

## الدور التبادلي في رابط "الصناعات التقليدية والحرف-التنمية السياحية": حالة الجزائر

## Mutual Role in "Traditional Handicrafts-Tourism Development" Link: Case of Algeria

سليم عابر<sup>1</sup>، ليلي عثمان<sup>2</sup>، الجيلالي بن عوالي<sup>3</sup><sup>1</sup> جامعة لونيسسي علي بالبلدة<sup>2</sup>، الجزائر، salim\_aber@yahoo.com<sup>2</sup> جامعة زيان عاشور بالجلفة، الجزائر، leylaotmane@gmail.com<sup>3</sup> جامعة أبوبكر بلقايد بتلمسان، الجزائر، djilali.benaouali@univ-tlemcen.dz

تاريخ الاستلام: 2020/05/07 تاريخ القبول: 2020/09/06 تاريخ النشر: 2020/09/15

## ملخص:

يهدف هذا البحث إلى استكشاف وتحليل الدور التبادلي لرابط الصناعات التقليدية-التنمية السياحية بالإشارة إلى حالة الجزائر، وذلك من خلال مراجعة الأدبيات المتعلقة بالموضوع. لذلك، قدمنا تحليلا لكيفية تفاعل رابط الصناعات التقليدية والحرف-التنمية السياحية من خلال دور كل منهما في تعزيز الآخر، وقابلياته في الجزائر.

توصلنا بالبحث إلى جملة من النتائج أهمها: أن التنمية السياحية كانت عاملا أساسيا في الحفاظ على الصناعات التقليدية من التدهور والاندثار، وكذا ترفيتها وزيادة مبيعاتها، ومن جهة أخرى تقوم الصناعات التقليدية كعامل جذب سياحي في زيادة الحركة السياحية، تعزيز تجربة السياحة الثقافية والحرفية، فضلا عن إمكانيتها كمصدر لتمويل قطاع الضيافة. في الجزائر، هناك إمكانيات كبيرة في كفاءة رابط الصناعة التقليدية-التنمية السياحية، غير أنه لم يصل بعد إلى فعاليته المثلى.

**كلمات مفتاحية:** الصناعة التقليدية والحرف، التنمية السياحية، السياحة الثقافية، السياحة الحرفية.

تصنيفات JEL: L69، L83.

**Abstract:**

This research aimed to analyze the mutual role of "Traditional Handicraft-Tourism Development" link, including the case of Algeria, and using a literature review approach. Therefore, we provided an analysis of how the traditional handicrafts-tourism development' link interrelated through the role of each to enhance the other, and its capabilities in Algeria.

This research mostly revealed that tourism development contribute to preserve traditional handicrafts from diminishing, as well as promotes, develops, and increases sales. Simultaneously, traditional handicrafts, as a cultural and handicraft tourism factor, enhance the tourism flow, cultural experiences, and logistic in hospitality sector. Furthermore, Algeria has a great potential in "traditional handicrafts-tourism development" link efficiency. However, it has not yet reached its optimal effectiveness.

**Keywords:** Handicrafts; Tourism Development; Cultural Tourism; Handicraft Tourism.

**Jel Classification Codes:** L69, L83.

## 1. مقدمة:

تعتبر السياحة قطاعا حيويا، وواحدا من بين أهم القطاعات في الاقتصاد العالمي، وأكبره وأسرع نموًا لأسباب عديدة مثل: تزايد الدخل، العولمة، تنامي التجارة الخارجية، وسهولة التنقل وغيرها. لذلك أصبحت التنمية السياحية ضرورة لأجل توليد الدخل، التشغيل، جلب العملة الصعبة، وتقريبا دون تصدير للثروات المحلية. وعليه تلقت التنمية السياحية الكثير من الاهتمام، وفي مختلف أنماطها سواء الترفيهية، الأعمال، أو الثقافية وغيرها. تركز تنمية السياحة الثقافية في الجذب السياحي على توظيف التراث المادي وغير المادي، والذي نجد من بينه الصناعات التقليدية والحرف، والتي تعد تعبيرا مميذا ومتفردا في ثقافة المجتمعات المحلية، يظهر في منتجات مفيدة تكون فيها مهارة اليد عنصرا أساسيا؛ وهي تمثل أيضا قطاعا حيويا منتجا يساهم في العديد من الجوانب الاقتصادية، الاجتماعية، والثقافية. غير أنه مع تزايد العولمة، أصبحت الصناعات التقليدية تواجه تحديات كبيرة، سواء من حيث التهديدات على غرار التدهور والاندثار بسبب وجود بديل المنتجات الصناعية ذات خصائص إنتاج بكميات ضخمة، وتلبي نفس الاحتياجات بأقل تكلفة وأكبر كفاءة، أو من حيث الفرص كالأستفادة من إمكانيات تداولها عالميا عبر انفتاح الأسواق الدولية، بحيث يكون الطابع المحلي ميزة أساسية.

رغم أن التبادل في السوق الخارجي لمنتجات الصناعات التقليدية والحرف معروف منذ القدم، إلا أن انتاجها الواسع الموجه للسوق السياحي لم يبدأ إلا حديثا، بل إن توسع الأسواق السياحية وتزايد الاهتمام فيها بالمنتجات التقليدية في البلدان الصناعية كانت السبب الرئيسي في إحيائها، حفظها، وترقيتها في العديد من البلدان. بذلك اعتمدت التنمية السياحية على الصناعات التقليدية باعتبارها عنصر جذب سياحي، وفي الوقت نفسه اعتمد أداء الصناعات التقليدية والحرف على التنمية السياحية وحركة الوافدين السياحيين وانفاقهم؛ ليشكلا بذلك رابطا هاما في خلق المزيد من الدخل والتشغيل عبر جلب المزيد من السياح. في هذا السياق، تعتبر الجزائر واحدة من بين أغنى البلدان المتوسطة سواء من حيث منتجات الصناعة التقليدية أو من المقومات السياحية، مما يجعلها قابلة لتشكيل ثنائية هامة في رابط صناعات تقليدية-تنمية سياحية، وبناء على ما سبق، تظهر إشكالية بحثنا كما يلي:

### كيف تتبادل ثنائية "الصناعات التقليدية والحرف-التنمية السياحية" الأدوار التنموية فيما بينها؟ وما هي قابلياتها في الجزائر؟

مع أنه كثيرا ما ترتبط السياحة مع الصناعات التقليدية، غير أن رابطها لا يزال في أحوال كثيرة مبهما، يحتاج للتوضيح وللتعمق أكثر؛ فبالرغم من كون الأبحاث في موضوع السياحة قد استفادت في الكتابة عنها، إلا أنها لا تزال تتسم بالمعرفة السطحية أو الشائعة، مع نقص في الأبحاث أيضا التي تحاول تحليل العلاقة بين السياحة والصناعات التقليدية والحرف، لاسيما في حالة الجزائر. لذلك يأتي بحثنا كمحاولة لتغطية جزء من الفجوة البحثية في رابط الصناعة التقليدية-التنمية السياحية، كونه يعتبر من الأبحاث القليلة في الموضوع التي حاولت على تحليل أعمق لهذه العلاقة، وفي شكلها في المساهمات التبادلية لكل طرف، باعتبارها أساسا قطاعات مستقلة، لكن يخدم بعضها بعضا لتشكيل ثنائية قوية تساهم في التنمية الاقتصادية، الاجتماعية، والثقافية؛ بالتالي يأتي هذا البحث للتعرف على الفرص الممكنة من الرابط صناعة تقليدية-تنمية سياحية.

بناء على ذلك، تهدف هذه الأوراق البحثية إلى استكشاف وتحليل العلاقة في رابط الصناعات التقليدية-التنمية السياحية، وأدوارها التبادلية، مع الإشارة إلى واقعها في حالة الجزائر، من خلال البحث في دور التنمية السياحية في ترقية الصناعات التقليدية والحرف، وأيضا البحث في دور الصناعات التقليدية والحرف في تعزيز التنمية السياحية، ولأجل الوصول إلى ذلك، فقد قمنا بتقسيم بحثنا إلى ثلاث أقسام أساسية: يتعلق القسم الأول بالصناعات التقليدية والحرف وواقعها في الجزائر، بينما يتناول القسم الثاني بالتنمية السياحية وواقعها في الجزائر، وأخيرا يتضمن القسم الثالث العلاقة التنموية التبادلية للصناعات التقليدية والحرف وإمكانياتها في الجزائر.

## 2. الصناعات التقليدية والحرف وواقعها في الجزائر

### 1.2 مفهوم الصناعات التقليدية والحرف:

مهما تعدد مصطلح تسمية هذا المفهوم، باختلاف البلدان، سواء الصناعات التقليدية، الحرفية، الشعبية، الثقافية، الخفيفة، الصغيرة، الحرف اليدوية (حواس و حبوشي، 2016)، إلا أنها تترايط بينها حول استخدام مهارة اليد كعنصر أساسي، وبمساعدة أدوات بسيطة غالبا، في إنتاج أشياء مفيدة ذات قيمة وظيفية أو جمالية تلي احتياجات محددة، بحيث لا تخضع لمعايير معينة وترتبط بشكل مباشر مع بيئتها المحلية، وتحمل غالبا موروثا من قيم رمزية، ثقافية، أو حضارية تاريخية للمجتمع المحلي كتعبير للتواصل بين الأجيال (علي، 2010)، فعلى سبيل المثال تبنت ندوة منظمة هيئة الأمم المتحدة التعليمية، العلمية، والثقافية، مع مجتمع تكنولوجيا المعلومات حول الحرف والسوق الدولي عام 1997 التعريف: "المنتجات الحرفية أو اليدوية هي تلك التي ينتجها الحرفيون، كليا باليد أو بمساعدة أدوات يدوية أو حتى وسائل ميكانيكية، طالما أن المساهمة اليدوية للحرفيين تبقى أهم مكون أساسي في المنتج النهائي. طبيعتها الخاصة مشتقة من سماتها المميزة، والتي يمكن أن تكون نفعية، جمالية، فنية، ابتكارية، ذات ارتباط ثقافي، تزيينية، وظيفية، وذات دلالة ورمزية دينية، واجتماعية. وهي مصنوعة من المواد الخام المنتجة على نحو مستدام ولا توجد قيود معينة فيما يتعلق كمية الإنتاج، حتى عندما يصنع الحرفيون كميات من نفس التصميم، فإنه لا توجد قطعتان متشابهتان تماما" (Rao, Meesala, & Vani, 2017).

أما في الناحية القانونية من التشريع الجزائري، قد نصت المادة 5 من (الأمر رقم 96-01، 1996) على أنه: "يقصد ... بالصناعة التقليدية والحرف كل نشاط إنتاج أو ابداع أو تحويل أو ترميم فني أو صيانة أو تصليح أو أداء خدمة يطغى عليها العمل اليدوي ويمارس: بصفة رئيسية ودائمة، في شكل مستقر أو متنقل أو معرضي؛ في احدى مجالات النشاطات الآتية: الصناعة التقليدية، والصناعة التقليدية الفنية، الصناعة التقليدية لإنتاج المواد، الصناعة التقليدية الحرفية للخدمات؛ وحسب الكيفيات الآتية: إما فرديا، وإما ضمن تعاونية للصناعة التقليدية والحرف، وإما ضمن مقاول للصناعة التقليدية والحرف". بالإضافة لما سبق، بينت المادة 6 منه تقسيمات الأنواع الثلاث للصناعات التقليدية والحرف: حيث اعتبرت أن "الصناعة التقليدية والصناعة التقليدية الفنية، هما كل عمل يغلب عليه العمل اليدوي، ويستعين في الحرفي أحيانا بالآلات لصنع أشياء نفعية و/أو تزيينية ذات طابع تقليدي، وتكتسي طابعا فنيا يسمح بنقل مهارة عريقة. وتعتبر الصناعة تقليدية فنية عندما تتميز بأصالتها، وطابعها الانفرادي وإبداعها." أما الصناعة التقليدية الحرفية لإنتاج المواد أو الصناعة التقليدية الحرفية الحديثة، هي كل صنع لمواد استهلاكية عادية، لا تكتسي طابعا فنيا خاصا وتوجه للعائلات وللصناعة وللزراعة." في حين ان الصناعة التقليدية الحرفية للخدمات، "هي مجمل النشاطات التي يمارسها الحرفي والتي تقدم خدمة خاصة بالصيانة أو التصليح أو الترميم الفني. أما فيما يتعلق بقائمة نشاطات الصناعات التقليدية والحرف، فقد جاء في المادة 3 من (المرسوم التنفيذي رقم 97-140، 1997) بوجود 27 قطاع نشاط، حسب الأنواع الثلاث السابقة.

فيما يتعلق بالحرفي سواء فردا، في تعاونيات، أو مقاوله حرفية؛ فقد ميزت المادة 10 من (الأمر رقم 96-01، 1996) بين الحرفي، الحرفي المعلم، والصانع. حيث يعتبر بموجبها الحرفي "كل شخص طبيعي مسجل في سجل الصناعات التقليدية والحرف، يمارس نشاطا تقليديا ... يثبت تأهيلا ويتولى بنفسه ومباشرة تنفيذ العمل، وإدارة نشاطه وتسييره وتحمل مسؤوليته"، أما الحرفي المعلم فهو كل "حرفي ... يتمتع بمهارة تقنية خاصة، وتأهيل عال في حرفته، وثقافة مهنية"، بينما يعتبر الصانع "كل عامل أجبر له تأهيل مهني مثبت". كما نصت المادة 11 منه إلى إمكانية لجوء الحرفي الفردي إلى مساعدة عائلية يترتب عليها عند الضرورة، الاستفادة من تغطية اجتماعية، وتممهن واحد إلى ثلاثة متمهين يربطهم به عقد تمهين. أما تعاونية الصناعة التقليدية والحرف، نصت المادة 13 على أنها شركة مدنية يكونها أشخاص، ولها رأسمال غير قار وتقوم على حرية انضمام أعضائها الذين يتمتعون جميعا بصفة الحرفي". أما مقاوله الصناعة التقليدية، نصت المادة 20 على أنها كل مقاوله ... وتتوفر على ثلاث خصائص: ممارسة أحد نشاطات الصناعات التقليدية؛ تشغيل

عدد غير محدد من العمال الأجراء؛ إدارة يشرف عليها حرفي أو حرفي معلم أو بمشاركة أو تشغيل حرفي آخر على الأقل يقوم بالتسيير التقني للمقاولة عندما لا يكون لرئيسها صفة الحرفي.

## 2.2 خصائص الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر:

يتميز قطاع الصناعات التقليدية والحرف عموماً ببعض الخصائص مثل: انتمائه غالباً للقطاع الخاص، أغلب الحرفيين من المجتمع المحلي، ذو مصادر متنوعة للعمالة، والمرونة في توظيفهم (طلبة، ربات بيوت،..)، بساطة أماكن العمل (عبد الجبار و حاجي، 2016)، سهولة الاستثمار وإنشاء مناصب شغل بموارد محدودة، إمكانية ممارسة أنشطتها بشكل فردي، وكذا البعد الثقافي الحضاري المميز لمنتجاتها. بالرغم من أن الحرفي قد لا يستطيع في هذا القطاع استغلال كل الفرص السوقية بمفرده، إلا أن تعزيز نقاط القوة في هذه الخصائص ورفع نقاط الضعف يجعل من الصناعات التقليدية والحرف تلعب دوراً هاماً في التنمية الاقتصادية والاجتماعية (بن لعمودي و بن الحبيب، 2017)، بتحقيقها جزءاً هاماً من القيمة المضافة، التي تكون مرتفعة في هذا القطاع مقارنة بالقطاعات الاقتصادية الأخرى، لاعتمادها على العمل البدوي والموارد المحلية. كما تنتشر في المناطق الريفية وشبه الريفية باعتبارها وسيلة لتغطية الاحتياجات اليومية في هذه المناطق، وتمثل جزءاً من تركيبة القطاع غير الرسمي، خاصة في الدول النامية، إذ أن نسبة عالية من الحرفيين يمارسون أنشطتهم في الخفاء دون التصريح. تتصف أيضاً المنتجات الحرفية بصعوبة المطابقة لمعايير الجودة والتنوعية (دربال و بن لعمودي، 2017). بالإضافة لما سبق، تتميز الصناعات التقليدية والحرف بارتباطها البيئية الثقافية المحلية التي تصنع فيها؛ وبالتغيير والاستمرار بين الأجيال من الحرفيين، بل تمتد أيضاً حتى في حالة هجرة الحرفي إلى موطن آخر في حالة وجود المواد الخام، وقد تتغير أيضاً بسبب تغير الموطن، المواد الخام، أسلوب العمل؛ كما قد تتعرض أيضاً للاندثار والزوال بسبب ندرة المواد، أو قلة تأهيل الحرفيين، أو بسبب الآلات التكنولوجية، أو للمنافسة المنتجات البديلة بالجودة والسعر (حواس و حبوشي، 2016).

