



جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم العلوم السياسية



الإبتكار في الإقامة السياحية: الخيمة الذكية

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماستر-مؤسسة ناشئة في اطار القرار

الوزاري 1275 في تخصص: إدارة الأعمال السياحية

إشراف الأستاذ:

- د. رؤوف هوشات

إعداد الطالبين:

- محمد إسلام أوزاينية

- خليل عزازية

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	مؤسسة الانتماء	الصفة
د. سليم حميداني	أستاذ محاضر -أ-	جامعة 8 ماي 1945 -قالمة-	رئيسا
د. رؤوف هوشات	أستاذ مساعد -ب-	جامعة 8 ماي 1945 -قالمة-	مشرفا
د. ليندة لفحل	أستاذ محاضر -أ-	جامعة 8 ماي 1945 -قالمة-	ممتحنا
أ. أحلام سوداني	أستاذ محاضر -أ-	جامعة 8 ماي 1945 -قالمة-	ممثلا عن دار المقاولاتية
السيد رضا ظوافر	مهندس في الإعلام الآلي	مديرية السياحة لولاية قالمة	ممثلا لمديرية السياحة، ولاية قالمة

السنة الجامعية: 2022-2023

شكر وتقدير

الحمد لله الذي وهبنا التوفيق والسداد ومنحنا

الثبات واعاننا على اتمام هذا العمل.

نتوجه بجزيل الشكر وخالص التقدير إلى كل

أساتذة تخصص إدارة الأعمال السياحية كل

بإسمه دون استثناء.

ونتقدم بأسمى عبارات العرفان لمشرفنا

الدكتور "هوشات رؤوف" على كل التوجيهات التي

قدمها لنا.

إهداء

إلى روح أمي وأبي الغاليين اللذين لم يكتب لهما
القدر أن يتقاسما معي هذه الفرحة. وإلى كل
عائلي وأصدقائي وكل من يحب لنا الخير ويتمنى
أن يرانا في أعلى المراتب.

محمد إسلام

إهداء

إلى كل عائلي وأصدقائي وأساتذتي

خليل

المخلص:

إن صناعة السياحة والضيافة تتغيران باستمرار نتيجة التغير المستمر في تفضيلات الضيوف، والتطور التكنولوجي الذي لا يتوقف. تبحث هذه الأطروحة في فكرة الابتكار في الإقامة السياحية، وكيف يمكن أن تؤدي إلى خلق أنواع جديدة من تجارب الإقامة. يستكشف الإطار النظري المكونات الأساسية للإقامات السياحية، وكذلك فكرة الابتكار ومظاهره المختلفة في هذا الإطار. تركز الدراسة على دمج تكنولوجيا المنزل الذكي وممارسات الاستدامة والحلول الصديقة للبيئة، بالإضافة إلى مختلف مجالات وأمثلة الابتكار لأماكن الإقامة الجديدة. بالإضافة إلى دور الابتكار في تشكيل مستقبل أماكن الإقامة السياحية من خلال تحليل شامل للأدبيات ذات الصلة.

الكلمات المفتاحية:

الإقامات السياحية / الابتكار / الخيمة الذكية

Absreact:

Due to shifting consumer preferences and technological improvements, the tourism business is continually changing. This thesis looks at the idea of innovation in accommodations for tourists and how it may lead to new kinds of lodging experiences. The theoretical framework explores the fundamental components of tourist accommodations as well as the idea of innovation and its different manifestations in this setting. The study focuses on the incorporation of smart home technology, sustainability practices, and eco-friendly solutions, as well as the characteristics and innovation examples of novel accommodations. The research emphasizes how innovation will shape the future of tourism accommodations through a thorough analysis of pertinent literature.

Key Words :

Tourism Accommodation / Innovation / Smart Tent

خطة الدراسة

المقدمة

الجزء الأول: الجانب النظري والمعرفي لموضوع الدراسة

الفصل الأول: الاطار النظري للدراسة

المبحث الأول: ماهية الاقامات السياحية

- المطلب الأول: مفهوم الاقامات السياحية
- المطلب الثاني : تاريخ تطور الاقامات السياحية
- المطلب الثالث : انواع الاقامات السياحية
- المطلب الرابع : التطورات والتحديات في الاقامات السياحية

المبحث الثاني: ماهية الابتكار

- المطلب الأول : مفهوم الابتكار
- المطلب الثاني : مجالات وأنواع الابتكار
- المطلب الثالث : مراحل العملية الإبتكارية
- المطلب الرابع : الفرص والتحديات في الابتكار

المبحث الثالث: مجالات الابتكار في الإقامة السياحية

- المطلب الأول: الابتكار في المنتج في الإقامة السياحية
- المطلب الثاني: الابتكار في العمليات في الإقامة السياحية
- المطلب الثالث: الإبتكار في التسويق في الإقامة السياحية

-المطلب الرابع: الابتكار التنظيمي في الإقامة السياحية

الفصل الثاني: الخيمة الذكية كنوع جديد من الإقامة السياحية

المبحث الأول: ماهية الخيمة الذكية

-المطلب الأول: مفهوم الخيمة الذكية

-المطلب الثاني: خصائص الخيمة الذكية

-المطلب الثالث: فوائد وتحديات الخيمة الذكية

المبحث الثاني: الجوانب الابتكارية للخيمة الذكية

-المطلب الأول: الممارسات الصديقة للبيئة والمستدامة

-المطلب الثاني: تكنولوجيا المنزل الذكي

-المطلب الثالث: الطاقة المتجددة

الخاتمة

الجزء الثاني: ملحق مشروع لنيل شهادة مؤسسة ناشئة في اطار القرار الوزاري 1275

المحور الأول: تقديم المشروع

المحور الثاني: الجوانب الابتكارية

المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق

المحور الرابع: خطة الانتاج والتنظيم

المحور الخامس: الخطة المالية

المحور السادس: النموذج الأولي التجريبي

مقدمة

المقدمة

تعد أماكن الإقامة السياحية عنصراً محورياً في صناعة السياحة، حيث توفر للمسافرين مكاناً للإقامة والراحة أثناء رحلاتهم. على مر السنين تطورت صناعة السياحة بشكل كبير، وكذلك توقعات المسافرين وتفضيلاتهم. مع ظهور التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي وتغير تفضيلات المستهلكين ورغباتهم وتوجهاتهم الشخصية، أصبحت هناك حاجة متزايدة إلى أماكن إقامة سياحية مبتكرة وفريدة من نوعها تقدم تجربة مميزة لا تُنسى للمسافرين.

يشير الإبتكار في الإقامة السياحية إلى إدخال تكنولوجيات، وتصاميم، وميزات جديدة، وفريدة في عروض الإقامة التي تلبي التفضيلات المتغيرة للمسافرين. حيث تهدف هذه الإبتكارات إلى إنشاء تجربة فريدة من نوعها للضيوف، تتجاوز مجرد توفير مكان للنوم كما هو متعارف عليه. يمكن أن تتخذ الإقامة السياحية المبتكرة أشكالاً مختلفة سنتطرق لكل واحدة منها على حدى لاحقاً.

الغرض من هذه الأطروحة هو استكشاف مفهوم الإبتكار في أماكن الإقامة السياحية، وفحص الأنواع المختلفة من أماكن الإقامة المبتكرة المتاحة في السوق، وتصميمها، وهندستها المعمارية، وتجربة العملاء التي يقدمونها. كما سنكتشف العوامل التي تدفع الطلب على أماكن الإقامة المبتكرة، والتحديات التي يواجهها مقدمو خدمات الإقامة في تصميم وتقديم أماكن إقامة مبتكرة، والفوائد والتحديات المحتملة لهذه الأماكن، بما في ذلك تأثيرها على الاقتصادات المحلية والتسويق للمناطق التي توجد فيها.

أولاً - إشكالية الدراسة:

و بناء على ما سبق، فإن الإشكالية الرئيسية التي تعالجها هذه الدراسة تتمثل في:

هل يمكن أن يساهم الإبتكار في خلق نوع جديد من الإقامات السياحية ؟

و من بين التساؤلات المتفرعة عن إشكالية البحث:

- ما هي التقنيات والمفاهيم الجديدة التي يمكن استخدامها في الإبتكار في الإقامات السياحية ؟ وما هي المميزات التي يمكن أن توفرها للمسافرين؟
- ما هي التحديات التي تواجه تطبيق الإبتكار في الإقامات السياحية ؟ وما هي الإجراءات التي يمكن اتخاذها لتعزيز الإبتكار وتجاوز هذه التحديات؟

ثانيا - فرضيات الدراسة:

- قد يؤدي الإبتكار الى خلق نوع جديد من الإقامات السياحية وقد تكون عن طريق تطوير احدى الإقامات او الدمج بين نوعين منهم.
- تساعد التقنيات الحديثة والإبتكارات في تطوير إقامات سياحية فريدة ومبتكرة للزوار. كاستخدام الواقع الافتراضي والمعزز واستخدام تكنولوجيا المنزل الذكي داخل الغرف.
- التحديات المتعلقة بالتنظيم والتشريعات في القطاع السياحي قد تكون عائقا أمام تنفيذ الإبتكار في الإقامات السياحية، ومعالجتها قد تتطلب إصلاحات وتحسينات في السياسات الحكومية.
- يمكن للاستثمار في الإبتكار في قطاع الإقامات السياحية أن يؤدي إلى زيادة الإيرادات والأرباح وتعزيز النمو الاقتصادي للمنطقة أو الدولة.

ثالثا - أسباب اختيار الموضوع:

أ- الأسباب الذاتية:

- الشغف بالسياحة والسفر، والرغبة في اكتشاف كيف للابتكار ان يطور القطاع.
- الإهتمام بالمقاولاتية والرغبة في معرفة كيفية تطبيق أفكار جديدة على الإقامات السياحية.
- اكتشاف ميدان العمل اكثر وتنمية الطموح المهني.

ب- الأسباب الموضوعية:

- حاجة مقدمي خدمات الإقامة إلى مواكبة التفضيلات المتغيرة للمسافرين ليظلوا قادرين على المنافسة في السوق.
- الميزات الجديدة والفريدة في أماكن الإقامة السياحية التي اصبحت تتيحها التطورات التكنولوجية.
- أهمية الإبتكار في تطوير وترقية قطاع السياحة بشكل عام والإقامات السياحية بشكل خاص.

رابعا - أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة فيما يلي:

- تناول موضوع يتماشى مع التطور المستمر لصناعة السياحة والتغير في تفضيلات المسافرين والسياح نتيجة التطورات التكنولوجية.
- التعرف على أهم الإبتكارات في مؤسسات الإيواء السياحي حول العالم.
- استكشاف الفوائد والتحديات المحتملة للإبتكار في الإقامات السياحية.

- تعزيز وتطوير مهارات المقاولاتية والإبتكار في مجال السياحة، ووضع أنفسنا كمساهمين قيمين في صناعة السياحة.

خامسا - أهداف الدراسة:

- دراسة دور التكنولوجيا في تطوير الإقامات السياحية وتأثيرها على تجربة الضيوف وصناعة الضيافة.
- التعرف على دور الإقامات السياحية المبتكرة في إنشاء وتعزيز الوجهات السياحية.
- تحديد المخاطر والتحديات المرتبطة بتطوير وتسيير الإقامات السياحية المبتكرة.
- تحديد وتحليل أحدث الاتجاهات والابتكارات في أماكن الإقامة السياحية، بما في ذلك التقنيات الجديدة والتصاميم وتجارب الضيوف.
- دمج الإطار النظري للدراسة مع الجانب التطبيقي من خلال عرض فكرة مشروع لإقامة سياحية مبتكرة "المخيم الذكي والصديق للبيئة".

سادسا - منهج الدراسة:

إخترنا لإنجاز دراستنا المنهج التطبيقي لأن له صلة مباشرة بحل المشاكل العملية في العالم الحقيقي. ونظرا لأن دراستنا تدور حول الإبتكار في الإقامات السياحية في الجانب النظري للدراسة واقتراح ابتكارات للإقامات السياحية في الجانب التطبيقي منها، فمن المهم أن يكون لدينا طريقة بحث يمكنها إظهار التطبيق العملي لموضوع بحثنا. كما ان له ارتباطا وثيقا بمجال الأعمال والمقاولاتية، ويستخدم عادة لحل المشاكل والإجابة على الأسئلة المتعلقة بتنمية الأعمال التجارية ونموها. من خلال اعتمادنا على المنهج التطبيقي، يمكننا إظهار التطبيقات العملية لبحثنا للمستثمرين المحتملين والشركاء في المحيط الإقتصادي.

تم اختيار المنهج التطبيقي لأنه يتوافق مع طبيعة مذكرتنا، حيث يتطلب البحث الأولي في الجزء الأول دراسة نظرية وتحليل المفاهيم المتعلقة بالإبتكار، والإقامات السياحية، فيما يتضمن الجزء الثاني عرض فكرة مشروع مؤسسة ناشئة لإقامة سياحية مبتكرة، انطلاقاً مما سنتناوله في الجانب النظري لدراستنا. وبما أن المنهج التطبيقي يركز على تطبيق النظريات والمفاهيم على أرض الواقع، فإنه يناسب الغرض من مذكرتنا جيداً. وبهذا الشكل، فإن المنهج التطبيقي يوفر أداة فعالة لتطبيق المفاهيم النظرية وتحويلها إلى واقع ملموس يمكن تنفيذه في سوق الإقامات السياحية.

الفصل الأول:

الإطار النظري للدراسة

تمهيد:

يلعب الابتكار دورا محوريا في تطوير ونجاح أماكن الإقامة السياحية. ما يسمح لمؤسسات الإيواء السياحي بتميز نفسها عن منافسيها، وتعزيز تجربة الضيف، وزيادة أرباحها. ومع ذلك، فإن مفهوم الابتكار معقد ومتعدد الأوجه، وهناك حاجة لفهم مجالات وأنواع الابتكار المختلفة التي يمكن تطبيقها على الإقامة السياحية.

سوف نستكشف من خلال الإطار النظري لهذه الدراسة مفهوم الإقامة السياحية والابتكار وأنواع الابتكار المختلفة التي يمكن تطبيقها في هذا السياق. من خلال دراسة الأدبيات الموجودة، يسعى هذا الفصل إلى توفير فهم شامل للعوامل التي تدفع الابتكار في أماكن الإقامة السياحية، والاستراتيجيات المختلفة التي يمكن استخدامها لتحقيق أماكن إقامة سياحية مبتكرة وناجحة من خلال ثلاث مباحث والتي سوف نذكرها فيما يلي:

المبحث الأول: ماهية الإقامة السياحية**المبحث الثاني: ماهية الابتكار****المبحث الثالث: مجالات الابتكار في الإقامة السياحية**

المبحث الأول: ماهية الإقامة السياحية

تعتبر الإقامة السياحية عنصراً أساسياً ومهماً في قطاع السياحة، لأنها توفر مكان إقامة مؤقتة للمسافرين بشكل عام والسياح بشكل خاص. فهي تؤدي دوراً محورياً في تعزيز تجربة سفر السائح عموماً، وتشكل جزءاً أساسياً من المنتج السياحي. مؤسسات الإيواء السياحي ليست مجرد أماكن للإقامة، ولكنها توفر أيضاً مجموعة من وسائل الراحة، والخدمات التي يمكن أن تؤثر على صورة المكان أو الوجهة التي يقصدها السائح.

المطلب الأول: مفهوم الإقامة السياحية

الإقامة السياحية عبارة عن مؤسسات تقوم بتأجير مرافقها، وخدماتها للأفراد، أو الجماعات. وتعرف أيضاً بأنها توفر مكان إقامة مؤقتة للأشخاص بينما هم بعيدون عن مكان إقامتهم المعتاد. وسميت بالإقامة السياحية لأن الغاية الرئيسية منها هي توفير الراحة والإيواء عن طريق تأجير الغرف للمسافرين والسياح.¹

يقصد بالإقامة السياحية المبنى، أو السكن، أو المكان الذي يوفر المأوى للشخص للإقامة والنوم والعيش. حيث تعتبر أماكن الإيواء السياحي جزءاً مهماً جداً من البنية التحتية للسياحة. حيث تخلق منزلاً بعيداً عن مكان الإقامة المعتاد للسائح والمسافر.²

الإقامة السياحية هي منشأة بها غرف للإيجار لفترة قد تكون محددة في بعض الدول والمدن، وغير محددة في أخرى، وهذا حسب اللوائح والقوانين الخاصة بالنشاط في ذلك المكان. هذا السكن ليس السكن الرئيسي للمستأجر وإنما يلجأ إليه نتيجة بعده عن بيئته ومكان إقامته المعتاد والمستأجر يساهم بشكل عام في إيرادات المدينة من خلال مختلف

¹ Tourism Development in Ghana's BAR: Demand and Supply Dynamics." In Tourism Development in Ghana's BAR: Demand and Supply Dynamics, edited by Oheneba Akyeampong, Chapter Four. Xtrym Consortium, 2019, page 74.

² Igor Tsyganok, "ACCOMMODATION AS A BASIC COMPONENT OF TOURISM," National University of Food Technologies, page 1-2, accessed May 9, 2023, <https://dSPACE.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/8801>

عمليات الشراء التي يقوم بها من المرافق والمحلات المتواجدة في محيط الإقامة السياحية التي يتواجد بها.¹

بناء على ما سبق يمكن القول أن الإقامة السياحية هي مختلف أنواع مؤسسات الإقامة المتاحة للسياح، والمسافرين. حيث تعد هذه الأماكن مكونا حيويا لصناعة السياحة، لأنها توفر البنية التحتية اللازمة للمسافرين للبقاء بعيدا عن منازلهم، والإستمتاع برحلتهم وجولتهم.

المطلب الثاني: تاريخ تطور الإقامة السياحية

لطالما كانت أماكن الإقامة التي توفر المبيت كحد أدنى جزءا أساسيا من حياة المسافرين بإختلاف أسباب سفرهم لعدة قرون خلت. حيث توفر لهم مكانا للراحة والاسترخاء بعيدا عن منازلهم. على مر التاريخ تطورت أماكن الإقامة لتلبية الاحتياجات، والرغبات المتغيرة للمسافرين. من المساكن البسيطة وصولا إلى المنتجعات الفاخرة والفنادق الفخمة. سنحاول في هذا الجزء من دراستنا استعراض تاريخ تطور هذه الإقامة باختصار منذ أول أثر تاريخي لها وصولا إلى ما هي عليه الآن.

يمكن تقسيم تاريخ الإقامة السياحية الى خمسة حقبات تاريخية رئيسية وهي:

- العصر القديم (5000 قبل الميلاد - 476 م)

خلال الفترة القديمة، كانت أماكن الإقامة السياحية في شكل معابد وحمامات عامة وحانات. في مصر القديمة تم استخدام المعابد كأماكن إقامة لزيارات الحجاج. أما في اليونان القديمة فوفرت الحمامات العامة مكانا للمسافرين

¹ Lewes District and Eastbourne Borough Councils, "Tourist Accommodation Retention Strategy," accessed May 10, 2023, page 5, <https://democracy.lewes-eastbourne.gov.uk/documents/s5490/104%20Tourist%20accom%20retention%20strategy%20SPD%20App%204.pdf>

للاستحمام والراحة والتواصل الاجتماعي. وفي روما القديمة قدمت النزل المعروفة

باسم «ستابولا»، للمسافرين الطعام والشراب والسكن.¹

- العصور الوسطى (476 م - 1450 م)

في العصور الوسطى، كانت معظم الإقامات الخاصة بإستقبال الضيوف

تهيمن عليها إلى حد كبير الأنظمة الدينية، مثل الأديرة والكنائس، التي تقدم مساكن

للحجاج والمسافرين. كما استخدمت القلاع والحصون كملاجئ للنبلاء وحاشيتهم

أثناء السفر.²

- فترة النهضة (1450 م - 1600 م)

خلال عصر النهضة، بدأت أماكن الإقامة السياحية تشبه الفنادق الحديثة.

أين أقام المسافرون الأثرياء في منازل، وقصور خاصة، بينما وفرت النزل والحانات

السكن للمسافرين من الطبقة المتوسطة.³

- فترة الثورة الصناعية (1760 م - 1840 م)

أحدثت الثورة الصناعية طفرة في السفر والسياحة، مما أدى إلى تطور أماكن الإقامة

السياحية مثل دور الضيافة والفنادق. حيث جعلت السكك الحديدية السفر أكثر سهولة، وتم

بناء الفنادق بالقرب من محطات السكك الحديدية لتلبية احتياجات المسافرين، وتوفير الراحة

لهم بعد السفر.

¹ Kevin D. O'Gorman, "Origins of the commercial hospitality industry: From the fanciful to factual," International Journal of Contemporary Hospitality Management, 2009, page 7.

² Kevin D. O'Gorman, The Origins of Hospitality and Tourism, Goodfellow Publishers, 2010, page 102.

³ Source mentioned earlier. Kevin D. O'Gorman, The Origins of Hospitality and Tourism, page 104.

- العصر الحديث (1850 م - حتى الآن)

في العصر الحديث، استمرت أماكن الإقامة السياحية في التطور، مع ظهور أشكال جديدة من الإقامة مثل الموتيلات والمنتجعات والمخيمات الفخمة. حيث كان لظهور التكنولوجيا أيضا تأثير كبير على الإقامة السياحية مع ظهور منصات الحجز عبر الإنترنت وظهور المؤسسات الناشئة المبتكرة على شاكلة « Airbnb » التي أحدثت زلزالا في القطاع بخلقها نوعا جديدا من الإقامة.

أثرت كل فترة من التاريخ على تطوير أماكن الإقامة السياحية بطريقتها الخاصة، مما أدى إلى ظهور مجموعة متنوعة من خيارات الإقامة لدينا اليوم وأخرى ستظهر في قادم السنوات.

