



نشترى محلي نشترى سعودي

التصميم المحلي في المملكة العربية السعودية
حيثيات واتجاهات مشترية وهواة جمعه المخضرمين

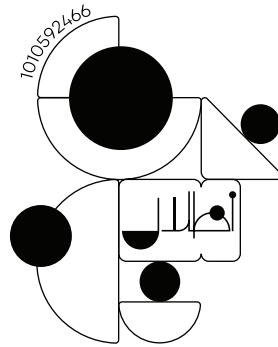
الدّراسة الأولى في نسختها الثانية
سلسلة الدّراسات الأولى
سبتمبر ٢٠٢٠م، الموافق صفر ١٤٤٢هـ

نبذة عن أظلال

تخدم منصة أظلال صناعة التصميم المحلي في المملكة العربية السعودية وتناصرها. وتشمل أظلال، التي أسستها نورة الفيصل عام ٢٠١٨م الموافق ١٤٣٩هـ، التصميم المعماري والتصميم الداخلي وتصميم الجرافيكس وتصميم الأزياء وتصميم المنتجات.

ولمهمة أظلال وقّع على تمكين منظومة محلية مزدهرة من مصممين وسلاسل توريد ومعلمين ومشتريين ورعاة تصميم. ونهدف إلى الإستثمار في الأبحاث وإلى تبادل المعرفة وتنمية القدرات وتقوية نقاط الالتقاء بين العرض والطلب.

تسعى أظلال أن تنمو مع المملكة العربية السعودية، ونتعهد على طول المسيرة أن ندعم صناعتنا المحلية وأن نرافق المواهب حولنا وأن نقدّم الإستشارة إلى الحكومة وأن نستثمر في صناعة أصيلة ترمز إلى "صنع في السعودية".



سجل تجاري رقم: ١٠١٠٥٩٢٤٦٦ • ١٠١٠٥٩٢٤٦٦ • ٩٦٦ ٠١١٤٩٥١٢٥١
شارع أبي الكرم، حي الضباط، مبنى ٤٥٩٨، رقم الوحدة ٢، الرياض، المملكة العربية السعودية
team@adhlat.com • www.adhlat.com

رسالة المؤسّسة

٢٣ سبتمبر ٢٠٢٠م، الموافق ٦ صفر ١٤٤٢هـ

إلى قارئنا العزيزات وقرائنا الأعزّاء،

أطلقت أطلال النّسخة الأولى لهذه الدّراسة في إطار أسبوع السّعوديّة للتّصميم في نوفمبر ٢٠١٩م الموافق ربيع الأوّل ١٤٤١هـ، فعبرت أوساط التّصميم عن أهميّة البحث العلمي وتبادل البيانات والنّائج. وظهر الإستثمار في البيانات كالخطوة الأولى للعديد من القراء لتمكين صناعة التّصميم في المملكة العربيّة السّعوديّة.

ويسعدني أن أقدم لكم النّسخة الثّانية لهذه الدّراسة، فتفصّل النّائج الرّئيسة من بحثنا الأوّل.

وتدعو هذه الدّراسة المصمّمين المحلّيين أن يثقوا بتأثيرهم وبإمكانيّاتهم، فيتصّفّحون رغبات واهتمامات وحماس مشتري التّصميم المحلّي وهوواة جمعه ورعاه في المملكة العربيّة السّعوديّة.

وأتوجّه إلى المشاركين في اللّقاءات الموجهة، شاكرة انضمامهم إلى البحث في تجربة عميقة غمرتنا علمًا وساهموا فيها حكمه وفكرًا نقدًا. أنا ممتنة لسخاء مداخلتكم التي أتشرف أن أشاركها مع أوساط صناعة التّصميم المحلّيّة في السّعوديّة، فنتشاركها معرفةً وتزدهر الجماعات.

وأشكر أيضًا فريق أطلال الرّائع الذي حقّق الكثير والذي يعدّ بالمزيد في المستقبل القريب. وأنا كلّّي إيمان في كلّ شخص منكم، فيزداد حماسي خدمةً لصناعة التّصميم المحلّيّة في المملكة.

كما أشكر فريق البحث في The Zovighian Partnership الذي وضع مناهج بحث إصغائي، فأظهر قيمة المعلومات الحقيقة.

وأتمنى أن تقدّم هذه الدّراسة المبنية على الأدلّة معرفةً يعيد المصمّمون استثمارها في إبداعاتهم وأعمالهم وفرق عملهم وفي صناعة التّصميم المحلّيّة. وأتطلّع إلى المزيد من التّعليقات من قطاع التّصميم مؤكّدة على المزيد من المشاريع القريبة.

وتفضّلوا بقبول فائق الإحترام،

نورة الفيصل

المؤسّسة،

أطلال للتّصميم

جدول المحتويات

نبذة عن أطلال	i.
رسالة المؤسسة	ii.
التصميم المحلي كصناعة: الخلفية والمصطلحات الرئيسة	.1
نظرة عامة تنفيذية	.2
أهداف البحث ودراساته	.5
المنهجية	.6
النتائج الرئيسة	.9
في المضيِّ قديمًا: نظرتنا إلى مستقبل التصميم المحليِّ السعودي	.14
مراجع للمنهجية	.16
تقدير وامتنان	.17
عن صياغة النصِّ	.18

التصميم المحلي كصناعة: الخلفية والمصطلحات الرئيسية

على أسس العرض والطلب الإقتصادية، بالإضافة إلى ديناميكيات إجتماعية وتنظيمية. ويضم جانب العرض في هذه الصناعة المصممين المحليين والشركات المحلية في المملكة العربية السعودية والتي تنمو مع البلد، أي المصممين من الجنسية السعودية ومن أية جنسية يلتزمون التصميم في المملكة. ويتضمن أيضًا جانب العرض أصحاب الأعمال والمهنيين المستقلين والمصممين الموظفين وشركات التصميم والجمعيات الخيرية المتعلقة بالتصميم، بالإضافة إلى سلسلة توريد كاملة تسمح للمصممين تحقيق مسيراتهم الإبداعية وتطوير المنتجات فيخلقون قيمة التصميم الكاملة.

ويتمثل جانب الطلب بمشتري التصميم وريزبائه وبهواة جمعه، وبجهات رعايته على تنوعهم. ويشمل جانب الطلب الأفراد والعائلات والمؤسسات والهيئات الحكومية التي تتفاعل مع التصميم المحلي من خلال مطالبتها واحتياجاتها.

وبغية تفعيل هذه الصناعة والإرتقاء بها، تأتي العوامل الرئيسية التالية لتجمع جانبي العرض والطلب، منها البنية التحتية وتنظيمها، وخدمات التعليم والمعلمين. وتشرّف أن نقدّم في صفحات هذه الدراسة معطيات تتعلق في صناعة التصميم المحلية في المملكة العربية السعودية.

نعيش اليوم في المملكة العربية السعودية التي تستثمر بقوة كبيرة في الثقافة والتراث والفن، فتنشئ إقتصادات جديدة للسياحة المحلية والدولية. ويأتي الإستثمار في البنية التحتية وفي البناء وفي العقارات كمختبر في الهواء الطلق يفعل الإبتكار في التصميم، نضيف إليه رؤية ٢٠٣٠ ومساحتها التي نبتكر فيها نموًا وراحة. وبالتالي، لنا امتياز بناء مجتمع ذو نتائج وقعتها متمم.

ويزدهر التصميم في قلب هذه الإمكانيات. هو أولاً وسيلة تلبي الإحتياجات الإجتماعية والثقافية والإقتصادية، وأداة لتمكين الإنتاجية، وقناة للفعل والتعبير. ويتطلب التصميم تفكيرًا نقديًا لتطوير أفكار جديدة ولحلّ المشاكل ولإبتكار حلول وظيفية واختبارها خدمةً للمجتمع وللشركات وللبيئة الحاضنة. وإن غاب التصميم، تعذر على الجماعات وعلى الإقتصادات أن تتصل مع بعضها البعض وأن تتفاعل فيما بينها لخلق قيمة، فللتصميم قيمة إبتكارية غالبًا لا نقدرها.

تؤمن أظلال في إمكانيات التصميم، فتشجّع على تحويله من منظومته الحالية إلى صناعة محلية كاملة، يتخطى من خلالها بساطة الإستعمال. وتترسخ جذور هذه الصناعة في تراثنا الذي يشهد على إمكانياتها المقبلة، إذ لصناعة التصميم مستقبل يمكنها تنويع إقتصادنا بشكلٍ مستدام من النفط، فتساهم كثيرًا في مجتمعنا وفي علامتنا التجارية الوطنية على الصعيد العالمي.

وتعرّف هذه الدراسة بالتصميم أنه صناعة تشمل قطاعات متعدّدة، من التصميم المعماري والتصميم الداخلي وتصميم الجرافيكس وتصميم الأزياء وتصميم المنتجات.