بالنسبة للجزائر، تضم الصناعات التقليدية والحرف تشكيلة متنوعة جداً؛ على سبيل المثال، يحتوي (المرسوم التنفيذي رقم 07-339، 2007) على قائمة من 24 نشاطاً موزعة على الميادين الثلاثة سابقة الذكر، حيث شمل ميدان الصناعة التقليدية والصناعة التقليدية الفنية على 8 نشاطات وهي: صناعة المواد الغذائية؛ صناعة الطين، الجبس، الحجر، الزجاج، وما يماثلهم؛ صناعة المعادن؛ صناعة الخشب ومشتقاته؛ صناعة الصوف؛ صناعة القماش؛ صناعة الجلود؛ وصناعة المواد المختلفة. أما الصناعة الحرفية لإنتاج المواد تضم 9 نشاطات: قطاع المناجم والمقالع؛ قطاع الميكانيكا والكهرباء؛ قطاع الحديد؛ التغذية؛ قطاع النسيج والجلود؛ قطاع الخشب، التأثيث، الخردوات والأدوات المنزلية؛ قطاع الأشغال العمومية للبناء ومواد البناء؛ قطاع الحلي؛ ونشاطات الصناعة التقليدية الحرفية لإنتاج المواد المختلفة. بينما تحتوي الصناعة التقليدية الحرفية للخدمات على 7 نشاطات: التركيب والصيانة والخدمة ما بعد البيع للتجهيز والمعدات الصناعية المخصصة؛ تصليح وصيانة التجهيزات والمواد المستعملة؛ الأشغال الميكانيكية؛ التهيئة، الصناعة، التصليح، وزخرفة وتزيين المباني؛ النظافة وصحة العائلات؛ الألبسة؛ ونشاطات مختلفة. مع ذلك، أشارت (بن عمار، 2018) أنه بسبب التطور التكنولوجي والاقتصادي الذي أدى إلى خلق حرف جديدة غير واردة بالقائمة، مما أثر سلباً في أداء مدونة النشاطات الحرفية المعمول بها على التكفل بكافة طلبات التسجيل الجديدة، لذلك تقرر إحداث جدول مرجعي لمدونة نشاطات الصناعات التقليدية والحرف مع المدونة الجزائرية للنشاطات والمنتجات. كما ورد في موقع (وزارة السياحة والصناعة التقليدية، 2019) أنه لما يتعلق الأمر بتحديث المدونة الجزائرية لنشاطات الصناعة التقليدية الحرف ومطابقتها للمقاييس الدولية ومدونة النشاطات الاقتصادية، فإن المدونة الحالية تتضمن 339 نشاطاً حرفياً موزعاً على ميادين النشاط الثلاثة السابقة الذكر.

بشكل عام، تتميز الجزائر بأربع صناعات تقليدية: النسيج والزراعي، الحرف الفني والفخار، النحاس، واللباس التقليدي. يمارس النسيج في كل المناطق الجزائرية، أين تكثر تربية المواشي، ويوجد منه نوعين: الأمط، وبالغزرة المعقودة، ومن المنتجات نجد الزربية، الحايك، والبرنس. كذلك، يعتبر الحرف الفني والفخار الجزائري غنيا بالرموز المحلية لكل منطقة، خصوصا منه في العاصمة، الونشريس، شينوة، قسنطينة، الأوراس، النمامشة، تامنطيط، ميزاب. بينما يصنع النحاس، في أشياء نفعية أو تزيينية، بتقنيتي النقش أو الترميل، ومن أهم المراكز: قسنطينة، تلمسان، الجزائر، غرداية. وكذا صناعة اللباس التقليدي، بشقيه الزي الحضري، كالجزائر، قسنطينة، تلمسان، ومستغانم، أو الريفي: مثل الفستان القبائلي، الملحفة الأوراسية، أو طقم القندورة (وزارة السياحة والصناعة التقليدية، 2019ب)، كما يمكن أيضا إضافة الحلي التقليدية، وصناعة الجلود، وبشكل مجمل، فضلا عن التنوع، يمكن إضافة عنصر التفرد أو التميز كميزة للصناعة التقليدية الوطنية، حيث يعتبر منتجها فريد ومتميز بمكوناته الطبيعية والثقافية والاجتماعية ذو تصاميم، ألوان، رمزية فريدة من ابداع المجتمع المحلي، وقد استطاعت صناعات تقليدية مماثلة أن تنشئ لنفسها أسواق دولية على غرار الحلي الإيطالية، أو الحرف الصيني، وغيرها، وكلها تساهم بشكل كبير في المبادلات الدولية، وفي التنمية المحلية (رحامي و بوزاهر، 2006)، وهو ما يؤسس لإمكانيات الصناعة التقليدية الجزائرية، خصوصا وأن الألوان والزخرفة المتميزة للصنع التقليدي الجزائري، بتنوعه، والمستلهمة من مزيج التراث البربري، الأندلسي العربي الأفريقي المتوسطي، باختلاف عادات وتقاليد كل منطقة من مناطق الوطن (عبد الجبار و حاجي، 2016).

### 3.2 أهمية الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر:

تأتي أهمية الصناعات التقليدية من مساهمتها في اقتصاديات البلدان، سواء المتقدمة أو النامية، فضلا عن اسهاماتها في الجوانب الثقافية والاجتماعية؛ حيث يعتبر قطاعا استراتيجيا، إذا تم تأطيره ودعمه بشكل مناسب، ويصنّف بين القطاعات الحيوية المنتجة، من خلال قدرته على المساهمة في الناتج المحلي والدخل العام، خلق فرص العمل بإمكانات محدودة، يعمل على تهمين دور المرأة خصوصا بالمناطق الريفية، تحقيق استقرار السكان، ومصدرا لتوفير العملة الصعبة (بن لعمودي و بن الحبيب، 2017). لما أن كانت الصناعات التقليدية والحرف ترتبط بمنتجات ثقافية للمجتمعات المحلية، تحمل فيها الهوية والقيم والدلالات، فإن صون وتشجيع تنوع في هذه المنتجات يعتبر أكثر من ضرورة، ليس مجرد الحفاظ على التراث فقط، بل أيضا لدورها التنموي، محليا ودوليا، باعتبارها قد تؤدي إلى نشوء شركات صغيرة ومتوسطة، تجمع بين القطاع العام والخاص والمجتمع المدني. إن الصناعات التقليدية والحرف تعتبر واحدة من أهم وأقوى قطاعات الاقتصاد والتجارة نشاطا في العالم، وتفتح أمام البلدان النامية آفاقا تجارية جديدة، حيث تحوز حاليا على أكثر من 7% من إجمالي الناتج العالمي، ويتوقع أن يرتفع نسبتها إلى 10% مستقبلا (رحمة، 2017)، كما تغطي جزءا من الأسواق المحلية وتقلل من الاستيراد وتشجع التصدير. بالإضافة لذلك، تعتبر أيضا إحدى عوامل الجذب السياحي وهو نمط إبداعي لتنمية السياحة يتركز على تشجيع الطابع المحلي كميزة نسبية يتمتع بها كل مجتمع، ويخدم تسويق المنتجات السياحية من عدة زوايا أهمها التوظيف الثقافي (علي، 2010)، بل تمتد أهميتها أيضا في هذا السياق باعتبارها محددًا أساسيا للتنافسية إقليم سياحي أو وجهة معينة (Ferreira, Sousa, & Gonçalves, 2018).

لقد أدركت الجزائر أهمية الصناعات التقليدية مبكرا منذ الاستقلال، حيث قامت في أوت سنة 1962 بإنشاء مديرية الصناعة التقليدية تحت وصاية وزارة التصنيع والطاقة، لتمررها لاحقا إلى عدة وزارات أخرى (جعيل و زحوط، 2012)، انتهت حاليا إلى وزارة السياحة والصناعة التقليدية، وقد كانت هناك جهود لتقسيم تطور قطاع الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر إلى أربعة مراحل تاريخية استنادا إلى تطور بناء المنظومة التشريعية في تأطير الصناعات التقليدية وهي: [1962-1991]، [1992-1995]، [1996-2002]، [2003-2009]، حيث تخللتها إصدار القوانين الأساسية وإحداث مؤسسات هذا القطاع على غرار الغرفة الوطنية والغرف الجهوية للصناعة التقليدية، والوكالة الوطنية لحماية التراث، وغيرها (بويلي، 2017). كما تم خلال المرحلة الأخيرة إحداث اليوم

الوطني للصناعة التقليدية الموافق لـ 09 نوفمبر من كل سنة (قرار مؤرخ في 23 أبريل، 2007)، والذي تم استبدال تسميته لاحقا باليوم الوطني للحرفي (قرار مؤرخ في 22 مايو، 2014). من الجدير بالاهتمام أنه ابتداء من سنة 2001، شهدت لأول مرة تبني مخطط لتنمية قطاع الصناعات التقليدية آفاق 2010 الذي يؤكد أهمية الصناعات التقليدية والحرف في الاقتصاد الجزائري (جعيل و زحوط، 2012)، ثم مع نهايته، تم مجددا اطلاق مخطط آفاق 2020 والذي يهدف للوصول إلى مستوى 960000 منصب شغل، تحقيق مستوى انتاج قطاعي خام في حدود التنمية المحلية للبلاد، فك الانعزالية عن عمل المقاولين الحرفيين، وموقف التبعية لإعانة الدولة لهم من خلال برامج متنوعة. وقد تضمن العديد من الإجراءات مثل إعادة النظر في المنظومة التشريعية للصناعة التقليدية، ترقية التكوين بمساهمة التكوين المهني، تحفيز التصدير، دعم التأهيل والمنافسة، ووضع آليات وأساليب جديدة للتمويل (السبتي و صحراوي، 2018).

خلال الفترة [2015-2017]، تشير احصائيات (وزارة السياحة والصناعة التقليدية، 2019 ج) إلى تناقص مستمر، وبشكل حاد، في تطور الانشاء السنوي في الصناعات التقليدية والحرف، إذ تم تقديره بـ 65674، 36435، و 24434 على التوالي، ويرافقه تدهور في عدد مناصب العمل المستحدثة بـ 142971، 93997، 62730 منصب على التوالي، بحيث تهمين عليها الحرف الفردية تقريبا بشكل كامل على حساب التعاونيات والمؤسسات الحرفية. بالنسبة لسنة 2018، وتبعا لإحصائيات (الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف، د. ت.)، فقد تواصل الانخفاض في صافي الانشاء إذ بلغ مجموعه 14637، أنشأها حرفيون ذكور وإناث بنسب 75.3%، و 24.7% على التوالي، وهم من فئات عمرية مختلفة أغلبهم من الشباب الأقل من 35 سنة بنسبة 61.5%، كما ينتشر نشاطهم بشكل كبير في المناطق الحضرية (76.23%) ويبقى حوالي (23.76%) منهم ينشطون في الريف. أما بالنسبة لمناصب العمل المحدثه سنة 2018، فقد بلغت 37437 منصب، والتي منها نسبة هامة 30.17% احدثتها المرأة الحرفية. بشكل مجمل، خلال الفترة [2018-1998]، بلغ مجموع صافي الانشاء في الصناعات التقليدية والحرفية 368917، وقد ولدت طوال هذه الفترة 953421 منصب عمل.

إلى غاية 31 أوت 2019، وتبعا لموقع (الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف، 2019)، يبدو أن هناك تحسن مقارنة بالسنة الماضية، حيث قد ارتفع صافي الانشاء في الصناعات التقليدية والحرف إلى 382073، بمناصب عمل قدرها 989159 منصب، أي بزيادة 13156 تسجيل، و 35738 منصب خلال ثمانية أشهر، بحيث أن النشاطات الأكثر ممارسة هي: خياطة الألبسة التقليدية، البناء، صنع الحلويات التقليدية، حلاقة النساء، وتنظيف الطرق والشبكات المختلفة على التوالي، بنسب قدرها حوالي: 15.5، 13.2، 7.7، 7.3، و 6.7% على التوالي. عموما، بالرغم من تدهور الصناعات التقليدية والحرف خلال النصف الثاني من هذه العشرية، إلا أنه يظهر من كل ما سبق أن مخطط تنمية القطاع في آفاق 2020 قد تجاوز أهدافه في ما يتعلق بالتشغيل، كما تبدو أيضا أهمية هذا القطاع في الجزائر من قدرته الواعدة في توليد الدخل، انشاء فرص العمل، تشغيل الشباب وتثمين المرأة، والحفاظ على التوازن بين المدينة والريف؛ خصوصا إذا أخذنا بالاعتبار ما طرحه (بن حمودة، 2012) بأن الأرقام الرسمية لا تعبر عن الواقع حقيقةً، إذا قدرها آنذاك بضعف العدد الرسمي حتى تلك الفترة، وأرجع ذلك لأسباب مبررة أو غير مبررة على غرار التهرب الضريبي مثلا، أو أنها تحدث في إطار غير رسمي أو غير منظم مثل عمل ربات البيوت وغيرها. بالإضافة لما سبق، يمكن تعزيز مناقشة أهمية الصناعات التقليدية والحرف في التنمية السياحية في الجزائر من خلال المحاور الموالية.

### 3. التنمية السياحية وواقعها في الجزائر

#### 1.3 ماهية التنمية السياحية:

من الناحية اللغوية، يتألف مصطلح التنمية السياحية من لفظين: التنمية والسياحة. فيما يتعلق بالتنمية، فقد أورد (ابن منظور، د. ت.،، صفحة 4552) في معجمه لسان العرب أن "نمى" من النماء، وهي بمعنى الزيادة، الكثرة والرفع. أما من الناحية الاصطلاحية، فإن مفهوم التنمية يعتبر واسعاً جداً، فهو يغطي عديد الجوانب سواء منها الاقتصادية، العلمية، التكنولوجية، الاجتماعية، الثقافية، النفسانية، السياسية المتعلقة بالمسعى البشري؛ فهي استثمار متعدد الأبعاد في الرأسمال البشري، البنية التحتية المادية، المؤسسات، والبيئة (Agri, Acha, & Lucy, 2016). لقد تم تعريف التنمية على أنها "الجهود المنظمة التي تُبذل وفق تخطيط مرسوم للتنسيق بين الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة في وسط اجتماعي معين من أجل تحقيق مستويات أعلى للدخل القومي والدخول الفردية ومستويات أعلى للمعيشة والحياة الاجتماعية في نواحيها المختلفة للوصول إلى تحقيق أعلى مستوى ممكن من الرفاهية الاجتماعية" (طالب، شبر، و مشفي، د.ت.)، وبشكل مجمل، تمثل التنمية عملية تغيير مخطط، أو على الأقل بتوفر مستوى معين من التنظيم والسيطرة، نحو نمو إرادي، حيث تستغرق بذلك عادة فترة زمنية طويلة نسبياً ويتطلب تحقيقها اتخاذ إجراءات ووسائل مناسبة ضمن الإمكانيات المتاحة، على أن يكون الهدف الجوهرى للتنمية هو تلبية الحاجات وطموحات الإنسان (النقشبندى، د. ت.).

