

مركز الأبحاث للتاريخ والفنون والثقافة الإسلامية بإستانبول (أرسیکا)،
التابع لمنظمة المؤتمر الإسلامي

**دور الحرف اليدوية في تنشيط
القطاع السياحي في العالم الإسلامي
القرى الحرفية بند جديد على أجندة زيارات الوفود السياحية**

د. نزيه معروف

ورقة بحث مقدمة إلى المؤتمر الدولي دول السياحة والحرف اليدوية

الرياض، المملكة العربية السعودية

16-23 شوال 1427هـ الموافق 7-14 نوفمبر 2006م

دور الحرف اليدوية في تنشيط القطاع السياحي في العالم الإسلامي القرى الحرفية بند جديد على أجندة زيارات الوفود السياحية

إن الدور الهام الذي يمكن أن يأخذه التراث في التربية الثقافية المتكاملة، وفي بناء مجتمع معافى، وفي تعزيز قيمنا وتقاليدنا، وفي التطور الاقتصادي، يدفعنا لاتباع نهج شامل يهدف لزيادة الوعي بالتراث الثقافي، وتقدير حقيقة القيمة التي يتمتع بها، وما يرفده من مردود اقتصادي كبير أو أحسن توظيفه، وهو يمثل الشخصية الثقافية التي تتمتع بها كل دولة.

والحقيقة فإن معطيات التراث الحضاري بشكل عام، والصناعات التقليدية بشكل خاص، تدفعنا للاهتمام بها ككنوز لابتكارات حية ظلت تتواصل بعطائها عبر العصور وأصبحت ركناً أساسياً من أركان المجتمع، وأحسن دول عديدة بالاستفادة مما توفره من فرص استثمارية ناجحة. وعندما نتحدث عن تطوير القطاع السياحي في دولنا، فإن أول ما يتبادر إلى الذهن هو التساؤل حول ما نملكه من مقومات يمكن لها أن ترفد القطاع السياحي بما يحتاجه من أساسيات للتطوير والتشهير، وبالتالي العمل على ما يمكن البناء عليه من توظيف للإمكانيات المتوفرة بأقصى درجة ممكنة، بشكل خاص على العناصر التي يمكنها أن تسهم في تحريك القطاع السياحي، حيث نشير هنا إلى المقومات الطبيعية والتراث العمراني والمعالم التاريخية القيمة والقوى العاملة في هذا الميدان. ويقودنا هذا المسار إلى ضرورة تحديد الجوانب الثقافية والتراثية التي تميزنا عن المجتمعات الأخرى، والتي تكتسب جانب الخصوصية في المنطقة والتي تدفع للاهتمام بها بشكل أكثر، ومحاولة إبرازها والاستفادة منها.

أهمية السوق السياحي

تعتبر السياحة من أهم القطاعات التنموية التي توفر قدراً هائلاً من الدخل للعديد من الدول بالإضافة لما تؤمنه من مئات الملايين من فرص العمل، بما يعنيه ذلك

من تحريك للأطر الاقتصادية، وهو يحتل نسبة لا بأس فيها في ميزان الدخل القومي والعائدات للعديد من الدول. وقد بلغت عوائد السياحة الدولية عام 2003 حوالي 524 مليار دولار أي حوالي 6% من الإجمالي العالمي لصادرات السلع والخدمات. وقد شهد عدد السياح الدوليين زيادة خلال العقد الماضي من 441 مليون سائح عام 1990 إلى 680.6 مليون سائح عام 2000.⁽¹⁾ وكان عام 2004 بدون شك أفضل من سابقه إذ سجل وصول عدد السياح أعلى مستوياته على الإطلاق وهو 763.2 مليون سائح أي بنسبة نمو بلغت 10.7% مما ساهم بقوة في تحقيق النتائج الطيبة للانتعاش الذي شهده الاقتصاد العالمي.

وهناك حوالي 16 مليون سائح ياباني يتجولون سنوياً في المناطق السياحية في العالم. وقد أشارت منظمة السياحة العالمية بأنها تتوقع بأن المبالغ التي ستوفرها حركة السياحة العالمية عام 2010 ستصل إلى 1555 بليون دولار.

وقد ارتفع عدد السياح الدوليين في بلدان منظمة المؤتمر الإسلامي التي تتوفر حولها البيانات من 34.8 مليون سائح عام 1990 إلى 67.8 مليون سائح عام 2000، أي ما يعادل متوسط نمو سنوي بنسبة 6.9%. وفي عام 2002 بلغ عدد السياح الدوليين إلى بلدان منظمة المؤتمر الإسلامي التي تتوفر البيانات حولها 81.8 مليون سائح أي ما يعادل 11.8% عن مستواه في العام السابق بحيث بلغت الحصة في السوق السياحية الدولية نسبة 11.7%.

