

# تحريك الإقتصاد الإبداعي في دولة الكويت

نتائج إستبيان مؤتمر الصناعة الإبداعية لنقاط 2016

جوهانا ميكايلا ويبر

لوتشيا جارسيا

بتمويل من



الصندوق الوطني  
لرعاية وتنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة  
THE NATIONAL FUND  
FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE DEVELOPMENT

مؤسسة نقاط على الحروف ©

مبنى باناسونيك، شارع فهد السالم، الدور 18، مكتب 63  
مدينة الكويت، الكويت

جميع الحقوق محفوظة

هذا العمل هو نتاج موظفي البنك الدولي، متضمناً نتائج البحث، التفسير، و الإستنتاج الذي قاموا بعمله، حيث ان كل ما أعرب عنه لا يعكس بالضرورة آراء البنك الدولي، مجلس إدارته، و الحكومات التي يمثلها، كما لا يضمن البنك الدولي دقة البيانات المنشورة في هذا العمل.

#### الحقوق والتصاريح

إن هذا التقرير محتوياته هو ملك لمؤسسة نقاط على الحروف و كذلك حقوق طبعه و نشره، لذا فإن جميع الحقوق محفوظة، و أي محاولة لإعادة إنتاجه أو إعادة توزيعه سواء لأى جزء منه أو لجميع محتوياته بأي شكل من الأشكال، ممنوع منعاً باتاً دون الموافقة الخطية من مؤسسة نقاط على الحروف، كما إن جميع الإستفسارات الخاصة لحقوق النشر و للتراخيص بما يشمل حقوق الجهات التابعة يتم إرسالها إلى العناوين التالية:

مؤسسة نقاط على الحروف ©

مبنى باناسونيك - شارع فهد السالم - الدور 18 - مدينة الكويت

تليفون: +965 22279325

البريد الإلكتروني: info@nuqat.me

# تحريك الإقتصاد الإبداعي في دولة الكويت

نتائج إستبيان مؤتمر الصناعة الإبداعية لنقاط 2016

جوهانا ميكايلا وبيير

لوتشيا جارسيا

بتمويل من



الصندوق الوطني  
لرعاية وتنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة  
THE NATIONAL FUND  
FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE DEVELOPMENT

## الملخص التنفيذي

أعطى مؤتمر نقاط 2016 (سيتم الإشارة له بنقاط 2016 لاحقاً) الدافع للمشاركين بالإندخراط و للمضي قدماً بالإقتصاد الإبداعي في دولة الكويت، كما بينت عدة إستبيانات بما فيه إستبيان الدخول، ثلاثة إستبيانات لأصحاب الأعمال، الموظفين، و الطلاب، و كذلك إستبياناً لاحقاً خاص بالتوقُّع و الإدراك لما سيتم إستنتاجه، و شارك جميع الأشخاص المسجلين والبالغ عددهم 1365 مشاركاً بإستبيان الدخول، كما أكمل الإستبيان المفصل 97 مشاركاً، و أخيراً أكمل 60 مشاركاً الإستبيان اللاحق، و تبين أن 45% من الحضور ذكروا بأن أهم سبب لمشاركتهم في نقاط 2016 هو "التواصل مع المبدعين"، يليه "تطوير مهاراتي المتعلقة بأفكار التصاميم"، و "تطوير مهاراتي التقنية". كانت المفاجأة بأن أكثر من 91% من جميع الطلاب الذين شملهم الإستبيان المخصص للطلاب رأوا أنفسهم كمبادرين أعمال مبدعين في المستقبل، إضافة إلى أن 62% من الموظفين الذين شملهم الإستبيان تنبأوا بأن ممارساتهم المهنية بقطاع الصناعة الإبداعية ستصبح وظيفة ثانية. أما بالنسبة لأصحاب الأعمال و الأشخاص المستقلين، فإن 60% ممن شاركوا بنقاط 2016 أتوا بهدف تحسين علاقاتهم مع مبدعين آخرين، كما بيّن هؤلاء جهات نظرهم المتعلقة برغبتهم بالحصول على دعم من الحكومة الكويتية على النحو التالي:

- 1) زيادة نشر الوعي الأساسي بالصناعة الإبداعية.
- 2) تقوية الربط ما بين القطاعات التقليدية و الصناعة الإبداعية.
- 3) تبني التصميم و الحرف اليدوية.
- 4) تأسيس مختبرات و مساحات للعمل.
- 5) توفير المنح و الصناديق الوطنية و مواجهة التحديات.
- 6) و أخيراً ترويج التعاون المشترك مع وزارة الشباب.

في إطار إستبيان لاحق تم عمله، تبين أن 61% من المشاركين وجدوا نقاط 2016 قد فاق توقعاتهم، إضافة إلى أن 78% قالوا بأن بعض فعاليات نقاط 2016 كانت مثيرة للإهتمام بنسبة أكبر مما كانوا يتربوه قبل مشاركتهم، حيث أن النواحي الجديدة تضمنت:

- 1) تطوير مهارات أفكار التصميم.
- 2) رغبة المشاركين ببدء أعمالهم الإبداعية الخاصة بهم.

ساعد نقاط 2016 أصحاب الأعمال بتخطي القيود الداخلية و الخارجية، حيث لاحظ نصف عدد المستطلعين بأنهم وإلى حد ما، وجدوا حلولاً لقيودهم من خلال إيجاد المبدعين المدربين تدريباً جيداً، الموردین، العلاقات الدولية، و ثانياً، معرفة آلية التسويق، التنفيذ المحترف، و الإدارة، و أخيراً بتحديد المعدات المتقدمة، و مواقع العمل و كذلك مواقع للعرض، إضافة إلى أن غالبية المستطلعين أعربوا عن رأيهم بأن درجة الحلول التمويلية المقدمة بالفترة الراهنة غير مرضية.

ختاماً، قيّم مشاركو نقاط 2016 بمعدل مجموع نقاط 8.65 من 10 بشكل عام، و محتوياته بمعدل تقييم 7.95 من 10، و من ضمن المشاركين الذين تم إستبيانهم 95% منهم كانوا راضين أو راضين بشكل كبير عن الفعالية، و 97% منهم سيرشحون مؤتمر نقاط لأحد أصدقائهم.

# المقدمة ومنهجية العمل

## 01.

## المقدمة و منهجية العمل

تهدف التحاليل للإستبيانات الموضحة أدناه لمساعدة نقاط بتقديم ما هو أفضل بالمستقبل، و كذلك لإستهداف ما تقدمه لفئات عمرية معينة أو لمهن معينة، و لما كانت الإستبيانات جزء ضروري لإتمام عملية التسجيل فإن نقاط كانت قد عملت إستبيانات لعدد 1431 مشارك مسجل بالمؤتمر.

يلخص **جدول رقم 1** نتائج العينات: 1365 مشارك أكملوا إستبيانات الدخول، و منهم 270 صاحب عمل و أشخاص مستقلين، و 631 موظف، و 464 طالب. صممت الإستبيانات لمجموعة من المهن المتنوعة أممها 97 مشارك و تم تحليلها في قسم 3، و قد وزعت نقاط أستبيان لاحق أممها 60 مشارك تم تحليلها في قسم 4.<sup>3</sup>

عقدت نقاط مؤتمرها السابع في نوفمبر 2016 بمدينة الكويت لمدة 8 أيام، تخللها خليط من المحاضرات، ورش العمل، المعارض، و التسلية بمشاركة 6000 زائر و أشخاص مسجلين من أكثر من 20 دولة، و قد بلغ عدد المحاضرين 40 شخص من داخل و خارج دولة الكويت بتواجد نسائي كبير، و من القطاع الخاص، القطاع الأكاديمي، و الفنون، الذين ساهموا بترويج الهدف الرئيسي للمؤتمر "الحاسة السابعة - دعم الإقتصاد الإبداعي".

تمكن المشاركون المسجلين من حضور حلقات نقاشية معنية بالحرف الإبداعية (كالتسجيل الفيديوغرافي، تصميم الأثاث، الجداريات، فنون الخط العربي، و هلم جرا)، و كذلك تعلم آليات التجارة (كالهوية التجارية، العملية الإبداعية لصنع المنتجات الفخمة، و هلم جرا)، كما تمكنوا من المشاركة في ورش عمل خاصة بسوق العمل، مثل "كيف يمكنك أن تعزز حصولك على فرص عمل في قطاع الصناعة الإبداعية"، و قد تم عمل ورش عمل إبداعية مخصصة للأطفال تتضمن الفنون و الحرف، الهندسة للأطفال، وورش عمل "كتابي" و "مبادرة صديقي"، و ورش عمل التلوين.

طورت نقاط إستبيانات للمشاركين بالتعاون مع مجموعة البنك الدولي بهدف فهم أشمل لخصائص المشاركين و توقعاتهم فيما يتعلق بالمؤسسات و المهارات الإبداعية، و كذلك لقياس قوة تأثير المؤتمر، و قد كان هذا التعاون مع البنك الدولي مرتبط بالصندوق الوطني الكويتي لدعم المشاريع الصغيرة المؤسس عام 2013، و يركز هذا الارتباط على تطوير المؤسسات و بتطبيق الدعم و التوجه الكلي لدعم المشاريع الصغيرة و المتوسطة في النظام البيئي لتلك المشاريع في البلاد.

## جدول ١

## عينة إستبيان

## إجمالي عدد المشاركين بمؤتمر نقاط

1431

إجمالي عدد المشاركين الذين أمموا الإستبيانات	أصحاب الأعمال و الأشخاص المستقلين	الموظفون	الطلاب
إستبيان الدخول	270	631	464
1,365			
إستبيانات محددة	9	44	34
97			
إجمالي عدد الإستبيانات اللاحقة	11	32	17
60			

المصدر: إستبيان دخول نقاط 2016، نوفمبر 2016

<sup>3</sup> نقاط هي مؤسسة غير ربحية كاتبة بدولة الكويت تهدف إلى تطوير الإبداع في العالم العربي، كما تنظم فعاليات،

برامج تدريبية، محاضرات، و تسلية ثقافية، باللغتين العربية و الإنجليزية لمواضيع معنية بالفنون البصرية، العلاجية،

التجارية، و الأدائية، إضافة إلى مبادرات الأعمال الإبداعية.

<sup>9</sup> أصحاب أعمال 44 موظف، و 34 طالب.

