

تصور مقترح باستخدام أسلوب البايك لتسويق الإنتاج الفني لخريجي التربية الفنية

A proposed conception of using the BAIC method to market the art production of art education graduates

م. د/ لمياء عبد الحميد عبد النور

مدرس أصول التربية الفنية-كلية التربية الفنية-جامعة حلوان

Dr. Lamiaa Abd-El Hamid Abd-Elnour

Lecturer at Art Education Fundamentals - Faculty of Art Education - Helwan University

lamiaaabdhamied@gmail.com

- ملخص:

انحصر ميدان التربية الفنية فى مجالين أحدهما التربية والتعليم والأخر المؤسسات المجتمعية باختلاف مجالاتها، إلا أن التربية الفنية استمرت خلف الجدار تتفاعل مع رواد هذه الأماكن، ولم تنطلق إلى المجتمع لتصل إلى الجمهور حيث يكون (فى الشارع أو الحدائق والمنزهات أو....)، لعرض الإنتاج الفني سواء بالتدريب عليه أو تسويقه من خلال فن مبتكر وغير مكلف، حيث يتم الخروج عن المألوف والتحرر من الجدران والأثاث وقاعات العرض الثابتة، حتى لا يقتصر على عدد محدود من الجمهور للحضور سواء بالمعارض أو الورش الفنية أو ... أى وسيلة لممارسة وتسويق المنتج الفني، حيث يتم توفير مادي سواء فى الاشتراك فى حجز قاعة أو ما شابه لممارسة الإنتاج أو التسويق مما يتسبب فى خلل فى محصله التسويق، حيث يكون التكلفة أقل من المكاسب المادية، فتكون محصله التكاليف باهظه الثمن وكذلك المحصلة للبيع والتسويق لهذه المنتجات حيث لا تغطى تكاليف هذه النفقات من خامات وأدوات وغيرها من تكاليف أحاطت بالإنتاج الفني، مما ساعد على انحصاره إلى حد كبير فى المجتمع المصرى.

أهمية البحث:-

- 1- وضع نموذج مصغر وفتح آفاق جديدة ومدرجات فنية لخريج التربية الفنية لتخيل مشروعه الفني الصغير(البايك الفني المتحرك) لديه.
- 2- فتح مجالات فنية كثيرة مع سهوله عرضها بطرق مبتكرة جاذبة للجمهور .
- 3- فتح آفاق جديدة اقتصادية بطرق مختلفه لآخذ حيز ينافس به سوق العمل الطالب /الخريج لتجويد للمنتج الفني او خدمه التى تقدم من خلال هذا (البايك الفني المتحرك) فى سوق العمل ومناقسته محلى والترويج له عبر الشبكات التواصل الانترنت مما قد يوصله للعالميه رغم انه مشروع صغير.
- 4- استثمار هذا المشروع بطريقه فرديه او مشاركته جماعيه لدى الطلاب/الخريج للمواهب الابداعيه والمهارية والفنية فى انشاء (البايك الفني المتحرك) واختيار الفكرة المناسبة للتجويد المنتج الفني المميز مما يجعله منافساً بين المنتجات الفنية الأخرى المطروحة فى سوق العمل .
- 5- التعرف على نموذج استرشادى لدراسة الجدوى (للبايك الفني المتحرك).

الكلمات المفتاحية:

مشروع، العربية، المتنقلة، "البايك"، الإنتاج الفني .

Abstract:

The field of artistic education was confined to two areas, one of which is education and the other is societal institutions in different fields, but artistic education continued behind the wall interacting with the pioneers of these places, and did not go to the community to reach the audience where it is (on the street, parks, parks or ...), To display artistic production, whether by training it or marketing it through innovative and inexpensive art, where it is going out of the ordinary and freeing from walls, furniture and fixed exhibition halls, so that it is not limited to a limited number of audiences to attend, whether through exhibitions or art workshops or any way to practice And marketing the technical product, whereby material is provided, whether in participating in reserving a hall or the like to practice production or marketing, which causes an imbalance in the marketing outcome, where the cost is less than the material gains, so the outcome of the costs will be very expensive as well as the outcome of the sale and marketing of these products where it is not The costs of these expenditures are covered by raw materials, tools and other costs that surrounded artistic production, which helped to limit it to a large extent in Egyptian society.

Research Importance:-

- 1- Laying out a mini-model and opening new horizons and artistic perceptions for a graduate of art education to visualize his small art project (moving technical pike).
- 2- Opening many artistic fields with ease of displaying them in innovative ways that attract the public.
- 3- Opening new economic horizons in different ways to take place in which the student / graduate labor market competes to refine the technical product or service provided through this (mobile technical pike) in the labor market and its local competition and promote it via networks, internet communication, which may connect it to the global although it is legitimate Small.
- 4-Investing this project individually or collectively with students / graduates for creative, skilled and artistic talents in creating (mobile technical pike) and choosing the idea for the occasion to improve the distinctive artistic product, which makes it a competitor among other technical products presented in the labor market.
- 5-Identify a guideline for feasibility study (for mobile technical pike).

Keywords:

The "Pike", mobile ,cart ,project ,production for art .

مقدمة البحث:

يعد هذا المشروع يعد مهما للقضاء على فكرة البطالة، كما احتضنت الحكومة مؤخرا هذه المشروعات المصغرة وتشجيع الشباب وتذليل كل العقبات لهم من الاوراق او الاماكن، حيث خصصت لهم أماكن منها (شارع مصرالمنتشرة فى المدن الجديدة، وشارع ٣٠٦،... الخ، وتختلف استخدامات هذه البايكات المتنقلة ولكن الاكثر انتشارا منها مؤخرا وهى (بايكات الاطعمة السريعة fast food) ، ومن هنا فكرت الباحثة فى الاستفادة من هذه العربة البايك ليصبح (بايك فنى متحرك) حيث يعد من المشاريع التي يمكن الابتكار فيها والابداع الفنى والخروج عن المألوف،سواء لدى طالب كلية التربية الفنية / الخريج ، ويستطيع تشكيل وتصنيع البايك ويتخيله بطريقة فنية مبتكرة،والاهتمام بالشكل الخارجي للبايك حيث يمكن تصميمه

بشكل جمالي وفني مبتكر ، وباقل تكاليف بل يمكن تغييره من آن لآخر وسيساعد ذلك بكل تأكيد على لفت انظار وجذب إنتباه الجمهور في هذه الاماكن، والقدرة على تسويق الجيد للمنتجات الفنية او الخدمة الفنية المقدمة منها ، وكذلك على مستوي التجهيزات الداخلية للبايك الفني يمكن الابتكار بحيث يتم استغلال المساحة بأفضل شكل ممكن بطريقة فنية وجمالية حتى يستطيع الوصول بالمنتجات الفنية بالتميز والابداع الفني وقد ينافس هذه المنتجات الفنية في الاسواق.

- خلفية الدراسة:

ويدرس طالب كلية التربية الفنية مواد عملية فنية منها(اشغال فنية تضم منها: (معادن-جلد-نسيج-طباعة)، رسم وتصوير، تصميم ، نحت ، خزف)، مما يساعد على الاختيار المجال الامثل الذي يبدع فيه ويبرز قدراته ومهاراته الفنية وتحويلها الى مشروع الفني يكسب منه المال.

فالفن -كصناعة - يُعتبر وسيلةً لعرض المنتجات والترويج لها وإعطائها مميزات تنافسية عن غيرها، وهو يهدف إلى تحقيق الربح المالي من خلال استغلال الفن في الانتاج؛ فقد ساهمت الصناعة والتكنولوجيا في تطوير الفن وإبراز أهميته بعد أن كان محصوراً في قاعات العرض فقط؛ فأصبح صناعةً لها أثرها في بناء الاقتصاد ونموه، والصناعة جعلت الفن شيئاً ملموساً في حياة الافراد والمجتمع، وقد أدخلت الصناعة والتكنولوجيا خامات جديدةً لم تكن تُستخدم في الفنون من قبل، كما ساهمت في إبراز مدارس فنية حديثة تقوم على تشكيل الخامات واستغلالها، وفتحت آفاقاً جديدة لعمل الأفراد مثل: (فن الديكور، وتصميم وتصنيع الأثاث والأدوات المنزلية، وكذلك فنون الأعلام والتصميم بالحاسب الألي، وتصميم وصناعة الملابس والاكسسوارات، وغير ذلك، فالتصميمات الأنهائية للمنتجات في الأسواق والتي تتجدد عاماً بعد عام وفق التغيرات الاقتصادية والنفسية والاجتماعية التي يمر بها الإنسان في كل مكان، حيث يتوافر فيها الجمال وسهولة الأستعمال، كان لها السبق في الصراع التسويقي.^٢

ويعد أهمية هذا البحث للخريجين واستخدام (البايك الفني) المتحرك حيث يعد وسيلة غير تقليدية للخريج في جانباً من الابتكار الفني والجمالي والروح الشبابية المتجدده لمواكبة العصر ، والتخلي للقيود والروتين والتحرر بدلا عن القاعات الثابتة والمشكلات التي تواجههم من التسويق للمنتجات الفنية وصعوبات تتلخص في جوده واداء المنتج نفسه وافتقاده الدقة والابهار والابتكار مما يؤدي الى ضعف البيع والاقبال الجمهور عليها، لكن مع التطوير المستمر والمتجدد واستخدام وسائل مبتكرة مثل البايك الفني المتحرك، يمكن الوصول به لقاعدة كبرى من الجمهور حيث يحقق اكثر انشारा ومعرفة بالمشروع وصاحب المشروع والمنتج الفني والعمل على تجديد وتطوير المنتج الفني باستمرار لارضاء الجمهور ويجعل حركة البيع والشراء على المنتج الفني اكثر رواجاً وقبالاً عليه.

