

# مجلد السباحة والآثار

(دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الملك سعود)

# Journal of Tourism and Archaeology

(Refereed Scientific Periodical)

published by:  
King Saud University

مجلد السباحة والآثار المجلد التاسع والعشرون (٢٠١٧) ١٤٣٨

Journal of Tourism and Archaeology volume 29, No. 2

المجلد التاسع والعشرون عدد (٢)

يونيو ٢٠١٧ - رمضان ١٤٣٨

ردمك: ٤٥٧٠ - ١٦٨٥

Volume: 29 No. 2

June(2017) Ramadan 2(1437)

ISSN: 1685 - 4570





# مجلة السياحة والآثار

(دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الملك سعود)

المجلد التاسع و العشرون (٢)

يونيو (٢٠١٧م) - رمضان (١٤٣٨هـ)

# مجلة السياحة والآثار

ردمك: ٤٥٧٠ - ١٦٨٥

## الهيئة الاستشارية

- أ. د. سليمان بن عبد الرحمن بن محمد الذيب  
جامعة الملك سعود (السعودية)
- أ. د. عبد الناصر بن عبد الرحمن الزهراني  
جامعة الملك سعود (السعودية)
- أ. د. علاء الدين عبد المحسن شاهين  
جامعة القاهرة (مصر)
- أ. د. غادة علي حمّود  
جامعة حلوان (مصر)
- أ. د. عباس سيد أحمد.  
جامعة حائل (السعودية)
- أ. د. خلف فارس فجيح الطراونة  
جامعة مؤتة (الأردن)
- أ. د. كباشي حسين قسيمة إسماعيل  
جامعة دنقلا (السودان)
- أ. د. وائل محمود عزيز  
جامعة الفيوم (مصر)

## هيئة التحرير

### رئيس هيئة التحرير:

أ. د. أزهرى مصطفى صادق.

### أعضاء هيئة التحرير:

أ. د. مشلح بن كميخ المريخي

أ. د. طلال بن محمد الشعبان

أ. د. سالم بن أحمد بن طيران

د. محمد بن أحمد متولي

د. محمد بن إسماعيل أبو العطا

د. إيهاب بن علي الفرا

### إدارة التحرير:

أ. عبدالله سعد العتيبي

أ. عبد السلام محمد العبدالله

### تصميم وإخراج:

أ. نبيل صالح الأشول

## تعريف بالمجلة

مجلة السياحة والآثار دورية علمية محكمة متخصصة، تُعنى بنشر البحوث العلمية الأصيلة باللغتين العربية والإنجليزية في مجالات علم الآثار، وإدارة موارد التراث الثقافي، والسياحة والفندقة. المجلة مصنفة وتحمل رقماً دولياً، تصدر مرتين في العام الواحد عن كلية السياحة والآثار بجامعة الملك سعود، صدر أول عدد منها في محرم ١٤٣٠هـ / يناير ٢٠٠٩م تحت عنوان: مجلة جامعة الملك سعود، السياحة والآثار، وصدر أول عدد من المجلة تحت عنوان: مجلة السياحة والآثار في ربيع أول ١٤٣٦هـ / يناير ٢٠١٥م.

### الرؤية:

أن تكون مجلة علمية عالمية رائدة، مصنفة في فهرست الدوريات العلمية (ISI)، وذات معامل تأثير متقدم في قواعد المعلومات العالمية.

### الرسالة:

نشر بحوث محكمة تسهم في بناء اقتصاد المعرفة، وتسهم في الحقول النشطة للبحث العلمي في مجالات علم الآثار، وإدارة موارد التراث الثقافي، والسياحة والفندقة.

### الأهداف:

- تهدف المجلة إلى إتاحة الفرصة للباحثين لنشر إنتاجهم العلمي، وتقوم بنشر المواد التالية:
- ١- بحث: إنتاج علمي للباحث في مجال تخصصه، ويجب أن يحتوي على إضافة للمعرفة في مجاله.
  - ٢- مقالة استعراضية: تتضمن عرضاً نقدياً لبحوث سبق إجراؤها في مجال معين أو أجريت في خلال فترة زمنية محددة.
  - ٣- عرض الكتب.