وتتركز صناعة التصميم المحلي، شأنها شأن أية صناعة،

نظرة عامة تنفيذية

المقدمة

قصيرة لتحصيل معلومات المشاركين الديموغرافية. وأتت المشاركة في اللقاءات الموجهة طوعية تمامًا، ولم نقدّم أيّ حافز مالي للمشاركين، كما أكدنا لهم على حجب هويّاتهم الكاملة، ووقعوا أيضًا على استمارات يوافقون بموجبها على التسجيل الصوتي للقاءات.

صاغ الباحثون البيانات خطيًا وترجموها وحجّبوا عنها أسماء المشاركين حمايةً لخصوصيتهم، ثمّ رَقّروها إستنادًا إلى تقنية بويانزي للتحليل وللترميز المستمر. وطوّروا الباحثون سجلّ رموز لتوجيه توثيق النتائج الرئيسيّة والمواضيع الأساس. وعلى الرّغم من عدد المشاركين المحدود في البحث، تأتي النتائج والتوصيات المطروحة في هذه الدراسة دعمًا لمسيرة المصمّمين الإبداعية في المملكة العربية السعودية، كما تختبر تطّعات أبحاث مقبلة وتعزّزها.

ويفضّل قسم "المنهجية" كلّ من تصميم البحث وجمع البيانات وقيود الدراسة والفرص المتاحة لإجراء المزيد من الأبحاث وأخلاقيّات البحث وتحليل البيانات وتقديم نتائج البحث المتنوّعة.

النتائج الرئيسيّة

عبّر المشاركون في اللقاءات الموجهة بصراحة عمّا يدفعهم إلى دعم المصمّمين المحليّين في المملكة العربية السعودية والشراء منهم. وإذ أجمعوا على ثقّتهم العالية في شراء منتجات التصميم المحليّة وخدماته بغية تشجيع تنمية المواهب والمنتجات السعودية، تخلّلت اللقاءات نقاشات حامية حول احتياجات المشاركين من جانب الطّلب ومتطلّباتهم المتعلقة في شراء التصميم المحليّ وتنميته.

استخرج الباحثون من مداخلات المشاركين خمسة معايير تؤثر على قرارات شراء التصميم المحليّ ورعايته: ١. عقلية المستهلك، إذ تبلور رغبة الإنخراط في الصّناعة كمستهلك وليس كمانح؛

التّصميم وسيلة تلبيّ الاحتياجات الاجتماعيّة والتّغافيّة والإقتصاديّة. هو أداة لتمكين الإنتاجيّة والتّعبير، وعمليّة خلق أفكار جديدة وحلّ مشاكل وإبتكار حلول وظيفيّة. وتعرّف هذه الدراسة بالتّصميم على أنّه صناعة تشمل قطاعات متعدّدة، من التّصميم المعماري والتّصميم الداخليّ وتصميم الجرافيكس وتصميم الأزياء وتصميم المنتجات. وفي غياب التّصميم، يتعدّر على الجماعات وعلى الإقتصادات أن تتّصل مع بعضها البعض وأن تتفاعل فيما بينها لخلق قيمة.

أهداف الدراسة

توجّه أطلال هذه الدراسة إلى المصمّمين المحليّين في المملكة العربية السعودية بشكلٍ خاصّ، وتسلطّ الضّوء على شريحة محدّدة من جانب الطّلب في صناعة التصميم المحليّة، من مشترّي التصميم وزبائنه وهوأة جمعه، وأصحاب الخبرة في رعاية المصمّمين ودعمهم من مانحين وجهات راعية ومعلّمين. وتنظر الدراسة في عوامل أخذ القرار المتعلقة في هذه الشّريحة وفي ديناميكياتها وفي حيثياتها لشراء التصميم المحليّ. بعد ذلك، نتوسّع لفهم ديناميكيات العرض والطلب في صناعة التصميم المحليّة.

وتفتتح هذه الدراسة في نسختها الثانية سلسلة من الدّراسات ويأتي قسم "أهداف البحث ودراساته" من هذا المستند شرحًا للأهداف المحدّدة.

المنهجية

نظرًا لقلّة المعلومات المتوفّرة حول صناعة التصميم في المملكة العربية السعودية، اعتمد البحث نهجًا نوعيًا إستكشافيًا بغية الإصغاء إلى جميع آراء ووجهات نظر المشاركين الثماني عشر في اللقاءات الموجهة الثلاثة. وتمعّن الباحثون في وضع أسئلة منسّقة تنبثق من أسئلة البحث الرئيسيّة بالإضافة إلى إستماراتٍ

٢. الوطنية والحسّ بالواجب لدعم المواهب

المحلّية واحتياجاتهم ومتطلّباتهم؛

٣. الثّقة في المصمّمين؛

٤. تطوير المنتج، من أصلته وحصريّته، فجودته

وجاذبيّة جماليّته؛

٥. تجربة الشراء، من الوصول إلى المنتجات

المحلّية وتسعيها العادل.

ويقدّم قسم "النتائج الرّئيسة" تفاصيل وتحليلات كاملة للطّروحات التّالية.

١. عقلية المستهلك: من المانح إلى الرّبون

كزّر المشاركون في البحث مدى أهمّية تطوير علاقتهم مع وسط التّصميم، فيدعمون المصمّمين كزبون ومشتري بدل أن يكونوا مانحين وجهات راعية، وذلك انطلاقًا من اهتمامهم في نجاح المصمّمين المحلّيين واستمراريتهم.

٢. الوطنية والحسّ بالمسؤوليّة

تؤثّر الوطنيّة على قرار شراء منتجات التّصميم المحلّية، فهي تعبّر على الهوية وعلى المعتقدات الوطنيّة الشّخصيّة. وتحدّث العديد من المشاركين بكثرة عن شعورهم بالواجب تجاه البلد، ما يدفعهم إلى شراء التّصميم المحلّي. وعلّق بعضهم على شعورهم القويّ بالواجب الخيريّ خدمةً للمصمّمين المحلّيين والذي يحثّهم إلى شراء المنتجات السّعوديّة.

وعبّر العديد من المشاركين في البحث عن رغبتهم في تغيير طريقة دعمهم للتّصميم المحلّي، فيتجهون إلى شراء التّصميم المحلّي بدل رعاية المواهب المحلّية كما يفعلون الآن. وتحدّثوا أيضًا عن عوامل شرائية ترتكز على الرّبون وتؤثّر بشكل متزايد على علاقتهم مع وسط التّصميم المحلّي، مثل كفاءة المصمّم وفائدة المنتج وتقديره وحتى تجربة الشراء.

٣. الثّقة في المصمّم

عبّر المشاركون في البحث في غالبيّتهم عن إهتمامهم في دعم مسيرات المواهب المحلّية الإبداعية في المملكة. وظهرت الثّقة في صلب قرار الشراء من

المصمّمين المحلّيين.

٤. تطوير المنتج

يهتمّ المشاركون كثيرًا في المنتجات المصنوعة في السّعوديّة تماشيًا مع سلوكهم الشّرائي الوطني، وتحدّثوا عن خصائص وميزات المنتجات المحلّية التي تكتسب أهمّية أكبر في قراراتهم الشّرائية. وانطلق بعضهم من موقفَي المعلم والجهة الرّاعية فقدّموا نقدًا بناءً ليزدهر المصمّمون في صناعة تصميم تنافسيّة وتقنيّة.

وإن أكّد المشاركون على أهمّية إنجذابهم إلى المنتج، بقيت الفكرة المدروسة والأصيلة أهمّ لهم، إذ أجمعوا أنّ إستثنائية المنتج وأصالته وحصريّته من العوامل الأساس التي تتركز عليها عمليّة الشراء المحلّية. وتحدّث الكثيرون عن أهمّية رعاية الإبداع المحلّي لتلبية طلبهم القويّ وغير الكاف على القطع الفريدة والأصيلة، كما عبّروا عن أهمّية حماية المملكيّة الفكرية للتّصميم المحلّي، بخاصّة ضدّ نسخ الأعمال الأصيلة.

وعبّر المشاركون في اللّقاءات الموجهة عن الحاجة إلى تعزيز حرفيّة التّصميم المحلّي في المملكة العربيّة السّعوديّة وتحدّثوا عن التّحدّيات للوصول إلى منتجات ذات جودة عالية ومصنوعة من معايير ثابتة تضمن الجودة. فالجودة هي مجال رئيس للتّحسين يحتاج إلى إستثمار كبير في المملكة.

٥. تجارب الشراء

كثّر الكلام عن توفّر المنتج المحلّي وعبّر بعض المشاركين عن زيادة الطّلب عليه من دون طريقة واضحة للوصول إلى المواهب المحلّية. وشدّد المشاركون على قلقهم تجاه تسعير منتجات التّصميم المحلّية، فانتقد الكثير منهم الأسعار المرتفعة وأكّدوا على الحاجة إلى استراتيجيات تسعير جديدة تأتي بأسعار معقولة ومن دون الإستناد إلى ذهنيّة الرّعاية الخيريّة. وتؤثّر الحساسيّة المتزايدة تجاه أسعار السّوق على شراء المشاركين للمنتجات المحلّية، رغم تأكيد بعضهم على الإستمرار في شراء التّصميم المحلّي بالرّغم من أسعار السّوق المرتفعة.

