



نشري محلي نشري سعودي

التصميم المحلي في المملكة العربية السعودية: حيثيات
واتجاهات مستتريه وهواة جمعه المخضرمين

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

أظلال + صناعة

نبذة عن أظلال

تخدم منصّة أظلال صناعة التّصميم المحلّي في المملكة العربيّة السّعوديّة وتناصرها. وتشمل أظلال، الّتي أسّستها نورة الفيصل عام ٢٠١٨م الموافق ١٤٣٩هـ، التّصميم المعماري والتّصميم الدّخلي وتصميم الجرافيكس وتصميم الأزياء وتصميم المنتجات.

ولمهمّة أظلال وقّع على تمكين منظومة محلّيّة مزدهرة من مصمّمين وسلاسل توريد ومعلّمين ومشترين ورعاة تصميم. ونهدف إلى الإستثمار في الأبحاث وإلى تبادل المعرفة وتنمية القدرات وتقوية نقاط الإلتقاء بين العرض والطلب.

تسعى أظلال أن تنمّو مع المملكة العربيّة السّعوديّة، وتتعهّد على طول المسيرة أن ندعم صناعتنا المحلّيّة وأن نرافق المواهب حولنا وأن نقدّم الإستشارة إلى الحكومة وأن نستثمر في صناعة أصيلة ترمز إلى ”صنع في السّعوديّة“.

سجل تجاري رقم: ١٠١٠٥٩٢٤٦٦ • ١١٤٩٥١٢٥١ ٩٦٦ +
شارع أبي الكرم، حي الضباط، مبنى ٤٥٩٨، رقم الوحدة ٢، الرياض، المملكة العربية السعودية

www.adhlal.com • team@adhlal.com

حقوق النّشر محفوظة لأظلال للتّصميم، ٢٠٢٠ جميع الحقوق محفوظة.

إلى قارئتنا العزيزات وقارئنا الأعزّاء،

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

ويسعدني أن أقدم لكم النّسخة الثّانية لهذه الدّراسة، فتفضل النتائج الرّئيسة من بحثنا الأوّل.

وتدعو هذه الدّراسة المصمّمين المحلّيّين أن يثقوا بتأثيرهم وبإمكانيّاتهم، فيتصقّحون رغبات واهتمامات وحماس مشتري التّصميم المحليّ وهواة جمعه ورعائه في المملكة العربيّة السّعوديّة.

وأتوجّه إلى المشاركين في اللقاءات الموجهة، شاكرة انضمامهم إلى البحث في تجربة عميقة غمرتنا علماً وساهموا فيها بحكمة وفكراً نقدياً. أنا ممتنّة لسخاء مداخلتكم التي أتشرف أن أشاركها مع أوساط صناعة التّصميم المحليّة 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 المحليّة في المملكة.

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

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

وتفضّلوا بقبول فائق الإحترام،



نورة الفيصل

المؤسّسة
أطلال للتّصميم

٢٣ سبتمبر ٢٠٢٠م، الموافق ٦ صفر ١٤٤٢هـ





رسالة المؤسسة



نبذة عن أطلال



النتائج الرئيسية



المنهجية



أهداف البحث ودراساته



نظرة عاكة تنفيذية



التصميم المحلي كصناعة:
الخلفية والمصطلحات الرئيسية



عن صياغة النص



تقدير وامتنان



مراجع للمنهجية



في المضيّ قدماً: نظرتنا إلى مستقبل
التصميم المحليّ السعودي

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

ويزدهر التصميم في قلب هذه الإمكانيات. هو أولاً وسيلة تلبي الاحتياجات الاجتماعية والثقافية والإقتصادية، وأداة لتمكين الإنتاجية، وقناة للفعل والتعبير. ويتطلب التصميم تفكيرًا نقديًا لتطوير أفكار جديدة ولحلّ المشاكل ولابتكار حلول وظيفية واختبارها خدمةً للمجتمع والشركات وللبيئة الحاضنة. وإن غاب التصميم، تعدّر على الجماعات وعلى الإقتصادات أن تتصل مع بعضها البعض وأن تتفاعل فيما بينها لخلق قيمة، فللتصميم قيمة ابتكارية غالبًا لا نقدّرها.

تؤمن أطلال في إمكانيات التصميم، فتشجّع على تحويله من منظومته الحالية إلى صناعة محلّية كاملة، يتخطى من خلالها بساطة الإستعمال. وتترسّخ جذور هذه الصناعة في تراثنا الذي يشهد على إمكانياتها المقبلة، إذ لصناعة التصميم مستقبل يمكّنها تنويع إقتصادنا بشكل 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، على أسس العرض والطلب الإقتصادية، بالإضافة إلى ديناميكيات إجتماعية وتنظيمية. ويضمّ جانب العرض في هذه الصناعة المصمّمين المحليين والشركات المحلية في المملكة العربية السعودية والتي تنمو مع البلد،

أي المصمّمين من الجنسية السعودية ومن أية جنسية يلتزمون التصميم في المملكة. ويتضمّن أيضًا جانب العرض أصحاب الأعمال والمهنيين المستقلين والمصمّمين الموظفين وشركات التصميم والجمعيات الخيرية المتعلقة بالتصميم، بالإضافة إلى سلسلة توريد كاملة تسمح للمصمّمين تحقيق مسيراتهم الإبداعية وتطوير المنتجات فيخلقون قيمة التصميم الكاملة.

ويمثّل جانب الطلب بمشتري التصميم وريائته وبهواة جمعه، وبجهات رعايته على تنوّعهم. 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 الرئيسة التالية لتجمع جانبي العرض والطلب، منها البنية التحتية وتنظيمها، وخدمات التعليم والمعلمين.

ونتشرّف أن نقدّم في صفحات هذه الدراسة معطيات تتعلّق في صناعة التصميم المحلية في المملكة العربية السعودية.

التصميم وسيلة تلبي الإحتياجات الإجتماعية والثقافية والاقتصادية. هو أداة لتمكين الإنتاجية والتعبير، وعملية خلق أفكار جديدة وحل مشاكل وإبتكار حلول وظيفية.

المقدمة

التصميم وسيلة تلبي الإحتياجات الإجتماعية والثقافية والإقتصادية. هو أداة لتمكين الإنتاجية والتعبير، وعملية خلق أفكار جديدة وحل مشاكل وإبتكار حلول وظيفية. وتعرف هذه الدراسة بالتصميم على أنه صناعة تشمل قطاعات متعددة، من التصميم المعماري والتصميم الداخلي وتصميم الجرافيكس وتصميم الأزياء وتصميم المنتجات. وفي غياب التصميم، يتعذر على الجماعات وعلى الإقتصادات أن تتصل مع بعضها البعض وأن تتفاعل فيما بينها لخلق قيمة.

أهداف الدراسة

توجه أطلال هذه الدراسة إلى المصممين المحليين في المملكة العربية السعودية بشكل خاص، وتسلط الضوء على شريحة محددة من جانب الطلب في صناعة التصميم المحلية، من مشتري التصميم وزبائنه وهواة جمعه، وأصحاب الخبرة في رعاية المصممين ودعمهم من مانحين وجهات راعية ومعلمين. وتنظر الدراسة في عوامل أخذ القرار المتعلقة في هذه الشريحة وفي ديناميكياتها وفي حيثياتها لشراء التصميم المحلي. بعد ذلك، نتوسع لفهم ديناميكيات العرض والطلب في صناعة التصميم المحلية.

وتفتتح هذه الدراسة في نسختها الثانية سلسلة من الدراسات ويأتي قسم "أهداف البحث ودراساته" من هذا المستند شركًا للأهداف المحددة.

المنهجية

نظرًا لقلة المعلومات المتوفرة 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. وتمعن الباحثون في وضع أسئلة منسقة تنبثق من أسئلة البحث الرئيسية بالإضافة إلى إستمارات قصيرة لتحصيل معلومات المشاركين الديموغرافية. وأتت المشاركة في اللقاءات الموجهة طوعية تمامًا، ولم نقدم أي حافز مالي للمشاركين، كما أكدنا لهم على حجب هوياتهم الكاملة، ووقعوا أيضًا على استمارات يوافقون بموجبها على التسجيل الصوتي للقاءات.

نظرة عامّة تنفيذيّة

صاغ الباحثون البيانات خطّيًا وترجموها وحجّبوا عنها أسماء المشاركين حمايةً لخصوصيّتهم، ثمّ رمّزوها إستنادًا إلى تقنية بوياتزي للتحليل وللتّرميز المستمّر. وطوّر الباحثون سجّل رموز لتوجيه توثيق النتائج الرّئيسة والمواضيع الأساس. وعلى الرّغم من عدد المشاركين المحدود في البحث، تأتي النّتائج والتّوصيات المطروحة في هذه الدّراسة دعمًا لمسيرة المصمّمين الإبداعيّة في المملكة العربيّة السّعوديّة، كما تختبر تطلّعات أبحاث مقبلة وتعرّزها.

ويفضّل قسم ”المنهجيّة“ كلّ من تصميم البحث وجمع البيانات وقيود الدّراسة والفرص المتاحة لإجراء المزيد من الأبحاث وأخلاقيّات البحث وتحليل البيانات وتقديم نتائج البحث المتنوّعة.

النّتائج الرّئيسية

عبّر المشاركون في اللّقاءات الموجهة بصراحة عمّا يدفعهم إلى دعم المصمّمين المحلّيّين في المملكة العربيّة السّعوديّة والسّراء منهم. وإذ أجمعوا على ثغتهم العالية في شراء منتجات التصميم المحليّة وخدماته بغية تشجيع تنمية المواهب والمنتجات السّعوديّة، تخلّلت اللّقاءات نقاشات حاميّة حول احتياجات المشاركين من جانب الطّلب ومتطلّباتهم المتعلّقة في شراء التصميم المحلي وتنميته.

استخرج الباحثون من مداخلات المشاركين خمسة معايير تؤثر على قرارات شراء التصميم المحلي ورعايته:

- عقليّة المستهلك، إذ تتبلّور رغبة الإنخراط في الصّناعة كمستهلك وليس كمانح؛
- الوطنية والحسّ بالواجب لدعم المواهب المحليّة واحتياجاتهم ومتطلّباتهم؛
- الثّقة في المصمّمين؛
- تطوير المنتج، من أصلاته وحصريّته، فجودته وجاذبيّتهجماليّته؛
- تجربة السّراء، من الوصول إلى المنتجات المحليّة وتسعيرها العادل.

ويقدّم قسم ”النّتائج الرّئيسة“ تفاصيل وتحليلات كاملة للطّروحات الثّالية.

١. عقليّة المستهلك: من المانح إلى الرّبون

كّرر المشاركون في البحث مدى أهميّة تطوير علاقتهم مع وسط التّصميم، فيدعمون المصمّمين كزبون ومشتري بدل أن يكونوا مانحين وجهات راعية، وذلك انطلاقًا من اهتمامهم في نجاح المصمّمين المحليّين واستمراريّتهم.

