

ملتقى وطني تحت عنوان: واقع الحرف اليدوية والصناعات التقليدية ببوسعادة

وسبل استثمارها في المجال السياحي.

المحور التاسع:

آليات تسويق المنتجات الحرفية اليدوية والصناعات التقليدية بمدينة بوسعادة – نحو تفعيل دورها

سياحيا.

**Mechanisms for marketing handicraft products and traditional industries in the city of  
Bou Saada-towards activating their role Tourist.**

الأستاذ الدكتور: بداوي محمد سفيان

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

جامعة محمد بوضياف المسيلة-المسيلة – الجزائر.

رقم الهاتف: 0559121180

[badaouisofian@yahoo.fr](mailto:badaouisofian@yahoo.fr)

طالبة دكتوراه: مرابط ايمان

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

جامعة محمد بوضياف المسيلة-المسيلة – الجزائر.

رقم الهاتف: 0655430383

[imane.merabet@univ-msila.dz](mailto:imane.merabet@univ-msila.dz)

المخلص:

تعد الحرف اليدوية التراثية والصناعات التقليدية من الأنشطة المحلية الإبداعية التي تعبر في مختلف جوانبها عن تفاعلات الأفراد وانسجامهم مع بيئتهم المحيطة، وأهم الموروثات التي يتوارثها الأجيال، فهي

تشكل هوية المجتمع وثقافته المتنوعة، كما أنها إحدى القواعد الأساسية في رفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية كصناعة واعدة، فلا ريب في كونها مجال خصب للإبداع والابتكار والتعبير عن التراث الثقافي المحلي لأي مجتمع، إذ تعتبر أحد السبل للإيجاد مناصب العمل وتحسين المعيشة وزيادة المدخول، وأحد عوامل تحسين مجال التبادل التجاري والسياحي بين الدول، فقد أصبحت ضرورة ملحة دفعت بالجزائر إلى تسخير جميع إمكانياتها لتنظيم النشاط الحرفي ضمن أطر إدارية وقانونية لتنظيم هذا المجال وتوفير المناخ والظروف المناسبة لضمان نجاحه، في مختلف مدنها من بينها مدينة "بوسعادة" بالمسيلة التي تسعى جاهدة على توفير مختلف التسهيلات من أجل تطوير هذا القطاع بهدف التسويق للمنتجات الحرفية التقليدية، وطرق تفعيل دورها في مجال السياحة الثقافية باعتبارها استثمارا مستداما لتراث والثقافة والفنون والصناعة.

وهذا ما نحاول دراسته في هذه الورقة البحثية من خلال تسليط الضوء على مختلف آليات وطرق الترويج والتسويق للمنتجات الحرفية اليدوية والصناعات التقليدية "بمدينة بوسعادة" وسبل تحسينها واستثمارها سياحيا.

**الكلمات المفتاحية:** الحرف اليدوية، الصناعات التقليدية، الحرفي، التسويق، السياحة، مدينة بوسعادة.

## **Summary :**

Heritage handicrafts and traditional industries are along the creative local activities that in various aspects the interactions of individuals and their harmony with surrounding environment, and the most important legacies that are inherited by generations. There is no doubt that it is a fertile field for creativity, innovation, and expression of the local cultural heritage of any society, as it is considered one of the ways to create job positions, improve living conditions, increase income, and one of the factors for improving the field of trade and tourism exchange between countries.

It has become an urgent necessity that prompted Algeria to harness all its capabilities to organize craft activity within Administrative and legal frameworks to regulate this field and provide the appropriate climate and conditions to ensure its success in its various cities, including the city of "Boussaada" in M'sila, which strives to provide various facilities for the development of this sector with the aim of marketing traditional handicraft products, and ways to activate its role in the field of cultural tourism as a sustainable investment. for heritage and culture arts and industry This is what are trying to study in this research paper by highlighting the various mechanisms and methods of promotion Marketing handicraft products and traditional industries in the city of Bou Saada, and ways to improve and invest in them Tourist.

**Keywords:** handicrafts, Traditional Industries, litera, Marketing, tourism, Bou Saada city.

## المقدمة:

تعتبر الحرف اليدوية والصناعات التقليدية من أهم الأنشطة التي مارسها الفرد منذ الأزل لتلبية حاجياته، حيث كثيرا ما نلاحظ العديد من الأمثال مثل "الغاية تبرر الوسيلة" كذلك "اللي يشقى يلقي" و " الحاجة هي أم الاختراع" إذ تعبر هذه الأمثال عن خروج الإنسان من الفقر والعجز إلى مزاوله الحرف التقليدية اليدوية التي تلبي حاجياته الضرورية، فكانت نواة للعديد من الصناعات التقليدية فيما بعد، والتي تمثل عامل حيوي في ازدهار المجتمع ودفع بعجلة التنمية إذا ما تم استغلالها على النحو الصحيح، إن الحرف اليدوية والصناعات التقليدية تربط بين الماضي والحاضر وتمثل مقومات الشخصية الوطنية وأصالتها وثقافتها وأهم ثروات المجتمع، تعد الجزائر متحفا سياحيا مفتوحا على الطبيعة بتنوع ثقافتها وعاداتها وتقاليدها، حيث مكنتها منتجاتها الحرفية والصناعات التقليدية التي تمتاز بالأصالة والجودة إلى إمكانية تفعيل السياحة الداخلية والخارجية في الجزائر كصناعة واعدة تساهم في التنمية المستدامة بمختلف ميادينها.

وتعتبر مدينة "بوسعادة" بولاية "المسيلة" من أهم المدن الجزائرية التي تحتضن أولف الحرف والصناعات التقليدية المتنوعة، بل تشكل أحد النشاطات الرئيسية لفئة مهمة من الحرفيين ومورد عيشهم، والصورة الثقافية لهذه المدينة فقد استطاعت أن تجمع حصيلة معتبرة من الصنائع والفنون والحرف اليدوية التقليدية على امتدادها التاريخي، والذي دلا على المستوى الحضاري والثقافي المتميز لهذا المجتمع.

حيث تسعى هذه المنطقة على ترقية هذا القطاع وربطه بالسياحة الداخلية المحلية والخارجية، من خلال توفير العديد من الوسائل والطرق لاستثمار في مجال الحرف اليدوية والصناعات التقليدية.

وهذا ما يدفعنا لتساؤل حول: ماهي آليات التسويق والترويج لمنتجات الحرف اليدوية والصناعات التقليدية؟ وكيف يتم تفعيل دورها في سياحيا؟

### أولا: ماهية الحرف اليدوية والصناعات التقليدية:

#### 1- المفاهيم:

- **تعريف الحرفة أو الصناعة:** فيما يتعلق بالاختلاف القائم بين الصناعة والحرفة فقد عرف "ابن خلدون الصناعة" في الفصل السادس عشر الخاص بالصنائع في كتابه الغاني عن التعريف "المقدمة": "اعلم أن الصناعة هي ملكة في أمر عملي فكري، وبكونه عمليا هو جسماني محسوس، والأحوال الجسمانية المحسوسة فنقلها بالمباشرة أو عب لها وأكمل، لأن المباشر في الأحوال الجسمانية المحسوسة أتم فائدة والملكة صفة راسخة تحصل عن استعمال الفعل وتكريره مرة بعد أخرى (...).

