

التراث الإسلامي وأثره في تسويق الصناعات الزجاجية الصغيرة (في ظل اتفاقيات التجارة العالمية.)

- أ- فاطمة بسيوني الشناوى. أستاذ بقسم الزجاج، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، مصر
 ب- عبد العاطى لاشين منسى. أستاذ مساعد بكلية التجارة ، جامعة قناة السويس ،مصر
 ج-حسام الدين نظمى. مدرس بقسم الزجاج، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، مصر
 د--ولاء حامد محمد. معيدة بقسم الزجاج، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، مصر

ملخص البحث:

ولد الفن الإسلامي في اللحظات الأولى التي بدأ المسلمون الأوائل يعبرون فيها عن عقائدهم وأخلاقهم وفلسفاتهم، فكانت إبداعاتهم التي أسهمت في صنع هذه الحضارة التي دامت لأكثر من أربعة عشر قرناً، فتبلور ما يسمى بالفن الإسلامي الذي اشتمل على الكثير من العناصر الزخرفية، الهندسية منها والنباتية وأيضا الكتابية، وركب بين هذه العناصر وزواج بينها في منتجات تطبيقية وعملية، منها المنتجات الزجاجية والخزفية والمعدنية..... الخ.

وكانت هذه المنتجات ذات طابع خاص يتميز ويتميز عن الكثير من المنتجات لحضارات أخرى وافدة على منطقتنا العربية والإسلامية، ولكن بمرور الوقت -وخصوصاً- في القرنين الأخيرين ومع ظهور الكثير من أشكال التبعية الغربية كنتيجة حتمية لسيطرة هذه الحضارات على مقدراتنا الإقتصادية والفكرية والفنية.

تظهر مشكلة هذا البحث، في أن المنتجات الزجاجية وغيرها من المنتجات اتجهت اتجاهات مختلفة أبعدها عن شخصيتها المميزة، وأفقدتها أصالتها.

ومن هذا المنطلق يهدف البحث إلي المساهمة في توثيق الصلة بين المنتجات الزجاجية، وبين طابعنا المميز و الحفاظ على هوية تلك المنتجات، و هي بحد ذاتها قيمة يمكن أن ترفع من معدلات التسويق بما تمثله من ميزة تنافسية. وذلك من خلال الاستفادة من التراث الإسلامي، سواءً بزخارفه أو تقنياته العديدة، في رفع القيمة الجمالية للمنتجات الزجاجية المنفذة من خلال مجال الصناعات الزجاجية الصغيرة، وذلك للتصدي للمنتجات الأجنبية التي أغرقت السوق المصري، وكذلك لفتح أسواق خارجية لمنتجاتنا في ظل اتفاقيات التجارة العالمية، وتحددت محتويات البحث كما يلي تحت محور المؤتمر الثالث، خصائص العمارة الإسلامية والفنون المكملة:

مقدمة

1. تطور الزجاج في العصور الإسلامية.
2. التقنيات المنتشرة في العصور الإسلامية.
3. الطرق المستخدمة في تنفيذ الزخارف الإسلامية على الأنية الزجاجية.
4. الصناعات الزجاجية الصغيرة ودورها في المجتمع.
5. المنتجات الزجاجية الدخيلة على السوق المصري وأثرها على المجتمع.
6. أثر التراث الإسلامي في تسويق الصناعات الزجاجية الصغيرة.
7. العلاقة بين التصميم والتسويق.
8. أهمية التسويق لتصميم الصناعات الزجاجية الصغيرة.
9. أهم المفاهيم الحديثة للاتفاقيات التجارية الدولية.
10. أثر التراث الإسلامي في تسويق الصناعات الزجاجية الصغيرة.
11. نتائج البحث.
12. توصيات البحث.
13. مراجع البحث.

مقدمة:

حظيت الفنون الإسلامية بعناية خاصة ومستمرة حتى بلغت شأنًا كبيرًا من الجودة والإتقان بفضل جهود مضنية خلقت خلالها الفنانون في هذا المجال حتى ابتكروا من خلال تنفيذهم لأشكال هذه الزخارف ضروبًا متباينة ذات مميزات شتى كانت بمثابة حقل من أخصب الحقول للدراسة والتأصيل لما اتخذته هذه الضروب من مسار ديني واضح اكتسب الفنون الإسلامية جوهرها الذي تميزت به عن كل الفنون الأخرى.

وقد تعددت الزخارف الإسلامية ما بين الزخارف النباتية والحيوانية والهندسية والكتابية، حيث اعتبر الفنان المسلم استخدام العناصر الزخرفية النباتية كنوع من المواءمة بين فكر الفنان المسلم وإيمانه بالله ومحاولة ذكره وتسيبجه في كل الأوقات، كما حاول في ذلك السبيل الاهتمام بالأشكال الزخرفية وتوزيعها والتألف بينها. ويعتبر العرب هم أول من استخدم الخط كعنصر زخرفي وقد أعطى هذه المكانة نظراً لاتصاله الوثيق بالقرآن الكريم وهو ما يدفع الفنانين إلى تزيين العمائر بالألواح الخطية وقد شملت العناصر الزخرفية الإسلامية جميع المنتجات الحياتية كالسجاد والمنسوجات والخزف والمعادن والزجاج، حيث ازدهرت صناعة الزجاج المصري في ظل الحكم الإسلامي ازدهاراً بالغاً بعد أن أتقنوا أسرار الصناعة ولم يقفوا عند حد إنتاج ما عرفوه منها بل قاموا بابتكار أساليب إنتاجية لم تكن معروفة، وجدير بالذكر أن المسلمين كانوا أكثر إقبالاً على استعمال الأواني الزجاجية ممن سبقهم بما استهوتهم من رونق ونقاء فاستخدموها في الشرب والإنارة والتطيب وذلك لاهتمامهم بالعبور تأسياً بنبيينا الكريم (ص) الذي كان يعني بالطيب.

