

التسويق الإلكتروني للصناعات الحرفية التقليدية في مصر

هبة عاطف الأخرس

Heba_alakhras@tourism.suez.edu.eg

قسم الدراسات السياحية - كلية السياحة والفنادق - جامعة قناة السويس

ملخص البحث:

تهدف الدراسة إلى إلقاء الضوء على أهم منتجات الحرف اليدوية والتقليدية في مصر وإبراز أهم المعوقات التي تعترضها مع إلقاء الضوء على دور التسويق الإلكتروني لهذه المنتجات. تم إجراء عدد من المقابلات الشخصية مع بعض الجهات المعنية بهذا القطاع كما تم توزيع استمارات استقصاء على عينة من أصحاب الورش والمصانع بالقاهرة والجيزة للتعرف على مدى استخدامهم للتسويق الإلكتروني في تسويق الحرف اليدوية ومقترحاتهم للنهوض بهذا القطاع. كانت من أهم نتائج الدراسة إن استخدام الإنترنت يساعد على تقديم خدمة سياحية بجودة عالية من خلال تقليل الوقت والجهد مع الحفاظ على الجودة، كما أوصت الدراسة بضرورة تدريب العاملين وإكسابهم المهارات من خلال دورات تدريبية تؤهلهم لاستخدام هذه الأجهزة وكذلك العمل على وضع تشريعات لتنظيم استخدام الإنترنت في مجال التسويق الإلكتروني. **الكلمات الدالة:** التسويق الإلكتروني - الحرف اليدوية و التقليدية - التنشيط السياحي.

مقدمة وأهمية البحث:

تحتل الحرف اليدوية والصناعات التقليدية مساحة واسعة من التراث المصري يعتمد في إنتاجها الصانع على مهارته الفردية الذهنية واليدوية باستخدام الخامات الأولية المتوفرة في البيئة الطبيعية المحلية والخامات المستوردة وقد أدركت العديد من الدول أهمية استثمار تراثها فعملت على إقامة آلاف الورش والمصانع وبالتالي توفير الملايين من فرص العمل لشبابها وإلى فتح أسواق جديدة لتصريف منتجاتها في كل مكان مما جعلها تتحول من دول فقيرة إلى دول غنية من عائد تصدير منتجاتها الغزيرة من الحرف اليدوية لمختلف أنحاء العالم.

إن تسويق المنتجات لم يعد يتم فقط من خلال المعارض أو الإعلان عنها بوسائل الإعلام المحلية بل أصبحت التجارة الإلكترونية من القنوات المهمة للتسويق وقادرة على توصيل كافة المنتجات لكافة شرائح المجتمع ونظراً لأهمية التسويق الإلكتروني تم عقد بروتوكول تعاون بين جوميا والحرف اليدوية لتسويق منتجات القطاع إلكترونياً مما يسهم في الترويج لقطاع الحرف التقليدية في مصر، ولذلك ترجع أهمية البحث لأهمية قطاع الحرف التقليدية لما له من دور فعال في زيادة المبيعات وتعظيم العائد من النشاط السياحي وتحقيق جودة الخدمة .

أهداف البحث:

- 1- إلقاء الضوء على أهم الحرف التقليدية في مصر.
- 2- إبراز المشكلات والمعوقات التي تقف عائقاً أمام تسويق الحرف التقليدية.
- 3- إبراز دور التسويق الإلكتروني لمنتجات الحرف التقليدية.

الدراسة النظرية :

يعتمد التسويق الإلكتروني بشكل أساسي على الإنترنت كوسيلة اتصال سريعة وسهلة وأقل تكلفة في ممارسة كافة الأنشطة التسويقية، حيث يسهم في تحسين مستوى الخدمات المقدمة للعملاء، وذلك من خلال التعرف على رغباتهم وتلبيةها كما يسهم في تقليص التكلفة الخاصة بطباعة وتوزيع الكatalوجات الترويجية، اختصار منافذ التوزيع، وتحسين جودة المبيعات بسبب المنافسة بين المؤسسات العارضة على المواقع المخصصة لها على الإنترنت مما يؤدي إلى انخفاض الأسعار، إتاحة فرص جديدة لانتشار السلع والخدمات والوصول إلى الأسواق العالمية وكل هذا يحقق قيمة مضافة للعملاء تساهم في كسب رضائهم وولائهم مما يؤدي إلى زيادة المبيعات والأرباح (عبد القادر، 2016).

مفهوم التسويق الإلكتروني:

يشير التسويق الإلكتروني إلى كافة الأنشطة التسويقية التي تم تنفيذها خلال شبكة الإنترنت، وهو إدارة تفاعل بين المنظمة والمستهلك من خلال البيئة الافتراضية من أجل تحقيق المنافع المشتركة، وتتميز البيئة الافتراضية للتسويق الإلكتروني بإعتمادها بصورة أساسية على تكنولوجيا الإنترنت وهي لا تركز فقط على بيع المنتجات للمستهلك بل تركز أيضاً على إدارة العلاقات بين المنظمة والمستهلك من جانب وبين عناصر البيئة الداخلية والخارجية من جهة أخرى (زيدان، 2010).

مقارنة بين التسويق الإلكتروني و التقليدي:

عنصر المقارنة	التسويق الإلكتروني	التسويق التقليدي
التكلفة	منخفضة	عالية
السرعة	غير محدودة (عاليه)	محدودة
السوق	مفتوح (قد يكون عالمياً)	محدود (محلي)
حجم الشريحة	شريحة كبيرة من الناس	شريحة معينة
طرق التواصل مع العملاء	سهلة (توظيف تكنولوجيا المعلومات)	صعب نوعاً ما (محدد بالزمان و المكان)
تطوير المنتج	سريع (عالي الكفاءة و المرونة)	صعب (غير كفاء)
جمع البيانات	سهل جداً	صعب جداً
متابعة ردود الفعل	سهل جداً	صعب جداً

المصدر: (خالد، 2014)

مفوقات التسويق الإلكتروني:

هناك العديد من المفوقات التي تعترض التسويق الإلكتروني وهي كما نكرها الخطيب (2002):