ثم إن الصنائع منها البسيط ومنها المركب والبسيط هو الذي يختص بالضروريات، والمركب هو الذي يكون للكاليات". يقصد ابن خلدون بالمركب والبسيط أي يؤكد على أن هناك صنائع منها البسيط ومنها المركب أي الضروري والكاليات، كما أنه لم يفرق بين المصطلحين الحرفة والصناعة فاقصر ابن خلدون هذه

<sup>1</sup> العلامة ولي الدين عبد الرحمان بن محمد ابن خلدون، مقدمة ابن خلدون، دار الخلي، ط الأولى، دمشق، 2003، ص90.

الصنائع أو الحرف على ما هو "ضروري" (كالفلاحة، والبناء، والخياطة، والتجارة) والحرف "الشريفة" والتي حصرها في الصنائع الثلاث (الطب والتوليد، ثم الكتابة، ثم الغناء).

"والصناعة في عرف العامة هي العلم الحاصل بمزاولة العمل، كالخياطة والحياسة ونحوهما، مما يتوقف على المزاولة والممارسة، وعند الخاصة هي العلم المتعلق بكيفية العمل، ويكون المقصود منه ذلك العمل، سواء حصل بمزاولة العمل كالخياطة ونحوها أو لا، كعلم الفقه والمنطق والنحو والحكمة العملية، مما لا يحتاج في تحصيله إلى مزاولة الأعمال، وقيل كل علم مارسه الإنسان حتى صار كالحرفة له يسمى صناعة، وقيل: الصناعة اسم للعلم الحاصل من التمرن على العمل، أو ملكة يقتدر بها على استعمال موضوعات ما، لنحو غرض من الأغراض، صادرا عن البصيرة بحسب الإمكان".<sup>1</sup>

ولقد ميزا بعضهم تمييزا واضحا بين الصناعة والحرفة حيث يرى "القاسمي" أن "الصناعة هي كل ما اشتغل به الإنسان ومارسه حتى صار ملكة فيه، فالصناعة هي العلم المتعلق بكيفية العمل، والملكة هي الكيفية الراسخة في الذهن. ومن أسمائها الحرفة لأن الإنسان ينحرف إليها أي يمل. ولقد فرق بعضهم بينهما. فقال: الصناعة ما حصلت بالممارسة والتمرن فهي أخص من الحرفة التي لا تحتاج إليها، وقيل أن الصناعة ما كانت بالأعمال اليدوية حتى قيل فلان صناع اليدين بخلاف الحرفة فإنها تكون بدون ذلك. أما المهنة فهي الخدمة".<sup>2</sup>

## 1- مفهوم الحرف اليدوية:

عرفت منظمة اليونسكو والمركز العالمي للتجارة الصناعة التقليدية في ندوة (الحرف والسوق العامي) المنعقدة في 8 أكتوبر 1997 ممانيلا بالفلبين الحرف التقليدية بأنها: "المنتجات المصنوعة من طرف

<sup>11</sup> محمد سعيد القاسمي وجمال الدين القاسمي، قاموس الصنائع الشامية، الجزء الأول، باريس، 1960، ص12.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص13.

الحرفيين إما حصرا باليد أو بمساعدة أدوات يدوية أو ميكانيكية، شرط أن تشكل المساهمة اليدوية للحرفي الجزء الأكبر من المنتج النهائي، هذه المنتجات تنتج من دون تحديد الكمية وباستخدام مواد أولية مأخوذة من الموارد الطبيعية المستدامة وتستمد طبيعتها الخاصة من سماتها المتميزة والتي يمكن أن تكون منفعية، جمالية، فنية، إبداعية، ثقافية، زخرفية، رمزية وهامة، تعكس وجهة عقائدية أو اجتماعية وهذا ما يجعلها تلعب دورا اجتماعيا وثقافيا واقتصاديا.<sup>1</sup>

قسمت منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية UNIDO في تعريفها للحرف اليدوية أربعة أقسام وفقا للسوق المستهدف كما يلي:

- **الحرف التقليدية الجميلة:** هي التي تعبر منتجاتها عن الخصائص العرقية والتراث التقليدي حيث تكون ذات طابع فريد من نوعه، تنتج بالوحدة وتصنف ضمن الأعمال الفنية كما تعرف منتجاتها في المتاحف والمعارض الفنية ويتم شراؤها من قبل جمع الآثار.
- **الحرف التقليدية:** وهي حرف تستخدم أساليب تقليدية وتكون منتجاتها مصنوعة يدويا باستعمال مواد أولية تقليدية وتكنولوجيا، الفرق بينها وبين الحرف التقليدية الجميلة هي أن الحرفيين يلجؤون إلى المساعدة من طرف مصممين لمساعدتهم على ضبط المنتج حسب متطلبات السوق مع ضمان ظهور الخصائص العرقية والخلفية التاريخية والمحافظة عليها، يمكن أن تنتج بكميات كبيرة.
- **الحرف التجارية:** تكون منتجاتها مصنوعة تقليديا ومكيفة حسب احتياجات وأذواق السوق وبدرجة عالية اتجاه الموضة وتخصص للمشتريين الأجانب، تنتج بكميات كبيرة وباستخدام عدد وأنواع وسائل أكثر وتعرض في المتاجر المتخصصة والمحلات التجارية.

<sup>1</sup> بن العمودي جليبة، استراتيجية تنمية قطاع الصناعة التقليدية والحرف بالجزائر في الفترة 2003-2010 – دراسة حالة تطوير نظام إنتاج محلي SPL بحرفة النسيج التقليدي بمنطقة تقرت ، أطروحة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قسدي مزاب-ورقلة، السنة الجامعية، 2011/2012، ص3.

