



USAID

من الشعب الأمريكي



وزارة السياحة والآثار

الإستراتيجية الوطنية لتطوير قطاع الحرف اليدوية السياحي

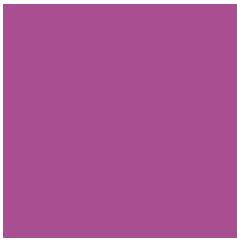
في الأردن



٢٠١٥ - ٢٠١٠

تشرين الثاني ٢٠٠٩

جدول المحتويات



٤.....	١	مقدمة
٥.....	٢	الملخص التنفيذي
٧.....	٣	أهمية قطاع الحرف اليدوية السياحي في الأردن
٩.....	٤	نظرة عامة على قطاع الحرف اليدوية السياحي في الأردن
١١.....	٥	التحديات التي يواجهها قطاع الحرف اليدوية السياحي في الأردن
١٥.....	٦	الإستراتيجيات الرئيسية لتطوير قطاع الحرف اليدوية
٢٦.....	٧	تمويل الإستراتيجية
٢٧.....	٨	نفيذ الإستراتيجية: ٢٠١٠ - ٢٠١٥
٢٨.....	٩	إستراتيجيات خاصة لتطوير قطاع الحرف اليدوية السياحي إقليمياً
٣٦.....		الملحق ١: تنفيذ الإستراتيجية ٢٠١٠-٢٠١٥

مقدمة

تشكل الحرف اليدوية مكوناً هاماً جداً من إستراتيجية السياحة في الأردن. وتعكس الحرف تقاليدنا وإرثنا الثقافي المتنوع. ولم يعد زائرو الأردن مجرد مراقبين لثقافتنا ومواقعنا الأثرية بل يريد السياح اليوم التعرف على الأردن من خلال المشاركة التي تتم غالباً من خلال الحرف. كما يبحث السياح عن تذكارات أصيلة لزيارتهم تكون ذات جودة ومعنى، فهم يريدون مشاركة أصدقائهم وعائلاتهم بالتجربة التي خاضوها بإحضار تذكارات صغيرة لهم من الأردن.

وتعد الإستراتيجية الوطنية لتطوير قطاع الحرف اليدوية السياحي في الأردن: ٢٠١٠-٢٠١٥ المحاولة الأولى لوضع خطة موحدة من شأنها تنشيط قطاع الحرف لدينا من خلال السياحة وتوفير فرص العمل في مجتمعات الحرفيين والمساعدة في تحديد هوية ثقافتنا الفريدة وتعزيز جهودنا لزيادة أعداد السياح الوافدين إلى الأردن.

وتتمتع الأنشطة المرتبطة بالحرف اليدوية مثل التسوق وزيارة مشاغل الحرفيين والمهرجانات بالقدرة على إضافة يوم إلى الإقامة الاعتيادية للسياح في الأردن. وتعني مثل هذه الأنشطة عوائد إضافية بالنسبة للفنادق والمطاعم ووكلاء السياحة بالإضافة إلى زيادة دخل مؤسسات الأعمال التي تعمل في الحرف اليدوية.

ويتميز الأردن بوجود العديد من تقاليد الحرف اليدوية الجميلة والجذابة التي تمثل ثقافة البلد وتاريخه. وقد تم تخصيص استثمارات ضخمة من أجل استمرار تقاليدنا ولتوليد الدخل من هذه الأنشطة. ويحتاج القطاع إلى تنظيم أفضل ولأن تلبية تصاميم المنتجات طلب السوق دائم التغير وأن تبقى الجودة عالية باستمرار وأن تزداد الإنتاجية. كما ينبغي علينا أن نساعد شبابنا في فهم أن هنالك مستقبلاً قيماً في المبادرات المرتبطة بالحرف اليدوية سواء بالنسبة لمنتجاتها أو مديرها أو مصممها أو المتاجر بها.

وتعني هذه الإستراتيجية بتنظيم قطاع الحرف والمساعدة في تقويته وزيادة قدرته من أجل تلبية طلب سوق السياحة. وتتطلب الإستراتيجية التزاماً كبيراً من حيث الوقت والموارد من جانب الحكومة وجميع أصحاب المصلحة في قطاع الحرف. إلا أن النتائج سوف تتفوق كثيراً المدخلات المطلوبة. وبوضع خطة تطوير شاملة للحرف سوف يصبح قطاع السياحة في الأردن أقوى بكثير وبالتالي ستكمل أي زيارة عادية إلى الأردن.



وزيرة السياحة والآثار
معالي السيدة مها الخطيب

الملخص التنفيذي

تمثل الإستراتيجية الوطنية لتطوير قطاع الحرف اليدوية السياحي في الأردن جهداً شاملاً يهدف إلى جذب الاهتمام اللازم للقطاع من أجل زيادة المبيعات والدخل واستحداث الوظائف نتيجة للوصول المعزز إلى سوق السياحة. كما تقوم هذه الوثيقة على افتراض أن هنالك علاقة طبيعية بين الحرف اليدوية والسياحة وان هنالك منفعة متبادلة في إنشاء أحد القطاعين وترويجيه لدعم الآخر. وتساعد مبيعات الحرف اليدوية في زيادة دخل الأسر وتساهم في الاقتصاد النقدي في أنحاء المجتمعات المحلية في الأردن. ويمكن للأنشطة ذات العلاقة مثل زيارة الأسواق ومراكز الإنتاج وقرى الحرفيين إضافة يوم إلى خط الرحلة وبالتالي تعميم المنفعة على كافة القطاع السياحي. كما يمكن لمزودي الخدمات السياحية مثل الفنادق والمطاعم تزيين القاعات العامة وغرف الضيوف بالحرف وبالتالي المساهمة في تعزيز تجربة السياح الثقافية ورفع المبيعات.

وتعالج هذه الوثيقة التحديات الراهنة التي يواجهها قطاع الحرف اليدوية في الأردن وتقدم إستراتيجية لتقوية القطاع وتنشيطه وتلبية احتياجات سوق السياحة بشكل أفضل. وثمة عدد من العيوب ومواطن الضعف في قطاع الحرف اليدوية في الأردن والتي تحد من قدرة السوق؛ وتشمل هذه العيوب الافتقار إلى التنسيق على المستوى الوطني مما يجعل القطاع مجزئاً وسيء التنظيم؛ والعرض غير المتسق للمواد الخام ذات النوعية الجيدة والتي يتم استيرادها من الخارج؛ والتصاميم البالية والقديمة التي لا تلبى إمكانية السوق؛ والاعتماد على أساليب إنتاج غير كفوءة من شأنها إبقاء الإنتاج منخفضاً والتكاليف عالية؛ والضبط السيئ وغير المتناسق للجودة؛ والفهم الضعيف لعملية التسويق؛ والوصول المتواضع للسوق؛ والمنافسة التي تفرضها المستوردة رخيصة الثمن؛ والافتقار إلى اهتمام القطاع الخاص أو قدرته على الترويج للمنتجات المصنوعة في الأردن؛ وعدم وجود هوية أردنية للحرف؛ وتراجع أعداد الأشخاص المهتمين بالعمل في القطاع لاسيما بين الشباب؛ وعدم القدرة على الحصول على التسهيلات الائتمانية؛ بالإضافة إلى الحاجة إلى وجود تشريع ينظم القطاع ويدعمه.

وتعالج هذه الوثيقة التحديات المذكورة وتقدم إطار عمل لتنشيط قطاع الحرف اليدوية. وسوف يتم إنشاء هيئة تنسيق وطنية لتنفيذ الإستراتيجية عن طريق توفير المساعدة للقطاع من خلال: التنظيم؛ والتدريب؛ وإطلاق حملة وطنية لتسويق العلامات التجارية؛ وتسهيل الحصول على التمويل؛ وتطوير قواعد البيانات من أجل تحسين المعلومات الكلية عن القطاع؛ بالإضافة إلى الدفاع والتأييد. وسيتم تعديل وتطبيق وإنفاذ النظام رقم 36 الذي يُعرف القطاع وينظمه. وسيتم إيلاء اهتمام خاص بمشاركة النساء على كافة مستويات القطاع بما فيها الإنتاج واتخاذ القرارات.



كذلك سيتم تناول مسألة تطوير التصميم والإنتاج من خلال مجموعة من الاستشارات الدولية وتدريب المصممين المحليين وتأسيس مركز وطني للتصميم مع إمكانية فتح فروع إقليمية له. هذا وسيتم إعادة إحياء مركز التدريب المهني في السلط، الذي يمكن أن يصبح مركزاً وطنياً للتدريب والتصميم، وتشغيله بإدارة قوية ومنهاج يلبي مجموعة متنوعة من متطلبات الإنتاج والأعمال والتسويق. وسوف تمزج التصميم بين التقاليد الأردنية والأذواق المعاصرة التي تجذب السوق وتسلب الضوء على تنوع الثقافة وتجدها. كذلك سيتم توفير المواد الخام محلياً من خلال القطاع الخاص كما ستخفف التكاليف من خلال الشراء بالجملة وتعزيز الحوافز الضريبية والإيرادات.

هذا وسيتم تعزيز القدرة الإنتاجية المحلية والمبيعات والتدريب والتصميم من أجل تقليص الاعتماد على الدعم الخارجي. وسيتم توفير التدريب على البيع بالتجزئة من أجل تحسين مهارات الإدارة والعمل والبيع وخدمة الزبائن وترويج المنتجات وعرضها بهدف خلق الطلب على منتجات الحرف اليدوية الأردنية. وسيتم إطلاق حملة وطنية لإشهار علامة "صنع يدوياً في الأردن" للتأكيد على الأصالة وتمييز المنتجات الأردنية عن المستوردة وإضافة قيمة من خلال الهوية الثقافية.

كما سيتم تطوير العلامات التجارية والصور المحلية بحيث تصبح معروفة بجودتها وتعكس الثقافة والبيئة والتاريخ المحلي وإنتاج الحرف القائم. وسوف يرافق الحملة الوطنية لإشهار العلامة التجارية حملة وطنية ترويجية لتثقيف السياح حول منافع شراء المنتجات التي تحمل علامة "صنع يدوياً في الأردن". وسيتم ربط بناء الوعي بالترويج الوطني للسياحة وسيجذب الشباب إلى القطاع من خلال المفاهيم الموجهة للشباب.

وسوف يكون للإستراتيجية أثر متعدد الجوانب. وتشمل المنافع المباشرة زيادة في مبيعات الحرفيين ودخلهم، وتوفير مجموعة واسعة من المنتجات القابلة للتسويق وتعزيز الوصول إلى السوق. أما المنافع طويلة الأمد فتشمل زيادة القدرة المحلية لإنتاج الحرف اليدوية الأردنية وبيعها؛ وتقوية الأسواق السياحية؛ وتحقيق فهم واضح وتقدير للحرف اليدوية الأردنية بين السياح؛ وتحسين مستوى المعيشة للأفراد المنخرطين في القطاع؛ بالإضافة إلى تعزيز حس الملكية لدى المجتمعات الأردنية المحلية لما تتمتع به من خصائص ثقافية وتاريخية.

وقد تم وضع خطة لثلاث سنوات لمواقع مستهدفة تم اختيارها كمواقع تجريبية من أجل البدء بتنفيذ المكونات المحلية للإستراتيجية. وهذه الخطة مشمولة في هذه الإستراتيجية.



أهمية قطاع الحرف اليدوية السياحي في الأردن

ينص "تقييم السوق العالمية الشامل للحرف اليدوية" الذي أصدرته الوكالة الأميركية للتنمية الدولية في عام ٢٠٠٦ على ما يلي:

اليوم، وفي كثير من الدول النامية، يُعد إنتاج الحرف اليدوية شكلاً رئيسياً من أشكال التوظيف ويشكل في بعض البلدان جزءاً هاماً من اقتصاد الصادرات. ويتوقع المراقبون في قطاع الحرف اليدوية أنه من غير المرجح أن يتراجع العدد المتزايد للأعمال الصغيرة التي تتحول إلى إنتاج للحرف اليدوية في المستقبل بشكل كبير. وقد تم على وجه التحديد اعتبار الحرفيين بوصفهم ثاني أكبر قطاع للتوظيف الريفي بعد الزراعة في كثير من مناطق العالم.

كما يفسر القائمون على إعداد التقرير التالي:

يجمع إنتاج الحرف اليدوية بين جميع قطاعات الاقتصاد العالمي الحديث- من قطاع ما قبل الصناعة والقطاع الصناعي وقطاع ما بعد الصناعة. وقد ازدهر الإنتاج الحرفي لأن منتجات الحرف اليدوية تطوي على مزايا فريدة منها: الحاجة إلى الحد الأدنى من رأس المال اللازم لبدء الإنتاج وساعات العمل المرنة وقدرة العمل من المنزل وحرية الفرد في إدارة عمله. وبخلاف كثير من أشكال العمل الأخرى، فإن الإنتاج الحرفي يمكنه أيضاً السماح بدرجة معينة من استقلالية العمل لأولئك الذين يمتلكون وصولاً محدوداً إلى الاقتصاد النقدي. وتمهد الحرف اليدوية بوصفها وسيلة لكسب الرزق الطريق أمام أصحاب المشاريع الريادية الخلاقين والمستقلين. وإضافة إلى ذلك، توفر الحرف اليدوية فرصاً للتوظيف الموسمي وتشغيل الأعمال الإنتاجية صغيرة النطاق، كما يعد القطاع في الغالب وظيفة تلقائية للمنتجين الذين تكون خيارات التوظيف أمامهم محدودة.

ويمكن لإنتاج الحرف اليدوية على وجه التحديد توفير الوظائف للنساء في الأرياف والمدن، كما يمكن النساء من العمل من المنزل بينما يعتنن بأولادهن ويتابعن مسؤوليات المنزل في الوقت ذاته. ويعتمد إنتاج الحرف اليدوية في كثير من الأحيان على المهارات التقليدية التي تنتقل عبر النساء والرجال من جيل إلى آخر. هذا بالإضافة إلى أنه في بعض الثقافات التقليدية تتقبل العائلة والمجتمع الوظائف القائمة على العمل من المنزل في قطاع الحرف اليدوية للنساء.





وتوجد علاقة طبيعية بين الحرف اليدوية والسياحة، حيث أن الاثنين مترابطان - بوجود المنفعة المتبادلة في إنشاء أحد القطاعين وترويجهم لدعم الآخر. ومن خلال شراء المواد المصنوعة محلياً، يُساعد السياح في استحداث الوظائف من أجل التنمية الاقتصادية المستدامة والترويج لها والعمل على تحسين الأحوال المعيشية للحرفيين ويشجعون النساء والفئات الأقل حظاً في المجتمع الذين ربما لا تتوفر لهم الوظائف الأخرى.

ويجلب زائرو بلد ما معهم فرص شراء تؤدي إلى إنتاج المواد المحلية التي تستبدل المنتجات المستوردة. ويرغب السياح بشراء شيء تذكاري وأصيل. وقد أصبح التعلم والمشاركة عاملين أساسيين في السفر كما ثبت من نجاح رحلات الدراسة والثقافة والرحلات ذات الاهتمام الخاص التي تركز على الحرف اليدوية. ولم يعد التسوق ببساطة مجرد شكل من الترفيه بل رابطاً للثقافة الأجنبية التي تُثري تجربة السفر بشكل كبير.