1- تطور الزجاج في العصور الإسلامية:

1-1- الزجاج في مصر وسوريا في العصور الإسلامية الأولى القرن (7-10) م

اشتهرت بلاد الشرق خاصة مصر بصناعة الاوانى الزجاجية منذ أيام الحكم الروماني ثم جاء الإسلام إلى هذه البلاد وظل الصناع يمارسون تلك الصناعة، وتشتمل منتجات الزجاج في العصور الإسلامية الأولى على زجاجات وقوارير وزهريات وأكواب للاستعمال المنزلي أو لحفظ الزيوت والعمود وبلغت أشكال هذه الاوانى تنوعاً كبيراً في الحجم والكثرة. ومن الأساليب القديمة المعروفة نقش الزجاج وحفره إما باليد أو بواسطة عجلة خاصة. وما وجد بمصر من الزجاجات والأباريق من هذا النوع بسيط في زخارفه وهي لا تعدو أن تكون أشرطة أفقية وخطوط متموجة كما يبدو في قطعتين من مصر بمتحف المتروبوليتان.

1-2- الزجاج والبلور المصري في العصر الفاطمي (10-12) م

بلغت صناعة الزجاج في مصر درجة عظيمة تحت حكم الفاطميين وكانت الفسطاط والفيوم والإسكندرية من أهم المراكز الرئيسية لهذه الصناعة، وكانت تصنع كافة أنواع الزجاج منها ذو زخارف من الخيوط المضافة البارزة والمضغوطة، وأيضاً من أهم الأعمال الفنية التي تمت على أيدي صناع الزجاج في مصر هي زخرفة الزجاج بأسلوب البريق المعدني ولكن للأسف لم تصلنا قطع كاملة منها إما الفيسفساء الزجاجية فكان استعماله قليلاً نسبياً ومن أمثلة ذلك فيفسفساء قبة المسجد الأقصى.

أما أسلوب الحفر البارز بطريقة القطع في الزجاج كان عن طريق إزالة الطبقة الخارجية الملونة التي تغطي الطبقة الشفافة فتبدو وكأنها بارزة فوق الطبقة الشفافة. وبلغت صناعة الزجاج في الزخارف المقطوعة، ذروتها على أيدي الصناع الفاطميين وكان أسلوبها وعناصرها الزخرفية وثيقة الصلة بما هو متبع في إنتاج البلور الصخري التي اقبل عليها خلفاء الفاطميين، وكذلك تنوعت وتعددت أشكال الاوانى المصنوعة من الزجاج في العصر الفاطمي مثل قطع الشطرنج ومقلمات وقلل زجاجية وزهريات وقمام كما ابتكرت لعب الأطفال وتماتيل للطيور والحيوانات الزجاجية من الزجاج الأحمر أو الأخضر أو الأزرق.

1-3- الزجاج في مصر في زمن الأيوبيين والمماليك القرن (12-15) م

بدأ العصر الذهبي للزجاج في ختام القرن الثاني عشر وكانت قمته في بداية القرن الثالث عشر، فقد بدأ أسلوب الزخرفة بالمينا يحل محل أسلوب البريق المعدني وكذلك أسلوب التموه بالذهب في العصر الايوبي، كما اتسمت أشكال الاوانى بالرشاقة والانسيابية ليس فقط من حيث الشكل بل ومن حيث الزخارف النباتية والحيوانية وكانت الزخرفة غالباً ما تنتظم في مناطق أفقية مختلفة الاتساع ويفصلها بعضها عن بعض عدد من الأشرطة الضيقة وهناك أيضاً الزخارف الكتابية المكونة من الجمل الدعائية.

أما في العصر المملوكي من أبرز المنتجات التي انتشرت فيه هي المشكاوات الزجاجية ويرجع السبب إلى ذلك إلى كثرة إنشاء المباني الإسلامية وحاجتها إلى هذه النوعية، وقد حظيت المشكاوات

بالزخارف الهندسية والنباتية والكتابية ولكن لم يستخدم فيها الزخارف الحيوانية، فمعظم المشكاوات زخرفت بالمينا المتعددة الألوان مع بعض التذهيب وكانت المينا الحمراء والصفراء والزرقاء والفضي والبيضاء هي المستخدمة وفي معظم الأحيان تستخدم المينا الزرقاء كأرضية وتحدد الخطوط للزخارف باللون الأحمر وأحياناً بالأسلاك النحاسية مع استخدام المينا بكثافة حتى تبدو بارزة ومجسمة، ولم يقتصر العصر المملوكي على إنتاج المشكاوات فقط وإنما صنعوا أنواع مختلفة من الاواني كالزهريات والقنينات والصحون والأكواب المتنوعة الأحجام وزينوها بأدع تزيين ولا تختلف عن المشكاوات إلا في استخدام الرسوم الأدمية والحيوانية المجردة أحياناً.

1-4- الزجاج في مصر في عصر العثمانيين:

أما في العصر العثماني فيظهر لنا الكثير من التنوع والاختلاف فقد برعوا في استخدام تقنية جديدة إلا وهى الزجاج المؤلف بالحصص فتتويعت أشكاله وأحجامه ودخلت في الكثير من العماير الدينية وظهرت في المساجد مثل مسجد المحمودية أو قد يحل الخشب في بعض الأحيان محل الجص ويؤلف الخشب بالزجاج الملون كما في مسجد محمد على باشا بالقاهرة أو تكون تلك الفتحات في عمائر مدنية كالمنازل والقصور وقد تتناغم أسلوب المشربية مع الزجاج المؤلف بالحصص في عناصر وتكوينات رائعة في واجهات القصور والمنازل.

2- التقنيات المنتشرة في العصور الإسلامية:

2-1- تقنية الزجاج الجصي:

استخدم الجص في الشمسيات والقمريات في الشرق حيث تمتاز بالجو الحار واستقراره بعكس أوروبا التي تمتاز بالبرودة العالية، وقد استخدم الجص في سد النوافذ في العالم العربي منذ العصر الأموي وقد برع الفنان المسلم في رسم المشبكات الجصية وجمع فيها بين الجص والزجاج حيث انه في بداية الأمر استخدم الجص فقط في البداية ولما نتج عنه مشاكل من تسلس الحشرات ودخول الأتربة فقد فكر في استخدام الزجاج فكان له فائدة وظيفية منها ما سبق مع أيضاً ترشيد كمية الضوء الداخل للمنزل، وكان أول ظهور للجص مع الزجاج في قبة نجم الدين أيوب، وقد صنعت الحشوات الجصية وتم زخرفتها بزخارف هندسية ثم استخدمت الزخارف النباتية والخطية.

