



نصم محلي نصم سعودي

تمكين مسيرات المصممين المحليين الإبداعية
من خلال الإصغاء إلى متطلبات السوق في
المملكة العربية السعودية

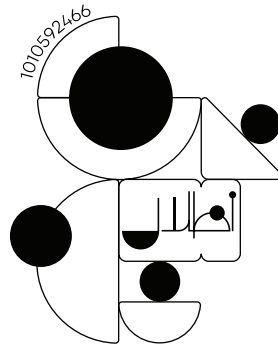
الدراسة الثانية في نسختها الأولى
سلسلة الدراسات الأولى
سبتمبر ٢٠٢٠م، الموافق صفر ١٤٤٢هـ

نبذة عن أظلال

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

ولمهمة أظلال وقّع على تمكين منظومة محلية مزدهرة من مصممين وسلاسل توريد ومعلمين ومشتريين ورعاية 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، وتتعهد 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 • ١١٤٩٥١٢٥١ • ٩٦٦ +
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 ١٤٤٢ هـ

إلى قارئنا العزيزات وقرائنا الأعزّاء،

يسعدني أن أقدم لكم دراسة أطلال الثّانية الموجّهة إلى أوساط التّصميم المحلّي في مناسبة اليوم الوطني للمملكة العربيّة السّعوديّة.

عبر الرّبائن والمعلّمين والجهات الرّاعية خلال البحث الأوّل عن ثقتهم في شراء التّصميم السّعودي المحلّي، وأكّدوا بشغفٍ على أهمّيّة حصول المصمّمين المحلّيين على فرص تعليم مُلهمة ورصينة. وبعد الإصغاء إلى تعليقاتهم، نقدّم هذه الدّراسة الثّانية التي تتمحور حول أهمّيّة التّعليم الواضح والهادف، فيوجّه صناعة التّصميم المحلّي الصّاعدة.

وتقدّم هذه الدّراسة دليلًا يجهّز مسيرات المصمّمين المحلّيين الإبداعية ويدعمها، فأدعوكم إلى تصفّحها وإلى اكتشاف الفرص العديدة التي نقدّمها بغية تعزيز نقاط الالتقاء بين العرض والطلب في السّوق المحلّي. ونطرح أيضًا ٣٥ سؤالًا إرشاديًا نحث المصمّمين المحلّيين إلى إعتبارهم في مسيراتهم الإبتكاريّة وفي دورات تطوير المنتجات وفي استراتيجيات التّسويق. ونضمّ صوتنا إلى المشاركين في البحث، فنؤكّد على ضرورة الشّراء المحلّي وعلى أهمّيّة التّصميم لجمهورٍ محلّي.

وأوجّه مرّة جديدة إلى المشاركين في اللّقاءات الموجّهة، فأشكر انضمامهم إلى البحث وتعمّقهم في هذه التّجربة التي ما زالت تثمر فرصًا لنموّ الصّناعة المحلّيّة. كما أنّني ممتنّة لسخاء مداخلاتهم التي أتشرف أن أشاركها مع أوساط صناعة التّصميم المحلّيّة في السّعوديّة، فنتشاركها معرفّةً وتزدهر الجماعات.

وأنا ممتنّة أيضًا إلى فريق عمل أطلال الذي يثابر في خدمة صناعة التّصميم المحلّيّة، وكلّنا حماس لمغامراتنا المقبلة التي تواكب المملكة في التزاماتها الرّصينة لتنمية القطاع الخاص والمجتمع المدني. وأشكر فريق البحث في The Zovighian Partnership الذي وضع مناهج بحث إصغائي، والذي يدعم إلتزام أطلال في الإستثمار في البحث وفي البيانات ذات الجودة العالية.

فُنائي أن تدعمنا هذه الدّراسة في تطوير معرفتنا ونحن نستثمر وندعم التّصميم وشركاته التّجاريّة ومنظومته وصناعته المحلّيّة.

وتفضّلوا بقبول فائق الإحترام،



نورة الفيصل

المؤسّسة،

أطلال للتّصميم

جدول المحتويات

نبذة عن أطلال	i.
رسالة المؤسّسة	ii.
التّصميم المحلّي كصناعة: الخلفيّة والمصطلحات الرّئيسة	.1
أهداف البحث ودراساته	.2
المنهجية	.3
النتائج الرّئيسة	.6
في المضي قدماً: نداءٌ للإستثمار في المصمّمين المحلّيّين	.12
مراجع للمنهجية	.14
تقدير وامتنان	.15
عن صياغة النّصّ	.16

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 تلتزم 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 ويزبائنه وبهواة جمعه، وبجهات راعيته على تنوعهم. ويشمل جانب العرض الأفراد والعائلات والمؤسسات والهيئات الحكومية التي تتفاعل مع التصميم المحلي من خلال مطالبها واحتياجاتها.

وبغية تفعيل هذه الصناعة والإرتقاء فيها، تأتي العوامل الرئيسية التالية لتجمع جانبي العرض والطلب، منها البنية التحتية وتنظيمها، وخدمات التعليم والمعلمين.

ونتشرّف أن نقدّم في صفحات هذه الدراسة معطيات تتعلّق في صناعة التصميم المحلي 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 أولًا 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. وإن غاب التصميم، تعذّر على الجماعات وعلى الإقتصادات أن تتصل مع بعضها البعض وأن تتفاعل فيما بينها لخلق قيمة، فللتصميم قيمة إبتكارية غالبًا لا نقدرها.

تؤمن أطلال في إمكانيات التصميم، فتشجّع على تحويله من منظومته الحالية إلى صناعة محلية كاملة، يتخطى من خلالها بساطة الإستعمال. وترسخ 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،

أهداف البحث ودراساته

المتوفّر. وتقدّم هذه الدّراسة دليل إرشادي للمصمّمين المحليّين، فيطوّرون مسيراتهم الإبداعية وعمليّات تطوير منتجاتهم، ويقدمون المزيد من العروض التي تتمحور حول الطّلب. وتساهم رزمة الأدوات هذه في تطوير ثقافة السّوق المحليّ ليستثمر في علاقات ثقة بين المصمّم والمستهلك. وبالتالي، يمكن لهذه المعطيات أن تؤثر مباشرة على الهويّات الإبداعية وعلى كلّ من استراتيجيّات التسعير والتّسويق والمبيعات. وتقدّم هذه الدّراسة إتّجاهًا يمكن لمنظومة التّصميم المحليّ أن تتبعه فتخلق معايير محليةّ تعزّز التّصورات المحليّة والإقليمية والعالمية لـ "صنّاع في المملكة العربيّة السعوديّة".