ويأتى تسويق (البايك الفني) للمنتجات الفنية عن طريقين اولاً: اختيار الاماكن المناسبة والمميزه المتواجد به قاعدة عريضه من الجمهور وايضا مدى تميز وتجويد هذا المنتج الفني وطرق الاهتمام بطريقة انهاءه بطريقة مبتكرة فنيا ، جماليا وطريقة عرضة ، والخامات المستخدمه او المستحدثه ، ثانياً: تسويق المنتج عن طريق الاعلانات عن مكان البايك والمنتجات المطروحة او الخدمة والورش الفنية المقدمه والاعلانات سواء ورقية بتصميم الملصق الإعلاني على إختلاف أشكاله من الحيز النمطي إلى آفاق تصميميه جديدة قائمة على الخيال والرمزيه والإبداع ؛ او لافته او عبر شبكات وصفحات التواصل الاجتماعي الانترنت واللقاءات والبرامج التلفزيونية .

- مشكلة الدراسة:

انحصر ميدان التربية الفنية في مجالين أحدهما التربوية والتعليم والأخر المؤسسات المجتمعية باختلاف مجالاتها، إلا أن التربية الفنية استمرت خلف الجدار تتفاعل مع رواد هذه الأماكن، ولم تنطلق إلى المجتمع لتصل إلى الجمهور حيث يكون (في الشارع أو الحدائق والمنزهات أو....)، لعرض الإنتاج الفني سواء بالتدريب عليه أو تسويقه من خلال فن مبتكر وغير مكلف، حيث يتم الخروج عن المؤلف والتحرر من الجدران والأثاث وقاعات العرض الثابتة، حتى لا يقتصر على عدد محدود من الجمهور للحضور سواء بالمعارض أو الورش الفنية أو.... أي وسيلة لممارسة وتسويق المنتج الفني، حيث يتم توفير مادي سواء في الاشتراك في حجز قاعة أو ما شابه لممارسة الإنتاج أو التسويق مما يتسبب في خلل في محصله التسويق، حيث يكون التكلفة أقل من المكاسب المادية، فتكون محصله التكاليف باهظة الثمن وكذلك المحصلة للبيع والتسويق لهذه المنتجات حيث لا تغطي تكاليف هذه النفقات من خامات وأدوات وغيرها من تكاليف أحاطت بالإنتاج الفني، مما ساعد على انحصاره إلى حد كبير في المجتمع المصري^٦.

وبناء عليه دار سؤال البحث :

س: كيف يمكن صياغة تصور شامل بأسلوب البايك لتسويق المنتجات الفنية لخريجي التربية الفنية ووضع أسس لدراسة حدوده الاقتصادية؟

-فرض البحث:-

يمكن وضع تصور نظري لتسويق الإنتاج الفني بأسلوب البايك.

-أهداف الدراسة:-

التوصل إلى صياغة مبتكرة لبايك فني يمكن استخدامه بصور عديدة في تسويق النتائج الفنية للخريجين ويمكنهم من المنافسة في سوق العمل.

-أهمية البحث:-

١-وضع نموذج مصغر وفتح آفاق جديدة ومدركات فنية لخريج التربية الفنية لتخيل مشروعه الفني الصغير(البايك الفني المتحرك) لديه.

٢-فتح مجالات فنية كثيرة مع سهوله عرضها بطرق مبتكرة جاذبة للجمهور .

٣- فتح آفاق جديدة اقتصادية بطرق مختلفه لآخذ حيز ينافس به سوق العمل الطالب /الخريج لتجويد للمنتج الفني او خدمه التى تقدم من خلال هذا (البايك الفنى المتحرك) فى سوق العمل ومنافسته محلي والترويج له عبر الشبكات التواصل الانترنت مما قد يوصله للعالميه رغم انه مشروع صغير .

٤-استثمار هذا المشروع بطريقه فرديه او مشاركته جماعيه لدى الطلاب/الخريج للمواهب الابداعيه والمهارية والفنية فى انشاء(البايك الفنى المتحرك) واختيار الفكرة للمناسبة للتجويد المنتج الفني المميز مما يجعله منافساً بين المنتجات الفنية الأخرى المطروحة فى سوق العمل .

٥-التعرف على نموذج استرشادى لدراسة الجدوى (البايك الفنى المتحرك)؟

٦-توفير أول بايك فنى مبتكر يسترشد به خريجي التربية الفنية.

٧- الاعتماد على التفكير الأبداعي والفني والمهاري والابتكاري في إنتقاء المنتج الفني وتجويده لملائمته مع المشروع الصغير (البايك الفني) المناسب له.

٨- القضاء على البطالة بخلق فرص عمل لخريجي التربية الفنية.

٩- الخروج عن المألوف في طريقه عرض المنتجات الفنية ونشرها والاعلان عنها بطريقه مختلفه عن (المعارض الفنية والقاعات الثابتة) مستهدفة قاعده عريضة من الجمهور^٢.

- منهجية البحث :

يتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي في عده خطوات تتمثل فيما يلي:-

أولاً الأطار التطبيقي للبحث: انقسم الي:

١- استطلاع رأى طريق google drive forms لعينه (٥٠) أعضاء هيئة تدريس من كلية التربية الفنية-جامعة حلوان، وذلك الاستطلاع أمن في ظل أزمة كورونا ولحصد أكثر نتائج بطريقة سريعة وامنة.

٢- وضع تصور عملي لماكيت من البايك ويشمل:

١-٢- استطلاع الرأي لخريجي التربية الفنية للتعرف على مدي قدراتهم على تسويق أعمالهم وانفسهم بالميدان العملي المجتمعي، مع طرح أسلوب البايك الفني المتحرك كمشروع يمكن تطبيقه بأسعار مخفضة.

٢-٢- وضع نموذج مصغر استرشادي مبتكر للبايك الفني المتحرك، مع وضع دراسة جدوى له، واختيار المنتج الفني المناسب له.

-مصطلحات البحث:-

(البايك الفني المتحرك): هو عجلة أو سيارة أو عربة خدمية أو وسيلة متحركة ممكن ان تحتوى على أرفف خشبيه أو معدنية أو طريقة عرض مختلفة ، ومكون من صندوق خشبي بأشكال مختلفة يحمل ويسير على ثلاث عجلات أو أربعة عجلات وتختلف اشكالها بطرق وأساليب فنية مختلفة على حسب المنتج أو الخدمة المقدمة من خلالها .

(المنتجات الفنية): المقدمة من خلال البايك الفني تتضمن المنتجات الفنية على مجالات مختلفة ومنها: (أشغال جلدية - أشغال خشبية-أشغال معادن-نسيج-نحت -خزف - رسم وتصوير -تصميمات-جرافيك-طباعة)،وتختلف المنتجات الفنية من حيث (الاستخدام- التشكيل -الألوان- الصناعة -الألات والأدوات- الأسلوب - الحداثة بإستخدام التكنولوجيا -أو الحرفه معينه مقتبسه من التراث أو الطبيعة أو المعاصر أو الموضوعات الحرة)،امثلة لبعض المنتجات مثل (الاكسسوارات - الأواني والصواني -المنتجات السيناوية-الشنط والمحافظ الجلدية -الملابس الرسم عليها والطباعة-التابلوهات الفنية -الاثاث المنزلى -والاثاث المكتبي...الخ.

أولاً الأطار التطبيقي للبحث:

• المحور الأول: استطلاع رأى لعينة عشوائية لأعضاء هيئة التدريس بكلية التربية الفنية جامعة حلوان قوامها "٥٠" عضو.

• المحور الثاني: استطلاع راي لخريجي التربية الفنية بهدف التعرف على مدي قدراتهم علي تسويق أعمالهم وانفسهم بالميدان العملي المجتمعي

• المحور الثالث: مع طرح تصوره العملي في صورة ماكيت للبايك الفني المتحرك كمشروع يمكن تطبيقه بأسعار مخفضة

المحور الأول: استطلاع رأى أعضاء هيئة التدريس بكلية التربية الفنية جامعة حلوان**أداة البحث:**

ولتحقيق تلك الأهداف وهى: -

صياغة مبتكرة للبايك لتسويق الانتاج الفني.

-خلق سوق عمل للفنان تساعده على المنافسة في سوق العمل.

-تنمية القدرة علي التواصل بين الفنان ومجتمعه.

وجاء عدد الاسئلة "١٣" سؤالاً، بها العدد ١٠ سؤالاً مغلقاً و٣ اسئلة مفتوحة ومغلقة ، وصمم على نحو تتصل فيه كل الأسئلة بعضها دون التقسيم الداخلي للمحاور، وروعي في إعداد نموذج الإجابة أن يكون هناك اختيارات متعددة سواء للقبول أو الموافقة إلى حد ما أو الرفض.

صدق استطلاع الرأي: للتحقق من صدق المفهوم عن طريق العرض على المحكمين "Concept Validity By

"Judgest"، حيث تم عرض استطلاع الرأي على لجنة التحكيم لعشرة من الأساتذة المتخصصين.^٨

➤ تصنيف وتحليل إجابات استطلاع الرأي:**المحور الأول استطلاع رأى أعضاء هيئة التدريس:**

يهدف التعرف على:

- خبره العينه في ممارسة الفن والقدرة على تسويقه.

