

## الأسواق الشعبية ودورها فى زيادة الحركة السياحية إلى مصر " بالتطبيق على سوق الغورية السياحى "

د. علاء الدين أسامة عبد اللطيف

أستاذ مساعد بقسم الدراسات السياحية – معهد القاهرة العالى للسياحة والفنادق بالمقطم

### ملخص البحث:

تعد الأسواق الشعبية ركيزة هامة فى تنمية وتنشيط السياحة، فهى تعكس حياة الشعوب بعاداتها وتقاليدها وعبق التاريخ. وتعتبر الأسواق الشعبية من المواقع السياحية التى تجذب عدداً كبيراً من الزائرين والسائحين لاقتناء الصناعات اليدوية، والتعرف على تراث المنطقة. وتتميز مصر بكثرة أسواقها الشعبية المملوءة بالحرف والصناعات اليدوية التراثية الكثيرة والمتنوعة، التى تعكس التراث الاجتماعى والثقافى، ونتيجة للتحويلات الاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية، التى شهدتها مصر عانت تلك الأسواق من الإهمال طوال الفترة الماضية، مما كان له الأثر البالغ فى تراجعها.

ويحرص معظم السائحين على زيارة سوق الغورية ضمن برامجهم السياحية، واقتناء الصناعات اليدوية، التى تتميز بها عن غيرها من الأسواق السياحية الأخرى. وقد تحولت منطقة الغورية بأدوات بسيطة من البيئة المحلية إلى موقع بارز على الخريطة السياحية. ويستهدف هذا البحث التعرف على الأسواق الشعبية، ومدى أهميتها، ودورها المؤثر فى تنمية وتنشيط السياحة، ووضع إستراتيجية مقترحة لتطوير الأسواق الشعبية القائمة فى مصر، وإعادة تأهيلها. كوجهة اقتصادية، وثقافية، وسياحية، للوصول الى المنافسة العالمية.

وقد تم استخدام المنهج الوصفى فى هذا البحث عن طريق جمع البيانات عن الظاهرة وتحليلها، واستنباط الاستنتاجات منها بشأن مشكلة البحث. كما تم إختيار أحد أنواع هذا المنهج وهو الدراسة المسحية، التى تؤكد على دراسة المشكلة من جميع جوانبها، وإستخدام أسلوب تحليل المحتوى كأداة من الأدوات، التى يستخدمها المنهج الوصفى، وذلك لتحليل إستمارات المقابلات الشخصية.

وقد أوصى البحث بوضع كافة البيانات والمعلومات عن الأسواق الشعبية فى مواقع إنترنت خاصة بها، وربط هذه المواقع بمواقع الشركات السياحية، ووزارات السياحة بدول العالم.

**الكلمات الدالة:** الأسواق الشعبية، الحركة السياحية، سوق الغورية.

## مقدمة:

تتميز مصر بكثرة أسواقها الشعبية التي تعكس التراث الاجتماعي والثقافي والعمراني في آن واحد، إذ يتم فيها إلتقاء فئات المجتمع من مختلف الأعمار، ومزاولة الأنشطة التجارية، والحرف والصناعات اليدوية، وعرض وبيع المنتجات التراثية، ونتيجة للتحويلات الاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية، التي شهدتها مصر عانت تلك الأسواق من الإهمال طوال الفترة الماضية، مما كان له الأثر البالغ في تراجع دورها، وإختفاء لهويتها الاجتماعية والثقافية. وتعتبر الأسواق الشعبية من أساسيات النمو السياحي الناجح، ووجهة سياحية يجب الاهتمام بها والعمل على تطويرها. وتلعب الأسواق الشعبية دوراً إيجابياً في زيادة الانتعاش الاقتصادي، ودوران عجلة رأس المال والقضاء على البطالة، فالأسواق الشعبية ببضاعتها المختلفة والتقليدية المتميزة، وبطبيعتها البسيطة تكشف عن تاريخ مصر الماضي والحاضر (حسين، 2013).

ويتناول البحث منطقة الغورية ذلك المكان والزمان المرتبط بالمحافظة على العديد من ملامح الإرث والقيم في مصر، الذي ينعكس في التمسك بالكثير من العادات والتقاليد القديمة. فمنطقة الغورية جزء من التراث المصري، وموقع تاريخي لايزال موجوداً في القاهرة، ويتمتع بحيويته، فيجب الحفاظ عليه لتأكيد الهوية المصرية، ومواجهة من يحاول طمس هذه الهوية، كما يجب علينا استدامتها للأجيال القادمة. وتأتي أهمية البحث في المحافظة على استدامة الأسواق الشعبية، وإعادة تطويرها كواجهة اقتصادية، وثقافية، وسياحية، وكعنصر رئيسي ومؤثر في تنمية وتنشيط السياحة. والتعرف أيضاً على دور الحرف والصناعات اليدوية بمنطقة الغورية فهي تمثل أداة جذب للسائحين، مما يؤثر في زيادة الحركة السياحية إلى مصر. من هنا تبدو الحاجة ملحة للحفاظ على جميع أشكال الحرف والصناعات اليدوية والفنون الشعبية بتلك الأسواق. فالحفاظ على كل ما هو إيجابي في التقاليد والعادات الموروثة يساعد على رفع مستوى الوعي الثقافي لدى المواطنين، كما أن تنشئة الأجيال الجديدة على اكتساب المهارات اليدوية لأهداف إنتاجية ووطنية وثقافية مجتمعة يزيدهم تعلقاً بوطنهم وقيمهم الروحية.

## مشكلة البحث:

توجد الكثير من المعوقات التي تواجه معظم الأسواق الشعبية للحفاظ على طابعها الثقافي، والتراثي ومن ثم السياحي.

### أهداف البحث:

- 1- التعرف على مفهوم الأسواق الشعبية، ومدى أهميتها، ودورها المؤثر في التنمية السياحية، والاقتصادية، والثقافية.
- 2- تنوع المنتج السياحي المصرى والمتمثل في إيجاد نمط سياحي جديد مثل سياحة الأسواق الشعبية.
- 3- إلقاء الضوء على الحرف والصناعات اليدوية بمنطقة الغورية، وأثرها في زيادة الحركة السياحية باعتبارها مزاراً سياحياً مهماً بما لها من موقع بارز على الخريطة السياحية.
- 4- محاولة تحديد المعوقات التي تواجه الأسواق الشعبية.
- 5- اقتراح إستراتيجية لتطوير الأسواق الشعبية القائمة في مصر، وإعادة تأهيلها كوجهة اقتصادية، وثقافية، وسياحية، للوصول الى المنافسة العالمية.

### الأسواق الشعبية:

الأسواق الشعبية لها رونقها الخاص ورائحتها، وثقافتها، وعاداتها، وتقاليدها، ويشكل الماضي دائماً حضوره رغم الصور العصرية المختلفة من الأنماط الحياتية، ومنها انتشار المجمعات والمراكز التجارية الكبيرة، وعلى الرغم من ذلك فمازالت الأسواق الشعبية تحتفظ بجاذبية كبيرة لكثير من الناس، حيث يجدون في أرجائها القديمة البساطة في عمليات البيع والشراء (Wylie, 2008).

### مفهوم الأسواق الشعبية:

تعرف الأسواق الشعبية بأنها " مواقع مكشوفة أو مغلقة كلياً أو جزئياً، يتم فيها التقاء العديد من فئات المجتمع من مختلف الأعمار، والجنسيات، والتي تداول فيها العديد من السلع، والمنتجات التراثية والحرفية، والمأكولات الشعبية، والنباتات العطرية، وغيرها من الأنشطة المعروضة الأخرى " (Heritage, 2018).

وتعرف أيضاً بأنها " عبارة عن حيز وتجمع تجارى تقليدى يعبر عن عادات وتقاليدها المنطقة التي يتواجد فيها السوق، وغالباً مايسمى السوق باسم اليوم الذي يقام فيه مثل سوق الخميس أو سوق الأحد أو المنطقة التي يقام فيها، على الرغم من إنها أسواق مفتوحة طوال العام، ولكل سوق طابعه الخاص الذي يميزه عن باقى الأسواق، وذلك فى طابع شعبى يحكى أصالة وتاريخ المنطقة الزاخرة بالعديد من الجوانب التراثية الأصيلة (Albayan, 2018).

### أنواع الأسواق الشعبية:

وتتمثل تلك الأسواق فيما يلى (Al-hakawati, 2018):

### 1- الأسواق الموسمية:

هي الأسواق التي تقام في مواسم محددة، وقد تكون المواسم أيام محددة في الأسبوع أو شهرية أو قد تكون سنوية، وكان للعرب أسواق موسمية متعددة بالإضافة إلى الأسواق الدائمة، وكانت هذه الأسواق أكثر من مجرد تعاملات بيع وشراء بل كانت تقام فيها الفعاليات الثقافية كالمسابقات الشعرية وغيرها. ولا زالت تقام بعض الأسواق الموسمية السنوية في بعض المناطق الريفية في الدول العربية، إلا أنها قلت في القرن العشرين.

## 2- الأسواق الثابتة:

هي الأسواق التي تقام يومياً وهي ثابتة في مكان واحد وفي كافة المواسم. كانت هذه الأسواق تقام كالموسمية، أي بدون دكاكين أو محلات بل أن التجار كانوا يأتون بما يحتاجون إليه لعرض بضائعهم وينصبونها في مواقعها. وكانت السوق عبارة عن أرض مفتوحة تمتلئ كل صباح بالتجار ثم تزال الهياكل المؤقتة كل مساء حين انفضاض السوق.

## أهمية الأسواق الشعبية:

تعكس الأسواق الشعبية حياة الشعوب، وهي من الأهداف الرئيسية التي يقصدها المسافر، ولذلك تهتم بها الدول من أجل تنشيط الحركة التجارية والسياحية بها. والأسواق في كل دول العالم محطة من أهم المحطات التي صنعت وجه البلد قديماً وحديثاً، فقد برز دورها منذ القدم إذ كانت إضافة إلى كونها سوقاً تمارس فيها عمليات البيع والشراء ويمتد إلى الجميع من تجار، وأدباء، ومشايخ، وعلية القوم وعوامهم، فكانت مكاناً للتشاور والفصل في القضايا، ومنتديات اجتماعية، وسياسية بجانب الأحاديث التجارية (Almrsal, 2018).