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

تتوجّه هذه الدّراسة الثّانية إلى أوساط التّصميم في السعوديّة، وبصورة خاصّة إلى المصمّمين المحليّين وإلى العاملين معهم وإلى شركائهم وإلى سلاسل التّوريد التي يتعاملون معها.

تدرج هذه الدّراسة في إطار السلسلة الأولى من دراسات أطلال التي تستند على المعلومات والنتائج المنبثقة من البحث العلميّ الأوّل الذي طلبته أطلال بغيّة فهم الواقع الحالي للتّصميم كصناعة في السعوديّة والنظر في إمكانيّات هذه الصّناعة.

وأجرت أطلال خلال شهريّ أكتوبر ونوفمبر من عام ٢٠١٨م الموافق شهر صفر ١٤٤٠هـ لقاءات موجّهة مع مجموعات من المشاركين في البحث، أصحاب السيولة العالية وقدرة الشراء المرتفعة، وهم مشتري منتجات التّصميم المحليّ وخدماته في المملكة العربيّة السعوديّة وزبائنه وهواة جمعه، ومانحين وجهات راعية ومعلّمين.

ويهدف البحث مع جانب الطّلب إلى

١. فهم مطالب السّوق المحليّ واستيعابها، لا سيّما احتياجات السّوق ومتطلّباته ورغباته وأولويّاته؛
٢. تحديد تحدّيات السّوق والفرص المتاحة فيه، لا سيّما ديناميكيّاته وعوامل تمكينه وعرقلته ومحركّات نموّه وإتّجاهاته المتوقّعة؛
٣. تقصي قدرة الصّناعة المحليّة على المساهمة الاجتماعيّة والإقتصاديّة الفعّالة خدمةً بالنتائج المحليّ الإجماليّ وبالتنوّع الإقتصاديّ وبالمجتمع بأجمعه.

وتنطلق هذه الدّراسة من نتائج الدّراسة السّابقة التي بحثت في حيثيّات المشاركين في البحث وفي اعتباراتهم لناحية الشراء المحليّ من عرض السّوق

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 مفصّل للإمكانيّات الإقتصاديّة، وللإستعداد للدفع، وللرغبة في الإستثمار في المنتجات والخدمات والمواهب المحليّة المعروضة.

أسئلة البحث الرئيسيّة

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

1. كيف ينظر جانب الطلب اليوم إلى صناعة التصميم في السّعوديّة، وكيف يتفاعل مع هذه الصناعة بشكلٍ عام؟
2. ما هي تحديات وفرص الرّبائن والمستثمرين والمانيين في تفاعلهم مع المصمّمين المحليّين والصّناعيّين والبائعين في إطار صناعة التصميم في السّعوديّة اليوم؟
3. ما هو الدّعم - تنظيمي، مالي، متعلّق ببنية المنظومة التّحتيّة أو بتطوير القدرات، إلخ - الذي تحتاج إليه صناعة التصميم المحليّة اليوم لتزدهر ويُعتَرَف فيها رسميًا وتصبح قوّة إجتماعيّة وإقتصاديّة تساهم بشكلٍ كبير في النّاتج المحليّ العام للمملكة؟

إعتماد طريقة البحث النوعي

نظرًا لقلة المعلومات حول صناعة التصميم في السّعوديّة، أخذ البحث إتجاهًا نوعيًّا واستكشافيًّا،

ليُصغىَ بتمعّن إلى آراء المشاركين فيه ووجهات نظرهم، فيعبّر عنها بشكل كامل. وأتت اللّقاءات الموجهة كصيغة الإستطلاع الأنسب بغية تحصيل بياناتٍ صحيحة وموثوقة وحاذقة.

وصمّنا اللّقاءات ليستضيف كلّ منها ما بين ستّة وثمانية مشاركين يتبادلون الإختبارات العمليّة والمواقف الصّريحة لمدّة تسعين دقيقة. وكنا قد تمعّنًا في وضع أسئلة منسّقة تُيسّر اللّقاء وتنبثق من أسئلة البحث الرئيسيّة. وقد استعنا بمنسّقي لقاءات ومدوّني ملاحظات متمرّسين خضعوا أيضًا إلى تدريباتٍ خاصّة للعمل على هذا البحث.

ولدعم البيانات المحصّلة في اللّقاءات، صمّنا إستماراتٍ قصيرة ووجّهناها إلى المشاركين في البحث في بداية اللّقاءات لتحصيل معلوماتٍ شخصيّة وديموغرافيّة عنهم.

قيود البحث

لما كان الإهتمام في دراسة الصناعة المحليّة للتصميم في أوّلها، جاء بحثنا كالتقييم 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 باختبار تطّعات أبحاثٍ مستقبلية.

ويضيء مقطع "الإلتزام بمزيد من الأبحاث" من قسم المنهجية هذا على الفرص المتاحة لإنتاج أبحاثٍ محليّة وكتاباتٍ نحتاج إليها بشدّة عن الصناعة وديناميكياتها وعن أركان السّوق وعن الإتّجاهات الناشئة.