- 1- قصور في البنية التحتية الخاصة بالسياحة الإلكترونية
- 2- قصور اللغة والثقافة يحد من التفاعل بين العملاء والمواقع المختلفة، ولذلك لابد من تطوير البرمجيات لترجمة النصوص إلى اللغات المختلفة ليفهمها العملاء مع مراعاة الاختلافات الثقافية والعادات والتقاليد بين الشعوب.
- 3- قصور في الإدارة الجيدة: يحتاج التسويق الإلكتروني إلى إدارة جيدة وخطط واضحة لمواجهة التغيير المستمر في حركة السوق المحلية والعالمية إذ لا يمكن للتسويق الإلكتروني أن ينجح إن لم يتوفر المختصون في هذا المجال.
- 4- قصور في السرية والخصوصية: وتحد أيضاً من عملية التسويق الإلكتروني حيث انه يتطلب الحصول على بعض البيانات الخاصة بالعمل مثل الاسم، الجنسية، العنوان، طريقة السداد، أرقام بطاقات الائتمان وهذا يتطلب استخدام البرمجيات الخاصة للحفاظ على السرية وتأمين الدفع الإلكتروني الذي يتم عبر الانترنت.
- 5- عدم تفعيل القوانين والتشريعات: وهي ضرورة لتنظيم عمليات التسويق الإلكتروني وحماية حقوق الملكية والنشر على شبكة الانترنت بالإضافة إلى تطوير الأنظمة المالية والتجارية لتسهيل عمليات التسويق الإلكتروني(عبد الحسين، 2010).

الصناعات التقليدية :

الحرف اليدوية أو الصناعات التقليدية هي الحرف التي تعتمد على اليد أو استخدام الأدوات البسيطة ويقوم بمزاولة الحرفي معتمداً في عمله على مهاراته الفردية الذهنية واليدوية التي اكتسبها من تطور ممارسته للعمل الحرفي، وذلك باستخدام الخامات الطبيعية المتوفرة في البيئة الطبيعية المحلية أو الخامات الأولية المستوردة (عطية، 2016). وتشكل الحرف التقليدية عنصراً حيوياً في صناعة السياحة العالمية، حيث أنها صناعة تدر مليارات الدولارات، كما أن الترويج والاستثمار في الحرف التقليدية وعرضها بأسعار مناسبة للسياح يساعد على حماية ثقافة البلد المضيف ويؤدي إلى زيادة في الدخل العام للدولة ودعم الاقتصاد الوطني ويمد يد العون للمجتمعات المحلية، كما أن هذه الصناعات كفيلة بالحد من الفقر في المناطق الريفية (الشريفة، 2006).

هناك ارتباط وثيق، وعلاقة تبادلية بين السياحة والحرف اليدوية، وإن أخذهما سوياً في الاعتبار عند التخطيط لهما، من الأمور التي تساعد على إطلاق الإبداعات فيهما وتطويرهما؛ فكل منهما بدرجة أو بأخرى يؤثر في الآخر، ويتأثر به، ولتداخلهما مع بعضهما البعض، أطلق مبارك (2006) كلمة تأخذ أحرفها من أحرف السياحة والحرف اليدوية وهي " السياحرفية ". وتعد السياحرفية من الوسائل الفعالة لتنويع قواعد الاقتصاد، ودعم التنمية الاقتصادية، والاجتماعية، وتوفير فرص عمل جديدة نتيجة زيادة رؤوس الأموال المستثمرة فيها، فتطويرهما وتنشيطهما يحققان منفعة عامة.

دور الحرف اليدوية و الصناعات التقليدية في تنشيط السياحة :

السياحة مصطلح قديم بمفهوم جديد، دخل عالمنا الحديث وأصبح قطاعاً مهماً في البنية الاقتصادية للدولة الحديثة، له مردودة في الدخل القومي، وتوضع له الخطط والتصاميم والمشروعات لزيادة عدد الوافدين سنوياً، وتأمين الحوافز المادية والمعنوية والترفيهية لزيادة الرغبة في الشراء، ومن ثم الاقتناء لدى السائح خاصة من منتجات ما يسمى بـ " الحرف والصناعات التقليدية"، فكثر الطلب على هذه المنتجات المحلية، وتنوع العرض وعمد العديد من المواطنين إلى إعادة إنتاج سلعهم التقليدية.

كما اهتمت الحكومات بتهيئة البنية التحتية اللازمة لتأمين راحة السياح (تأهيل الطرق، وتشديد الفنادق والمنزهات، وترميم المعالم الأثرية وخاصة أماكن العبادة)، وتنامي الاهتمام بقطاع الحرف والصناعات التقليدية وخاصة في البلدان والقرى التي يقصدها السائح وفي المناطق التي لم تدخل حيز الإنتاج الصناعي الآلي (عويضة، 2006).

ويعد ارتباط نشاط الصناعات التقليدية والمهن اليدوية والمنتجات المحلية بنشاط السياحة ارتباطاً عضوياً إذ لا وجود لنشاط سياحي دون وجود نشاط مزدهر للصناعات التقليدية. ولكي تكمل دائرة النشاط السياحي دورانها لا بد أن تترافق مع ما يوفره نشاط الصناعة الحرفية من منتجات محلية مختلفة تلخص الإرث الحضاري والثقافي لبلد من البلدان. وكل قطعة فنية يتم صنعها من يد الصانع التقليدي هي تعبير لما يزخر به بلده من ثراء تاريخي وثقافي، وكل زائر يقوم بقضاء مدة بالمقصد السياحي يجب أن يقتني تذكاراً للزيارة وهو عبارة عن قطعة فنية تمت صنعها يدوياً تعبر عن حضارة ذلك البلد وتعتبر بالنسبة للزائر قطعة تذكارية يظهرها لأصدقائه وعائلته عند عودته إلى بلده الأصل. و يمكن أن تكون هذه القطعة التذكارية عبارة عن تحفة فنية مصنوعة يدوياً من الخشب أو المعدن أو الأقمشة حسب المواد المحلية المتوفرة. وعبر السنوات رسخت بعض البلدان صناعاتها التقليدية وصارت معروفة عبر العالم. عند ذكر دولة تركيا يتبادر إلى الذهن صناعة السجاد التركي ونفس الأمر ينطبق على ذكر دولة إيران. وفي بلدان شرق آسيا يتم صناعة التحف اليدوية محلياً وبمهارة متقنة وتعتبر التحف الآسيوية تعبر عن الثقافة الدينية السائدة وهي قطع حجرية لبوذا، وكل بلد يصنع مجسمات صغيرة لمعالمة السياحة المعروفة تُذكر السياح بزيارتهم ذلك البلد.

وتعود الفائدة في ترويج الصناعات التقليدية إلى الحرفيين والصناع التقليديين الذين يمتنون هذا النشاط وإلى المحلات التجارية التي تبيع التحف اليدوية للزوار لذا فهو يعتبر قطاعاً مهماً في كثير من البلدان لارتباطه بإعاش قطاع السياحة المحلي والأجنبي.