### للمراسلة:

#### مجلة السياحة والآثار

ص.ب: ٢٦٢٧ الرياض، الرمز البريدي: ١٢٣٧٢-٧٥٢٤  
كلية السياحة والآثار، جامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية  
هاتف: ٠١١٤٦٧٦٥٦٢ (+٩٦٦) فاكس: ٠١١٤٦٩٧٤٧٩ (+٩٦٦)  
البريد الإلكتروني: [jrl@ksu.edu.sa](mailto:jrl@ksu.edu.sa) الموقع الإلكتروني: <https://cta.ksu.edu.sa>

### الاشتراك والتبادل:

#### وحدة تبادل وإهداءات مطبوعات الجامعة:

ص.ب: ٢٢٤٨٠ الرياض ١١٤٩٥. بريد إلكتروني: [giftslib@ksu.edu.sa](mailto:giftslib@ksu.edu.sa)  
للشراء: ثمن العدد: ٢٠ ريالاً سعودياً، أو ما يعادله بالعملة الأجنبية، يضاف إليها أجور البريد.  
دار جامعة الملك سعود للنشر، جامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية  
ص.ب: ٦٨٩٥٣ الرمز البريدي: ١١٥٣٧. بريد إلكتروني: [ksupress@ksu.edu.sa](mailto:ksupress@ksu.edu.sa)

© ٢٠١٧م (١٤٣٨هـ) دار جامعة الملك سعود للنشر

جميع حقوق النشر محفوظة. لا يسمح بإعادة نشر أي جزء من المجلة أو نسخة بأي شكل وبأي وسيلة سواء كانت إلكترونية أو آلية بما في ذلك التصوير والتسجيل أو الإدخال في أي نظام حفظ معلومات أو استعادتها بدون الحصول على موافقة كتابية من دار جامعة الملك سعود للنشر.



## قواعد النشر

تقوم هيئة التحرير بالنظر في نشر المواد العلمية ذات الصلة بمجالات المجلة، وتقبل البحوث الأصلية التي لم يسبق نشرها بالعربية أو بالإنجليزية، وفي حال قبول البحث للنشر، لا يجوز إعادة نشره في أي منفذ آخر ورقياً أو إلكترونياً، دون إذن كتابي من رئيس هيئة التحرير.

### تعليمات عامة:

- ١- تقديم المواد: يقدم أصل البحث مخرجاً في صورته النهائية متضمناً الإشارة إلى أماكن الجداول والأشكال داخل المتن ومطبوعاً على هيئة صفحات مرقمة ترقياً متسلسلاً على برنامج (Ms Word)، باستخدام النظام المتوافق مع (IBM)، وسيعتمد عن قبول أي بحث لا يلتزم مؤلفه بهذه التعليمات.
- ٢- الملخصات: يرفق ملخصات بالعربية والإنجليزية للبحوث والمقالات الاستعراضية. على ألا يزيد عدد كلمات كل منها على ٢٠٠ كلمة، وعلى عمود واحد بعرض كتابة ١٣ سم.
- ٣- لا بد من احتواء كل بحث على كلمات مفتاحية (Key Words) توضع أعلى الملخصين العربي والإنجليزي على ألا تزيد عن عشر كلمات.
- ٤- الجداول والمواد التوضيحية: يجب أن تكون الجداول والرسومات واللوحات مناسبة لمساحة الصف في صفحة المجلة (١٦ × ٢٤ سم بالحواشي وعلى عمودين عرض كل عمود ٦٥, ٧ سم)، ويتم إعداد الأشكال الخطية على برامج الحاسب الآلي أو بالحبر الصيني الأسود على ورق كلك، ولا تقبل إلا أصول الأشكال. كما يجب أن تكون الخطوط واضحة ومحددة ومنتظمة من حيث كثافة الحبر وتناسب سمكها مع حجم الرسم، ويراعى أن تكون الصور الفوتوغرافية الضوئية الملونة وغير ملونة، أصلية. مع كتابة عنوان لكل جدول، وتعليق لكل شكل وصورة، والإشارة إلى مصدر المادة إن كانت مقتبسة.
- ٥- الاختصارات: يجب استخدام اختصارات عناوين الدوريات العلمية كما هو وارد في (The World List of Scientific Periodicals)، وتستخدم الاختصارات المقننة دولياً مثل: سم، مم، م، كم، ٢ مل، مجم، كجم، ... إلخ.
- ٦- المراجع: يشار إلى المراجع داخل المتن بنظام الاسم والتاريخ، وتوضع المراجع جميعها في قائمة المراجع بنهاية المادة مرتبة هجائياً ومتبعة نظام ترتيب البيانات البيبلوجرافية التالي:  
أ) يشار إلى الدوريات في المتن بنظام الاسم والتاريخ بين قوسين على مستوى السطر. أما في قائمة المراجع فيبدأ المراجع بذكر الاسم الأخير للمؤلف (اسم العائلة)، ثم الاسم الأول، ثم الأسماء الأخرى أو اختصاراتها بالخط الأسود، ثم سنة النشر بين قوسين. فعنوان البحث كاملاً. فاسم الدورية مختصراً. ثم رقم المجلد، فرقم العدد بين قوسين، ثم أرقام الصفحات.  
مثال: العجلوني، عبدالله علي (٢٠١٣م)، تطور السياحة في الأردن: دراسة الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الخاصة الأردنية، دراسة حالة جامعة أربد الأهلية وجامعة جدارا، مجلة التراث، العدد التاسع، صص ١٣١-١٥٨.  
ب) يشار إلى الكتب في المتن داخل قوسين بالاسم والتاريخ. أما في قائمة المراجع فيبدأ المراجع بذكر الاسم الأخير للمؤلف (اسم العائلة)، ثم الاسم الأول، ثم الأسماء الأخرى أو اختصاراتها بالخط الأسود. ثم سنة النشر بين قوسين.