## سياحة الأسواق الشعبية:

تتنوع الأسواق الشعبية في العديد من دول العالم، فما زالت تحتفظ بجاذبية للكثيرين من المولعين بها، وعلى رأسهم محبي إقتناء الأشياء القديمة والتراثية، وغالباً ما يجدون في مثل هذه الأسواق ضاللتهم بين أزقتها ويفضلونها على الأسواق والمجمعات الحديثة، وهذه الأسواق لها ميزة كبيرة يصعب وجودها في أسواق أخرى، كما أنها أصبحت مقصد الكثيرين من كافة المناطق، ومقصداً لعشاق الشراء الشعبي من زوار المنطقة. الأمر الذي يدشن نوعاً من السياحة لازمت البشرية على مر العصور ألا وهي سياحة الأسواق الشعبية (Folkculturebh, 2019).

## مقومات نجاح سياحة الأسواق الشعبية في المقاصد السياحية:

ولضمان نجاح سياحة الأسواق الشعبية يجب توفر ثلاثة أبعاد أساسية وتشمل (Raj, 2013):

### 1- مناطق الجذب السياحي:

- تعتمد مناطق الجذب السياحي على المصادر الطبيعية، العناصر الحضارية/ الثقافية، والتسليية والترفيهية.

### 2- التسهيلات والخدمات السياحية: وتتضمن:

- تسهيلات الإقامة: وتتمثل في الفنادق، والقرى السياحية، والموتيلات، والفنادق العائمة لإقامة وأعاشة الزوار والسائحين.
  - الخدمات والتسهيلات: وتضم مجموعة من الأنشطة والخدمات مثل المحلات، والأسواق السياحية، إضافة إلى التسهيلات الترفيهية.
  - البنية التحتية الأساسية: وتتمثل في شبكة الكهرباء، وأنابيب المياه، والصرف الصحي، والغاز، وخدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية، والطرق، والأمن والحماية وغيرها.
- 3- الصورة الذهنية للمقصد: تتكون هذه الصورة لدى السائحين لعدة عناصر هي: التفرد، ومستوى الخدمات، وودية الشعب وغير ذلك، وهناك عدة طرق لتحسين الصورة الذهنية للمقصد من خلال الجهود التسويقية، وبناء العلامة السياحية للمقصد السياحي، ووسائل الإعلام السياحي، والتسويق الإلكتروني.

#### العوامل التي تساهم في نمو وتطور سياحة الأسواق الشعبية:

وتتمثل تلك العوامل فيما يلي (دعبس، 2010):

- 1- الثقة المتزايدة في المقصد السياحي.
- 2- الصورة الذهنية الطيبة الناتجة من تكرار الزيارة للبلد المضيف.
- 3- النمو والتطور في حركة الطيران، وخاصة الطيران العارض.
- 4- حسن إستقبال وضيافة الزوار والسائحين.
- 5- الرغبة في التعرف على ثقافات وأماكن مختلفة.
- 6- المناخ المتميز للمقصد المضيف.
- 7- التحسن في خدمات الرعاية الصحية داخل المقصد السياحي.

#### الأسواق الشعبية في مصر:

يفضل الكثير من زائري مصر زيارة الأسواق الشعبية، والتي تمثل تراثاً للمنطقة التاريخية، وتعتبر الأسواق الشعبية من أهم المقاصد السياحية، التي يحرص القادمون إلى مصر على زيارتها لأنها تعتبر من أهم الأماكن التي يجذبون إليها ويقصدونها خلال زيارتهم لمصر، بل إنها تأتي في الترتيب الثاني بعد المواقع الأثرية، والمعالم التاريخية في قائمة المهام والتحرك السياحي، التي يحرص السائحون على تنفيذها في برامجهم اليومية، ولا تقتصر هذه الزيارة لدى السائح للأسواق على مجرد المتعة والتقاط الصور التذكارية بل يتعدى ذلك إلى شراء وإقتناء المشغولات والصناعات التقليدية، التي تتميز بها تلك الأسواق مثل سوق "الغورية وخان الخليلي" (Haag, 2004).

الأسواق الشعبية ودورها في دعم التنمية السياحية:

تسهم الأسواق الشعبية بدور إيجابي وفعال في التنمية السياحية، وقد تزايد الإهتمام بها لدى العديد من الدول لقدرتها الفائقة على تنمية المقصد السياحي لما لها من دور في تنشيط السياحة المحلية والدولية، وخلق عناصر جذب سياحي، وبالتالي يمكن الإستفادة منها في الإرتقاء بالعديد من المناطق الأثرية والحضارية وبما يتناسب مع طبيعة مصر كمقصد سياحي متميز، وتكمن أهمية سياحة الأسواق الشعبية في التعريف بالموروث الشعبي للمناطق التي تقام بها، وتشجع تسويق المنتجات اليدوية، والصناعات التقليدية لتلك المناطق، والحفاظ على التراث التاريخي (خطاب، 2008).

كما تلعب سياحة الأسواق الشعبية دوراً هاماً في تأثيرها على الصورة السياحية، وتنشيطها لعوامل الجذب غير المستغلة، بالإضافة لكونها حافزاً لأنماط أخرى من التنمية، وكذلك يمكن إعتبارها جزء من السياحة البديلة التي تقلل من الآثار الجانبية للسياحة، وتساهم في التنمية المتواصلة، وتنمي العلاقة بين السائح والمضيف بصورة أفضل (خطاب، 2008).

#### الأسواق الشعبية ودورها في دعم التنمية الاقتصادية:

تلقي سياحة الأسواق الشعبية رواجاً وإهتماماً كبيراً على مستوى العالم، خاصة لما تسهم به في تنمية اقتصاديات الدول بشكل متمم وفعال خلال السنوات الأخيرة، حيث تعمل على تحقيق الإلتعاش التجاري، والاقتصادي، وزيادة إيرادات الدولة، وتحسين الموارد السياحية من العملة الصعبة، والحفاظ على الدخل القومي، وتوفير فرص تسويقية سياحية كبيرة قادرة على جذب الكثير من الأموال إلى الدولة، وتحفيز رجال الأعمال للإستثمار في المنشآت الاقتصادية والسياحية بالمناطق المقام بها تلك الأسواق، وزيادة ارتفاع المستوى المعيشي، بالإضافة إلى إيجاد فرص عمل لأفراد المجتمع المحلي (العباسي، 2007).

#### الأسواق الشعبية ودورها في رفع مستوى الوعي الثقافي لدى أفراد المجتمع:

للأسواق الشعبية دور في رفع مستوى الوعي الثقافي لدى أفراد المجتمع نتيجة الاحتكاك، والتعامل المباشر بين السكان المحليين من جهة، وسياح وزوار المناطق التراثية القادمين من بلدان مختلفة ومتعددة الثقافات من جهة أخرى، سوف يطلع السكان ويكتسبون العديد من العادات والتقاليد الاجتماعية، والثقافية وعلى مستويات مختلفة، مما يؤثر إيجاباً أو سلباً على البيئة الاجتماعية للدولة. وبمعنى آخر فإنّ هذا الاحتكاك سيولد تغييراً في البيئة الاجتماعية، والثقافية، وقد برهنت القرون الماضية بأن احتكاك سكان تلك المناطق مع القادمين لزيارتها أدى إلى رفع مستوى الوعي الثقافي لسكان الأقاليم المضيفة من خلال التبادل الثقافي، وإتقان السكان المحليين للغات الأجنبية بحكم الاتصال اليومي، والتعامل مع السياح والأجانب، كما كانت منطلقاً للكثير من الحركات الفكرية، والسياسية، والترجمة، ودراسة اللغات، والثقافات والعادات (إسماعيل، 2008).

## الوضع الراهن للأسواق الشعبية في مصر:

تعانى الأسواق الشعبية من الإهمال وسوء التنظيم، ولاتوجد جهة أو إدارة بعينها تهتم بتلك الأسواق وحرفييها بل تتعدد الإدارات في الوزارات، وتتشابك المصالح بين تلك الإدارات فلا يمس الحرفة أو الحرفي على أرض الواقع أية فائدة تذكر. وهو ما ينعكس على جودة المنتج وتسويقه محلياً، وعالمياً، بالإضافة لمعاناة الحرفي، الذي بدأ ينسحب من الحرف لممارسة مهن أخرى أكثر ربحاً، ووضع الحرف في مصر لا يتناسب مع تاريخها في الحرف والفنون الرفيعة، وذلك ما تشهده به المتاحف، وفنون العمارة المصرية طوال مراحل تاريخها، وعلى مستوى ما وفرته الطبيعة المصرية بسخاء للحرفي الشعبي (المسيري، 2012).

لقد أسهمت الأسواق الشعبية في دعم اقتصاد الدول، ويكفي القول إن الحرف والصناعات اليدوية بتلك الأسواق قد أسهمت في تعظيم صادرات الصين بنسبة 60%، وتايوان بنسبة 56%، واليابان بنسبة 70%، بينما لا تزيد النسبة في مصر عن 4% من صادراتها، وهي نسبة ضئيلة جداً إذا ما قورنت بتراث مصر العريق وحرفها بين دول العالم، فالحرف والصناعات اليدوية هي التمثيل الحيوي لذاتنا الحضارية، فالمنتجات اليدوية ليست مهن وحرف وصناعات يدوية فحسب، بل تاريخ مهتره يد المصري حين تفنن في منتجه وهو يبديع فنه/ حرفته ليحقق بها نفعاً وجمالاً أهملوه وتركوه منسياً ومنهوباً، وعرضه للتشويه فضلاً عن التهميش الذي يلقي به في جب الماضي وكأن الحرفة اليدوية ليس لها علاقة بالحاضر، كما أهملوا صاحب الفن ومهاراته ألا وهو الصانع المصري العظيم الذي نجته من خلال فعاليتنا المتعددة، فهذا العامل المصري العبقري حين تجود أنامله بالنقوش "المصرية" في أجلى صورها، فإنه يؤكد هوية مصر، التي لن تكف عن الإبداع مهما عبث بقدراتها العابثون، ويمكن بهذه المنتجات والصناعات المتميزة أن تغير الصورة الذهنية عن مصر في الداخل، والخارج (المسيري، 2012).

ويمكن رصد أهم الحرف والصناعات اليدوية المصرية، التي لازالت تقاوم محاولات طمسها - هناك أكثر من مائة حرفة وصناعة يدوية يمكننا تقديم بيان بها، وبأماكن وجودها - نذكر منها: الحصير، السجاد، الكليم، الفخار، الطرق على النحاس، الزجاج المعشق في الجص، الأرابيسك، الخزف، المعادن كالذهب والفضة، الصناعات الجلدية، صناعات الجريد، الصناعات والحرف المتعلقة بالأطعمة الشعبية، الصناعات والحرف النيلية، الصناعات والحرف البحرية، الصناعات الخشبية... إلخ.

ولا يقتصر الأمر هنا على الحرف التقليدية فاصطلاح الصناعات التراثية يتسع لأكثر من الحرف ليشمل الإبداع الشعبي الكتابي، والغنائي، والطقوسي، فضلاً عن العادات والتقاليد والمعتقدات بما تضم من موالد للأولياء والقديسين، والألعاب الشعبية وصناعاتها، والمدن التراثية كهدف ثقافي، واقتصادي، وسياحي ترويجي... إلخ.

