



المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل The Scientific Journal of King Faisal University

العلوم الإنسانية والإدارية
(عدد خاص بمناسبة اختيار محافظة الأحساء عاصمة السياحة العربية)
Humanities and Management Sciences
(Special Issue for Choosing Al Ahsa as the Capital of Arab Tourism)



Handicrafts for Sustainable Tourism Development: An Empirical Study on Al Ahsa, Saudi Arabia

Mohamed A. Moustafa^{1,3}, Mohammad N. Alshagawi¹ and
Ibrahim A. Elshaer^{1,2}

¹Management Department, College of Business, King Faisal University, Al
Ahsa, Saudi Arabia

²Faculty of Tourism and Hotels, Suez Canal University, Egypt

³Faculty of Tourism and Hotels, Helwan University, Egypt

الحرف اليدوية كمدخل للتنمية السياحية المستدامة: دراسة تطبيقية على محافظة الأحساء بالملكة العربية السعودية

محمد علي يوسف مصطفى^{1,2} ومحمد ناصر الشقاوي¹ وإبراهيم عبد الحميد
الشاعر^{1,3}

¹قسم الإدارة، كلية إدارة الأعمال، جامعة الملك فيصل، الأحساء، المملكة العربية السعودية

²كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس، مصر

معلومات عن الورقة

الكلمات المفتاحية:

صناعة البشوت، البشوت الحساوي، الحرف

اليديوية، الأحساء

التسلسل التاريخي للورقة:

الاستقبال 2020/03/01

القبول 2020/04/18

النشر (بانتظار الطباعة) 2020/04/18

النشر (في عدد) 2020/05/01

للوصول للورقة:



<https://doi.org/10.37575/h/mng/2167>

KEYWORDS

pesht industry, Al Ahsa pesht, handicrafts, Al
Ahsa

ABSTRACT

Handicrafts are considered to be one of the most important culture heritage elements and areas of innovation. It contributes to improving the national income and providing job opportunities. In addition, handicrafts can be developed as an innovative and effective tool to enhance tourism and economic growth. Despite the cultural and economic importance of handicrafts, there are a number of economic, social, cultural and environmental challenges that face the development of handicrafts industry in the Saudi context particularly in Al Ahsa. As a result, this study aims to investigate these challenges and barriers. Moreover, it provides a number of suggestions that overcome these obstacles to support sustainable tourism development. To accomplish the objectives of this study, a qualitative approach has been adopted by using a focus group tool. The sample size of this study was 24 Pesht skilled workers. The results showed that the great image of Al Ahsa Pesht and the availability of skilled labor to be one of the most important strengths in the Pesht industry. Although several weaknesses were identified such as the low level of education and the increasing age of Pesht workers. The main threat for the Pesht industry was the advances in technology and the high volume of using automated machines. The study provides a number of recommendations to encourage individual Pesht workers, such as developing an electronic store. This is in addition to the implications for strategies that enable policymakers to modify the weaknesses and threats facing Pesht industry into opportunities are discussed.

مصادر الناتج المحلي. ويعود سبب اختيار هذه الدراسة إلى أهمية قطاع السياحة للعالم وللمملكة العربية السعودية، ودوره المتصاعد في حماية البيئة والتراث الإنساني وتحقيق التنمية المستدامة في المجال السياحي.

المقدمة

يعد القطاع السياحي أحد أهم مجالات التنمية الاقتصادية للمجتمعات، ويشهد النشاط السياحي نمواً وتطوراً كبيراً في الوقت الراهن؛ حيث أصبحت السياحة من أهم الظواهر الاقتصادية والاجتماعية والإنسانية في العديد من الدول؛ نظراً لإسهامها الفعال في زيادة الناتج المحلي من العملات الأجنبية وتحسين ميزان المدفوعات والتأثير على العديد من الأنشطة الاقتصادية الأخرى المرتبطة بالقطاع السياحي مثل قطاعات: النقل والصناعة والزراعة، بالإضافة إلى تنمية وتطوير مواقع التراث الأثري في العديد من المناطق السياحية من أجل زيادة جاذبيتها السياحية (زين الدين، 2016).

لقد أصبحت الموارد العائدة من السياحة تمثل أكثر من 6% من الناتج العالمي، فضلاً عن أن السياحة توفر كثيراً من فرص العمل المباشرة وغير المباشرة. وتتوقع منظمة السياحة العالمية (WTO) أن يرتفع عدد السائحين سنة 2030 إلى 1.8 مليار سائح (UNWTO, 2019)، كما أكدت اليونسكو أن الحرف اليدوية كإرث ثقافي ومجال للابتكار ساهمت في تحسين الدخل ورفع مستوى المعيشة وتوفير فرص عمل و إنعاش الحركة التجارية والسياحية في العديد من دول العالم دون الحاجة إلى استثمارات ضخمة (وزارة السياحة، 2020) الأمر الذي أدى إلى توجه العديد من الدول للاهتمام بالسياحة والعمل على تنميتها، ومن بينها المملكة العربية السعودية التي وضعت السياحة من بين القطاعات المهمة في رؤية 2030 كمصدر من مصادر الناتج المحلي والتي احتلت المركز السابع والعشرين على مستوى العالم من حيث عدد السائحين القادمين لزيارة المملكة (UNWTO, 2020). كما تتوقع أن تسهم السياحة بتوفير مليون فرصة عمل بالمملكة على نهاية 2020 (الاستعراض الطوعي الوطني الأول للملكة، 2018).

ونظراً لارتباط السياحة بشكل أساس بالبيئة، فقد بدأ الاهتمام والتركيز على مبدأ الاستدامة في السياحة؛ حيث لم يعد يقتصر المفهوم الجديد للسياحة المستدامة على المنظور الاقتصادي فقط، بل أصبحت هناك استجابة لمقتضيات التنمية المستدامة، وهو ما أدى إلى اهتمام العديد من الجهات السياحية بخطط التنمية السياحية المستدامة من أجل التغلب على سلبيات التنمية السياحية التقليدية، والتي تتضمن استخدام واستحداث بعض الأدوات التي تهدف إلى حماية البيئة الطبيعية والبشرية بما تتضمنه من حماية للبيئة الاجتماعية والثقافية ورعاية حقوق الأجيال القادمة (الدبور، 2016). كما أكدت اليونسكو في تعريفها للحرف اليدوية على أن التنوع في الوسط الحرفي يدعم أسس التنمية المستدامة (وزارة السياحة، 2020)

مشكلة الدراسة

الحرف اليدوية ذات أهمية كبرى في حياة المجتمعات. وهي تضم الكثير من الأعمال المختلفة التي تعتمد بشكل أساسي على القوى البشرية في تنفيذها، ولا تعتمد على الآلات؛ لذلك تتطلب مهارة كبرى وجهداً إضافياً، والكثير من التركيز لأجل إنجازها وتحقيقها على أكمل وجه. كما تنعكس أهمية الحرف والصناعات اليدوية في أن بعض المنتجات الحرفية ذات دلالة على جوانب الهوية الوطنية للدولة المنتجة للحرف والصناعات اليدوية، على الرغم من ذلك هناك العديد من التحديات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية التي قد تعوق تطور ونمو الحرف اليدوية في المملكة العربية السعودية بصفة عامة، وفي محافظة الأحساء بصفة خاصة، وهو ما تسعى إليه هذه الدراسة كمحاولة استكشافية لمعرفة تلك المعوقات واقتراح كيفية التغلب عليها وتحولها إلى فرص من أجل تحقيق التنمية السياحية المستدامة، والتي ترتبط ارتباطاً مباشراً برؤية المملكة وبرنامجه التحول الوطني؛ حيث يعتمد ذلك على قطاعات السياحة والتراث الوطني كأحد العناصر الأساسية وأحد البدائل الرئيسية لاقتصاديات ما بعد النفط وتنوع

أسئلة الدراسة

بناءً على العرض السابق لمشكلة الدراسة، يمكن تحديد أسئلة الدراسة فيما يلي:

1. ما الفرص والتحديات التي تواجه الحرف اليدوية كمدخل لتحقيق التنمية السياحية المستدامة في محافظة الأحساء؟
2. ما مصير الحرف اليدوية وبالأخص صناعة البشوت في ظل التطور الحضاري والتكنولوجي السريع؟
3. ما التحديات الثقافية والاجتماعية، والاقتصادية، والتسويقية التي تواجه صناعة الحرف اليدوية (وبالأخص صناعة البشوت) في محافظة الأحساء؟
4. ما الفرص التي قد تسهم في نمو وتطوير صناعة الحرف اليدوية في محافظة الأحساء؟

أهداف الدراسة

1. تحديد التحديات الثقافية والاجتماعية، والاقتصادية، والتسويقية التي تواجه صناعة الحرف اليدوية (وبالأخص صناعة البشوت) في محافظة الأحساء.
2. تحديد الفرص التي قد تسهم في نمو وتطوير صناعة الحرف اليدوية في محافظة الأحساء.
3. معرفة مدى إسهام الحرف اليدوية كصناعة في تحقيق التنمية السياحية المستدامة لمحافظة الأحساء.

الإطار النظري والدراسات السابقة

الأحساء كمقصد سياحي

تشتمل محافظة الأحساء على عدد من مقومات الجذب السياحي التي تشكل مزيجاً من المغريات والعوامل التي لها قوة تأثير على اتخاذ القرار في اختيار السائحين لها كمقصد سياحي، ويمكن تقسيم هذه المقومات إلى مقومات طبيعية ومقومات بشرية:

أولاً: المقومات الطبيعية: وهي تتعلق بالتضاريس الطبيعية للأحساء؛ حيث تشكل الموارد الطبيعية العنصر الأساس الذي تقوم عليه صناعة السياحة، وهي من صنع الخالق سبحانه، ليس للإنسان أي دور في إيجادها، مثل التضاريس الطبيعية من جبال وسهول ووديان وبحيرات، وكذلك الحياة النباتية والحيوانية، وتتميز محافظة الأحساء بما يلي:

- **الموقع الجغرافي:** محافظة الأحساء إحدى محافظات المنطقة الشرقية من المملكة، وتحظى محافظة الأحساء بكم حجم المساحة الجغرافية لجملة أراضيها حيث تشكل بمساحتها البالغة 530 ألف كيلومتر مربع نحو 24 في المائة من مساحة المملكة، كما تتميز الأحساء بأنها المنفذ البري الذي يربط المملكة بدول الخليج العربي؛ الأمر الذي يؤدي إلى قربها من هذه الأسواق السياحية (الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، 2018).
- **نماذج من المعالم الطبيعية بالأحساء:** أدى الامتداد الجغرافي الكبير لمحافظة الأحساء إلى تنوع الموارد الطبيعية ما بين بيئة بحرية ونباتية؛ حيث تحتوي على شواطئ وأسماك ومياه عذبة تظهر على شكل عيون (أكثر من 30 عيناً متدفقة في أرض واحة الأحساء) وبيئة نباتية تتمثل في مليوني نخلة منتجة، بالإضافة إلى مساحات كبيرة من الأراضي الزراعية والوديان والرمال والتي تسهم في تنوع المنتج السياحي الذي تقدمه؛ حيث أشار السعود (2010، 14-12) إلى بعض من هذه المعالم ومنها (شاطئ العقبر- جبل القارة وكهوفه- بحيرة الأصفر- عيون المياه المتدفقة- منتزه الأحساء الوطني).