2-2- الموزايك الإسلامي:

علي امتداد 14 قرناً لعب الفن الإسلامي دوراً هاماً في التأثير على الحضارات التي جاءت بعده ولا يزال تأثيره موجوداً حتى الآن، فالآثار الباقية من العصر الإسلامي الوسيط تعطينا صورة بديعة عن شكل الحياة في ذلك العصر، والذي تمثل بأفضل صوره في الزخارف الهندسية التي استخدمت بدقة في المساجد والأبنية التي بقيت لنا منذ ذلك العصر، وقد استخدم الفنان المسلم منهجاً جديداً في فن الفسيفساء هو الذي حقق له تقطيع الفسيفساء بأشكال تميزه عن الفنون الأخرى، وتجلي هذا الاختلاف في أبهى صوره في ابتكار أشكال هندسية خماسية وسداسية، وقد شهدت مصر أروع أشكال الإبداع والابتكار في فن الفسيفساء، وخاصة في الأعمال الفنية التي تم الاستعانة فيها بالأنماط الهندسية، ومنها (المشكاة) ذات الفسيفساء الرخامية الملونة، أما في دول المغرب العربي فلا يزال الفنانون هناك يستخدمون الأنماط والأشكال النجمية والدائرية والخماسية والسداسية والرابعة والأشكال المعقوفة

المصنوعة جميعها من مادة الرخام والخزف الملون، بحيث تعطي في تجميعها أشكالاً من الأطباق النجمية.

2-3-تقنية التشكيل الحر:-

استخدم المسلمون هذه التقنية بمهارة وذلك لإنتاج الاواني الزجاجية والمشكاوات وذلك عن طريق استخدام أنبوباً معدنياً تلتقط بنهايته العجبية الزجاجية من داخل الفرن ثم يتم النفخ بعد ذلك من نهاية الأنبوب الأخرى فيدفع الهواء المضغوط داخل العجبية لتشكل فقاعة زجاجية يشكل بعد ذلك شكل الإناء المطلوب بواسطة أدوات تشكيل مساعدة.

2-4-تقنية النفخ في قالب:-

تم إنتاج العديد من المنتجات مثل الاواني الزجاجية والمشكاوات بهذه الطريقة، حيث أنها كانت تحقق أشكالاً أكثر جمالاً وانتظاماً وكانت إما داخل قوالب من الحديد أو من الفخار لتتحمل درجة حرارة الزجاج المنصهر أو عن طريق ما يسمى بالقوالب المصبوبة حيث كانت تنتج نسخ عديدة من المنتجات.

3-الطرق المستخدمة في تنفيذ الزخارف الإسلامية على الأنية الزجاجية:

3-1-طريقة الأسلاك الحلزونية البارزة:-

عبارة عن لف أسلاك حلزونية بارزة حول رقبة القنينة أو القارورة قبل أن يبرد الزجاج فتصبح هذه الزخرفة البارزة جزءاً لا يتجزأ من الأنية.

3-2-طريقة خلايا النحل:-

استخدمت هذه الطريقة في تزيين بعض التحف الزجاجية وكانت زخارفها عبارة عن أشكال فنية تشبه خلايا النحل مضافة إليها كتابات كوفية وعناصر نباتية.

3-3-طريقة الزخارف المختومة:-

عبارة عن عناصر زخرفية تتكون من دوائر تضم في داخلها أشكالاً وريادات صغيرة ورسوم حيوانية وكتابات كوفية تنقش على بدن الأنية قبل أن تجف بواسطة أختام دائرية من المعدن تسخن جيداً قبل الختم بها.

3-4-طريقة الزخرفة بالمنقاش:-

تنقش الأنية الزجاجية بواسطة المنقاش أو الملقاط الحديدي وكانت تنقش في بدن الأنية الزجاجية وهي لينة أيضاً، وكانت الزخارف عبارة عن أشكال هندسية ورسوم طيور وحيوانات محورة عن الطبيعة.

3-5-طريقة الأقراص والخيوط المضافة المضغوطة

انحصرت عناصرها الفنية في وريادات وخبوط مضافة كانت تعمل بواسطة خيوط زجاجية ملونة تضغط على سطح الإناء فتنتج عنها خيوط متموجة ملونة، وكانت الحليات المضغوطة عبارة عن خطوط متعرجة أو أشرطة متموجة أو وريادات صغيرة.

3-6- طريقة الزخرفة المضافة بالمشط:-

ترخرف الأنية بألة تشبه المشط تسحب على الإناء وهي ساخنة فتتكون أشكال مختلفة مثل أسنان المنشار أو ضلوع السمك.

3-7- الزخرفة المحفورة باليد أو بالدولاب:-

تتم عن طريق نحت أو قطع أو حز الزخارف في جدار الإناء بعد أن يبرد الزجاج ومنها قطع كانت تتألف من طبقتين زجاجيتين الأولى خارجية زرقاء والثانية داخلية بيضاء أو شفافة فيتم نحت الطبقة الزرقاء حتى تصل إلى الطبقة البيضاء لتظهر الكتابة وكأنها محدودة بالأزرق على أرضية بيضاء.

3-8- طريقة الزخرفة المحزوزة:-

تتم عن طريق تحزيزات أفقية ورأسية متقاطعة تكون بتقاطعها أشكالا كروؤس الأجراس.

3-9- طريقة الزخرفة بالمينا:-

يعتبر من أروع ما خلف الفنانون في العصر الإسلامي ما سمي بالزخرفة بالمينا وهي عبارة عن مادة زجاجية ملونة يقوم الفنان بتحديد ورسم الزخارف المراد تنفيذها بواسطة الصمغ العربي أولاً باستخدام الفرشاة لتحديد موضوع الرسم ثم تحرق في الفرن للمرة الأولى في درجة حرارة قليلة ثم يطلي الموضوع بالمينا ذات الألوان المختلفة ثم يقوم بتثبيتها بالحرارة مرة أخرى.

