



الاسواق الشعبية وأثرها في زيادة التدفق السياحي الي مصر  
(بالتطبيق علي سوق كرداسة السياحية)  
نيفين جلال ابراهيم عيد

استاذ مساعد بقسم الدراسات السياحية- كلية السياحة والفنادق - جامعة قناة السويس

## ملخص البحث:

تعد الأسواق الشعبية ركيزة هامة في تنمية السياحة ووسيلة للجذب السياحي، فهي تعكس حياة الشعوب بعاداتها وتقاليدها وعبق التاريخ. وتعتبر الأسواق الشعبية من المواقع السياحية التي تجذب عدداً كبيراً من الزائرين والسائحين لاقتناء الحرف اليدوية، والتعرف على تراث المنطقة، وتتميز مصر بكثرة أسواقها الشعبية المملوءة بالصناعات اليدوية التراثية. يحرص معظم السائحين على زيارة سوق كرداسة السياحي ضمن برامجهم السياحية واقتناء الصناعات التقليدية التي تتميز بها عن غيرها من الأسواق الشعبية الأخرى. وقد تحولت القرية بأدوات بسيطة من البيئة المحلية من قرية عادية إلى موقع بارز على الخريطة السياحية، ويمكن الارتقاء بها لتنافس المدن السياحية العالمية. وتكمن أهمية الدراسة في جعل تطوير الخدمات في قرية كرداسة السياحية بشكل عام أمر ممكن تنفيذاً وتعميمه على باقي الأسواق الشعبية. ويهدف البحث الي المحافظة على استدامة الأسواق الشعبية وإعادة تأهيلها وتطويرها كوجهة اقتصادية وثقافية وسياحية، مع المحافظة على طابعها التراثي المرتبط بتراث مصر، وإمكاناتها العالية من الصناعات اليدوية وتراثها الحضاري وعادات وتقاليد مجتمعها والذي يعتبر عامل جذب سياحي، ويوصي البحث بوضع استراتيجيات لتطوير وإعادة تأهيل الأسواق الشعبية القائمة في مصر مع وضع إستراتيجية للنهوض بسوق كرداسة السياحية من خلال تطويرها حتى تصبح سوقاً شعبياً تراثياً دائماً بكل ما فيها من مظاهر سياحية وحرف تقليدية.

©2011 World Research Organization. All rights reserved

Keywords: Popular markets, Tourism , Egypt, Kerdassa.

Citation: Nevin Galal Ibrahim; (2011), " Popular markets and their impact in increasing the flow of tourists to Egypt (Applied to Kerdassa tourist market)" No.17 -2 (18) 155 – 190.



## مقدمه

تميزت الكثير من مدن مصر وقرائها بأسواقها الشعبية القديمة التي تعكس التراث الاجتماعي والثقافي والعمراني في آن واحد، إذ يتم فيها إلتقاء فئات المجتمع من مختلف الأعمار، ومزاولة الأنشطة التجارية والحرف اليدوية والصناعات التقليدية، وعرض وبيع المنتجات التراثية. ومع النهضة العمرانية والاقتصادية لمصر تعرضت معظم الأسواق الشعبية في الآونة الأخيرة لتغيرات إقتصادية وإجتماعية وعمرانية، أدت إلى تدهور نسيجها العمراني، وبدأت تشهد تراجعاً لدورها، وإختفاء لهويتها الثقافية والعمرانية، وأصبحت تلك الأسواق تواجه العديد من المشاكل العمرانية والاقتصادية.

وتعتبر الأسواق الشعبية من أساسيات النمو السياحي الناجح، ووجهة سياحية يجب الاهتمام بها والعمل على تطويرها. وتلعب الأسواق الشعبية دوراً إيجابياً في زيادة الانتعاش الإقتصادي ودوران عجلة رأس المال والقضاء على البطالة، فالأسواق الشعبية ببضاعتها المختلفة والتقليدية المتميزة بطبيعتها البسيطة تكشف الستار عن تاريخ مشرق. من هنا تبدو الحاجة ملحة للحفاظ على جميع أشكال الحرف والصناعات التقليدية والفنون الشعبية بتلك الأسواق. فالحفاظ على كل ما هو إيجابي في التقاليد والعادات الموروثة يساعد على رفع المستوى الثقافي لدى المواطنين، كما أن تنشئة الأجيال الجديدة على إكتساب المهارات اليدوية لأهداف إنتاجية ووطنية وثقافية مجتمعة يزيدهم تعلقاً بوطنهم وبقِيمهم الروحية.

## مشكلة البحث

- ١- تعاني كرداسة من نقص للخدمات الأساسية والسياحية والمتمثلة في ندرة المياه العذبة وعدم وجود شبكة صرف صحي جيدة ووحدات صحية لائقة، وصعوبة الطرق لأن الطريق غير ممهد ويحتاج لتأمين للأفواج السياحية لصعوبة الوصول إلى المنطقة ونقص المواصلات التي تجعل من الصعوبة الوصول إلى القرية، مما أدى إلى نقص عدد السائحين بها ولم يبق من مجد كرداسة التي اكتسبت شهرة عالمية، إلا ما أصابها من مظاهر الإهمال منذ سنوات.
- ٢- وقف التصدير لمنتجات كرداسة نتيجة عدم وجود خطة تسويق للدولة تجاه الصناعات التقليدية وإتجاه المنتجين للصناعات اجتهادياً تجاه التصدير الفردي.
- ٣- غياب السائحين والنقص في أعدادهم أحدث خسائر إقتصادية تقدر بالملايين، بالإضافة الي الركود السياحي للسوق عقب ثورة ٢٥ يناير والثورات العربية مما نتج عنه إغلاق العديد من المحلات والبازارات والورش، وإتجاه الصانعين إلى أعمال أخرى مما ينتج عنه إندثار للمهن التقليدية والصناعات الاصيلية التي تتميز بها مصر عن غيرها من الدول.
- ٤- دخول التكنولوجيا المضاهية للصناعات التقليدية التي تشتهر بها كرداسة من عباءات وسجاد يدوي، ولجوء معظم الحرفيين إلى الاستعانة بالماكينات الحديثة التي يفقد إنتاجها إلى الحس الفني والجمالي أسفر عنه اضمحلال للمنتج اليدوي وإندثار الفن المصري.



- ٥- عدم وضع كرداسة ضمن البرامج السياحية كما كانت من قبل والعوض عنها بأسواق وبازارات أخرى، ساعد في الركود وأدى إلى اغلاق العديد من الورش وتقليل حجم العمالة
- ٦- الخبراء الاقتصاديون في مصر يرون أن تجربة كرداسة من أنجح التجارب الصناعية، لكن نظراً لرفع يد الدولة بكافة أجهزتها لرعايتها ونموها تركت إلى العشوائية وتعرضت للتعثر.
- ٧- معظم الأسواق الشعبية تواجه الكثير من المعوقات للحفاظ على طابعها الثقافي والتراثي ومن ثم السياحي، وتم حصر تلك المعوقات في اختفاء الصورة الذهنية وظهور مبان حديثة للأسواق الشعبية واختفاء بعض الأنشطة المميزة لها، وعدم وجود مواقع خاصة للحرفيين.
- ٨- عدم وجود هيكل تنظيمي رسمي للأسواق فأصبحت عشوائية مما يؤدي إلى إحداث العديد من الأزمات والحوادث نظراً لتواجدها وسط التكدس السكاني وتؤدي بالتالي إلى تكبد الاقتصاد المصري خسائر كبيرة.
- ٩- لا تتوافر إحصائيات مؤكدة عن حجم الأسواق الشعبية رغم نجاحها وإقبال المواطن عليها، فهي تتعش الاقتصاد المصري لكنها غير مسجلة رسمياً ولا تستطيع أى جهة إحصائية حصرها لعدم وجود دفاتر أو سجلات تجارية لديهم.
- ١٠- قصور التخطيط المسبق من قبل الحكومة للأسواق الشعبية لتسبق احتياجات المواطنين داخل الدولة، وتوفير كل ما يحتاجونه من أسواق.
- ١١- سوء التخطيط العمراني للمدن ساهم في زيادة عشوائية الأسواق الشعبية؛ فضلاً عن قصور الرقابة والشكل غير الحضاري التي تظهر به هذه الأسواق في المدن.
- ١٢- إن مشكلة الأسواق الشعبية في الأساس أمنية، وترتبط بإهمال المحليات لها وتجلت هذه الظاهرة في أعقاب ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١.
- ١٣- إتجاه الحرفيين إلى مجالات أخرى لا تتطلب الجهد البدني، وحاجتهم إلى إستثمارات لتطوير حرفهم، ومحدودية العائد المادي الذي يكسبه الحرفي خاصة أن خامات منتجات بعض الحرف أصبحت مكلفة، والمباع من القطع محدود، ومعاناة الحرفي المعاصر من التآرجح بين التقليد والتغيير، والتكيف مع المؤثرات الحديثة من دون أن يفقد هويته التراثية.

## التعريف بالمشكلة

قرية كرداسة لها مكانة عالمية اشتهرت بها كمرکز لصناعة الجلابب السياحي المميز، ولكن لحقت بها بعض الثوائب الواضحة لأن المنظومة البشرية التي تتولى هذا الأمر دخل عليها عنصر التقليد والمحاكاة وتأثرت الجودة والتأصيل لهذا العمل، وأيضا الوجه العمراني الذي يحتوي السوق والعاملين وهو الشارع السياحي للقرية تأثر بالعديد من السلبات التي أبعدته عن الطابع الريفي، بل أن التشويه العمراني والمهملات أصبحت تنتشر في المكان، وبالتالي لم تعد هذه القرية علي غرار مبدأ التنمية المستدامة بل أن هناك عوامل تهدد مستقبل تلك الصناعة الحرفية السياحية التي أضاع هويتها نقص إهتمام الدولة لها وبمكانياتها الدولية.



## أهداف البحث

- ١- المحافظة على إستدامة الأسواق الشعبية وإعادة تأهيلها وتطويرها كوجهة اقتصادية وسياحية، مع المحافظة على طابعها التراثي المرتبط بتراث مصر، نظراً لإمكاناتها العالية من المنتجات والصناعات اليدوية المحلية وثقافتها التاريخية وعادات وتقاليد مجتمعها والذي يعتبر عامل جذب سياحي.
- ٢- تنويع المنتج السياحي المصري والمتمثل في إيجاد نمط سياحي جديد مثل سياحة الأسواق الشعبية.
- ٣- إلقاء الضوء على الصناعات التقليدية بالاسواق الشعبية وأثرها علي الجذب السياحي وخاصة كدراسة بإعتبارها مزاراً سياحياً، ووضعها علي الخريطة السياحية ومن ثم علاقتها بالتنمية السياحية المتواصلة.
- ٤- الوصول الي نتائج وتوصيات تساهم في المحافظة على استدامة الأسواق الشعبية وإعادة تأهيلها وتطويرها كوجهة اقتصادية وثقافية وسياحية.

## أهمية البحث

- ١- تكمن أهمية البحث في التعرف علي مدي أهمية الأسواق الشعبية ودورها في تنمية السياحة، فهي تمثل أداة جذب للسائح، إذ يجد فيها مزجاً بين الحاضر والماضي نظراً لما تحمله من مخزون تراثي يمتد في الموروث وصولاً أيضاً للعادات والتقاليد.
- ٢- التعرف علي دور الصناعات التقليدية بسوق كدراسة وأثرها علي زيادة التدفق السياحي .
- ٣- إيضاح دور الأسواق الشعبية في تنشيط السياحة كونها من المعالم التي تؤثر إيجابياً في إختيار المناطق لزيارتها.

## فروض البحث

- ١- معظم الأسواق الشعبية تواجه الكثير من الصعوبات والمعوقات للحفاظ على طابعها الثقافي والتراثي ومن ثم السياحي.
- ٢- إن حماية الإنتاج الحرفي والقيم المصاحبة له تساهم في ترسيخ التراث الشعبي في نفوس المواطنين والزائرين، كما تساهم في ربط الإنتاج الحرفي بالتنمية الشاملة والمستدامة لجعلها رافداً هاماً من روافد الإنتاج ونظام القيم في بناء الدولة السياحية العصرية.

## منهجية البحث

تم استخدام المنهج الوصفي في الدراسة النظرية، ومن خلال الدراسة الميدانية تم عمل دراسة ميدانية من خلال عقد لقاءات ومقابلات مع المسؤولين عن مدينة كدراسة وآخرين من أصحاب



البازارات السياحية داخل السوق السياحي بكداسة، وتوزيع استثمارات استبيان علي الساتحين للتعرف علي أهمية سوق كرداسة كمزار سياحي وكيفية تطويره والنهوض به سياحيا.

## تفاعل الحرف التقليدية والسياحة علي المستوى الثقافي والتراثي والاقتصادي موجبات دعم الحرف التقليدية والقيم الإنسانية المصاحبة لها

تحتل سياسة دعم الحرف التقليدية وترسيخ القيم المصاحبة لها دوراً مركزياً في كثير من تجارب التحديث الناجحة في العالم، وفي طبيعتها تجارب التحديث الأسوية. فقد تمت تنشئة المواطنين في تلك الدول على إحترام قيم التراث بكل تقاليده الإيجابية، والعمل على إبقائها حية في نفوس الأجيال، وربط الثقافة التقليدية بالتنمية الشاملة بهدف الحفاظ على القيم التراثية في مؤسسات الدولة العصرية، وإحياء كل ما هو إيجابي في التراث الشعبي (Clarke, 2009). ويعتبر التراث الحرفي العمود الفقري لإرساء دعائم البنية التحتية الثقافية للتنمية الشاملة، ومن خلال المحافظة على الإنتاج الحرفي وتطويره والمساعدة على تسويقه وتشجيع العاملين فيه، كما أن العمل على إحياء الفنون الشعبية وما يتصل بها من عادات وتقاليد يساهم في التقارب الثقافي بين دول العالم (Aquet, 2003).