## 01.

## المقدمة و منهجية العمل

إستجاب المشاركون بمعدل عالي جدا بلغ 95% عبر جميع المهين، و لكن إنخفض معدل الاستجابة عبر ثلاث مهين، بنسبة 3% لأصحاب الأعمال و الأشخاص المستقلين، و نسبة 7% للطلاب و الموظفين.

ترجع أسباب الإنخفاض معدل إتمام الإستبيان التفصيلي لعدة أسباب: أتم الصندوق الوطني إستبيان تفصيلي سابق خلال عام 2016 إستهدف أصحاب الأعمال المبدعين و الأشخاص المستقلين خلال فترة التحضيرات لمركز حاضنة الإبداع، و قد تضمن إستبيان أصحاب الأعمال 34 سؤال و الذي قد يكون سببا لهبوط عزيمة المشاركين، أما إستبيانات الموظفين و الطلاب التفصيلية تضمنت 4 أسئلة قصيرة لكل مجموعة، و مع ضرورة الأخذ بالحسبان بأنهم قد أكملوا سلفا إستبيان الدخول، و كذلك أتموا إستبيانات قصيرة عقب إنتهاء ورش أعمالهم.

إحتوت الإستبيانات المذكورة أعلاه على أسئلة مغلقة الإجابة التي يكون جوابها نعم أم لا، و أسئلة الإختيارات المتعددة، و قد كانت بعض أسئلة الخيارات المتعددة غير مصنفة و تسمح بإختيارات أيجابية متعددة، و مع تلك المقاييس أصبح بالإمكان تحليل الأوزان المعطاة لكل عامل للإجابة (على سبيل المثال: عوامل الجاذبية، و أسباب المشاركة بالمؤتمر)، و احتوى الإستبيان التفصيلي على أسئلة مغلقة الأجابة محددة بنعم أم لا، أسئلة الخيارات المتعددة، أسئلة التصنيف، أسئلة مفتوحة الإجابة، و أسئلة تقييم مع تصنيف.

النتائج الرئيسية  
من إستبيان الدخول لنقاط  
2016



## 02.

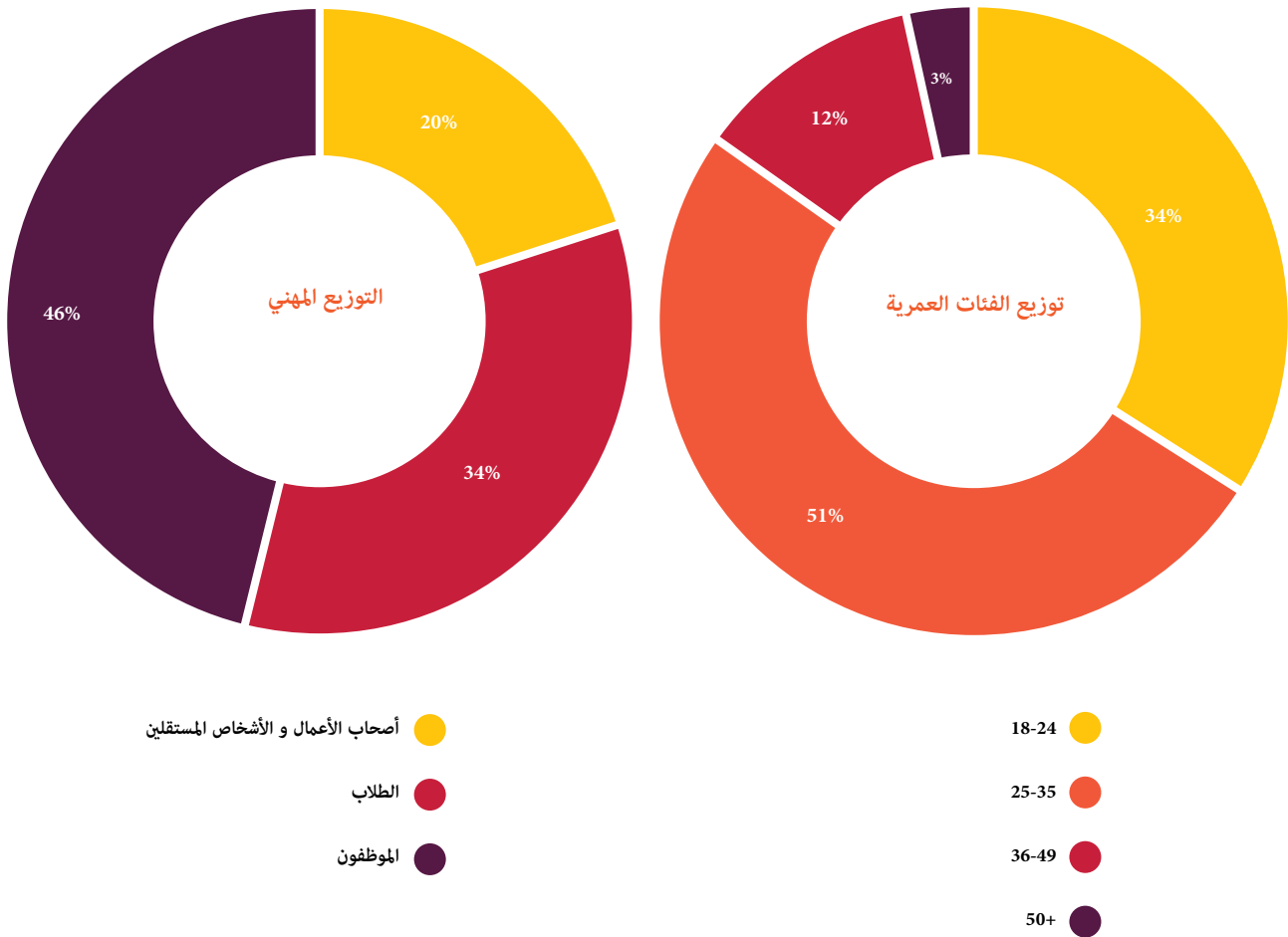
## النتائج الرئيسية من إستبيان الدخل لنقاط 2016

أوضح إستبيان الدخل التوزيع التالي للمهن المتنوعة: 46% من المشاركين كانوا من الموظفين، 34% كانوا طلاب، و 20% كانوا أصحاب أعمال و أشخاص مستقلين، كما تراوحت أعمار نصف عدد المشاركين بين 25 و 35 عام (بنسبة 51%)، تليها مجموعة المشاركين تتراوح أعمارهم بين 18 و 24 عام (بنسبة 34%)، و الباقي ما بين 36 و 49 عام (بنسبة 12%)، و أخيرا من 50 عام وما فوق (بنسبة 3%).

(أنظر إلى الصورة التوضيحية 1)

صورة توضيحية 1

توزيع المشاركين حسب مهنتهم و فئاتهم العمرية (نسبة مئوية)



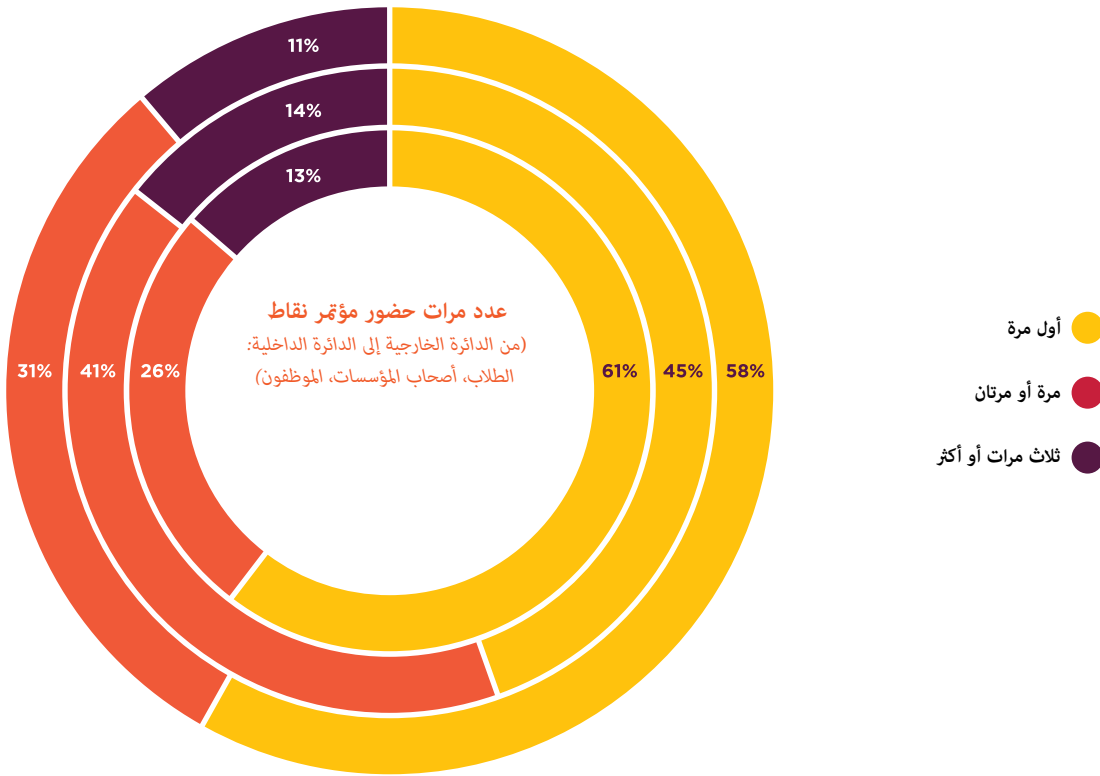
## 02.

## النتائج الرئيسية من إستبيان الدخول لنقاط 2016

كانت نسبة المشاركين بالمؤتمر لأول مرة بالنسبة لهم 56%، و قال 30% من المشاركين بأنهم حضروا لمرة واحدة إلى مرتان في فترات سابقة، و حضر 14% من المشاركين أكثر من ثلاث مرات، كما كان معدل المشاركين لأول مرة هو الأعلى للموظفين، أي أن 61% من الموظفين المشاركين حضروا لأول مرة، و حاز على المركز الثاني لأعلى معدل أصحاب الأعمال كحضور ثان أو ثالث لهم بنسبة 41%، مقارنة مع باقي المشاركين بنسبة 26% للموظفين و 31% للطلاب. (أنظر إلى الصورة التوضيحية 2).

