

التوظيف الاقتصادي لموارد التراث الثقافي دراسة تطبيقية على بعض المطاعم التراثية بمدينة الرياض

علي محمد عثمان العراقي^(١) أ. د. عبد الناصر بن عبد الرحمن الزهراني^(٢)

ملخص البحث : تعد موارد التراث الثقافي بنوعها المادي وغير المادي، مكونا أساسيا من مكونات قاعدة الموارد الاقتصادية للمجتمعات، ولذا يسعى القطاع العام وقطاع الأعمال لتوظيفها واستغلالها نظرا لما تمثله من قيم لأفراد المجتمع. يسعى هذا البحث لتقصي تجربة بعض المطاعم التراثية بمدينة الرياض في توظيف موارد التراث الثقافي، فيدرس خصائص الطلب وتفضيلات المستهلكين الذي أجابوا على استبانة محكمة تناولت محاور: عدد مرات الزيارة وطبيعة الرفقة وأهم ما يجذبهم للمطعم. وقد أكد التحليل أن الطلب على المطعم التراثي يرتبط بما يعبر عنه من قيم. أختتم البحث بتوصيات تعين منشآت الأعمال، وخاصة المطاعم، في تعظيم الاستفادة من توظيف موارد التراث الثقافي. كلمات مفتاحية: قيم التراث الثقافي، تفضيلات المستهلكين، تعزيز الطلب.

Economization of Heritage Values: Empirical Evidence from Heritage Restaurants in Riyadh

Dr. Ali Mohamed Aliraqi⁽¹⁾ Professor. Abdul Naser Abdul Rahman Al-Zahrani⁽²⁾

Abstract: Cultural heritage resources, both tangible and intangible, are an essential component of the economic resource base of societies; therefore, the public and business sector seek to employ and maximize their expression of costumers values.

This research investigates the experience of some heritage restaurants in Riyadh regarding the use of cultural heritage resources and to what extent it has been able to meet the motives of customers, study the characteristics of the demand and its determinants and preferences of consumers who answered a questionnaire that dealt with the theme of visits to the restaurant and the nature of companionship.

The analysis confirmed that the demand for a heritage restaurant is linked to the values expressed. The study concluded with recommendations that identify businesses, especially restaurants, in maximizing the use of cultural heritage resources.

Keywords: Economization, Heritage Values, Demand Characteristics ourism attra

(1) Associate Professor, College of Tourism and Archaeology King Saud University.

(2) Professor College of Tourism and Archaeology King Saud University.

(١) قسم إدارة موارد التراث والإرشاد السياحي ، كلية السياحة والآثار ، جامعة الملك سعود.

(٢) قسم الآثار، كلية السياحة والآثار جامعة الملك سعود.

مقدمة:

يعدّ مفهوم اقتصاديات التراث مفهوماً شاملاً يستهدف الرؤية، ووسائل التحليل، والمدخل المنهجي، لكل مراحل دورة حياة المورد التراثي، وذلك بافتراض أن كل مرحلة تحتاج لتدخل اقتصادي ومنهج للتحليل يتوافق مع طبيعة المرحلة وخصائصها؛ ففي مرحلة استكشاف وحماية وإدارة مورد التراث تُستخدم مناهج متعددة منها: مناهج اقتصاديات البيئة والاقتصاد الحضري بما في ذلك آليات التكلفة - العائد وتقييم الأثر، وفي مرحلة إدماج المورد وبيئته في برامج التنمية: يلجأ لنظريات اقتصاديات التنمية ومدارس التخطيط الاستراتيجي، أما عند التفكير في توظيف المورد التراثي ببرامج السياحة التراثية: فلا بد من الاستفادة من منهج المضاعف والتحقق من جدوى المشروع التراثي (العراقي، ٢٠١٤م: ٢٢٤).

إذن فالمفهوم يمتد مرافقاً المورد في بعده الكلي والجزئي، ولكل مراحل منذ الاكتشاف والإدارة والحماية وحتى توظيفه كمقصد سياحي، فهو مفهوم عابر لعدد من القطاعات والمراحل الزمنية ومجالات العمل (Cross-cutting theme).

وبالرغم من أن منهج اقتصاديات البيئة يعمل على تخفيض تقديرات قيمة المنطقة التراثية إلا أن قيمتها ستزيد حتى مع غياب حركة السياح؛ وذلك لتشييد بنية أساسية جديدة والتي يوفرها المشروع المعين. فضلاً عن أن تحويلات المشروع للسكان المحليين تؤدي لتحسين جودة المكان وبالتالي زيادة قيمته وجعله مكاناً مميزاً للعيش والعمل (Liociardi & Masebi، 2012). ومن ناحية أخرى فإن منهج الاقتصاد الحضري يعتمد استخدام المسوحات التي تؤدي إلى اشتقاق دوال سعر التمتع (8-2: Taboroff، 1994)؛ وهذه علاقات إحصائية

بين سعر الملكية (الموقع) وخصائصه التراثية وطبيعة البنيات الأساسية المتوفرة وقيمة الملكيات (المواقع) الأخرى في المنطقة، وتجري تقديرات دوال سعر التمتع بواسطة الاقتصاد القياسي.

والسؤال الذي يبرز هنا ما هي القيمة الاقتصادية لهذه الموارد وكيف يمكن قياسها؟ لقد أثار هذا الموضوع، وما زال، جدلاً واسعاً حول تكييف القيمة وتحديدتها باعتبار أن المكون الاقتصادي للمورد التراثي في قيمته، فكيف يمكن تصنيف القيمة وعلى أي أساس؟.

يلاحظ أن الباحثين قد استعاروا منهجية تقييم الموارد البيئية وطبقوها على رأس المال الثقافي فقسموا القيمة الاقتصادية إلى: قيمة الاستخدام وقيمة عدم الاستخدام، وصنف آخرون التراث كسلعة: يستهلكها الفرد أو سلعة عامة، وذهب معسكر آخر إلى تسميتها: بالقيمة السوقية والقيمة غير السوقية (2012: 52، Thorsby).