٢. الوطنية والحسّ بالمسؤوليّة

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

وعبّر العديد من المشاركين في البحث عن رغبتهم في تغيير طريقة دعمهم للتّصميم المحليّ، فينبّجون إلى شراء التّصميم المحليّ بدل رعاية المواهب المحليّة كما يفعلون الآن. وتحدّثوا أيضًا عن عوامل شرائيّة ترتكز على الرّبون وتؤثّر بشكل متزايد على علاقتهم مع وسط التّصميم المحليّ، مثل كفاءة المصمّم وفائدة المنتج وتقديره وحتّى تجربة السّراء.

٣. الثّقة في المصمّم

عبّر المشاركون في البحث في غالبيّتهم عن إهتمامهم في دعم مسيرات المواهب المحليّة الإبداعيّة في المملكة. وظهرت الثّقة في صلب قرار السّراء من المصمّمين المحليّين.

٤. تطوير المنتج

يهتمّ المشاركون كثيرًا في المنتجات المصنوعة في السّعوديّة تماشيًا مع سلوكهم الشّرائي الوطني، وتحدّثوا عن خصائص وميزات المنتجات المحليّة التي تكتسب أهميّة أكبر في قراراتهم الشّرائيّة. وانطلق بعضهم من موقعي المعلّم والجهة الرّاعية فقدّموا نقدًا بناءً ليزدهر المصمّمون في صناعة تصميم تنافسيّة وتقنيّة.

وإن أكّد المشاركون على أهميّة إنجذابهم إلى المنتج، بقيت الفكرة المدروسة والأصيلة أهمّ لهم، إذ أجمعوا أنّ إستثنائية المنتج وأصالته

وحصريّته من العوامل الأساس التي تتركز عليها عمليّة السّراء المحليّة. وتحدّث الكثيرون عن أهميّة رعاية الإبداع المحليّ لتلبية طلبهم القويّ وغير الكاف على القطع الفريدة والأصيلة، كما عبّروا عن أهميّة حماية الملكيّة الفكرية للتّصميم المحليّ، بخاضة ضدّ نسخ الأعمال الأصيلة.

وعبّر المشاركون في اللّقاءات الموجهة عن الحاجة إلى تعزيز حرفيّة التّصميم المحليّ 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 السّراء

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

نظرتنا المستقبلية للتّصميم المحليّ

تؤمن أظلال في إمكانيّة صناعة تصميم محليّة مزدهرة في المملكة العربيّة السّعوديّة، فمن الجوهري إعادة صياغة موارد وفرص منظومة التّصميم المحليّة، فتصبح صناعة يحكمها العرض والطّلب. وتأتي هذه العقليّة بقيمة مضافة ومتّسقة وقابلة للقياس للنتائج المحليّ الإجمالي وللتنسيق الإجمالي والإقتصادي في المملكة العربيّة السّعوديّة.

يحتاج السّوق إلى جانب الطّلب من مشتريين وهواة جمع التّصميم لدعم المواهب من جانب العرض بطريقة فعّالة. وعلى جانب العرض أن يستجيب لاحتياجات جانب الطّلب ولرغباته إذ يحتوي على البعض من زبائن مستقبليين يمكنه أن يستيقّهم للمدى الطّويل. ونحتاج أيضًا إلى بناء صناعة تتمحور حول الطّلب وتحكمها أسس إقتصاديّة قويّة. ولهذا، على

المشاركين في البحث من جانب الطّلب مساءلة السّوق وتقديم أنفسهم كزبائن يرغب فيهم جانب العرض فيرعوه. كما يتطلّب إعطاء المواهب المحليّة من جانب العرض الأدوات اللّازمة لتنمية قدراتهم وتمكينهم من خدمة سوق قويّ. تدرك أظلال أهميّة الإحتراف والمعرفة لتمكين صناعة تصميم محليّة مستدامة ومزدهرة، ونتطلّع إلى نشر المزيد من الأبحاث حول هذا الموضوع المهم.

ويعرض قسم ”في المضيّ“ قدّمًا: نظرتنا إلى مستقبل التّصميم المحليّ السّعودي“ تفاصيل نظرتنا والإجراءات التي نوصي بها.

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

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

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

وتندرج هذه الدّراسة ضمن السّلسلة الأولى من دراسات أظلال الّتي تستند على المعلومات والنتائج المنبثقة من البحث العلميّ الأوّل الّذي طلبته أظلال بُغية فهم الواقع الحاليّ للتّصميم كصناعةٍ في السّعوديّة والنّظر في إمكانيّات هذه الصّناعة.

وأجرت أظلال خلال شهرَي أكتوبر ونوفمبر من عام ٢٠١٨م الموافقين شهر صفر ١٤٤٠هـ لقاءات موجّهة مع مجموعات من المشاركين في البحث، أصحاب السّبيلة العالية وقدرة الشّراء المرتفعة، من مشتري منتجات التّصميم المحلّي وخدماته في المملكة العربيّة السّعوديّة وزبائنه وهواة جمعه، بالإضافة إلى المانحين والجهات الرّاعية والمعلّمين.

وتشرح هذه الدّراسة في قسم منهجيّتها أسباب إفتتاح البحث من جانب الطّلب في صناعة التّصميم، وتشير إلى المشاركين في البحث المذكورين أعلاه بعبارة ”جانب الطّلب“.

ويهدف البحث مع جانب الطّلب إلى

١. فهم مطالب الشّوق المحلّي واستيعابها، لا سيّما احتياجات الشّوق ومتطلّباته ورغباته وألويّاته؛
٢. تحديد تحديّات الشّوق والفرص المتاحة فيه، لا سيّما ديناميكيّاته وعوامل تمكينه وعرقلته ومحرّكات نموّه وإتجاهاته المتوقّعة؛
٣. تقضي قدرة الصّناعة المحلّيّة على المساهمة الإجماليّة والإقتصادية الفعّالة خدمةً بالنّاتج المحليّ الإجماليّ وبالتنوّع الإقتصاديّ وبالمجتمع بأكمله.

وتبحث هذه الدّراسة في حيثيّات المشاركين في البحث وفي اعتباراتهم لناحية الشّراء من العروض المحليّة الّتي يقدّمها الشّوق الحالي، فتؤثّر على المسيرات الإبداعيّة وعلى تطوير المنتج، وي طرح المصمّمون في الشّوق منتجات وخدمات تتمحور حول الطّلب. ويمكن لهذه المعطيات أن تؤثّر على كلّ من استراتيجيّات التّسعير والتّسويق والمبيعات.

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

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

وتتميّ أن تلقى هذه الدّراسة إهتمام الجهات الفاعلة في الدّبلوماسية الثّقافية، الخاصّة منها والعاقّة، المكلفة بتقريب المجتمع الدّولي من المملكة ومن كلّ ما نقدّمه.

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

مجموع أركان جانب الطلب

مجموع حجم السوق لناحية إمكانات جانب الطلب الإقتصادية

صورة رقم ١: شرائح السوق المدروسة: عينة من المشاركين في البحث



الجهات الرّاعية



المستثمرين



هواة جمع التصميم



المشتريين

عينة من أركان السوق المخضرمين

تصميم البحث

البداية من تحليل جانب الطلب

كلّفت أطلال The Zovighian Partnership تصميم مهمّة البحث الأولى وتنفيذها. ويركّز 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 للإمكانات الإقتصادية، وللإستعداد للدفع، وللزّغبة في الإستثمار في المنتجات والخدمات والمواهب المحليّة المعروضة.

أسئلة البحث الرّئيسية

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

١. كيف ينظر جانب الطلب اليوم إلى صناعة التصميم في السّعودية، وكيف يتفاعل مع هذه الصناعة بشكلٍ عام؟
٢. ما هي تحدّيات وفرص الرّبائن والمستثمرين والمانحين في تفاعلهم مع المصمّمين المحليّين والصّناعيّين والبائعين في إطار صناعة التصميم في السّعودية اليوم؟
٣. ما هو الدّعم - تنظيمي، مالي، متعلّق في بنية المنظومة التّحتيّة أو في تطوير القدرات، إلخ - الذي نحتاج إليه صناعة التصميم المحليّة اليوم لتزدهر ويُعتَرَف فيها رسميًا وتصبح قوّة إجتماعيّة وإقتصادية تساهم في شكلٍ كبير في النّاتج المحليّ العام للمملكة؟

إعتماد طريقة البحث التّوعوي

نظرًا لقلة المعلومات حول صناعة التصميم في السّعودية، أخذ البحث إتّجاهًا توعوي واستكشافي، ليصغّي بتمعّن إلى آراء المشاركين فيه ووجهات نظرهم، فيعبّر عنها بشكل كامل. وأنت 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 تمعّنًا في وضع أسئلة منشقة تُيسّر اللقاء وتنبثق من أسئلة البحث الرّئيسية. وقد استعنّا بمنشقي لقاءات ومدوّني ملاحظات متمرّسين خضعوا أيضًا إلى تدريباتٍ خاصّة للعمل على هذا البحث.

ولدعم البيانات المحصّلة في اللقاءات، صمّنا إستماراتٍ قصيرة ووجّهناها إلى المشاركين في البحث في بداية اللقاءات لتحصيل معلوماتٍ شخصيّة 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 أبحاثٍ محلية وكتابات نحتاج إليها بشدّة عن الصناعة وديناميكياتها وعن أركان السوق وعن الإتّجاهات النّاشئة.

جمع البيانات

المشاركون في البحث

لما ركّز البحث على جانب الطلب، صمّمت اللقاءات للمشتريين وللرّبائن ولهواة جمع التصميم، بالإضافة إلى المانحين، والجهات الرّاعية، والمعلّمين، أصحاب السّيولة العالية وقدرة الشّراء المرتفعة. وطلبنا من المشاركين في البحث تحديد عدد سنوات خدمتهم في هذا الدّور.

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

العمل الميداني

انعقدت اللقاءات الموجهة بين أكتوبر ونوفمبر ٢٠١٨م، الموافقين صفر ١٤٤٠هـ في مكاتب أظلال في الرياض. وأدّت معايير إنتقاء المشاركين الدقيقة إلى مشاركة ثماني عشر شخصًا موّرعين على ثلاثة لقاءات.

اللّغة

لما انعقدت اللقاءات في اللغة الإنكليزية، طلب المنشعون من المشاركين التعبير في اللغة المفضّلة لهم، أكانت العربيّة أو الإنكليزيّة، مؤكّدين على أهميّة المشاركة في البحث من دون قيود لغويّة. وانسجاقًا مع المبدئ 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 اللّقاءات الموجهة طوعيّة تامًا ولم نقدّم أيّ حافز ماليّ للمشاركين.

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

وكان جميع المشاركين في اللّقاءات قد وقّعوا على إستماراة 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 خطّيّا 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 سجّل الرّموز واستكمال التّرميز الإنتقائي، استخرج الباحثون تعليقات للمشاركين تعبّر عن توجّهاتهم خلال البحث بُغية النّظر في نتائج

البحث الأساسيّة ومحاوره المبدئيّة. ثمّ أجرى الباحثون تحليلاتٍ مواضعيّة متطوّرة من خلال التّرميز المحوّري والمذاكرة للنّظر في تداعيات البحث الإستراتيجيّة.