## صورة توضيحية 2

جذب مؤتمر نقاط 2016 مبدعين جدد



## 02.

## النتائج الرئيسية من إستهبيان الدخل لنقاط 2016

تتناقض النتائج المذكورة أعلاه مع 91% من الطلاب الذين يرون أنفسهم كمبادري أعمال مبدعين في المستقبل (أنظر قسم 3.2)، يُنسب هذا التناقض إلى رؤية الطلاب الطويلة المدى عن بدء العمل التجاري بدلاً من الحاجة للمساعدة لمدة قصيرة، وهناك أيضاً تفسيراً آخر يرجح بأن السبب هو أن أعمار غالبية الطلاب المسجلين بنقاط 2016 تتراوح بين 18 إلى 24 عام.<sup>5</sup>

ان مستوى تعليم المشاركين كان عالي بنسبة 58% يحملون شهادات جامعية، 18% من حملة الماجستير، و 3% بدرجة الدكتوراه، و كان النصيب الأكبر من حملة الماجستير لأصحاب الأعمال و الأشخاص المستقلين بنسبة 29%.

## جاذبية نقاط 2016

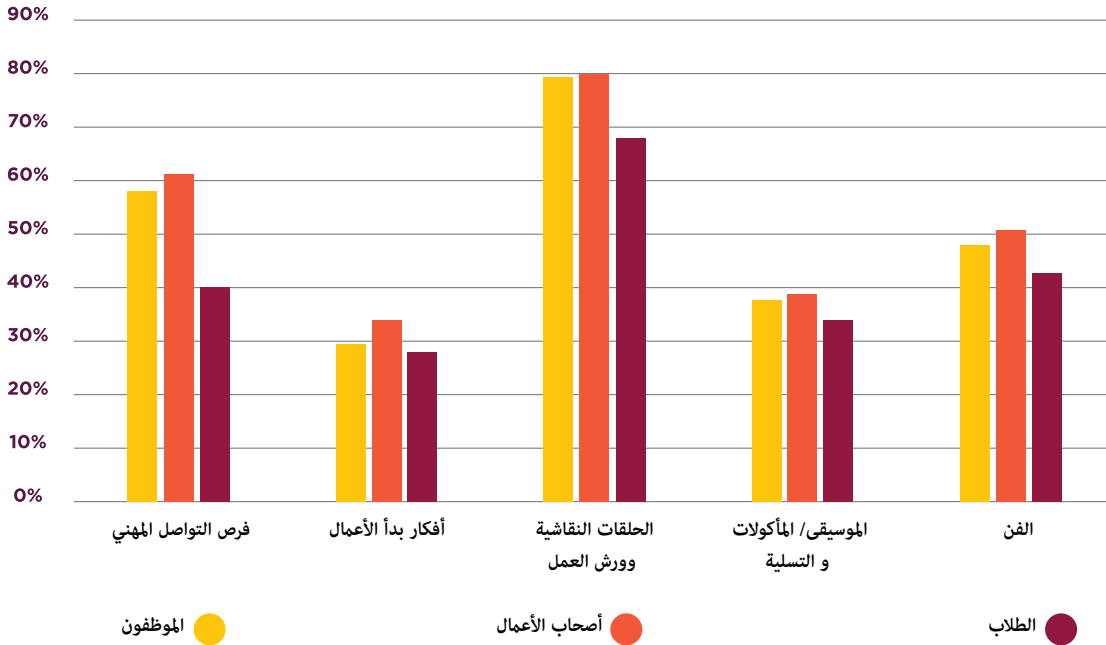
تساوت عوامل جذب المشاركين لحضور نقاط 2016 بين المهن المختلفة و مجموعات الفئات العمرية المختلفة<sup>4</sup>، حيث كانت العوامل الجاذبة الأكثر إقتباساً هي:

- 76% "الحلقات النقاشية وورش العمل".
- 52% "فرص التواصل المهني".
- 47% "الفن".
- 36% "الموسيقى و التسلية".
- 30% "أفكار بدء الأعمال".

تم تقسيم المهن، حيث تبين أن النسبة الأعلى بشكل طفيف من أصحاب المهن و الأشخاص المستقلين كانوا منجذبين لنقاط 2016 بهدف الحصول على معرفة الأفكار الخاصة في البدء بأي عمل تجاري مقارنة مع الموظفين و الطلاب. (أنظر إلى الصورة التوضيحية 3).

## صورة توضيحية 3

جاذبية المؤتمر بين المهن



المصدر: إستهبيان دخول نقاط 2016، 2016.

4 ان السؤال عن الجاذبية يحتفظ إختلافاً كلياً عن سؤال سبب الحضور، إضافة إلى إعطاء أغلب المشاركين الخيارات لإيجابية بطرق متعددة.

5 تشير دراسات تشريح مبادري الأعمال بأن متوسط أعمار المبادرين هو 40 عام في الولايات المتحدة الأمريكية. د ستانغز و د دي سيلبر، "عمر مبادر الأعمال: الديموغرافية و مبادرة الأعمال". مؤتمر الديموغرافية و مبادرة الأعمال، مارس 2013. <http://14.info/wp-content/uploads/2013/05/14jDaneStanglerDemographicsandEntrepreneurship-1.pdf>

أنظر أيضاً إلى: <http://www.kauffman.org/what-we-do/research/2010/05/the-anatomy-of-an-entrepreneur/>

## 02.

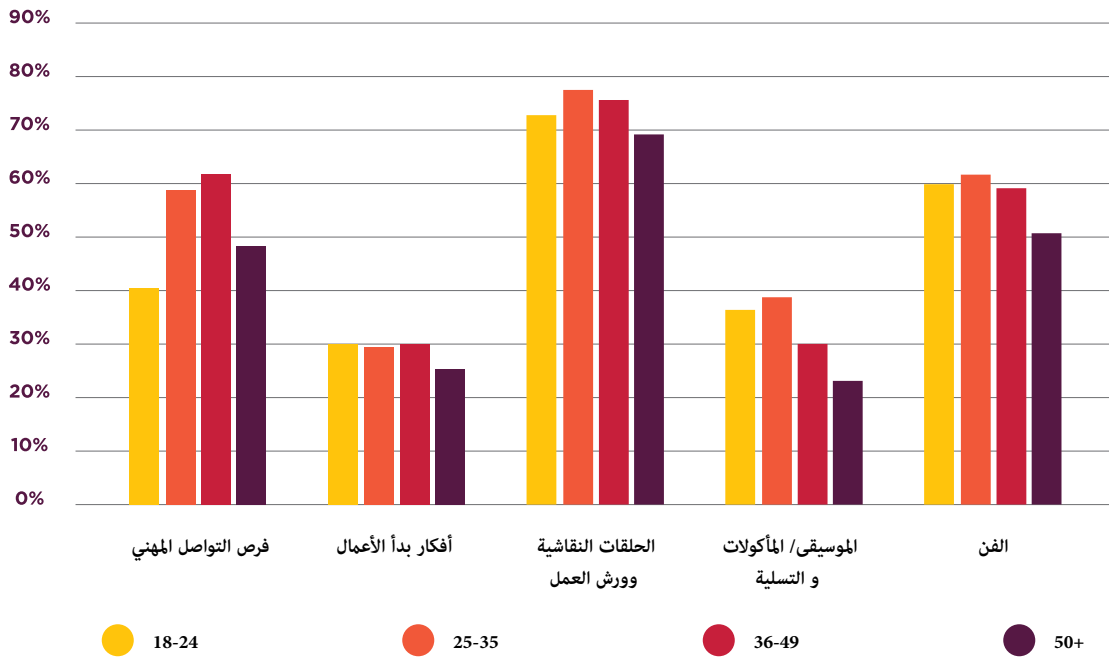
## النتائج الرئيسية من إستهبيان الدخول لنقاط 2016

في الصورة التوضيحية 4 تم توزيع عوامل جاذبية المؤتمر بين المشاركين، كالمحاضرات، الفن، و الشبكات، وأثر ثلاث عوامل جاذبة تم إقتباسها بين جميع الفئات العمرية، كما عرّ المشاركون الأصغر سناً عن إهتمام أقل بفرص الشبكات، و درجة أعلى من المشاركين الأكبر سناً بأفكار البدء بالأعمال، الموسيقى/ المأكولات و التسلية، و الفن.

## صورة توضيحية 4

المحاضرات، ورش العمل، الفن، و التواصل المهني كانوا ضمن أهم عوامل الجذب.

جاذبية نقاط للفئات العمرية (18-24)، (25-35)، (36-49)، (50+).



المصدر: إستهبيان دخول نقاط 2016، 2016

## 02.

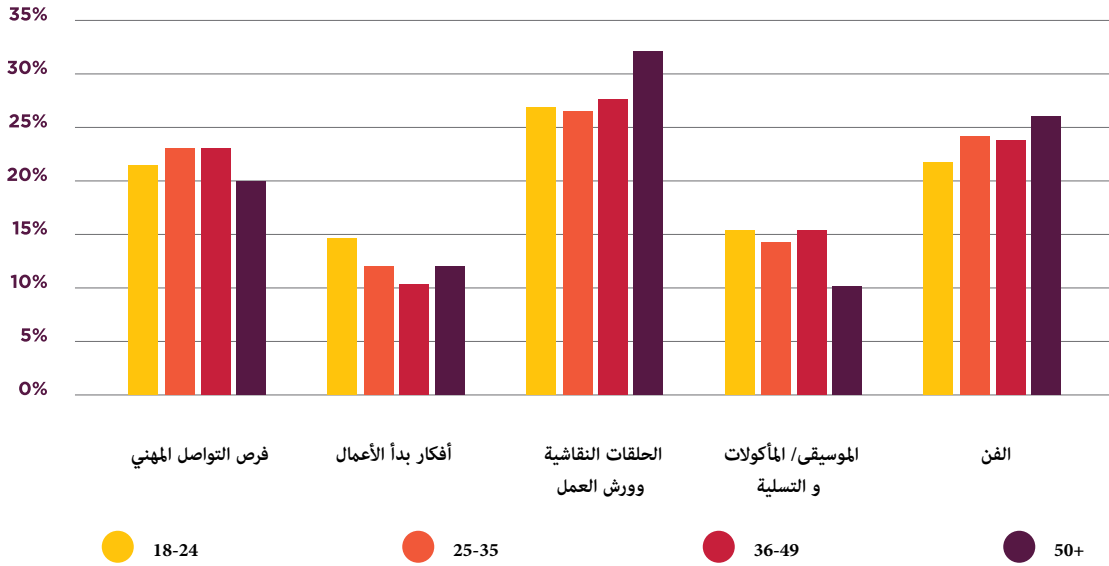
## النتائج الرئيسية من إستبيان الدخل لنقاط 2016