جمع البيانات

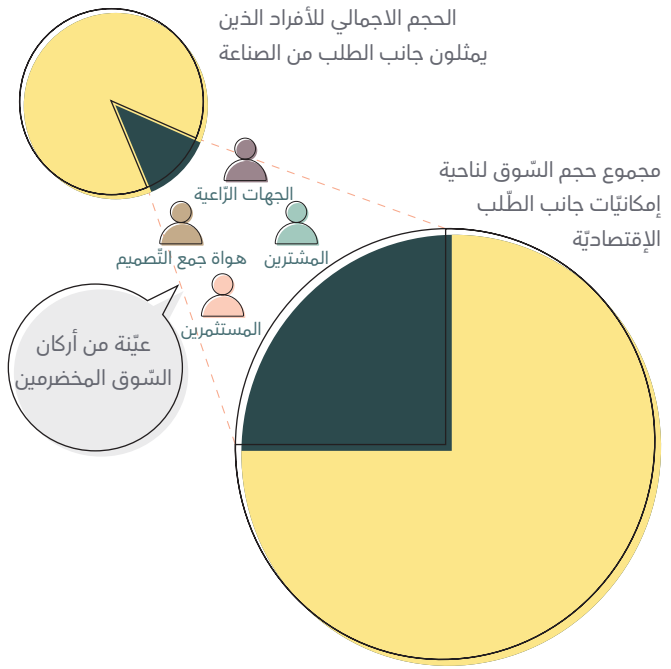
المشاركون في البحث

لما ركز البحث على جانب الطلب، صُممت اللقاءات للمشتريين وللمزبائن ولهواة جمع التصميم، بالإضافة إلى المانحين، والجهات الرّاعية، والمعلّمين، أصحاب السيولة العالية وقدرة الشراء المرتفعة. وطلبنا من المشاركين في البحث تحديد عدد سنوات خدمتهم في هذا الدور.

وانتقت نورة الفيصل المشاركين في البحث بعناية، ما أنّ مستوى خبرات مشابه ومتناغم بين جميع المشاركين، خلافاً لما تنتجه العيّات العشوائية في البحث.

صورة رقم ١:

شرائح السوق المدروسة: عيّنة من المشاركين في البحث مجموع أركان جانب الطلب



المصدر: تحليل أطلال؛ تحليل ZP

العمل الميداني

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

اللّغة

لما انعقدت اللقاءات في اللّغة الإنكليزيّة، طلب المنسقون من المشاركين التّعبير في اللّغة المفضّلة لهم، أكانت العربيّة أو الإنكليزيّة، مؤكّدين على أهميّة المشاركة في البحث من دون قيود لغويّة. وانسجاقاً مع المبدئيّ عينه، أتت 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، أتت المشاركة في اللقاءات الموجهة طوعيّة تامًا ولم تقدّم أيّ حافز ماليّ للمشاركين.

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

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

تحليل البيانات

إدارة البيانات وترميزها

صاغ الباحثون خطّيًا 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 التّوعوي والتّرميز المستمرّ.

وبعد تطوير سجلّ الرّموز واستكمال التّرميز الإنتقائيّ، استخرج الباحثون تعليقات للمشاركين تعبر عن توجّهاتهم خلال البحث بُغية النّظر في نتائج البحث الأساسيّة ومحاورة المبدئيّة. ثمّ أجرى الباحثون

لا توجد معطيات علمية حول حجم شريحة السوق هذه المتمثلة بالمشاركين في البحث. وبالتالي، فكل طرح لحجم هذا السوق أثناء البحث هو محاولة نوعية، مبنية على الافتراضات.

الإلتزام بمزيد من الأبحاث

دراسة جانب العرض في صناعة التصميم المحليّة

أتاح لنا البحث في جانب الطلب في الصناعة بناء قاعدة منهجية متينة لبدء بحث جديد يركّز على جانب العرض. ونتطلّع إلى جمع نتائج ودلائل البحثين في أوّل تقرير عن صناعة التصميم المحليّة في المملكة نقدّمة للقرءاء ولأركان التصميم.

تحليلاتٍ مواضيعية متطورة من خلال الترميز المحوري والذاكرة للنظر في تداعيات البحث الإستراتيجية.

ووثّقت البيانات المجموعة والمرقزة في ملف عنوانه "جمع البيانات الأولية" لتسهيل التحليل الإستراتيجي.

تطلّبت هذه الدراسة مراجعة إنتقادية للنتائج التي طرحها المشاركون في البحث من تعليقاتٍ وأجوبةٍ على أسئلة اللقاءات الموجهة، فتؤكّد المراجعة على استعمال البيانات المجموعة في سياقها الصحيح. وبالتالي، لا يؤثر أيّ تعليق مبهم أو مزلّ أو متحيّز على نتائج البحث وتحليلاته.

تقديم النتائج وملاحظاتها

سهّلت The Zovighian Partnership ورش عمل استراتيجية مع فريق أظلال لدراسة ملف "جمع البيانات الأولية" من منظور أصحاب المصالح المتعدّدة، فلا يستثني التحليل أحدهم في تصميمه وفي وقعه.

أظهر تحليل البيانات عمق الملاحظات والمعلومات التي جمعها البحث، وبعد نشر الدراسة الأولى، توجّهت أظلال و The Zovighian Partnership إلى نشر هذه الدراسة الثانية للتركيز على المعرفة التي يمكن للمصممين استخدامها ودمجها في مسيراتهم الابتكارية. ويفضّل قسم "أهداف البحث ودراساته" يشرح ما تتمناه من أهداف لهذه السلسلة.

تغطية البيانات والنتائج للسوق

لم يكن المقصود في هذه المرحلة أن نجمع بيانات إثنوغرافية كاملة لجميع قطاعات السوق من جانب الطلب، فلا يمكن إفتراض نتائج البحث معبرة عن إجمالي جانب الطلب.

وإذ استقطب البحث ١٨ شخصًا من شريحة أصحاب السّيلة العالية وقدرة الشراء المرتفعة المذكورة أعلاه والتي تشكّل قسمًا صغيرًا جدًّا من السوق في السعودية، يقدّم البحث تمثيلًا إرشاديًا لمجموع هذه الشريحة من جانب الطلب.

النتائج الرئيسية

وكمشتريين وليس كمانحين يعتبرونهم تحصيلًا حاصلًا. وهكذا، تبين لنا كيف يتأثر الشراء المحلي في الوطنية، وفي الثقة في المصمم وفي أصالة المنتج وتميزه وحصريته وجودته وجاذبيته، بالإضافة إلى تجربة الشراء.