من جهة أخرى، فيما يتعلق بالسياحة، فبأبى أصل لفظها في معجم لسان العرب من سيحان الماء وجرانته، ولها معنى الذهاب في الأرض ومفارقة الأمصار (ابن منظور، د. ت.،، صفحة 2168)، أما اصطلاحاً، فكان أول تعريف لمفهوم السياحة من تقديم الألماني "Freuler" عام 1905 على ما مفاده أنها ظاهرة ناتجة عن الحاجة إلى الراحة والاستمتاع وكذا التواصل بين الشعوب، وتمتد اتساع نطاق التجارة وتقدم وسائل النقل (ساحل و بن تفات، 2018)، وعرفها لاحقاً السويسريان "Hunziker & Krapf" عام 1942، في كتابهما "النظرية العامة للسياحة" بأنها "المجموع الكلي للعلاقات والظواهر التي تنتج عن سفر وبقاء السائحين (غير المقيمين)، طالما أن بقاؤهم لا يؤدي إلى إقامة دائمة أو يرتبط بعمل مأجور" (بن شوك و يحيوي، 2018). مؤخرًا، عرّفها المنظمة العالمية للسياحة عام 2015 بأنها "ظاهرة اجتماعية، ثقافية واقتصادية التي تتبع حركة الأفراد إلى البلدان والأماكن خارج بيئتهم المعتادة لأغراض شخصية أو وظيفية/عملية" (عليان و عابر، 2017). من هذه الأغراض، تتحدد نوع السياحة؛ إما الترفيهية، الأعمال، الاجتماعية، الرياضية وغيرها. أما عن طول ومدة السفر، عموماً، يجب ألا تقل عن 50 أو 100 ميل، ولا أقل من 24 ساعة ولا أكثر من سنة (بليدوم و مامن، 2018). إضافة لما سبق، يعرّف مجموع هؤلاء الأفراد الحاليين والمحتملين، المقبلين على زيارة منطقة ما أو شراء منتج سياحي، عن الطلب السياحي ويتأثر بالتقدم التكنولوجي ومستوى معيشتهم. من جهة أخرى، يمثل العرض السياحي كل ما يقدم في مكان جغرافي يعرض منتجاً سياحياً، سواء طبيعياً أو من صنع الإنسان، وله القدرة على الجذب، بحيث يعتمد نجاحه على عوامل مثل: مدى التميز والوضوح، ارتفاع الجودة، الأسعار، وأسلوب التقديم وغيرها (بودية و دواح، 2018).

فيما يخص التنمية السياحية، فهي تعبر عن مجموعة برامج قائمة على دفع المتغيرات السياحية نحو النمو بمعدلات أعلى عبر عملية مركبة ومتشعبة تضم عدة عناصر متصلة ومتداخلة مع بعضها بعضاً في محاولة للوصول إلى الاستغلال الأمثل لعناصر الإنتاج السياحي (طالب، شبر، و مشفي، د.ت.)، أي أنها عملية تغيير مخططة ومنظمة لتعظيم قدرات الجذب السياحي لعدد أكبر من السياح من خلال تسطير الأحداث المستقبلية وتأثيراتها المحتملة (النقشبندى، د. ت.)، عبر الارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها بتوفير التسهيلات والخدمات لإشباع متطلبات السياح. أي أن التنمية السياحية تتضمن جميع الجوانب المتعلقة بالعرض والطلب والسياحي، التوزيع الجغرافي للمنتوجات السياحية، تدفق الحركة السياحية، وتأثيرات السياحة المختلفة مثل توليد فرص الشغل وإيجاد دخول جديدة (هرمز، 2006). أي تظهر هنا أهمية التخطيط السياحي، لأجل التنافس، باعتباره ركيزة أساسية للتنمية السياحية

الرشيدة(بوغليظة و بن عوالي، 2019)، والتي محورها الرئيسي هو تقدير الإنسان، -وهو شرط نجاح التنمية من خلال التربية العقلية-، لأهمية السياحة وفوائدها على المستويات الثقافية، الاجتماعية، والاقتصادية(طالب، شبر، و مشفي، د.ت.). على سبيل المثال، تسهم التنمية السياحية بشكل كبير في التنمية الاقتصادية، حيث ان رواج السياحة يؤثر بشكل مباشر على رواج الصناعات والأنشطة الأخرى المرتبطة بها، ويترتب عنها تدفق أموال، نتيجة انفاق السائح على الخدمات والسلع، ضمن سلسلة إلى أخرى من أرباب الأعمال وغيرهم(بليدوم و مامن، 2018). بشكل عام، تركز التنمية السياحية على عدة عوامل منها: الثقافة السياحة وتنمية السلوك السياحي الرشيد سواء بالنسبة للسائح أو المضيف؛ الأمن السياحي بحماية كل ما يتعلق بالسائح؛ كمية الاستثمار السياحي في عدد وحجم المنشآت السياحية؛ النقل السياحي من وسائل، أسعار، وكفاءة نظام؛ وتكنولوجيا المعلومات في تداول المعلومات السياحية والتسويق والانفتاح على البيئة الدولية(ابراهيم بوناب، 2016).

فضلا عما سبق، يتميز القطاع السياحي بكونه من أكبر القطاعات المعاصرة وأسرعها نموا في العالم، وربما يكون من الصناعات النادرة التي تقوم بالتبادلات الخارجية من دون تصدير الثروة المحلية، بما أنه صناعة خدمية لا تنتج سلعا ملموسة، بقدر ما تقدم تجربة يعيشها السائح، ومنه تنطبق عليها الخصائص الرئيسية الأخرى للخدمة مثل: الفئائية، تلازم الإنتاج مع الاستهلاك، وعدم تجانس جودة المخرجات. بالإضافة لذلك، تعتبر السياحة صناعة معقدة لتشكّلها من صناعات عديدة وأنشطة مترابطة تبدأ من جذب الأفراد نحو الوجهات السياحية، نقلهم، اطعامهم، إيوأهم وغيرها(عليان و عابر، 2017). أيضا، تتميز السياحة بشكل أساسي بالموسمية، إذ يشهد نشاطها روجا في تدفق الحركة السياحية في فترات زمنية معينة، بينما يشهد ركودا في فترات أخرى، وهذه من أكثر مشكلات السياحة والأكثر تأثيرا في الطلب السياحي، والتي قد ترجع الى موسمية الحركة المؤقتة للأفراد خلال السنة، طبيعة الوجهة السياحية، أو لعوامل اجتماعية واقتصادية إما في الجهة المصدرة او المستقبلية(درويش و مبيروك، 2015)، بالتالي يؤثر في نمط العمل في القطاع السياحي حيث تكون بذلك موسمية أو مؤقتة(الأمم المتحدة، 2013). كما تتصف نطاق المنافسة السياحية الى خارج النطاق الإقليمي للبلد، أي أنها تتأثر بالتغيرات التي تطرأ في البيئة الدولية، وأن العرض السياحي شديد الحساسية لتغيرات قطاعات النشاط الإنساني الأخرى في المجتمع أو فيما يتعلق بالموارد الطبيعية التي يحتويها البلد(ساحل و بن تقات، 2018).

### 2.3 الأهمية الاقتصادية للتنمية السياحية:

إن تزايد كبر القطاع السياحي وتسارع نموه يعود إلى تزايد العولمة، الدخل المتاح، وتنامي التجارة الدولية؛ وله بحكم حجمه قدرة ضخمة على تحقيق النمو الاقتصادي وتنوع هياكله(الأمم المتحدة، 2013)، حيث يمارس تأثيرات مهمة في التنمية عبر مساهماته في: تدفق رؤوس الأموال الأجنبية نحو البلد المضيف، نقل التقنيات التكنولوجية، تنمية وتحقيق التوازن الاقتصادي بين الأقاليم و/أو المناطق الحضرية والريفية، زيادة التشغيل خاصة وأنه كثيف اليد العاملة(سعداوي و صدوقي، 2012). بل أكثر من ذلك، يتيح توليد فرص العمل بشكل مباشر فيما يتعلق بالوظائف المرتبطة مباشرة بالقطاع السياحي، أو بشكل غير مباشر من خلال خلق فرص العمل في القطاعات الأخرى المرتبطة بالقطاع السياحي مثل: الزراعة، الصناعات الغذائية، الأثاث وغيرها، كما يترتب على انفاق العمالة المباشرة وغير المباشرة على شراء السلع والخدمات المختلفة توليد فرص عمل جديدة نتيجة الأثر المستحث(بلعابد، 2016)، ذلك أن الوظيفة الواحدة في قطاع السياحة توفر ما يقارب 1,5 وظيفة إضافية في الأنشطة المتصلة بالسياحة، وأن إنفاق السياح على المطاعم، التسوق لاسيما المنتجات الحرفية، والنقل، خصوصا عندما يكون الإمداد محليا، فإنه يعود إلى الفقراء بنسبة تتراوح بين 25-50%. أبعد من ذلك، تستطيع السياحة بشكل واسع توظيف الشباب، الإناث، واليد العاملة غير الماهرة، حيث تمثل النساء ما بين 60 إلى 70% من القوة العاملة، وأن نصف العاملين لا يتجاوز أعمارهم 25 سنة. بالرغم من أهمية السياحة الداخلية عموما، إلا أن تأثير السياحة في

التنمية الاقتصادية يرتبط بالسياحة الدولية نظرا لقدرتها على توليد العملة الصعبة وإتاحة فرص نقل رؤوس الأموال والمعرفة، ومنه تساهم بشكل حاسم في استقرار الاقتصاد الكلي لا سيما في البلدان النامية، خصوصا وأن الوجهات السياحية الناشئة تزداد بمعدل أسرع من معدل الاقتصاديات المتقدمة (الأمم المتحدة، 2013)، حيث يتنبأ المجلس العالمي للسياحة والسفر نقلا عن تقرير تنافسية السياحة للمنتدى الاقتصادي العالمي لسنة 2017 بأن الوجهات السياحية الأكثر نموا بين 2016 و2026 ستكون معظمها دول نامية وهي: الهند، أنغولا، أوغندا، بروني، تايلند، الصين، ميانمار، عمان، الموزمبيق، والفيتنام؛ خصوصا مع تنامي السياحة جنوب-جنوب في ظل تحسين هذه الدول من تنافسياتها السياحية (WEF, 2017)، فضلا عن جذب السياح من البلدان المتقدمة الذين يمثلون حالي ثلاث أرباع إجمالي السياح الدوليين (الأمم المتحدة، 2013).

للنظر أكثر في القدرة التنموية للقطاع السياحي، الذي لم يعرف تراجعاً إلا سنة 2008 بفعل الأزمة الاقتصادية العالمية (الأمم المتحدة، 2013)، تورد منظمة السياحة العالمية (UNWTO, 2018) في تقريرها لسنة 2018 أن التوجهات العامة للسياحة عرفت النمو الأعلى على مدار السبع سنوات الأخيرة منذ 2010، وانتعاش للوجهات السياحية التي كانت تعاني من تحديات أمنية في السنوات الأخيرة؛ وكذا انتعاش اقتصادي ناتج عن طلب خارجي قوي من الأسواق المصدرة الرئيسية؛ وانتعاش قوي في الطلب من الأسواق الناشئة للبرازيل وروسيا بعد بضع سنوات من التراجع أو التدهور، وأن شمال أفريقيا وجنوب أوروبا المتوسطة قادت النتائج في 2017، ما يعكس الطلب القوي للوجهات السياحية المتوسطة. عموماً، بلغ مجموع وصول السياح الدوليين إلى 1323 مليون سائح بمعدل نمو 6.8%، حيث كانت الحصص بالترتيب التنازلي حسب نسب عدد الوصول لكل منطقة هي أوروبا، آسيا والمحيط الهادي، أمريكا، أفريقيا، والشرق الأوسط، بنسب 51، 24، 16، 5، و4% على التوالي، وبمعدلات نمو 8.3، 5.6، 4.0، 8.6، 4.6% على التوالي. كما بلغت الإيرادات السياحية العالمية 1340 مليار دولار بمعدل نمو 4.9%، بحيث كانت حصة كل منطقة تنازلياً هي: أوروبا، آسيا والمحيط الهادي، أمريكا، الشرق الأوسط، أفريقيا، بنسب 39، 29، 24، 5، 3% على التوالي، وبمعدلات نمو 8.0، 2.6، 1.3، 12.8، 8.0%، على التوالي. إضافة إلى ما سبق، تقدر مساهمة السياحة بـ 10% في الناتج المحلي العالمي، 7% من صادرات العالم بقيمة مساهمة 1.6 تريليون دولار من الصادرات، 30% من صادرات الخدمات، وأيضاً يوظف في القطاع السياحة منصب واحد بين كل 10 وظائف. يقوم الأفراد بالسياحة لأغراض متعددة من بينهم بالترتيب: الاستجمام والترفيه، لأغراض الزيارات العائلية والصحة والدين، للقيام بالأعمال، وأغراض غير محددة بنسب 55، 27، 13، 6%، على التوالي. كما يستخدمون وسائل متنوعة للنقل وهي بالترتيب: النقل الجوي، الطرق البرية، النقل البحري، والسكك الحديدية؛ بنسب 57، 37، 4، و2%. بالنسبة للسياح الأكثر إنفاقاً في السياحة بالترتيب لسنة 2017 هم: الصين، الولايات المتحدة الأمريكية، ألمانيا، المملكة المتحدة، وفرنسا بـ 257.7، 135.0، 89.1، 71.4، 41.4 مليار دولار على التوالي.

لكن من منظور آخر، يشير المجلس العالمي للسياحة والسفر (WTTC, 2017) إلى ضرورة النظر في إسهامات القطاع السياحي بالمقارنة مع القطاعات الأخرى في سياق الصناعات ككلية، لذلك قام بتحليل قدرة السياحة مع ثمانية قطاعات اقتصادية أخرى وهي: الزراعة، الصناعات الميكانيكية، البنوك، الصناعات الكيماوية، البناء، الخدمات المصرفية، المناجم، قطاع التجزئة (دون تجار الجملة)؛ لأجل الحصول على صورة أكبر بما فيها وبما في الآثار المباشرة، غير المباشرة، والمستحثة؛ على المستوى العالمي، وفي 27 منفردة. قد جاء في تقريره لسنة 2017 أن المساهمة المباشرة للسياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي العالمي بلغت حوالي 2,3 تريليون في 2016 وهي تساوي مجموع مساهمة قطاعي صناعة السيارات والصناعة الكيماوية، وتمثل حوالي 60% من حجم مساهمة قطاع البناء. بتضمين الآثار غير المباشرة والمستحثة للقطاع السياحي، فهو يولد ما قيمته حوالي 7.6 تريليون دولار في الناتج المحلي الخام العالمي (2,10%)، وهو يتفوق بذلك باقي القطاعات ماعدا البناء، الخدمات المالية، قطاع التجزئة بالترتيب بـ 18.1، 14.5، 10.3.