أشارةً إلى أصحاب الأعمال و الأشخاص المستقلين، فإن فرص التواصل المهني، أفكار بدء الأعمال، الحلقات النقاشية، ورش العمل، الموسيقى/ المأكولات و التسلية، و الفن تم إقتباسهم كأكثر العوامل جاذبية، و على الرغم من الإختلافات بين الفئات العمرية المختلفة، فإن أفكار بدء الأعمال كانت ذات أهمية لأصحاب الأعمال الأصغر سناً أكثر من أصحاب الأعمال الأكبر سناً (ما يقارب 15% لأصحاب الفئة العمرية 18-24 ضد 11% لأصحاب الفئة العمرية 36-49) (أنظر إلى الصورة التوضيحية 5)

## صورة توضيحية 5

أفكار بدء الأعمال كانت ذات أهمية لأصحاب الأعمال و الأشخاص المستقلين الأصغر سناً أكثر من أصحاب الأعمال الأكبر سناً

## جاذبية نقاط لأصحاب الأعمال/ الأشخاص المستقلين حسب تصنيف الفئة العمرية



المصدر: إستبيان دخول نقاط 2016، 2016

## 02.

## النتائج الرئيسية من إستبيان الدخول لنقاط 2016

## أسباب الحضور لنقاط 2016

عندما تم تزويد المشاركين بقائمة أكثر تفصيلاً بغرض معرفة أسباب حضورهم لنقاط 2016 تحتوي على ثمان إختيارات، فقد كان أعلى تصنيف لإجاباتنا ضمن ثلاثة مهن وهم "تحسين أفكار التصاميم"، و "تحسين مهارات علاقتي مع المبدعين". (أنظر إلى الصورة التوضيحية)<sup>6,7</sup> كما كانت أسباب الحضور لنقاط 2016 ضمن مجموعات المهن كالتالي:

## لأصحاب الأعمال و الأشخاص المستقلين:

- 53% "تحسين علاقتي مع المبدعين الآخرين".
- 46% "تحسين قدراتي بأفكار التصاميم".
- 42% "إيجاد طرق لتوسعة نطاق عملي التجاري".
- 34% "تحسين معرفتي بالتسويق".
- 29% "البدء بعملتي التجاري المبدع".

## للطلاب:

- 40% "تحسين قدراتي بأفكار التصاميم".
- 36% "تحسين علاقتي مع المبدعين الآخرين".
- 35% "تحسين مهاراتي التقنية".
- 23% "تحسين معرفتي بالتسويق".
- 22% "البدء بعملتي التجاري المبدع".

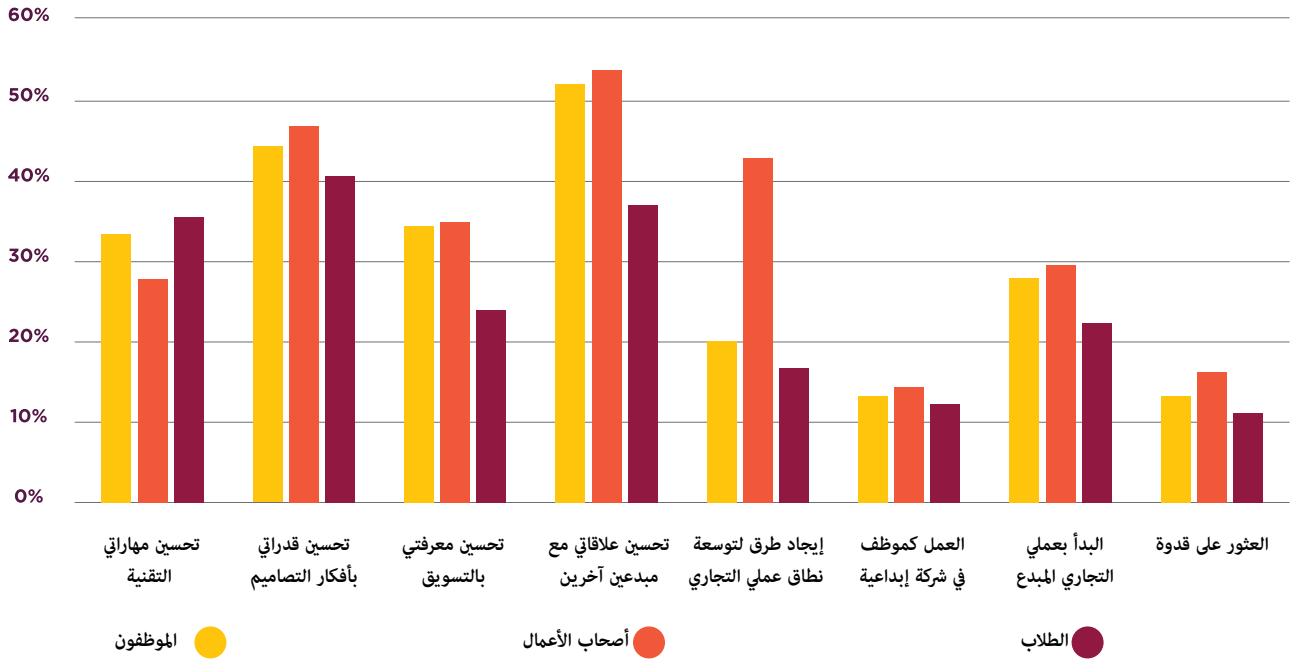
## للموظفين:

- 51% "تحسين علاقتي مع المبدعين الآخرين".
- 42% "تحسين قدراتي بأفكار التصاميم".
- 34% "تحسين معرفتي بالتسويق".
- 32% "تحسين مهاراتي التقنية".
- 27% "البدء بعملتي التجاري المبدع".

## صورة توضيحية 6

يرغب المشاركون بمختلف أنواع مهنتهم بتحسين مهاراتهم التقنية، تفكيرهم التصميمي، معرفتهم بالتسويق، و علاقاتهم بالمبدعين الآخرين.

## أسباب الحضور لنقاط 2016 حسب المهنة



المصدر: إستبيان دخول نقاط 2016، 2016.

6 كان هناك خيار "أسباب أخرى" ضمن الأوبئة و لكن تم إستبعاده من التحليل لأسباب توضيحية، و قد تم إختيار هذا الخيار بنسبة كبيرة في كل مهنة على حدة، مما يعني أن المرشحين قد تكون لهم دوافع مختلفة تتناقض توقعاتهم بناء على البيانات من مؤتمر نقاط 2015. 7 إن 83% من المشاركين أجابوا بإجابات متعددة الخيارات.

## 02.

## النتائج الرئيسية من إستبيان الدخول لنقاط 2016

مرة أخرى و ما بين جميع الفئات العمرية، كانت الأسباب الأكثر إختياراً لحضور نقاط 2016 هي "تحسين قدرات أفكار التصاميم"، و "تحسين علاقتي مع المبدعين الآخرين".  
(أنظر إلى الصورة التوضيحية ٧)

## الفئة العمرية من 36-45 عام رغبوا بالتالي:

- 53% "تحسين علاقتي مع المبدعين الآخرين".
- 39% "تحسين قدرات أفكار التصاميم".
- 32% "تحسين مهاراتي التقنية".
- 22% "إيجاد طرق لتوسعة نطاق عملي التجاري".
- 22% "تحسين معرفتي بالتسويق".
- 22% "البدء بعملي التجاري المبدع".

## الفئة العمرية الأصغر سناً (18-24) يرغبون بالتالي:

- 38% "تحسين قدرات أفكار التصاميم".
- 42% "تحسين علاقتهم مع المبدعين الآخرين".
- 38% "تحسين مهاراتهم التقنية".
- 30% "تحسين معرفتهم بالتسويق".
- 27% "البدء بعمليهم التجاري المبدع".

## الفئة العمرية للبالغين من العمر 50 وما فوق حضروا لنقاط 2016 للأسباب التالية:

- 41% "تحسين قدرات أفكار التصاميم".
- 36% "تحسين علاقتي مع المبدعين الآخرين".
- 33% "إيجاد طرق لتوسعة نطاق عملي التجاري".
- 28% "تحسين معرفتي بالتسويق".
- 18% "البدء بعملي التجاري المبدع".

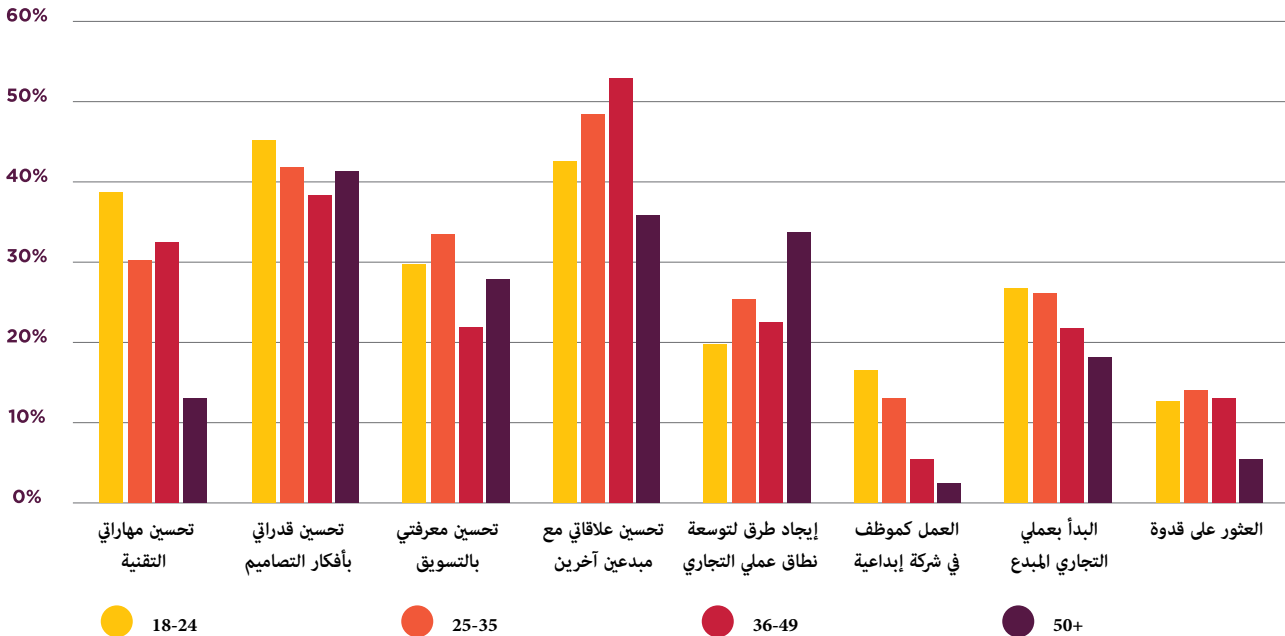
## الفئة العمرية الأقل سناً التالية (25-35) حضروا إلى نقاط 2016 للأسباب التالية:

- 48% "تحسين علاقتي مع المبدعين الآخرين".
- 39% "تحسين قدراتي بأفكار التصاميم".
- 33% "تحسين معرفتي بالتسويق".
- 30% "تحسين مهاراتي التقنية".
- 27% "البدء بعملي التجاري المبدع".
- 25% "إيجاد طرق لتوسعة نطاق عملي التجاري".