- **الحرف المصنعة:** وتخص كل نماذج الصناعة التقليدية المعاد إنتاجها بواسطة الآلات أوتوماتيكية، تنتج بأحجام أكبر وقد لا يلتزم المنتجون لها بالطابع التقليدي للمنتج.<sup>1</sup>
- 2 **مفهوم الصناعات التقليدية:** هناك من يعتبر أن الحرف اليدوية هي نفسها الصناعات التقليدية وهناك من يفرق بين المصطلحين:
- تعريف المجلس العالمي للصناعة التقليدية والحرف: " قسم المجلس العالمي للصناعة التقليدية سنة 1984 الصناعة التقليدية إلى 4 مجموعات وهي.
- **الإبداعات ذات الطابع الفني:** ويتعلق الأمر بالأنشطة التي تكون منتجاتها ذات محتوى إبداعي والتي يتطلب إنتاجها مهارات وتقنيات مرتفعة.
- **الفنون الشعبية والفلكلورية:** تعكس منتجاتها تعابير مستوحاة من تقاليد وثقافات محلية ووطنية وتتطلب درجة عالية من الكفاءة والتقنيات اليدوية.
- **الصناعات التقليدية:** وتشمل الورشات لمنتجات ذات طابع تقليدي أصيل والمصنوعة يدويا ولكن بكميات كبيرة وفي حالة توسع هذه الورشات إلى غاية الوصول إلى تقسيم العمل لا تعتبر آنذاك منتجاتها مواد لصناعات تقليدية ولكن منتجات مصنوعة بالسلسلة تحمل ذوقا محليا وموجها إلى السوق الواسع.
- **الإنتاج الصناعي:** وتخص كل نماذج الصناعات التقليدية أو المواد المعاد إنتاجها بواسطة آلات أوتوماتيكية وبكميات كبيرة.<sup>2</sup>
- 3 **مفهوم الحرفي:** حسب التصنيف الدولي للمهن (CITP-88) الصادرة في سنة 1988 والمنشور في سنة 1991، يصنف الحرفي في المجموعة السابعة للمهن ويعرف على أنه: " تطلق تسمية الحرفي وعمال

<sup>1</sup> بن العمودي جليبة، مرجع سابق، ص 4.

<sup>2</sup> بن العمودي جليبة، مرجع سابق، ص 4-5.

المهن ذات الطابع الحرفي على الأشخاص الذين يمارسون أعمالهم باليد أو بمساعدة أدوات يدوية أو ميكانيكية أو غيرها، التي تساعد على تقليص الجهد البدني أو الوقت للقيام بمهام معينة أو للوصول إلى المنتجات ذات الجودة ويصنفون إلى:

- **حرفيو وعمال مهن الاستخراج والبناء:** ويتعلق الأمر بأولئك الذين يقومون بإعداد واستخراج المعادن الصلبة من المناجم، بناء وصيانة وإصلاح المباني.
- **حرفيو وعمال مهن التعدين وآلات البناء:** وتضم هذه المجموعة الأشخاص العاملين بتلحيم وإعادة تركيب المعادن، بناء وصيانة وإصلاح الهياكل الفولاذية الثقيلة، تركيب وصيانة وإصلاح الآلات وغيرها.
- **حرفيو وعمال الهندسة الدقيقة ومهن الفن والصبغة وما شابهها:** وتشمل مصلي الأجهزة الدقيقة والآلات الموسيقية، المجوهرات والمعادن الثمينة وغيرها.
- **حرفيو وعمال مهن أخرى ذات طابع حرفي:** تحتوي هذه المجموعة على مهن معالجة وتحضير المواد الخام للزراعة والصيد وتحويلها إلى أغذية ومنتجات أخرى، حرفة التجارة، المنتجات، الفرو والجلود وغيرها من المواد.<sup>1</sup>

قدم هذا التعريف شرحاً مفصلاً ووافياً لمصطلح الحرفي حيث تطرق إلى تصنيفات الحرفيين من حيث المهن والحرف التي يقومون بها والمنتجات الحرفية التي يصنعونها.

#### 4- مفهوم التسويق:

أ- **التسويق في اللغة:** " هو طلب السوق للبضائع والخدمات. واسم المكان السوق ويعني موضع بيع وشراء البضائع، أي مختلف المواد التجارية وهو أيضاً الموضع الذي تباع فيه الحاجات والسلع وغيره.

<sup>1</sup> بن صديق نوال، التكوين في الصناعات والحرف التقليدية بين المحافظة على التراث ومطلب التجديد- دراسة أنثروبولوجية بمنطقة تلمسان، أطروحة لنيل شهادة الماجستير في أنثروبولوجيا التنمية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة أبي بكر بلقايد-تلمسان، السنة الجامعية 2012-2013، ص 9-8.

وأما الفعل "سوق البضاعة" فمعناه صدرها، أي طلب لها سوقاً.

على أن تعريف التسويق في أذهان الكثير من الناس هو واحد من اثنين: وهو كل ما يجعل عملية البيع

تتم بنجاح، أو الدعاية والإعلان.<sup>1</sup>

ب- التسويق اصطلاحاً: تعددت التعريفات التي حاولت تعريف المقصد من كلمة التسويق نذكر منها:

عرفت الجمعية الأمريكية التسويق بأنه: "العملية الخاصة بتخطيط وتنفيذ كل من المنتج وتسعير وتوزيع

الأفكار والسلع والخدمات اللازمة لإتمام عملية التبادل والتي تؤدي إلى إشباع حاجات الأفراد وتحقيق

أهداف المنظمات"<sup>2</sup>

حيث يعتبر هذا التعريف أن التسويق هو نشاط يمارس في مختلف المنظمات، كما أوضح عناصر المزيج

التسويقي وأكد على أهميته، ودوره في إشباع حاجات الأفراد.

## 5- مفهوم السياحة:

المفهوم اللغوي للسياحة: "يعود مفهوم السياحة لكلمة "Tour" المشتقة من الكلمة اللاتينية "Tomo"، ففي

عام 1643 ولأول مرة تم استخدام المفهوم "Tourism" ليدل على السفر أو التجوال من مكان لآخر،

ويتضمن هذا المفهوم كل المهن التي تشبع الحاجات المختلفة للمسافرين، كما أن السفر (الترحال) "

Travel" يمكن أن يعتبر سياحة إذا كان مؤقتاً وغير إجباري بحيث لا يكون فيه البحث عن العمل أو

نشاطات ربحية.

<sup>1</sup> إبراهيم الفقي، أسرار التسويق الاستراتيجي، أبداع الاعلام ونشر، القاهرة، ص 9.

