دور المؤسسات السياحية الناشئة في صناعة السياحة الذكية تجارب دولية، عربية ووطنية

The Role of Tourism Startups in the Smart Tourism Industry: International, Arab, and National Experiences

يمينة طريف[1]*، نعيمة فرحي[2]

[1] مخبر أداء المؤسسات والاقتصاديات في ظل العولمة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة (الجزائر)
(trif.yamina@univ-ouargla.dz)

[2] مخبر أداء المؤسسات والاقتصاديات في ظل العولمة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة (الجزائر)
(naimmaa@yahoo.fr)

تاريخ الاستلام: 2026/04/08؛ **تاريخ المراجعة**: 2026/04/13؛ **تاريخ القبول**: 2026/05/18

ملخص :

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور المؤسسات السياحية الناشئة في صناعة السياحة الذكية. حيث تستعرض الدراسة مفهوم المؤسسات السياحية الناشئة وخصائصها، إضافة إلى المفاهيم الأساسية لصناعة السياحة والسياحة الذكية ومرتكزات قيامها. كما تتناول الدراسة كيفية مساهمة المؤسسات الناشئة في صناعة السياحة الذكية من خلال قدرتها على تبني مفهوم الابتكار ومواكبتها لاستخدام تكنولوجيات المعلومات والاتصالات المعززة بأدوات الذكاء الاصطناعي، وذلك بهدف تحسين تجربة السياح. بالإضافة إلى ذلك تقدم الدراسة مجموعة من التجارب الدولية والعربية وكذا الوطنية لمؤسسات ناشئة ساهمت بشكل فعال في صناعة السياحة الذكية. وتوصلت هذه الدراسة إلى أنه بإمكان المؤسسات الناشئة أن تقدم حلولا ابتكارية تساهم في بناء مستقبل أكثر ذكاء لصناعة السياحة.

الكلمات المفتاح : مؤسسة ناشئة، مؤسسة ناشئة سياحية صناعة السياحة، سياحة ذكية.

تصنيف JEL : O32; M13; L83

Abstract: This study aims to identify the role of tourism startups in the smart tourism industry. The study reviews the concept and characteristics of tourism startups, in addition to the fundamental concepts of the tourism industry, smart tourism, and the pillars upon which they are established. The study also addresses how startups contribute to the smart tourism industry through their ability to embrace the concept of innovation and keep pace with the use of Information and Communication Technologies (ICT) enhanced by Artificial Intelligence (AI) tools, with the goal of improving the tourist experience. Furthermore, the study presents a collection of international, Arab, as well as national experiences of startups that have effectively contributed to the smart tourism industry. This study concluded that startups can offer innovative solutions that contribute to building a smarter future for the tourism industry.

Keywords: startups; tourism startups; tourism industry; smart tourism.
Jel Classification Codes : L83 ; M13; O32

* يمينة طريف ، trif.yamina@univ-ouargla.dz

I- تمهيد:

مع التطور التكنولوجي الذي يشهده عصرنا الحالي، أصبح مصطلح "ذكي" مصطلحا ملازما للعديد من المجالات والمفاهيم، وهو مصطلح يعبر عن مدى استخدام تكنولوجيات المعلومات والاتصالات بما يضمن التطور والابتكار والحداثة. وعلى غرار العديد من المجالات، تأثر قطاع السياحة بتطبيقات وتكنولوجيات المعلومات والاتصالات حيث أعتمد على الأتمتة والاتصالات السلكية واللاسلكية وقواعد المعلومات والإدارة الالكترونية والأجهزة الذكية وغيرها من أدوات الذكاء الاصطناعي في تطوير الخدمات السياحية وإدارة الوجهات السياحية وتفعيل الاتصال بين المنتج السياحي والسائح والعمل على تحسين تجربة السياح، وهذا ما أدى إلى ظهور مفهوم "السياحة الذكية".

ولعل من أهم الفاعلين في مجال التكنولوجيا والابتكار نجد المؤسسات الناشئة، فهي مؤسسات تمثل محركات للابتكار القائم على التكنولوجيا ومصدرا لتقديم وتجسيد الحلول والأفكار الابداعية لا سيما في مجال صناعة السياحة، والتي من شأنها المساهمة في إشباع حاجات السوق السياحي بطريقة ذكية وعصرية.

اشكالية الدراسة: تسعى هذه الدراسة إلى الاجابة على التساؤل التالي:

كيف تساهم المؤسسات السياحية الناشئة في صناعة وتنمية السياحة الذكية؟

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على مفهوم السياحة الذكية وكذا ابراز أبعادها ومرتكزات صناعتها، إضافة إلى التعرف على المؤسسات السياحية الناشئة وأهم خصائصها ودراسة مساهمتها في صناعة السياحة الذكية من خلال تقديم بعض التجارب الدولية والوطنية. إضافة إلى تقديم مجموعة من المقترحات التي من شأنها تعزيز دور المؤسسات الناشئة في صناعة السياحة الذكية في الجزائر.

أهمية الدراسة: تكتسي هذه الدراسة أهميتها من أهمية المؤسسات الناشئة في قطاع السياحة، باعتبارها مؤسسات قادرة على توليد وخلق الأفكار الابداعية في تقديم الخدمات السياحية وتحسين تجربة السياح في ظل ما يشهده العالم من استخدام واسع لتكنولوجيات المعلومات والاتصالات. إضافة إلى أن هذه الدراسة ستقدم نماذج دولية ووطنية ساهمت بشكل فعال في صناعة السياحة الذكية التي يمكن الاستفادة منها في تعزيز وتطوير سبل مساهمة المؤسسات الناشئة في صناعة السياحة الذكية.

الدراسات السابقة: اهتمت العديد من الدراسات حول دول العالم بموضوع المؤسسات الناشئة الناشطة في قطاع السياحة، لاسيما بكونها مؤسسات تمتاز بقدرتها على الابداع والابتكار وايجاد الحلول الذكية. وسنحاول فيما يلي تقديم بعض الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت دراسة المؤسسات الناشئة و السياحة الذكية.