يتضح أن التحليل الاقتصادي لموارد التراث إنما يعتمد بدرجة أساسية على قيمة المورد وتصنيفه؟ وعلى كيفية قياسه؟ وهل تختلف القيم وفقاً لطبيعة المراحل في دورة حياة المورد التراثي؟ وكيف يتم توظيف هذه القيم؟ وما دلالة التجربة العملية في المملكة العربية السعودية؟ وما

هو حجم الطلب على موارد التراث الثقافي؟ تعدّ قضية التوظيف الاقتصادي لقيم التراث الثقافي وتحويله لأنشطة تتبناها منشآت الأعمال، من الموضوعات المعاصرة والتي لم تحظ بالبحث والتحليل، ومع توجه الجهات الرسمية للعناية بموارد التراث الثقافي وحفظه وحمايته برزت بعض منشآت الأعمال، مثل: المطاعم والنزل التراثية وغيرها من المنشآت التي تتخذ من التراث الثقافي للمملكة شعاراً وعنواناً ونمطاً عمرانياً، ومن هنا تبدأ مشكلة البحث في الإجابة على هذه الأسئلة:

قيم التراث الثقافي:

لعل أهم ما يميز التراث الثقافي هو ما يحمله من قيم؛ وتتمتع موارد التراث الثقافي بمجموعة من القيم لها أبعاد ودلالات ذات تأثير على هوية الشعوب وثقافتها. وقيم التراث كثيرة وسنلقي الضوء على ما له صلة وطيدة ببحثنا هذا فقط، وبناء عليه تُقسم القيم التراثية إلى نوعين أساسيين: القيم المستخدمة والقيم غير المستخدمة، وهذا يعني أن معيار التقسيم هو الاستخدام، ويمكن ملاحظة ذلك من خلال ما يدفع مقابل شراء مبنى تراثي أو إيجاره لاستغلاله كمكاتب أو مساكن أو محلات تجارية. وإذا ما أُستغل المبنى كمزار للسواح فإن رسوم الدخول تشكل مؤشراً على بعده الاقتصادي.

أما قيمة عدم الاستخدام في المورد التراثي فتقسم إلى ثلاثة أنواع (اللحام، ٢٠٠٧م: ١٥٤):

١. القيمة الموجودة: تقييم الناس لوجود المورد التراثي حتى وإن لم يستهلكوا خدماته بشكل مباشر.
٢. قيمة الخيار: رغبة الناس في الحفاظ على خيار استهلاك خدمات المورد التراثي في المستقبل.
٣. القيمة الموروثة: رغبة الناس في بقاء المورد وتوريثه للأجيال القادمة.

ولئن كان من المتاح حساب القيمة الاقتصادية للمبنى التراثي فإن قيمته الثقافية تطرح سؤالاً عن كيفية قياسها، ومن المهم الإشارة هنا إلى أن القيمة الثقافية هي مفهوم يعكس أبعاداً مختلفة للقيمة. وقد اتفقت الدراسات (Harrison, 2010: 183; Rypkema, 1991: 74)، على أن القيمة الثقافية للمورد التراثي تضم واحدة أو أكثر مما يأتي:

١. القيمة الجمالية: عادة القيم الجمالية قيم نسبية تخلف من شخص إلى آخر ومن مجتمع إلى آخر، فيمكن

● هل استطاعت هذه المنشآت توظيف قيم التراث

الثقافي بشكل يضمن عدم تشويهها؟

● ما حجم وخصائص الطلب على موارد التراث الثقافي بالنظر إلى هذه المنشآت؟

● هل يعدّ ملاك هذه المنشآت أن الاتكاء على موارد التراث الثقافي شكلاً ومضموناً يسهم في تحسين حصتهم السوقية؟

● هل استطاعت هذه المنشآت ضمان رضا العميل؟

تفيد الإجابة على هذه الأسئلة في تقدير حجم الطلب على قيم التراث الثقافي في المملكة، مما سيكون له بالغ الأثر في توجيه خطط وبرامج توظيف وتشغيل المنشآت التراثية، هذا فضلاً عن تلمس وتقدير حجم مساهمة موارد التراث في الاقتصاد الوطني.

تتلخص أهداف هذا البحث في تقدير حجم الطلب على قيم التراث الثقافي، التي تم توظيفها في بعض منشآت الأعمال، وخاصة المطاعم التراثية، ويمكن ذلك من خلال الإجابة على:

● التعرف على الخصائص الديموغرافية لعملاء المنشآت التراثية.

● التعرف على دوافع عملاء المنشآت التراثية.

● تقصي النصيب السوقي لمنشآت الأعمال والتي اعتمدت توظيف قيم التراث الثقافي.

وتكمن أهمية هذا البحث في أنه يستقصي حجم الطلب على موارد التراث الثقافي عبر دراسة وتحليل أداء منشآت الأعمال، التي اتخذت من توظيف قيم التراث خياراً لها. ويفيد ذلك في معرفة عناصر القوة والضعف ودوافع مستهلكي موارد التراث الثقافي لتبني عليها خطط وبرامج الإحياء وإعادة التوظيف والتشغيل الاقتصادي لمواقع التراث الثقافي.

هويته الثقافية والاجتماعية. تُبرز هذه القيمة دور المورد التراثي في الاستقرار الاجتماعي وتماسك بنية المجتمع وتربط مكوناته، فهو يغذي روح الانتفاء والهوية للشعوب ويذيب الفوارق الاجتماعية الطبقيّة ويقوي أواصر المحبة والألفة وتلاحم المجتمع (غنيم والزهراني ١٤٣٨هـ: ٣٣).

٦. قيمة الأصالة والخصوصية: إن أهم ما يميز المورد التراثي هي أصالته Authenticity والخصوصية Privacy فالأصالة تعني أنه محلي وغير مستورداً، وأنه ينتمي إلى مجتمع أنتجه ويحمل سماته ويعبر عنه. وأصالة مورد التراث تكمن في فكرته وتصميمه ومواده، وفي طريقة إنتاجه وأسلوبه وفي مكانه ووضعها. وله خصوصيته التي تفردته وتميزه عن غيره من المجتمعات. وتكمن أهمية هذه القيمة فيما يأتي:

أ. أن هذه القيمة تحافظ على شخصية المجتمع وهويته للحيلولة دون ذوبانه وتلاشيها.