نظرتنا المستقبلية للتصميم المحلي

تؤمن أطلال في إمكانيّة صناعة تصميم محليّة مزدهرة في المملكة العربيّة السّعوديّة، فمن الجوهري إعادة صياغة موارد وفرص منظومة التصميم المحليّة، فتصبح صناعة يحكمها العرض والطلب. وتأتي هذه العقليّة بقيمة مضافة ومتّسقة وقابلة للقياس للنّاتج المحليّ الإجمالي وللتنسيج الاجتماعي والإقتصادي في المملكة العربيّة السّعوديّة.

يحتاج السّوق إلى جانب الطلب من مشتريين وهوواة جمع التصميم لدعم المواهب من جانب العرض بطريقة فعّالة. وعلى جانب العرض أن يستجيب لاحتياجات جانب الطلب ولرغباته إذ يحتوي على البعض من زبائن مستقبلين يمكنه أن يستبقهم للمدى الطّويل. ونحتاج أيضًا إلى بناء صناعة تتمحور حول الطلب وتحكمها أسس إقتصاديّة قويّة. ولهذا، على المشاركين في البحث من جانب الطلب مساهمة السّوق وتقديم أنفسهم كزبائن يرغب فيهم جانب العرض فيعوده. كما يتطلّب إعطاء المواهب المحليّة من جانب العرض الأدوات اللّازمة لتنمية قدراتهم وتمكينهم من خدمة سوق قويّ. تدرك أطلال أهميّة الإحتراف والمعرفة لتمكين صناعة تصميم محليّة مستدامة ومزدهرة، ونتطلّع إلى نشر المزيد من الأبحاث حول هذا الموضوع المهم.

ويعرض قسم ”في الماضيّ قدّمنا: نظرتنا إلى مستقبل التصميم المحليّ السّعودي“ تفاصيل نظرتنا والإجراءات التي نوصي بها.

ترغب أطلال أن تمهّد هذه الدّراسة وسلسلة الدّراسات الطّريق أمام إستثمارات أبحاث أوسع تتعمّق في قوّة البيانات والمعلومات، فنصبح مرجعًا حتميًا للقوى العديدة التي تشكّل صناعة التصميم المحليّة. كما ننتظر وقع نتائج دراساتنا إيجابيًا على كلّ من المصمّمين والمشتريين المحليّين.

يبقى باب مكاتب أطلال مفتوحًا دائمًا لإستقبال القراء الذين يرغبون في مناقشة المواضيع العديدة التي تقدّمها هذه الدّراسة، فالكلمة للمصمّمين.

أهداف البحث ودراساته

تتوجّه هذه الدراسة في نسختها الثانية الموسّعة إلى أوساط التصميم في السّعوديّة، وبصورة خاصّة إلى المصمّمين المحليّين وأركان القطاع الخاصّ والمستثمرين والمجتمع المدني والجامعيّين والهيئات الرّئيسة في القطاع العام.

وتندرج هذه الدراسة ضمن السلسلة الأولى من دراسات أظلال التي تستند على المعلومات والنتائج المنبثقة من البحث العلميّ الأوّل الذي طلبته أظلال بغيّة فهم الواقع الحاليّ للتصميم كصناعة في السّعوديّة والنّظر في إمكانيّات هذه الصّناعة.

وأجرت أظلال خلال شهريّ أكتوبر ونوفمبر من عام ٢٠١٨ الموافق شهر صفر ١٤٤٠هـ لقاءات موجّهة مع مجموعات من المشاركين في البحث، أصحاب السيولة العالية وقدرة الشراء المرتفعة، من مشتري منتجات التصميم المحليّ وخدماته في المملكة العربيّة السّعوديّة وزبائنه وهواة جمعه، بالإضافة إلى المانحين والجهات الرّاعية والمعلّمين.

وتشرح هذه الدراسة في قسم منهجيّتها أسباب إفتتاح البحث من جانب الطّلب في صناعة التصميم، وتشير إلى المشاركين في البحث المذكورين أعلاه بعبارة "جانب الطّلب".

ويهدف البحث مع جانب الطّلب إلى

١. فهم مطالب السّوق المحليّ واستيعابها، لا سيّما احتياجات السّوق ومتطلّباته ورغباته وألويّاته؛
٢. تحديد تحديات السّوق والفرص المتاحة فيه، لا سيّما ديناميكيّاته وعوامل تمكينه وعرقلة ومحركات نموّه وإتجاهاته المتوقّعة؛
٣. تقضي قدرة الصّناعة المحليّة على المساهمة الإجماعيّة والإقتصاديّة الفعّالة خدمةً بالنتائج المحليّ الإجماليّ وبالتنوّع الإقتصاديّ وبالمجتمع بأجمعه.

وتبحث هذه الدّراسة في حيثيّات المشاركين في البحث وفي اعتباراتهم لناحية الشراء من العروض المحليّة التي يقدّمها السّوق الحاليّ، فتؤثّر على المسيريات الإبداعيّة وعلى تطوير المنتج، ويطرّح المصمّمون في السّوق منتجات وخدمات تتمحور حول الطّلب. ويمكن لهذه المعطيات أن تؤثّر على كلّ من استراتيجيّات التسعير والتسويق والمبيعات.

وتظهر دراستنا الحاجة إلى بنية تحنّية تنظيميّة وإلى فرص لسهولة ممارسة الأعمال يستفيد منها المصمّمون والمشترون المحليّون، فتؤكّد على أهميّة إدراك الحكومة وهيئات القطاع العام الرّئيسة لهذه الحاجة.

وتوصي الدّراسة أيضًا المملكة العربيّة السّعوديّة أن تخلق معايير محليّة وأن ترعاها وتعزّزها، فنستطيع أن نصدّر مواهبنا المحليّة إلى العالم وأن نظهرها.

وتتمنى أن تلقى هذه الدّراسة إهتمام الجهات الفاعلة في الدبلوماسية الثقافيّة، الخاصّة منها والعاقبة، المكلفة بتقريب المجتمع الدوليّ من المملكة ومن كلّ ما نقدّمه.

ولمّا كانت سلسلة الدّراسات هذه المبنيّة على الأدلّة مدخل إلى تقريرٍ قادم عن الصّناعة، نأمل أن تساهم الدّراسات في تكثيف المنشورات وتطوير المعرفة المتعلّقة بصناعة التصميم في المملكة العربيّة السّعوديّة، فتسلّط الصّوء على الفرص المتاحة لقطاع إقتصاديّ مزدهر، وتدعو القطاع الخاص والمستثمرين والأكاديميين والمجتمع المدني والحكومة إلى تقديم الدّعم الإستراتيجي لمنظومة التصميم المحليّة.

المنهجية

تصميم البحث

البداية من تحليل جانب الطلب

كلّفت أطلال The Zovighian Partnership تصميم مهمة البحث الأولى وتنفيذها. ويركز البحث على فهم جانب الطلب في صناعة التصميم المحليّة.

وأردنا من خلال هذا القرار المنهجيّ أن نستكشف التصميم المحليّ من منظور الصناعة، فننظر في مدى تأثير الطلب على ديناميكيات الصناعة، إذ ما من عرض من دون طلب. ومكّننا هذا التوجّه من اكتساب فهم مفضّل للإمكانيات الإقتصادية، وللإستعداد للدفع، وللرغبة في الإستثمار في المنتجات والخدمات والمواهب المحليّة المعروضة.

أسئلة البحث الرئيسيّة

طرحنا الأسئلة التالية تحقيقاً لأهداف البحث كما شرحهم قسم "أهداف البحث ودراساته":

1. كيف ينظر جانب الطلب اليوم إلى صناعة التصميم في السعودية، وكيف يتفاعل مع هذه الصناعة بشكل عام؟
2. ما هي تحديات وفرص الرّباثن والمستثمرين والمانحين في تفاعلهم مع المصمّمين المحليّين والصنّاعيين والبائعين في إطار صناعة التصميم في السعودية اليوم؟
3. ما هو الدعم - تنظيمي، مالي، متعلّق في بنية المنظومة التّحتيّة أو في تطوير القدرات، إلخ - الذي تحتاج إليه صناعة التصميم المحليّة اليوم لتزدهر ويُعترف فيها رسمياً وتصبح قوّة إجتماعيّة وإقتصادية تساهم في شكل كبير في الناتج المحليّ العام للمملكة؟

إعتماد طريقة البحث النوعي

نظراً لقلة المعلومات حول صناعة التصميم في السعودية، أخذ البحث إتجاهاً نوعي واستكشافي، ليصغيّ بتمعّن إلى آراء المشاركين فيه ووجهات

نظرهم، فيعبّر عنها بشكل كامل. وأتت اللقاءات الموجهة كصيغة الإستطلاع الأنسب بغية تحصيل بيانات صحيحة وموثوقة وحاذقة.