1. دراسة (العبداوي، 2023)

هدفت هذه الورقة البحثية إلى دراسة دور شركات الذكاء الاصطناعي الناشئة في تنمية السياحة الرقمية والذكية وخاصة بعد جائحة كورونا، حيث قامت الباحثة بالتطرق لكل من مفهوم السياحة الرقمية والسياحة الذكية وأدواتها، إضافة إلى مفهوم شركات الذكاء الاصطناعي الناشئة. وأبرزت هذه الدراسة مساهمة المؤسسات الناشئة في تطوير السياحة الرقمية والذكية خاصة أنها تستطيع أن تكون حافزا وقوة دافعة لشركات السياحة على التكيف مع الاحتياجات والتوقعات المتغيرة للسائحين ومع التحديات التي يفرضها التحول الرقمي، كما قامت الباحثة بتقديم نماذج لمؤسسات ناشئة دولية في مجال السياحة الرقمية والذكية وأظهرت الدراسة أبرز التحديات التي تواجه المؤسسات الناشئة في مجال السياحة الرقمية والذكية وآفاق عمل هذه المؤسسات في إطار تطوير وتنمية السياحة.

2. دراسة (راقم، 2021)

قامت هذه الدراسة بتسليط الضوء على واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر، ومدى مساهمتها في دعم النشاط السياحي، إضافة إلى التعرف على مفهوم الابتكار في المؤسسات الناشئة، ومدى أهميته باعتبار أن المؤسسات الناشئة مؤسسات مبتكرة وخلاقة للنمو وقادرة على المساهمة في الترويج للسياحة بطرق جديدة و مبتكرة. كما أشارت الدراسة إلى الأهمية التي توليها الدولة الجزائرية لدعم ومرافقة أصحاب المشاريع الناشئة في مجال السياحة. وتوصلت هذه الدراسة إلى أهمية الدور الذي تلعبه المؤسسات الناشئة في عصرنة ومواكبة

التطورات في النشاط السياحي نظرا لخصوصيتها الابتكارية، بالإضافة إلى وعي الدولة بأهمية وضرورة تنظيمها من خلال عدة اجراءات رغم التحديات التي تواجهها.

3. دراسة (Vongvisitsin & Tung , 2025)

هدفت هذه الورقة البحثية إلى استكشاف العمليات الريادية للمؤسسين في المراحل المبكرة من حياة المؤسسات التكنولوجية الناشئة، بالتركيز على عوامل استمراريتها ولتحقيق ذلك؛ قامت الباحثتان بإجراء مقابلات نوعية مع 17 رائد أعمال مؤسس لمؤسسات ناشئة في قطاع السياحة والضيافة في هونغ كونغ وتايلاند، كما سلط البحث الضوء على الديناميكيات الاجتماعية بين الجهات الفاعلة في منظومة المؤسسات الناشئة المتأثرة بالتقنيات الحديثة. كما ساهمت الدراسة في إثراء أدبيات السياحة والضيافة وتقديم تطبيقات عملية لرواد الأعمال الناشئين، من خلال تعزيز التعاون الاستراتيجي وتقديم حلول لتجاوز العوائق التي تواجه ريادة الأعمال. كما أظهرت الدراسة إمكانات التقدم التكنولوجي الواعدة في قطاع السياحة والضيافة، وخاصة دعم المؤسسات الناشئة في مجال التكنولوجيا.

4. دراسة (Suder, Duda, & Kusa, 2024)

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف دور التقنيات الرقمية في ريادة الأعمال السياحية، وتمثل الهدف الرئيسي من هذا البحث على وجه الخصوص، في دراسة العلاقات بين المبادرة والابتكار والرقمنة وأداء الشركات ونموها في قطاع الفنادق، ومن أجل تحقيق هذا الهدف؛ تم جمع البيانات من 110 فندق من فئة نجمة واحدة أو نجمتين كانت تعمل في بولندا خلال فترة هذا البحث، كما تم استخدام نموذج **PLS-SEM** لتحليل العلاقات بين المتغيرات المدروسة. وأظهرت النتائج أن للرقمنة تأثيرًا إيجابيًا ملحوظًا على أداء الفنادق، تُؤثر أيضا سلوكيات ريادة الأعمال على الأداء. وعلى وجه الخصوص، تُعدّ الرقمنة وسيطًا كاملًا لتأثير المبادرة على نمو الشركات والابتكار على أداء السوق؛ ساعدت هذه الدراسة على سد الفجوة ودراسة هذه الارتباطات في قطاع الضيافة. وقدمت النتائج رؤى قيّمة لأصحاب الفنادق لفهم دور وأهمية الرقمنة في سياق الاستباقية والابتكار.

اهتمت الدراسات سالفة الذكر بعرض واقع الشركات الناشئة في قطاع السياحة ومدى تبنيها للابتكار واستخدام التقنيات الرقمية في تقديم خدماتها، في حين اهتمت الدراسة الحالية بالربط بين قدرة المؤسسات الناشئة على الابتكار والابداع واستخدام تكنولوجيات المعلومات والاتصالات ومساهمتها في ارساء أسس لصناعة السياحة الذكية والتي ترتكز على جعل كل الأنشطة السياحية ومقومات السياحة تتصف بخاصية "الذكاء".

II. مفهوم المؤسسات السياحية الناشئة

تمثل المؤسسات الناشئة التي تستخدم التكنولوجيا الحديثة العمود الفقري للابتكارات داخل صناعة السياحة، بحيث أنه لا يمكن لمؤسسة ناشئة ناجحة أن تبدأ عملًا تجاريًا بمجرد توفر الشغف والفكرة.

1. تعريف المؤسسات السياحية الناشئة

قبل أن نبدأ في تعريف المؤسسات السياحية الناشئة، سوف نتطرق الى تعريف المؤسسات الناشئة في عمومها.