ب. أن هذه القيمة تمثل عمقاً تاريخياً ضد الثقافات الأخرى واستيرادها وملء الشعور بالوطنية؛ فتملاً وجدانه بحيث تصبح حائط صد الغزو الثقافي الخارجي.

ج. أن هذه القيمة تحقق الاستمرارية التاريخية والتجانس ووحدة الشخصية الوطنية.

د. أن هذه القيمة توضح تباين المجتمعات وخصوصية كل مجتمع وتفردته عن غيره من المجتمعات، وأنه على قم المساواة التاريخية من حيث إسهاماته في تطور البشرية (غنيم والزهراني، ١٤٣٨هـ: ٢٨).

والتراث لا يعني الأشياء المادية فقط، مثل الشواهد الأثرية، أو ما تحتفظ به خزائن المتاحف من مخلفات الماضي المادية، بل هو أيضاً روحها المتنقلة في وجدان

للمورد التراثي أن يقدم رؤية جمالية سواءً كانت هذه القيمة مضمنة جوهرياً فيه أو تظهر عند الاستهلاك بواسطة الناظرين (تحدد القيمة هنا بواسطة المتلقي تماماً كما يحدث عند قراءة النص الأدبي، فلكل قارئ درجة من التذوق والتقدير مختلفة تجعل من النص نصوصاً متعددة بتعدد القراء)، ومن المهم أن تتضمن القيمة الجمالية علاقة المورد التراثي بالبيئة التي تضمه.

٢. القيمة الرمزية: يحمل المورد التراثي في كيانه تأثيراً وجدانياً كونه يمثل عمق التاريخ، فهو يرسل إشارات ومعاني تفيد في تعزيز المجتمع لهويته وشخصيته الثقافية، وتبرز أهمية هذه القيمة في قدرته على التأثير في وجدان المجتمع الذي ينتمي إليه (الزهراني وقسيمة، ١٤٢٩: ٣٩؛ غنيم والزهراني، ١٤٣٨هـ: ٣١).

٣. القيمة المعرفية: ويمكن للموقع أن يكون مصدراً لدراسة ثقافة المجتمع، وهذه القيمة تمثل المرأة الصادقة لدراسة الأفكار والقيم الاجتماعية والثقافية وطبيعة التكوين البيئي والمناخي للمجتمع، وبهذا تصبح هذه القيمة وسيلة لاطلاع غير المتتمين له (غنيم والزهراني، ١٤٣٨هـ: ٣١).

٤. القيمة الاقتصادية: وهو تحويل القيمة التراثية المتمثلة في القيم الجمالية والرمزية والمعرفية إلى قيمة اقتصادية من خلال إقامة مشروعات سياحية وتوظيف المورد التراثي (غنيم والزهراني، ١٤٣٨هـ: ٣٢).

٥. القيمة الاجتماعية: وتعكس هذه القيمة الحالة الاجتماعية التي كان عليها من قام بإنتاج هذا النوع من التراث ومستوى رفاهيته، وأيضاً تعكس أنواع المهن والنشاطات التقليدية لهذا المجتمع وتعبر عن

- لقيم التراث الثقافي، وضمت ثلاثة محاور رئيسية، هي:
- المحور الأول: مع من تزور المطاعم التراثية؟ ويتكون من (٤) عبارات.
 - المحور الثاني: أبرز الأسباب التي تجعلني أزور المطاعم التراثية، ويتكون من (٩) عبارات.
 - المحور الثالث: هل تعتقد أن المطاعم التراثية تلبية رغبات العملاء؟ ويتكون من (٥) عبارات.

صدق أداة الدراسة:

للتأكد من صدق أداة الدراسة قام الباحثان بإجراء الاختبارات التالية:

- الصدق الظاهري: عرضت الاستبانة على سبعة محكمين لإبداء آرائهم ومقترحاتهم وتعديلاتهم على الاستبانة.
- اختبار الصدق: تم التأكد من صدق الاستبانة وذلك بإجراء اختبار معامل بيرسون.
- الجدول الآتية توضح ذلك:

جدول (١) معامل بيرسون لمحور: مع من تزور المطاعم التراثية؟

رقم العبارة	معامل الارتباط بالبعد
١	**٠,٦٧٨
٢	**٠,٦٦٤
٣	**٠,٦٨٥
٤	**٠,٦٢٨

** دال عند مستوى الدلالة ٠,٠١ فأقل

يتضح من الجدول رقم (١) أن العبارات دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠١ معنوية.

أفرادها، وذاكرتهم، وسلوكهم، وما اعتادوا عليه من الفنون التعبيرية، والأدائية، مثل: الأشعار، والأساطير، والحكايات، والموسيقى الشعبية، والمعارف التقليدية، والحرف اليدوية، والأغذية التراثية، وغيرها مما توارثته الأمة عبر أجيال وعصور، تعبيراً عن حياتها، وروحها، وثقافتها. ويمكن القول إن التراث بمفهومه الواسع هو خلاصة ما ورثته الأجيال السالفة للأجيال الحالية، وما زال باقياً في حياة الحاضر. والتراث يجسد ثقافة الفرد، والجماعة، والمجتمع، والأمة، فهو المعبر الصادق عن الموروثات والانجازات الفكرية، والثقافية، والحضارية على مستوى المجتمع المحلي وعلى مستوى البشرية بأسرها (غنيم والزهراني، ١٤٣٨هـ: Harrison:7 187: 2010). وهنا لا بد من التأكيد بأن للتراث الثقافي ديناميكية متحركة ويخضع تقييمه لمراجعات مستمرة من قبل السكان والمتفاعلين معه، ويظهر ذلك في حجم الطلب على مظاهر التراث المختلفة، سواء كان ذلك في معدلات زيارة المواقع التراثية أو شراء المصنوعات التقليدية أو زيارة المطاعم التراثية وغيرها من أشكال توظيف التراث.