تريليون دولار على التوالي. بالنسبة لمقارنة قدرة القطاع السياحي في التشغيل، فإن العمالة المباشرة في القطاع السياحي تقدر بـ 108.7 مليون منصب عمل، وهو يتفوق بذلك على جميع القطاعات ماعدا البناء، الزراعة، وقطاع التجزئة؛ حيث يمثل أضعاف باقي القطاعات وهي بالترتيب صناعة الخدمات المالية، البنوك، المناجم، الصناعات الكيماوية، والميكانيكية بـ 2، 3.5، 4، 5، و7 أضعاف على التوالي. أحدثت صناعة السياحة اجمالي 292,2 مليون منصب عمل مباشر وغير مباشر ومستحدث في 2016، وهو بذلك يفوق صناعة السيارات، البنوك، المناجم، الصناعات الكيماوية، وقطاع الخدمات المالية. تتصور مجلس السياحة والسفر العالمي أن ينمو اسهام السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي بنسبة 4% سنويا على مدار العشرية المقبلة، لا يفوقها إلا قطاع البنوك والخدمات المالية بـ 4.6، 4.2% على التوالي، في حين توقع أن ينمو قطاعي الفلاحة والمناجم بـ 2.2، و2% سنويا على التوالي، وبالمقارنة من المتوقع ان يتوسع اجمالي الاقتصاد العالمي بنسبة 2,7% سنويا (WTTC, 2017). إجمالاً، يمكن القول إن مساهمة السياحة في النمو الاقتصادي تعتمد على العوامل التالية (الأمم المتحدة، 2013):

- مدى اندماج السياحة في الاقتصاد الوطني من خلال روابط أمامية وخلفية مع القطاعات الأخرى والاندماج في سلاسل القيمة الإقليمية والعالمية؛

- مدى استخدام الإيرادات الناتجة عن السياحة بما فيها العملة الأجنبية لتمويل البنية التحتية ودعم المنشآت المحلية سيما المنشآت الصغيرة والمتوسطة للنهوض بالمهارات والمؤسسات اللازمة لإنعاش الاقتصاد الوطني؛

- مدى ما إذا كانت السياسات والاستراتيجيات الوطنية محفزة أو مثبطة لزيادة الاستثمار المحلي والاجنبي في السياحة ونقل التكنولوجيا والمعرفة وتدعيم الأنشطة كثيفة العمالة واستهداف المناطق شديدة الفقر؛

- الجهود الوطنية الرامية الى ضمان استدامة الأنشطة الاقتصادية وبلوغها الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية.

### 3.3 واقع التنمية السياحية في الجزائر:

تستطيع الجزائر أن تقدم عرضا سياحيا متنوعا جدا بمقوماتها الطبيعية، الثقافية، والمادية والتي يمكن أن تؤهلها لتكون من البلدان السياحية المتميزة عالميا (بودريالة، 2016؛ الهدبة، 2017). لقد مرت التنمية السياحية في الجزائر على مراحل تنموية عديدة انطلقت منذ البدايات المبكرة للاستقلال؛ حيث أصدرت الميثاق الوطني للسياحة سنة 1966 وحددت فيه أهم التوجهات منها: خلق مناصب الشغل، استقطاب العملة الصعبة، وتعريف وتحسين صورة الجزائر في السوق السياحية الدولية؛ تلاها بعد ذلك مجموعة من المخططات الثلاثية، الرباعية، والخماسية، على غرار مخططات: [1967-1969]، [1970-1973]، [1974-1977]، [1980-1984]، [1985-1989]، [1990-1995]، [1996-1999]، وكان التركيز فيهم منصبا على تعزيز قدرة الاستقبال، استئناف المشاريع التي لم تنجز في المخططات سابقتها، تحسين المواقع السياحية لا سيما المعدنية منها، وكذا فتح المجال للخواص خصوصا بعد 1985 وصدور قانون ترقية الاستثمار في 5 أكتوبر 1993 الذي تم فيه منح امتيازات جبائية وجمركية لجلب الاستثمار السياحي، كما أن الفترة الأخيرة من المخططات السابقة قد شهدت التأكيد على ضرورة التخلي عن احتكار الدولة، وخصوصة الفنادق لتحسين خدماتها، لكن تدهور الوضع الأمني آنذاك حال دون تطور القطاع السياحي. أما في الفترة [2000-2007]، فقد شمل البرنامج الحكومي تطوير القطاع السياحي بما يجعله قطبا سياحيا ذو سياسة قطاعية خاصة، تتميز بوسائلها القانونية، التنظيمية، ومواردها المالية المستقلة، وتم هيكلة القطاع إداريا واقتصاديا، وانتهاج تشجيع الاستثمار السياحي سنة 2005 بتقديم تسهيلات إدارية وتمويلية للمستثمرين، إلا أنها فشلت لعدم ملاءمة القوانين الاستثمارية لقانون العقار السياحي، عدم ملاءمة طريقة التمويل، وعدم منح البنوك للقروض طويلة المدى. أخيرا، بعد الفترة 2008 إلى يومنا، فقد تم تبني واعتماد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر، الذي

يحتوي رؤية التنمية السياحية الوطنية لمختلف الآفاق على المدى القصير، المتوسط، والطويل، في إطار التنمية المستدامة، مع تحديد أدوات التنفيذ وشروط امكانية التحقيق لأجل أن تكون وجهة سياحية دولية (بودريالة، 2016).

حاليا، في الفترة [2015-2017]، تبعا لموقع (وزارة السياحة والصناعة التقليدية، 2019د)، فقد تزايدت الحظيرة الفندقية الوطنية للجزائر بقدرة استيعابية تمثل 102244، 107420، 112264 سريرا على التوالي، يتزايد فيها عدد الليالي الفندقية بـ 7146572، 7276521، 7406470، من بينهم 839161، 992611، 1146061 ليلة لغير المقيمين. كما ارتفع اجمالي عدد وكالات السياحة والسفر قيد النشاط بشكل ملحوظ جدا قدره 1643، 2041، 2220 وكالة على التوالي، كما ازداد نسبيا عدد المؤسسات السياحية المنخرطة في مخطط الجودة بـ: 421، 429، 446 مؤسسة سياحية على التوالي، من بينهم زاد قليلا عدد المؤسسات الفندقية المنخرطة بـ: 217، 217، 222 مؤسسة على التوالي، والوكالات السياحية بـ: 179، 187، 199 وكالة سياحية؛ ومشاريع المؤسسات الفندقية بـ: 55، 65، 81 مشروع لمؤسسة فندقية، بينما حافظت المحطات الحموية المنخرطة على 7 محطات حموية، وحافظت أيضا على 18 مطعما طيلة الفترة. كما شهدت مساهمات القطاع السياحي في الناتج المحلي الخام لنفس الفترة زيادة بـ 1.3، 1.4، 1.6% على التوالي، مع تناقص في الإيرادات في 304، 209، 140.5 مليون دولار بنفقات 677، 475، 580 على التوالي، بذلك سجلت عجزا بمقدار -373، -266، -439 مليون دولار على التوالي. اما التوظيف في القطاع السياحي في الفنادق، المطاعم، المقاهي، فقد تم تقديره للفترة [2014-2016] بحوالي 261289، 265803، 270317 عامل على التوالي، أي بمعدل نمو يتراوح في 1.7% سنويا.

في حين يتناقص اجمالي تدفقات السياحة الصحراوية خلال الفترة [2015-2017] بـ 130339، 140103، 234877 سائح، من بينهم اجانب 16504، 7506، 17502 على التوالي. أما السياحة الحموية فقد كانت بالمجموع الكلي 3691851، 3846396، 3214172 من بينهم 551979، 406091، 407356 أجنبي على التوالي. أما السياحة الشاطئية، فقد حافظت أيضا على عدد الشواطئ حيث تتراوح في 600 شاطئ، من بينها 400 مسموح للسباحة خلال هذه الفترة بحضور سياحي مستقر نسبيا حيث يتراوح في 100 مليون على مدار الثلاث سنوات. بينما تزايدت بشكل هائل إيرادات منح امتيازات الشواطئ من أقل من 100 مليون، إلى أكثر من 300 مليون، ثم تضاعفت إلى مجددا ما يقارب 650 مليون دينار خلال هذه الفترة (وزارة السياحة والصناعة التقليدية، 2019د). لقد توصل (درويش و مبيروك، 2015) إلى أن الطلب السياحي في الجزائر يتركز بشكل ملحوظ في الربع الثالث من كل عام مشكلا بذلك نمطا موسميا أحادي الذروة، شهري جويلية وأوت، ويبقى غير مستقر بسبب تأثير التقويم الهجري، وأن جزءا هاما من التركز السياحي يرجع إلى عودة الجزائريين المقيمين بالخارج.

يتفق معظم الباحثين الجزائريين على أن الواقع التنموي للقطاع السياحي ضعيف جدا ولا يستغل امكانياته بشكل أمثل؛ حيث بعد الرجوع إلى مساهمة كل قطاع اقتصادي في الناتج الإجمالي الخام في الجزائر، لاحظت (بلعابد، 2016) أن مساهمة القطاع السياحي هي الأضعف اقتصاديا مقارنة بالقطاعات الأخرى، خصوصا في ظل هيمنة المحروقات سواء الناتج المحلي أو على الصادرات، فضلا عن ضعف تنافسيتها الدولية، كما استخلصت (بوصفصاف، 2015) أن الجزائر قد حققت بعض التقدمات في ميدان القطاع السياحي غير انها لم تتمكن في اخذ حصة سوقية بمستوى المؤهلات السياحية للجزائر في سوق السياحة العالمي، وحتى الاستراتيجية الحالية غير كافية وذات أهداف بسيطة خاصة إذا ما قورنت بدول الجوار، فضلا عن عدم الاهتمام بالتسويق السياحي في الجزائر بطريقة جديدة، وكذا قصر نظر السلطات والهيئات المسؤولة عن السياحة في الجزائر، وذهب كذلك (بودية و دواح، 2018) أيضا إلى عدم وضوح خطط السياحة الجزائرية، وقلة الشفافية والرقابة التي تؤدي الى ضعف قدرة الإنجاز للهيكل السياحية، وكذا غياب إدارة مؤهلة وناجحة لمواجهة المخاطر التي تتعرض لها كل عناصر العرض والطلب السياحيين؛ كما أن ضعف الثقافة السياحية في الجزائر، وضعف السياحة الداخلية بسبب

ارتفاع تكاليف السياحة. بينما ذهب (ابراهيم بوناب، 2016) إلى أن تأخر القطاع السياحي يعود لأسباب عديدة باعتباره صناعة مركبة تحتاج دعم من القطاعات الأخرى، وأدرج خمسة عوامل أساسية أعاققت التنمية السياحية في الجزائر:

- **عدم الاستقرار الأمني:** والذي عرفته الجزائر خلال فترات معينة، خصوصا في التسعينات، وسببت ركودا سياحيا خاصة فيما يتعلق بالسياح الأجانب، وعلى كل حال، قد لوحظ تراجع أثره ابتداء من العشرية السابقة؛

- **الثقافة السياحية:** حيث تعكس مشكلة ذهنيات الفرد الجزائري، الذي يعتبر أن بعض المهن المرتبطة بالسياحة أقل قيمة كتلك التي تعتمد على المجالات أو المرتبطة بالصناعات التقليدية الحرفية، وأيضا أن الجزائريين، حسبه، لا يفرقون بين السائح والضيف، حيث يحفظهم على قيم الكرم يتكفلون بالسائح واستهلاكاته بالعملة الوطنية، مما يحرم السياحة الجزائرية من الاستفادة من مداخيل العملة الصعبة من السياح الأجانب؛

- **قلة المرافق السياحية وغلائها وتدني خدماتها:** حيث لا تزال تشهد تأخرا ملحوظا بمعدلات إنجاز بطيئة في جميع مخططات تنمية القطاع السياحي منذ الاستقلال، وتعتبر الحظيرة الفندقية الجزائرية الأضعف في المنطقة من حيث عدد الأسرة وجودة الخدمات، وكذا أسعارها المرتفعة التي يصل أحيانا قضاء ليلة واحدة فيها يعادل الأجر الأدنى أو يتجاوزه، واعتبر بذلك أن الحديث عن تنمية السياحة بهذا المنحى يبقى مجرد طموح، وأن ما تم تخطيطه لآفاق 2025 سيبقى إنجازا مؤجلا لآفاق أبعد؛

- **تواضع قطاع النقل في الجزائر:** ذلك بالرغم من التحولات الملحوظة التي عرفها سواء النقل البري، الجوي أو البحري، إلا أن حصيلته تبقى متواضعة من ناحية الكمية والتنوعية حيث لا تزال الخطوط الجوية الجزائرية هي المهيمنة على سوق النقل الجوي، وذات أعطال وتأخيرات متكررة. أما النقل البري فلا تزال هناك سيارات وقطارات قديمة وطرق مهترئة، فضلا عن مشكلة ندرة الوقود في بعض المناطق، وقلة مواعيد انطلاق بعض القطارات وغيرها من المشكلات، وهذا الوضع لا يشرف السياحة، ويصرف نظر الكثير من السياح؛

- **تدني تكنولوجيا المعلومات والاتصال:** لا يزال القطاع يعاني الكثير من النقائص والمعوقات، ولا تزال الجزائر تقريبا تتذيل الترتيب الدولي فيما يتعلق بسعة تدفق الانترنت، والتي يعتبر سعرها مرتفعا إذا ما قورن بجودتها وبأسعارها في الدول الأخرى، حيث تراوح نسبة الاشتراك 10% من متوسط دخل الفرد الجزائري، بالرغم من خصخصة تقديم خدمات الانترنت منذ 1998، لا تزال الجزائرية للاتصالات تحتكرها فعليا مما يؤثر سلبا على جودة الخدمات، والتي يمكن لمسها في انقطاعات الانترنت التي تؤثر سلبا أيضا في السياحة، سواء بالنسبة للعاملين في القطاع السياحي أو السياح وتأثيراته على نفسياتهم في حالة عدم الوصول للانترنت.

#### 4. العلاقة التنموية للصناعات التقليدية والحرف مع التنمية السياحية وواقعها في الجزائر

بينما يوجد بين الباحثين عموما اتفاق على إمكانيات السياحة في تحفيز التشغيل والدخل، إلا أن هناك من يشير بأن ذلك يكون على حساب الفخر الفردي والقيم الثقافية (Connelly-Kirch, 1982). إن المخاوف من الآثار السلبية المحتملة للسياحة على الثقافات المحلية حقيقية، لكن بالمقابل، وفي ظل تسارع وتزايد أفكار العولمة بشكل يجعل من العالم قرية صغيرة، فإنه يمكن للسياحة من جانب آخر أن تؤدي دورا إيجابيا في خدمة تنوع التراث الثقافي وحيائه، وحفظه لأجل التمتع به، بحيث تحمي من التفكك الكامل للهويات الوطنية؛ كما هو الحال في حماية الحرف اليدوية والمنتجات المحلية، لتعزيز جاذبية الوجهة السياحية لدى السياح، والذين يساهمون في تكاليف الحفاظ على التراث الثقافي (Almuhri & Al-Azri, 2019). لقد قامت هيئة الأمم المتحدة عام 2006 باختبار فرص خلق مناصب العمل وتوليد الدخل من خلال رابط السياحة-الحرف التقليدية، والتعرف على أهمية الحرف اليدوية المحلية في تنمية السياحة وبالمثل أهمية السياحة كعامل لحماية والحفاظ على الحرف التقليدية، واستخلصوا وجود علاقة إيجابية بين السياحة والصناعات التقليدية (Israr, et al., 2010)، كما أنه في الكثير من الدول، على غرار جنوب افريقيا، يوجد رابط قوي بين الصناعات التقليدية

والسياحة، حيث تعتبر السياحة القائد التنموي للصناعات التقليدية، وأن الصناعات التقليدية هي مصدر العيش الأساسي في المناطق المستندة الى السياحة أين يكون السوق المستهدف الرئيسي هم السياح (Nyawo & Mubangizi, 2015). تعتبر الصناعات التقليدية والسياحة متكاملتان بدرجة كبيرة يصعب فيها الفصل في دور كل منهما في الآخر، مع ذلك، نحاول في هذا المحور تفصيل الأدوار المتبادلة في رابط السياحة-الصناعة التقليدية، مع محاولة البحث عن سبل تعزيز ذلك في السياق الجزائري.