وعلى المستوى الفردي للبلدان الأعضاء، يلاحظ بأن الجزء الأكبر من السياح الوافدين إلى بلدان منظمة المؤتمر الإسلامي لا يزال يتركز في عدد صغير منها، وهي بالترتيب التنازلي: تركيا، ماليزيا، المملكة العربية السعودية، دولة الإمارات العربية المتحدة، تونس، مصر، المغرب، إندونيسيا، البحرين، وسوريا. وفي عام 2000 استقبلت تلك الدول مجتمعة 54 مليون سائح بما يعادل نسبة 80% من إجمالي السوق السياحية الإسلامية. وباستثناء دولة الإمارات العربية المتحدة

(1) المصدر: منظمة السياحة العالمية، "اتجاهات السوق السياحية"، إصدار عام 2005.

ومصر والبحرين التي لا تتوفر البيانات الخاصة بها عن عام 2004، استقبلت البلدان السبعة الأخرى 61 مليون سائح في العام المذكور.

وفي عام 2001 استقبلت بلدان المنظمة 73.2 مليون سائح بعوائد بلغت قيمتها 42.5 مليار دولار، بينما بلغت العوائد التي حصلت عليها بلدان المنظمة عام 2002 قيمة 48.6 مليار دولار أي بزيادة قدرها 14.5% عما كانت عليه في عام 2001 وبما يمثل نسبة 10.1% من المجموع العالمي لمواد السياحة الدولية. وقد بلغت العوائد السياحية التي تم تحصيلها من قبل 24 بلداً عضواً فقط تتوفر حولها البيانات الإحصائية عام 2004 قيمة 48.6 مليار دولار أي بزيادة مقدارها 19.2% عما كانت عليه عام 2003 وبما يعادل نسبة 9.3% من إجمالي العوائد السياحية العالمية. وقد بلغ العائد السياحي لتركيا عام 2004 مبلغ 15.888 مليار دولار وماليزيا 8.198 مليار دولار⁽²⁾.

كما تبين الإحصائيات الحديثة بأن قطاع الحرف اليدوية، يمكنه استيعاب واستقطاب حوالي 20% من السوق السياحي⁽³⁾. ولهذا فإن ربط القطاع السياحي بالقطاع الحرفي يعتبر من الوسائل الفاعلة لتنشيط القطاع. ويحضرني هذا إحصائية كنت قد اطلعت عليها منذ فترة غير بسيطة، تبين بأن إسبانيا يزورها في العام حوالي 55 مليون سائح، الأكثرية العظمى منهم تطلب زيارة المعالم المعمارية في الأندلس وما تحويه من حرف تقليدية معمارية من حفر ونقش وزجاج معشق وحرف خشبية، تطلب أنظار زائريها بروعة التصميم والإنجاز. تفيد الإحصائية بأن المعدل الموضوع لمصاريف كل سائح هي بحدود الألف دولار، أي أن إسبانيا تتمتع بدخل سنوي من جراء هذه الزيارات السياحية يقدر بحدود 55 بليون دولار، وهو ما يترجم إلى فرص عمل للعديد من قطاعات

(2) السياحة الدولية في البلدان الأعضاء بمنظمة المؤتمر الإسلامي: الآفاق والتحديات، مركز الأبحاث

الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية، أنقرة، 2006.

(3) International Trade Center UNCTAD/WTO, (1996), ITC Strategy for a Trade Promotion and Development Program in Artisanal Products Geneva.

الناس، وتوفير كم هائل من العملة الصعبة، وتحريك للعجلة الثقافية والسياحية والاقتصادية.

والحقيقة فإن البحث عن آلية تسهم في استفادة كل من القطاع السياحي وميدان الحرف اليدوية من بعضهما البعض هي خطوة جيدة لكلا القطاعين، إذ أن القطاع السياحي في معظم الدول في بحث دائم عن مواد وبرامج وزيارات جديدة تمكنه من المنافسة وتقديم الجديد دائماً. كما أن قطاع الحرف اليدوية في شغل دائم أيضاً لإيجاد منافذ جديدة للتصريف والاستهلاك وتسويق المنتجات، حيث لا يقتصر ذلك على إيجاد الوسائل الممكنة للتوزيع فحسب، بل يتعدى ذلك لمسألة خلق قناة مناسبة للتعريف بمميزات قطع الحرف اليدوية والتعريف بالشخصية التراثية لكل دولة وما تتميز به من خصائص طبيعية وتراثية وغيرها. وهنا تكمن فكرة إنشاء القرى الحرفية التي تلبي الأهداف المنشودة لكلا القطاعين، حيث أن ربط القرى الحرفية بالقطاع السياحي، سيؤدي إلى وضع بند جديد على جدول رحلات الوفود السياحية، وهو زيارة القرى الحرفية والاستمتاع بقضاء نصف يوم على الأقل في هذه القرى، والإطلاع عن كثب على تفاصيل تكوين القطعة الحرفية، وكيفية تشكيلها وصياغتها من خلال أنامل الحرفي أو الحرفية مع التعرف على طبيعة المواد الأولية والألوان الطبيعية المستخدمة، والتي تتميز بخصائصها الغير مضرّة بالبيئة، مما يؤدي إلى التفاعل بين الحرفي والسائح بشكل يوفر للأخير فرصة لاقتناء قطعة أصلية من يد الحرفي، وفي نفس الوقت إشعار الحرفي بشكل متواصل بأن هناك طلب على منتوجه، ومعنى ذلك ترويج دائم وتسويق مستمر لهذا المنتج، يمنع عنه شعور المراوحة ويدفعه بالتالي للابتكار الدائم لتلبية رغبات السوق والمشتريين المترددين عليه، كما أن هذه الخطوة تسهم أيضاً في إشعار السائح بأن هناك برنامج جديد يقم له ضمن زيارته، يسرّ به ولا يُشعره بملل الزيارات الروتينية المعتادة للمتاحف والأسواق، كما يوفر فرصة للدول للتعريف بالجانب الثقافي والتراثي والسياحي الذي تتميز به، مما يُحرك مجالات استقطاب وجذب المزيد من الزوار والسائحين.