منهج الدراسة:

تم استخدام المنهج الوصفي والمنهج التحليلي لاستقصاء حجم وخصائص الطلب على المطاعم التراثية بمدينة الرياض

عينة الدراسة:

تكونت عينة الدراسة من (١٨٩) فرداً تمثل رواد المطاعم التراثية بمدينة الرياض، والمطاعم هي: القرية النجدية، والمجلس الخليجي، والتنهات.

أداة الدراسة:

تم بناء استبانة الدراسة حول التوظيف الاقتصادي

يوضح الجدول (٤) أن الثبات العام للاستبانة بلغ ٠,٦٥٤.

كيفية إجراءات تطبيق أداة الدراسة: وتشمل ما يلي:

أ/ طريقة جمع المعلومات:

تم توزيع أداة الدراسة وجمعها ضماناً لوصولها للمبحوثين (عينة الدراسة)، وذلك بعد التأكد من صدق وثبات الاستبانة. وقد تطلب تطبيق الاستبانة عدد من الإجراءات الرسمية والخطوات العملية وذلك بتوزيع الاستبانات على العينة مع الشرح الوافي لأهداف الدراسة ومحاورها وعينتها وكيفية الإجابة على العبارات.

ب: أساليب المعالجة الإحصائية:

لتحقيق أهداف الدراسة والاجابة عن أسئلتها تم إجراء اختبار معامل ارتباط بيرسون، الفا كرونباخ، استخراج التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

وقد استخدم الميزان الرباعي والميزان الخماسي في التحليل الإحصائي، ويوضح الجدولان (٥)، (٦) مدى المتوسطات للعبارات الوصفية المستخدمة. جدول رقم (٥) الميزان الخماسي المستخدم في التحليل الإحصائي.

الوصف	مدى المتوسطات
اوافق بدرجة عالية جداً	٤,٢ - ٥
اوافق بدرجة عالية	٣,٣ - ٤,١
محايد	٢,٤ - ٣,٢
لا أوافق	١,٥ - ٢,٣
لا أوافق بدرجة عالية جداً	٠,٦ - ١,٤

جدول رقم (٦) الميزان الرباعي المستخدم في التحليل الإحصائي.

الوصف	مدى المتوسطات
كثيراً	٣,٢٥ - ٤
قليلاً	٢,٤٩ - ٣,٢٤
نادراً	١,٧٣ - ٢,٤٨
ابداً	١ - ١,٧٢

جدول (٢) معامل بيرسون لمحور: أبرز الأسباب التي تجعلني

أزور المطاعم التراثية

معامل الارتباط بالبعد	رقم العبارة
**٠,٦١١	١
**٠,٥٧٥	٢
**٠,٦٩٩	٣
**٠,٦٩٦	٤
**٠,٧٢٩	٥
**٠,٦٦٩	٦
**٠,٥٤٣	٧
**٠,٤٩٧	٨
**٠,٥٦٥	٩

** دال عند مستوى الدلالة ٠,٠١ فأقل

يتضح من الجدول رقم (٢) أن العبارات دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠١ معنوية.

جدول (٣) معامل بيرسون لمحور: هل تعتقد أن المطاعم التراثية

تلبى رغبات العملاء؟

معامل الارتباط بالبعد	رقم العبارة
**٠,٦١٧	١
**٠,٦٤٦	٢
**٠,٦٠٥	٣
**٠,٦٧٧	٤
**٠,٥٨١	٥

** دال عند مستوى الدلالة ٠,٠١ فأقل

يتضح من الجدول رقم (٣) أن العبارات دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠١ معنوية.

مقياس الثبات:

تم التأكد من ثبات أداة الدراسة بحساب معامل الثبات (ألفا كرونباخ) (Cronbach's Alpha) وذلك وفقاً للبيانات التي تم الحصول عليها من عينة الدراسة، كما في الجدول رقم (٤).

جدول (٤) معامل الثبات Alpha Cronbach's

عدد العبارات	عدد العبارات	محاور الاستبانة
٠,٥٧٤	٤	محور مع من تزور المطاعم التراثية
٠,٧٩٠	٩	
٠,٥٩٩	٥	
٠,٦٥٤		

الاجتماعية.

جدول رقم (١٠): توزيع أفراد العينة حسب متغير المهنة.

النسبة المئوية	التكرار	المهنة
٪٦١,٩	١١٧	موظف حكومي
٪١٥,٩	٣٠	طالب
٪١٢,٧	٢٤	موظف قطاع خاص
٪٦,٩	١٣	أعمال حرة
٪٢,١	٤	لا يعمل
٪٠,٥	١	أخرى
٪١٠٠	١٨٩	المجموع

يتضح من الجدول رقم (١٠) أن ٦١,٩٪ من أفراد العينة موظفون حكوميون، وما نسبته ١٥,٩٪ هم من الطلاب، بينما ١٢,٧٪ موظفون بالقطاع الخاص، وأن ٦,٩٪ يشتغلون بالأعمال الحرة، و ٢,١٪ لا يعملون، ولم يظهر ٠,٥٪ من أفراد عينة الدراسة حالتهم المهنية.

جدول رقم (١١): توزيع أفراد العينة بحسب متغير المؤهل التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	المؤهل العلمي لأفراد العينة
٪١٩	٣٦	ثانوي وأدنى
٪٥٢,٤	٩٩	بكالوريوس
٪٢٥,٩	٤٩	دراسات عليا
٪٢,٦	٥	أخرى
٪١٠٠	١٨٩	المجموع

تظهر نتائج الجدول رقم (١١) أن ما نسبته ١٩٪ من أفراد عينة الدراسة يحملون الشهادة الثانوية وما دونها، في حين بلغت نسبة من يحملون شهادة البكالوريوس ٥٢,٤٪، وبلغت نسبة من يحملون شهادات الدراسات العليا ٢٥,٩٪، بينما لم يظهر ٢,٦٪ من أفراد العينة مؤهلهم التعليمي.