## الحرف التقليدية والسياحة وعلاقتها بالثقافة

تشمل الثقافة القيم والمعتقدات والمعارف والفنون والعادات والممارسات الاجتماعية، فالثقافة بوصفها إنتماء تعبر عن التراث والهوية، وتعد الحرف التقليدية من أهم العناصر الفعالة التي تستطيع الحفاظ على هذا التراث. والثقافة بوصفها توأماً، تنقل من خلالها أشكال العلاقات بين المنتج والمستهلك، وكذلك الخبرات والمعاني بين مختلف الأجيال. والثقافة كمحفز للابتكار والإبداع والتجديد تلبي رغبات المجتمع، لهذا أصبح الجميع مقتنعاً بأنه لا بديل لأولوية الثقافة التي صارت منظومتها تشمل التنمية بأسرها كعنصر ضمن عناصرها الأخرى. والأسواق الشعبية مجالاً خصباً لاستخدام الثقافة كرافد أساسي لتنمية السياحة وهي تشكل السياحة الثقافية ذات المردود العالي للمناطق التي توفر هذا النوع من السياحة، (Loránd, 1999). وفي دراسة أنجزتها المفوضية الأوروبية أظهرت بأن ٢٠% من السياح يشكل الجانب الثقافي أحد أهدافهم الأساسية، في حين أن ٦٠% منهم تشكل الثقافة هدفاً جوهرياً في تنقلهم. وأصبح واضحاً أنه إذا كان هناك قطاع يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالسياحة فهو قطاع الحرف التقليدية، ذلك أن الزائر الأجنبي، أيا كان نوع السياحة التي يمارسها، فلما يغادر البلاد دون أن يحمل معه تذكارات لا غنى عنه (Abaza, 2006).



## الصناعات الحرفية التقليدية رافد اقتصادي بحاجة للتنمية

الصناعات الحرفية تعبر عن هوية البلد الوطنية وهي احدى وسائل الحفاظ على التراث والموروث، ومصر زاخرة بالصناعات الحرفية فهي تساعد على الحد من البطالة والاستفادة من كافة الموارد البشرية ومن يستطيع أداء بعض الأعمال في بيته، ويمكن لكبار السن والمعوقين وغيرهم المشاركة في العملية الإنتاجية في سكتانهم مما يعطي مصدراً للدخل بالإضافة الي رفع المعنويات. بما يؤدي الى تحقيق التنمية المتوازنة بين الريف والحضر ويؤدي الى الحد من ظاهرة الهجرة الداخلية وخلق مجتمعات إنتاجية في المناطق النائية، وتساهم الحرف في نسبة التشغيل والدخل الوطني على الصعيد الدولي، والاستفادة من الموارد المحلية المتوفرة في المناطق الريفية (McGuinness, 2002).

الإهتمام بالصناعات الحرفية جزء لا يتجزأ من تنمية السياحة في مصر ومحرك اقتصادي في تنمية الموارد البشرية، وترتبط الصناعات الحرفية بالسائح وبالتواصل مع الحرفيين مما يعرف بالحالة الثقافية للمقصد، ويعتبر الارتباط الوثيق بين قطاع الحرف والصناعات اليدوية وقطاع السياحة من الأشياء محل إهتمام السائح بصرف النظر عن مدة الإقامة. وأصبح عرفاً اقتناء تذكارات من خلال مهرجانات تنشيط السياحة والتي يكون أحد مظاهرها وجود منتجات حرفية حيث تبين أن هناك تزايداً في الإهتمام العالمي لتلك المنتجات (Sattin, 1996).

## الإستثمار في الحرف اليدوية والصناعات التقليدية كمنتجات سياحية

هناك مصادر في مصر تقدر عدد منشآت الحرف التقليدية المقيدة بالسجل الصناعي بالهيئة المصرية العامة للتصنيع حوالي ٢٠٣٦ منشأة توفر ٣٢ ألف فرصة عمل، وهناك بعض المنتجات اليدوية تعد المصدر الرئيسي للدخل بها مثل تجربة كرداسة علي الرغم من كساد حركة البيع والشراء إلا إنها تجربة اقتصادية ناجحة ([www.kenanaonline.com](http://www.kenanaonline.com)).

## تجارب عربية ناجحة في مجال الحرف اليدوية

يوجد وزارة للحرف التقليدية والسياحة في تونس، وفي المغرب أيضاً وزارة للحرف التقليدية والصناعة. ومن خلال فكر إستراتيجي تحولت تلك الفنون من مصدر للفن إلى استثمار في الاقتصاد القومي والتنمية الاجتماعية، حيث يوجد في المغرب قانون يلزم كل مبنى بتخصيص ٢٠% من تكاليف البناء لأعمال الحرف التقليدية (خشب، خزف، حديد) وتبدو في المشربيات والزجاج المعشق في الجبس. وأدى ذلك إلى ارتفاع نسبة الحرفيين إلى ٥ ملايين عامل في دولة يصل عدد سكانها إلى ٣٢ مليون نسمة. ويُعدّ الحرفيون في المغرب من أصحاب الدخول المرتفعة، ويتم تصدير الإنتاج إلى الخارج بكميات كبيرة، كما تعتبر مدن مثل فاس ومكناس محميات ثقافية جاذبة للسياحة ([www.yemenknow.net/tourism](http://www.yemenknow.net/tourism)).



## مشكلات الصناعات التقليدية

إن إقبال السائح على منتجات الحرف اليدوية يخلق رواجاً اقتصادياً يمكن تمييزه واستثماره، فهناك ما يعرف بسياحة الحرف التقليدية والصناعات اليدوية بما فيها من إنتاج وقيم فنية وجمالية تعتبر معرضاً مفتوحاً أمام السائح (Vera, 2008)، لكن هناك بعض المشكلات تواجه الصناعات التقليدية وتؤثر عليها وهي:

(١) هناك فجوة في المعلومات لدى الجهات القائمة على التنمية الصناعية عن قطاع الصناعات التقليدية. (٢) عدم وجود سياسات ملائمة على المستوى القومي يمكن أن تسهم في صنع المناخ الملائم لنمو وتطور الصناعات التقليدية والاستفادة منها في تنمية المجتمع. (٣) المناخ الثقافي السائد الذي تمثل فيه أجهزة الإعلام القوة الضاربة لا يرسخ قيم المحافظة على كل ما هو موروث أو محلي بما في ذلك الصناعات التقليدية. (٤) عجز وزارة الشؤون الاجتماعية والصندوق الاجتماعي عن تقديم أي مساندة للصناعات التقليدية. (٥) الانتشار السريع للمنتجات الأجنبية وانخفاض أسعارها كالمنتجات الصينية، وتغلغلها اجتماعياً للشرائح الاجتماعية مما أدى إلى إهمال عناصر البيئة المحلية التي تقوم عليها الصناعات. (٦) زيادة معدلات التضخم وأثرها على ارتفاع تكاليف معيشة الصانع الحرفي وارتفاع أسعار خاماته المستوردة. (٧) عدم الاهتمام بدراسات الجدوى الاقتصادية بمختلف الصناعات التقليدية من حيث كيفية تسويق المنتج وخصائصه وكيفية تطوير المنتجات التقليدية لتناسب مع أذواق المستهلكين (دعبس، ٢٠٠٤). كل هذه المشكلات تؤدي إلى اندثار الصناعات والحرف التقليدية وفقدان الأسواق الشعبية للهوية وللطابع المصري التاريخي المميز لها عن باقي البلدان الأخرى.

## الأسواق الشعبية تحتاج إلى التطوير لدعم اقتصاد المنطقة

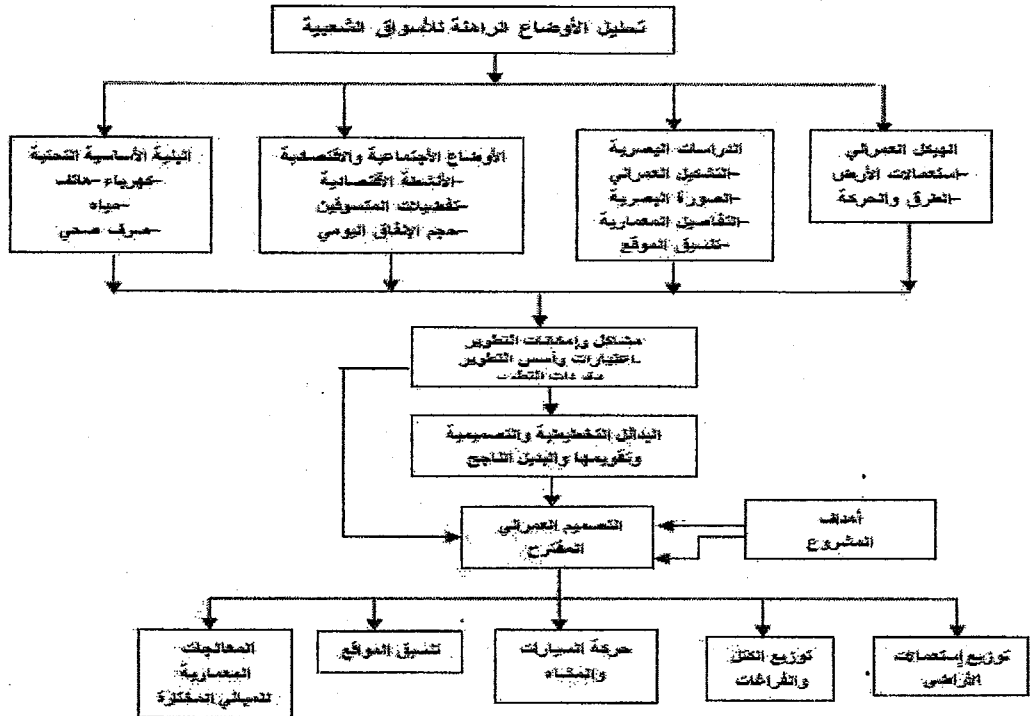
يأتي تطوير وتحسين بيئة السوق، وحل مشكلات التخطيط للأسواق القائمة، وإعداد مخططات تطويرية لها وللمناطق المحيطة بها وتحفيز الاستثمار فيها، بمثابة هدف رئيسي يضعه القائمون على مشروعات تطوير الأسواق الشعبية في العالم من خلال العمل على حصر معوقات التطوير، التي يقف على رأسها ظهور مبان حديثة داخل السوق، وتداخل أنشطتها، وعدم وجود مواقع واضحة وخاصة للحرفيين، الأمر الذي ساهم في اختفاء الطرز المعمارية القديمة للأسواق الشعبية والأنشطة المصاحبة له (Morris, 2005).

هذا وتزخر مصر عبر مداخلها ومحطاتها التجارية وقراها بالأسواق الشعبية الجاذبة للزوار، إلا أنه لا بد من المحافظة عليها لمكانتها التاريخية، وتوفير كل ما تحتاج إليه هذه الأسواق من استثمار رجال الأعمال للمساهمة في تطويرها ووضعها في المكانة التي تستحقها من خلال مشاريع صغيرة أو متوسطة تعود بعوائد مادية للمنطقة. إذ لا يوجد سوى بعض الخدمات البسيطة التي جاءت باجتهادات شخصية من العاملين في السوق. وتحتاج الأسواق الشعبية إلى



توفير الخدمات الضرورية من بنية أساسية تشتمل علي طرق جيدة ورصف وإنارة وصرف صحي وعلامات ارشادية لسهولة الوصول إليها والتجول بها (<http://bishanet.net>).

**دراسة وتحليل الوضع الراهن للأسواق المصرية**  
نظراً لتعرض الأسواق الشعبية في الآونة الأخيرة لتغيرات اقتصادية واجتماعية وعمرانية أدت إلى تدهور جوانب من نسيجها العمراني، وبدأت تشهد تراجعاً لدورها، حيث تعكس الأوضاع الراهنة معاناة الأسواق الشعبية من العديد من المشاكل. والأسواق بوضعها الحالي تعاني من عدد من القضايا التي قد تؤثر فيها وتظهرها بمظهر غير محبب، وتفقد أهميتها التي اكتسبتها طيلة العقود الماضية؛ فهي بحاجة إلى التوسعة، وإيجاد مواقف كافية، وخدمات مساندة لمواكبة الازدحام والإقبال عليه (Fouad and Ibrahim, 2003).



المصدر (الغبان، وآخرون، ٢٠١٠).





## الأسواق الشعبية وأهميتها السياحية

السوق الشعبي عبارة عن حيز وتجمع تجاري تقليدي يعبر عن عادات وتقاليد المنطقة التي يتواجد فيها السوق، وغالباً ما يسمى السوق باسم اليوم الذي يقام فيه مثل سوق الخميس أو سوق الأحد والمنطقة التي يقام فيها، على الرغم من إنها أسواق مفتوحة طوال العام. ولكل سوق طابعه الخاص الذي يميزه عن باقي الأسواق، وذلك في طابع شعبي يحكي أصالة وتاريخ المنطقة الزاخرة بالعديد من الجوانب التراثية الأصيلة (Dunford, 2001).

يزدهر السوق الشعبي خلال شهر رمضان في الدول الإسلامية، ويزين بالاضائات الملونة والاكالات الرمضانية. وبدأت هذه الأسواق بالاندثار شيئاً فشيئاً بوجود الأسواق الحديثة التي تختلف إختلافاً كاملاً من ناحية المكان والبضاعة وأحياناً الزائرين لها. ويوفر السوق الشعبي البضائع المحلية والخارجية ويغلب على بضائع هذه الأسواق (الملابس التقليدية والتي تعبر عن عادات وتقاليد أهل المنطقة، المصوغات، العطارة والأعشاب العلاجية، الأكلات والمشروبات الشعبية، الأواني المنزلية وغيرها) (Sattin, and Franquet, 1996).

شعبية السوق: لكن ليست سلع السوق وحدها أو رخص أسعارها سبب إستمرار السوق أو سر جاذبيته ففي السوق يتم مزاوله الأنشطة والحرف اليدوية والصناعات التقليدية وعرض المنتجات التراثية وبيعها، وتحوي طريقة البيع على شحنات تواصل اجتماعي تتجاوز في كثير من الأحيان عملية البيع والشراء، لذا أصبحت لحظة لقاء البائع والمشتري جزءاً من ذلك التواصل داخل السوق الشعبي (Firestone, Michael, Hall, and (2010).

## أهمية الاسواق الشعبية من وجهة النظر السياحية

تعكس الأسواق الشعبية حياة الشعوب، وهي من الأهداف الرئيسية التي يقصدها المسافر، ولذلك تهتم بها الدول من أجل تنشيط الحركة التجارية والسياحية بها. والأسواق في مصر محطة من أهم المحطات التي صنعت وجه البلد قديماً وحديثاً، فقد برز دورها منذ القدم إذ كانت إضافة إلى كونها سوقاً تمارس عملها الطبيعي في عمليات البيع والشراء بمثابة ملتقى للجميع من تجار وأدباء ومشايخ وعلية القوم وعوامهم، فكانت مكاناً للتشاور والفصل في القضايا، ومنندبات اجتماعية وسياسية بجانب الأحاديث التجارية (<http://ar.wikipedia.org>)

ويزور الزمن باتت الأسواق التقليدية مكاناً يقتصر على عملية البيع والشراء المحدودة، حتى أن غالبية كبار التجار هجروها واستبدلوها بالمجمعات التجارية الحديثة، واعتبروا أن هذه الأسواق التقليدية تفتقر لمقومات هامة مثل: التكيف ومواقف السيارات وإتساع المكان والواجهات الكبيرة الجاذبة، بل انهم يعتقدون ان الأسواق "تعرضت لهجر المشتريين" وفق قولهم، إلا إنها مازالت عامرة كل يوم بدون استثناء ([www.kenanah.net](http://www.kenanah.net))



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

**سياحة الاسواق الشعبية المصرية**  
تتنوع الأسواق الشعبية في العديد من مدن مصر، فما زالت تحتفظ بجاذبية للكثيرين من المولعين بها، وعلى رأسهم محبي إقتناء الأشياء القديمة والتراثية وغالباً ما يجدون في مثل هذه الأسواق ضالتهم بين أزقتها ويفضلونها على الأسواق والمجمعات الحديثة، وهذه الأسواق لها ميزة كبيرة يصعب وجودها في أسواق أخرى، كما أنها أصبحت مقصد الكثيرين من كافة المناطق ومقصدًا لعشاق الشراء الشعبي من زوار المنطقة. الأمر الذي يدشن نوعاً من السياحة لازمت البشرية على مر العصور ألا وهي سياحة الأسواق الشعبية (مصطفى، ٢٠٠٤).