وتتميز بعض المحافظات المصرية بالحرف والصناعات اليدوية، التي حققت شهرة ومكانة تاريخية، ولم يعد لها نفس الوجود في أيامنا، وعلي سبيل المثال: سجاد فوة، وحصير الشرقية، وجريد الفيوم والحيزة والقلبوية، وحرير سوهاج (أخميم)، فرنشات الغربية، فخار قنا وسمنود... إلخ (الموصلى، 2014).

#### معوقات تنمية الأسواق الشعبية:

وتتمثل تلك المعوقات فيما يلي (إبراهيم، 2007، الانصارى، 2011):

- 1- عدم وجود الكوادر الفنية الكافية بالأسواق الشعبية على مستوى الدولة التي يمكن ان تعمل على تطوير المنتجات من خلال تقديم نماذج وتصميمات جديدة، وخاصة أن مصر تمتلك قيم تراثية متعددة عبر عصورها الممتدة من عمق التاريخ بدءاً من العصر الفرعوني، وانتهاءً بالعصر الإسلامى مروراً بالعصور اليونانية، والرومانية، والقبطية.
- 2- عدم وجود نقابة أو تجمع مهني أوحى شعبة داخل غرفة السلع السياحية تعني بنشاط منتجى الصناعات اليدوية بتلك الأسواق.
- 3- وقف التصدير لمنتجات الغورية نتيجة عدم وجود خطة تسويقية للدولة تجاه الحرف والصناعات اليدوية، واتجاه المنتجين للصناعات اجتهادياً تجاه التصدير الفردى.
- 4- دخول التكنولوجيا المضاهية للصناعات اليدوية التي تشتهر بها الغورية، ولجوء معظم الحرفيين الى الاستعانة بالماكينات الحديثة التي يفقد إنتاجها إلى الحس الفنى والجمالى، مما أسفر عن اضمحلال المنتج اليدوى، واندثار الفن المصرى.
- 5- الارتفاع المستمر فى أسعار الخامات، واتجاه التجار المصنعين لاستخدام خامات رخيصة قد تكون غير صالحه لتصنيعها، وتتأثر بالأحوال المناخية وتكون قابله للكسر أو التحطم، وتنعكس هذه الحالة على عزوف السائحين عن الشراء.
- 6- إرتفاع الرسوم الجمركية على مستلزمات إنتاج الحرف والصناعات اليدوية، مما يؤثر بشكل غير مباشر على ارتفاع أسعار هذه المنتجات، ومحدودية العائد المادى الذى يكسبه الحرفى.
- 7- ضعف الإقبال من جانب الشباب على الانخراط فى هذه الصناعات نتيجة ضعف الأجور فى بداية التحاقهم نسبياً، بالإضافة إلى ظروف التشغيل التي عادة لا يراعى فيها متطلبات سلامة العامل، ولا توجد للعمال حقوق مكتسبه خاصة ما يتعلق بالتأمين الاجتماعى.



8- انتشار ظاهرة الغش التجارى أو السلعى فى بعض العاديات والمشغولات الذهبية والفضية، وغيرها بين بعض المحال التى تتعامل فى هذه السلع، نظراً لوجود دخلاء على المهنة، مما يؤثر على سمعة المنتج السياحي المصرى.

9- عدم وجود بنوك خاصة تمنح العاملين والحرفيين بتلك الأسواق قروضاً ميسرة.

10- عدم وجود تعاقدات تساعد على تسويق منتجات تلك الأسواق، وتضمن استمرار عملها.

11- عدم وجود ترويج لمنتجات تلك الأسواق تتبناها جهات تسويقية على مستوى الدولة.

12- غزو المنتجات الصينية المقلدة والرخيصة لمنطقة الغورية.

**يتضح مما سبق أن كل هذه المعوقات التى تواجه الأسواق الشعبية تؤثر على طابعها الثقافى، والتراثى، ومن ثم السياحى، مما يؤدى إلى اندثار الحرف والصناعات اليدوية والتراثية فى مصر، التى تتوارثها الأجيال من جيل إلى آخر.**

### **الحرف والصناعات اليدوية بالأسواق الشعبية تراث الشعوب وثقافتها:**

يتأثر التراث الثقافى للشعوب بالمتغيرات التى تطرأ على الساحة الدولية، والحرف والصناعات اليدوية فى مصر من أشد عناصر التراث الثقافى تأثراً بالمتغيرات الاقتصادية، والسياسية، والاجتماعية.

وتسعى الشعوب جاهدة لتحافظ على تراثها، وهو ما يستدعى رعاية كل ما يميز ثقافتها وشكل حياتها المميز، كما تسعى لدعم أشكال الإبداع المختلفة لتلك الثقافة سواء لفظياً من خلال الحفاظ على اللغة، التى تحمل الموروث الشفاهى لتلك الشعوب أو مادياً، وهو الجزء الملموس الذى تدركه العين، وتنتج اليد المبدعة من أبناء تلك الشعوب. ولأن الحياة وطريقة التعامل مع معطياتها تعتمد على كم تراكم الخبرات الإنسانية، واستيعاب ابن هذه الثقافة لها، فهى تؤثر بشكل مباشر على الإبداع الفنى (شوقى، 2010).

إن التراث يحمل ملامح الأرض والناس، والاختلاف والاتفاق على عديد من النقاط، وبالتالي فإن قراءة التراث فى المنتج الثقافى من خلال الشكل والرمز الذى يحمله تجعلك تقرأ التاريخ الموروث فى الماضى والآتى معاً. فهو يعد قراءة صادقة لما اتفق عليه الناس، وما وجدوا فيه هوى لديهم واحتضنوه، ولم يتخلوا عنه ليصبح علامة لهم.

إن الألفة مع العلامات والرموز، وحجم الانتماء بين الناس ومنتجاتهم هو قراءة لحجم الانتماء عامة، والالتفاف حول ثقافة تلك الشعوب.

وطمس الهوية مرتبط بإخفاء معالم الثقافة، التى تمس التميز الذى يحيط بثقافة عن أخرى، فالتراث هو الذى يمد بالمفاهيم التى تعطي لكل ثقافة القيم الخاصة بها، وهى الشخصية القومية التى بدونها تذوب خصوصيات الشعوب (شوقى، 2010).

### الحرف والصناعات اليدوية وأثرها في زيادة الحركة السياحية إلى مصر:

تعد الحرف الفنية والصناعات اليدوية في الأسواق الشعبية من الأنشطة الإبداعية الفطرية لدى معظم البشر، وهي ترتبط بمجتمعاتهم وتاريخهم، والتاريخ المصري غني بتنوعه من تاريخ فرعونى، ورومانى، وقبطى، وإسلامى، وما يرتبط أيضا بالتراث المصرى بكل منطقة على حده، فهناك الفن المرتبط بسيناء وآخر مرتبط بصعيد مصر بخلاف ما يرتبط بسبوه، وبالساحل الشمالى فى الأسكندرية ومطروح (الجوهري، 2013).

### ويمكن توضيح أثر هذه الحرف والصناعات اليدوية فى زيادة الحركة السياحية إلى مصر كما يلى (سالم، 2012):

- 1- إقبال السائحين على منتجات الحرف اليدوية، حيث يوجد إقبال كبير من السائحين على اقتناء الفنون والصناعات التقليدية الأصلية فى المناطق السياحية بمصر مثل الغورية، وخان الخليلي، وقد يقتنون الصناعات التقليدية المقلدة كهدايا تذكارية للأصدقاء والأقارب فى رحلة العودة.
- 2- إقبال السائحين على الإقامة فى المنتجعات السياحية الجبلية، فى شرم الشيخ، والبحر الأحمر المؤسسة بأثاث تقليدى يعبر ببساطة عن البيئة الصحراوية، التى تجعل السائح يعيش فى مظاهر حياتيه تبعده عن المظاهر الحياتية، التى اعتادها ويرغب فى المعيشة ببساطة وحرية.
- 3- رغبة السائحين فى الانخراط والاحتكاك مع المجتمعات المحلية المضيفة، حيث يسعى السائحون إلى الأماكن التى لها هوية قوية وتكامل وتميز، فلا تعد الثقافة متمثلة فى زيارة الأماكن الأثرية والتعرف عليها فقط، وإنما أصبحت ترتبط أكثر بالتعايش مع أسلوب الحياة فى الدولة المضيفة، والتمتع بالرقصات الفلكلورية، والموسيقى، والأطعمة المحلية، واللغة، والآداب، والمصنوعات اليدوية التى تشتهر بها.
- 4- ازدهار نشاط التسوق والشراء من المتاجر، حيث يعتبر التسوق والشراء من المتاجر نشاطاً سياحياً هاماً، وبالتالي يعد عنصراً أساسياً فى العرض السياحى، مما يؤثر على نجاح مناطق الجذب السياحى، ويتمثل ذلك فيما يلى (Care & Jolliffe, 2013):
  - أ- تضم الفنادق فى أرجائها المتاجر والبازارات التى تتميز بتقديم الهدايا، وخاصة الصناعات اليدوية المحلية، والأعمال ذات الطابع الفنى.
  - ب- توجد الهدايا ذات الجودة العالية، والمحلات التى تقدم تذكارات وأدوات متميزة لها عقب خاص أو اهتمام دقيق لدى الزائرين فى مناطق التسوق والشراء فى كل المجتمعات، التى تعمل على تقديم ألوان الطعام، والشراء إلى السائحين.

ج-تنظم سلسلة الفنادق والموتيلات أيضاً محلات للهدايا، وتتبنى الضيافة العالمية نظاماً للهدايا، ومحلات البضائع في معظم المناطق، التي أقامت بها غرف الطعام بالمطارات، والمقاهي، وخدمات الأطعمة أثناء الرحلات الجوية.

تمثل هذه المحلات للهدايا والبضائع أهمية ضمن الأعمال الإدارية أو الفنية في مجال السياحة، وعادةً ما تكون هذه المحلات التي تباع التذكارات السياحية، والشركات القائمة على إدارتها عضواً للغرف التجارية المحلية، ومنظمات تطوير السياحة الإقليمية والمحلية. وأكثر العوامل أهمية في عملية الشراء هي أصالة المنتجات النابعة من البيئة المحلية، وإذا افترض أن هذا المنتج صناعة يدوية وطنية فيجب أن يكون كذلك فعلاً، فإذا كان هذا المنتج نفسه مستورداً فقد يصيب المشتري نوعاً من خيبة الأمل إذا كان متوقعاً سلعة محلية أصلية وحقيقية ( الشريفي، 2007).