يمكن تعريف المؤسسات الناشئة بأنها:" نوع من الشركات أو الشراكات، أو حتى منظمة غير رسمية تهدف إلى تطوير نموذج أعمال مبتكر يمكن أن يحقق نموا سريعا" (Dias, Rosario , & Hallak, 2023). كما يمكن تعريفها أيضا بأنها:"كل عمل تجاري جديد في مراحله الأولية من العمل، ويبدأ في النمو ويتم تمويله عادةً من قبل فرد أو مجموعة صغيرة من الأفراد، يتميز بكونه نموذج أعمال ريادي حديث وقابل للتوسع يعتمد أساسا على التكنولوجيا والابتكار حيث يطور المؤسسون منتجًا أو خدمة يتوقعون أن تلبي احتياجات السوق الخالية أو من خلال إنشاء أسواق جديدة تمامًا" (KUMAR, 2018, p. 8)

انطلاقا مما سبق؛ يمكن أن نستنتج أن إن نجاح هذه المؤسسات يعتمد أساسا على القدرة على الابداع والابتكار في اشباع الحاجات وتلبيتها من خلال تقديم حلول جديدة تتماشى والتوجهات المستقبلية مما يعزز قابليتها للتوسع والنمو المستدام.

أما بالنسبة للمؤسسات الناشئة السياحية فتعرف على أنها: " شركات مستقلة مملوكة ومدارة بشكل فردي، تعمل ضمن قطاعات صناعة السياحة والضيافة. تشمل هذه الشركات مجموعة متنوعة من الأنشطة مثل المطاعم والمقاهي والحانات وأماكن الإقامة (مثل الفنادق والموتيلات وبيوت

الضيافة)، بالإضافة إلى منظمي الرحلات السياحية، مناطق الجذب السياحي، وكالات السفر، ومتاجر الهدايا التذكارية (Hallak, Brown, & Lindsay, 2012) .

وفقًا لمنظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدةUNWTO (2021)، فإن المؤسسات الناشئة السياحية التي تستخدم التكنولوجيا المتطورة تحقق أرباحا كبيرة وتعمل في مجالات عديدة تشمل نمط الحياة والتجارة والتسوق والنقل والأطعمة والمشروبات والأحداث والضيافة والجولات وأنشطة السفر. والجدير بالذكر أن هذه الشركات الناشئة قدمت منتجات جديدة، مثل خدمات البحث والحجز وحلول الضيافة وإدارة الممتلكات والتجارة الإلكترونية ومنصات السوق وتطبيقات الهاتف المحمول وتعتبر من الصناعات الرائدة. (UNWTO, 2021).

2. خصائص المؤسسات السياحية الناشئة

انطلاقا مما سبق يمكن أن نستنتج بعض الخصائص التي تتميز بها المؤسسات الناشئة العاملة في قطاع السياحة في ما يلي: (Rashid, 2023)

- يُعد الابتكار سمة أساسية في المؤسسات الناشئة السياحية من خلال طرح أفكار أو منتجات أو خدمات جديدة وفريدة في سوق السياحة. على سبيل المثال، يُعتبر التخييم الفاخر (glamping) مفهومًا مبتكرًا في قطاع السياحة؛
- يتميز قطاع السياحة بديناميكيته وتغيراته المستمرة، لذا يجب على المؤسسات الناشئة السياحية ضرورة مراعاة اتجاهات السوق ومتطلباته المتغيرة ومن الأمثلة المتميزة على حساسية السوق هو الطلب المتزايد على تجارب السفر المستدامة، من خلال توفير أنشطة وأماكن إقامة صديقة للبيئة، مثل جولات الحفاظ على الحياة البرية أو النزل البيئية؛
- تُولي المؤسسات الناشئة السياحية أهميةً بالغةً للمسؤولية الاجتماعية من خلال إنشاء مشاريع لا تُحقق منافع اقتصادية فحسب، بل تُسهم أيضًا بشكل إيجابي في المجتمعات والثقافات والبيئات المحلية. على سبيل المثال، تُمكّن المبادرات السياحية المجتمعية السكان من خلال إشراكهم في الأنشطة السياحية، والحفاظ على تراثهم الثقافي؛
- يتضمن قطاع السياحة بطبيعته مخاطر مدروسة، لذلك تسعى المؤسسات الناشئة السياحية لإطلاق مشاريع سياحة المغامرات في مواقع نائية وصعبة، وتقديم أنشطة مثل تسلق الجبال، والرياضات الخطرة، أو رحلات استكشافية في البرية.

كما يمكن أن نشير إلى أن قطاع السياحة يتميز بهيمنة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المستقلة، التي يقودها رواد الأعمال. ويتوقف نجاح هذه المؤسسات بشكل مباشر على رائد الأعمال، الذي يساهم بوقته وطاقته وشغفه، بالإضافة إلى حدسه وإبداعه وابتكاره، وقدرته على توفير التمويل اللازم. (Suder, Duda, & Kusa, 2024)

حيث يُعد رواد الأعمال محركًا أساسيًا في صناعة السياحة، يتطلب الأمر منهم امتلاك مهارات عالية للقيادة مع الفهم العميق للسوق، والقدرة على الاتصال والتواصل، بالإضافة الى عين فاحصة قادرة على تمييز ورؤية الأمور من منظور واسع، بالموازاة مع القدرة على تحمل المخاطر المحتملة، لأنهم يبتكرون المنتجات والخدمات والتجارب التي تُسهم بشكل كبير في نجاح القطاع واستدامة الوجهات السياحية. لذلك يمكن الإشارة الى الاختلافات الرئيسية بين رواد الأعمال في مجال السياحة ورواد الأعمال من الصناعات الأخرى فيما يلي:(Buhalis, 2000)