## صورة توضيحية 7

المشاركون بمختلف أنواع مهتهم، كانت أكثر إجاباتهم لحضور نقاط 2016 بأنهم يرغبون بتحسين تفكيرهم التصميمي، معرفتهم بالتسويق، و تحسين علاقتهم مع المبدعين الآخرين.

أسباب حضور نقاط 2016 للفئات العمرية (18-24)،(25-35)،(36-49)،(50+).



المصدر: إستبيان دخول نقاط 2016، 2016.

## 02.

## النتائج الرئيسية من إستبيان الدخل لنقاط 2016

بينت تحاليل أسباب حضور أصحاب الأعمال و الأشخاص المستقلين لنقاط 2016 بأن 52% ممن شملتهم الإستبيانات بالفئات المذكورة كان أهمها "تحسين علاقتي مع المبدعين الآخرين". (أنظر إلى الصورة التوضيحية ٨)

أوضح مبادري الأعمال و الأشخاص المستقلين الأصغر سناً (24-18 سنة) بأن أسباب حضورهم لنقاط 2016 مقارنة مع نظرائهم الأكبر سناً و بدرجة أكبر لأهداف خاصة بالإستحواذ على المهارات كانت تحديداً كالتالي:

- 59% "تحسين قدرات أفكار التصميم".
- 48% "تحسين مهاراتي التقنية".
- 44% "تحسين معرفتي بالتسويق".

الأسباب الثلاث الأكثر إجابة بشكل جماعي لأصحاب الأعمال و الأشخاص المستقلين ما بين 25 إلى 35 عام كانت كالتالي:

- 51% "تحسين علاقتي مع المبدعين الآخرين".
- 41% "إيجاد طرق لتوسعة نطاق عملي التجاري".
- 40% "تحسين قدرات أفكار التصميم".

لدى أصحاب الأعمال و الأشخاص المستقلين بشكل جماعي للفئة العمرية من 36-49 عام الإهتمام بالتالي:

- 51% "تحسين علاقتي مع المبدعين الآخرين".
- 50% "تحسين قدرات تفكيري التصميمي".
- 39% "إيجاد طرق لتوسعة نطاق عملي التجاري".

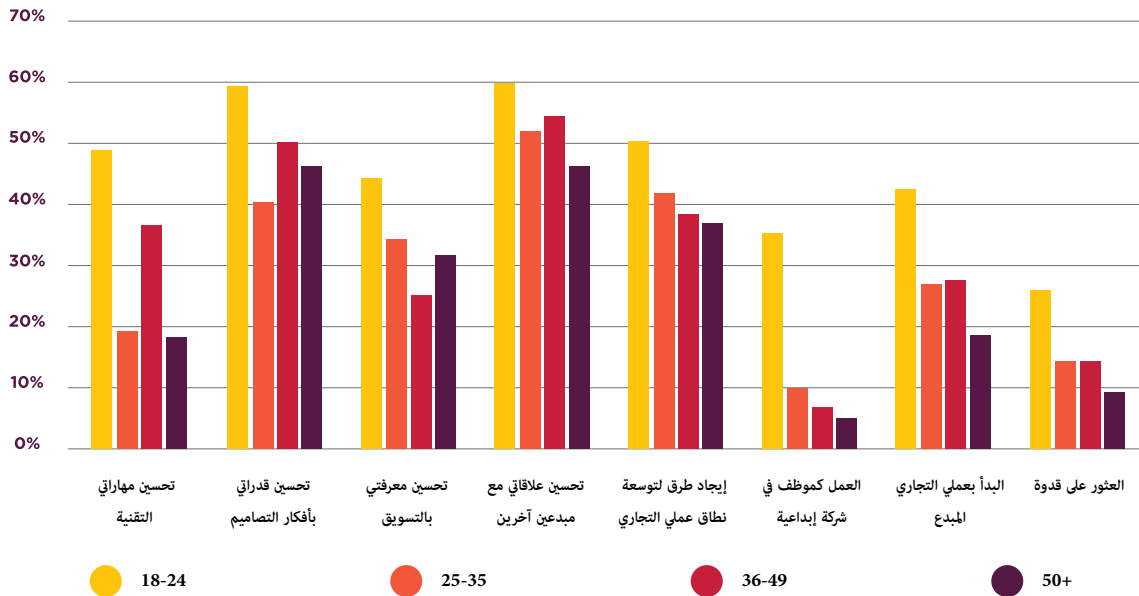
لدى أصحاب الأعمال و الأشخاص المستقلين الذين تتراوح أعمارهم من 50 عام وما فوق كالتالي:

- 45% "تحسين علاقتي مع المبدعين الآخرين".
- 45% "تحسين قدرات تفكيري التصميمي".
- 36% "إيجاد طرق لتوسعة نطاق عملي التجاري".

## صورة توضيحية 8

المشاركون بمختلف أنواع مهنتهم الذين تم عمل إستبيانات معهم، كانت أكثر إجاباتهم لحضور نقاط 2016 لأنهم يودوا "تحسين علاقاتهم مع المبدعين الآخرين"، و "تحسين قدرات تفكيري التصميمي".

## أسباب حضور نقاط لأصحاب الأعمال/الأشخاص المستقلين حسب فئاتهم العمرية.





## 02.

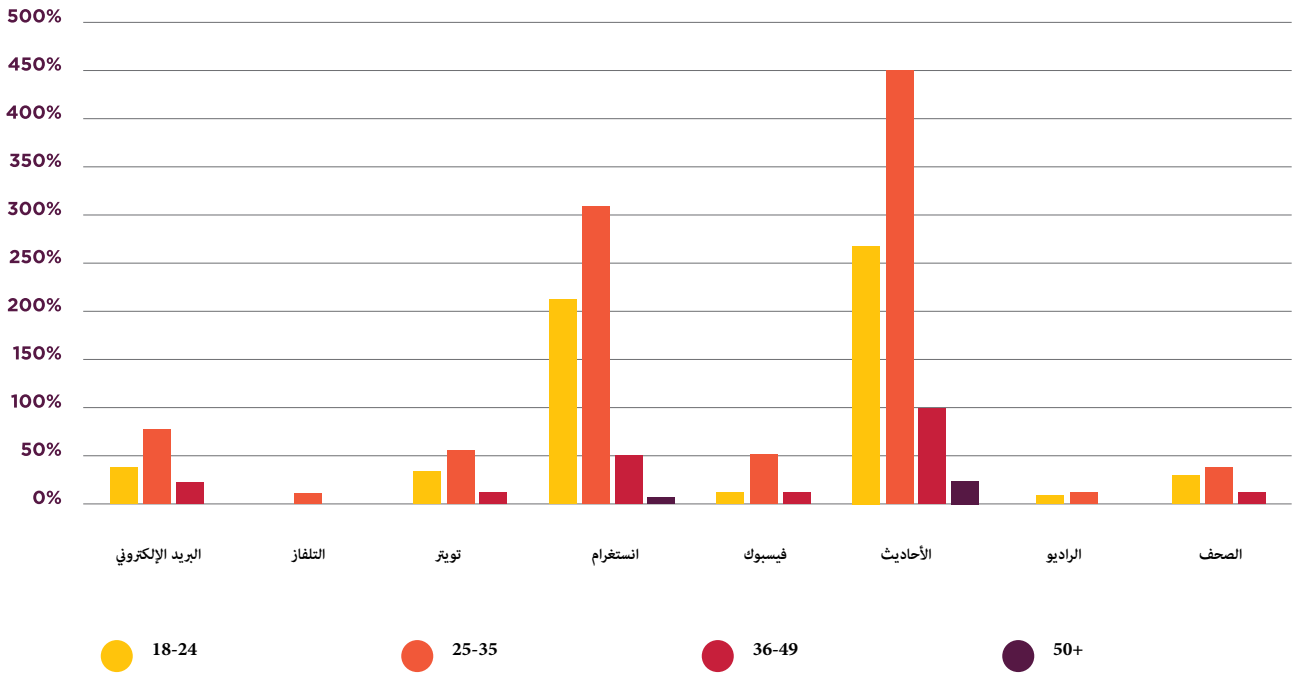
## النتائج الرئيسية من إستبيان الدخل لنقاط 2016

إشارةً إلى وسائل التوعية لما قبل مؤتمر نقاط، فإن أفضل وسيلة توعية فعالة كانت بواسطة الأحاديث ما بين الأشخاص و عبر وسيلة التواصل الإجتماعي الإنستغرام حسب ما ورد في إستبيان الدخل، و لم تكن لوسائل التواصل التقليدية كالتلفاز و الصحف أي تأثير فعال. (أنظر إلى الصورة التوضيحية 9)

## صورة توضيحية 9

كانت الأحاديث ما بين الأشخاص و عبر الإنستغرام أكثر وسائل التوعية تأثيراً

## وسائل توعية نقاط



المصدر: إستبيان دخول نقاط 2016، 2016

# النتائج الرئيسية من الإستبيان المفصل

## 3.1

## النتائج الخاصة بأصحاب الأعمال

أتم فقط 9 أصحاب أعمال من إجمالي 286 ممن حضروا نقاط 2016 الإستهتبان الخاص بأصحاب الأعمال، و سجد ذلك من تمثيل النتائج بشكل دقيق لهذا الإستهتبان على وجه الخصوص<sup>٨</sup>، و من تلك التسع شركات فإن ثمانية منهم كائنين في دولة الكويت، وواحدة فقط من إحدى دول مجلس التعاون الخليجي، و ستة من إجمالي التسع شركات ممن شملهم الإستهتبان يقل عدد موظفيها عن عدد خمسة موظفين، و غالبيتهم يعملون بدوام كامل. يعمل أولئك الموظفون بشكل عام كمبدعين بدوام كامل، مع بعض من الموظفنين الذين يعملون بدوام جزئي، و إن أربع شركات مملوكة بالتساوي بين رجل و امرأة، و ثلاث شركات مملوكة لرجال فقط، و إثنان مملوكت لنساء، و إن تناسب الموظفنين الذكور و الإناث بلغ 50% لأربع شركات من أصل ثمانية أجابوا هذا السؤال، و ضمن النصف الآخر فإن ثلاث شركات من أصل ثمانية تزيد فيها نسبة الموظفنين الذكور، و شركة واحدة فقط لديها النسبة الأعلى من الموظفات الإناث.