#### 1.4 دور التنمية السياحية في ترقية الصناعات التقليدية والحرف:

أدرت المنظمة العالمية للسياحة الأهمية التنموية للسياحة في الصناعات التقليدية، ولذلك قامت بإنشاء موقع ابن بطوطة الإلكتروني ([ebatuta.com](http://ebatuta.com)) تيمنا بالرحالة المغربي ابن بطوطة، من أعظم الرحالين في التاريخ. حيث يعتبر هذا الموقع منصة عالمية للتواصل بين السياح الذين يرغبون في شراء تذكاريات أصيلة مصنوعة يدويا وذات جودة عالية، مع مقاولي الحرف اليدوية والصناعات التقليدية؛ إذ تؤمن هذه المنظمة أن ذلك سيساهم في تنمية المجتمع بزيادة دخل الحرفيين خصوصا في المناطق الريفية وتطوير روابط أعمال مستدامة بين الحرفيين والسوق السياحي (UNWTO, 2017). أوردت (Scott, 2016) على إن إنتاج الحرف اليدوية يتيح للأفراد فرصا مربحة محتملة داخل أسواق السياحة لتحسين ظروفهم المالية، علاوة على أن صنع الحرف اليدوية يتسق مع نمط الحياة الريفية للعديد من الحرفيين، ويكون أيضا أفضل من أنواع العمل الأخرى المتاحة من الزراعة أو الخدمات، وأكد بحث المركز الدولي للتجارة (ITC, 2010) أنه في البلدان التي تجذب عددا كبيرا من الزوار الدوليين، يوفر قطاع السياحة العديد من الفرص للفقراء لبيع منتجات الحرف اليدوية، حيث ينفق السياح مبالغ كبيرة على الهدايا التذكارية وغيرها من المنتجات الحرفية.

في الواقع، إن دور الحركة السياحية في رفع مبيعات الصناعات التقليدية قد تم توثيقها منذ عقود، من قارات مختلفة، وفي بلدان نامية ومتقدمة، وذات طبيعة جغرافية متنوعة، جُزئية وقارية. على سبيل المثال، أورد (Nason, 1984) أنه في منتصف الستينات، في ميكرونيزيا، زاد إنتاج الصناعات التقليدية زيادة كبيرة عندما فتحت جزرها بالكامل أمام السياح خاصة اليابانيين والأمريكيين، خصوصا مع تحسن النقل الجوي إليها تلك الفترة، وأدى وجودهم إلى زيادة بنسبة 36% في الدخل المستمد من مبيعات الحرف اليدوية، ومع تحسن الايواء وبناء الفنادق مع بداية السبعينات أدى ذلك الى زيادات أخرى في المداخيل السياحية وفي مبيعات الحرف اليدوية، حيث مع نهاية السبعينات، كان الانفاق على منتجات الصناعات التقليدية من المحلات التجارية يشكل حوالي ثلث انفاق السياح الإجمالي، وتوسعت سوق الحرف اليدوية وقيمتها الاقتصادية مع الزيادة الهائلة تقريبا في السياحة، وذلك جراء تشديد حكومتها على تنمية المنتجات الحرفية في ضوء زيادة السياحة.

كما أشارت تقديرات التجارة الدولية للمنتجات الحرفية المتصلة بالسياحة 2.6 مليار دولار عام 1981، منها ما لا يقل عن 37% من البلدان النامية، وبالنسبة لكينيا، قدرت مشتريات الزوار من الحرف اليدوية بمبلغ 5 مليون دولار أمريكي سنويا، وهو ما يعادل حوالي 5-12 دولار عن كل سائح. وفي عام 1989، في تايلندا، أنفق السياح ما يقدر بمليون دولار على التسوق وهو ما يعادل ثلث مجموع الانفاق السياحي مع جزء كبير منه على الحرف اليدوية. في السيشل، يشكل الانفاق السياحي على منتجات الحرف اليدوية المحلية حوالي 1% من الإيرادات الوطنية (Terry, 1999, pp. 63-64). أورد (Mukherjee, Mukherjee, & Bhattacharya, 2016) من الهند أنه تم تقدير مجموع نفقات السياح الأجانب على الحرف اليدوية عام ما يمثل نحو 18% من القيمة الإجمالية لإنتاج المواد الحرفية اليدوية في الفترة [2001-2002]، وهذا يشكل أيضا ما يقرب من 44% من مجموع صادرات الحرف اليدوية (باستثناء السجاد المعقود باليد)، ويمكن القول بأن المبلغ الذي ينفق على الحرف اليدوية من قبل السياح الأجانب بمثابة تصدير. أي تعتبر السياحة وسيلة تصديرية للمنتج التقليدي، خصوصا وأن مستهلكها الأجنبي يحضر لاقتناء المنتج دون الحاجة الى إجراءات التصدير التقليدية والتسويق الدولي (قطافي، 2017).

من جهته، أخذ مركز التجارة الدولي وجهتان سياحيتان مختلفتان: أثيوبيا، وجمهورية لاو، لأجل تبيان أهمية السياحة ضمن مبيعات الحرف اليدوية والحد من الفقر. فقد اجتذبت في أثيوبيا عام 2007 حوالي 250 ألف سائح أجنبي، وقدرت مبيعات الحرف اليدوية المتصلة بالسياحة نحو 12.7 مليون دولار، منها 55% تعتبر دخلا لصالح الفقراء؛ مما يعني أن متوسط إنفاق السائح الواحد في أثيوبيا على الحرف التقليدية بلغ نحو 50 دولارا، منها أكثر من 25 دولار تعتبر دخلا لصالح الفقراء من الحرفيين، التجار، موردي المواد الخام، وتعتبر فيها الحرف التقليدية من أهم القطاعات الفرعية للسياحة فيما يتعلق بتوليد الدخل للفقراء. كما نقل مركز التجارة الدولي عن مؤسسة التمويل الدولية عام 2006 نسبا ماثلة، وقدرت فيها مشتريات السياح من الحرف التقليدية متوسط إنفاق 79 دولارا في كينيا وتنزانيا، و20 دولارا على الأقل في الموزمبيق. من جهة أخرى، في القارة الآسيوية، أضاف المركز الدولي للتجارة أنه في جمهورية لاو، وفي عاصمتها السابقة لوانغ برا بانغ، التي يزورها حوالي 135 ألف سائح دولي سنويا معظمهم من الشباب، أي محدودي الموارد، ومع ذلك تباع لهم ما مجموعه 4.4 ملايين دولارا سنويا من التحف والمواد الحرفية، أي يقدر متوسط مشتريات الحرف اليدوية نحو 33 دولارا للسائح الواحد، بحيث أن 40% منها تعتبر دخلا للحرفيين شبه المهرة وغير المهرة الذين يعتبرون الأكثر فقرا من السكان؛ والذين يتخذون من الحرف التقليدية الرتبة الثانية الأكثر تأثيرا لصالحهم بين القطاعات الفرعية الأخرى للسياحة من السكن، التغذية، والنقل (ITC, 2010)، وعلى كل حال، ينبغي أن تترابط تكامليا مع الصناعات التقليدية، لأجل أن يكون الطلب المستحث على المنتجات التقليدية من السياحة بعيد المدى، حيث أن التطبيقات الاقتصادية لرابط السياحة -الصناعة التقليدية يعتمد على فعالية القطاعات الفرعية للسياحة في التسخير الفعال للمنتجات التقليدية المحلية ضمن السوق السياحي (John, 2014).

إن دور قطاع السياحة في الدخل ورفع مبيعات قطاع الصناعات التقليدية المتصلة بالسياحة، قد تمت ملاحظتها أيضا في القارة الأمريكية وجزر المحيط الهادي، حيث ناقشت (Connelly-Kirch, 1982) أنه بالرغم من انجذاب السكان المحليين في تونغا الى الأعمال المرتبطة بالسياحة لعدد من الأسباب، على غرار محاولة التقاط بعض الجوانب من الحياة الغربية، إلا أن العديد منهم خصوصا من ذوي الدخل المنخفض والذين يبيعون المنتجات الحرفية، ينجذبون إلى الأعمال المرتبطة بالسياحة بسبب حاجتهم الى المال لتلبية الضروريات الاقتصادية، بالإضافة إلى أن الدخل من بيع المنتجات الحرفية في تونغا يسمح بالاستمرار بالمشاركة في النشاطات التقليدية ذات القيمة الثقافية. واستنتج أن بيع منتجات الصناعات التقليدية هو أساسا وسيلة مبتكرة للحصول على الدخل، مع أنه لم يكن مقبولا آنذاك كطريقة مشروعة لتوليد الدخل بسبب مشكلة تعارضه مع المواقف التقليدية في معاملة الضيوف. كما لاحظ (Phillips, 2017) من خلال تحليل سلسلة القيمة في السياحة والصناعات التقليدية أن وجود السياح يوفر دفعة كبيرة في السوق للأعمال الفنية والحرفية في منطقة البحر الكاريبي. كذلك، أوردت رابطة الدول الكاريبية (Association of Caribbean States, 2017) أنه في العديد من أعضائها، توفر الحركة السياحية نحو المنطقة تدفقا متكررا من السياح المتحمسين للمواد الثقافية، والمغامرة، وهواة التاريخ، والتراث العالمي، والمنتجات المرتبطة بالثقافة المحلية، وبذلك توفر التنمية السياحية فيها سواء بالنسبة للمقاولين الناشئين، ومنتجي الحرف اليدوية من المفروشات والصابون والأطعمة المتخصصة، وغيرها من المنتجات الحرفية، فرصاً غير محدودة لزيادة المبيعات، مع مجموعة متنوعة من أماكن البيع.

من زاوية أخرى، تعتبر السياحة أيضا عاملا في إحياء وحفظ، وتطوير الصناعات التقليدية والحرف، فبالرغم من أن الحدائث والعمولة قد أدت إلى إعاقة الإنتاج والاستهلاك المحليين للحرف اليدوية، فقد كان للسياحة أثر معاكس. أبرزت (Scott, 2016) وجهتي نظر مختلفتين من معارضين ومؤيدين لهذا الطرح؛ فبينما يرى المعارضون أن هذه السياحة تشجع الإنتاج الضخم لمنتجات الحرف اليدوية التي تحيد عن العمليات والمواد التقليدية لزيادة فعالية التكلفة؛ ويُعتقد أن هذه الممارسات تسهم في تعبير الثقافة حقيقةً لصالح السياح وليس

لأجل جهود حفظ الثقافة لذاتها؛ فإن المؤيدين يرون الحركة السياحية تساهم في الحفاظ على المعرفة المتعلقة باستخدام وتصنيع المنتجات الحرفية المحلية، وبذلك اعتبروا أن السياحة مسؤولة مباشرة عن استمرار انتاج منتجات تقليدية لم تعد صالحة أو مجدية اقتصاديا للإنتاج محليا. يسير في هذا الاتجاه الثاني مجموعة من الباحثين، حيث ناقش (Holder, 1989) أن تطور الحرف التقليدية من الناحيتين النفسية والاقتصادية يرتبط بالسياحة، فعلى الرغم من ابتعادها عن أصولها التاريخية، فإنها إذ لم تندثر ونمت، فيمكن ارجاع الفضل الى السياحة في بقائها أو إحيائها لعدم قدرتها على مواجهة التهديد الذي يشكله التصنيع بالإنتاج الضخم، وكذا تناقص المهارات اليدوية. في هذا السياق، أوردت (Terry, 1999, p. 65) أن توجيه منتجات الصناعات التقليدية نحو سوق أوسع في بعض الحالات يكون مسؤولا عن إحياء الصناعات التقليدية المحتضرة او التي هي في طريق الزوال، وأضافت أن السياحة زادت من تنوع المنتجات الحرفية في كينيا وسويسرا. أيضا، ناقش (Teixeira & Ferreira, 2019) أن تطوير السياحة الحرفية قد ساهم في الحفاظ على التقاليد الحرفية الإقليمية، وتعزيز القيم الثقافية للمناطق، وتطويرها بطريقة مستدامة، ليس من خلال توسيع السوق فحسب بل أيضا في الفرص الموازية لتطوير الإنتاج. وفي هذا الصدد، فإن المنتجات الحرفية التي بالرغم من أنها فن، فهي تعاني نقص الالهام والابداع، نظرا لالتزام الخلف بتقليد السلف، مع قلة ممن يبتكرون نماذج جديدة، لذلك أحدثت السياحة، لاتصال السياح الأجانب بالحرفيين، بعض التغييرات في التصميم (Terry, 1999, p. 66)، كما ذهب (Markwick, 2001) إلى أن أداء الصناعات الحرفية يعتمد على السياحة من حيث عدد السياح الوافدين، والنفقات، ومدة الإقامة، وما إلى ذلك من العوامل.

من زاوية أخرى، أورد الباحثون (قطايفي، 2017؛ سويتيم، 2018) أنه توجد العديد من العوامل التي تحدد انفاق السائحين على الصناعات التقليدية والحرفية والتي يمكن تصنيفها من جهتين: عوامل من جهة خصائص المنتجات الصناعات التقليدية وأخرى من جهة السائح، وذلك كما يلي:

- **عوامل من جهة الصناعات التقليدية والحرفية:** يمكن حصر هذه العوامل في: أولا، الأصالة والتفرد، والتي تعني تميز المنتج بطابع خاص يمثل ثقافة الصانع ومنطقته فقط، وهو بشكل ما يحميها من التقليد؛ ثانيا، الإتقان اليدوي والجمال، كون الإتقان يحافظ على التراث الثقافي في تصميم المنتج باليد وبدقة وكذا جماله وحاذييته في التعبير عن التراث؛ وثالثا، سهولة الحمل والتعبئة، حيث أن المنتجات خفيفة الوزن يمكن نقل من طرف السائح بكل سهولة؛

- **عوامل من جهة السائح:** وترتبط بعدة عناصر موضوعية وذاتية تتعلق بهدف الرحلة السياحية، جنسيات السائحين، مستوى المعرفة لديهم ومدى رغبتهم في التعرف على ثقافات أخرى، ويمكن تبين عدة دوافع لدى السياح في الاهتمام بمنتجات الصناعات التقليدية، منها: أولا، دوافع الاقتناء للذكرى في تذكّر التجربة أو عرضها للأهل والأحباب لأموال ترفيهية، وهي الأكثر شيوعا وقد تندرج ضمن حاجة التقدير؛ ثانيا، دافع الاقتناء الثقافي لدى السياح الذين يستهدفون المعرفة والثقافة وليس مجرد الحصول على التقدير ويندرج ضمن الحاجة الى المعرفة والفهم؛ دافع الإهداء، ويختلف تبعا للجنس والسن والدخل والمعتقدات، ورابعا، وأخيرا دافع التفاخر، وهو موجود خصوصا لدى السياح الأثرياء لاقتناء قطع فنية وتراثية تمثل الحضارات الخاصة بها، ويرتبط هذا الدافع جزئيا بالرغبة الملحة في تحقيق الاعتراف من قبل الآخرين والمكانة المظهرية.