وصمّنا اللقاءات ليستضيف كلّ منها ما بين ستّة وثمانية مشاركين يتبادلون الإختبارات العمليّة والمواقف الصّريحة لمدّة تسعين دقيقة. وكُنّا قد تمعّنا في وضع أسئلة منسّقة تُيسّر اللقاء وتنبثق من أسئلة البحث الرئيسيّة. وقد استعنا بمنسّقي لقاءات ومدوّني ملاحظات متمرّسين خضعوا أيضاً إلى تدريبات خاصّة للعمل على هذا البحث.

ولدعم البيانات المحصّلة في اللقاءات، صمّنا إستمارات قصيرة ووجّهناها إلى المشاركين في البحث في بداية اللقاءات لتحصيل معلومات شخصية وديموغرافيّة عنهم.

قيود البحث

لما كان الإهتمام في دراسة الصناعة المحليّة للتصميم في أوّله، جاء بحثنا كالتّقييم العلميّ الأوّل لهذه الصناعة، فكان من أهمّ قيود البحث وشكل سبب اعتمادنا منهج البحث الإستكشافي.

وعلى الرّغم من عدد المشاركين المحدود في البحث، تسمح نتائج هذه الدّراسة في اختبار تطلّعات أبحاث مستقبلية.

ويضيء مقطع "الإلتزام في مزيد من الأبحاث" من قسم المنهجية هذا على الفرص المتاحة لإنتاج أبحاث محليّة وكتابات نحتاج إليها بشدّة عن الصناعة وديناميكياتها وعن أركان السوق وعن الإتّجاهات الناشئة.

جمع البيانات

المشاركون في البحث
لما ركز البحث على جانب الطلب، صمّمت اللقاءات

لهم، أكانت العربيّة أو الإنكليزيّة، مؤكّدين على أهميّة المشاركة في البحث من دون قيود لغويّة. وانسجامًا مع المبدئ عينه، أنت مستندات البحث الرّسميّة في هاتين اللّغتين، من إستمارات إنتقاء المشاركين إلى إستمارات الموافقة على تسجيل اللّقاء، فمستند شرح البحث والإستمارات الشّخصيّة والمراسلات الإلكترونيّة ما بعد اللّقاء.

أخلاقيّات البحث

تماشيًا مع معايير البحث الأخلاقي الصّارمة، أنت المشاركة في اللّقاءات الموجهة طوعيّة تمامًا ولم نقدّم أيّ حافز ماليّ للمشاركين.

وأكدنا لجميع المشاركين على حجب هويّاتهم الكاملة، فلم نذكر الأسماء في نتائج البحث إحترامًا لخصوصيّة المشاركين.

وكان جميع المشاركين في اللّقاءات قد وقّعوا على إستمارةٍ تشرح البنود المتعلّقة في خصوصيّتهم ويوافقون بموجبها على التّسجيل الصّوتي للّقاءات وأن يقتبس الباحثون من البيانات من دون ذكر الأسماء.

تحليل البيانات

إدارة البيانات وترميزها

صاغ الباحثون خطّيّات البيانات بدقّة وترجموها لما دعت الحاجة وحجبوا عنها أسماء المشاركين حمايةً لخصوصيّتهم. ثمّ قام الباحثون في ترميز البيانات إستنادًا إلى أسلوب بوياتزي للتّحليل المواضيعي المتعلّق بالتّحليل النوعي والتّرميز المستمرّ.

وبعد تطوير سجلّ الرّموز واستكمال التّرميز الإنتقائيّ، استخرج الباحثون تعليقات للمشاركين تعبّر عن توجّهاتهم خلال البحث بُغية النّظر في نتائج البحث الأساسيّة ومحاورة المبدئيّة. ثمّ أجرى الباحثون تحليلاتٍ مواضيعيّة متطوّرة من خلال التّرميز المحوّر والمذاكرة للنّظر في تداعيات البحث الإستراتيجيّة.

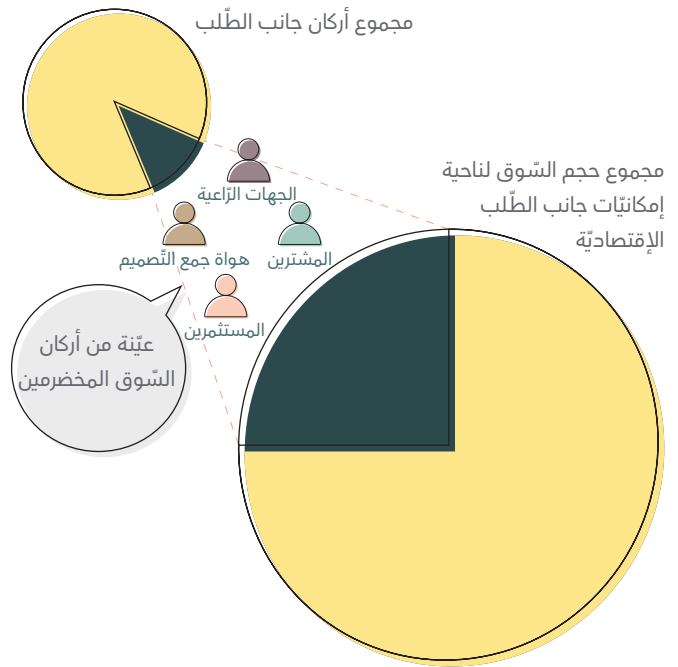
ووثّقت البيانات المجموعة والمرمّزة في ملفّ عنوانه ”جمع البيانات الأوليّة“ لتسهيل التّحليل الإستراتيجي.

للمشتريين ولزبائن ولهواة جمع التّصميم، بالإضافة إلى المانحين، والجهات الرّاعية، والمعلّمين، أصحاب السيولة العالية وقدرة الشّراء المرتفعة. وطلبنا من المشاركين في البحث تحديد عدد سنوات خدمتهم في هذا الدّور.

وانتقت نورة الفيصل المشاركين في البحث بعناية، ما أفن مستوى خبرات مشابه ومتناغم بين جميع المشاركين، خلادًا لما تنتجه العينات العشوائيّة في البحث.

صورة رقم ١ :

شرائح السّوق المدروسة: عيّنة من المشاركين في البحث



المصدر: تحليل أطلال؛ تحليل ZP

العمل الميداني

انعقدت اللّقاءات الموجهة بين أكتوبر ونوفمبر ٢٠١٨م، الموافق صفر ١٤٤٠هـ في مكاتب أطلال في الرياض. وأدّت معايير إنتقاء المشاركين الدّقيقة إلى مشاركة ثماني عشر شخصًا موزعين على ثلاثة لقاءات.

اللّغة

لما انعقدت اللّقاءات في اللّغة الإنكليزيّة، طلب المنسّقون من المشاركين التّعبير في اللّغة المفصّلة

العرض. ونتطّلع إلى جمع نتائج ودلائل البحثين في أول تقرير عن صناعة التصميم المحليّة في المملكة نقدّمة للقراء ولأركان التصميم.

تطلّبت هذه الدّراسة مراجعة إنتقاديّة للنتائج التي طرحها المشاركون في البحث من تعليقاتٍ وأجوبةٍ على أسئلة اللّقاءات الموجهة، فتؤكّد المراجعة على استعمال البيانات المجموعة في سياقها الصّحيح. وبالتالي، لا يؤثّر أيّ تعليق مبهم أو مضلل أو متحيّز على نتائج البحث وتحليلاته.

تقديم النتائج وملاحظاتها

سهّلت The Zovighian Partnership ورش عمل استراتيجيّة مع فريق أظلال لدراسة ملّف ”جمع البيانات الأوليّة“ من منظور أصحاب المصالح المتعدّدة، فلا يستثني التّحليل أحدهم في تصميمه وفي وقعه.

أظهر تحليل البيانات عمق الملاحظات والمعلومات التي جمعها البحث، فبدا من المهمّ نشرها كسلسلة من دراسات تحاكي القراء من أوساط التصميم المحليّة والمهتمين فيها. وأتى قسم ”أهداف البحث ودراساته“ يشرح ما تتمناه من أهداف لهذه السّلسلة.

تغطية البيانات والنتائج للسّوق

لم يكن المقصود في هذه المرحلة أن نجمع بيانات إثنوغرافيّة كاملة لجميع قطاعات السّوق من جانب الطّلب، فلا يمكن إفتراض نتائج البحث معبّرة عن إجماليّ جانب الطّلب.

وإذ استقطب البحث ١٨ شخصًا من شريحة أصحاب السّيولة العالية وقدرة السّراء المرتفعة المذكورة أعلاه والتي تشكّل قسمًا صغيرًا جدًّا من السّوق في السّعوديّة، يقدّم البحث تمثيلًا إرشاديًّا لمجموع هذه الشّريحة من جانب الطّلب.

لا توجد معطيات علميّة حول حجم شريحة السّوق هذه المتمثّلة بالمشاركين في البحث. وبالتالي، فكلّ طرح لحجم هذا السّوق أثناء البحث هو محاولة نوعيّة، مبنية على الإفتراضات.