لذلك تعمل الكثير من البلدان على تطوير صناعاتها التقليدية عبر تخصيص جزء من عائدات السياحة لتطوير الصناعات التقليدية، ودعم الصناع بتوفير المواد الأولية المستخدمة في صنع التحف، وتكوين جيل جديد من الصناع الماهرين، وتنظيم المعارض في البلدان الأجنبية لتسويق السياحة، وإشهار الصناعات التقليدية نظراً لما تقدمه من فائدة للسياحة الوطنية (إدريس، 2010).

ويمكن للحرف اليدوية وما يرتبط بها من أنشطة مثل زيارة متاجر البيع بالتجزئة، والقرى الحرفية والمهرجانات المحلية، أن تزيد من معدل فترة الإقامة بإضافة يوم أو أكثر إلى مدة الرحلة وبالتالي زيادة أرباح العاملين في مجال السياحة وأصحاب الفنادق والمطاعم (إدريس، 2010).

أمثله لأهم الحرف التقليدية في مصر:

تتنوع الحرف التقليدية في مصر منذ القدم ومن أهمها:

1- الخيامية: تعد الخيامية من الصناعات اليدوية التي تعكس حالة الإبداع لدى الصانع، وهي حرفة تراثية توارثتها الأجيال وتعتمد على الفنون والإبداعات اليدوية للخيامي (صانع الخيمة) بما يبدعه من تصميمات وموتيفات مستوحاة من الحضارة الإسلامية، وما تحتويه من تطريزات مذهبة، وعادة ما يطعم الخيام تصميمه بزهرة اللوتس الفرعونية ليمزج بين ما هو فرعوني وما هو إسلامي ليدل على مدى عراقة الحضارة المصرية الممتدة في جذور التاريخ. رغم توارث الأجيال للمهنة إلا أنها تواجه الاندثار بعد إن تراجع عدد المشتغلين فيها إلى 25 خيامياً على أكثر تقدير، لتتحول إلى مهنة مهملة. رغم أنها من المهن التراثية النادرة. وقد طالبت جمعيات حماية التراث ووزارة الثقافة بحماية التراث الإسلامي من الاندثار والحفاظ عليه في ظل ما تواجهه حرفة الخيامية من الانهيار، كما طالبوا بوضع الخيامية كحرفة تراثية على خريطة المزارات السياحية وإعداد كتيبات تلقى الضوء على تاريخها كتراث إسلامي ليتعرف عليها السائح العربي والأجنبي، وكذلك المواطن المصري الذي لا يعرف عن تلك الحرفة كثيراً رغم أنها مهنة وحرفة الآباء والأجداد، كما طلبوا أيضاً مراكز التراث بتدريب النشء على الحرفة لإعداد أجيال جديدة لديها القدرة على إحياء المهنة (رزق، 2011).

2- فن التلى: يشير إلى نوع من التطريز المصري الذي يستخدم الخيوط المعدنية الفضية أو الذهبية اللامعة التي اعتادت النساء في صعيد مصر التطريز بها منذ القرن ال 18، حيث كان يستخدم هذا النوع من التطريز في تزيين جلابيب النساء وطرحه العروس عند الزفاف وفقاً للتقاليد التي كانت سائدة هناك. كان خيط التلى يصنع بالفعل من الشرائح من الذهب أو الفضة الحقيقيين، ولكنه يصنع الآن من خيوط النحاس المطلية بالذهب والفضة. وقد خرج فن التلى إلى العالمية في نماذج لخطوط إنتاج من عمل مصممين فرنسيين بالإضافة إلى مجموعة ماري لويس المصرية الشهيرة في عرض أزياء أقيم ب" كاروسيل دو لوفر " في باريس، وحظيت التجربة بإهتمام وتقدير مصممي الأثاث أيضاً في معرض " ميزون

أوبجى " في باريس الذي أقيم في يناير 2009. ولحماية هذا الفن من الاندثار تم تدشين المشروع القومي للحفاظ على التراث المصري الذي يقوم بتنفيذه المجلس القومي من خلال منحة من منظمة اليونسكو ودعم مالي من الحكومة الإيطالية لفن التلى وتدريب السيدات على هذا الفن وتطويره بجزيرة شنديل بهدف حماية أكثر من ألف فتاه وسيدة يعملن في حرفة التلى (ذكى، 2012).

3- صناعة السجاد المصري: تعتبر منطقة سقارة واحدة من أهم الأماكن في صناعة السجاد اليدوي المصري، حيث أنها منطقة سياحية من الطراز الأول، ولهذا أنشئ بها العديد من مدارس ومصانع السجاد اليدوي، ويوجد بالمنطقة ثمانى مدارس ومصانع لإنتاج السجاد اليدوي، وتعتبر مدرسة سقارة أول مدرسة لصناعة السجاد اليدوي بالمنطقة حيث أنشئت عام 1976، واستمرت في عملها في تعليم صناعة السجاد اليدوي.

4- نبات البردي : كان المصري القديم أول من استعمل ورق البردي، وتدل النقوش المرسومة على المعابد المصرية والتي تمثل أشكالاً لهذا النبات، والوثائق الفرعونية المكتوبة على أوراق من البردي تؤكد معرفة مصر لهذا النبات منذ فجر التاريخ، حيث صنعت منه الصنادل والمراكب الخفيفة والسلال والحبال والحصر والفرش. (افتدى، 2005).

5- النقش على النحاس: فن من أبرز الفنون الشرقية وهى حرفة تعتبر جزءاً من الفن الإسلامى الذي يعد من أروع الفنون التي عرفتها البشرية، ولعبت الزخرفة العربية دوراً كبيراً في الفن الإسلامى الذي تفوق على الفنون الأخرى، ولم تقتصر حرفة النقش على النحاس على تزيين المباني فقط، بل امتدت إلى تزيين كافة الحاجات اليومية (سالم، 2012).

6- صناعة الزجاج: من الصناعات اليدوية التراثية القديمة التي ترجع إلى عصر الفراعنة فهي مهنة دقيقة تعتمد على الفن و المهارة والحرفية، وتعتبر رمال الزجاج من أهم المواد التي تدخل في الصناعة والتي تمتاز بدرجة عالية من النقاء وتتميز لونها الأبيض لاحتوائها على نسبة ضئيلة جداً من المواد الملونة مثل أكسيد الحديد والكروم والتيتانيوم (سالم، 2012).