- إنشاء مؤسسات سياحية متخصصة :يركز رواد الأعمال في السياحة على إنشاء وتطوير مؤسسات تقدم خدمات ومنتجات سياحية بشكل أساسي خلافا عن أنواع المؤسسات الأخرى؛
- طبيعة غير ملموسة للمنتجات السياحية :غالبًا ما تكون المنتجات السياحية "غير ملموسة" (تجارب، خدمات)، مما يزيد من صعوبة تقييمها واختبارها قبل تقديمها للعملاء. يؤثر ذلك أيضًا على قدرة رواد الأعمال على جذب المستثمرين أو الحصول على قروض لتمويل مشاريعهم؛
- التركيز على الخدمة وتجربة العملاء :تعتمد المؤسسات السياحية على تقديم تجارب قائمة على الخدمة المتميزة. يتطلب ذلك من رواد الأعمال تبني استراتيجيات إدارة وتسويق تركز على خدمة العملاء وتلبية احتياجاتهم وتوقعاتهم؛
- التعامل مع الموسمية والتقلبات :يواجه رواد الأعمال في مجال السياحة تحديات كبيرة بسبب الموسمية والتقلبات الدورية في المبيعات والإيرادات، مما يؤثر على الربحية ويتطلب تخطيطًا ماليًا دقيقًا؛

- اعتماد الأعمال على تدفق الزوار إلى الوجهة :على عكس المؤسسات الصناعية التي يمكنها شحن منتجاتها إلى العملاء، حيث تعتمد المؤسسات السياحية على قدوم الزوار إلى الوجهة. مما يجعل هذه المؤسسات السياحية أكثر عرضة للتأثر بالعوامل الخارجية التي تؤثر على حركة السفر والسياحة، مثل الأزمات الاقتصادية أو الكوارث الطبيعية أو الأحداث السياسية؛
- تأثير القطاع العام :غالبًا ما تملك الحكومات مناطق الجذب السياحي الرئيسية (مثل المتنزهات الوطنية والمواقع التاريخية)، مما يحد من قدرة المؤسسات السياحية الخاصة على العمل في بيئة سوق حرة تمامًا ويتطلب التعاون مع القطاع العام.

III: صناعة السياحة الذكية

وفقا لمجلس السفر والسياحة العالمي؛ فان صناعة السياحة تعد قطاعا ضخما ومتناميا بشكل مستمر، اذ يساهم في انشاء ملايين الوظائف ضمن مجموعة واسعة من الأنشطة والخدمات التي تلبي احتياجات السائح وتعزز من نجاح تجربته السياحية. وتعد السياحة الذكية مستقبل صناعة السياحة التي تعتمد على التكنولوجيا والابتكار في تقديم تجارب سياحية مخصصة ومتنوعة للسائحين.

1. مفهوم صناعة السياحة ومقوماتها

صناعة السياحة تشير إلى "كل الأنشطة المتعلقة بالحركة قصيرة الأجل للأشخاص إلى أماكن بعيدة عن أماكن إقامتهم المعتادة" (Muhammed, Cahya, Eddy, & Anton, 2024). وهي كذلك "التنظيمات العامة والخاصة التي تشترك في تطوير و إنتاج وتسويق البضائع و الخدمات لخدمة احتياجات ورفاهية السياح" (كافي، 2009). كما تعرف منظمة العمل الدولية صناعة السياحية بأنها:" كل الخدمات السياحية المقدمة للسائحين، والتي تشمل الفنادق والمنتجعات والمخيمات السياحية ومركز العطلات والمطاعم والمقاهي والمسارح والسيرك وأماكن الوجبات السريعة والنوادي الترفيهية ووكلاء السفر والمرشدين السياحيين ومكاتب الترويج والمعلومات السياحية والمؤتمرات والورش العلمية والتجارية والاستثمارية"(Amor, 2022) .

وتقوم صناعة السياحة بشكل أساسي بالمزج بين صناعة الفندقة وضاعة السفر إضافة إلى عناصر أخرى تشكل جميعا مقومات صناعة السياحة والتي تتمثل في:(Udit & Yogesh, 2013) و (Stastry & Sushil, 2018)بتصرف:

- **الإقامة والتموين**: الفنادق، الموتيلات، المنتجعات، بيوت الضيافة، المخيمات إضافة إلى مؤسسات تقديم الطعام؛
- **خدمات النقل**: المطارات، الموانئ، السكك الحديدية، الطرقات ومختلف وسائل النقل؛
- **خدمات المعلومات**: وكالات السفر، منظمي الرحلات السياحية، وكالات الحجز..؛
- **الوكالات الحكومية**: الوزارات والهيئات ذات العلاقة بالنشاط السياحي؛
- **عوامل الجذب**: العوامل الطبيعية، البشرية، الثقافية والتاريخية؛
- **خدمات الدعم الأخرى**: الأمن، الخدمات المالية (البنوك والتأمينات)، الخدمات الطبية، خدمات الاتصالات (الهاتف، الإنترنت، البريد)، إضافة إلى الخدمات الترفيهية.

لذلك فإن صناعة السياحة تتطلب التآزر بين مجموعة من المنتجات والخدمات والمنظمات والأفراد لتقديم تجربة سياحية ناجحة.

2. مفهوم السياحة الذكية وأبعادها

تعرف السياحة الذكية بأنها:" نظام سياحي يتميز بتبادل المعرفة المكثفة وخلق القيمة والاستفادة من التكنولوجيا الذكية في إنشاء وإدارة وتقديم الخدمات السياحية والتجارب السياحية الذكية" (Yalçinkaya, Atau, & Korkmaz, 2018). والسياحة الذكية هي كذلك "استخدام التكنولوجيا الحديثة والذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة لغرض تعزيز التجربة السياحية للسائح واستخدام مجموعة من التطبيقات التي تسهل عمليات الحجز والتنقل والتواصل" (الخزعلي و الدليمي، 2024). كما تشير السياحة الذكية "لكل شكل من أشكال تكنولوجيا المعلومات التي يتفاعل بها السياح للبحث عن المعلومات، المعاملة، الاتصالات وتوليد المحتوى متجذرة بعمق في أجهزة الكمبيوتر، أجهزة الاستشعار والتنقل الذكي وتجميع بيانات مرتبطة بالبنية التحتية المادية والاتصالات الاجتماعية والحكومية، المصادر التنظيمية والهيئات البشرية. تشمل تطبيقات الهواتف

الذكية، مواقع الويب لوكالات السفر والمؤسسات السياحية عبر الانترنت والبنية التحتية الذكية للوجهة" (بوتغرين و عايشي، 2020). و تتزامن السياحة الذكية مع جميع مراحل الرحلة السياحية و ذلك: (بناولة و حجاج محمد، 2022)

- **قبل الرحلة:** الوصول للسائح في فترة التخطيط للرحلة وتقديم البيانات المناسبة التي تمكنه من اتخاذ القرار؛
- **خلال الرحلة:** تسخير الأنظمة الذكية للسائح للاستفادة من كل ما تقدمة المدينة من أعمال ذكية وتجارب ذكية وجميع البيانات عن تفضيلات السياح واختياراتهم؛
- **بعد الرحلة:** استطلاعات الرأي وطريقة استخدام السياح لأنظمة المدينة الذكية حتى بعد انتهاء الرحلة.