<sup>2</sup> محمد الناجي الجعفري، التسويق، الطبعة الثانية، السدان، 1998،

كما أن لفظ "السياحة" كان معروفا في اللغة العربية كذلك، حيث في مفهومه اللغوي نجد أنه يعني التجوال وعبارة "ساح في الأرض" تعني ذهب وسار على وجه الأرض.<sup>1</sup>

**المفهوم الاصطلاحي لسياحة:** من أبرز التعريفات نذكر تعريف "روبتسون" "على أنها انتقال الأفراد خارج الحدود السياسية للدولة التي يعيشون فيها مدة تزيد على أربع وعشرين ساعة ونقل عن عام واحد، على أن لا يكون الهدف من وراء ذلك الإقامة الدائمة أو العمل أو الدراسة أو مجرد عبور الدولة الأخرى."<sup>2</sup>

**6- مفهوم مدينة بوسعادة:** تتمثل في المدينة التي تغطي جزءا كبيرا من ولاية المسيلة، "يقع معظمها جنوب شط الحضنة، وتقدر مساحتها بـ 9886 كلم، وهي بين خطي طول 34° و 36° وبين دائرتي عرض 1.5° و 3°، تبعد عن مدينة الجزائر بـ 250 كلم وبـ 200 كلم عن ساحل البحر، وتعد من المناطق الشبه جافة."<sup>3</sup>

**أما عن سبب التسمية:** يعتبر بعض الفرنسيين أن أصل التسمية يعود إلى الفترة الرومانية "بوفادة" وهناك من يفيد بأن اسم بوسعادة مرتبط بالواقع الجغرافي، حيث تحدها الكثبان الرملية القاحلة من جهة، ومن جهة أخرى الجبال الجرداء، في منظر حزين، ثم تكتشف واحة تتوفر على كل عناصر الحياة مثل الأرض الموعودة بظلالها ومياهها المتدفقة، وما يوفره واديه من مياه وظلال أشجار مثمرة لمسافرين ورحل واضناهم بعد المسافة والطريق كل هذه الظروف تهئى محطة للراحة بامتياز تبعث في النفس الابتهاج والسعادة.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> مصطفى يوسف الكافي، ريادة الأعمال في المنشآت السياحية، منشورات ألفا للوثائق، الطبعة الأولى، الجزائر، 2018، ص 196.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 197.

<sup>3</sup> خميسي سعدي، بوسعادة في العهد الاستعماري 1849-1939م، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في التاريخ الحديث والمعاصر، قسم التاريخ، كلية العلوم الإنسانية، جامعة الجزائر 2، السنة الجامعية 2016-2017م، ص 19.

<sup>4</sup> نفس المرجع، ص 21.

## أليات التسويق للمنتوجات الحرفية اليدوية والصناعات التقليدية:

إذا تكلمنا عن التسويق كعلم هنا يجب مراعات خصوصية هذا العلم فمن أهم الأليات لتسويق المنتجات الحرفية وصناعات التقليدية هي "أولا الاطلاع على علم التسويق أو الاتصال المباشر بالمختصين بهذا العلم" حيث يقول "فيليب كوتلر": " للمسوقين طريقة تفكر خاصة بهم، شأنهم في ذلك شأن المحامين والمحاسبين والمهندسين والعلماء. ينظرون إلى عملية إدارة التسويق على أنها تتكون من خمس خطوات بحوث السوق، التقسيم، مزيج التسويق، التنفيذ، الرقابة".<sup>1</sup>

كذلك علم التسويق هو العلم الذي يعطي اللبنة الرئيسية لتصدير وتجارة هذه المنتجات فلا بد من الاطلاع على مراحل التسويق واستراتيجيات التسويق ومختلف طرق التسويق سواء التسويق الإلكتروني أو التسويق بشكل عام حيث يقول "فيليب كوتلر" في كتابه "التسويق من الألف للياء": " لا تعتبر التسويق على أنه فن تصريف منتجات الشركة وحسب، ولا تخطط التسويق مع البيع، لأنهما "يكادان" يكونان ضدان، بل اعتبر التسويق على أنه فن خلق قيمة جديدة غير مبنوقة ذات أهمية للمستهلك، فتساعد المستهلك على أن يحصل على قيمة أكبر من عملية الشراء".<sup>2</sup>

ولكي يتم هذا التسويق لهذه السلع لا بد من الامتثال لمراحل التسويق نكرها فيما يلي:

**1-مرحلة أبحاث السوق:** " إن البحوث في التسويق تكشف عن الكثير من أجزاء السوق التي تتكون من عملاء مختلفي الاحتياجات".<sup>3</sup>

هي أول الخطوات نحو التسويق المنتجات والتي تتمثل في تحديد حاجات ورغبات وتفضيلات وسلوك وردود أفعال المستهلكين المتوقعين، وأفضل الطرق للوصول إليهم، عبر استقصاءات مباشرة مع عينة

<sup>1</sup> فيليب كوتلر، كيف تنشئ الأسواق وتغزوها وتسطر عليها، ترجمة فيصل عبد الله بابكر، مكتبة جرير، ص38.

<sup>2</sup> رؤوف شبايك، التسويق للجميع، شبكة أبو نواف، 2009، ص 16.

<sup>3</sup> فيليب كوتلر، نفس المرجع السابق، ص 38.

متناسقة من الجمهور، إن المنتجات الحرفية اليدوية والصناعات التقليدية في مدينة بوسعادة هي عبارة عن منتجات تم إنتاجها لتلبية حاجة أفراد المجتمع البوسعادي من (لباس، أكل حلي لزيينة وغيرها الكثير)، إذا لابد من البحث عن أسواق جديدة في مجتمعات مختلفة بحيث تلبى نفس الحاجة أو تختلف من حيث استعمالها بما يخدم هذا المجتمع، وهذا لا يكون إلى من خلال الاستعانة بالمختصين في علم التسويق للقيام بأبحاث السوق.

2- **مرحلة تطوير المنتج:** بعد البحث في السوق ومعرفة احتياجاته بأدق التفاصيل، تأتي مرحلة البحث عن الصورة النموذجية لصناعة المنتج أو تطوره لتلبية رغبات المستهلكين وهذا من نتائج أبحاث السوق مثل: شكل المنتج، خدمة المنتج، المكونات الخاصة لصناعة المنتج طريقة التعبئة والتغليف، تسمية المنتج، سعر المنتج، التوزيع، أي صناعة منتج يختلف عن ما هو موجود في السوق إضافة قيمة جديدة، وكون الحرف اليدوية يتم تصنيعها من مواد طبيعية يجعلها مختلفة عن الكثير من المنتجات فتكون أكثر طلبا في الأسواق، وهنا في هذه المرحلة نود أن نشير إلى الدور المهم الذي يلعبه الحرفي المبدع الذي ينتج الحرف اليدوية التقليدية لكن بشكل عصري تسمح بزيادة فرص تسويقها.

3- **مرحلة التسعير:** وهذا يتم من خلال تحديد التكلفة الكلية التي يطلبها ذلك المنتج، ومن ثم تسعير المنتج. خاصة أن الحرف اليدوية تتطلب جهد كبير من حيث اليد العاملة فهي عادة تتم بشكل يدوي، كذلك صعوبة الحصول على المواد الطبيعية الأولية يجعلها تختلف من حيث السعر.

حيث أن "أسعار المصنوعات الحرفية متباينة وتختلف باختلاف النوعية والحجم أو الوزن أو المنطقة، غير أن العوامل التي تتحكم بتسعير المنتجات يمكن تلخيصها بالعوامل التالية:

- الحرفيون أنفسهم، نظرا لدقة العمل ومتطلباته من الاختصاص ومستوى من المهارة.
- المنافسة.