ترتبط العوائد بشكل كبير مهدة سنوات عمل الشركة، و ست شركات من أصل تسع شركات عملت شركاتهم في السوق لأقل من عامان، و سبع شركات لم تحقق أي عوائد أو حققت عوائد تقل عن 10.000 د.ك (4.000 دولار أمريكي) خلال عام 2015، و إحداها عملت ما بين 2 إلى 6 أعوام، و أما الشركة الأخرى فقد عملت بما يفوق 12 عام قد حققت عوائد تتراوح ما بين 100.000 د.ك و 250.000 د.ك (من 330.000 إلى 820.000 دولار أمريكي)، و بما يفوق 250.000 د.ك على التوالي (فوق 820.000 دولار أمريكي).

تصدّر ثمان شركات بشكل عام إلى دول مجلس التعاون، كما تصدر شركة واحدة إلى شمال أفريقيا، و تتضمن محفظة عملاء الشركات عملاء أفراد و/أو مطاعم، بالرغم من تركيز بعض الشركات على الفعاليات و/أو توريد الخدمات لشركات مختصة بالإرسال التلفزيوني، الإعلام، و إنتاج الأفلام.

أفادت خمس شركات بأنها تستخدم نفس نمط الأعمال كوسيلة لإيجاد الحلول لمعضلات التي قد تواجههم، و لدى ثلاث شركات شخص محترف يُقتدى به يقدم لهم المساعدة و يعطيهم المشورة لأي من المشاكل التي قد تواجههم، كما تنتمي ثمان شركات لشبكة من المحترفين، كما أفادت خمس شركات بأن طريقتهم المفضلة لإيجاد الحلول للتحديات هي بتقليد شركات أخرى تعمل في نفس المجال، و أفادت ثلاث شركات أخرى بأن طريقتها المفضلة هي عن طريق شخص محترف يُقتدى به.

كانت أكثر المتغيرات السلبية تأثيراً على الأعمال التجارية حسب ما أفادته الشركات هو سُح القوانين التي تحمي حقوق الملكية، المزورون، و إن الفكرة العامة المتخذة عن الصناعة الإبداعية تبدو ذات هيبية أقل.

إشارة إلى المتغيرات الإيجابية و الفرص، فقد إستخدمت الشركات أدوات مختلفة تفيد تطوير الصناعة الإبداعية، بما فيها إستخدام التجارة الإلكترونية و وسائل التواصل الإجتماعي، و كذلك حضور فعاليات خاصة بالإبداع خلال الأسبوع أو في نهايته.

أقي تمويل ثمان شركات من العائلة و الأصدقاء كمصدر أساسي، و مؤلت شركة واحدة نفسها بواسطة قرض بنكي ذو فائدة منخفضة، و كانت وسيلة التمويل المثلى هي "العائلة و الأصدقاء" لأربع شركات، بالرغم من أن ثلاث شركات ذكرت التمويل برأس مال مغامر، و أخيراً أفادت شركتان بأن المنح الحكومية هي أفضل وسيلة للتمويل.

عندما تم السؤال عن القيود التي تعيق نمو الأعمال و تحقيق الربحية، تبين أن "البطء في إنجاز المعاملات و الإجراءات البيروقراطية"، "قلة وجود التسويق"، و "قلة تنفيذ أطر الإدارة و التنفيذ الفعالة" حصلت على أعلى مجموع نقاط فيما يتعلق بالمعدل الوزني (تم تصنيف المقياس من 1-5، حيث يكون تقييم رقم 1 "غير حرج" و رقم 5 "حرج جداً"، أنظر إلى جدول 2). تم تصنيف "قلة وجود مبدعين مُدربين تدريباً جيداً"، "قلة التواصل بالانترنت مع مبدعين آخرين"، و "قلة وجود العلاقات الدولية" كالقيود الأكثر حرجاً، يليها "التمويل"، "قلة وجود أجهزة متقدمة"، و "أماكن العمل الحالية غير مناسبة و غير مؤهلة للعرض أو لإستقبال العملاء"، كما إنه من الضروري الأخذ بعين الإعتبار الناحيتان لإدارة الأعمال و هما "التسويق، التنفيذ، و الإدارة" كانا ضمن القيود الأعلى تصنيفاً.

## 3.1

## النتائج الخاصة بأصحاب الأعمال

## جدول 2

القيود الإدارية الداخلية للأعمال و للحكومات تم إدراجهم كأعلى القيود مرتبة.

## القيود الخمس الأعلى مرتبة لنمو الأعمال و تحقيق الربحية

1. البطء في إنجاز المعاملات و الإجراءات البيروقراطية
2. قلة وجود التسويق
3. قلة تنفيذ أطر الإدارة و التنفيذ الفعالة
4. قلة وجود مبدعين مُدرِّبين تدريباً جيداً
5. قلة التواصل بالانترنت مع مبدعين آخرين، و قلة وجود العلاقات الدولية

المصدر: إستبيان اصحاب الأعمال في نقاط 2016، 2016

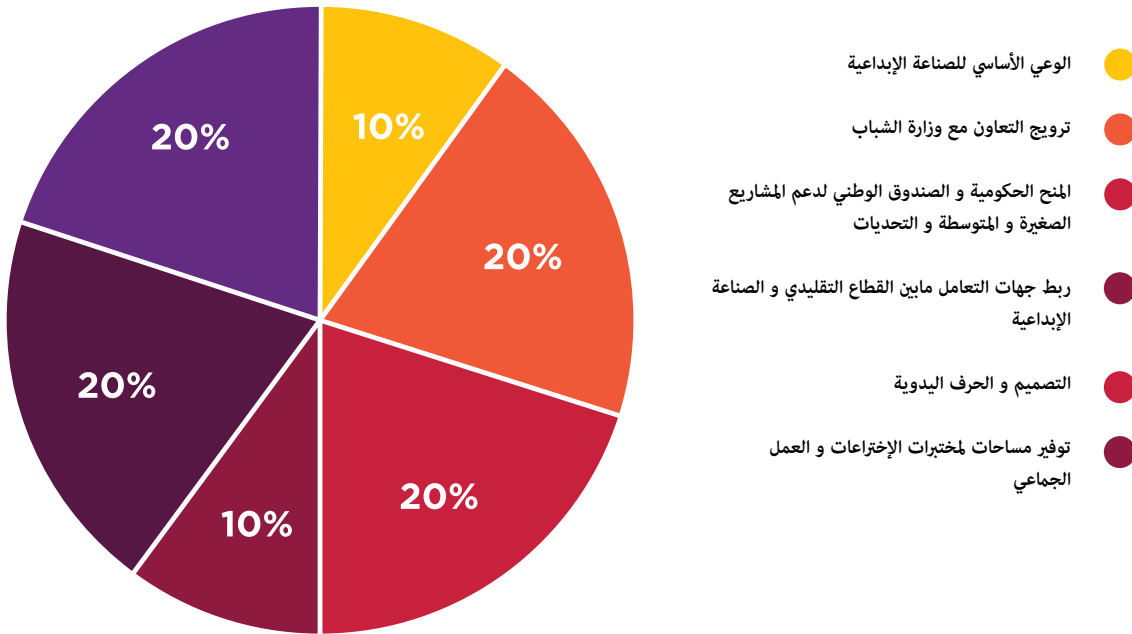
## 3.1

## النتائج الخاصة بأصحاب الأعمال

تشعبت إجابات أصحاب الأعمال و الأشخاص المستقلين حينما تم سؤالهم عن تعريف دور الحكومة المستقبلية لدعم قطاع الصناعة الإبداعية (أنظر الصورة التوضيحية 10)، فقد أضافوا التالي: "التركيز على الوعي الأساسي للصناعة"، "ربط جهات التعامل مابين القطاع التقليدي و الصناعة الإبداعية"، "توفير مساحات لمختبرات الإختراعات و العمل الجماعي"، "التصميم و الحرف اليدوية"، "المنح الحكومية و الصندوق الوطني لدعم المشاريع الصغيرة و المتوسطة و التحديات"، و "ترويج التعاون لدى وزارة الشباب".

عندما تم سؤال أصحاب الأعمال و الأشخاص المستقلين عن علمهم بوجود الصندوق الوطني لدعم المشاريع الصغيرة و المتوسطة، أجابت سبع شركات إيجاباً من أصل تسع شركات بأنهم يعلمون عن دور هذا الصندوق لمساعدة الشركات لوضع خطة عمل، و في الوقت ذاته لم تعلم ست شركات من أصل تسع شركات عن دور الصندوق و أنواع التمويل المتوفرة لديه، و خاصة عن دوره بتوفير مساحات العمل و التدريبات اللازمة للمبدعين. إشارة إلى المركز الإبداعي، فإن ستة أصحاب أعمال قالوا بأنهم يتوقعون المساعدات التقنية لنمو أعمالهم، و خمسة آخرون توقعوا مساحة للتعاون، و ثلاث شركات توقعوا المساعدة التقنية لتوظيف مبدعين في شركاتهم.