- صياغة مبتكرة للبايك لتسويق الانتاج الفني.

-خلق سوق عمل للفنان تساعده على المنافسة في سوق العمل.

-تنمية القدرة علي التواصل بين الفنان ومجتمعه.

السؤال الأول:- ماهو زمن ممارسة الفن بالنسبة لك:			
والاحظ هنا الإجابة	نسبة ٧٤% يتراوح	٢٥%	١%
	ممارستهم للفن من	ممارستهم للفن من	أقل من ٣ سنوات
	٥ الى ١٤ سنوات	٣ الى ٥ سنوات	

ويلاحظ من هذه الإجابات أن السؤال الأول جاء بنسبة من ٧٤% يمارسون الفن من ٥ الى ١٤ سنة وهذه طبقاً للإجابات التي حصلت عليها من هيئة اعضاء التدريس - الفنانون التشكيليين - مدرسون الرسم ومعظمهم وطبعاً ممكن للاعمارهم في هذه المهنة بجانب شغفهم بالفن، اما النسبة ٢٥% يمارسون الفن من ٣ الى ٥ سنوات واعتقد هذه فئة الشباب والخريجين، اما بنسبة ١% فيوجد بعض الاشخاص يقلون في انتاجهم الفنى وعلى حسب حالتهم المزاجية ايضاً.

السؤال الثانى :- ماهو زمن تسويق الاعمال الفنية.			
والاحظ هنا الإجابة	نسبة ٣٥% يتراوح	٦٠%	٥%
	من ٥ سنوات الى	من سنه الى ٥	لايوجد تسويق
	١٠ سنوات	سنوات	

ويلاحظ من هذه الإجابات أن السؤال الثانى جاء بنسبة ٣٥% تسويق الانتاج الفنى اعتقد أن ليس كل الاشخاص لديهم الخبرة لتسويق أعمالهم الفنية، وان مستحدثاً فقط ومواكبة التكنولوجيا والشبكات التواصل الاجتماعى والشبكات الانترنت هم

من يستطيعون تسويق اعمالهم وهذه النسبة اكبر ٦٠% ممكن ان يكونو من الشباب وحديثى التخرج ومن لدية القدره على فهم ادوات العصر وايجادة استخدامها بطريقة فعالة لنشر الانتاج الفنى لدية، وبنسبة ٥% هم من تركوا ولم يسوقوا لاعمالهم الفنية لعدم خبرتهم فى التسويق.

١- هل سبق لك تسويق اعمالك الفنية. سؤالا مغلق		
لا	نعم الى حد ما	نعم
١١,٨ %	٢٦,٥ %	٦١,٨ %

ويلاحظ من هذه الإجابات أن السؤال الاول جاء مابين مؤيد للاعضاء هيئة التدريس والفنانين التشكيليين ومدرسى التربية الفنية، وما بين محايد، وجاءت الإجابات كما يلي:

- وجدأن "٦١,٨%" إعتبر انه يمارس الفن ويسوق اعماله الفنية .
- بينما وجدأن "٢٦,٥%" يمارسون الفن و احيانا يعرفون ان يسوقو لاعمالهم الفنية.
- وجدأن فى "١١,٨%" إعتبروا أنه يرفضون تسويق اعمالهم لعدم خبرتهم فى ذلك او حب فى امتلاك اعمالهم وعدم بيعها.

٢- ماهي طرق تسويقك للأعمال الفنية. سؤالا مفتوح

وتناولت الاجابات على هذا السؤال طرق التسويق كالتالى :-

- المعارض الفنية.
- الجالريهات الفنية.
- المعارض المقامة بعده مؤسسات الفنية والثقافية وصالون الشباب والمهرجانات الفنية والثقافية.
- الاصدقاء والاقارب.
- الانترنت والسوشيال ميديا وقنوات التواصل الاجتماعى والصفحات الفنية وغيرها .
- ونلاحظ هنا فى معظم الاجابات والأكثر انتشار فى الاجابات وبالاجماع على الاجابة هو (المعارض الفنية والانترنت و صفحات التواصل الاجتماعى). لسهولة انتشارها وسهولة التسويق بها.

٣- هل تعرفت على أسلوب البايك من قبل. سؤالا مغلق		
لا	نعم الى حد ما	نعم
٢٩,٤ %	٢٠,٦ %	٥٠ %

ونلاحظ هنا ان ٥٠% لدية معرفة بالبايك او العربة المتحركة لما فى الاونه الحديثة منتشرة ولكن باستخدامها كوسيلة او مشروع صغير للشباب ولكن لتسويق الاطعمة او الوجبات السريعة ولما لاقى استحسان من الجمهور وتخصيص الحكومة اماكن مخصصه لهم مما ساعد على انتشارهم وتسويقهم بطريقة سهلة وسريعة لهم ولمنتجاتهم او الخدمات التى يقدمونها. ونلاحظ أن ٢٠,٦ % لديهم المعرفة فقط ولكن لا يعرفون التفاصيل المرتبطة بهذه البايك المتنقل. اما نسبة ٢٩,٤ % لا يعرفون شئ عن البايك المتنقل لانشغالهم بأمر أخرى.

٤- ما رأيك فى استخدام البايك كاداه تسويقيه للأعمال الفنية. سؤالا مغلق		
لا	نعم الى حد ما	نعم
٧,٥ %	٢٠,٦ %	٧٦,٥ %

نلاحظ هنا أن ٧٦,٥% أعجبهم بالفكرة (البايك الفنى) وتسويق أعمالهم أو المنتجات الفنية بواسطته لأنها تعد وسيلة واسلوب مبتكر وجديد ويساعد على الانتشار والوصول لقاعدة عريضة من الجمهور عوضا عن استخدام القاعات الثابتة ومعرفة الجمهور بالمنتج الفنى او الخدمة المقدمة من خلاله مثل اقامة ورش فنية ،ونلاحظ ان ٢٠,٦% عجبهم الفكر ولكن يتخوفون او يتشككون من الاقدام عليها، ونلاحظ ان ٧,٥% وهى النسبة الاقل لا يرفضون الفكرة او الاقدام عليها.

٥- هل ترغب في استخدام أسلوب البايك؟ ما هي الأسباب؟ سوؤلا مفتوح +مغلق		
لا	نعم الى حد ما	نعم
٥,٩%	١٤,٧%	٧٩,٤%

ونلاحظ هنا أن ٧٩,٤% يرغبون في استخدام هذه الوسيلة لما تحمل من مميزات وتجربة مختلفة ومبتكرة لتسويق الاعمال الفنية او المنتج الفنى او الخدمة المقدمة للجمهور.

وأن ١٤,٧% يرغبون ولكن يتشككون في خطوة الاقدام على هذه الفكرة ،وأن ٥,٩% يرفضون الاقدام على هذه الفكرة او المشروع ،وتتحصر الاجابات في اقدم النسبة الاكبر وهى ٧٩,٤% عليها كالتالى:

-استخدام اسلوب جديد وسيلة سهلة فى تسويق الاعمال الفنية .

-سهولة للوصول الى المتذوق الفن والى جميع الجمهور والتعريف بالمشروع وصاحبة.

- مما يساعد على التنوع المنتجات وتحسينها باستمرار ارضاء للجمهور والاقبال على هذه المنتج او الخدمة المقدمة لدية.

-توفير فرص عمل للشباب والخريجين.

٦- ما تقييمك لأسلوب البايك في تسويق الاعمال الفنية؟ سوؤلا مغلق		
لا	نعم الى حد ما	نعم
٢,٩%	٢٠,٦%	٧٦,٥%

نلاحظ ان ٧٦,٥% موافق لتسويق الأعمال والإنتاج الفنى باستخدام اسلوب البايك الفنى حيث أن الإهتمام بالتفكير الغير تقليدى باستخدام فكرة البايك الفنى مما يتيح أيضا لإهتمام بتجويد المنتج الفنى بإستمرار ضد عيوب تصنيعة وتقديم خدمة أفضل للجمهور للإقبال على هذا المنتج الفنى أو الخدمة المقدمة وباقل الأسعار مما يجعله ينافس فى الأسواق ،ونلاحظ أن ٢٠,٦% يتشككون فى تسويق المنتج وفى البايك الفنى ،ونلاقى أن ٢,٩% يرفضون الفكر من الأساس.

٧- البايك يساعد على تنمية القيم الجمالية للمجتمع؟ سوؤلا مغلق		
لا	نعم الى حد ما	نعم
٢,٩%	١٧,٦%	٧٩,٤%

نلاحظ أن ٧٩,٤% يوافقون أن البايك الفنى يساعد على تنمية القيم الجمالية للمجتمع ويمنى الذوق الجمالى فى الافكار الابداعية من بداية التصميم الشكل الخارجى للبايك الفنى واختيار المنتجات الفنية وتوزيعها وطريقة عرضها على البايك ما يضيف عنصر الابهار للبايك والمنتج الفنى وطريقة تقفيلة والشكل النهائى للمنتج مع وضع السعر المناسب لهذا المنتج كل ذلك عوامل تساعد على الرقى فى الذوق الجمالى للجمهور بل والمجتمع ككل ، وأن ١٧,٦% يتشككون فى ذلك محتمل ان تنمى القيم الجمالية، وأن ٢,٩% يرفضون ويقولون لاتنمى القيم الجمالية للمجتمع.