- تكلفة المواد الأولية.

- السياسية العامة لدولة.<sup>1</sup>

**4- مرحلة قنوات التوزيع:** وتتمثل في كيفية توصيل المنتج إلى المستهلكين في الوقت المناسب وبالشكل

المطلوب وبالسعر المناسب، ومن أمثال قنوات التوزيع:

- محلات السوبر ماركت والهاير ماركت.

- البيع عبر الهواتف.

- البيع عبر المعارض التجارية.

- البيع عبر انترنيت والمتاجر الإلكترونية.

**5- مرحلة الدعاية والإعلان:** تهدف هذه المرحلة لاختيار أفضل وسيلة ترويجية، فلإعلان هو: التعريف

السليم والأمين للسلع والخدمات والفرص المتاحة، وهو أيضا محاولة تقريب المسافة بين المنتج أو مقدم

السلعة إلى المستهلك النهائي أو المنتفع بالخدمة أو الباحث عن فرصة. والإعلان بهذا المفهوم يعني حلقة

الوصل بين ما يبذله المنتج من مجهود لإخراج سلعة جيدة ممتازة، وتعريف المستهلك المحتمل بها وبما

تحتويه السلعة من مزايا ومنافع يستفيد منها المستهلك مقابل ما يدفعه من مال، أي أن الإعلان هو كسب

ثقة المستهلك أو العميل.<sup>2</sup>

وهنا يجب الاعتماد على مختصين في مجال الدعاية والإعلان، بهدف التشهير بهذه المنتوجات الحرفية

اليديوية، فمن أسباب الحاجة للدعاية ولإعلان فيما يخص موضوع بحثنا:

- تعريف المستهلكين بالمنتجات الحرفية اليديوية وأهميتها.

<sup>1</sup> أم كلثوم جماعي، تسويق المنتجات التقليدية والحرفية في ظل حماية الملكية الفكرية، مجلة اقتصاديات والأعمال JFBE العدد 6 جوان 2018، ص 260.

<sup>2</sup> زهير عبد اللطيف عباد، مبادئ الإعلان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ص 28.

- تذكير المستهلكين بأهمية المنتجات الحرفية وصناعات التقليديّة خاصة من حيث جودتها وطبيعة مواد الصنع حيث تعتبر مواد طبيعية مفيدة غير مضرّة.
- إقناع العملاء بترك بعض المنتجات الصناعيّة واستبدالها بالمنتجات الحرفيّة.
- تحسين صورة الصناعات الحرفيّة في أذهان المستهلكين.
- تحفيز الحرفيين وجعلهم يفتخرون بعملهم الحرفي.
- بناء العلامة التجاريّة والشهرة التجاريّة.

#### وتعددت وسائل المستخدمة في الدعاية والإعلان:

تعدد الوسائل المستخدمة في الدعاية والإعلان، منها المكلف ومنها البسيط نذكر منها:

- المطبوعة: من خلال نشر المنتجات الحرفيّة والصناعات التقليديّة على مستوى، (منشورات، جرائد، مجلات، فاكسات).
- مرئية: بالترويج لهذه المنتجات الحرفيّة على مستوى، (تلفزيون، سينما، فيديو).
- مسموعة: مثل (راديو، مكالمات هاتفيّة).
- إلكترونيّة: تتمثل في مواقع الإنترنت خاصة مواقع "التواصل الاجتماعي" مثل الفيسبوك واليوتيوب وغيرهم حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أحد الوسائل الاتصاليّة الحديثة وتوجه معاصر في ترقية الأنشطة الحرفيّة التقليديّة والترويج لها.

"أما وسائل العروض الخاصة بدعم المبيعات فتتمثل في العينات المجانيّة والقسائم المجانيّة (كوبونات)

والمسابقات ذات الجوائز"<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> رؤوف شبايك، نفس المرجع السابق، ص 35.

يتم اختيار الوسيلة الاعلانية من قبل المختص في مجال الدعاية والإعلان، والمختص في مجال التسويق. إن آلية اختيار اخصائي التسويق لتسويق المنتجات الحرفية من أنسب الآليات فاعتبار المنتجات الحرف التقليدية عبارة عن سلع تحتاج إلى خطة تسويقية ناجحة لا بد من الاعتماد على المختصين في مجال التسويق.

### ثانيا: آلية تبني المقاول الثقافي الحرفية ودعم المقاولين الحرفيين:

لقد جاء في مقال مراد الريفي: " أن المقاولاتية الثقافية باعتبارها قاطرة المهن والصناعات الثقافية، وقصد بها تلك المقاول التي يكون الجانب الأهم في خدمتها أو منتوجها له حمولة ثقافية غالبية. إذ اعتبرت اليونسكو هذه المقاول ركنية أساسية للاقتصاد المحلي المجالي.

فاهو يعتبر المقاول الثقافي تلك المقاول التي تهتم قطاعات الثقافة بمختلف تلويناتها ومنها الفنون الجميلة، والمسرح، والموسيقى، والابراء، والرسم، والخط، والزخرفة، والتراث الثقافي، ومقاولات الصناعة الثقافية من اتصال ونشر وتسجيل وتصوير وعرض، ومقاولات السياحة ذات الارتباط بالشأن الثقافي " <sup>1</sup>. ومنه نستنتج ان المقاولاتية الثقافية هي التي تشتغل وتنبنا مشاريع ثقافية، في مختلف مجالات الثقافة من صناعات ثقافية وإبداعية مثل (الطباعة والنشر، الموسيقى المسجلة، السينما، والسمعي البصري، الإعلام والصحافة، الحرف اليدوية، والتراث الثقافي.) وغيرها من قطاعات الثقافة التي يؤدي الاستثمار فيها والاهتمام بها إلى تحقيق التنمية المستدامة، سواء على مستوى الاقتصادي أو الاجتماعي أو الثقافي.

<sup>1</sup> مراد الريفي العلمي، الموارد الاقتصادية للثقافة: المعلومات الثقافية كرافعة للاقتصاد الوطني، <https://aldar.ma>، تم الاطلاع عليه في 12-9-2022، على الساعة 11:03.

ويكمن دور المقاولاتية الثقافية في دعم التسويق والنشاط الاقتصادي فيمايلي:

أ- تنوع السلع والخدمات الثقافية: مما يسمح من زيادة تنوع الإنتاج الثقافي، نظرا لتباين مجالات الإبداع لدى المقاولين الثقافيين.

ب- التوظيف: من خلال خلق فرص عمل جديدة وتقليل البطالة حيث تساهم المقاولات الثقافية في.