وتجدر هنا الإشارة إلى العلاقة الموجودة بين السياحة الالكترونية والسياحة الذكية، فالسياحة الالكترونية هي استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في مجال السياحة و السفر كتقديم العروض السياحة وحجز الرحلات وتنظيمها من خلال استخدام الانترنت، أما السياحة الذكية فهي دمج لتكنولوجيا المعلومات والاتصال مع البنية التحتية المادية في الوجهة السياحية(شركات، أفراد ودولة) (Yalçinkaya, Atau, & Korkmaz, 2018)، و هي بذلك تكييف لمفهوم المدينة الذكية مع الوجهات السياحية (الخزعلي و الدليمي، 2024).

وتساهم السياحة الذكية في توفير فرص لجمع البيانات الضخمة التي تساعد صناع القرار في تحسين الرؤى المستقبلية وتقديم ما هو أفضل للسائح و كذا تمكينهم من الاستجابة بسرعة وفعالية و كفاءة لاحتياجات السياحة. كما تساهم السياحة الذكية في تحقيق مقاييس الكفاءة، توفير الطاقة وخفض التكاليف البيئية وبالتالي تحقيق الاستدامة. إضافة إلى أن السياحة الذكية تساهم في تحسين التجربة السياحية للسائح بحيث أصبح بإمكانه التخطيط والبرمجة لرحلاته بدون أي جهد وعناء. وأتفق العديد من الباحثين على أن للسياحة الذكية أربعة أبعاد هي: (الخزعلي و الدليمي، 2024)

أ . **الاستدامة:** وهي ربط حماية النشاط الاقتصادي للسياحة في الحاضر والمستقبل مع احترام البيئة على المدى القصير والمتوسط والطويل، مع الحفاظ على القيم الاجتماعية والثقافية للوجهة، وضمان نوعية حياة سكان اليوم والمستقبل؛

ب . **إمكانية الوصول:** وهي تطوير السياحة التي توفر الوصول والاستخدام والتمتع لجميع السياح، دون استثناء، ومنحهم الحق في فرص متساوية لاستخدام البيانات والخدمات والسلع والتقنيات والمنتجات بطريقة أكثر اماناً وراحة واستقلالية بقدر الإمكان.

ت . **التكنولوجيا:** وتمثل درجة استخدام وفائدة التقنيات من قبل السياح لتلبية احتياجاتهم ورغباتهم، من التخطيط إلى الرحلات الفعلية.

ث . **الابتكار:** وتعني ادخال أو تحسين خدمات وعمليات وأساليب تنظيمية جديدة في ممارسات إدارة الوجهة، والعلاقة مع المقيمين والسياح لتحسين القدرة التنافسية للوجهة.

ومن خلال المعارف والمفاهيم السابقة نستنتج بأن السياحة الذكية هي السياحة التي تقوم على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في صناعة السياحة والدمج بين كل ما هو ذكي ضمن مقومات النشاط السياحي بهدف تحسين التجربة السياحية وتحقيق الاستدامة للوجهة السياحية وبالتالي فهي إدماج للتكنولوجيا بمقومات السياحة في الوجهة السياحية.

3. أدوات السياحة الذكية وشروطها

أدوات السياحة الذكية هي كل التقنيات التكنولوجية التي يمكن أن تساهم في تحسين تجربة السياح وزيادة فعالية صناعة السياحة الذكية، وسنذكر منها:

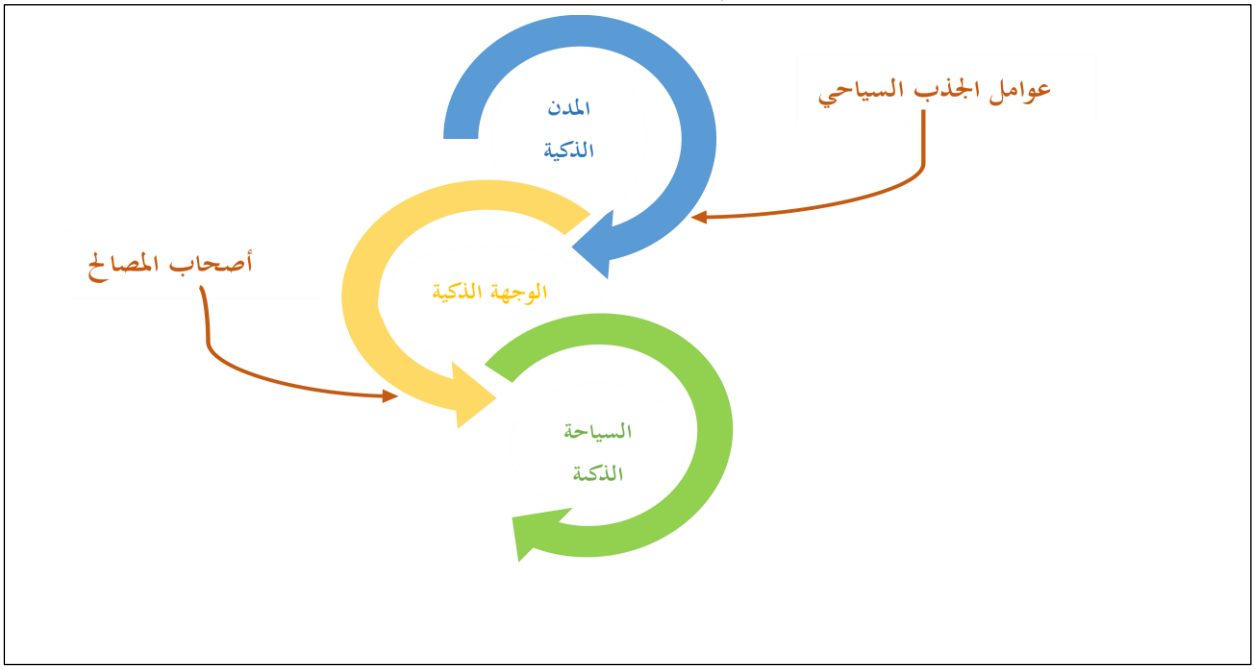
- **الذكاء الاصطناعي:** هي تقنيات تهدف إلى ابتكار وتصميم أنظمة الحسابات الآلية والتي تحاكي أسلوب الذكاء البشري لتتمكن تلك الأنظمة من أداء المهام بدلا عن الإنسان ومحاكاة وظائفه وقدراته. وتتمثل تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال السياحة وصناعتها في كثير من المجالات منها: تصميم الفنادق، إدارة المواقع التراثية والثقافية، تحسين خدمات المطارات وشركات الطيران، زيادة الأمن والسلامة، بوابات الدردشة والاستفسارات، تحسين الرشاد السياحي (خلفة ساهل و سنوسي، 2024)؛
- **انترنت الأشياء:** هي عبارة عن شركة كبيرة من الأنظمة المختلفة مثل أجهزة الكمبيوتر والهواتف النقالة وأنظمة السيارات وغيرها من الأنظمة المختلفة الموجودة في حياتنا اليومية، حيث يتم دمج هذه الأنظمة بسهولة وسلاسة ببعضها البعض من خلال شبكة الانترنت لتتمكن من تبادل المعلومات بينها حيث تصبح الآلات المتصلة بالإنترنت هي مصدر البيانات بدلا من أن يقوم البشر بهذه المهمة، وتسهل انترنت الأشياء مهمة الإدارة السياحة بالوصول بسرعة قصوى أو جهود اقل إلى السياح المستهدفين وتوفر فرصا ذهبية لتسويق

وترويج المنتجات والوجهات السياحية المختلفة، بالإضافة إلى زيادة نسبة الرضا لدى السياح والمساهمة في قدرة الوجهة السياحية على منافسة الآخرين ورفع مستوى الذاتية في الحصول على الخدمات السياحية (Zhang, Sotiriadis, & Shen, 2022)؛

- ❖ **الحوسبة السحابية:** هي تقنية تمكن الشركات السياحية من تخزين ومعالجة البيانات على الانترنت وتبادلها مع الشركاء الفاعلين في القطاع السياحي، حيث تتبع هذه التقنيات للوصول إلى معلومات الوجهة السياحية في الوقت الفعلي والحجز والدفع عبر الانترنت، كما تمكن هذه التكنولوجيا الشركات السياحية من إدارة الأعمال الخاصة بها من أي مكان في العالم من خلال الاتصال بالأنترنت؛
- ❖ **التطبيقات الالكترونية:** هي برامج تعمل على الأجهزة الذكية كالهواتف والألواح الرقمية بالاعتماد على المزايا التي تقدمها هذه الأجهزة وارتباطها بالإنترنت، فهي تسمح للمستخدمين أن يتفاعلوا مع بعضهم عن بعد، حيث أصبح لها دور فعال في صناعة السياحة؛
- ❖ **سلسلة الكتل:** وهي أداة لتحسين كفاءة واستدامة سلسلة التوريد السياحي، لاسيما في مجالات مثل التسويق والخدمات اللوحية ونماذج الأعمال الذكية، حيث تعتمد على خوارزمية رقمية معقدة تجمع البيانات وتنظمها في كتل ثم تجمع هذه الكتل معا باستخدام التشفير. يمكن أن توفر هذه التقنيات للمؤسسات السياحية إمكانية إدارة معاملات المبيعات والإدارة والتمويل، مع القدرة على التواصل مع أصحاب المصلحة الخارجيين والقدرة على تعزيز السياحة المستدامة (صكاك و غطاس، 2024)؛
- ❖ **الواقع الافتراضي/ الواقع المعزز:** توفر هذه التقنية العديد من المزايا خاصة لارتباطها بعرض عالم حقيقي افتراضي أو لإنشاء جو لات افتراضية تفاعلية، كما توجد تقنية أخرى والتي تعمل على تحسين تجربة التنقل بشكل كبير وتقديم إرشادات مدركة للسائح عن الموقع عن طريق تقنية الواقع المعزز. تمكن استخدام هذه التقنية من تصوير الوجهات السياحية بطريقة فريدة، والسماح للمستخدم بتجربة شعور التواجد هناك و بالتالي خلق تجارب سياحية لا تنسى للمستخدم (بناولة و حجاج محمد، 2022). إضافة إلى تقنية الهولوغرام التي تتيح إمكانية رؤية صورة مجسم من جميع الاتجاهات بأدق التفاصيل لتبدو كأنها حقيقية، وهذه الصورة تتكون في الفراغ بشكل ثلاثي الأبعاد بالإضافة إلى إمكانية احتوائها على عنصر الحركة والمؤثرات الصوتية. وتستخدم هذ التقنية في مجال السياحة، في عرض التحف الأثرية القديمة في المتاحف وكذا تجسيد المواقع الأثرية في شكلها الأصلي قبل تعرضها للضرر وعرض مجسمات لملوك وشخصيات العصور القديمة، كما تستخدم هذه التقنية في الترويج للسياحة في المعارض الدولية.

وتعد المدن **الذكية** من أهم مرتكزات (مقومات) صناعة السياحة الذكية، إذ يعتبر مصطلح المدن الذكية مصطلحا سبق ظهور مفهوم السياحة الذكية. ويوضح الشكل التالي العلاقة بين المدن الذكية والسياحة الذكية ومختلف العوامل المتدخلة في صناعة السياحة الذكية.