توقفت الدراسة الأولى في سلسلة الدراسات هذه على خمسة عوامل رئيسة تدفع أصحاب السيولة العالية وقدرة الشراء المرتفعة إلى شراء التصميم المحلي ورعايته. وأجمع المشاركون في البحث على أهمية أن يتعامل المصممون مع الزبائن كمستهلكين

صورة رقم ٢:

العوامل التي تؤثر على قرار الشراء المحلي



من المانح إلى المستهلك

المصدر: تحليل أطلال؛ تحليل ZP

يعرفون كيف يتعاملون مع الأمور: كيف يبدوون، كيف ينتجون بجودة عالية، كيف يسوقون أنفسهم، وهناك نقص حاد في التلمذة. لا يمكنك إيجاد تعليم جيد أو برامج إشراف وتدريب مصممة خصيصًا لمساعدة هؤلاء الناس.

ولام المشاركون في البحث النقص في الوصول إلى تعليم قوي وإلى خبرة متخصصة وإلى برامج لتنمية القدرات في السوق المحلي، ما يصعب على المصممين المحليين تنفيذ أفكارهم.

التعليم والإرشاد: عجز السوق المزمّن

عبر المشاركون في البحث عما يدفعهم إلى شراء التصميم المحلي، وتحدثوا عن أهمية التعليم والإرشاد، بالإضافة إلى التقدير البناء، فيزدهر المصممون المحليون. وقد لاحظ البعض أهمية هذا الطرح نظرًا لمطالب السوق المحلي الأكثر صرامة ونظرًا لإرتفاع سقف المعايير العالمية والمنافسة.

وعلى أحد المشاركين هذا الموقف من منظور معلّم للمواهب المحليّة ومرشدًا لها، فقال أنّ العديد من المصممين المحليين الشباب الذين دعمهم "قطعًا لا

المحلي ومتطلبات السوق.

وملاحظة إخلاء مسؤولية عاقبة، لا يشكل هذا الدليل أداة نهائية تحل مكان تطلعات المصممين المحليين الفريدة وإبداعاتهم وأبحاث السوق في المملكة العربية السعودية.

الإصغاء بتمعن إلى متطلبات السوق

ندعوكم إلى تصفح الدراسة الأولى في نسختها الثانية "نشترى محلي، نشترى سعودي: التصميم المحلي في المملكة العربية السعودية حيثيات واتجاهات مشترية وهواة جمعه المخضرمين" للتعلم في العوامل الخمسة التي تحكم قرار شراء منتجات المصممين المحليين في السعودية.

وأظهر البحث العديد من نقاط الإنقطاع بين متطلبات الرّبائن وعرض السوق المحلي، وهو أمر يتوقف عليه تقرير الصناعة المقبل بالتفصيل. إلا أننا نأمل أن تقدم هذه الدراسة الثانية خطوة أولى في مسار تطوير إنتاج التصميم المحلي فيتمحور حول الطلب وحول المسيرات الإبداعية.

نعترف كمصممين بأهمية إدراكنا متطلبات السوق ورغباته، فنصمم منتجات تحاكي الرّبون مباشرة. والإصغاء إلى متطلبات جانب الطلب وانطباعاته أساسي كي لا ينقطع المصممون عن الرّبائن والمشتريين والمستهلكين والمانحين وجهات رعاية التصميم في السعودية.

وذكرنا قسم "النتائج الرئيسية" هذا بعناوين كل من عوامل صنع القرار الذين قدمتهم الدراسة الأولى، فيضيف أسئلة أساس تلهم المسيرات الإبداعية وتوجهها.

1. عقلية المستهلك، من المانع إلى الرّبون

لفتت اللقاءات الموجهة إنتباهنا إلى التغيرات على مستوى عادات الشراء وعلى مستوى أساليب إتخاذ قرار الشراء، والتي شكّلت الدافع لكتابة هذه الدراسة الثانية. ونلاحظ أيضًا فرصة زمنية قد تساهم في اللقاء

ودافع أحد المشاركين على جودة التصميم المحلي الضعيفة فقال "أعتقد أنه قبل التركيز على الجانب الخلاق، علينا التركيز على الناس، وعلى تعليمهم كيفية التعامل معنا ومساعدتنا."

أحد المشاركين
في اللقاءات
الموجهة

"أعتقد أنه قبل التركيز على الجانب الخلاق، علينا التركيز على الناس، وعلى تعليمهم كيفية التعامل معنا ومساعدتنا."

جواب أظلال، مشاركة المعلومات وقوتها

لاحظت أظلال إمكانية لتوفير تعليم وتوجيه نأمل أن يكونا ذات إلهام وجودة عالية فتستفيد منهما منظومة التصميم المحلية من مصممين وسلاسل توريد وشركاء.

تخدم هذه الدراسة كمساحة لتوجيه المسيرات الإبداعية ولدعمها، فتقربها من متطلبات السوق المحلي واحتياجاته. ويستند هذا الدليل على نتائج البحث الرئيسية وعلى تحليل البيانات، فيرافق المصممين وي طرح أسئلة إستراتيجية وبدئية نتمنى أن تصبح من ركائز بلورة التصميم وتطويره وتوصيله إلى السوق.

ونهدف أن تحيط هذه الدراسة المصممين المحليين معرفة وثقة، فيدركون السوق وتأتي أفعالهم وقراراتهم ملحوظة.