عرض ومناقشة النتائج:

جدول رقم (٧): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنسية.

النسبة المئوية	التكرار	جنسية أفراد العينة
٪٨١,٥	١٥٤	سعودي
٪١٨,٥	٣٥	غير سعودي
٪١٠٠	١٨٩	المجموع

يتضح من الجدول رقم (٧) أن ٨١,٥٪ من أفراد العينة سعوديون، بينما مثل غير السعوديين (١٨,٥٪) من أفراد العينة.

جدول رقم (٨): توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر.

النسبة المئوية	التكرار	أعمار أفراد العينة
٪١٨	٣٤	٢٠ - ٢٤
٪٢٤,٣	٤٦	٢٥ - ٢٩
٪١٩,٦	٣٧	٣٠ - ٣٤
٪١٥,٣	٢٩	٣٥ - ٣٩
٪٧,٩	١٥	٤٠ - ٤٤
٪٦,٩	١٣	٤٥ - ٤٩

يظهر الجدول رقم (٨) أن نسبة الذين تتراوح أعمارهم بين ٢٥-٢٩ سنة بلغت ٢٤,٣٪، وبلغت نسبة الفئة العمرية ٣٠-٣٤ سنة ١٩,٦٪ في حين بلغت نسبة الفئة العمرية ٣٥-٣٩ سنة ١٥,٣٪ وتتناقص هذه النسب باطراد حتى تبلغ ٠,٥٪ للفئة العمرية ٦١ سنة فأكثر.

جدول رقم (٩): توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية.

النسبة المئوية	التكرار	الحالة الاجتماعية
٪٣٢,٨	٦٢	أعزب
٪٦٤,٦	١٢٢	متزوج
٪٢,٦	٥	أخرى
٪١٠٠	١٨٩	المجموع

يبرز الجدول رقم (٩) أن نسبة العزاب قد بلغت ٣٢,٨٪ من أفراد عينة الدراسة، بينما بلغت نسبة المتزوجون (٦٤,٦٪)، في حين لم يظهر ٢,٦٪ من أفراد العينة حالتهم

جدول (١٢): توزيع أفراد العينة حسب متغير الدخل الشهري

الدخل الشهري لأفراد العينة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ٤٩٩٩	٤٠	٢١,٢٪
من ٥٠٠٠ - ٩٩٩٩	٨٠	٤٢,٣٪
١٠٠٠٠ فأكثر	٥٦	٢٩,٦٪
لم يحدد	١٣	٦,٩٪
المجموع	١٨٩	١٠٠٪

يبرز الجدول رقم (١٢) أن ما نسبته ٢١,٢٪ من أفراد العينة يقل دخلهم الشهري عن ٤٩٩٩ ريال، بينما بلغت نسبة من تتراوح دخولهم ما بين ٥٠٠٠ - ٩٩٩٩ ريال ٤٢,٣٪، في حين بلغت نسبة من زاد دخلهم عن ١٠٠٠٠ ريال ٢٩,٦٪، ولم يظهر ٦,٩٪ من أفراد العينة دخلهم الشهري.

جدول رقم (١٣): توزيع العينة بحسب متغير عدد أفراد الأسرة التي يعيّلها المستجيب

عدد أفراد الأسرة لأفراد العينة	التكرار	النسبة المئوية
١	٨	٤,٢٪
٢	٢١	١١,١٪
٣	١٨	٩,٥٪
٤	١٧	٩٪
٥	١٨	٩,٥٪
٦	٨	٤,٢٪
٧	٤	٢,١٪
٨	٦	٣,٢٪
٩	٤	٢,١٪
١٠	٢	١,١٪
١١	١	٠,٥٪
لم يحدد	٨٢	٤٣,٤٪
المجموع	١٨٩	١٠٠٪

يتضح من الجدول رقم (١٣) أن (٨٢) من أفراد العينة لم يحدد عدد أفراد الأسرة التي يعيّلها ويمثلون نسبة ٤٣,٣٪، وظهر أن (٢١) فرداً من العينة يعول كل

فرد منهم شخصين ويمثلون نسبة ١١,١٪، و(١٨) فرداً يعيّل كل فرد منهم (٣) أشخاص ويمثلون نسبة ٩,٥٪، و(١٨) فرداً يعيّل كل فرد منهم (٥) أشخاص ويمثلون نسبة ٩,٥٪، و(١٧) فرداً يعيّل كل فرد منهم (٤) أشخاص ويمثلون نسبة (٩٪)، و(٨) من أفراد العينة يعول فرد منهم شخصاً واحداً ويمثلون نسبة ٤,٢٪، و(٨) أفراد يعيّل كل فرد منهم (٦) أشخاص ويمثلون نسبة ٤,٢٪، و(٦) أفراد يعيّل كل فرد منهم (٨) أشخاص ويمثلون نسبة ٣,٢٪، و(٤) أفراد يعيّل كل فرد منهم (٧) أشخاص ويمثلون نسبة ٢,١٪، و(٤) أفراد يعيّل فرد منهم (٩) أشخاص ويمثلون نسبة ٢,١٪، وفردان يعيّل كل فرد منها (١٠) أشخاص ويمثلون نسبة ١,١٪، وفرد واحد من العينة يعول أحد عشر شخصاً ويمثل نسبة ٠,٥٪.

جدول رقم (١٤): عدد مرات زيارة المطعم التراثي شهرياً

عدد مرات الزيارة في الشهر	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ٣ زيارات	١٢٢	٦٤,٦٪
من ٤ إلى ٦ زيارات	٥٠	٢٦,٥٪
٧ زيارات فأكثر	١٧	٩٪
المجموع	١٨٩	١٠٠٪

يتضح من الجدول رقم (١٤) أن (١٢٢) من أفراد العينة يزورون المطعم التراثي أقل من ٣ مرات شهرياً ويمثلون نسبة (٦٤,٦٪)، بينما (٥٠) من أفراد العينة يزورون المطعم التراثي من ٤ إلى ٦ مرات شهرياً ويمثلون نسبة (٢٦,٥٪)، وتبين أن (١٧) من أفراد العينة يزورون المطعم التراثي ٧ زيارات فأكثر شهرياً ويمثلون نسبة (٩٪).