شكل رقم (1) مكونات التنمية السياحية المستدامة

ويمكن تعريف السياحة البيئية بأنها تجربة يتم من خلالها الترفيه والترويح عن النفس من خلال توظيف المكونات البيئية الطبيعية مثل (نباتات طبيعية-صحار-محميات طبيعية-شعب مرجانية) والتي قد تمثل نمطاً من الأنماط السياحية التي يلجأ إليها الفرد للاستمتاع بهذه المكونات مع عدم الإضرار بها (Fennell, 1999). وأكد كل من خنفر وخنفر (2006) وأحلام وصورية (2010) أن تطبيق السياحة البيئية يؤدي إلى ربط الاستثمار والمشاريع الإنتاجية للمجتمع المحلي مع حماية البيئة والتنوع الحيوي والثقافي للمناطق السياحية، وفق معادلة تنمية واحدة، وذلك عن طريق إعداد برامج سياحية متنوعة تعتمد على توجيه السائحين نحو المواقع المميزة بيئياً مع تأكيد اتباع ممارسة سلوكيات سياحية إيجابية، دون التأثير على التنوع البيئي بمناطق الجذب السياحي. ومن ناحية أخرى يرتبط مفهوم السياحة الخضراء بالبرامج السياحية التي تأخذ في الاعتبار احتياجات البيئة وتراعي الثقافات المحلية بهدف استدامة المشاريع السياحية في الجانب الاقتصادي، والحفاظ على البيئة من التلوث وتوفير المتعة للسائح، ويتم تحقيق ذلك من خلال بعض الممارسات الخضراء التي تواجه الممارسات السلبية للأنشطة والمنشآت السياحية (الفنادق- المطاعم- وكالات السفر والسياحة) والتي تؤثر على جودة البيئة ومستوى التنوع البيئي والذي لا يمكن علاجه أو إصلاحه. وقد ذكر كرامي (2010) أن متطلبات استدامة النمو في القطاع السياحي في منطقة الشرق الأوسط تتطلب الاهتمام بقضايا البيئة والتركيز في الفترة المقبلة على السياحة الخضراء، مشيراً إلى أنه مع تعاظم المخاوف بشأن التغيرات المناخية يرتفع عدد السياح الواعين بيئياً الذين يطالبون بوجهات سياحية بيئية «خضراء» مع اعتماد وكلاء سفر عالميين وجماعات عالمية الاستدامة كمقياس أساس في تصنيف الوجهات السياحية والتوصية بها.

وتعتبر السياحة الثقافية من الأنماط السياحية المهمة والمرتبطة بالتنمية السياحية المستدامة. حيث يهتم السائحون في هذا النمط السياحي على زيارة الوجهات السياحية والتي تتمتع بمقومات جذب تاريخية وحضارية، فالدافع الأساسي الذي يدفع السائحون لزيارة هذه الوجهات السياحية هو زيارة المعالم الأثرية والمواقع التاريخية كالمتاحف والتعرف على الصناعات التقليدية والحرف اليدوية أو حضور عدد من الفعاليات الثقافية (معهد التخطيط القومي، 2019). ويشير عدد من الدراسات أن نسبة السياحة الثقافية أصبحت أكثر من 12% وفي بعض الدول الغنية بالتراث الحضاري والإنساني مثل مصر واصلت إلى أكثر من 20% (UNWTO, 2020) وهذا يؤكد مدى أهمية السياحة الثقافية والعمل على تنميتها من خلال التنمية السياحية المستدامة.

مبادئ وأهداف التنمية السياحية المستدامة

بناء على التعريفات السابقة للتنمية السياحية المستدامة يُلاحظ أن السياحة والبيئة وجهان لعملة واحدة؛ حيث أوضح كل من (عراقي وعطا الله، 2007؛ الدبور، 2016؛ زين الدين، 2016) أن التنمية السياحية المستدامة تسعى إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. حماية البيئة والموارد الطبيعية والتراث الثقافي للمجتمعات.
2. الاهتمام بالعنصر البشري والوفاء باحتياجاته الأساسية والعمل على الارتقاء بمستواه المعيشي.
3. إيجاد فرص جديدة للاستثمار مما يؤدي إلى وجود فرص عمل جديدة وتنوع الاقتصاد.
4. الارتقاء بالوعي البيئي لدى جميع المشاركين في الأنشطة السياحية

ثانياً: المقومات التاريخية والثقافية: تتضمن المقومات التاريخية والثقافية للمحافظة الحياة الاجتماعية والثقافية والعادات والتقاليد والصناعات اليدوية والطقوس الدينية واللوان الأطعمة المحلية والفنون بأنواعها، بل وأنماط الحياة بتنوعها (العجلوني والعجلوني، 2017)، وكذلك الأماكن والمباني ذات الأهمية التاريخية المرتبطة بحقبة تاريخية أو بشخص معين مثل المنازل والقصور والقلاع وغيرها (السعود، 2010). ووفقاً لتقرير الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني فقد ذُكرت نماذج لهذه المقومات - والتي تشكل أهم مقومات الجذب السياحي للأحساء ومنها: (مسجد جواثي - متحف الأحساء للآثار والتراث الشعبي- قصر إبراهيم- المدرسة الأميرية- الأسواق الشعبية- الحرف اليدوية).

وفيما يلي سوف يتم عرض الإطار النظري لهذه الدراسة، والذي يتضمن اللقاء الضوء على مفهوم التنمية السياحية المستدامة وأهدافها وأسسها وكذلك أهميتها، بالإضافة إلى تعرف أهم الحرف والصناعات اليدوية التي تشتهر بها الأحساء.

مفهوم التنمية السياحية المستدامة

حرصت كثير من الدول على الاهتمام بالتنمية السياحية المستدامة؛ حيث تم تقديم المبادئ الأساسية لمفهوم الاستدامة وعلاقته بالسياحة بشكل فعلي من خلال مؤتمر قمة الأرض والذي انعقد بالولايات المتحدة الأمريكية عام 1997 (Holden, 2000, p:165). ولقد عرف الاتحاد الأوروبي للبيئة والتزهات القومية التنمية السياحية بأنها "نشاط يحافظ على البيئة ويحقق التكامل الاقتصادي والاجتماعي ويرتقي بالبيئة المعمارية" (Eman, 1999, p:58). كما عرفها كل من عراقي وعطا الله (2007) بأنها "التنمية التي يبدأ تنفيذها بعد دراسة علمية متكاملة وهي جزء من خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية داخل الدولة بصفة عامة أو تتعلق بإقليم أو منطقة تتمتع بمقومات جذب سياحية طبيعية أو حضارية".

ولقد فرق كل من (Hall, Gossling and Scott, 2015) بين التنمية المستدامة والتنمية السياحية المستدامة؛ فالتنمية المستدامة هي التي تلي احتياجات الجيل الحالي، دون التنازل أو التقليل من قدرة الجيل المقبل على تلبية احتياجاتهم الخاصة. أما التنمية السياحية المستدامة فهي جزء من التنمية المستدامة، والتي تتطلب التركيز على التطوير النوعي أو الكيفي للمنشآت والأنشطة السياحية القائمة، مع عدم تجاهل القيام بأنشطة جديدة قد تضر بالموارد الطبيعية.

وتُعرف التنمية السياحية المستدامة بأنها نشاط ذو أهمية اقتصادية لا يضر بالموارد التي تعتمد عليه السياحة كمقومات جذب سياحي، مثل الموارد الطبيعية والبشرية في البلد المضيف، كما تتميز التنمية السياحية المستدامة بالعمل على التحسين المستمر للأبعاد البيئية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية المكونة للنظام السياحي المكونة للبيئة (Swarbrooke, 1999).

لذا ومن خلال هذه الدراسة يمكن تعريف التنمية السياحية المستدامة بأنها "شكل أو نمط من السياحة يعمل على تلبية متطلبات كل من السائحين وصناعة السياحة والمجتمع المحلي دون الإضرار بالبيئة أو بمتطلبات الأجيال القادمة في المستقبل".

وأشار كل من (Castellani and Sala, 2009) إلى أن مفهوم التنمية السياحية المستدامة ليس مرادفاً للسياحة الخضراء أو السياحة البيئية، ولكن تشكل هذه الأنماط السياحية مكوناً فرعياً من التنمية السياحية المستدامة كما هو موضح بالشكل رقم (1).

النشاط، ومع تنوع حاجات ورغبات المستهلكين يسعى الحرفي إلى البحث عن طرق جديدة ومبتكرة لتنمية هذا النشاط.

الأهمية السياحية للحرف اليدوية والصناعات التقليدية

أشار كل من عبد الرحيم (2010) وعطية (2013) إلى أنه على الرغم من أن هناك العديد من الأنواع والأنماط السياحية التي تختلف حسب الغرض من الزيارة، إلا أنها تتفق في أن السائح المحلي أو الأجنبي في نهاية زيارته لا يعود إلى بلده دون اقتناء المنتجات التقليدية التي تعد واجبة للبلد أو المنطقة التي قام بزيارتها. لذلك يمكن تلخيص الأهمية السياحية للحرف اليدوية فيما يلي:

1. تعد ركيزة أساسية للنشاط السياحي: تؤدي الحرف اليدوية والصناعات التقليدية دوراً مهماً في التنمية السياحية المستدامة؛ فهي تمثل 10% من الإيرادات السياحية وفقاً لتقرير منظمة السياحة العالمية (UNWTO, 2018).
2. تحافظ على البيئة من خلال استغلال الموارد الطبيعية المتاحة: أغلب المواد الخام التي تصنع من هذه المنتجات من المواد الطبيعية، وبالتالي لا تضر بالبيئة.
3. ارتباط القدرة التصديرية للحرف اليدوية والصناعات التقليدية بالسائح نسبياً: تتميز الحرف اليدوية والصناعات التقليدية عن غيرها من الصناعات، وذلك بانخفاض تكليف التصدير نظراً لوجود المستورد (السائح) في البلد المضيف.
4. تحافظ على الهوية والمورث التراثي الثقافي والاجتماعي للبلد المضيف.
5. القدرة على إنتاج وتصنيع منتجات تناسب جميع أذواق السائحين.

واقع أهم الحرف اليدوية في المنطقة الشرقية

تتميز المملكة العربية السعودية بوجود الكثير من الصناعات والأعمال الحرفية، والتي يمكن توظيفها بشكل جيد من أجل تحقيق أهداف التنمية السياحية المستدامة، وخاصة بالمنطقة الشرقية التي تمثل 12% من الصناعات الحرفية التي تتميز بها المملكة (hiamag.com, 2019). وعلى الرغم من ذلك يحتاج هذا القطاع مزيداً من الاهتمام؛ حيث أشار حافظ (2009) إلى أن حجم واردات المملكة من منتجات الحرف والصناعات اليدوية يتجاوز 1.5 مليار سنوياً معظمها من الصين، كما أشار المشرف العام على البرنامج الوطني لتنمية الحرف والصناعات اليدوية (بارع) إلى أن إجمالي عدد الحرفيين المسجلين بالمملكة يبلغ نحو 3587 حرفياً وحرفية ويبلغ عدد مراكز الإبداع الحرفي 17 مركزاً بالمملكة (الجزيرة، 2019). وفي النقاط التالية سوف نستعرض أهم الحرف والصناعات اليدوية في المنطقة الشرقية:

1. صناعة الفخار: وهي واحدة من أقوى وأشهر الصناعات التي تتميز بها المملكة العربية السعودية؛ حيث يوجد الكثير من أنواع الفخار المميزة مثل الجرة والبليلة وأواني الطهي، وكذلك أطباق الزينة والمزهريات.
2. صناعة الأخشاب: وترتبط بمجموعة كبيرة من الصناعات التقليدية، مثل صناعة الزجاج والجلود والأبواب والشبابيك اليدوية.
3. صناعة القوارب "السفن الخشبية": حيث يتم استخدام هذه القوارب في الصيد، ويتم صنعها بأحجام مختلفة ويتم عرض السفن على شاطئ الدمام والقطيف.
4. صناعة الخوص: تشتهر المنطقة الشرقية بصناعة الخوص من ليف النخيل، ويتم صناعة سلات الطعام وسجاد الصلاة والمكانس والقبعات والمزهريات ومراوح التهوية وغيرها من الأشكال الحديثة.
5. صناعة الحلي: وفيها يتم استخدام العديد من الخامات مثل الأصداف والأحجار الكريمة والكهرمان واللؤلؤ، أما عن أشهر المنتجات فهي القلائد والخواتم والحلقات.
6. صناعة البشوت: إن البشوت أحد أهم الصناعات اليدوية التي تتميز بها المملكة العربية السعودية، وتشتهر بها محافظة الأحساء على وجه التحديد، وفي النقاط التالية سوف نستعرض نبذة تاريخية عن البشوت وأنواعها،

(سائجون-عاملون-مجتمعات محلية).

5. تشجيع مشاركة المجتمعات المحلية في وضع خطط التنمية السياحية.
6. إيجاد معايير للمحاسبة البيئية والرقابة على الأنشطة السياحية السلبية.