7- صناعة الجلود : من أهم الصناعات التي تجذب السياح، فالسائح أكثر إقبالاً على المنتجات الجلدية المنقوش عليها أشكال فرعونية تتميز بسحرها الخارق وتستخدم للزينة (سالم، ووفيق، 2016).

دور المنتجات الحرفية في تعميق أصالة الصورة السياحية:

تبنت الدراسة التي قام بها (Awuah and Reinert (2011) التعريف الذي اقترحه Kotler et al.(1993) للصورة السياحية للدولة والذي يوضح أن الصورة السياحية والذهنية للدولة هي مجموعة من العوامل والمميزات الجمالية والعاطفية مثل الخبرات والأفكار والذكريات والانطباعات، التي تتكون لدى السائح عند زيارته للدولة، هذا بالإضافة إلى أنها تشكل لدى السائح إطاراً مرجعياً عن هذه الدولة.

وتعنى الأصالة في الصورة السياحية أن تكون الدولة المضيئة مختلفة عن الدولة المصدرة للسياحة مما يجعلها مثيرة ومميزة في نظر السياح، وهذا يساعد على بناء شخصية خاصة للدولة السياحية وكذلك تمييز المنتج السياحي، مع توافر ظروف الراحة والأمان الموجودة في أي مكان آخر (عبد الوهاب، 1994).

وتشكل عناصر الثقافة المادية والتي تتمثل غالبيتها في عناصر الجذب الثقافية أهم ما يسهم في تمييز المقصد السياحي عن غيره وتشكيل صورته الفريدة، بل وتنوع مصادر الجذب فيه أيضاً (Craik , 2001) ولذلك، فإن العديد من السياح يربطون بين المنتجات الحرفية وبين الصورة الذهنية والثقافية للبلد المضيف؛ حيث تُعد بالنسبة لهم رمزاً للدولة وتاريخها، وبالتالي فإنها قد تترك آثاراً إيجابية أو سلبية في الصورة السياحية للمقصد السياحي، ويعتمد ذلك على طريقة تقديم هذه المنتجات؛ بمعنى أنه كلما تمتع المنتج الحرفي بالأصالة، كلما انعكس ذلك إيجابياً على الصورة الذهنية للبلد المضيف، خاصة إذا كانت التسهيلات المرتبطة بالمنتجات الحرفية جيدة كالأسواق، والطرق، والبنية الأساسية (Rats and Puczko , 1998).

وقد أشار عبد الوهاب (1994) إلى أن كل عنصر من عناصر الجذب السياحي تختلف أهميته بالنسبة للصورة السياحية من دولة لأخرى، ويختلف باختلاف السياح. وإذا كانت صورة مصر السياحية لدى الدول الأوروبية أنها بلد لقضاء أجازة ثقافية، ترتبط بها فكرة الحضارة ارتباطاً وثيقاً نظراً لوجود مراكز الآثار القديمة، فإن منتجات الحرف اليدوية باعتبارها أحد عناصر الجذب الثقافية يمكنها أن تقوم بتدعيم هذه الصورة السياحية ذات السمة الثقافية لمصر إذا ما تم تقديمها للسائحين بشكل جيد. وأضاف عبد الوهاب أيضاً أنه إذا ما كان لهذه المنتجات من تأثير على الصورة السياحية من جانب العرض السياحي فإنها أيضاً تساعد في تسويق الصورة السياحية الفريدة للمقصد السياحي، وبناء على ذلك فإن الدولة المضيئة يمكنها ترويج نفسها بهذه المنتجات التي تستطيع التعبير عن الشخصية الوطنية للدولة السياحية .

وتطبيقاً لهذا الهدف تم استخدام المنتجات الحرفية في دولة رائدة في هذا المجال وهى المجر على تسويق الصورة السياحية للدولة، حيث كانت محل إهتمام خطة التسويق القومي المجرى، وتم إدراجها في المواد الدعائية بوضع عبارة مُميزة وهى " المجر أرض التقاليد"، باعتبار هذه المنتجات الحرفية جزءاً من المجر بما يُسهم في تكوين صورة ذهنية فريدة للدولة (Rats and Puczkó , 1998)

إستراتيجية تطوير قطاع الحرف اليدوية 2017 – 2020:

أوضح الحديدي (2017) أن المجلس التصديري للحرف اليدوية حصل على المساندة التصديرية من صندوق تنمية الصادرات للشركات المتخصصة بقطاع الحرف اليدوية من يوليو 2016 ويعد الحصول على المساندة التصديرية أحد أهداف إستراتيجية تطوير قطاع الحرف اليدوية 2017 – 2020، كما تم اعتماد خطة المعارض الدولية الخاصة بقطاع الحرف اليدوية وهى عشرة معارض، بينها معارض جماعية، وفي حالة اشتراك 5 شركات أو أكثر، يتم تخصيص جناح لتلك الشركات داخل المعرض ممثلاً لمصر، وتحصل على دعم من الدولة يصل إلى لجذب 80 % المعارض الفردية والتعاون مع التمثيل التجاري المصري بالدول المختلفة .

وتتضمن إستراتيجية تطوير قطاع الحرف اليدوية تخصيص منطقة الفخارين – مصر القديمة لتصبح design hub أى منطقة مخصصة للمصممين للعمل على تطوير تصميماتهم واستحداث دبلومه للتصميم لمدة عام وذلك للوصول إلى معدل إيجاد تصميمات جديدة كل ستة أشهر لتتناسب مع أنواق المشترين بالخارج حيث تعمل حالياً 20 شركة بالمنحة الخاصة لمنظمة CBI الهولندية للتدريب والتطوير، كما تسعى الغرفة حالياً إلى إقامة بازارات للحرف اليدوية بالمواصلات والمتاحف والمطارات لتوسيع دائرة التسويق لتلك المنتجات.

منهج البحث:

اعتمدت الدراسة على نوعين من المصادر وهما :

المصادر الثانوية:

شملت الدراسات السابقة التي تطرقت إلى موضوع البحث بشكل مباشر أو غير مباشر .