٨- يساعد البايك علي تحسين المنتج الفني تبعا لاحتياجات المستهلك؟ سوؤلا مغلق		
لا	نعم الى حد ما	نعم
٢,٩%	٢٣,٥%	٧٣,٥%

نلاحظ أن ٧٣,٥% أن استخدام أسلوب البايك الفني يساعد على تحسين وتجويد المنتجات الفنية باستمرار حتى يحظى رضاء إقبال الجمهور أو المستهلك ويكون هذا التطوير مرتبطاً تبعاً لإحتياجاته حتى يستطيع أن يقبل عليه دائماً دون إنقطاع لجودته مما يجعله منتج فني مميز ينافس في الأسواق.

أن ٢٣,٥% يجعلهم يتشككون في تحسين المنتج الفني، وأن ٢,٩% يجعلهم يرفضون ذلك الأمر.

٩-يتيح استخدام البايك قدر من التواصل بين الفنان واعماله الفنية مع جمهوره بشكل أفضل؟سؤالا مغلق		
لا	نعم الى حد ما	نعم
٢,٩%	١٤,٧%	٨٢,٤%

نلاحظ أن ٨٢,٤% يوافقون أن استخدام البايك الفني يجعل قدر من التواصل بين الفنان واعماله الفنية وجمهوره بشكل أفضل حيث الأقبال الجمهور على هذا المنتج يساعد على انتشار المنتج ومعرفة صاحب المنتج او الفنان واعماله الفنية مما يساعد وبشجعة على تحسين وزيادة الانتاج والوصول والارتقاء وتقديم الأفضل دائماً، نلاحظ أن ١٤,٧% يتشككون في ذلك، وأن ٢,٩% يرفضون ويعتقدون أن البايك لايساعد في التواصل بين الفنان واعماله الفنية.

١٠-هل يمكن القضاء علي البطالة بين الفنانين باستخدام البايك؟سؤالا مغلق		
لا	نعم الى حد ما	نعم
٢,١%	٢٠,٩%	٧٧%

ونلاحظ أن ٧٧% يؤيدون أن استخدام البايك الفني يستطيع به القضاء على ظاهرة البطالة بين الفنانين لانهم حصلو على شغل وسيلة مناسبة تساعدهم على سرعة إنتشارهم ومعرفة إنتاجهم الفني والترويج له بكل سهولة مما يجعل الجمهور مقبلا على هذا الإنتاج مما يجعله يربح ويحصل على كسب الأموال ويعيش حياه كريمة، ونلاحظ أن ٢٠,٩% يتشككون في ذلك والكسب من وراء هذا البايك الفني ويقضى على البطالة، ونلاحظ أن ٢,١% لا يوافقون أن استخدام الفنانين اسلوب البايك يستطيع أن يقضى على البطالة.

١١-هل يعد استخدام اسلوب البايك الفني وسيلة جيدة للتواصل مع قاعدة عريضة من الجمهور. • تقديم خدمة افضل. • منتج متميز ولماذا؟ سؤالا مغلق + سؤالا مفتوح		
لا	نعم الى حد ما	نعم
٢,٩%	٢٧,١%	٧٠%

نلاحظ أن ٧٠% يعد اسلوب البايك الفني وسيلة جيدة للتواصل مع قاعدة عريضة من الجمهور. • تقديم خدمة افضل. • منتج متميز حيث كل هذه عوامل تساعد على نجاح هذا المشروع الفني لان سببه عدة عوامل أساسية تساعد على الاهتمام بمنتجاتهم وذوق وعنصر الإبهار لمنتجات الفنية مثل الأهتمام بالعناصر (المزيج التسويقي) للمنتج الفني والعوامل الأساسية هي: (المكان-المنتج-الترويج -السعر)؛ حيث المكان: (يتضمن كالتالي المكان الذى يوضع فيه البايك الفني المتحرك ويتضمن قنوات البيع والشراء وتقديم الخدمة)، والمنتج: (يتضمن تنوع المنتج، تصميمه، جودته، خصائصه، علامة التجارية الخاص بالصاحب المشروع، التغليف النهائى للمنتج)، الترويج (الاعلان، البيع الشخصى، العروض الترويجية، العلاقات العامة، والخدمة مابعد البيع لو يوجد ملحوظه على المنتج من قبل المستهلك للتطوير والتجويد باستمرار)، السعر: (أسعار المنتج، أسعار على الجملة، التخفيضات والخصومات، فترات البيع الآجل).

والاجابة على لماذا معظم الاجابات تنصب نحو: (يستطيع الفنان يعرض اعماله الفنية بطريقة أكثر إنتشارا على مستوى كبير من الجمهور، الاحتكاك المباشر مع السوق ودراسة إحتياجاتهم والعرض والطلب ومواجهة إحتياجات المستهلك يساعد

فى وجود منتج متميز، لأن الفنان عندما يكون قريب من الجمهور ويتعامل معه بطريقة مباشرة يساعد على تقديم فن متميز ويرضى أذواق الجمهور).

ونلاحظ أن ٢٧,١% يشككون فى ذلك، و٢,٩% يرفضون ذلك الأمر.

١٢- باستخدام البايك يمكن خلق جمهور استهلاكي للمنتجات الفنية؟ سؤالاً مغلقاً		
لا	نعم الى حد ما	نعم
٢,٩ %	٢٦,٥ %	٧٠,٦ %

نلاحظ أن ٧٠,٦% يوافقون أن يمكن خلق مجتمع استهلاكي بواسطة استخدام البايك حيث أن المجتمع المصرى له قابلية لتحويله لمجتمع أكثر استهلاكاً مع توافر الأعراءات بالتجويد وجود عنصر الأنبيهار بالمنتجات الفنية حيث المنتجات التى فيها عنصر التشويق والابهار بالشكل الخارجى مع تجويد المنتجات الفنية يتحول الى الأقبال عليها بكثرة ويتحول إلى مجتمع استهلاكي.

ونلاحظ أن ٢٦,٥% يتشككون فى خلق مجتمع استهلاكي، وان ٢,٩% يرفضون أن البايك يحول المجتمع الى مجتمع استهلاكي.

١٣- هل وجود أزمة كورونا التى واجهها العالم قد تؤثر سلباً على تنفيذ مشروع البايك؟ سؤالاً مغلقاً		
لا	نعم الى حد ما	نعم
٢,١ %	١٧,٣ %	٨٠,٦ %

نلاحظ أن ٨٠,٦% يوافقون على أزمة كورونا لها تأثير سلبى على تنفيذ مشروع البايك الفنى بل تأثير على كل المشاريع كلها الكبيرة منها والصغيرة المصانع والمدارس والجامعات والمصالح الحكومية بل والعالم اجمع مما اضطر الى تسريح العمال والموظفين من اشغالهم ويحاولون الى البحث عن وظيفة او مشروع آخر يكسب به الأموال مما اضطرت الباحثة وقف تنفيذ هذا المشروع البايك لسلامة الانسان، واقامة الاستبان واستطلاع رأي فى إيجاد تصور مقترح باستخدام اسلوب البايك لتسويق الإنتاج الفنى.

ونلاحظ أن ١٧,٣% يتشككون أن أزمة كورونا تؤثر على هذا المشروع البايك أو أى مشروع، نلاحظ أن ٢,١% يرفضون أن أزمة كورونا يؤثر على هذا البايك الفنى.

المحور الثانى: استطلاع راي لخريجي التربية الفنية بهدف التعرف على مدى قدراتهم على تسويق أعمالهم وانفسهم بالميدان العملي المجتمعي بهدف:

- 1- التعرف على الخبرات السابقة للميدان العملي للخريجين.
- 2- الكشف عن احتياج خريجي التربية الفنية لفتح مجال تسويقي لعملهم داخل المجتمع.
- 3- التعرف على رأي الخريجين فى طرح أسلوب تسويقي جديد على الميدان التطبيقي للتربية الفنية داخل المجتمع، واي المجالات الفنية انسب للتطبيق له.
- 4- القضاء على البطالة بين خريجي التربية الفنية.