وؤنّقت البيانات المجموعة والمرقّزة في ملفّ عنوانه ”جمع البيانات الأوّليّة“ لتسهيل التّحليل الإستراتيجي.

تطلّبت هذه الدّراسة مراجعة إنتقاديّة للنتائج الّتي 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 مضلّل أو متحيّز على نتائج البحث وتحليلاته.

تقديم النّتايج وملاحظاتنا

سهّلت The Zovighian Partnership ورش عمل إستراتيجيّة مع فريق أظلال لدراسة ملفّ ”جمع البيانات الأوّليّة“ 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 التّصميم المحليّة والمهتمّين فيها. وأتى قسم ”أهداف البحث ودراساته“ يشرح ما نتمناه من أهداف لهذه السّلسلة.

تغطية البيانات والنتائج للسّوق

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

وإذ استقطب البحث ١٨ شخصًا من شريحة أصحاب السيولة العالية وقدرة الشّراء المرتفعة المذكورة أعلاه والّتي تشكّل قسمًا صغيرًا جدًّا من السّوق في السّعودية، يقدّم البحث تمثيلًا إرشاديًا لمجموع هذه الشّريحة من جانب الطّلب.

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

الإلتزام في المزيد من الأبحاث

دراسة جانب العرض في صناعة التّصميم المحليّة أتاح لنا البحث في جانب الطّلب في الصّناعة بناء قاعدة منهجيّة متينة لبدء بحث جديد يركّز على جانب العرض. ونتطلّع إلى جمع نتائج ودلائل البحثين في أوّل تقرير عن صناعة التّصميم المحليّة في المملكة نقدّمة للقراء ولأركان التّصميم.

١. عقلية المستهلك: من المانع إلى المشتري

٢. الوطنية والشعور بالواجب

٣. الثقة في المصمم

٤. تطوير المنتج

الإنجذاب إلى
جمالية المنتج

ضمان الجودة

التميز والحصريّة

الأصالة

٥. تجربة الشراء

توفر المنتج

الوصول المسهل إلى المنتج

من المانع إلى المستهلك

المصدر: تحليل أظلال؛ تحليل ZP

عبر المشاركون في اللقاءات الموجهة بحماسٍ عمّا يدفعهم إلى شراء التصميمات المحليّة ورعاية المصمّمين في المملكة العربيّة السّعوديّة. وأجمع المشاركون وهم من جانب الطّلب، أصحاب السيولة المرتفعة وقدرة الشّراء العالية، على احتياجاتهم واهتماماتهم ومتطلّباتهم من المصمّمين المحليّين. وأعربوا بأكثرهم عن رغبتهم القويّة والمقصودة لدعم المواهب وتنمية صناعة التصميم المحليّة في المملكة.

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، فإنّني سأدعم ”صنع في السّعوديّة“ بشكل تام

أحد المشاركين في اللقاءات
الموجّهة

وسلّط المشاركون في البحث الضوء على
خمسة عوامل رئيسة تدفعهم إلى شراء
التّصميم المحليّ ورعايته:

١. عقلية المستهلك، إذ تتبلور رغبة الإنخراط
في الصّناعة كمستهلك وليس كمائع؛
٢. الوطنيّة والحسّ بالواجب لدعم المواهب
المحليّة واحتياجاتهم ومتطلّباتهم؛
٣. الثّقة في المصمّمين؛
٤. تطوير المنتج، من أصالته وحصريّته، فجودته
وجاذبيّة جماليّته؛
٥. تجربة الشّراء، من الوصول إلى المنتجات
المحليّة وتسعيرها العادل.

وينظر قسم التّنتائج الرّئيسة هذا في كلّ من
الإعتبارات الخمسة التي تأثّر على قرار الشّريحة
من جانب الطّلب التي يمثّلها المشاركون في
البحث.

١. **عقلية المستهلك، من المائع إلى الرّبون**
ألقت اللّقاءات الموجّهة الضوء على توجّه ناشئ
لدى المشاركين في البحث، إذ عبّر الكثيرون عن
رغبتهم في الشّراء كزبائن بعد أن كانوا يعتبرون
أنفسهم مانحين يدفعهم واجب الشّراء. وقد
أثار هذا التّوجّه في قرارات الشّراء وأساليبه
مناقشات حامية، فلاحظ أحد المشاركين أنّ
دعم المواهب المحليّة ليس محتكراً على الشّراء
كمائع كما هو منذ وقت. وأشار آخر ”ولكّني
سوف أفعل ذلك [أشتري محليّاً] ليس من
بادرة التّبرعات [...] سوف أقوم بذلك لأنّي
أحبّ ذلك.“

وإذ تهتمّ شريحة السّوق التي يمثّلها المشاركون
في البحث في مقاربة الصّناعة كمشتريين
وليس كمانحين كما هو متوقّع، يتفاعل العديد
من المشاركين مع المواهب المحليّة إنطلاقاً
من شعور أقوى لرعايتها وتحمل المسؤولية
تجاهها. ويجد الباحثون أهميّة في مراقبة تطوّر
هذه الدّيناميكيّة، خاصّة إذا أدت إلى تقوية
جانب الطّلب، فتتمو شريحة مشتريين بدل
مانحين وشريحة مستثمرين بدل رعاة.

٢. **الوطنيّة والحسّ بالواجب**
يندفع المشاركون في البحث للشّراء من العرض
المحليّ بفعل الوطنيّة والمحافظة على الهوية،
فيعلّق أحدهم قائلاً ”حتّى لو لم أكن لأشتري
ذاك المنتج، مجرّد أنّي 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 لأشتري [...] سوف أشتري محليّاً، لأنّ
أشعر أنّ هذا واجبي في دعم المصمّمين [...]“.
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 أعجبنني وكان محليّ التّصميم
فسوف أدفع أكثر له، يعني، سوف أشتري

المزيد منه [...] سوف أمدّ يد العون.“ وأشار
بعض المشاركين أنّهم قد يشترون من العرض
المحليّ بغض النّظر عن الجودة والسّعر وحتّى
لو لم يحتاجوا المنتج.

إنطلاقاً من تأثير الوطنيّة على عادات الشّراء
للعديد من المشاركين في البحث، لم يتفاجأ
الباحثون عندما أظهر المشاركون إهتمامهم
القويّ في المنتجات المصنوعة في المملكة
العربيّة السّعوديّة. وأكّد 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 كليّاً قبل عدّة سنوات [...] لذلك،
فإنّني سأدعم ”صنع في السّعوديّة“ بشكل
تام.“

٣. **الثّقة في المصمّمين**
أعرب معظم المشاركين في البحث عن
اهتمامهم 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
بالمسؤوليّة تجاه مسيرة المصمّمين الإبداعية



أريد شيئاً... وشيء ليس خارج نطاق السعر الذي أتحمله



أحد المشاركين في اللقاءات الموجهة

والمهنية. وإذ طُرِحَ موضوع الثقة، ذكر بعض المشاركين أنَّ العلاقات الشخصية والثقة بالمصممين هي عوامل مهمة يستندون إليها عند أخذ قراراتهم. وعبّر 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

تبين في اللقاءات الموجهة أنَّ الطلب على المنتجات الأصلية ذات الهوية القوية كبير والعرض غير كافٍ. وأصرَّ العديد من المشاركين على أهمية المنتج المحلي في مفهومه وفكرته. فاعتبر العديد من المشاركين أنَّ 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 تعلّق 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. وشدّد المشاركون أنَّ الأصالة من ركائز قرار شراء ورعاية المصممين، فهي للمنتجات المصممة محليًا 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 "إذاً أن يكون الشيء تقليديًا كثيرًا 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 الجيّد أن يسجّل المصمّمون براءات الإختراع والعلامات التجارية المتعلقة بأفكارهم الجديدة وبالتصاميم المبتكرة، بخاصة أنّ 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 طبقًا لن يكون الشيء نفسه." ولاحظ بعض المشاركين مازحين أنّ نسخ الأعمال من أشكال الإطراء للمصمّم الأصليّ.

حصريّة المنتج واستثنائيّته

عبّر المشاركون في اللقاءات الموجهة عن رغبتهم في قطع إستثنائية، فأوضحوا أنّ الحصريّة تضيف رغبة للحصول على المنتج ما يؤثر على خيار الشراء. وذكر أحد المشاركين في البحث، "إنّي أبحث عن الصنعة، الحرفة، الجودة، عن التمييز." وقال مشارك آخر: "فإنّي أبحث عن شيء فريد ومختلف، شيء متفن الصنع 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 الصنع وفريد الفكرة، سواء منتجات أو تصاميم."

ضمان الجودة، أولويّة وإستثمار

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

وحدّد المشاركون الجودة كمجال أساسي للتطوير وللإستثمار فيه.

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

ولاحظ المشاركون أنّ المشاكل المتعلقة بالجودة وبالحرفيّة غير الثّابتة والضعيفة هي نتيجة عدم توقّر التعليم في السوق.

جماليّة المنتج ونداؤه

بعض التّطرّ عن صناعة المنتج في المملكة العربيّة السعوديّة، تؤثّر خصائص وميزات المنتجات المصممة والمصنّعة محليًا على قرارات المشاركين في البحث وعلى عاداتهم المتعلقة بالشراء. وأوضح المشاركون أهميّة إعجابهم بالمنتج، ما يحثهم على شرائه. وقال مشارك: "إن أعجبنني ذلك بصريًا، أو إن نشبت علاقة بيني وبين القطعة، أو تمثّلت لي القطعة، وأعجبني منظرًا، فهذا يكفيني كي أسير قدمًا معها."

٥. تجارب الشراء

المنتجات المحليّة في وفرتها وسهولة الوصول إليها

أوضح المشاركون أنّهم يفضّلون المنتجات المتوقّرة باستمرار في السوق وتحدّثوا عن إستثنائية توقّر التصميم المحليّ، فقال أحدهم: "فرمضان مثلًا هو الزّمان الذي تجدون فيه كافّة المنتجات المحليّة، ولكن باقي العام ابحثوا عن شيء وتجدوا ذلك مستحيلًا."

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

وأشار البعض إلى التّحديات التي يواجهونها للوصول إلى المنتجات المحليّة، فعبّر أحدهم عن الحاجة إلى منصة تجمع الطلب على التصميم المحليّ مع عرض السوق المتوقّر والمواهب المحليّة، فقالوا عن هذا النّقص: "عليك أن تسألني شخصًا ليخبرك أين يقع كل شيء." ووافق أحدهم قائلاً: "عندما تريد إيجاد حرفي، وتجدينه فعلًا، عوض أن تسألني وتتوسّلي من الناس، مثلًا، من هو خياطكم، من يفضّل لكم ملابسكم، من أين تحصلون على عباءاتكم." وأضافوا: "يُمكّني أن أرى العديد من المصممين الموهوبين الصاعدين، وليست لديهم الفرصة لغرض تصميماتهم."