الإلتزام في المزيد من الأبحاث

دراسة جانب العرض في صناعة التصميم المحليّة

أتاح لنا البحث في جانب الطّلب في الصّناعة بناء قاعدة منهجيّة متينة لبدء بحث جديد يركّز على جانب

النتائج الرئيسية

المرتفعة وقدرة الشراء العالية، على احتياجاتهم واهتماماتهم ومتطلباتهم من المصممين المحليين. وأعربوا بأكثرهم عن رغبتهم القوية والمقصودة لدعم المواهب وتنمية صناعة التصميم المحلي في المملكة.

عبر المشاركون في اللقاءات الموجّهة بحماسٍ عما يدفعهم إلى شراء التصميمات المحليّة ورعاية المصمّمين في المملكة العربيّة السّعوديّة. وأجمع المشاركون وهم من جانب الطلب، أصحاب السيولة

صورة رقم ٢:

العوامل التي تؤثر على قرار الشراء المحلي



من المانح إلى المستهلك

المصدر: تحليل أطلال؛ تحليل ZP

وينظر قسم النتائج الرئيسية هذا في كل من الإعتبارات الخمسة التي تأثر على قرار الشريحة من جانب الطلب التي يمثلها المشاركون في البحث.

١. عقلية المستهلك، من المانح إلى الزبون
ألقت اللقاءات الموجّهة الضوء على توجّه ناشئ لدى المشاركين في البحث، إذ عبّر الكثيرون عن رغبتهم في الشراء كزبائن بعد أن كانوا يعتبرون أنفسهم مانحين يدفعهم واجب الشراء. وقد أثار هذا التوجّه في قرارات الشراء وأساليبه مناقشات حامية، فلاحظ أحد المشاركين أنّ دعم المواهب المحليّة ليس محتكراً على الشراء كمانح كما هو منذ وقت. وأشار آخر "ولكنني

وسلط المشاركون في البحث الضوء على خمسة عوامل رئيسة تدفعهم إلى شراء التصميم المحلي ورعايته:

١. عقلية المستهلك، إذ تتبلور رغبة الإنخراط في الصناعة كمستهلك وليس كمانح؛
٢. الوطنية والحس بالواجب لدعم المواهب المحليّة واحتياجاتهم ومتطلباتهم؛
٣. الثقة في المصممين؛
٤. تطوير المنتج، من أصالته وحصريّته، فجودته وجاذبيّة جماليّته؛
٥. تجربة الشراء، من الوصول إلى المنتجات المحليّة وتسعيرها العادل.

سوف أفعل ذلك [أشترى محلياً] ليس من بادرة التبرعات [...] سوف أقوم بذلك لأني أحب ذلك.

وإذ تهتم شريحة السوق التي يمثلها المشاركون في البحث في مقاربة الصناعة كمشتريين وليس كمانحين كما هو متوقع، يتفاعل العديد من المشاركين مع المواهب المحليّة إنطلاقاً من شعور أقوى لرعايتها وتحمل المسؤولية تجاهها. ويجد الباحثون أهميّة في مراقبة تطوّر هذه الديناميكية، خاصة إذا أدت إلى تقوية جانب الطلب، فتنمو شريحة مشتريين بدل مانحين وشريحة مستثمرين بدل رعاة.

٢. الوطنية والحسّ بالواجب

يندفع المشاركون في البحث للشراء من العرض المحليّ بفعل الوطنية والمحافظّة على الهوية، فيعلق أحدهم قائلاً "حتى لو لم أكن لأشترى ذلك المنتج، مجرد أنني رأيت شيئاً مصنوعاً في السّعوديّة أو مصمّماً في السّعوديّة، فهذا أمر مثير للحماسة." واعتبر المشاركون في أغلبيّتهم أنّ الإحتفال بالهويّة يعني شراء منتجات تمثّل هويّاتهم ومبادئهم.

كما أوضح العديد من المشاركين في البحث أنّهم يشترون الخدمات والمنتجات المحليّة بدافع الواجب، فيقول أحدهم "لو كان أمامي الخيار لأشترى [...] سوف أشترى محلياً، لأنّ أشعر أنّ هذا واجبي في دعم المصمّمين [...]".

أحد المشاركين في اللقاءات الموجّهة

"لو وجدت شيئاً ما أعجبي وكان محليّ التصميم فسوف أدفع أكثر له، يعني، سوف أشترى المزيد منه [...] سوف أمدّ يد العون."

وتوقّف البعض على هذا الشّعور القويّ بالواجب الخيري الذي يدفعهم لخدمة المصمّمين المحليّين، فيهتمّون بالمنتجات المحليّة ويتعمّدون دائماً شراءها.

وأوضح أحد المشاركين في البحث هذا الإهتمام وقال: "لو وجدت شيئاً ما أعجبي وكان محليّ التصميم فسوف أدفع أكثر له، يعني، سوف أشترى المزيد منه [...] سوف أمدّ يد العون." وأشار بعض المشاركون أنّهم قد يشترون من العرض المحليّ بغض النظر عن الجودة والسّعر وحتى لو لم يحتاجوا المنتج.

إنطلاقاً من تأثير الوطنيّة على عادات الشراء للعديد من المشاركين في البحث، لم يتفاجأ الباحثون عندما أظهر المشاركون إهتمامهم القويّ في المنتجات المصنوعة في المملكة العربيّة السّعوديّة. وأكد المشاركون في معظمهم على إقبالهم الكبير على المنتجات التي تمثّل تقاليد السّعوديّة وثقافتها.

ولاحظ أحد المشاركين "في هذه الأيام فإنّ المهارة المحليّة تخلق وتصنع أعمالاً جميلة، سواءً أنتجت في السّعوديّة أم في الخارج. الأمر كان مختلفاً كلياً قبل عدّة سنوات [...] لذلك، فإنني سأدعم "صنع في السّعوديّة" بشكل تام."

"في هذه الأيام فإنّ المهارة المحليّة تخلق وتصنع أعمالاً جميلة، سواءً أنتجت في السّعوديّة أم في الخارج. الأمر كان مختلفاً كلياً قبل عدّة سنوات [...] لذلك، فإنني سأدعم "صنع في السّعوديّة" بشكل تام."

أحد المشاركين في اللقاءات الموجّهة

٣. الثّقة في المصمّمين

أعرب معظم المشاركين في البحث عن إهتمامهم القويّ لتمكين المواهب المحليّة ولشراء منتجات وخدمات تصميم صمّمت وصنّعت في السّعوديّة. وإذ اهتمّ أحد المشاركين في المصمّمين الشّباب، قال "ولدينا شباب بطاقات كبيرة [...] أعتقد أنّ التّحدّي هو تقوية قدراتهم على الإنتاج."

تحدّث العديد من المشاركين الذين يدعمون المصمّمين المحليّين ويشجّعوهم عن شعورهم

بالمسؤولية تجاه مسيرة المصممين الإبداعية والمهنية. وإذ طرِحَ موضوع الثقة، ذكر بعض المشاركين أن العلاقات الشخصية والثقة بالمصممين هي عوامل مهمة يستندون إليها عند أخذ قراراتهم. وعبرَ أحد المشاركين عن الحاجة إلى "الثقة بالمصدر". وأضاف آخر: "عليك أن تكتسب الثقة"، مشيرًا إلى حاجة المصممين المحليين لبناء علاقة ثقة مع الزبون والسوق.

٤. تطوير المنتج

أصالة المنتج

تبيّن في اللقاءات الموجهة أن الطلب على المنتجات الأصلية ذات الهوية القوية كبير والعرض غير كافٍ. وأصرّ العديد من المشاركين على أهمية المنتج المحلي في مفهومه وفكرته. فاعتبر العديد من المشاركين أن الأصالة ميزة في تصميم المنتج وتؤثر بشكل كبير على قرارهم لناحية شراء تصميم ما أو لجمعه أو لرعاية مصمّم. وقد أوضح أحد المشاركين هذا الأمر قائلاً "الذي يدفعني بشكل أساسي هو الفكرة، كل شيء يدور حول الفكرة. أريد أن أعرف كيف تصمّم الأشياء، عن ماهية الفكرة من ورائها." وذكرنا هذا التعليق بمدى تعلق العديد من المشاركين في عادات شراء التصميم وجمعه.

وأضاف أحد المشاركين: "نبحث عن صوت." وأظهرت اللقاءات الموجهة القيمة العاطفية التي يضعها بعض المشاركين على المنتجات المحلية التي يشترونها. وشدد المشاركون أن الأصالة من ركائز قرار شراء ورعاية المصممين، فهي للمنتجات المصممة محلياً قيمة مضافة يرغبون فيها.

وتكرّر الحديث عن العلاقة بين الهوية السعودية والأصالة، فأشار البعض إلى إفتقار معظم منتجات سوق التصميم إلى الهوية والأصالة، وأوضح أحد المشاركين "إفًا أن يكون الشيء تقليدياً كثيراً أو... في بعض الأحيان لا توجد هوية".