ويمكن للحرف اليدوية المرتبطة بالأنشطة مثل زيارة متاجر البيع بالتجزئة، والقرى الحرفية والمهرجانات المحلية، أن تزيد من معدل فترة الإقامة بإضافة يوم أو أكثر على مدة الرحلة وبالتالي زيادة أرباح العاملين في مجال السياحة وأصحاب الفنادق والمطاعم. وتعد الحرف وإنتاج الحرف في بعض الحالات عوامل جذب رئيسية للسياح. هذا بالإضافة إلى أن صناعة السفر قد اعترفت بأهمية ربط الحرف اليدوية بالسياحة من خلال الاستثمار في الحرف اليدوية كأثاث الغرف واستخدامها في ديكورات الردهات الأمامية للفنادق وقاعات الاستراحة والمنتجات والمطاعم. فإن الاستمتاع بجو تقليدي معزز بالإثارة البصرية من خلال الحرف يعد تكملة للمعلومات التاريخية للمواقع الأثرية.

ويشكل السياح في الأردن أكبر نسبة من المشتريين للحرف اليدوية في البلد. ويُقدر معدل الإنفاق على الحرف اليدوية بنحو ٧٠ ديناراً للعائلة الواحدة. ومن أشهر المنتجات الأقمشة والسيراميك والفضيفساء، ويقدر بأن نحو ٨٠٪ من الحرف اليدوية التي تعرض في المحلات السياحية مستوردة بالرغم من أن قانون السياحة الوطني ينص على وجوب عرض تجار التجزئة ٧٠٪ كحد أدنى من الحرف اليدوية في محلاتهم.

هذا وتعد إمكانية انتشار السوق فيما يتعلق بالحرف اليدوية واسعة النطاق، حيث يجد الحرفيون أسواقاً لمنتجاتهم ضمن مجتمعاتهم وعلى مستوى وطني بالإضافة إلى الأسواق الدولية. ووفقاً لتقرير نشرته مؤخراً الوحدة الخاصة التابعة لمؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية UNCTAD وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي UNDP حول التعاون فيما بين بلدان الجنوب: "إن السوق العالمية للفنون والحرف أخذت بالتوسع وهي جديرة بالاهتمام بشكل واضح؛ حيث ازدادت الصادرات العالمية بنسبة ٢١٪ خلال الفترة ما بين ٢٠٠٠-٢٠٠٥، من ١٧,٧ مليار دولار في عام ٢٠٠٠ إلى ٢٢,٢ مليار دولار في ٢٠٠٥. وتعتبر الفنون والحرف من أهم الصناعات الابتكارية للإيرادات المتأتية من الصادرات في البلدان النامية بالإضافة إلى وصفها عنصراً هاماً في صادرات البلدان النامية".

ويُساهم القطاع الحرفي في المغرب على سبيل المثال بستة مليارات دولار من الاقتصاد الوطني وينتفع منه ثلث السكان. ويتم تجديد الفنادق في المغرب بمعدل مرة كل سبع سنوات، وهي دورة توفر فرص هامة لتزوين القاعات العامة والمطاعم والغرف. وسوف يتم في السنوات الثلاثة المقبلة تجديد ٥٧ ألف غرفة وهو ما يعني الحاجة إلى ٢,٢٩ مليون متر من الأقمشة بقيمة مبيعات تصل إلى حوالي ٢٢ مليون دولار.

دور الحرف اليدوية في السياحة

نظراً للأزمة الاقتصادية العالمية الراهنة والعوامل الدولية الأخرى مثل مخاطر الصحة العالمية، فقد تراجعت السياحة العالمية بنسبة ٨٪ في الجزء الأول من عام ٢٠٠٩. وقد شهدت السياحة في الشرق الأوسط أعلى مستوى من التراجعات مقارنة بالمناطق الأخرى (١٨٪ مقارنة بعام ٢٠٠٨) بالرغم من أن سرعة التراجع تبدو أخذت بالتباطؤ. إلا أن الأردن يُصنف من الدول القليلة التي كانت نتائجها إيجابية للربع الأول من ٢٠٠٩. وقد ازداد إجمالي عدد السياح الوافدين بنسبة ٣,٢٪ في الربع الأول من عام ٢٠٠٨، مع زيادة عدد الزوار في اليوم نفسه بنسبة ٣,٥٪ بينما تراجعت الزيارات لليالي الواحدة لأقل من ١٪. كما ازداد التوظيف المباشر في القطاع بنسبة ١,٥٪ بينما ازدادت أعداد المحلات السياحية بنسبة ٣,١٪. وعلى الرغم من أن نمو قطاع السياحة في الأردن قد تباطأ، إلا أنه لا يزال يمثل قطاعاً هاماً للنمو.

نظرة عامة على قطاع الحرف اليدوية السياحي في الأردن

لقد تم إجراء العديد من الدراسات حول قطاع الحرف اليدوية الأردني في السنوات الماضية. وتجنباً للتكرار، فإن هذا التقرير لا يعيد ذكر نتائج هذه الدراسات بالكامل بل يقدم ملخصاً عنها. ويمكن رؤية قائمة بأسماء التقارير في الحواشي السفلية لهذا التقرير ونوصي القارئ بالرجوع إلى هذه التقارير للحصول على معلومات مفصلة حول قطاع الحرف اليدوية الأردني.

وتتنوع الحرف اليدوية التي يتم إنتاجها في الأردن وتشمل الحياكة والرسم على الزجاج وصناعة المجوهرات وفن صناعة الخزف والمطرزات والفسيفساء وصناعة السلال والمنتجات الخشبية. ولا يوجد سوى القليل من الإحصاءات الرسمية عن قطاع الحرف اليدوية في الأردن بالرغم من أن القطاع يقدم فرصاً جيدة لتوليد الدخل في القطاعات الرسمية وغير الرسمية. وعلى الرغم من أن الأردن لا يتمتع بسمعة قوية فيما يتعلق بالحرف اليدوية خارج البلد، إلا أن الحرف اليدوية المنتجة محلياً داخل الأردن تتمتع بأهمية كبيرة. وتلعب الحرف اليدوية المنتجة محلياً على وجه التحديد دوراً هاماً في الأسواق المحلية والسياحية. وقد لفت التعاون، الذي تم مؤخراً بين الحكومة الأردنية وجهات مانحة خارجية، النظر إلى قطاع الحرف اليدوية بوصفه جزءاً هاماً من إستراتيجية السياحة الأردنية الأخذة بالتطور بالإضافة إلى كونه آلية حيوية للنمو.



وينقسم القطاع إلى ثلاثة مستويات من المنتجين. ويشمل المستوى الأول مشاريع المنظمات غير الحكومية والجمعيات التعاونية. ويوجد العديد من المشاريع والمبادرات التعاونية المحلية والوطنية الممولة من منظمات غير حكومية في مجال الحرف اليدوية. وتشمل أكثر المنظمات بروزاً في تنفيذ برامج الحرف اليدوية الناجحة: الجمعية الملكية لحماية الطبيعة؛ ومؤسسة نور الحسين؛ ومؤسسة نهر الأردن؛ والصندوق الأردني الهاشمي للتنمية البشرية. ويميل هذا المستوى إلى العمل بعقلية خيرية وليست تجارية ويفتقر إلى التمويل في معظم الحالات. وعلى الرغم من أن المنتجين في هذا المستوى قد يكونوا ناجحين في إنتاج القطع إلا أنهم يواجهون صعوبة في الوصول إلى الأسواق الحيوية. ومن خلال مجموعة المنتجين هذه يتم التعاقد مع النساء لإنتاج القطع في منازلهن أو يتم توظيفهن في مراكز للإنتاج المركزي.



ويتألف المستوى الثاني من المنتجين من المشاريع بالغة الصغر والصغيرة. وتلعب هذه المجموعة دوراً أصغر في إنتاج الحرف اليدوية في الأردن ولكنها المجموعة التي تتمتع بأكبر احتمالية لتطوير القطاع وتنميته على المدى البعيد. وتميل مشاريع المستوى الثاني إلى تشغيل ما يتراوح بين ٢-٢٠ شخصاً وتكون احتمالية تسجيلها قانونياً أكبر. وتبيع منتجاتها لأسواق البيع بالتجزئة والجملة.



اليديوية بالتعاون مع وزارة السياحة والآثار“. ولكن لسوء الحظ لا تلبى هاتان المجموعتان احتياجات القطاع.

ويوجد بالإضافة إلى المنظمتين المذكورتين أعلاه عدد محدود من المنشآت التي تقدم خدمات الدعم في قطاع الحرف اليدوية. كما يوجد في الأردن العديد من المصممين الذين يتمتعون بخبرة واسعة في العمل مع المنتجين والقيام بأعمال التصميم للأسواق المحلية والسياحية والخارجية. ولكن يُذكر أنه لا يتوفر إمداد وفير من المصممين الماهرين وأن جهود التعاون مع أقسام التصميم في الجامعات غير كافية. ويوجد بالإضافة إلى المصممين الأفراد عدد من مراكز المجتمع المحلي التي تقدم حصصاً لتطوير التصاميم والمنتجات وتوفر دعماً للإنتاج.

ويشمل المستوى الثالث الحرفيين الأفراد الذين يعملون بشكل مستقل معظم الوقت أو ضمن مجموعات عائلية. وتشمل هذه المجموعة بشكل أساسي النساء اللواتي يعملن بشكل عام في القطاع غير الرسمي. ولا يكون الحرفيون مدرّبين بشكل رسمي كما لا يمتلكون فهماً كبيراً عن القضايا الهامة مثل التكاليف والأسعار. وتميل المبيعات بالنسبة لهذه المجموعة إما إلى البيع المباشر للسياح أو الناس الذين يعيشون في مجتمعاتها أو إلى البيع لتجار الجملة/التجزئة الذين يستغلون في كثير من الأحيان قلة خبرة الحرفيين.

ويوجد جمعيتان رئيسيتان للحرف اليدوية في الأردن. وتضم جمعية صنّاع الحرف التقليدية أصحاب الأعمال وموظفي ورش عمل الحرف اليدوية الرسمية. أما جمعية تجار الحرف اليدوية الأردنية فهي ”الهيئة الرسمية لترخيص منتجي وتجار الحرف

التحديات التي يواجهها قطاع الحرف اليدوية السياحي في الأردن

ثمة إمكانية كبيرة لقطاع الحرف اليدوية الأردني بأن يزيد حصته السوقية ضمن سوق السياحة الوطني وبأن يشكل جزءاً قيماً من إستراتيجية السياحة الوطنية. إلا أن هنالك حاجة لوجود جهد مركز لمعالجة مواطن الضعف في القطاع وسلبياته. ونذكر فيما يلي عدداً من التحديات الرئيسية كما تراها عدة جهات عاملة في القطاع.

الإفتقار إلى التنسيق في القطاع

يوجد افتقار إلى التنسيق ضمن القطاع على المستوى الوطني وهو ما يتسبب بتجزئة القطاع وتركه بدون إستراتيجية شاملة حول كيفية المضي قدماً. وتتنافس جهات فاعلة مختلفة، بما فيها المنظمات غير الحكومية والجمعيات التطوعية والتعاونية، على تمويل الجهود ومضاعفتها.

وقد قامت عدة وزارات حكومية، بما فيها وزارة الصناعة والتجارة ووزارة السياحة والآثار ووزارة التنمية الاجتماعية ووزارة الثقافة، بتمويل برامج الحرف اليدوية بدون تنسيق لأفضل الممارسات أو مشاركتها. كما نفذت الجهات المانحة الخارجية مشاريع بدون تنسيق أو ربط مع قطاع السياحة. كذلك لا تقوم جمعية صنّاع الحرف التقليدية وجمعية تجار الحرف اليدوية الأردنية بتلبية احتياجات القطاع بالكامل ولا تكون جهودهما في معظم الحالات مرتبطة بالجهود الأخرى في القطاع.

تزويد المواد الخام

يحتاج الحرفيون إلى إمداد متواصل من المواد الخام ذات الجودة العالية من أجل تلبية الطلبات وتطوير المنتجات الجديدة. ويتم استيراد معظم المواد الخام في الأردن وتكون باهظة الثمن وتفتقر إلى الجودة ولا تتوفر باستمرار. هذا ويتم فرض ضرائب بسعر قياسي وهو ما يساهم في رفع تكلفتها وبالتالي رفع تكلفة الحرف اليدوية المصنوعة محلياً. وبالرغم من أن بعض الحرف اليدوية يتم صنعها باستخدام مواد خام محلية مثل الصلصال وكميات محدودة من الصوف (على الرغم من أن الصوف المستورد أفضل من حيث النوعية)، فمن مصلحة المنتجين استعمال المواد المتوفرة محلياً في تصاميمهم ومنتجاتهم.

هذا ويوجد عدد قليل جداً من مزودي المواد الخام خارج عمان وبالتالي فإن التكاليف العالية لنقل المواد الخام التي يتم شراؤها من الخارج إلى عمان ترفع من التكلفة النهائية للمنتج.



تطوير المنتج وتصميمه

تحتاج القدرة التطويرية للمنتجات في قطاع الحرف اليدوية إلى تحسين من أجل تلبية طلب السوق للتصاميم الجديدة والموجهة للسياح. وباستثناء القليل من التصاميم، فإن أغلب التصاميم قديمة الطراز. وبترافق تطوير المنتجات بالنسبة لعدد من مجموعات الحرفيين بتقليد المنتجات الموجودة في السوق أو إنتاج قطع شبيهة بالمنتجات الأردنية في آسيا. ومن أجل تطوير القطاع من المهم تزويد الحرفيين والمصممين بالمعرفة والمهارات حتى يقدموا باستمرار التصاميم الجديدة والمدفوعة بالطلب.



وعلى الرغم من وجود مصممين مشهورين يعملون في قطاع الحرف اليدوية في الأردن، فلا يوجد عدد كافٍ من المصممين لتلبية الطلب في القطاع. ولا يتم تشجيع الطلاب على التركيز على قطاع الحرف اليدوية وذلك على الأغلب لأنهم لا يعتبرونه قطاعاً حيوياً للتوظيف.

وقد عبرت كثير من الجهات الفاعلة في قطاع الحرف اليدوية في الأردن عن الحاجة إلى مركز وطني للتصميم يعمل كنقطة مركزية لموارد التصميم والإنتاج في البلد. كما سيعمل مركز التصميم، بالإضافة إلى تغطية المعلومات الراهنة حول التوجهات والتصاميم

والأسواق والمواد الخام وأساليب الإنتاج، كمصدر للمعلومات المتعلقة بتقاليد الحرف اليدوية والتصاميم التقليدية في الأردن. وحتى يلبي مركز التصميم احتياجات القطاع، يجب أن يكون متاحاً للحرفيين ويوفر المحتوى الإلكتروني على شبكة الإنترنت، بالإضافة إلى تمكين الوصول إليه بشكل واسع أو توفير وحدة متنقلة له. وتتطلب مراكز التصميم هذه عادة استثماراً متواصلًا فهي لا تعد مستقلة ماليًا.