مفهوم الحرف اليدوية والصناعات التقليدية

عرف القحطاني (2009، ص 30) الحرف اليدوية والصناعات التقليدية بأنها "تلك الصناعات التي يقوم بمزاولة الحرفي معتمداً في عمله على مهاراته الذهنية واليدوية التي اكتسبها من تطور ممارسته للعمل الحرفي". كما عرف عبد الرحيم (2010، ص 13) الحرف اليدوية والصناعات التقليدية بأنها "كل نشاط إنتاج أو إبداع أو تحويل أو ترميم فني أو صيانة أو أداء خدمة يطغى عليه العمل اليدوي". كما عرف كل من سالم ووفيق (2016) الحرف اليدوية والصناعات التقليدية بأنها تلك الصناعات التي تعتمد على مهارات خاصة بالعمال وتستخدم أدوات بسيطة وتعتمد على العمل اليدوي، وهي حرف متوارثة بين أفراد الأسرة، تمارس في البيوت أو في أماكن أخرى؛ حيث يعتمد الحرفي على مهاراته المختلفة، باستخدام خامات متعددة متوافرة في البيئة الطبيعية المحلية. ومن هذه الحرف صناعة الفخار والأخشاب والنسيج والبشوت والخوص والمشغولات الذهبية، والتي تشتهر بها المملكة العربية السعودية بشكل عام والمنطقة الشرقية بصفة خاصة. والملاحظ أنه لا يوجد تعريف واحد للحرف اليدوية والصناعات التقليدية، ولكنها تشترك جميعاً في أنها تعتمد على الحرفي وكفاءته بشكل جوهري.

أهمية الحرف اليدوية والصناعات التقليدية للتنمية السياحية المستدامة:

يرى كثير من الناس أن الحرف اليدوية والصناعات التقليدية هي صناعات ذات أهمية شعبية فقط، وهذا المفهوم بالطبع غير صحيح؛ إذ إن الحرف اليدوية والصناعات التقليدية من أكثر القطاعات استجابة للمتغيرات البيئية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية، ولتوضيح هذا الدور نستعرض في النقاط التالية الأهمية الاقتصادية والسياحية للحرف اليدوية والصناعات التقليدية:

الأهمية الاقتصادية للحرف اليدوية والصناعات التقليدية

هناك العديد من الخصائص الاقتصادية التي تتميز بها الحرف اليدوية والصناعات التقليدية عن بقية الصناعات الأخرى والتي تعد ضمن إطار الصناعات الصغيرة التي تساعد على الحد من البطالة، حيث ذكر كل من (الشايب، 2002؛ القحطاني، 2006؛ عبد الرحيم، 2010؛ سالم ووفيق، 2016) مجموعة خصائص للحرف اليدوية ومنها:

1. انخفاض تكاليف رأس المال نسبياً: لا تحتاج هذه الأنشطة إلى رأس مال كبير مقارنة بالقطاعات الأخرى.
2. انخفاض تكاليف الإنتاج من المواد الخام المستخدمة في إنتاج الصناعات التقليدية: نظراً لاعتماد هذه الحرف والصناعات التقليدية على استغلال المواد الخام الأولية الموجودة بالبيئة المحلية.
3. الجمع بين الإدارة والملكية: نظراً لعدم الحاجة لرأس مال كبير وقلة تكلفة عناصر الإنتاج فإنه يمكن للحرفي أن يدير النشاط ويمتلكه في الوقت نفسه.
4. توفير فرص عمل للعديد من الفئات العمرية: يتميز هذا النشاط بأنه يمكن القيام به من المنزل، وهذا يوفر فرصة عمل لقطاع كبير من النساء التي لا تفضلن العمل خارج المنزل، أو لكبار السن.
5. إسهام الحرف اليدوية والصناعات التقليدية في زيادة الناتج المحلي: لقد حقق هذا النشاط جزءاً مهماً من القيمة المضافة، والتي قد تكون مرتفعة في القطاعات الأخرى نظراً لاعتماد هذا النشاط على العمل اليدوي والمواد الخام المتاحة في البيئة المحلية. ولقد أشارت دراسة القمصطي (2006) التي كانت عن الحرف اليدوية بتونس إلى أن هذا النشاط أسهم بما يعادل 10% من الناتج المحلي الإجمالي و15% من جملة الصادرات وتوفير ما يقرب من 650 ألف فرصة عمل، كما أسهم في إدخال عملة بنسبة تقدر بـ 2.2 من الصادرات.
6. الإسهام في تنمية المواهب والابتكار: يمثل العنصر البشري جوهر هذا

أدوات جمع البيانات

المجموعات البؤرية (التركيز) Focus Group

مجموعات التركيز أو المجموعات البؤرية تعد من أهم أدوات الدراسة النوعية، وهي تنتج كمية كبيرة من المعلومات، وهو ما يساعد بشكل كبير في تحقيق أهداف الدراسة. أعداد المشاركين في المجموعات البؤرية يتراوح بين 5 إلى 10 ويفضل من 6 إلى 8. يتم النقاش بتوجيه من قبل أحد الباحثين (مسهل، ميسر) Facilitator بينما يقوم باحث آخر بتسجيل المناقشة باستخدام مسجل صوت رقمي Digital voice recorder. وتمثل المجموعة البؤرية وسيلة سريعة وشمولية لجمع المعلومات وتصنيفها أو تدرجها حسب معايير معينة.

والمقابلات البؤرية من بين أدوات الدراسة الأكثر استخدامًا في العلوم الاجتماعية والإنسانية، والمقابلات كانت تسمى في الأصل المقابلات المركزة، ويرجع أصلها إلى مكتب البحوث الإذاعية في جامعة كولومبيا في عام 1941، عندما قام Paul Lazarsfeld بدعوة Robert Merton لمساعدته في تقييم استجابة الجمهور للبرامج الإذاعية. وفي هذه الدراسة المبتكر، استمع أعضاء من جمهور الاستديو الإذاعي إلى برنامج مسجل وطلب منهم الضغط على زر أحمر عند سماع أي شيء يثير إزعاجهم أو غضبهم، وفي نهاية البرنامج طلب من أعضاء الجمهور التركيز على الأحداث الإيجابية والسلبية التي سجلوها ومناقشة أسباب ردود الفعل هذه. وهكذا، بدأت المقابلة الجماعية المركزة (Stewart & Shamdasani, 1990).

عينة الدراسة

يتم تحديد العينة في الدراسة النوعية بغرض توفير أغلب المعلومات حول ظاهرة الدراسة (Merriam, 2002). اقترح Krueger (1988) قاعدة لتحديد العدد المثالي لمجموعات التركيز بأن يتم التخطيط لإجراء 4 مجموعات تركيز بها مشتركون متشابهون، ويتم التقويم بعد المجموعة الثالثة، وإذا ظهرت معلومات جديدة فيتم إجراء المجموعة الرابعة. واتفق (Morgan, 1997) مع هذه القاعدة؛ حيث أوضح أن مجموعات التركيز يجب أن تتألف من ثلاث إلى خمس مجموعات على الأقل. ومن المفضل في مجموعات التركيز أن تشمل عينة قصدية منظمة (Purposive structured sample) بدلاً من عينة عشوائية (Kuzel, 1992).

في الدراسة الحالية، تم إجراء 4 مجموعات بؤرية، بكل مجموعة 6 مشتركين من المشتغلين في صناعة الحرف اليدوية (وبالأخص في صناعة البشوت) في محافظة الأحساء بالمملكة العربية السعودية. كل المجموعات البؤرية تم إجراؤها في شهر سبتمبر 2019 بمقر كلية إدارة الأعمال-جامعة الملك فيصل-المملكة العربية السعودية. واستغرقت كل مجموعة من المجموعات البؤرية فتره ما بين 90 إلى 120 دقيقة. قام أحد الباحثين بإدارة المناقشة (Facilitator) بينما تولى الباحثون الآخرون مسؤولية تسجيل المناقشة وتدوين الملاحظات المهمة.

إجراءات المجموعات البؤرية (مجموعات التركيز)

اتبع الباحث ما يشار إليه غالبًا باسم استراتيجية التُمع (Funnel Strategy) أثناء إجراء مجموعات التركيز. وتؤكد هذه الاستراتيجية استخدام نهج أقل تنظيمًا (أي المناقشة الحرة) مع كل مجموعة في البداية ثم تنتقل إلى مناقشة أكثر تنظيمًا لمسائل محددة (Morgan, 1997). ومن خلال هذا النهج، يمكن الاستماع إلى وجهات نظر المشاركين في الجزء الأول من كل مناقشة، وكذلك ردودهم على الاهتمامات المحددة للباحث في الجزء الأخير من المناقشة. وعمومًا تم إجراء مجموعات التركيز على خمس مراحل كالتالي:

- المرحلة الأولى: رحب مدير المناقشة بالمشاركين وشرح لهم الغرض من الاجتماع وإجراءاته كما قام بشرح بعض المفاهيم والمصطلحات التي سوف تستخدم في النقاش ويتم تداولها بصفة مستمرة (مثل التنمية السياحية المستدامة) وأوضح لهم أن دوره الوحيد هو تيسير النقاش

حيث يوجد الكثير من أنواع البشوت؛ مثل الأنواع الفاخرة التي تمتاز بارتفاع الطلب عليها من قبل الوزراء والأمراء من كل دول الخليج وليس من قبل أهل المملكة العربية السعودية فقط.

نبذة تاريخية عن البشوت

إذا تتبعنا أصل كلمة "البشت" نجد أنها مشتقة من اللغتين الإيرانية والتركية؛ فالبشت يطلق عليه الإيرانيون (بوشت) وكلمة بوشت في اللغة الفارسية تعني خلف، والمقصود بها ما يلف من الخلف أي ما يلبس على الظهر (العمودي، 2015). ولقد أشار خميس (2000) إلى أن الأتراك كانوا يرتدون الأردية من الخلف ويربطونها من الأمام، كما أوضح خميس أن هذا الرداء لبسه الفرس والروم، وأطلقوا عليه اسم (بشت) وكان يطرز بالذهب والفضة، ولما جاء الإسلام انتقلت الصناعة إلى الجزيرة العربية في عهد الرسول -صلى الله عليه وسلم- ثم في عهد الخلفاء الراشدين، وخلال عهد بني أمية وبني العباس، وطرزوا هذا الرداء، كما فعل الروم والفرس وأطلقوا عليه اسم (العباءة) وكان يصبغ باللون الأبيض. والعباءة أو البشت هو رداء خارجي للرجال يلبس فوق الملابس الخارجية ويغطي الكتف ويصل إلى الأقدام، مفتوح من الأمام وأطرافه مطرزة، وليس له أكمام، ويصنع من الصوف الناعم أو الخشن من وبر الجمال أو صوف الغنم، وله استخدامات متعددة وخاصة في فصل الشتاء للوقاية من البرودة (فاضل، 1973). وكان البشت من الحرير ويزين بالتطريز، وهو لباس الأغنياء، وكان يرتديه الرجال والنساء (خميس، 2000).

أنواع البشوت

تتعدد أنواع البشوت وتسمى وفقًا للدولة أو المدينة التي صنعت بها، ولقد قسم خميس (2004) البشوت حسب نوع الخيوط المستخدمة في صناعته والغرض من استخدامه ومن أهمها ما يلي:

- بشت نجفي: ويعد من أفخر وأجود الأنواع نظرًا لرقته ودقة خيوطه ويستخدم في فصل الصيف.
- بشت حساوي: وهو في المرتبة الثانية بعد النجفي من حيث الجودة وينسب إلى محافظة الأحساء.
- بشت شامي: ويطلق عليه البشت السوري ويتميز بأنواعه الممتازة.
- بشت مكسر: يصنع من الصوف الخفيف الشفاف ويزين بصف رفيع من الخيوط الذهبية على الأكمام واليد.

منهجية الدراسة

في البحوث الكمية، يتم تعريف مفاهيم الدراسة ثم محاولة قياسها واختبار ارتباطها مع بعضها بعضًا، بينما في البحوث النوعية الكيفية تكون مفاهيم الدراسة غير مكتملة، والعلاقات غير واضحة، وليس هناك دراسات سابقة تتناول علاقة تلك المفاهيم بعضها بعضًا (Corbetta, 2003) ويسعى المنهج النوعي أيضًا إلى فهم السلوك البشري وتحليل هذه السلوك من خلال وجهة نظر المشاركين في الدراسة (Ghauri et al, 1995). وبين قنديلجي والسامرائي (2009) أن الدراسات النوعية تعمل على سبر أغوار التجارب الحياتية التي يعيشها الأفراد المعنيون بالدراسة من خلال دراسة مجموعات صغيرة من الأفراد. بالتالي يكون المصدر الحقيقي والمنطقي للمعلومات حول التجربة محل الدراسة من خلال الأشخاص الذين عاشوا التجربة بتفاصيلها ومرورا بالأحداث والمواقف من البداية.

وفي ظل عدم توافر المعلومات وكفائتها حول التحديات والفرص التي تواجه صناعة الحرف اليدوية في محافظة الأحساء بالمملكة العربية السعودية، كان الأسلوب الأمثل لتحقيق أهداف الدراسة هو استخدام الدراسة النوعية الكيفية، وليست الكمية.