#### 2.4 دور الصناعات التقليدية والحرف في تعزيز التنمية السياحية:

منذ أواخر القرن التاسع عشر، جذبت الصناعات التقليدية جمهوراً متحمساً من السياح الذين يرغبون في الأشياء المصنوعة يدوياً كهدايا تذكارية لتجارهم في السفر، حتى أصبح، في السياق المعاصر، أن صانعي الحرف اليدوية عموماً لا يزودون مجتمعاتهم المحلية بمنتجات معين بقدر ما يلبّون طلب السياح، خصوصا لما أصبح الإنتاج المخصص للمجتمعات المحلية مكلفا وغير مستدام؛ إذ أن تدفق السلع المستوردة إلى الأسواق المحلية يلبّي فيها نفس الحاجات التي تلبّيها المنتجات التقليدية لكن بشكل أكثر فعالية خصوصا في التكلفة،

وأيضا أن افراط الصناعات التقليدية في تلبية المجتمعات المحلية يؤدي إلى الاجحاف في استخدام المواد الأولية ذات القيمة أو اختفائها على غرار خشب الحديد مثلا (Scott, 2016). يرى المركز الدولي للتجارة (ITC, 2010) أن تعزيز قطاع الصناعة التقليدية يضمن للسياح اختيار وشراء المزيد من المنتجات المصنوعة يدوياً محلياً بدلاً من المنتجات المستوردة في البلد المضيف، فضلا عن زيادة عدد السياح الدوليين. وهو ما لاحظته (Nason, 1984) من قبل في دراسته لميكرونيزيا، حيث أن ما حدث فيها، كما أسلفنا سابقاً، في الستينات والسبعينات كان ثورة فعلية افرزتها السياسة الحكومية بشأن الحرف اليدوية، باعتبارها واحدا من بين ثمانية أهداف رئيسية للسياسة الانمائية في ضوء زيادة السياحة، وكانت نتيجتها أن زادت بشكل كبير أعداد السياح الدوليين خصوصا الأمريكيين واليابانيين، واستمر بيع منتجات الحرف التقليدية للسياح، وتوسعت أسواق الحرف اليدوية وقيمتها الاقتصادية مع زيادة السياحة.

في نفس السياق، توصل (Teixeira & Ferreira, 2019) إلى أن الصناعات التقليدية تؤدي دورا هاما في تسويق حزمة المنتجات السياحية، وتوفر مدخلا أساسيا في القدرة التنافسية للسياحة الإقليمية. وشدد (Holder, 1989) أنه فضلا عن وجوب تمييز منتجاتهم الحرفية في منطقة الكاريبي، وترك الحرفيين مركزين على الإنتاج، أنه ينبغي التفكير فيما قبل بيع المنتجات التقليدية بتضمينها كجزء من الحزمة السياحية في الخارج. كما ناقش (Ferreira, Sousa, & Gonçalves, 2018) أنه غالباً ما يتم عزل الحرف اليدوية مع أنها ديناميكية وتقود للإنفاق في الإقليم، إذ تجذب جمهوراً معيناً من السياح الذين يسافرون لأجل تجربة افتتاح معارض، ومنها معارض الحرف اليدوية، مما يعزز حركة السفر وهي غنية جدا من الناحية الاقتصادية لاسيما للاقتصاد المحلي. في ذلك، أورد (Phillips, Indar, & Thor, 2017) أن افتتاح متحف الفنون القديم والجديد قد أدى الى نمو الزيارات التي يقوم بها السياح الثقافيون الحريصون على تجربة البيئة الثقافية للبلد المضيف. وهو ما يضع النقاط على دور الأنشطة الفنية والثقافية في جذب الزوار والسياح من داخل المناطق وخارجها، ومنها انتاج الحرف اليدوية الذي يمنح الفرصة للمجتمع في الحفاظ على تراثه الطبيعي وعرضه على الزوار الدوليين (ITC, 2010)، وقد أدركت حكومات كثيرة، أن تعزيز الخصائص التاريخية والمادية والاجتماعية والثقافية في ثقافات بلدها الفريدة، بما في ذلك الحرف اليدوية، يمكن استغلالها كمناطق جذب سياحية هامة، وبالتالي زيادة عائدات النقد الأجنبي والإيرادات العامة (Terry, 1999, p. 63).

فضلا عن جذب السياح، وتعزيز الاقتصاد المحلي بزيادة مبيعات الصناعات التقليدية لهم وكسب العملة الاجنبية، فقد سبقت الإشارة إلى أن السياح في البلد المضيف لا يعتبرون مثل المستهلكين المحليين، أو العاديين، إذ أنهم في الواقع يبحثون عن الحصول على تجربة، خصوصا فيما يتعلق بالثقافات المحلية، لذلك، فإن التعرض المحدود للثقافات المحلية مثل الحرف اليدوية قد يقلل من تفرد التجربة السياحية وجاذبيتها (ITC, 2010). حيث تقوم السياحة الثقافية/التراثية على وجود مكونات ملموسة مثل المباني التراثية أو المنتجات التقليدية والتحف وغيرها، وغير ملموسة مثل اللغات والفنون والفلكلور وغيرها، بحيث تعتبر مجموع هذه المكونات عوامل الجذب السياحي الرئيسية في تلبية فضول السياح تقدير الثقافات المحلية (Mustafa, 2011)، وقد وصف (السلطان و الحياي، 2012) الادب والفنون والتقاليد والفلكلور (التراث الشعبي) والمخلفات التاريخية بصورة عامة بأنها هي مادة السياحة الحقيقية، بل ذهب (قطاني، 2017) لأبعد من ذلك حيث أورد أن تجربة الثقافة حاليا هي الدافع الأساسي للأفراد في ممارسة السياحة حاليا، حيث يرغبون في التواصل مع أهل المنطقة والاطلاع على فنونهم وتراثهم وتذوق طهوبهم وارتداء أزيائهم المحلية، وهو ما يمكن أن توفره، بشكل حصري الصناعات التقليدية والحرف، بذلك يتبين أن الثقافة، ومنها منتجات الحرف التقليدية واستدامتها، عامل ضروري لنجاح الأعمال التجارية السياحية المحلية (Ona & Solis, 2016).

أي أن الصناعات التقليدية والحرف تؤدي دورا هاما في التعريف بالموارد السياحية وكذاثقافة البلدان، من خلال ما تقدمه مثلا الحرف اليدوية المستخدمة في تزيين المنازل والعمران، والتي تشكلت عبر قرون من تقليد لتقنيات الإنتاج (Sahoo, 2016)، إذ تعتبر في هذا الصدد استحضار للتاريخ المحلي ولا تكاد تنفصم عن المنتج السياحي وتجربة المنطقة التي نشأ فيها. مما يولد الاهتمام بالمنطقة واحتمال تكرار الزيارة، وعليه ينبغي أن تكون ممثلة لتفرد المكان لأجل زيادة تفرد الوجهة وجاذبيتها، بالتالي المساهمة في قدرتها التنافسية. يتزايد أهمية هذا التمايز بالنسبة للوجهات التي تسعى إلى الحفاظ على حصتها في السوق ونموها، بالنظر إلى الزيادة في المنافسة على الصعيد العالمي (Association of Caribbean States, 2017)، إذ مثلا تتلقى المناطق الريفية، ولا سيما سياحيا، تأثيرات من الزيادات في القدرة التنافسية الناشئة مما تنتجه من تراثها وتقاليدها (Teixeira & Ferreira, 2019).

إضافة لما سبق، مثلما يرتبط الفن والحرف المحليان مباشرة بقطاع السياحة كمصدر لصنع التذكاريات والتحف، فهي تعتبر أيضا مصدرا للتوريد المحلي من المواد الوظيفية المستخدمة في قطاع الضيافة، مثل الجداريات الزخرفية، المصابيح، الحصر، والزراي وغيرها من العناصر الوظيفية أو الزخرفية (Phillips, Indar, & Thor, 2017)، ويرى مركز التجارة الدولي (ITC, 2010) أنه ينبغي الاهتمام بتعزيز قطاع الحرف اليدوية لأن ذلك يضمن أن يشتري السائح المزيد من المنتجات المصنوعة يدويا محليا بدلاً من المنتجات المستوردة في البلد المضيف؛ ويساعد في تنوع المنتجات السياحية لتشمل الإقامة في المنازل وغيرها من التجارب الثقافية؛ وبذلك يكون دعم الشراكة بين السياحة والصناعات التقليدية يشكل دورا للتنمية؛ كما أكد أيضا أهمية اهتمام القطاع الخاص بالصناعات التقليدية لأنه يمكّن المؤسسات السياحية من الحصول على منتجات ذات جودة أعلى محليا، الأمر الذي يمكن أن يزيد بدوره من جاذبية تشكيلة منتجاتها؛ وأن الحرفيين يجدونها جذابة لأنهم يستطيعون تعلم خبرات ومهارات جديدة وتنوع منتجاتهم.

في حين يمكن عرض منتوجات الصناعات التقليدية في مناطق الجذب السياحي الرئيسية، فإن هناك أساليب أخرى يمكن تفعيلها في سبيل ترويج الحرف التقليدية باعتبارها نواة أساسية في التنمية السياحية مثل جعل المرافق السياحية بالقرب من مراكز إنتاج الحرف اليدوية أو انشاء قرى الحرف التقليدية لأجل السياحة الحرفية (Iran Doostan Tours, n. d.). تعبر قرى الحرف اليدوية عن مراكز لإنتاج الحرف بحرفيين معلمين وعائلاتهم للصناعات التقليدية، ولديهم نفس القواعد في إدارة الإنتاج لحفظ وتوريث الحرفة والتعاون في إنتاج وبيع منتوجاتهم في نطاق صغير أو متوسط (Hieu & Rasovska, 2017)، مما يسمح بربط السياح بالحرفيين مباشرة عوضا عن مجرد رؤية المنتوجات الحرفية في المحلات التجارية، ما يعزز فهم وتقدير الفن في المهارة الحرفية (Shakya, n. d.). في هذا السياق، لاحظ (Markwick, 2001) في مالطا أن فئة من السياح تشتري منتوجات الحرف اليدوية من أماكن إنتاجها بحيث تزيد مشاهدة مهارات الإنتاج من صحة التجربة السياحية لديهم، حيث يسعى السياح في السفر بشكل متزايد إلى الانتقال من الواجهة الأمامية في الصناعات التقليدية إلى الجوانب الأكثر أهمية من الواجهة الخلفية لأجل اكتشاف الأصالة، والسلامة الثقافية والتاريخية للمنتوجات وصدقها، ولو أن بعض السياح من جهة أخرى يجدون موضوع الأصالة قابل للتفاوض حيث يرغبون بمعايير وأشياء معينة في التصميم. أيضا، أضاف (Hassan & Tan, 2017) أن جعل الحرف اليدوية في أماكن الجذب السياحي بدلا عن الأماكن المعزولة عن إنتاجها تحدث فرقا كبيرا، إذ أن مشاهدة الحرفيين وكيفية الإنتاج هو عامل جذب سياحي إضافي، ويشجع على الانفاق على المزيد من المنتوجات التقليدية. توجد أمثلة كثيرة ساعدت فيها إنشاء قرى الحرف اليدوية على ازدهار السياحة أهمها الفيتنام، التي تضم أكثر من 1300 قرية حرفية تقوم بمختلف أنشطة الصناعات التقليدية من النسيج، التطريز، الفخار، وغيرها (Shakya, n. d.).

بالرغم من أهمية الصناعات التقليدية في التنمية السياحية، باعتبارها مصدرا للدخل من الانفاق السياحي خصوصا للفقراء في البلدان النامية، إلا أن مركز التجارة الدولي (ITC, 2010) قد أورد أن هناك العديد من القيود والتحديات التي لا تزال تواجهها، والتي ينبغي التغلب عليها لتمكين الحرفيين من الاستفادة أكثر من السوق السياحية، إذ لا تزال هناك أسواق للحرف اليدوية في البلدان النامية

مليئة بالمنتجات المستوردة أو المحيية لتوقعات السياح بسبب ضعف تنوع منتجاتها، جودتها، أو ابتكارها. لذلك صنف المركز الدولي للتجارة التحديات التي تواجه الحرفيين في اغتنام الفرص التي يتيحها قطاع السياحة إلى قسمين؛ وهما تحديات متعلقة بالعرض وأخرى بالسوق، كما يلي:

**-تحديات العرض:** يتصف العرض بمجموعة منتجات تقليدية محدودة بسبب الافتقار إلى الابتكار والتصاميم الجديدة، وضعف نوعية المنتجات بسبب انخفاض المهارات أو قلة المعرفة بشأن توقعات السياح، كما يجد الحرفيون صعوبة في التنافس على أساس السعر مع المنتجات المستوردة، ولا يتمكنون من الاستثمار في الآلات والمعدات لرفع نوعية منتجاتهم، وأيضا يصعب عليهم الحصول على المواد الخام وغيرها من المدخلات بسبب ندرتها أو توفرها في أوقات معينة فقط، فضلا عن كونهم غير منتظمون تنظيميا جيدا مما يؤدي إلى امدادات أقل استمرارا، أكثر بطء، وغير مضمونة؛

**-تحديات السوق:** عدم وجود منافذ سوقية مناسبة لجذب السياح، وتجار الحرف اليدوية في الوجهات السياحية يفتقدون المعرفة بإمكانات العرض في أجزاء أخرى من بلدانهم، كما أن هناك الكثير من مستويات الوسطاء والتجار مما يزيد من الأسعار، وأن عدم الثقة بين التجار ومنتجي الحرف اليدوية يحول دون تحسين التعاون، كذلك، ضعف الروابط السوقية المتقدمة مع محلات البيع بالتجزئة في مواقع السياح الرئيسية، وقلة التكامل في العطلات من منظمي الرحلات السياحية والمنتجعات الفندقية. وأيضا هناك عامل السياح الذين يبحثون عن التذكاريات والهدايا المفيدة، بدلا من الهدايا التذكارية التقليدية.

#### 3.4 إمكانات رابطة الصناعات التقليدية والحرف مع التنمية السياحية في الجزائر:

سبقت الإشارة إلى أن الجزائر لم تستطع أن تكون مقصدا سياحيا جذابا بالرغم الجهود التنموية المبذولة لأجل ذلك، والمقومات السياحية الهامة والمتنوعة التي تمتلكها بتنوع جغرافيتها وثقافتها، والتي منها تنبثق صناعات تقليدية متنوعة ومميزة؛ كذلك يبدو أنها لا تزال بعيدة عن تشكيل رابطة فعال للثنائية التنموية السياحة والصناعات التقليدية إذ يتسم بالضعف، وهو ما استخلصه (قطاني، 2017) في أن السياحة الجزائرية لم تستطع قيادة النمو في الصناعات التقليدية لأجل أن يصبح قطاعين حيويين يساهمان في التنمية والبدليل الاقتصادي عن الربع. كما أورد (شنيبي، 2010، الصفحات 116-117) أن واقع العلاقة المتينة في رابطة السياحة والصناعة التقليدية في الجزائر يبقى محتشما، حيث يفصل سواء نشاط السياحة أو الصناعات التقليدية عن بقية القطاعات، مما جعلهما يفتقدان لخاصية الاندماج وللآثار الإيجابية التي توفرها قطاعات النشاطات لبعضها. كما أضاف أنه إلى جانب المشكلات الأساسية لقطاع الصناعات التقليدية مثل مشكلات التكوين، التموين، الإنتاج، والتسويق؛ قد زادت مشكلة تدهور القطاع السياحي، مقارنة مع نظرائه، والتي أدت إلى إهمال الصناعات التقليدية. في هذا الصدد، حاول (شاهد و بن لعمودي، 2016) تحليل تطور المداخل السياحية للفترة [1990-2002] في الجزائر، والتي عرفت فيها تراجعاً كبيراً خاصة في الفترة [1995-1997] لأسباب أمنية، ولاحظا بعد اسقاطها على تطور الصناعة التقليدية أن هذه الأخيرة شهدت تدهورا أيضا خلال الفترة التي سبقت 1998، ثم عرفت استقرارا فيما بعد، والذي فسراه بارتباطه بمداخل السياحة لنفس السنة.