مسألة التسعير المحليّ

عبّر المشاركون في البحث عن عدم ارتياحهم من طريقة تسعير المنتجات المحليّة، فانتقدوا الأسعار التي لا يفهمون كيفيّة وضعها وأكّدوا على الحاجة إلى تسعير يسوّغ عملية شراء المنتجات المحليّة من الناحية الماليّة.

«إن أعجبني ذلك بصرياً، أو إن نشبت علاقة بيني وبين القطعة، أو تمثّلت لي القطعة، وأعجبتي منظرها، فهذا يكفيني كي أسير قدماً معها أحد المشاركين في اللقاءات الموجّهة»

وتمحور الحديث حول إرادة المشاركين في التعاطي مع التصميم من مبدئ الربون وليس من مبدئ المانع الذي يهوى جمع التصميم، فلاحظوا أنّه من الصعب التّهُوض بسوق مبدئي على علاقة زبائنية وليس على علاقة خيريّة من دون تسعير عادل وموثوق به.

وإذ يشعر المشاركون بالاستغلال، طالبوا باحترام الربون وبوضع أسعار عادلة، فقال أحدهم: "إنهم يتعاملون معي كمغفل أنّ شيئاً كهذا سيكلف، بينما أتعزّض للإهانة. هذا بغض النظر عن الشركة. فإني لن أدفع مالاً لأتّي أعتقد أنّه يجب احترامك للربون."

وأجمع المشاركون أنّ تحسين استراتيجيات التسعير مرتبط بجعل صناعة التصميم المحليّ متاحة بشكل أكبر للمواهب وبتحسين سهولة عملهم للمصمّمين في المملكة.

وبحسب المشاركين، تتفاقم حساسيّة السوق تجاه الأسعار المرتفعة والمبالغ فيها بخاصة عندما تقتنر بمنتجات جودتها غير جيّدة. وأوضح أحد المشاركين قائلاً: "المستهلك هنا حسّاس جدّاً للسعر، فهو مستعدّ للتّضحية بالجودة في مقابل السعر. لا أحد يريد أن يدفع ثمن الإنتاج ياتقان. أعتقد أنّ عندما تريدون شراء قطعة ذات جودة عالية، فإنكم تعجزون عن إيجادها، وذلك لأنّ المستهلك بشكل عام غير مستعد لدفع الثمن."

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

وكرّر النقاش أهميّة القدرة على تحمّل التّكاليف والإستعداد للدّفع خلال اللّقاءات 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 فإني أبحث عن شيء فريد ومختلف، شيء متقن الصّنع مع معايير عالية، شيء بإمكانني تحمّل سعره."

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

«فرمضان مثلاً هو الزّمان الذي تجدون فيه كافّة المنتجات المحليّة، ولكن باقي العام ابحثوا عن شيء وتجدوا ذلك مستحيلاً»

«لو وجدت شيئاً ما أعجبني وكان محليّ التصميم فسوف أدفع أكثر له، يعني، سوف أشتري المزيد منه... سوف أمدّ يد العون»

«نبحث عن صوت»

المشاركين في اللّقاءات الموجّهة

في المضي قدماً:

نظرتنا إلى مستقبل التصميم المحليالسعودي

قدّم لنا المشاركون في اللقاءات الموجهة الكثير

من المعطيات المهمة والتعليميّة، من نظراتٍ

مختلفة إلى مقاربات فكرية أساسية تفعل فرص

عملية واستراتيجية لصناعة التصميم المحليّة في

السعودية. ويأتي هذا القسم ليقدم نظرتنا إلى

مستقبل الصناعة لناحية الطلب والعرض وليسلّط

الضوء على الخطوات الضرورية التي نحتاج إليها

لتنمية السوق المحلي.

الإعتراف بالإمكانية الصناعية للتصميم المحليّ

يؤكد معظم المشاركين في البحث على أهميّة أن تستوعب صناعة التصميم المحليّة الزبون الذي طالما كان مانحاً أو راعياً للمصمّمين المحليّين ولمنتجات التصميم في السعودية. فأصحاب المواهب في المملكة ليسوا فقط موظّفين مستقلّين بدوام جزئيّ أو أشخاص ذو موهبة للتصميم، إذ الكثير منهم ممتهنين جديّين وأصحاب مشاريع يلزّمون حياتهم المهنية لبناء إرث تصميم ملحوظ. وبالتالي، من المهمّ تكريم عملهم الشّاق وفطنتهم الطّبيعيّة.

ونؤمن في أطلال أنّ لصناعة التصميم المحليّة فرصة كبيرة لتقديم قيمة مضافة مستدامة وقابلة للقياس للعلامة التجاريّة الوطنيّة وإمكانيّات الدّبلوماسيّة الثقافيّة وللنّاتج المحليّ الإجماليّ ولنسيج المملكة العربيّة السعوديّة الإقتصاديّ والاجتماعيّ. ولمّا نظرت هذه الدراسة في عدم الالتقاء بين المشاركين من جانب الطّلب وتجاربهم مع جانب العرض - وهي ملاحظة ظهرت في الكثير من الأحيان - نؤمن بشدّة أنّه حينما وُجد نقص في كفاءة السّوق، وُجدت أيضًا فرص ملحوظة للمعالجة وللتنّوير وبالتالي للنموّ.

ونتطلّع إلى تقديم المزيد من الدّراسات والأبحاث التي تسلّط الضّوء على جوانب هذه الإمكانيّات القيّمة. وحتّى ذلك الحين، نأمل أن يتبيّن القراء هذه المقاربة وأن يتفاعلوا مع بناء منظومة أكثر ارتباطاً وتنسيقاً وبيئة تقرب العرض والطلب بينهما البعض.

تنمية قدرة الزّبون

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

إلا أنّ الطّلب لا يتفاعل مع العرض، فشكّلت اللقاءات الموجهة المناسبة الأولى ليعبّر المشاركون في البحث عن عاداتهم في الشّراء 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 انطلاقاً من توجّههم كزبون. وأوضح العديد من المشاركين أنّه على الرّغم من اهتمامهم المتزايد بمعايير الشّراء المرتكزة على السّوق، ما زالوا يفتّرون من خلال قلب وعقل المانح والزّاعي عندما يتعلّق الأمر بدعم المصمّمين المحليّين في المملكة.

ومن الواضح أنّ لا تأثيرًا كبيرًا للمشاركين في البحث، وهم من جانب الطّلب، أصحاب السّيولة العالية وقدرة الشّراء المرتفعة، على ديناميكيّات العرض في السّوق، على الرّغم من انزعاجهم من أصالة منتجات التصميم المحليّة وجودتها والوصول إليها، وقد اعتبروا أنّ تسعيرها زائد وباهظ الثّمّن.

تعزيز المسيرة الإبداعيّة للمصمّمين المحليّين

من المهمّ تعزيز الطّلب المحليّ على المواهب المحليّة بالإضافة إلى تعزيز الطّلب المحليّ على المنتجات المحليّة. فمن الأساس الإستثمار في الموارد والأدوات التي يحتاج إليها جانب العرض بُغية الإزدهار وتنمية القدرات ودعم القوى الإبداعيّة وخلق القيمة، ليس فقط خدمة بالسّوق المحليّ، بل أيضًا لتصدير مواهبنا وعرضها على العالم.

وندعو المصمّمين المحليّين إلى أخذ هذه الدّراسة بعين الإعتبار وتحويل نتائجها الرّئيسة إلى دليل مخصّص لدعم مسيرتكم الإبداعيّة. ونتمنّى أن تنتقل المعرفة التي جمعها الباحثون إلى المواهب المحليّة، فهي تعليقات وانتقادات عبّر عنها المشاركون في البحث من باب الإحترام الكبير للمواهب المحليّة وقاربوها بالتّفصيل، ثقةً في التصميم في السّعوديّة.

ونرى فرصة كبيرة للإستثمار اليوم في صناعة التصميم السّعوديّة المحليّة، فتمتكّن المواهب المحليّة من تركيز أصواتها وتألّفها وإمكانيّاتها بغية دفعها إلى الأمام.

كيف يبدو هذا الإستثمار؟ من الصّوري أن نحفّز بيئة لتنمية ولتسهيل تطوير المنتجات وسهولة ممارسة الأعمال التجاريّة والوصول إلى زبائن يستمرّون معنا. وتحديث المشاركون عن الحاجة لبرامج تدريب وتعليم فنيّ قد طال انتظارها، واقترحوا بناء منظومة تستثمر التّقد البناء فيخطّى المصمّمون بجداريّة عالية صعوبة متطلّبات السّوق المتزايدة وارتفاع كلّ من المعايير والمنافسة العالميّة.

وتوجّه إلى الحكومة وإلى المجتمع المدنيّ وإلى القطاع الخاص لتولّي الأدوار الرّئيسة وأخذ المسؤوليّات الأساس لتعزيز الأطر التّنظيميّة ودعم مسيرات التصميم المحليّ ودعم مؤسّسات التصميم، من شركات ناشئة وأخرى قيّد النّمو بحضانة الأعمال وتسريعها وبغرض إستثمار، كما علينا أيضًا التّركيز على الحفاظ على الحرفيّة وعلى الهويّة.

لمزيد من الإستثمار في البيانات

نتمنّى أن تكون سلسلة الدراسات هذه بمثابة بداية منهجيّة صلبة لمزيد من الأبحاث التّشاركيّة. في بداية الأمر، ساهمت نتائج هذه الدراسة بتوسيع نطاق بحث جديد يتركز على جانب العرض في صناعة التصميم المحليّة، وخاصة المواهب الشّابة والمستقلّين والمهنيّين العاملين، بالإضافة إلى المصمّمين المؤسّسين وأصحاب أعمال التصميم. وانتهى العمل الميداني لهذا البحث في فبراير ٢٠٢٠م الموافق جمادى الآخرة ١٤٤١هـ حيث كان لنا شرف التّفاعل مع موهاب التصميم في السّعوديّة والتّعلّم منها. كما نرحّب بالمنظّمات الأخرى المهتمّة بدعم البحث وتطويره، فنتعلّم باستمرار من بحث نوعيّ وإثنوغرافيّ يتوسّع في ديناميكيّات جانب الطّلب وجانب العرض في صناعة التصميم المحليّة. ونوصي بشكلٍ خاصّ بأن تسعى مثل هذه الأبحاث إلى استكشاف الغرض والتّحدّيات في قدرة القطاع العام والقطاع الخاص والقطاع الثالث دعمًا لصناعة التصميم المحليّة.

سلسلة الدّراسات في خطواتها المقبلة

نأمل أن تأتي الدّراسة المقبلة كدليل توجيهي لتنمية القدرات، فتشجّع المصمّمين المحليّين على الإصغاء إلى اهتمامات المشاركين في البحث ونصائحهم.

تقدّر أظلال 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.

Lofland, J., Snow D., Anderson L. & 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.