جدول رقم (2): المستوى التعليمي للمشاركين في المجموعات البؤرية

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
8.4%	2	غير متعلم (ولكن يقرأ ويكتب)
8.4%	2	الابتدائية
20.7%	5	المتوسطة
50%	12	الثانوية
12.5%	3	جامعي
100%	24	المجموع

النتائج المبينة في الجدول رقم (2) تعطي مؤشراً على المستوى التعليمي المتواجد بين الحرفيين في صناعة البشوت؛ فمن الملاحظ انخفاض المستوى التعليمي؛ حيث استحوذ الحاصلون على شهادة الثانوية العامة على نصف العينة (50%)، بينما الحاصلون على تعليم جامعي كانت نسبتهم 12.5 % فقط، والحاصلون على تعليم متوسط نسبتهم تزيد عن 20 % بينما الذين اكتفوا بالتعليم الابتدائي كانوا 8.4 % فقط، والذين لم يتلقوا أي نوع من التعليم كانت نسبتهم 8.4 % . النتائج السابقة قد تفسر إلى حد ما مشكلة القدرة على تطوير المنتجات (البشوت) وإدخال تصاميم جديدة عصرية تواكب تطلعات المستهلكين، وقد يكون ذلك بسبب ضعف المستوى التعليمي لممتني صناعة الحرف اليدوية (البشوت بالأخص)، وخاصة مع ازدياد أعداد المنتجات المستوردة غير الأصلية ولكن بتصاميم مبتكرة وأشكال جميلة، أثر ذلك بشكل كبير على صورة وسمعة وجودة المنتجات الوطنية اليدوية.

تحليل المحتوى للمجموعات البؤرية Focus Group Content Analysis

كما تم تفصيله سابقاً، فإن إجراء المجموعات البؤرية تم من خلال خمسة مراحل، بعد التقديم والترحيب بالمشاركين وتقديم بعض المشروبات والمأكولات الخفيفة في المرحلة الأولى، تم توزيع مجموعة من الأوراق بها أسئلة للإجابة عنها في المرحلة الثانية، وتركزت الأسئلة في أربعة محاور رئيسة للإجابة عن أربعة تساؤلات كبرى كالآتي:

1. ما نقاط القوة التي تتمتع بها صناعة البشوت بالأحساء؟
2. ما نقاط الضعف التي تعاني منها صناعة البشوت بالأحساء؟
3. ما الفرص المستقبلية التي يمكن استغلالها للارتقاء بصناعة البشوت بالأحساء؟
4. ما التهديدات الخارجية التي تواجه صناعة البشوت بالأحساء؟

في المرحلة الثالثة تم التدوين (والتأكد مما تم تدوينه بمراجعة التسجيلات الصوتية)، ومن ثم تجميع كل الإجابات (دون أي مناقشة) على ورقة عرض كبيرة معلقة أمام الجميع على شكل نقاط رئيسة فقط كما هو موضح في الجدول رقم (3).

جدول رقم (3): نقاط القوة، الضعف، الفرص، والتهديدات

نقاط الضعف	نقاط القوة
عدم وجود علامة تجارية (مثل عبارة: صنع في الأحساء).	ارتباط صناعة البشوت بمحافظة الأحساء، جودة البشوت الحساوي بالمقارنة بأي بشت آخر.
حجم السوق المستهدف (المستهلكون) صغير.	وفرة الأيدي العاملة الماهرة والبراعة.
اهتمام غير كافٍ من قبل الإعلام.	عامل جذب سياحي.
ارتفاع أعداد المواطنين المشتغلين في صناعة البشوت.	الصورة الذهنية الجيدة عن البشوت الحساوي.
تدني مستوى تعليم معظم المشتغلين في صناعة البشوت.	توافر المواد الأولية ذات الجودة العالية.
مهنة صعبة جداً.	توارث الحرفة من الأجداد إلى الأبناء، مصدر للتنمية السياحية المستدامة.
التهديدات	الفرص
تواجد منافسين.	الاهتمام المتزايد بصناعة السياحة.
دخول التكنولوجيا والأخص الآلات التي تعمل بالكمبيوتر في الصناعة.	إنشاء متجر إلكتروني معتمد.
عزوف الشباب عن الاشتغال في مهنة صناعة البشوت والتوجه إلى العمل الحكومي.	إنشاء معارض بصفة مستمرة لعرض المنتجات من خلالها.
دعم حكومي غير كافٍ.	عقد اتفاقات مع المتاجر الكبرى لعرض المنتجات بها.
	إنشاء نقاط بيع في المطارات أو منافذ الدخول للمملكة.

في المرحلتين الرابعة والخامسة من إدارة المجموعات البؤرية (كما تم تفصيله سابقاً) تمت المناقشة والتصويت (في حال الاختلاف) على كل النقاط بتفاصيل أكثر بين المجموعة، ونتيجة تلك المناقشة كانت إما تأكيد نقاط القوة، والضعف، والفرص، والتهديدات أو تغيير أماكنها من نقاط قوة

في المجموعة، ولن يطرح أي رأي شخصي خلال النقاش. كما بين أن جلسة المجموعة المركزة، مفتوحة لتبادل الآراء ووجهات النظر بشكل منفتح وصادق. وأنه لا توجد إجابة خطأ وإجابة صحيحة، فمن الجائز أن يتم الاختلاف، وأشار أيضاً إلى أنه يتم تسجيل عمل المجموعة المركزة، وذلك لنضمن أن يكون لدينا سجل دقيق للنقاش، وأكد أنه لن يستمع أحد خارج فريق الدراسة والجهات المسؤولة عن الدراسة إلى هذا التسجيل، إضافة إلى ذلك، لن يظهر في أي مادة نكتبها أو ننشرها ما يشير إلى الأسماء أو إلى معلومات شخصية تؤدي إلى معرفة المتحدث. في هذه المرحلة تم تقديم مشروبات ووجبات خفيفة للضيوف.

المرحلة الثانية: تم تقديم أقلام للكتابة وأوراق بها مجموعة من الأسئلة التي يتعين على المشاركين الإجابة عنها، وطلب منه تدوين جميع الأفكار التي تأتي على خاطره عند النظر في السؤال. خلال هذه المرحلة، طلب مدير جلسة النقاش من المشاركين عدم مناقشة الأفكار والإجابات مع الآخرين.

المرحلة الثالثة: وفيها دعا مدير حلقة النقاش المشاركين إلى مشاركة الأفكار التي قاموا بتوليدها معه فقط، وتم تسجيلها وتعليقها على ورقة كبيرة بالحائط للعرض باستخدام بعض الكلمات التي تحدثت بها المشاركون. واستمرت عملية التسجيل حتى تم تجميع جميع الأفكار، ولم تتم مناقشة الأفكار المطروحة بين المشاركين في هذه المرحلة، وتم تشجيع المشاركين على تدوين أي أفكار جديدة تكون قد نشأت مما يشاركونه الآخرون. وقد كفلت هذه العملية إتاحة الفرصة لجميع المشاركين لتقديم مساهمة متساوية، وقدمت سجلاً مكتوباً لجميع الأفكار التي ولدها الفريق.

المرحلة الرابعة: تمت فيها دعوة المجموعة إلى التماس تفسير شفهي أو مزيد من التفاصيل عن أي من الأفكار التي توصل إليها الزملاء، والتي ربما لم تكن واضحة لهم. وتتمثل مهمة مدير حلقة النقاش (facilitator) في ضمان السماح لكل شخص بالمساهمة، وأن مناقشة جميع الأفكار كانت شاملة دون أن تستغرق وقتاً طويلاً.

المرحلة الخامسة: وفيها تم إجراء تصويت على المسائل الخلافية وإعطاء الأولوية للإجابات المسجلة فيما يتعلق بالسؤال الأصلي، وبعد عملية التصويت، كانت الإجابات متاحة للمشاركين حتى انتهى الاجتماع من التوصل إلى نتائج واضحة ومحددة (VandeVen & Delbecq, 1974; Bartunek & Murnighan, 1984; Alison, Martin et al., 2004).

النتائج والمناقشة

النتائج الوصفية لعينة الدراسة

اشتملت عينة الدراسة على 24 حرفياً معروفاً بمهارته (4 مجموعات بؤرية كل مجموعة بها 6 أشخاص) وبالأخص في صناعة البشوت، وكانت النتائج الوصفية كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول رقم (1): أعمار المشاركين في المجموعات البؤرية*

العمر	التكرار	النسبة
أقل من 25 عاماً	4	16.6%
من 25 إلى 45 عاماً	8	33.4%
أكبر من 45 عاماً	12	50%
المجموع	24	100%

* كل المشاركين ذكورا ولا توجد نساء لرفضهم المشاركة وثقافة المجتمع السائدة وسط العينة.

يلاحظ من المعطيات في الجدول رقم (1) ارتفاع أعمار المشتغلين في صناعة البشوت؛ حيث كانت نسبتهم نصف العينة (50%)، وكانت نسبة الحرفيين الأقل من 25 عاماً هي الأقل بنسبة تقريباً 16.6% بينما كانت نسبة أعمار الحرفيين من 25 إلى 45 عاماً تساوي تقريباً 33.4%. المعطيات السابقة تعطي مؤشراً على ابتعاد وعزوف الشباب عن الصناعة، وأن عملية توريث الصناعة والحرفة من الآباء الأكبر سناً إلى الأبناء (كما هو معروف من قبل) بدأت في التراجع، وإذا استمر الوضع بالنمط نفسه في المستقبل قد تندثر وتنقرض الصناعة باختفاء الحرفيين منها.

زال- العبادة المفضلة لدى النخبة الاجتماعية في البلاد العربية من وجهاء، ورجال أعمال، ورجال دين، ووزراء، وأمراء، وملوك، ليس على مستوى دول الخليج فقط، بل في بلاد الشام أيضاً، وفي أرض الكنانة، والعديد من الدول الأفريقية. وهذا الحضور الأحسائي جلب العديد من المستهلكين إلى المنطقة، وشغفهم كان في امتلاك البشت الحساوي الأصيل. وفي عالم الحرفيات لم يكن لـ «البشت الأحسائي» فقط الشهرة والحضور، بل لـ «الدلة الأحسائية» الشهرة والحضور نفسه أيضاً. ووضح أحد الحضور في مجموعات التركيز أن:

البشت الحساوي عامل جذب سياحي ويمتاز بارتفاع أسعاره ولكنهما تُطلب بشكل خاص وبالتفصيل من النخب الاجتماعية على مستوى الوطن العربي، وأضاف أحدهم أن المشلح أو البشت يحظى باقبال كبير من قبل الكثير من أبناء الشعب السعودي وأبناء الخليج العربي ككل، مشيراً إلى أنه يستقبل في محله الكثير من طبقات المجتمع بالإضافة إلى تلقي الكثير من الطلبات عبر هاتفه من المحل من الداخل والخارج، وقد ينتقل الحرفي هو ومن معه إلى قصور رجال أعمال، ورجال دين، ووزراء، وأمراء بطلب منهم، ويمكث به إلى الانتهاء من حياكة البشت بالكامل. ولأن البشت الحساوي جيد الصناعة فهو يتحمل النقل، ويتمتع بعمر افتراضي طويل، مما يمنحه ميزة تنافسية في حالة التصدير خارج الأحساء لكثرة الطلب عليه.

• توافر المواد الأولية ذات الجودة العالية

كان في زمن ما قبل الطفرة النفطية يتم صناعة المواد الأولية والأصص قماش البشوت في الأحساء، حيث يتم جلب الصوف الطبيعي من البدو، ثم يتم غزله على أيدي النساء الأحسائيات، وبعد غزلهن الصوف يباع على الحاكة لتبدأ عملية الصناعة. وبعد اكتشاف النفط والطفرة الاقتصادية كان بعض الأقمشة يتم صنعها في الأحساء والبعض منها يتم استيراده من الخارج، وذلك وفقاً لتوقيت لبسه نظراً لأن البشت يستخدم صيفاً وشتاءً. واتفق الحضور على أن:

حالياً أجود أنواع الأقمشة هي المستوردة من إنجلترا (يسى القماش اللندني)، والقماش المستورد من اليابان (ويسى الوينشن) وهما من الأقمشة المستخدمة في صناعة البشت الصيفي وبالوان عدة كثيرة، وقد حلت محل الأقمشة الصيفية المستخدمة من قبل كلاً (النجفي) و(الدورقي)، غير أنها ليست بالشكل الجمالي نفسه، ولا زالت البشوت المصنوعة يدوياً هي المطلوبة من قبل النخبة. وأيضاً يستورد أنواع من الأقمشة من كشمير وسوريا. ويتم استيراد «الزري» من فرنسا، ألمانيا، اليابان، وأفضلها الألماني. وهناك عوائل تخصصت في استيراد الزري ويستوردونه من الهند على السفن إلى ميناء العقير بالأحساء.