بالرغم من تواضع مداخل الصناعات التقليدية الجزائرية بالنظر إلى امكانياتها ومقارنة بدولتي الجوار، إلا أنها قد كشفت وزارة السياحة والصناعات التقليدية عن نتائج دراسة لقيمة مقتنيات السواح الأجانب من منتجات الصناعات التقليدية الجزائرية وظهر فيها أن السائح الأجنبي ينفق خلال تواجده بالجزائر من 80 الى 120 أورو من منتجات الصناعات التقليدية والحرفية (بن حمودة، 2014)، وهو ما يسطر الأهمية البالغة لرابطة السياحة والصناعة التقليدية الذي يمكن أن تشكله الجزائر وقدرته على خلق الثروة إذا توفر له المتطلبات المناسبة، خصوصا وأنها تبدو متفوقة في هذا الصدد على بعض البلدان النامية التي تركز على السياحة، حيث أوردنا سابقا أن

متوسط انفاق السياح الدوليين على منتجات الصناعات التقليدية يتراوح إلى 79 دولارا في بلدان سياحية مختلفة، بل خاصة أيضا إذا علمنا أن مشتريات السياح الأجانب قد فاقت التوقعات حيث كان يفترض سابقا أن يصل في 2010 حجم مشتريات الأجانب من المنتجات التقليدية إلى 80 دولارا للسائح الواحد (شاهد و بن لعمودي، 2016).

في نفس السياق، قد توصل (شنيبي و شريف، 2009) في دراستهما على مستوى غرداية واحتوت معظم عينتهم تقريبا على السياح الأجانب أن 48.8% منها يشترون الزربية التقليدية وهي علامة سياحية لمدينة غرداية، و 13.6% يشترون المنتجات النحاسية، فضلا عن مشترياتهم من الخزف والفخار (11.6%) واللباس التقليدي (9.3%) وتبقى نسب ضعيفة أخرى تتفرق بين الحلبي والمنتجات الجلدية والخشبية. وبينت نتائجهم أيضا أن 78.5% من عينتهم قد اشتروا بالفعل منتجات تقليدية، حيث كان الدافع الأكبر لاقتنائها هي القيمة الجمالية الفنية، وبنسبة أقل لأجل الذكرى، وبنسبة أضعف لسهولة النقل. من المفيد التنبيه أيضا أنهما توصلا إلى أن أكثر من ثلث عينتهم يفضلون الإقامة في المنازل التقليدية التي تعكس التراث التقليدي للمدينة، وبنسبة أقل للذين يفضلون الإقامة في فنادق لا تقل طابعها المعماري عن المنازل التقليدية. من الجدير بالانتباه أيضا إلى أن حوالي ثلثي عينتهم تقريهم وكالات السياحة إلى المنتجات التقليدية ويتضح من ذلك الدور الكبير لوكالات السياحة في انعاش الصناعات التقليدية.

من جهة أخرى هناك توجد أيضا إمكانيات وقابليات في بعض مناطق الجزائر لتعزيز أكبر في رابط السياحة والصناعة التقليدية، على سبيل المثال قد اقترح (شاهد و بن لعمودي، 2016) ترميم ممتلكات القطاع الموجودة في منطقة توقرت وتجهيزها، وكذا إعادة استغلال الممتلكات السابقة والاستفادة من المواقع الأثرية المهملة، وجعلها أقطاب للصناعات التقليدية والحرف على غرار جعل حي مستارة بالنزلة قرية حرفية في حالة ما تم استغلاله وإعادة ترميمه لقيمتها السياحية، وكذا مبنى القصر العتيق ببلدية الزاوية العابدية، والقصر القديم بدائرة تماسين. إضافة إلى ما سبق، أشارت (سويتيم، 2018) أن الصناعة التقليدية بالهقار تدعم القطاع الاقتصادي ومهمة أيضا في ترويج المنتجات السياحية من الجانب الثقافي والاجتماعي خاصة في المواسم التي تشهد تدفقا للسياح على المنطقة مثل احتفالات رأس السنة ومهرجان تافسيت، كما تقام فيها تظاهرات خاصة للصناعات التقليدية تتزامن مع المواسم السياحية، وهو ما يسطر وجوب دعم رابط السياحة والصناعة التقليدية في تنمية أحدهما الآخر من خلال هذه التظاهرات الثقافية؛ التي تعد عموما أحد الدعامات الأساسية التي يعتمد عليها في جلب السياح إلى الجزائر، ومحاوله إعطاء صورة إيجابية عنها كوجهة للسياحة الثقافية (السبتى و صحراوي، 2018)، وذلك في إطار الاستراتيجيات الدولية لترقية السياحة والصناعة التقليدية والرامية إلى الترويج للمنتج التقليدي وطنيا ودوليا، وتتمين نشاطات الصناعات التقليدية، من خلال برمجة، تنظيم، والمشاركة في التظاهرات المحلية، الوطنية، والدولية، ومن بينها:

- الأعياد المحلية: مثل عيد الكسكسي بميلة، الزيتون ببجاية، تقطير الورود بقسنطينة، الحلفة بسعيدة، عيد المهري بمتليلي، عيد التمور ببسكرة؛

- التظاهرات الوطنية: مثل الصالون الوطني للزربية بغرداية، للمنتجات الصوفية بالمدينة، للنحاس بقسنطينة، للآلات الموسيقية بتلمسان، للخزف الفني والزجاج وأدوات التزيين بالعاصمة، للجلود بوهران، للحلي التقليدية بتيزي وزو، للباس الطرز التقليدي بجيجل، للصناعات التقليدية الصحراوية بتمنراست، وغيرها؛

- أسابيع الصناعات التقليدية: مثل الأسابيع الجزائرية للصناعة التقليدية بدمشق سوريا، بتونس، بالقاهرة في مصر، وغيرها؛  
- المعارض والصالونات الدولية: مثل المهرجان الدولي للحرف والفنون الشعبية بمسقط، معرض الصناعة التقليدية بجنيف، معرض الصناعة التقليدية الجزائرية بواشنطن، المعرض الدولي للصناعة التقليدية لشبونة، وغيرها (شنيبي، 2010، الصفحات 117-

-المهرجانات الدولية: مثل مهرجان تيمقاد بباتنة، مهرجان جميلة بسطيف، مهرجان السينما بالعاصمة، مهرجان الموسيقى الأندلسية بالعاصمة، مهرجان إبلسة تنهان لفنون الهقار بتمنراست، وغيرها(السيبي و صحراوي، 2018).

## 5. خاتمة:

جاء هذا البحث بهدف تحليل العلاقة التنموية لرابط الصناعات التقليدية والحرف مع التنمية السياحية، لأجل ذلك، قمنا أولاً بالتعرف على المضامين الأساسية للصناعات التقليدية والحرف، وأهميتها وخصائصها، والبحث عن واقعها في الجزائر، كما حاولنا ثانياً التطرق إلى موضوع التنمية السياحية وخصائصها وأهميتها الاقتصادية عالمياً، وواقعها في الجزائر، في حين خصصنا محورا ثالثاً لتحليل رابط الصناعات التقليدية والحرف مع التنمية السياحية دون إغفال إمكانيات الجزائر في تفعيله، سواء في دور التنمية السياحية في ترقية الصناعات التقليدية والحرف وتنمية مداخيلها، تطويرها والحفاظ عليها، أو من خلال دور الصناعات التقليدية والحرف في تعزيز الحركة السياحية وإمدادها المحلي. وقد توصلنا من خلال هذا البحث إلى جملة من النتائج نوردتها في النقاط الموالية:

- تساهم الصناعات التقليدية والحرف في عدد من المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية مثل الناتج المحلي، التشغيل، تامين دور المرأة، والريف، تحقيق استقرار السكان، وجلب العملة الصعبة، والحفاظ على التراث، وقد سعت الجزائر لتنميته وتطويره منذ الاستقلال لما له من قدرة في التأثير على المتغيرات السابقة؛

- تمارس الصناعات التقليدية الجزائرية على كامل ربوع الوطن وتتميز بالتنوع والتفرد، بمكوناتها الطبيعية والاجتماعية، وتصاميمها ورمزياتها المستلهمة من تراث الحضارات المتعاقبة في الشمال الافريقي؛

- تعتبر السياحة من أكبر القطاعات الاقتصادية في العالم، وتنميتها تؤثر على نمو باقي القطاعات وتنوع هياكلها، ذلك أن باعتبارها قطاعاً مركباً، وستكون الدول النامية الأكثر نمواً سياحياً في السنوات المقبلة، حيث إن الدول التي قادت النتائج السنوات القليلة الماضية هي دول متوسطة من جنوب أوروبا وشمال افريقية، وهنا يجب تسطير الدور الذي يمكن أن تلعبه الجزائر؛

- حالياً، تستطيع الجزائر أن تقدم عرضاً سياحياً متنوعاً وثرانياً غير أنها لا تصل بعد إلى مستوى الطموحات والأهداف المتوقعة منها لأسباب عديدة من داخل القطاع وخارجه باعتباره يمتد لقطاعات أخرى؛

- تساهم السياحة في زيادة دخل الحرفيين، لاسيما الفقراء، والذين ينشطون في المناطق الريفية، وتطوير روابط أعمال بين الحرفيين والسوق السياحي، من خلال توفير فرص لبيع منتوجات الصناعات التقليدية، خصوصاً وأن نسبة هامة من منتوجات الحرف التقليدية تشكل جزءاً من مشتريات السائح بحيث تمثل في المتوسط حوالي 79 دولاراً؛

- تساهم السياحة في إحياء الحرف التقليدية وحفظها في ظل افرازات العولمة، الحداثة، الإنتاج الضخم، وتناقص المهارات اليدوية، وتعتبر المسؤول المباشر على المحافظة على الصناعات التقليدية لاسيما تلك التي لم تعد مجدية اقتصادياً، خصوصاً وأن في بعض المناطق قد أصبحت المنتوجات التقليدية تستهدف السياح، وليس للمجتمعات المحلية؛ حيث أصبح أن الإنتاج المخصص للمجتمعات المحلية أصبح مكلفاً وغير مستدام، كما تساهم السياحة في تطوير منتوجات الصناعات التقليدية وابتكار تصاميمها لا سيما إذا كانت الأصالة في المنتج التقليدي قابلة للتفاوض؛

- من جهة أخرى، تعتبر الصناعات التقليدية والحرف نمطاً ابداعياً لتنمية السياحة، كونها إحدى عوامل الجذب السياحي، من خلال تشجيع الطابع المحلي كميزة يتمتع بها كل مجتمع ويخدم تسويق المنتوجات السياحية من عدة زوايا أهمها التوظيف الثقافي، بل وتعتبر أيضاً محددات أساسية للقدرة التنافسية للوجهات السياحية؛

- تمثل الصناعات التقليدية استحضار للتاريخ في تجربة السياحة الثقافية، بالتالي تساهم في التنمية السياحية عبر جذب السياح لا سيما الثقافيون، بالتالي تولد الاهتمام بالمنطقة واحتمال تكرار الزيارة، وعليه تساهم الصناعات التقليدية والحرف في تنوع المنتجات السياحية وضمان شراء المنتجات المصنوعة محليا بدلا من المستوردة في الوجهة السياحية؛
- على اعتبار أن الاسهامات الحقيقية للسياحة لن تكون حقيقية أو فعالة إلا إذا كان التوريد محليا، فيمكن للصناعات التقليدية والحرف أن توفره باعتبار قابليتها لأن تكون مصدرا للتوريد المحلي من الموارد الوظيفية في قطاع الضيافة؛
- تزيد قرى الصناعات التقليدية والحرفية من صحة التجربة السياحية، وهي تجربة السياحة الحرفية، حيث يمكن للسياح مراقبة الإنتاج ومهارات اليد، وأن مشاهدة الحرفي أثناء عمله تشجع على انفاق المزيد من طرف السائح؛
- لا يزال رابط الصناعة التقليدية والحرف والتنمية السياحية يواجه العديد من التحديات سواء ما يتعلق بالعرض أو بالسوق مثل محدودية الابتكار والتصاميم، أو لانخفاض مهارات التصاميم، ضعف التعاون بين الحرفيين والوسطاء في مواقع الجذب السياحي، قلة المنتجات التقليدية تصيب بالخيبة لدى السياح
- تؤشر المداخل الهامة عن كل سائح من مقتنياته من منتجات الصناعة التقليدية والحرف في الجزائر على قدرتها في تشكيل رابط فعال جدا، غير أنها مع ذلك لا تزال بعيدة عن الاستغلال الأمثل للشائبة صناعة تقليدية-سياحة، وذلك لضعف القطاع السياحي؛
- توجد الكثير من القابليات لاستغلال التنمية السياحية في توظيف الصناعات التقليدية والحرف على غرار الاستفادة من التظاهرات الثقافية التي تنظمها الجزائر سواء على المستوى المحلي، الوطني، أو الدولي؛
- توجد قابليات أخرى لاستغلال مناطق تركز الصناعات التقليدية في انشاء مراكز قرى حرفية وتشجيع السياحة إليها في إطار السياحة الحرفية بالتالي تعزيز التنمية السياحية في الجزائر.
- من خلال النتائج المتوصل إليها سابقا، يمكننا تقديم بعض المقترحات التي من شأنها تعزيز رابط الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر، ويمكن تلخيصها في النقاط الموالية:
- من الضروري تشخيص الأسباب التي تحول دون التنمية السياحية الفعالة، والتي بدورها كانت سببا في تعطيل مسيرة الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر، من أجل تفعيل الرابط بين الصناعة التقليدية-سياحة في الجزائر؛
- ضرورة إجراء دراسات تتبع نفقات السياح على منتجات الصناعات التقليدية والحرف لا سيما الأجنبي، مع التركيز على ماهية المنتجات الأكثر اقتناء من أجل التركيز عليها سواء في الإنتاج وتطويرها أو في الاتصالات الموجهة لترويج الجزائر كوجهة سياحية؛
- استغلال المناطق التراثية التي ينشط فيها الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر، ودراسة سبل تحويلها إلى قرى للصناعات التقليدية من أجل تعزيز السياحة الحرفية في الجزائر وتطوير الصناعات التقليدية في تلك القرى؛
- الاهتمام أكثر بالتظاهرات الثقافية في جذب السياح وتعزيز وجود المنتجات التقليدية فيها.

## 6. قائمة المراجع:

- ابن منظور. (د. ت.). *لسان العرب*. (علي عبد الله الكبير، محمد أحمد حسب الله، و هاشم محمد الشاذلي، المحرون) القاهرة، مصر: دار المعارف.
- أحمد محمد أحمد رحمة. (2017). دور التصميم الصناعي في تنمية الحرف والصناعات الصغيرة والمتوسطة ومحاربة ظواهر الفقر والبطالة في السودان. *مجلة العلوم الإنسانية*، 18 (1)، 375-356.

آزاد محمد أمين النقشبندي. (د. ت.). التنمية السياحية وأثرها على صيانة الطبيعة. تم الاسترداد من

<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/arado/unpan020849.pdf>

الأمر رقم 96-01. (10 يناير، 1996). يحدد القواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف. *الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية*، 03، الصفحات 4-5.

الأمم المتحدة. (2013). *السياحة المستدامة: المساهمة في النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة*. مجلس التجارة والتنمية، مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية. جينيف: المؤلف.

الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف. (2019). تاريخ الاسترداد 25 أكتوبر، 2019، من <https://www.cnam.dz/page.php?art=8>  
الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف. (د. ت.). ، نشرية إحصائية لارقام الصناعة التقليدية والحرف لسنة 2018 مستوحاة من البطاقة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف. تاريخ الاسترداد 18 جوان، 2019، من [https://www.cnam.dz/assets/documents/PDF/nachria\\_2018-5.pdf](https://www.cnam.dz/assets/documents/PDF/nachria_2018-5.pdf)

المرسوم التنفيذي رقم 07-339. (31 أكتوبر، 2007). يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 97-140 المؤرخ في 30 أبريل 1997، الذي يحدد قائمة نشاطات الصناعة التقليدية والحرف. *الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية*، 70، صفحة 18.