المصادر الأولية: تم إجراء بعض المقابلات الشخصية باستخدام إستمارة مقابلة شخصية مع بعض الخبراء في الأجهزة المتصل عملها بقطاع الحرف اليدوية و بلغ عدد المقابلات 15 مقابلة شخصية مع كل من: رئيس غرفة الصناعات اليدوية بإتحاد الصناعات وبعض المسؤولين بالهيئة العامة لتنشيط السياحة، أمين عام غرفة العاديات والسلع السياحية، ومساعد الأمين العام بالغرفة، و مدير مركز المعلومات بالغرفة، وعدد من مدراء الإدارات وخبراء السياحة وهيئة تنشيط السياحة. وقد وجهت الأسئلة إلى خبراء السياحة بموجب استمارة استقصاء تم إعدادها مسبقاً مع تسجيل أجوبتهم عن هذه الأسئلة، وذلك للتعرف على المشكلات التي تواجه قطاع الحرف اليدوية في مصر ومدى تأثير السلع والمنتجات التذكارية الصينية في الأسواق المصرية ومدى استخدام التسويق الإلكتروني للحرف اليدوية ومعوقات التسويق الإلكتروني ومقترحاتهم للنهوض بهذا القطاع كما تم توزيع مئة استمارة استبيان على عينه من مدراء المحلات والبازارات بالمناطق السياحية الأثرية بالقاهرة والجيزة، وقد تم توزيع عدد مئة استمارة اشتملت على ثلاثة عشر عنصر لقياس أثر التسويق الإلكتروني في جودة الخدمة المقدمة، وقد بلغ عدد الاستمارات الصحيحة التي تم جمعها وتحليلها سبعين استمارة وقد أجريت الدراسة الميدانية خلال شهري يناير وفبراير 2019. حللت النتائج باستخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري .

النتائج:

تحليل المقابلات الشخصية مع خبراء السياحة :

1- فيما يتعلق بمدى استخدام التسويق الإلكتروني للحرف التقليدية في مصر :

أجمعت الآراء بنسبة 93 % على أنه تم توقيع بروتوكول تعاون مع شركة جوميا التي تعد أكبر شركة رائدة في التسويق الإلكتروني وذلك لتسويق المنتجات اليدوية محلياً وعالمياً والهدف من هذا البروتوكول مساعدة الورش والشركات لتسويق منتجاتها داخلياً و خارجياً بالتسويق الإلكتروني وهذا ما يحدث لأول مرة في القطاع.

2- مدى إسهام تطبيق التسويق الإلكتروني في زيادة نسبة المبيعات الخاصة بقطاع الحرف التقليدية :

أجمعت الآراء بنسبة 97% بان بروتوكول التعاون الذي تم توقيعها حقق أهدافه بدرجة كبيرة إذ ازداد عدد شركات الحرف اليدوية العارضة على الموقع من سبعين شركة عام 2017 إلى ثلاثمائة شركة عام 2018.

3- مميزات استخدام التسويق الإلكتروني للحرف اليدوية :

أجمعت الآراء بنسبة 100% على إن هناك مجموعة من المميزات المتعلقة بالتسويق الإلكتروني أهمها توفير الوقت والجهد للعملاء، تطوير العلاقة بين العميل وصاحب المنتج حيث توفر التكنولوجيا التفاعل المستمر بينهما مما يسهم في الاحتفاظ بالعميل لأطول فترة ممكنة هذا بالإضافة إلى إن تعاون غرفة صناعة الحرف اليدوية مع احدي شركات التسويق الإلكتروني ساعد على توصيل منتجات الحرف اليدوية إلى قطاع عريض من المهتمين وأسهم في فتح أسواق جديدة أمام أعضاء الغرفة من خلال التسويق الإلكتروني بالإضافة إلى أن التسويق الإلكتروني جعل قطاع الحرف اليدوية من القطاعات المساهمة في الناتج القومي.

4- فيما يتعلق بدور قطاع الحرف اليدوية في تنمية النشاط السياحي:

وضح الخبراء بنسبة 100% في غرفة العاديات و السلع السياحية أن قطاع الحرف اليدوية له دوراً إيجابياً وفعال في التنمية السياحية؛ حيث يسهم إنتاج القطاع بنسبة كبيرة من إجمالي الإنتاج الصناعي بصفة عامة وفي الدخل السياحي بصفة خاصة.

أضاف الخبراء أنه من الضروري توجيه النظر إلى هذا القطاع الذي يمكن أن يكون لمصر فيه السبق والتميز كمدخل لحل كثير مما يعانيه اقتصاد مصر مؤخراً حيث يمكن لهذا القطاع توفير مزيد من العملات الناتجة عن طريق توفير فرص عمل جديدة وكثيفة في مجال هذه الصناعات الحرفية التي لا تتطلب رأس مال كبير وإن كانت تتطلب الرعاية والتوجيه.

أشار بعض الخبراء المختصين إلى أنه من واقع دراسة إنفاق السياح المعدة بواسطة وزارة السياحة والجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء يتضح أن نسبة إنفاق السياح على شراء السلع السياحية تتراوح بين 18 : 24%.

كما أكد الخبراء بهيئة التنمية السياحية على الدور الذي يلعبه قطاع الحرف اليدوية في التنمية السياحية معبرين عن ذلك بأنه دور فعال جداً؛ حيث يأتي السائح من بلاده إلى مصر وبعد زيارته يحب أن يأخذ معه شيئاً على سبيل التذكار ولا يوجد أفضل من منتجات الحرف اليدوية التي تعد وسيلة للترويج السياحي لمصر لجذب السائحين وربطهم بالتراث الخاص بالبلد.

وأضاف أحد الخبراء إن قطاع الحرف اليدوية قد يلعب دوراً كبيراً في تنمية النشاط السياحي للمحافظات المختلفة عند تسويق المنتجات اليدوية التي تشتهر بها كل محافظة من محافظات مصر خاصة من خلال المعارض التي تتطلب اهتماماً بإقامتها بصفة دائمة.

5- فيما يتعلق بالمشكلات التي تواجه قطاع الحرف اليدوية في مصر وتقف حائلاً أمام تنشيطه وتفعيل دوره في تنمية النشاط السياحي :

أوضح الخبراء في غرفة العاديات والسلع السياحية بنسبة 72% أن من أهم المشكلات التي يعاني منها هذا القطاع هي قصور في تحديد مسؤوليات القطاع الحرفي على العديد من الجهات مثل الصندوق الاجتماعي، والمحليات، ووزارة الثقافة، ووزارة التضامن الاجتماعي، والجمعيات والأسر المنتجة، ووزارة السياحة، وهذا الأمر لا يوفر الاهتمام الكافي واللائق لإحداث التنمية والتطوير .

كما أضاف الخبراء بنسبة 69% أن هناك مشكلة عدم التنسيق الكافي بين مجالات السياحة والثقافة والإعلام لتوحيد الجهود المبذولة للارتقاء بالحرف اليدوية وتوصيل رسالتها عبر القنوات المختلفة في شتى المجالات وخاصة في مجال السياحة. أما نسبة 83% من الخبراء فقد اتفقوا على زيادة معدلات التضخم وأثرها في ارتفاع تكاليف معيشة الصانع الحرفي وارتفاع أسعار خاماته المستوردة.