في مراجعة النص

نورة القيصل
هادي دميان
لين زوفيكيان

مؤسسة، أظلال للتصميم
خبير إستشاري، The Zovighian Partnership
مديرية تنفيذية، The Zovighian Partnership

في صياغة النص

لين زوفيكيان

مديرية تنفيذية، The Zovighian Partnership

في البحث

نورة القيصل
ريان شبقلو
أليكسندرا تيشن
فائق حَبَش
ساهر كَمُون
محمّد قطيش
نور مهدي
جُوي سعادة
لين زوفيكيان

مؤسسة، أظلال للتصميم
محللة أبحاث, The Zovighian Partnership
خبيرة إستشارية، The Zovighian Partnership
خبير تحليل الأبحاث، The Zovighian Partnership
محلل إداري للأبحاث، The Zovighian Partnership
محلل أبحاث، The Zovighian Partnership
محللة أبحاث، The Zovighian Partnership
محللة الإتصالات الإستراتيجية، The Zovighian Partnership
مديرية تنفيذية، The Zovighian Partnership

في تصميم البصريات

داليا بوري

محللة إبداعية، The Zovighian Partnership

The Zovighian Partnership is a family-owned social investment platform, established by father and daughter in 2013. Deeply invested in R&D, we are committed to delivering ethical, inclusive, and innovative design, research, and prototypes. Our methodologies apply homegrown and sustainable frameworks, models, and mechanisms.

Our team of researchers, strategists, and analysts serve communities, nation-builders, organizations, and governments. We are commissioned at every step of your journey, from early-stage ideas to already-established impact initiatives, programs, and ventures.

The team is privileged to be serving Adhlal, under the vision of Nourah Alfaisal.

The research team of research analysts, fieldwork experts, and data scientists are committed to building information power with integrity. All commissioned research is scientific with customized deep-listening methodologies that safeguard strong participation and self-determination, all to deliver meaningful and ethical data.

Our venture and the family re-invest our financial, political, and intellectual capital into the Peace Collection, our growing peace-building impact portfolio.

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

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 الأمم والمنظّمات والحكومات. ونرافق مسيرتكم خطوة خطوة، من بزوغ الأفكار إلى المبادرات والبرامج والهيكليّات 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 منهجيّات إصغائيّة خاصّة تحافظ على المشاركة الفعّالة للجميع وتمكّن بحثًا علميًّا ذو وقع مسؤول.

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

References for methodology

Lofland, J., Snow D., Anderson L. & 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.

Acknowledgements

We would like to extend our sincere gratitude to all members of the research
and strategy teams who conducted this first research mission and made the
launch of this first white paper and series happen!

Editors:	
Nourah Alfaisal	Founder, Adhlal for Design
Hadi Damien	Expert Advisor, The Zovighian Partnership
Lynn Zovighian	Managing Director, The Zovighian Partnership

Writer:	
Lynn Zovighian	Managing Director, The Zovighian Partnership

Researchers:	
Nourah Alfaisal	Founder, Adhlal for Design
Rayane Chbaklo	Research Analyst, The Zovighian Partnership
Alexandra Chen	Expert Advisor, The Zovighian Partnership
Faiq Habash	Senior Research Analyst, The Zovighian Partnership
Saher Kammoun	Research Administrative Analyst, The Zovighian Partnership
Mohamed Kotaish	Research Analyst, The Zovighian Partnership
Nour Mehdi	Research Analyst, The Zovighian Partnership
Joy Saade	Strategic Communications Analyst, The Zovighian Partnership
Lynn Zovighian	Managing Director, The Zovighian Partnership

Graphic designers:	
Dahlia Bouri	Creatives Analyst, The Zovighian Partnership

will become your learnings. The insights and critiques of our respondents come from a place of deep respect for our local talent, and their detailed insights are a vote of confidence in the name of made in ksa design.

We see significant opportunity to invest today in the local saudi design industry so that our talent can embrace and propel their voices, brilliance, and potential.

What does that investment look like? It is imperative that we catalyze a nurturing environment to facilitate product development, ease of doing business, and access to a marketplace of sustainable clients. Our research participants spoke to the overdue need for mentorship programs and access to technical education. They also suggested building an ecosystem that feeds off of constructive criticism, in order to enable designers to proudly succeed against tougher market demands and rising global standards and competition.

We also turn to the government, civil society, and private sector to take on key roles and responsibilities in strengthening the regulatory frameworks to support local design journeys. We must collectively offer incubation, acceleration, and investment opportunities for start-ups and growth-stage design businesses. We must also invest in safeguarding and preserving craft and identity.

Further investing in data

it is our aspiration that this white paper series serves as a solid methodological start for further collaborative research to follow. To begin with, the key findings of this white paper have been used to help inform a broader dedicated research mission focused on the supply-side of the local

design industry, especially young talent, freelancers and employed professionals, as well as established designers and design business owners. Fieldwork for this research mission has just closed in february 2020, during which we had the privilege to engage with and learn from our design talent in the kingdom of saudi arabia. We welcome and encourage other interested organizations to support well-designed r&d so that we may all continue to learn from a broader qualitative and ethnographic research of both demand-side and supply side dynamics of the local design industry. We particularly recommend that such research seek to explore the opportunities and challenges in public, private, and third sector capacity to support our local design industry.

Next steps for this white paper series

we hope that our next white paper to you all will serve as a mentoring capacity-building guide, setting the stage for our local designers to continue to deeply listen to the interests and advice of the research participants we introduced you to in this paper.

Looking forward:

Our outlook on local Saudi design

Our research participants shared with us generous insights during our focus group discussions. They offered us a significant learning curve, introducing us to multiple lenses and ways of thinking that are key to enabling strategic and practical opportunities for the local design industry in KSA. We have detailed this section to present our outlook of the industry – for both its demand and supply sides – and highlight necessary steps that we believe need to be taken to advance our local marketplace.

Acknowledging the industry potential of local design

It is clear, from the majority of our research participants, that our local design industry needs to embrace the consumer in the donors and patrons that have long-supported local designers and design products in the kingdom. Our local talent are not just part-time freelancers and talent with design hobbies; many are vested professionals and entrepreneurs who have committed their careers to building noteworthy design legacies. It is critical to honor their hard work and natural acumen.

It is key we do so hand-in-hand. The demand-side of buyers and patrons must effectively support the supply-side of talent, which shall respond to the needs and desires of a demand-side of potential long-term clients. By acknowledging that both are the sides of a common coin, our local design ecosystem can graduate to that of an industry with much value to offer. Essential to this re-framing is embracing a language and spirit of market-making so that both sides can commit to serving and investing in each other.

For us at adhlal, the local design industry presents a significant opportunity to deliver measurable and sustainable value-add to the national brand, our cultural diplomacy potential, gross domestic product (gdp), and socio-economic fabric of ksa. While this white paper has examined what might often feel like critical disconnects between our demand-side participants and their experiences with the supply-side, we fervently believe that where there is market inefficiency, there is significant opportunity for growth.

We look forward to presenting to you more white papers and research that shed light on the many facets of this valuable potential. Until then, we hope that our readers will take ownership of this re-framed mindset and engage in building a more connected community and environment that bring supply and demand closer together.

Building consumer power

to shift from a local ecosystem to an industry with the potential to thrive, it is instrumental to build an industry that is demand-centric, ensuring that strong economic fundamentals govern the offering of supply to demand.

The perceptions, excitement, and pains of our research participants taught us that the market has yet to host a culture of accountability between consumers and suppliers of local design. This is largely still due to the prevailing strong expectation that local designers will be able to sell their products thanks to the persistent sense of charitable duty of local buyers.

Demand does not effectively speak with and engage with supply. In fact, it was only during our focus groups that many of our respondents ever communicated and presented their purchasing habits and consumer decision-making styles. Many have never directly shared these interests, desires, and expectations with local designers. As such, research participants have yet to hold the market truly accountable to their shifting desire to become consumers and move away from engaging with the market as donors. Many of our respondents explained that although they are increasingly caring about market-based purchasing parameters, they still do think with the hearts and minds of donors and patrons when it comes to supporting local designers in the kingdom.

As such, what this also teaches us is that high liquidity and strong purchasing power demand-side players do not appear to have much consumer power influence on market supply dynamics. This is despite their frustrations towards problematics of originality, quality, access, and perceived overpricing, all themes that were repeatedly stressed throughout our fgds.

Bolstering the creative journeys of local designers

alongside the empowerment of a local demand for local products, is the importance of empowering a local supply of local talent. It is key to invest in the resources and tools that our supply-side requires in order to elevate, capacity-build, and unleash forces of creativity and value creation; not only to serve the local market, but also to export our talent abroad for the world to see.

To the local designers, we invite you to take ownership of this white paper and transform its key findings into a custom-made manual to support each of your creative journeys. We hope that, the same way we learned so much from our research participants, these learnings

Research participants brought to our attention that the market is becoming increasingly price sensitive, possibly highlighting a growing lack of patience with unreasonably high prices and poor value for money. “The consumer here is very price-sensitive, so [they] will sacrifice quality for [...] price,” explained one participant. This same participant added, “Nobody wants to [...] pay the price of production with execution. I think that [...] when you want to buy a piece of quality, you cannot find it because the general consumer is not willing to pay the price.”

Respondents spoke to the growing tension between quality and pricing. Some remarked that manufacturing with strong quality in Saudi Arabia comes at a different price point. “Quality is much more expensive than not quality,” pointed out one research participants..

The importance of affordability and willingness to pay made was a recurring interesting debate across our focus group discussions. “I want something that is [...] in the price range that I can afford,” stated one of our participants. They added, “[...] when I go into any design, comp[etition], week, exhibition, [or] whatever it is, I am looking [...] for] something unique, different, something that is [...] made really well, with a high standard, something that I can afford.”

Some research participants did however state their persistent willingness to pay high prices for locally customized products. As one respondent shared, “If I find something that I like that is a local designer, I would definitely pay more for that [...].” Some research participants responded confirming that for custom-made products and design, they would be willing to pay more, noting that prices are usually very high.

“Nowadays, the local talent has been creating and producing beautiful works, whether it’s made in Saudi, or designed in Saudi and made abroad. This is completely different [to] a few years ago [...] So, I WOULD totally support ‘Made in Saudi Arabia’”

“It seems like Ramadan is when you have all local products, but then the rest of the year you try to find something and it’s impossible”

“If I find something that I like that is a local designer, I would definitely pay more [...and...] buy more of it because [...] ‘I’m going to support you’”

FGD participants

Prioritizing & investing in quality assurance
Quality was one of the themes that received the most attention during our focus group discussions. Research participants described their pains in finding products designed and executed with high quality and consistent standards of quality assurance. As one of our respondents strictly stated, “I want something that is made well. I’m looking for something that is made well with good quality [...] with a high standard [...].” Another participant also noted, “[...] basically you have a requirement in the beginning which pushes you to purchase something, and the quality will drive you.” As one participant further noted, “It really comes down to how much they’ve [the designers] invested into the quality of their product.”

Quality was consequently identified as a major area for improvement and investment by our research participants.