الإنتاج

لا تعد القدرة الإنتاجية في قطاع الحرف اليدوية كافية لتلبية طلب السوق المحلي. وتكون أساليب الإنتاج في كثير من ورش العمل قديمة و/أو غير فعالة ولا يكون معظم العاملين مدربين بشكل كافٍ على أساليب الإنتاج. وتزيد أساليب الإنتاج متدنية المستوى من سعر المنتج وتقلص الجودة. ومن المعوقات الأساسية في القطاع عدم إتقان اللمسات الأخيرة للمنتجات بالإضافة إلى عمر المعدات والأدوات المستخدمة في كثير من منشآت الإنتاج. وسوف تساهم المعدات وأساليب الإنتاج المحدثة كثيرًا في تحسين القدرة الإنتاجية وجودة المنتجات وفي تقليص التكاليف.

ضبط الجودة

يعد انعدام الجودة أو الجودة غير المتسقة من المشاكل البارزة في قطاع الحرف اليدوية في الأردن. ولا تكون المنتجات المصنوعة محلياً بنفس مستوى جودة البضائع المستوردة. وتبثق الجودة المتدنية من المواد الخام وأساليب الإنتاج متدنية المستوى بالإضافة إلى الافتقار إلى ضبط الجودة في ورش العمل المنتجين.

جاهزية السوق

لا تتمتع مؤسسات ومشاريع الحرف اليدوية بشكل عام بفهم قوي لما هو مطلوب للمشاركة بنجاح في سوق الحرف اليدوية. ولا يعني التسويق مجرد البيع، فمن المهم أن يفهم منتج وبنائعه الحرف اليدوية مجموعة من القضايا الهامة مثل تحديد التكاليف والأسعار، وتوجهات السوق، والعلاقة مع المشترين، والتعبئة والتغليف، والالتزام بمواعيد الطلبات وغيرها الكثير.

الوصول إلى السوق

تحتاج سلسلة الإمداد المحلية الخاصة بالحرف اليدوية إلى تعزيز حتى تحظى المنتجات المصنوعة محلياً بوصول أفضل إلى سوق السياحة. ويعد وصول السياح، كما هو الحال الآن، إلى المنتجات

اليديوية المصنوعة محلياً ضعيفاً إما لأن المنتجات غير متوفرة للسياح أو لأنها تُباع بجانب المنتجات المستوردة من دون تفرقة فيما بينها. ويمتلك معظم المنتجين وصولاً غير رسمي أو عشوائياً إلى سوق السياحة وليست لديهم فكرة واضحة عن الأمور اللازمة لتلبية متطلبات السوق. هذا ولا يتمكن تجار الجملة والتجزئة من الحصول على المنتجات من المنتجين المحليين بانتظام وبتكلفة معقولة.

مشاركة القطاع الخاص

يتم معظم إنتاج الحرف اليدوية في الأردن من خلال المشاريع فائقة الصغر التي تدعمها أو تديرها المنظمات غير الحكومية والمشاريع الممولة من جهات مانحة. وعلى الرغم من أن هذه المشاريع تحظى بمكانة داخل القطاع، فيمكن للقطاع الانتفاع من نهج يركز بشكل أكبر على مؤسسات الأعمال. وتتلقى مشاريع الحرف اليدوية فائقة الصغر والصغيرة الحد الأدنى من الدعم، ونظراً للمنافسة التي تفرضها المنتجات المستوردة زهيدة الثمن والافتقار إلى دعم التصاميم والوصول إلى السوق، فإن تشغيل مؤسسات أعمال مربحة للحرف اليدوية في الأردن يعد أمراً صعباً. ومع ذلك فإن مشاركة القطاع الخاص يعد أمراً هاماً وأساسياً لإستراتيجية طويلة الأمد لقطاع الحرف اليدوية.

التنافس مع المنتجات المستوردة الأرخص ثمناً

تشكل المنافسة التي تفرضها منتجات الحرف اليدوية المستوردة الرخيصة مشكلة عالمية وحقيقية جداً في الأردن. وتمتلئ المحلات السياحية بالمنتجات المصنوعة في آسيا وبلدان أخرى والتي تتنافس مع المنتجات المصنوعة محلياً بأسعار أقل وفي كثير من الأحيان بجودة أعلى وتصاميم أكثر جاذبية. وفي بعض الحالات، يتم تقليد التصاميم الأردنية التقليدية خارج الأردن بتكلفة أقل بكثير. ونظراً للهيكلة الرهن لقطاع الحرف اليدوية في الأردن، فمن الأرخص والأسهل بالنسبة لتجار الجملة والتجزئة الحصول على المنتجات من خارج البلد.

البيع بالتجزئة

ثمة نقص في معظم المناطق السياحية في المحلات السياحية التي تباع منتجات أردنية يدوية الصنع حيث تمتلئ معظم محلات البيع بالتجزئة، التي تستهدف سوق السياحة، بالمنتجات المستوردة وتكون غير مجهزة بالمنتجات الكافية وتفتقر إلى خدمة الزبائن

وفي كثير من الحالات لا تجذب اهتمام السياح بالكامل. وإذا تم عرض المنتجات المصنوعة في الأردن يتم بيعها بجانب المنتجات المستوردة. كما يتم في كثير من الأحيان إزالة ملصقات بلد المنشأ عن المنتجات المستوردة وبيعها على أنها منتجات مصنوعة في الأردن.

ويميل بائعو البسطات إلى بيع المنتجات المستوردة وهي بشكل عام لا تجذب السياح. وبالرغم من أنهم قد يتواجدون أحياناً في المناطق العامة المجاورة للمواقع السياحية، فهم لا يلبون بالكامل طلبات السياح ويمثلون إمكانية ضائعة للسوق.

وبالإضافة على ذلك، فإن الممارسة المعروفة بإعطاء عمولات عالية (تصل إلى ٤٠٪) للمرشدين السياحيين حتى يجلبوا المجموعات السياحية إلى محلات البيع بالتجزئة تعد مسألة مسببة للمشاكل من حيث أنها تؤدي بشكل كبير إلى زيادة النفقات التي يتحملها تاجر التجزئة وتؤثر على تنافسية المنتجات المصنوعة المحلية.

الافتقار إلى الهوية الأردنية

على الرغم من تمتع الأردن بتقاليد ثقافية قوية في مجال الحرف، إلا أن البلد يفتقر إلى هوية أو علامة تجارية متصلة. وتُعرف بعض مناطق الأردن بمنتجاتها المتميزة مثل الفسيفساء في مادبا والبسط في جرش، ولكن بشكل عام ثمة حاجة إلى مفهوم أقوى لنوع الحرفة التي تعد أردنية بحق. ويجب إعلام السياح بأنواع المنتجات التي تتخصص الدولة بها وما هي البضائع التي ينبغي عليهم شراؤها إذا أرادوا أخذ تذكارات فعلية عن الأردن إلى ديارهم.

الاهتمام المتناقص بالعمل في قطاع الحرف اليدوية

حصل تراجع على مدى السنوات الماضية في عدد العاملين في قطاع الحرف اليدوية في الأردن لاسيما بين الشباب. ويعود هذا في الغالب إلى عدم توفر الفرص المجدية لتوليد الدخل في القطاع بالإضافة إلى عدم وجود اهتمام في الإبقاء على تقاليد الحرف اليدوية. هذا بالإضافة إلى أن بيئة العمل في القطاع تُحيط المشاركة فيه، بما في ذلك عدم توفير الضمان الاجتماعي والتأمين الصحي.

ومن أجل الإبقاء على تقاليد الحرف اليدوية الأردنية فمن المهم عكس هذا الاتجاه بجذب الشباب إلى القطاع وبالتالى زيادة الربح. وعلى الرغم من أن الحرف اليدوية قائمة على التقاليد، فيمكن

للقطاع أن يصبح تقدماً جداً باستخدام التكنولوجيا المعاصرة في التصميم والإنتاج والمبيعات والتسويق. وتتوفر عدة أنواع من الفرص للمصممين والمهندسين وتجار الجملة/التجزئة (بمن فيهم تجار المواقع الإلكترونية) ومنتجي وموردي المواد الخام وخبراء المبيعات والتسويق بالإضافة إلى غيرهم الكثير.

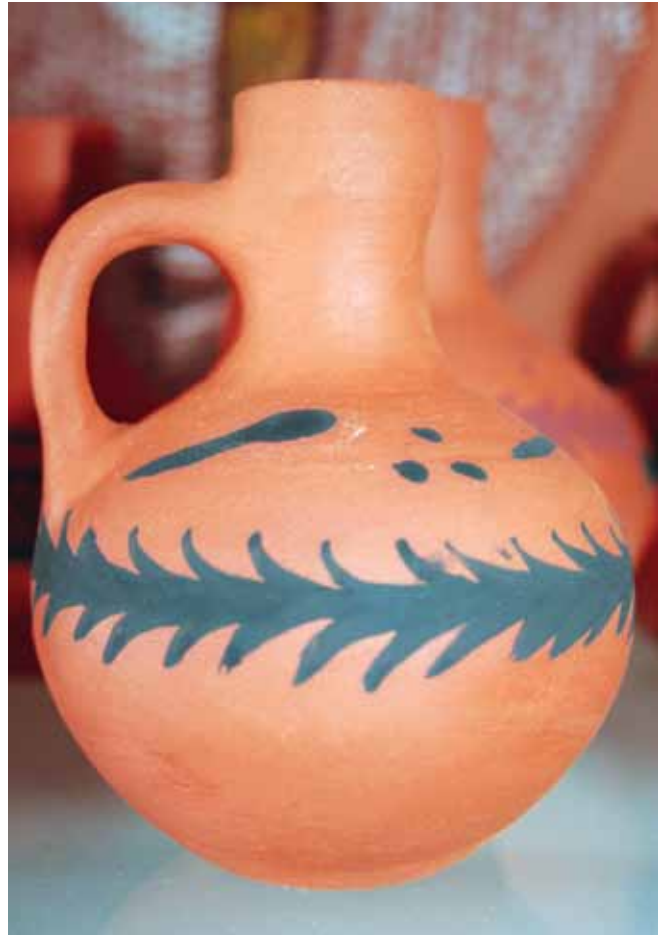
الحصول على التسهيلات الائتمانية

لقد تم اعتبار عدم القدرة على الحصول على التسهيلات الائتمانية في قطاع الحرف اليدوية مشكلة في الأردن. وتميل فترة القرض الخاصة بمنتج الحرف اليدوية إلى أن تكون أطول من تلك الخاصة بالمنتجين في القطاعات الأخرى. ويحتاج المنتجون إلى الحصول على التسهيلات الائتمانية من أجل تمويل شراء المواد الخام اللازمة لتلبية الطلبات. وفي كثير من الأحيان تمر ثلاثة إلى أربعة أشهر من الوقت الذي يشتري فيه المنتج المواد الخام حتى يدفع المشتري ثمن المنتج. وتعد الكثير من منتجات التمويل الصغير غير مناسبة لمنتجي الحرف اليدوية بسبب فترات القروض الطويلة. ويصعب على مؤسسات أعمال الحرف اليدوية تلبية طلب السوق والنمو من دون الحصول على التسهيلات الائتمانية.

الإطار التنظيمي

يفرض تطبيق النظام الحالي الذي يتناول قطاع الحرف في الأردن تحدياً في البلد. وتم وضع النظام رقم ٣٦ "نظام الحرف والصناعات التقليدية والشعبية والمتاجرة بها رقم ٣٦ لسنة ٢٠٠٢" لغرض: (١) حماية منتجات الحرف اليدوية الأردنية والحرفيين؛ (٢) وضمان حماية إرث التقاليد والثقافة الأردنية بما فيها المنتجات والتصاميم وأساليب الإنتاج؛ (٣) وأخيراً لدعم قطاع الحرف الذي يؤثر مباشرة على تجربة السياح. ويصعب في الوقت الراهن تطبيق النظام حيث يتم بانتظام استيراد المنتجات التي يوضع عليها علامة "صنع في الأردن".

وتكشف الدراسات الدقيقة أنه يجب إجراء تحسينات على النظام من أجل ضمان تطبيقه. وإن المصادقة على منتج ما بأنه مصنوع يدوياً بجودة عالية، ووضع علامة "صنع في الأردن"، ومنح التراخيص للإنتاج المصنوع يدوياً تعد جميعها قضايا هامة مستمدة من النظام وتتطلب تعريفاً أدق وتطبيقاً منا.



الإستراتيجيات الرئيسية لتطوير قطاع الحرف اليدوية

سوف ينتفع قطاع الحرف اليدوية في الأردن بشكل كبير من وجود خطة إستراتيجية وطنية متسقة ومن هيكل منظم يركز على خلق الطلب وترويج المنتجات الأردنية المصنوعة محلياً في سوق السياحة الأردني. ويقدم الهيكل غير الرسمي الراهن والمستويات والأنواع المتعددة من الجهات الفاعلة المعنية في قطاع الحرف اليدوية فرصة للنمو الجوهري. وتقدم هذه الوثيقة إستراتيجية شاملة عن كيفية تقوية قطاع الحرف الأردني من أجل تلبية احتياجات سوق السياحة بشكل عام. هذا وتستهدف الإستراتيجية جميع الجهات الفاعلة في قطاع الحرف اليدوية لاسيما المستويات الثلاثة من مجموعات المنتجين. كما تقدم هذه الإستراتيجية خطة عمل توضيحية للمناطق الأربعة المستهدفة وهي وادي رم ووادي موسى وعجلون والسلط.

لقد تم الوصول إلى هذه الإستراتيجية من خلال عملية تشمل الأردنيين على مستويات قطاع الحرف اليدوية كافة. وتم تشكيل لجنة توجيهية لتطوير الحرف اليدوية السياحية من أجل إعداد هذه الإستراتيجية، وعُقدت سلسلة من الاجتماعات لمناقشها وإنهائها. بالإضافة إلى ذلك، تم إجراء تقييمات لمنشآت الإنتاج والتسويق في المواقع الأربع المستهدفة وهي وادي موسى ووادي رم والسلط وعجلون. كما عُقدت ندوتان في عمان مع أصحاب المصلحة والتي نتج عنها ملاحظات على مسودة الإستراتيجية.

الرؤية الإستراتيجية

لقد أبدت عدد من المنظمات غير الربحية البارزة اهتماماً بقطاع الحرف اليدوية على مدى السنوات العشرين الماضية وبذلك ساعدت المنتجين على فهم إمكانية توليد الدخل في القطاع وأدت إلى زيادة الإنتاج وتوفير نطاق واسع من المنتجات في الأسواق المحلية. وقبل ذلك الوقت؛ كان معظم الإنتاج يُصنع منزلياً وللاستخدام الشخصي فقط. هذا وقد ازداد عدد أصحاب المشاريع الريادية لكنهم غير مرتبطين بشكل جيد بالمنتجين الأردنيين ويميلون إلى الاعتماد على المنتجات المستوردة لتحقيق الربح. كما أن استدامة منشآت المجتمع المحلي التي تنتج القطع الأردنية وتبيعها تفرض تحدياً. ويُستمد الدعم المقدم للقطاع في الغالب من عمان من دون وجود بناء محلي كاف للقدرات التي بخلاف ذلك تمكن من الوصول إلى الاكتفاء الذاتي على مستوى المجتمع المحلي.