وبالإضافة إلى تحريك القطاع السياحي والثقافي والتراثي فإن هذه القرى الحرفية يمكنها أن تحرك القطاع الاقتصادي من ناحية الجانب التصديري لمنتجات الحرف التقليدية، حيث يمكن هنا الإشارة إلى تجربة برزت في تركيا تعتبر فريدة من حيث الخطوات التي تم اتخاذها، تمثلت في بروز مشروع دوباج DOBAG وإنشاء القرى الحرفية، التي تم من خلالها تصدير عشرين ألف سجادة بمتوسط حجم 2 متر مربع، تتميز بصياغة طبيعية وجودة في الحياكة والإنتاج، ثم تصديرها إلى كل من أوروبا والولايات المتحدة واليابان وأستراليا.

وإذ نعي من خلال البيانات التي تم إيرادها أهمية توظيف هذا القطاع، فلا بد لنا من دراسة محاولة الاستفادة من المعالم التراثية لإنشاء سلسلة من القرى الحرفية، بحيث تجذب كل منها طبقة من المعنيين والمهتمين ومحبي هذا الميدان.

والحقيقة فإن قطاع الحرف التقليدية هام جداً ويحتّم الوعي من قبل كافة القطاعات في مجتمعاتنا بأهميته كقطاع إنتاجي هام يتميز بمردوده الاقتصادي الحيوي، من خلال توظيف لاستثمارات بسيطة يمكن أن تكون في متناول أية مؤسسة أو جهة متوسطة الحال. ولنتعرض لبعض ما يتوفر لدينا من إحصائيات وبيانات حول القطاع لنحكم عليه إن كان له جدوى اقتصادية أم لا ؟

فمثلاً لو تطرقنا لدراسة قام بها مركز الأبحاث الدولي للتنمية (4) . لتبين لنا بأن حرفيي بعض دول آسيا قد استطاعوا توفير عملة صعبة لهذه الدول من حاصلات منتجاتهم الحرفية، قدرت عام 1948 بمبلغ 11 بليون دولار. وظهر حينها بأن حوالي عشرين مليون حرفي كانوا متفرغين بدوام كامل في هذا القطاع، بينما اشتغلت فيه عدة ملايين إضافية بدوام جزئي (غير متفرغ). ومن المتوقع لهذا الرقم حالياً أن يكون قد تضاعف أكثر من ثلاث مرات على الأقل، أي أن

(4) A research study conducted by the International Development Research Center IDRC on 23 craft products in some Asian countries, 1988, Artisans in Economic Development- (India, Nepal, Indonesia, Malaysia, the Philippines, Sri Lanka, Thailand)- Elwood A Pye, Editor, I.D.R.C. – Ottawa, 1988.

الصادرات وصلت إلى ما يقارب الثلاثين بليون دولار تقريباً، ووصل عدد الحرفيين العاملين بدوام متفرّغ إلى 60.000.000 حرفي وملايين عديدة تعمل بدوام جزئي، ناهيك عما يعنيه ذلك من توظيف لعشرات الملايين من الحرفيين، وتحريك لقطاع الصادرات وانتعاش للحركة الاقتصادية.

وأظهرت دراسة إحصائية⁽⁵⁾ جرت حديثاً في دول مثل المكسيك وتايلاند، تفيد بأن 30% من القوى العاملة المتوفرة فيها تعمل في قطاع الحرف اليدوية. كما لوحظ بأن 20% من الدخل القومي للنيجر يأتي من قطاع الحرف اليدوية. وقد أشار الديوان القومي للحرف التقليدية في الجمهورية التونسية في إحصائية صدرت حديثاً بأن ميدان الحرف التقليدية قد أمّن فرص عمل لمائة وعشرين ألف حرفي بما نسبته 7% من القوى العاملة، استطاعوا تسويق منتجات حرفية بقيمة مائة وخمسين مليون دولار. ويمثل هذا القطاع في بوركينا فاسو أهمية اقتصادية كبيرة نظراً لتشغيله حوالي خمسمائة ألف حرفي ينتجون ما قيمته حوالي 20% من الناتج القومي للدولة.