Some respondents also spoke to the lack of consistency of quality assurance for design specifications of mass-produced products. They remarked that it makes it challenging, for example, for construction developers and contractors to place orders on significant projects that demand not only stringent bidding, but also professional delivery. “I don’t think the quality has been [...] invest[ed] in [...],” stated one participant. Trust in quality was described as low.

The concerns of quality, as well as inconsistent, and even poor, craftsmanship were viewed as consequences of the lack of available mentorship in the market.

Product aesthetic appeal

Made in KSA withstanding, the characteristics and features

of locally designed and made products are gaining more importance in the purchasing habits and decisions of our research participants. Participants explained that admiration towards a product is becoming increasingly important for them. Aesthetic appeal helps seal the deal. “If it speaks to me visually, if I can connect with the piece, whatever that piece may be, and aesthetically it pleases me, then that’s sufficient for me to move forward with that piece,” said a participant..

5. Purchasing Experiences

Availability and facilitated access to local products
Our research participants explained that they value products with reliable availability in the market. They spoke to the inconsistent and irregular availability of local design. “It seems like Ramadan is when you have all local products, but then the rest of the year you try to find something and it’s impossible,” remarked one respondent.

Research participants mentioned that convenience and ease of access to locally made products affect their purchasing decisions. “[The] thinking has changed,” explained one respondent. “Nowadays, here, no one goes to the market; it’s all online,” alluding to the growth of e-commerce platforms and online sales channels.

Some respondents alluded to the challenges in accessing local products and knowing where to look. One respondent explained the need for a platform that connects the demand for local design with the existing market offering and talent. They explained this gap, saying, “You need somebody to tell you where everything is.” They described the challenge, adding, “When you want to find an artisan, you can actually find [them], instead of asking and begging

“
I want
something
that is... in
the price
range I can
afford.

An FGD participant

”

people who [...] their tailor is, or who’s [their] dressmaker, where they [get] the[ir] abaya [done].” Another respondent concurred, saying, “I can see many talented designers coming up, and they don’t have the opportunity to show their designs.”.

Bringing accountability to local pricing

Our research participants brought to our attention their growing unease with the pricing levels of local design products. The majority of our respondents criticized the prices of local products and highlighted the need for more efficiently calibrated pricing so that purchasing local products makes more financial sense. The recurring theme of our respondents wishing to embrace local design and designers as buyers and consumers rather than donor-like collectors was at the center of this debate. Without fair and trusted pricing, respondents remarked it is difficult to activate a real market of buyers and fundamentally move away from a charitable relationship to a client relationship.

We learned that many of our research participants sometimes feel that the customer is being taken advantage of. Respondents called for being more intentional about respecting the customer and offering more reasonable price points. “In a way, they’re treating me like an idiot on what something [...] should cost,” stated one of our participants, “and I get insulted.” This same respondent added, “this is regardless of brand. And I will not pay that money because I think that you should respect [...] the customer [...].” There was general consensus amongst our participants that improving pricing strategies was also going to depend on making local design manufacturing more affordable and increasing the ease of doing business for local designers in the Kingdom.

“ We’re looking for a voice...”

An FGD participant



Some further emphasized this strong sense of charitable duty to serve local designers, explaining their interests in always intentionally buying local products. A research participant illustrated this motivation, saying, “If I find something that I like that is a local designer, I would definitely pay more [...] buy more of it because [...] ‘I’m going to support you.’” Some respondents further implied that they would buy local even irrespective of the quality, price, or need for the product being purchased.

Given the patriotic influence in the decision-making habits of many of our research participants, the strong interest in products that are trademarked as ‘Made in KSA’ was no surprise. The majority confirmed that products that represent Saudi traditions and culture were particularly sought-after. As one respondent remarked, “Nowadays, the local talent has been creating and producing beautiful works, whether it’s made in Saudi, or designed in Saudi and made abroad. This is completely different [to] a few years ago [...] So, I would totally support ‘Made in Saudi Arabia’.”

3. Trust in the Designer

The majority of our research participants expressed a strong interest to empower local talent and buy design products and services designed and manufactured by designers in the Kingdom. A respondent illustrated a special interest in young designers, saying, “You have a lot of youth that have a lot of energy [...] the challenge is to enhance their ability to both be able [to] produce [...]”

Many of our respondents explained that they feel vested in the creative journeys and careers of the local designers that they support and encourage. Trust emerged as a theme, with some research participants mentioning that personal

connections and trust in the designer are significant decision-making factors. One respondent described this as you need to “trust the source.” Another respondent added, “You have to gain trust,” referring to the efforts local designers need to invest in to build trusted relationships with their clients and market.

4. Product Development: Originality & authenticity

Our focus group discussions taught us that there is strong demand – and even unmet demand – for authentic products with strong and thoughtful identity. Many research participants argued that the idea and concept behind a local product is paramount. For many of our respondents, authenticity is a product design quality that can make or break the decision to buy, collect, or patron. One of our respondents illustrated this by saying, “What compels me is basically the idea; it is all about the idea. I want to know how things are designed, what is the idea behind it.” This was an important reminder of how vested many of our respondents are in their buying and collecting habits.

“We are looking for a voice,” expressed one of our respondents. Our focus group discussions brought to surface the sentimental value that some of our respondents place on the local products they choose to purchase. Our research participants stressed on authenticity as key to their purchasing and patronage decision-making. It was viewed as a desirable value-add for locally designed products.

The connection between patriotic Saudi identity and authenticity was a recurring theme, with some recognizing a gap in the market for design that reflects both qualities. A

research participant explained, “It’s either too traditional or too... sometimes there is no identity.”

Respondents remarked on the growing relevance of protecting the intellectual property of designers, especially against efforts to copy original works. While many research participants acknowledged the nascent regulatory infrastructure to enforce intellectual property rights, they advised that designers should patent and trademark their original concepts and innovative designs. One respondent further noted, “[...] even if you do patent something, you’ll find a lot of people trying to copy what you’re doing. Of course, it will never be the same.” Some participants humorously remarked that copying remains a form of flattery for the original designer.

Uniqueness & exclusivity

The desire for bespoke pieces was prevalent in our focus group discussions. Our respondents explained that uniqueness increases product desirability and can affect their purchasing choices. One research participant stated, “I’ll look for craftsmanship, quality, and uniqueness.” Another respondent said, “I am looking into something unique, different, something that is [...] made really well, with a high standard [...]” Quality is afford its own sub-section in this Key findings section.

Another respondent explained the need for exclusivity against the backdrop of widely-distributed local production, saying, “[...] you find a lot of things, when an idea comes out it becomes repeated a lot with just small alterations, but, it, it gets hard to find really well made unique ideas, products, [and] designs.”

“ If it speaks to me visually, if I can connect with the piece, whatever that piece may be, and aesthetically it pleases me, then that’s sufficient for me to move forward with that piece ”

An FGD participant

Research respondents highlighted five key decision-making factors that drive their purchasing and patronage of local design:

1. Consumer mindset, with an evolved desire to engage with the industry as consumers rather than as donors;
2. Patriotism and a sense of obligation to support the community of local talent and their needs and demands
3. Trust in the designer;
4. Product development, from originality and exclusivity, to quality and aesthetic appeal; and
5. Purchasing experiences, from access to fair pricing of local products.

This Key findings section offers a deep-dive examination into each of these key decision-making considerations.

1. Consumer Mindset: from Donor to Buyer

Our focus group discussions shed light on an emerging trend amongst our respondents, with many explaining that they are increasingly shifting away from their sense of charitable duty as a donor towards the desire to purchase as a buyer. This changing nature of purchasing habits and buying decision-making styles triggered heated discussions. One research participant remarked that buying

with a donor hat is no longer as common an impulse when supporting local talent. Another stated, “I would do that [buy local] out of, not out of feeling like a donor [...] I would do it because I prefer it.”

It was interesting to discover that while the market segment our research participants represent increasingly care about being served as buyers and not being taken for granted as expected donors, many of our participants are engaging with local talent with an even stronger sense of patronage and responsibility. We find this dynamic to be very relevant to monitor as it evolves into a possibly stronger demand-side market segmentation of buyers versus donors and investors versus patrons.

2. Patriotism & Sense of Duty

National pride and the preservation of identity came as strong decision-making drivers when buying local, a reflection of patriotism in the purchasing habits of our focus group discussion participants. A respondent commented, “Even if I’m not going to buy the item, for me to see something that’s ‘Made in Saudi Arabia’ or designed in Saudi Arabia is very exciting.” The majority of respondents elaborated that honoring identity means buying products that represent who they are and what they stand for.

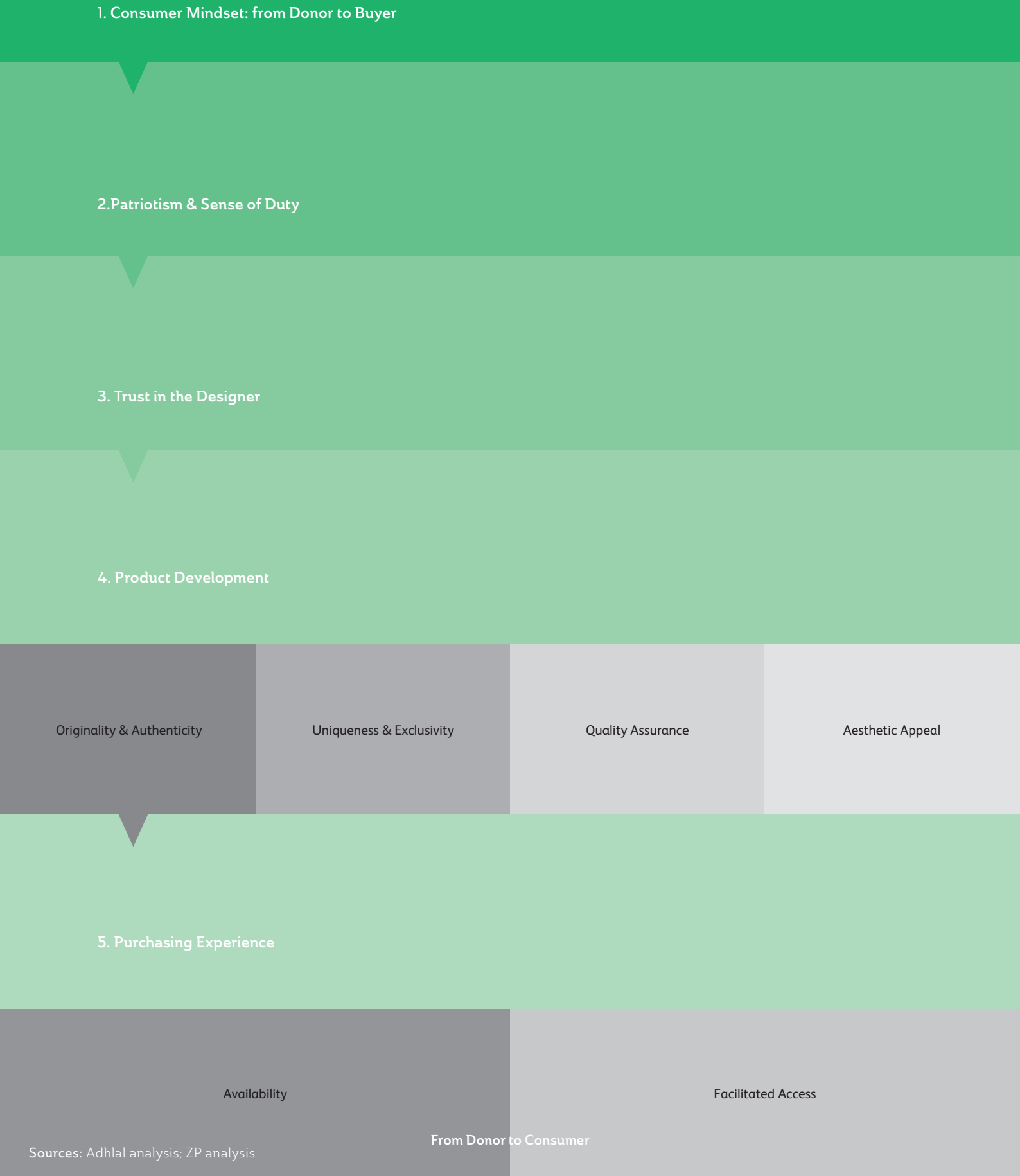
Several of research participants also explained that they purchase local services and manufactured products out of a sense of obligation. “If I had the choice to buy,” explained one respondent, “I will buy from the local, because I feel that it is my duty to support [...]”