إن السائحين المولعين بالشراء من المحلات لديهم اهتمام خاص بمفردات الصناعات اليدوية النمطية أو الأهلية، التي تنتمي إلى المنطقة خاصةً المشتريات التي يراها السائحون، ويقدمونها على أنها تذكارات أو هدايا خاصة. فيحرص السائح على اقتناء هذه الصناعات التقليدية على سبيل التذكار وللدلالة على المكان الذي جاء إليه السائح، حيث يقبل السائحون على اقتناء الصناعات التقليدية خاصةً المشغولات اليدوية لما فيها من دقة في الصنع، وإبراز للقدرة اليدوية، ومدى الجهد المبذول في السلعة (عبد الرحمن، 2010).

إن التسوق والشراء من المتاجر ليس جزءاً مكملاً لأية رحلة لقضاء العطلة بل يمكن أن يكون الدافع الرئيسي للسفر، ولعل أوضح مثال على ذلك ما لوحظ عالمياً في هونج كونج وهو أن الشراء من هذه المحلات هو أهم نشاط لدى السائح يكتسب منه مزيداً من الخبرة السياحية، ولعل أكثر ما يعشقه السائح الذي يهوي الانخراط في بيئة المقصد السياحي هو زيارة المكان الذي يتم فيه تصنيع السلعة المحلية، التي يشتهر بها المقصد السياحي (عبد الرحمن، 2010).

#### تنمية الحرف والصناعات اليدوية وعلاقتها بالسياحة:

إن الاهتمام بالحرف والصناعات اليدوية جزء لا يتجزأ من تنمية السياحة في مصر، ومحركاً اقتصادياً في تنمية الموارد البشرية، وترتبط الحرف والصناعات اليدوية بالسائح وبالتواصل مع الحرفيين، مما يعرف بالحالة الثقافية للمقصد السياحي، ويعتبر الارتباط الوثيق بين قطاع الحرف والصناعات اليدوية، وقطاع السياحة من الأمور محل اهتمام السائح بصرف النظر عن مدة الإقامة. وأصبح عرفاً اقتناء تذكارات من خلال مهرجانات تنشيط السياحة، التي يكون أحد مظاهرها وجود منتجات حرفية، حيث تبين أن هناك تزايداً في الاهتمام العالمي لتلك المنتجات (عليوة، 2014).

وأعلنت وزارة التنمية المحلية أنها انتهت من حصر الورش الحرفية، والجمعيات التعاونية الإنتاجية والعمالة بها على مستوى جميع المحافظات، وذلك في إطار تفعيل بروتوكول التعاون الذي وقعته الوزارة مع اتحاد المصدرين والمستوردين العرب لتسويق المنتجات الحرفية المتميزة لهذه الورش، وتدريب العاملين بها لرفع كفاءة منتجاتهم وفقاً للمواصفات القياسية العالمية، وتأهيلهم لاستخدام تكنولوجيا التصنيع الحديثة (Vetogate, 2019).

ويتم حالياً حصر المشروعات الحرفية المميزة التي لديها منتجات قابلة للتصدير بقدرة إنتاجية عالية في جميع المحافظات المصرية، وكذا الصناعات الحرفية في الجمعيات التعاونية الإنتاجية حتى تشارك بمنتجاتها في فعاليات الملتقيات والمعارض المتخصصة للمشروعات الحرفية داخلياً، وخارجياً بالتنسيق مع اتحاد المصدرين.

وأكد مصدر بوزارة التنمية المحلية أن عدد الورش بلغ 161 ألفاً و712 ورشة في مختلف المجالات الحرفية بإجمالي عمالة بلغت نحو 437 ألف عامل، وبلغ عدد الجمعيات التعاونية الإنتاجية 427 جمعية بإجمالي عمالة بلغت نحو 37 ألف حرفي (Vetogate, 2019).

وأشار نفس المصدر إلى أهمية تطوير مراكز التدريب الحرفي بالمحافظات لاستيعاب فئات المجتمع كافة سواء كانوا شباباً أو سيدات أو ذوى الاحتياجات الخاصة، وتأهيلهم لتنفيذ مشروعات صغيرة ومتناهية الصغر في مجالات الحرف المختلفة بما يساعد في تخفيض نسبة البطالة، وعودة الهوية المصرية إلى الصناعات الحرفية المتميزة خاصة التراثية منها مثل منتجات الغورية، وخان الخليلي (Vetogate, 2019).

#### دعم الحرف والصناعات اليدوية والقيم الإنسانية المصاحبة لها:

تحتل سياسة دعم الحرف والصناعات اليدوية وترسيخ القيم المصاحبة لها دوراً مركزياً في كثير من تجارب التحديث الناجحة في العالم وفي طليعتها تجارب التحديث الآسيوية. فقد تمت تنشئة المواطنين في تلك الدول على احترام قيم التراث بكل تقاليده الإيجابية، والعمل على إبقائها حية في نفوس الأجيال، وربط الثقافة التقليدية بالتنمية الشاملة بهدف الحفاظ على القيم التراثية في مؤسسات الدولة العصرية، وإحياء كل ما هو إيجابي في التراث الشعبي (Aquet, 2003).

ويعتبر التراث الحرفي العمود الفقري لإرساء دعائم البنية التحتية الثقافية للتنمية الشاملة من خلال المحافظة على الإنتاج الحرفي وتطويره والمساعدة على تسويق وترويج العاملين فيه، كما أن العمل على إحياء الفنون الشعبية، وما يتصل بها من عادات وتقاليد يسهم في التقارب الثقافي بين دول العالم (Aquet, 2003).

#### تطوير الأسواق الشعبية لدعم اقتصاد المنطقة:

يأتى تطوير وتحسين بيئة الأسواق الشعبية، وحل مشكلات التخطيط للأسواق القائمة، وإعداد مخططات تطويرية لها وللمناطق المحيطة بها، وتحفيز الاستثمار فيها بمثابة هدف

رئيسى يضعه القائمون على مشروعات تطوير الأسواق الشعبية فى العالم من خلال العمل على حصر معوقات التطوير، التى يقف على رأسها ظهور مبان حديثة داخل الأسواق وتداخل أنشطتها، وعدم وجود مواقع واضحة وخاصة للحرفيين، الأمر الذى ساهم فى اختفاء الطرز المعمارية القديمة للأسواق الشعبية والأنشطة المصاحبة لها (Morris, 2005).

نموذج سوق الغورية لتوظيف التراث والحرف اليدوية فى المجال السياحي:

( أ ) الخلفية التاريخية لمنطقة الغورية:

وكالة الغورى واحدة من أعرق أسواق الشرق، التى يزيد عمرها قليلاً عن 500 عام، ومازال معمارها الأصيل باقياً على حالها منذ عصر المماليك حتى الآن. وقد سميت بهذا الاسم نسبة لمؤسسها السلطان (قنصوه الغورى) آخر سلاطين دولة المماليك، والتى شيدها لاستقبال الوفود التجارية المختلفة، حيث تتكون من ثلاثة طوابق، الأول والثالث منها للسكن، والأوسط مخصص للخدمات والمرافق بغرض عرض وتبادل السلع التى يجلبها التجار معهم، إلا أنه تمت زيادة عدد أدوار الوكالة لأربعة أدوار بنظام القصور القديمة وذلك نظراً لزيادة أعداد التجار الوافدين، وهو ما يعكس انفتاحه على العالم الخارجى والرغبة الشديدة فى التبادل التجارى، والثقافى، والسياحي (يوسف، 2016).

( ب ) الموقع:

يعتبر سوق الغورية أشهر مناطق القاهرة السياحية لما يتميز به من موقع متفرد، و سلع ومنتجات فريدة، وفي أزفته يشم الزائر فيه عبق القاهرة الفاطمية، وهو شارع عريق يقع في منطقة الجمالية في القاهرة الإسلامية، ويحده شارع الجمالية الذي يحتضن في طرفه الجامع الأزهر ويفصله عن ضريح مسجد الحسين، والسوق، ومنطقة خان الخليلي، وكان يسمى قديماً حي (الشرابيين)، وكانت به دكاكين لصناعة وخياطة الملابس السلطانية.

ويعتبر سوق الغورية بما يمتلئ به من عشرات البازارات والمحال التجارية، التى تعتمد بضاعتها على الفن، والإتقان، والإبداع العربى، والمهارة الإسلامية فى الصناعات اليدوية حتى اكتسبت شهرة عالمية، لذا يعد السوق مقصد كل السياح للتجوال وشراء الهدايا التذكارية، التى لا تجدها في مكان آخر (فؤاد، 2015).



(صور لمنطقة الغورية)

### (ج) الوصف:

يتميز سوق الغورية بالقاهرة بأنه مازال يحتفظ بطابعه المعماري الأصلي، وهو عبارة عن صحن كبير، وحوله محلات متراصة بعضها الى جوار البعض في ألفة شديدة، ويضم السوق العديد من الحارات الشهيرة مثل (حارة العقادين، وحارة الفحامين، والتربيعة، والخيامية)، والتي يباع فيها كل ما يرغب السائح والزائر في شرائه من مصر بدءاً من القطع الأثرية الفرعونية



المقلدة بحرفية ودقة شديتين مروراً بالمشغولات النحاسية، والأرابيسك، التي تخطف العيون عندما تقع عليها وانتهاءً بمحال الفضة والذهب، التي تضم أرقى المشغولات وتحظى بإقبال شديد من السائحين العرب، والأجانب، وكذلك المصنوعات الجلدية، والنحاسية، والخشبية، والمنسوجات، والملابس المزخرفة بالفنون الإسلامية، والفرعونية.

وتعرض البضائع في السوق ليلاً ونهاراً بالاسلوب الذي تميزت به الأسواق القاهرية، وتمتلئ الحارات بالحوانيت والخانات، التي تعرض مختلف البضائع بأسعار متفاوتة لا توازيها أية أسعار في أسواق أخرى (Marefa, 2019).



(وصف لوكالة الغورية)

#### (د) مصنوعات الغورية:

يشتمل سوق الغورية على الحرف اليدوية والتراثية، ومئات العاملين والحرفيين المصريين والفنانين، الذين يمتنون الحرف والصناعات اليدوية مثل قطع السجاد، والسبح، والكريستال، وصناعة البردي، وصناعة الحلوى، والمشغولات الذهبية والفضية، والخشبية، والنحاسية، وكذلك التماثيل الفرعونية، والمنسوجات اليدوية، والفوانيس، والأقمشة والملابس المطرزة، والصدف، والتماثيل المعدنية والزجاجية، والأحجار المختلفة، والأعشاب الطبيعية، والأباجورات المصنوعة من الزجاج المعشق، والزجاج البلدي، والنارجيلة والشيشة العربية، والتي أصبحت من أشهر المنتجات التي يتداولها العرب. ويوجد بالسوق حالياً مكان مخصص للمصنوعات الجلدية، والنحاسية، والأدوات التاريخية كالسيوف، والخناجر، والخوذ النحاسية، والأحزمة، وتتراوح أسعارها حسب أنواعها وأحجامها، وتبدأ من عشرين جنيهاً مصرياً حتى آلاف الجنيهات (الغيطاني، 2007).