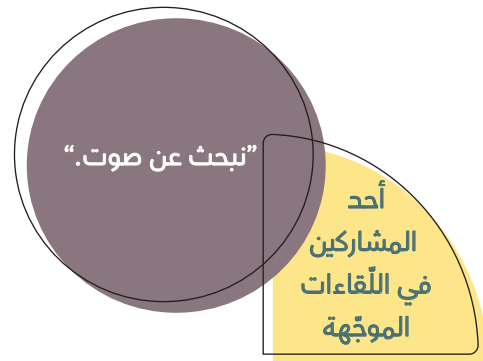
كما لاحظ المشاركون الحاجة المتزايدة إلى حماية الملكية الفكرية، بخاصة ضدّ نسخ أعمال المصممين الأصليّة. وأعرب العديد من المشاركين أنّه من الجيد أن يسجّل المصمّمون براءات الإختراع والعلامات التجارية المتعلقة بأفكارهم الجديدة وبالتصاميم المبتكرة، بخاصة أن البنية التحتية التنظيمية المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية لا تزال قيد التطوير. وأوضح أحد المشاركين: "[...] حتّى لو حصلت على براء اختراع، ستجدين العديد من الناس الذين يحاولون تقليد ما تفعلين، لكن طبعًا لن يكون الشيء نفسه." ولاحظ بعض المشاركين ممازحين أن نسخ الأعمال من أشكال الإطراء للمصمّم الأصليّ.

حصريّة المنتج واستثنائيّته

عبر المشاركون في اللقاءات الموجهة عن رغبتهم في قطع إستثنائية، فأوضحوا أن الحصريّة تضي رغبة للحصول على المنتج ما يؤثر على خيار الشراء. وذكر أحد المشاركين في البحث، "إنّي أبحث عن الصنعة، الحرفة، الجودة، عن التميّز." وقال مشارك آخر: "فإنّي أبحث عن شيء فريد ومختلف، شيء متقن الصنعة مع معايير عالية [...]".

وتأتي المقاطع التالية تفصيلًا للجودة في هذا الفصل من الدراسة.

أوضح مشارك آخر الحاجة إلى منتجات حصريّة، بخاصة عندما يكون الإنتاج المحليّ على نطاق واسع فقال، "[...] الكثير من الأشياء التي هي فعليًا فكرة واحدة خرجت وتكرّرت مع تغييرات بسيطة، ولكن من الصعب أن تجدي شيئًا جيّد الصنعة وفريد الفكرة، سواء منتجات أو تصاميم."



ضمان الجودة، أولوية وإستثمار

كثُر الكلام عن الجودة، فتحدّث المشاركون عن صعوبة الوصول إلى منتجات مصمّمة ومصنّعة بجودة عالية، ذات معايير ثابتة. وأشار أحدهم صراحةً "أريد شيئاً متقن الصنع، إنّي أبحث عن شيء مصنوع بجودة عالية [...] مع معايير عالية"، ليضيف مشارك آخر أنّ الحاجة والمتطلبات تدفعان عملية الشراء، فتأتي الجودة زخماً.

وحدّد المشاركون الجودة كمجال أساسي للتطوير وللإستثمار فيه.

وتطرّق البعض إلى عدم توفّر معايير جودة ثابتة للمنتجات المصنّعة بكميّات كبيرة، ما يشكّل تحدّ كبير للمقاولين وللمعماريين مثلاً عندما يضعون طلباتهم لمشاريع ضخمة تتطلّب مناقصة صارمة وتسليم المشروع بطريقة ممتهنة. وقد سجّلت الجودة نسبة ثقة ضئيلة جداً.

ولاحظ المشاركون أنّ المشاكل المتعلقة بالجودة وبالحرفيّة غير الثابتة والضعيفة هي نتيجة عدم توفّر التّعليم في السّوق.

جماليّة المنتج ونداؤه

بغض النّظر عن صناعة المنتج في المملكة العربيّة السعوديّة، تؤثّر خصائص وميزات المنتجات المصمّمة والمصنّعة محليّاً على قرارات المشاركين في البحث وعلى عاداتهم المتعلقة بالشراء. وأوضح المشاركون وأعلى أهميّة إعجابهم بالمنتج، ما يحثّهم على شرائه. وقال مشارك: "إن أعجبتني ذلك بصريّاً، أو إن نشبت علاقة بيني وبين القطعة، أو تمثّلت لي القطعة، وأعجبتني منظرّاً، فهذا يكفيني كي أسير قدماً معها."

"إن أعجبتني ذلك بصريّاً، أو إن نشبت علاقة بيني وبين القطعة، أو تمثّلت لي القطعة، وأعجبتني منظرّاً، فهذا يكفيني كي أسير قدماً معها."

أحد المشاركين في اللقاءات الموجهة

5. تجارب الشراء

المنتجات المحليّة في وفرتها وسهولة الوصول إليها أوضح المشاركون أنّهم يفضّلون المنتجات المتوفّرة باستمرار في السّوق وتحدّثوا عن إستراتيجيّة توفّر التّصميم المحلي، فقال أحدهم: "فرمضان مثلاً هو الرّمان الذي تجدون فيه كافّة المنتجات المحليّة، ولكن باقي العام ابحثوا عن شيء وتجدوا ذلك مستحيلاً."

وتؤثّر سهولة الوصول إلى المنتجات المحليّة على قرار الشراء، فلاحظ أحد المشاركين "الفكر تغيّر [...] صار عندنا دلحين محدّش صار ينزل السّوق، صار كلّ أونلاين." ذاكراً إنتشار منصات التّبضع الإلكتروني وقنوات المبيعات على الإنترنت.

وأشار البعض إلى التّحديات التي يواجهونها للوصول إلى المنتجات المحليّة، فعبر أحدهم عن الحاجة إلى منصّة تجمع الطلب على التّصميم المحلي مع عرض السّوق المتوفّر والمواهب المحليّة، فقالوا عن هذا النّقص: "عليك أن تسألني شخّصاً ليخبرك أين يقع كل شيء." ووافق أحدهم قائلاً: "عندما تريد إيجاد حرفي، وتجدينه فعلاً، عوض أن تسألني وتتوسّلني من النّاس، مثلاً، من هو خياطكم، من يفضّل لكم ملابسكم، من أين تحصلون على عباآتكم." وأضافوا: "يامكاني أن أرى العديد من المصمّمين الموهوبين الصّاعدين، وليست لديهم الفرصة لعرض تصميماتهم."

أحد المشاركين في اللقاءات الموجهة

"فرمضان مثلاً هو الرّمان الذي تجدون فيه كافّة المنتجات المحليّة، ولكن باقي العام ابحثوا عن شيء وتجدوا ذلك مستحيلاً."

مساءلة التّسعير المحلي

عبر المشاركون في البحث عن عدم ارتياحهم من طريقة تسعير المنتجات المحليّة، فانتقدوا الأسعار التي لا يفهمون كيفيّة وضعها وأكّدوا على الحاجة

أحد المشاركين في اللقاءات الموجّهة

”أريد شيئاً [...] وشيء ليس خارج
نطاق السعر الذي أتحمّله.“

وكرّر النقاش أهميّة القدرة على تحمّل التكاليف
والإستعداد للدفع خلال اللقاءات الموجّهة وقال
أحد المشاركين: ”أريد شيئاً [...] وشيء ليس خارج
نطاق السعر الذي أتحمّله، لكنني عندما أذهب إلى
أي معرض أو فعاليّة أو إشهار أو أيّ كان المكان فإنني
أبحث عن شيء فريد ومختلف، شيء متقن الصنع مع
معايير عالية، شيء بإمكانني تحمّل سعره.“

بالإضافة إلى ذلك، يستمرّ بعض المشاركين بدفع
أسعار مرتفعة للمنتجات المحليّة والمصنوعة على
الطلب، فقال أحدهم أنّه مستعدّ أن يدفع أكثر لمنتج
محليّ، كما أكدّ بعض المشاركين على استعدادهم
لدفع المزيد من المال للمنتجات المصنوعة على
الطلب، حتّى ولو كان سعرها مرتفعاً جدّاً.

إلى تسعير يسوّغ عمليّة شراء المنتجات المحليّة من
النّاحية الماليّة. وتمحور الحديث حول إرادة المشاركين
في التّعاطي مع التّصميم من مبدئ الرّبون وليس من
مبدئ المانع الذي يهوى جمع التّصميم، فلاحظوا
أنّه من الصّعب النهوض بسوق مبنيّ على علاقة
زبائنيّة وليس على علاقة خيريّة من دون تسعير عادل
وموثوق به.

وإذ يشعر المشاركون بالاستغلال، طالبوا باحترام
الرّبون وبوضع أسعار عادلة، فقال أحدهم: ”إنّهم
يتعاملون معي كمغفل أنّ شيئاً كهذا سيكلّف، بينما
أتعرّض للإهانة. هذا بغض النّظر عن الشّركة. فإنني لن
أدفع مالاً لأنني أعتقد أنّه وجب احترامك للرّبون.“

وأجمع المشاركون أنّ تحسين استراتيجيّات التّسعير
مرتبط بجعل صناعة التّصميم المحليّ متاحة بشكل أكبر
للمواهب وبتحسين سهولة عملهم للمصمّمين في
المملكة.