وأظهرت الاستراتيجية الوطنية لتنمية الحرف والصناعات اليدوية في المملكة العربية السعودية والتي أعدتها الهيئة العليا للسياحة بأن في المملكة أكثر من 20 ألف حرفي وحرفية (2005)، يعملون في حوالي 45 صناعة يدوية بمختلف مناطق المملكة⁽⁶⁾.

ويبشّر هذا القطاع بتطور اقتصادي للعديد من الدول التي ستحسن توظيف هذا القطاع، ولا أدل على ذلك إلا ذكر بعض الدول التي أحسنت التعامل مع هذا القطاع، حيث أشارت الإحصائيات المقدمة لمركز سيبا ومقره مدينة فاس عام

(5) ITC, Geneva, a technical research paper entitled: International Demand for Artisanal products from 22 Low-Income Countries, prepared for the International Symposium on: Crafts and the International Market: Trade and Customs Codification held in Philippines between 06 and 08 October 1997.

(6) الإستراتيجية الوطنية لتنمية الحرف والصناعات اليدوية في المملكة العربية السعودية، الهيئة العليا للسياحة، الرياض، 2005.

2002، بأن ما مجموعه 2 مليون حرفي يعملون في قطاع الحرف اليدوية في تايلاند، ويساهم القطاع بدخل سنوي مقداره (US\$4.55 billion)، ويساهم قطاع الصناعات التقليدية في المغرب بنسبة 10% من الناتج المحلي الإجمالي للبلاد أي ما قيمته 245 مليار ونصف مليار درهم. وفي المكسيك يعمل في القطاع حوالي 6.5 مليون حرفي. كما تشير الإحصائيات إلى أن هذا القطاع يوفر لماليزيا دخلاً سنوياً مقداره ويوفر (US\$500 billion) ويوفر لكولومبيا دخلاً مقداره (US\$300 billion).

وأضافت الدراسة التي قام بها وفد يمثل كتابة الدولة المكلفة بالمقاولات الصغرى والمتوسطة والصناعة التقليدية لندوة عربية عقدت بالقاهرة عام 2000 حول موضوع الصناعات التقليدية في الوطن العربي، بأن إجمالي قيمة الاستثمارات التي عرفها هذا القطاع منذ عام 1973 حتى عام 1995 بلغت 760 مليون درهم، وزعت على حوالي 1584 برنامجاً استثمارياً أحدثت نحو 114 ألفاً و346 منصب شغل. وبخصوص مساهمة هذا القطاع في الصادرات المغربية، أوضحت الدراسة بأن صادرات الصناعات التقليدية إلى الأسواق الخارجية سجلت نمواً في عام 1998 بلغت نسبة 4.5% بحوالي 610 ملايين درهم مقارنة مع عام 1997، وذلك بدون احتساب مشتريات السياح التي تقدر قيمتها بمبلغ 6 مليار درهم.

إن البيانات التي تم إيرادها تثبت وبلا مجال للشك بأن ربط قطاع السياحة بقطاع الحرف التقليدية له جدواه التنموي من خلال العديد من الفرص التي يؤمّنّها من تحسين للدخل القومي، وتوفير فرص العمل من خلال استثمارات بسيطة، هذا بالإضافة لتشجيعه لحركة الصادرات والسياحة، وزيادة الدخل من العملة الصعبة، وإيجاده لفرص تسويقية جديدة.

ففي الوقت الذي تحاول فيه الدول النامية من خلال جهود حثيثة، تحريك وتأهيل القوى العاملة لديها، بما يؤدي لجعلها ذات فعالية اقتصادية، وتحسين المشاركة الفعلية للقوى العاملة التي تظل في بعض الدول تحت مستوى 30%، فإن قطاع

الحرف اليدوية يحمل ميزة خاصة لتحريك قطاع القوى العاملة النسائية، وهي نسبة كبيرة ضمن القوى العاملة في أي دولة، وخاصة في القرى والمناطق النائية التي تتعدم فيها أحياناً فرص العمل الأخرى.

تنظيم معارض دورية لتحريك أطر الترويج والتعريف والابتكار

ولا بد من التنبيه بأن الأمر لن ينتهي عند إقامة القرية الحرفية، بل لابد من مجموعة من الإجراءات والنشاطات التي تستوجب جذب اهتمام الوفود السياحية والزوار والتي تتمثل بسلسلة من خطوات الترويج والتعريف والدعاية وتحريك وسائل الابتكار عند الحرفيين لعرض الجديد دائماً. ولهذا فلا بد للقرى الحرفية أو المباني التي يتم ترميمها احتضان بعض نشاطات المعارض التي يتم تنظيمها بشكل دوري بحيث تدفع للابتكار واستقطاب الاهتمام وزيادة عدد الزوار والمهتمين بهذه النشاطات.