الملاحظة	النتائج	الاجابة /توزيع النتائج	الاسئلة
<p>اكثر اقبالا على الخبرات التي مر بها الطلاب وتقديم انفسهم والعمل/المنتج الفني هما الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي لسهوله استخدامه بين الاجيال وسرعه انتشاره .</p>	<p>الاجمالي (٧٥)</p>	<p>الخبرات التي مررت بها وهي اولاً تسويقي لنفسى من : 1- النشر عن طريق المحادثات والكلام بين الاهل والاقارب والاصدقاء .(٦٠) 2- عن طريق الاعلانات الورقية المعلقه او الاقنات الاعلانية او المنشوره او الموزعه بالايدي .(٦٠) 3- الاعلانات عن طريق اللقاءات بالبرامج التلفزيونية او الاذاعية.(٤٥) 4- عن طريق الصفحات الانترنت والشبكات التواصل الاجتماعي.(٧٠) ثانياً التسويق للمنتج الفني من خلال: -عن طريق قاعات العرض الثابتة مثل: المعارض الفنية بالكلية او المؤسسات الثقافية والفنية او الجالريهات.(٧٠) -ايضا من خلال الاعلان عن طريق (الاعانات الورقية والاقنات – تصويره فى البرامج التلفزيونية- الانترنت والشبكات التواصل الاجتماعي).(٦٥)</p>	<p>س١ ماهى الخبرات السابقة التى مرت بك أثناء تسويقك لنفسك و العمل الفني/المنتج بالميدان المجتمعي ؟</p>
<p>هنا الاجابات تحصل عليها بنسبه متقاربه ومتفق عليها لانهم يواجهون نفس المشاكل اغلبهم مما يجعلهم متفقين عليها واتفاقهم على نفس المشكلات التى يواجهونها اثناء تسويق اعمالهم/منتجاتهم الفنية.</p>		<p>يجب توافر: (العمالة ماهره/ فى حمل ونقل واقامة وتجهيز قاعات العرض والمعروضات الخاصة العمل/ المنتج الفني بحرص – راس المال وارتفاع الاسعار والمصرفوات / لتغطية النفقات كلها(حجز القاعات-مصرفوات النشر والتسويق-أجور عمال ونقل ومواصلات مع حساب تكاليف الاشياء التالفه منها – فى بعض الاحيان حساب الخسارة لو لم يباع شئ ويوجد عمالة مساعده على انتاج هذا المنتج واصحاب بعض قاعات العرض التى عرض لديهم الانتاج – نقل ومواصلات – خامات وادوات –بعض اجهزه او اضاءه لابراز المنتج /العمل الفني):١٠(٧٥)</p>	<p>س٢ ماهى الاحتياجات التى تستطيع بها ان تفتح مجال تسويقي للعمل/ المنتج الفني ؟</p>
<p>الإجماع على استخدام الأسلوب الجديد (البايك الفني) لما كانوا يواجهون الطلاب من مشكلات لاستخدامهم الطرق التقليدية فى التسويق لخريج التربية الفنية ولمنتجة الفني،مع انخفاض تكلفة تصنيعه.</p>		<p>تأيد بشدة بالموافقة استخدام وتجريب (البايك الفني) (٧٥) / لانه يعد أسلوبا تسويقي مبتكرا وتميزا ويساعد على سرعة الأنتشار وانخفاض أسعار تكلفته والخروج عن المؤلف واستهداف قاعده عريضه من الجمهور ويساعد ويسهل على تقليل وتخطى وتلافى الاخطاء التى تسببها التسويق بالطرق التقليدية القديمه المؤلفه الناتجه عن القاعات والمعارض الثابتة،</p>	<p>س٣ ماهو/هى رايتك فى طرح أسلوب تسويقي جديد على الميدان التطبيقى للتربية الفنية داخل المجتمع هو (البايك الفني)،واى من</p>

		<p>ويوجد مجالات مهمة ومنتشرة في الاسواق ومنها سهلة ومناسبة لفكرة (البايك الفني) ومنها:</p> <p>١- المشغولات الجلدية منها (الشنط، المحافظ، الاكسسوارات، البوفات الجلدية، الملابس، وبعض اثاث وديكورات المكتبية والمنزلية، الخ).</p> <p>٢- الاشغال الخشبية (التابلوهات الرسم على جذوع الخشب-الصواني الخشبية، كوستات المصباح واواني الطعام، وحدات الاضاءة، الرسم على الكراسي الخشبية والترابيزات).</p> <p>٣- الاشغال السيناوية بمختلف منتجاتها.</p> <p>٤- الرسم والتصوير على خامات مختلفة وباساليب متنوعة ومختلفة الاستخدامات!</p> <p>٥- ممكن استخدامها مثل المكتبات المنتشرة ف بعض الاماكن المتحركة لعرض وتعليم واقامة بها ورش فنية لتعليم الاطفال والكبار.</p>	<p>المجالات الفنية انسب في هذا التطبيق؟</p>
<p>هنا ايضا مؤيدين للقضاء على فكرة البطالة لما يستخدمون الاسلوب الجديد في تسويق العمل /المنتج الفني ويفتح لهم ابواب الرزق امامهم لكثرت الطلب على منتجاتهم مما يساعد على استمرار عجلة الانتاج.</p>		<p>تأيد بنعم ذلك /لان تلك الأساليب ومنها استخدام (البايك الفني) يعد من الاساليب الغير تقليدية والغير مالوفه مما تسهل على الخريج التربية الفنية الوصول لقاعدة عريضه من الجمهور وتقديم نفسه والعمل /المنتج الفني بأسلوب فني مبتكر ومميز مما يساعد على الطلب عليه وعلى منتجه ويجعله منافسا قويا في السوق ويقضى على فكرة البطالة نهائيا. (٧٥)</p>	<p>س٤ هل هذه الأساليب الحديثه في طريقه تسويق نفسه والعمل /المنتج الفني تساعد على القضاء على البطالة لخريج التربية الفنية؟</p>

- قامت الباحثة باختيار عينه عشوائية من طلاب كلية التربية الفنية بمرحلة البكالوريوس فترة التدريب الميداني، وكان عددهم ٧٥ طالب وطالبة، لإجراء الإطار العملي للبحث حيث انقسم هذا الإطار الي :
- أولا: وضع استطلاع رأي للعينة بهدف التعرف على مدي تقبلهم لفكره تطبيق البايك الفني، ومدي قدرتهم على تطبيقه بالميدان العملي، لتسويق أعمالهم وأنفسهم بالميدان المجتمعي.
- ثانيا: تطبيق عملي مصغر لمشروع البايك الفني المتحرك من خلال ماكيت تصويري لعربه التسوق، وعرضها بفناء الكلية لنشر الفكرة بين الطلاب.

- ويدور الاستطلاع الرأي حول أربعة محاور وهي:-
- ١- التعرف على الخبرات السابقة للميدان العملي للخريجين أثناء تسويقهم للعمل /المنتج الفني.
- ٢-الكشف عن احتياج خريجي التربية الفنية لفتح مجال تسويقي لعملهم داخل المجتمع .
- ٣-التعرف على رأي الخريجين في طرح أسلوب تسويقي جديد على الميدان التطبيقي للتربية الفنية داخل المجتمع، وطرح عليهم الأسلوب الجديد استخدام (البايك الفني) المتحرك لتسويق العمل/المنتج الفني .

٤- هل الأساليب الحديثة ومنها (البايك الفنى) المتحرك لتسويق العمل/المنتج الفنى تساعد فى القضاء على البطالة بين خريجي التربية الفنية.

نتيجة استطلاع الرأى:-

- 1- نلاحظ الا اكثر إقبالا على الخبرات التى مر بها الطلاب وتقديم انفسهم والعمل/المنتج الفنى هما الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعى لسهوله استخدامه بين الاجيال وسرعه انتشاره بنسبة ١٠٠%.
- 2- ونلاحظ ايضا المشكلات التى تواجه الطلاب تكاد تكون موحدة بنسبه متقاربه ومتفق عليها لانهم يواجهون نفس المشاكل اغلبهم مما يجعلهم متفقين عليها واتفاقهم على نفس المشكلات التى يواجهونها اثناء تسويق اعمالهم/منتجاتهم الفنية وهى توافر (العمالة ماهره/ فى حمل ونقل واقامة وتجهيز قاعات العرض والمعروضات الخاصة بالعمل/المنتج الفنى بحرص - راس المال وارتفاع الاسعار والمصروفات / لتغطية النفقات كلها)حجز القاعات-مصرفات النشر والتسويق-أجور عمال ونقل ومواصلات مع حساب تكاليف الاشياء التالفه منها - فى بعض الاحيان حساب الخسارة لو لم يباع شئ ويوجد عمالة مساعده على انتاج هذا المنتج واصحاب بعض قاعات العرض التى عرض لديهم الانتاج - نقل ومواصلات -خامات وادوات -بعض اجهزه او اضاءه لابراز المنتج /العمل الفنى) بنسبة من ٧٥% الى ٩٥%.
- 3- التأكيد بالاجماع على استخدام الأسلوب الجديد (البايك الفنى) المتحرك لما كانو يواجهون الطلاب من مشكلات لاستخدامهم الطرق التقليدية فى التسويق لخريج التربية الفنية ولمنتجة الفنى، مع انخفاض تكلفة تصنيعه.
- 4- استخدام الأساليب الحديثة المنخفضة الأسعار مثل استخدام (البايك الفنى) المتحرك لتسويق العمل/المنتج الفنى والتأكيد على استخدامه يجعله اكثر اقبال من قبل الطلاب والشباب مما يساعد على القضاء على فكرة البطالة.

➤ ثانيا: تجربة تنفيذ البايك الفنى من خلال عدد ٧٥ طالب وطالبة بمرحلة البكالوريوس بكلية التربية الفنية-جامعة حلوان، ويتم ذلك من خلال عدة مراحل:

- 1- طرح لمشروع البايك الفنى على الطلاب لمعرفة مدى تقبلهم للمشروع.
 - 2- وضع دراسة جدوى لتنفيذ المشروع.
 - 3- الخطوات التى اجريت لاجراء نتيجة تصلح كمثال لبناء البحث (البايك الفنى) وهى :
 - تقسيم الطلاب الى مجموعات الى ٥ او ٦ افراد .
 - تسمية كل مجموعة باسم معين واختيار لهم لوجو او شعار يرمز للمجموعة .
 - رسم مبدئى للبايك المبتكر المراد تنفيذه مع التفكير واختيار المنتج الفنى او الخدمة التى تقدم من خلال البايك الفنى .
 - وضع خطه وهدف لتقسيم الادوار والمهام لدى كل مجموعة.
 - وضع تصور وعمل دراسة جدوى اقتصادية للمنتج او الخدمة المقدمة من هذا البايك مع حساب التكلفة.
 - وضع خطة تهدف الى طرق الاعلان والنشر للمنتج او الخدمة من البايك مع تحديد الاماكن التى يضع فيها البايك .
 - تنفيذ النموذج المصغر مشابهة للرسم المبدئى لهذا البايك الفنى باستخدام خامات وادوات والالوان الفنية ،مع مراعات حجمة يكون حوالى ٢٥*٣٠سم وارتفاعه لا يتعدى ٢٥سم.
- ثالثا:** وضع نموذج مصغر استرشادي مبتكر للبايك الفنى المتحرك، مع وضع دراسة جدوى له، واختيار المنتج الفنى المناسب له.