الشكل رقم1: العلاقة بين المدن الذكية والسياحة الذكية



المصدر: من إعداد الباحثتين

تعرف المدن الذكية بأنها "مدن قائمة على الكفاءة العالية في توظيف التكنولوجيا في كل جوانب حياة سكانها" (Lee, Cannon Hunter, & Chung, 2020) ، و تعرف المدن الذكية كذلك بأنها: "المدن التي تسعى إلى توفير بنية رقمية صديقة للبيئة ومحفزة للتعليم و الابداع و تسهم في توفير بيئة مستدامة تعزز الشعور بالسعادة و الصحة، كما أنها مدن تركز على استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في حل المشكلات الحضرية" (أحمد، 2023). ومنه فان المدن الذكية توفر البنية التحتية والاتصالات اللازمة لقيام السياحة الذكية، أي أن السياحة الذكية تعمل على استخدام خصائص المدن الذكية وتعتمد على وظائفها لربط مختلف الجهات الفاعلة من مجتمعات محلية، شركات، سكان وسياح وذلك من أجل ضمان جودة العرض السياحي وتجانسه. وكلما كانت المدن ذكية كلما ساهم ذلك في تعزيز السياحة بها وإثراء تجربة السياح وضمان لجودة حياة السائح في الوجهة السياحية. يرى البرلمان الأوروبي أن للمدن الذكية ستة أبعاد تتمثل في (Omer Sari & Goktas Kulualp, 2020):

- **الاقتصاد الذكي**: روح الابتكار وريادة الأعمال، المرونة في سوق العمل والقدرة على التكامل والتحول في الأسواق الدولية؛
- **التنقل الذكي**: سهولة الوصول، وجود أنظمة نقل حديثة ومستدامة وآمنة معززة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛
- **الحوكمة الذكية**: المشاركة في عمليات صنع القرار، الشفافية في أنظمة الحوكمة وتوافر الخدمات العامة وسهولة الوصول اليها؛
- **البيئة الذكية**: جاذبية الظروف البيئية الطبيعية، انعدام التلوث والإدارة المستدامة للموارد؛
- **الحياة الذكية**: مستوى معيشة مرغوب من حيث وفرة الخدمات الثقافية والتعليمية، وتوافر الخدمات الرقمية وسهولة الوصول اليها، التماسك الاجتماعي، البيئة الصحية وسلامة الأفراد والسكن؛
- **المواطن الذكي**: كفاءة وجودة رأس المال البشري والاجتماعي، المرونة، الإبداع، التسامح والمشاركة العامة.

وعند تداخل المدن الذكية مع عوامل الجذب السياحي والتي تتمثل في مجموعة من العوامل الطبيعية (الموقع الجغرافي، المناظر الطبيعية الخلابة، الطقس، التنوع البيولوجي..) و العوامل التاريخية و الثقافية (المعالم التاريخية و الحضارية، المتاحف، التراث الحضاري، العادات و التقاليد...) و العوامل البشرية (حسن الضيافة، الأمن و الأمان، الأحداث و الفعاليات..)، فإن ذلك يؤدي إلى ظهور **الوجهة الذكية**، و التي تعرف حسب (Buhalis & Amaranggama, 2015) بأنها "اجتماع للمدن الذكية وعوامل الجذب السياحي"، و تعرف الوجهة السياحية الذكية كذلك بأنها: "وجهة سياحية مبتكرة، مبنية على بنية تحتية من أحدث التقنيات التي تضمن التنمية المستدامة للمناطق السياحية، مما يسهل تفاعل الزائر مع محيطه و الاندماج معه، مما يزيد من جودة التجربة في الوجهة السياحية و تحسين نوعية حياة السكان" (جبيل و لخضاري، 2023)، و للإشارة فان مفهوم المدن الذكية يركز بشكل أكبر على سكانها، بينما تركز الوجهات السياحية الذكية بشكل أكبر على تعزيز تجارب السياح (Lee، Cannon Hunter، و Chung، 2020).

وللوصول إلى صناعة **سياحة ذكية**، تحتاج الوجهات الذكية إلى تكاثف جهود أصحاب المصلحة والفاعلين في القطاع السياحي (المنظمات السياحية، الحكومات، السكان المحليين والسياح) وذلك بالتزامهم بالشفافية والمصداقية في إدارة الوجهة السياحية والعمل على تحسين تجربة السياح بها. و من شروط صناعة سياحة ذكية ضمن الوجهة السياحية ما يلي: (بلعيد و كركار، 2021)

- ✓ رقمنة البنى التحتية للقطاع السياحي من خلال بناء قواعد معلومات سياحية شاملة؛
- ✓ الحوكمة ودورها في التوجيه والتقنين لضبط الأداء وجودة الخدمة الرقمية المقدمة؛
- ✓ توافر استراتيجيات تخطيط عمراني رقمي للبنى التحتية بما في ذلك منظومة الطرق والاتصالات والشبكات والخدمات بشكل عام؛
- ✓ التشريع والتمويل الداعم للسياسة الذكية وبرامج الانتقال نحو المدينة الذكية، مما يحقق التنمية المستدامة؛
- ✓ توافر الكوادر الفنية المسؤولة عن النظام الرقمي ومراقبته؛
- ✓ تعزيز الوعي المجتمعي بأهمية السياحة الذكية في دعم الاقتصاد.

IV. مساهمة المؤسسات الناشئة في صناعة السياحة الذكية (تجارب دولية ووطنية)

لقد أحدثت التقنيات الذكية تغيرا جذريا في قطاع السياحة، حيث تبرز المؤسسات الناشئة كقوة دافعة للابتكار في هذا المجال المتنامي، حيث أن المؤسسات السياحية والفندقية الصغيرة والمتوسطة الحجم تشكل الأساس لصناعة السياحة. فهي تلعب دورًا حاسمًا في توفير منتجات وخدمات السياحة والفندقة، وانشاء فرص العمل في صناعة السياحة، وبناء تجربة وصورة الوجهات السياحية (Fu, Wu, & Köseoglu, 2019). وهناك العديد من المؤسسات سواء على الصعيد الدولي أو الوطني تمكنت من تحقيق إنجازات ملحوظة في السنوات القليلة الماضية. والتي ساهمت وتساهم في تطوير حلول ذكية تلبي احتياجات المسافرين والوجهات السياحية على حد سواء.