تعكس الأسواق الشعبية في مصر جانباً هاماً عن طبيعة المجتمع تمثله الحياة الاجتماعية، إذ تمكن خلف أسوارها ثقافة البساطة والتسامح بين أفرادها تمثلها التعاملات اليومية عبر رحلة البيع والشراء، إذ يرضى البائع بالربح البسيط واستعداده للبيع بسعر أقل من أجل كسب الزبون العابر. أن الأسواق الشعبية لم تتغير في حجم الإقبال عليها بل تشهد إقبالا كثيفا نظراً لتنوع بضائعها وبساطة معروضاتها التي تمزج الماضي والحاضر وهو مامنحها ميزة تجعل الزوار يهون التسوق فيها (Carrington, 2008).

**الاسواق الشعبية في مصر ودورها السياحي**  
يفضل الكثير من زائري مصر زيارة الأسواق الشعبية والتي تمثل تراثاً للمنطقة التاريخية وتعتبر الأسواق الشعبية من أهم المقاصد السياحية التي يحرص القادمون إلى مصر على زيارتها لما توفره من فرصة للزائر. وعلى الرغم من إزدياد المحلات التجارية ذات الواجهات الزجاجية إلى هذه الأسواق إلا أنها لم تنل من أصالتها وجمالها العتيق. فهي تراث متصل ومتواصل يرتبط فيه الحاضر بالماضي على نحو يمنح الزائر فرصة لمعاينة وثيقة حياة [www.yemenknow.net/tourism](http://www.yemenknow.net/tourism) (٠).

تعتبر أسواق مصر الشعبية قبلة السائح العربي والغربي على حد سواء ومقصدًا لاغنى عن زيارته خاصة بالنسبة للباحثين عن روائح وسحر ليالي الشرق القديم، ومن أهم الأماكن التي



ينجذبون إليها ويقصدونها خلال زيارتهم لمصر، بل إنها تأتي في الترتيب الثاني بعد المواقع الأثرية والمعالم التاريخية في قائمة المهام وخطط التحرك السياحي التي يحرص السائحون على تنفيذها في برامجهم اليومية، ولا تقتصر هذه الزيارة لدى السائح للأسواق على مجرد المتعة والنقاط الصور التذكارية بل يتعدى ذلك إلى شراء وإقتناء المشغولات والصناعات التقليدية التي تتميز بها تلك الأسواق (مصيلحي، ١٩٩٨).

**الاسواق الشعبية في مصر ودورها الاقتصادي**  
للسوق دوراً اقتصادياً نابعاً من توافد السائحون لشراء مستلزماتهم الحياتية والنماذج الجمالية المصنوعة محلياً. والأسواق الشعبية أسواق غير مكلفة، وبعض التقديرات ترى أن حجم تجارة الجملة في الأسواق المحلية ٣٠ مليار جنيه شهرياً، وتتركز في ٢٠ سوقاً على مستوى القاهرة ومعظمها في القاهرة القديمة. فهذه الظاهرة تتفاعل بإيجابية مع عناصر الاقتصاد المصري. وتشتهر محافظات مصر بالعديد من الأسواق الشعبية التي تقام أسبوعياً بل إنه يقام أحياناً أكثر من سوق في الأسبوع، وتتشابه الأسواق من حيث الشكل والمضمون العام المتمثل في عرض السلع مما يجعلها تشترك في ملمحها العام ([www.travelerpedia.net](http://www.travelerpedia.net)).

**الأسواق التجارية التقليدية في مصر**  
يوجد في مصر أكثر من ٤٠ مصنفاً للأسواق التجارية التقليدية الشعبية والمستعملة وتجمعات الأسواق التي تتبع سعر التكلفة، نشأت في الماضي وأستمرت إلى الآن، بالإضافة إلى أسواق المعارض الدولية التي تقام طوال العام وعلى رأسها سوق القاهرة الدولية. وإرتبط إزدهار الصناعات التقليدية بالأسواق الشعبية، وتنقسم إلى أسواق متخصصة طبقاً للنوع إلى:  
النوع الأول: الأسواق المسماة بأيام الأسبوع، مثل سوق الأحد بشبرا الخيمة، ويضم كافة أنواع السلع الغذائية والملابس والأجهزة المستعملة مثله مثل سوق الاثنين بمنطقة كرداسة بالهرم. لكن سوق الثلاثاء المقام في منطقة المرح بشرق القاهرة يهتم بالمواد الغذائية. أما سوق الخميس بمنطقة المطرية بشمال القاهرة، يضم الكثير من السلع عالية الجودة ورخيصة الثمن والكثير من السلع المستعملة. أما سوق الجمعة بالسيدة عائشة فإنه أكبر هذه الأسواق وأهمها حيث يوجد لكل سلعة مكان معين لا يتغير، ويتضمن: سوق طيور الزينة والحيوانات ، ومن بعدها سوق الملابس، ثم الأنتيكات والتحف، فسوق الحمام ومن خلفها سوق الكومبيوتر والساعات والنظارات والمستلزمات الطبية وتجارة الكتب القديمة على اختلاف مضمونها والأثاث والموبيليات، ثم سوق الحديد الخردة ومعرضات السيراميك والألومنتال. وهناك سوق آخر للجمعة أقل في الأهمية والمساحة هي سوق الجمعة بامبابية، وسوق الجمعة بالإسكندرية وعمره ٥٠٠ عام منذ الأتراك والعثمانيين، ، لمحبي إقتناء الأشياء الشعبية القديمة والغريبة من



ساعات، ملابس، أثاث، أنتيكات، أدوات صحية، أجهزة كهربائية، عملات نادرة، هواتف قديمة وحديثة، أدوات صيد وماكينات، قطع غيار سيارات) ([www.aawsat.com](http://www.aawsat.com)).  
النوع الثاني: أسواق المواد الغذائية، حوالي ٧ أسواق هي سوق المواشى والغنم والخراف المقام وسط المقابر بمنطقة البساتين القريبة من سوق الجمعة، وهذه السوق تنتعش قبل موسم عيد الأضحى للإقبال على شراء الأضاحي. وهناك سوق موسمي آخر خاص بشهر رمضان وهو سوق البلح بوكالة البلح، وسوق الجمال والحмир في الريف المصري. هناك أيضاً سوق الليمون والزيتون والبصل والثوم وهي منتشرة تحت بوابات القاهرة الفاطمية كباب النصر وباب الفتوح بمنطقة باب الشعرية. ويوجد سوق أثر النبي بمصر القديمة وهو خاص ببيع وشراء الغلال والحبوب بسعر الجملة. أما الخضار ومنتجات اللحوم فلها سوق خاص بمنطقة العتبة. وللعطارة أيضاً سوق خاص بمنطقة المغربلين والموسكى. أما الحمام فله سوق يعقد يوم الاثنين من كل أسبوع بمنطقة السيدة عائشة، وسوق العطارة الموجود في المناطق القديمة بالموسكى والحسين ([www.sahab-alkher.com](http://www.sahab-alkher.com)).

النوع الثالث: أسواق النوع الخاص، مثل أسواق الورق والأدوات الكتابية والكتب وهي "٤" أسواق أهمها سوق الفجالة برمسيس. أما الكتاب فله سوق معروف بسور الأزبكية في العتبة وأبو الريش وبعض محافظات الجمهورية، لكنها سوق تعاني من الركود في السنوات الأخيرة لقلة الإقبال على الكتاب إلا في موسم معرض القاهرة الدولي للكتاب المقام في القاهرة أو بعض المحافظات طوال العام. إضافة إلى ذلك، فهناك سوق الكليشيهات أو الأختام والكروت بشارع محمد على أو ما يسمى بالزنكوجراف. وتتعدد الأسواق في حي الحسين، فهناك سوق العطارين، وسوق التوابل الهندية، وسوق النحاسين، وسوق الصابون. وسوق لوازم الأفراح والسبوع وسوق للنحف في درب البرابرة ([www.aawsat.com](http://www.aawsat.com)).

النوع الرابع: أسواق خاصة بالأجهزة الكهربائية والسيارات والأشياء الصلبة والأثاثات ويوجد حوالي "١٤" سوقاً وهي سوق السيارات المستعملة في المعادي والحي العاشر بمدينة نصر، بالإضافة إلى سوق قطع غيار السيارات بمنطقة التوفيقية بالقاهرة بوسط البلد. أما الأسواق المتخصصة للأثاثات فهي سوق درب سعادة بمنطقة باب الخلق أو سوق الرويعي الخاص بمستلزمات المنازل وإكسسوارات الموبيليا ولوازم الشقق والعمارات. وهناك سوق خاصة لخرطوم المياه في منطقة باب الخلق. أما بالنسبة للأجهزة الكهربائية، فيوجد لها ثلاثة أسواق هامة أولها سوق الأدوات الكهربائية بالعتبة وسوق الأجهزة الكهربائية بشارع الأزهر وأهمها سوق الأجهزة الكهربائية وبيع التليفون المحمول بشارع عبد العزيز ([www.sfari.com](http://www.sfari.com)).  
النوع الخامس: سوق الأزياء، وتتفرع إلى "٦" أسواق أولها سوق الجلد والأحذية بشارع الجيش بمنطقة باب الشعرية، وسوق الموسكى الضخم الذي يبيع منتجات عديدة منها لعب أطفال وأدوات تجميل وملابس وبأسعار الجملة، وسوق شارع الأزهر الخاص بتجار المينيقاتورة وتجار الأقمشة بكافة أنواعها ويوجد حوالي "١٣" ألف سجل تجاري بشارع



الأزهر وحده لهؤلاء التجار ويتفرع من هذا الشارع سوق صغير للملابس هو سوق حوش عيسى. أما أكبر أسواق الملابس في القاهرة فهو سوق غزة بمنطقة القصيرين بشمال القاهرة وسوق وكالة الملح أقدم وأشهر أسواق الملابس الرخيصة في مصر. ويشتهر سوق الغورية بأنه حي الهدايا ويعد من أكبر أسواق بيع الملابس والإكسسوارات الحريمي، كما تنتشر فيه الورش الصغيرة ويتم فيها تصنيع الطرابيش والعباءات. ويتفرع منه مكان اسمه "التريبعة" والذي يباع فيه أجود أنواع الأقمشة، فهو مقصدٌ متوسطي الدخل لشراء مستلزماتهم- [www.shbab.com](http://www.shbab.com).

**النوع السادس:** أسواق متفرقة للأشياء الصغيرة ينساها المشتري غالباً لكنها تمثل لهم أهمية كبيرة يقيمها الباعة المتجولين أمام الوزارات الحكومية كمجمع التحرير والإسعاف والعباسية. أما الأسواق الموسمية فهي سوق تحت الربع بحي الحسين وهي أول سوق متخصصة وموسمية في صناعة الفوانيس في العالم العربي ([www.arabstoday.net](http://www.arabstoday.net)).

### الأسواق الشعبية المصرية السياحية

تعتبر مناطق الجذب السياحي مثل سوق كرداسة وسوق خان الخليلي، حيث تقع bazارات بيع الإكسسوارات المختلفة من تحف ونحاسيات وجلديات وغيرها ذات الأشكال الإسلامية والفرعونية، ومحلات بيع ورق البردي، الذي يقبل على شرائه السائحون الذين يبنشرون في هذه المنطقة الأثرية، وهناك أيضاً التحف، والطور المختلفة، وتكون الذروة سياحياً في فصل الشتاء للسائح الأوروبي وفي فصل الصيف للسائح العربي. وبجانبتها هناك سوق الصاغة للذهب والفضة وسوق حارة اليهود حيث الورش القديمة (Haag, 2004).

تعتبر bazارات السياحة المنتشرة في الأماكن الأثرية والسياحية من أشهر الأسواق تخصصاً في بيع التذكارات السياحية والتي يحرص السائح علي اقتنائها، وقد اكبت bazارات الأقصر بصعيد مصر جنوباً مختلف الأزمنة والعصور وتطورت بتطورها، فمع نهاية القرن الماضي وبداية القرن الحالي أخذت أشكالاً جديدة تماماً وأصبحت أكثر تخصصاً بالإضافة إلى أنتشارها بأرجاء الأقصر لتصبح ١٠ أسواق بدلاً من سوق واحد ويتراوح أعدادها من ٣٠ إلى ١٠٠ بازار في السوق الواحد فضلاً عن تآثر الكثير منها بالشوارع الرئيسية والجانبية خلافاً لما في الفنادق الثابتة والعائمه بالإضافة إلى حوالي ١٥٠ بازار بالبر الغربي أمام أشهر مقابر ملوك مصر العظام سوق حتشبسوت سوق وادي الملوك وسوق وادي الملكات لتصبح bazارات سمه أساسيه للأقصر يذهب إليها السائحون ومحبو التسوق من جميع جنسيات العالم وميزة الأسواق تحقيق الرضاء بشراء السلع والعاديات من مختلف الأذواق ومن أهمها(الذهب والفضة المشغولات النحاسيه والخزف والأحجار الكريمة الجلود التحف البردي العطور الملابس) (Hopkins, 2004).