على الرغم من اتفاق معظم المشتركين في مجموعات التركيز على توافر الأقمشة كمواد أولية وبجودة عالية إلا أن معظمها مستورد، مما يدق ناقوس الخطر على الصناعة. اشتهرت الأحساء قديماً بمختلف الحرف اليدوية وأتقن أهلها صناعتها بسبب توافر المواد الأولية في البيئة الطبيعية، فإذا ما توافرت المواد الأولية من بيئات أخرى (المستورد) قد يؤدي ذلك في المستقبل إلى انتقال الحرفة إلى أي بلد آخر بسبب انتقال العاملين (ومعظمهم من الأجانب كما تم توضيحه سابقاً) إلى بلدانهم الأصلية.

• توارث الحرفة من الأجداد إلى الآباء إلى الأبناء

أخلص أهل الأحساء في صناعة البشوت وهي مهنتهم المحببة حيث لا يشاركهم أحد في معرفة أسرارها وفنونها، ومنذ قديم الزمن توارثوها جيلاً عن جيل، ومن مظاهر إخلاصهم ما تم سرده في مجموعات التركيز عن طريقة تدريب الولد من قبل أن يبلغ سن التاسعة أو العاشرة كالتالي:

تجد أن الوالد منهم إذا أتى بولده إلى معزب المخايطة (صاحب

إلى ضعف مثلاً أو من فرصة إلى تهديد كما سيتم توضيحه لاحقاً، علماً بأنه قد تم تدعيم هذه النقاط من خلال الاقتباس لما قاله المشاركون في المجموعات البؤرية ووضعها بين علامتا تنصيص.

أولاً نقاط القوة:

• ارتباط صناعة البشت بمحافظة الأحساء، والصورة الذهنية الجيدة عن البشت الحساوي

اتفق الجميع أنها أفضل نقطة قوة في صناعة البشوت، وهي ارتباط البشت بالأحساء كأول مدينة سعودية تشتهر بصناعة البشت؛ حيث أطلق على الأحساء لقب "مملكة البشوت".

الصورة الذهنية عن البشت أنها مصدر للجاهة والوقار وزي رسمي في البروتوكولات، والبشت الحساوي من أجود أنواع البشوت، ويحتاج إلى جهد كبير وعدد عاملين كبير أيضاً، وذكر أحد الحاضرين أن صناعة البشت الواحد يدوياً يستغرق 15 يوماً، ويقوم بحياكته 10 أفراد، وتمر صناعة البشت بـ 10 مراحل كما تم ذكرها من قبل الحضور كالتالي:

حياكة البشت تبدأ بعملية الترسيم بمقاسات مختلفة، ثم تلها عملية السراجة، وتوضع البطانة، وهي قطعة قماش تشبه لون الزري (الزري يمثل خيوطاً حريرية مستوردة تتخذ عادة لوني الذهب والفضة) للثقب، ثم السموط أي الفراش، وبعد ذلك التركيب الفوقي للطوق، ثم تأتي مرحلة الهيلة، وهي حشو الزخرفة، وبعدها التركيب التحتي للدائر، ثم البروج، وهي الأكثر كلفة من حيث التصنيع، نتيجة ارتفاع أسعار المواد المستخدمة فيها، وكذلك وجوب الدقة الشديدة في تركيبها، وبعد إنجاز البروج يتم تركيب الزري كمنقشة أخيرة، وتأتي «البردخة» في المرحلة الأخيرة، حيث يوضع الزري المخاط على قطعة خشب ويتم طرده بمطارق خاصة لصقله.

ومن الجدير بالذكر أن عملية خياطة كل من (التركيب، والهيلة، والطوق، والبروج) تدعى بالكرمك.

كما أضاف أحد المشتركين في المجموعات البؤرية نقطة تؤكد ارتباط الصورة الذهنية لصناعة البشت بالأحساء كالتالي: "حينما تم انتقال صناعة البشت إلى العاصمة الرياض لم يطلقوا عليه اسم بشت الرياض ولكن يسمونه البشت الحساوي"

• وفرة الأيدي العاملة الماهرة والبارعة

على الرغم من اتفاق معظم المشاركين على أن وفرة الأيدي العاملة الماهرة نقطة قوة، إلا أنه بعد المناقشة والجدال بين أعضاء المجموعة تبين أن أغلبية الأيدي العاملة من غير المواطنين. وبالسؤال عن النسبة التقريبية للعاملين الأجانب (غير السعوديين) في حرفة صناعة البشوت اتفقوا أنها تزيد عن 75%. الأمر الذي جعل هذه النقطة تتحول إلى تهديد من الممكن أن يؤدي إلى انقراض حرفة صناعة البشت على المدى الطويل، بالأخص بعد القوانين التي فرضت رسوماً على العمالة الأجنبية، مما اضطر بعض الأجانب إلى ترك الحرفة والسفر إلى بلادهم.

• عامل جذب سياحي

أصبح من المتعارف عليه عالمياً أن هناك ارتباطاً كبيراً بين السياحة والصناعات والحرف اليدوية؛ وذلك لأن السائح بصرف النظر عن نوع السياحة التي تجذبه وبصرف النظر أيضاً عن الفترة التي يقضيها في المقصد السياحي، قلما يغادر البلد دون أن يأخذ منها تذكراً، وغالباً يكون من المنتجات المصنعة يدوياً. يتجلى هذا الارتباط في الطريقة الحديثة لممارسة السياحة؛ حيث لم يعد مفهوم السياحة يمثل المكوث في منتج مغلق، بل يرغب السائح في التواصل مع السكان الأصليين وارتداء أزيائهم والاختلاط معهم في عاداتهم اليومية. الأمر بالنسبة للبشت له طبيعة خاصة فهو غالي الثمن وهو لبس النخبة والكثير يتم تقليدهم. البشت الأحسائي كان -وما

على الرغم من الاعتقاد الشائع أن اتساع السوق المستهدف يدل في أغلب الأحيان على ارتفاع الأرباح المتوقعة (Anderson, 1994)، ومع الأخذ في الاعتبار أن سوق صناعة البشت صغير بالمقارنة بأسواق الملابس عمومًا، فقد اتفق معظم المشترين في بادئ الأمر أن تلك نقطة ضعف، ولكن بعد نقاش وجدال بين أعضاء المجموعة تحولت تلك النقطة إلى نقطة قوة؛ حيث إن تلك الشريحة المستهدفة لها قوة شرائية عالية جدًا وغالبًا لا ينظرون إلى سعر البشت ولكن يهتمون بجودته وإتقانه، وأوضح أحدهم قائلاً:

عملاؤنا من كبار رجال الأعمال، ورجال دين، ووزراء، وأمراء، وملوك الدول ولا نبغي استبدالهم بل نطمح إلى زيادة الأعداد فقط من تلك الشريحة.

النظرة السابقة تتوافق مع استراتيجية التميز بالتركيز على شريحة معينة التي قدمها Porter, 1980 للحصول على ميزة تنافسية وزيادة الربحية.

• اهتمام غير كافٍ من قبل الإعلام

على الرغم من اهتمام الدولة بشكل عام والإعلام بشكل خاص بالصناعات والحرف اليدوية وأهميتها السياحية والاقتصادية والبيئية، إلا أن القائمين على صناعة البشت اتفقوا على أن من يظهر في الإعلام أو ما يُكتب عنهم في الصحف هم غالبًا من الوسطاء البائعين وليسوا من المشتغلين بالصناعة، وأوضح أحد المشترين في المجموعات البوذية (من أشهر عائلات صناعة البشت في الأحساء) أنه:

بسبب تجاهل الإعلام قامت العائلة بإنتاج فلم وثائقي عن صناعة البشت وشهرة العائلة في خياطة البشت وتم إنتاجه على نفقة العائلة وقدم رابط على اليوتيوب: <https://www.youtube.com/watch?v=rvO8xKbzQbw>

ارتفاع أعمار المواطنين المشتغلين في صناعة البشت وتدني المستوى التعليمي

من الملاحظ أن المشتغلين في صناعة البشت المتواجدين حالياً أغلبهم من كبار السن نسبياً (أكبر من 45 عاماً)، أكدت البيانات الوصفية لعينة الدراسة هذه المعلومة، وتم دعمها بالنقاش مع المجموعات البوذية بأنها نقطة ضعف لعدم قدرة معظم القائمين على الصناعة الآن على إقناع أو حتى إرغام أبنائهم على الاشتغال بصناعة البشت، واتجاه أغلبية الشباب إلى وظائف أخرى لتوافر مغريات وأبواب رزق كثيرة وتوافر العديد من الفرص الوظيفية للأجيال الجديدة بالمقارنة بجيل الآباء والأجداد. وقد تفضل الأجيال الجديدة الدخول في مضمار التعليم الحكومي أو الخاص مما يجعلهم بعيد الصلة بحرفة الآباء والأجداد. إذا استمر الوضع على ما هو عليه قد يؤدي ذلك في المستقبل إلى تهديد صناعة البشت من دخول الأجانب لسد الفجوة في الأيدي العاملة كما تم توضيحه في نقطة سابقة (وفرة الأيدي العاملة). يلاحظ أيضاً أن المستوى التعليمي لمعظم المشتغلين حالياً في صناعة البشت متدنٍ وقد يؤثر ذلك على قدرتهم على استخدام تقنيات العصر الحديث في تطوير الصناعة.

• مهنة صعبة جداً

صناعة البشت مهنة وحرفة يجب تعلمها منذ الصغر فهي مهنة تحتاج إلى مهارة وخبرة عالية جداً لاحترافها، وأوضح أحد الحاضرين أنه:

" قد يؤدي الاشتغال بصناعة البشت لفترات طويلة إلى ضعف البصر أو العمى في بعض الأحيان والكثير من الألم في الظهر والقدمين.

ثالثاً: الفرص:

• الاهتمام المتزايد بصناعة السياحة

استهدفت رؤية المملكة 2030 وضع مبادرات فاعلة ومرتكزات أساسية

مجلس التدريب والإنتاج) والولد لم يبلغ الحلم بعد، تجده يقول للمعزب بكل ثقة (هاك الولد، لك اللحم ولنا العظامه)، وهو مؤشر أن يأخذ صاحب المجلس كل ما ينبغي من إجراءات لضمان نجاح هذا الصبي في حرفة الآباء والأجداد، وكان معزب المخايطة يمارس تدريبه مع الصبي كأنه الولد تماماً، فقد يصل الحال معه في بعض الأحيان أثناء التدريب إلى الضرب باليد، إذا لم يتقيد بتعليمات التدريب، كما يعبر عنه بأن (خرب الشغل) وعادة ما يتم التدرج مع هذا الولد المتدرب بإرساله في مقاضي المجلس، وتكليفه بأمور بسيطة مثل ترتيب وطى البشت وتنظيفه، ثم يعطى قطعة من القماش ليتعلم التعامل مع الخيط، وكيفية ضبط المسافات على قطعة قماش يدعى (البيش) ومنها قيل المثل الدارج على الألسنة (طاققة البيش) إذ يطلق على القماش غير الموزون، بعدها يجعلونه يتدرب مع أحد المخايطة للتعلم، ويتم تدريبه في خيوط رخيصة الثمن مصنوعة من النحاس.

ومن أشهر العوائل في صناعة البشت في محافظة الأحساء: القضيب، الشهاب، الحرز، الخرس، الأمير، الرضان، القطان، النجار، البقشي.

"ومن القصص التي يتم تداولها عن توريث حرفة صناعة البشت ما تمت روايته عن مقاطعة أحد أشهر عوائل حي الفوارس (في فترة السبعينيات هجرية من القرن الرابع عشر هجرية) لأبناء عمومته عندما علم أنهم قاموا بتدريب بعض العوائل التي لم يعرف لها سابقة في مهنة وحرفة صناعة البشت".

مع تغير الزمن والطفرة النفطية والاقتصادية الحالية، قد لا يتحمل الجيل الحالي التعب (كما تحمله أبائهم) وليس لديهم الصبر الكافي، وقد يفضلون وظائف حكومية أكثر راحة، مما يستدعي تدخل كل الجهات المختصة لمحاولة توطين الحرفة مرة أخرى في عوائل جديدة حتى لا تندثر مع الزمن.