ويقوم على اربعة محاور:

- 1- مفهوم البايك الفنى المتحرك (العربة المتنقلة وانواعها).
- 2- المنتجات الفنية والخدمات الفنية المقدمة من خلال (البايك الفنى).
- 3- دراسة الجدوى للبايك الفنى المتحرك.
- 4- بعض النماذج المصغرة للبايك الفنى المتحرك المنفذه بواسطه الطلاب .

١- البدء براس مال قليل فى الاول وبعد ذلك التوسع فى راس المال على مراحل .
 ٢- القيام بإختيار المشروع المناسب تبعا لمهارة الخريج والمنتج او عدد اختيار من هذه المنتجات الفنية المميز بها الخريج وعمل دراسة الطلب علىه فى الاسواق.
 ٣-القيام بدراسة جدوى مبدئية للمنتج وتكاليف الخامات والادوات وتكلفة سعر القطعة الواحد من هذا المنتج ،والاسعار تكون مناسبة.
 ٤-عمل رسم تخطيطى للبايك الفنى المتحرك،ودراسة الاماكن المناسبة التى يمكن تنفيذها باسعار منخفضة .
 ٥-اختيار شريك لك او تكتفى بك ،ومع اختيار الفريق المناسب للعمل معك فى المشروع يتم تقسيم الأدوار عليهم ومهام العمل، ويتكون من ٣ الى ٥ افراد .
 ٦-عمل ميزانية للمشروع ككل من اجور ومرتبوات تكاليف الانتاج المنتج ككل من تكاليف شراء المواد الخام و ادوات الالات لصناعة والتفصيل النهائى له-الصيانة الدورية للبايك الفنى المتحرك مع حساب الربح والخسارة على المدى القصير مثلا ٤شهور وعلى المدى البعيد بعد عام .
 ٧-عمل دراسة ميدانية للمواقع المناسبة التى يقف فيها البايك الفنى المتحرك،من حيث (اماكن تواجد وتجمعات للجمهور- وجود فيها طلاب من مدارس وجامعات-حدائق ومنزهات-الاماكن الحيوية التى يتردد عليها الجمهور بشكل يومى مثل المصالح الحكومية -المستشفيات-الاسواق -المجمعات التجارية ...الخ).
 ٨- تطوير المشروع مع الاهتمام بتجويد المنتج الفنى واخراجة بطريقة مشوقة حتى يزداد الطلب على المنتج الفنى ،ولا يمل الجمهور ويكون دائما فى حالة الرغبة و الاقبال علىه باستمرار.
 ٩- الاهتمام بطريقة العرض المنتج الفنى بطريقة مختلفه ولافته للنظر لو لزم إضافة اضاءة أو موسيقى أو إستاندات مبهرة للعرض ومناسبة مع الشكل الخارجى للبايك الفنى المتحرك^{١٣}.
 ١٠- قم بعمل التراخيص اللازمة لاقامة هذا المشروع(البايك الفنى المتحرك).
 ١١-إلتزام بالمواعيد .
 ١٢-التسويق والترويج للمشروع من خلال عدة طرق لدعاية والاعلان(سواء ورقية لافتات اعلانية -والانترنت وشبكات التواصل الاجتماعى-اذاعة او برامج تلفزيونية ان امكن - او خصومات وعروض على المنتجات الفنية)^{١٤}.

➤ -خطوات لإعداد دراسة
جدوى لمشروع (للبايك الفنى)
المتحرك.

المحور الثالث: مع طرح تصوره العملي في صورة ماكيت للبايك الفني المتحرك كمشروع يمكن تطبيقه بأسعار مخفضة.

<p>➤ -بعض نماذج المنفذ عن طريق الطلاب كلية التربية الفنية لبعض الأمثلة (للبايكات الفنية) المختلفة في النوع -والشكل الفني - مع اختلاف استخداماتهم:</p>		
<p>➤ بايك لبيع اللوحات الفنية .</p> 	<p>➤ بايك فني للمنتجات الفنية مثال المنتجات (السيناوية).</p> 	<p>➤ بايك تعليمي للاقامة الورش الفنية.</p> 
<p>➤ بايك للمنتجات الفنية المختلفة للاربع عجلات.</p> 	<p>➤ بايك للمنتجات الفنية واقامة عروض رسم للوجوه والورش الفنية</p> 	<p>➤ بايك للمنتجات الفنية متعدد الأرفف</p> 
<p>➤ بايك على شكل كتاب يفتح ويغلق للبيع المنتجات للكتب الفنية المصنوعة هاند ميد المجسمة الفنية والالعاب التعليمية.</p> 	<p>➤ بايك لبيع الأكسسوارات والحلى مثال يأخذ الطابع الفرعوني لهذه المنتجات الفنية.</p> 	<p>➤ بايك لإعادة تدوير الملابس بالرسم عليها مع اضافته بعض من المسات الجمالية.</p> 

- نموذج لدراسة جدوى للبايك الفني قام بها مجموعة من الطلاب مجموعة مكونة من (٥) طلاب وقد سماوا المجموعة والبايك الفني بأسم (يدويات)

<p>• " دراسة جدوى لإعادة تدوير المنتجات المستهلكة "</p> <p>• اسم البايك الفني (يدويات).</p>	 
<p>الرَّسْكَلة أو إعادة تدوير النفايات موجود منذ القدم في الطبيعة، فضلات بعض الكائنات الحية تعتبر غذاء لكائنات حية أخرى، وقد مارس الإنسان عملية استرجاع النفايات منذ العصر البرونزي، حيث كان يذيب مواد معدنية لتحويلها إلى أدوات جديدة.</p> <p>أخطار النفايات على البيئة؟^١</p> <p>تحلل النفايات يؤدي إلى تسرب ما تحتويه من سموم إلى مصادر المياه سواء كانت جوفية أو سطحية وتلوث التربة بصورة تؤثر على دورة الطعام إلى جانب تلوث مياه الشرب وبالتالي تمثل أخطاراً على سلامة الناس. كما أن النفايات تبعث غازات ملوثة للجو تؤدي إلى مخاطر كثيرة على الإنسان والنبات والمخلوقات الحية؛ إذ تؤثر على التنفس. هذا إلى جانب انبعاث الروائح الكريهة. كما أنها تؤدي النظر بما تسببه أكوام النفايات من طغيان على المناظر الطبيعية وتشويه للقيمة الجمالية التي يحرص الإنسان عليها!^١</p>	<p>• نبذة مختصرة عن المشروع :</p>
<ul style="list-style-type: none"> • الهدف الاساسي من المشروع ان ننشر فكرة اعادة تدوير المخلفات وتحويلها لقطع فنية مميزة وتوسيع الفكرة عن طريق التسويق الصحيح لها. • أن نقل من كمية النفايات التي يتم إرسالها إلى مكب النفايات ومواقع الحرق. • ان نحافظ على الموارد الطبيعية؛ مثل الماء، والمعادن، والأخشاب. • أن توفر الطاقة عن طريق البايك الخاصة بنا لأنها صديقة للبيئة • أن نقلل من التلوث البيئي من خلال الحد من استخدام مواد خام جديدة. • أن توفر فرص عمل ووظائف جديدة في مجال التدوير. • تلبية احتياجات المستهلك . 	<p>- الهدف من إقامة المشروع وأهمية المشروع:</p>
<p>يحتاج هذا المشروع الى مساحة ٤ متر عرض و ٢,٥ متر طول، موقع البايك: في حديقة الاسرة بالرحاب , Family park و سوف يتم تغيير مكان الموقع من فترة الى اخرى تبع ازدهام وتواجد الجمهور.</p>	<p>- مساحة واختيار موقع بايك الفني (يدويات)</p>