السؤال الأول: مع من تزور المطاعم التراثية؟

جدول رقم (١٥): استجابات أفراد العينة على المحور مرتبة تنازلياً حسب طبيعة الرفقة لزيارة المطاعم التراثية.

م	العبارة	كثيراً	قليلاً	نادراً	أبدأ	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المرتبة
٤	أزور المطاعم التراثية منفرداً	٢٢	٣٨	٥٥	٧٤	١,٠٣١	٢,٩٦	
		١١,٦	٢٠,١	٢٩,١	٣٩,٢			
٣	أزور المطاعم التراثية مع ضيوف جهة عملي	٢٣	٣٦	٥٧	٧٣	١,٠٣٣	٢,٩٥	
		١٢,٢	١٩	٣٠,٢	٣٨,٦			
٢	أزور المطاعم التراثية مع أفراد الأسرة	٥٨	٥٨	٤٧	٢٦	١,٠٣٢	٢,٢٢	
		٣٠,٧	٣٠,٧	٢٤,٩	١٣,٨			
١	أزور المطاعم التراثية مع الأصدقاء	٦١	٦٨	٤٨	١٢	٠,٩١٢	٢,٠٦	
		٣٢,٣	٣٦,٠	٢٥,٤	٦,٣			
المتوسط العام		٢,٥٤٧						

تظهر بيانات جدول رقم (١٥) أن زيارة المطعم منفرداً حلت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي ٢,٩٦ وانحراف معياري ١,٠٣١. بينما جاءت عبارة أزور المطاعم التراثية مع ضيوف جهة عملي في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي ٢,٩٥ وانحراف معياري ١,٠٣٣. في حين جاءت عبارة زيارة المطاعم مع أفراد الأسرة في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي ٢,٢٢ وانحراف معياري ١,٠٣٢. وحلت عبارة أزور المطاعم التراثية مع الأصدقاء في المرتبة الرابعة والأخيرة بمتوسط حسابي ٢,٠٦ وانحراف معياري ٠,٩١٢.

السؤال الثاني: ما هي الأسباب التي تجعلك تزور المطاعم التراثية؟

تظهر بيانات جدول رقم (١٥) أن زيارة المطعم منفرداً حلت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي ٢,٩٦ وانحراف معياري ١,٠٣١. بينما جاءت عبارة أزور المطاعم التراثية مع ضيوف جهة عملي في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي ٢,٩٥ وانحراف معياري ١,٠٣٣. في حين جاءت عبارة زيارة المطاعم مع أفراد الأسرة في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي ٢,٢٢ وانحراف معياري ١,٠٣٢. وحلت عبارة أزور المطاعم التراثية مع الأصدقاء في المرتبة الرابعة والأخيرة بمتوسط

جدول رقم (١٦) استجابات أفراد العينة على السؤال الثاني مرتبة تنازلياً حسب درجة موافقتهم على الأسباب التي تدفعهم.

م	العبارة	أوافق بدرجة عالية جداً	أوافق بدرجة عالية	محايد	لا أوافق	لا أوافق بدرجة عالية جداً	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الرتبة
1	الأسعار مناسبة	٥٤	٣١	٥٥	٣٥	١٤	١,٢٧٩	٢,٦٠	٩
		٢٨,٦	١٦,٤	٢٩,١	١٨,٥	٧,٤			
2	قرب المطعم من مكان إقامتي	٤٧	٥٤	٤٨	٣٠	١٠	١,١٧٩	٢,٤٨	٨
		٢٤,٩	٢٨,٦	٢٥,٤	١٥,٩	٥,٣			
3	نوع من التغيير والخروج عن المألوف	٤٧	٧٠	٥٧	١٠	٥	٠,٩٧٤	٢,٢٤	٧
		٢٤,٩	٣٧	٣٠,٢	٥,٣	٢,٦			
4	تنوع المشروبات التراثية (حليب بالزنجبيل...)	٦٤	٥٧	٤٧	١٧	٤	١,٠٥٨	٢,١٥	٢
		٣٣,٩	٣٠,٢	٢٤,٩	٩	٢,١			
5	الزبي التراثي لمقدمي الخدمات في المطعم	٦٧	٥٦	٥٢	٩	٥	١,٠٢٧	٢,١٠	٦
		٣٥,٤	٢٩,٦	٢٧,٥	٤,٨	٢,٦			
6	البيئة لعمرانية التراثية للمطعم (جدران الطين واللبن، الأسقف الخشبية...)	٨٤	٦٢	٣٥	٣	٥	٠,٩٥٦	١,٨٥	٣
		٤٤,٤	٣٢,٨	١٨,٥	١,٦	٢,٦			
7	طبيعة الوجبات التراثية (جريش، قرصان، مطازيز)	٨٨	٥٩	٣١	١٠	١	٠,٩٢٨	١,٨٢	١
		٤٦,٦	٣١,٢	١٦,٤	٥,٣	٠,٥			
8	أجواء الجلسات التراثية (البساط التراثي، والمساند، إضاءة الفوانيسن موقد الخطب...)	٩٠	٦٢	٢٧	٦	٤	٠,٩٤٨	١,٧٩	٤
		٤٧,٦	٣٢,٨	١٤,٣	٣,٢	٢,١			
9	طبيعة الأواني التراثية التي يقدم بها الطعام والشراب (الصحنون، الدلال والفناجيل، والأباريق، وأطباق القش(السلال)...)	٩٢	٥٨	٢٩	٨	٢	٩,٩٢٩	١,٧٨	٥
		٤٨,٧	٣٠,٧	١٥,٣	٤,٢	١,١			

تظهر بيانات جدول رقم (١٦) ترتيب أسباب زيارة المطاعم التراثية تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية كما يلي:

- جاءت العبارة رقم (٩): «الأسعار مناسبة» بالمرتبة الأولى من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بمتوسط (٦, ٢ من ٥) وانحراف معياري ١, ٢٧٩.