صورة توضيحية 10  
الدعم الحكومي المطلوب



المصدر: إبتتبات أصحاب الأعمال في نقاط 2016، 2016

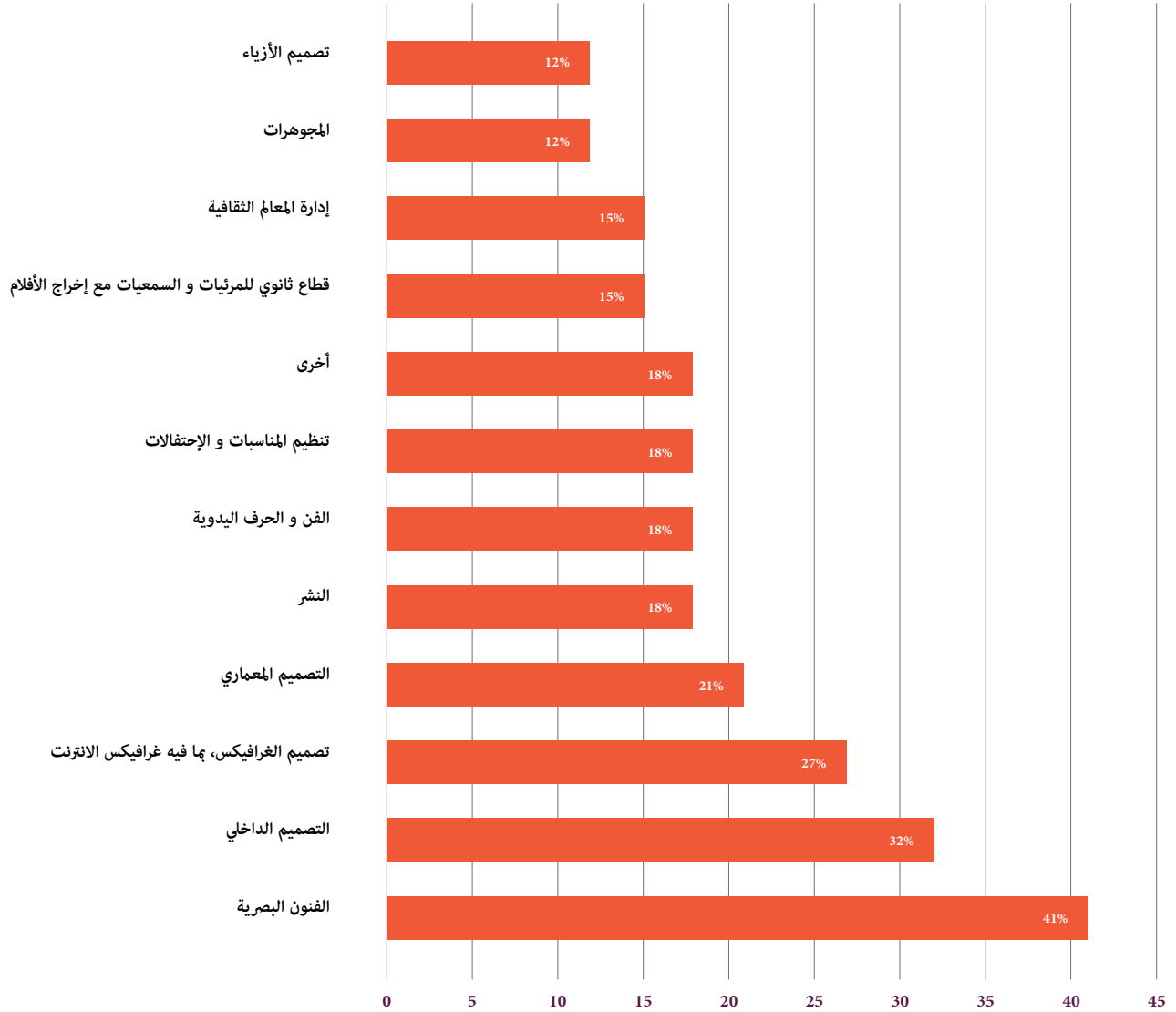
## 3.2

## النتائج الرئيسية من إستبيان الطلبة و الموظفين

رأى أكثر من 91% من الطلاب الذين أجابوا أنفسهم كمبادري أعمال مبدعين بالمستقبل، و ذكروا بأن مستقبل تطوير الأعمال يقع ضمن القطاعات الثانوية الموضحة أدناه. (تم إدراجهم في الصورة التوضيحية 11)

## صورة توضيحية 11

تصور الطلاب للقطاعات الإبداعية (نسب مئوية) كالتالي:



المصدر: إستبيان الطلاب في نقاط 2016، 2016.

## 3.2

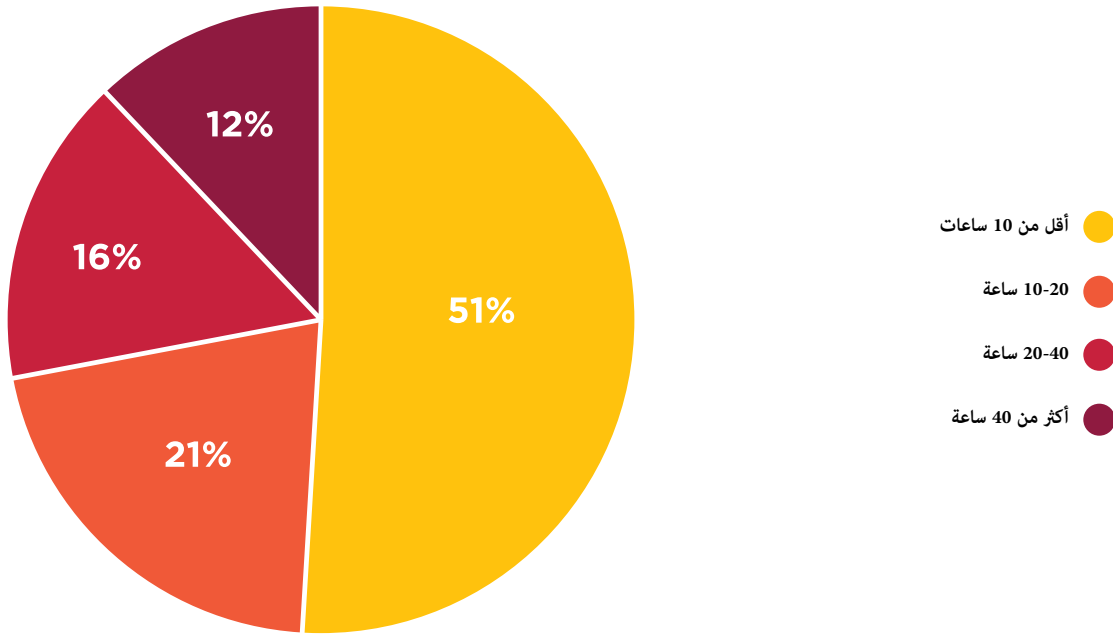
## النتائج الرئيسية من إبتتبان الطلبة و الموظفين

يقضي موظفو الصناعات الإبداعية حاليا وقتا جيدا في أعمالهم<sup>10</sup>، حيث أن 28% من الموظفين الذين تم إبتتبانهم بالطبع قالوا بأنهم يقضون أكثر من 20 ساعة إسبوعيا في القطاع الإبداعي، و 21% من الموظفين الذين تم إبتتبانهم أفادوا بأنهم يخصصون من 10 إلى 20 ساعة أسبوعيا للقطاع الإبداعي (أنظر الصورة التوضيحية 12). و يتطابق ذلك مع نسبة 62% من الموظفين الذين تم إبتتبانهم ممن يرون أنفسهم كأشخاص مبدعين في أعمالهم المهنية في قطاع الصناعة الإبداعية، و كذلك يعتبرون تلك الأعمال كوظيفة ثانية. عندما تم سؤال الأشخاص الذين تم عمل إبتتبان معهم سؤالاً مفتوح الإجابة عن ما سيساعدهم لجعل وظيفتهم بالصناعة الإبداعية الوظيفة الأولى، ذكروا التالي: "وجود خدمات حكومية إدارية على شبكة الإنترنت"، "التمكن من الحصول على مساحات للعمل و للتمويل"، "التعلم من مبادري الأعمال المبدعين ذوي الخبرة"، "الحصول على تدريبات بسيطة"، "ضمان الدخل الأقل"، و "التوعية و قبول فكرة الصناعة الإبداعية".

## صورة توضيحية 12

## الصناعة الإبداعية كوظيفة ثانية

الوظيفة الثانية للموظفين بناءً على قياس عدد ساعات العمل في مغامرات الأعمال الإبداعية.



المصدر: إبتتبان الطلاب في نقاط 2016، 2016.

# الإستبيان النهائي مابعد إنتهاء الفعالية



## 04.

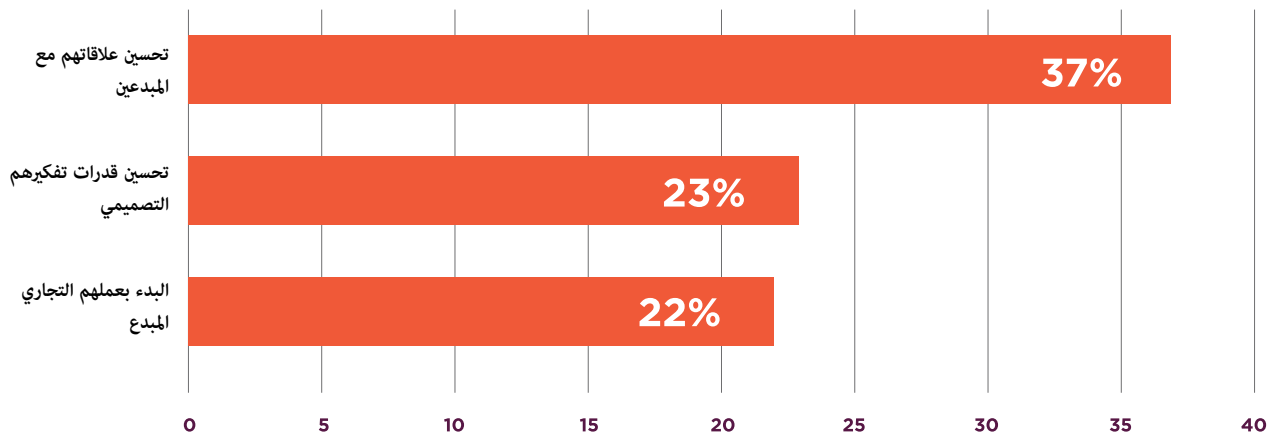
## الإستبيان النهائي لما بعد إنتهاء الفعالية

أثنى مشاركو الإستبيان النهائي لنقاط 2016 على المؤسسة بأنها مبتكرة، مُلمة بالمعرفة، و ذات إلمام بالإقليم المحيط، كما قيموا المؤتمر بشكل عام بمعدل بلغ 8.65 على مقياس 1 إلى 10<sup>11</sup>، كما قيم مشاركو نقاط 2016 المؤتمر بمعدل بلغ 7.95، إضافة إلى تقييم 62% من الحضور محتويات المؤتمر بمعدل 8 نقاط أو أكثر، و قد بلغت نسبة الأشخاص الراضين و الأشخاص الراضين جدا 95% من المشاركين بالإستبيان، و كذلك 97% سيقومون بتوصية صديق للمشاركة في أي مؤتمر تنظمه نقاط. عندما تم السؤال عن إختيار ميزة من أصل سبعة ميز تصف نقاط، أجاب 33% من المشاركين بميزة الابتكار، 25% بميزة المعرفة، و 21% بميزة الإلمام بالإقليم المحيط.