كما أن نشاطات المعارض توفر فرص هامة للتفاعل مع أصحاب الاختصاص في هذا الميدان بالإضافة إلى جذب قطاع سياحي هام، حيث نجد بأن الشركات المنتجة في بريطانيا مثلاً، تصرف ما نسبته 25% من ميزانية الترويج على بند المعارض التجارية. إن أهمية المعارض تكمن في توفيرها للمنتج فرصة إجراء بحث حول حجم المنافسة، تمكنه من تحديد اتجاهات السوق، والمنحى الواجب اتباعه في خطته المستقبلية، ولا يفوتني هنا الإشارة إلى الاحتفال العالمي الأول لحرفيي العالم الإسلامي⁽⁷⁾ الذي تم تنظيمه في مدينة إسلام آباد عام 1994، فقد استقطب مشاركة حوالي 2000 حرفي وحضور أكثر من أربع مليون زائر.

وهناك الآلاف من المعارض الدولية التي تنظم سنوياً في أكثر من 70 دولة عبر العالم، وأثبتت نجاعتها في استقطاب العديد من الوفود السياحية والزوار والمشتريين تشكل معظمها نشاطات مناسبة للتسويق والترويج، ويمكن هنا ذكر

(7) Maarouf, Nazeih, Awards of The First International Islamic Artisans-At-Work Festival- LOK VIRSA-IRCICA Craft Awards, Islamabad, 1994, Research Centre for Islamic History, Art and Culture IRCICA, 1999.

معرض⁽⁸⁾ هانوفر السنوي في ألمانيا الذي يضم حوالي خمسة آلاف جهة عارضة، ويستقطب سنوياً حوالي 500.000 زائر، بينما استقطب هذا العام ملايين عديدة من الزوار من مناطق مختلفة من العالم، كما يمكن الإشارة هنا إلى المعرض التجاري الدولي للحرف اليدوية الإفريقية (SIAO)- بوركينا فاسو، وهو معرض تنظمه حكومة بوركينا فاسو مرة كل عامين، حيث يستمر لمدة أسبوع ويتم فيه مشاركة 25 دولة. وتهدف بوركينا فاسو من هذا المعرض إلى إنشاء نوع من العلاقة التجارية بين الحرفيين المنتجين والمشتريين الأجانب ورجال الأعمال الأفرقة.

إن تنظيم المسابقات التنافسية للحرفيين قد يُشكل أحد الوسائل الكفيلة بتحريك أطر البحث عن الابتكار والإبداع لديهم وتدفعهم لإنجاز منتجات جديدة، حيث تهتم العديد من الدول حالياً بهذا الجانب الهام، وهو وسيلة جيدة لدفع الحرفي لتجربة الأفكار والتصاميم الجديدة، واتخاذ القرارات بخصوص الطرق الحديثة للعمل، بما يؤدي إلى دفعه لتحسين نوعية المنتج، والعملية التسويقية، أو إعداد بروشور ترويجي جيد. وهناك دول ومؤسسات عديدة تهتم بهذا الجانب ويمكن ذكر مؤسسة جان شاملارز⁽⁹⁾ للحرف الوطنية في كندا التي خصصت عم 1998 مبلغ 25.000 دولار مكافئة لحرفي قام بعمل مميّز وممتاز خلال الثلاث سنوات التي سبقت تاريخ تقديم الجائزة. كما أن اليابان شهدت عام 1999 تنظيم المنافسة الدولية لحرف النسيج⁽¹⁰⁾ في مدينة كيوتو حيث شارك فيها 790 عملاً من 38 دولة تم فيها تخصيص مبلغ وقدره 4.700.000 ين لهذه الجائزة. ويمكن ذكر تجربة الصالون التونسي السنوي للابتكار، كشاهد على ما يوفره من تنوع وثراء في المنتجات الجديدة التي تحاكي الاحتياجات الحياتية الحالية، والتي يزداد الطلب

(8) The Annual Hanover Fair in Germany.

(9) The 1998 Chamlers Awards, Canada.

(10) The Sixth International Textiles (Crafts) Competition, 1999, Kyoto, Japan.

عليها من قبل المشترين، حيث يستقطب الصالون أكثر من 300 عارض في جناحي الابتكار والبيع ويزوره أكثر من 60.000 زائر.