٢. جاءت العبارة رقم (٨): «قرب المطعم من مكان إقامتي» بالمرتبة الثانية من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة بمتوسط (٤٨، ٢ من ٥) وانحراف معياري ١,١٧٩
٣. جاءت العبارة رقم (٢) «تنوع المشروبات التراثية» بالمرتبة الرابعة حيث موافقة أفراد عينة الدراسة بمتوسط (١٥، ٢ من ٥) وانحراف معياري ١,٠٥٨
٤. جاءت العبارة رقم (٦) «الزي التراثي لمقدمي الخدمات في المطعم» بالمرتبة الخامسة حيث موافقة أفراد عينة الدراسة بمتوسط (١٠، ٢ من ٥) وانحراف معياري ١,٠٢٧
٥. جاءت العبارة رقم (٣) «البيئة العمرانية التراثية للمطعم (جدران الطين واللبن، الأسقف الخشبية...)» بالمرتبة السادسة حيث موافقة أفراد عينة الدراسة بمتوسط (٨٥، ١ من ٥) وانحراف معياري ١,٩٥٦
٦. جاءت العبارة رقم (١) «طبيعة الوجبات التراثية (جريش، قرصان، مطازيز» بالمرتبة السابعة حيث موافقة أفراد عينة الدراسة بمتوسط (٨٢، ١ من ٥) وانحراف معياري ١,٩٢٨
٧. جاءت العبارة رقم (٤) «أجواء الجلسات التراثية (البساط التراثي، والمساند، إضاءة الفوانيس موقد الحطب...)» بالمرتبة الثامنة حيث موافقة أفراد عينة الدراسة بمتوسط (٧٩، ١ من ٥) وانحراف معياري ١,٩٤٨
٨. جاءت العبارة رقم (٥) «طبيعة الأواني التراثية التي يقدم بها الطعام والشراب (الصحن، الدلال والفناجيل، والأباريق، وأطباق القش...)» بالمرتبة التاسعة حيث موافقة أفراد عينة الدراسة بمتوسط (٧٨، ١ من ٥) وانحراف معياري ١,٩٢٩

السؤال الثالث: هل تعتقد أن المطاعم التراثية تلبى رغبات العملاء؟

جدول رقم (١٧) استجابات أفراد العينة على درجة الاعتقاد بتلبية المطاعم التراثية لرغبات العملاء مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية للعبارة.

م	العبارة	كثيراً	قليلاً	نادراً	أبداً	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الرتبة
1	الأطفال	٢٤	٤٤	٦٤	٥٧	١,٠٠٧	٢,٨	١
		١٢,٧	٢٣,٣	٣٣,٩	٣٠,٢			
2	المؤسسات العامة والخاصة	37	٦٤	٥٦	٣٢	١,٠٤٠	٣,٤٩	٥
		١٩,٦	٣٣,٩	٢٩,٦	١٦,٩			
3	المتزوجون	٨٣	٦٨	٣٣	٥	٠,٨٢٤	١,٧٩	٤
		٤٣,٩	٣٦	١٧,٥	٢,٦			
4	الشباب العزاب	٩٧	٦٢	٢٣	٧	٠,٨٢٨	١,٦٨	٢
		٥١,٣	٣٣,٨	١٢,٢	٣,٧			

يتبع جدول رقم (١٧)

الرتبة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	أبداً	نادراً	قليلاً	كثيراً	العبارة		م
٣	١,٥٨	٠,٨٨٢	١١	١٧	٤٢	١١٩	تكرار %	كبار السن	5
			٥,٨	٩	٢٣,٢	٦٣			

الأسباب التي تدفعك لزيارة المطاعم التراثية؟ عبر ٤٨,٧٪ من أفراد العينة عن موافقتهم بدرجة عالية جداً على أن ما يدفعه للزيارة هو طبيعة الأواني التراثية المستخدمة في المطعم، وجاءت في المرتبة الثانية أجواء الجلسات التراثية بنسبة ٤٧,٦٪، تليها طبيعة الوجبات التراثية بنسبة ٤٦,٦٪، بينما حلت الأسعار المناسبة وقرب المطعم من مكان الإقامة أخيراً بنسبة ٢٨,٦٪، ٩,٢٤٪ على التوالي. تعزز هذه النتيجة الفرضية بأن الطلب على المنشآت التراثية (ومنها المطاعم) يتركز على قيمتها التاريخية والجمالية والروحية، بل إن هذه القيم تشكل النواة الأساسية للتأسيس والتطوير واستراتيجيات توسع المنشأة.

أظهرت الدراسة أن المطاعم التراثية مناسبة للزيارة برفقة الأصدقاء والأسرة؛ حيث أكد ٣٢,٢٪ من أفراد العينة أنهم يزورون المطاعم برفقة الأصدقاء، و ٣٠,٧٪ يزورونها مع أفراد الأسرة. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة أخرى أبرزتها استجابة العينة للسؤال الثالث: درجة الاعتقاد بتلبية المطاعم التراثية لرغبات العملاء، حيث جاءت تلبية المطاعم لرغبات شريحة الشباب العزاب في المرتبة الأولى بنسبة ٥١,٣٪، تليها شريحة المتزوجون بنسبة ٤٣,٩٪. وتبرز هذه النتيجة أن طبيعة الطلب على المطاعم التراثية مرتبط بشكل وثيق بالرفقة. تعدّ قدرة المنشآت على التعبير عن رغبات واحتياجات كل شرائح العملاء إحدى علامات قوتها والعكس صحيح؛ وهذا ما يعيب المطاعم التراثية من

تظهر نتائج الجدول رقم (١٧) ترتيب درجة اعتقاد أفراد عينة الدراسة بتلبية المطاعم التراثية لرغبات العملاء من الأطفال والمؤسسات العامة والخاصة والمتزوجون والشباب العزاب وكبار السن حسب المتوسطات الحسابية كما يلي:

(نادراً) ما تلبية المطاعم التراثية رغبات الأطفال، حيث بلغ المتوسط الحسابي (٨, ٢ - ٤) ويعادل هذا المتوسط خيار (نادراً).