لقد تم إعداد هذه الإستراتيجية لمعالجة التحديات المذكورة أعلاه ولتحقيق الربح والاستدامة في القطاع. وتتطوي هذه الرؤية الإستراتيجية على أن قطاع الحرف اليدوية سوف يزدهر خلال السنوات الخمسة المقبلة على كلا





الصعيدين الوطني والإقليمي وأن منتجات الحرف اليدوية سوف تتوفر بشكل واسع للسياح، وأن المجتمعات ستشعر بحس متزايد من المشاركة والملكية في قطاع السياحة نظراً لتحسن المستويات المعيشية، وأن الشراكات سوف تتمحور على منظمات الإنتاج والتسويق للعمل معاً لأجل مصلحة القطاع. وبالإضافة إلى ذلك، سوف يتم تمكين النساء كرياديات وصانعات قرار في سلسلة القيمة الخاصة بالحرف اليدوية.

وتشمل الرؤية الخاصة بالمواقع الأربع المستهدفة المكونة من عجلون والسلط ووادي موسى ووادي رم إنشاء مؤسسات أعمال ومنظمات مستدامة تتخبط في الفئات المتعددة لقطاع الحرف اليدوية. وسيكون هناك طلب كبير على المنتجات المصنوعة محلياً، وستصبح كل منطقة معروفة بخطوط الإنتاج الخاصة بها بناء على ثقافتها وبيئتها وإرثها؛ كما سيبرز كل موقع اقتصاداً حيويًا للحرف اليدوية.

وسيكون أثر هذه الإستراتيجية متعدد الجوانب حيث ستشمل النتائج المباشرة زيادة في عدد الحرفيين المدربين وتحسين المنتجات وزيادة المبيعات وتقوية الأسواق.

أما المنافع طويلة الأمد فسوف تشمل اعتماداً أقل على المساعدات الخارجية؛ وتقريباً واضحاً للسياح بين المنتجات المصنوعة محلياً في الأردن وغيرها؛ وتحقيق قدرة على التصميم وهوية محلية؛ بالإضافة إلى مشاركة المجتمعات المحلية في العملية.

التنسيق الوطني

لأجل تنفيذ خطة إستراتيجية وطنية منسقة ولجعل جميع أصحاب المصلحة المتعددين العاملين في قطاع الحرف اليدوية منسجمين مع الإستراتيجية، يجب تحديد أو إنشاء هيئة منسقة بين الجهات الفاعلة الراهنة بوصفها هيئة مستقلة تصل إلى المستويات الإقليمية والوطنية.

وستكون الوظيفة الرئيسة للهيئة المنسقة تقديم الدعم للقطاع من خلال التنظيم والتدريب ودعم التصميم والإنتاج وتسويق التسويق ودعمه والترويج وجمع المعلومات ونشرها والمساعدة في الحصول على التمويل لمؤسسات أعمال الحرف اليدوية. كما ستقوم الهيئة المنسقة بتحديد أدوار أصحاب المصلحة المتعددين (المنتجين وتجار التجزئة والحكومة وغيرهم) من أجل تحسين التنسيق الكلي. كما يجب إيلاء اهتمام خاص بمسألة عمولة المرشدين السياحيين التي تكون مرتفعة جداً بحيث تشكل عاملاً مثبطاً لتجار التجزئة في بيع المنتجات الأردنية. كما تحد الممارسة من بروز عديد من تجار التجزئة الذين لا يدفعون العمولات أو لا تتوفر لديهم أماكن اصطفاك كافية للحافلات السياحية. ويمكن تنظيم العمولات بالتعاون مع وزارة المالية وتطبيقها من قبل جمعية أدلاء السياح الأردنية.

ويمكن أن تعمل الهيئة المنسقة كذراع قيادي "لاتحاد" أو جمعية وطنية تمثل قطاع الحرف اليدوية وتقدم الدفاع والتأييد له. ويجب أن تبدأ المبادرة على المستوى الإقليمي وتتدرج من المستويات الصغرى وذلك بتحديد المنشآت المحلية لضمان تمثيلها بشكل جيد منذ البداية.

ويجب على الهيئة الاعتراف بجميع الجمعيات الراهنة (مثل جمعية صنّاع الحرف التقليدية وجمعية تجار الحرف اليدوية الأردنية) والمنظمات غير الربحية (مثل مؤسسة نور الحسين والصندوق الأردني الهاشمي للتنمية البشرية) والجامعات وورش عمل الإنتاج الخاصة ومجتمعات المجتمع المحلي والمنظمات والجمعيات التعاونية والمنتجين المستقلين والمتخصصين في التصميم والتسويق من أجل الحصول على تمثيل فعال وتكوين علاقات على كافة الأصعدة. كما يجب أن تحظى الهيئة المنسقة بالتمثيل الحكومي مثل وزارة السياحة والآثار ووزارة المالية وزارة الصناعة والتجارة. فإن مثل هذه الشراكة من شأنها ضم المنشآت المتعددة معاً في صوت جماعي واحد بحيث تشارك جميعها بتحديات وحلول واحدة. وينبغي مبدئياً فتح باب العضوية وجعله مرناً حتى تتمكن الهيئة من ضم أكبر عدد ممكن من الأفراد.

كما ينبغي إتاحة الفرصة لانضمام المنتجين الذين يعملون في المنزل ومنتجي المجتمع المحلي والمنتجين الريفيين والنساء لضمان تمثيل آرائهم بالشكل الجيد. ويمكن تشكيل لجنة للنظر



كلتا الرابطتان قطاع الحرف اليدوية الوطني لديها بتقديم الدعم والتدريب والخدمات الفنية وروابط السوق. وتعد هاتان الرابطتان منظميتين غير ربحيتين تتمتعان بالاستدامة الذاتية وتستمدان تمويلهما من رسوم العضوية ورسوم الخدمات. كما تقوم هاتان الرابطتان بتنفيذ المشاريع.

ويمكن اعتبار غرفتي التجارة والصناعة في الأردن واللتين تتعاونان مع المصنعين والتجار وتمثلانهم نموذجاً جيداً بالاهتمام والدراسة. كما يجدر التفكير بتأسيس هيئة شبه حكومية لتنسيق أنشطة القطاع بحيث تتألف من المنشآت المتعددة المذكورة أعلاه.

وكما هو مشار إليه، فإنه ينبغي على الهيئة المنسقة تقديم الدعم على المستويين الوطني والإقليمي من أجل الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المجموعات والأفراد في القطاع. وفيما يلي مجموعة من الأنشطة الرئيسية التي يمكن أن تقوم بها هيئة منسقة فاعلة. وسيتم تحديد الأنشطة الخاصة عند تعريف رسالة المنشأة:

- **إشهار العلامة التجارية:** مسؤولية تطوير علامة تجارية وطنية تحمل علامة "صنع يدويا في الأردن" وترويجها. وسوف توفر العلامة التجارية الوطنية هوية للحرف المصنوعة يدويا في الأردن والتي تعكس الثقافة الأردنية وتستهدف سوق السياحة. كما سيتم خلق هويات إقليمية تعكس ثقافة المواقع المحلية وبيئتها وصورتها التاريخية بالإضافة إلى الجودة؛

في القضايا القانونية المرتبطة بتأسيس الهيئة مع تخصيص إطار زمني محدود جداً للتمكن من المضي قدماً في العملية بأكثر سرعة وفعالية ممكنة.

وتوجد أمثلة كثيرة على الهيئات الوطنية المنسقة لقطاع الحرف اليدوية التي يجب أن تقوم عليها أي منشأة في الأردن. وتشمل الأمثلة على المنشآت المعروفة التي ترعاها الحكومة:

المؤسسة الوطنية للحرفيين التونسيين (ONAT) في تونس والمؤسسة الوطنية لتشجيع الحرفيين في المكسيك (FONART). وتدعم كلتا المؤسستان القطاع الحرفي من خلال دعم الإنتاج والتصميم والتسويق. كما تمثلان الصوت الرسمي للقطاع الحرفي على الصعيدين الوطني والدولي.

وتحظى المؤسسات بالتمويل الكافي وبالتزام الحكومة الوطنية كجزء من التزام وطني لقطاع الحرف اليدوية. وقد أسست منظمة حرفيي كولومبيا الحكومية شبكة واسعة تتألف من مئات المصممين الذين يعملون مع مجموعات الحرفيين في أنحاء الدولة. كما يُشغلون محلات للبيع بالتجزئة ويصدرون للأسواق الدولية.

وتوجد بالإضافة إلى المنشآت التي ترعاها الحكومة هيئات غير حكومية منسقة مثل رابطة المصدرين في غواتمالا (AGEXPORT) ورابطة المصدرين في البيرو (ADEX). وتقوى

وتشجيع وجود نظام لأجل دعم القطاع وحمايته بالإضافة إلى دعم الحوافز الضريبية والإعفاءات على المواد الخام وعلى مبيعات المنتجات النهائية للزبائن.

كما يمكن للهيئة المنسقة أن تقترح تحسين المناهج الحالية وتحديثها للمستويين الأساسي والثانوي من أجل رفع الوعي حول الحرف اليدوية من منظور ثقافي واقتصادي أيضاً. ويمكن أيضاً اعتماد التدريب المهني ك مكون في حصص الفنون. وينبغي التشاور مع منتحي ومسوقي منتجات الحرف اليدوية في القطاع الخاص من أجل الاستعانة بخبراتهم في تطوير مثل هذه المناهج.

وسوف يتمثل أثر تأسيس مثل هذه الهيئة المنسقة في التسهيل المنسق لدعم القطاع وخدماته في مجالات التصميم وتطوير المنتج والتدريب المتعلق بالأعمال والسوق والوصول إلى السوق؛ ووجود نظام محسن من أجل حماية القطاع وتشغيله؛ والربط الفعال بقطاع الحرف اليدوية وترويج الحرف اليدوية للسياح بشكل أفضل؛ وزيادة القدرة على الوصول إلى الخدمات المالية؛ وتكوين هويات مميزة للمنتجات في الأردن. وتشمل النتائج المترتبة على إنشاء الهيئة زيادة في المبيعات وفرص العمل نتيجة لتعزيز الوصول إلى السوق.

الإطار التنظيمي

ينبغي وضع إطار قانوني تابع للسلطة الكلية لوزارة السياحة والآثار بحيث يشجع منتجي الحرف اليدوية الأردنية ويحميهم. وإن أي قانون يتقيد بالدستور ويكمل قوانين العمل الراهنة وغيرها ينبغي عليه أن يعزز إنتاج الحرف الأردنية المصنوعة يدوياً وبيعها ويشجع المنافسة. ويجدر تصميم الإطار القانوني بصورة تشجع المنتجين الذين يعملون في المنزل والقرى والمجتمعات الأقل حظاً والنساء بالإضافة إلى الوحدات الإنتاجية التي تعمل على نطاق أوسع ومحلات التسويق. كما يجب على الإطار الترويج لمؤسسات أعمال الحرف اليدوية بدلاً من الحد من ظهور مؤسسات أعمال جديدة من خلال فرض القيود المشددة.

هذا ويجب الاعتراف بأن الثقافات ديناميكية ومتغيرة وأن تطوير منتجات جديدة يمكن أن يعكس إرثاً وتقليداً ثقافياً أردنياً من دون الحاجة إلى تقليد المنتجات القديمة.

• **التدريب:** رعاية الأنشطة التدريبية وتنفيذها في مجالات التصميم وتطوير المنتج والإنتاج وجاهزية السوق وتطوير الأعمال؛

• **دعم التصميم والإنتاج:** العمل كمركز لمعلومات التصميم والإنتاج والدعم. تأسيس مركز رئيسي للتصميم والتدريب ومكتبة للتصميم ومركز مرجعي في مركز التدريب المهني في السلط، بالإضافة إلى مراكز إقليمية لتسهيل وصول الأفراد إلى الخدمات في أنحاء البلد. ووضع نظام إحالة إلى خبراء التصميم والإنتاج الوطنيين والدوليين؛

• **التسويق والمبيعات:** تنفيذ إستراتيجية تسويقية للحرف اليدوية في قطاع الحرف اليدوية. رعاية الفعاليات المحلية والوطنية وتنفيذها مثل المعارض والمهرجانات التجارية. المسؤولية العامة عن تسويق قطاع الحرف اليدوية والفعاليات السياحية الوطنية والمحلية؛ بالإضافة إلى إنشاء قاعدة بيانات لمنتجي الحرف اليدوية تشمل كشوف ونشرات محدثة عن المنتجات؛ موقع وطني إلكتروني و المعرض الوطني و الجائزة الجائزة الوطنية.

• **روابط السوق:** تنفيذ برنامج يركز على تكوين روابط عمودية وأفقية في قطاع الحرف اليدوية. وتسهيل تكوين العلاقات بين تجار التجزئة والمنتجين بالإضافة إلى رعاية الأسواق الحرفية المفتوحة للسياح؛

• **معلومات القطاع:** تأسيس قواعد بيانات لتتبع المعلومات الخاصة بقطاع الحرف اليدوية بما فيها المعلومات المتعلقة بالمبيعات والبائعين ومحلات البيع بالتجزئة والإحصائيات عن منشآت الأعمال الحرفية وإحصائيات التوظيف وغيرها. هذا بالإضافة إلى نشر المعلومات المتعلقة بالقطاع حول أنشطة التدريب والفعاليات وفرص التسويق وخيارات التمويل؛

• **الحصول إلى التمويل:** تسهيل حصول قطاع الحرف اليدوية على التمويل؛

• **التأييد والدفاع:** الدفاع عن القطاع وتأبيده لدى الحكومة،

كذلك يجب تعديل النظام رقم ٢٦ للعام ٢٠٠٢ وتنفيذه. وسوف يوفر النظام مرونة في تعريف الحرف اليدوية؛ ويشجع الإبداع والابتكار؛ ويقدم الحوافز لتجار التجزئة لأجل دعمهم لنسبة عالية من المنتجات الأردنية؛ ويوفر أساليب لتعريف السياح بهؤلاء التجار بوضوح؛ ويمنح التراخيص للمنتجين لوضع علامة "صنع يدوياً في الأردن" على منتجاتهم؛ وينص على سقف لمبلغ العمولة الذي يمكن أن يأخذه المرشد السياحي أو سائق الحافلات السياحية من تجار التجزئة.

كما يجب أن ينص النظام بوضوح على إطار زمني لتقديم طلبات الحصول على المنتج وقبولها من قبل الحكومة. كما يمكن أن يشمل النظام أنظمة تتعلق بعمولات المرشدين السياحيين - تحديد سقف أو حظر تام. وسوف يكون إنفاذ الأنظمة الراهنة والتشريع الجديد أساسياً في تطوير إطار تنظيمي لدعم قطاع الحرف اليدوية. ويشمل الأثر المترتب على تنفيذ التشريع بالنسبة لقطاع الحرف اليومية زيادة في حصة المنتجات الأردنية في سوق السياحة وتعزيز قدرة السياح على تحديد مزودي المنتجات الأردنية.