وتذكر إحدى المراجع أنه يرجع أصل كلمة بازار إلى أصل تركي وتعني مكان أو محل لعرض الأشياء الكثيره والتقديمه وقد اشتهرت بازارات الأقصر في القرنين ( ١٨ - ١٩ ) بعرض وبيع الأنتيكات من التحف الأصليه التي كان يسمح ببيعها وإمتلاكها لأشخاص، بالإضافة إلى المقد منها وكان صاحب البازار يقوم بنقل مبيعاته ومعرضاته حيث ترسوا المركب الوحيد المقله للسائحين والمسماه (سودان) والتي تصل إلى الشاطيء كل خمسة عشر يوما ومع إطلالة القرن ١٩ تميزت البازارات بعرض الصور الفوتوغرافيه، ومنذ عام ١٨٩٠ أضيفت منتجات سن الفيل ( العاج ) وقرون الحيوانات ثم الصدف ولمبات الجاز التي كان يستخدمها السائح أثناء رحلته النيليه ( القاهرة الأقصر - الأقصر أسوان ) والعكس. ومع بداية إنشاء أول فندق سياحي بالأقصر عام ١٩٠٧ تم إنشاء أول سوق منظم يضم عدد من البازارات والتي بدأت بعد الحرب العالميه الثانيه في عرض المنتجات الذهبية والفضيه، ومع بداية الستينات تخصصت بعض البازارات في عرض الكتب والمنسوخات والخرائط السياحيه، كما بدأت المنتجات الجلديه والقطنيه والنحاسيه تغزوا أسواق البازارات ([www.ahewar.org](http://www.ahewar.org)).

## مهددات الاسواق الشعبية

### أولاً: ظهور المعارض أحدث منافس للأسواق الشعبية

حرص المصريون لسنوات طويلة على تجهيز العرائس من أسواق معروفة ومشهورة بهذا الغرض مثل (حمام التلات، الموسكى، العتبه، كرداسة وغيرها) من الأماكن التي طالما عمريت البيوت المصرية بمنتجاتها. ومع انتشار حركة التجارة بين الدول؛ اتجهت أنظار العرائس للمعارض الدولية مثل: المعارض الصينى والسورى، الذين يتم تنظيمهما من وقت لآخر، ويخصصان لبيع جهاز العرائس من المنتجات المستوردة، مثل الملابس، والمفروشات، والأجهزة الكهربائيه، وصولاً للتحف والإكسسوارت المنزليه بأسعار تنافس الأسواق الشعبية المعروفة. والمعارض يميزها أيضاً تعدد المنتجات وكثرتها بسبب كثرة عدد العارضين، وتعدد أسعار المنتجات حسب جودتها لتلبى جميع الاحتياجات والأذواق، على عكس الأسواق المخصصة لبيع نوع واحد مما زاد من إقبال الأسر المصرية على هذه المعارض بشكل كبير، وتفضيلهم إياها على حساب الأسواق الشعبية، لذلك فإن أصحاب المحلات في الأسواق الشعبية سواء القديمة أو الحديثة يشكون من تعرض بضائعهم للكساد نتيجة إجماع عدد ليس قليلاً من المواطنين عن الذهاب للسوق، لكثرة المعارض التي تقام هنا وهناك، ويات التاجر يعاني من نقص في عدد المشترين في مواسم المعارض ([www.almasyalyoum.com](http://www.almasyalyoum.com)).



ثانياً: المولات والمجمعات التجارية كظاهرة تهدد الاسواق الشعبية "المولات" الكبرى والمجمعات التجارية ظاهرة جديدة جذبت المواطنين إليها بإعتبارها لم تكن معروفة من قبل، وقد زادت في الأونة الأخيرة حيث امتلأت بالعديد من المنتجات والسلع، الأمر الذي يبدو كمبشر بانتعاش اقتصادي اختلف عليه الكثيرون. وأصبحت المولات التجارية الشغل الشاغل للمستثمرين وأصحاب رؤوس الأموال بهدف تحقيق الربح والترفيه وتقديم الخدمة. وعلى الرغم من اختلاف وجهات النظر من بعض مرتاديه حول الخدمات التي تقدمها هذه الاماكن، فهي تقتصر على طبقة معينة من المواطنين، خاصة من حيث الأسعار، ولكنهم أجمعوا على أنها تحقق لهم الترفيه المطلوب. كما أوجدت المولات فرصة جديدة للتنزه خاصة بعد أن بدأت الاماكن المفتوحة مثل المتنزهات والمنتجعات والشواطئ تشهد إزدحاماً كبيراً. فالتسوق في المول مريح والتعرف على منتجات ليست معروفة وأصبحت المحلات تعرض كل ما كانت تعرضه الاسواق الشعبية التقليدية من إحتياجاتهم التي اعتادوا عليها مع توافر الاساليب الحديثة والمرحة في التسوق، وهو ما يدفع الناس للشراء منها بدلاً عن الاسواق الشعبية، لكن رغم إنتشارها فإن الاسواق الشعبية لا تخلو من الزوار، وان كانت خاضعة لمواسم نشاط ومواسم ركود (Karlsson, 2012). د.

## نموذج سوق كرداسة لتوظيف التراث والحرف اليدوية في المجال السياحي كرداسة قرية تراثية

أصل تسمية كرداسة من المعسكر الذي نصبه عمرو بن العاص هناك، حيث "كردس" المكان، أي نصب فيه المعدات الحربية، وهي الرواية الأقوى ويتردد أيضا أن نابليون بونابرت عسكر هناك خلال حملته على مصر، ويقال إن اسم كرداسة جاء من دير "داسة" الذي كان هناك، ويقال أيضا إن بها مقابر لبعض الصحابة، وأهم الموالد فيها الجندي الهاشمي الحاكم أبو عميرة، واختفت هذه الموالد بعد وفاة المتكفلين بتنظيمها. وتقام يوم الاثنين من كل أسبوع السوق الرئيسية بالمدينة، وتتنوع السلع المعروضة ما بين الخزف والخضر والفاكهة والملابس وعلى رأسها العباءات، ويقام السوق في شارع السوق القديم، وتخلو من الأجانب، بينما يقتصر الوجود على أبناء كرداسة (www.masress.com).

من اللافت للنظر في كرداسة امتزاج العناصر المميزة للقرية والمدينة بها، حتى يصعب على الزائر تحديد هويتها. النواة كانت قرية صغيرة من ضواحي الجيزة لكن مع مرور الزمن ومع انتشار شهرتها في أرجاء مصر ثم لاحقا عبر العالم اتسعت القرية وفقدت شيئا فشيئا ريفيتها، وتوجت بشكل رسمي كمدينة. أما أشهر شوارعها المعروف باسم الشارع السياحي، ويضم هذا الشارع والشوارع المتفرعة منه قرابة ٣٠٠ محل لبيع العباءات، ما يعكس أهميته البالغة. تحمل المحال داخل الشارع السياحي أسماء عربية ذات طابع خليجي، مثل: "مليحة" و"اليشمك"



وهو اسم لسلسلة محلات تجارية شهيرة بالسعودية و"واحة الجلابية"، و"زهرة الخليج" وعدد من هذه المحال يمتلك فروعا في دول عربية ([www.kuna.net.kw](http://www.kuna.net.kw)).

## سوق كرداسة والتحول من قرية الي مزار سياحي

تقع قرية كرداسة في بطن أحد الجبال الشاهقة التي تحيط بالقاهرة من ناحية الجنوب وهي أكبر قرى محافظة الجيزة وأشهر قرى مصر في صناعة النسيج بكل أشكاله، خاصة المشغولات اليدوية، وأهمها الجلابيب النسائية بمختلف أنواعها المصنوعة من القطن المصري الخالص والعبايات المطرزة يدويا، فبات لها سوق عربية وأجنبية، وينظم لها معارض سنوية في جميع أنحاء العالم، بالإضافة إلى شهرتها في صناعة السجاد اليدوي والكليم المصري وسلال الخوص والحصر والمشغولات الفرعونية والملابس الرقيقة والمصنوعات الجلدية والمشغولات الفضية والنحاسية والبردي والأرابيسك والصدف (كتاب الدليل السياحي، ٢٠٠٩).

لا يفصل كرداسة عن أهرامات الجيزة التي يزورها آلاف السياح الأجانب يوميا سوى حوالي عشرة كيلو مترات، ويقيم بها حاليا نحو ١٢٠ ألف نسمة. نصفهم ليسوا من أهل البلدة بل نزحوا إليها من أقاليم مصر المختلفة بحثا عن العمل والسكن؛ نظرا لقربها من العاصمة المزدهمة بالسكان. أما الباقون فمن السكان الأصليين لكرداسة، وهم عبارة عن مجموعة من عائلات معروفة بالاسم، أبرزها: بيت عيسى، مكاوي، الشيخ، السيد، محمود، الطيار، أبو حلاوة والعيسوي وعمار والصعيدى والبرعى ورضوان والنجار وأبودنيا وأبو العينين، ومعظم هؤلاء توارثوا العمل في النسيج بكافة أشكاله، بدءا من صناعة السجاد اليدوي والجلباب البلدي، وانتهاء بأزياء خاصة بالسيدات اشتهرت بها ورش التصنيع هناك ومنها العباءة اليدوية التي يحرض السياح العرب والأجانب على اقتنائها عند زيارتهم لهذه القرية، والجيل الحالي ورث العمل عن الآباء (<http://aawsat.com>).

## بداية الصناعات والحرف التقليدية بكرداسة

كان أهالي القرية في الماضي نوعين: الأول يمتن الزراعة، والثاني كان نشاطه هو النسيج. ويرجع التاريخ الصناعي لهذه المدينة الى النصف الأول من القرن الـ٢٠ حيث كان معظم السكان يعملون في تصنيع الملابس اليدوية لجنود الاحتلال البريطاني لمصر (١٨٨٢-١٩٥٢) مقابل دخل محدود منتظم لبعض العائلات طوال هذه الفترة ([www.egyptsons.com](http://www.egyptsons.com)). بدأ العمل اعتمادا على النول اليدوي في ثلاثينات القرن الماضي تصدّر المنسوجات إلى ليبيا والسودان على وجه الخصوص، وبدأت كرداسة طريقها للتميز بصناعة المنسوجات منذ الخمسينيات، بعد قيام ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢م عندما أنشأت الحكومة ثلاثة مصانع ضخمة في القرية عمل بها أهل القرية، لتخرج منها ملابس الأطباء والمرضات وكان أحدها مخصصا





لصناعة الشاش الطبي، والآخر للقطن الطبي أيضا، أما الثالث فكان يتم فيه تصنيع المستلزمات القطنية للفنادق، وكلها كانت تدار بطريقة القطاع العام واستوعبت المصانع الثلاثة نحو ثلثي طاقة العاملين في مجال النسيج بكداسة، مقابل رواتب شهرية منتظمة، وكانت الدولة مسئولة عن توزيع واستيعاب المنتج، وبجانب هذه المصانع كان يوجد مشاغل وورش صغيرة تخصص في تشغيل النساء في تصنيع الشيلان والعباءات المطرزة، وظلت المصانع والمشاغل تعمل بطاقات ضخمة وحدثت انتعاشة في القرية خلال السنوات العشر الأولى من بدء تطبيق التجربة، لكن تدريجيا أغلقت هذه المصانع في بداية السبعينيات بسبب سوء الإدارة وعدم اختيار الكفاءات، وفقدت الدولة اهتمامها بالقرية ( [www.14october.com](http://www.14october.com) ).

بدأت التجارب الفردية تثبت ذاتها وكفاءتها في الصناعة وتوجه العمال السابقون بعد ذلك للتصميم اليدوي في ورش صغيرة حيث لجأ كبار الصناع إلى تحويل منازلهم إلى مشاغل بسيطة، وحتى السيدات العاملات اتجهن إلى العمل اليدوي في المنازل وتوارثت الأجيال هذه المهارات، لتبدأ شهرة كداسة بالعباءات المطرزة يدويا. وكانت عائلة عيسى صاحبة الفضل الأكبر في تعليم النسيج اليدوي لأهل كداسة، بتأسيس مصنعا صغيرا أقرب إلى كونه مدرسة، يتعلم فيها الناس المهنة وينتجون مشغولات تبهر السائحين ( [www.marefa.org](http://www.marefa.org) ).

في منتصف السبعينيات عادت القرية إلى دائرة الضوء، عندما انفتحت أبواب مصر لاستقبال السائحين العرب والأجانب، فعادت من جديد ظاهرة البحث عن التصنيع اليدوي والمشغولات المطرزة التي تجذب انتباه الأجانب، وبدأت الصناعة تتطور وأصبح التصدير إلى دول الخليج وإقامة معارض في دول أوروبية خاصة ألمانيا والنمسا وسويسرا وإقامة معارض في دول أوروبية خاصة ألمانيا والنمسا وسويسرا ( <http://intkhabat.info> ). في الثمانينات وتشجيعاً لترويج هذه المنتجات تم إنشاء شارع سياحي لعرض منتجات الأهالي بعد أن كانوا يتجولون بها في محلات العاصمة، وهو ما أسهم في رواج القرية سياحياً، كما امتلأ الشارع في القرية بـ"البازارات" والمعارض؛ وحرص كل صاحب ورشة أو مصنع أن يمتلك منفذا لتسويق منتجاته، وأصبح الشارع يعج بالأفواج السياحية التي تتوافد عليه ( <http://kerdassah.blogspot.com> ).

## كداسة قرية العباءات

أول ظهور للعباءة بدأ مع مطلع الثمانينات، وتزامن مع ظهورها إقبال كبير من العرب والأجانب على شرائها، والأعمال اليدوية من النول تلقي إقبالا كبيرا من السائحين أكثر من الأعمال الحديثة التي تطرز بالكمبيوتر. شهرة عبايات كداسة واسعة على الصعيد العربي الخليجي وتسمى الجلابيات في الخليج. قضت العباءة على الجلابية التقليدية للفلاحة المصرية، وانتشرت في القرى المجاورة وأصبحت هي الزي الرئيسي للمرأة. ويرتفع مستوى الإقبال على شراء العبايات من قبل العرائس خلال فترة التجهيز للزواج وخلال شهر رمضان. كما يعتبر



الكثير من المصريين التسوق والذهاب إلى كرداسة نوعا من النزهة والترفيه (www.giza.gov.eg).

تتنوع أشكال وأنواع وخامات العبايات بكرداسة بشكل يرضي كل الأنواع والطبقات المختلفة، بين العبايات العادية التي تستخدم للاستعمال المنزلي وحتى العبايات غالية الثمن التي لا يطلها سوى الأثرياء. ويختلف سعر العباية وفقا لمعايير ثلاثة، أولها طريقة الصنع سواء كانت يدوية أو آلية، والثاني طريقة تزيينها، أما الثالث فهو الخامة المصنوعة منها. ويرتفع الثمن كلما كانت العباية مصنوعة يدويا. فالعباية اليدوية أو ما يطلق عليه العباية الإبرة تسوق نفسها بنفسها ولها زبونها الذي يقبل عليها رغم ارتفاع أسعارها عن نظيرتها الصينية. فالصانع يعكف على تنفيذها، مما يجعلها تستغرق وقتا طويلا وتتطلب دقة ومهارة فائقة في صناعتها (Lynch, and Fahmy, 1991).