المطلب الثالث: أنواع الإقامة السياحية

تعتبر أماكن الإقامة السياحية عنصرا مهما في صناعة السياحة، لأنها توفر للمسافرين مكانا للإقامة أثناء وجودهم بعيدا عن منازلهم خلال جولاتهم ورحلاتهم السياحية. هناك العديد من الأنواع المختلفة من أماكن الإقامة السياحية المتاحة، ولكل منها خصائصها الفريدة، وسوقها المستهدف. في هذا الجزء من دراستنا، سنتناول بإيجاز بعض الأنواع الأكثر شهرة من الإقامة السياحية، وهي كما يلي:

1- الفنادق: الفنادق هي مؤسسات تجارية تقدم مجموعة واسعة من أماكن الإقامة من غرف وأجنحة. لديهم عادة منطقة استقبال وغرف ضيوف ومطاعم ووسائل راحة أخرى مثل حمامات السباحة ومراكز اللياقة البدنية والمنتجعات الصحية. يمكن أن تقع الفنادق في المناطق الحضرية أو الريفية ويمكن أن تختلف في الحجم من الفنادق الصغيرة إلى سلاسل فندقية دولية كبيرة¹.

¹ Fletcher John, Alan Fyall, David Gilbert, and Stephen Wanhill. Tourism Principles and Practice. 6th ed. Harlow, Essex: Pearson, 2019, page 347.

- 2- نزل الطريق: يقع نزل الطريق عادة على طول الطرق السريعة وتوفر أماكن إقامة بسيطة، حيث تتوفر عادة على موقف السيارات، وتحتوي غرفها على السرير والحمام على أقل تقدير. غالبا ما يستخدمها المسافرون خلال الرحلات البرية، أو للإقامات القصيرة، وهي عموما أقل تكلفة من الفنادق¹.
- 3- المنتجعات: توفر المنتجعات تجربة عطلة أكثر شمولاً من باقي الإقامات السياحية، مع أماكن الإقامة وتناول الطعام والأنشطة الترفيهية كلها في مكان واحد. يمكن أن تكون موجودة في أماكن مختلفة، مثل شاطئ البحر أو الجبال أو وسط المدينة. غالبا ما تقدم المنتجعات مجموعة من وسائل الراحة مثل ملاعب الجولف والمنتجعات الصحية ومرافق الرياضات المائية.²
- 4- بيوت الضيافة: تقدم بيوت الضيافة تجربة شخصية أكثر من الفنادق. عادة ما تكون أصغر من الفنادق وقد تقع في مناطق تاريخية أو ريفية. غالبا ما توفر بيوت الضيافة وسائل راحة أقل من الفنادق، ولكنها توفر جوا يشبه المنزل.
- 5- إقامات المبيت والإفطار: توفر إقامات المبيت والإفطار أماكن إقامة في نزل صغير وعادة ما يشمل الإفطار في سعر الغرفة. غالبا ما توجد في أماكن تاريخية أو أصيلة وتقدم تجربة أكثر تخصيصاً من الفنادق.
- 6- بيوت الشباب: توفر بيوت الشباب أماكن إقامة اقتصادية، غالبا في صالات نوم مشتركة مع مرافق مشتركة مثل المطابخ والحمامات. فهي تحظى بشعبية لدى المسافرين ذوي الميزانية المحدودة والرحالة وغالبا ما توفر جوا اجتماعيا مميزا.
- 7- إيجارات العطل: توفر إيجارات العطل منازل أو شقق أو فيلات خاصة يتم تأجيرها للسياح. يمكن أن تختلف في الحجم ووسائل الراحة وغالبا ما يتم تأجيرها

¹ Source mentioned earlier, Fletcher et al., Tourism Principles, page 348.

² Source mentioned earlier, Fletcher et al., Tourism Principles, page 348.

للإقامات الطويلة. يمكن العثور على إيجارات العطل في المناطق الحضرية أو الريفية وتوفر مساحة وخصوصية أكبر من الفنادق¹.

8- المخيمات: توفر المخيمات أماكن إقامة في الهواء الطلق، مثل الخيام الخاصة بالتخييم التقليدي، أو تلك التي تكون مجهزة بكل وسائل الراحة، وهو ما أصبح يسمى اليوم بالتخييم الفخم. حيث أصبحت تحظى بشعبية بين محبي الطبيعة، والمسافرين ذوي الميزانية المحدودة، وحتى من يبحثون عن تجربة فخرة. يمكن العثور عليها في المناطق الريفية أو البرية أو الصحراء.

جدول 1. مقارنة بين أبرز التجهيزات و وسائل الراحة حسب نوع الإقامة، من إعداد الباحثين بناء على بيانات من موقع Booking.com

نوع الإقامة السياحية	أبرز التجهيزات ووسائل الراحة
الفنادق	مسبح، نادي رياضي، مطعم، خدمة الغرف، خدمة تنظيف يومية.
نزل الطريق	موقف سيارات، واي فاي مجاني، تكييف، مكتب استقبال على مدار 24 ساعة، خدمة تنظيف يومية.
المنتجعات	شاطئ خاص، مسابح متعددة، منتجع صحي، أنشطة في الموقع (مثل الجولف أو التنس أو الرياضات المائية)، العديد من خيارات تناول الطعام.
بيوت الضيافة	إفطار مجاني، مطبخ مشترك، صالة مشتركة، مرافق غسيل الملابس، واي فاي مجاني.

¹ Source mentioned earlier, Fletcher et al., Tourism Principles, page 351.

إقامات المبيت والإفطار	إفطار مجاني ، منطقة طعام مشتركة ، اهتمام فردي من المضيفين ، مساحات مشتركة مشتركة (مثل غرفة المعيشة أو الحديقة).
بيوت الشباب	أماكن إقامة مشتركة على طراز صالات النوم المشتركة، مطبخ مشترك، الأنشطة والفعاليات الاجتماعية، تخزين الأمتعة، استقبال على مدار 24 ساعة.
إيجارات العطل	مطبخ مجهز بالكامل، غسالة ومجفف، مساحة خارجية، واي فاي مجاني، تلفزيون
المخيمات	أماكن إقامة في الخيام أو الكابينة ، مرافق مشتركة (مثل دورات المياه والاستحمام) ، أنشطة في الموقع (مثل المشي لمسافات طويلة أو صيد الأسماك) ، حفرة نار.

المطلب الرابع: الفرص والتحديات في الإقامات السياحية

يقدم قطاع الإقامات السياحية مجموعة من الفرص، والتحديات للمؤسسات الفاعلة فيه. لا سيما فيما يتعلق بتزايد الطلب، والتسويق، وأصحاب المصلحة، والابتكار، والاستدامة. كل ما سبق ذكره يعتبر بمثابة فرصة وتحدي في آن واحد في الإقامات السياحية. وفيما يلي تفصيل لهذه الفرص والتحديات:

1- تزايد الطلب:

○ الفرص: يوفر تزايد الطلب فرصاً لمؤسسات الإيواء لتقديم أنواع جديدة، ومبتكرة من أماكن الإقامة التي تلبي الاحتياجات، والتفضيلات

المتغيرة للسياح. يمكن أن يشمل ذلك خيارات الإقامة البديلة، مثل التخييم الفخم أو المنازل الصغيرة. بالإضافة إلى الابتكار بإدخال تقنيات جديدة على القطاع، أو دمج التجارب، والأنشطة الفريدة من نوعها في عروض الإقامة.¹

○ التحديات: يجب على مؤسسات الإيواء السياحي مواكبة المتطلبات المتغيرة باستمرار للزوار، والتي يمكن أن تكون صعبة، وتتطلب استثمارا كبيرا في البحث والتطوير. بالإضافة إلى ذلك، مع تزايد الطلب، قد تحتاج الشركات إلى الاستثمار في البنية التحتية والتكنولوجيا لدعم هذه العروض الجديدة، وفي الغالب هذه العملية تكون مكلفة جدا لأصحاب المصالح والمستثمرين.

2- التسويق:

○ الفرص: يمكن أن يساعد التسويق الفعال أماكن الإقامة السياحية على جذب جمهور أوسع، وزيادة معدلات الإشغال الخاصة بالغرف. يمكن أن تكون منصات التواصل الاجتماعي، وقنوات التوزيع الإلكترونية فعالة بشكل خاص في الوصول إلى المسافرين الأصغر سنا، وذوي الخبرة في مجال التكنولوجيا. كما يمكن أن يساعد التعاون مع مكاتب السياحة المحلية، والشركات الأخرى في المنطقة أيضا في زيادة الوصول للسياح المهتمين، وجذب زوار جدد.

○ التحديات: يمكن أن يكون التسويق في صناعة السياحة شديد التنافسية، حيث تتنافس العديد من الإقامة السياحية على نفس الجمهور. قد يكون من الصعب أيضا استهداف الفئة المراد إيصال

¹ European Parliament, "European tourism: recent developments and future challenges", 2019, , accessed May 10, 2023, page 29-30
[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/629200/IPOL_STU\(2019\)629200_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/629200/IPOL_STU(2019)629200_EN.pdf)

العروض إليها، حيث تتغير التركيبة السكانية وتفضيلات الزوار

باستمرار.¹

3- أصحاب المصلحة:

○ الفرص: يمكن أن يساعد التعاون مع أصحاب المصلحة مثل

الحكومات المحلية، ومكاتب ودواوين السياحة، والمنظمات

المجتمعية، ووكالات السفر مؤسسات الإقامة السياحية في إنشاء

صناعة سياحة أكثر استدامة ومسؤولية. ويمكن أن يشمل ذلك العمل

معا لتنفيذ المبادرات البيئية، ودعم المؤسسات والمجتمعات المحلية،

وتعزيز الممارسات السياحية المسؤولة.

○ التحديات: قد يكون لأصحاب المصلحة أولويات، ووجهات نظر

مختلفة، مما قد يجعل التعاون صعبا. بالإضافة إلى ذلك، قد يقاوم

بعض أصحاب المصلحة التغيير أو يترددون في الاستثمار في

مبادرات البحث والتطوير في الإقامة السياحية، مما قد يجعل هذا

الأمر صعب التحقيق.²

4- الابتكار:

○ الفرص: يمكن أن يساعد الابتكار في التصميم الخارجي أو الداخلي

لأماكن الإقامة السياحية، والابتكار التكنولوجي، والاستدامة مؤسسات

الإيواء السياحي على التميز في سوق مزدحم. بالإضافة إلى تقديم

تجارب جديدة وفريدة للزوار. يمكن أن يشمل ذلك دمج التكنولوجيا

الذكية في الغرف مثل تكنولوجيا المنزل الذكي، أو استخدام مصادر

الطاقة المتجددة لتزويد المكان بالكهرباء.

¹ Source mentioned earlier, European Parliament, page 32-33.

² Source mentioned earlier, European Parliament, page 34-35.

○ التحديات: يمكن أن يكون الابتكار مكلفا، ويستغرق وقتا طويلا، وقد لا تمتلك المؤسسات الموارد أو الخبرة اللازمة لتنفيذ مبادرات جديدة. بالإضافة إلى ذلك، قد يكون السياح مقاومين للتغيير وقد يفضلون خيارات الإقامة التقليدية.

5- الاستدامة:

○ الفرص: يمكن لممارسات السياحة المستدامة أن تساعد أماكن الإقامة السياحية على تقليل تأثيرها البيئي، وجذب المسافرين المهتمين بالبيئة، وتعزيز السياحة المسؤولة. يمكن أن يؤدي تنفيذ مبادرات الاستدامة أيضا إلى تقليل تكاليف التشغيل، وتحسين الظروف العامة للعمل.

○ التحديات: قد يكون تنفيذ ممارسات الاستدامة أمرا صعبا، حيث قد يتطلب تغييرات كبيرة في ممارسات الأعمال والبنية التحتية. بالإضافة إلى ذلك، قد لا يقدر السياح المجهودات المبذولة من أجل جعل أماكن الإقامة السياحية مستدامة، ويصعب عليهم إدراك القيمة المضافة لهذه الممارسات مما قد يجعل من الصعب استرداد تكاليف ممارسات الإقامة فيما بعد.¹

بشكل عام ، يقدم قطاع الإقامة السياحية فرصا وتحديات فيما يتعلق بتطور طلب الزوار، والتسويق، وأصحاب المصلحة، والابتكار، والاستدامة. من المرجح أن تنجح الشركات التي يمكنها التكيف مع متطلبات الزوار المتغيرة، والتعاون بفعالية مع أصحاب المصلحة، والابتكار باستخدام التقنيات الجديدة ومبادرات الاستدامة، وتسويق عروضها بشكل فعال في هذا القطاع شديد التنافسية.

¹ Source mentioned earlier, European Parliament, page 39-41.

المبحث الثاني: ماهية الابتكار

المطلب الأول: مفهوم الابتكار

يعرف كل من (Thomas Costello & Brian Prohaska) الابتكار بأنه كلمة مشتقة من الكلمة اللاتينية "innovare"، وهذا يعني «إلى الشيء جديد». أبسط تعريف للابتكارات هو القيام بشيء مختلف، فالابتكار هو كلمة تستخدم غالباً في عالم الأعمال، وبالنسبة للشركات، فهذا يعني عادة شيئاً محفوفاً بالمخاطر، ومكلف، ويستغرق وقتاً طويلاً.¹

ويعرفه (Thomas Kuczmarksi) على أنه فكرة جديدة، أو منتج، أو جهاز، أو خدمة جديدة. كما يمكن وصفه بأنه طريقة تفكير تتجاوز الحاضر والمستقبل ما يعني توليد أفكار غير معتادة ولم يسبق لها مثيل في البيئة المراد تطبيقها فيها. الابتكارات مهمة للشركات، وعند استخدامها بشكل جيد يمكن أن تكون عملية ومجدية، و تسهم في تطوير الإستراتيجية الإدارية.²

كما يعرفه كل من (Suwarno Baskaran & Kedar Mehta) بأنه عملية توليد الأفكار، والجمع بينها لإقامة علاقة بين الإنجازات الحالية، والتجارب السابقة لحل مشكلة مستقبلية. غالباً ما يرتبط هذا بالمآثر التكنولوجية ويلعب دوراً حاسماً في الاقتصاد العالمي.³

وحسب (Ali Baregheh & Jennifer Rowley & Sally Sambrook) فإن الابتكار له وزن كبير في عالم الأعمال، و في الأغلب يسعى ليكون مستداماً لخلق القيمة، والقوة في البيئة التنافسية. هناك صلة بين الابتكار والوظائف والربح ومستوى المعيشة. وهذه الصلة من الطرق الشائعة لربط الابتكار بالمنتجات، والمواد، والعمليات، والخدمات،

¹ Thomas Costello and Brian Prohaska. "Innovation." IT Professional 15, no. 3, 2013. Page 62-64

² Thomas D. Kuczmarksi, "What is innovation? And why aren't companies doing more of it?," The Journal of Consumer Marketing 20, no. 6, 2003, page 537.

³ Anneli Stenberg. "What does Innovation mean - a term without a clear definition.", Department of Business, economics and law, University of Halmstad, Halmstad Sweden., 2014, page 2.

والمنظمات الجديدة. هناك كم هائل من التعاريف المختلفة للإبتكار ولا يوجد تعريف واضح وموثوق. ما يعني وجود تعدد في التعاريف دون الإتفاق على تعريف واحد واضح وصريح لماهية الإبتكار وأنه بدون تعريف واضح للإبتكار سيكون من الصعب تطوير استراتيجيات لتكون مبتكرة اذا لم يستصغ الشخص الذي يريد ان يبتكر المعنى الحقيقي لما هو بصدد القيام به.¹

كما تعرف منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي (OECD) الإبتكار على انه تنفيذ منتج جديد، أو محسن بشكل كبير سواء كان سلعة، أو خدمة، أو عملية، أو طريقة تسويق. كما قد يكون طريقة تنظيمية في ممارسات الشركة، أو تنظيمها وهيكلها في مكان العمل أو علاقاتها الخارجية.²

بناء على ما سبق يمكن تعريف الإبتكار بأنه عملية إنشاء، وتطوير، وتنفيذ منتجات أو خدمات، أو عمليات، أو أن تكون محسنة بشكل كبير بحيث توفر قيمة للعملاء و/أو المجتمع. حيث يتضمن إدخال شيء جديد أو مختلف، والذي يمكن أن يكون منتجا، أو خدمة، أو عملية، أو تغييرا تنظيميا. يمكن أن يؤدي الإبتكار إلى طرق جديدة للقيام بالأشياء، وزيادة الكفاءة، والفعالية، وتحسين الجودة، وتعزيز القدرة التنافسية. إنه محرك رئيسي للنمو الاقتصادي، ومن الضروري أن تبتكر المنظمات والمؤسسات باستمرار من أجل الحفاظ على المنافسة، والمكانة في بيئة الأعمال المتغيرة بسرعة في وقتنا الحالي.

¹ Ali Baregheh, Jennifer Rowley, and Sally Sambrook, "Towards a multi-disciplinary definition of innovation," Management Decision 47, no. 8, 2009, page 8.

² OECD. "Définition de l'innovation." In Manuel d'Oslo: Principes directeurs proposés pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation, chap. 1. Paris: OECD Publishing, 2005, page 18.

المطلب الثاني: مجالات وأنواع الابتكار

1-مجالات الابتكار

يمكن أن يكون الابتكار في مجالات عديدة، البعض يكون مدفوع بالتقدم التكنولوجي، بينما تكون الأخرى مدفوعة بالتغيرات في تفضيلات المستهلكين، أو التحولات في القيم المجتمعية، أو احتدام التنافس في المحيط الاقتصادي. بغض النظر عن نوع أو مجال الابتكار، يمكن أن يكون تأثيره بعيد المدى، ويغير الطريقة التي نعيش ونعمل بها ونتفاعل مع بعضنا البعض. في هذا السياق، يعد فهم المجالات المختلفة للابتكار وكيف يمكن تسخيرها لدفع النمو والابداع أمرا بالغ الأهمية للمؤسسات والفاعلين في القطاع الاقتصادي.

أ- الابتكار في المنتج

بالنسبة للمنتج قد يتم في معظم الأحيان ربط الحداثة أو التحسين بالتكنولوجيا المستخدمة، أو خصائصها الوظيفية واستخدامها ولكن هذا الرأي ليس الصواب دائما. بعبارة أخرى، ليس من الضروري إدخال عنصر تكنولوجي جديد للابتكار، حيث أن الجمع بين التقنيات الحالية لاقتراح طرق جديدة لتطبيقها يمكن أن يؤدي إلى الابتكار. من المهم ملاحظة أن المنتج يُعرف بأنه سلعة أو خدمة. ويجدر الذكر بأن هناك اعترافا كبيرا بالأهمية الاقتصادية للابتكار في مجال الخدمات بشكل خاص والتي تصنفها منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي إلى أربع مجموعات: الخدمات المتعلقة بالسلع (النقل، اللوجستك...)، والخدمات المتعلقة بالمعلومات، والخدمات القائمة على المعرفة، والخدمات المتعلقة بالأشخاص (الرعاية الصحية...). الابتكار في المنتج هو أفضل مجال موثق في الأدبيات. حيث أن المكونات الأساسية هما الاختراع والسوق، والابتكار يأتي من اجتماع الاثنين.¹

¹ Source mentioned earlier, OECD, Définition de l'innovation, page 44.

ب- الإبتكار في العمليات

يستند الإبتكار في العمليات إلى الأخذ بأساليب جديدة، أو إدخال تحسينات كبيرة على الأساليب القائمة في أنشطة الإنتاج، والتوزيع التي تقوم بها المؤسسة. قد تتضمن هذه الأساليب وسائل تقنية، أو أجهزة، أو برامج. كما يمكن أن يمتد الإبتكار في العمليات أيضا إلى أنشطة دعم الأعمال مثل الشراء، أو المحاسبة، أو الصيانة. يمكن أن ينطوي كذلك على إعادة تشكيل أنظمة الإنتاج، والتوزيع الحالية لتحسين الكفاءة، أو تقليل التكاليف، أو زيادة الإنتاج. ويمكن أن ينطوي أيضا على تنفيذ تقنيات إدارية جديدة، أو إدماج تكنولوجيات جديدة لتبسيط العمليات. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يؤدي الإبتكار في العمليات إلى تطوير منتجات، أو خدمات جديدة من خلال تمكين الشركات من تصنيع منتجات كانت في السابق صعبة للغاية أو باهظة الثمن. غالبا ما يتطلب الإبتكار الناجح في العمليات ثقافة التطور المتواصل، حيث تلتزم المنظمات بتقييم وصقل عملياتها بانتظام للبقاء في صدارة المنافسة.¹

ج- الإبتكار في التسويق

يرتبط الإبتكار في التسويق بتنفيذ طرق جديدة تغير بشكل كبير تصميم، أو تغليف المنتجات، أو وضعها في مكان البيع، أو طريقة الترويج لها، أو تسعيرها. على سبيل المثال، التغيير في تصميم أو مظهر المنتج، دون تغيير الخصائص التكنولوجية أو الوظيفية، هو إبتكار تسويقي. كما أن إضافة البيع عبر الإنترنت في مؤسسة لم تكن قد فعلت ذلك من قبل هو أيضا إبتكار تسويقي. يتطلب الإبتكار التسويقي الناجح فهما عميقا لسلوك المستهلك وتفضيلاته، فضلا عن القدرة على توقع التغييرات في السوق، والاستجابة لها. يمكن أن يشمل أيضا استخدام التقنيات الحديثة، وقنوات التوزيع الجديدة للوصول إلى العملاء بطرق مبتكرة. بالإضافة إلى

¹ Rajagopal, "Architecting Enterprise", (London: Palgrave Macmillan), 2014, page 81.