المساواة بين الجنسين

إن الجهود الوطنية والإقليمية ستمكّن المرأة وتزيد من مشاركتها عند جميع مستويات قطاع الحرف اليدوية، بما في ذلك النساء المنتجات وصانعات القرار.

ويستحدث إنتاج الحرف اليدوية الوظائف للنساء في الريف والمدينة على حد سواء حيث يمكنهم العمل في المنزل بينما يعتنون بأطفالهم ويؤدون مسؤولياتهم المنزلية في الوقت ذاته.

ويستخدم الدخل الذي تحقّقه النساء من هذه الأعمال في تسديد المصروفات المنزلية والعائلية ويعدّ مصدراً رئيسياً في الحصول على مستوى أفضل من الرعاية الصحية والتعليم ويساهم في تحقيق الرفاهية بشكل عام. وبالإضافة إلى ذلك، هناك نسبة كبيرة من المنتجين الحرفيين من الرجال، مما يعني أن النساء سيكّن مستفيدات هامات من الاستثمار في هذا القطاع.

كما تحتاج النساء الأرامل أو النساء اللواتي يقمن بإدارة منازلهن لوحدهن أو برعاية عائلتهن في غياب أزواجهن إلى المنافع

الاجتماعية والاقتصادية التي توفرها الوظائف القائمة على العمل في المنازل أو منظمات المجتمع المحلي. وتشير الإحصاءات إلى أن تزايد الطلب على الحرف اليدوية يعزز الأمن والاستقلال المادي للنساء.

ومن شأن المشاركة في مؤسسات الحرف اليدوية أن تمكّن النساء من أن يصبحن قادة في المجتمع وصانعات قرار في حقل مألوف وشائع. وإن بعض النساء اللاتي يبدأن كحرفيات يصبحن مدربات للحرفيات الأخريات ويتبوأن بعد ذلك وظائف إدارية في ذلك القطاع.

كما قد تصبح النساء المناصرات لقطاع الحرف اليدوية أصواتاً هامة تمثل القطاع عن طريق منظمات المجتمع المحلي. وستساعد الإستراتيجية الوطنية للنساء في التحول إلى ناشطات في الهياكل والعمليات الاقتصادية والسياسية في مجتمعاتهن.

ويكمن الهدف من التحدي القائم في الألفية الثالثة في الترويج للمساواة بين الجنسين وتمكين المرأة. وتتيح الإستراتيجية الوطنية فرصاً هامة للمرأة ينبغي أخذها بعين الاعتبار لدى صياغة السياسات وعقد الدورات التدريبية وتطوير الأعمال.

كذلك، يشمل تأثير الجهد الكلي في مجال المساواة بين الجنسين رفع مستوى تمكين المرأة وتعزيز قدرتها عن طريق سلسلة القيم في قطاع الحرف اليدوية؛ وتمكين المرأة كمنافسة في العمل؛ ورفع مستوى توظيف ودخل المرأة؛ وخلق أدوار قيادية للمرأة في القطاع.

التصميم والجودة

يتطلب نجاح مؤسسات الأعمال في قطاع الحرف اليدوية طرح منتجات جديدة مصممة بما يتواءم والأسواق المستهدفة. حيث يعتبر استحداث تصاميم جديدة لسوق العمل، مستهدفين بذلك أسواقاً محددة، الوسيلة الأهم والأنسب لكي تكون تلك المنتجات تنافسية. وفي سبيل ضمان أن تكون خطوط الإنتاج الأردنية موجهة حسب السوق ولكي تستجيب للطلب المتزايد عليها في سوق السياحة، تحتاج قدرات التصميم المحلية الحالية إلى التحديث والتطوير.

ولذلك، ينبغي جلب خبراء تصميم دوليين من أوروبا الغربية ومنطقة الخليج (وغيرها من الدول حسب المكان الذي يأتي منه السياح) للعمل مع المصممين ومجموعات الحرفيين المحليين لتطوير منتجات مدفوعة بالطلب لسوق السياحة.

أنماط التصميم

ستجمع التصاميم ما بين الأشكال الزخرفية التقليدية المستمدة من الثقافة الأردنية والأذواق المعاصرة المطلوبة في السوق والتي تضيف ميزة تنافسية للمنتجين الأردنيين. ومن المهم أن نفهم هنا أن كلمة "تقليدي" لا تعني عمل نسخ جديدة من المنتجات التاريخية، بل تشير إلى الأشكال الزخرفية والرسومات والمهارات ذات الطابع الأردني. ومن الممكن أن تنطبق هذه الصفات على المنتجات المتداولة والمطلوبة في السوق أو أن يتم دمجها مع التصورات المعاصرة لتطوير منتجات تناسب ذوق المستهلك. وتأخذ عملية تطوير منتجات مدفوعة بالسوق بعين الاعتبار الثقافة كعنصر ديناميكي ومستمر في المتطور.

مراكز التصميم

في سبيل الاستمرار في إعداد تصاميم مدفوعة بالسوق، يجب أن يسمح لمؤسسات الحرف اليدوية بالوصول إلى المعلومات المتعلقة بالتصميم وتوجهات السوق. وتستطيع مراكز التصميم الإقليمية المرتبطة على الأرجح بكليات الفنون والتصميم في الجامعات استكمال الأنشطة عن طريق الهيئة المنسقة الوطنية ودعم العمل المنجز في مراكز التدريب الإقليمية كمرکز التدريب المهني في السلط مثلاً. وتملك مراكز التصميم مواد مرجعية في مجال التصميم مثل الكتب والمجالات والأنماط ومخاليط الألوان وصور المنتجات والعينات الفعلية والعينات الكلاسيكية القديمة لتستخدم كمرجع إلى الأشكال الزخرفية التقليدية وغيرها. وينبغي التركيز بشكل خاص على الأدوات المرئية والمناهج المكتوبة والرسمية التي تتناسب مع مؤهلات كافة الحرفيين بصرف النظر عن مستوى تعليمهم. كما ينبغي أن تعدّ هذه المراكز مادة إلكترونية على شبكة الانترنت وتشفأ وحدة متنقلة تستخدم في الوصول إلى الحرفيين في مجتمعاتهم المختلفة. ويمكن الحفاظ على استدامة واستمرارية مراكز التصميم من خلال الدعم الجماعي الذي تقدمه كل من الحكومة والجهات المانحة والجامعات بالإضافة إلى الرسوم المتحصلة من الخدمات المقدمة.



التصميم وتطوير المنتجات

في سبيل تحسين القدرات والإمكانيات في مجال التصميم وتطوير المنتجات في القطاع، ينبغي عقد برنامج متعدد الفئات لبناء القدرات يشمل المصممين الحاليين والمصممين من الطلاب ومجموعات المنتجين وفي بعض الحالات تجار التجزئة والجملة. وينبغي في بداية البرنامج إقامة ورش عمل تدريبية متخصصة لكل من مجموعات الحرفيين والمصممين الحاليين وطلاب التصميم. ومع تقدم البرنامج، ينبغي جمع المصممين ومجموعات الحرفيين معاً بهدف بناء علاقات عمل تتمحور حول تطوير المنتجات وذلك على شكل جهد تعاوني مشترك.

وسيكون تصميم وتطوير المنتجات موجهاً نحو السوق ومدفوعاً بالطلب عليها.

الإنتاج

تحتاج طرق الإنتاج المتبعة في الأردن إلى التحديث والتطوير وذلك عند طريق تقديم دورات تدريبية واستشارات متخصصة تتمحور حول تحسين طرق الإنتاج الحالية واستحداث طرق جديدة. وعلاوة على ذلك، فإن المساعدات على شكل منح أو قروض لشراء أدوات ومعدات جديدة تسمح لمجموعات الحرفيين بتحديث طرق الإنتاج والعمل بشكل أكثر كفاءة وفعالية وتطوير منتجات ذات جودة أعلى.

المواد الخام

رغم قلة المواد الخام المحلية نسبياً المستخدمة في إنتاج الحرف اليدوية الأردنية، إلا أنه من المهم أخذ المواد المتوفرة بعين الاعتبار وتطوير المنتجات باستخدام المواد المحلية. ويملك مصممو الحرف اليدوية الخبراء المقدرة على التعامل مع المواد المحلية وتعليم الحرفيين كيفية تعديل منتجاتهم باستخدام مواد سهلة المثال. ويرتبط ذلك على وجه التحديد بالمواد المدورة، وهو توجه عالمي ازداد شيوعاً إلى حد ما في الآونة الأخيرة.

ولذلك، يجب تمكين منتجي الحرف اليدوية من الوصول إلى المواد الخام المحلية دون الحاجة إلى المجيء إلى مدينة عمّان لشراؤها. كما يمكنهم العمل كمجموعة واحدة مع تجار التجزئة لتلبية حاجاتهم الشهرية والموسمية من المواد الخام حيث يقوم تجار التجزئة بتخزين كميات مناسبة من المواد المطلوبة.

وتعتبر الضرائب المفروضة على المواد الخام المستوردة إلى الأردن مشكلة يواجهها قطاع الحرف اليدوية، حيث ينتج عن تكاليف الاستيراد رفع أسعار المنتجات النهائية، الأمر الذي يحدّ من قدرة الحرف اليدوية المصنوعة محلياً على منافسة المنتجات المستوردة.

وبالإضافة إلى ذلك، ينبغي أن تقوم الهيئة المنسقة الوطنية المشار إليها آنفاً بحل مشكلة المواد الخام المستخدمة في إنتاج الحرف اليدوية وذلك عن طريق مساعدة المنتجين على تحديد البائعين الموثوقين وتسهيل عملية استيراد المواد الخام بكميات كبيرة من خلال اتخاذ ترتيب تعاوني ما بين الحرفيين للمساعدة في تخفيض الأسعار.



كما ينبغي البحث في مسألة الرسوم الجمركية المناسبة المفروضة على المواد الخام المستخدمة في إنتاج الحرف اليدوية.

وسيشمل تأثير مبادرة التصميم والجودة ما يلي:

رفع مستوى المعرفة والمقدرة في مجال التصميم؛ وإنشاء مؤسسات إقليمية لدعم التصميم؛ وزيادة الإنتاجية وتخفيض تكاليف الإنتاج؛ وزيادة المبيعات نتيجة لابتكار تصاميم موجهة نحو السوق وانخفاض تكاليف الإنتاج؛ والوصول الإقليمي إلى المواد الخام ذات الجودة العالية؛ وانخفاض تكاليف المواد الخام نتيجة لشراء كميات كبيرة والتخفيضات على الضرائب.

بناء المهارات والقدرات

التصميم والإنتاج

بالإضافة إلى تطوير منتجات جديدة وتحسين المنتجات الحالية من خلال الحصول على استشارات في مجالي التصميم والإنتاج، فمن المهم أن تفهم وتدرك مجموعات المنتجين عملية تطوير المنتجات بشكل أفضل لكي تستطيع تحديث وتطوير تصاميمها باستمرار. ويعتبر البرنامج التدريبي الشامل الذي يتمحور حول مواضيع مثل عناصر التصميم الأساسية والألوان وتحليل توجهات السوق وطرق الإنتاج وغيرها عنصراً أساسياً في بناء القدرات في القطاع.



برنامج إرشاد وتوجيه المصممين

يشرك برنامج إرشاد وتوجيه المصممين من الطلاب والمصممين الأردنيين المعروفين في كامل عملية تطوير وتصميم المنتجات، وذلك ابتداءً من الأبحاث المتعلقة بالسوق وإعداد الإستراتيجية وحتى تطوير النماذج النمطية والعينات وتحديد التكاليف والأسعار والمشاركة في العروض التجارية وطرح المنتجات. ويلعب المشاركون في البرنامج دوراً فاعلاً في مجموعة من الندوات التي تعقد في الأردن حول التصميم وقد يحضروا اجتماعاً حول التصميم وذلك فيما يتعلق بمعرض تجاري قائم في أوروبا أو منطقة الخليج لكي يفهم ويستوعب المصممون بشكل أفضل السوق الذي يعلمون على ابتكار التصاميم له. وسيبحث هذا البرنامج على إنشاء علاقات عمل بين المؤسسات والمنتجين والمصممين الناشئين وأصحاب المشاريع الريادية الذين يشكلون عاملاً أساسياً في ضمان إيجاد سلسلة قيم مستدامة في قطاع الحرف.

التدريب في مجال إدارة الأعمال

تخضع حاجات المشترين والأسواق للتغيير باستمرار. ومن خلال تنفيذ برنامج يشمل التدريب في مجال إدارة الأعمال والمهارات ذات العلاقة والتصميم والإنتاج والمعلومات المتعلقة بالسوق، سيتم تأهيل الحرفيين بشكل أفضل لكي يستطيعوا مراقبة توجهات سوق العمل؛ والتنبؤ بطلبات المشترين؛ واستحداث منتجات مبتكرة تتماشى واحتياجات واتجاهات وتوقعات السوق؛ والوصول إلى الأسواق؛ وتأسيس وبناء علاقات عمل مع المشترين والجهات الفاعلة الرئيسية الأخرى في قطاع الحرف. ومن الأمثلة على تلك البرامج المتخصصة برنامج جاهزية السوق الذي قامت به منظمة مساعدة الحرفيين (ATA). وبالإضافة إلى ذلك، سيتم تجهيز مؤسسات الأعمال في القطاع الخاص بشكل أفضل لكي تتمكن من العمل لوحدها دون الحصول على مستوى عالٍ من الدعم من المنظمات غير الحكومية المحلية.

التسويق

سيتم عقد دورات تدريبية حول البيع بالتجزئة ومهارات التسويق الأخرى في الأماكن التي تباع منتجات للسياح. وسيشمل التدريب مهارات إدارة الأعمال وإدارة محلات البيع بالتجزئة وخدمة العملاء ومهارات البيع وتوقعات المشترين وعرض المنتجات. ومن شأن الإدارة المحسنة والمطورة في مؤسسات البيع بالتجزئة ومحلات التسويق الأخرى أن تسهل بيع المنتجات للسياح، مما ينتج عنه تحقيق مستوى مقبول من رضا العملاء وارتفاع الطلب على المنتجات السياحية.

مركز التدريب المهني في السلط

يعتبر مركز التدريب المهني في السلط مصدراً هاماً في قطاع الحرف اليدوية. ومن شأن تجديد المركز مع التركيز على تحسين جودة الإدارة وجودة التدريب أن يجعل منه مصدراً إقليمياً ووطنياً للقطاع. ومن الممكن ربط مبادرات بناء القدرات بمراكز الفنون والتصميم في الجامعات وبكليات المجتمع التي توفر التدريب المهني وذلك بهدف تنفيذ برامج تدريبية مستدامة.

وإن التأثير المترتب على مبادرة بناء القدرات سيضمحل تشكيل مجموعة مكونة من مصممين متمرسين قادرين على دعم إنتاج الحرف اليدوية على المستويين الوطني والمحلي؛ وحصول المنتجين على فهم حول أهمية التصميم وتطوير الإنتاج في عملية التسويق؛ وتحسين مهارات مسوقي منتجات الحرف اليدوية، بما في ذلك محلات البيع بالتجزئة وبيئتي البسطات والأكشاك ومراكز الإنتاج التي تباع قطع الحرف اليدوية للسياح. وتحسين مهارات إدارة الأعمال لدى المنتجين والوكلاء والمسوقين؛ وبناء علاقات مستمرة بين المنتجين والمشترين نتيجة للمعرفة الجيدة بالعلاقة المتبادلة القائمة بينهما ومهارات التواصل والتفاوض المعززة؛ وإنشاء مركز التدريب المهني في السلط كمصدر تصميم وتسويق ومرفق تدريب وطني.

