة صعوبة الحدوث وتزيد من حدة المنافسة على الحصول على المشاريع الأمر الذي لا بد أن ينعكس على النتائج المعماري نفسه. وفهم الأنماط التي يتبعها كثير من المكاتب الاستشارية للحصول على المشاريع سيبيح لنا الفرصة لتحديد الملامح الثقافية التي تجعل من مهنة العمارة مهنة ذات ارتباط وثيق بالنسق الاجتماعي أكثر من كونها مهنة ذات نظم خاصة بالمسابقة المعمارية وأن كثيراً من المكاتب لا تحصل على مشاريعها من خلال التنافس على جودة التصميم أو من خلال المسابقات المعمارية كما هو متبع في كثير من دول العالم بل من خلال التنافس على أقل الأسعار، فإن هذا الوضع يثير تساؤلاً كبيراً عن مستوى العمل المعماري في المملكة بشكل عام. كما أن قيم التعليم أصبحت قيماً أساسية وتضخمت الفردية نتيجة للاحساس بالذات الذي أوجده الاستقلال الاقتصادي وارتفاع مستوى دخل الفرد. هذا الرأي تدعمه الدراسة التي أجريت عام 1985م عن المجتمع السعودي والتي تشير إلى أن المظاهر التقليدية والمظاهر المستحدثة للروابط التقليدية تعمل بفاعلية متقاربة وأنها نشطة بالقدر الذي جعل الاتصال بكل منها على مستوى متقارب من التغيير، وقد تم تصنيفها استناداً على نوع الأسلوب إلى ثلاثة أصناف على النحو التالي: - الأساليب الدعائية والإعلانية: وهي تلك الوسائل المرتبطة بأمور التسويق والدعاية والإعلان والعلاقات العامة مع الأفراد والمكاتب الأخرى. - الأساليب الاجتماعية والعائلية: وهي الأساليب المتبعة في إطار العلاقات الاجتماعية كالقربة والنسب والصدقة. - الأساليب المهنية: وهي الأساليب المتعلقة بالممارسة المهنية الفعلية مثل الدخول في المناقصات والعطاءات التنافسية والمسابقات المعمارية، وبالرغم من أن كثيراً من المتخصصين يعتبرون أن الأسلوب الإعلاني والدعائي إنما هو جزء أساسي من مهنة المكتب فأننا فضلنا في هذه الدراسة الفصل بين الأسلوب المهني والإعلامي لكي نتحقق من مدى فاعلية المكاتب المعمارية في المملكة بتطوير أساليبها الدعائية والتسويقية في سبيل الحصول على العمل المعماري. الأساليب الدعائية والإعلانية: ويندرج تحت هذا المحور كل ما يمت بصلة للتسويق والدعاية والإعلان والعلاقات العامة والعلاقات الجيدة مع المكاتب الأخرى، وأشار روتلاند إلى أن سوق المهنة المعمارية في المملكة تعيش في مرحلتها النضج والانهايار، وأضاف بأنه في هذا الوقت بالذات تلعب مهارات التسويق دوراً هاماً في إبقاء المنشأة في وضع تنافسي مقبول في السوق. ربما يفسر هذا عزوف كثير من المكاتب المعمارية الإعلان عن نفسها في المجالات المتخصصة أو الصحف والمجلات العامة فوجود قناعة أن الدعاية الحقيقية للمعماري هي عمله هو جعل أغلب العينة المدروسة ترى أن وجود لوحة تعرف بالمكتب في المشاريع التي صممها المكتب أهم من أي إعلان آخر. ولقد بلغ متوسط مؤشر الموافقة والرفض على أن وجو قسم خاص بالعلاقات العامة في المكتب الهندسي قد ساعد على حصول المكتب على المشاريع (73%) وهذه النسبة تعطي مدلولاً على الموافقة وأن كنا نرى أن مفهوم العلاقات العامة لم يتطور بعد في مهنة العمارة من خلال تحكيم المشاريع والتحدث للآخرين عن عمله وإقناعهم به. أما علاقات المكتب مع المكاتب الهندسية الأخرى قد ساعدت على الحصول على المشاريع بنسبة (68%) وهو ما يعطي مدلولاً بالموافقة من قبل عينة الدراسة. وهذه النسبة قد تبين مدى المنافسة بين المكاتب الهندسية والمعمارية في المملكة فهذه النسبة هي أقرب للحياة وهذا قد يفسر تزايد أعداد المكاتب الهندسية في المملكة والخليج العربي. فكرة التعاون بين المكاتب غير وأردة عند كثير من أصحاب المكاتب الهندسية إلا في شكلها النظري، أي أنه من حيث المبدأ لا يوجد مانع من التعاون أما من الناحية العملية فتوجد صعوبات متعددة لعل أهمها العامل الثقافي الذي لا يشجع العمل تحت مظلة الآخرين. الأساليب الاجتماعية والعائلية لا بد أن تشير إلى أن المجتمع السعودي مازال محافظاً على تركيبته التقليدية الأمر الذي يجعل من الاعتماد على العائلة واسم العائلة له تأثير كبير على الحصول على المشاريع دون اغفال

للجودة التي بدأت تشكل مع شبكة العلاقات الاجتماعية احد اهم الاساليب للحصول على المشاريع، فقد بلغ متوسط مؤشر الموافقة والرفض للعينة على ان اتصالات وعلاقات صاحب المكتب الاجتماعية قد ساعدت في الحصول على المشاريع (90%)، وهذه النسبة العالية مؤشر واضح على ان العلاقات العائلية والاجتماعية لصاحب المكتب كالعلاقات والنسب والصدقات تلعب دورا هاما في حصول المكاتب الهندسية في المملكة على المشاريع.