وتباع بالسوق أنواع البخور المستوردة من السودان، والصومال، والهند، وبخور العود السعودية، والمستكة، وبخور الكسبرة، وأوراق البردي التي تحمل الكلمات الهيروغليفية، والتماثيل، والايقونات، والقصائد الغزلية، وحكايات ايزيس وأزوريس، والمسابح الفيروزية، والمرجان، والكهرمان، وخشب الصندل، وبذور الزيتون، والزجاج وغيرها (الغيطاني، 2007).



(صور لمنتجات سوق الغورية)

## الوضع الراهن لمنطقة سوق الغورية:

ويتمثل الوضع الراهن لسوق الغورية فيما يلي (Youm7, 2019):

- 1- أصيبت منطقة "الغورية" السياحية بالقاهرة بحالة من الركود التام، وذلك عقب ثورتى 25 يناير عام 2011م و30 يونيو عام 2013م، وما تلاها من أحداث، وحادثتى الفوج السياحى المكسيكى بصحراء الواحات، وسقوط الطائرة الروسية بشرم الشيخ عام 2015م، فقد أوشك أصحاب محلات البازارات، والمتحف، والنحاس بالغورية على إشهار إفلاسهم نتيجة عزوف الأجانب عن الشراء، وغياب الأفواج السياحية عن المنطقة نتيجة للأحداث التى تشهدها البلاد.
- 2- غياب الأفواج السياحية أثرت على هذه الصناعات اليدوية النادرة بالسوق، والتى تدر عائداً اقتصادياً ضخماً ووصل الأمر إلى إغلاق بعض الورش، والاستغناء عن العمالة بل وتغيير النشاط.
- 3- هناك الكثير ممن يعملون فى السياحة بهذا السوق قد تركوا المهنة، فهم يعملون باليومية وليس بمرتب شهرى، وهو الأمر الذى جعل الكثيرين منهم لا يستطيعون تحمل نفقات بيوتهم.
- 4- السوق أصبحت مملوءة بالمنتجات الصينية، التى تفتقد الذوق الفنى بعد أن كان التجار فى الغورية يعرضون منتجاتهم اليدوية الأقرب للتحف الفنية.
- 5- تراجعت حركة التجارة مع ارتفاع أسعار بعض المنتجات خاصة المشغولات النحاسية، التى ارتفعت أسعارها بنسبة 25% لارتفاع أسعار الخامات، وأصبح المصريون وحدهم رواد المكان لمعرفتهم بتاريخ وأصالة منطقة الغورية، ويقومون بشراء الهدايا من السوق، ويحرصون على البحث عما تبقى من المنتجات اليدوية فى المحلات، ويزور الأجانب السوق لالتقاط الصور فقط ويعزفون عن الشراء فور علمهم بأن معظم المنتجات صينية الصنع.
- 6- لم تتجو المشغولات الجلدية بالغورية هى الأخرى من الركود بسبب ارتفاع أسعار الجلد الخام بنسبة 50% نظراً لتوجهه إلى التصدير فارتفعت أسعار المشغولات الجلدية فى السوق المحلية رغم الركود.
- 7- بعض المحلات أصبحت تتعامل مع عملاء بالمطار ليقوموا بترويج منتجاتها بين السياح الوافدين بمجرد وصولهم للمطار بعد تراجع حركة التجارة فى سوق الغورية.



### تسويق منتجات الغورية:

بدأت وزارة السياحة التسويق لسياحة الحرف والصناعات اليدوية التي يقبل عليها السياح مثل منتجات الغورية، وغيرها من الصناعات الحرفية كمنتج سياحي جديد يضاف إلي عوامل الجذب السياحي، التي تتميز بها مصر (Masress, 2019).

وقد تم التسويق عن طريق تضمين هذه المنتجات بالمطبوعات، والبروشورات الخاصة بهيئة تنشيط السياحة، ووضعها علي المواقع الالكترونية للحرف والصناعات اليدوية لتسويقها بالخارج، وقد تم رصد جميع الحرف اليدوية التي تشتهر بها مصر، وأماكن بيع هذه المنتجات، وأشهر الحرفيين المصنعين لهذه الحرف، بالإضافة إلى تضمين الرحلات التعريفية التي تنظمها هيئة التنشيط السياحي لممثلي وسائل الإعلام، ومنظمي الرحلات للأجانب لبعض مراكز الحرف اليدوية، لكي يتم تسويقها بالخارج (Masress, 2019).

كما تم وضع القرى والمراكز الحرفية علي المواقع الالكترونية لحمايتها من الاندثار مع إضافتها للبرامج السياحية المقدمة للسائحين لزيادة مبيعات هذه المنتجات. وتم أيضاً وضع القرى الحرفية، التي أنشأتها الدولة لتحافظ على الحرف والصناعات اليدوية من الاندثار ضمن البرامج السياحية المقدمة للسائحين، حيث يمثل ذلك فرصة كبيرة لتسويق هذه المنتجات، ويعد ذلك تنوعاً للمنتج السياحي المقدم للسائحين (Masress, 2019).

**مما سبق يتضح** أن وزارة السياحة، وهيئة التنشيط السياحي قد بدأت الاهتمام بتنمية الأنماط السياحية غير التقليدية في محاولات لاستعادة الحركة السياحية إلى مصر، وخلق أسواق سياحية جديدة أمام المقصد السياحي المصري.

### الدراسة الميدانية

تم استخدام المنهج الوصفي في هذا البحث عن طريق جمع البيانات عن الظاهرة وتحليلها، واستنباط الاستنتاجات منها بشأن مشكلة البحث. كما تم إختيار أحد أنواع هذا المنهج وهو الدراسة المسحية، التي تؤكد على دراسة المشكلة من جميع جوانبها، وإستخدام أسلوب تحليل المحتوى كأداة من الأدوات، التي يستخدمها المنهج الوصفي، وذلك لتحليل إستمارات المقابلات الشخصية.

### أولاً: المقابلات الشخصية:

من خلال الدراسة الميدانية قام الباحث بعمل مقابلات شخصية مع بعض الحرفيين الذين يمارسون مهنة الحرف اليدوية وبعض أصحاب البازارات السياحية في منطقة سوق الغورية للتعرف على مدى أهميتها، ودورها المؤثر في تنمية وتنشيط السياحة، وإيجاد الحلول لأهم المعوقات التي تقابلها، وكيفية تطويرها والنهوض بها سياحياً، وكانت تلك المقابلات في الفترة من

فبراير إلى إبريل 2019، كما تمت مراعاة القاعدة الإحصائية التي تنص على ألا يقل عدد مفردات العينة عن 30 مفردة لضمان دقة النتائج، وإمكانية استخدام أساليب التحليل الإحصائية، وقد تم تحديد حجم العينة بعدد (30) مفردة من الحرفيين وأصحاب البازارات السياحية بالمنطقة، وقد قام الباحث باختيار المقابلات الشخصية لأنها تجمع القائم بالمقابلة والمبحوث في موقف مواجهة يتيح الفرصة للتعلم في فهم الظواهر، وملاحظة السلوك بالإضافة إلى:-

- إمكانية توجيه أسئلة كثيرة بعد الاقتناع بأهمية البحث.

- مرونة طرح الأسئلة وشرح الغامض منها، وتحديد المفاهيم والمصطلحات.

ثانياً: تحليل نتائج المقابلات الشخصية:

### (1) ما دور الأسواق الشعبية في تنمية وتنشيط السياحة؟

جاء السؤال الأول من أسئلة المقابلة الشخصية للتعرف على دور الأسواق الشعبية في تنمية وتنشيط السياحة، وقد اشارت نتائج التحليل أن 53.3% من العينة الخاصة لبعض الحرفيين وأصحاب البازارات السياحية أجمعت على أنها تعد أحد مصادر الدخل القومي وتوفير العملة الصعبة، وبنسبة 33.3% ترى أنها توفر فرص عمل لأفراد المجتمع، وتسهم في القضاء على البطالة، وبنسبة 13.4% ترى أنها تزيد فرص التفاعل الحضاري، والاجتماعي، والثقافي بين السائحين والمواطنين، ويتضح من ذلك أن الأسواق الشعبية تعد أحد المصادر الهامة للدخل القومي المصري، وتوفير العملة الصعبة.

### (2) ماهي الجنسيات الأكثر إقبالاً على شراء منتجات سوق الغورية السياحي؟

جاء السؤال الثاني من أسئلة المقابلة الشخصية للتعرف على الجنسيات الأكثر إقبالاً على شراء منتجات سوق الغورية السياحي، وقد اشارت نتائج التحليل أن 48.3% من العينة الخاصة لبعض الحرفيين وأصحاب البازارات السياحية أجمعت على أن معظم الزائرين للسوق من الأوربيين، وبنسبة 29.2% من الآسيويين، وبلغ نسبة المصريين 20%، وكان العرب بنسبة 2.5%، وهذا يدل على ضعف استقطاب الأسواق الشعبية للسائحين العرب.

### (3) ما أكثر فترات العام ازدهاراً بالنسبة للإقبال على منتجات سوق الغورية؟

جاء السؤال الثالث من أسئلة المقابلة الشخصية للتعرف على أكثر فترات العام ازدهاراً بالنسبة للإقبال على منتجات سوق الغورية، وقد اشارت نتائج التحليل أن 60% من العينة الخاصة لبعض الحرفيين وأصحاب البازارات السياحية أتفقت على أن أكثر فترات العام ازدهاراً بالنسبة للإقبال السياحي على منتجات الغورية هي طوال العام، وبنسبة 30% ترى أنها شهور الشتاء، حيث يكثر المصريون والسائحين الأجانب، وبنسبة 10% ترى أنها شهور الصيف، حيث

يكثر السائحون العرب، ويتضح من ذلك أن سوق الغورية يعتبر مزدهر طوال العام نظراً لمنتجاته الفريدة.