التسويق

الوصول إلى الأسواق

إن تقوية الروابط القائمة ما بين بائعي الحرف اليدوية في القطاع الخاص والمنتجين يعدّ عاملاً هاماً في تحسين وصول المنتجين إلى الأسواق وتعزيز وجود المنتجات الأردنية في سوق السياحة. وذكر تجار التجزئة وتجار الجملة بأنه على الرغم من رغبتهم بالحصول على المنتجات من منتجين محليين، إلا أنهم غير مجهزين بشكل جيد لتلبية الطلبات في الوقت المحدد وغير مدركين لاحتياجات المشترين.

وهناك حاجة إلى الوكلاء وتجار الجملة والموزعين في القطاع الخاص لكي يكونوا حلقة وصل بين المنتجين والمشتريين. وقد يعمل الوكيل مع المنتجين في القرى ويجمع المنتجات ويتحقق من جودتها ويقوم بتوصيلها إلى المشتري. وبالإضافة إلى معالجة مواضع النقص والقصور في مهارات التصميم وضبط الجودة وإدارة الأعمال في القطاع عن طريق برامج التدريب المتخصصة كما هو موضح آنفاً، فينبغي بذل جهد مركّز على ربط المشترين بالمنتجين المحليين. ومن الممكن إنشاء وتعزيز العلاقات من خلال تصميم منتجات خاصة تلبى متطلبات تاجر التجزئة وتوفر منتجات خاصة له بشكل حصري. وسيتم تعزيز الروابط القائمة بين المنتجين والسوق بشكل جوهري على المستويين الوطني والإقليمي.

وعلاوة على ذلك، ينبغي التركيز على تمكين السياح من الوصول بشكل سهل إلى المنتجات المصنوعة في الأردن وذلك من خلال العمل مع المرشدين السياحيين لتشجيعهم على إدراج ورش عمل وصلات عرض الحرف اليدوية في جولاتهم السياحية؛ وتحويل الأكشاك والمحلات التي تروج للمنتجات التي تحمل العلامة التجارية "صنع في الأردن"؛ وإنشاء معارض خاصة في الفنادق والوجهات السياحية الأخرى والعمل مع محلات البيع بالتجزئة الحالية للترويج للمنتجات المصنعة محلياً.

كما أن الالتزام بالمتطلب الذي يقتضي من تجار التجزئة أن تشكل الحرف اليدوية المحلية ما نسبته 70% على الأقل من المنتجات المعروضة وفقاً لقانون السياحة الأردني يعتبر عنصراً هاماً من عناصر الترويج للمنتجات المحلية في سوق السياحة.

وينبغي دراسة مشروع إنشاء محل حرفي مركزي مصمم على شكل متجر مقسم حسب المنتج بشكل جدي. ومن الممكن أن تشرف الهيئة المنسقة على عملية إنشاء وإدارة ذلك المتجر رغم توجب

إدارته بناء على نموذج القطاع الخاص لكي يوفر منتجات عالية الجودة وخدمة متميزة للعملاء بهدف تحقيق الربحية.



إشهار العلامة التجارية

وضع الأسس والمعايير اللازمة ومراقبة استخدامها وتوظيفها والترويج لها في قطاعي الحرف اليدوية والسياحة.

وستنشأ الحاجة إلى إطلاق برنامج تشجيعي لتجار التجزئة لوضع العلامة التجارية على المنتجات والترويج لها وذلك بهدف حثهم على بيع منتجات مصنعة محلياً وتمييزها عن المنتجات المستوردة. وعلاوة على ذلك، ينبغي أن تترك العلامة التجارية الوطنية المجال لإضافة وإدراج الشعارات والعلامات التجارية المحلية تحت مظلتها.

وتستطيع منظمات المجتمع المحلي والجمعيات ومراكز الإنتاج التي تقع تحت مظلة العلامة التجارية "صنع في الأردن" خلق هوياتها الخاصة التي تصبح مرادفة لنمط وشكل محدد وجوده معينة.

في سبيل الترويج بصورة أفضل لمنتجات الحرف اليدوية الأردنية الأصيلة وعالية الجودة في الأسواق السياحية وتمييزها عن المنتجات المستوردة وإضافة قيمة لها عن طريق أصل غير ملموس، ينبغي إعداد برنامج لإشهار العلامة التجارية وإستراتيجية لإطلاق تلك العلامة والترويج لها ودمجها في إستراتيجية الحرف اليدوية الكلية. ومن خلال إطلاق حملة ترويجية للعلامة التجارية "صنع في الأردن"، سيعرف السياح بأن المنتجات المباعة تحت اسم هذه العلامة التجارية هي منتجات أردنية أصيلة، حيث تعدّ العلامة المميزة الوحيدة بالنسبة للعملاء.

وإن مبادرة إشهار العلامة التجارية ليست مجرد أداة لتمييز المنتجات المصنوعة في الأردن عن المنتجات الأجنبية، بل ترتبط تلك العلامة بالهوية الثقافية للأردن وطريقة تعريف الأردن بنفسه وبثقافته وبتميزه واختلافه عن الدول الشقيقة له، كما تربط المنتج الذي يتم شراؤه بدولة المنشأ والصور الثقافية لها وتؤثر على المنظورات والتوقعات العامة المتعلقة بها.

وينبغي أن تكون مبادرة إشهار العلامة التجارية للحرف اليدوية قابلة للتكيف مع أي توجه لوزارة السياحة والآثار وهيئة تشييط السياحة لإشهار العلامة في قطاع السياحة كجزء من عملية إدارة الانطباع العام. وستروج العلامة التجارية "صنع في الأردن" المثبتة على منتجات الحرف اليدوية للسلع الثقافية في سياق الهوية الثقافية العامة وستوفر أيضاً ميزة للحرف اليدوية الأردنية في السوق العالمي.

ومن الأمثلة الجيدة والناجحة على حملات إشهار العلامات التجارية هي حملة "صنع بفخر في إفريقيا الجنوبية": وهي حملة "اشترِ المنتجات المحلية" التي أطلقت في عام ٢٠٠١ من قبل الحكومة ومؤسسات العمل ومنظمات العمال والمجتمع المحلي (المؤسسون الممثلون في مجلس التطوير الاقتصادي والعمالة الوطني - ندالك) لتعزيز استحداث الوظائف والافتخار بالمنتجات "المحلية" عن طريق الترويج للشركات في إفريقيا الجنوبية والمنتجات والخدمات المحلية التي يقدمونها. وسيطلب إطلاق العلامة التجارية نظاماً شفافاً للاعتماد والتنظيم يشمل صغار وكبار المنتجين لكي لا تستثنى مؤسسات الأعمال فائقة الصغر من نطاق ذلك النظام. وسيقع على عاتق "الجهة" المسؤولة عن إشهار العلامة التجارية (عادة ما تكون الهيئة المنسقة للقطاع) مسؤولية



الحملة الترويجية

في سبيل الترويج للحرف اليدوية المصنوعة في الأردن وتعريف السياح بمنافع شراء منتجات تحمل العلامة التجارية ”صنع في الأردن“، ينبغي إطلاق حملة ترويجية وطنية تستهدف الجهات السياحية الرئيسية. كما ينبغي دمج الحملة ضمن الجهود السياحية الوطنية والمحلية والترويج لها لمساعدة السياح على فهم الصفات الفريدة التي تتسم بها ثقافة وإرث الأردن. وإن القضايا المتعلقة بمنتجات الحرف اليدوية الأردنيين، مثل الأساليب والتقنيات التي يستخدمونها والأشكال الزخرفية التي يتم تطوير التصميم بناء عليها والمنافع المتأتية من الدخل المتزايد، ستؤدي إلى تعزيز فهم السياح للمنتجات التي يقومون بشرائها والمنافع التي يحققها المنتجون ومجتمعاتهم.

كما تُوصى وتشجع الحكومة والقطاع الخاص على إصدار المنشورات والكتيبات التي تروج للمنتجات الأردنية وتساعد المستهلكين على



التفريق بين المنتجات الأردنية والمستوردة لكي يتخذوا قرارات مدروسة بخصوص البضائع التي يرغبون بشرائها.

فعلى سبيل المثال، قد تساعد هيئة تشييط السياحة الأردنية في الترويج لتلك المنتجات من خلال عرض المنتجات الحرفية في معارض السياحة والسفر، كما قد تعرض الخطوط الجوية الملكية المنتجات الحرفية على متن رحلاتها وفي المجالات التي تضعها في الطائرات، وقد يستخدم مزودو الخدمات السياحية كالفنادق والمطاعم المنتجات الحرفية في تزيين الردهات وغرف الضيوف.

كما قد تحتوي الكتيبات الخاصة بالسياح على قوائم بمنتجات الحرف اليدوية وورش العمل والأسواق المتخصصة وقد يتم إعداد أوصاف المنتجات وتوفيرها للسياح.

وينبغي أن تحتوي كافة المواد الترويجية المعدة للسياح القادمين إلى الأردن على معلومات حول الحرف اليدوية، بما في ذلك الإشارة إلى المنتجات المصنوعة قرب الجهات السياحية الهامة.

وفي سبيل استقطاب الشباب إلى قطاع الحرف اليدوية، ينبغي إعداد برنامج للتسويق للقطاع مصمم خصيصاً لهم بحيث يتفاعل معهم وذلك باستخدام عروض الأزياء وأشرطة الفيديو وإقامة الشبكات الاجتماعية وغيرها من الوسائل وتطوير منتجات تستهدف سوق الشباب.

وإن الغرض من هذه الحملة المنسقة والموجهة نحو الشباب هو عرض الحرف اليدوية كفرصة اقتصادية حيوية ومجال عمل سيحظى بمستقبل واعد. كما يمكن الترويج لفرص العمل المتعددة المتاحة في القطاع، بما في ذلك مدراء الإنتاج والمصممون وتجار التجزئة.

وينبغي تطوير أداة ترويجية إضافية بالتعاون مع كافة المؤسسات الحكومية الأردنية لدعم استخدام قطع الحرفية اليدوية كهدايا وتذكارات وطنية، حيث تستطيع الهيئة المنسقة الوطنية تسهيل عملية تطبيق هذه الممارسة.

وسيشمل التأثير المترتب على مبادرات التسويق:

ازدياد المبيعات نتيجة للوصول المحسن إلى السوق وإدارة محلات البيع بالتجزئة ومهارات البيع؛ وتعزيز الروابط القائمة بين المنتجين والأسواق المتعددة؛ وارتفاع نسبة المنتجات الأردنية المعروضة في المحلات السياحية؛ وإيجاد علامة تجارية مميزة تمثل الأصالة وتفرق بين المنتجات المصنوعة في الأردن والمنتجات المستوردة؛ وابتكار علامات وصور عامة إقليمية مرتبطة بالمواقع المختلفة في الأردن ودالة على الجودة العالية والخصائص المميزة؛ وإيجاد هويات إقليمية ووطنية أردنية مرتبطة بالعلامة التجارية ”صنع في الأردن“؛ وتعزيز وعي السياح بالتقاليد والأعراف الأردنية والإرث الأردني؛ وازدياد اهتمام الشباب بالعمل في مختلف المجالات العاملة في قطاع الحرف اليدوية؛ وتسويق كافة الحملات الترويجية المتعلقة بالسياحة لتشمل منتجات الحرف اليدوية والصورة العامة لها والمعلومات المتعلقة بها.

تمويل الإستراتيجية

ستنشأ الحاجة إلى الحصول على التمويل والدعم من الحكومة والجهات المانحة والجامعات وكليات المجتمع والقطاع الخاص من أجل تنفيذ مختلف مكونات الإستراتيجية. وسيباشر القطاع الخاص أداء مهام التسويق حيث سيعمل على ربط المنتجات بالسوق بفعالية أكبر وتحسين الوصول إلى المواد الخام والإمداد المستدام بالمواد. كما قد يرغب القطاع الخاص بدراسة إنشاء بنك للمواد الخام من أجل الحفاظ على الإمداد المستمر بالمواد المطلوبة. وسيساهم القطاع الخاص من خلال الترويج لمنتجاته الخاصة ومؤسسات الأعمال العاملة فيه في زيادة الوعي بالحرف اليدوية الأردنية.

وستدعم الحكومة الهيئة المنسقة الوطنية وإقامة الشبكات والمهام الأخرى الموضحة أعلاه التي تدرج ضمن مسؤوليات الهيئة المنسقة. كما ستعزز الوعي بالحرف اليدوية الأردنية من خلال الحملات الترويجية السياحية التي تطلقها وزارة السياحة والآثار وهيئة تشييط السياحة الأردنية. وتستطيع الحكومة بالتعاون مع الهيئة المنسقة رعاية المعارض من خلال وزارة الصناعة والتجارة المسؤولة أيضاً عن تطوير سوق الصادرات، الأمر الذي يقود إلى رفع مستوى وصول بعض المنتجين إلى السوق.

وقد توفر كليات الفنون والتصميم في الجامعات المرافق والموظفين اللازمين للتدريب في مجال التصميم ومراكز التصميم والموارد الإقليمية، الأمر الذي يحافظ على استمرارية أداء هذه المهام. وقد تتم إضافة التدريب في مجال إدارة وتسويق الحرف اليدوية إلى مناهج كليات المجتمع التي توفر برامج التدريب المهني أيضاً.

ومن الممكن منح قروض لقطاع الحرف اليدوية عن طريق مؤسسات تمويل المشاريع الصغيرة المختلفة العاملة في الأردن، بما في ذلك صندوق المرأة وصندوق الضمان المصري وصندوق التنمية الاجتماعية.

وسيقع على عاتق كل من الهيئة المنسقة الوطنية ووزارة السياحة والآثار مسؤولية تجميع هذه المنشآت لتوفير دعم مشترك لقطاع الحرف اليدوية.



تنفيذ الإستراتيجية: ٢٠١٠ - ٢٠١٥

سيطلب تصميم وتنفيذ خطة إستراتيجية وطنية لقطاع الحرف اليدوية السياحي بذل جهد مكثف ومضاعف في الدعم المالي من أجل إجراء تغييرات دائمة في القطاع، وينبغي تنفيذ الإستراتيجيات الرئيسية الموضحة أعلاه كجزء من إستراتيجية واحدة تحتوي على خطط وأهداف طويلة ومتوسطة وصغيرة الأجل.

وتحتوي هذه الإستراتيجية في نهايتها على جدول يبين الإجراءات المقترح اتخاذها على مدار السنوات الخمس القادمة (٢٠١٠-٢٠١٥). ويستخدم المخطط كمرشد عام يشمل التفاصيل المعدة لأصحاب المصلحة ذوي العلاقة.