Key findings & insights

Across our focus group discussions, research participants generously shared what drives them to buy local design and patron designers in the Kingdom of Saudi Arabia.

There was strong consensus amongst our high liquidity and strong purchasing power demand-side participants on their needs, interests, and demands from local designers. The vast majority expressed their strong and intentional desires to support talent and nurture the development of a local design industry in KSA.

Exhibit 2:
Decision-making factors when buying local



further build much-needed local research content and literature on the industry, its dynamics, key market players, and emerging trends.

Data Collection: Research participants

Given our demand-side focus, our FGDs were designed for buyers, clients, and collectors, as well as donors, patrons, and mentors with both high liquidity and strong purchasing power. Participants were invited to self-identify as one or more of these market segments. They were also asked to specify the number of years they have served in such a capacity.

Each research respondent was selectively recruited by Nourah Alfaisal, as opposed to random sampling. This ensured a similar and calibrated level of expertise amongst all our research participants.

Fieldwork

FGDs were conducted between October and November 2018 at the Adhlal offices in Riyadh. Our strict participation selection criteria allowed us to host and conduct three focus groups, with a total of 18 participants.

Language

While all FGDs were conducted in the English language, the facilitator welcomed responses and participation in the language respondents were most comfortable speaking in, either English and / or Arabic, to maximize inclusivity. Similarly, all formal procedures of communication prior to and following data collection, including recruitment, consent forms, information briefs, as well as intake and outtake forms, were available in both languages.

Research ethics

Participation during data collection was completely voluntary. In line with strict ethical research standards, no financial incentive was offered to participate in an FGD. All research participants were promised complete anonymity; therefore, our research results have been fully anonymized to respect the identity and privacy of all participants. Consent forms detailing a confidentiality agreement and permitting the research team to audio-record and anonymously quote the data collected during the FGD were signed by all participants.

Data Analysis: Data management & Coding

All raw data was meticulously transcribed and/or translated, anonymized, and then coded following the Boyatzis thematic analysis method of qualitative analysis and open coding.

Following the development of a codebook and selective coding, our researchers extracted quotes that represented group sentiments to inform key findings and initial themes. More extensive thematic analysis was conducted via axial coding and memoing for strategic implications. All data collected and coded was presented in a proprietary Collected Raw Data compilation to facilitate strategic analysis.

This specific white paper required a critical review of the findings posited by our demand-side research respondents, making sure that all data collected be carefully contextualized. Any biases, potential for misinformation, and ambiguous remarks were not heavily weighted to ensure our findings and analysis would not be influenced by non-specific or misplaced answers to FGD questions.

Findings & Insights

Strategy workshops were then conducted with the Adhlal team, facilitated by The Zovighian Partnership. These workshops examined the final Collected Raw Data compilation from a multi-stakeholder perspective to ensure that all analysis conducted would be inclusive in its design and not exclusive in its potential for impact.

The process of data analysis revealed the depth of insights and information garnered from this first commissioned research mission. It was immediately identified as important for publication, not just as one white paper, but as a white paper series that can speak to our readers who represent multiple stakeholders. Our Objectives of this paper & white paper series section details our aspirational impact for our diverse readership.

Market Representation & Inferences

It was not intended at this stage to conduct a full-fledged ethnographic data collection of all demand-side market segments. As such, findings cannot be assumed to be representative of the total demand-side market. However, the abovementioned segment of both high liquidity and strong purchasing power is understood to be a very small market size¹ in the Kingdom. Our ability to capture 18 participants does offer indicative representation of the total population in that specific demand-side segment.

Committing to Further Research

Examining the supply-side of the local design industry Completing our first research mission on the demand-side of the industry afforded us a solid methodological base to commence a separate dedicated research mission focused on the supply-side. We look very forward to bringing the

insights and findings of both research missions together and presenting our readers and design community with the first industry report on the local design industry in the Kingdom.

Methodology

Research Design

Beginning with a demand-side analysis
Adhlal commissioned The Zovighian Partnership to design and conduct our first research mission, focused on understanding the demand-side of the local design industry.

Starting with a demand-side examination allowed us to investigate the extent to which industry dynamics are driven by demand fundamentals. The spirit of this methodological decision was to explore local design from an industry lens, meaning there can be no supply without demand. It enabled us to gain a detailed understanding of economic potential, willingness to pay, and desire to invest in the local offering of design products, services, and talent.

Key Research Questions

To achieve our research objectives explained in the Objectives of this paper & white paper series section, we defined the following research questions:

- 1. How does the demand-side perceive the design industry in Saudi Arabia today, and how does it interact with the industry at large?
- 2. Looking at the design industry in KSA today, what are the challenges and opportunities facing clients, investors, and donors when engaging with local designers, manufacturers, and sales teams?
- 3. What does the local design industry need today in terms of support — regulatory, ecosystem infrastructure, capacity-building, financial, and other — to enable the industry to thrive and become

a formally-recognized, high contributing socio-economic force to the GDP of the Kingdom?

Adopting a Qualitative Research Method

Due to the paucity of information on the design industry in KSA, an exploratory, deep listening qualitative approach needed to be adopted. To fully portray the opinions and views of our research participants, focus group discussions (FGDs) were deemed the most appropriate form of inquiry to ensure the collection of valid, reliable, and insightful data.

Each FGD was designed to include six to eight participants, allowing for 90 minutes of rich and open discussion. FGD questions were meticulously and iteratively designed to answer our research questions. Experienced facilitators and notetakers were also rigorously custom-trained for this investigative effort.

To complement the FGD data, short intake forms were also designed and supplied to our research participants at the start of each FGD, in an effort to capture more personal and demographic information.

Study Limitations

Given the early-stage interest in studying and researching the local design industry in KSA, one principle limitation in our research was its nature as being the first scientific assessment of the industry. As such, an exploratory research direction was adopted. Despite the limited number of respondents recruited, the insights generated serve as a testbed for future research inquiries.

Our Committing to further research section of this Methodology section sheds light on the opportunities to

Total Population of Demand Side

Total Market Size of Economic Potential of Demand Side



Sources: Adhlal analysis; ZP analysis

¹No scientific data exists on the market size of this specific segment represented by our research participants. Any market sizing exercise when this research mission was conducted would have been very assumptions-based and largely qualitatively-defined.

Objectives of this paper & white paper series

This expanded second edition paper of our inaugural white paper series is written for the local design community in Saudi Arabia. It speaks to local designers, private sector players and investors, as well as civil society, academia, and key public stakeholders.

The data collected for this white paper series comes from the findings and insights of the first Adhlal scientific research mission. We commissioned this research to understand the current state and potential of design as an industry in KSA.

Focus group discussions were conducted in October and November 2018 with both high liquidity and strong purchasing power demand-side industry participants. The demand-side is defined as buyers, clients, and collectors, as well as donors, patrons, and mentors of local design products and services in Saudi Arabia. Our decision to start with the demand-side of the industry is described in the Methodology section of this white paper.

Our research objectives with our demand-side participants were to:

1. Understand local market demands, particularly their needs, requirements, desires, and priorities;
2. Identify market challenges and opportunities, especially dynamics, enablers and disablers, growth drivers, and expected trends; and
3. Explore the capacity of the local industry to serve as a meaningful socio-economic contributor to GDP, economic diversification, and society-at-large.

This paper examines the rationale and mindsets of our research participants to buy local from the current market offering available to them. Accordingly, it can inform creative journeys and product development, helping designers deliver more demand-centric products and services to the market. These insights can also inform pricing, marketing, and sales strategies. Our paper clarifies the need for a regulatory infrastructure and ease of doing business opportunities for local designers and buyers. This is essential for an audience of government and public stakeholders to understand. Furthermore, it recommends homegrown standards for KSA to breed, sponsor, and promote, allowing us to export and showcase our local talent to the world. We hope this is of strong interest to private and public cultural diplomacy actors mandated to bring the international community closer to the Kingdom and to all we have to offer.

We hope this evidence-based series, a gateway to an upcoming industry report, serves as a contribution to the data and literature on the design industry in KSA. We desire that this series brings to light the opportunities for a thriving economic sector, calling on the private sector, investors, academia, civil society, and the government to strategically support the local design ecosystem.

This expanded second edition paper of our inaugural white paper series is written for the local design community in Saudi Arabia. It speaks to local designers, private sector players and investors, as well as civil society, academia, and key public stakeholders.

and views of 18 research participants during three focus group discussions (FGDs). Questions were designed in a meticulous and iterative manner to answer key research questions, supplemented by short intake forms to capture the demographic information of our participants. Participation in our FGDs was completely voluntary and no financial incentive was offered in return for participation. Respondents were assured complete privacy and anonymity. Consent forms were distributed and signed to permit recording during each FGD.

All raw data collected was respectively transcribed, translated, anonymized, and coded following the Boyatzis thematic analysis technique and open coding. A codebook was developed to guide the documentation of key findings and emerging themes. Albeit the limited number of respondents recruited, the findings and recommendations proposed in this paper can inform the creative journeys of designers in Saudi Arabia. It is also a testbed to encourage and initiate future research inquiries.

You can turn to our Methodology section to learn more about the research design, data collection, limitations of our study, research ethics, data analysis, and opportunities for further research.

Key Findings & Insights

Respondents amenably expressed what drives them to buy from and support local designers in the Kingdom. While this vote of confidence to buy local often had strong consensus, our FGDs also included much heated debate about the needs and requirements of our demand-side participants to continue to buy and advance local design.

Our research participants taught us a lot, and helped shape our understanding of five decision-making parameters that inform purchasing and patronage decisions of local design:

1. Consumer mindset, with an evolved desire to engage with the industry as consumers rather than as donors;
2. Patriotism and a sense of obligation to support the community of local talent and their needs and demands;

3. Trust in the designer;
4. Product development, from originality and exclusivity, to quality and aesthetic appeal; and
5. Purchasing experiences, from access to fair pricing of local products.