يلبها العباية الخيامية التي تستغرق صناعتها يومين أو ثلاثة للقطعة، ويتم تنفيذ جزء كبير منها بالطريقة اليدوية، ويوجد أيضا العباية نصف الآلية التي تصنع يدويا ولكن يتم الانتهاء منها بشكل آلي، ثم العباية الآلية التي تتميز بغزارة الإنتاج اليومي منها لأنها لا تأخذ وقتا طويلا، وقد تنتج الورشة الواحدة مائة قطعة منها يوميا. والعباية المنزلية هي أكثر الأنواع المطلوبة، وعليه فإن معظم المحال تنتج لإنتاج كميات كبيرة منها. ولا تزال العباية الكرداسية صاحبة الأجنحة الكبرى في معارض العالم، ويسافر الإنتاج إلى معارض في السعودية والكويت وكل دول الخليج والسودان وإريتريا والسويد والدانمارك وجنوب أفريقيا (www.aawsat.com).

## سوق كرداسة والسجاد اليدوي

بيت عيسى هو موطن صناعة السجاد اليدوي في القرية التي يقصدها المصريون والأجانب على السواء لشراء ما يروق لهم من سجاد يُصنع خصيصا لهم وفقا للأشكال والخامات والألوان التي يفضلونها، ويعود تاريخ بيت عيسى مع صناعة السجاد إلى منتصف الخمسينيات حين شرع في تصنيع السجاد اليدوي داخل بيته الصغير في كرداسة، وتستمد عشرات المحال التصاميم المتميزة لبضاعتها من ورش بيت عيسى (<http://ar.wikipedia.org>). أكثر ما يميز إنتاجه السجاد المخصص للجدران، وهو ما يتهاقت عليه السائحون الأجانب الذين يتوافدون على البيت على الرغم من غزو المنتجات الصينية للسوق المصرية بأسعارها الرخيصة. وأفضل ما يميز السجاد اليدوي عن نظيره الآلي هو المرونة الفائقة في التصاميم التي لا يمكن للآلات تنفيذها وخصوصا تصميم الوجه وكل الخامات المستخدمة في صناعة السجاد من وحى البيئة المصرية،



ويصدر بيت عيسى اليوم السجاد اليدوي لمعظم دول العالم، بتوريد سجاد يدوي لقصور في سويسرا والنمسا، وشخصيات في دول الخليج والسعودية والكويت، وتنظيم معارض لإنتاجه ([www.aawsat.com](http://www.aawsat.com)).

## تسويق وترويج منتجات كرداسة

ساعد استخدام الانترنت في ترويج العباية الكرداسية للمستهلك في جميع أنحاء العالم عن طريق موقع "كرداسة أون لاين" ليتحول شعار المنتج "نحن نصل إليك أينما كنت"؛ ليثبت الجيل الجديد أنهم ليسوا أقل كفاءة أو أقل انتماء للعباية من أجدادهم. كما امتلأت صفحات التواصل الاجتماعي الفيس بوك وتويتر وغيرها بعرض الجلاية الكرداسية بمشغولاتها المختلفة لتظهر مع روح الأصالة مواكبة العصر من خطوط عروض الأزياء الكبرى وتشير بأن العباية تربعت على عرش الموضة قديماً ومازالت لها مكانتها حتى الآن. كان آخر مظاهر الرواج التجاري ظهور المولات بكرداسة كأحد مظاهر النمو الاقتصادي للشارع وتواكبا مع مسيرة مولات وسط البلد لينافس "كرداسة مول" و"زهرة الخليج" أفخم مولات وسط البلد المتخصصة في العبايات (<http://intkhabat.info>).

## كرداسة قرية مصرية تراثية أثبتت وجودها على الخريطة السياحية

لا يزال البعض حين يطلقون عليها جنة السياحة في قلب الريف المصري، وبحسب الإحصاء المنشور في دليل محافظة الجيزة تمكن أهلها من أن يحولوها إلى نموذج فريد للقرى المنتجة في المنطقة العربية، فتفوقوا في الصناعات اليدوية لتلقب بـ"قرية عالمية على أرض مصر" تحولت كرداسة إلى مزار سياحي، عندما كانت قرية الرئيس أنور السادات تصطبج زوجات السياسيين والرؤساء لزيارة القرية، وتقوم باهدائهم جلابيب مصنوعة يدويا مما أدى إلى ظهور القرية على الساحة الإعلامية محليا ودوليا، بجانب الاهتمام النسبي من المسؤولين في الجهاز الحكومي بمنح كرداسة وضعاً مميزاً عن باقي القرى. وكانت محصلة هذا التركيز الإعلامي أن أصبحت منتجات كرداسة اليدوية تتخذ الطابع العالمي، وبدأت بعض الشركات في جذب العائلات الكبيرة مثل عائلة عيسى لتنشئ فروعاً لمعرضاتها في الولايات المتحدة، كما أن لعائلات أخرى أفرعاً للمصانع والمعارض في المملكة العربية السعودية والإمارات العربية ودول خليجية أخرى (<http://www.e-joussour.net>).

## ازدهار العمل السياحي داخل كرداسة

صارت كرداسة مقصدا للعاملين بالسياحة، خاصة من أهل خان الخليلي، سواء من العاملين في المنسوجات أو حتى النحاس والفضة والأرابيسك ونقل بعض أصحاب الورش الارابيسك وغيرها معرضه إلى كرداسة، أما المرأة الكرداسية، فتعمل من المنزل، ولا توجد فتاة في



كرداسة لا تتقن التطريز وتصنيع العبايات، حتى لو لم تعمل بهذا المجال. وفي الآونة الحديثة تعتبر الماكينات الصينية هي المهيمنة علي الصناعة لكونها الأسرع والأقل تكلفة، ويخشى النساجون علي مهنتهم من الإختفاء (<http://cp2.gom.com.eg/almessa>).

## الواقع الحالي لسوق كرداسة

١- كرداسة قبلة السانحين في الأسواق الأوروبية والعربية والخليجية في إنتاج المشغولات والعبايات والسجاد والنقش اليدوي علي النحاس تعاني الآن من حالة ركود أثرت علي هذه الصناعات النادرة والتي تدر عائداً اقتصادياً ضخماً، ووصل الأمر إلي حد إغلاق بعض الورش والاستغناء عن العمالة بل وتغيير النشاط. وإنعكس الانكماش في الحركة مباشرة علي الإنتاج؛ فقد أصبح عدد الورش في كرداسة لا يزيد علي ٢٠ ورشة، و١٥ مشغلاً يعمل في كل حوالي ١٥ عاملاً، بينما في السابق كان عدد العاملين في هذا المجال لا يقل عن ٦٠ ألف شخص ([www.kenanaonline.net](http://www.kenanaonline.net)).

٢- أصبح النشاط موسمياً نظراً لسفر الصناع إلي بعض الدول العربية والتي ما زالت يلتزم سكانها -خصوصاً في الريف- بالزي البدوي سواء للرجل أو للمرأة، كما أن البعض الآخر من العمال غير نشاطه للعمل في المصانع داخل القاهرة لأنه وجد نفسه لا يعمل بانتظام. ويمر أصحاب المحلات بفترة صعبة تحتاج لوضع كرداسة مرة ثانية علي الخريطة السياحية ووضعتها علي قائمة البرامج لحماية صناعة مصرية مميزة من الانهيار (<http://al-shorfa.com/>).

٣- إنكماش في السوق المحلي؛ لأن معظم الإنتاج يستهدف السائح الخارجي؛ حيث إن الصناعات اليدوية لا تلقى قبولا شعبياً في السوق المصري، باستثناء بعض الأسر القادرة وهي نادراً ما تفكر الآن في التسوق من كرداسة لأن إقامة المعارض في المحافظات منعت المشتري من البحث عن أسواق أخرى ([www.egyptsons.com](http://www.egyptsons.com)).

٤- بدأ إقبال السانحين العرب علي المشغولات اليدوية في كرداسة في التراجع، خاصة مع بداية المشاركة الفعالة من جانب الورش ومصانع إنتاج المشغولات في المعارض الخارجية للدول العربية، مثل السعودية والكويت وليبيا والتي تمتد حتى شهرين أو أكثر. أما علي المستوى العالمي، فإقبال السائح الأجنبي يزداد علي المشغولات اليدوية وخصوصاً السجاد الذي لا يزال محتفظاً بمكانته عند السائح الأوروبي، حيث يضع السائح زيارة الشارع السياحي بكرداسة علي قائمة أولوياته في كل زيارة له إلى مصر، حتى ولو لم يضع في حسابه مسألة الشراء فإنه يكتفي بمشاهدة هذه المنتجات ([www.moheet.com](http://www.moheet.com)).

٥- إن الأزمة الاقتصادية وارتفاع الأسعار قد أثر بالسلب علي حركة البيع والشراء في الشارع السياحي، وأستطاع البعض التغلب علي الازمة عن طريق التسويق في الخارج، ولكن حالة من الركود والكساد أصابت الأسواق الشعبية بسبب قلة إقبال المواطنين نظراً للأوضاع غير



المستقرة التي تشهدها مصر بعد ثورة ٢٥ يناير، وانعكس ضعف الموارد بشكل كامل علي حركة البيع والشراء داخل سوق "كرداسة السياحية"، ولا يوجد إلا القليل من السائحين مقارنة بعام ٢٠١٠ حيث كان هناك عدد كبير، وتوقفت المصانع خلال الثورة. وتقدر الخسائر التي تعرض لها البائعون بالملايين بسبب وقف التصدير ([www.rosaonline.net](http://www.rosaonline.net)).  
٦- المشكلة الأساسية لكرداسة هي التسويق، فالقادرين على التسويق في الخارج فقط هم الذين نجحوا في الاستعداد لمرحلة الركود من خلال التعاقد مع بعض الدول العربية والأجنبية على توريد كميات من الإنتاج، أما الذين يعتمدون على السوق الداخلي فواجهوا صعوبات فالأسعار مرتفعة والمكاسب محدودة ([www.sea7h.org](http://www.sea7h.org)). لذلك لابد من إعادة النظر إلي سوق كرداسة والعمل علي إحيائها قبل إنقراض مهن أصبحت نادرة.

## الدراسة الميدانية

اولاً: الاستثمار الاولي: تم اجراء مقابلة شخصية مع المسؤولين عن مدينة كرداسة وآخرين من أصحاب البازارات السياحية داخل السوق السياحي بكرداسة، وعددهم عشرين، للتعرف علي مقومات كرداسة وإيجاد الحلول لأهم مشاكلها.

(١) ماهي اكثر فترات السنة ازدهاراً بالنسبة للاقبال علي سوق كرداسة السياحية؟

النسبة	العدد	الاجوبة
١٠%	٢	١- شهور الصيف حيث يكثر العرب
٣٠%	٦	٢- شهور الشتاء حيث يكثر المصريين والأجانب
٤٠%	٨	٣- طوال العام
٢٠%	٤	٤- من شهر يونيو وحتى أكتوبر فقط

(٢) ماذي يميز منتجات كرداسة عن منتجات أسواق أخرى؟

النسبة	العدد	الاجوبة
٣٠%	٦	١- تتميز جميع المنسوجات بالطابع المصري السيناوي
٢٥%	٥	٢- التراث الفرعوني وغالبية من القطن
٢٠%	٤	٣- الرسومات مستوحاه من الريف المصري
٢٥%	٥	٤- التطريز اليدوي

(٣) ماهي الجنسيات الأكثر اقبالا علي شراء منتجات كرداسة السياحية؟

النسبة	العدد	الاجوبة
٤٠%	٨	١- الكوريثيون
١٥%	٣	٤- اللينانيون
١٠%	٢	٢- الليبيون
١٠%	٢	٣- الأميركيان
٢٠%	٥	٤- الروس



## (٤) ماهي المشاكل التي تواجهه كدراسة السياحية؟

النسبة	العدد	الاجوبية
١٥%	٣	١- قلة العمالة الماهرة لان العمل اليدوي يحتاج لدقة عالية وهو سر تميز القرية.
٢٠%	٤	٢- لم يتم استثمار صناعة السجاد اليدوي والمنسوجات بالقدر المطلوب حتى الآن على الرغم مما حظيت به كدراسة السياحية من شهرة في هذا المجال.
١٠%	٢	٣- مشكلة تواجد مركز الشرطة في مدخل الشارع السياحي وما له من أثر سلبي على الحركة السياحية في كدراسة.
١٠%	٢	٤- ارتفاع أسعار الخامات وتراجع المبيعات بعد ارتفاع الأسعار أصاب القرية بالكساد.
٣٠%	٦	٥- عدم اعتناء الدولة بالصناعات الصغيرة التي يمكن أن تدخل بها إلى السوق العالمية وتحل مشاكل البطالة وتنقل مصر إلى مصاف الدول المصدرة.
١٥%	٣	لا يوجد جهة تتبنى تعليم النسيج ولو على سبيل الهواية حتى لا ينقرض هذا الفن التراثي.

## (٥) ماهي المقترحات لتطوير كدراسة السياحية؟

النسبة	العدد	الاجوبية
١٠%	٢	١- توفير أماكن لزيارة الورش وأماكن صنع الجلابيب والسجاد اليدوي كما في القرية الفرعونية.
١٥%	٣	٢- ضرورة وجود مدرسة خاصة بالقرية لتخريج عمال في مجال المشغولات اليدوية، لان هذه المهنة متوارثة والعمالون فيها في تناقص مستمر.
٣٠%	٦	٣- إنشاء سوق متكاملة المرافق لضم المحال في مكان واحد مع توفير الخدمات الأخرى التي تضمن للسائح التواجد لأكثر فترة ممكنة بالقرية مثل المطاعم والكافيهات وغيرها.
١٠%	٢	٤- الارتقاء بمستوي النظافة داخل المدينة بإعادة تخطيط وتنظيم العمل في هذا المجال
١٠%	٢	٥- تنفيذ بعض أعمال التطوير والتجميل لبعض شوارع المدينة.
٢٠%	٥	٦- الإهتمام بالصناعات التقليدية بكردراسة لأن القرية تسهم في التغلب على أبرز المشكلات الاقتصادية التي تواجهها مع القرى المجاورة وهي البطالة.

## (٦) كيفية الأرتقاء بمدينة كدراسة حتى تصبح مدينة سياحية عالمية؟

النسبة	العدد	الاجوبية
٥%	١	عمل مخطط عام للمدينة بالتنسيق مع هيئة التخطيط العمراني بوزارة الإسكان، لإنشاء قرية تراثية تحتوي على وحدة إنتاج يدوي، وإنشاء بازارات ومطاعم وموتيلات ووحدات تدريبية، وذلك لتوفير وسائل الراحة للسائحين لقضاء فترات أطول في كدراسة.
٥%	١	بالرغم من أن الصين اليوم أكثر تقدما في الصناعات اليدوية وهي التي نجحت في دفع عجلة التنمية في كل مكان إلا إن تجربة كدراسة كانت في الأصل تعتمد على نفس الفكرة، وهنا يقع على عاتق الدولة أن ترعى مثل هذه التجارب، وتتدخل لإزالة أي معوقات، بل وتساعد وقت اللزوم مثلما يحدث في الوقت الراهن من تعرض السياحة للتراجع.