- زيادة عدد الوظائف الجديدة التي تخصص لفنانين والعاملين في المجال الإبداعي، في صناعات الفنون، في الصناعات الثقافية.
- زيادة اجور ومرتبات ودخل العاملين في المجال الإبداعي والثقافي.
- زيادة الفرص المتاحة أمام الفنانين أو الحرفيين او المبدعين للعمل بدوام كامل في عملهم الإبداعي.

ج- زيادة قيمة الصادرات: ويتم ذلك من خلال.

- زيادة حجم وقيمة صافي الصادرات من السلع والخدمات الثقافية.
- استبدال الاستيراد بالإنتاج المحلي من السلع والخدمات الثقافية.

د- تنمية الأعمال التجارية: وذلك من خلال.

- زيادة عدد الأعمال التجارية الإبداعية الجديدة.
- تحسين مهارات تنظيم المشاريع في الأعمال التجارية الإبداعية والمتوسطة والصغيرة.
- إيجاد اسواق جديدة وفتح المجال أمام الاستثمار في الأسواق الجديدة.
- زيادة عدد السياح الذين تضمنت زيارتهم مشاهدة بعض الإنتاجات الثقافية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> مسيليتي نبيلة وبن زعمة سليمة – دور الصناعة الثقافية في دعم النشاط الاقتصادي.

ذ- **تدعيم التنمية الإقليمية:** " تتميز المقاولاتية بالانتشار الجغرافي في المناطق الصناعية والريفية والمدن الجديدة، ذلك نظرا لإمكانية إقامتها وسهولة تكيفها مع محيط هذه المناطق، كما أنها أعمال لا تتطلب استثمارات كبيرة ولا يشرط تكويننا عاليا في العمل الإنتاجي أو تكاليف مرتفعة في التسيير أو تكنولوجيا عالية، لذلك هي تعمل على تحقيق تنمية إقليمية متوازنة والتخفيف من مشاكل السكان والتلوث البيئي."<sup>1</sup>

**أما المقاولين الثقافيين:** " أدى المقاول في نظرية شومبيتر الخاصة بالتطور الاقتصادي دورا أساسيا، بل له الدور الذي ما بعده دور فهو البطل المغوار الذي يشرح ذلك التطور.

وهو الذي يعتبر مجددا ما يسميه شومبيتر التدفق الثابت (Stationary Flow) أي نموذج العملية الاقتصادية غير المتغيرة والتي تتدفق بمعدلات ثابتة في الزمن وتعيد إنتاج نفسها.

وفي موضوع يصف شومبيتر المقاول بأنه السبب المنتج لتغير التلقائي ومتقطع في تيارات التدفق، واضطراب في توازن يغير، وإلى الأبد، ويزيل حالة التوازن الموجودة سابقا.

ويذكر من المبدعات التي يدخلها المقاول الصناعة الجديدة، والأسواق الجديدة، والطرق الجديدة، والاستيلاء على مصادر تموين جديدة، وتنظيم جديد للصناعة."<sup>2</sup>

<sup>1</sup> إيمان حبولة ووردة موساي، مساهمة المقاولاتية في التنمية الاقتصادية، المجلة الجزائرية للموارد البشرية، المجلد 5، العدد 2، 2020، ص 23.

<sup>2</sup> جوزيف شومبيتر، الرأسمالية والاشتراكية والديمقراطية، ترجمة حيدر حاج اسماعيل، المنظمة العربية لترجمة، 2009، ص 18-19.

المقاول عند جوزيف شومبيتر هو ذلك الفرد المبدع الذي يستخدم الموارد المتاحة بطريقة مبدعة ومبتكرة ومختلفة لصنع منتج جديد، أو اكتشاف موارد جديدة في السوق، وهذا ما أشرنا إليه في مرحلة الثانية من مراحل التسويق **تطوير المنتج** إذ تتطلب هذه المرحلة حرفيين مبدعين قادرين على إنتاج منتجات حرفية مبدعة معاصرة فتكون أكثر طلبا في الأسواق، حيث تمثل هذه الفئة من المقاولين مصدرا لوظائف حديثة ومبتكرة تعتمد على الموارد الثقافية للاستثمار في الأسواق الكبيرة مما يساهم في النمو الاقتصادي والثقافي، ويمكن حصر أهمية المقاولين الثقافيين في مجموعة من النقاط:

- **المقاول محرك لتنمية:** يرى شومبيتر أن المقاول هو المحرك الباطني لتغيير في النظام الرأسمالي وهو يعتبر المحور الذي يدور عليه كل شيء، كما يؤكد على أن دافع المقاول ليس المال ولكن الإبداع ... هو عنصر السوسيولوجيا الاقتصادية الذي يوظف نفسه، والذي يتمتع بالاستقلالية التامة ويبادر بمبادرات ووظائف إبداعية<sup>1</sup>.
- **عمل من طراز جديد:** يمثل المقاولون الثقافيون رؤية لمستقبل العمل بتقنيات حديثة، تستجيب لفئة الشباب على وجه الخصوص، ويمكن أن تؤثر في تطور صناعات الخدمات الأخرى التي تشهد نمو الاستخدام الذاتي والمشروعات الصغيرة.

---

<sup>1</sup> رحمانى إسحاق وجاب الله الطيب، سوسيولوجيا المقولة في الجزائر من المداخل الكبرى إلى الدراسات المعاصرة، مجلة دراسات في علم اجتماع المنظمات، مجلد الأول، عدد 3، 2014، ص 114.

- **خلق فرص عمل جديدة:** " المقاولين ينتمون للقطاع الخاص في قطاعات ومجالات الأعمال المختلفة التي تشمل الصناعة والخدمات وغيرها، بأحجام مشاريع كبيرة ومتوسطة وصغيرة في المجتمع الذي يعيشون فيه، بحيث ينتجون الفرصة لتوظيف العاملين وخلق فرص عمل حقيقية لهم.
  - **إبداع المقاولين:** إذ تعد مجالات إبداع المقاولين مجالات مختلفة تبدأ من السلع أو المنتجات الكاملة إلى الخدمات والتي تؤدي إلى إضافة قيمة جديدة للمجتمع <sup>1</sup>.
  - **النمو الاقتصادي المحلي:** يساهم المقاولين الثقافيين في إنعاش المدن التي أصابها التدهور الاقتصادي والاضطراب، من خلال استغلال الصناعات الثقافية المحلية والاستثماري فيها، مما يؤدي إلى ازدهار الاقتصاد المحلي.
  - **التماسك الاجتماعي:** يساهم المقاولين الثقافيين في تعزيز التماسك الاجتماعي والشعور بالانتماء من خلال الاستثمار في الفن والثقافة والرياضة التي توفر ملتقيات لأفراد المجتمع.
- بالإضافة إلى مجموعة من الآليات الخاصة بتسويق الحرف اليدوية والصناعات التقليدية والتي تختلف ما بين الإداري والتنظيمي والإعلامي وتدريبية وهذا على النحو التالي:

- 1- **آليات من قبل الحكومة:** وهي مجموعة الآليات التي يجب أن تنتهجها الحكومة بهدف تنمية الحرف اليدوية وتسوقها.
- إنشاء جهاز شبه حكومي تابع لرئيس الوزراء أو استحداث منصب نائب رئيس الوزراء للصناعات الحرفية واليدوية أو إنشاء (اللجنة الوطنية للصناعات الحرفية واليدوية) أو الهيئة التنسيقية للصناعات الحرفية واليدوية والتي تكون لها علاقة مباشرة بوزارة التجارة وترقية الصادرات، مهمتها: فتح أسواق

<sup>1</sup> بن خديجة منصف، المشاريع المقاولاتية البيئية كآلية لتحقيق التنمية المستدامة – عرض تجارب دولية ووطنية ناجحة، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 3، العدد 4، 2019، ص 108.