Our Key findings section offers fuller details and analysis of the below overview.

1. Consumer Mindset: from Donor to Buyer

A recurrent theme throughout our FGDs, respondents taught us how imperative it was for them to shift from supporting designers as a donor and patron, and to instead develop a relationship as a buyer and client. Research participants explained that they wish to do so while continuing to be deeply vested in the sustainability and success of local designers.

2. Patriotism and the Sense of Duty

We learned that the decision of buyers to purchase local design products is often driven by patriotic purchasing habits. Indeed, purchasing locally-made products helps represent identity and reflect personal patriotic beliefs. Several respondents iterated that their local purchases are driven mainly by a sense of obligation towards their country. Some also presented their strong sense of charitable duty to serve local designers by buying their Made in KSA products.

However, we also learned that many desire to shift their patronage habits and move away from being a donor for local talent to becoming a buyer of local design. Our research participants spoke to the rise of consumer-based purchasing factors that are increasingly governing their relationships with local design, such as the competence of the designer, to the utility and appreciation of the product, to even the sales experience.

3. Trust in the Designer

The majority of our respondents expressed their interest in supporting the creative journeys of local talent in the Kingdom with vested interest. Trust was at the core of choosing to buy from a local designer.

4. Product Development

In line with their patriotic purchasing behaviors, participants exhibited a strong interest in Made in KSA products. However, our respondents also spoke to the characteristics and features of locally-made products that are gaining more importance in their choices to buy and not to buy. Speaking with a lens of mentorship and patronage, some laid out constructive criticism aimed at challenging designers to thrive in a competitive and technical design industry.

Although our research participants argued that product attractiveness is imperative, a studied and authentic concept was gaining precedence in the market. For instance, there was general consensus that authenticity, uniqueness, and exclusivity were important factors that could make or break the decision to buy local. Many expressed the importance of nurturing local creativity to satisfy their strong and still unmet demand for unique and authentic pieces. They also highlighted the importance of protecting the intellectual property of local design especially against imitations of original works.

Craftsmanship of local products was another interesting area of focus during our FGDs. Respondents shed light on the need to strengthen the craftsmanship of local Saudi design concepts and described the challenges of finding high quality products that are made with consistent standards of quality assurance. Indeed, quality was especially recognized as a major area for improvement that requires significant investment in KSA. Last but not least, designing with product aesthetic appeal was a relevant theme during some of our FGDs.

5. Purchasing Experiences

There was much debate on the availability of and access to local products, with some of our respondents suggesting that there is pent-up demand for local products, with no clarity on how to find seek out local designers. Respondents also strongly emphasized their concerns towards the pricing of local design products. Many criticized the high prices of local design products and highlighted the need for new pricing strategies that are more affordable and are not taking advantage of charitable patronage mindsets. We learned about signs of

growing price sensitivity in the market that are affecting the willingness to pay for local design. Some, however, still expressed their willingness to purchase local design, albeit high market prices.

Our Outlook on Local Design

We believe in the potential of a thriving local design industry in KSA. It is key to re-frame the resources and innate opportunities of our local ecosystem into an industry governed by supply and demand. Only with such a mindset can we begin to action and deliver, together, measurable and consistent value-add to the Gross Domestic Product (GDP) and socio-economic fabric of KSA.

Market-making necessitates a demand-side of buyers and collectors that effectively support a supply-side of talent, and a supply-side that is responsive to the needs and desires of a demand-side of potential long-term clients. It is also instrumental to build an industry that is demand-centric and governed by strong economic fundamentals. This necessitates a demand-side that positions itself as desirable and nurturing clients to build and enforce market accountability. This also requires giving the tools to our supply-side of local talent to effectively build their capacities and capabilities to serve an empowered market. At Adhlal, we recognize how crucial mentorship and a rich repository of knowledge and tools is to enabling a sustainable and thriving local design industry, and look forward to publishing more on this important subject.

Details of our outlook and recommended actions are presented in our Looking Forward: Our outlook on local Saudi Design section.

It is our strong desire that this paper and white paper series set the stage for broader investments into data and information power, so that we may become a go-to resource for the many forces that make up our local design industry. We are excited to see how our newly presented insights positively impact local designers and buyers alike.

The Adhlal offices are always open to our readers to come and debate the many topics we present in these pages. The floor is yours.

Introduction

Design is a means to meet socio-cultural and economic needs; a tool to enable expression and productivity. It is a process of generating new ideas, problem-solving, creating, prototyping, and innovating functional solutions. For the purposes of this white paper, design is defined as an all-encompassing industry of multiple sectors, ranging from architecture and interior design, to visual graphics, fashion, and products. Without design, communities and economies cannot connect, engage, and generate value.

Objectives of this Whitepaper

We have written this white paper especially for our audience of local designers in the Kingdom of Saudi Arabia (KSA). This paper sheds light on the decision-making factors and dynamics that compel buyers and patrons to buy local. We particularly examined an established segment of the demand-side, defined as buyers, clients, and collectors, as well as donors, patrons, and mentors of local design products and services in KSA who have an established track record of patronage and supporting designers in the country. Starting with this segment will allow us to then explore the broader dynamics of supply and demand in the local design industry.

This second edition paper sets the tone for the rest of this white paper volume, which is detailed in the Objectives of this paper and white paper series section.

Methodology

Due to the paucity of information about the design industry in KSA, an exploratory qualitative approach was adopted. Qualitative research methods were specifically chosen to ensure deep listening to fully capture the opinions

Design is a means to meet socio-cultural and economic needs; a tool to enable expression and productivity. It is a process of generating new ideas, problem-solving, creating, prototyping, and innovating functional solutions.

Framing local design as industry:

Background & key terms

We live today in a Kingdom of Saudi Arabia that is investing with full force in culture, heritage, and art, enabling new economies of domestic and international tourism. Our investments into infrastructure, construction, and real estate are an open-air laboratory for design innovation. With Vision 2030 creating a nurturing and cathartic space for us to create and innovate, we have the privilege of building a society that is intentional in its impactful outcomes.

Design is at the core of this potential. Design is first and foremost a means to meet socio-cultural and economic needs. It is a tool to enable productivity and a conduit for feasibility and expression. It necessitates the use of critical thinking to develop new ideas, problem-solve, create, test, and innovate functional solutions for society, businesses, and the environment. Without design, communities and economies cannot connect, engage, and generate value. In so many ways, it is a value creator that we take for granted!

At Adhlal, we are believers in the potential of design, and are advocates of not just utilizing design, but transforming it from the ecosystem it is today into a full-fledged local industry. This industry has already been seeded and bears important roots. Our heritage is testament of its bearings. The design industry of tomorrow can be one that sustainably diversifies our economy from oil and contributes greatly to our society and national brand on the global stage.

For the purposes of this white paper, design is defined as an all-encompassing industry of multiple sectors, ranging from architecture and interior design, to visual graphics, fashion, and products.

Like any industry, it is structured with the economic dynamics of supply and demand, driven by social and regulatory dynamics. The supply-side of this industry is defined as local designers and businesses that are based in and growing in the Kingdom of Saudi Arabia. That includes designers of Saudi nationality, as well as all nationalities who are committed to designing in the Kingdom as their base. The supply-side includes not only freelancers, employed designers, design businesses, and charities

dedicated to design, but also an entire supply chain that allows designers to achieve the complete value chain of creative journeys and product development.

The demand-side is characterized as buyers, clients, collectors, and patrons of local design creations, products, and services from all walks of life. Not only does our supply-side include individuals and households, but also enterprises and government entities who also have demands and needs for local design.

The glue that brings both our supply and demand-sides together includes our regulatory environment and infrastructure, education services and mentors, all which are crucial enablers to elevating and providing for this industry.

It is our privilege to give you an insider view into the ins and outs of our local design industry in the Kingdom of Saudi Arabia, beginning with the pages of this white paper.

Contents

i.	ii.			
About Adhlal	Letter from the Founder			
8	10	14	16	20
Framing local design as industry: background & key terms	Executive overview	Objectives of this white paper & white paper series	Methodology	Key findings & insights
30	34	35	36	
Looking forward: Our outlook on local Saudi design	References for Methodology	Acknowledgements	About the Author	

Letter from the Founder

Dear Reader,

We published the first edition of this white paper during Saudi Design Week, in November 2019, and discovered how essential conducting scientific research and sharing data and findings were to our design community. As investing in research is key, we have dedicated ourselves to publishing an expanded second edition of the first white paper on the occasion of Saudi National Day!

This white paper is a call-out to our local designers to extend a vote of confidence in the name of impact and potential. As we buy local, the demand for innovative design and creations grows, and comes the responsibility to uplift our own abilities and capacities as designers and businesses. This first paper shares the desires, interests, and excitement of buyers, collectors, and patrons of local design in the Kingdom of Saudi Arabia.

I would really like to thank our focus group discussion participants for joining us in a truly immersive experience of deep learning! We would not be here without you, and I am grateful and humbled by your generosity of wisdom and critical thought. I am honored to be sharing your many voices with our local design industry, in the spirit of open source knowledge and community.

I also must thank my amazing team at Adhlal for making so much happen, with still more to come! Thank you for making our offices a second home to our growing circle of friends. I believe in you, and I know that you will always make all our partners in knowledge and industry-building feel right at home.

I would also like to thank the research team at The Zovighian Partnership for your deep listening research methodologies, and for demonstrating the true value of information power.

I am truly a believer in the power of investing in data, and I can only hope that all our readers will see and feel the value of this evidence-based analysis. May this white paper offer you an asset of knowledge that you can re-invest into your creations, businesses, teams, and our local design industry.

Yours sincerely,



Nourah Alfaisal
Founder
Adhlal

September 23, 2020



About Adhlal

Adhlal is a venture founded by Nourah Alfaisal in 2018 to serve and champion the local design industry in the Kingdom of Saudi Arabia. Design, in the world of Adhlal, ranges, for example, from architecture and interior design, to visual graphics, fashion, and products.

Our impact mission is to enable a thriving local community of designers, supply chains, mentors, buyers, and patrons. We aim to invest in research, share knowledge, build capacity, and host marketplaces that serve as a true meeting point for supply and demand.

Adhlal endeavors to grow with the Kingdom of Saudi Arabia. Throughout this journey, we pledge to support our local industry, not only as a mentor to homegrown talent and an advisor to government, but also as an investor in an authentic industry that stands for Made in Saudi Arabia.

CR: 1010592466 / **TEL:** +966 011 495 1251

Abi Alkaram Stree, Al Dhubbat Distrit, Bulding 4598, Unit 2,
Riyadh, Kingdom of Saudi Arabia

@adhlalfordesign / team@adhlal.com / www.adhlal.com



WE BUY LOCAL WE BUY SAUDI

Key insights into purchasing motivations and trends of consumers and trade of local design in the Kingdom of Saudi Arabia