ف عنوان الكتاب ثم، بيان الطبعة. ثم الناشر، فمدينة النشر .

مثال: اسكوبي، خالد محمد (١٩٩٩م)، دراسة تحليلية مقارنة لنقوش منطقة (رم) جنوب غرب تيماء، وكالة الآثار والمتاحف، الرياض.

ويجب عدم استخدام الاختصارات المرجعية مثل: المرجع نفسه، المرجع السابق... إلخ.

٧- الحواشي: تستخدم لتزويد القارئ بمعلومات توضيحية، ويشار إليها في المتن بأرقام مرتفعة عن السطر. وترقيم التعليقات متسلسلة داخل المتن. وفي حال الضرورة؛ يمكن الإشارة إلى مرجع داخل الحاشية عن طريق استخدام الاسم والتاريخ بين قوسين وبنفس طريقة استخدامها في المتن، وتوضع الحواشي أسفل الصفحة التي تخصها والتي ذكرت بها وتفصل بخط عن العمودين (المتن) وتكون الحواشي على سطر أو عمود واحد وليس عمودين.

٨- المواد المنشورة في المجلة تعبر عن آراء الباحثين أنفسهم، ولا تعكس بالضرورة رأي المجلة أو جامعة الملك سعود.

٩- المستلآت: يعطى المؤلف (١٥) خمسة عشر مستلة مجانية من بحثه.

## المحتويات

صفحة

### القسم العربي

- رموز مصرية قديمة من تيماء ودلالاتها الحضارية  
د. حسني عبد الحليم عمار؛ أ. محمود عبد الباسط عطيه السيد ..... ١١٧
- نقوش سبئية جديدة للإله حجر معبود غيمان باليمن  
د. علي محمد الناشري ..... ١٤١
- الأبعاد الدلالية للبساطة الزخرفية في فنون موقع دادان (الخرابية)  
د. عبد الرحمن بن عبدالعزيز السحيباني؛ محمد بن علي الحاج ..... ١٦٧
- فخار مدينة فيد المكتشف في التنقيبات الأثرية بمنطقة حائل للمواسم الثلاثة الأولى: ٧٢٤١ - ٩٢٤١ هـ / ٦٠٠٢ - ٨٠٠٢ م.  
د. فهد بن صالح سليمان الحواس ..... ١٨١
- التأثيرات العثمانية على العمائر الدينية والجنائزية الإسلامية وما تحويه من فنون تطبيقية في اليمن  
د. مبروك محمد يحيى الذماري ..... ٢١٣
- تحليل واقع السياحة في الشارقة: الفرص والتحديات  
د. مريم طه مناع ..... ٢٤٣
- التوظيف الاقتصادي لموارد التراث الثقافي دراسة تطبيقية على بعض المطاعم التراثية بمدينة الرياض  
د. علي محمد عثمان العراقي؛ أ. د. عبد الناصر بن عبد الرحمن الزهراني ..... ٢٦٧
- علاج وصيانة الحوامل التذعيمية المستخدمة في تدعيم المخطوطات الورقية تطبيقاً على إحدى المخطوطات المختارة  
عبد الرحمن السروجي؛ غدير بدارنة ..... ٢٧٥
- موارد التراث الطبيعي ومقوماتها السياحية في المملكة العربية السعودية  
د. محمد أبو الفتوح غنيم ..... ٢٩٣