خارجية تسمح في العثور على عملاء جدد وأماكن جديدة لتصدير المنتوجات الحرفية التقليدية لبلدان أخرى.

- إشراك الهيئة التنسيقية التي تمثل تلك الجهات في صنع سياسات عامة متعلقة بالصناعات الحرفية واليدوية وتنفيذها وتقييمها.
- وضع قضية الصناعات الحرفية واليدوية على رأس أولويات السياسة العامة الحكومية بالتشارك مع المعنيين بالموضوع.
- البدء في شراكة مع منظمات القطاع الخاص والمجتمع المدني باقتراح مشاريع مقاولاتية ثقافية مبتكرة ترتبط بالأعمال الأساسية للصناعات الحرفية واليدوية وتتوافق مع الحاجات المجتمعية والخطة التنموية للدولة.
- التزام الحكومة بالشفافية والنزاهة وإتاحة المعلومات للقطاع الخاص والمجتمع.
- وضع جوائز تقديرية في مجال الحرف اليدوية والصناعات التقليدية مثل: شهادات تقدير أو التكريم في المحافل الرسمية.
- إدراج مناهج خاصة بالحرف اليدوية والصناعات التقليدية الخاصة ببوسعادة في مراكز التكوين لنشر هذه الحرف.
- إزالة العقبات من أمام الحرفيين وتقديم التسهيلات لهم خاصة فيما يتعلق بتصدير منتوجاتهم.
- بناء تحالفات مشتركة ترعاها الحكومة بين القطاع الخاص ومنظمات المجتمع المدني لتنسيق وتوحيد الجهود المختلفة من أجل إيجاد خطط تسويقية مشاركة للمنتوجات الحرفية.
- تحسين وتطوير اللوائح والمنظومة التشريعية لإدماج الحرفيين في القطاع الرسمي.
- الاستفادة من المعايير والخبرات والتوصيات والتجارب الدولية في هذا المجال كالصين والهند ونيبال وفيتنام وتونس.

- إطلاق مسوح ميدانية خاصة بالصناعات الحرفية واليدوية على مستوى مدينة بوسعادة لإنشاء بنك من المعلومات التي تميز هذه المنطقة من أجل التعريف بهذه الحرف.<sup>1</sup>

### 2- الآليات من قبل القطاع الخاص ومنظمات المجتمع المدني:

- تنمية القدرات الفنية ومهارات العاملين في الحرف اليدوية والصناعات التقليدية بهدف تحسين هذا المنتج لتصديره.

- إعداد نشرات دورية تخص الصناعات التقليدية واليدوية ومنتجاتها.

- إعداد وبرامج تسويقية للصناعات الحرفية واليدوية مع قيام القطاع الخاص ومنظمات المجتمع المدني بتوفير التنبؤات والتوقعات المرتبطة بالاحتياجات المحلية لسوق العمل المستقبلية وتزويد مؤسسات الدولة بهذه المعلومات.

### 3- بعض الآليات من قبل الإعلام:

- إدراك وسائل إعلام المختلفة أهمية قضايا الصناعات الحرفية واليدوية.

- تقديم نماذج مشرفة وناجحة للحرفين والصناع والمهتمين والمهرة وتوثق ذلك.

- إثراء حوارات ولقاءات سواء على المستوى الرسمي أو غير الرسمي عن قضايا الصناعات الحرفية واليدوية ومشكلاتها.

- القيام بدور الرقابي على أنشطة الشريكات والجمعيات والمراكز التدريبية العاملة في مجال الصناعات الحرفية واليدوية، ومتابعة الإجراءات الحكومية الخاصة بهذه الحرف.

- تخصيص برامج وإعلانات لتوعية المواطنين بمجالات الصناعات الحرفية اليدوية ونشر ثقافة الحرفة والصناعة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد حسن، دور الصناعات اليدوية والحرفية في التنمية الاقتصادية المحلية بجمهورية مصر العربية: دراسة تحليل السياسات، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، المجلد 22، العدد 1، 2020، ص 95-96.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 96-97.

- تكوين رأي عام مستنير إزاء قضايا الحرف اليدوية والصناعات التقليدية.

- الترويج للمنتجات الحرفية اليدوية والصناعات التقليدية.

### أليات تفعيل دور الحرف اليدوية والصناعات التقليدية في تنمية صناعة السياحة:

يبرز دور الحرف اليدوية والصناعات التقليدية هنا وذلك بالاستثمار في الموارد الثقافية من خلال تشجيع

المهرجانات الثقافية المحافظة على الآثار والمناطق الأثرية.

فترات المادي للشعوب يصنع جاذبية تستقطب الزوار ويكونهم يستمتعون بتلك الشواهد الفنية يجعلهم ينفقون

على تلك الزيارات، وهو ما يعود بعوائد مادية على المؤسسات التي تقدم الخدمات بها، والفنادق التي يتوجه

إليها الزوار، فهذا أحد انواع الاستثمار المربح الذي يستقطب المولين أو المستثمرين بسرعة وبشكل مباشر

لأن عائداته مربحة وواضحة.

### 1- تبني آلية المتحف الافتراضي:

يعرف المتحف الافتراضي وهذا حسب المجلس الدولي للمتاحف أن المتحف الافتراضي هو: "عبارة عن

مجموعة من الصناعات الإبداعية، مثل الصور والملفات الصوتية والبيانات ذات الأهمية التاريخية أو

العلمية أو الثقافية والمستندات النصية المسجلة رقمياً، ويتم الوصول إلى تلك البيانات من خلال وسائط

الواقع الافتراضي وشبكة الإنترنت، ويحتوي على روابط تشعبية لعدة نوافذ.