• مصدر للتنمية السياحية المستدامة

كما تم تفصيله سابقاً وبعد مناقشة مع مجموعات التركيز، صناعة البشت كفنٍ يدوي من أهم فنون الصناعات اليدوية التي تشتهر بها محافظة الأحساء، ويمكن استغلالها لتحقيق التنمية السياحية المستدامة حيث تتوفر فيها كل متطلبات التنمية الخاصة بها، فهي كصناعة تسعى إلى حماية البيئة والموارد الطبيعية والتراث الثقافي للمجتمع، والاهتمام بالعنصر البشري والعمل على الارتقاء بمستواه المعيشي، وخلق فرص جديدة للاستثمار مما يؤدي إلى خلق فرص عمل جديدة وتنوع الاقتصاد، وتشجيع مشاركة المجتمعات المحلية في تطبيق مفهوم التنمية السياحية المستدامة التي لا تضر السائح والمجتمع.

ثانياً: نقاط الضعف:

• عدم وجود علامة تجارية (مثل كلمة صنع في السعودية أو الأحساء)

من الصعب على المستهلك تمييز البشت المصنوع يدوياً والبشت المنتج آلياً، ويعتمد المشتري على الثقة فقط بينه وبين البائع أو على سمعة البائع في السوق. ويمكن التغلب على تلك المشكلة إذا كانت هناك علامة تجارية لها حقوق ملكية مثلها مثل الماركات العالمية تميز المنتج الأصيل، وتتولى الجهات الرسمية المراقبة على تلك العلامة التجارية والتأكد من مصداقيتها ومراقبة كل المشترين فيها، ويروي أحد المشترين في صناعة البشت أنه:

" رأيتُ بشتاً معروضاً على بعض صفحات الإنترنت وكان شكله مميز جداً وسعره رافع بالمقارنة بالبشت المصنوع يدوياً، وعارض البشت ادعى أنه صناعة يدوية، ولكن عند مطالعته بالعين اكتشف أنه مصنع آلياً وليس يدوياً"

إذا كان هذا الموقف تعرض له أحد المشتغلين بالصناعة، فبالتأكيد سيمر به الكثير من المستهلكين الذين لا تتوافر لديهم خبرة ومهارة الصانع نفسه.

• حجم السوق المستهدف (المستهلكون) صغير

أو الخروج من المملكة العربية السعودية مع التأكد من أن المنتجات المعروضة من البشوت أصلية مصنعة يدويًا.

رابعًا: التهديدات:

• المنافسة

على الرغم من أن التنافس داخل الصناعة قد يمثل تهديدًا لأصحاب الصناعة (Porter, 1984) إلا أن الوضع يختلف في صناعة البشوت حيث صرح أحد الحضور أن:

ما زال البشوت الحساوي يتربع على عرش صناعة البشوت ولا يوجد بشت آخر يضاهيه أصالة أو جودة بينما التهديد الحقيقي قد يكون بسبب مكانن الخياطة المتصلة بالكمبيوتر

• دخول التكنولوجيا وبالأخص مكانن الخياطة المتصلة بالكمبيوتر

ظهور منتج منافس بديل يؤدي الغرض نفسه بجودة أعلى أو بسعر أقل أو بالميزتين معًا قد يمثل تهديدًا قويًا جدًا لأي صناعة (Porter, 1984) وقد يؤدي في بعض الأحيان إلى اندثارها. ظهور مكانن خياطة متصلة بالكمبيوتر تعطي تصاميم مبتكرة وذات شكل جميل للبشوت مع توفير الوقت والجهد المبذول من أكثر الأشياء التي تهدد صناعة البشوت في الأحساء. وخاصةً أن التعامل مع تلك المكانن لا يتطلب مهارة وحرفة بالمقارنة بالصناعة باليد. وأكد أحد المشاركين خطورة هذا التهديد حيث قال:

" أصبحت مكانن الخياطة المتصلة بالكمبيوتر (الآلي) منتشرة بشكل كبير جدًا، فالكثير من الأشخاص غير المتعلمين (ليس لديه شهادة يعمل بها) أو من ليس لديهم حرفة يتقنها ولا يجد وظيفة حكومية، وتتوافر معه بعض الأموال يتجه إلى شراء ماكينة خياطة تعمل بالكمبيوتر لصناعة البشوت"

وفي هذا الإطار اقترح أحد المشاركين من عائلة الأمير استحداث أو ابتكار ماكينة تكشف البشوت المصنع يدويًا أو آليًا وتكشف أيضًا نوع الزري (الذهبي أو الفضي) المستخدم هل هو أصلي أو تقليد على غرار المكانن المشهورة التي تكشف عن العملات المزيفة أو الذهب المقلد.

ومع قلة وعي بعض المستهلكين بالفرق بين البشوت المصنع يدويًا أو آليًا وتوافر بشوت رخيصة الثمن مصممة بشكل جيد، لاقت البشوت المصنعة آليًا رواجًا بين طبقات كثيرة من المستهلكين. أضاف أحد الحضور أن:

" مع زيادة الإقبال على البشوت المصنع الآلي، في المستقبل البشوت المصنع يدويًا سيموت، فمثلًا في مجال الرياض قليل اللي عنده بشوت يدوي فمن الممكن أن يعرض أكثر من عشرة آلاف بشوت مصنع آليًا فقط مائة بشوت مصنع يدويًا ويحاول البائع أن يقنع المشتري بالبشوت المصنع الآلي لأن ربحه منه كبير وقليل الثمن فيتراوح سعر بيعه من 500 ريال أو أقل بينما اليدوي دائمًا ما يزيد عن 1500 ريال"

• عزوف الشباب عن الاشتغال في مهنة صناعة البشوت والتوجه إلى العمل الحكومي

تم الإسهاب في تلك النقطة سابقًا وشرح أسباب عزوف الشباب عن تلك الصناعة ليس فقط بسبب الطفرة الاقتصادية والنفطية التي وفرت العديد من فرص العمل، بل أيضًا بسبب صعوبة حرفة صناعة البشوت التي قد تؤدي إلى العديد من الآلام في الظهر والقدمين والعين.

• دعم حكومي غير كافٍ

على الرغم من الاهتمام المتزايد من قبل الحكومة بالصناعات اليدوية بشكل عام وبصناعة البشوت بشكل خاص، إلا أن القائمين على صناعة البشوت في محافظة الأحساء يرون أن هذا الاهتمام غير كافٍ وأنه يفضل التواصل (من جانب هيئة السياحة والتراث، أمانة الأحساء أو هيئة الترفيه) مع العوائل التي تتهن بالصناعة بشكل مباشر (وليس مع الوسطاء القائمين ببيع

لمستقبل المملكة العربية السعودية، وذلك لتقليص الاعتماد الكلي على صناعة النفط، عن طريق استحداث روافد كثيرة ومختلفة لدعم الاقتصاد الوطني، يأتي من ضمنها القطاع السياحي (رؤية المملكة، 2030). وبالنظر إلى مكانة المملكة العربية السعودية على المستوى الإقليمي والتاريخي والديني، أصدرت المملكة العربية السعودية مؤخرًا التأشيرة السياحية مستهدفة مواطني 49 دولة يمكنهم الحصول على التأشيرة فورًا من منافذ محددة مسبقًا للدخول إلى المملكة العربية السعودية، من المتوقع أن يتم جذب عدد كبير من السائحين من مختلف أرجاء العالم مما سيكون له مردود إيجابي على القطاعات الداخلية الأخرى، وعلى رأسها الخدمات الفندقية والسياحية والترفيهية وانتعاش أسواق الحرف اليدوية.

الإجراءات السابقة سيكون لها مردود إيجابي على محافظة الأحساء؛ فهي عاصمة السياحة العربية (المجلس الوزاري العربي للسياحة، 2019) لعام 2019 وهي أول مدينة خليجية وثاني مدينة عربية تنضم إلى قائمة المدن المبدعة (بعد مدينة أسوان في مصر) حسب تصنيف منظمة اليونسكو. كل تلك المقومات ستعمل على زيادة أعداد السائحين داخليين أو خارجيين إلى محافظة الأحساء. وكما تم تفصيله سابقًا فإن أغلبية السائحين لم يرغبوا فقط في الاستمتاع بسياحة المنتجعات والأنماط التقليدية الأخرى، بل يرغب السائح في الاندماج مع المواطنين ومعرفة عاداتهم وتقاليدهم وارتداء أزيائهم أيضًا. من هذا المنطلق يمكن أن تكون الفرصة سانحة (وبالأخص لشريحة السائحين التي لديها قوة شرائية مرتفعة) لصناعة البشوت في التوسع عالميًا.

في السياق نفسه أوضح أحد المشاركين أن:

"الرجال تأتي من مختلف أنحاء المملكة إلى الأحساء خصيصًا لشراء بشوت ذات نقشة معينة (عدد نقشات البشوت قد يزيد عن 14 نقشة مختلفة) ومن الممكن أن يمكث أيامًا وأيامًا حتى يحصل على مبتغاه"

• إنشاء متجر إلكتروني معتمد

تبني تقديم فكرة المتجر الإلكتروني عنصر الشباب عند مناقشة الفرص المستقبلية المتاحة لزيادة المبيعات والأرباح من صناعة البشوت، بينما كان ضد الفكرة تمامًا الجيل الأكبر سنًا واعتبروها تهديدًا للصناعة حيث صرح أحد المشاركين من كبار السن:

"أنا بشوف مشلح (بشوت) في الإنترنت لا أعرف نوع الخامة أو أنه أصلي مصنع يدويًا أم تم تصنيعه آليًا أو الزاري مثلًا ذات خامة جيدة أم رديئة وهذا صعب من خلال الإنترنت لازم الزبون يرى السلعة أمامه"

وبعد مناقشة وجدال كثير، اقتنع المشاركون أن فكرة المتجر الإلكتروني من الممكن استغلالها كفكرة جيدة ولكن بشروط، مثلًا أن تتولى جهة رسمية موثوق فيها (من جهة البائع والمشتري) إدارة الموقع والتأكد من أن كل المعروض فيه أصلي غير مقلد.

• فرص تسويقية أخرى

إن التعامل بشكل مباشر مع المتاجر الكبرى والتي لديها خبرة عريضة في المجال التجاري وتمتلك الكثير من وسائل الترويج والعرض والدعاية، قد يوفر فرصة يمكن اقتناصها للترويج للبشوت، ولكن اشترط المشاركون في المجموعات البؤرية أن تعرض المنتجات في أماكن مميزة داخل تلك المتاجر تليق بمكانة البشوت الحساوي. من الفرص التي اقترحها المشاركون أيضًا أن تتولى المؤسسات الرسمية تنظيم وإقامة معارض محلية ودولية بشكل دوري على مدار العام تعرض فيها المنتجات المختلفة من المشالغ بوساطة العائلات التي تقوم بصناعتها وليس عن طريق وسطاء. في السياق نفسه، اقترح المشاركون تخصيص أماكن مميزة لعرض البشوت داخل المزارات السياحية والفنادق ذات التصنيف المرتفع في كل أرجاء المملكة. وأخيرًا، قدم المشاركون مقترحًا بعرض المنتجات المصنعة يدويًا في جميع منافذ الدخول

18. إنشاء معارض محلية، ودولية، وإقليمية بصفة مستمرة لعرض منتجات البشوت فيها.
19. تخصيص أماكن مميزة لعرض البشوت داخل المزارات السياحية والفنادق ذات التصنيف المرتفع في كل أرجاء المملكة.
20. عرض منتجات البشوت المصنعة يدويًا في جميع منافذ الدخول أو الخروج من المملكة العربية السعودية.

شكر وتقدير

يتقدم الباحثون بالشكر الجزيل لعمادة البحث العلمي بجامعة الملك فيصل على دعمها المادي والمعنوي في تمويل هذا المشروع رقم (181003).

نبذة عن المؤلفين

محمد علي يوسف مصطفى

قسم الإدارة، كلية إدارة الأعمال، جامعة الملك فيصل، الأحساء، السعودية
قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة وإدارة الفنادق، جامعة حلوان، القاهرة، مصر

mamoustafa@kfu.edu.sa, 00966546635806

د. مصطفى خريج جامعة كارديف ميتروبوليتان ببريطانيا، وأستاذ مشارك، عضو هيئة تدريس بكل من قسم الإدارة بكلية إدارة الأعمال بجامعة الملك فيصل وقسم الدراسات السياحية بكلية السياحة والفنادق جامعة حلوان بمصر، نشر العديد من الأبحاث العلمية في العديد من المجالات الإقليمية والدولية مثل (Elsevier, Taylor & Francis) في مجال الإدارة السياحية والتسويق الرقمي. أشرف على العديد من رسائل الماجستير والدكتوراه بمصر وعدد من مشاريع التخرج لطلاب ماجستير إدارة الأعمال بجامعة الملك فيصل. كما شارك بالعديد من المشاريع البحثية الوطنية والدولية في مجالات الإدارة السياحية والفندقية. حاصل على العديد من الشهادات المهنية في مجال إدارة الأغذية والفنادق ومدرب معتمد من منظمتي (AHLEI) (NRAEF) الأمريكية.