ذلك، غالبا ما يرتبط الابتكار في التسويق ارتباطا وثيقا بإدارة العلامة التجارية ويمكن أن يساعد في تعزيز صورة وسمعة المؤسسة في نظر عملائها.¹

د- الابتكار التنظيمي

يعتمد الابتكار التنظيمي على التغيير في ممارسات الشركة، أو في تنظيم مكان العمل، أو في طريقة إدارة العلاقات الخارجية. في نماذج الابتكار القديمة كان يُنظر إلى التغيير التنظيمي على أنه رد فعل على التقدم التقني. على عكس اليوم حيث أصبح ينظر إلى الابتكار التنظيمي على أنه شرط مسبق للابتكار التكنولوجي. من الأمثلة على الابتكار التنظيمي تدريب الموظفين، وتوزيع المسؤوليات، وهيكلة صنع القرار، أو دمج الشركاء أو العملاء في عمليات الشركة من خلال اعطاء مساحة خاصة للعملاء لإبداء آرائهم، وانتقاداتهم، واقتراحاتهم. يمكن أيضا اعتبار اعتماد التكنولوجيات الجديدة، أو اعتماد ممارسات جديدة ابتكارا تنظيميا. يتطلب الابتكار التنظيمي الناجح نهج التفكير المستقبلي، أو الرؤية المستقبلية، والاستعداد للتكيف مع ظروف السوق المتغيرة واحتياجات العملاء. يمكن أن يساعد المنظمات على تحقيق النمو المستدام، وتحسين كفاءتها وقدرتها التنافسية، وتعزيز أدائها العام.²

جدول 2 مجالات الابتكار وأبرز خصائص كل مجال، من إعداد الباحثين انطلاقا من التعاريف السابقة.

مجالات الابتكار	أبرز الخصائص
الابتكار في المنتج	إدخال منتجات أو خدمات جديدة - تحسينات كبيرة على المنتجات أو الخدمات الحالية - تلبية احتياجات العملاء غير الملباة سابقا - تحسين تجربة العملاء.

¹ Suraksha Gupta, Naresh K. Malhotra, Michael Czinkota, and Pantea Foroudi, "Marketing innovation: A consequence of competitiveness," Journal of Business Research 69, no. 12, 2016, page 3-4.

² Mark Dodgson, David M. Gann, and Nelson Phillips, eds., The Oxford Handbook of Innovation Management (Oxford: Oxford University Press), 2014, page 309-310.

زيادة الكفاءة - تقليل التكاليف - تحسين الجودة - السرعة في التكيف مع زيادة الطلب في السوق.	الإبتكار في العمليات
تطوير استراتيجيات تسويقية جديدة - إنشاء حملات ترويجية فريدة - التكيف مع التغيرات في تفضيلات المستهلك واتجاهات السوق - استخدام قنوات أو تقنيات تسويقية جديدة.	الإبتكار في التسويق
تحسين الهيكل التنظيمي والإدارة - تطوير عمليات صنع القرار - خلق ثقافة الابتكار - التأكيد على التعلم والتطوير المستمر.	الإبتكار التنظيمي

2-أنواع الإبتكار

أ- الإبتكار التدريجي

هو ذلك الإبتكار الذي تستخدم فيه التكنولوجيات الجديدة بنسبة أقل. حيث يركز على القضاء على العيوب، وتعزيز الأداء بشكل تدريجي. يكون ذلك من خلال إضافة خصائص جديدة تعمل على تحسين عدة جوانب في المنتج، أو الخدمة مثل توسيع خط الإنتاج، وخفض التكاليف، و الإضافات الخاصة بالجيل التالي من المنتجات. من شأن إدخال الإبتكار التدريجي على المنتجات، والخدمات، والإجراءات التنظيمية القائمة أن يعزز الأداء، ويحسن النوعية، ويزيد الفائدة. كما أنه أمر حيوي لصنع منتجات، وتقديم خدمات أكثر تقدما من الناحية التنافسية. هذا الابتكار أكثر ملاءمة لتحسين جودة المنتجات الحالية، وقيمتها المضافة التي ستلبي احتياجات العملاء الحاليين. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يؤدي الابتكار التدريجي أيضا إلى فرص جديدة لمزيد من الابتكار الجذري في المستقبل. لذلك يعد الابتكار التدريجي عنصرا أساسيا لنجاح الشركة، واستدامتها على المدى الطويل، وليس فقط لأغراض

العلامة التجارية وتطوير وتحسين المنتجات الحالية.¹ وكإضافة بسيطة فإن ما تقوم به شركة "آبل" في أجهزة الآيفون الأخيرة خير مثال على الابتكار التدريجي لأنها تمثل تحسينات وتحديثات صغيرة مقارنة بالطرازات السابقة. على سبيل المثال، يحتوي آيفون 13 الذي تم تقديمه في عام 2021 على معالج أسرع وميزات كاميرا أفضل وعمر بطارية أطول مقارنة بجهاز آيفون 12. هذه التغييرات ليست ثورية ولكنها تعتمد على تحسين وتطوير سمات ووظائف وخصائص النموذج السابق، مما يجعلها مثالا جيدا للابتكار التدريجي.

ب- الابتكار الجذري

الابتكار الجذري هو ذلك الابتكار الذي يتسم بدرجة عالية من الحداثة، كونه يقدم منتج، أو خدمة فريدة من نوعها، وجديدة تماما أو إلى حد كبير. يتم وصف الابتكارات الجذرية بأنها ذات تأثير عميق على التنمية المستقبلية. ما يعني تقديم تكنولوجيا، أو تقنية، أو خدمة مختلفة جذريا، أو تطبيق عملية إنتاج جديدة تماما أو أي شيء جديد على كل من الشركة والسوق. يؤدي الابتكار الجذري إلى تغيير جذري في التكنولوجيا والعمليات والمنتجات والخدمات ويحدث تحولا كبيرا في الأسواق والصناعات القائمة، أو حتى ينشئ صناعات، وأسواق جديدة تماما، ما يجعل الخدمات والمنتجات المنافسة المهيمنة عفا عليها الزمن. ما يحتم على المنافسين دخول نفس السوق الجديد الذي هو نتيجة هذا الابتكار الجذري أو الحكم على انفسهم بالزوال مع مرور الوقت.²

¹ Tarus Veronicah, Rose Boit, and Michael Korir. "Incremental Innovation and Firm's Competitive Advantage: A Quantitative Analysis Approach", International Journal of Quantitative and Qualitative Research Methods, 2017, page 24.

² Birgitta Sandberg and Leena Aarikka-Stenroos, "What makes it so difficult? A systematic review on barriers to radical innovation," Industrial Marketing Management 43, no. 8, 2014, page 2-3.

أحد الأمثلة الشهيرة على الابتكار الجذري هو السيارة الكهربائية التي تنتجها شركة "Tesla". عندما قدمت الشركة سياراتها الكهربائية لأول مرة، أحدثت ثورة في صناعة السيارات التقليدية التي تهيمن عليها السيارات التي تعمل بالبنزين. لم تقدم سيارات "Tesla" طريقة نقل جديدة ومستدامة وصديقة للبيئة فحسب، بل قدمت أيضًا ميزات مبتكرة مثل البطاريات طويلة العمر، والقيادة الآلية وواجهات الشاشة التي تعمل باللمس. مكنتها استراتيجيتها الابتكارية الجذرية من اكتساب ميزة تنافسية في السوق وجذب قاعدة عملاء كبيرة من المستهلكين.

ج- الابتكار التخريبي أو المزعزع

الابتكار التخريبي هو عملية تعتبر فيها التقنيات، أو المنتجات، أو الخدمات الجديدة في البداية أقل قيمة وأهمية من العروض الحالية في السوق. ومع ذلك، فهي قادرة على إنشاء سوق، أو مكانة جديدة فيه من خلال توفير مزايا فريدة من نوعها تكون دخيلة على السوق. ما يساعد على جذب مجموعة مختلفة من العملاء، ومع مرور الوقت تتحسن هذه الابتكارات الجديدة، وتصبح أكثر تنافسية. مما يؤدي في النهاية إلى إزاحة الشركات المهيمنة عن مكانتها وأخذ الريادة وتحويل السوق وزعزعة بهذا الابتكار ما يحتم على من يريد الاستمرار فيه ان يتكيف مع هذا التطور وتقديم منتج أو خدمة تحمل نفس الخصائص والمميزات الجديدة.¹

ولعل أبرز مثال عن الابتكار التخريبي هو شركة "Airbnb"، وهي منصة تمكن الناس من تأجير غرفهم الاحتياطية أو منازلهم بأكملها للمسافرين. في البداية، كان يُنظر إلى المنصة على أنها أدنى من الفنادق التقليدية، لأنها تقتصر إلى نفس المستوى من الخدمة والمرافق. ومع ذلك، قدمت "Airbnb" بديلاً أرخص، وأكثر خصوصية للمسافرين، وتمكنت من جذب سوق جديد من المستهلكين المهتمين

¹ Steven Si and Hui Chen, "A literature review of disruptive innovation: What it is, how it works and where it goes," Journal of Engineering and Technology Management 56, 2020, page 4.

بالسفر بميزانية محدودة، أو منخفضة، والباحثين عن تجارب فريدة. بمرور الوقت قامت "Airbnb" بتحسين منصتها وإضافة ميزات جديدة، وجذب المستهلكين في السوق السياحي وأصبحت مصدر ازعاج للفنادق.

د- الإبتكار المعماري

هو ذلك النوع من الابتكار الذي يتضمن تغيير طريقة ربط المكونات المختلفة للمنتج، أو الخدمة معا لإنشاء تصميم، وخصائص جديدة كلياً. يمكن لهذا الابتكار أن يمكّن الشركات من إنشاء أسواق، وشبكات قيمة جديدة، ويمكن أن يكون مصدراً قوياً للميزة التنافسية. على عكس الابتكار الجذري أو التخريبي، لا يتضمن الابتكار المعماري بالضرورة إنشاء منتج أو خدمة جديدة، بل يركز على الطريقة التي يتم بها دمج المكونات الحالية ودمجها لإنشاء شيء جديد وقيم. في جوهره يتضمن الابتكار المعماري إعادة تشكيل المكونات الحالية بطريقة تخلق قيمة جديدة كلياً للعملاء.¹ قد يبدو تعبير "الإبتكار المعماري" مربياً بعض الشيء وقد يربطه معظم الناس بالهندسة المعمارية، أو تصميم المباني دون غيرها من المجالات الأخرى. لكن هذا التعبير أصبح يشمل اغلب القطاعات الآن حتى مجال التقنية والتكنولوجيا.

أحد الأمثلة على الابتكار المعماري هو جهاز "iPod" من شركة "Apple". لم تكن التكنولوجيا الموجودة فيه جديدة تماماً، حيث كانت هناك أجهزة أخرى على شاكلة الجهاز الشهير "Walkman" من شركة "Sony" موجودين بالفعل في السوق. ومع ذلك، فإن تصميم "iPod" الفريد ووظيفته، والتي دمجت واجهة مستخدم بسيطة، وسعة تخزين كبيرة، والقدرة على الربط مع الحاسوب وارسال الموسيقى منه، جعلته يغير قواعد اللعبة في السوق. لم يكن ابتكار الشركة الأمريكية الأساسي هو

¹ Junghee Han, "Exploitation of architectural knowledge and innovation", Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity., 2017, page 4.

إنشاء مكونات أو تقنية جديدة، ولكن ابتكارها كان من خلال الطريقة التي ربطوها
معا لإنشاء منتج جديد ومحسن وثنوري في زمانه.

جدول 3 أنواع الإبتكار وخصائص كل نوع، من إعداد الباحثين انطلاقا من التعاريف السابقة.

أنواع الإبتكار	أبرز الخصائص
الإبتكار التدريجي	تحسينات أو تعديلات صغيرة على المنتجات أو الخدمات أو العمليات الحالية - تعتمد على المعرفة والتكنولوجيا الحالية- تتضمن بشكل عام مستويات منخفضة من المخاطر والاستثمار - غالبا ما يؤدي إلى تحسينات ثابتة وتدرجية بمرور الوقت.
الإبتكار الجذري	ينطوي على تغييرات كبيرة وأساسية في المنتجات أو الخدمات أو العمليات الحالية - يتطلب درجة عالية من المخاطرة والاستثمار - غالبا ما ينطوي على تطوير تكنولوجيا أو معرفة جديدة.
الإبتكار التخريبي أو المزعزع	ينطوي على إنشاء منتج أو خدمة أو عملية جديدة تزعزع السوق أو الصناعة الحالية - غالبا ما تستهدف العملاء الذين يعانون من نقص الخدمات أو التغاضي عنها سابقا -يمكن أن تنطوي على تكنولوجيا أو معرفة جديدة ، ولكن ليس دائما - يمكن أن يؤدي إلى إزاحة المنتجات أو الخدمات أو العمليات الحالية ويحل محلها.
الإبتكار المعماري	ينطوي على إعادة تكوين أو إعادة ترتيب المكونات الموجودة لمنتج أو خدمة أو عملية بطريقة جديدة - يمكن أن تنطوي على مزيج من التكنولوجيا أو المعرفة الحالية والجديدة - يمكن أن يؤدي إلى تحسينات كبيرة في الكفاءة أو الفعالية.

المطلب الثالث: مراحل العملية الابتكارية

عملية الابتكار هي سلسلة المراحل التي يجب أن يمر بها الابتكار، انطلاقاً من الفكرة الأولية وصولاً إلى تنفيذها النهائي، وإدخالها إلى السوق على شكل منتج أو خدمة.¹ يوجد الكثير من مناهج الابتكار، وكل منهج به مراحل مختلفة. تختلف حسب طبيعة القطاع، وطبيعة الابتكار، ونوعه. لكن هذا لا يمنع وجود منهج يمكن تبنيه في كل ما سبق ذكره. فبعد بحث معمق عن مناهج الابتكار، ومراحل العملية الابتكارية في كل واحد منها، ارتأينا أن المنهج الذي يعتمد على التفكير التصميمي أو ما يعرف بـ "Design Thinking" هو الأنسب لنفصل فيه. ولأن مرحله يمكن تطبيقها على القطاع الخدماتي الذي تتمحور كل عملياته حول العميل، وخاصة قطاع السياحة والضيافة.

يفهم التفكير التصميمي على أنه عملية تفكير معقدة لتصور حقائق جديدة، تعبر عن إدخال ثقافة التصميم وأساليبها في مجال الأعمال. التفكير التصميمي اليوم ليس فقط عملية معرفية أو عقلية، ولكنه أصبح أداة فعالة لأي عملية ابتكار، تربط نهج التصميم الإبداعي بفكر ريادة الأعمال والفكر المقاولاتي التقليدي. بناءً على التخطيط والحل العقلاني للمشكلات، مع جعل المستخدم أو العميل هو أساس ومحور العملية الابتكارية.² وفيما يلي مراحل العملية الابتكارية مختصرة بالاعتماد على التفكير التصميمي:

- التعاطف: في هذه المرحلة، يركز الشخص على اكتساب فهم معمق للمشكلة من منظور المستخدم أو العميل. يتضمن ذلك إجراء البحث والتحدث إلى الأشخاص المتأثرين بالمشكلة لاكتساب فهم عميق لاحتياجاتهم ورغباتهم وسلوكياتهم.

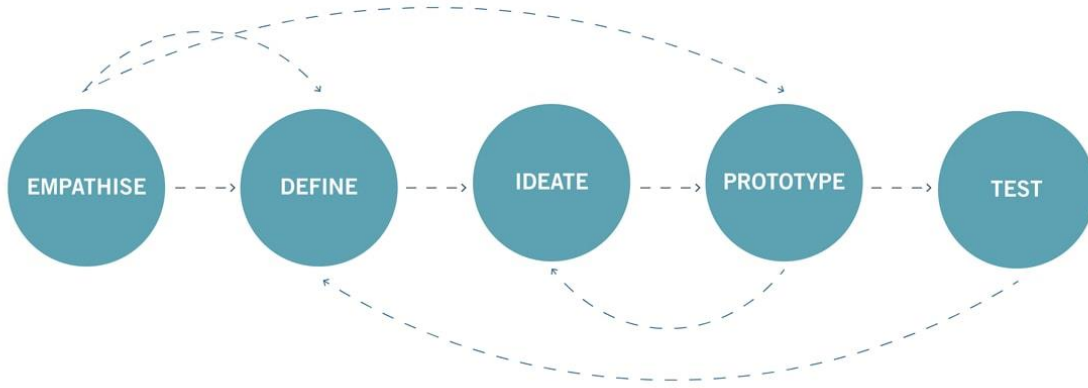
¹ Henry Chesbrough, Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology (Boston, MA: Harvard Business Press, 2003), page 13.

² Katja Tschimmel, "Design Thinking as an effective Toolkit for Innovation," in Proceedings of the XXIII ISPIM Conference: Action for Innovation: Innovating from Experience (Barcelona: ISPIM), 2012. Page 2.

- التعريف: بمجرد أن يجمع الشخص معلومات حول المستخدمين، أو العملاء، أو المشكلة، وأي قيود أو فرص، ينتقل إلى تحديد المشكلة. يتضمن ذلك توليف المعلومات وكتابة كل المشاكل التي جمعها حتى يساعد في توجيه بقية العملية الإبتكارية والبحث عن الحلول.
- توليد الأفكار: في هذه المرحلة، يولد الشخص أو المجموعة مجموعة واسعة من الأفكار لحل المشكلة. يتضمن ذلك عصف ذهني، ورسم واستخدام تقنيات إبداعية أخرى لتوليد عدد كبير من الأفكار. ينصب التركيز على الكمية بدلا من الجودة، و هذا لأن الهدف الأسمى في هذه المرحلة هو توليد أكبر عدد ممكن من الأفكار من ثم تصفيتها واختيار الأنسب والأفضل من بينها.
- النموذج الأولي: في هذه المرحلة، يقوم الشخص بإنشاء تمثيل ملموس للفكرة أو مجموعة الأفكار التي تم توليدها في مرحلة توليد الأفكار. يمكن أن يكون هذا نموذجا صناعيا أو نموذجا أوليا لتطبيق أو موقع الكتروني أو مجسم لمكان معين أو أي شكل آخر من أشكال التمثيل مما يسمح له باختبار الفكرة ومعاينتها وتحسينها.
- الاختبار: أخيرا، يختبر المصمم النموذج الأولي مع المستخدمين أو العملاء للحصول على ملاحظات ورؤى وانتقادات حوله. يتضمن ذلك مراقبة كيفية تفاعل المستخدمين مع النموذج الأولي، وطلب التعليقات، وإجراء تعديلات على التصميم بناء على النتائج التي يتم جمعها. الهدف هو إيجاد حل يلبي احتياجات المستخدم ويحل المشكلة بشكل فعال.¹

¹ Taylor Willmott, "Change by Design: The 5-step Human-Centered Design Process: Adopt a new way of thinking and doing," Griffith University, page 12-26.

5 STEPS OF THE DESIGN THINKING PROCESS



شكل 1 المراحل الخمسة للتفكير التصميمي: التعاطف، التعريف، توليد الأفكار، النموذج الأولي، الإختبار.

المطلب الرابع: الفرص والتحديات في الابتكار

للإبتكار بنجاح يجب على المؤسسات، و الأشخاص المبتكرين تحديد الفرص والاستفادة منها، مع التغلب أيضا على العقبات والتحديات التي تأتي مع العملية الإبتكارية. حيث يعد فهم هذه الفرص، والتحديات أمرا بالغ الأهمية للمؤسسات، والأشخاص. الذين يسعون إلى الحفاظ على قدرتهم التنافسية، والازدهار في بيئة الأعمال السريعة، ودائمة التطور اليوم. وفيما يلي أبرز هذه الفرص والتحديات:

1- الفرص في الإبتكار

- الطلب في السوق: تتغير احتياجات العملاء وتفضيلاتهم بمرور الوقت، مما يخلق فرصا لمنتجات أو خدمات جديدة.
- التقدم التكنولوجي: يمكن للتكنولوجيات الجديدة أن تفتح المجال للإبتكار في منتجات وعمليات وخدمات جديدة.
- التغييرات في اللوائح والقوانين: يمكن للتغييرات في اللوائح أو التشريعات أن تخلق فرصا لمنتجات أو خدمات جديدة وتكون محفزة للإبتكار ودخول السوق.

- العولمة: يمكن للعولمة أن تخلق فرصا لأسواق جديدة وللتعاون والشراكات في حال كانت اللوائح والقوانين تسمح بذلك.
- التعاون والشراكات: يؤدي التعاون مع المؤسسات و الفاعلين في المحيط الإقتصادي إلى توليد أفكار جديدة وتبادل المعارف والابتكار.
- الاستدامة: التنمية المستدامة وزيادة الوعي البيئي عاملان مهمان، حيث اصبحت كبرى الشركات تسعى لتجسيدهما وتبني هذه الممارسات، وذلك للأهمية الكبيرة لهما في الابتكار.¹

2-التحديات في الإبتكار

- قيود الموارد المادية والبشرية: يمكن للموارد المحدودة، بما في ذلك التمويل والوقت والموظفين، أن تعيق جهود الابتكار.
- مقاومة التغيير: يمكن للهياكل التنظيمية والقانونية والثقافات وحتى المجتمعات المحلية أن تخلق مقاومة للتغيير والابتكار.
- عدم اليقين: ينطوي الابتكار على المخاطرة وعدم اليقين، وهو ما قد يمثل تحديا لبعض المؤسسات و الأشخاص.
- حماية الملكية الفكرية: تشكل حماية الملكية الفكرية تحديا، لا سيما في المجالات التي يصعب فيها تعريف الملكية الفكرية.
- المنافسة: تحد المنافسة الشديدة في مجال معين من دخول الوافدين الجدد و أصحاب المشاريع المبتكرة.