3-10- الزخرفة عن طريق التمويه بالذهب:-

تعنى كلمة التمويه بالذهب عملية الزخرفة بماء الذهب أو الفضة وكانت تتم عن طريق الرسم بماء الذهب بالفرشاة ثم يحرق ليثبت أو عن طريق لصق رقائق الذهب ثم تثبت بالحرارة.

3-11- الزخرفة بالبيريقي المعدني:-

تتم هذه الزخرفة عن طريق طلاء الأنية بطلاء يكون عادة قصديرا (ابيض اللون) ثم يسوى هذا الطلاء ثم يدخل الفرن وبعد إخراجها ترسم عليه الزخارف المطلوبة باستخدام طبقة رقيقة لبعض الأكاسيد المعدنية مثل النحاس أو الفضة في حالة سائلية على سطح الإناء ثم يثبت الطلاء في درجة حرارة مناسبة وجو مختزل.

وكل هذه الأساليب الإنتاجية والتقنيات الزخرفية اندثرت مع مر العصور وظهور المنتجات المنفذة آليا وهذا ما دعانا لفكر في إحيائها مرة أخرى من خلال مشروع صناعي صغير خاصة ومثل هذه المشروعات تساهم بدرجة كبيرة في تنمية الدخل القومي وحل مشكلة البطالة.

4-الصناعات الزجاجية الصغيرة ودورها في المجتمع:

تحظى الصناعات الصغيرة في الوقت الراهن باهتمام كبير في مختلف الدول المتقدم منها والنامي على حد سواء، وتؤكد العديد من الدول مثل الهند واليابان وألمانيا وإيطاليا والصين أن دعم وتشجيع الصناعات الصغيرة قد حقق طفرة نوعية ملحوظة، حيث أنها لا تحتاج إلى رؤوس أموال ضخمة أو تقنيات معقدة مما يجعل السيطرة عليها ممكنة.

4-1- تعريف الصناعات الصغيرة:-

تعددت تعريفات الصناعات الصغيرة سواء على مستوى الدولة أو كل دولة على حدة حيث أن التعريفات تخضع لمعايير معينة منها:

▶ -□-□- المعايير الكمية:

هذه المعايير تتناول الجوانب الكمية والتي تصلح للأغراض الإحصائية والتنظيمية والتي يمكن بمقتضاها جمع البيانات الإحصائية من أجل الاستفادة منها وتميز بأنها ذات صبغة محلية إذ أنها تختلف باختلاف الظروف المجتمعية في كل دولة من حيث عدد السكان ودرجة النمو التصنيعي والنظام الاقتصادي بل والتنسيق القيمي السائد في المجتمع.

▶ -□-□-□- معيار العمالة:-

يعد من أهم المعايير التي أخذت بها معظم الدول المتفرقة وذلك لبساطتها وسهولة المقارنة على أساسها وأيضاً لتوافر البيانات وثباتها النسبي.

▶ -□-□-□- معيار رأس المال:-

يعد من أحد المعايير الأساسية لتصنيف المشروعات من حيث الحجم ولكنه تختلف من بلد إلى أخرى وتتم المقارنة بين المشروعات الصناعية تبعاً لحجم رأس المال المستخدم لكل مشروع. ويتضمن هذا المعيار الأصول الثابتة مثل الأرض والآلات والمعدات والأصول المتغيرة مثل العناصر التي يحول بها المشروع من خامات وأجور وبيع وهناك من يستبعد الأصول الثابتة من ضمن معيار رأس المال لاختلاف قيمتها من وقت إلى آخر. وهناك اتجاه لقصر المعيار على رأس المال الثابت دون العامل لأن العناصر التي يتكون منها رأس المال العامل لا تتمتع بالثبات النسبي الكافي.

▶ -□-□-□- المعيار الثنائي:-

وهو معيار يتكون من رأس المال وعدد العمالة ويظهر هذا التعريف نتيجة لقصور كلا من معيار رأس المال والعمالة وينقسم إلى نوعين:

أ - معيار كثافة العمالة: وهو ارتفاع معدل (عدد العمال/ رأس المال)

ب - معيار كثافة رأس المال: وهو ارتفاع معدل (رأس المال / عدد العمال)

▶ -□-□- ▶ معيار حجم وقيمة الإنتاج:-

ارتبط هذا المعيار بالصناعات التي تمتاز بصغر حجم الإنتاج وقلة قيمته بالنسبة للبلد وذلك لانخفاض مستوى دخل مستهلكيها ومن الخطأ ربط إنتاج المصانع الصغيرة والمستهلك منخفض الدخل حيث أن نوعية المنتج هو العامل الأساسي الذي يحدد نوعية المستهلك بالإضافة إلى جودته. حيث أن هناك صناعات صغيرة تخاطب شرائح متعددة من المستهلكين تتميز بالدخل المنخفض أهمها صناعة السجاد اليدوي (الكليم) وهناك صناعات أخرى حيث توجه إنتاجها إلى شريحة من المستهلكين تتميز بالدخل المرتفع مثل صناعة التحف الكريستالية .

▶ -□-□- ▶ معيار التقدم التكنولوجي:-

ساعد هذا المعيار في التفرقة بين أنواع الصناعات الصغيرة حيث أن معظم الصناعات التي لا تقوم على استخدام معدات حديثة أو متطورة تعتبر صناعات صغيرة أو أن تكون جزء من عملية تابعة تعتمد عليها الصناعات الكبيرة في هذه الحالة يمكن أن تنال قدرا من التكنولوجيا.

4-1-2- المعايير الوظيفية:

تتميز هذه المعايير بأنها الأكثر دقة حيث اتفق عليها معظم دول العالم ويرجع ذلك إلى عدم تعرضها إلى الجانب النسبي حيث ركزت على وصف خصائصه من حيث درجة تأثيره في السوق أو شكل ملكيته أو إدارته.