وبحسب المشاركين، تتفاقم حساسيّة السّوق تجاه
الأسعار المرتفعة والمبالغ فيها بخاصّة عندما تقترن
بمنتجات جودتها غير جيّدة. وأوضح أحد المشاركين
قائلًا: ”المستهلك هنا حسّاس جدّاً للسّعر، فهو
مستعدّ للتّضحية بالجودة في مقابل السّعر. لا أحد
يريد أن يدفع ثمن الإنتاج بإتقان. أعتقد أنّ عندما
تريدون شراء قطعة ذات جودة عالية، فإنكم تعجزون
عن إيجادها، وذلك لأنّ المستهلك بشكل عام غير
مستعد لدفع الثّمّن.“

وعبّر المشاركون عن التّوتّر المتزايد بين الجودة
والتّسعير، فلاحظ البعض أنّ كلفة الصّناعة في
السّعوديّة ذات الجودة العالية باهظة الثّمّن، وأشار
أحد المشاركين أنّ للجودة ثمن عالٍ كثير.

في الماضيّ قدّمًا: نظرنا إلى مستقبل التصميم المحليّ السّعودي

من جانب الطّلب وتجاربه مع جانب العرض - وهي ملاحظة ظهرت في الكثير من الأحيان - نؤمن بشدّة أنّه حيثما وُجد نقص في كفاءة السّوق، وُجدت أيضًا فرص ملحوظة للمعالجة وللتطوير وبالتالي للنموّ.

ونتطلّع إلى تقديم المزيد من الدّراسات والأبحاث التي تسلّط الصّوء على جوانب هذه الإمكانيّات القيّمة. وحتى ذلك الحين، نأمل أن يتبنّى القراء هذه المقاربة وأن يتفاعلوا مع بناء منظومة أكثر ارتباطًا وتنسيقًا وبيئة تقرب العرض والطلب بينهما البعض.

تنمية قدرة الرّبون

إنّ الانتقال من منظومة محلّيّة إلى صناعة يمكنها الإزدهار محكوم ببناء صناعة تتمحور حول الطّلب، فيرتكز الطّلب والعرض على الأسس الإقتصادية القويّة. وعبر المشاركون في البحث من خلال نظراتهم وحماسهم وآلامهم على أهميّة نشوء ثقافة المحاسبة بين الرّبائن ومقدّمي التصميم المحليّ، إذ ما زال بيع التصميم المحليّ محتمّ إنطلاقًا من شعور جانب الطّلب بواجبه الخيريّ لشراء التصميم المحليّ.

إلا أنّ الطّلب لا يتفاعل مع العرض، فشكّلت اللّقاءات الموجّهة المناسبة الأولى ليعبر المشاركون في البحث عن عاداتهم في الشراء وعن طريقة أخذ هذه القرارات. فشاركوا المصمّمين المحليّين مباشرة إهتماماتهم وتوقّعاتهم لأوّل مرّة. وبالتالي، على المشاركين في البحث أن يتوقّفوا عن التّفاعل مع السّوق كمانحين وأن يحاسبوه انطلاقًا من توجّههم كزبون. وأوضح العديد من المشاركين أنّه على الرّغم من اهتمامهم المتزايد بمعايير الشراء المرتكزة على السّوق، ما زالوا يفكّرون من خلال قلب وعقل المانح والرّاعي عندما يتعلّق الأمر بدعم المصمّمين المحليّين في المملكة.

ومن الواضح أنّ لا تأثيرًا كبيرًا للمشاركين في البحث، وهم من جانب الطّلب، أصحاب السيولة العالية وقدرة

قدّم لنا المشاركون في اللّقاءات الموجّهة الكثير من المعطيات المهمّة والتّعليميّة، من نظراتٍ مختلفة إلى مقاربات فكريّة أساسيّة تفعّل فرص عمليّة واستراتيجيّة لصناعة التصميم المحليّ في السّعوديّة. ويأتي هذا القسم ليقدم نظرنا إلى مستقبل الصناعة لناحية الطّلب والعرض وليسّط الصّوء على الخطوات الصّوريّة التي نحتاج إليها لتنمية السّوق المحليّ.

الإعتراف بالإمكانيّة الصناعيّة للتصميم المحليّ

يؤكد معظم المشاركين في البحث على أهميّة أن تستوعب صناعة التصميم المحليّ الرّبون الذي طالما كان مانحًا أو راعيًا للمصمّمين المحليّين ولمنتجات التصميم في السّعوديّة. فأصحاب المواهب في المملكة ليسوا فقط موظّفين مستقلّين بدوام جزئيّ أو أشخاص ذو موهبة للتصميم، إذ الكثير منهم ممتهنين جديّين وأصحاب مشاريع يلزمون حياتهم المهنيّة لبناء إرث تصميم ملحوظ. وبالتالي، من المهمّ تكريم عملهم الشاق وفطنتهم الطّبيعيّة.

ومن الجوهريّ أن نقوم بذلك يدًا بيد، أي من خلال تنسيقٍ فعّال، فيدعم المشتررون ورعاة التصميم، من جانب الطّلب، المواهب، من جانب العرض، المدعوّة أن تستجيب لاحتياجات جانب الطّلب ورغبات زبائن محتملين للمدى الطّويل. وإذ تؤكّد منظومة التصميم المحليّة أنّ الطّلب والعرض جانبان لعملة واحدة، تصبح المنظومة صناعة ذات قيمة كبيرة، شرط أن تحتكم إلى السّوق في لغته ونفّسه، فيؤكّد الجانبان على خدمة بعضهما البعض وعلى الإستثمار في بعضهما البعض.

ونؤمن في أطلال أنّ لصناعة التصميم المحليّة فرصة كبيرة لتقديم قيمة مضافة مستدامة وقابلة للقياس للعلامة التّجاريّة الوطنيّة ولإمكانيّات الدّبلوماسية الثّقافيّة وللنّاتج المحليّ الإجماليّ ولنسيج المملكة العربيّة السّعوديّة الإقتصاديّ والإجتماعيّ. ولما نظرت هذه الدّراسة في عدم الإلتقاء بين المشاركين

من شركات ناشئة وأخرى قيد النمو بحضارة الأعمال وتسريعها وبفرض استثمار، كما علينا أيضًا التركيز على الحفاظ على الحرفية وعلى الهوية.

لمزيد من الإستثمار في البيانات

نتمى أن تكون سلسلة الدراسات هذه بمثابة بداية منهجية صلبة لمزيد من الأبحاث التشاركية. في بداية الأمر، ساهمت نتائج هذه الدراسة بتوسيع نطاق بحث جديد يركز على جانب العرض في صناعة التصميم المحلية، وخاصة المواهب الشابة والمستقلين والمهنيين العاملين، بالإضافة إلى المصممين المؤسسين وأصحاب أعمال التصميم. وانتهى العمل الميداني لهذا البحث في فبراير ٢٠٢٠م الموافق جمادى الآخرة ١٤٤١هـ حيث كان لنا شرف التفاعل مع موهاب التصميم في السعودية والتعلم منها. كما نرحب بالمنظمات الأخرى المهتمة بدعم البحث وتطويره، فنتعلم باستمرار من بحث نوعي وإثنوغرافي يتوسع في ديناميكيات جانب الطلب وجانب العرض في صناعة التصميم المحلية. ونوصي بشكل خاص بأن تسعى مثل هذه الأبحاث إلى استكشاف الفرص والتحديات في قدرة القطاع العام والقطاع الخاص والقطاع الثالث دعمًا لصناعة التصميم المحلية.

سلسلة الدراسات في خطواتها المقبلة

نأمل أن تأتي الدراسة المقبلة كدليل توجيهي لتنمية القدرات، فتشجع المصممين المحليين على الإصغاء إلى اهتمامات المشاركين في البحث ونصائحهم.

الشراء المرتفعة، على ديناميكيات العرض في السوق، على الرغم من انزعاجهم من أصالة منتجات التصميم المحلية وجودتها والوصول إليها، وقد اعتبروا أن تسعيرها زائد وباهظ الثمن.

تعزيز المسيرة الإبداعية للمصممين المحليين

من المهم تعزيز الطلب المحلي على المواهب المحلية بالإضافة إلى تعزيز الطلب المحلي على المنتجات المحلية. فمن الأساس الإستثمار في الموارد والأدوات التي يحتاج إليها جانب العرض بغية الإزدهار وتنمية القدرات ودعم القوى الإبداعية وخلق القيمة، ليس فقط خدمة بالسوق المحلي، بل أيضًا لتصدير مواهبنا وعرضها على العالم.