وقد اتفق الخبراء بنسبة 100% على مجموعة من المشكلات والعوائق تتلخص في:

الافتقار إلى السياسات والتشريعات التي تنظم العمل بالقطاع الحرفي أهمها السياسات التسويقية، وسياسات مراقبة الجودة، والسياسات الضريبية، عدم توفير المواد الخام الملائمة وبأسعار مناسبة، عدم الاهتمام بالتدريب ومشكلات التمويل.

6- فيما يتعلق بتأثير انتشار السلع والمنتجات التنكارية الصينية في الأسواق المصرية:

أجمع خبراء السياحة على أن سياسة إغراق الأسواق المصرية بالسلع السياحية الصينية تعد من أهم الصعوبات التي تواجه منتجي الحرف اليدوية في مصر، حيث أنها منتجات منافسة في الجودة والسعر وتحاكي وتمثل المنتجات الحرفية المصرية وتتمتع ببعض الامتيازات الضريبية والجمركية المحروم منها المنتج الحرفي المحلي.

وقد أكد آخرون بنسبة 78% على التأثير السلبي لانتشار مثل هذه السلع في الأسواق المصرية الأمر الذي أدى إلى اندثار الأيدي الحرفية المصرية.

- ومن جهة أخرى اتفق غالبية الخبراء في الرأي ونسبتهم 95% على أن انتشار السلع الصينية المستوردة في الأسواق المصرية هو سلاح ذو حدين؛ فمن جهة يؤثر في انتشار المنتج المحلي في الأسواق وصعوبة مواجهة هذه السلع المستوردة رخيصة السعر، ومن جهة أخرى فهو يحقق منافسة ويعمل كأداة تحفيزية للعامل الحرفي المصري للإبداع والابتكار لإثبات كفاءته.

7- فيما يتعلق بالمقترحات و التوصيات للنهوض بقطاع الحرف اليدوية :

-أوصى الخبراء بغرفة العاديات والسلع السياحية بنسبة 100% بضرورة انتماء الحرف اليدوية إلى جهة واحدة مسئولة عنها واقترح بأن تكون هذه الجهة هي وزارة السياحة ممثلة في غرفة العاديات والسلع السياحية، ويتطلب هذا أن تكون الغرفة ذات شعبيتين؛ شعبة لتجارة السلع السياحية كما هو حالها الآن، وشعبة لمصنعي ومنتجي السلع السياحية والثقافية والتقليدية على أن تتسق مع باقي الجهات المعنية بهذا القطاع .

بالإضافة لذلك اشتملت مقترحات وتوصيات خبراء السياحة في الهيئات المختصة بنسبة 100% على ما يلي :

-وضع خطة إستراتيجية لإنتاج السلع اليدوية تعتمد في الأساس على المنتج والمستهلك.
-الاهتمام بالجودة والعرض والتغليف وذلك من خلال إعداد وتنفيذ برامج تدريبية لرفع مستوى الوعي والأداء للعاملين في مجال إنتاج ومجال بيع السلع السياحية؛

-رفع مستوى العمالة الحالية في القطاع عن طريق عقد دورات تدريبية وتأهيلية بمركز تدريب يتم إنشاؤه لهذا الغرض لإمكان تطوير مستوى أداء العمالة الحالية لتمكينها من إنتاج سلع سياحية قابلة للتصدير ومنافسة المنتج بالمقاصد السياحية المجاورة -الاهتمام بالأجيال الجديدة والمدارس الثانوية الفنية بتطوير برامج التعليم بها بحيث يتم التركيز على التدريب العملي وذلك بتوفير الخامات وزيادة ساعات التدريب العملي ضمن المناهج المقررة؛

-تعاون الأجهزة المعنية بالسياحة في الدولة مع قطاع الحرف اليدوية من أجل تنشيط أسواق الحرف اليدوية ومحاولة استغلالها في أشهر النشاط السياحي، وفتح أسواق جديدة لها لجذب مزيد من السياح؛

-الاهتمام بإقامة معارض بصفة دورية لتسويق منتجات الحرف اليدوية المصرية والمشاركة في المعارض الدولية؛

-تسهيل إجراءات العمل بالمشروعات للشباب والخريجين من المهتمين بالحرف اليدوية وتسهيل إجراءات التمويل؛

-العمل على أن تكون منتجات الحرف اليدوية مميزة وتعبّر عن الأنشطة الحرفية في المحافظات المختلفة؛

-تكوين بنك معلومات عن الصناعات التقليدية والتواصل مع الهيئات الدولية المعنية وتوفير الخدمة الاستشارية المجانية

للصناع الحرفيين وإمدادهم بالمعلومات عن الأسواق العالمية المتاحة وسعة السوق بالنسبة للمنتجات التي يقومون بصناعتها؛

-التنسيق مع البنوك والمؤسسات المالية المتخصصة الداعمة في مجال الإقراض لتمويل الصناعات الحرفية بشروط ميسرة وإن

يتضمن التمويل حوافز مشجعة تجعل الحرفي يقبل على استخدامه والاستفادة منه؛

-تطوير أنظمة تعمل على التسويق بصفة عامة، والتسويق الإلكتروني بصفة خاصة للمنتجات التراثية؛

-إصدار كتيبات سياحية عن المنتجات التي تتميز بها كل محافظة توزع على كافة الجهات ذات العلاقة بتنشيط السياحة،

خاصة السياحة البيئية

تحليل الاستثمار الخاصة بأصحاب بعض الورش :

الترتيب	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العناصر
1	0.88	4.15	1- يساهم التسويق الإلكتروني في سرعة تقديم الخدمة للسياح
5	1.09	3.85	2- يساهم التسويق الإلكتروني في تخفيض التكاليف
2	1.05	4.05	3- يساهم التسويق الإلكتروني في تقليل الوقت و الجهد
3	0.97	4.00	4- توفر شبكة الانترنت عملية الاتصال وتسويق الخدمة إلكترونياً مع الأسواق الخارجية
10	1.45	3.20	5- يتم إجراء الحجوزات وتأكيدها عبر الانترنت أسرع وأدق
11	0.99	3.05	6- توجد محددات قانونية على تطبيق تسويق الخدمة إلكترونياً
8	0.93	3.50	7- توجد محددات فنية تحد من استخدام وسائل الاتصال الحديثة
4	0.68	3.95	8- توفر المهارات في استخدام الإنترنت يساهم في تسويق الخدمة إلكترونياً
6	0.85	3.75	9- يتم الإعلان بشكل جيد عن الحرف اليدوية عبر الانترنت
9	1.16	3.25	10- تقدم الورشة عبر الانترنت عروضاً أفضل للخدمة السياحية
10	1.45	3.20	11- يسهل التسويق الإلكتروني إنجاز عمليات الشراء بدقة
7	0.93	3.65	12- توفر المتطلبات المادية والبشرية يساعد على تسويق الخدمة للسياح إلكترونياً
8	1.00	3.50	13- يمكن تسويق الحرف اليدوية للسياح دون وسيط