و عرف (Sylaiou . 2009) سيلايو المتحف الافتراضي على أنه عبارة عن بيئة رقمية محاكية للمتحف

الحقيقي، يتم بناؤها من طرف ذوي الاختصاص في مجال البرمجيات ويحدد زوار المتحف مدى نجاح هذه

التجربة، وتكون محتويات هذا المتحف من المعروضات التي يتم تحميلها على شبكة الإنترنت، على شكل

صور يمكن تكبيرها والنظر إليها من زوايا وأبعاد بانوراميه مختلفة، وتصنف حسب نوع المتحف، علمي ،  
أثري، ثقافي، فني، تكنولوجي.<sup>1</sup>

لقد تطورت فكرة المتاحف الإلكترونية منذ بداية ثمانينيات القرن الماضي، وهي من أهم الآليات التي تدعم  
السياحة، وذلك باطلاع الزوار على مختلف المتاحف بمختلف أنواعها، وهي تعتبر آلية ترويجية للحرف  
اليديوية والصناعات التقليدية ببوسعادة مما يساهم في جذب السواح من مختلف الاجناس والأقطار.

## 2- آلية ربط الصناعات التقليدية والحرف اليدوية بوزارة السياحة والصناعة التقليدية الجزائرية:

وهنا من خلال الاعتماد على مختصين في مجال السياحة والصناعة التقليدية، بحيث يضعون خطط  
استراتيجية لتبني السياحة في مدينة بوسعادة بالتعاون مع مركز التجارة العالمي بالجزائر، وهذا بهدف  
الترويج للمنتوجات الحرف اليدوية والصناعات التقليدية بمدينة بوسعادة.

---

<sup>1</sup> عبد الله أحمد التميمي، الصناعات الثقافية والإبداعية، طابع من دعم وزارة الثقافة، الطبعة الأولى، الأردن، 2019، ص 99.

## الخاتمة:

يعد قطاع الحرف اليدوية والصناعات التقليدية من الركائز الأساسية لتنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، خاصة فيما يخص تسويق منتجات الحرف اليدوية، فقد أصبح من الضروري الاهتمام بهذا النوع من التسويق، وكون مدينة بوسعادة تزخر بالحرف اليدوية المملوءة بالذوق والترف الفني الحرفي من حيث الأصالة والتراث والالتقان والابتكار، وذات البعد الحضاري والثقافي جعلها تحتل مكانة مرموقة عند اللذين يرغبون في اقتنائها، حيث تعتبر هذه المنتجات الحرفية من المنتجات التي تلبي حاجة السوق في تلك المدينة والمناطق المجاورة لها، ولهذا لا بد من تقديم لها الدعم بمختلف أنواعه خاصة فيما يخص تنمية تسويقها وتنمية دورها في مجال السياحة.

## التوصيات:

1. ضرورة تحويل المنتجات الحرفية والصناعات التقليدية بمدينة بوسعادة من منتوجات كمالية إلى منتجات استهلاكية.
2. ضرورة تنمية المقولة الثقافية التي تدعم هذا النوع من الحرف.
3. الترويج للمنتجات الحرفية بالاستعانة بالمختصين في مجال الدعاية والإعلان.
4. التقرب من المختصين في مجال التسويق بهدف ضمان التسويق الاستراتيجي للمنتجات الحرفية.
5. الاعتماد على مختصين في مجال السياحة لتنمية السياحة بمدينة بوسعادة.
6. تحفيز البحوث التسويقية العلمية الدقيقة التي تمكننا من وضع آلية تسويقية مرنة لتسويق المنتجات الحرفية.

## قائمة المراجع:

### الكتب:

1. إبراهيم الفقي، أسرار التسويق الاستراتيجي، أبداع الاعلام ونشر، القاهرة.
2. العلامة ولي الدين عبد الرحمان بن محمد ابن خلدون، مقدمة ابن خلدون، دار الخلي، ط الأولى، دمشق، 2003.
3. جوزيف شومبيتر، الرأسمالية والاشتراكية والديمقراطية، ترجمة حيدر حاج اسماعيل، المنظمة العربية لترجمة، 2009.
4. رؤوف شبايك، التسويق للجميع، شبكة أبو نواف، 2009.
5. زهير عبد اللطيف عباد، مبادئ الإعلان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان.
6. عبد الله أحمد التميمي، الصناعات الثقافية والإبداعية، طابع من دعم وزارة الثقافة، الطبعة الأولى، الأردن، 2019.
7. فيليب كوتلر، كيف تنشئ الأسواق وتغزوها وتسطر عليها، ترجمة فيصل عبد الله بابكر، مكتبة جرير.
8. محمد سعيد القاسمي وجمال الدين القاسمي، قاموس الصناعات الشامية، الجزء الأول، باريس، 1960.
9. محمد الناجي الجعفري، التسويق، الطبعة الثانية، السدان، 1998.
10. مصطفى يوسف الكافي، ريادة الأعمال في المنشآت السياحية، منشورات ألفا للوثائق، الطبعة الأولى، الجزائر، 2018.

### مذكرات الدكتوراه والماجستير:

1. بن العمودي جليلة، استراتيجية تنمية قطاع الصناعة التقليدية والحرف بالجزائر في الفترة 2003-2010 – دراسة حالة تطوير نظام إنتاج محلي SPL بحرفة النسيج التقليدي بمنطقة تقرت ، أطروحة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارة وعلوم التسيير، جامعة قسدي مزاب-ورقلة، السنة الجامعية، 2011/2012.
2. خميسي سعدي، بوسعادة في العهد الاستعماري 1849-1939م، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في التاريخ الحديث والمعاصر، قسم التاريخ، كلية العلوم الإنسانية، جامعة الجزائر 2، السنة الجامعية 2016-2017م.

### المجلات العلمية:

1. أم كلثوم جماعي، تسويق المنتجات التقليدية والحرفية في ظل حماية الملكية الفكرية، مجلة اقتصاديات والأعمال JFBE العدد 6 جوان 2018.
2. إيمان حبولة ووردة موساي، مساهمة المقاولاتية في التنمية الاقتصادية، المجلة الجزائرية للموارد البشرية، المجلد 5، العدد 2، 2020.
3. بن خديجة منصف، المشاريع المقاولاتية البيئية كآلية لتحقيق التنمية المستدامة – عرض تجارب دولية ووطنية ناجحة، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 3، العدد 4، 2019.
4. رحمانى إسحاق وجاب الله الطيب، سوسيولوجيا المقولة في الجزائر من المداخل الكبرى إلى الدراسات المعاصرة، مجلة دراسات في علم اجتماع المنظمات، مجلد الأول، عدد 3، 2014.
5. محمد حسن، دور الصناعات اليدوية والحرفية في التنمية الاقتصادية المحلية بجمهورية مصر العربية: دراسة تحليل السياسات، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، المجلد 22، العدد 1، 2020.

### موقع إلكتروني:

1. مراد الزيفي العلمي، الموارد الاقتصادية للثقافة: المعلومات الثقافية كرافعة بالاقتصاد الوطني، <https://aldar.ma>، تم الاطلاع عليه في 2022-9-12، على الساعة 11:03.