¹ Johan Frishammar, Anders Richtner, Anna Brattstrom, Mats Magnusson, and Jennie Bjork, "Opportunities and challenges in the new innovation landscape: Implications for innovation auditing and innovation management," European Management Journal ,1-14, 2018. Page 10.

- اللوائح والقوانين: تحد اللوائح والقوانين من فرص الابتكار في مجالات أو قطاعات معينة، خاصة إذا كان الجو الإقتصادي السائد فيها منفرا للمستثمرين.¹

المبحث الثالث: مجالات الإبتكار في الإقامات السياحية

المطلب الأول: الإبتكار في المنتج في الإقامات السياحية

يشير الإبتكار في المنتج في أماكن الإقامة السياحية إلى تطوير منتجات، أو خدمات جديدة، أو محسنة تلبي الاحتياجات والتفضيلات المتغيرة للمسافرين والسياح. يمكن أن يشمل ذلك إدخال أنواع جديدة من الإقامات السياحية، مثل مواقع التخيم الفخمة أو فنادق البيوت الشجرية، أو دمج تقنيات أو وسائل راحة جديدة في أماكن الإقامة الحالية. يمكن أن يتضمن الإبتكار في المنتج أيضا تقديم خدمات، أو تجارب جديدة تعزز تجربة الضيف. الهدف من الإبتكار في المنتج في الإقامات السياحية هو تقديم تجارب فريدة لا تنسى للضيوف، تميز المؤسسة المستقبلية عن منافسيها، وتزيد من ولاء العملاء ورضاهم.

في صناعة السياحة بصفة عامة و قطاع الإقامات السياحية بصفة خاصة، يعد الإبتكار في المنتج استراتيجية مهمة لمؤسسات الإيواء السياحي التي تتطلع إلى الحفاظ على قدرتها التنافسية، وجذب عملاء جدد. من خلال تقديم منتجات، وخدمات مبتكرة، وفريدة من نوعها، بحيث يمكن للشركات تمييز نفسها عن الآخرين في السوق، وجذب مجموعة واسعة من العملاء.²

¹ Source mentioned earlier, Johan Frishammar et al., "Opportunities and challenges," page 10.

² Luísa Carvalho, "Tourism Innovation – A Literature Review Complemented by Case Study Research," in Book of Proceedings Vol. I – International Conference on Tourism & Management Studies – Algarve 2011 (Algarve: University of Algarve, 2011), page 25.

وفيما يلي بعض الأمثلة على أماكن الإقامة السياحية التي طبقت الابتكار في المنتج في السنوات الأخيرة:

1. فندق تريهوتيل (السويد): فندق تريهوتيل هو مكان إقامة فريد من نوعه، يقع في غابات شمال السويد. يوفر للضيوف فرصة الإقامة في بيوت الأشجار المصممة من قبل مهندسين معماريين مختلفين. يتميز كل بيت شجرة بتصميم فريد، ويتضمن كل وسائل الراحة الحديثة مثل التدفئة والكهرباء.¹

2. فنادق سيتيزن إم (حول العالم): سيتيزن إم هي سلسلة فنادق أضافت عددا من الميزات المبتكرة إلى فنادقها، بما في ذلك أكشاك تسجيل الوصول الذاتي، وتطبيق للهاتف يسمح للضيوف بالتحكم في ميزات الغرف المزودة بتكنولوجيا المنزل الذكي مثل الإضاءة ودرجة الحرارة.²

4. فندق آيسهوتيل (السويد): فندق آيسهوتيل هو فندق مصنوع بالكامل من الجليد، والثلج يتم إعادة بنائه كل عام باستخدام تصميمات، وميزات جديدة. يمكن للضيوف الإقامة في غرف مصنوعة بالكامل من الجليد، وتناول العشاء على طاولات وكراسي الثلج، وحتى النوم في كيس نوم حراري للبقاء دافئين.³

4. أجنحة تحت الماء في أتلانيس، النخلة (دبي): أتلانيس، النخلة هو منتجع فاخر في دبي يوفر للضيوف فرصة الإقامة في أجنحة تحت الماء توفر إطلاقات خلابة على أكواريوم المنتجع. توفر أماكن الإقامة الفريدة هذه للضيوف تجربة فريدة من نوعها ومميزة.⁴

¹ Treehotel. "Treehotel." <https://www.treehotel.se/en/>, Accessed May 11, 2023.

² CitizenM. "CitizenM." <https://www.citizenm.com/>, Accessed May 11, 2023

³ Icehotel. "Icehotel." <https://www.icehotel.com/>, Accessed May 11, 2023.

⁴ Atlantis, The Palm. "Underwater Suites." <https://www.atlantis.com/atlantis-the-palm>, Accessed May 11, 2023.

هذه ليست سوى أمثلة قليلة من أماكن الإقامة السياحية التي طبقت الابتكار في المنتج لتمييز أنفسهم عن المنافسين وتقديم تجارب فريدة ومخصصة لضيوفهم.

المطلب الثاني: الابتكار في العمليات في الإقامة السياحية

يشير الابتكار في العمليات في الإقامة السياحية إلى تنفيذ عمليات، وإجراءات جديدة، أو محسنة تعزز كفاءة وفعالية، وجودة العمليات. يتضمن هذا إعادة التفكير، وإعادة تصميم الطريقة التي يتم بها تنفيذ المهام، واستخدام الموارد، وتقديم الخدمات للضيوف. بهدف تحسين تجربة الضيف السائح وزيادة ربحية مكان الإقامة. قد تتضمن أمثلة الابتكار في العمليات في أماكن الإقامة السياحية اعتماد تقنيات جديدة، مثل أنظمة تسجيل الوصول الآلية، وتطبيقات الأجهزة المحمولة لطلب خدمة الغرف، أو الإستعانة بالروبوتات للقيام بخدمة الغرف.

بشكل عام ، يعد الابتكار في العمليات استراتيجية مهمة للإقامات السياحية للحفاظ على قدرتها التنافسية في سوق سريع التغير، وذلك من أجل تحسين جودة خدماتها، وتحسين تجربة ضيوفها.

وفيما يلي بعض الأمثلة على أماكن الإقامة السياحية التي طبقت الابتكار في العمليات في السنوات الأخيرة:

1. فندق كلاريون (السويد): قام مجلس إدارة فندق "كلاريون" في

ستوكهولم، السويد، وبالشراكة مع "Turnpike" وشركة "سامسونغ"

بتزويد موظفي الفندق بساعات ذكية كحل مبتكر لزيادة فعالية

العمليات. حيث تسمح التكنولوجيا الجديدة القابلة للارتداء لموظفي

الفندق بتلقي الإخطارات والتنبيهات في الوقت الفعلي، مما يوفر لهم

اتصالاً وتنسيقاً أسرع وأكثر كفاءة فيما بينهم. مع الساعات الذكية

الجديدة، يمكن للموظفين تلقي طلبات الضيوف والاستجابة لها بسرعة، والتنسيق مع الأقسام الأخرى، والبقاء على اطلاع بالتحديثات والأحداث المهمة.¹

2. فندق ألوفت كوبرتينو (الولايات المتحدة الأمريكية): فندق ألوفت كوبرتينو طبق العديد من الابتكارات العملية لتحسين الكفاءة، وتعزيز تجربة الضيف. على سبيل المثال، يستخدمون تطبيقاً للهاتف المحمول يسمح للضيوف بتسجيل الوصول، والخروج من غرفهم دون الحاجة للقيام بذلك عبر مكتب الإستقبال. كما أنهم يستخدمون خادم شخصي آلي، لتقديم طلبات خدمة الغرف للضيوف. بالإضافة إلى احتواء الفندق على محطة شحن للسيارات الكهربائية.²

3. فنادق ومنتجعات هيلتون (حول العالم): نفذت فنادق، ومنتجعات هيلتون العديد من الابتكارات العملية لتعزيز تجربة الضيف، وتحسين الكفاءة. على سبيل المثال، يستخدمون نظام مفاتيح رقمي يسمح للضيوف باستخدام هواتفهم الذكية لفتح غرفهم، المصعد، والدخول لمركز اللياقة البدنية. وهذا عوض استخدام المفاتيح العادية أو البطاقات.³

المطلب الثالث: الإبتكار في التسويق في الإقامة السياحية

يشير الإبتكار في التسويق في الإقامة السياحية إلى تنفيذ استراتيجيات، وتقنيات تسويقية جديدة، أو محسنة. تعزز الرؤية والجاذبية، والوصول إلى العلامة التجارية،

¹ Samsung Newsroom Sweden. "Turnpike och Samsung digitaliserar hotellpersonal för personligare möten och optimerad drift." Samsung Newsroom Sweden. May 08, 2023. <https://news.samsung.com/se/turnpike-och-samsung-digitaliserar-hotellpersonal-for-personligare-moten-och-optimerad-drift>. Accessed May 11, 2023

² Marriott International. "Aloft Hotels, <https://aloft-hotels.marriott.com/>," Accessed May 11, 2023.

³ "Hilton Help Center, <https://help.hilton.com/s/article/How-does-Digital-Key-work>, Accessed May 11, 2023.

والخدمات الخاصة بمكان الإقامة. يتضمن هذا إعادة التفكير، وإعادة تصميم الطريقة التي تروج بها الإقامات السياحية لعروضها، وكيفية وصولها للضيوف المحتملين، بهدف جذب العملاء، والاحتفاظ بهم، وزيادة الإيرادات، والبقاء كمنافسين في السوق.¹

وفيما يلي بعض الأمثلة على أماكن الإقامة السياحية التي طبقت الابتكار في التسويق في السنوات الأخيرة:

1. فنادق آكور (فرنسا): نفذت فنادق آكور عددا من الابتكارات التسويقية، بما

في ذلك استخدام الواقع المعزز لعرض خدماتها، و غرفها، وقائمة الطعام، و حتى القيام بجولة داخل الفندق بأكمله. كما طوروا تطبيقا يسمح للضيوف بحجز وإدارة إقاماتهم، وتنفيذ برنامج ولاء يكافئ الضيوف على إقامتهم وأنشطتهم عن طريق منحهم نقاطا نظير كل حجز أو عملية دفع إضافية يقومون بها.²

2. فندق هوليداي إن باريس (فرنسا): يستخدم فندق هوليداي إن باريس ما يسمى

بالتسويق العطري، أو التسويق بالروائح "Aromarketing". هذه الطريقة المبتكرة في التسويق تعتمد على استخدام العطر والرائحة، وأحيانا إضافة موسيقى مختارة بعناية كوسيلة لخلق جو فريد لا ينسى للضيوف. يمكن استخدامه في مناطق مختلفة من الفندق، أو المنتجع مثل الغرف، والردهات، وقاعات الاجتماع، والأماكن العامة، وغيرها. ويستخدمونها أيضا حسب المناسبة المقامة، أو الفصل. ويمكن استخدامه أيضا لتعزيز العلامة التجارية للفندق. عندما استخدم فندق هوليداي إن في باريس عطر 'هاواي روز' الذي

¹ Elena A. Dzhandzhugazova, Ekaterina A. Blinova, Liubov N. Orlova, and Marianna M. Romanova, "Innovations in Hospitality Industry," International Journal of Environmental & Science Education 11, no. 17, 2016, page 10391.

² "About Us", Accor, <https://group.accor.com/en/group/who-we-are/about-us>, accessed May 11, 2023.

تم تطويره بشكل خاص لهذا الفندق، أظهرت الإحصائيات زيادة واضحة في الزيارات المتكررة وإعادة الحجز بنسبة 23%.¹

3. فندق جيراف مانور بنايروبي (كينيا): هذا الفندق الذي تملكه مجموعة 'The Safari Collection' تتمثل إحدى استراتيجيات التسويق الرئيسية له في تجربته الفريدة التي لا تنسى في التفاعل مع الزرافات، مما جعله وجهة شهيرة لمحبي الحيوانات والسياح. ويبرز موقع الفندق الإلكتروني وصفحات التواصل الاجتماعي هذه الميزة بشكل بارز ويستغلون الزرافات كواجهة أساسية لفندقهم والركيزة الأهم في عملية تسويقهم وترويجهم لعلامتهم التجارية. مع صور ومقاطع فيديو للضيوف الذين يطعمون، ويتفاعلون مع الزرافات. ليس هذا فقط بل انه يمكن اعتبار الفندق كمحمية صغيرة لزرافات الروثشيلد المهددة بالإنقراض. وبهذا فهم يسوقون لأنفسهم كمحبين للبيئة أيضا، وحماة للثروة الحيوانية في المنطقة.²

المطلب الرابع: الابتكار التنظيمي في الإقامة السياحية

يشير الابتكار التنظيمي في أماكن الإقامة السياحية إلى تنفيذ ممارسات، أو عمليات، أو هياكل تنظيمية جديدة، أو محسنة داخل مؤسسات الإقامة. التي تؤدي إلى تحسين الأداء، والقدرة التنافسية، والاستدامة. يمكن أن يتخذ هذا النوع من الابتكار أشكالا عديدة، مثل اعتماد تقنيات جديدة، أو تنفيذ ممارسات إدارية جديدة، أو تطوير نماذج أعمال أكثر كفاءة وفعالية، أو إدخال عروض خدمات أو وسائل راحة جديدة. قد تشمل أمثلة الابتكارات التنظيمية في أماكن الإقامة السياحية استخدام المنصات الرقمية لإدارة الحجوزات وتفاعلات العملاء، واعتماد ممارسات مستدامة للحد من التأثير البيئي، وتقديم برامج تدريب الموظفين

¹ Source mentioned earlier, Dzhandzhugazova et al., "Innovations in Hospitality Industry," page 10395.

² The Safari Collection. "Giraffe Manor Hotel", <https://www.thesafaricollection.com/properties/giraffe-manor/>, Accessed May 12, 2023.

لتحسين جودة الخدمة، أو استحداث مصادر دخل جديدة من خلال دمج خدمات إضافية مع قسم الإعاشة، أو الأنشطة الترفيهية.¹

في نهاية المطاف يمكن القول أن الابتكار التنظيمي في أماكن الإقامة السياحية يهدف إلى تحسين تجربة الضيف، وزيادة الكفاءة التشغيلية، ودفع نمو الأعمال والاستدامة.

وفيما يلي بعض الأمثلة على الإقامة السياحية التي طبقت الابتكار التنظيمي في السنوات الأخيرة:

1. Airbnb : أحد الابتكارات التنظيمية الرئيسية لـ Airbnb هو نموذج السوق الرقمي من نظير إلى نظير أو ما يعرف بإسم "peer-to-peer marketplace"، والذي يمكّن مالكي العقارات من تأجير منازلهم أو شققهم للمسافرين مباشرة، دون الحاجة إلى فندق تقليدي أو مزود إقامة. "Airbnb هي واحدة من أولى الشركات وأكثرها شهرة التي طبقت نموذج السوق الرقمي "من نظير إلى نظير" في الإقامة السياحية.²

2. فنادق هيلتون: تمكنت سلسلة الفنادق العالمية سنة 2014 من الفوز بجائزة " the Gartner and 1:1 Media CRM Excellence Award in Customer Analytics" كتقدير واعتراف على ابتكارهم التنظيمي والمتمثل في استحداث نظام مركزي يحتوي على تعليقات، آراء، ومقترحات الضيوف. حيث يتم جمع التعليقات من مختلف منصات

¹ Hsin-Wei Fu, "Organizational Learning and Organization Innovation in the Tourist Hotels - An Empirical Study," EURASIA Journal of Mathematics Science and Technology Education, 2017, page 6351-6352.

² Josep Lladós-Masllorens, Antoni Meseguer-Artola, and Inma Rodríguez-Ardura, "Understanding Peer-to-Peer, Two-Sided Digital Marketplaces: Pricing Lessons from Airbnb in Barcelona," Sustainability 12, no. 3, 2020, page 3.

الحجز، والموقع الرسمي للسلسلة، والبريد الإلكتروني لتجمع كلها في مكان واحد حتى يتم تحليل هذه البيانات، وتحويلها الى اصلاحات وبيانات مساعدة على استنباط الخطط المستقبلية. خدمة لضيوفها، وتأكيدها على اهتمامها الدائم بأراء عملائها، وسعيها الدائم لنيل رضاهم.¹

¹ Gartner. "Gartner Customer 360 Summit Trip Report." 2014, <https://www.gartner.com/imagesrv/summits/docs/na/customer-360/Customer360-2014-TripReport.pdf>, Accessed May 13, 2023. Page 9.

الفصل الثاني:

الخيمة الذكية كنوع جديد من

الإقامات السياحية

تمهيد:

الخيمة الذكية هي نوع من أماكن الإقامة التي تجمع بين الممارسات المستدامة، والصديقة للبيئة مع تكنولوجيا المنزل الذكي، والطاقة المتجددة. يوفر هذا النوع من المخيمات العديد من الفوائد، بما في ذلك تقليل التأثير البيئي، وتعزيز تجربة الضيف في مجال التخييم، وزيادة الفعالية من حيث التكلفة. ومع ذلك، فإن إنجاز مخيم ذكي وصديق للبيئة يمثل أيضا العديد من التحديات. حيث يتطلب تكامل التكنولوجيا والاستدامة تخطيطا وتنفيذا دقيقا لضمان عمل المخيم بفعالية وكفاءة.

الغرض من هذا الفصل هو استكشاف مفهوم الخيمة الذكية بالتفصيل. وسوف نتناول فيه الخصائص التي تحدد هذا النوع من الإقامة، والفوائد التي يقدمها، والتحديات التي يجب معالجتها. بالإضافة إلى ذلك، سنناقش في هذا الفصل الأنواع المختلفة من الممارسات المستدامة والصديقة للبيئة التي يمكن تنفيذها في مخيم ذكي وصديق للبيئة، بما في ذلك استخدام مصادر الطاقة المتجددة وتكنولوجيا المنزل الذكي والحلول المبتكرة الأخرى. بحلول نهاية هذا الفصل، سيكون لدى القراء فهم شامل لإمكانيات الخيم الذكية لإحداث ثورة في صناعة السياحة وتعزيز السفر المستدام والمسؤول. وقد قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين:

المبحث الأول: ماهية الخيمة الذكية**المبحث الثاني: الجوانب الابتكارية للخيمة الذكية.**

المبحث الأول: ماهية الخيمة الذكية

السياحة الذكية، والتي تعني دمج استخدام التكنولوجيا مع كل مكونات صناعة السياحة، من مرافق، وأماكن ترفيه، و مؤسسات إقامة وغيرها. هي مجال سريع النمو، يتضمن تقنيات مبتكرة لتحسين تجربة السياح. أدى دمج التكنولوجيا الذكية في أماكن الإقامة السياحية إلى تحويل الصناعة بشكل مبتكر، واستثنائي مثلما تناولناه في الفصل السابق، وخلق تجربة أكثر تخصيصاً، وكفاءة للمسافرين. انطلاقاً من مختلف أمثلة الابتكار في الفنادق، إلى التصاميم، والأنواع الجديدة للإقامات السياحية، أصبح استخدام ودمج التكنولوجيا مهماً بشكل متزايد في صناعة السياحة بشكل عام، والإقامات السياحية بشكل خاص. سنخصص هذا الفصل للحديث عن نوع جديد من الإقامة السياحية وهو ما يعرف بإسم "الخيمة الذكية".

المطلب الأول: مفهوم الخيمة الذكية

الوجهة أو مكان الإقامة الذكي هي وجهة سياحية مبتكرة، مدمجة مع بنية تحتية تكنولوجية حديثة تضمن التنمية المستدامة للمنطقة السياحية، يكون التفاعل فيها سهلاً وفي متناول الجميع. مما يسهل عملية اندماج وتكامل الزائر مع البيئة التي يكون فيها ويحسن جودة تجربته.¹

الخيمة الذكية هي نوع من أماكن الإقامة السياحية، التي تتوفر على كل وسائل الراحة، والترفيه وتتضمن دمج التكنولوجيا مع هذه الوسائل لتعزيز تجربة التخييم. تشير الخيمة الذكية إلى خيمة متقدمة تقنياً، تتضمن "تقنية المنزل الذكي" داخلها لتعزيز تجربة

¹ Ana Matos, Bruna Pinto, Fábio Barros, Sérgio Martins, José Martins, and Manuel Au-Yong Oliveira, "Smart Cities and Smart Tourism: What Future Do They Bring?," Instituto Politécnico De Bragança, 2019, page 363. <http://hdl.handle.net/10198/23814>

التخييم. فهي تجمع بين عناصر التخييم التقليدية، والابتكارات الحديثة لتوفير الراحة، والرفاهية، وميزات الأتمتة الموجودة عادة في المنازل الذكية.

يمكن أن تشمل تقنية المنزل الذكي في الخيمة على العديد من الأجهزة، والأنظمة المترابطة فيما بينها، ويمكن التحكم فيها عن بعد. على سبيل المثال، قد تحتوي الخيمة على مستشعرات مدمجة، لمراقبة درجة الحرارة، والرطوبة، وظروف الإضاءة. مما يسمح بإجراء تعديلات تلقائية، أو حسب ما يريده المقيم في الخيمة لخلق بيئة مريحة. كما قد تحتوي أيضا على ميزات يتم التحكم فيها بالصوت، أو التحكم عن طريق تطبيق للهاتف للتحكم في الإضاءة، والتحكم في درجة الحرارة، وحتى أنظمة الترفيه.

بالإضافة إلى ذلك، يمكن تجهيز الخيم الذكية بمصادر الطاقة المتجددة، مثل الألواح الشمسية. لتوفير طاقة مستدامة لمقايض الشحن، أو تشغيل المعدات الإلكترونية. كما توفر أيضا خيارات الاتصال مثل واي فاي، أو بلوتوث لتمكين الاتصال بالأجهزة الذكية الأخرى. عن طريق ما يسمى بـ "إنترنت الأشياء" أو "IOT" كإختصار لـ "Internet Of Things".