المرسوم التنفيذي رقم 97-140. (04 مايو، 1997). يحدد قائمة نشاطات الصناعة التقليدية والحرف. *الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية* (27)، صفحة 07.

إلهام بوغليطة، و الجيلالي بن عوالي. (2019). واقع صناعة السياحة الداخلية ضمن المخطط التوجيهي للتنمية السياحية على ضوء الاحصاءات الوطنية لولاية سكيكدة. *مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية*، 8(3)، 37-57.

جليلة بن لعمودي، و محسن بن الحبيب. (2017). الأهمية الاستراتيجية للمؤسسات الحرفية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية - حالة الجزائر. *مجلة الشريعة والاقتصاد*، 6(11)، 240-262.

جمال جعيل، و اسماعيل زحوظ. (2012). الحرف والصناعات التقليدية كفرص لترقية السياحة الداخلية في الجزائر. أوراق بحثية مقدمة إلى الملتقى الوطني حول فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر، الصفحات جامعة الحاج لخضر - باتنة.

حسين أحمد شحات علي. (1-3 نوفمبر، 2010). الحرف التقليدية بين القصور الشكلي والخبرة المادية والتقنية. المؤتمر الدولي الثاني للفنون التشكيلية حوار جنوب-جنوب، أسبوط، مصر.

رفيق بودريالة. (ديسمبر، 2016). الوعي السياحي ودوره في تنمية القطاع السياحي الجزائري. *مجلة العلوم الانسانية*، 6، 263-277.

سعاد بودية، و بلقاسم دواح. (2018). تحليل جاذبية قطاع السياحة كبديل للنفظ في استراتيجية التنمية دراسة التجارب العربية باستخدام نماذج بانيل (البيانات المقطعية). *مجلة المالية والأسواق*، 4(8)، 18-45.

سعيد قطاني. (2017). الترابط التكامل بين الصناعات التقليدية الفنية والسياحة في الجزائر. *مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية*، 6(1)، 41-66.

سكينة بويلي. (2017). دور قطاع الصناعة التقليدية في التنمية الاقتصادية - ولاية باتنة نموذجاً-. *مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية*، 08(01)، 343-360.

سمية دربال، و جليلة بن العمودي. (06-07 ديسمبر، 2017). سياسة دعم المؤسسات الحرفية في الجزائر 2017. أوراق بحثية مقدمة إلى الملتقى الوطني حول: "إشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر"، جامعة الوادي.

سهام بن عمار. (2018). النظرة التعريفية للصناعات التقليدية والحرف مع الإسقاط على الجزائر. *مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية*، 1(7)، 27-48.

- سهيلة عبد الجبار، و كريمة حاجي. (2016). واقع الصناعة التقليدية الجزائرية بين قصر النظر التسويقي وتحديات المنافسة. *مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال*، 2(1)، 41-59.
- صباح بلقيدوم، و حياة مامن. (جوان، 2018). السياحة البيئية... حلقة وصل بين الاستثمار السياحي والمجال البيئي لتحقيق التنمية المستدامة- نماذج علمية وعربية متميزة من عالم السياحة البيئية-. *مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية*، 9، 721-742.
- صفية درويش، و محمد البشير مبيروك. (2015). التركيز الموسمي للطلب السياحي الدولي في الجزائر: قياس وتحليل حسب الجنسيات للفترة (2000-2013). *مجلة الباحث*، 15، 317-329.
- طالب هادي طالب، الهام خضير شير، و غنية ضياء مشفي. (د.ت.). مقومات التنمية السياحية ومؤشرات تطورها في محافظة بابل (دراسة تحليلية). *مجلة جامعة بابل*. تاريخ الاسترداد 11 افريل، 2019، من [http://repository.uobabylon.edu.iq/journal\\_view.aspx?dpp=5016](http://repository.uobabylon.edu.iq/journal_view.aspx?dpp=5016)
- عبد الحكيم شاهد، و حليلة بن لعمودي. (2016). الأهمية الاستراتيجية للسياحة الصحراوية في دعم قطاع الصناعة التقليدية والحرف بالجنوب-حرفة الطرز التقليدي بمنطقة توقرت نموذجاً-. *مجلة التنمية الاقتصادية*، 1، 128-149.
- عبد الرحيم شنيبي. (2010). دور التسويق السياحي في إنعاش الصناعة التقليدية والحرفية -دراسة ميدانية: حالة غرداية (الإصدار مذكرة ماجستير في علوم التسيير، جامعة أوبوكر بلقايد، تلمسان).
- عبد الرحيم شنيبي، و نصر الدين شريف. (ديسمبر، 2009). التسويق السياحي ودوره في إنعاش الصناعة التقليدية دراسة حالة ولاية غرداية. *Les Cahiers du MECAS*، 5، 158-171.
- عماد عبد صالح السلطان، و ثامر صبري بكر الحيايلى. (2012). توظيف الصناعات الحرفية المحلية في تنشيط القطاع السياحي في العراق -دراسة نظرية-. *مجلة البحوث كلية التربية الأساسية*، 12(1)، 435-446.
- فاطمة سويتيم. (2018). الصناعات التقليدية كمصدر لتزقية السياحة والاستثمار السياحي -منطقة أهقار نموذجاً-. *مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية*، 07(05)، 263-278.
- فححي عليان، و سليم عابر. (17 افريل، 2017). الفجوة الرقمية في السياحة كنتيجة لعدم التكافؤ في تبنى تكنولوجيا الاعلام والاتصال: تحليل تأثير فجوة السياحة الرقمية في تفاعل العرض والطلب السياحي. *مداخلة مقدمة إلى الندوة الوطنية حول "السياحة الالكترونية: التحدي الجديد لمنظومة عمل التسويق السياحي*، جامعة البلدية 2-لونيسى علي.
- فوزية بوصفصاف. (جوان، 2015). تشخيص استراتيجية التسويق السياحي في الجزائر. *مجلة رؤى اقتصادية*، 8، 271-289.
- قرار مؤرخ في 22 مايو. (18 يونيو، 2014). يعدل القرار المؤرخ في 23 ابريل 2007 الذي يحدد اليوم الوطني للصناعة التقليدية. *الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية*، 36، صفحة 32.
- قرار مؤرخ في 23 أبريل. (23 مايو، 2007). يحدد اليوم الوطني للصناعة التقليدية. *الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية*، 35، الصفحات 23-24.
- محبوب بن حمودة. (2012). النظام الضريبي المحلي أسلوب فعال لدعم الصناعات التقليدية والحرفية في الجزائر. *مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة المالية*، 01، 11-48.
- محبوب بن حمودة. (2014). الصناعة التقليدية والحرفية الجزائرية مع الانتقال للاحتفال باليوم الوطني للحرفي. *مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة المالية*، 3(1)، 11-26.
- محمد ساحل، و عبد الحق بن تفات. (2018). ابراز العلاقة بين السياحة والتنمية المستدامة مع محاولة نمذجة البعد الاقتصادي للسياحة المستدامة في الجزائر للفترة (1995-2016). *مجلة دراسات وأبحاث*، 30، 127-146.

- محمد أمين ابراهيم بوناب. (2016). واقع وتحديات مرتكزات صناعة السياحة مع الاشارة الى اسهاماتها في الاقتصاد "دراسة حالة الجزائر". *مجلة الادارة والتنمية للبحوث والدراسات*, 10, 136-148.
- مناجلية الهذبة. (مارس, 2017). الإمكانيات والمقومات السياحية في الجزائر. *مجلة دراسات وأبحاث*, 26, 141-151.
- موسى رحمانى، و نسرين بوزاهر. (17-18 افريل, 2006). التعاون الوظيفي (التأزر) ودوره في تأهيل المؤسسات المصغرة للصناعات التقليدية في الجزائر. *أوراق مقدمة إلى الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالدول العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف*, 585-591.
- موسى سعداوي، و زروق صدوقي. (2012). السياحة في الجزائر ودورها في التنمية الاقتصادية. *مجلة الادارة والتنمية للبحوث والدراسات*, 2, 93-116.
- مولود حواس، و عبد الناصر حبوشي. (2016). الترويج للصناعات الحرفية التقليدية من خلال القوة البيعية. *دراسات في الاقتصاد والتجارة المالية*, 02(05), 271-290.
- نجاة بلعابد. (مارس, 2016). تحليل الأهمية النسبية للقطاع السياحي الجزائري. *مجلة البشائر الاقتصادية*, 3, 36-51.
- نور الدين هرمز. (2006). التخطيط السياحي والتنمية السياحية. *مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية*, 28(3), 11-25.
- وزارة السياحة والصناعة التقليدية. (2019أ). تاريخ الاسترداد 13 سبتمبر, 2019، من [lang=ar&https://www.mta.gov.dz/?page\\_id=7867](https://www.mta.gov.dz/?page_id=7867)
- وزارة السياحة والصناعة التقليدية. (2019ب). تاريخ الاسترداد 13 سبتمبر, 2019، من [lang=ar#first-bloc&https://www.mta.gov.dz/?page\\_id=6298](https://www.mta.gov.dz/?page_id=6298)
- وزارة السياحة والصناعة التقليدية. (2019ج). تاريخ الاسترداد 18 سبتمبر, 2019، من [lang=ar#bilan&https://www.mta.gov.dz/?page\\_id=7256](https://www.mta.gov.dz/?page_id=7256)
- وزارة السياحة والصناعة التقليدية. (2019د). تاريخ الاسترداد 18 أكتوبر, 2019، من <https://www.mta.gov.dz>
- وسيلة السبتي، و محمد تاج الدين صحراوي. (2018). مساهمة الصناعات التقليدية والحرف في ترقية قطاع السياحة - دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس آفاق 2020. *مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة*, 05, 291-310.
- وهيبة بن شوك، و نصيرة مجاوي. (2018). تحليل واقع وتنافسية القطاع السياحي في بعض الدول العربية. *مجلة أبعاد اقتصادية*, 8(1), 93-113.
- Agri, E. M., Acha, O. F., & Lucy, B. M. (2016, May). Diversification of Nigeria's Economy; Impact of Tourism on Sustainable Development in Nigeria. *International Journal of Research in Humanities and Social Studies*, 3(5), 36-44.
- Almhrzi , M. H., & Al-Azri, H. I. (2019). Conference Report: Second UNWTO/UNESCO World Conference on Tourism and Culture: Fostering Sustainable Development. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 13(1), 144-150.
- Association of Caribbean States. (2017). *Artisans: Impact on the Tourism Industry*. Retrieved August 17, 2019, from <http://www.acs-aec.org/index.php?q=sustainable-tourism/artisans-impact-on-the-tourism-industry>
- Connelly-Kirch, D. (1982). Economic and Social Correlates of Handicraft Selling in Tonga. *Annals of Tourism Research*, 9(3), 383-402.
- Ferreira, J., Sousa, B. M., & Gonçalves, f. (2018). Encouraging the subsistence artisan entrepreneurship in handicraft and creative contexts. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*. doi: <https://doi.org/10.1108/JEC-09-2018-0068>

- Hassan , H., & Tan, S. K. (2017). Preservation of Malaysian Handicraft to Support Tourism Development. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 32(3), 402–417.
- Hieu, V. M., & Rasovska, I. (2017). Craft Villages and Tourism Development, a Case Study in Phu Quoc Island of Vietnam. *Management*, 21(1), 223-236.
- Holder, J. (1989, December). Tourism and the Future of Caribbean Handicraft. *Tourism Management*, 310-314.
- Iran Doostan Tours. (n. d.). *The Role of Handicrafts in Tourism Development*. Retrieved Jun 18, 2019, from <https://irandoostan.com/role-handicrafts-tourism-development>
- Israr, M., Khan, H. Y., Ahmad, N., Shafi, M. M., Baig, S., Rahman, M., & Muhammad, N. (2010). Role of Local Food and Handicrafts in raising Eco-Tourism in the Northern Areas of Pakistan. *Sarhad J. Agric*, 26(1), 119-124.
- ITC. (2010). International Trade Center, Inclusive Tourism: linking the handicraft sector to tourism markets. *Technical Paper*(No. SC-10r-182.E), Geneva, Switzerland: International Trade Center.
- John, S. (2014, July 11-13). A Study on the Role of Tourism in Promoting Arts and Crafts – A Case Study on Channapatna Toys. *Proceedings of the Second International Conference on Global Business, Economics, Finance and Social Sciences*, 1-9.
- Markwick, M. C. (2001). Tourism and the Development of Handicraft Production in the Maltese Islands. *Tourism Geographies*, 3(1), 29–51. doi:<https://doi.org/10.1080/14616680010008694>
- Mukherjee, S., Mukherjee, M., & Bhattacharya, S. (2016, January). Exploring the Potentials of Handicraft as a Promotional Tool for West Bengal Tourism. *Indian Journal of Research*, 5(1), 239–244.
- Mustafa, M. (2011). Potential of Sustaining Handicrafts as a Tourism Product in Jordan. *International Journal of Business and Social Science*, 2(2), 145–152.
- Nason, J. D. (1984). Tourism, Handicrafts, and Ethnic Identity In Micronesia. *Annals of Tourism Research*, 11, 421–449.
- Nyawo , J., & Mubangizi, B. C. (2015). Art and Craft in Local Economic Development : Tourism Possibilities in Mtubatuba Local Municipality. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4(2), 1-15.
- Ona, J. G., & Solis, L. S. (2016). Challenges and Opportunities for the Development and Promotion of Ibaloy Crafts as Tourism Products. *International Journal of Culture Tourism and Hospitality Research*.
- Phillips, W., Indar, D., & Thor, E. (2017). *An Analysis of the Art and Craft Sector and Its Potential for Sustainable Tourism Development in the Caribbean*. IDEAS Working Paper Series from ECLAC, Santiago.
- Rao, N. R., Meesala, A., & Vani, H. (2017). Will Consumption of Indian Handicrafts Endure? *Indian Journal of Research*, 06(06), 670-675.
- Sahoo, M. (2016). Exploring The Potentials Of Handicraft As A Promotional Tool For Odisha Tourism. *International Journal of Innovative research and Advanced Studies*, 3(13), 413-418.
- Scott, M. K. (2016). Handicraft, Tourism. In J. Jafari, & H. Xiao (Eds.), *Encyclopedia of Tourism* (pp. 419-421). Switzerland: Springer Reference. doi:<https://doi.org/DOI 10.1007/978-3-319-01384-8>.
- Shakya, A. (n. d.). *Handicraft Tourism: a New Way to Connect Tourism and Tradition*. Retrieved Jun 18, 2019, from New Business Age: <http://www.newbusinessage.com/MagazineArticles/view/1880>

- Teixeira, S. J., & Ferreira, J. J. (2019). Entrepreneurial Artisan Products as Regional Tourism Competitiveness. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25(4), 652–673. doi:<https://doi.org/10.1108/IJEER-01-2018-0023>
- Terry, M. E. (1999). *The Economic and Social Significance of the Handicraft Industry in Botswana*” (University of London, 1999), . (PhD Thesis ed.). University of London.
- UNWTO. (2017). *Launch of Wwww.Ebatuta.Com , a Platform to Connect Travelers & Artisans around the World*. Retrieved Jun 18, 2019, from World Tourism Organization: <http://wtd.unwto.org/ar/node/41790>.
- UNWTO. (2018). *Tourism Highlights 2018 Edition*. Madrid: World Tourism Organization. doi:<https://doi.org/10.18111/9789284419876>
- WEF. (2017). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017*. Geneva, Switzerland: Author.
- WTTC. (2017). *Economic Impact*. Retrieved October 02, 2018, from <https://www.wttc.org/economic-impact/benchmark-reports/>