يتضح من التحليل الإحصائي والموضح بالجدول السابق إن معظم الأجوبة على العناصر كانت ايجابية وهذا ما يوضح أهمية استخدام الانترنت في تسويق الحرف اليدوية، حيث تبين أن استخدام الانترنت في التسويق يسهم في سرعة تقديم الخدمة للسياح ويقلل الوقت والجهد وتخفيض التكلفة على مالكي ورش الحرف التقليدية. كما أوضحت النتائج أن توافر المتطلبات المادية والبشرية حقق مؤشراً حسابياً 3.65، وهذا يدل على ضرورة أهمية توفير المتطلبات المادية بالمصانع والورش من مختلف الأجهزة المتطورة والاستفادة منها في التسويق الإلكتروني، وكذلك تطوير العاملين وإكسابهم مهارات من خلال دورات تدريبية تؤهلهم لاستخدام هذه الأجهزة وتطوير نشاط التسويق الإلكتروني. كما تبين وجود بعض المحددات القانونية والفنية بمؤشر حسابي 3.05 تؤثر في استخدام أجهزة الاتصال الحديثة من قبل هذه المحال، ولذلك يجب وضع تشريعات لتنظيم استخدام الانترنت في مجال التسويق الإلكتروني والعمل على حماية المصانع والورش وسرية المعلومات، واتخاذ الإجراءات لبناء الثقة في التعاملات الإلكترونية .

نتائج البحث:

- 1- تعد الحرف اليدوية من عناصر الثقافة المادية التي تمثل عنصر جذب بالمناطق السياحية
- 2- تلعب الحرف اليدوية دوراً رئيسياً في النشاط السياحي حيث يقبل السياح على اقتناء المنتجات التذكارية قبل مغادرة المقصد السياحي إذ تبلغ نسبة إيفاق السائحين على شراء المنتجات التذكارية من 18 إلى 24 %
- 3- استخدام الانترنت يساعد على تقديم خدمة سياحية بجودة عالية من خلال تقليل الوقت والجهد و الدقة في الانجاز .
- 4- انتشار المنتجات والسلع السياحية الصينية والمستوردة رخيصة الثمن أدى إلى اندثار الموروث الثقافي المتمثل في الحرف اليدوية وكذلك اندثار الأيدي العاملة المصرية ، وضعف الإقبال على المنتج الحرفي المحلي .
- 5- تؤثر السياحة بالسلب والإيجاب على الحرف والصناعات التقليدية، ففي حالة الكساد السياحي يظهر ذلك سلباً على الحرف، وفي حالة الرخاء السياحي يظهر بشكل إيجابي على الحرف وعلى القائمين على صناعاتها وتجاريتها.
- 6- تواجه صناعة المنتجات الحرفية مجموعة من الصعوبات تمنعها من التطور والنمو وتحقيق الفوائد المرجوة أهمها تضارب مسؤولياتها على العديد من الجهات.
- 7- الافتقار إلى السياسات و التشريعات التي تنظم العمل بالقطاع الحرفي أهمها السياسات التسويقية، و سياسات مراقبة الجودة، و السياسات الضريبية.
- 8- التسويق الإلكتروني يسهم في تقديم الخدمة السياحية بسرعة ودقة وأقل تكلفة.
- 9- عدم التنسيق الكافي بين مجالات السياحة والثقافة والإعلام لتوحيد الجهود المبذولة للارتقاء بالحرف اليدوية وتوصيل رسالتها عبر القنوات المختلفة في شتى المجالات وخاصة في مجال السياحة.
- 10- زيادة معدلات التضخم وأثرها في ارتفاع كلفة معيشة الصانع الحرفي وارتفاع أسعار خاماته المستوردة.
- 11- تطور عدد شركات الحرف اليدوية العارضة على المواقع الإلكترونية من سبعين شركة عام 2017 إلى ثلاثمائة شركة عام 2018 وهذا المؤشر يظهر أهمية تلك المواقع في التسويق الإلكتروني للحرف التقليدية.

توصيات البحث:

- 1- الاهتمام بعمل دورات تدريبية للحرفيين لتطوير الحرفي وتدريبه على تطوير منتج بما لا يتعارض مع الحفاظ على هوية ومفهوم وأصالة المنتج وكذلك تطويرهم وإكسابهم المهارات من خلال دورات تدريبية لاستخدام الأجهزة المتطورة في عرض الحرف اليدوية؛
- 2- مراقبة الإنتاج وحمايته بسن القوانين اللازمة المتعلقة بالجودة والإتقان والحماية الفكرية وأيضاً حماية المصانع والورش على سرية المعلومات ومنع التزوير واتخاذ الإجراءات لبناء الثقة في التعاملات الإلكترونية وتفعيل قوانين الجرائم الإلكترونية ؛
- 3- القيام بالدعاية لمنتجات الحرف اليدوية عن طريق إصدار كتيبات عن المنتجات التي يتميز بها كل إقليم توزع على كافة الجهات ذات العلاقة بتنشيط السياحة و العمل على تحميلها على الموقع الإلكتروني الخاص بالمصنع؛
- 4- إقامة معارض دائمة لمنتجات بعض الصناعات التقليدية، لعرض منتجات هذه الصناعات، وبيعها للجمهور والزوار على أن تدخل هذه المعارض ضمن المزارات السياحية؛

- 5- التنسيق مع وزارة التعليم الفني لوضع البرامج التدريبية الهادفة إلى تنمية قدرات ومهارات الحرفيين خاصة للأجيال الناشئة منهم لإيجاد مصدر دائم لتزويد هذا القطاع بما يحتاجه من أيدي عاملة تضمن استمرار وتداول الخبرات والمهارات الحرفية في مختلف الصناعات؛
- 6- تكوين بنك معلومات عن الصناعات التقليدية والتواصل مع الهيئات الدولية المعنية وتوفير الخدمة الاستشارية المجانية للصانع الحرفيين وإمدادهم أولاً بأول بالمعلومات عن الأسواق العالمية المتاحة وسعة السوق بالنسبة للمنتجات التي يقومون بصناعتها؛
- 7- التنسيق مع البنوك والمؤسسات المالية المتخصصة الداعمة في مجال الإقراض لتمويل الصناعات الحرفية بشروط ميسرة وأن يتضمن التمويل حوافز مشجعة تجعل الحرفي يقبل على استخدامه و الاستفادة منه .

