

التكليف ٧ دراسات نقدية ٣

الباحث / محمد عبدالعزيز بنتن



العنوان المقترح للرسالة :

أثر عوامل التسويق المتكاملة على تنمية سوق الفنون البصرية في المملكة العربية السعودية
دراسة تحليلية تطويرية لبناء نموذج تطبيقي مبتكر

التكليف :

تحديد الفجوات البحثية التي اشار لها الباحث ثم تحليل مدى اسهام الرسالة محل الدراسة
في تطوير الموضوع البحثي غلق الفجوات البحثية

الفجوة البحثية

على الرغم من تنامي الاهتمام الأكاديمي والدولي بسوق الفنون البصرية ودوره في الاقتصاد الإبداعي، إلا أن الأدبيات العربية تكشف عن وجود فجوة بحثية واضحة تتعلق بغياب إطار نظري وتطبيقي شامل يدرس عوامل التسويق المتكاملة المؤثرة على تنمية هذا القطاع. إذ ركزت معظم الدراسات السابقة على جوانب منفصلة مثل الثقة، أو التسويق الإلكتروني، أو القيمة الاقتصادية، دون دمج هذه المتغيرات في نموذج واحد يوضح العلاقات المتبادلة بينها. كما تفتقر البحوث إلى دراسات ميدانية تختبر أثر الثقة والملكية الفكرية على سلوك المقتنين، بالرغم من زيادة أهميتها عالمياً في بناء شفافية السوق. إضافةً إلى ذلك، لا تزال أبعاد التحول الرقمي مثل دور المنصات الرقمية، والمعارض الافتراضية، والواقع الممتد قليلة الدراسة في السياق العربي، رغم كونها مساراً رئيساً في التطورات العالمية لسوق الفن. وتبرز كذلك فجوة في فهم أثر السياسات والمؤسسات الثقافية (وزارة الثقافة، هيئة الفنون البصرية) في تنظيم السوق وتعزيز تنافسيته. فضلاً عن محدودية الدراسات التي تتناول الابتكار التقني مؤثر في التسويق الفني. ونتيجة لغياب هذا التكامل، ما زال من الضروري تقديم نموذج بحثي يجمع بين الأبعاد النفسية والتقنية والاقتصادية والمؤسسية والابتكارية، وقيس أثرها مجتمعة في تنمية سوق الفنون البصرية السعودي، مما يجعل هذه الدراسة مساهمة مباشرة في سدّ الفجوة وتطوير فهم علمي وتطبيقي متكامل لهذا القطاع الحيوي.

١- فجوة التكامل التسويقي

- غياب اطار شامل يربط بين العوامل التسويقية في سوق الفنون البصرية
- اغلب الدراسات تناولت كل عامل بشكل منفصل : مثل الثقة او التسويق الالكتروني او القيمة
- لاتوجد دراسات عربية قدمت نمودجا تكامليا يجمع بين الابعاد (النفسي والتقني والمؤسسي والاقتصادي والابتكاري)
- كذلك لاتوجد دراسات تربط بين تصور الفنان والمقتني والمؤسسة معا (في حد علم الباحث)

اسهام الرسالة :

تقدم الرسالة نمودجا تسويقيا متكاملا يجمع خمسة ابعاد لأول مرة في سياق تسويق الفنون البصرية بالمملكة العربية السعودية

٢- فجوة الثقة والملكية الفكرية

- ضعف الدراسات التي تربط الثقة بالقرار الشرائي
- غياب دراسات تربط بين الثقة والملكية الفكرية وبين سلوك المقتنين في السياق السعودي
- عدم وجود قياس ميداني لمدى تأثير الحقوق الفكرية على شفافية السوق

اسهام الرسالة :

الرسالة تقدم قياسا كميا لاثـر الثقة والملكية الفكرية على نية الشراء وتختبر الفرضيات مباشرة عبر الاستبيان .

٣- فجوة التحول الرقمي في تسويق الفنون

- نقص الدراسات حول اثر التسويق الالكتروني والمنصات الرقمية
- معظم الدراسات تتناول تسويق المنتجات التقليدية وليس المنتجات الفنية
- ندرة الدراسات حول تأثير (المعارض الافتراضية ، الواقع المعزز ، منصات البيع الرقمي)
- ضعف قياس اثر التقنية على زيادة الوعي الفني او توسيع قاعدة الجمهور والمقتنين وجامعي الاعمال الفنية .

اسهام الرسالة :

تختبر الرسالة اثر المنصات الرقمية والمعارض الافتراضية على وعي المقتنين ونوايا الشراء

٤- فجوة البعد المؤسسي والسياسات

- قلة الدراسات التي تربط بين سياسات الثقافة ونمو السوق الفني
- الدراسات السابقة لم تربط بين دور وزارة الثقافة وهيئة الفنون البصرية وبين تطور السوق الفني
- عدم وجود أدوات قياس لمدى تأثير المبادرات الحكومية على الشفافية والتنظيم

اسهام الرسالة :

تقدم الرسالة تحليلات لاثر السياسات والمؤسسات على القيمة الاقتصادية المدركة وتنظيم السوق

٥- فجوة الابتكار والتقنيات المستقبلية

- غياب التركيز على الابتكار التقني في مجال تسويق الفنون (ميتافيرس ، AI ، VR)
- قليلة هي الدراسات التي تناولت دور الابتكار المستقبلي في الاعمال الفنية
- غياب نماذج تربط الابتكار بعوامل التسويق في السوق المحلي

اسهام الرسالة :

الرسالة تشمل بعدا مبتكرا يدرس اثر الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي على السوق الفني السعودي

ملخص الربط بين الفجوات ودور الرسالة

- غياب التكامل التسويقي
- تصميم نموذج تسويقي متكامل من 5 أبعاد تسويقيه
- ضعف الدراسات حول الثقة
- اختبار العلاقة بين الملكية الفكرية وسلوك المقتنين
- ضعف الدراسات حول توظيف التقنيات الحديثة في تسويق الفنون البصرية
- قياس اثر التسويق الرقمي والمعارض الافتراضية
- نقص الدراسات حول البعد المؤسسي والتشريعات
- تحليل سياسات وزارة الثقافة وهيئة الفنون البصرية
- غياب الابتكار
- ادراج الابتكار التقني في نموذج الدراسة



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