(قليلاً) ما تلبية المطاعم التراثية رغبات المؤسسات العامة والخاصة، حيث بلغ المتوسط الحسابي ٢, ٤٩ ويعادل هذا المتوسط خيار (قليلاً).

(نادراً) ما تلبية المطاعم التراثية رغبات المتزوجين، حيث بلغ المتوسط الحسابي ١, ٧٩ ويعادل هذا المتوسط خيار (نادراً).

(أبداً) لا تلبية المطاعم التراثية رغبات الشباب العزاب، حيث بلغ المتوسط الحسابي ١, ٦٨ ويعادل هذا المتوسط خيار (أبداً).

(أبداً) لا تلبية المطاعم التراثية رغبات كبار السن، حيث بلغ المتوسط الحسابي ١, ٥٨ ويعادل هذا المتوسط خيار (أبداً).

مناقشة النتائج:

أكدت النتائج أن الطلب على المطاعم التراثية مرده إحساس أفراد العينة أنها تعبر عن القيم التراثية وتبرزها في شكل البيئة والجلسات والوجبات وزي مقدمي الخدمة؛ ففي اجابتهن عن السؤال: ما هي

- وجهة نظر المستجوبين، فقد ذهب ١, ٦٤٪ من أفراد العينة إلى أن المطاعم (نادراً) ما تلبى رغبات الأطفال بنسبة ٩, ٣٣٪، و(أبداً) لا تلبىها بنسبة ٢, ٣٠٪. وتعدّ هذه إحدى نقاط الضعف في المطاعم التراثية وذلك لعدم قدرتها على تلبية احتياجات شريحة مهمة من المجتمع وهي الأطفال. وتأتي أهمية هذه النقطة مقرونة مع ما أوردناه آنفاً بأن ما يميز الحضور للمطعم هو الرفقة (وخاصة الأسر)؛ فإن لم تجد الأسرة ما يشبع رغبة أطفالها في المطعم من ساحة للألعاب (ويمكن أن تكون تراثية)، فقد يقلل ذلك من معدل زيارة الأسرة للمطعم، خاصة في وجود بدائل أخرى تلبى رغبات جميع أفراد الأسرة بما فيهم الأطفال.
- تميزت العينة بمعدلات دخل متوسطة ودون المتوسطة حيث بلغ مجموع من دخلهم أقل من ١٠٠٠٠ ريال ٥, ٦٤٪، مما يعني أن المطاعم التراثية تشكل خياراً مناسباً لهذه الشريحة، وذلك يتسق مع استجابات العينة للسؤال: هل تشكل الأسعار المناسبة عاملاً أساسياً لزيارتك المطعم التراثي؟؛ فقد وافقت ٤٥٪ من العينة بدرجة موافقة (عالية جداً) و(عالية) على هذا السبب للزيارة.
- التوصيات:
- الاهتمام بشريحة الأطفال وتوفير البيئة التي تلبى حاجاتهم في المطعم.
- تخصيص ساحة للألعاب ولتكن تراثية تضمن إشباع رغبات الأطفال وتقديم قيم التراث بشكل جاذب للأطفال والشباب.
- زيادة الاهتمام بالمكون الرئيس للطلب على المطعم التراثي: البيئة والجلسات وأواني التقديم، وتوفير معلومات عن أسائها لتكون متاحة إما في شكل مطويات أو شاشات عرض بالمطعم.
- الاهتمام بتنوع العرض في المطعم التراثي والتركيز على المكونات التي تبرز الأصالة والتكامل والتجديد.
- البحث وتقديم البرامج الكفيلة بزيادة عدد زوار المطاعم التراثية من فئات كبار السن والشباب العزاب.
- الاهتمام بتنوع الوجبات والحرص على أن تشمل كافة مناطق المملكة (أكالات من كافة مناطق المملكة).
- إبراز التنوع العمراني بالمملكة في التصميم الداخلي للمطعم.
- شكر وتقدير
- يتقدم الباحثان بالشكر لمركز البحوث بكلية السياحة والآثار، جامعة الملك سعود على ما قدم من دعم لهذا البحث.
- قائمة المراجع:
- الزهراني، عبد الناصر وقسيمة، كباشي (١٤٢٩هـ). مقدمة في إدارة التراث، الرياض.
- العراقي، علي محمد (٢٠١٤م). اقتصاديات التراث - المفهوم وآليات التحليل / مقاربات منهجية، مجلة جامعة الملك سعود. م ٢٦، السياحة والآثار (٢)، ص. ٢٢٣-٢٣٦
- غنيم، محمد أبو الفتوح؛ الزهراني، عبد الناصر بن عبد الرحمن (١٤٣٨هـ). التراث الثقافي ماهيته، مهاداته، وكيفية الحفاظ عليه. مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية. الرياض.
- اللحام، نسرين رفيق (٢٠٠٧م). التخطيط السياحي للمناطق التراثية باستخدام تقنية تقييم الآثار البيئية. ط ١، دار النيل للنشر، القاهرة.
- المراجع الأجنبية:
- Harrison.R.(2010). Understanding the Politics of

Heritage, Manchester University Press, Manchester.

Liociardi, G. and Masebi, A. (eds.) (2012). The Economics of Uniqueness, World Bank Publications.

Rypkema, D. (1991). The Economics of Rehabilitation, National Trust for Historic Preservation, Washington.

Taboroff, J. (1994). Cultural Heritage in Environmental Assessment, Environmental Assessment Sourcebook Update No. 8, World Bank.

Thorsby, D. (2012). Heritage Economics: A Conceptual Framework, in Liociardi and Amirtahmasebi (eds.) Economics of Uniqueness, World Bank Publications. P. 45-72.

Weitzman, M. (1994). On the Environment Discount Rate, Journal of Environmental Economics & Management, Vol. 26.

Wolf, B. & Others (1999). Financing Historic Federal Buildings: An Analysis of Current Practice, Office of Business Performance, Washington.