%٥٠	١٠	ضرورة القيام بعمليات التطوير والتجميل على مداخل ومخارج المدينة. والقيام باعمال البنية التحتية مثل تطوير شبكاتي المياه والصرف الصحي ورسف الطرق ومداخل ومخارج المدينة، وتنفيذ المخطط العام والذي يشمل إنشاء المطاعم والموتيلات في نهاية المدينة من الناحية الأخرى لتنمية المنطقة وذلك للربط بين أطراف المدينة حتى لا تقتصر على الشوارع السياحي فقط.
%١٠	٢	على الدولة أن تتدخل لفتح أسواق جديدة وإقامة معارض في الداخل والخارج لتنشيط الصناعات اليدوية، بحيث تضمن استمرار هذه الصناعة والحفاظ على مثل هذه التجارب الذاتية.
%٥	١	عمليات التطوير التي ستتم في المدينة جاء على قائمتها تغيير ملامح المنطقة التي يقع فيها مركز الشرطة بحيث يتم توجيه مدخله إلى الجهة الخلفية لتكون بعيدة عن الشوارع السياحي، وذلك بعد القيام بردم المصرف المواجه لمركز الشرطة وبدء عمليات التجميل المطلوبة.
%١٠	٢	انتشار الصناعات اليدوية لا يعتمد على أية مرافق، فكل فرد يمكن أن يحول بيته إلى ورشة صغيرة، وهو ما يسمى باقتصاد الأسرة.
%١٠	٢	علي وزارة السياحة دراسة مطالب أصحاب الحرف والصناعات التقليدية ووضع كرداسة ضمن الخريطة السياحية وفي النهاية فإن الدخل سيعود علي الاقتصاد الوطني.
%٥	١	ضرورة النظر إلي سوق كرداسة بتطويرها وعمل مهرجان سنوي لصناعة النسيج بها والعمل علي إحيائه قبل انقراض مهن أصبحت نادرة وإدراجها كمزار سياحي.

(٧) ماهي المقترحات لتطوير الاسواق الشعبية في مصر؟

النسبة	العدد	الاجوبية
%١٠	٢	تسليم السوق إلى مستثمر سيوفر وظائف للشباب وبيئة ملائمة للمتسوقين وجذب للتجار من كل مكان.
%٤٠	٨	إعداد خريطة للأسواق العشوائية على مستوى الجمهورية تكون خطوة أولى لوضع احتياجات هذه الاسواق في مصر ثم البدء في وضع أفكار وخطط لتطويرها.
%٥٠	١٠	تزويد الأسواق الشعبية بالخدمات الأساسية والسياحية حتى تصبح مزار دائم للسياحة.

(٨) ماهو مصدر المنافسة الرئيسي لكرداسة السياحية داخل وخارج مصر؟

النسبة	العدد	الاجوبية
%١٠٠	٢٠	هناك هيمنة كاملة على السوق الداخلي المصري وشهرة كرداسة السياحية تصل لأقصى المحافظات.
%٩٠	١٨	فيما يخص المنافسة الخارجية، تعد سورية المنافس الأكبر.
%١٠	٢	المغرب والهند منافس في العباءات

(٩) ماذا عن انحسار الإقبال على كرداسة السياحية مؤخرًا؟

النسبة	العدد	الاجوبية
%١٠	٢	السبب يرجع إلي أن السياحة العربية إلى كرداسة تراجعت بسبب التصدير إلى السوق العربية .



٦	٣٠%	المشاركة في الكثير من المعارض بالدول العربية الخليجية. ومع وصول عيادات كدراسة إليهم في بلادهم، لم يعودوا بحاجة إلى المجيء التي كدراسة.
٢	١٠%	انحسار الإقبال السياحي بسبب تضخيم وسائل الإعلام في تناول الأزمات التي تواجه مصر مما دفع السياحة العربية بعيداً عن مصر لصالح لبنان ودبي.
١	٥%	تقصير وزارة السياحة في تسليط الضوء على كدراسة على وجه ملائم ووضع برامج سياحية منظمة لزيارتها.
٨	٢٠%	حدوث انحسار واضح بالمدينة من قبل السائحين الأجانب، يرجع إلى سوء حالة الطرق المؤدية إلى كدراسة من ازدحام، وضيق وقت البرنامج السياحي، فالفترة اللازمة للوصول إليها من الأهرامات ارتفعت من قرابة نصف ساعة إلى قرابة ساعتين.
١	٥%	هناك عدم اهتمام بالمظهر الجمالي للشارع، بالرغم من زيارة عدد كبير من السائحين له.

ثانياً: الاستثمار الثانية: تم إجراء مقابلة شخصية وتوزيع استمارة استبيان مع عينة من السائحين الأجانب والعرب وعددهم ثلاثون سائحاً من داخل سوق كدراسة السياحية للتعرف على أهمية سوق كدراسة كمنار سياحي وكيفية تطويره والنهوض به سياحياً.

(١) ماهي جنسيتك؟

الاجوبية	العدد	النسبة
١-كويتي	١٠	٣٣%
٢-روسي	٨	٢٧%
٣-أمريكي	٦	٢٠%
٤-إماراتي	٦	٢٠%

(٢) ماهي وسيلة الدعاية التي تعرفت بها علي كدراسة السياحية؟

الاجوبية	العدد	النسبة
١-شركة السياحة التي نظمت الرحلة السياحية إلى مصر.	٢٠	٦٧%
٢- عن طريق المرشد السياحي.	٤	١٣%
٣- عن طريق الأصدقاء والأقارب.	٦	٢٠%

(٣) ماهي الصناعات اليدوية التي جذبتك في هذا المكان؟

الاجوبية	العدد	النسبة
١-العباةات والجلابيب البدوية القطنية المشغولة يدوياً والمصنوعة محلياً	١٤	٤٧%
٢-التيشيرتات القطنية المطرزة.	٨	٢٧%
٣- الكليم المصري ذو المناظر الطبيعية من البيئة المصري وخاصاً من ویر الجمل.	٤	١٣%
٤-المصنوعات الفضية.	٤	١٣%

(٤) هل زرت أسواق شعبية أخرى في مصر عدا كدراسة السياحية؟

الاجوبية	العدد	النسبة
١-نعم	٢٥	٨٣%
٢-لا	٥	١٧%





(٥) في حالة الاجابة بنعم ماهي هذه الأسواق التي زرتها؟

النسبة	العدد	الاجوبة
٣٣%	١٠	١- سوق خان الخليلي
١٠%	٢	٢- الثورية
١٠%	٣	شارع المعز
٣٣%	١٠	سوق الأقصر واسوان

(٦) ماهي السبل التي واجهتك عند زيارتك لسوق كدراسة السياحية؟

النسبة	العدد	الاجوبة
٢٠%	٦	١- الطريق المؤدي الي كدراسة مزدحم وهناك صعوبة في الوصول
٦٧%	٢٠	٢- صعوبة وجود مطاعم أو أماكن للانتظار طوال فترة الوجود داخل السوق
١٣%	٤	٣- عدم وجود دورات مياه

(٧) ماهي مقترحاتك لتطوير سوق كدراسة السياحية والنهوض به سياحياً؟

النسبة	العدد	الاجوبة
٢٠%	٦	١- إقامة طرق جيدة سهلة الوصول إلى الأسواق وبها العلامات الإرشادية.
٣٣%	١٠	٢- القيام بالدراسة الملائمة للسوق من خلال تصميم مواقع علي الانترنت خاصة بها وعمل روابط لها مع مواقع وزارة السياحة وشركات السياحة للنهوض به سياحياً .
٢٧%	٨	٣- إقامة مطاعم وفنادق للمبيت كما في سوق خان الخليلي وشارع المعز.
١٣%	٤	٤- توسيع السوق لزيارة الورش بجانب المحلات والبازارات.
٦٧%	٢	٥- إقامة أماكن ترويحية داخل السوق لفضاء أطول فترة زمنية ممكنة.

## تحليل الاستثمار الأولي

- ١- أكثر فترات السنة ازدهاراً بالنسبة للاقبال علي سوق كدراسة السياحي هي طوال العام وذلك بنسبة ٤٠%.
- ٢- تتميز جميع المنسوجات في كدراسة بالطابع المصري السيناوي عن منتجات أسواق أخرى وذلك بنسبة ٣٠%.
- ٣- الكويتيون أكثر الجنسيات إقبالا علي شراء منتجات كدراسة السياحية وذلك بنسبة ٤٠%.
- ٤- عدم إعطاء الدولة بالصناعات الصغيرة التي يمكن أن تدخل بها إلى السوق العالمية وتحل مشاكل البطالة وتنقل مصر إلى مصاف الدول المصدرة من المشاكل التي تواجه كدراسة السياحية وذلك بنسبة ٣٠%.
- ٥- من مقترحات تطوير كدراسة السياحية: إنشاء سوق متكاملة المرافق لضم المحال في مكان واحد مع توفير الخدمات الأخرى التي تضمن للسائح التواجد لأكثر فترة ممكنة بالقرية مثل المطاعم والكافيهات وغيرها وذلك بنسبة ٣٠%.
- ٦- عن كيفية الإرتقاء بمدينة كدراسة حتي تصبح مدينة سياحية عالمية: ضرورة القيام بعمليات التطوير والتجميل على مداخل ومخارج المدينة، والقيام بأعمال البنية التحتية مثل تطوير شبكتي



المياه والصرف الصحي ورصف الطرق ومداخل ومخارج المدينة، وتنفيذ المخطط العام والذي يشمل إنشاء المطاعم والموتيلات في نهاية المدينة من الناحية الأخرى لتنمية المنطقة وذلك للربط بين أطراف المدينة حتى لا تقتصر على الشارع السياحي فقط وذلك بنسبة ٥٠%.

٧- تزويد الأسواق الشعبية بالخدمات الأساسية والسياحية حتى تصبح مزاراً دائماً للسياحة من مقترحات تطوير الأسواق الشعبية في مصر بنسبة ٥٠%.

٨- شهرة كرداسة السياحية تصل لأقصى محافظات مصر وهناك هيمنة كاملة على السوق الداخلي المصري بنسبة ١٠٠%، وفيما يخص المنافسة الخارجية، تعد سورية المنافس الأكبر بنسبة ٩٠%.

٩- حدوث انحصار واضح بالمدينة من قبل السائحين الأجانب، يرجع إلى سوء حالة الطرق المؤدية إلى كرداسة والازدحام المروري وضيق وقت البرنامج السياحي وذلك بنسبة ٢٠%.

### تحليل الاستثمار الثانية

١- الجنسية الكويتية هي الأكثر تردداً على سوق كرداسة السياحية وذلك بنسبة ٣٣%.

٢- شركات السياحة هي أكثر وسيلة دعابة لتعرف السائحين الأجانب بها على كرداسة السياحية وذلك بنسبة ٦٧%.

٣- العباءات والجلاليب البدوية القطنية المشغولة يدوياً والمصنوعة محلياً هي أكثر الصناعات اليدوية التي تجذب السائحين العرب والأجانب إلى هذا المكان وذلك بنسبة ٤٧%.

٤- نسبة ٨٣% ممن زاروا كرداسة السياحية قاموا بزيارة أسواق شعبية أخرى في مصر.

٥- من الأسواق الشعبية التي تم زيارتها في مصر بخلاف سوق كرداسة السياحية هي: سوق خان الخليبي وسوق الأقصر واسوان وذلك بنسبة ٣٣%.

٦- السلبيات التي واجهت السائحين عند زيارتهم لسوق كرداسة السياحية هي: صعوبة وجود مطاعم أو أماكن للانتظار طوال فترة وجودهم داخل السوق وذلك بنسبة ٦٧%.

٧- القيام بالدعاية الملائمة للسوق من خلال تصميم مواقع على الانترنت خاصة بها وعمل روابط لها مع مواقع وزارة السياحة وشركات السياحة لتطوير سوق كرداسة السياحية والنهوض به سياحياً وذلك بنسبة ٣٣%.



## نتائج البحث

### أولاً: نتائج البحث نظرياً

١- تطوير الأسواق الشعبية لتصبح وجهات سياحية يجب عند تطوير الأسواق أن تشمل الدراسة علي إعداد رفع مساحي لموقع الأسواق وفقاً للمواصفات الفنية يوضح: الوضع الراهن لحدود كل سوق والمنطقة المحيطة به، ونوعية وحالات وارتفاعات المباني، والممرات، والطرق والمواقف والساحات. وربط مخطط موقع السوق بمخططات المدينة، مع مخطط يوضح محاور الوصول إلى السوق، وارتباط موقعه بشبكة الطرق الرئيسية والفرعية، وتوزيع استعمالات الأراضي للسوق وتحديد المباني به والمنطقة المرتبطة والمحيطة به (Gadalla, 2003). أيضاً دراسة المباني والاستخدامات المحيطة بالسوق وتأثيرها فيه، ونوع المنشآت القائمة في السوق وحالات المباني ومواد البناء، ودراسة البنية التحتية (ماء/ كهرباء/ تصريف مياه الأمطار/ صرف صحي). ودراسة أنواع الأنشطة والمعروضات وأسلوب توزيعها في السوق، وتحليل الحركة داخل السوق، وتفعيل الصناعات التقليدية ضمن أنشطة السوق والقضاء علي عشوائية السوق (Francy, 2008).

### ٢- الإمكانيات والمحددات لتطوير سوق كدراسة

الإيجابيات: تنوع المنتجات المعروضة، توافر فرص عمل جيدة للعديد من شرائح المجتمع علي إختلاف أعمارهم، العدد الكبير لمرتادي السوق، وجود منتجات حرفية متعددة تحقق التكاملية مع السوق، إحتفاظ السوق بطبيعته التراثية، قربه من عدد من المواقع السياحية التي تضيف شيئاً من التكامل للسائح من خارج أو داخل المحافظة؛ الأمر الذي يشجع علي الاستثمار. السلبيات: عدم توافر شبكة لتصريف مياه الأمطار والصرف الصحي، إنعدام هوية السوق، عدم الاعتناء باللوحات الإرشادية، مساحة الموقع صغيرة ومقتصرة علي الشارع السياحي، عدم وجود مواقف مناسبة لركن السيارات، عدم توافر الخدمات الرئيسية (دورات مياه خاصة)، قلة مستوى نظافة السوق، تصميم السوق لايشجع الزائر علي التعرف علي ما في داخله، عدم وضوح حركة الآليات ومسارات المشاة، عدم الاهتمام بالشكل المناسب لعرض المنتجات، ضعف الناحية الأمنية في السوق، صغوبة تعرف الزائر علي محتويات السوق كونه منعزلاً عن المحاور الرئيسية للحركة، عدم اهتمام وزارة السياحة له من ناحية الدعاية (اليوسف، ٢٠٠٤).