المراجع:

- إدريس، المعيطي(2010)، دور الصناعة التقليدية في تنشيط السياحة ، <http://www.startimes.com/?t=25424132>، آخر دخول : 20/12/2018
- . افتدى ، عبد اللطيف حسن (2005)، دراسة علمية تجريبية في علاج و صيانة البردي الاثرى ، رسالة دكتوراه ، كلية الآثار ، جامعة القاهرة .، ص 80-85
- -الحديدي ، دانه ، التصديري للحرف اليدوية ، منح المساندة التصديرية لشركات القطاع من يوليو 2016 ، مارس 2017 اخر دخول : [Http://www.youm7.com/story/2017/3/5/D](http://www.youm7.com/story/2017/3/5/D)
- الخطيب ، مهند ، الحسينى ، فلاح ، (2002)، التجارة الالكترونية و اثرها في المركز الاستراتيجى للشركات دراسة تطبيقية على عينة من الشركات الاردنية ‘ مجلة دراسات (العلوم الادارية ، المجلد 29 ، العدد الأول ‘، ص 163-181)
- خالد، فزاز(2014)، تأثير التسويق الالكتروني على المزيج الترويجى في المؤسسه الاقتصادية،دراسة حالة المؤسسة المينائية لولاية سكيكة E.P.S ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التيسير، جامعة محمد خيضر - بسكرة ، ص 156-170
- الشريدة ،محمد (2006)، السياحة و الحرف التقليدية في الاردن ، المؤتمر الدولى للسياحة و الحرف اليدوية ، الرياض.، ص 23-26 62
- ذكى ، رحاب ، (2012)، استحداث صياغات نسيجية معاصرة باستخدام منتجات سابقة التجهيز من البيئة الشعبية بمحافظة اسبوط ، رسالة ماجستير ، كلية التربية النوعية ، جامعة اسبوط ، ص 111-117
- رزق، أحلام أبو زيد(2011)، الختامية فن المهارة والصبر، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، ص 30-33
- زيدان ، هالة ، (2010) ، تقييم أنشطة التسويق الالكتروني لدى الشركات الفلسطينية المساهمة العامة و اثر ذلك على أدائها التسويقي ، رسالة دكتوراه ، جامعة التجارة الوطنية ص 132-140
- سالم ، أمينة،(2012) ، اثر السياحة على تطور الحرف و الصناعات التقليدية ، دار العلم و الإيمان للنشر و التوزيع ، كفر الشيخ ، ص 43-60
- سالم، محمود معوض، و فيق، غادة محمد، (2016)، تنمية الحرف اليدوية و الصناعات التقليدية كأحد مقومات الجذب السياحي المصري مجلة كلية السياحة و الفنادق، جامعة الفيوم، المجلد العاشر، العدد (2/1) سبتمبر 2016
- عبد الحسين ، صفاء ، (2010) ،تسويق الخدمة السياحية الكترونيا وأثره في جودة الخدمة في الشركات السياحية،المجلة الاردنية للعلوم التطبيقية ، العدد السابع ، كلية التربية ، ص 65-83
- عبد الوهاب، صلاح الدين(1994)، التسويق السياحي القومي والتجاري، حقوق الطبع محفوظة للمؤلف، ص 22-27
- عبد القادر، إيمان، (2016)، دور التسويق الابتكار كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، دراسة حاله شركة اتصالات الجزائر ص 122-143.
- عطية ، احمد خلف،(2016)،تنمية الحرف اليدوية التقليدية و الأسواق التراثية كمدخل لتعزيز السياحة الثقافية،قرية جريس نموذج لمركز حرفة الفخار الشعبي، www.con.faa-design.com>pdf>shaaban
- عويصة ، فائقة سباعي ، (2006) ، جهود الرعاية و الحكومة في مجال تنشيط السياحة و تنمية الصناعات التقليدية ، المؤتمر الدولى للسياحة و الحرف اليدوية ، الرياض ، ص 23-43
- مبارك ، محمد ، (2006) ، علاقة تسويقية تبادلية بين السياحة و الحرف اليدوية ، المؤتمر الدولى للسياحة و الحرف اليدوية ، الرياض ، ص 72-86.

المراجع الأجنبية:

- Awuah, G.B. and Reinert, V. (2011) , *Potential tourists' image of a tourist destination : The case of Brazil*. Research on Technology, Innovation and Marketing Management 2009-2011 : Introducing the Research Area of Innovation Science. S, p.192-197.
- Craik, J. (2001). Cultural Tourism. In: N. Douglas, N. Douglas, and R. Derrett (Eds), Special interest tourism: Context and cases). Brisbane, Australia,p.96-105
- Ratz, T. and Puczko, L. (1998). "Folklore Art as Cultural Attraction in Hungarian Tourism", paper presented at the Innovatory Approaches to Culture and Tourism, ATLAS International Conference, 22–24 October, Rethymno, Greece, p .45-62

Electronic Marketing of traditional crafts in Egypt

Heba Atef Alakhras

Heba_alakhras@tourism.suez.edu.eg

Crafts and traditional industries are one of the most important economic activities that connect between the history and habits on the area where they exist. All along the history Egypt has been famous for heritage arts and their crafts men who achieved wonderful results in many crafts such as patchwork, arabisc, pottery, jewels and handmade carpets. Thus preserving the Egyptian heritage and crafts is one of the main aims of the study, therefore, the study sheds light on the most important traditional crafts in Egypt and highlights the main obstacles that face such crafts. Aims of the study are achieved through carrying out some interviews with those interested in this field. Also, questionnaires were distributed to a sample of workshop owners and factories in Cairo and Giza to know how they use electronic marketing of crafts, and their suggestions to promote this sector.

The results of the study indicate that using internet helps provide tourism service with high quality through saving time and effort. The study recommends the necessity of training workers and giving them some skills through training courses that qualify them to use such devices.

Keywords : Electronic Marketing – Traditional crafts – tourism promotion .