1

يوفر دمج تقنية المنزل الذكي في الخيمة الذكية، راحة المخيم، والضيف السائح. وكذا الاستفادة من مصدر مستدام للكهرباء، مع ممارسات خاصة تضمن الإستدامة، وأن يكون هذا النوع من الإقامات السياحية صديقا للبيئة قدر الإمكان. كما تسمح بالتحكم الشخصي في الجو الداخلي للخيمة كمستوى الإنارة، درجة الحرارة، ومستوى الرطوبة وكذا تقليل نسبة تلوث الهواء. خاصة اذا كان موقع المخيم الذي يحتوي الخيم الذكية في الصحراء، بحكم الطبيعة القاسية لمناخ المنطقة. ولكن الخيمة الذكية هي الحل للقضاء على كل معوقات الإستمتاع بتجربة التخييم في الصحراء. مما يجعل تجربة التخييم أكثر راحة ومتعة

¹ Rahul Sridharan, Maruti Sriram, and Rajkumar.E, "SMART SOLAR POWERED TENT," IOP Conference Series: Materials Science and Engineering 1123 : 012032, 2020, page 1-7.

مع تبني مبادئ الاستدامة والممارسات الصديقة للبيئة، ودمج التكنولوجيا الحديثة. بالإضافة إلى الإستعانة بالمجتمع المحلي للمنطقة، للقيام بأنشطة خارجية خارج المخيم.

شكل 2 المكونات الخارجية والداخلية للخيمة الجيوديسية



المصدر: موقع Alibaba

المطلب الثاني: خصائص الخيمة الذكية

يشتمل المخيم الذكي على ميزات وخصائص متنوعة نذكر منها ما يلي:

1. التكنولوجيا الحديثة: تشتمل الخيمة الذكية على تقنيات مختلفة لتعزيز تجربة التخييم. وكذا التحكم عن بعد في وسائل الراحة الموجودة داخل الخيمة، مثل الإضاءة، والتدفئة، والتبريد وتصفية الهواء عن طريق ربط مختلف الأجهزة بتكنولوجيا المنزل الذكي.

2. الاستدامة: الخيمة الذكية تعزز الاستدامة، والحفاظ على البيئة. يشمل ذلك استخدام مصادر الطاقة المتجددة، مثل الطاقة الشمسية، لتشغيل موقع المخيم، وتزويده بالكهرباء. ما يعني الاستفادة على المدى الطويل في ما يتعلق بتكاليف الكهرباء، بالإضافة إلى استخدام مواد صديقة للبيئة في صناعة "الخيم المقببة" التي تكون على شكل قبة، وتسمى أيضا بـ"الخيم الجيوديسية"¹.

3. الراحة: يوفر المخيم الذكي بصفة عامة، والخيمة الذكية بصفة خاصة للزوار تجربة تخيم أكثر راحة، وملاءمة مما قد يقدمه المخيم التقليدي. يشمل ذلك وسائل الراحة مثل الفراش المريح، ووسائل الترفيه كالتلفاز والإنترنت، بالإضافة إلى وجود الحمامات والمراحيض داخل الخيم الذكية. ما يعطي خصوصية أكبر لمرطادي المخيم، والتحكم القائم على تطبيق في الهاتف أو التحكم الصوتي عن طريق "Amazon Alexa" أو "Google Assistance" ما يسمح بالتحكم في الإضاءة، ودرجة الحرارة، والرطوبة داخل الخيم.

4. التكامل مع مناطق الجذب والأنشطة المحلية: يوفر المخيم الذكي، والصيدق للبيئة الذي يحتوي الخيم الذكية للزوار إمكانية القيام بأنشطة في مناطق الجذب المحلية، ومسارات المشي لمسافات طويلة، والأنشطة الخارجية الأخرى بالمنطقة. وهذا بمساعدة طاقم متكامل من العمال، ما يعطي تكاملا بين الغاية الأولى له الا وهي الاستدامة والممارسات الصديقة للبيئة وطبيعة هذه الأنشطة.

5. الأمن: يشتمل المخيم الذكي على ميزات أمان متقدمة لحماية الزوار وممتلكاتهم. يشمل ذلك أشياء مثل أنظمة الدخول بدون مفاتيح وكاميرات الأمان والتنبيهات عبر تطبيق على الهاتف أو إشعارات ترسل مباشرة الى الخيم لحالات الطوارئ.

¹ Rahul Sridharan, et al "SMART SOLAR POWERED TENT", page 8.

بشكل عام، الهدف من المخيم الذكي، والصديق للبيئة، و الخيمة الذكية هو تزويد الزوار بتجربة تخيم أكثر متعة، واستدامة وملاءمة. من خلال دمج التكنولوجيا المتقدمة، والممارسات المستدامة، والصديقة للبيئة.

المطلب الثالث: فوائد وتحديات الخيمة الذكية.

أ-فوائد الخيمة الذكية

1. تقليل التأثير البيئي: باستخدام مواد صديقة للبيئة في صنع الخيم وتهيئة البنية التحتية للمخيم وتقنيات موفرة للطاقة، يمكن للمخيمات الذكية أن تقلل بشكل كبير من تأثيرها البيئي، بما في ذلك البصمة الكربونية وتوليد النفايات.¹
2. تحسين تجربة الضيف: يمكن أن توفر المخيمات الذكية للضيوف تجربة تخيم فريدة ومبتكرة، مع ميزات جديدة وحديثة مثل الخيم الذكية والمزودة بتكنولوجيا المنزل الذكي ومصادر الطاقة المتجددة التي تجعل تجربة التخييم أكثر راحة وملاءمة للضيوف.
3. توفير التكاليف: من خلال استخدام مصادر الطاقة المتجددة مثل الطاقة الشمسية، يمكن للمخيمات الذكية تقليل تكاليف الطاقة بمرور الوقت. بالإضافة إلى ذلك باستخدام مواد صديقة للبيئة وتقليل النفايات، يمكنهم أيضا توفير تكاليف التخلص من النفايات وإدارتها.²
4. زيادة الإيرادات: مع استمرار السياحة البيئية في اكتساب شعبية حوال العالم، يمكن للمخيمات الذكية والمستدامة جذب المسافرين المهتمين بالبيئة وزيادة الإيرادات لموقع المخيم مستقبلا.

¹ Andreea Marin-Pantelescu, Claudia Popescu, and Mihaela Hint, "Opportunities for smart tourism: from human tourist guiding to virtual guiding in Bucharest," Proceedings of the International Conference on Business Excellence 15, 2021, page 620, <https://doi.org/10.2478/picbe-2021-0058>

² Ana Matos, et al, Smart Cities and Smart Tourism, page 368.

5. صورة إيجابية للعلامة التجارية: يمكن أن يؤدي تشغيل موقع تخييم ذكي، ومستدام وصديق للبيئة، إلى تحسين صورة العلامة التجارية كمنظمة مسؤولة اجتماعيا وواعية بيئيا. والتي يمكنها زيادة ولاء الضيوف وجذب عملاء جدد.

ب-تحديات الخيمة الذكية

1. البنية التحتية: قد يكون تطوير وصيانة البنية التحتية المطلوبة لموقع تخييم ذكي ومستدام وصديق للبيئة مكلفا ويستغرق وقتا طويلا. ويشمل ذلك تركيب أنظمة الطاقة المتجددة، وتطوير أنظمة إدارة المياه وحتى الحصول على إمتياز استغلال قطعة الأرض المراد إقامة المشروع عليها.
2. الطقس: يمكن أن تتسبب الظواهر الجوية مثل العواصف والفيضانات وحرائق الغابات في إلحاق الضرر بموقع المخيم وتعطيل البنية التحتية. يعد إنشاء موقع تخييم مرن وقابل للتكيف يمكنه تحمل هذه الأحداث تحديا حقيقيا ويجب دائما تتبع أحوال الطقس واختيار مكان مناسب لإقامة المخيم ونصب الخيم الذكية.
3. التكلفة: قد يكون بناء موقع تخييم ذكي ومستدام وصديق للبيئة مكلفا، وقد تكون التكاليف باهظة بالنسبة لبعض مشغلي أو مطوري مواقع المخيم. يمكن أن يمثل إيجاد طرق لخفض التكاليف مع الحفاظ على الاستدامة تحديا كبيرا.
4. الصيانة: يمثل الحفاظ على البنية التحتية وأنظمة المخيم تحديا مستمرا. ويشمل ذلك الصيانة الدورية لأنظمة الطاقة المتجددة وأنظمة إدارة المياه وتكنولوجيا المنزل الذكي والبنية التحتية الأخرى.¹

¹ Teguh Iman Pribadi, Rusdin Tahir, and Ayu Krishna Yuliawati, "The Challenges in Developing Smart Tourism: A Literature Review," Jurnal Nasional Informatika dan Teknologi Jaringan 5, no. 2, 2019, page 256-257.

5. تجربة الزائر: يمكن أن يمثل توفير تجربة زائر إيجابية مع الحفاظ على الاستدامة والود البيئي تحدياً. قد يكون لدى المخيمين توقعات ومتطلبات مختلفة لتجربة التخييم الخاصة بهم عما يقدمه المخيم الذكي، وقد يكون من الصعب تحقيق التوازن بينها وبين الحاجة إلى حماية البيئة.

تتطلب مواجهة هذه التحديات تخطيطاً دقيقاً وتعاوناً مستمراً. من المهم إشراك أصحاب المصلحة من مختلف القطاعات (مثل الحكومة و قطاع السياحة والمجموعات والمنظمات البيئية) وإعطاء الأولوية للاستدامة والممارسات الصديقة للبيئة في جميع القرارات. من خلال القيام بذلك، من الممكن إنشاء موقع تخييم ذكي ناجح ومستدام يلبي احتياجات المخيمين مع حماية البيئة و استدامة النشاط السياحي.

المبحث الثاني: الجوانب الابتكارية للخيمة الذكية.

المطلب الأول: الممارسات المستدامة والصديقة للبيئة

تشير الاستدامة إلى القدرة على تلبية احتياجات الجيل الحالي دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها الخاصة من الثروات الطبيعية. وهذا ينطوي على تحقيق التوازن بين العوامل الاجتماعية، والاقتصادية، والبيئية في صنع القرار والإجراءات. الممارسات المستدامة هي تلك التي تعزز الرفاهية على المدى الطويل، والحفاظ على الموارد الطبيعية للأجيال القادمة.

من ناحية أخرى، تشير الممارسات الصديقة للبيئة على وجه التحديد، إلى الممارسات التي تهدف إلى تقليل الضرر الذي يلحق بالبيئة، وتعزيز الاستدامة. يمكن أن تشمل

الممارسات الصديقة للبيئة لتقليل النفايات، والحفاظ على الموارد والثروات الطبيعية، واستخدام الطاقة المتجددة، وتقليل استخدام المواد الكيميائية والمواد الضارة.¹

لذلك، فإن الممارسات الصديقة للبيئة هي مجموعة فرعية من الممارسات المستدامة، لأنها تساهم في الهدف العام للاستدامة. من خلال الحد من التأثير البيئي لأعمالنا، وتعزيز الحفاظ على الموارد الطبيعية. من خلال تبني ممارسات صديقة للبيئة، يمكننا أن نعيش بشكل أكثر استدامة ونساعد على ضمان كوكب أكثر صحة للأجيال القادمة.

هناك العديد من الممارسات المستدامة والصديقة للبيئة التي يمكن تطبيقها في موقع تخيم ذكي به خيام ذكية. فيما يلي بعض الأمثلة:

1. الطاقة المتجددة: يؤدي استخدام مصادر الطاقة المتجددة مثل الطاقة الشمسية لتشغيل الخيم الذكية والبنية التحتية الأخرى إلى تقليل البصمة الكربونية لموقع المخيم وتقليل الاعتماد أو حتى عدم الاعتماد كلياً على مصادر الطاقة غير المتجددة.
2. الحفاظ على المياه: يؤدي تنفيذ ممارسات الحفاظ على المياه مثل لحنفيات منخفضة التدفق، بالإضافة إلى جمع مياه الأمطار إن أمكن وإعادة استخدامها، إلى تقليل استخدام المياه وتقليل تأثير موقع المخيم على موارد المياه المحلية.
3. الحد من النفايات: من خلال تشجيع المخيمين على تقليل النفايات باستخدام مواد قابلة لإعادة الاستخدام أو قابلة لإعادة التدوير، وتوفير مرافق إعادة التدوير والتسميد، وتجنب المواد البلاستيكية ذات الاستخدام الواحد. ويؤدي هذا إلى تقليل كمية النفايات الناتجة عن موقع المخيم بشكل ملحوظ.

¹ University of Alberta, "What is Sustainability?" McGill Office of Sustainability, 2016, page 1-2.

4. المواد المستدامة: يؤدي استخدام مواد مستدامة مثل الخيزران أو البلاستيك المعاد تدويره أو الألياف الطبيعية في بناء الخيام الذكية والبنية التحتية الأخرى إلى تقليل التأثير البيئي لموقع المخيم وتعزيز الاستدامة.

5. التعليم والتوعية: يمكن أن يؤدي تثقيف المخيمين حول الممارسات المستدامة، وتشجيعهم على تبني سلوكيات صديقة للبيئة إلى تعزيز ثقافة الاستدامة، وتقليل التأثير البيئي لموقع المخيم.¹

من خلال تنفيذ هذه الممارسات المستدامة والصديقة للبيئة ، يمكن للمخيم الذكي مع الخيم الذكية تقليل تأثيره البيئي وتعزيز الاستدامة. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تساعد هذه الممارسات في خلق تجربة تخيم إيجابية وممتعة للزوار. مع إظهار أهمية الممارسات المستدامة والصديقة للبيئة.

المطلب الثاني: تكنولوجيا المنزل الذكي

تشير تقنية المنزل الذكي إلى مجموعة من الأجهزة، والأنظمة المترابطة المصممة لأتمتة، وتعزيز جوانب مختلفة من الحياة المنزلية، مثل الأمن، والترفيه، وتقليل تكلفة الطاقة، وزيادة الراحة. يمكن التحكم في هذه الأجهزة، والأنظمة، ومراقبتها عن بعد من خلال هاتف ذكي، أو جهاز لوحي عبر تطبيق معين، أو أي جهاز آخر متصل بالإنترنت، ويمكن دمجها غالباً مع المساعدين الصوتيين مثل "أمازون أليكسا" أو "مساعد جوجل".²

¹ Abdou, Ahmed H., Tarek H. Hassan, Ahmed E. Salem, Ahmad I. Albakhit, Mohammad Y. Almakhayitah, and Walid Salama. "The Nexus between Environmentally Sustainable Practices, Green Satisfaction, and Customer Citizenship Behavior in Eco-Friendly Hotels: Social Exchange Theory Perspective." Sustainability 14, no. 19 : 12791, page 2-4, <https://doi.org/10.3390/su141912791>.

² Rohit Kadam, Pranav Mahamuni, and Yash Parikh. "Smart Home System." International Journal of Innovative Research in Advanced Engineering (IJRAE) ISSN: 2349-2163 Volume 2 Issue 1, 2015, page 81-82.

من شأن تقنية المنزل الذكي داخل الخيم الجيوديسية أن تعمل على تعزيز تجربة التخييم، وتوفير المزيد من الراحة للضيوف للإستمتاع بتجربة تخييمهم.

تتضمن بعض الأمثلة على تقنية المنزل الذكي التي يمكن استخدامها في الخيم ما

يلي:

1. الإضاءة الذكية: يسمح تركيب أنظمة الإضاءة الذكية داخل الخيام الجيوديسية للضيوف بالتحكم في الإضاءة عن بعد، وضبط السطوع ولون الضوء، وحتى ضبط الأضواء لتشغيل أو إيقاف تشغيلها تلقائياً بناء على جدول زمني أو كشف الحركة.

2. منظمات الحرارة الذكية: يمكن استخدام منظمات الحرارة الذكية لضبط درجة الحرارة تلقائياً داخل الخيمة عن طريق ربطه بنظام التدفئة والتبريد، مما يضمن بقاء الضيوف مرتاحين بغض النظر عن الطقس في الخارج.

3. أنظمة الترفيه الذكية: يمكن للضيوف الاستمتاع بأحدث الأفلام أو الموسيقى من خلال أنظمة الترفيه الذكية التي يمكن التحكم فيها عن بعد أو من خلال الأوامر الصوتية.

4. الأقفال الذكية: يمكن استخدام الأقفال الذكية لتوفير أمان إضافي للضيوف، مما يسمح لهم بقفل خيمتهم وفتحها عن بعد أو من خلال تطبيق الهاتف الذكي.¹

5. المساعدين الصوتيين: يمكن تثبيت المساعدين الصوتيين مثل "أمازون أليكسا" أو "مساعد جوجل" داخل الخيم الذكية للسماح للضيوف بالتحكم في الأجهزة والأنظمة المختلفة باستخدام صوتهم عوض تطبيق الهاتف.

¹ Source mentioned earlier, Rohit Kadam et al., "Smart Home System", page 82.

بشكل عام ، يمكن أن يؤدي استخدام تقنية المنزل الذكي داخل خيام التخييم الفخمة إلى تعزيز تجربة التخييم من خلال توفير المزيد من الراحة والأمان للضيوف. من خلال الاستثمار في تكنولوجيا المنزل الذكي، يمكن لمشغلي التخييم الفخم جذب المزيد من الضيوف وتوفير تجربة تخييم فريدة لا تنسى.

شكل 3: لمبة الإضاءة الذكية



المصدر: موقع Amazon

شكل 4: منظم الحرارة الذكي



المصدر: موقع Amazon

شكل 5: أقفال و مقابض ذكية



المصدر: موقع Turbosquid
صاحب النموذج: DabartiCGI

فيما سبق بعض الأمثلة للأجهزة الذكية التي يمكن دمجها مع الخيمة الجيوديسية أو المقبلة. التي من خلالها يمكن أتمتة التفاعل داخل خيمتنا الذكية عن طريق هذه الأجهزة التي عرضنا صورها وحتى تلك التي لم نعرضها.

المطلب الثالث: الطاقة المتجددة

تشير الطاقة المتجددة إلى الطاقة المتحصل عليها من المصادر الطبيعية التي يتم تجديدها بمرور الوقت ويمكن أن تستمر إلى أجل غير مسمى. على عكس مصادر الطاقة غير المتجددة مثل الوقود الأحفوري، والتي تكون محدودة وستنفد في النهاية. تستخدم تقنيات الطاقة المتجددة لتحويل هذه الموارد الطبيعية إلى كهرباء أو حرارة أو وقود. تشمل أمثلة تقنيات الطاقة المتجددة الألواح الشمسية الكهروضوئية وتوربينات الرياح والسدود الكهرومائية ومحطات الطاقة الحرارية الأرضية وأنظمة طاقة الكتلة الحيوية. ينظر إلى استخدام الطاقة المتجددة بشكل متزايد على أنه جزء مهم من الجهود المبذولة لمعالجة تغير المناخ، والحد من انبعاثات غازات الاحتباس الحراري، وتعزيز استقلال الطاقة وأمنها.¹

في سياق الخيمة الذكية، يمكن استخدام مصادر الطاقة المتجددة لتشغيل الأنظمة والأجهزة المختلفة بطريقة مستدامة بيئياً. على سبيل المثال، يمكن تركيب الألواح الكهروضوئية الشمسية على أسطح الخيم، لتوليد الكهرباء من طاقة الشمس.

بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يشتمل موقع المخيم الذكي على تقنيات موفرة للطاقة، مثل ربط أجهزة تكنولوجيا المنزل الذكي ذات الاستعمال المنخفض للكهرباء لتشغل بالطاقة الشمسية المولدة من الألواح الكهروضوئية الشمسية الموجودة على أسطح الخيم الذكية، لتقليل استهلاك الطاقة وتعظيم استخدام الطاقة المتجددة. يمكن أيضاً تركيب أنظمة تخزين الطاقة، مثل البطاريات أو التخزين المائي الذي يتم ضخه، لتخزين الطاقة الزائدة المتولدة

¹ International Energy Agency. "Chapter 4: Energy Access Outlook 2012." Global Tracking Framework, 2013, page 194-195.

خلال فترات إنتاج الطاقة المتجددة العالية، والتي يمكن استخدامها لاحقاً عندما يكون الطلب على الطاقة أعلى.

من خلال استخدام مصادر الطاقة المتجددة والتقنيات الموفرة للطاقة، يمكن لموقع المخيم الذكي تقليل اعتماده على مصادر الطاقة غير المتجددة، وتقليل بصمته الكربونية، والمساهمة في الجهد العالمي لمكافحة تغير المناخ. علاوة على ذلك، يمكن أن يؤدي تنفيذ هذه التقنيات إلى توفير التكاليف وزيادة الربحية على المدى طويل.