إستراتيجيات خاصة لتطوير قطاع الحرف اليدوية السياحي إقليمياً

يوضح الجزء التالي بالتفصيل خطة لتطوير مواقع مختارة كجزء من برنامج تجريبي لتطوير قطاع الحرف اليدوية السياحي على المستوى الوطني. وتشمل المواقع الأولية كل من وادي رم ووادي موسى وعجلون والسلط والمناطق المستهدفة في مشروع تطوير السياحة في الأردن الثاني. وتنتج كافة المناطق الأربعة عدداً كبيراً من قطع الحرف اليدوية وعدة مجموعات عاملة من المنتجين (من القطاع الخاص والمدارة من قبل منظمة غير حكومية). وعلى الرغم من اختلاف المناطق من حيث التقاليد وعروض المنتجات، فإنها جميعاً تملك الاحتياجات ذاتها، خاصة الحاجة إلى تطوير المنتجات وإجراء تحسينات على عملية الإنتاج والوصول إلى السوق والوصول إلى رأس المال.

وبما أن المناطق الأربعة تتطوي على مواضع قصور واحتياجات مماثلة، فإن الإستراتيجيات المعدة لكل منطقة هي ذاتها، حيث أن الهدف الأساسي منها هو تحسين وصول مجموعات المنتجين إلى السوق مع توفير منتجات أردنية الصنع وعالية الجودة للأسواق السياحية المحلية والوطنية.



وستحصل كل منطقة على الدعم المطلوب من خلال خطة محددة مبنية على أنشطة الإنتاج والتسويق الحالية والمقدرة المؤسساتية. كما ستحدد هوية لكل موقع بناء على الصورة العامة المميزة له ونوع الإنتاج الحرفي اليدوي المنفذ فيها. وسيتم ربط تلك المناطق من خلال العلامة التجارية ”صنع في الأردن“ والحملة الترويجية لهذه العلامة والجهود التي تبذلها الهيئة المنسقة الوطنية في هذا الصدد. وستكون الجهود التطويرية المبذولة في كل منطقة مكملة للجهود الأخرى من أجل بناء هوية أوسع انتشاراً لقطاع لحرف اليدوية الأردنية.

ولقد أنشئت كافة المناطق الأربعة مجموعات من المنتجين، بما في ذلك الجمعيات التعاونية والمنظمات غير الحكومية ومؤسسات الأعمال الحرفية المستقلة.

تجار التجزئة

ينبغي تحسين الأكشاك والمتاجر في الوجهات السياحية الرئيسية في المناطق الأربعة بهدف الترويج للمنتجات المصنوعة في الأردن وخلق بيئة صديقة للسياح. وطبقاً لما ذكر أعلاه، ستركز مجموعة من التدريبات في مجال البيع بالتجزئة على مواضيع مثل خدمة العملاء والترويج للسلع والطلب في السوق. ويجب أن ينصب التركيز على الترويج للمنتجات المصنوعة محلياً، إلا أن على الأكشاك والمتاجر عرض منتجات من مناطق أخرى في البلاد (تحمل اسم العلامة التجارية الوطنية).

في حال كان هناك طلب في السوق على المزيد من متاجر البيع بالتجزئة أو الأكشاك، فستحصل المؤسسات المحلية المهتمة على التدريب والدعم المطلوبين لفتح أو تجديد متجر ما. ومن شأن الاتصال مع مصادر رأس المال إما على شكل منح حكومية أو تسهيلات ائتمانية من بنك محلي أن يمكّن المنظمات أو مؤسسات القطاع الخاص من فتح متاجر جديدة أو تجديد المتاجر القائمة. ومن الأمثلة على مواقع الأكشاك/المتاجر: المنطقة الأمامية لقلعة عجلون في منطقة عجلون؛ وقرب مدينة البتراء في وادي موسى؛ وفي مركز الزوار قرب قرية رم ومنطقة الاستراحة في مشروع السياحة البيئية في وادي رم. وينبغي تطبيق القيود المفروضة على المنتجات المستوردة ومتطلبات وضع ملصقات تعريفية على المنتجات من قبل السلطات المحلية وذلك ليستطيع السياح التفريق بين المنتجات المصنوعة في الأردن والمنتجات المستوردة.

وستنفذ المجموعات القائمة كافة أنشطة المشروع بهدف قياس المقدرة الحالية. وسيتم تقييم مجموعات المنتجين لتحديد مدى استعدادهم للمشاركة في مشروع تطوير الحرف اليدوية في قطاع السياحة. كما سيتم تصميم وعرض مجموعة من المتطلبات والمعايير على مجموعات المنتجين في اجتماعهم الأولي واختيار مجموعة صغيرة من المجموعات للحصول على تدريب مستمر بعد التقييم الأولي.

وستتطلب المشاركة في الإستراتيجية علاقة أخذ وعطاء حيث من المتوقع أن تخصص مجموعات المنتجين كامل وقتها ومواردها مقابل الحصول على الدعم والتدريب اللازمين عن طريق البرنامج. ويستند هذا الأسلوب إلى المبدأ الذي يقضي في حال مساهمة مجموعات المنتجين بمواردهم الخاصة، بأن تخصص لهم حصة في المخرجات حيث سيميلون إلى أخذ البرنامج بعين الجد.

وطبقاً لما ذكر أعلاه، تتمحور الإستراتيجية حول الوصول المحسن إلى أسواق السياحة وستركز على إمداد سوق السياحة المحلي وأسواق السياحة الأخرى في الدولة في حال كانت إمكانات مجموعة المنتجين كافية للتوسع خارج المنطقة المحلية.

الوصول إلى السوق

يعتبر توفير المنتج للسياح أسهل بكثير من جلب السياح إلى المنتج. وتجدر العناية بالمنتجات المصنوعة في الأردن في الأماكن التي يشتري منها السياح تلك المنتجات مثل مواقع استقطاب السياح الرئيسية (خاصة المخارج) والفنادق والمتاجر في المدن وعن طريق بائعي البسطات والمعارض القائمة في الشوارع والمهرجانات المحلية.

ويجدر بنا إدراك الأدوار المختلفة التي يقوم بها المنتجون والمصممون والمسوقون في سلسلة الإمداد رغم أن ما كان متوقفاً من كل منها هو أداء كافة هذه المهام. ويعدّ المنتجون خبراء في الإنتاج وليس التسويق، فيجب ربطهم بفعالية بتجار التجزئة والجملة والمصممين من أجل الوصول إلى الأسواق بنجاح. وينبغي تنفيذ كل مهمة من قبل أولئك المنتجين الذين يتمتعون بالخبرة العملية ذات العلاقة.





المناطق الحرفية

يمنح بائعو المنتجات المصنوعة محلياً الأولوية والدعم عن طريق التدريب وتطوير المنتجات وغيرها في أي مكان توجد فيه "مناطق حرفية" قائمة في مدينة ما. وينبغي تخصيص مساحة محدودة لبائعي المنتجات خارج المنطقة المحلية وفرض أنظمة/قيود صارمة على المنتجات المستوردة. ويقع على عاتق المدينة أو الجهة الإدارية في المنطقة الحرفية مسؤولية تطبيق هذه السياسة. ويجدر الانتباه هنا إلى ضرورة بيع قطع الحرف اليدوية في المناطق التي يتردد إليها السياح. ومن غير الواقعي أن نتوقع من أغلبية السياح تغيير مسار رحلتهم لزيارة سوق حرف يدوية معين.

الفنادق والمطاعم

ينبغي بذل جهد تعاوني بين المنتجين المحليين والفنادق من خلال البرنامج المنفذ بحيث ينطوي على ابتكار تصاميم لمنتجات فردية بالأسعار المطلوبة وإبرام اتفاقيات حصرية والعناية بالتسليم في الوقت المحدد وتقديم خدمة متميزة للعملاء. كما يجب تقديم الدعم للفنادق في عرض المنتجات المصنوعة محلياً والترويج لها.

ومن الممكن بناء علاقات ترابطية مع مجموعات المنتجين لكي يزودوا الفنادق والمطاعم بالمنتجات المستخدمة في مؤسسات أعمالها. فعلى سبيل المثال، قد يزود منتجو الصابون الفنادق المحلية بالصابون لاستخدامها في غرف استقبال الضيوف.

كما قد تؤمن مجموعات إنتاج الأقمشة والمطرزات أغطية الأسرة والستائر وأغطية المائدة وغيرها للمطاعم والفنادق المحلية.

البيع للمناطق الأخرى

ينبغي إنشاء علاقات اتصال وتواصل بين الأسواق الوطنية الأخرى ومجموعات المنتجين التي لديها استعداد للتوسع خارج نطاق السوق المحلي الذي تعمل فيه. وتتحقق الجاهزية بتوفر القدرة الإنتاجية الكافية ووسائل النقل اللازمة والمقدرة على إدارة الطلبات والاتصال مع المشترين الذي يعيشون خارج المنطقة.

وسيتبع الإطار الزمني التالي في الوصول إلى السوق:

السنة الأولى

- تدريب تجار التجزئة الحاليين بهدف تحسين الإدارة الكلية لقطاع البيع بالتجزئة ومهارات خدمة العملاء والبيع وتلبية توقعات المشترين وتسويق وعرض المنتجات.
- ربط التجار المحليين بالمنتجين المحليين
- تحديد أصحاب المشاريع الريادية في القطاع الخاص لتأمين المواد الخام لهم
- توفير ملصقات العلامة التجارية "صنع في الأردن" وتطبيق الإرشادات ذات العلاقة
- إقامة المعارض للترويج للمنتجات المصنوعة محلياً
- تحديد الفنادق المهتمة باستخدام المنتجات المحلية
- إقامة معرض لكافة المنتجات في المناطق الأربعة المستهدفة في نهاية السنة الأولى



الحملة الترويجية

إن المناطق الأربعة المستهدفة ملائمة لإطلاق حملة إشهار العلامة التجارية الوطنية، حيث يمكن إطلاق العروض الترويجية لتعريف المستهلك بالمنتجات المصنوعة محلياً المتوفرة في المنطقة التي يقوم بزيارتها وسبب شراء هذه المنتجات وكيفية التعرف على "القطعة الحقيقية". وإن أفضل طريقة لإقناع محلات التجزئة ببيع المنتجات المصنوعة محلياً هي أن يسألهم عنها المستهلكون. وينبغي استخدام اللافتات للترويج للعلامة التجارية في المواقع والمناطق الرئيسية، كما يجب توفير المعلومات ذات الصلة في غرف الفنادق وترويج المنشورات والإعلانات المحلية المتعلقة بهذه العلامة.

السنة الأولى

- ربط المناطق الأربعة المستهدفة بحملة إشهار العلامة التجارية الوطنية
- اتخاذ الخطوات الإضافية الواردة في الإستراتيجية الوطنية، بما في ذلك تحديد تجار التجزئة الذين يبيعون منتجات أردنية وربطهم بالعروض الترويجية السياحية.

السنتين الثانية والثالثة

- العمل مع تجار التجزئة المحليين والوطنيين لإعداد المواد الترويجية التي تتمحور حول المنتجات الأردنية.
- تطوير وترويج العلامات التجارية المحلية
- إطلاق عروض ترويجية محلية بالتعاون مع الفنادق ومزودي الخدمات السياحية الآخرين
- العمل مع المرشدين السياحيين لإدراج ورش العمل وأسواق الحرف اليدوية كجزء من برامج رحلاتهم السياحية

تطوير المهارات وتنمية القدرات

في سبيل تلبية احتياجات أسواق السياحة المحلية في المناطق الأربعة بصورة أفضل، يتحتم تحسين مهارات ومستوى أداء مجموعات المنتجين المحليين. ورغم التأثير المحدود للتدريب كونه نشاطاً مستقلاً، إلا أنه قد يحقق نتائج ملحوظة عند تطبيقه كاستجابة مباشرة لفرص الوصول إلى السوق وفيما يتعلق بأنشطة تطوير وإنتاج المنتجات.



السنتين الثانية والثالثة

- الاستمرار في توفير التدريب والدعم في مجال البيع بالتجزئة
- ربط المنتجين بالتجار العاملين في أي مكان آخر في الأردن
- تطوير الهويات/الصور العامة للعلامة التجارية المحلية على المستوى المحلي
- ربط المنتجين بالمعارض الوطنية
- العمل مع الفنادق ومزودي الخدمات السياحية الآخرين لتزيين المساحات المشتركة وغرف استقبال الضيوف بقطع الحرف اليدوية المصنوعة محلياً
- تطوير مناطق خاصة لتسويق الحرف اليدوية بهدف توسيع نطاق البيع في قطاع السياحة



مركز التدريب المهني في السلط

يملك هذا المركز الإمكانيات التي تؤهله ليكون مركزاً وطنياً للتدريب والتصميم في قطاع الحرف اليدوية في الأردن، إلا أن هناك حاجة إلى إجراء بعض التغييرات الجوهرية في المركز لكي يبلغ أقصى قدراته وإمكانياته.

التصميم وتطوير المنتجات

سيتم التعاقد مع فريق مكون من مصممين أردنيين وطلاب التصميم ومصممين دوليين متخصصين في ابتكار المنتجات للسياح للعمل مع مجموعات محددة في كل منطقة تجريبية. ويجب أن يكون هنالك تاجر وطني واحد مسؤول عن الأنشطة المنفذة في كافة المناطق الأربعة يقع على عاتقه مسؤولية إعداد إستراتيجية تطوير منتجات متسقة وموحدة للدولة. كما ينبغي أن تركز المنتجات المطورة على الرواج في الأسواق والتميز والتقاليد المحلية وأن تبني على المنتجات الحالية والمهارات والمواد الخام المحلية.

وينبغي عقد مجموعة معدة جيدة من ورش العمل التدريبية حول جاهزية السوق باستخدام منهج موحد (من الممكن استخدام منهج معد مسبقاً لمشروع سابق/مؤسسة أخرى) في كل منطقة تجريبية عن طريق المؤسسات المحلية. ويجب التركيز على تدريب المدربين لزيادة عدد الأشخاص المدربين، حيث يجب أن يتمحور حول مدى تأثير التدريب على الإنتاجية وإمكانية البيع في كل مؤسسة.

وعلاوة على ذلك، وحيث يكون ممكناً، ينبغي عقد دورات تدريبية عن طريق استغلال الفرص المتاحة وفيما يخص الأنشطة الموجهة نحو تحسين الوصول إلى السوق كالأستشارات في مجال التصميم والإنتاج.

السنة الأولى

وبالإضافة إلى تدريب المصممين المحليين على أداء دور أعظم في تصميم وتطوير المنتجات، فسيتم توسيع نطاق التدريب حول جاهزية السوق ليشمل مدراء الإنتاج وغيرهم من الأشخاص الذين سيوفرون روابط إلى السوق.

وتتضمن المواضيع المتناولة في هذه الدورات التدريبية ما يلي:

- مبادئ التسويق
- فهم سوق السياحة
- تحديد الطلب في السوق
- توجهات السوق
- طرق الإنتاج
- تصميم المنتجات
- تحديد التكاليف والأسعار
- ممارسات العمل العامة (المحاسبية والموارد البشرية)
- القروض والتمويل
- الريادة×

السنتين الثانية والثالثة

سيتم عقد تدريبات المتابعة لتعزيز القدرات المحلية في مجال التصميم وتنمية مهارات إدارة الأعمال والتسويق. وإن الهدف الكلي من بناء القدرات هو تنمية الاكتفاء الذاتي خلال السنوات الثلاث والحد من الاعتماد على الموارد المتوفرة خارج كل منطقة.