### ٣- التطوير والتأهيل المقترح لسوق كدراسة السياحية

يشمل هذا المقترح دراسة الجدوى الاقتصادية لتطوير السوق وتأثيرها في النمو الاقتصادي للمدينة بصفة عامة، والنطاق الخدمي للسوق، وحجم ونوع المتسوقين ومناطق قدومهم الحالية والمتوقعة، ونوع المعروضات، وكذلك حجم التكلفة التي يصرفها البائع مقارنة بالعائد الربحي، ودراسة الحوافز الاقتصادية التي يمكن أن تزيد من حجم الباعة والمتسوقين، ومساحة السوق الحالية والمستقبلية، والتركيز على دراسة عناصر العمارة المحلية وانعكاسها على تصميم



السوق، وتتضمن أفكار التصميم للمباني المحلية وأسلوب ومواد البناء المستخدمة، وواجهات المباني والتفاصيل المعمارية وكذلك الألوان، ومراعاة دراسة القضايا الرئيسية في السوق (الإمكانات والمحددات)، ووضع السياسات والاعتبارات اللازمة لإعادة تطوير وتأهيل السوق من الناحية الاقتصادية والعمرانية والثقافية. وتشمل المخططات المقترحة لتطوير للسوق:

(١) مخطط توزيع الاستعمالات والأنشطة داخل الأسواق: ويشمل الطرق والممرات ومداخل السوق ومواقف السيارات داخل السوق والمنطقة المحيطة به، المباني ووظيفتها داخل السوق، ساحات السوق، أسلوب العرض بالسوق (٢) وضع مخطط تنفيذي لتنسيق الموقع يشمل الرسومات التفصيلية لرصف أرضيات السوق ونوعيتها، وأماكن ونوعية النباتات والتشجير وأسلوب الري، وإنارة السوق. (٣) المعالجة المعمارية لواجهات المباني المحيطة بالسوق (الأبواب، النوافذ، الإضاءة، الواجهات) بما يتلاءم مع خصائص السوق والطابع المعماري. (٤) المخطط التنفيذي للبنية التحتية (الكهرباء، المياه، الصرف... إلخ) (الغبان، وآخرون، ٢٠١٠).

٤- الاستفادة من التجربة السعودية في تطويرها للأسواق الشعبية وتطبيقها على أسواق مصر  
تم إعداد خطة لتطوير الأسواق الشعبية بمدن وقرى المملكة السعودية من الهيئة العليا للسياحة بالمملكة وضرورة الحفاظ على الأسواق الشعبية القائمة بما تحويه من تراث عمراني وثقافي واجتماعي، وإعادة تأهيلها وتطويرها كوجهة اقتصادية وسياحية. ويهدف المشروع إلى تطوير وتحسين بيئة السوق وحل مشكلات التخطيط للأسواق القائمة وإعداد مخططات تطويرية للأسواق والمناطق المحيطة بها وتحفيز الاستثمار في الأسواق الشعبية، المحافظة على استدامة هذه الأسواق، وإعادة تأهيلها وتطويرها كوجهة اقتصادية، وثقافية وسياحية، وتوفير فرص العمل لأهل المنطقة، وإقامة الفعاليات والمهرجانات المرتبطة بهذه الأسواق. وتلك التجربة يمكن الاستفادة بتطبيقها على الأسواق الشعبية المصرية ([www.alriyadh.com](http://www.alriyadh.com)).

٥- الاستفادة من تجربة دبي في مشاركة الأسواق الشعبية مهرجان دبي للتسوق  
يعتبر إشتراك سوق التوابل أشهر الأسواق الشعبية في دبي في مهرجان دبي للتسوق عاملاً فعالاً أدى إلي جذب زيادة كبيرة في عدد الزوار الذين يرتادون مهرجان التسوق، خاصة الأوروبيين الذين تجذبهم أجواء الأسواق الشعبية ومعرضاته وبصفة خاصة الأعشاب الطبيعية، وهي تجربة يمكن الاستفادة منها بتطبيقها على الأسواق الشعبية المصرية في مهرجانات التسوق (<http://ae.fashionmag.com>).



## ثانياً: نتائج البحث ميدانياً

### الاستمارة الأولى

- ١- يعتبر سوق كراسة السياحة مزدهراً طوال العام نظراً لمنتجاته المتميزة.
- ٢- تتميز جميع المنسوجات في كراسة بالطابع المصري السيناوي.
- ٣- الكريتيون من أكثر الجنسيات إقبالا على شراء منتجات كراسة السياحة.
- ٤- عدم إعتناء الدولة بالصناعات الصغيرة من المشاكل التي تواجه كراسة السياحة.
- ٥- ضرورة إنشاء سوق متكاملة المرافق لضم المحال في مكان واحد مع توفير الخدمات الأخرى التي تضمن للسائح التواجد لأكثر فترة ممكنة بالقرب من المطاعم والكافيهات وغيرها لتطوير كراسة السياحة.
- ٦- يجب القيام بعمليات التطوير والتجميل على مداخل ومخارج المدينة ، والقيام بأعمال البنية التحتية مثل تطوير شبكاتي المياه والصرف الصحي ورصف الطرق ومداخل ومخارج المدينة، وتنفيذ المخطط العام والذي يشمل إنشاء المطاعم والموتيلات في نهاية المدينة من الناحية الأخرى لتنمية المنطقة وذلك للربط بين أطراف المدينة حتى لا تقتصر على الشارع السياحي فقط للأرتقاء بمدينة كراسة حتى تصبح مدينة سياحية عالمية.
- ٧- يجب تزويد الأسواق الشعبية بالخدمات الأساسية حتى تصبح مزاراً دائماً للسياحة.
- ٨- هناك هيمنة كاملة على السوق الداخلي المصري لمنتجات كراسة السياحة وشهرة كراسة السياحة تصل إلى أقصى المحافظات، أما ما يخص المنافسة الخارجية فتعد سورية المنافس الأكبر لسوق كراسة السياحة.
- ٩- يرجع سبب إنحسار الإقبال على كراسة السياحة مؤخراً إلى سوء حالة الطرق المؤدية إلى كراسة نتيجة الازدحام المروري وضيق وقت البرنامج السياحي.

### الاستمارة الثانية

- ١- الجنسية الكويتية من أكثر الجنسيات تردداً على سوق كراسة السياحة .
- ٢- شركات السياحة هي أكثر وسيلة دعائية لتعرف السائحين العرب والأجانب بها على كراسة السياحة وذلك بنسبة ٦٧%.
- ٣- العباءات والجلابيب البدوية القطنية المشغولة يدوياً والمصنوعة محلياً هي أكثر الصناعات اليدوية التي تجذب السائحين العرب والأجانب إلى كراسة السياحة.
- ٤- معظم زوار كراسة السياحة يقوموا بزيارة أسواق شعبية أخرى في مصر.
- ٥- سوق خان الخليلي وسوق الأقصر واسوان من الأسواق الشعبية التي يتم زيارتها في مصر بخلاف سوق كراسة السياحة.
- ٦- صعوبة وجود مطاعم أو أماكن للانتظار داخل السوق من السلبيات التي تواجه السائحين العرب والأجانب عند زيارتهم لسوق كراسة السياحة .



٧- ضرورة القيام بالدعاية الملائمة للسوق من خلال تصميم مواقع علي الانترنت خاصة بها وعمل روابط لها مع مواقع وزارة السياحة وشركات السياحة لتطوير سوق كدراسة السياحية والنهوض به سياحياً .

**تأكيد صحة فروض البحث:** تم تأكيد صحة الفرض الأول وهو أن معظم الأسواق الشعبية تواجه الكثير من الصعوبات والمعوقات للحفاظ على طابعها الثقافي والتراثي ومن ثم السياحي، وتم تأكيد صحة الفرض الثاني وهو إن حماية الإنتاج الحرفي والقيم المصاحبة له تساهم في ترسيخ التراث الشعبي إلى نفوس المواطنين والزائرين، كما تساهم في ربط الإنتاج الحرفي بالتنمية الشاملة والمستدامة لجعلها رافداً هاماً من روافد الإنتاج ونظام القيم في بناء الدولة السياحية العصرية.

### التوصيات

توصيات موجهة إلي وزارة السياحة، وهيئة تنشيط السياحة، شركات السياحة، ووسائل الاعلام، والجمعيات الأهلية، واتحاد الغرف التجارية، والمحليات، وأقسام التسويق بكليات التجارة.

**أولاً: وضع إستراتيجية للنهوض بالصناعات اليدوية في مصر:**

- ١- التعامل مع الصناعات الحرفية كنراث يجب المحافظة عليها، وكصناعة توفر وظائف من خلال التشغيل والتسويق وأن يتطور مع رغبات المستهلكين وذوي الاهتمام بالأقتناء.
- ٢- الترويج بأساليب عصرية للمنتجات التذكارية لمقابلة السوق المحلية والعالمية والسياحية وباختلاف السائحين للاستفادة من ميلهم لاقتناء المنتجات التذكارية.
- ٣- دعوة الجهات الحكومية وغير الحكومية للمشاركة في إعداد إستراتيجية للنهوض بالحرف، واختيار الصناعات الحرفية المميزة وإتاحة الفرصة لها في المشاركة في الإحتفالات العالمية لإحياء الحرف القديمة.
- ٤- ضرورة وجود وإنشاء وتشجيع مراكز متخصصة للتدريب على الصناعات الحرفية التقليدية بمساهمة القطاع الخاص في مجال تدريب الحرفيين ورفع كفاءتهم لتطوير المنتجات الحرفية وتوعيتهم بأهمية تلك الحرف كمنتج سياحي قادراً على المنافسة محلياً وعالمياً.
- ٥- إيجاد قنوات للاتصال المتبادل بين السياحة والثقافة للتعريف بأنواع المنتجات الحرفية في المهرجانات السياحية.
- ٦- حماية الإنتاج الحرفي والعاملين فيه من سلبيات عصر العولمة التي تحرض علي نشر التكنولوجيا المتطورة وذلك بربط الحرف التقليدية مع التنمية الشاملة باعتبارها المحرك الأساسي لأي عملية تنمية قائمة .



- ٧- تكوين بنك معلومات عن الصناعات التقليدية والتواصل مع الهيئات الدولية المعنية وتوفير الخدمة الاستشارية المجانية للصناع الحرفيين وإمدادهم أولاً بأول بالمعلومات عن الأسواق العالمية المتاحة وسعة السوق بالنسبة للمنتجات التي يقومون بصناعتها .
- ٨- القيام بالدراسات بهدف التنبؤ مسبقاً بمجالات الصناعات التقليدية غير محتملة النجاح والقيام بتوجيه الصناع الحرفيين إلى مجالات جديدة ينتظر ازدهارها .
- ٩- العمل على دعم الخامات المستوردة والتي تدخل في بعض الصناعات التقليدية المحلية (كالفضة والنحاس والأخشاب والعاج والصدف... إلخ)، وتسهيل إجراءات التصدير للخارج .
- ١٠- إقامة معارض دائمة لمنتجات بعض الصناعات التقليدية بكل إقليم/محافظة تقوم بعرض منتجات هذه الصناعات، وبيعها للزائرين علي أن تدخل هذه المعارض ضمن المزارات السياحية؛ مما يمثل توسيعاً للطلب على هذه المنتجات ودعمًا للسياحة في ذات الوقت .
- ١١- القيام بالدعاية لمنتجات الصناعات التقليدية بإصدار كتيبات سياحية عن المنتجات التي يتميز بها كل إقليم/محافظة، وتوزيعها على الجهات ذات العلاقة بتنشيط السياحة .
- ١٢- ضرورة وجود جهة أو جهاز مسئول عن الصناعات التقليدية تخضع للإشراف الحكومي، ويكون لها فروع في المحافظات المختلفة تتمثل وظيفتها في دعم وتوجيه قطاع الصناعات التقليدية في الظروف الراهنة لكل مجتمع وتقديم الدعم لمجموعة من المشروعات المتكاملة في موقع واحد. وتكون مهمه هذا الجهاز التنسيق بين القطاعات والأجهزة المختلفة، خاصة أن هذا النشاط مرتبط بالثقافة والسياحة ووزارة الصناعة والقوى العاملة .
- ١٣- إنقاذ وحماية الصناعات التقليدية من الأندثار عن طريق جمعيات معنية بحماية الفنون التراثية في تدريب الشباب والفتيات على الحرف، وتمكنهم من صنع منتجات يدوية وتسويقها .
- ١٤- الاستفادة من تجارب الشعوب الأخرى في مجال حماية الحرف التقليدية لتوثيق العلاقات الثقافية والمعرفية بين الشعوب من طريق تبادل الخبرات والزيارات والمعارض والأسابيع الثقافية والانتاج المشترك وتطويره بما يتفق مع تميزه وأصالته وإبرام الاتفاقات الخاصة بذلك .

## ثانياً: وضع استراتيجية للنهوض للأسواق الشعبية بالمدن والقرى في مصر وتطويرها:

- ١- تحفيز الاستثمار في الأسواق الشعبية باعتبارها ركيزة هامة في تنمية السياحة وجذب عدد كبير من الزوار والسائحين لاقتناء الحرف اليدوية والتعرف على تراث المنطقة، بتطويرها وحل المشكلات القائمة بها وإعداد مخططات تطويرية لها وللناطق المحيطة بها .
- ٢- إدراج الأسواق الشعبية في مصر ضمن اهتمامات الهيئة العامة لتنشيط السياحة كونها تعد من الأسواق الهامة التي تجذب الكثير من داخل وخارج مصر، وتتميز بتعدد الأنشطة فيها، ويمزولة الحرف اليدوية والصناعات التقليدية وعرض المنتجات التراثية وبيعها .
- ٣- إعداد خريطة توضيحية وتفصيلية للأسواق الشعبية على مستوى الجمهورية، وتكون هذه الخريطة هي خطوة أولى لوضع هذه الأسواق علي الخريطة السياحية .