اعتمدت هذه المعايير على ما يلي:

□- تخصص إداري بسيط (شخص واحد) حيث تعتمد على الإدارة الشخصية بدلا من الاعتماد على هيكل إداري متخصص.

□- تكامل نسبي وثيق بين الإدارة والعمال المنتجين وكذلك المستهلكين مما يضيف عليها نوع من المرونة.

▶ - تتميز بانخفاض رأس المال المستخدم سواء للإنشاء أو التشغيل حيث يتم توفيره بواسطة المالك.

▲- ليس لديها القدرة على الاستفادة من سوق رأس المال.

▼- قدرتها على امتصاص العمال المهرة.

◀◀- حجم المشروع صغير نسبيا.

4-2- تعريف الصناعات الصغيرة في مصر

*تعريف اتحاد الصناعات المصرية:-

اعتبر اتحاد الصناعات المصرية أن المنشآت الصناعية الصغيرة هي التي توظف من 10-50 عامل لأنها تمثل حوالي 60 % من المنشآت الصغيرة.

*الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء:-

عرف الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء بأنها تلك الصناعة التي يعمل بها تسعة مشغلين فأقل.

*لجنة التجارة والصناعة:-

عرفت اللجنة أن الصناعات الصغيرة هي التي تقتصر على ورش صغيرة يشتغل بها عدد يسير من العمال يشتغلون بها عادة على ذمتهم بمعرفة بعض الصبيان.

*مؤسسة التعاون الإنتاجي والصناعات الصغيرة:-

هي الصناعات التي يعمل بها عدد قليل من العمال ويكون رأس مالها صغير وتشتغل مكانا صغيرا ونشاطا محدودا وتتميز منتجاتها بالطابع اليدوي أو النصف آلي و نحتاج إلى معدات بسيطة.

*وزارة الصناعة:-

عرفت الصناعات الصغيرة على أنها المنشآت الصناعية التي لا يزيد عدد عمالها عن مائة شخص ولا يزيد رأس مالها عن نصف مليون جنيه. ومن خلال التوصيفات والتعريفات تمكنا من تعريف الصناعات الزجاجية الصغيرة.

تعريف الصناعات الزجاجية الصغيرة:-

هي تلك الصناعة التي يتم من خلالها إنتاج بعض المنتجات ذات الطابع التراثي وذلك في مصانع صغيرة وتعتمد أساسا على المهارة الفردية اليدوية مع استخدام بعض من التكنولوجيا الحديثة حسب نوع المنتج ومنتجات هذه الصناعة إما فنية أو استخدامية ذات طابع تراثي مميز.

4-3-أهميتها ودورها في المجتمع:-

تعتبر الصناعات الصغيرة احد أهم العناصر في عمليات التطوير والتنمية في معظم الدول النامية وذلك لما لها من أهمية كبيرة منها:

- 1- توفير فرص عمل لمواجهة مشكلة البطالة.
- 2- تكون قاعدة عريضة من العمال المهرة.
- 3- زيادة الإنتاج الصناعي باستثمار المال.
- 4- تنمية الصادرات الزجاجية ومواجهة غزو الأسواق الخارجية للسوق المصري.
- 5- زيادة التخصص.

ومن خلال ذلك تبين أن من أهم خطوات تنمية المجتمع من خلال الصناعات الزجاجية الصغيرة هو فتح مجالات متعددة ومختلفة من هذه الصناعة مثل ((زخرفة أسطح الأنية الزجاجية بالأساليب المتعددة))، أو من خلال إقامة منتج جديد الدخيلة باستخدام بعض التقنيات منها التشكيل الحر التشكيل بالمشاعل، التشكيل بإعادة تشكيل الزجاج حراريا.

5-المنتجات الزجاجية على السوق المصري وأثرها على المجتمع

لاشك أن السوق امتلئ بالمنتجات الأجنبية ولا نكاد نرى المنتج المصري إلا في أشياء قليلة جدا وأصبحت الصورة في نظر الناس أن المنتجات الغير مصرية هي المنتجات الأفضل من حيث السعر والخامة مما يؤدي إلى أن المجتمع بدأ يفقد هويته وتندثر اصالته التي كانت متجسدة من خلال الفنون الإسلامية القديمة التي كانت تلبى الاحتياجات الحياتية للمجتمع وأخذت المشكلة تزداد يوماً بعد يوم في إطار تنفيذ مقررات منظمة التجارة العالمية في بداية 2005 وخفض الحواجز الجمركية وزيادة درجة انفتاح الأسواق أما المفهوم السائد عن أن المنتجات الأجنبية هي الأجود والأرخص فقد أدى إلى انتشار البطالة في مصر وغلق المصانع وتعطيل الصناعات والقضاء عليها وإغراق السوق بمنتجات ليس لها الطابع المصري وتحول المجتمع المصري إلى مجتمع مستهلك بدلاً من مجتمع منتج.

6- أثر التراث الإسلامى فى تسويق الصناعات الزجاجية الصغيرة.

تراثنا الإسلامى ملئ بالقيم الزخرفية الجمالية إلى جانب أنه فن حياى ارتبط بالوظيفة مع الجمال ، لذا تبين أن المنتجات المحملة بطابع تراثى تضيف على المنتج الزجاجى قيمة جمالية ورواجا من قبل المستهلكين ، وذلك من خلال تطبيق الأساليب الزخرفية الإسلامية على المنتجات الزجاجية او من خلال الاستفادة من العناصر الزخرفية بإختلافها فى تصميمات متعددة ،سوف يساعد على فتح أسواق جديدة ، وفتح فكريا جديدا للمصممين وذوقا رفيعا للمستهلكين.