شكل 6 لوحة الطاقة الشمسية



المصدر: موقع Pond5

صاحب النموذج: CVWmedialnc

الخاتمة

يلعب الابتكار دورا محوريا في صناعة الإقامة السياحية وتطويرها وتكييفها مع التغيرات المستمرة في السوق السياحي وسوق الضيافة. لأنه يسمح للمؤسسات الفاعلة في القطاع بتحسين عروضها وتمييز نفسها عن المنافسين وتلبية الاحتياجات والتوقعات المتغيرة باستمرار للمسافرين والسياح. وفيما يتعلق بأشكالها دراسة حول ما إذا كان الابتكار بإمكانه أن يخلق نوعا جديدا من الإقامة السياحية، تشير الدراسة التي قمنا بها إلى أن الابتكار له القدرة على خلق أنواع جديدة ومحسنة من أماكن الإقامة السياحية، مثل الخيمة الذكية والصديقة للبيئة التي فصلنا في مفهومها وجوانبها الابتكارية، وهي التي تلبي احتياجات المسافرين الباحثين عن تجارب فريدة ومميزة تجمع بين أصالة تجربة التخييم والتطور التكنولوجي والوعي البيئي. ومنه فإن أماكن الإقامة المبتكرة لديها القدرة على تقديم تجارب متميزة تتجاوز الإقامة الفندقية التقليدية. تلبي هذه الأنواع الجديدة من أماكن الإقامة متطلبات الضيوف المتغيرة، وتعزز رضا النزلاء، وتساهم في التطور العام لصناعة السياحة. بشكل عام ، يعد الابتكار ضروريا لصناعة الإقامة السياحية لتظل قادرة على المنافسة وتحافظ على مكانتها في سوق سريع التغير، ولتزويد المسافرين بتجارب لا تنسى ومرضية.

اختبار الفرضيات:

- تلعب التكنولوجيا والابتكارات الحديثة دورا كبيرا في إعادة تشكيل أماكن الإقامة السياحية وإنشاء أماكن إقامة سياحية فريدة ومبتكرة.
- الابتكار في تصميم الغرف والخدمات ومرافق الإقامة لها تأثير كبير على رضا العملاء وزيادة الطلب. من خلال تقديم مفاهيم وتصاميم وخدمات جديدة، يمكن أن تميز الإقامة السياحية المبتكرة نفسها وتجذب المزيد من الزوار.

- يؤدي الابتكار في الخدمات داخل أماكن الإقامة السياحية الى تقديم تجارب فريدة وجذابة، كما تعزز التجربة العامة للزائر وتجعل إقامته أكثر جاذبية.
- يساهم الابتكار في الإقامة السياحية في تعزيز الفوائد الاقتصادية المحتملة للاستثمار داخل قطاع الإقامة السياحية. من خلال دفع نمو الإيرادات وزيادة الربحية، حيث تساهم أماكن الإقامة المبتكرة في النمو الاقتصادي العام للمنطقة.
- يؤدي الابتكار إلى إنشاء أنواع جديدة من الإقامة السياحية. من خلال تطوير نوع موجود سابقا بإدخال الابتكار عليه أو الجمع بين عدة ابتكارات مختلفة ليتم جمعها لتعطي لنا نوعا جديدا من الإقامة السياحية.

نتائج الدراسة:

- يمكن تلخيص أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة فيما يأتي:
- تحديد الاتجاهات والابتكارات الرئيسية في الإقامة السياحية، بما في ذلك اعتماد الممارسات الصديقة للبيئة والتصاميم المعمارية الفريدة وتجارب الضيوف الفريدة من نوعها.
- معرفة تأثير الابتكار على القدرة التنافسية لأماكن الإقامة السياحية، وتسلط الضوء على أهمية التميز في هذا المجال وتلبية متطلبات العملاء المتغيرة باستمرار.
- التعرف على أمثلة لإقامات سياحية مبتكرة وأفضل الممارسات فيها، وعرض قدرتها على جذب العملاء والاحتفاظ بهم، وتعزيز رضا النزلاء، ودفع نمو الإيرادات نتيجة هذه الابتكارات.
- تحديد التحديات والعوائق التي تواجهها أماكن الإقامة السياحية في تنفيذ الابتكار، مثل القيود المالية والمتطلبات التنظيمية ومقاومة التغيير.

- حتمية تشجيع الفاعلين في الإقامة السياحية لتعزيز ثقافة الابتكار، بما في ذلك استراتيجيات لدمج التقنيات الجديدة، والتفاعل مع الضيوف والتعاون مع أصحاب المصلحة في القطاع السياحي لدفع الابتكار في هذا القطاع.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

الكتب:

1. Fletcher John, Alan Fyall, David Gilbert, and Stephen Wanhill. Tourism Principles and Practice. 6th ed. Pearson Education Limited, Harlow, United Kingdom, 2018.
2. Henry Chesbrough, Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology (Boston, MA: Harvard Business Press, 2003.
3. Kevin D. O'Gorman, The Origins of Hospitality and Tourism, Goodfellow Publishers, 2010.
4. Mark Dodgson, David M. Gann, and Nelson Phillips, eds., The Oxford Handbook of Innovation Management (Oxford: Oxford University Press), 2014.
5. OECD. "Définition de l'innovation." In Manuel d'Oslo: Principes directeurs proposés pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation, chap. 1. Paris: OECD Publishing, 2005.
6. Rajagopal, "Architecting Enterprise" (London: Palgrave Macmillan), 2014.

المجلات، الدراسات:

1. Abdou, Ahmed H., Tarek H. Hassan, Ahmed E. Salem, Ahmad I. Albakhit, Mohammad Y. Almakhayitah, and Walid Salama. "The Nexus between Environmentally Sustainable Practices, Green Satisfaction, and Customer Citizenship Behavior in Eco-Friendly Hotels: Social Exchange Theory Perspective." Sustainability 14, no. 19 :12791, <https://doi.org/10.3390/su141912791>.
2. Ali Baregheh, Jennifer Rowley, and Sally Sambrook, "Towards a multi-disciplinary definition of innovation," Management Decision, 47, no. 8, 2009.
3. Birgitta Sandberg and Leena Aarikka-Stenroos, "What makes it so difficult? A systematic review on barriers to radical innovation," Industrial Marketing Management Journal 43, no. 8, 2014.
4. Costello, Thomas and Brian Prohaska. "Innovation." IT Professional Journal, 15, no. 3, 2013.
5. Elena A. Dzhandzhugazova, Ekaterina A. Blinova, Liubov N. Orlova, and Marianna M. Romanova, "Innovations in Hospitality Industry," International Journal of Environmental & Science Education 11, no. 17, 2016.
6. Hsin-Wei Fu, "Organizational Learning and Organization Innovation in the Tourist Hotels - An Empirical Study," EURASIA Journal of Mathematics Science and Technology Education, 2017.
7. Johan Frishammar, Anders Richtner, Anna Brattstrom, Mats Magnusson, and Jennie Bjork, "Opportunities and challenges in the new innovation landscape: Implications for innovation auditing and innovation management," European Management Journal ,1-14, 2018.

8. Josep Lladós-Masllorens, Antoni Meseguer-Artola, and Inma Rodriguez-Ardura, "Understanding Peer-to-Peer, Two-Sided Digital Marketplaces: Pricing Lessons from Airbnb in Barcelona," Sustainability Journal 12, no. 3, 2020.
9. Junghee Han, "Exploitation of architectural knowledge and innovation", Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity., 2017.
10. Kevin D. O'Gorman, "Origins of the commercial hospitality industry: From the fanciful to factual," International Journal of Contemporary Hospitality Management, 2009.
11. Rohit Kadam, Pranav Mahamuni, and Yash Parikh. "Smart Home System." International Journal of Innovative Research in Advanced Engineering (IJIRAE) ISSN: 2349-2163 Volume 2 Issue 1, 2015.
12. Stenberg, Anneli. "What does Innovation mean - a term without a clear definition." International Journal of Technology Management ,65, no. 1/2, 2014.
13. Steven Si and Hui Chen, "A literature review of disruptive innovation: What it is, how it works and where it goes," Journal of Engineering and Technology Management 56, 2020.
14. Suraksha Gupta, Naresh K. Malhotra, Michael Czinkota, and Pantea Foroudi, "Marketing innovation: A consequence of competitiveness," Journal of Business Research 69, no. 12, 2016.
15. Tarus Veronicah, Rose Boit, and Michael Korir. "Incremental Innovation and Firm's Competitive Advantage: A Quantitative Analysis Approach", International Journal of Quantitative and Qualitative Research Methods, 2017.
16. Teguh Iman Pribadi, Rusdin Tahir, and Ayu Krishna Yuliawati, "The Challenges in Developing Smart Tourism: A Literature Review," Jurnal Nasional Informatika dan Teknologi Jaringan 5, no. 2, 2019.
17. Thomas D. Kuczmarksi, "What is innovation? And why aren't companies doing more of it?," The Journal of Consumer Marketing 20, no. 6, 2003.

الملتقيات، الأوراق البحثية:

1. Ana Matos, Bruna Pinto, Fábio Barros, Sérgio Martins, José Martins, and Manuel Au-Yong Oliveira, "Smart Cities and Smart Tourism: What Future Do They Bring?," Instituto Politécnico De Bragança, 2019.
2. Andreea Marin-Pantelescu, Claudia Popescu, and Mihaela Hint, "Opportunities for smart tourism: from human tourist guiding to virtual guiding in Bucharest," Proceedings of the International Conference on Business Excellence 15, 2021, <https://doi.org/10.2478/picbe-2021-0058>.
3. Gartner. "Gartner Customer 360 Summit Trip Report." 2014, <https://www.gartner.com/imagesrv/summits/docs/na/customer-360/Customer360-2014-TripReport.pdf>.
4. Igor Tsyganok, "ACCOMMODATION AS A BASIC COMPONENT OF TOURISM," National University of Food Technologies, accessed May 9, 2023, <https://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/8801>.

5. International Energy Agency. "Chapter 4: Energy Access Outlook 2012." Global Tracking Framework, 2013.
6. Katja Tschimmel, "Design Thinking as an effective Toolkit for Innovation," in Proceedings of the XXIII ISPIM Conference: Action for Innovation: Innovating from Experience (Barcelona: ISPIM), 2012.
7. Luísa Carvalho, "Tourism Innovation – A Literature Review Complemented by Case Study Research," in Book of Proceedings Vol. I – International Conference on Tourism & Management Studies – Algarve 2011 (Algarve: University of Algarve, 2011).
8. Rahul Sridharan, Maruti Sriram, and Rajkumar.E, "SMART SOLAR POWERED TENT," IOP Conference Series: Materials Science and Engineering 1123 : 012032, 2020.
9. Taylor Willmott, "Change by Design: The 5-step Human-Centered Design Process: Adopt a new way of thinking and doing," Griffith University.
10. Tourism Development in Ghana's BAR: Demand and Supply Dynamics." In Tourism Development in Ghana's BAR: Demand and Supply Dynamics, edited by Oheneba Akyeampong, Chapter Four. Xtrym Consortium, 2019.
11. University of Alberta, "What is Sustainability?" McGill Office of Sustainability, 2016.

المواقع الإلكترونية:

1. "About Us", Accor, <https://group.accor.com/en/group/who-we-are/about-us>.
2. Atlantis, The Palm. "Underwater Suites." <https://www.atlantis.com/atlantis-the-palm>.
3. CitizenM. "CitizenM." , <https://www.citizenm.com/>.
4. European Parliament, "The future of tourism in the EU: Promoting competitiveness and sustainability" (2019), accessed May 10, 2023, [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/629200/IPOL_STU\(2019\)629200_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/629200/IPOL_STU(2019)629200_EN.pdf)
5. "Hilton Help Center." , <https://help.hilton.com/s/article/How-does-Digital-Key-work>.
6. Icehotel. "Icehotel." , <https://www.icehotel.com/>.
7. Lewes District and Eastbourne Borough Councils, "Tourist Accommodation Retention Strategy," accessed May 10, 2023, <https://democracy.leweseastbourne.gov.uk/documents/s5490/104%20Tourist%20accom%20retention%20strategy%20SPD%20App%204.pdf>.
8. Marriott International. "Aloft Hotels, <https://aloft-hotels.marriott.com/>.
9. Samsung Newsroom Sweden. "Turnpike och Samsung digitaliserar hotellpersonal för personligare möten och optimerad drift." Samsung Newsroom Sweden. May 08, 2023. <https://news.samsung.com/se/turnpike-och-samsung-digitaliserar-hotellpersonal-for-personligare-moten-och-optimerad-drift>.
10. The Safari Collection. "Giraffe Manor Hotel", <https://www.thesafaricollection.com/properties/giraffe-manor/>.

11. Treehotel. "Treehotel.". <https://www.treehotel.se/en/>.

الجزء الثاني:

ملحق مشروع لنيل شهادة

مؤسسة ناشئة في اطار القرار

الوزاري 1275

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

عنوان المشروع:

"المخيم الذكي والصيديق للبيئة"

مشروع لنيل شهادة مؤسسة ناشئة في اطار القرار الوزاري 1275

صورة العلامة التجارية



الاسم التجاري

Dzair Glamping

السنة الجامعية

2023/2022

فهرس المحتويات

المحور الأول: تقديم المشروع

1. فكرة المشروع (الحل المقترح)
2. القيم المقترحة
3. فريق العمل
4. أهداف المشروع
5. جدول زمني لتحقيق المشروع

المحور الثاني: الجوانب الابتكارية

1. طبيعة الابتكارات
2. مجالات الابتكارات

المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق

1. عرض القطاع السوقي
2. قياس شدة المنافسة
3. الاستراتيجية التسويقية

المحور الرابع: خطة الإنتاج والتنظيم

1. عملية الانتاج
2. التمويل
3. اليد العاملة
4. الشراكات الرئيسية

المحور الخامس: الخطة المالية

1. التكاليف والأعباء
2. رقم الأعمال

المحور السادس : النموذج الاولي التجريبي



المحور الأول تقديم المشروع



المحور الأول: تقديم المشروع

فكرة المشروع (الحل المقترح)

- مجال نشاطنا يتمثل في خدمات الضيافة والسياحة
- بدأت فكرة المشروع من خلال الأهمية الكبيرة التي يملكها قطاع السياحة والفوائد المتوقع تحقيقها نتيجة استغلال المقومات السياحية الموجودة في الجزائر، وخدمة للتوجه الجديد للدولة الجزائرية والاجراءات المتخذة مؤخرا خدمة للسياحة الصحراوية منها فتح 24 ولاية في جنوب الوطن أمام السياح الأجانب والعرب الذين سيأتون عن طريق وكالات السياحة والأسفار الجزائرية أين سيحصلون على تأشيرة التسوية للدخول فور وصولهم للمطار وهذا لمدة لا تتجاوز 30 يوما كبديل للتأشيرة العادية. البوادر الأولى لتشكل فكرتنا كانت انطلاقا من تجربتنا الشخصية مع التخييم بإيجابياته وسلبياته. كشباب مغامر ومحب للسفر والسياحة اردنا خلق مشروع من شأنه أن يخلق قفزة نوعية في نوعية خدمات الضيافة الموجودة في الجزائر وخلق مشروع فريد من نوعه كما اننا نريد أن نكون المؤسسة الأولى من نوعها في مجال التخييم.

انطلاقا من السلبيات المحيطة بالتخييم الكلاسيكي أو ما يعرف بـ «Camping sauvage» والمتمثلة في نقص التجهيزات، مخاطر الحياة البرية، صعوبة النوم وعدم توفر فراش مريح، ذيق مكان النوم، نقل معدات التخييم وثقلها، تقلب الأحوال الجوية أحيانا، انعدام الأمن..... اردنا تجسيد مشروع يقضي على كل ماسبق ذكره ومنح السياح تجربة فريدة من نوعها من خلال توفير كل التجهيزات اللازمة والأفرشة المريحة داخل خيم كبيرة وواسعة مع توفير الكهرباء. بمعنى أصح داخل كل خيمة ستكون هناك غرفة مشابهة لغرف الفنادق وتتوفر على كل المستلزمات التي قد يحتاجها السائح دون الحاجة للتضحية براحته مقابل الاستمتاع

بالتجربة اذا اختار التخييم العادي. من خلال تجسيد فكرتنا سيتمكن الجميع من عيش تجربة تخييم مريحة ممزوجة بتحقيق أهدافهم المرجوة من زيارتهم للجزائر لغرض السياحة. لنصل في النهاية الى صورة مشروعنا النهائية وهي التخييم الفاخر أو التخييم الساحر أو ما يعرف بـ (Glamping) أو (glamorous camping). وتعني التخييم الجذاب.

- حل المشاكل المتعلقة بالتخييم التقليدي او الكلاسيكي على شاكلة غياب وسائل الراحة، ضيق مكان النوم اضافة الى اضرابات النوم بسبب عدم توفر فراش مريح مما قد يؤدي الى حصول مشاكل بالظهر بسبب النوم على الأرض وغياب التدفئة في الايام الباردة والعكس صحيح مع العمل على توفير مدافئ في حالات البرد والمبردات في حالات ارتفاع درجة الحرارة. من خلال مشروعنا سنحل مشاكل اخرى مثل قضاء الحاجة و الاستحمام بتوفير حمام ومرحاض داخل الخيم. بالاضافة الى مشكل الاكتظاظ الذي يوجد في معظم المخيمات وغياب الخصوصية احيانا. كما انه يوجد كثيرون يريدون تجربة التخييم ولكن ما يرافقه من صعوبات وتحديات يحول دون ذلك. وآخرون يريدون تجربته ولكنهم في نفس الوقت لا يريدون شراء كل معدات التخييم، والتي قد يرونها مكلفة وكثيرة وثقيلة لنقلها في كل مرة يريدون التخييم فيها. وكذا المعاناة التي يجدها المخيمون من اجل توفير الحطب. وسيكون دورنا هنا توفير كل شيء للضيوف دون الحاجة لنقل أي شيء معهم سوى أغراضهم الشخصية. كما يمكننا العمل على توفير الطعام الجزائري التقليدي للسياح أو توفير معدات الشواء واللحوم لهم ليقوموا بطهي طعامهم بأنفسهم اذا ارادوا. كما نسعى لتوفير طاقم عمل لأخذ الزبائن للقيام بأنشطة المغامرات في الصحراء الجزائرية وكذا القيام بجولات برفقة مرشدين سياحيين محليين للمدن القريبة من المخيم أو استكشاف الصحراء وركوب الجمال وغيرها. وبالتالي اعطاء فرصة للسياح لإكتشاف الثقافة الجزائرية والاستمتاع بجمال صحرائها. ومنه فإن مشروعنا لن يكون مكانا للنوم

والاستمتاع بالمناظر الجميلة فقط ولكن ستتخلل فترة اقامة الزبائن الكثير من الانشطة الترفيهية والثقافية والسياحية والتعليمية وكذا أنشطة المغامرات لمحبي المغامرات.

- سيكون ذلك من خلال اختيار مكان في واحدة من الولايات الـ 24 في الجنوب الجزائري والعمل على الحصول على عقد امتياز لإستغلال المنطقة المختارة وتهيئتها وإقامة مخيم هناك.

- اخترنا (Geodesic tents) أو ما يعرف بالخيم الجيوديسية لتكون الخيم التي سنستخدمها في مخيمنا وتهيئتها من الداخل بكل المستلزمات التي يمكن ان توجد في غرف الفنادق بالاضافة الى مرحاض ومكان للاستحمام داخل كل خيمة من اجل توفير الخصوصية لكل زبون. دون نسيان التهيئة الخارجية للمكان بتوفير حفر لإشعال النار وتوفير الحطب ومكان للشواء لمن يريد ذلك. بالاضافة الى توفير النقل و استقبال الوفود ونقلهم من و إلى المخيم.

- سيتم الإعتماد على شركة "مطراس لصناعة الخيم الجيوديسية" التي مقرها بباتنة من أجل صناعة خيمنا.

- سيتم إنجازه في واحدة من الولايات الـ 24 المتواجدة في جنوب الجزائر المذكورة سابقا.

• القيم المقترحة

✓ الاستدامة: التأكيد على الممارسات المستدامة ومصادر الطاقة المتجددة والمبادرات الصديقة للبيئة لتقليل التأثير البيئي لموقع المخيم.

✓ الابتكار: دمج أحدث تقنيات المنزل الذكي (Smart Home Technology) والحلول الموفرة للطاقة من خلال إستخدام الطاقة الشمسية والتطورات الرقمية لتعزيز تجربة التخييم وإنشاء عرض إقامة فريد من نوعه.

- ✓ الأصالة: تعزيز اتصال أصيل مع الطبيعة، مما يسمح للضيوف بالانغماس والتأمل في المناطق الطبيعية المحيطة والإستمتاع بجمال الصحراء الجزائرية.
- ✓ التركيز على العملاء: إعطاء الأولوية لخدمة العملاء الاستثنائية والتجارب الشخصية والاهتمام بالتفاصيل لضمان إقامة ممتعة لا تنسى للضيوف.
- ✓ المسؤولية الاجتماعية: الانخراط في ممارسات السياحة المسؤولة، والمساهمة بشكل إيجابي في المجتمعات المحلية، ودعم جهود الحفاظ على البيئة.
- ✓ الجودة: نسعى جاهدين لتوفير مكان إقامة ووسائل راحة وخدمات عالية الجودة لتزويد الضيوف بتجربة مريحة، أصيلة، ومميزة.
- ✓ المغامرة والاستكشاف: تشجيع الضيوف على استكشاف واكتشاف العجائب الطبيعية والمعالم السياحية المحيطة بموقع المخيم في قلب الصحراء الجزائرية، مما يوفر فرصا للقيام بأنشطة المغامرات في الهواء الطلق.
- ✓ التعاون: تعزيز الشراكات مع المؤسسات والمنظمات المحلية والموردين المحليين أيضا اللذين يتشاركون معنا قيما مماثلة لإنشاء شبكة من الدعم وتعزيز السياحة المستدامة.
- ✓ التصميم المميز: لا شك في أن شكل الخيم الجيوديسية سيعطي للمخيم منظرا فريدا وساحرا يجعل الكثيرين يرغبون في قضاء الوقت فيه والاستمتاع بجمال الصحراء الجزائرية.

● فريق العمل

يتكون فريق المشروع من الآتي:

- ✓ الطالب 01: محمد إسلام أوزاينية، تخصص: ماستر مهني في إدارة الأعمال السياحية، قام بدورات تدريبية في مجال: تحليل البيانات، أساسيات التوزيع الفندقي (قنوات التوزيع الالكترونية)، التسويق الالكتروني.