- ٤- وضع كافة البيانات والمعلومات عن الأسواق الشعبية المصرية في مواقع انترنت خاصة بها وربط هذه المواقع بمواقع شركات السياحة ووزارت السياحة بدول العالم.
- ٥- إبراز الجانب السياحي والترفيهي والأنشطة الاجتماعية والثقافية المميزة للأسواق الشعبية، بدعم وتوجيه الإهتمام إلى محور يحقق جذب للسائح الأجنبي أو المصري.
- ٦- إعداد برنامج لتطوير الأسواق الشعبية في المنطقة بهدف جعلها منظمة للزوار، وأن توجد فيها مراكز تحتوي على بعض المعروضات لثراث المنطقة وساحات للعروض الشعبية، ليس فقط للشراء، بل لقضاء وقت كامل بها والاستمتاع بمشاهدة تراث المنطقة، وإنشاء ساحة عامة تتضمن استراحات عائلية ومطاعم ومرافق خدمية ومواقف للسيارات ووضع المظلات المفتوحة كلما أمكن لحماية المنتجات والمشتريين وتقديم الخدمات المكملة للأسواق، وإضافة أنشطة حرفية تتعش الأسواق طوال أيام الأسبوع، ودراسة مسار الزائر وعمل واجهات للمحلات والورش المستدامة ومحاولة إضافة هوية محلية لكل سوق.
- ٧-دراسة وتحليل الوضع الراهن للأسواق الشعبية، وعمل دراسة الجدوى الاقتصادية لكل سوق، ودراسة عناصر العمارة المحلية وإنعكاسها على تصميم السوق، وبدائل التطوير والتأهيل المقترحة للسوق، وتقديم جدول زمني يوضح مراحل تنفيذ مشروع التطوير والتكلفة المادية لكل مرحلة.
- ٨-الدعاية السياحية للأسواق الشعبية من خلال النشرات وتوزيعها علي السائحين في الفنادق والسفارات والمكاتب الخارجية وشركات السياحة، وإنتاج أفلام تسجيلية عنها من خلال الفضائيات، والحرص علي أن تكون ضمن برامج السائح وسكان المنطقة المقيمين خارجها.
- ٩-تحسين البنية الأساسية للأسواق الشعبية والتي بدورها تساعد علي توفير فرص عمل جديدة بالإضافة إلى تزويد المناطق الريفية المحرومة بالخدمات الأساسية.
- ١٠-احل مشكلة عشوائية الأسواق الشعبية بالتوجه الرسمي المتكامل من كل المؤسسات والهيئات الحكومية لتخطيطها وتنظيمها، بحيث تكون لدى الدولة نظرة متكاملة تتعاون فيها كل قيادة في مكانها، بدءًا من الوزير حتي رئيس الحي.
- ١١-المحافظة على استدامة الأسواق الشعبية كوجهة ثقافية وإيجاد مساحه مقبوله وواسعه داخل كل سوق يمكن ان يتسع لكافة فعالياتها المختلفه والمهرجانات المرتبطة بها.
- ١٢-تفعيل الأسواق في كل محافظة من أجل التزاور ودعم السياحة، فالكثيرون يبحثون عن التراث الشعبي من أجل الإقتناء ومعرفة ثقافة وتراث المنطقة.
- ثالثًا: وضع إستراتيجية للنهوض بسوق كدراسة السياحية:**
- أ- تطوير كدراسة السياحية حتي تصبح سوقًا شعبيًا تراثيًا دائما بكل ما فيها من مظاهر سياحية وحرف تقليدية، بتوفير الخدمات التي تضمن للسائح التواجد لأكبر فترة ممكنة بالقرية مثل المطاعم والكافيهات وغيرها.





- ٢- القيام بعمليات التطوير والتجميل على مداخل ومخارج المدينة، والقيام بأعمال البنية التحتية مثل تطوير شبكاتي المياه والصرف الصحي ورصف الطرق ومداخل ومخارج المدينة، وتنفيذ المخطط العام والذي يشمل إنشاء أماكن للانتظار حتى يتمكن الزائرين لسوق كرداسة السياحية من قضاء أطول فترة ممكنة داخل السوق، وأيضاً المطاعم والموتيلات في نهاية المدينة من الناحية الأخرى لتنمية المنطقة وذلك للربط بين أطراف المدينة حتى لا تقتصر على الشارع السياحي فقط للارتقاء بمدينة كرداسة حتى تصبح مدينة سياحية عالمية.
- ٣- حل المشاكل التخطيطية للسوق في ضوء الوضع الراهن للمدينة بتنفيذ تصميمات هندسية مميزة لسوق كرداسة، وتحديد أنظمة البناء وإستعمالات الأراضي داخل السوق والمناطق المحيطة وإبراز الهوية العمرانية المميزة لسوق كرداسة.
- ٤- تشجيع إقامة الفعاليات التسويقية الشعبية الأسبوعية والموسمية من مهرجانات شعبية دولية ومعارض داخل السوق لجذب الوفود إليها من جميع أنحاء العالم ومشاركتهم بداخلها، وذلك للقضاء على إنحسار المجرى الي كرداسة في الفترات الأخيرة .
- ٥- تشجيع الأيدي العاملة بكرداسة وتوفير فرص عمل لهم بحيث نصل إلى صنع ماركة مسجلة يتم من خلالها الترويج لصناعاتها "صنع في كرداسة- مصر" - made in kerdasa- EGYPT" حتى لاتصبح سورية المنافس الأكبر لسوق كرداسة السياحية.
- ٦- القيام بالدعاية الملائمة لسوق كرداسة السياحية من خلال تصميم مواقع علي الإنترنت خاصة بها وعمل روابط لها مع مواقع وزارة السياحة وشركات السياحة للنهوض به سياحياً .
- ٧- تحفيز الأستثمار في سوق كرداسة وذلك من خلال توفير فرص عمل وفرص استثمارية سواء في دعم الحرف التقليدية أو في عرض وبيع المنتجات المحلية.
- ٨- دعم الجانب السياحي والترفيهي والانشطة الاجتماعية والثقافية في سوق كرداسة، مع الإستغلال الأمثل للإمكانيات العمرانية والاقتصادية والاجتماعية بالسوق والمنطقة المحيطة ونقوم الأنشطة التجارية القائمة ودعمها وتطويرها بحيث تواكب متطلبات العصر من جهة وتؤكد الهوية المحلية من جهة أخرى وتساهم في إيجاد فرص عمل للشباب.

## الخاتمة

ثبت تاريخياً خلال العديد من العقود السابقة إن هناك صناعة حرفية تتميز بها قرية كرداسة والتي تعتبر موقعاً إشعاعياً للتنمية المستدامة، لاقت شهرة عالمية واضحة في صناعة الجلابب السياحي. وحتى هذه الأونة تعتبر هذه الحرفة خادمة للسياحة الدولية أكثر مما تخدم السياحة الداخلية، وتكسب في أصلها المجيد الملامح الثقافية والحضارية المصرية في شتى الأجواء، وبالتالي فإن سوق كرداسة به خصائص مركزية لجذب السائح الخارجي والداخلي على حد سواء.



## المراجع العربية

- ١-الغبان، علي بن ابراهيم وآخرون (٢٠١٠)، برنامج تطوير وإعادة تأهيل الأسواق الشعبية في المملكة العربية السعودية، المؤتمر الدولي الأول للتراث العمراني في الدول الاسلامية، الهيئة العامة للسياحة والآثار، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، ص ص: ٢-٨.
- ٢-اليوسف، سفيان (٢٠٠٤)، الأسواق التراثية وطرق الحفاظ عليها، اليمن، ص: ٤١.
- ٣-دعيس، يسري (٢٠٠٤)، الصناعات التقليدية والجذب السياحي في حوض البحر المتوسط، البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، الاسكندرية، ص ص: ٢٢٩-٢٣٠.
- ٤-كتاب الدليل السياحي (٢٠٠٩)، محافظة الجيزة، ص ص: ١١-١٢.
- ٥-مصطفى، محسن محمد ابراهيم (٢٠٠٤)، تأهيل المناطق السياحية التاريخية بالمدن ودورها في التنمية السياحية، القاهرة، ص: ٥٦.
- ٦-مصياحي، فتحي محمد (١٩٩٨)، تطور العاصمة المصرية والقاهرة الكبرى، مجلد ٢، جامعة ميتشيجان، ص: ٨٧.

## المراجع الاجنبية

- 1-Abaza, M., (2006), changing consumer cultures of modern Egypt: Cairo's urban reshaping, Social, economic, and political studies of the Middle East and Asia, U.S.A, p: 257.
- 2-Aquet, L., B., (2003), the urge to splurge: a social history of shopping, Ecw Press, Canada, pp: 261-262.
- 3-Carrington, M., (2008), Frommer's Egypt, Wiley Publishing Inc, United States of America, p: 93.
- 4-Clarke, S., (2009), Ancient Egyptian Masonry: The Building Craft, Wildside Press LLC, U.K, p: 64.
- 5-Dunford, J., (2001), Egypt, Eyewitness travel guides, A Dorling Kindersley book, U.S.A, p:167.
- 6-Francy, C., E., (2008), Cairo: The Practical Guide, the American University in Cairo Press, Egypt, p: 47.
- 7-Firestone, M., Michael, B., and Hall, T., (2010), EGYPT, Lonely Planet travel guide, U.K, p:85
- 8-Fouad N., and Ibrahim, B., (2003), Egypt: an economic geography, Tauris I, B. & Co.Ltd, Great Britain, p: 269.
- 9-Gadalla, M., (2003), Egypt: A Practical Guide, Tehuti Research Foundation, U.S.A.
- 10-Haag, M., (2004), Egypt, the Globe Pequot Press, Italy, pp: 51-54.
- 11-Hopkins, N., and Saad Reem (2004), Upper Egypt Identity and Change, the American University in Cairo Press, Egypt, p: 86.
- 12-Karlsson, V., (2012), Egypt, ABDO Publishing Company, United States of America, p: 68.
- 13-Loránd, E., T., (1999), The Arabist, Section of Islamic Studies, Csoma de Kőrös Society, Michigan University, U.S.A,
- 14-Lynch, P., D., and Fahmy, H., (1991), Craftswomen in Kerdassa, Egypt: Household production and reproduction, International Labour Office, Geneva, p: 96-104.
- 15-McGuinness, J., (2002), Tunisia handbook, Footprint Handbooks Ltd, Italy, p: 72.
- 16-Morris, N., (2005), Living in Cities, Black Rabbit Books, U.S.A, p: 113.
- 17-Véra, B., (2008), Feast Bazaar, Murdoch Books, Australia, p: 51.
- 18-Sattin, A., (1996), Egypt, Journal of the American Research Center in Egypt, American Research Center in Egypt, London, pp: 153-157.
- 19-Sattin, A., and Franquet S., (1996), Fodor's exploring Egypt, Fodor's Travel Publications, Inc Fodor's Travel Publications, U.S.A., p:132.
- 20-Wylie, J., A., (2008), Egypt and its future: a visit to the land of the pharaohs, Hamilton, Adams, & Co., pp: 49-52.



## مواقع الانترنت

<http://ar.wikipedia.org/wiki/24/07/2009>  
[www.kenanah.net/09/10/2009](http://www.kenanah.net/09/10/2009)  
[www.yemenknow.net/tourism/14/11/2009](http://www.yemenknow.net/tourism/14/11/2009)  
[www.sea7h.org/01/11/2009](http://www.sea7h.org/01/11/2009)  
[www.travelpedia.net/16/09/2008](http://www.travelpedia.net/16/09/2008)  
[www.sfari.com/07/11/2009](http://www.sfari.com/07/11/2009)  
[www.sahab-alkher.com/06/05/2010](http://www.sahab-alkher.com/06/05/2010)  
[www.shbab-2day.com/04/11/2009](http://www.shbab-2day.com/04/11/2009)  
[www.arabstoday.net/26/06/2008](http://www.arabstoday.net/26/06/2008)  
[www.ahewar.org/24/08/2010](http://www.ahewar.org/24/08/2010)  
[www.almasryalyoum.com/10/02/2011](http://www.almasryalyoum.com/10/02/2011)  
[www.masress.com/26/08/2009](http://www.masress.com/26/08/2009)  
[www.kuna.net.kw/12/08/2008](http://www.kuna.net.kw/12/08/2008)  
[www.egyptsons.com/30/11/2010](http://www.egyptsons.com/30/11/2010)  
[www.14october.com/13/12/2010](http://www.14october.com/13/12/2010)  
<http://intkhabat.info/20/04/2010>  
<http://kerdassah.blogspot.com/28/05/2008>  
[www.marefa.org/19/01/2011](http://www.marefa.org/19/01/2011)  
[www.giza.gov.eg/22/02/2010](http://www.giza.gov.eg/22/02/2010)  
[www.aawsat.com/16/01/2011](http://www.aawsat.com/16/01/2011)  
[www.e-ioussour.net/13/04/2010](http://www.e-ioussour.net/13/04/2010)  
<http://cp2.gom.com.eg/almessa/07/11/2008>  
<http://al-shorfa.com/10/02/2008>  
[www.kenanaonline.net/16/11/2010](http://www.kenanaonline.net/16/11/2010)  
[www.egyptsons.com/03/03/2009](http://www.egyptsons.com/03/03/2009)  
[www.moheet.com/04/08/2008](http://www.moheet.com/04/08/2008)  
[www.rosaonline.net/11/10/2010](http://www.rosaonline.net/11/10/2010)  
[www.kenanaonline.com/18/07/2010](http://www.kenanaonline.com/18/07/2010)  
[www.yemenknow.net/tourism/06/09/2008](http://www.yemenknow.net/tourism/06/09/2008)  
<http://bishanet.net/27/04/2009>  
[www.alriyadh.com/01/04/2008](http://www.alriyadh.com/01/04/2008)  
<http://ae.fashionmag.com/05/12/2010>



## Popular markets and their impact in increasing the flow of tourists to Egypt (Applied to Kerdassa tourist market)

The Popular markets are an important pillar in the development of tourism and a means to attract tourism. They reflect the lives of people's customs and traditions and the fragrance of history. Popular tourist sites attract a large number of visitors and tourists to buy crafts and to identify the heritage of the region. Egypt, characterized by many markets, is full of traditional handicrafts industries.

Most tourists are keen to visit the Kerdassa tourist market to buy the Egyptian traditional handicrafts and tourist souvenirs that traditionally characterized other popular markets. The village of Kerdassa had turned from a local village to a tourist site with a prominent position on the tourist map, using simple tools from the local environment.

The study will make it possible to enhance the services and the tourist village in general to compete with the tourist villages and towns elsewhere in the world.

The research aims at maintaining the sustainability of the popular markets also to rehabilitate and develop them as an economic, cultural and tourist. In addition, it aims at maintaining the character of the local heritage associated with the legacy of Egypt and its high potential of the handicrafts, the cultural heritage, the customs and the traditions of the society, which is considered a tourist attraction. The research generally recommends planning a strategy for the development and rehabilitation of the popular markets in Egypt. In particular, it recommends putting a strategy to develop, rehabilitate and promote tourism in the market of Kerdassa village to become a popular heritage tourist site for the long term, including all aspects of tourism and traditional crafts.