7-العلاقة بين التصميم والتسويق:

يجب على المصمم مساعدة الصناعة لحل مشكلاتها وخلق فرص جديدة وحلول مبتكرة لتطويرها، ويجب الوصول إلى مفهوم جديد للتصميم ليس انه عبارة عن رسوم جميلة جذابة بل يجب أن يكون ذو طابع تسويقي ويستطيع إرضاء المستهلكين ودوافعهم الشرائية وإشباع احتياجاتهم، أى أن التصميم الناجح هو الذي يستطيع أن يشق طريقه بسهولة إلى الأسواق، إن الدول النامية يجب عليها أن تتخذ من عنصر التصميم والإبداع سبيل للمنافسة في الأسواق العالمية خاصة في ظل الأسواق العالمية المفتوحة والمنافسة الشرسة للمنتجات المحلية من قبل المنتجات الأجنبية الوافدة والتي استطاعت أن تفهم أسواقنا واحتياجاتنا وذلك عن طريق الاستفادة من تراثنا، وأيضا الاهتمام بالمظهر الجمالي للمنتج إلى جانب سهولة الاستعمال وملائمة المنتج للغرض المصمم من أجله كما يجب أن يهتم باقتصاديات عملية الإنتاج وتكلفة إنتاج التصميم دون تحمله إلى أي أعباء إضافية ((كالضرائب بأنواعها ورسوم المرافق والجمارك على الخامات.... الخ)) وذلك للوصول إلى سعر منافس للمنتجات الموجودة في الأسواق دون المساس بجودته وكفاءته.

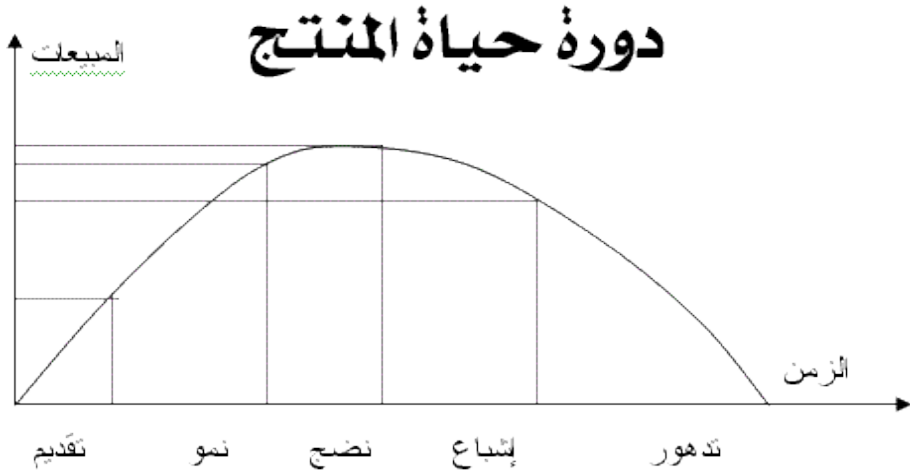
ودور المصمم أن يراعى تمييز تصميماته وتفردا عن غيرها وأن تتميز بالأصالة وأن تكون ذات طابع تراثي خاص يميزنا عن غيرنا وأن يكون نابع من تراثنا القومي وحضارتنا العريقة ليكون لنا ميزة تنافسية وطابع مميز في الأسواق المحلية والعالمية.

8-أهمية التسويق لتصميم الصناعات الصغيرة الزجاجية:-

نظرا لأهمية التصميم والابتكار ولأن كل منتج له دورة حياة ينتهي بعدها (شكل 1) فإن متابعة التصميم لازمة حتى تزيد من فترة تواجدها في السوق عن طريق إدخال تعديلات بصفة مستمرة على التصميمات وإجراء تحسينات على وظائفها وخصائصها وذلك عن طريق إدخال إضافات على خطوط الإنتاج تشبع رغبات المستهلكين بجودتها وسعرها وتناسب التطور العصري.

فقبل البدء في عملية التصميم لابد أن يتوفر لدى المصمم مجموعة من البيانات المحددة مثل ((مشكلة التصميم وتحديد خصائص المنتج الزجاجي الجديد وأهدافه)) وأيضاً يجب أن يحتوي على مجموعة من المعلومات عن المستهلك والسوق مثل (نوع المستهلك واحتياجاته - نوع السوق المستهدف - محددات الأسعار - المنتجات المنافسة - نوع المنتج الزجاجي)، ولذلك يجب أن يتعاون كل من المصمم والمنتج وخبير التسويق للوصول إلى أفضل الطرق لاستنباط أفكار جديدة وحتى بعد دخول المنتج الزجاجي الصغير في السوق لابد أن يقوم خبراء التسويق بالمتابعة وإمداد المصممين بمعلومات على المنتج وخصائصه وأهدافه والسوق المستهدفة ورغبات المستهلكين والسعر المطلوب للمنتج وتنقسم السوق إلى قطاعات حسب متطلبات المستهلكين وذلك للتوصل إلى تصميم ناجح يحقق درجة عالية من التسويق والجودة ومن هذا تهدف المنتجات الزجاجية الصغيرة إلى تحقيق الأهداف التالية:-

- 1- إرضاء المستهلك عن طريق توفير مواصفات أفضل.
- 2- إرضاء طموح علماء تكنولوجيا الزجاج عن طريق تجربة خامات جديدة وتقنيات مختلفة وإضافة مظهر للأسطح الزجاجية وإحياء المندثر منها.
- 3- إرضاء المصممين بإشباع قدراتهم الابتكارية والاستفادة من التراث الإسلامي في تحقيق تصميمات مبتكرة وجديدة.
- 4- إرضاء السوق بزيادة القدرة التنافسية.



شكل (1)

9- أهم المفاهيم الحديثة للاتفاقيات التجارية الدولية:-

9-1- الجات (G.A.T.T)

هي كلمة مشتقة من الحروف باللغة الإنجليزية لمعنى الاتفاقية العامة على الرسوم الجمركية والتجارة (General Agreement Tariffs and Trade) وقد تم انشاؤها عام 1974 بحضور 23 دولة للنظر في تحرير التجارة الدولية وتتضمن حقوقا والتزامات متبادلة عقدت بين حكومات الدول الموقعة عليها.