وندعو المصممين المحليين إلى أخذ هذه الدراسة بعين الإعتبار وتحويل نتائجها الرئيسية إلى دليل مخصص لدعم مسيرتكم الإبداعية. ونتمنى أن تنتقل المعرفة التي جمعها الباحثون إلى المواهب المحلية، فهي تعليقات وانتقادات عبر عنها المشاركون في البحث من باب الإحترام الكبير للمواهب المحلية وقاربوها بالتفصيل، ثقة في التصميم في السعودية.

ونرى فرصة كبيرة للإستثمار اليوم في صناعة التصميم السعودية المحلية، فنتمكّن المواهب المحلية من تركيز أصواتها وتآلقها وإمكانياتها بغية دفعها إلى الأمام.

كيفية يبدو هذا الإستثمار؟ من الضروري أن نحفز بيئة لتنمية ولتسهيل تطوير المنتجات وسهولة ممارسة الأعمال التجارية والوصول إلى زبائن يستمرون معنا. وتحديث المشاركون عن الحاجة لبرامج تدريب وتعليم فني قد طال انتظارها، واقتروا بناء منظومة تستثمر التقد البناء فيتخطى المصممون بجدارة عالية صعوبة متطلبات السوق المتزايدة وارتفاع كل من المعايير والمنافسة العالمية.

ونتوجه إلى الحكومة وإلى المجتمع المدني وإلى القطاع الخاص لتولي الأدوار الرئيسية وأخذ المسؤوليات الأساس لتعزيز الأطر التنظيمية ودعم مسيرات التصميم المحلي ودعم مؤسسات التصميم،

مراجع للمنهجية

- Lofland, J., Snow D., Anderson L. and Lofland L. (2006). *Analyzing social settings: A guide to qualitative observation and analysis*. 4th ed. Belmont, CA: Thomson Wadsworth.
- Luttrell, W. (2010). *Qualitative educational research: Readings in reflexive methodology and transformative practice*. New York: Routledge.
- Saldana, J. (2008). *The coding manual for qualitative researchers*. London: Sage Publications.
- Weiss, R. (1995). *Learning from strangers: The art and method of qualitative interview studies*. New York: The Free Press.

تقدير وامتنان

تقدّر أطلال أعضاء فريق البحث وأعضاء الفريق الإستراتيجي الذين ثابروا في العمل على هذا البحث الأول، وهي ممتنة إلى جهودهم في إطلاق هذه الدراسة وسلسلة الدراسات الأولى.

في مراجعة النص

مؤسسة، أطلال للتصميم	نورة الفصيل
The Zovighian Partnership، خبير إستشاري،	هادي دميان
The Zovighian Partnership، مديرة تنفيذية،	لين زوفيكيان

في صياغة النص

The Zovighian Partnership، مديرة تنفيذية،	لين زوفيكيان
---	--------------

في البحث

مؤسسة، أطلال للتصميم	نورة الفصيل
The Zovighian Partnership، محللة أبحاث،	ريان شبقلو
The Zovighian Partnership، خبيرة إستشارية،	ألكسندرا تيشن
The Zovighian Partnership، خبير تحليل الأبحاث،	فائق حَبَش
The Zovighian Partnership، محلل إداري للأبحاث،	ساهر كَمون
The Zovighian Partnership، محلل أبحاث،	محمّد قطيش
The Zovighian Partnership، محللة أبحاث،	نور مهدي
The Zovighian Partnership، محللة الإتصالات الإستراتيجية،	جوي سعادة
The Zovighian Partnership، مديرة تنفيذية،	لين زوفيكيان

في تصميم البصريّات

The Zovighian Partnership، محللة إبداعية،	داليا بوري
منسقة، أطلال للتصميم	براندي جَناو

عن صياغة النصّ

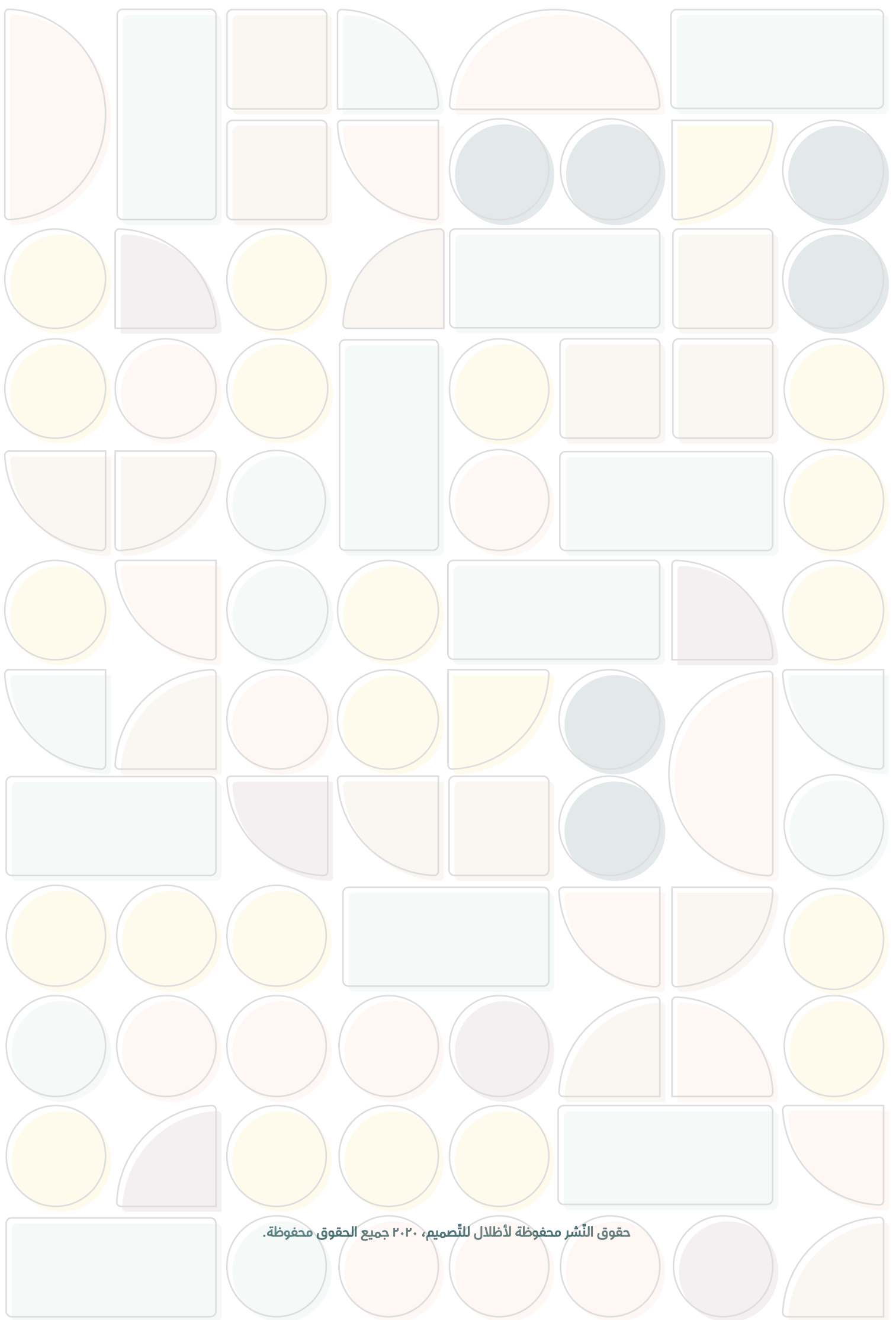
تأسست The Zovighian Partnership عام ٢٠١٣م الموافق ١٤٣٤هـ بمبادرة والدٍ وكريمته، وهي منصّة عائليّة للإستثمار الإجتماعيّ.

ويغوص فريق العمل مع المعنّيين في البحث، فنطوّر خطط تنفيذ وأبحاث وبرامج مبتكرة تراعي مبادئ العمل المسؤول. ويطبّق منهج عملنا أطر ونماذج وآليات مستدامة نطوّرها في الشّركة.

يعمل الباحثون والإستراتيجيّون والمحلّلون في الفريق في خدمة الجماعات وصانعي الأهم والمنظّمات والحكومات. ونرافق مسيرتكم خطوة خطوة، من بزوغ الأفكار إلى المبادرات والبرامج والهيكلّيات المطروحة.

تتشرفّ The Zovighian Partnership في خدمة أطلال ومرافقة نهج نورة الفيصل. ويلتزم الباحثون، من محلّلين وخبراء في العمل الميداني وعلماء في البيانات، تطوير المعرفة بنزاهة، فيركّز البحث على منهجيات إصغائيّة خاصّة تحافظ على المشاركة الفعّالة للجميع وتمكّن بحثاً علمياً ذو وقع مسؤول.

ونقوم في كلّ من The Zovighian Partnership والعائلة بإعادة إستثمار رؤوس أموالنا الذّهنيّة والسّياسيّة والماليّة في Peace Collection، وهي محفظة قيد النّمو، تساهم مبادراتها في بناء السّلام.



حقوق النشر محفوظة لأطفال للتصميم، ٢٠٢٠ جميع الحقوق محفوظة.