تقدم هذه الدراسة التوجيهية:

- أسئلة توجيهية تستكشف عوامل صنع القرار الخمسة المتعلقة بشراء التصميم المحلي؛
- أدلة ومعلومات منبثقة من البحث تتعلق باحتياجات السوق وبرغباته كما عبّر عنها المشاركون في البحث؛
- فرص عملية تسدّ الفجوة بين عرض التصميم

ولا أبتعد عن توقّعات السوق ولا أفقد أهمّيتي؟

س5. كيف أدمج تعليم الرّبون مع خبراتي في التصميم والمبيعات، فيتمكّن الرّبون من التّعرف على قيمة منتجاتي المضافة ويقدرها بشكل أفضل؟

٢. الوطنية والحسّ بالواجب

ظهر كلّ من الإفتخار الوطني والهوية كمؤسّرين واضحين لناحية شراء منتجات التصميم المحلي للعديد من المشاركين في اللّقاءات الموجهة. وغالبًا ما تنعكس الوطنية إحساسًا يوجب دعم المصمّمين المحليين والإنتاج والتصميم، كما المساهمة في تمكين عنوان "صنع في المملكة العربيّة السعوديّة" كعلامة تجاريّة وطنية وكأصل دبلوماسي ثقافي.

على هذا النّحو، من الممكن أن يفضّل المشترين المحليون ورعاة التصميم منتجات التصميم التي تحاكي حسّ الهوية الوطنيّة لديهم. وأثارت العلامة التجاريّة "صنع في المملكة العربيّة السعوديّة" العديد من المشاركين في البحث، فتحدّث أحدهم عن نقص الهوية في السوق ويؤكد حاجة الرّبائن إلى المزيد من منتجات التصميم "ذات الهوية السعوديّة". ومع ذلك تظهر لنا معايير صنع القرار الأخرى أنّ الهوية السعوديّة وحدها لا تكفي لإبرام عمليّة الشراء، إذ ترافقها سمات تصميم أخرى تنطرق إليها تفصيلًا في قسم التّناج الرئيسيّة هذا.

ونطرح الأسئلة الثلاثة التّالية التي قد تهتمّ المصمّمين المحليين الذين يبحثون عن وسيلة لتحقيق شعور في الهوية قويّ في أعمالهم التصميميّة:

س6. إلى أيّ مدى يعكس منتج المصمّم معايير الهوية المحليّة؟

س7. ما هي خصائص الهوية المحليّة التي ترافق تصميمي ومنتجي؟

س8. كيف أضمن أنّ الهوية المحليّة والحسّ في الوطنية متناسبان مع تصميمي، فلا يكونا ثقلاً ضاغطاً على التصميم ويضعفانه بدل أن

بين عرض التصميم المحلي ومتطلّبات السوق المحلي، بخاصّة من خلال ضمان إستجابة تصغي إلى براعم النّحوّل في العقليّة.

وعلق أحد رعاة التصميم على إبتعاد جانب الطّلب عن التّعامل مع التصميم كأنّه عمل خيري، فقال: "أحتاج للمساعدة والمكان؟ هاك إيّاهم. لكّي الآن شديدة التدقيق في انتقاء من أدمع ومن أضع على العرض. ليس هناك المكان الكافي لمعاملة التصميم كأعمال خيريّة."

"أحتاج للمساعدة والمكان؟ هاك إيّاهم. لكّي الآن شديدة التدقيق في انتقاء من أدمع ومن أضع على العرض. ليس هناك المكان الكافي لمعاملة التصميم كأعمال خيريّة."

أحد المشاركين في اللّقاءات الموجهة

وضعنا خمسة أسئلة إستراتيجيّة نوجّها للمصمّمين المحليين في المملكة العربيّة السعوديّة، فينظرون فيها ضرورةً ويختبرونها في إطار أعمالهم ومسيراتهم الإبداعيّة:

س1. هل يعتمد نموذج عملي الحالي على مبدأ الواجب الخيري الذي يدفع الرّبون لدعم منتج التصميم المحلي والحرفيّة؟

س2. كيف أتواصل مع الرّبائن للإطلاع على حاجاتهم الشرائيّة وللحصول على ملاحظاتهم الصّادقة حول تعاطيهم مع

التّصاميم والخدمات كمتبرّعين أو كمشتريين؟

س3. ما هي الفرص التجاريّة التي يمكنني إغتنامها حسب هويّتي التصميميّة والحرفيّة، فأكوّن علاقات أقوى مع الرّبائن بناءً على قرارات شراء تتمحور حول المستهلك؟

س4. كيف أطوّر نموذج عملي وتصميماتي المحليّة ومنتجاتي وإستراتيجيّة السوق، فأضمن إستعابي لعقليّة المشتريين المتغيّرة

٣. الثقة في المصممين

أعرب العديد من المشاركين في البحث عن اهتمامهم الكبير لتمكين المواهب المحليّة ولترسيخ علاقاتهم مع المصممين المحليين، بخاصّة المواهب الشابة والنّاشئة منهم. وتحدّث المشاركون في البحث عن أهميّة الثقة في المصممين الذين يشتركون معهم، واعتبروا الثقة ركيزة العلاقة الطويلة الأمد مع الرّبون.

برزت الثقة كممارسة تفاعلات شخصية مع المصممين على فترة من الزمن. وبالتالي، من المهمّ للرّبائن أن يشهدوا على تصرّفات المصممين وعلى تطوير علاقتهم مع السّوق وعلى استثمارهم بغية تطويرهم السّخفي والمهني. ونقدّم الأسئلة الرّئيسة التّالية لتساعد على توجيه هذا التّفكير الإستراتيجي وجهوده:

٩. كيف أبني علامة تجاريّة شخصيّة تعزّز الثقة في منتجاتي وفي صورتي أمام زبائني وأمام المشترين المحتملين وأمام السّوق عاقّة؟

١٠. كيف أطوّر شخصيتي وطبعي أثناء تقدّم مسيرتي المهنيّة على صعيد مهاراتي العمليّة وحرفيتي وإبداعي، كما على الصّعيد السّخفي؟

١١. كيف أضمن توافقًا قويًا بين شخصيتي وقيمي ومنتجات التصميم التي أقدمها للسّوق؟

٤. تطوير المنتج

أصالة المنتج

أمام ندرة المنتجات المصنوعة في السّعودية ذات الهويّة السّعودية الأصيلة، احتلت فكرة المنتج ورمزيّته مكانة مرموقة لدى العديد من المشاركين في البحث، فقال أحدهم: "أصلي، يجب أن يكون أصليًا." وأدركنا من خلال اللّقاءات الموجهة أنّ للأصالة أهميّة أكبر في صناعة قرار الشراء، بخاصّة لدى الرّبون الذي يحرص على أن يتمّ التّعاطي معه كمستهلكٍ للتصميم المحلي وليس كمانح.