ويؤدي تطبيق الاتفاقية العامة للتجارة (الجات) إلى خفض مؤثر في التعريف الجمركية على الواردات على نظام عالمي. وتهدف الجات إلى:-

- 1- الاستقلال الكامل للموارد الاقتصادية العالمية والتوسيع في المبادلات التجارية الدولية.
- 2- ضمان زيادة حجم التجارة الدولية وإزالة القيود المحلية.
- 3- العمل على رفع مستوى المعيشة في الدول النامية.

9-2- اتفاقية الأيزو:-

عبارة عن منظومة وثائق ((التنظيم الدولي للتوحيد القياسي)) التي يمكن من خلالها تنظيم أي منشأة بغرض النظر عن نوع إنتاجيتها تنظيما دوليا يوفر عليها كثير من ضعف جودة الإنتاجية وزيادة التكاليف. وهي تعطي المنشأة الحاصلة عليها الثقة من المستفيدين في خدماتها، وهي تضم خمس وثائق، ثلاث منها على جوهر نظام الجودة ومستوى أداء نظام الشركة واثنتان تمثلان خطوط مرشدة.

- 1- المواصفة الأولى الايزو 9000:
ترشد إلى أي مواصفات تناسب طبيعية نشاطك للتوافق معها.
 - 2- المواصفة الثانية الايزو 9001:
وتتضمن ما يجب أن يكون عليه نظام الأداء في المنظمة الصناعية أو الخدمية التي تبدأ عملياتها بالتصميم وحتى خدمة ما بعد البيع.
 - 3- المواصفة الثالثة الايزو 9002:
وتتضمن ما يجب أن يكون عليه نظام الأداء في المنظمة الصناعية أو الخدمية التي لا تشمل عملياتها تصميم المنتج ولا خدمة البيع.
 - 4- المواصفة الرابعة الايزو 9003:
وتتضمن ما يجب أن يكون عليه نظام الأداء في المنظمات التي تقتصر عملياتها على الفحص والتفتيش والاختبار.
 - 5- المواصفة الخامسة الايزو 9004:
وترشدك لتكوين نظام للإدارة الجودة وعناصره وهي دليل لكيف تسعى للتوافق مع المواصفة التي ستختارها سواء كانت 9001، 9002، 9003.
- والى جانب هذا وقعت مصر عدة اتفاقات ثنائية ومتعددة الأطراف لزيادة القدرة التنافسية للصادرات المصرية، ولتنمية التجارة ولتحسين الميزان التجاري منها ما يلي.

9-3- اتفاقية الكويز.

الكويز (Q.I.Z) ثلاثة حروف تختصر عبارة (Qualified Industrial Zones) أى المناطق الصناعية المؤهلة ، وهى اتفاقية تجارية وقعت فى القاهرة بين ثلاث دول هى: مصر وإسرائيل والولايات المتحدة الأمريكية عام 2004م وهى تتضمن تأسيس مناطق صناعية مؤهلة على عدة مراحل بحيث يتم إنتاج وتجميع السلع فيها ثم تصديرها إلى أمريكا وتتمتع منتجات هذه المناطق بالدخول إلى السوق الأمريكية دون أية قيود أو حواجز تصديرية بشرط مساهمة كل طرف من أطرافها الثلاثة بمكونات محلية تقدر بـ 11.7% على الأقل فى المنتج النهائي، ومع الميزات التصديرية الواضحة بهذه الإتفاقية يري كثير من معارضيه أن هذه الإتفاقية لم توضح ماالموقف لو مارست إسرائيل أسلوباً احتكارياً لمكوناتها وقامت برفع أسعارها بشكل مبالغ فيه مما يفقد مصر الميزة الرئيسية للإتفاقية وهى طرح منتجاتها بسعر أقل من منافسيها، وكذلك لم توضح إذا كانت مصر يمكنها تعديل بعض أو كل بنود هذه الإتفاقية أو إلغائها مستقبلاً، كما يري البعض الآخر أن الإتفاقية فتحت سوقاً مضمونة للمنتجات الإسرائيلية وهى السوق المصرية دون أن تتحمل إسرائيل أية مخاطر ، وقد كانت أولى نتاجات هذه الإتفاقية بشكل واضح على المنتجات النسجية مما يستدعي الإنتباه إلى إمكانية تطبيقها على جميع المنتجات الأخرى وخاصة المنتجات الزجاجية.

9-4- اتفاقية التجارة والاستثمار مع الولايات المتحدة الأمريكية

وقعت مصر فى يوليو 1999 اتفاقية التجارة والاستثمار كخطوة أساسية فى سبيل إقامة منطقة تجارة حرة مشتركة، هى عبارة عن بروتوكول تعاون تجاري بين مصر و الولايات المتحدة الأمريكية. والمناطق الصناعية المؤهلة هى مناطق محددة جغرافياً فى مصر، تحدها الحكومة المصرية، و توافق عليها حكومة الولايات المتحدة الأمريكية، و هى تكفل تمتع الصادرات المصرية من المنتجات الصناعية من هذه المناطق، بإعفاء كامل من الرسوم الجمركية عند نفاذها للمناطق الخاضعة للسلطات الجمركية الأمريكية، ذلك بشرط استيفاء هذه المنتجات لشرط المنشأ المصري، وفقاً لقواعد المنشأ الواردة فى البروتوكول و المستندة معظمها إلى القواعد ذات الصلة بمنظمة التجارة العالمية. قد تم توقيع بروتوكول المناطق الصناعية المؤهلة المصري بتاريخ 14 ديسمبر 2004 و دخل حيز النفاذ خلال شهر فبراير 2005.

هناك سبع مناطق مؤهلة:

- القاهرة الكبرى وتشمل: جنوب الجيزة، شبرا الخيمة، مدينة نصر، العاشر من رمضان ومدينة 15 مايو، الإسكندرية وتشمل: العامرية (برج العرب)، بورسعيد، وهذه المناطق تنتشر بها العديد من المصانع المنتجة للزجاج مما يؤثر على هذه الصناعة فى مصر.