التأهيل والتكوين في السياحة الحرفية أين نضعهما ضمن لائحة اهتماماتنا ؟

ولضمان نجاح مشروع إنشاء القرى الحرفية لا بد لنا من الاهتمام بتكوين الحرفيين والحرفيات الذين سيبنون الحياة في هذه القرى⁽¹¹⁾ ورفع مستوى تأهيلهم التقني والمعرفي. والأمثلة على ذلك عديدة، فهناك من يفتقد حتى الاحتياجات الضرورية للعمل، وهناك من لا يجد آلية تساعده في الوصول إلى المواد الخام، أو حتى التمتع بتسهيلات للإطلاع على التصاميم الجديدة، أو إيجاد فرص التدريب والتطوير، والتعرف على كيفية التعامل مع السوق وإيجاد فرص للتصريف، وكيفية التعامل مع تحديات التنافس ضمن المجموعات المنافسة. وإذا نظرنا إلى الوضع الحالي للحرفي في عديد الدول، نجده بأنه لا زال يتمسك في إنتاج وتكديس عينات فات عليها الزمن من ناحية عدم رواجها، وتتسم بعدم الرغبة والطلب عليها حالياً، وذلك لتغير أذواق المستهلك والمشتري الحالي، في وقت نجد فيه غياب لأي تحرك جدي لإشعار الحرفي بهذه التطورات الخاصة بالسوق، والتي قد تمكنه من التطور ومحاكاة التغيرات التي تطرأ على السوق من وقت لآخر.

ومع تزايد حدة المنافسة في عالم يتميز بالسرعة وتوسع المستوى التعليمي لطبقات المجتمع، فمن الطبيعي التوقع بأن على الحرفي للتعامل مع تحديات العصر المتنامية بشكل مستمر، العمل على إعداد نفسه ليكون مؤهلاً بقدر كافٍ للتعامل مع تحديات المجتمع، وما يستدعيه ذلك من استعداد للتعلم والتخطيط للابتكار والإبداع في ميدان عمله. كما أن على الجهات التي سترعى إنشاء القرى الحرفية الوعي بمسألة الاهتمام برفع مؤهلات الحرفيين العاملين في هذه القرى، لأن ما ستجنيه القرية الحرفية من عائدات مجزية، ستعود بكثير الفائدة على جودة الإنتاجية ومردودية القطاع وقنوات التصريف وغيرها.

(11) Preliminary study on the status of craft-workers, Dominique Bouchart, UNESCO-1992.

ولا بد أن تضع برامج التكوين ضمن أولوياتها تقديم برامج للحرفيين تشجعهم للبحث عن فرص لتوفير المواد الخام محلياً، بهدف تمكينهم من الاعتماد على استيراد هذه المواد التي تحتاج أحياناً إلى العملة الصعبة، والتي لا يقدر عليها الحرفي حيث يُثقل ذلك كاهل الإنتاج وارتفاع سعره، ووصوله إلى السوق بسعر يحول دون تخطيه مستوى المنافسة. ولهذا نجد الحرفي أحياناً في حالة استمرار لاستخدام الطرق القديمة للإنتاج، وما يعنيه ذلك من صرف وقت طويل للإنتاج مع استخدامه لمواد أولية قليلة الجودة، بهدف تجاوز قضية التكلفة العالية للمنتج، للخروج بمنتجات رخيصة تمكنه من المنافسة في الأسواق المتميّزة بكثرة التصريف.

إن انعدام المعلومات وعدم توفر التكوين المستمر يحرمان الحرفي من التعرف على الطرق الحديثة للإنتاج والأدوات التي يتم تداولها من حين إلى آخر، مما يعطي فرصة للحرفي لمواجهة عنصر المنافسة.

وهنا يكمن الدور الهام الواجب أخذه من قبل جهود الرعاية والحكومة لتوفير فرص التكوين والتدريب للحرفيين والحرفيات، من خلال ربط القرية الحرفية بخدمات تعليمية وتكوينية، تؤمن لهم تطوير المؤهلات الخاصة بتطوير ميدان عملهم، ورفع القابلية المهنية لديهم، من خلال الحصول على تكوين عام تدخل فيه مواد التكنولوجيا والهندسة وتاريخ الفنون، والرسم والمحاسبة وتسيير التعاملات، بالإضافة إلى التكوين التطبيقي.

إن الحرفي المكتسب لتكوين علمي هام يستطيع تنقيف المستهلك حول فوائد استعمال منتجات الحرف التقليدية، وتفصيلات المواد الخام المستعملة، والجوانب الصحية لهذه المواد التي لا تحوي في استخداماتها أي عنصر من عناصر التصنيع الآلي المُضر بالصحة، وكذا المغزى الكامن أو الرسالة التي يود طرحها الصانع التقليدي من وراء عمله، وبالتالي فإن مقياس جودة المادة الترويجية للحرف التقليدية تعتمد على مستوى المادة التنقيفية التي سيقدمها الصانع التقليدي حول

منتوجه، مما يستدعي تهيئته ليكون قادراً على تقديم مثل هذه المادة الضرورية للتعريف بالمنتج.