محمد ناصر الشقاوي

قسم الإدارة، كلية إدارة الأعمال، جامعة الملك فيصل، الأحساء، السعودية
malshagawi@kfu.edu.sa, 00966559070709

د. الشقاوي حاصل على درجة الدكتوراه في الإدارة الاستراتيجية من جامعة سنت أندروز. ويعمل حالياً أستاذاً مشاركاً بكلية إدارة الأعمال بجامعة الملك فيصل. عمل في عدد من المناصب الإدارية في الجامعة منها عميد لكلية إدارة الأعمال ورئيس لقسم الإدارة وقسم نظم المعلومات الإدارية ومشرفاً عام على إدارة التعاون الدولي والتبادل المعرفي. كما حصل على منحة فولبرايت للعام الجامعي 2010-2011. وتتركز اهتماماته البحثية على الممارسات الاستراتيجية في المنشآت الصغيرة وريادة الأعمال النسائية.

إبراهيم عبد الحميد الشاعر

قسم الإدارة، كلية إدارة الأعمال، جامعة الملك فيصل، الأحساء، السعودية
قسم الادارة الفندقية، كلية السياحة وإدارة الفنادق- جامعة قناة السويس، مصر

ielshaer@kfu.edu.sa, 00966543936680

د. الشاعر خريج كلية الادارة- جامعة هل ببريطانيا، وأستاذ مشارك بكل من قسم الإدارة بكلية إدارة الأعمال بجامعة الملك فيصل وقسم الادارة الفندقية بكلية السياحة والفنادق جامعة قناة السويس بمصر، نشر في

المنتجات) والعمل على تدليل أي عقبات تمويلية أو تسويقية تواجههم.
خامساً: أفكار مقترحة لتحويل نقاط الضعف إلى نقاط قوة ولتحويل التهديدات إلى فرص:

تم التلميح إلى تلك الأفكار عند مناقشة نقاط الضعف والتهديدات ويمكن اختصارها في النقاط التالية:

1. إنشاء علامة تجارية خاصة بالبشوت الحساوي لها حقوق ملكية مثلها مثل الماركات العالمية وتتولى الجهات الرسمية المراقبة على تلك العلامة التجارية والتأكد من مصداقيتها ومراقبة كل المشتريين فيها.
2. عمل أفلام وثائقية عن صناعة البشوت والتواصل بشكل مباشر مع العائلات التي اشتهرت بتلك الحرفة.
3. تحديد مسؤولية وواجبات وسائل الإعلام وما يقع على عاتقها من مسؤولية التعريف بصناعة البشوت على جميع المستويات المحلية والإقليمية والدولية، وكذلك أيضاً العمل على توعية المجتمع لما تمثله تلك الصناعة من ثروات قومية، إضافة إلى العمل على إعداد برامج إعلامية تثقيفية للتنويه بما تتميز به صناعة البشوت كمنتج له منافع مستمرة للمجتمع، مع طرح إمكانية قبول ارتداء البشوت من قبل الأجانب في إطار النشاط السياحي الواسع.
4. ضرورة البحث عن فرص لتوفير وتصنيع المواد الخام محلياً من الأقمشة والزرني المخصصة لصناعة البشوت، حتى يمكننا التخلص من الاعتماد على استيرادها مما قد يؤثر ليس فقط في ارتفاع سعر البشوت، بل أيضاً قد يمثل تهديداً من تحكم الموردين في الصناعة.
5. العمل على تطوير شكل المنتج (البشوت)، وذلك بالقيام بدراسات تخص الناحية الجمالية في التصميم، والتي تتواءم مع احتياجات المستهلك والسوق المستهدف، والاستعانة بالتراث كمصدر للإلهام والتطوير والابتكار.
6. ضرورة الاهتمام بمسألة التعليم (حيث إن النسبة الكبرى لصانعي البشوت من غير المتعلمين) من خلال ربط صانعي البشوت بخدمة تعليمية، توفر للحرفي أو الحرفية فرصة تكوين ثقافة عامة حول بعض أساسيات التصميم وأساليب التسويق، والتعامل مع المستهلك. بالتوازي مع الطابع العائلي لصناعة البشوت، محاولة إنشاء طابع مؤسسي للصناعة؛ بالخروج من إطار العائلات والانتقال إلى صناعة المؤسسات، للتغلب على مشكلة عزوف بعض أبناء العائلات المشهورة بصناعة البشوت عن الانخراط في صناعة الآباء والأجداد.
8. اتخاذ التدابير اللازمة من جانب المؤسسات الرسمية لضمان استمرارية الإبداع والبحث والابتكار في صناعة البشوت لمواجهة المنتجات البديلة المميكنة، وعلى القائمين على صناعة البشوت تجربة الأفكار والتصاميم الجديدة، بما قد يؤدي إلى فرص تسويقية، أو إعداد طبعات ترويجية.
9. التوثيق والدراسات: الاهتمام بالتوثيق البحثي والمعلوماتي لجميع أنواع وتقنيات وطرق صناعة البشوت، لتشكيل وحدة معلومات حول كل البيانات الخاصة بتلك الصناعة وكيفية تطورها عبر العصور.
10. توفير التمويل المالي المطلوب من جانب مؤسسات الدولة أو من جانب القطاع الخاص وذلك لدعم صناعة البشوت وضمان التوسع في تطويرها كارت حضاري ثقافي مميز للمملكة العربية السعودية.
11. الاهتمام والعناية بصانعي البشوت واقتراح إنشاء هيئة منتخبة خاصة بهم تراعي شؤونهم وتطالب بحقوقهم وتتولى عملية التواصل مع جميع مؤسسات الدولة والقطاع الخاص.
12. تشجيع المجتمع المدني على المساهمة في انتشار صناعة البشوت ضمن النشاط السياحي الواعد.
13. استعادة التقليد الرائع القديم بتقديم البشوت كنوع من الهدايا القيمة في المناسبات الرسمية عند زيارات رؤساء وملوك ووزراء الدول الصديقة إلى المملكة العربية السعودية.
14. الحماية القانونية: ضرورة اتخاذ بعض الإجراءات القانونية التي تستهدف وضع حزمة من التشريعات لحماية الملكية الفكرية والذاتية لصناعة البشوت كصناعة حساوية.
15. إنشاء متجر إلكتروني تحت رعاية وحماية من قبل مؤسسات الدولة يضمن جذب ثقة كل من البائع والمشتري.
16. استحداث أو ابتكار جهاز للكشف عن المنتجات المقلدة غير الأصلية لضمان استمرار تميز منتجات البشوت المصنوعة يدويًا عن غيرها المصنوع بالكمبيوتر.
17. إبرام اتفاقات مع المتاجر العالمية الكبرى سواء داخل أو خارج المملكة

عامر إبراهيم قنديلجي و إيمان السامرائي. 2009. البحث العلمي الكمي والنوعي. دار اليازوري، عمان

عبد الرحيم، شنيئي. 2010. دور التسويق السياحي في إنعاش الصناعة التقليدية والحرفية دراسة ميدانية حالة مدينة غرداية. رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة أبو بكر بلقايد (تلمسان)، الجزائر.

العجلوني، عبد الله والعجلوني، عبد المهدي. 2017. مقومات الجذب السياحي وضوابطه الشرعية: حالة المملكة العربية السعودية. مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية) المجلد الواحد والثلاثون، العدد الثاني عشر، 2152-2172.

عراقي، محمد وعطا الله، فاروق. 2007. التنمية السياحية المستدامة في جمهورية مصر العربية: دراسة تقويمية بالتطبيق على محافظ الإسكندرية. ورشة عمل السياحة الإسكندرية، المعهد العالي للسياحة والفنادق، الإسكندرية.

عطية، أحمد. 2013. تنمية الحرف اليدوية والأسواق التراثية كمدخل لتعزيز السياحة الثقافية: الواقع والتحديات وأفاق التطوير في سوريا. مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الهندسية المجلد الخامس والثلاثون، العدد الخامس.

العمودي، عبيد. 2015. الصناعات اليدوية في المملكة التي تميزت بها المنطقة الشرقية. مجلة هي، المملكة العربية السعودية، تاريخ الاسترجاع: 2019/8/22.

بموقع: <https://www.hiamag.com/منوعات/اخبار/12-294601-من-الصناعات-اليديوية-في-المملكة-تميزت-بها-المنطقة-الشرقية>.

القحطاني، سعيد. 2006. الجدوى الاقتصادية للاستثمار في مشروع للحرف والصناعات اليدوية بالمملكة العربية السعودية. المؤتمر الدولي للسياحة والحرف اليدوية، الرياض، المملكة العربية السعودية.

القصطلبي، علي. 2006. اليابان تدعو الدول الإسلامية من تجارها في تنمية الحرف اليدوية. جريدة الرياض، العدد 14021، تاريخ الاسترجاع 2019/8/23. نشر بموقع: <http://www.alriyadh.com/201412/#>

المجلس الوزاري العربي للسياحة. 2019. تاريخ الاسترجاع: 2019-9-22، نشر بموقع:

معهد التخطيط القومي. 2019. سلسلة قضايا التخطيط والتنمية: سياحة التراث الثقافي المستدامة مع التطبيق على القاهرة التاريخية. تاريخ الاسترجاع 2020/3/28. نشر بموقع <http://inplanning.gov.eg/ar/publications/Pages/Publications-Details.aspx?pubid=978>

الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني. 2018. الأحساء – عيون ونخيل.. ووجوه مرحة. تاريخ الاسترجاع 2019/9/1. نشر بموقع: <https://scth.gov.sa/ebooks/Documents/p18/OasisPalmWelcomingFace/mobile/html5forpc.html>

وزارة السياحة. 2020. الاستراتيجية الوطنية لتنمية الحرف اليدوية والصناعات اليدوية والخطة التنفيذية. تاريخ الاسترجاع بموقع: 2020/3/30. نشر <https://mt.gov.sa/handicraft/Pages/strategy.aspx>

Aldubur. O. (2016). dawr altanmiat alsyahiat almustadamat fi muajahat zahirat albialat - draasat halat masru 'The role of sustainable tourism development in facing the phenomenon of unemployment - a case study of Egypt'. Almutamar aleilmii alduwalii alththalith "aliqanun walsiyahati", kuliyat alhuquq, jamieat tunta. 1-25.

Aleujlunaa. A., Aleujlunaa. A. (2017). Muqawimat aljadh alsiyahii

العديد من المجلات ذات معامل التأثير والمصنفة في ISI و Scopus. وتولى منصب سكرتير التحرير بمجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة كما أنه مراجع في العديد من المجلات العربية والدولية مثل (TQM and Business excellency- International journal of quality) and reliability- Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events- Journal of Hospitality Marketing & Management - مجلة الملك فيصل – مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة- مجلة جامعة المجمعة). حصل أحد أبحاثه على جائزة التميز لسنة 2017 من مجموعة إيمerald (Emerald) للنشر. أشرف على العديد من رسائل الماجستير والدكتوراه بمصر وعدد من مشاريع التخرج لطلاب ماجستير إدارة الأعمال بجامعة الملك فيصل.

المراجع

أحلام، خان و صورية، زواي. 2010. السياحة البيئية وأثرها على التنمية في المناطق الريفية. أبحاث اقتصادية وإدارية. جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد السابع، 225-246.

الاستعراض الطوعي الوطني الأول للمملكة. 2018. نحو تنمية مستدامة للمملكة العربية السعودية. تاريخ الاسترجاع 2020/3/29. نشر بموقع:

https://www.sa.undp.org/content/saudi_arabia/ar/home/library/SDGs/VNR.html

حافظ، طلعت. 2009م. الحرف اليدوية: صناعة الاقتصاد السعودي القادمة، جريدة العرب الاقتصادية الدولية. تاريخ الاسترجاع: 2019/9/20م. نشر بموقع: http://www.aleqt.com/2009/05/01/article_7088.htm

خميس، سنية. 2000. العباءة الخارجية التقليدية "البشت" للرجال في دول الخليج: دراسة تحليلية. مجلة علوم وفنون- دراسات وبحوث، جامعة حلوان، المجلد الثاني عشر العدد الثالث، 177-198.