#### (4) ما يميز منتجات سوق الغورية عن منتجات الأسواق الأخرى؟

جاء السؤال الرابع من أسئلة المقابلة الشخصية للتعرف على ما يميز منتجات سوق الغورية عن منتجات الأسواق الأخرى، وقد اشارت نتائج التحليل أن 50% من العينة الخاصة لبعض الحرفيين وأصحاب البازارات السياحية أتفتت على أن غالبية منتجات الغورية تتميز بالطابع الفرعوني، وبنسبة 23.4% ترى أنها تتميز بالدقة والمهارة، وبنسبة 16.6% ترى أنها تتميز بالطابع المصري، وبنسبة 10% ترى أن بعض منتجات الغورية مستوحاة من الريف المصري، ويتضح من ذلك أن معظم منتجات خان الخليلي تتميز بالطابع الفرعوني، والدقة والمهارة اليدوية.

#### (5) ما المناطق السياحية الأخرى المنافسة لمنتجات الغورية في مصر؟

جاء السؤال الخامس من أسئلة المقابلة الشخصية للتعرف على المناطق السياحية الأخرى المنافسة لمنتجات الغورية، وقد اشارت نتائج التحليل أن 56.6% من العينة الخاصة لبعض الحرفيين وأصحاب البازارات السياحية أجمعت على أن منطقة خان الخليلي هي أكثر المناطق السياحية المنافسة لمنتجات الغورية، وبنسبة 30% ترى أنها أسواق منطقتنا الأقصر وأسوان، وبنسبة 13.4% ترى أنها منطقة نزلة السمان، ويتضح من ذلك أن منطقة خان الخليلي هي أكثر المناطق السياحية منافسة لمنتجات الغورية.

#### (6) ما مدى تناسب أعداد الزوار لمنطقة الغورية وإمكاناتها السياحية؟

جاء السؤال السادس من أسئلة المقابلة الشخصية للتعرف على مدى تناسب أعداد الزوار لمنطقة الغورية وإمكاناتها السياحية، وقد أشارت نتائج التحليل أن نسبة 100% من العينة الخاصة لبعض الحرفيين وأصحاب البازارات السياحية أكدوا على عدم تناسب أعداد الزوار للمنطقة على الرغم من أن المنطقة تمتلك العديد من مقومات السياحة الثقافية، وعوامل الجذب السياحي المتفردة، والتي تؤهلها لقيام تنمية سياحية بها، وتجعلها مقصداً سياحياً ثقافياً وتراثياً متميزاً يستطيع المنافسة مع المقاصد السياحية المجاورة، ويتضح من ذلك ضعف الجهود التنشيطية والترويجية للشركات السياحية، والهيئات المعنية في زيادة الحركة السياحية إلى المنطقة.

#### (7) ما هي الصناعات اليدوية التي تجذب السائحون إلى سوق الغورية؟

جاء السؤال السابع من أسئلة المقابلة الشخصية للتعرف على الصناعات اليدوية التي تجذب السائحون إلى سوق الغورية، وقد اشارت نتائج التحليل أن 40% من العينة الخاصة

لبعض الحرفيين وأصحاب البازارات السياحية أتفقت على أن المشغولات الذهبية والفضية والنحاسية هي أكثر الصناعات اليدوية التي تجذب السائحين إلى الغورية، وبنسبة 33.3% ترى أنها الأقمشة والملابس المطرزة، وبنسبة 20% ترى أنها التماثيل والتماثيل والأيقونات الفرعونية، وبنسبة 6.7% ترى أنها المنتجات الجلدية الطبيعية، ويتضح من ذلك أن المشغولات الذهبية والفضية والنحاسية، والأقمشة والملابس المطرزة هي أكثر الصناعات اليدوية جذبا للسائحين إلى هذه المنطقة.

#### (8) ماهي مصادر التمويل التي تعتمد عليها في ممارسة هذه الصناعات اليدوية في الغورية؟

جاء السؤال الثامن من أسئلة المقابلة الشخصية للتعرف على مصادر التمويل التي يعتمد عليها في ممارسة الصناعات اليدوية سوق الغورية، وقد اشارت نتائج التحليل أن 50% من العينة الخاصة لبعض الحرفيين وأصحاب البازارات السياحية أتفقت على أن التمويل الذاتي هو من أكثر المصادر التي يعتمد عليها في تمويل هذه الصناعات اليدوية، ويأتي في المرتبة الثانية الصندوق الاجتماعي كمصدر للتمويل بنسبة 36.6%، ويأتي في المرتبة الثالثة الجمعيات الحرفية كمصدر للتمويل بنسبة 10%، ويأتي في المرتبة الرابعة البنوك كمصدر للتمويل بنسبة 3.4%، ويتضح من ذلك أن التمويل الذاتي يعتبر من أكثر مصادر التمويل التي يعتمد عليها في ممارسة الصناعات اليدوية في منطقة الغورية.

#### (9) ماهي المعوقات التي تواجه الصناعات اليدوية في الغورية؟

جاء السؤال التاسع من أسئلة المقابلة الشخصية للتعرف على المعوقات التي تواجه الصناعات اليدوية في سوق الغورية، وقد اشارت نتائج التحليل أن 43.3% من العينة الخاصة ببعض الحرفيين وأصحاب البازارات السياحية أتفقت على أن أكثر المعوقات التي تواجه الصناعات اليدوية في المنطقة هو عدم اعتناء الدولة بالصناعات الصغيرة، التي يمكن أن تدخل بها إلى السوق العالمية، وتحل مشكلة البطالة، وتنقل مصر إلى مصاف الدول المصدرة، وبنسبة 23.3% ترى أن ارتفاع أسعار الخامات وتراجع المبيعات بعد ارتفاع الأسعار قد أصاب المنطقة بالكساد، وبنسبة 20% ترى أنها قلة العمالة الماهرة لأن العمل اليدوي يحتاج لدقة عالية وهو سر تميز المنطقة، وبنسبة 13.4% ترى أن لا توجد جهة في الدولة تتبنى تعليم الصناعات اليدوية حتى لا تنقرض، ويتضح من ذلك أن عدم إعتناء الدولة بالصناعات الصغيرة، وارتفاع أسعار الخامات، وتراجع المبيعات بعد ارتفاع الأسعار من أهم المعوقات التي تواجه الصناعات اليدوية في منطقة الغورية.

#### (10) ماهي المشكلات التي تواجهكم عند تسويق المنتجات الحرفية في الغورية؟

جاء السؤال العاشر من أسئلة المقابلة الشخصية للتعرف على المشكلات التي تواجه الحرفيين وأصحاب البازارات السياحية عند تسويق المنتجات الحرفية في سوق الغورية، وقد اشارت نتائج التحليل أن 66.6% من العينة الخاصة بهم أتفقت على أن أكثر المشكلات التي تواجههم عند تسويق منتجاتهم بالسوق هي انخفاض معدلات الشراء، وبنسبة 20% ترى أنها انخفاض الحركة السياحية، وبنسبة 13.4% ترى أنها منافسة السلع المستوردة، ويتضح من ذلك أن انخفاض معدلات الشراء، وانخفاض الحركة السياحية، ومنافسة السلع المستوردة من أهم المشكلات التي تواجه الحرفيين وأصحاب البازارات السياحية عند تسويق منتجاتهم الحرفية في منطقة الغورية.

#### (11) ما سبب عدم إقبال السائحين على مصنوعات الغورية مؤخراً؟

جاء السؤال الحادي عشر من أسئلة المقابلة الشخصية للتعرف على سبب عدم إقبال السائحين على مصنوعات الغورية مؤخراً، وقد اشارت نتائج التحليل أن 73.4% من العينة الخاصة لبعض الحرفيين وأصحاب البازارات السياحية أتفقت على أن تقصير وزارة السياحة في تسليط الضوء على منطقة الغورية، وتكثيف الدعاية السياحية الملائمة لها من أهم أسباب عدم إقبال السائحين على مصنوعات المنطقة مؤخراً، وبنسبة 26.6% ترى أن تضخيم وسائل الإعلام في تناول الأزمت، التي تواجه مصر هو الذي دفع السائحين إلى اللجوء إلى دول أخرى بعيداً عن مصر مثل لبنان، وتركيا، ودبي، ويتضح من ذلك أن تقصير وزارة السياحة في تسليط الضوء على مصنوعات المنطقة، وتكثيف الدعاية السياحية الملائمة لها هو أحد الأسباب الرئيسية لعدم إقبال السائحين على مصنوعات منطقة الغورية مؤخراً.

#### (12) ماهى السلبيات التي تواجه السائحين عند زيارتهم لسوق الغورية السياحي؟

جاء السؤال الثاني عشر من أسئلة المقابلة الشخصية للتعرف على السلبيات التي تواجه السائحين عند زيارتهم لسوق الغورية السياحي، وقد اشارت نتائج التحليل أن 32.4% من العينة الخاصة لبعض الحرفيين وأصحاب البازارات السياحية أتفقت على صعوبة الوصول إلى السوق عبر المواصلات خاصة للقادم من شارع القلعة أو من شارع بورسعيد، وبنسبة 29.6% ترى عدم وجود مطاعم أو أماكن للإنتظار طوال فترة التواجد داخل السوق، وبنسبة 20% ترى ضعف الخدمات الإرشادية للسائح بالسوق، وبنسبة 18% ترى وجود المقالب العشوائية للقمامة، وعدم وجود دورات مياه، ويتضح من ذلك أن هذه العناصر من السلبيات التي تواجه جذب السائحين للسوق، وبالتالي سوف تؤثر على رفع كفاءة الترويج السياحي للمنطقة.

#### (13) ماهى مقترحاتك لتطوير سوق الغورية السياحي والنهوض به سياحياً؟

- جاء السؤال الثالث عشر من أسئلة المقابلة الشخصية للتعرف على كيفية تطوير سوق الغورية السياحي والنهوض به سياحياً، وقد اشارت نتائج التحليل إلى إجماع العينة الخاصة لبعض الحرفيين وأصحاب البازارات السياحية على مايلي:-
- الإهتمام بوسائل الطرق والمواصلات من وإلى منطقة الغورية، ووضع العلامات الإرشادية بها.
  - توفير التسهيلات والخدمات السياحية داخل السوق، والإهتمام بجودتها.
  - القيام بالدعاية السياحية الملائمة للسوق من خلال تصميم موقع إلكتروني خاص بها.
  - توفير أماكن بالسوق لزيادة عدد الورش الحرفية بجانب المحلات والبازارات.
  - الإرتقاء بمستوى النظافة داخل السوق بإعادة تخطيط وتنظيم العمل داخل المجال.
  - تنفيذ بعض أعمال التطوير والتجميل لبعض شوارع المنطقة.
  - ضرورة وجود مدرسة خاصة بالمنطقة لتخريج عمال في مجال الحرف والصناعات اليدوية لأن هذه المهنة متوارثة، والعاملون فيها في تناقص مستمر.
  - إقامة مطاعم وفنادق بمستوى متميز حتى يستريح الزائر بعد جولته رغم أن بعض الخانات تشبه الفنادق وتوجد في (سقيفة رضوان) بالغورية ما يقارب المائتي حجرة، والتي تؤهلها للتحويل إلى فندق سياحي على النمط المصري.
  - إقامة أماكن ترويحية داخل السوق لقضاء الزوار والسائحين أطول فترة زمنية ممكنة.
  - على الدولة أن تتدخل لفتح أسواق جديدة، وإقامة معارض في الداخل والخارج لتنشيط مجال الحرف والصناعات اليدوية.
  - على وزارة السياحة دراسة مطالب أصحاب الحرف والصناعات اليدوية بالسوق، والعمل على إحياء تلك الصناعات قبل إنقراض مهن أصبحت نادرة.