ما يحتويه البروتوكول

حرية النفاذ للسوق الأمريكي، متطلبات ميسرة للتمتع بميزة حرية النفاذ، تمتع كافة المنتجات بميزة

حرية النفاذ، مرونة تطبيق المتطلبات، عدم وجود حصص كمية على المنتجات المصدرة، عدم وجود فترة محددة لسريان البروتوكول، الاستفادة من البروتوكول أمر اختياري.

لذلك فمن النتائج المتوقعة وجود منتجات مستودعة تغرق السوق المصري وتحمل فكرا مخالفا لفكرنا وتراثا غير تراثنا، ليس فقط في صناعة المنسوجات ولكن في كل الصناعات وخصوصا صناعة الزجاج فقد بدأ السوق يمتلئ بالمنتجات الزجاجية التشيكية والبرازيلية والتركية ولا نكاد نرى المنتج الزجاجي المصري وان وجد فبسر مرتفع وجودة منخفضة، وحتى تستطيع صناعة الزجاج في مصر مواجهة المنتجات الوافدة إلينا من دول الاتحاد الاوروبى وغيرها، ذات الجودة العالية والذوق الرفيع والسعر المقبول بعد رفع الأعباء الجمركية عنها، وعلى الجانب الأخر أن تغزو صناعة الزجاج الأسواق العالمية في ظل هذه الاتفاقيات، لذا هذه بعض الحلول التي من الممكن أن تساعد في حل مشكلة تسويق المنتجات الزجاجية في ظل الأسواق المفتوحة وهى عبارة عن اتجاهين:

1- جودة التصميم:

وذلك من خلال دراسة السوق لفهم احتياجات المستهلك حيث يعد الاهتمام بالشكل الجمالي للمنتج من اللون والشكل والملمس وجودة الخامة، من أهم متطلبات المستهلك من خلال تصميمات متفردة نابعة من تراثنا الاسلامى الذي يتميز بالأصالة والمعاصرة ليكون لنا ميزة تنافسية وطابع مميز في الأسواق العالمية والمحلية والى جانب هذا تحقيق الجانب الوظيفي للمنتج الزجاجي ليساعده على رواج المنتج. لذا يجب أن يسعى المصمم لفهم احتياجات ومتطلبات المستهلك ليشبعها، وان يسعى أيضا إلى تفهم احتياجات المستهلك العالمي وذلك للوصول إلى الأسواق العالمية المفتوحة.

2-تحقيق الجودة في المنتج:

يجب على منتجي المنتجات الزجاجية الصغيرة مراعاة قواعد الجودة في كافة المراحل الإنتاجية وتطبيق مفاهيم الايزو من خلال جودة الخامات المستخدمة، جودة القوالب المستخدمة، جودة التجهيز النهائي للمنتج، وحسن اختيار مظهر أسطح مناسب للمنتج والتصميم. وهنا يجب مراعاة انخفاض تكلفة المنتج دون المساس بأي من معايير الجودة المطلوبة، وهذه معادلة صعبة ولكن سوف يلقوا ثمارها على الأمد الطويل. وعند تفهم منتجي صناعة الزجاج لاحتياجات السوق سوف يؤدي أيضا إلى تسويق أفضل لمنتجاتهم بدلا من منتج لا يلقى قبولا لدى المستهلك.

نتائج البحث:

من خلال هذا البحث تم التوصل إلى عدة نتائج منها:

- 1-استخدام الأساليب الزخرفية الإسلامية يساعد على إحياء تراثنا الإسلامي المفقود.
- 2-يساعد البحث على رواج المنتجات المحملة بالطابع الاسلامى بين المستهلكين.
- 3- يعد مجال البحث طريقا فى حل مشكلة البطالة .

توصيات البحث:

- 1- استخدام الأساليب الزخرفية الإسلامية في تصميم المنتجات الزجاجية لفتح أسواق جديدة داخلياً وخارجياً.
- 2- الاهتمام بالدراسات الحديثة للتسويق الى جانب دراسات جودة التصميم والإنتاج فى مجال الصناعات الزجاجية الصغيرة .
- 3- الأهتمام بإقامة مشروعات للصناعات الزجاجية الصغيرة لتساعد في حل مشكلة البطالة.

مراجع البحث:

أولاً: المراجع العربية:

1. احمد عبد اللطيف احمد (التسويق وأثره في تطوير أقمشة المفروشات في ظل الأسواق المفتوحة) رسالة ماجستير، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، 2002.
2. إيمان عبد الله محمد (أثر المفاهيم الحديثة للاتفاقيات التجارية الدولية على فعالية تسويق الحلبي الزجاجية وقدرتها على المنافسة) بحث تمهيدي دكتوراه، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، 2004.
3. إيمان مرعى (المشروعات الصغيرة والتنمية)-التجارب الدولية المقارنة والحالة المصرية، القاهرة، مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية، 2005.
4. رباب مهني حامد (استخدام الحروف العربية كقيمة تشكيلية معاصرة في المنشآت المعاصرة في مصر، رسالة ماجستير، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، 2004.
5. سكينه حامد على ندا(اثر الأساليب الإسلامية التاريخية في تصميم المنتجات الزجاجية المعاصرة (العصر المملوكي))، رسالة ماجستير، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، 1989.
6. سعاد عبد الفتاح عبد الجواد (دور الصناعات الصغيرة في التنمية والمجتمع) معهد التخطيط القومي، جامعة القاهرة، 1990.
7. طلعت أسعد عبد الحميد (التسويق الفعال)- كيف نواجه تحديات القرن 21، القاهرة، دار النهضة العربي، 2003.
8. عاصم محمد مرزوق، (الفنون العربية الإسلامية)، الطبعة الأولى، القاهرة، مكتبة مدبولي، 2007.
9. مجدي سيد محمود: (الوحدة البنائية في الفن الاسلامى المصري وأثرها في مجال التصميم الزخرفى)، رسالة دكتوراه، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، 1990.

المراجع باللغة الأجنبية:

10. Graham Bound ocks, the economic, co of small firms, oxford, basil
block well (1981).

11. Bruce,m,&cooper,r,marketing and design management international
Thomson business (1997).

NET:

12. www.investment.gov.eg

12. www.islamonline.net