كما أن تعامل القرية الحرفية مع السوق وقنوات التصريف تعتمد على مؤهلات الصانع التقليدي في معرفة مستويات واحتياجات وحجم السوق وتعدد تعاملاته، وموقعه بين هذه الاتجاهات، مما يسهل قابليته في تحديد الاتجاه الذي يرغب في خوضه.

أهمية ربط القرية الحرفية بخدمة تعليمية أو تكوينية

بدأ الوعي بأهمية توفير فرص التكوين والتعليم للعاملين تزداد في هذه الأيام في العديد من الدول، وهو ما تراه مطبقاً في الصين وبوتسوانا وغينيا وكينيا والبيرو والفلبين وتنزانيا ودول أخرى عديدة، حيث نجد العاملين يقسمون أوقاتهم بين العمل والذهاب للالتحاق بدورات تكوينية وتأهيلية لرفع مستوى القابلية التعليمية لديهم، مما ينتج عنه رفع لمستوى المنتج أيضاً كنتيجة مباشرة لارتفاع مستوى مؤهلات العاملين. كما أن هذه البرامج تساعد الحرفيين الشباب على أخذ المبادرة في تقسيم أوقاتهم بين القرية الحرفية والدورة التكوينية التي يشعرون فيها بأن هذه الخدمة ستسهم في تحسين مستقبلهم المعيشي، وبالتالي كنتيجة عامة سيسهم كل ذلك في تحريك العجلة العامة للتنمية في كل دولة. ولإعطاء مثال حول الاهتمام الذي بدأت تكسبه مسألة التكوين والتدريب، أود أن أشير إلى أن كل من بريطانيا وفرنسا أصدرتا تشريعاً يفرض ضريبة مقدارها 1% على معاشات موظفي الدولة بهدف تمويل مشروعات التكوين المختلفة. هذا ويسمح للشباب العاملين في ألمانيا وإيطاليا وبريطانيا وفرنسا ودول أخرى بتخصيص يوم في الأسبوع للالتحاق بخدمة تعليمية، أو التمتع بأحقية استعمال عدد معين من الأيام في السنة للالتحاق بدورة تعليمية أو تكوينية.

إن عملية تكوين الحرفي أو الحرفية تكتسب أهمية خاصة لما توفره للدول من تحريك لسياسات التنمية، وتطوير عجلة الإنتاج في قطاع يتسم بعائداته المجزية

من خلال استثمارات بسيطة، يؤمن ارتفاع المستوى التأهيلي لقطاع لا بأس به من قطاع الشغل في كل دولة، تضمن التدرج التنموي لقطاعات الحرف التقليدية والسياحة والاقتصاد وغيرها.

وللحصول على هذه النتيجة لابد من إعداد برامج للتكوين من خلال ربط الحرفي والحرفية بمؤسسة تكوينية أو تعليمية⁽¹²⁾، أو ربط الورشة الحرفية بخدمة تعليمية، تتدرج مستوياتها، من مرحلة تعليمية إلى مرحلة تعليمية أخرى⁽¹³⁾، والتي توفر للحرفي أو الحرفية، فرصة تكوين ثقافة عامة حول الحرفة وبعض أساسيات التصميم وتنمية المهارات وتحسين جودة المنتج، وأساليب التسويق، وقضايا التعامل مع المستهلك، وهي كلها أمور تساهم في تنمية القابلية والمهارات والمؤهلات، وتوفر مناخ الابتكار والإبداع، وتساعد الحرفي والحرفية في توصيل رسالة الحرفة إلى المستهلك وكيفية استخدام المنتج وفوائده.

وعندما نقول تكوين فهذا يعني توفير الأساليب التكوينية التي تضمن للحرفيين فرصة الإطلاع والتأقلم مع وسائل التكنولوجيا الحديثة في ميادين المواد، والتصميم، والمعلومات والأدوات والتسويق والتكاليف وقضايا الضرائب، وغيرها والتي تساعد في تطوير ورفع الخاصية الإنتاجية للصانع أو الصانعة التقليدية. كما أن برامج التكوين لابد أن تتناول عنصر الترويج ومحاولة تكوين الحرفي أو الحرفية في آليات الترويج وجذب اهتمام المستهلك نحو المنتج، لأن ذلك يعتبر من العناصر الأساسية لضمان نجاح فرص التسويق، وهناك العديد من الحرفيين الذين اكتسبوا فرص تدريبية في مجال التعامل مع وسائل التكنولوجيا الحديثة، كالإنترنت وغيرها، وشعروا بمدى التوفيق الذي صادفوه من خلال ربط الاتصال بالمسوقين وعرض منتجاتهم من خلال الإنترنت. وأود أن أشير هنا إلى أن معرفة تقنيات

(12) UNESCO, Meeting of Experts on Secondary Education and the World of Work, Report, Paris, 1974.