#### (14) ماهي مقترحاتك لتطوير الأسواق الشعبية في مصر والنهوض بها سياحياً؟

- جاء السؤال الرابع عشر من أسئلة المقابلة الشخصية للتعرف على كيفية تطوير الأسواق الشعبية في مصر والنهوض بها سياحياً، وقد اشارت نتائج التحليل إلى إجماع العينة الخاصة لبعض الحرفيين وأصحاب البازارات السياحية على مايلي:-
- إعداد خريطة للأسواق الشعبية على مستوى الجمهورية تكون خطوة أولى لوضع إحتياجات هذه الأسواق في مصر ثم البدء في وضع أفكار وخطط لتطويرها.
  - عمل ندوات ومؤتمرات تعريفية عن مناطق السياحة الثقافية ومن ضمنها الأسواق الشعبية، ونشر الثقافة السياحية لأفراد المجتمع المحلي.

- الإهتمام بشبكة الطرق والمواصلات من وإلى مناطق السياحة الثقافية عامة، والأسواق الشعبية خاصة، وتنمية البنية الأساسية والمرافق العامة، وتوفير كافة التسهيلات والخدمات السياحية.
- ضرورة التنسيق بين شركات السياحة والأسواق الشعبية فى تحديد موعد زيارة المجموعات السياحية لكى لا يخلق ذلك إزدحاماً داخل هذه الأسواق، وخاصةً الأسواق الصغيرة.
- إنشاء موقع إلكترونى خاص بكل سوق حتى يتمكن الزائر من التعرف على مقتنياته المتنوعة قبل الزيارة أو التوسع فى المعرفة بعد عودته إلى بلده الأسمى.
- تنسيق الأدوار والمهام بين الوزارات المختصة والمسئولة عن هذه الأسواق الشعبية.
- توفير التمويل والدعم اللازم من أجل النهوض بالأسواق الشعبية وتطويرها.
- توعية الزائرين المحليين بأهمية الأسواق الشعبية، وتحسين سلوكهم تجاه الزائرين الأجانب، والإهتمام بالترويج لهذه الأسواق داخل مصر وخارجها.

### (15) ماهى النتائج المترتبة على تنمية وتطوير الأسواق الشعبية فى مصر؟

- جاء السؤال الخامس عشر من أسئلة المقابلة الشخصية للتعرف على النتائج المترتبة على تنمية وتطوير الأسواق الشعبية فى مصر، وقد اشارت نتائج التحليل إلى إجماع العينة الخاصة لبعض الحرفيين وأصحاب البازارات السياحية على مايلى:-
- الإسهام فى زيادة الدخل القومى، وتوفير العملة الصعبة.
  - زيادة العائد السياحى، ورفع مستوى المعيشة للمجتمع المحلى.
  - زيادة فرص العمل والتوظيف، وزيادة عدد الليالى السياحية.
  - جذب شرائح جديدة من السائحين، وتنويع المنتج السياحى المصرى.
  - رفع مستوى الخدمات السياحية، وزيادة الحركة السياحية إلى مصر.
  - الحفاظ على الموارد التاريخية، والحضارية، والأثرية، وحماية قيم المجتمع وتقاليد.
  - زيادة فرص التفاعل الحضارى، والاجتماعى، والثقافى، بين السائحين والمواطنين.
  - نشر الثقافة السياحية بين أفراد المجتمع، وتحسين الوضع التنافسى للأسواق الشعبية، ومن ثم إدراجها على الخريطة السياحية.

### نتائج الدراسة

#### نتائج الدراسة الميدانية:

قام الباحث بعمل مقابلات شخصية مع بعض الحرفيين وأصحاب البازارات السياحية داخل منطقة سوق الغورية، للتعرف على مدى أهميتها، ودورها المؤثر فى تنمية وتنشيط

السياحة، وإيجاد الحلول لأهم المعوقات التي تقابلها، وكيفية تطويرها والنهوض بها سياحياً، وكانت نتائج المقابلات الشخصية مايلي:-

- 1- الأسواق الشعبية تعد أحد المصادر الهامة للدخل القومي المصرى.
- 2- الأوربيين من أكثر الجنسيات إقبالاً على شراء منتجات سوق الغورية السياحى.
- 3- تعتبر منطقة سوق الغورية مزدهرة طوال العام نظراً لمنتجاته الفريدة.
- 4- تتميز معظم منتجات الغورية بالطابع الفرعونى، والدقة والمهارة اليدوية.
- 5- منطقة خان الخليلي هي أكثر المناطق السياحية منافسة لمنتجات الغورية.
- 6- عدم تناسب أعداد الزوار لمنطقة سوق الغورية على الرغم من أن المنطقة تمتلك العديد من مقومات السياحة الثقافية، وعوامل الجذب السياحى المتفردة، والتي تؤهلها لقيام تنمية سياحية بها، وتجعلها مقصداً سياحياً ثقافياً وتراثياً متميزاً يستطيع المنافسة مع المقاصد السياحية المجاورة.
- 7- ضعف الجهود التنشيطية والترويجية للشركات السياحية، والهيئات المعنية فى زيادة الحركة السياحية إلى منطقة الغورية.
- 8- تعتبر المشغولات الذهبية والفضية والنحاسية، والأقمشة والملابس المطرزة هي أكثر الصناعات اليدوية جذباً للسائحين إلى منطقة الغورية.
- 9- التمويل الذاتى يعتبر من أكثر مصادر التمويل التي يُعتمد عليها فى ممارسة الصناعات اليدوية فى منطقة الغورية.
- 10- عدم إعتناء الدولة بالصناعات الصغيرة من أهم المعوقات التي تواجه الصناعات اليدوية فى منطقة الغورية.
- 11- انخفاض معدلات الشراء، وانخفاض الحركة السياحية، ومنافسة السلع المستوردة من أهم المشكلات التي تواجه الحرفيين وأصحاب البازارات السياحية عند تسويق منتجاتهم الحرفية فى منطقة الغورية.
- 12- تقصير وزارة السياحة فى تسليط الضوء على مصنوعات الغورية، وتكثيف الدعاية السياحية الملائمة لها هو أحد الأسباب الرئيسية لعدم إقبال السائحين على مصنوعات منطقة الغورية مؤخراً.
- 13- صعوبة الوصول إلى السوق عبر المواصلات خاصة للقادم من شارع القلعة أو من شارع بورسعيد، وعدم وجود مطاعم أو أماكن للإنتظار طوال فترة التواجد بالسوق، وضعف الخدمات الإرشادية للسائح بالسوق من أهم العناصر السلبية التي تواجه جذب السائحين لمنطقة الغورية.



- 14- القيام بالدعاية السياحية الملائمة لسوق الغورية من خلال تصميم موقع إلكترونى خاص به.
- 15- ضرورة وجود مدرسة خاصة بمنطقة الغورية لتخريج عمال فى مجال الحرف والصناعات اليدوية، لأن هذه المهنة متوارثة، والعاملون فيها فى تناقص مستمر.
- 16- إعداد خريطة للأسواق الشعبية على مستوى الجمهورية تكون خطوة أولى لوضع إحتياجات هذه الأسواق فى مصر ثم البدء فى وضع أفكار وخطط لتطويرها.
- 17- عمل ندوات ومؤتمرات تعريفية عن مناطق السياحة الثقافية ومن ضمنها الأسواق الشعبية، ونشر الثقافة السياحية لأفراد المجتمع المحلى.
- 18- الإهتمام بشبكة الطرق والمواصلات من وإلى مناطق السياحة الثقافية عامةً، والأسواق الشعبية خاصةً، وتنمية البنية الأساسية والمرافق العامة، وتوفير كافة التسهيلات والخدمات السياحية.
- 19- توفير التمويل والدعم اللازم من أجل النهوض بالأسواق الشعبية وتطويرها.
- 20- زيادة العائد السياحى، ورفع مستوى المعيشة للمجتمع المحلى، وزيادة فرص العمل والتوظيف، وتنويع المنتج السياحى المصرى، وزيادة الحركة السياحية إلى مصر، وتحسين الوضع التنافسى للأسواق الشعبية، ومن ثم إدراجها على الخريطة السياحية من أهم النتائج المترتبة على تنمية وتطوير الأسواق الشعبية فى مصر.

#### التوصيات

تعانى الأسواق الشعبية فى مصر من ضعف موقفها التنافسى الناتج عن ضعف القدرة التسويقية للحرف والصناعات اليدوية بها بشكل عام، وبالتالي عدم قدرة منتجاتها على مجابهة ومنافسة المنتجات الصناعية المثيلة أوالبديلة المحلية أوالأجنبية. لذا تستلزم الأسواق الشعبية سياسات تسويقية على المستوى الكلى، ومواجهة السلبيات على المدى القصير، وذلك عن طريق وضع إستراتيجية مقترحة لتطويرها، وإعادة تأهيلها كوجهة اقتصادية، وثقافية، وسياحية، للوصول الى المنافسة العالمية وتمثل فيما يلى:-

- 1- تحفيز الإستثمار فى الأسواق الشعبية بإعتبارها ركيزة هامة فى تنمية السياحة، وجذب عدد كبير من الزوار والسائحين لإقتناء الحرف اليدوية والتعرف على تراث المنطقة، بتطويرها وحل المشكلات القائمة بها وإعداد مخططات تطويرية لها وللمناطق المحيطة بها.
- 2- إدراج الأسواق الشعبية فى مصر ضمن اهتمامات الهيئة العامة لتنشيط السياحة كونها تعد من الأسواق الهامة التى تجذب الكثير من داخل وخارج مصر، وتتميز بتعدد الأنشطة فيها، وبمزاولة الحرف اليدوية والصناعات التقليدية وعرض المنتجات التراثية وبيعها.