أعطت نقاط المشاركين الخبرة و الأدوات للمشاركة في الصناعة الإبداعية، كما أوضح 78% من الحضور بأنهم وجدوا بعض نواحي المؤتمر مثيرة للإهتمام أكثر مما كانوا يتوقعون قبل الحضور، و كانت النواحي الأكثر إثارة للإهتمام بشكل أكبر من المتوقع الذي سبق الحضور كالتالي: "تحسين علاقاتهم مع المبدعين" (37%)، "تحسين قدرات تفكيرهم التصميمي" (23%)، و "البدء بعملهم التجاري المبدع" (22%). (أنظر إلى الصورة التوضيحية 13)<sup>12</sup>

## صورة توضيحية 13

النواحي الأكثر إثارة للإهتمام بشكل أكبر من المتوقع الذي سبق الحضور



المصدر: إستبيان بعد إنتهاء فعالية نقاط 2016، 2016.

11 هدف الإستبيان اللاحق لقياس الرضا الكلي للمشاركين بالفعالية، و أيضا للسعي للحصول على التوجيهات من المشاركين بكيفية تحسين النسخ المستقبلية من المؤتمر، و قد أكمل 60 من أصل 1431 مشارك بالمؤتمر إستبيان العروج لما بعد الفعالية. (أنظر إلى جدول 1)

12 الأجيوة ذات الخيارات المتعددة كانت واردة.

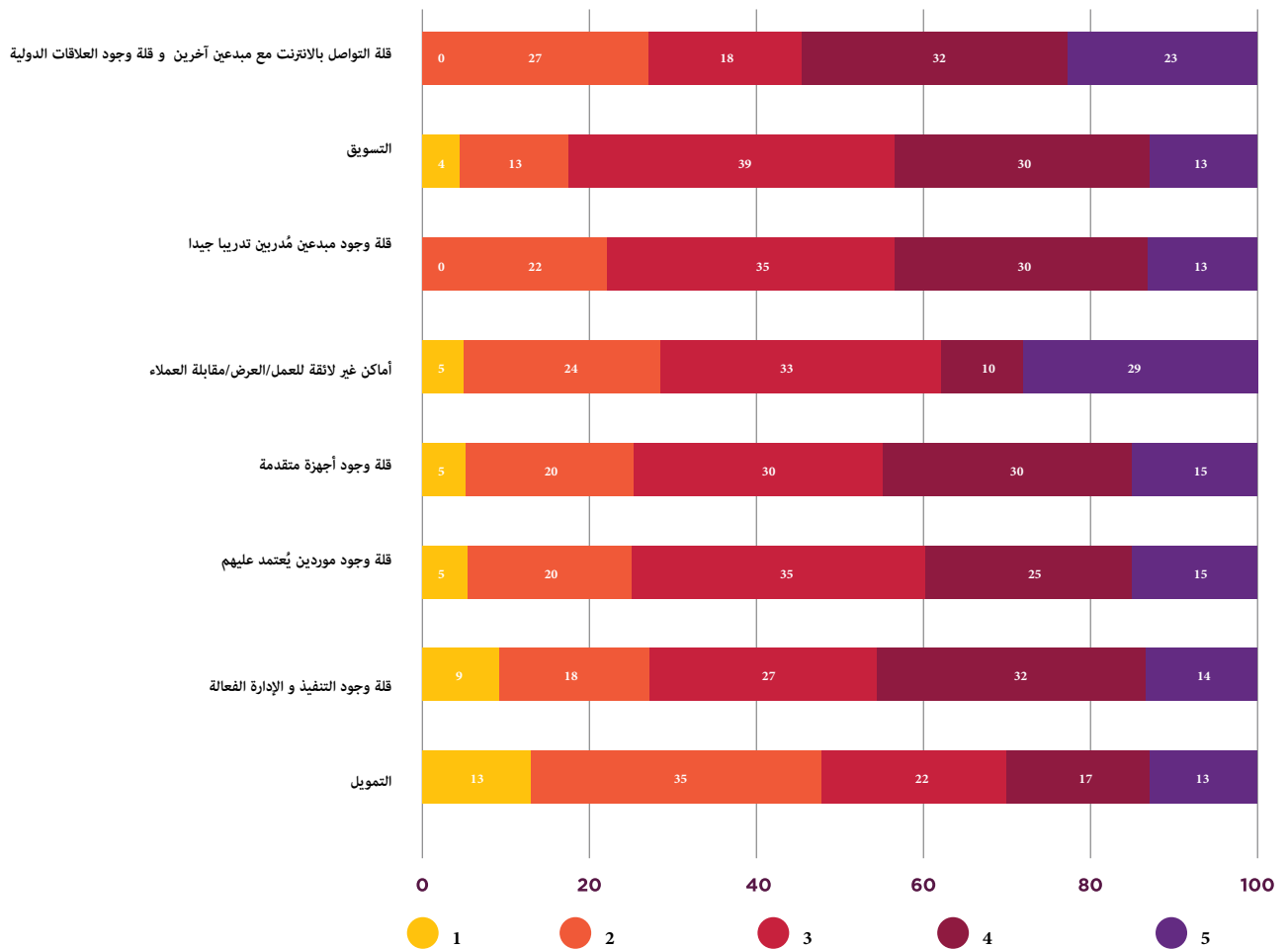
## 04.

## الإستبيان النهائي لما بعد إنتهاء الفعالية

ساعد نقاط 2016 الحضور لإيجاد طرق لتخطي بعض القيود الداخلية و الخارجية التي تواجه أعمالهم بواسطة إكتشاف الحلول لتخطي التالي: " قلة وجود مبدعين مُدرّبين تدريباً جيداً"، " قلة وجود التسويق"، " قلة التواصل بالانترنت مع مبدعين آخرين"، و " قلة وجود العلاقات الدولية"<sup>13</sup>، و أتى ذلك بعد ما ساعدت نقاط المشاركين لتخطي التالي: " قلة وجود أجهزة متقدمة"، " قلة وجود التنفيذ و الإدارة الفعالة"، و " قلة العثور على موردين يُعتمد عليهم"، و أخيراً إستطاع نقاط 2016 بالقيام بحل المشاكل المتعلقة بالتالي: " قلة الحصول على مساحات للعمل و للعرض، أو لإستقبال العملاء"، و بدرجة أقل التمكن من الحصول على "التمويل" (أنظر إلى الصورة التوضيحية 14). بينت النتائج المذكورة بأن نقاط 2016 تناول إلى حد ما أربع قيود من أصل خمسة الأكثر إقتباساً بين الشركات و من قبل الأشخاص المستقلين والذين تم ذكرهم في الإستبيان الخاص بأصحاب الأعمال المدرج في جدول 2.

## صورة توضيحية 14

فاعلية نقاط 2016 في حل القيود الداخلية و الخارجية  
مقياس 1-5 مع كون رقم 1 = عدم التمكن من العثور على فكرة لتخطي القيود في المؤتمر  
و رقم 5 = العثور على خط سير متين لتخطي القيود في المؤتمر



المصدر: إستبيان بعد إنتهاء فعالية نقاط 2016، 2016

## 04.

## الإستبيان النهائي لما بعد إنتهاء الفعالية

ختاماً، 59% من الحضور قالوا بأنهم يودوا أن يحضروا فعاليات مشابهة بالمستقبل، كما إقترحوا التالي لتحسين الشكل العام: إن قيام نقاط بتنظيم مؤتمر بالمستقبل سيضيف "مساحة لتقديم أفكار جديدة" بحسب ما قاله 47% من مجيبي الإستبيانات، و 23% ذكروا بأن بإمكان نقاط إضافة ورشة عمل بالمستقبل معنية بالتمكن من الدخول إلى السوق لأصحاب الأعمال المبدعين، و رغب 14% من مجيبي الإستبيانات بالحصول على تدريبات لتطوير المنتجات، و 11% رغبوا بالحصول على تدريبات خاصة بتطوير خطة العمل و معرفة كيفية توظيف المبدعين، و 2% رغبوا بتدريبات حول تطوير خطة مالية.

# الإستنتاج

## 05.

## الإستنتاج

بينت النتائج بأن 1365 ممن حضروا نقاط 2016 بهدف تبادل الأفكار و الآراء مع مبدعين آخرين، إكتساب مهارات جديدة، معرفة الكيفية و الكفاءات للتفكير التصميمي، التسويق و المهارات التقنية، و للحصول على الإيحاءات من نظرائهم، الفنانين، و كذلك للأفكار الجديدة، و الذي بالفعل حقق توقعات المشاركين. إن تحليل الإستبيان التفصيلي للمهن المختلفة بين أن أصحاب الأعمال و الأشخاص المستقلين غير مُلمين بشكل كلي عن دعم الحكومة الكويتية للصناعة الإبداعية، و زعم هؤلاء بأن القيود الداخلية و الخارجية تحول دون قدرتهم على إطلاق أو توسعة أعمالهم الإبداعية.

في إستبيان لاحق أوضح 78% من المجيبين بأن نقاط 2016 تخطى بلا حدود ما كانوا يتوقعوه قبل الحضور، و حوالي نصف المجيبين وجدوا حلولاً إلى درجة مقبولة للحد من القيود خلال التعرف على المبدعين المدربين تدريباً جيداً، الموردين و العلاقات الدولية، إكتساب المعرفة عن ماهية التسويق و مهارات التنفيذ و الإدارة الفعالة، و التعرف على الأجهزة المتقدمة و أماكن العمل/العرض. أجاب 47% إن الحلول التمويلية لم يتم تقديمها بشكل مقبول، و 95% أعربوا عن رضاهم أو رضاهم الشديد عن الفعالية، و 97% سيرشحون مؤتمرات أو ورش عمل نقاط لأحد الأصدقاء.

مؤسسة نقاط على الحروف ©  
مبنى باناسونيك، شارع فهد السالم، الدور 18، مكتب 63  
مدينة الكويت، الكويت