سلّط البحث الصّوء على إدارة الملكيّة الفكرية باعتبارها

ممارسة مهمّة على المصممين المحليين تكريس الوقت والموارد لها، وبخاصّة قبل طرحها في السّوق. ومع بدء تنظيم الملكيّة الفكرية في المملكة العربيّة السّعوديّة، يتمتّع المصمّمون المحليون اليوم بإمكانية تصديق تصميماتهم ومنتجاتهم قانونيًا، فحسب المشاركين في البحث قد تمنع حقوق الملكيّة الفكرية نسخ سمات التصميم المحلي وانتهاكها. وندرك أيضًا أهميّة الملكيّة الفكرية في تعزيز ثقة المستهلكين والمشترين في المصمّم المحلي وفي مصداقية المنتج أو خدمة تصميم ما.

نطرح الأسئلة الإرشاديّة التّالية المتعلّقة بالأصالة:

س١٢. هل تصميم مُنتجتي أصلي، من فكرته إلى تطويره الإبداعي فتعبئته وعرضه في

السّوق؟

س١٣. كيف أحمي تصميماتي من خلال حقوق

الملكيّة الفكرية؟

س١٤. كيف أوصل شرعيتي كمصمّم وأضفي طابعًا

إنسانيًا على جهودي المهنيّة الصادقة

لتصميم المنتجات ولتقديمها للرّبائن؟



حصريّة المنتج وإستثنائيّته

بالإضافة إلى الأصالة، أدركنا من المشاركين في البحث أنّ حصريّة المنتج وإستثنائيّته دافعين مهمين لشراء منتج مصمّم محليًا. واعتبر المشاركون القطع المصمّمه على الطّلب إستثنائيّة وجذابة بشكلٍ خاص.

وعلّل ذلك أحد المشاركين فقال أنّ الحصريّة هي الدّافع الذي يحثّه إلى شراء المنتج. وردّ آخرٌ عليه "أجزم بأنّ فريدة التصميم، أو أن يكون توصية مخصّصة، شيء

لن تجدونه في مكان آخر.“ وبرزت الحصريّة والإستثنائية من مطالب جانب الطّلب.

حدّدنا في هذا الصّدّد بعض الأسئلة ليراعها المصمّمون المحلّيون في مسيراتهم الإبداعية المحليّة:
س١٥. ما هي فرص العمل المتاحة كي أقدم الإستهنائية كعامل تصميم قويّ في مسيرتي الإبداعية؟

س١٦. هل أنواع تصميماتي وأزيد من قدرة تطوير المنتجات لتشمل قطعاً مصممة على الطّلب؟

س١٧. كيف أعزز التّواصل مع الرّبائن لعرض القطع المصممة على الطّلب بشكلٍ أفضل؟

ضمان الجودة، أولويّة وإستهنار

شدّد المشاركون في البحث على أهميّة تنفيذ التصميم بجودة عالية كما تحدّثوا عن ضمان جودة مواصفات المنتجات ذات الإنتاج الضخم. واعتُبر النقص في الجودة وضعف الحرفية واستنسايبتها من نتائج نقص الإرشاد والتّعليم في المنظومة المحليّة.

وقال أحد المشاركون صراحةً، ”إنّي أبحث عن الصّنع، الحرفة [...]“. وأضاف أحد المشاركون أنّ جودة المنتج هي دافع للشّراء.

حدّدنا أسئلة توجيهية للمساعدة في وضع إطار يمكن المصمّمون المحلّيون ضمان الجودة ومراقبتها:

س١٨. هل أطور مواهبي الخاصّة ومواهب فريقي فنصبح أكثر دقّة في قدراتنا الحرفية والتصميمية؟

س١٩. كيف أتأكد أنّ جودة تصميماتي ومنتجاتي عالية؟

س٢٠. ما هي قائمة المراقبة التي أطورها فأناكّد أنّ جودة منتجاتي عالية منذ بداية دورة تطوير المنتج إلى نهايتها، بما في ذلك أيّ تطوير أو تصنيع خارجي أو داخلي يقوم به الموردون والشركاء؟

كما حدّدنا أسئلة تتمحور حول فرص العمل التي تركّز

على الجودة بطريقة إستراتيجية:

س٢١. كيف تساهم الجودة في تحسين سمعتي في السّوق وتقويها، فتكبر حصّتي في السّوق وأجذب المزيد من الرّبائن؟
س٢٢. كيف تصبح الجودة من مبادئ التصميم الأساسيّة في جهود توعية الموردين والرّبائن؟

جمالية المنتج ونداؤه

علمنا من المشاركين في البحث أنّ جمالية المنتج تؤثر عليهم بشكل متزايد، ما يؤثر بدوره على عملية الشّراء. ونعلّق أيضاً أنّ الإنجذاب إلى جمالية المنتج عامل شخصي تماماً.

وتوفّر أسئلنا التالية فرصاً للإستماع إلى الطّلب المحلي على التصميم:

س٢٣. كيف آخذ تعليقات رّبائي المنتظمة فتلبي تصميماتي اهتماماتهم ورغباتهم الجمالية؟
س٢٤. ما هي إتجاهات السّوق التي تساعدني على توجيه أفكار الجمالية؟

س٢٥. كيف تقدّم إستراتيجيتي التسويقية التصميمات غير العاديّة التي تحتاج إلى اختبار في السّوق، وكيف يساهم تسويق تصميماتي في اكتسابها جاذبية إضافية من قبل المشترين المحليين؟