- 3- إعداد خريطة توضيحية وتفصيلية للأسواق الشعبية على مستوى الجمهورية، وتكون هذه الخريطة خطوة أولى لوضع هذه الأسواق على الخريطة السياحية.
- 4- وضع كافة البيانات والمعلومات عن الأسواق الشعبية في مواقع إنترنت خاصة بها، وربط هذه المواقع بمواقع الشركات السياحية، ووزارات السياحة بدول العالم.
- 5- إبراز الجانب السياحي والترفيهي، والأنشطة الاجتماعية والثقافية المميزة للأسواق الشعبية بدعم وتوجيه الإهتمام إلى محور يحقق جذب للسائح الأجنبي والمصري.
- 6- إعداد برنامج لتطوير الأسواق الشعبية في المنطقة يهدف لجعلها منظمة للزوار، وأن توجد فيها مراكز تحتوي على بعض المعروضات لتراث المنطقة وساحات للعروض الشعبية، ليس فقط للشراء، بل لقضاء وقت كامل بها والإستمتاع بمشاهدة تراث المنطقة، وإنشاء ساحة عامة تتضمن استراحات عائلية، ومطاعم، ومرافق خدمية، ومواقف للسيارات، ووضع المظلات المفتوحة كلما أمكن لحماية المنتجات والمشتريين، وتقديم الخدمات المكتملة للأسواق، وإضافة أنشطة حرفية تتعش الأسواق طوال أيام الأسبوع، ودراسة مسار الزائر، وعمل واجهات للمحلات والورش المستدامة، ومحاولة إضافة هوية محلية لكل سوق.
- 7- دراسة وتحليل الوضع الراهن للأسواق الشعبية، وعمل دراسة الجدوى الاقتصادية لكل سوق، ودراسة عناصر العمارة المحلية وانعكاسها على تصميم السوق، وبدائل التطوير والتأهيل المقترحة للسوق، وتقديم جدول زمني يوضح مراحل تنفيذ مشروع التطوير والتكلفة المادية لكل مرحلة.
- 8- الدعاية السياحية للأسواق الشعبية من خلال النشرات وتوزيعها على السائحين في الفنادق، والسفارات، والمكاتب الخارجية، وشركات السياحة، وإنتاج الأفلام التسجيلية عنها من خلال الفضائيات، والحرص على أن تكون ضمن برامج السائحين.
- 9- حل مشكلة عشوائية الأسواق الشعبية بالتوجه الرسمي المتكامل من كل المؤسسات والهيئات الحكومية لتخطيطها وتنظيمها.
- 10- تسهيل إجراءات تصدير السلع والمنتجات السياحية الخاصة بتلك الأسواق إلى الخارج، مما يؤدي إلى زيادة هذا النشاط وما يتبعه من زيادة الإيرادات السياحية.
- 11- العمل على دعم الخامات المستوردة، والتي تدخل في بعض الصناعات اليدوية المحلية بتلك الأسواق.
- 12- ضرورة حجب دخول بعض المنتجات المقلدة والمصنوعة من خامات ضارة بالبيئة إلى تلك الأسواق، وتأخذ شاكلة الحرف اليدوية المصرية، بينما هي تساهم في الإساءة إلي المنتج اليدوي المصري، وذلك بوضع معايير دقيقة وعلمية من خلال الهيئة العامة للمواصفات والجودة.

- 13-التنسيق مع البنوك والمؤسسات المالية المتخصصة والداعمة في مجال الإقراض لتمويل الصناعات الحرفية بشروط ميسرة وان يتضمن التمويل حوافز مشجعة تجعل الحرفي يقبل على استخدامه والاستفادة منه، ويمكن تقديمه بصيغ مختلفة حسب ظروف كل حالة.
- 14- توعية المجتمع بأهمية دور الأسواق الشعبية ثقافياً، واجتماعياً، واقتصادياً.
- 15- المحافظة على استدامة الأسواق الشعبية كوجهة ثقافية، وإيجاد مساحة مقبولة وواسعة داخل كل سوق يمكن ان يتسع لكافة فعاليتها المختلفة، والمهرجانات المرتبطة بها.
- 16- تفعيل الأسواق الشعبية في كل محافظة من أجل التزاور ودعم السياحة، فالكثيرين يبحثون عن التراث الشعبي من أجل الإقتناء، ومعرفة ثقافة وتراث المنطقة.
- ويتضح من ذلك** إذا ماتم تنفيذ هذه الإستراتيجية المقترحة قد يؤدي إلى زيادة أعداد السائحين، التي سوف تكون لها آثار اقتصادية، واجتماعية، وثقافية، إيجابية على المجتمع المحلي في مصر، مما يعمل على تحقيق التنمية السياحية المنشودة للأسواق الشعبية بصفة عامة، ولسوق الغورية بصفة خاصة.

#### المراجع

##### أولاً: مراجع باللغة العربية:

- 1- إبراهيم، نهى (2007): دورالمنتجات الحرفية التذكارية في صناعة السياحة مع الإشارة الخاصة لمصر (رسالة ماجستير غير منشورة) كلية السياحة والفنادق، جامعة الإسكندرية، ص68-69.
- 2- إسماعيل، إيمان (2008): المزيج الثقافي ودوره في الارتقاء بالمنتج السياحي المصري وتعظيم العائد من ورائه (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس، ص145-146.
- 3- الأنصاري، رؤوف (2011): توظيف الصناعات والحرف اليدوية في المجال السياحي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ص 75.
- 4- الجوهري، محمد (2013): موسوعة التراث الشعبي، سلسلة الدراسات الشعبية، الهيئة العامة لقصور الثقافة، ص32.
- 5- الشريفى، راشد (2007): الصناعات الحرفية في قضاء ابى الخصيب، دراسة في الجغرافية الصناعية، البصرة، العراق، ص5.
- 6- العباسي، سعد (2007)، التأثيرالاقتصادي لتجارة وصناعة السلع السياحية في القطاع السياحي المصري، الاتجاهات الحديثة في السياحة - منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة.

- 7- الغيطاني، جمال (2007): معالم القاهرة فى ألف سنة، ط9، مج1، دار نهضة مصر للطباعة والنشر، القاهرة، ص167-168.
- 8- المسيرى، نوال (2012): الأسواق الشعبية المصرية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ص37-38.
- 9- الموصلى، حامد (2013): دور الحرف والصناعات التقليدية فى تنمية المجتمعات المحلية، دراسة مقدمة للمؤتمر العلمى الأول للحرف التقليدية.. بين الصناعة والفن، قصر ثقافة العمال، القاهرة، ص4-5.
- 10- حسين، كمال الدين (2013): دراسات فى تجليات التراث الشعبى المصرى، سلسلة الدراسات الشعبية، الهيئة العامة لقصور الثقافة، القاهرة، ص9.
- 11- خطاب، هانى (2008): الأنماط السياحية الحديثة وأهميتها فى تنشيط السياحة المصرية (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس، ص111.
- 12- دعبس، يسرى (2010): متاحف التراث الشعبى والجزب السياحى، الملتقى المصرى للإبداع والتنمية، سلسلة الدراسات السياحية والمتحفية، الإسكندرية، ص68.
- 13- سالم، أمينة (2012): أثر السياحة فى تطور بعض الحرف والصناعات التقليدية، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، دسوق، ص211-212.
- 14- شوقى، عبد الحكيم (2010): التراث الشعبى، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ص17-18.
- 15- عبد الرحمن، أسامة (2010): السياحة: معالم – امكانات- جهود نحو الامام، دار الكتب المصرية، القاهرة، ص13.
- 16- عليوة، زينب توفيق (2014): تقييم أثر النشاط السياحى فى النمو الإقتصادي فى مصر، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العدد 65، ص67.
- 17- فؤاد، أيمن (2015): القاهرة خططها وتطورها العمرنى، ج1، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ص152-153.
- 18- يوسف، نبيل (2016): أشغال المعادن ذات النمط الثابت فى أهم آثار القاهرة الإسلامية، مكتبة مدبولي، ص248.

#### ثانياً: مراجع باللغة الأجنبية:

- 1- Aquet .L. (2003): the urge to splurge: a social history of shopping, Ecw press, Canada, pp: 261-262.
- 2- Care.J& Jolliffe .I. (2013):"Tourism and souvenirs Global perspectives from the margins", short Run press Ltd, Pp: 138-139.
- 3- Haag, M. (2004): Egypt, the globe Pequot press, Italy, Pp: 51-52.

- 4- Morris, N. (2005): Living in Cities, Black Rabbit Books, U.S.A, p: 113.
- 5- Raj, R. (2013): "Events Management; Principles and Practice", 2nd Edition, SAGE, New Delhi.
- 6- Wylie, J.A. (2008): Egypt and its future: a visit to the land of the pharaohs, Hamilton, Adams, & Co., p: 49.

ثالثاً: المواقع الإلكترونية:

- 1- <https://Heritage.weladelbalad.com/142069-2> (Accessed 15/9/2018).
- 2- <https://www.albayan.ae/across-the-uae/our-homes> (Accessed 22/9/2018).
- 3- <http://Al-hakawati.la.utexas.edu> (Accessed 2/10/2018).
- 4- <https://www.almrsal.com/post/219022> (Accessed 18/10/2018).
- 5- <https://www.folkculturebh.org/ar/index.php?issue=10&page=showarticle&id=83> (Accessed 18/1/2019).
- 6- <http://www.vetogate.com/1716644> (Accessed 2/2/2019).
- 7- <http://www.marefa.org/index.php> (Accessed 20/2/2019).
- 8- <http://www.youm7.com/story/0000/0/0/-/1345491> (Accessed 10/3/2019).
- 9- <http://www.masress.com/elwatan/374785> (Accessed 8/4/2019).

## Abstract

### **The popular markets and their role in increasing the traffic tourism To Egypt By application to the Ghorya tourist market**

Alaa eldin Osama Abd ellatif

The popular markets are considered an important pillar in the development and activation of tourism, it reflects the lives of peoples with their customs and traditions and the scent of history, the popular markets are considered one of the tourist sites which attracts a large number of visitors and tourists to acquire the handmade industries and to know about the heritage of the region. And Egypt is distinguished by its many popular markets filled with crafts and handmade industries which are heritage, many and various, that reflect social and cultural heritage and as a result of social, economic and political transformations that Egypt witnessed, these markets have been suffered from negligence throughout the last period which has had a significant impact in its

decline. And most tourists are keen on visiting Al Ghorya market as part of their historical programs and to acquire the handmade industries that distinguished from other Tourism markets, Al Ghorya region has been turned with simple tools from the local environment into a prominent location on the tourist map.

This research aims to identify the popular markets and its importance and its influential role in the development and the activation of tourism and to set a suggested strategy to develop the existing popular markets in Egypt and rehabilitating it as an economic, cultural and tourist destination to reach the global completion.

The research recommended setting all data and details about the popular markets in the websites of the internet and to link this by the websites of the tourism companies and the ministries of tourism in the world countries.

**Key words:** popular markets, traffic tourism, AlGhorya market.