- ✓ الطالب 02: خليل عزازية، تخصص: ماستر مهني في إدارة الأعمال السياحية
- يتمثل دور الطالب 01 في تسيير المشروع والتخطيط الاستراتيجي والتسويق
- يتمثل دور الطالب 02 في تسيير المشروع ومراقبة حسن سير العمليات اليومية وادارة الموارد البشرية.

• أهداف المشروع

- ✓ تحقيق الربح: سنسعى جاهدين لتحقيق عائد صحي على الاستثمار (ROI) بمرور الوقت.
- ✓ تطوير الشراكات والتعاون: من خلال التعاون مع الشركات والمنظمات الأخرى في قطاع السياحة، يمكننا توسيع عروضنا والوصول إلى جمهور أوسع. على سبيل المثال، يمكننا الشراكة مع وكالات السياحة والأسفار المحلية لتقديم حزم مجمعة أو العمل مع الفاعلين الآخرين في المجال لإنشاء حملات تسويق مشتركة.
- ✓ خلق علامة تجارية فريدة ومتميزة: سنعمل على إنشاء علامة تجارية فريدة ومتميزة تبرز عن المنافسين المباشرين وغير المباشرين.
- ✓ تطوير قاعدة عملاء مخلصين: من خلال توفير تجارب استثنائية للضيوف، يمكننا تطوير قاعدة عملاء مخلصين وأوفياء لعلامتنا التجارية تجعلهم يعودون من اجل الحجز مستقبلا ويوصون بها معارفهم.
- ✓ دمج التكنولوجيا الحديثة مع التخيم واعتماد الطاقة الشمسية كمصدر للطاقة لما لها من فوائد على المدى الطويل سواء بيئيا او حتى من ناحية التكاليف.

• الجدول الزمني لتحقيق المشروع: (أشهر)

جدول 4 الجدول الزمني لتحقيق المشروع

7	6	5	4	3	2	1			
					✓	✓	إختيار مكان إقامة المخيم، تجهيز الوثائق اللازمة خاصة عقد امتياز استغلال المكان.		1
				✓			تجهيز البنية التحتية للمخيم		2
		✓	✓				وضع الخيم الجيوديسية في مكانها وتزويدها بأجهزة تكنولوجيا المنزل الذكي		3
		✓	✓				تجهيز نظام تزويد المخيم بالطاقة الشمسية		4
✓	✓						بداية الحملة التسويقية للمخيم والعلامة التجارية قبل الإفتتاح الرسمي		5

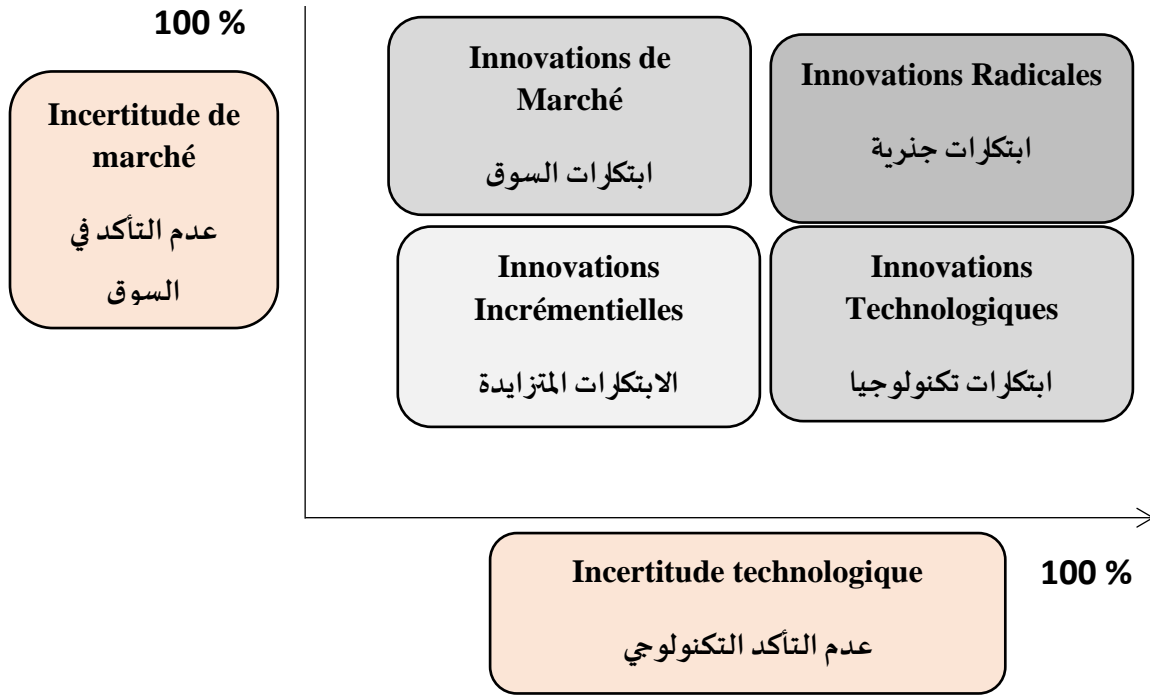
المحور الثاني الجوانب الابتكارية



المحور الثاني: الجوانب الابتكارية

طبيعة الابتكارات

شكل 7 طبيعة ابتكارات المشروع



• الإبتكارات التكنولوجية:

✓ الطاقة الشمسية : يمكن أن يساعد استخدام الطاقة الشمسية لتشغيل الخيم الفخمة والذكية والمرافق الأخرى في تقليل تكاليف الطاقة وجعل مشروعنا أكثر صداقة للبيئة.

✓ دمج تقنية المنزل الذكي مع الخيم الجيوديسية لتصبح لدينا تقنية الخيمة الذكية مع أجهزة التحكم عن بعد وميزات الأتمتة للإضاءة والتدفئة/التبريد وأنظمة الأمان.

✓ أنظمة مراقبة جودة الهواء: غالبا ما يكون الهواء الصحراوي جافاً ومغبراً، مما قد يسبب مشاكل في الجهاز التنفسي لبعض الأشخاص. يمكن أن يساعد تركيب

أنظمة مراقبة جودة الهواء في الحفاظ على مستويات جودة الهواء الصحية داخل الخيم وربطها مع الاجهزة الاخرى المتصلة بنظام الخيمة الذكية.

• الإبتكارات المتزايدة:

✓ الممارسات المستدامة: يمكن اعتبار تنفيذ وتعزيز الممارسات المستدامة داخل المخيم ابتكارا تدريجيا مع الوقت. حيث يشمل استراتيجيات إدارة النفايات، وتدبير الحفاظ على المياه، واستخدام المواد والمنتجات الصديقة للبيئة.

✓ التقدم التكنولوجي: البقاء على اطلاع بأحدث التطورات التكنولوجية في صناعة السياحة والضيافة. ويكون ذلك من خلال دمج أجهزة أو تطبيقات أو برامج جديدة تعمل على تحسين تجربة الضيف أو تبسيط العمليات أو تحسين الجو العام ككل.

• الإبتكارات الجذرية:

✓ دمج تقنية المنزل الذكي مع التخييم: يمثل إدراج تقنية المنزل الذكي مع الخيم الجيوديسية ابتكارا جذريا لأنه يحول تماما تجربة التخييم التقليدية وينقلها إلى مستوى أعلى. حيث سيتمكن الضيوف من الاستمتاع بالميزات المتقدمة لهذه التقنية مثل الإضاءة الذكية والتحكم في المناخ ودرجة الحرارة داخل الخيمة الذكية و كذا الأقفال الذكية، مما يعزز الراحة والتجربة المميزة التي سيعيشونها بشكل كبير.

✓ استخدام الطاقة المتجددة: يعد استخدام الألواح الشمسية لتشغيل موقع المخيم ابتكارا جذريا في سياق التخييم التقليدي. هذا التحول نحو حلول الطاقة المستدامة يقلل من الاعتماد على مصادر الطاقة التقليدية، ويقلل من انبعاثات الكربون، ويعزز الاستدامة البيئية.

✓ دمج الترفيه والتكنولوجيا مع تجربة التخييم: يؤدي دمج أجهزة الترفيه مثل أجهزة التلفزيون الذكية والاتصال بالإنترنت عالي السرعة إلى إحداث تحول

جذري في تجربة التخيم. يوفر للضيوف إمكانية الوصول إلى مجموعة واسعة من خيارات الترفيه الرقمي، مما يوفر تجربة فريدة تتجاوز أنشطة التخيم التقليدية.

✓ تجربة رقمية سلسة: يؤدي دمج أنظمة الحجز عبر الإنترنت وقنوات التوزيع الرقمية إلى إحداث تحول جذري في كيفية تفاعل الضيوف مع موقع المخيم. إنه يبسط عملية الحجز، ويسهل التواصل مع الموظفين، ويعزز تجربة الضيف الإجمالية من خلال توفير سهولة الوصول إلى المعلومات والخدمات والتوصيات الشخصية.

• إبتكارات السوق:

✓ تقديم نوع جديد من الإقامة السياحية: يمثل المخيم الذكي والصيدق للبيئة مع الخيم الجيوديسية المفروشة ابتكارا في السوق لأنه يقدم نوعا جديدا من الإقامة السياحية. فهو يجمع بين وسائل الراحة التي نجدها في غرفة الفندق وتجربة المغامرة التي نجدها في التخيم. بالإضافة الى توفير خدمة الإعاشة ليكون مشروع مخيمنا عبارة عن فندق متنقل موجه لشريحة معينة من المسافرين الباحثين عن إقامة فريدة ومستدامة.

✓ التمتع في السوق كإقامة سياحية فريدة ومبتكرة: إن مزج تكنولوجيا المنزل الذكي والممارسات المستدامة وتجربة التخيم التي تعتمد على الطاقة الشمسية كمصدر للطاقة. يضع مؤسستنا الناشئة كخيار إقامة فريد ومبتكر. هذا الابتكار في السوق يميزنا عن مواقع التخيم التقليدية ومقدمي الإقامة الآخرين، ويجذب المسافرين الباحثين عن إقامة مميزة لا تنسى.

✓ استهداف شرائح خاصة في السوق: تستهدف فكرة مؤسستنا الناشئة شرائح محددة من السوق مثل المسافرين المهتمين بالبيئة والباحثين عن المغامرة وعشاق التكنولوجيا. من خلال توفير متطلبات هذه الشرائح السوقية، يمكن

لمشروعنا أن يميز نفسه عن أماكن التخييم التقليدية والاستفادة من الطلب المتزايد على خيارات السفر المستدامة والمميزة.

• مجالات الابتكار

- ✓ تخفيض التكاليف على المدى الطويل وهذا من خلال الاعتماد على الطاقة الشمسية لتزويد المخيم بالكهرباء.
- ✓ جعل السائح يعيش تجربة فريدة من نوعها من خلال دمج تكنولوجيا المنزل الذكي (Smart Home Technology) مع الخيم الجيوديسية ومنحه حرية التحكم في كل شيء من درجة الحرارة، الإنارة وحتى درجة الرطوبة داخل الخيمة.
- ✓ ابتكار نوع جديد من الإقامة السياحية مع تصميم خارجي مميز.
- ✓ تقديم خدمات إضافية بحيث تكون صديقة للبيئة وتوعوية للسياح حول الصحراء والحياة البرية فيها، وهذا دعماً للسياحة المستدامة ولتحقيق مداخل إضافية.



المحور الثالث التحليل الاستراتيجي للسوق



المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق

• عرض القطاع السوقي:

✓ السوق المحتمل: الباحثين عن المغامرات وعشاق الطبيعة والمسافرين الذين يبحثون عن تجارب فريدة ومستدامة.

✓ السوق المستهدف (الشريحة): يجب أن يكون السوق المستهدف الأفراد أو المجموعات المهتمين بالسياحة البيئية والأنشطة الخارجية مثل المشي لمسافات طويلة والتخييم واستكشاف الحياة البرية. يمكن أن يشمل السوق المستهدف أيضاً الأشخاص الذين يرغبون في تجربة تخييم فريدة وفاخرة في الصحراء، بالإضافة إلى أولئك المهتمين بأماكن الإقامة المستدامة والصديقة للبيئة. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يشمل السوق المستهدف الباحثين عن المغامرات والعائلات التي تبحث عن تجربة إجازة مميزة وفريدة.

✓ مبررات اختيار السوق المستهدف: زيادة الطلب العالمي على السياحة المستدامة والصديقة للبيئة، قرب موقع المخيم من واحد من اهم مواقع الجذب السياحي في الصحراء "مدينة سيفار"، روح المغامرة التي يتميز بها افراد سوقنا المستهدف ورغبتهم في زيارة موقع بعيد ومنعزل عن ضوضاء المدينة.

• قياس شدة المنافسة:

✓ أهم المنافسين في الاقامات السياحية في الصحراء هم الفنادق والمنتجعات، ومواقع التخييم التقليدي. ولكن لكل واحد من المنافسين عيب وسنعمل على تحويل عيوبهم لتصبح مميزاتنا. وبالنسبة لترتيبهم حسب الحصة السوقية فهو كما يلي:

1. الفنادق والمنتجعات

2. المرشدون السياحيون الذين يوفرون خدمة التخييم التقليدي

3. مواقع التخيم التقليدي

- ✓ نقاط قوتهم: الخبرة والأقدمية، السعر المنخفض في المخيمات الاخرى، السمعة القوية للعلامة التجارية لبعض الفنادق، تنوع الخدمات والمرافق...
- ✓ نقاط ضعفهم: ضعف التسويق والترويج لمكان الإقامة والعلامة التجارية، انعدام الابتكارات التكنولوجية والصديقة للبيئة، اعتمادهم على مرافق ووسائل راحة قديمة، محدودية القدرات.

● الاستراتيجيات التسويقية:

○ المزيج التسويقي:

- ✓ المنتج: سيوفر موقعنا الفخم خيما فاخرة وصديقة للبيئة مزودة بتقنية المنزل الذكي، بما في ذلك التحكم في درجة الحرارة والإضاءة وأنظمة الترفيه. سنستخدم أيضا الطاقة الشمسية لتشغيل خيمنا، مع التأكيد بشكل أكبر على التزامنا بالاستدامة.
- ✓ السعر: سنقدم أسعارا تنافسية مقارنة بأماكن الإقامة الأخرى في المنطقة. سنقدم أيضا باقة وخصومات لإقامات أطول لتشجيع الضيوف على البقاء معنا لفترات طويلة.
- ✓ المكان: يقع مخيمنا في منطقة نائية من الصحراء الجزائرية، بعيدا عن صخب حياة المدينة. سنضمن حصول ضيوفنا على جميع وسائل الراحة اللازمة مع الاستمتاع بتجربة صحراوية فريدة.
- ✓ الترويج: سنستخدم مجموعة متنوعة من الأساليب الترويجية لجذب الضيوف إلى موقعنا الفخم. وستشمل عملية الترويج الإعلانات على وسائل التواصل الاجتماعي، وحملات البريد الإلكتروني المستهدفة، والتعاون مع مدوني

السفر والمؤثرين المشهورين. سنقدم أيضا حوافز إحالة لتشجيع الضيوف على إحالة أصدقائهم وعائلاتهم.

✓ الأشخاص: سيتم تدريب موظفينا على تقديم خدمة عملاء استثنائية والتأكد من أن ضيوفنا يتمتعون بإقامة لا تُنسى ومريحة. سنقوم أيضا بتوظيف موظفين محليين ودعم المجتمع المحلي وتوفير فرص العمل في المنطقة.

✓ العملية: ستكون عملية الحجز لدينا سهلة الاستخدام ومباشرة، مما يسمح للضيوف بحجز إقامتهم بسهولة من خلال مواقع الويب الخاصة بالحجوزات الرقمية، أو وكالات السفر، أو عن طريق الاتصال بنا مباشرة. سنقدم أيضا تعليمات واضحة حول كيفية الوصول إلى موقع مخيمنا، مما يجعل الرحلة سلسلة قدر الإمكان لضيوفنا.

✓ الأدلة المادية: سيتم صيانة موقع مخيمنا جيدا، مع خيم بتصميم مميز وصديقة للبيئة مجهزة بأحدث تقنيات المنزل الذكي. سيكون لدينا أيضا ألواح شمسية مرئية في الموقع، مما يدل على التزامنا بالاستدامة والصدقة للبيئة.

○ الاستراتيجيات المقترحة:

✓ تحديد واستهداف قطاعات العملاء المثالية، مثل عشاق الطبيعة والمسافرين المهتمين بالبيئة والباحثين عن المغامرات.

✓ الاستفادة القصوى من قنوات التسويق الرقمية، مثل وسائل التواصل الاجتماعي وحملات البريد الإلكتروني، للوصول إلى العملاء المحتملين وعرض القيمة الفريدة الخاصة بمشروعنا.

✓ تطوير شراكات مع وكالات السفر ومنظمي الرحلات السياحية للترويج لمخيمنا كجزء من حزم الرحلات المنظمة الى الصحراء الجزائرية.

- ✓ تقديم حوافز، مثل خصومات الزبائن الأوائل وبرامج الإحالة، لتشجيع تكرار الحجز والإحالات الشفهية.
- ✓ المشاركة في الأحداث الصناعية والعروض التجارية لعرض فكرة مشروعنا وتكوين علاقات مع العملاء والشركاء المحتملين.
- ✓ الاستفادة من العلاقات العامة والتوعية الإعلامية للترويج للميزات الفريدة لمخيمنا وممارسات الأعمال المستدامة والصديقة للبيئة.
- ✓ جمع وتحليل ملاحظات العملاء باستمرار واستخدامها لتحسين إستراتيجيتنا التسويقية وتعزيز تجربة العملاء.



المحور الرابع خطة الإنتاج والتنظيم



المحور الرابع: خطة الإنتاج والتنظيم

• عملية الإنتاج:

1- اختيار الموقع وإعداده: اختيار الموقع المناسب للمخيم في الصحراء الجزائرية، واتباع الإجراءات القانونية اللازمة للحصول على عقد امتياز لإستغلال المكان المختار لإقامة مشروعنا عليه. (يكون ذلك في المناطق ذات المناظر الطبيعية الخلابة. مع الوضع بعين الإعتبار عوامل مثل سهولة الوصول والمتطلبات التنظيمية. تجهيز الموقع عن طريق إنجاز البنية التحتية اللازمة وإنشاء مناطق مخصصة للخيم والمرافق ووسائل الراحة.)

2- تصنيع وتركيب الخيام: التعاون مع مصنعي الخيم أو مورديها لتصميم وإنتاج الخيم الجيوديسية وفقا لمواصفاتها. يجب أن تكون الخيم متينة ومقاومة للعوامل الجوية ومجهزة بالميزات اللازمة لتجربة تخيم مريحة وذكية. بمجرد أن تصبح الخيم جاهزة، يتم نقلها إلى موقع المخيم وتثبيتها بشكل آمن في مناطق مختارة بعناية.

3- تركيب أجهزة تكنولوجيا المنزل الذكي: التعاون مع المؤسسات التي تقدم خدمة تركيب أجهزة تكنولوجيا المنزل الذكي لدمج تقنية المنزل الذكي مع الخيم الجيوديسية. يتضمن ذلك تثبيت أنظمة للإضاءة الذكية والتحكم في درجة الحرارة وأجهزة الترفيه وميزات الأمان. يجب أن تكون التكنولوجيا سهلة الاستخدام وموثوقة وموفرة للطاقة. مع ضمان الاتصال المناسب والتوافق بين الأجهزة حتى يكون التشغيل سلسا.

4- تركيب نظام الطاقة المتجددة: إشراك المتخصصين في مجال الطاقة المتجددة لتصميم وتركيب الألواح الشمسية لتشغيل المخيم وتزويده بالكهرباء. تحديد متطلبات الطاقة للخيم والمرافق الأخرى وحجم نظام الطاقة الشمسية وفقا لذلك.

ثم القيام بتركيب حلول تخزين الطاقة أو بطاريات الطاقة، لضمان مصدر طاقة ثابت خلال فترات انخفاض ضوء الشمس.

5- الأثاث والتصميم الداخلي: نقوم في هذه المرحلة بتأثيث خيمنا الجيوديسية بالأفرشة والأثاث ووسائل الراحة لخلق بيئة مريحة وجذابة. مع الوضع في عين الإعتبار المواد الصديقة للبيئة وخيارات التأثيث المستدامة. مع الانتباه الدقيق للتصميم الداخلي.

6- تطوير المرافق والبنية التحتية: تطوير المرافق والبنية التحتية اللازمة لدعم المخيم، بما في ذلك منطقة الاستقبال، والمساحات المشتركة، ومناطق تناول الطعام، والمرافق الترفيهية. تصمم هذه المساحات مع مراعاة الاستدامة والود البيئي.

7- الإعداد التشغيلي والتوظيف: تجهيز العمليات التشغيلية، بما في ذلك أنظمة الحجز وخدمات الضيوف وبروتوكولات الصيانة وتدبير السلامة. توظيف وتدريب الموظفين الذين هم على دراية بميزات المخيم، والتكنولوجيا، والممارسات المستدامة. التأكد من أن الموظفين مجهزون لتقديم خدمة عملاء ممتازة وتلبية احتياجات الضيوف بشكل فعال.

8- التسويق والإطلاق: تطوير استراتيجية تسويقية شاملة للترويج لموقع المخيم الرقمي والصديق للبيئة. مع تجهيز صفحات المخيم على منصات الحجوزات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي ومواقع السفر والشراكات مع منظمات السياحة البيئية وكذا وكالات السياحة والأسفار المحلية، وهذا للوصول إلى الضيوف المحتملين. التخطيط لحدث إطلاق أو حملة ترويجية لتوليد الوعي بالعلامة التجارية وجذب الضيوف الأوائل لتجربة العرض الفريد لموقع المخيم.