### القسم الانجليزي

- تقييم للعناصر البيئية والأثرية المؤثرة على استمرار الاستيطان في منطقة العلا، المملكة العربية السعودية  
د. سامر سحله؛ د. محمد متولي وإبراهيم مشايي ..... ٩
- إدارة الجودة الشاملة ومدى نجاحها في جامعة الملك سعود  
د. أديب بن عبدالله الخليل ..... ٢٩



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

علي محمد عثمان العراقي<sup>(١)</sup> أ. د. عبد الناصر بن عبد الرحمن الزهراني<sup>(٢)</sup>

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<sup>(1)</sup> Professor. Abdul Naser Abdul Rahman Al-Zahrani<sup>(2)</sup>

**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 (Thorsby، 2012: 52).

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 المناشط 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 الانتماء 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 ووضع. وله خصوصيته التي تفرده وتميزه عن غيره من المجتمعات. وتكمن أهمية هذه القيمة فيما يأتي:

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

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 وتفرده 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 سواء 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 تلبّي 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 يجسّد 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

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

\*\* 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؟

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

\*\* 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

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

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 أعمل
٪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، ولر 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 لر 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	٢٤ - ٢٥
٪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

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

لم يحدد عدد أفراد الأسرة التي يعيّلها ويمثلون نسبة ٣,٤٣٪، وظهر أن (٢١) فرداً من العينة يعول كل فرد منهم شخصين ويمثلون نسبة ١,١١٪، و(١٨) فرداً يعيّل كل فرد منهم (٣) أشخاص ويمثلون نسبة ٥,٩٪، و(١٨) فرداً يعيّل كل فرد منهم (٥) أشخاص ويمثلون نسبة ٥,٩٪، و(١٧) فرداً يعيّل كل فرد منهم (٤) أشخاص ويمثلون نسبة (٩٪)، و(٨) من أفراد العينة يعول فرد منهم شخصاً واحداً ويمثلون نسبة ٢,٤٪، و(٨) أفراد يعيّل كل فرد منهم (٦) أشخاص ويمثلون نسبة ٢,٤٪، و(٦) أفراد يعيّل كل فرد منهم (٨) أشخاص ويمثلون نسبة ٣,٣٪، و(٤) أفراد يعيّل كل فرد منهم (٧) أشخاص ويمثلون نسبة ١,٢٪، و(٤) أفراد يعيّل كل فرد منها (٩) أشخاص ويمثلون نسبة ١,٢٪، وفردان يعيّل كل فرد منها (١٠) أشخاص ويمثلون نسبة ١,٢٪، وفرد واحد من العينة يعول أحد عشر شخصاً ويمثل نسبة ٥,٠٪.

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

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

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

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

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

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

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

يتضح من الجدول رقم (١٣) أن (٨٢) من أفراد العينة

## 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	أبداً	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						

معيارياً 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

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 الحطب...)	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 (الصحون، 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:

١. 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	٣٧	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			

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			

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٪، ٢٤,٩٪ على التوالي. تعزز هذه النتيجة الفرضية بأن الطلب على المنشآت التراثية (ومنها المطاعم) يرتكز 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 وجهة نظر المستجوبين، فقد ذهب ٦٤,١٪ من أفراد العينة إلى أن المطاعم (نادراً) ما تلبية رغبات الأطفال

تظهر نتائج الجدول رقم (١٧) ترتيب درجة اعتقاد أفراد عينة الدراسة بتلبية المطاعم التراثية لرغبات العملاء من الأطفال والمؤسسات العامة والشباب 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 وزبي مقدمي الخدمة؛ ففي اجاباتهم عن السؤال: ما هي الأسباب التي تدفعك لزيارة المطاعم التراثية؟ عبر

- 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:

الزهراي، 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؛ الزهراي، عبد الناصر بن عبد الرحمن (١٤٣٨هـ). التراث الثقافي ماهيته، مهدداته، وكيفية الحفاظ عليه. مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية. الرياض.  
اللحام، نسرین رفیق (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 Eco-

بنسبة ٣٣,٩٪، و(أبداً) لا تليها بنسبة ٣٠,٢٪. 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 تلي رغبات جميع أفراد الأسرة بما فيهم الأطفال.

تميزت العينة بمعدلات دخل متوسطة ودون المتوسطة حيث بلغ مجموع من دخلهم أقل من ١٠٠٠٠ ريال ٦٤,٥٪، 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 تلي حاجاتهم في المطعم.
- تخصيص ساحة للألعاب ولتكن تراثية تضمن إشباع رغبات الأطفال وتقديم قيم التراث بشكل جذاب 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.

nomics 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 Licciardi 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.