٥. تجارب الشّراء

المنتجات المحليّة في وفرتها وسهولة الوصول إليها نظراً لوفرة التصميم المحلي غير المتسقة وغير المنتظمة، صرّح المشاركون في البحث أنّهم يركّزون على المصمّمين وعلى المنتجات المتوفرة بانتظام. وتُعتبر إدارة المخزون الهسّة وغير المتسقة بين عمليّات الشّراء عبر الإنترنت وفي المتاجر، كما تسليم المنتج إلى السّوق في وقت غير مناسب، من العوامل المهمة التي تعيق إتمام عملية البيع والتي يتوجّب تحديدها وتصحيحها. وتحدّث المشاركون أيضاً عن الحاجة إلى منصّة تجمع الطّلب على التصميم المحلي من جهة والعرض المتوفّر في السّوق والمواهب من

أحد
المشاركين
في اللقاءات
الموجهة

”إن كان السعر عنيماً لا أريد الشراء
حتى لو شعرت بسخافة تامة.“

في هذا الإطار، حدّدنا مجموعة من الأسئلة للمساعدة
في تسهيل الوصول إلى سوق المنتجات المحليّة:

س٢٦. كيف أدير دورة تطوير منتجاتي لأضمن

إدارة مخزون يتناسب مع تصميماتي ويحفظ

الجودة والتّحكم في المنتجات؟

س٢٧. كيف أوازي بين الحفاظ على مخزون

تصميماتي وإدارة الحصريّة عندما تكون من

المتطلّبات؟

س٢٨. هل يعرف السّوق بمنتجاتي، وإلى أيّ مدى

يسهل العثور عليها؟

س٢٩. كيف أقوى نقاط بيع منتجات التّصميم

المحلّي الخاصّة بي، وما الذي يعيق وصول

زبائني السّهل إليها؟

س٣٠. ما هي المنصّات والقنوات التي يمكنني

أن أستخدمها أو حتى أن أروّج لها لتسهيل

وصول منتجاتي إلى السّوق؟

مساءلة التّسعير المحليّ

انتقد المشاركون في البحث في أغلبيّتهم أسعار

منتجات التّصميم المحليّة، وسلّطوا الصّوء على الحاجة

إلى تحديد أسعار أكثر وضوحاً. وكرّر المشاركون الحديث

عن التّسعير العادل والموثوق وهو من العوامل

الأساس في عمليّة الشّراء. وإذ يصبح السّوق أكثر

حساساً لسعر المنتجات، من المهمّ التّسعير بشفافيّة

فيعتبر الزّبون أنّ العمليّة منصفة له.

وتحدّث المشاركون عن التّوتّر المتزايد بين الجودة

والتّسعير. وإذ قدّر بعضهم الجودة العالية ذات

الثّمن العالي، برزت نقمة على الجودة الضّعيفة مقابل

الأسعار المرتفعة بصورة غير معقولة. وأوضح أحد

المشاركين ”إن كان السعر عنيماً لا أريد الشّراء حتى

لو شعرت بسخافة تامة.“ وأضاف ”إن كان منطقيّاً

ومصنّعاً على يدي شخص من هنا أو شخص ترعرع

هنا، حينها أتفهم ذلك.“

وحدّدنا مجموعة أخيرة من الأسئلة الإرشاديّة تتعلّق
في استراتيجيّات التّسعير للمصمّمين المحليّين في
المملكة العربيّة السّعودية:

س٣١. هل يرغب الزّبائن الذين أتواصل معهم بدفع

سعر منتجاتي؟

س٣٢. كيف استخدمت ملاحظات زبائني لتأتي

أسعاري أصيلة ومعقولة ومرتبطة بجودة

المنتج؟

س٣٣. من هم المساهمون الرّئيسون في التّكلفة،

وهل أتلقّى أسعاراً عادلة وشفافة من

الموردين ومن الشّركاء؟

س٣٤. كيف أجعل أسعاري أكثر تنافسيّة من خلال

التّحكم في تكلفة المنتجات؟

س٣٥. كيف أستطيع أن أكون معروفاً في السّوق

كمصمّم محلّي ذو منتجات و/أو خدمات

أسعارها معقولة؟

في المضي قدماً: نداءً للإستثمار في المصممين المحليين

نتمنى أن تدل هذه الدراسة إلى طرق تفكير وأطر عمل وأسئلة رئيسة متينة تخدم المصممين وفرقاتهم. ونطمح أن يأخذ المصممون المحليون في المملكة العربية السعودية ملكية بنك البيانات هذا وأن يصغوا إلى تعاليم المشترين وإلى رعاة التصميم المحلي المتمرسين.

كما ندرك والمشاركون في البحث أنه لا يمكن أن يستثمر جانب العرض المحلي في نفسه وأن يتطور من دون الوصول إلى التوجيه والتعليم والتطوير وتنمية القدرات الطويلة الأمد والمتطورة والتي يمكن الإعتماد عليها. ولهذا، شعرنا بلزوم النداء إلى العمل، فنأكد أن الأدلة والبيانات المقدمة في هذه الصفحات متاحة للجميع وللعاقة، كما نضر أن ننضم المنظومة الأوسع إلى دعوتنا.

تلبية طلب السوق: الإستثمار في المواهب المحلية

تحدث المشاركون في اللقاءات الموجهة عن النقص في جودة برامج التدريب والتلمذة الصناعية، فقال أحدهم بحق أن "ما من أحد يستثمر في تعليم الجودة للمصممين المحليين". ونعلم أيضاً أن للإستثمار في المصممين المحليين غاية تجارية هائلة، إذ يؤدي إلى تلبية طلب السوق المتزايد على المنتجات العالية الجودة والموثوقة بشكل أكثر اتساقاً وكفاءة. وأوضح أحد المشاركين أنه "إذا علمنا المصممين المحليين كيفية القيام بعملهم بجودة أفضل، سيصبح الجميع إلى شراء منتجاتهم لجودتها وليس كمبادرة خيرية كما هو الحال اليوم."

"إذا علمنا المصممين المحليين كيفية القيام بعملهم بجودة أفضل، سيصبح الجميع إلى شراء منتجاتهم لجودتها وليس كمبادرة خيرية كما هو الحال اليوم."