• التموين:

نتعامل في عملية شراء اللوازم والتجهيزات مع الموردين المحليين مباشرة دون الحاجة للإستيراد، وهذا بالنسبة لـ:

✓ الخيم الجيوديسية: سيتم تصنيعها محليا من طرف "مؤسسة لمطراس لصناعة الخيم الجيوديسية" الكائن مقرها بباتنة.

✓ أجهزة المنزل الذكي: سيتم اقتناؤها وتركيبها من طرف (TIS Algeria Smart Home) وهي مؤسسة محلية مختصة في تركيب وربط أجهزة تكنولوجيا المنزل الذكي.

✓ الطاقة المتجددة: سيتم اقتناء الألواح الشمسية الكهروضوئية وتركيبها من طرف شركة زرقون للطاقة الخضراء (Zergoun Green Energy).

✓ بالنسبة للاحتياجات اليومية من سلع وغيرها سيتم اقتناؤها كلها من المدن والقرى المحلية دعما للمجتمع المحلي.

• اليد العاملة:

مشروعنا يمكن أن يخلق ما بين 14-19 منصب عمل في موقع مخيمنا، في حالة ما إذا كانت سعة مخيمنا هي 10 خيم نكية. ويتم تقسيم عدد العاملين حسب الدور على النحو الآتي:

جدول 5 مناصب العمل التي سيخلقها المشروع

المنصب	عدد العاملين	وصف الدور
مدير المخيم	1	إدارة فريق العمل وتسيير المخيم ككل
موظف إداري	2-1	التعامل مع الحجوزات واستفسارات الضيوف
طباخ	1	تحضير الطعام للضيوف، اعداد مزيج من الأطباق التقليدية والعصرية
مساعد طباخ	2	الالتزام بتعليمات وارشادات الطباخ الرئيسي، مساعدة الطباخ الرئيسي في تحضير الطعام والاطباق
موظف التدبير المنزلي	3-2	تنظيف وتجهيز الخيم والمناطق العامة
موظف خدمة الضيوف	4-3	التعامل مع تسجيل وصول/مغادرة الضيف، وتقديم المعلومات ، ومعالجة طلبات الضيف
موظف أمن	4-3	ضمان سلامة وأمن المخيم والضيوف ، خاصة خلال ساعات الذروة
موظف الدعم الفني	2-1	تقديم الدعم واستكشاف الأخطاء وإصلاحها لأنظمة تكنولوجيا المنزل الذكي

• الشركات الرئيسية:

أهم الشركات في مشروعنا ستكون مع الموردين وهم المؤسسة المصنعة للخيم الجيوديسية، المؤسسة المتخصصة في تركيب أجهزة تكنولوجيا المنزل الذكي وكذا المؤسسة المصنعة للألواح الشمسية الكهروضوئية التي ستتولى مهمة تصنيع وتركيب نظام الطاقة المتجددة وتوزدنا بعمال الصيانة عند الحاجة. كما سيكون للمجتمع المحلي كذلك دور بارز عن طريق تكوين علاقات مع مقدمي الخدمات والجولات الخارجية حيث ستكون لنا معهم شركات مهمة. بالإضافة إلى تكوين شركات مع وكالات السفر المحلية.



المحور الخامس الخطة المالية



المحور الخامس: الخطة المالية PLAN FINANCIER

1- التكاليف والأعباء

قائمة التكاليف

السعر	الإسم
-	مصاريف الحصول على عقد الامتياز لاستغلال مكان اقامة المشروع
7000000 دج	الخيم الجيوديسية مجهزة ومفروشة (10 خيم)
3000000 دج	نظام الطاقة الشمسية
2000000 دج	أجهزة المنزل الذكي وتركيبها
1000000 دج	مصاريف تهيئة موقع اقامة المشروع والبنية التحتية
750000 دج	مصاريف التسويق و الاشهار
1000000 دج	أجور العمال والمكافآت
-	مصاريف التأمين والضرائب
300000 دج	المصاريف المكتبية والادارية
500000 دج	مصاريف الصيانة
15.550.000 دج	المجموع

طرق ومصادر الحصول على التمويل

نتعامل في عملية شراء اللوازم والتجهيزات مع الموردين المحليين مباشرة دون

الحاجة للإستيراد، وهذا بالنسبة لـ:

- الخيم الجيوديسية: سيتم تصنيعها محليا من طرف "مؤسسة لمطراس لصناعة الخيم الجيوديسية" الكائن مقرها بباتنة.
- أجهزة المنزل الذكي: سيتم اقتناؤها وتركيبها من طرف (TIS Algeria Smart Home) وهي مؤسسة محلية مختصة في تركيب وربط أجهزة تكنولوجيا المنزل الذكي.
- الطاقة المتجددة: سيتم اقتناء الألواح الشمسية الكهروضوئية وتركيبها من طرف شركة زرقون للطاقة الخضراء (Zergoun Green Energy).
- بالنسبة للاحتياجات اليومية من سلع وغيرها سيتم اقتناؤها كلها من المدن والقرى المحلية دعما للمجتمع المحلي.

كيفية استرداد الأموال

يتم استرداد الأموال عن طريق بيع خدمة الإقامة + الفطور مقابل متوسط

سعر سنتعرف عليه عند اعداد جدول حساب رقم الأعمال للسنوات الأولى

للمشروع. بالإضافة الى الى سعر وجبة العشاء والتي ستكون بين 1500 دج -

2500 دج للفرد الواحد حيث ستكون عبارة عن بوفي مفتوح. ليس هناك سعر

ثابت فكل الأسعار متغيرة حسب الموسمية أو الطلب وحسب الحزم الترويجية

المزمع بيعها سواء عند اطلاق المشروع أو التخفيضات حسب المناسبات. ولكننا

سنحدد متوسط سعر في كل سنة يرتفع السعر فوقه في موسم السياحة الصحراوية

و أوقات الذروة وينخفض تحته في حالة حدوث اضطراب في الطلب أو نقصه أو في حالة خروج موسم السياحة الصحراوية.

2- رقم الأعمال

إذا افترضنا ان وجهة نظرنا التفاوضية للمشروع في عامه الأول تعني متوسط نسبة إشغال أو ما يعرف بـ Occupancy Rate ستكون 60 % ما يعني من أصل 10 خيم سيكون لدينا ما متوسطه 6 خيم محجوزة كل يوم على مدى 6 أشهر تبدأ من موسم السياحة الصحراوية في شهر نوفمبر لتنتهي في شهر افريل. وبإحتساب متوسط سعر الليلة الواحدة مثلا 16000 دج

ينم حساب ايرادات اليوم الواحد بضرب متوسط السعر في عدد الخيم المحجوزة: $96000 = 6 * 16000$ ليتم ضرب النتيجة في 30 يوم ومن ثم 6 لنتحصل على رقم الأعمال خلال السنة ويكون ذلك بـ:

$$17.280.000 = 6 * (30 * 96000)$$

وننوه الى اننا قد نعمل لـ 6 أشهر فقط خلال السنة نتيجة ارتفاع درجة الحرارة خلال الصيف وعند اقترابه، وقد نعمل أكثر حسب المناخ والاحوال الجوية. ولكننا سنقوم بإحتساب 6 أشهر خلال حسابنا لرقم الأعمال.

وجهة نظر تفاؤلية حول رقم الأعمال

Produit A destiné Client	REALISATION			PREVISION				
	N -2	N -1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Quantité produit A	-	-	-	10	10	10	10	10
Prix HT produit A	-	-	-	16000+2000	17000+2500	18000+2500	19000+2500	20000+3000
Ventes produit A	-	-	-	6	6	6	7	7
CHIFFRE D'AFFAIRES GLOBAL	-	-	-	(96000 +12000) * 180 = 19.440.000	21.060.000	22.140.000	27.090.000	28.980.000

وجهة نظر تشاؤمية حول رقم الأعمال

Produit A destiné Client	REALISATION			PREVISION				
	N -2	N -1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Quantité produit A	-	-	-	10	10	10	10	10
Prix HT produit A	-	-	-	16000+2000	17000+2000	18000+2500	19000+2500	20000+2500
Ventes produit A	-	-	-	2	3	4	4	5
CHIFFRE D'AFFAIRES GLOBAL	-	-	-	(32000 + 4000) * 180 = 6.480.000	10.260.000	14.760.000	15.480.000	20.250.000

المحور السادس
النموذج الأولي
التجريبي

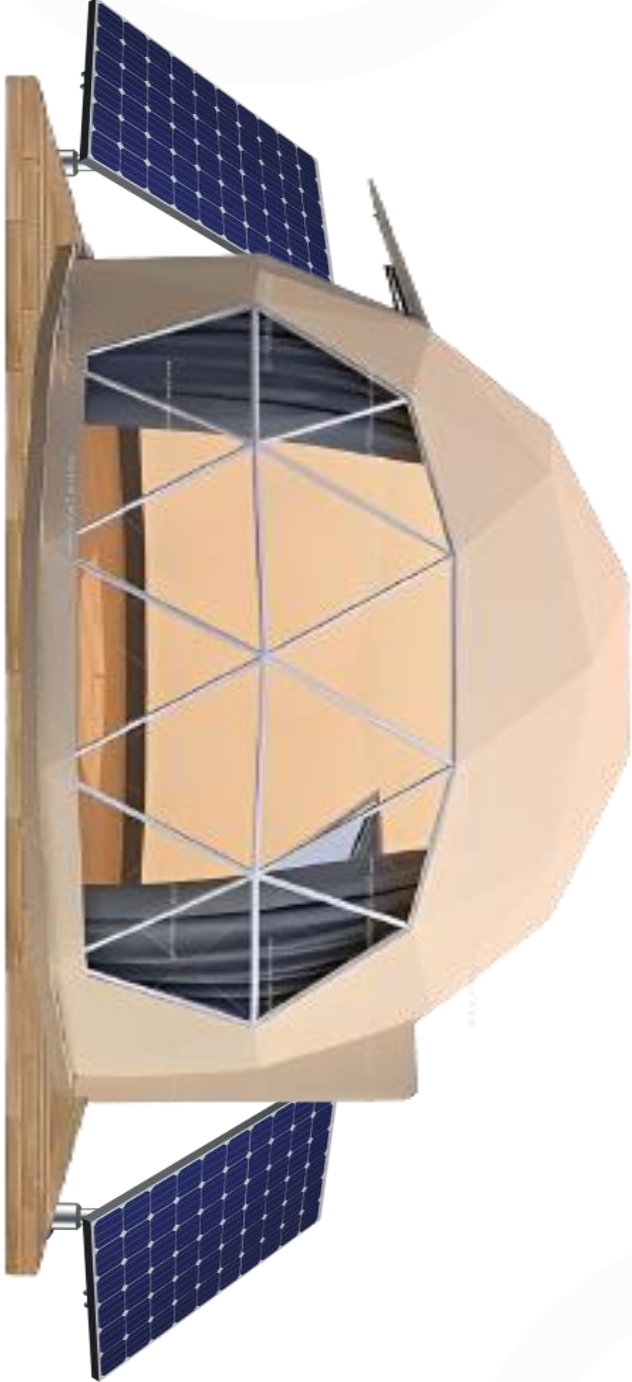




Dzair Glamping

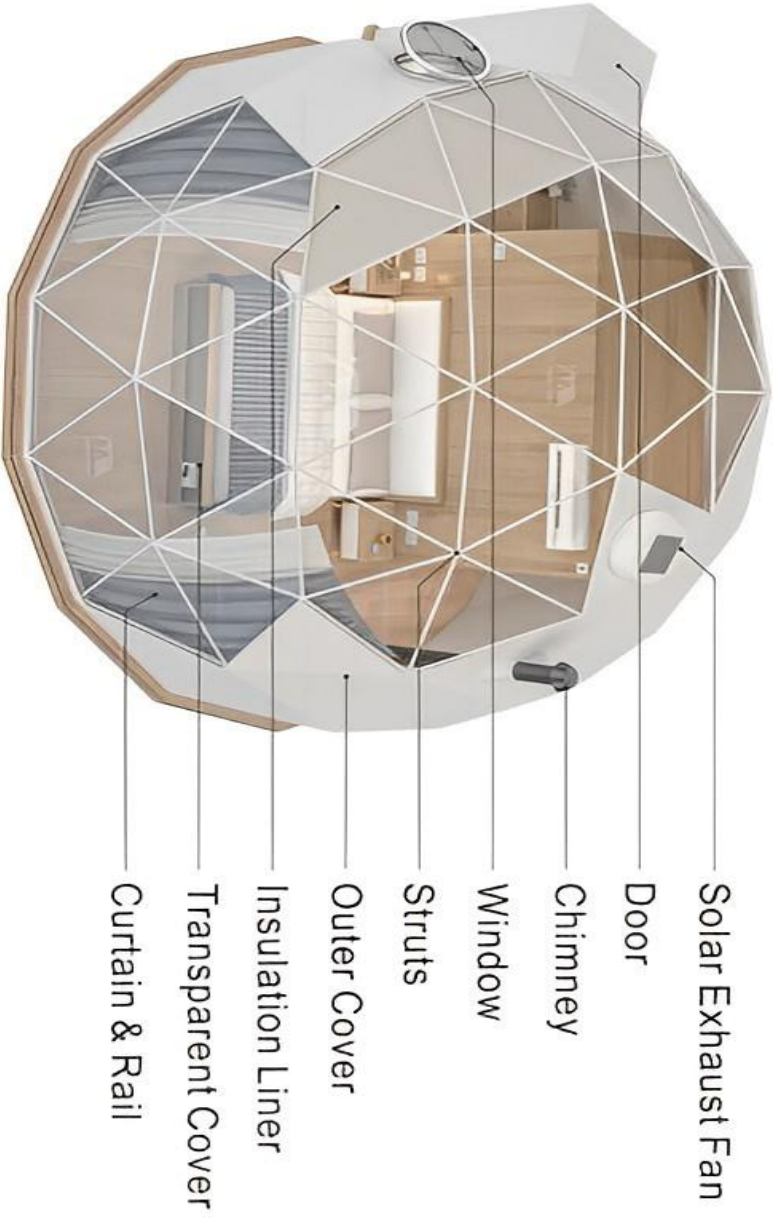
"A new and innovative tourism accommodation to empower the desert tourism in Algeria"







Exterior design of Geodesic tents





Interior design of Geodesic tents

Important

Please note that this 3d picture and the past two too, are from the official website of the company « Jumei Tents »

URL: <https://jumei-tents.com/products/geodesic-dome-tent/glamping-dome-tent/>

We reached out to Mr. Frank Luo the Digital Marketing Executive of the company and he gave us full permission to use the pictures in our prototype.



W

Wooden Floor System

Wood-Plastic Composites flooring
Luxury multi-layer solid wood flooring (Optional)
Radiant Floor Heating wood flooring (Optional)

B

Bathroom Module

Wooden veneer aluminum wall*1
Waterproof floor*1 Ceiling*1
Sink*1 Shower*1 Toilet*1
Towel Rack*1 Hand Shower Kit*1

A

Home Appliances

Bedroom chandelier*1 Indoor wall light*1
2P Air-Con*1 Electric Kettle*1
Hanging hair dryer *1
Skylight with electric auto sunroof (Optional)

F

Furnitures

Curtain*1 Solid wood bed*1
Mattress *1 Bed stand*2
Wardrobe *1 Side Stand*1
Occasional table*1 Occasional chair*2
Dinner chair (Optional)
Fireplace (Optional)



Prototype Video

https://www.youtube.com/watch?v=CYUkVMjnc&ab_channel=ElHayatTV

Important

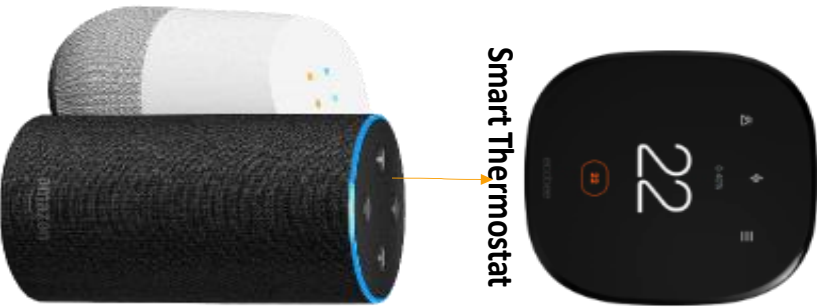
Please note that the person in this video is Mr. Hakim Laib the owner of « LAMATRAS DOME » the company which is the manufacturer of Geodesic dome tents. We reached a verbal agreement with him to be our supplier and he gave us full permission to use the name of his company and this video in our prototype.



Some examples of Smart Home Technology devices which can be integrated to the tents of our camp site



Smart Light




Smart Thermostat

Google Assistance / Amazon Alexa



Smart Air-conditioner

				
Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> - Local suppliers for eco-friendly products and services - Energy providers for solar energy systems - Tourism boards and organizations - Collaborations with local communities and environmental organizations 	<ul style="list-style-type: none"> - Developing and maintaining the campsite infrastructure - Managing bookings and reservations - Implementing and upgrading smart home technology and renewable energy systems - Marketing and promotion of the campsite 	<ul style="list-style-type: none"> - Unique and immersive camping experience with smart and eco-friendly amenities - Integration of sustainable practices, renewable energy, and smart home technology - Access to natural and scenic locations - Personalized and memorable stays 	<ul style="list-style-type: none"> - Seamless online booking process - Prompt customer support and assistance - Personalized recommendations and customized experiences 	<ul style="list-style-type: none"> - Tourists and travelers seeking unique and sustainable accommodation options - Nature enthusiasts and eco-conscious individuals - Adventure and Cultural Experience Seekers - Desert Explorers
Key Resources <ul style="list-style-type: none"> - Campsite location and facilities - Furnished dome tents and amenities - Smart home technology systems - Solar panels and renewable energy infrastructure - Skilled staff for operations and maintenance 				
Cost Structure <ul style="list-style-type: none"> - Land lease or purchase - Construction and maintenance costs - Procurement of dome tents and smart home technology - Marketing and advertising expenses - Staff salaries and operational expenses 		Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> - Accommodation fees charged per night or per stay - Additional fees for optional services or amenities - Partnership opportunities with local businesses and attractions 		

قائمة الأشكال والجداول

1/ قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	المراحل الخمسة للتفكير التصميمي	31
02	المكونات الخارجية والداخلية للخيمة الجيوديسية	45
03	لمبة الإضاءة الذكية	54
04	منظم الحرارة الذكي	54
05	المقايض أو الأفعال الذكية	54
06	لوحة كهروضوئية للطاقة الشمسية	56
07	طبيعة ابتكارات المشروع	76
08	النموذج الأولي التجريبي	97-102
09	مخطط العمل التجاري (BMC)	103

2/ قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	مقارنة بين أبرز التجهيزات و وسائل الراحة حسب نوع الإقامة	14-15
02	مجالات الابتكار وأبرز خصائصها	23-24
03	أنواع الابتكار وخصائص كل نوع	28
04	الجدول الزمني لتحقيق المشروع	74
05	مناصب العمل التي سيخلقها للمشروع	89
06	قائمة التكاليف	92
07	وجهة النظر التفاؤلية والتشاؤمية حول رقم الأعمال	95

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
/	الشكر والتقدير
/	الإهداء
/	خطة الدراسة
2	المقدمة
7	الجزء الأول: الإطار النظري والمعرفي للدراسة
7	الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة
8	المبحث الأول: ماهية الإقامة السياحية
9	المطلب الأول: مفهوم الإقامة السياحية
10	المطلب الثاني: تاريخ تطور الإقامة السياحية
12	المطلب الثالث: أنواع الإقامة السياحية
15	المطلب الرابع: التطورات والتحديات في الإقامة السياحية
19	المبحث الثاني: ماهية الابتكار
19	المطلب الأول: مفهوم الابتكار
21	المطلب الثاني: مجالات وأنواع الابتكار
29	المطلب الثالث: مراحل العملية الابتكارية
31	المطلب الرابع: الفرص والتحديات في الابتكار
33	المبحث الثالث: أنواع الابتكار في الإقامة السياحية
33	المطلب الأول: الابتكار في المنتج في الإقامة السياحية
35	المطلب الثاني: الابتكار في العمليات في الإقامة السياحية
36	المطلب الثالث: الابتكار في التسويق في الإقامة السياحية
38	المطلب الرابع: الابتكار التنظيمي في الإقامة السياحية
41	الفصل الثاني: الخيمة الذكية كنوع جديد من الإقامة السياحية

43	المبحث الأول: ماهية الخيمة الذكية
43	المطلب الأول: مفهوم الخيمة الذكية
45	المطلب الثاني: خصائص الخيمة الذكية
47	المطلب الثالث: فوائد وتحديات الخيمة الذكية
49	المبحث الثاني: الجوانب الابتكارية للخيمة الذكية
49	المطلب الأول: الممارسات المستدامة والصديقة للبيئة
51	المطلب الثاني: تكنولوجيا المنزل الذكي
55	المطلب الثالث: الطاقة المتجددة
57	الخاتمة
61	قائمة المراجع
65	الجزء الثاني: ملحق مشروع لنيل شهادة مؤسسة ناشئة في إطار القرار الوزاري 1275
66	تقديم الإسم التجاري وصورة العلامة التجارية
67	فهرس محتويات ملحق المشروع
68	المحور الأول: تقديم المشروع
75	المحور الثاني: الجوانب الابتكارية
80	المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق
85	المحور الرابع: خطة الإنتاج والتنظيم
91	المحور الخامس: الخطة المالية
96	المحور السادس : النموذج الاولي التجريبي
104	قائمة الأشكال والجداول
106	فهرس المحتويات