خميس، سنية. 2004. العباءة الخارجية التقليدية: البشت للرجال في دول الخليج. مجلة الفنون الشعبية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، المجلد سبعة وستون، العدد ستة وستون.

خنفر، إباد و خنفر، عايد. 2006. تسويق السياحة البيئية والتنوع الحيوي. نشرة جامعة أسبوط للبحوث البيئية، المجلد التاسع، العدد الثاني، أكتوبر 2006.

الدبور، عمر. 2016. دور التنمية السياحية المستدامة في مواجهة ظاهرة البطالة – دراسة حالة مصر. المؤتمر العلمي الدولي الثالث "القانون والسياحة"، كلية الحقوق، جامعة طنطا، 1-25.

رؤية المملكة 2030. تاريخ الاسترجاع: 2019-9-22. نشر بموقع: <https://vision2030.gov.sa/download/file/422>

زين الدين، صلاح. 2016. دراسة لفرص وتحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر. المؤتمر العلمي الدولي الثالث "القانون والسياحة"، كلية الحقوق، جامعة طنطا، 1-60.

سالم، محمود و وفيق، غادة. 2016. تنمية الحرف اليدوية والصناعات التقليدية كأحد مقومات الجذب السياحي المصري. مجلة كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، المجلد العاشر، العدد (1/2)، 225-255.

السعود، عبده. 2010. دور الموارد التراثية في حجم الحركة السياحية: دراسة الحالة في محافظة الأحساء. مجلة السياحة والآثار، جامعة الملك سعود، المجلد الثاني والعشرون، العدد الأول، 1-43.

الشايب، عبد الله. 2002. ورقة عمل قدمت لورشة تطوير الحرف اليدوية، سلطنة عمان.

- field study, Ghardaia city'. Master Thesis, Faculty of Economics, Management and Commercial Sciences, University of Abu Bakr Belkaid (Tlemcen), Algeria.
- Eamir. Q., Alsamrayy.E. (2009). *albahth aleilmia alkamiya walnuwei 'Quantitative and Qualitative Scientific Research'*. Dar alyazwry, Amman.
- Eatiat. A. (2013). *Tamiyat alharf alyadawiat wal'aswaq alturathiat kamudkhal litaheziz alsiyahat althufaqiata: alwaqie waltahadiyat wafaq altatwir fi suria 'Completing Handicrafts and Heritage Markets as an Approach to Promoting Cultural Tourism: Reality, Challenges and Prospects for Development in Syria'*. Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies, Engineering Science Series.35 (5).
- Eiraqi. M., Waeataallah. F. (2007). *Altanmiat alsiyahiat almustadamat fi jumhuriat misr alearbiat: dirasat taqwimiya bialtatbiq ealaa muhafiz al'iiskandariati 'Sustainable tourism development in the Arab Republic of Egypt: an evaluation study applied to the governor of Alexandria'*. Warshat eamal alsiyahat alsikandariati, almaheed aleali lilsiyahat walfanadiqi, alsiyufi, al'iiskandariati.
- Fennell, D.1999. *Ecotourism: An Introduction*. Routledge, London.
- Ghuri, G., and Gronhaug, K.Kristianslund ,1995, *research methods in business .51 studies: A practical guide*. Europe: Prentice Hall
- Hafiz. T. (2009). *Alharf alyadwiatu: sinaeat alaiqtisadiat alsaeudii alqadimati 'Handicrafts: The Next Saudi Economy Industry'*. Jaridat alearab alaiqtisadiat aldawliat. Retrieved date: 20/9/2019.From: http://www.aleqt.com/2009/05/01/article_7088.html.
- Hall, M. Goossling, H. Scott, D.2015. *the Routledge Handbook of Tourism and Sustainability*. New York, Routledge.
- Helmy, E. 1999.*Towards Sustanibal Planing for Tourism Developpment: Case Study of Egypt*. Ph.D. Thesis, Faculty of Tourism and Hotels, Helwan University, Egypt.
- Holden, A. 2000.*Environment and Tourism*. First edition, Routledge, London,United Kingdom.
- Khamis. S. (2000). *Aleaba'at alkharijiat altaqliidia "alibashata" lilrijal fi dual alkhali: dirasat tahliliat 'The traditional "bisht" outer garment for men in the Gulf states: an analytical study'*. Journal of Science and Arts - Studies and Research, Helwan University. 3(12), 198-177.
- Khamis. S. (2004). *Aleaba'at alkharijiat altaqliidiatu: albashat lilrijal fi dual alkhali' 'The traditional outer garment: bisht for men in the Gulf states'*. Folklore Journal. Egyptian General Book Authority. 67(66).
- Khan, A., Zawy, S. (2010). *'Alsyaaha albeaia wa athraha ala altenma fe almnteque alrefeia' 'Ecotourism and its impact on development in rural areas'*. abhath aqtsadyt wadaryt. jamieat muhamad khydr bskarat, aleadad alsaabie, 225-246.
- Khanfara. I., Khanfar. E. (2006). *Taswiq alsiyahat albiyyiat waltanawue alhiwi 'Marketing ecotourism and biodiversity'*. Assiut university bulletin for environmental researches. 9(2).
- Krueger, R. A. 1988. *Focus groups: A Practical guide for applied research*. Newbury Park, California: SAGE publications.
- Kuzel, A. J. 1992. *Sampling in qualitative inquiry*. In B. F. Crabtree, & W. L. Miller wadawabituh alshreyt: halat almamlakat alearabiat alsaeudiat 'Elements of Tourist Attraction and Sharia Controls: The Case of the Kingdom of Saudi Arabia'. An-Najah University Journal for Research (Humanities). 12(31), 2152-2172.
- Aleumudi. E. (2015). *Alsinaeat alyadawiat fi almamlakat alty tamayazat biha almintaqat alsharqiatu 'Handicrafts in the Kingdom that distinguished the eastern region'*. Majalat hi. Kingdom of Saudi Arabia, retrieved date: 22/8/2019. From:<https://www.hiamag.com/mnweat/akhbar/294601-12-min-alsanaeat-alydwyt-fy-almimlkt-tmizat-bha-almintaqat-alshirqit>.
- Alhayyat. A. (2018). *Al'ahsa' -eyun wanukhyil..wawajuh murahibata- 'Al-Ahsa- Eyes, palms, and faces are welcome'*. Retrieved date: 1/9/2019.From:<https://scth.gov.sa/ebooks/Documents/p18/OasisPalmWelcomingFace/mobile/html5forpc.html>.
- Alison, D., Martin, R., James, W. T., & Joshua, F. 2004. *Using a modified nominal group technique as a curriculum evaluation tool*. Family Medicine, 36(6), 402-406.
- Almajlis. L. (2019). *'Arab Ministerial Council for Tourism'*. Retrieved date: 22-9-2019. From: <http://www.arab-tourismorg.org/awards/arab-ministerial-council-for-tourism-quality-tourism-awards>.
- Alqahtani. S. (2006). *Aljadwaa alaiqtisadiat lilaistithmar fi mashrue lilharf walsinaeat alyadawiat bialmamlakat alearabiat alsaeudiat' 'The economic feasibility of investing in a craft and handicraft project in the Kingdom of Saudi Arabia'*. International Conference on Tourism and Handicrafts, Riyadh, Saudi Arabia.
- Alqusutalaa. A. (2006). *Alyaban tadeu alduwal al'iislatmiat min tajaribiha fi tanmiat alharf alyadwiatu 'Japan invites Muslim countries from their experiences in developing handicrafts'*. Jaridat alriyad, aleadad 14021, retrieved date: 23/8/2019m. From: <http://www.alriyadh.com/201412#>.
- Alshaayb. E. (2002). *waraqat eamal qadamat lawrshat tatwir alharf alyadwiat 'A working paper presented to the Handicraft Development Workshop'*. Sultanate of Oman.
- Alsueud. E. (2010). *dawr almawarid alturathiat fi hajm alharakat alsyaahati: dirasat alhalat fi muhafazat alahsa 'The role of heritage resources in the volume of tourism movement: a case study in Al-Ahsa Governorate'*. Majalat alsiyahat walathaar. Jamieat almalik sueud, 1(23), 1-43.
- Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R. 1994. *Customer satisfaction, market share, and profitability: Findings from Sweden*. Journal of marketing, 58(3), 53-66.
- Bartunek, J. M., & Murnighan, J. K. 1984. *The nominal group technique: Expanding the basic procedure and underlying assumptions*. Group and Organization Studies, 9(3), 417-432.
- Castellani, V. Sala, s. 2009. *Sustainable Tourism as a Factor of Local Development*. Italy, Tangram.
- Corbetta, P., 2003. *Social research: Theory, methods and techniques*. Sage.
- Eabdalrahim. S. (2010). *Dawr altaswiq alsiyahii fi 'iineash alsinaeat altaqliidiat walhirfiat dirasat maydaniat halat madinat ghardayati 'The role of tourism marketing in reviving traditional and handicraft industries*. A

18(1), 1-48, accessed 30/3/2020.

- Zynaldiyn. S. (2016). Darisat lifars watahadiyat altanmiat alsiyahiat almustadamat fi masra 'Study of the opportunities and challenges of sustainable tourism development in Egypt'. The Third International Scientific Conference "Law and Tourism", Faculty of Law, Tanta University. 1-60.
- (Eds.), Doing qualitative research (pp. 31-44). Newbury Park, CA: Sage.
- Lilmalkat. A. (2018). nahw tanmiat mustadamat lilmalikat alarabiat alsaeudiati 'Towards sustainable development for the Kingdom of Saudi Arabia'. retrieved on 29- 3-2020 from: https://www.sa.undp.org/content/saudi_arabia/ar/home/library/S DGs/VNR.html
- Maehad. A. (2019). Silsilat qadaya altakhtit waltanmiat: siahat alturath althaqafii almustadamat mae altatbiq ealaa alqahrt alttarikhiati 'Planning and Development Issues Series: Sustainable Cultural Heritage Tourism with application to Historic Cairo'. Retrieved:28/3/2020.From: <http://inplanning.gov.eg/ar/publications/Pages/Publications-Details.aspx?pubid=978>.
- Merriam, S. B. 2002. Assessing and evaluating qualitative research. In Merriam, S. B., & Associates (Eds.). Qualitative research in practice: Examples for discussion and analysis (pp.18-33). San Francisco: Jossey-Bass.
- Morgan, D. L. 1997. Focus groups as qualitative research. United States: SAGE publications.
- Porter, M.E. 1980. Competitive Strategy, Free Press, New York, NY.
- Rashwan, K., Soliman, D., Moustafa, M. 2017. A Proposed Model for the Implementation of an Ecolabel Programme in Egypt. International Academic Journal of the Faculty of Tourism and Hotel Management, Egypt.
- Rashwan, K., Soliman, D., Moustafa, M. 2017. Evaluating the Effectiveness of Applying Ecolabel Programmes in Egypt. Egyptian Journal of Tourism Studies, Egypt.
- Ruyat. A. (2019). 'Kingdom Vision 2030' Retrieved: 22-9-2019. From: <https://vision2030.gov.sa/download/file/fid/422>.
- Salim. M., Wafiq. G. (2016). Tanmiat alharf alyadawiat walsinaeat altaqliidiat kahd muqawimat aljadhb alsiyahii almasrii 'The development of handicrafts and traditional industries as a component of the Egyptian tourist attraction'. Journal of the Faculty of Tourism and Hotels, Fayoum University.10 (2/1).
- Stewart, D. W., & Shamdasani, P. N. 1990. Focus groups: Theory and practice. United States: SAGE publications.
- Swarbrooke, J.1999. Sustainable Tourism Management. United Kingdom, CAB.
- VandeVen A. H & Delbecq A. L., 1974.The Effectiveness of Nominal, Delphi, and Interacting Group Decision Making Processes. The Academy of Management Journal, 17(4), 605-621.
- Wizarat Alsayahati. (2020). Al'iistratijiit alwataniat litanmiat alharf alyadawiat walsinaeat alyadawiat walkhutut altanfidhiati 'The National Strategy for Handicraft and Handicraft Development and the Implementation Plan'. Retrieved: 30/3/2020. From: <https://mt.gov.sa/handicraft/Pages/strategy.aspx>
- World Tourism Orgainzation (UNWTO). 2018. Global Report on Inclusive Tourism Destinations: Model and success stories, Globel tourism economy research centre.
- World Tourism Orgainzation (UNWTO). 2020. World Tourism Barometer,