<p>أولاً: توزيع وتقسيم الادوار من خلال القائد المختار من قبل المجموعة وتقسيم المهام لإنتاج عمل فني متميز مستوحى ومستخدم من اعادة تدوير النفايات المنتقاه وعمل دراسة جدوى للمشروع ككل. ثانياً: تكليف افراد من الفريق بتدوير على العربة البايك الفنّي والذهاب لمكان تصنيع هذه العربات باقل سعر وفقاً للتصميم الذي اتفقنا عليه المجموعة لتصنيع البايك الفنّي من الشكل الخارجى والداخلى والارفف وغيره .</p> <p>ثالثاً : تكليف افراد من الفريق المكلفين بتجميع النفايات : و ذلك عن طريق وضع الاربع صناديق التى خصصناها الذين سيكونوا مصنفون على حسب النفايات و سوف يقومون الناس بالرمي بنفاياتهم الزجاجية و الورقيه و البلاستيكيه و المعدنية سنقوم الافراد بالفرز مرة اخرى التى يصلح فى اعادة تدويرها وتأتى فى المرحلة الثانية بفرزها .</p> <p>رابعاً: عملية الفرز المرحلة الثانية للنفايات كل خامة على حدى , الزجاج و البلاستيك و المعادن , الورقيه وعمل تصميمات فنية تصلح لاعادة صياغة مرة اخرى ليصبح منتج مبتكر صالح للاستخدام مرة اخرى.</p> <p>خامساً: تشطيب المنتج ليكون منتج مميز و مختلف , فأن هذه المرحلة من اهم المراحل.</p> <p>سادساً : التغليف بخامة ورقية لتكون صديقة للبيئة مطبوع عليها اللوجو الخاص بالمكان.</p> <p>سابعاً: التسويق للمنتج.</p>	<p>- خطوات المشروع</p>
<p>-تكاليف المشروع^{١٧}:</p> <p>المنتج : براويز , قطع لديكور المنزل , مرايات</p> <p>١-انتاج ٣٠٠ قطعة فنية في الشهر</p> <p>٢-انتاج ٥٠ قطعة لكل شخص</p> <p>٣-تكلفة المنتج الواحد من ١٠ الي ٢٠ جنية</p> <p>٤-بيع المنتج الواحد من ٦٠ الي ١٥٠ حسب المقاس و الخامة</p> <p>-الحسابات التفصيليه^{١٨}:</p> <p>الربح بالشهر: ٢١٠٠٠</p> <p>-بالتفاصيل:</p> <p>٣٠٠ قطعة في الشهر ٧٠x جنية متوسط بيع المنتج</p> <p>الاجمالي ٢١,٠٠٠</p> <p>صافي اجمالي الربح</p> <p>٣٠٠٠ تكلفة ال ٣٠٠ منتج - ٢١٠٠٠ = ١٨٠٠٠</p> <p>الكهرباء و مستلزمات الشهر = ٥٠٠ - ١٨٠٠٠ = ١٧٥٠٠</p> <p>صافي الربح في الشهر = ١٧٥٠٠</p> <p>التمويل :</p> <p>- عمل قرض بضمان المشروع ب ٢٥٠٠٠ مقسمين الى :</p>	<p>- دراسة جدوى للمشروع:</p>

<p>-١٢٠٠٠٠ تكلفة البايك</p> <p>-٨٠٠٠٠ ايجار المكان في الشهر</p> <p>-٧٠٠٠٠ التسويق</p> <p>-٣٠٠٠٠ النقل و المواصلات</p> <p>-عناصر الجودة :</p> <p>الاهتمام بخامات المشروع التي يجب شرائها مثل : نوع المادة اللاصقة نوع المقص، جودة الألوان مع مراعاة نظافة المنتج الفني.</p> <p>-التسويق^{٢١}:</p> <p>-لزيادة القدرة التنافسية لهذه المنتجات يجب مراعاة ما يلي :</p> <p>١-جودة المنتج</p> <p>٢-رخص الاسعار</p> <p>٤-الابتكار في التصميمات</p> <p>"يمكن ان يتم التسويق للمنتجات باستخدام الاساليب الاتية" :</p> <p>١-توزيع منشورات ما يسمى بالبورشور مطبوعة بطريقة مبتكرة و بفكرة جديدة في الشوارع و النوادي و الجامعات.</p> <p>٢-الاعلان في الصحف و المجالات المتخصصة</p> <p>٣-التسويق باستخدام التكنولوجيا عن طريق انشاء صفحة خاصة بفكرة المشروع على مواقع التواصل الاجتماعي و سيكون هناك شخص متخصص لاعمال الميديا و التسويق الالكتروني^{٢١}.</p> <p>-الفترة الزمنية : سيتم عمل جرد و حساب الميزانية الخاصة بالمشروع و الربح الصافي كل ٦ اشهر.</p>	
--	--

• النتائج والتوصيات:

توصلت الباحثة إلى النتائج التالية:

- طبقت الباحثة استطلاع الرأي بهدف الى التعرف على إيجاد تصور مقترح باستخدام اسلوب البايك لتسويق الإنتاج الفني.
- أظهرت نتائج الدراسة أن استخدام اسلوب البايك يساعد على تعرف الفنان ويقدمه للجمهور وعلى منتجاته الفنية وأعماله الفنية وتجويده باستمرار مما يجعله أكثر انتشاراً ومنافسة بين الأسواق.
- القضاء على ظاهرة البطالة بالنسبة للفنانين او الخرجين من كليات الفنون والتربية الفنية خاصة والمهتمين بالفن عاماً.
- تنمية الناحية الجمالية للمجتمع والرقى بالذوق العام وتحويلة لمجتمع مستهلك يحب الحصول على منتجات فنية عالية الجودة بأسعار منخفضة.
- التحرر من القاعات الثابتة والمعوقات والصعوبات التي تلاحق إنتاج فني متميز من المنتجات الفنية والاقبال عليها اقل من الجمهور الى البايك المتحرك الوصول به الى اماكن متعدد من المولات التجارية والاماكن السياحية والحدائق والمنتزهات والمعارض والمهرجانات الفنية والثقافية والوصول لقاعدة عريضة من الجمهور ومواجهة كل الصعوبات بل واختفاءها

تماماً، وأكثر انتشاراً وأكثر رواجاً لصاحب في ضوء الإطار النظري والعملية للدراسة كانت سوف تتطابق بشكل فعلى على ارض الواقع لولا الظروف الكورونا التي مر بها البلد والدول العالم. وتوصى الباحثة بالتوصيات التالية: -

- ١- الاهتمام بالأساليب الحديثة الفنية التي من خلالها تساعد على اقامة المشروعات الفنية وسرعة انتشارها وتقديمها للجمهور.
- ٢- تواصل الدعم المادي والتسهيلات للحصول على الرخص من البنوك أو الجهات والمؤسسات الحكومية للمشروع الفني وخاصة لفكرة (البايك الفني) المتحرك للقضاء على البطالة لدى الخريجين.
- ٣- الاهتمام بالمشروعات الفنية (البايك الفني) واتاحة له الفرصة لتسويقها عربيا وعالميا والاهتمام بالمنتج المصرى وبالافكار المبدعة وجودة المنتج الفنى المصرى.
- ٤- الاهتمام بالقضاء على البطالة بالنسبة للشباب والخريجين وخاصة الكليات الفنية لما يمتلكون من مهارة وفن وخبرة مرو بها أثناء دراستهم الفنية والعلمية والعمل على تشجيعهم واذلال كل الصعوبات امامهم وتشجيع من لديهم افكار مبدعة ومبتكرة.

المراجع:

1. أحمد صلاح الدين المحرزى ٢٠٠٢، ادارة نظم وتكنولوجيا الموارد البشرية مدخل معاصر. كلية التجارة جامعة بنها.
1. 'ahmad salah aldiyn almahriziu 2002 , adarat nuzum watiknuluja almawarid albashariat madkhal mueasiri. kuliyyat altijarat jamieatan binha.
2. جوزيف جابلونسكي: ٢٠٠٠، إدارة الجودة الشاملة، ترجمة: عبد الفتاح السيد النعماني، الجزء الثاني، بيمك، مصر.
2. juzif jabluniski: 2000 , 'iidarat aljawdat alshaamilat , tarjamatu: eabd alfataah alsayid alnuemani , aljuz' althaani , bimik , masr.
3. رائد عبد الخالق، ٢٠٠٦، إدارة الجودة الشاملة: التغيير والتطوير التنظيمي من اجل إنجاح المنظمة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية.
3. rayid eabd alkhalq , 2006 , 'iidarat aljawdat alshaamilati: altaghyir waltatwir altanzimiu min ajil 'iinjah , kuliyyat alaiqtisad waleulum alsiyasiat , .
4. سعيد يس عامر وعلي محمد عبد الوهاب ١٩٩٨: الفكر المعاصر في التنظيم والإدارة، مركز وايد سرفيس للاستشارة والتطوير الإداري، القاهرة، الطبعة الثانية.
4. saeid ys eamir waeali muhamad eabd alwahaab 1998: alfikr almueasir fi altanzim aldaakhilii , markaz wayid sarfis lilaistisharat waltatwir al'iidarii , alqahirat , altabeat althaaniat , .
5. شريف أحمد شريف ٢٠٠٧. محددات رضا العميل ومجال الخدمات الصناعية بالتطبيق على التدريب. مجلة البحوث التجارية. كلية التجارة. جامعة الزقازق. مجلد ٢٠ العدد ٢.
5. sharif 'ahmad sharif 2007. muhadadat aleamil wamajal alkhadamat alsinaeiati bialtatbiq .majalat albuht alitjarati. jamieat alzaqaziq mujalad 20 aleadad 2
6. صلاح الدين حسن ٢٠٠٠، دراسات نظرية وتطبيقية دراسات الجدوى وتقييم للمشروعات، دار الفكر العربى.
6. salah aldiyn hasan 2000 , dirasat nazariat watatbiqiat dirasat jadwaa lilmashrueat , dar alfikr allearbaa.
7. عبد القادر محمد عبد القادر، ٢٠١١، إدارة التسويق، كلية التجارة، جامعة المنصورة.
7. eabd alqadir muhamad eabd alqadir , 2011 , adarat altaswiq , kuliyyat altijarat , jamieat almansurat , .
8. عبد الوهاب زين الدين، إدارة الابتكار في المنظمة: من منظور إدارة الموارد البشرية، ٢٠١٥.
8. eabd alwahaab zayn aldiyn , 'iidarat aliaibtikar fi almunazamati: min manzur 'iidarat almawarid albashariat , 2015.
9. على جلال، مساهمة في التفكير عن التحديات الاقتصادية وعلوم السياسية للأداء المتميز: الوصل ما بين الأداء المتميز الاقتصادي والسياسي و الأداء المتميز للمؤسسة في البلدان النامية، كلية الاقتصاد وعلوم السياسية، ٢٠٠٨.
9. ealaa al'ada' alaiqtisadii lil'ada' almutamayizi: alwasl ma bayn almutamayizin walaiqtisadiiyn , al'ada' almutamayiz fi albuldan , kuliyyat alaiqtisad waleulum alsiyasiat , 2008.