- تقديم الاستشارات حول تطوير المنتجات في الموقع بالتعاون مع مصمم دولي، إضافة إلى التدريب التمهيدي على مهارات التسويق
- تقييم العينات الأولية وتطبيق التصاميم الجديدة على المنتجات المطورة
- قابلة مصممي المنتجات المحلية والمصممين الجرافيكين بهدف تطوير هوية/علامة محلية
- التدريب في مجال ضبط الجودة
- تدريب المصممين المحليين في مجال توجهات السوق
- الاستمرار في تطوير عينات جديدة والمباشرة في اختبار وفحص السوق

السنين الثانية والثالثة

- الاستمرار في تنفيذ برنامج إرشاد وتوجيه المصممين لغرض تدريب المصممين المحليين
- الاستمرار في تطوير عينات جديدة بناء على توجهات السوق والتغذية الراجعة
- الاستمرار في اختبار وفحص السوق
- تحديد المصممين المحليين الإضافيين بهدف التوسع في تدريب المصممين.

الاستشارات حول الإنتاج

إن الاستشارات المتعلقة بالإنتاج هي أنشطة عملية تلعب دوراً أساسياً في تحسين الوصول إلى السوق وتهدف إلى بذل جهد مكثف لتحقيق النتائج المرجوة. وينبغي تنسيق الاستشارات المتعلقة بالإنتاج وتطوير المنتجات بشكل جيد من أجل ابتكار منتجات قابلة للتداول بسهولة. ويجب تحديد الأساليب المحسنة في الإنتاج التي تحتاج إليها كل منطقة من المناطق المحددة. ومن الأمثلة على احتياجات الإنتاج:

استخدام القوالب لتسريع عملية إنتاج المجوهرات في وادي موسى وطرح آلة جديدة لتنظيف ومعالجة الجلود في وادي رم. كما ينبغي التعاقد مع الخبراء الوطنيين و/أو الدوليين، الذين يملكون خبرة عملية في العمل مع مجموعات المنتجين الذي يستخدمون تقنيات أولية غير معقدة، من أجل العمل مع مجموعات المنتجين المختلفة.



يعتبر تطوير المنتجات عنصراً أساسياً في تحسين الوصول إلى السوق من قبل مجموعات المنتجين. ويستغرق تطوير المنتجات الجديدة وإنتاجها بشكل صحيح وقتاً طويلاً. وينبغي تخصيص الموارد الكافية لتنفيذ هذا النشاط. وينبغي على وجه التحديد الاستعانة بما لا يقل عن ثلاثة إلى أربعة فرق استشارات في السنة متخصصة في تطوير المنتجات، خاصة في البداية لإتاحة الفرصة أمام المصممين المحليين وطلاب التصميم لفهم سوق السياحة بشكل أفضل. وإن متابعة الاستشارات المقدمة من المصممين الوطنيين وطلاب التصميم تلعب دوراً هاماً وفعالاً في عملية تطوير المنتجات.

وستنفذ كل مجموعة من المجموعات عملية تطوير المنتجات كالتالي:

السنة الأولى

- إجراء تقييم أولي للمجموعات في كل موقع مستهدف - القدرة الإنتاجية والمهارات والاهتمام في تقوية الوصول إلى السوق.

وسيعتمد عدد الاستشارات على كل مجموعة من مجموعات المنتجين بما أن بعض مشكلات الإنتاج سهلة الحل إلا أن بعضها الآخر معقد إلى حد ما.

السنة الأولى

- تحديد احتياجات مجموعات المنتجين في المناطق الأربعة من الأدوات والمعدات المطورة
- بهدف تحسين جودة المنتجات ورفع مستوى الإنتاجية:
- البدء بتطوير ورفع مستوى الإنتاج.

السنين الثانية والثالثة

- الاستمرار في تطوير وتحديث الإنتاج في المناطق الأربعة

الحصول على التسهيلات الائتمانية

لقد وجدت العديد من مجموعات المنتجين العاملة في المناطق التجريبية بأن الافتقار إلى الوصول إلى مصادر رأس المال يشكل عائقاً في المنظمات/مؤسسات الأعمال لديها. ومن المفيد أن تتواصل تلك المجموعات مع مزودي التسهيلات الائتمانية الحاليين مثل مؤسسات تمويل المشاريع الصغيرة والبنوك الخاصة بالمشاريع الصغيرة والمتوسطة إلى جانب تدريب مجموعات المنتجين ومزودي الأموال من أجل تلبية احتياجات مجموعات الحرفيين.

السنة الأولى

- تحديد مزودي التسهيلات الائتمانية وتسهيل وصول المنتجين إلى مصادر التسهيلات الائتمانية.

السنين الثانية والثالثة

- الاستمرار في مساعدة المنتجين على الوصول إلى مصادر التسهيلات الائتمانية

الإطار الزمني

لقد تم توحيد الجداول الزمنية لكل نشاط مشمول في الخطة في جدول واحد. وينبغي أن تكون هناك مرونة في تعديل الأنشطة بناء على الحقائق المتعلقة بعملية تنفيذ المشروع والدروس والعبر المستفادة خلال مدة تنفيذ المشروع. وبما أن كل منطقة من المناطق الأربعة تتميز عن غيرها وتتسم بطابع خاص بها، فسيتم تخصيص أنشطة معينة لكل منطقة من المناطق المشمولة في خطة العمل. ويحتاج الجدول الزمني في الغالب إلى التعديل بالاعتماد على مواعيد ابتداء وانتهاء البرنامج.

السنتين الثانية والثالثة	السنة الأولى	
<ul style="list-style-type: none"> الاستمرار في عقد الدورات التدريبية حول البيع بالتجزئة توسيع نطاق التسويق ليشمل المناطق التي تقع خارج نطاق المناطق المحلية تطوير الهويات/الصور المحلية للعلامة التجارية ربط المنتجين بالمعارض الوطنية استخدام الحرف اليدوية المحلية في تزيين ديكورات الفنادق وغرف استقبال الضيوف. 	<ul style="list-style-type: none"> قد دورات تدريبية حول البيع بالتجزئة وتقديم الدعم اللازم ربط التجار بالمنتجين تحديد موردي المواد الخام إطلاق حملة وطنية لإشهار العلامة التجارية على المستوى المحلي إقامة المعارض إضافة الفنادق إلى قائمة الجهات التي تستخدم المنتجات المحلية إقامة معرض بيع بالتجزئة 	الوصول إلى السوق
<ul style="list-style-type: none"> إعداد المواد الترويجية إعداد وترويج الصور/العلامات التجارية المحلية الترويج للحرف اليدوية عن طريق الفنادق ومزودي الخدمات السياحية المحليين والمرشدين السياحيين 	<ul style="list-style-type: none"> ربط المناطق الأربعة بحملة إشهار العلامة التجارية الوطنية دراج الحرف اليدوية كجزء من الترويج للسياحة الوطنية 	الحملة الترويجية
<ul style="list-style-type: none"> عقد دورات تدريبية حول التصميم ومهارات إدارة الأعمال والتسويق 	<ul style="list-style-type: none"> عقد دورات تدريبية حول جاهزية السوق تدريب المصممين المحليين 	تتمية المهارات/القدرات
<ul style="list-style-type: none"> الاستمرار في برنامج إرشاد وتوجيه المصممين اختيار عينات جديدة الاستمرار في اختبار وفحص السوق تحديد وتدريب مصممين محليين إضافيين 	<ul style="list-style-type: none"> تقييم المجموعات في المواقع الأربعة المستهدفة توفير التدريب في مجال تطوير المنتجات والتسويق تقييم العينات الأولية - تطبيق التصاميم الجديدة البدء بتدريب المصممين المحليين التدريب في مجال ضبط الجودة التدريب في مجال توجهات السوق الاستمرار في تطوير واختبار العينات 	التصميم وتطوير المنتجات
<ul style="list-style-type: none"> الاستمرار في تحديث وتحسين مستوى عملية الإنتاج 	<ul style="list-style-type: none"> تحديد الاحتياجات من الأدوات والمعدات البدء بتحديث وتحسين مستوى عملية الإنتاج 	الاستشارات المتعلقة بالإنتاج
<ul style="list-style-type: none"> الاستمرار في المساعدة في الحصول على التسهيلات الائتمانية 	<ul style="list-style-type: none"> تحديد مصادر التسهيلات الائتمانية 	الوصول إلى مصادر التسهيلات الائتمانية

الملحق ١

تنفيذ الإستراتيجية: ٢٠١٥-٢٠١٠			
طويلة الأمد (+٤ سنوات)	متوسطة الأمد (سنتين إلى ٣ سنوات)	قصيرة الأمد (سنة واحدة) ٢٠١٠-٢٠١١	الإستراتيجية
٢٠١٥-	٢٠١٢-٢٠١٤		
<ul style="list-style-type: none"> الاستمرار في تحديث وتقديم الخدمات لقطاع الحرفيين توسيع نطاق تواجد الحرف اليدوية الأردنية في الأسواق الدولية 	<ul style="list-style-type: none"> إنشاء/بناء علاقات عمل مع المنظمات الإقليمية والمحلية توفير الخدمات اللازمة لقطاع الحرفيين إشهار العلامة التجارية الوطنية وإطلاق حملة ترويجية إنشاء مركز تصميم يركز على تغيير السياسات المحلية التي تؤثر على قطاع الحرف اليدوية 	<ul style="list-style-type: none"> ممارسة العناية المهنية الواجبة في استخدام النماذج المحتملة في الدول الأخرى تحديد وتشكيل الهيئة المنسقة. تحديد أصحاب المصلحة والأدوار المسندة إليهم إعداد هيكل العمل/الهيكل التنظيمي التعاقد مع الموظفين وإنشاء مكتب مخصص لذلك الغرض تحديد الأنشطة التصورية للسنة الثانية تطوير نظم المعلومات وضع حلول ناجعة لعمولات المرشدين السياحيين 	تنسيق القطاع
<ul style="list-style-type: none"> إنشاء مراكز محلية/إقليمية لموارد التصميم الاستمرار في برنامج إرشاد وتوجيه المصممين على طرح تصاميم جديدة في القطاع بانتظام 	<ul style="list-style-type: none"> تطوير برنامج إرشاد وتوجيه المصممين من خلال كلية أو جامعة متخصصة في التصميم والبرامج التدريب الداخلي في مؤسسات الأعمال ذات العلاقة الاستمرار في عقد الدورات التدريبية في مجال التصميم والحصول على الاستشارات حول تطوير المنتجات بالتعاون مع مجموعات المنتجين تدريب ورش عمل الإنتاج في مجال ضبط جودة إنشاء قاعدة بيانات للخبرات العملية في مجالي التصميم والإنتاج إنشاء مركز تصميم ووضع خطة عمل له 	<ul style="list-style-type: none"> عقد دورات تدريبية في مجال التصميم وتطوير المنتجات والإنتاج تحديد مجموعات المنتجين المعروفة التي تملك المقدرة على تطبيق التصاميم الجديدة التعاقد مع مصممين محليين ودوليين لتصميم خطوط إنتاج جديدة لأسواق السياحة تحديد المرشدين من المصممين المحليين للالتحاق ببرنامج إرشاد وتوجيه المصممين تقييم تكاليف الإنتاج ومواقع عدم الكفاءة، بما في ذلك معدات وأدوات الإنتاج المستخدمة حالياً 	التصميم وتطوير المنتجات والإنتاج
	<ul style="list-style-type: none"> تطبيق الاستشارات المتعلقة بالتصميم والتي تركز على استخدام المواد الخام المحلية الاستمرار في البحث عن موردي المواد الخام المحليين والمتقلين 	<ul style="list-style-type: none"> التحليل ووضع خطة تتطرق للمسائل المتعلقة بالتعرفة المفروضة على المواد الخام المستوردة تحديد الموردين المحليين للمواد الخام 	المواد الخام

تنفيذ الإستراتيجية: ٢٠١٥-٢٠١٠

طويلة الأمد (+ سنوات)	متوسطة الأمد (سنتين إلى ٣ سنوات)	قصيرة الأمد (سنة واحدة) ٢٠١١=٢٠١٠	الإستراتيجية
٢٠١٥-	٢٠١٢=٢٠١٤		
	<ul style="list-style-type: none"> • طرح برامج تدريبية في مجال إدارة الأعمال في المجتمعات ذات العلاقة • زيادة عدد الوكلاء 	<ul style="list-style-type: none"> • عقد دورة تدريبية حول جاهزية السوق للمنتجين والمصممين وتجار التجزئة/الجملة 	التدريب في مجال إدارة الأعمال
	<ul style="list-style-type: none"> • إنشاء/تقوية الروابط بين تجار التجزئة/الجملة والمنتجين بناء على المنتجات الجديدة وعملية الإنتاج المحسنة والمطورة • إنشاء أو تحديث نقاط البيع في الوجهات السياحية الرئيسية الموجودة في الفنادق ومحلات التجزئة • احتمالية إنشاء متاجر جديدة في المواقع الرئيسية 	<ul style="list-style-type: none"> • خلق فرص بيع قصيرة الأمد في سوق السياحة • إقامة المعارض في أهم الوجهات السياحية • تقييم الروابط الحالية القائمة بين المشتريين والمنتجين 	الوصول إلى السوق
توسيع نطاق انتشار العلامة التجارية من خلال إدخال المزيد من المنتجين وتجار التجزئة	<ul style="list-style-type: none"> • إدخال مجموعة تجريبية من المنتجين وتجار التجزئة في العلامة التجارية • دعم ابتكار هويات/صور محلية • إطلاق وطرح العلامة التجارية في حملة ترويجية • تقييم مدى نجاح حملة إشهار العلامة التجارية وإجراء التغييرات اللازمة • سن التشريعات والقوانين وتطبيقها 	<ul style="list-style-type: none"> • دراسة إطلاق حملات لإشهار العلامة التجارية الوطنية في الدول الأخرى • ابتكار علامة تجارية وطنية (التقاعد مع الخبراء في مجال إشهار العلامات التجارية) • وضع أسس ومعايير لاستخدام العلامة التجارية الوطنية • البدء بتطوير هويات محلية كجزء من حملة العلامة التجارية الوطنية 	إشهار العلامة التجارية
الاستمرار في الحملة الترويجية	<ul style="list-style-type: none"> • إطلاق حملة ترويجية 	<ul style="list-style-type: none"> • دراسة إطلاق حملات ترويجية في قطاع الحرف اليدوية • تصميم حملة تسويق ترويجية لقطاع الحرف اليدوية 	الحملة الترويجية
مراقبة/تفعيل الالتزام بالنظام المعمول به	<ul style="list-style-type: none"> • تطبيق وتفعيل النظام الأساسي • مراقبة/تفعيل الالتزام بالنظام المعمول به • اقتراح إرشادات جديدة حول إشهار العلامة التجارية تحدد بوضوح العلامة "صنع في الأردن". 	<ul style="list-style-type: none"> • تحديد الإطار القانوني • تعديل واعتماد النظام رقم ٣٦ 	الإطار التنظيمي