أحد المشاركين في اللقاءات الموجهة

وأشار المشاركون مرارًا وتكرارًا إلى أهمية تعزيز حرفية المنتجات أثناء تنفيذ تصاميمهم. ولاحظ بعض المشاركين أن تطوير منظومة البلد البيئية وثقافته يتطلب أجيالاً من التنمية والإستثمار. وأوضح أحد المشاركين "نحن حديثو العهد في هذا السوق الحرفي، فعلينا أن نصبر، سواء كمصممين أو كسوق."

"نحن حديثو العهد في هذا السوق الحرفي، فعلينا أن نصبر، سواء كمصممين أو كسوق."

أحد المشاركين في اللقاءات الموجهة

وتحدث بعض المشاركين عن تحديات الحفاظ على الحرفية وعلى الخبرة، ما يصعب على المصممين الأسباب المتحمسين والحيويين التعلم من تاريخ الصنعة والإبتكار منه. وأوضح أحد المشاركين أن الكثير من الحرف التقليدية تختفي لأن "المعلمين القدام يتوفون، وبينهم وبين الجيل اليافع فجوة كبيرة"، كما شدّد المشاركون في أغلبيتهم على أهمية تقديم منتجات محلية إلى السوق مهاراتها واضحة وبارزة.

"في نهاية المطاف، الأمر برقته موضوع موهبة. عودة إلى سؤالك الأول عما يدفعنا، عما يحفزنا لشراء شيء

"ما من أحد يستثمر في تعليم الجودة للمصممين المحليين."

أحد المشاركين في اللقاءات الموجهة

أن قضية الأعمال والإستثمار موجودة لمساعدة إتقاء العرض والطلب عند نقطة قويّة لكفاءة السوق. من سيتولّى قيادة هذا التّحدي المهم لبناء الصّناعة؟ يلتزم فريق أظلال القيام بدوره وتنتطّع إلى العمل مع الرّعاة والمؤمنين بمواهب التصميم المحليّة، وندعو القطاعين العام والخاص للإضمام إلينا في هذا التّعهد الوطني.

ما، لو كان طاولة أو لوحة أو قطعة ملابس، فإنّ الإجابة هي السّبب العالمي المشترك، ألا وهو أنك أحببت تلك القطعة.“

نعلم أنّه لم يعد من الممكن التّعامل مع التصميم المحليّ بدافع خيريّ إذ أردنا تطوير صناعة تصميم محليّة مزدهرة وتنميتها. ويلقي تقرير الصّناعة القادم المزيد من الأدلّة على فرص بناء الصّناعة في المملكة العربيّة السّعوديّة اليوم.

الخطوات التّالية: الإلتزام بالتّصميم المحليّ وتمكينه

تمكّننا من خلال تكليف هذا البحث والدراسة إدراك تحديات المصمّمين المحليّين الحاليّة من منظور الرّبائن والمشتريين. ويطالب السوق أن يحصل المصمّمون المحليّون على الدّعم الذي يحتاجونه، إذ لا يمكن أن يبقى الإرشاد والتّعليم رفاهيّة أو إمتيازًا للقلّة، ولذلك من الأساس تنمية منظومة تصميم محليّة. وتزوّد برامج التّدريب المهني المصمّمين المحليّين بمبادئ التصميم وممارساته التي يطالب فيها العديد من المشاركين في البحث، فالتّعلّم وبرامج التّطوير ومناهج التّدريب ضروريّة ليغوص المصمّمون المحليّون في ابتكار خبراتهم المصنوعة في السّعوديّة.

نذكر الكثير من الإنجازات التّنظيميّة الهامّة ودعم القطاع العام التي تحقّقت بفضل قيادة خادم الحرمين الشّريفيّن الملك سلمان بن عبد العزيز وصاحب السّمو الملكي ولي العهد الأمير محمد بن سلمان بن عبد العزيز. وثبتت الهيئات العاقّة مثل وزارة التّجارة السّعوديّة ووزارة التّجارة والإستثمار والغرف التّجاريّة في عام ٢٠٢٠ في دعمها القوي للمجتمع وللصّناعة من خلال ترخيص المهنيّين المستقلّين وتشجيع الأصول التّقافيّة غير الملموسة وتحديد مجالات التصميم في عالم التّقافة وحماية تراثنا وحرفيتنا بواسطة ميزاتيات وسياسات إستراتيجيّة. ويتمنّع عالم التصميم المحليّ بمنظرة ضخمة بفضل وجود السّعوديّة في المجلس التّنفيذي لليونسكو وانتخابها في سبتمبر الماضي لعضويّة لجنة اليونسكو للتّراث التّقافي غير الماديّ.

هناك طلب محليّ لشراء منتجات محليّة، ومن الواضح

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

نورة الفَيْصل	مؤسّسة، أطلال للتصميم
هادي دميان	خبير إستشاري، The Zovighian
لين زوفيكيان	مديرة تنفيذية، The Zovighian Partnership

في صياغة النص

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

في البحث

نورة الفَيْصل	مؤسّسة، أطلال للتصميم
ريان شَبَقْلُو	محلّلة أبحاث، The Zovighian Partnership
ألكسندرا تيشن	خبيرة إستشارية، The Zovighian Partnership
فائق حَبَش	خبير تحليل الأبحاث، The Zovighian Partnership
ساهر كَمُون	محلّ إداري للأبحاث، The Zovighian Partnership
محمّد قطيش	محلّ أبحاث، The Zovighian Partnership
نور مِهدي	محلّلة أبحاث، The Zovighian Partnership
جُوي سعادة	محلّلة الإتصالات الإستراتيجية، The Zovighian Partnership
لين زوفيكيان	مديرة تنفيذية، The Zovighian Partnership

في تصميم البصريّات

داليا بوري	محلّلة إبداعية، The Zovighian Partnership
براندي جَنّاو	منسّقة، أطلال للتصميم

عن صياغة النصّ

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

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

يعمل الباحثون والإستراتيجيون والمحلّلون في الفريق في خدمة الجماعات وصانعي الأمم والمنظّمات والحكومات، فنرافق 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، فيرتكز البحث على منهجيات إصغائية خاصّة تحافظ على المشاركة الفعّالة للجميع وتمكّن بحثًا علميًا ذو وقع مسؤول.

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