10. على عبدالله، ٢٠٠٨، الأداء المتميز للتسويق، كلية التجارة، جامعة القاهرة.
10. ealaa eabdallah , 2008 , alada' almutamayiz liltaswiq , kuliyyat altijarat , jamieat alqahirati.
11. على فلاح الزعبي، ٢٠١٩، إدارة التسويق الحديث مدخل معاصر، دار الميسرة.
11. ealaa falah alzuebaa , 2019 , adarat altaswiq alhadith madkhal mueasir , dar almuysarati.
12. علي عبد الوهاب ٢٠١٦: العلاقات الإنسانية في الإنتاج والخدمات، القاهرة، مكتبة عين شمس .
12. eali eabd alwahaab 2016: alealaqat al'iinsaniat fi al'iintaj , alqahirat , maktabat eayn shams.
13. قاسمى كمال، ٢٠٠٥، إدارة التغيير: المنطلقات والأسس مع عرض لأهم الاستراتيجيات الحديثة للتغيير، كلية الاقتصاد،
13. qasimaa kamal , 2005 , 'idararat altaghyir: almuntalaqat wal'usus mae eard li'ahami alnusakh alhadithat aleahd , kuliyyat alaiqtisad ,.
14. مدحت القرشي، دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات الصغيرة، الطبعة الثانية، ٢٠١٢.
14. midhat alqirshaa , dirasat aljadwaa aliaqtisadiati.
15. نيجل كينج و نيل أندرسن : إدارة أنشطة الابتكار والتغيير (مترجم) دار المريخ للنشر، الرياض ٢٠٠٤ .
15. nijil kinj w nil 'andirsan: 'idararat 'anshitat Inn Innovation waltaghyir (mutarjimu) dar almiriykh lilnashr , alriyad 2004.
16. ابتهاج حافظ الدرديري، ٢٠١٨ : فعالية استراتيجية التفكير البصري في تصميم الملصق الاعلاني ، مجلة العمارة والفنون والعمارة الانسانية، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان، المجلد ٣، العدد ١٠، ص ١١ .
16. abtihaj hafiz aldardiraa , 2018: faeaaliat altafikir albasarii fi tasmim almalsaq alaeilanaa , majalat aleimarat walfunun waleimarat alansaniat , kuliyyat alfunun altatbiqiat , jamieat hulwan , almujalad 3 , aleadad 10 , s 11.
17. رؤف شبابيك: ٢٠١٤، التسويق للجميع، دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الأولى.
17. ruuf shbabik: 2014 , altaswiq liljamie , dar alfikrialearbaa , alqahirat , altabeat al'uwlaa
- ["How paper is recycled"](http://www.recycling-guide.org.uk) ,www.recycling-guide.org.uk ,Retrieved2017-2018.pp99,pp150. Edited
 - ["How paper is recycled"](http://www.recycling-guide.org.uk) ,www.recycling-guide.org.uk ,Retrieved2017-2018.pp99,pp150. Edited
 - Bennis, W. (1999) On Becoming a Leader. Reading, MA: Addison WesleyBeckhard, R. & Pritchard, W. (2010). Changing the Essence. San Francisco: JosseyBass.
 - Boumendjel Saïd –Le Bréviaire économique du Chercheur (et de l'étudiant) –D.P.U, Annaba, mai 2003 – pp244-247.
 - <https://www.almaal.org/feasibility-study-of-a-mobile-restaurant-project>
 - <https://www.youm7.com/story/2017/3/2-وظيفة-لم-تنتظر-شباب-مصر-لم-تنتظر-وظيفة-3121748/الحكومة>
 - Lempert, Phil (25 October 2010). "Evolution: The Time for Food Trucks Has Arrived!". Supermarket News.
 - The Editors of Encyclopædia Britannica, "[Recycling](http://www.britannica.com)" ,www.britannica.com ,Retrieved pp-2-2018. Edited.
 - The Editors of Encyclopædia Britannica, "[Recycling](http://www.britannica.com)" ,www.britannica.com ,Retrieved pp-2-2018. Edited.
-
- ^١ على جلال ، ٢٠٠٨، مساهمة في التفكير عن التحديات الاقتصادية وعلوم السياسية للأداء المتميز : الوصل ما بين الأداء المتميز الاقتصادي و السياسي و الأداء المتميز للمؤسسة في البلدان النامية، كلية الاقتصاد وعلوم السياسية، ص ٨٨.
- ^٢ علي عبد الوهاب ، ٢٠١٦، العلاقات الإنسانية في الإنتاج والخدمات، القاهرة، مكتبة عين شمس ، ص ٨.
- ^٣ عبد الوهاب زين الدين، ٢٠١٥، إدارة الابتكار في المنظمة : من منظور إدارة الموارد البشرية، ص ٥٥.
- ^٤ ابتهاج حافظ الدرديري، ٢٠١٨ : فعالية استراتيجية التفكير البصري في تصميم الملصق الاعلاني ، مجلة العمارة والفنون والعمارة الانسانية، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، المجلد ٣، العدد ١٠، ص ١١ .

- ⁵ . Bennis, W. (1999) On Becoming a Leader. Reading, MA: Addison WesleyBeckhard, R. & Pritchard, W. (2010). Changing the Essence. San Francisco: JosseyBass.
- ^٦ قاسمى كمال، ٢٠٠٥، إدارة التغيير: المنطلقات والأسس مع عرض لأهم الاستراتيجيات الحديثة للتغيير، كلية الاقتصاد، ص٦٦.
- ⁷ Lempert, Phil (25 October 2010). "Evolution: The Time for Food Trucks Has Arrived!". Supermarket News.
- ١١.د. غادة مصطفى احمد: أستاذ أصول التربية الفنية بقسم علوم التربية الفنية، بكلية التربية الفنية، جامعة حلوان.
- ١٢.د. جورج فكرى ابراهيم: أستاذ أصول التربية الفنية بقسم علوم التربية، بكلية التربية الفنية، جامعة حلوان.
- ١٣.د. ليلي حسني: أستاذ المناهج وطرق التدريس بكلية التربية الفنية، جامعة حلوان.
- ١٤.د. صلاح عبد السلام قرايش: أستاذ أصول التربية الفنية بقسم علوم التربية بكلية التربية الفنية، جامعة حلوان.
- ١٥.د. سميرة حسين: أستاذ مساعد المناهج وطرق التدريس بكلية التربية الفنية، جامعة حلوان.
- ١٦.د. ميرفت الغمرى: أستاذ الأشغال الفنية بكلية التربية الفنية، جامعة حلوان.
- ١٧.د. لمياء محمود يوسف: أستاذ مساعد أصول التربية الفنية بكلية التربية الفنية، جامعة حلوان.
- ١٨.د. م. نور: أستاذ مساعد المناهج وطرق التدريس، التربية الفنية بكلية التربية الفنية، جامعة حلوان.
- ١٩.د. فاطمة عبد الرحمن: أستاذ أصول التربية بقسم علوم التربية الفنية بكلية التربية الفنية، جامعة حلوان.
- ١٠.د. زينب المهدي: أستاذ مساعد أصول التربية الفنية بقسم علوم التربية، بكلية التربية الفنية، جامعة حلوان.
- ^٩ - رؤف شبابيك: ٢٠١٤، التسويق للجميع، دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الأولى، ص ٦.
- ^١ جوزيف جابلونسكي، ٢٠٠٠: إدارة الجودة الشاملة، ترجمة: عبد الفتاح السيد النعماني، الجزء الثاني، بيمك، دار مصر، ص٥٣.
- ^١ شريف أحمد شريف، ٢٠٠٧، محددات رضا العميل ومجال الخدمات الصناعية بالتطبيق على التدريب. مجلة البحوث التجارية. كلية التجارة. جامعة الزقازيق ص مجلة ٢٠ العدد ٢ ص ١٧.
- ¹ <https://www.almaal.org/feasibility-study-of-a-mobile-restaurant-project>
- ^١ نيجل كينج و نيل أندرسن، ٢٠٠٤: إدارة أنشطة الابتكار والتغيير (مترجم) دار المريخ للنشر، الرياض، ص: ٢٢.
- ^١ على عبدالله، ٢٠٠٨، الاداء المتميز للتسويق، كلية التجارة، جامعة القاهرة، ص١٢.
- ¹ The Editors of Encyclopædia Britannica, 2018 "Recycling", www.britannica.com, Retrieved pp-2-. Edited.
- ¹ "How paper is recycled", www.recycling-guide.org.uk, Retrieved 2017-2018, pp99, pp150. Edited
- ^١ مدحت القرشى، ٢٠١٢، دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات الصغيرة، الطبعة الثانية، ص١١١، ص١١٢.
- ^١ صلاح الدين حسن، ٢٠٠٠، دراسات نظرية وتطبيقية دراسات الجدوى وتقييم المشروعات، دار الفكر العربي، ص٥٦، ص٥٥.
- ^٢ على فلاح الزعبي، ٢٠١٩، ادارة التسويق الحديث مدخل معاصر، دار الميسرة، ص٦، ص١٢.
- ^{٢٢٢} عبد القادر محمد عبد القادر، ٢٠١١، ادارة التسويق، كلية التجارة، جامعة المنصورة، ص١١، ص١٣.