(13) Maarouf, Nazeih, "Education as a Must for Children Working in the Crafts Sector- Education would Create Mativation and Innovation", presented at the Int. Seminar on Child Labor in the Sector of Crafts, organized by UNESCO and CIPA, 1998.

التغليف الجذاب الذي يخاطب مجموعة متنوعة من المستهلكين من خلال تقديم أشكال مختلفة وتنوّع في الألوان المستخدمة، واستعمال لغة سلسة ومريحة للتعريف بالمنتج، كلها تلعب دوراً هاماً لدفع عمليات التسويق.

وأود في النهاية الإشارة إلى نقطة هامة تتعلق بخطوة تكوين جيل من الواعين بأهمية الحرف التقليدية والتراث بشكل عام، من خلال برامج تعليمية مخصصة للأطفال في المدارس، تشمل تعريفاً بصور مبسّطة للتراث، مع مرافقة ذلك لزيارات ميدانية للقرى الحرفية للتفاعل معهم والطلب من الأطفال محاولة إنجاز بعض القطع الحرفية البسيطة بمساعدة الحرفيين، مما يشكّل لديهم إحساس بالمتعة في إنجاز عمل حرفي ما والاحتكاك مع الحرفيين في مشاغلهم للتعرف على صور من إبداعاتهم، بما يؤدي إلى خلق جيل منفتح علمياً وملتزم بعمق وأصالة التراث. وعلى دور النشر في دولنا لعب دور هام في هذا الجانب، من خلال تكثيف إصدار القصص المبسطة لصور غنية من التراث بما يؤدي إلى جذب اهتمام الطفل في هذا المجال. كما أن تخصيص برامج تنافسية للأطفال تساهم إلى حد ما في جذب انتباههم للتراث، من خلال دفعهم لمحاولة التعرف أكثر على الميدان بهدف التسابق، وهو ما سينعكس بشكل إيجابي على القطاع.

المراجع :

- 1- التقرير الإقليمي لتقييم عقد اليونسكو لتطوير الحرف اليدوية في الدول العربية عن الفترة - 1990 - 1998 .
- 2- دومنيك بوشارت، دراسة أولية حول وضع الحرفيين، اليونسكو، إبريل، 1992.
- 3- استمارة أجوبة حول بحث ميداني حرفي، وزارة الثقافة، بوركينا فاسو، 1993.
- 4- نور الدين السعيد، الجودة وطلبات السوق، ورقة بحث مقدمة لأعمال الندوة الدولية حول الزربية والكليم في العالم الإسلامي، تونس، 1999.
- 5- نزيه معروف وصالح سعداوي، آفاق تنمية الحرف التقليدية في العالم الإسلامي، ارسیکا، استانبول، 1993 .

- 6 عائشة مطر، مشروع الحرف الحرفية الحديثة في البحرين، 1991.
- 7 عز الدين نجيب، السياسات الوطنية والرعاية لتنمية المشربية والزجاج المعشق في مصر، القاهرة، 1995.
- 8- A Research Study conducted by the International Development Research Center, IDRC, on 23 craft products in some Asian countries, 1988: Artisans in Economic Development (India, Nepal, Indonesia, Malaysia, the Philippines, Sri Lanka, and Thailand), ed. By E.A. Pye, Ottawa 1988.
- 9- ATA Aids to Artisans News, Fall/Winter, 1999 issue, and (page 1).
- 10- Baker, Alan, "Art, Creation and the Arabesque". Abstract book of the International Seminar on Arabesque in the Crafts of OIC Countries, Damascus, IRCICA, 1997, (p.53).
- 11- Etienne- Nugue, Jocelyne, "Methodological Guide to the Collection of Data on Crafts", UNESCO Publication, 1990 (p.2).
- 12- Global Program for the development of handicrafts in the Republic of Yemen- UNESCO, 1990, J. Anquetil.
- 13- Hamed, Nawaf, At Home in Palestine: A small Pamphlet on an Exhibition of Traditional Palestinian Crafts, UN, New York, 1997.
- 14- International Trade Centre UNCTAD/WTO, (1997), Export Development of Artisanal Products, A working paper for the International Symposium on Crafts and the International Market: Trade and Customs Codification, Manila, 6-8 October 1997.
- 15- International Trade Centre UNCTAD/WTO, (1996), ITC Strategy for a Trade Promotion and Development Program in Artisanal Products, Geneva.
- 16- IRCICA Crafts Development Program: Features and Figures, a special brochure focusing on the projects and activities implemented or planned in various OIC Member States, Istanbul, 1996.
- 17- Kim, Ani, "Arabesque in Batiks, Woven Textiles, Woodwork, Ceramics, Silver-wares and Cooper-wares", International Seminar on Arabesques in the Crafts of OIC Countries, Damascus, 1997.
- 18- Nakayama, Masato, (1978), Hand-crafted Makers Being Organized, Business Japan.