1. نماذج لمؤسسات ناشئة دولية في صناعة السياحة الذكية

شهد مجال السياحة الذكية نموًا ملحوظًا على مستوى العالم في السنوات الأخيرة، حيث بلغت حوالي 18 مليار دولار في سنة 2023، مع زيادة الاستثمار في الحلول الرقمية التي تهدف إلى تعزيز صناعة السفر والسياحة، من المتوقع أن يشهد سوق السياحة الذكية العالمي نموًا كبيرًا، بحيث يصل حجمه إلى 62 مليار دولار أمريكي بحلول عام 2032؛ مما يزيد فرص المؤسسات الناشئة لتقديم حلول تكنولوجية مبتكرة لتلبية الاحتياجات المتطورة لصناعة السفر وتلبية توقعات المسافرين المتغيرة. (Patel, Chandola, & Bhat, 2023)وفيما يلي بعض المؤسسات الناشئة التي أحدثت فرقا كبيرا في مجال السياحة الذكية:

1.1-Mindtrip: تعتبر هذه المنصة من واحدة من المؤسسات الناشئة التي أحدث ثورة في تخطيط السفر باستخدام الذكاء الاصطناعي التواصلي وقاعدة بيانات ضخمة من معلومات السفر لتقديم اقتراحات مخصصة ومسارات رحلات قابلة للتخصيص، وقد قامت مؤخرًا بدمج محتوى من منشئي محتوى السفر من خلال الاستحواذ على Thatch فتخطيط السفر التقليدي قد يكون مرهقًا؛ يعمل الذكاء الاصطناعي في Mindtrip كمساعد شخصي، حيث يقوم بتنظيم الخيارات ذات الصلة وتبسيط العملية بأكملها، بينما يضيف دمج محتوى المنشئين طبقة من التوصيات الأصيلة التي مصدرها الخبرات البشرية.

2.1-Geovea AI : هي منصة مُدعّمة بالذكاء الاصطناعي تُقدّم توصيات مُخصّصة، وإدارة سلسة لمسار الرحلة، وتحديثات فورية. صُمّمت هذه المنصة، حيث تُبسّط عملية الحجز وتُلبّي احتياجات المسافرين الباحثين عن تجارب محلية فريدة. تشمل الأدوات المعزّزة بالذكاء الاصطناعي مُولّد أفكار الرحلات، الذي يُقدّم اقتراحات سفر مُخصّصة بناءً على تفضيلات المستخدم، ومُخطّطات مسارات الرحلات للرحلات الفردية والمتعددة الوجهات – مع مُعالجة ما يصل إلى 25 موقعًا مع مراعاة ظروف النقل والطرق. يعمل روبوت الدردشة الذكي الخاص بها كمساعد سفر افتراضي، مُقدّمًا توصيات فورية، ومُجيبًا على الاستفسارات بلغات مُتعددة، ومُحسّنًا تفاصيل الرحلة في الوقت الفعلي. بفضل الخرائط المتقدّمة وتخطيط المسارات، يُمكن للمستخدمين تصوّر مسارات الرحلات المعقّدة بسهولة. كما يُعزّز الذكاء الاصطناعي من Geovea التخصيص من خلال تكييف التوصيات بناءً على التفضيلات المحفوظة، مما يسمح للمستخدمين بتعديل الرحلات ديناميكيًا. من خلال أتمتة إنشاء خط سير الرحلة واكتشاف السفر، تعمل Geovea على تقليل وقت التخطيط بشكل كبير.(Mathews, 2025)

والجدول التالي يوضح أهم المؤسسات الناشئة العاملة في قطاع الساحة الذكية.

الجدول 1: أهم المؤسسات الناشئة في مجال السياحة الذكية دوليا

اسم المؤسسة الناشئة	العمل في مجال السياحة الذكية	التقنيات الرئيسية المستخدمة
Mindtrip	تخطيط سفر وتوصيات مخصصة مدعومة بالذكاء الاصطناعي	الذكاء الاصطناعي
FLYR	منصة إدارة إيرادات مدعومة بالذكاء الاصطناعي لشركات الطيران والفنادق	الذكاء الاصطناعي، التعلم الآلي
Geovea AI	منصة تخطيط سفر فاخرة مدعومة بالذكاء الاصطناعي للمستشارين	الذكاء الاصطناعي
Maya AI	مساعد ذكاء اصطناعي لشركات السفر للتفاعل مع العملاء المحتملين	الذكاء الاصطناعي
Levee AI	منصة ذكاء تشغيلي مدعومة بالذكاء الاصطناعي للفنادق	الذكاء الاصطناعي، رؤية الكمبيوتر، إنترنت الأشياء
iWander	أدلة سفر داخل الوجهات مدعومة بالذكاء الاصطناعي والواقع المعزز	مدعومة بالذكاء الاصطناعي والواقع المعزز الذكاء الاصطناعي، الواقع المعزز
Navan (TripActions)	منصة متكاملة لإدارة سفريات ومصروفات الشركات مدعومة بالذكاء الاصطناعي	لذكاء الاصطناعي، التعلم الآلي

المصدر: من اعداد الباحثتين اعتمادا على: 10 AI Startups That Are Changing How You Book, Fly, and Stay ، تم الاطلاع عليه: 18-03-2025(بتصرف).

من خلال الجدول أعلاه؛ يتضح جليا أن هناك تنوع أكبر في أنواع الحلول التي تقدمها المؤسسات الناشئة في هذا مجال السياحة الذكية، حيث تغطي مجالات مثل إدارة الإيرادات المدعومة بالذكاء الاصطناعي كشركة(FLYR) ، ومساعدي السفر الافتراضيين مثل ما هو في شركة (Maya AI)و(Mindtrip)، وإنترنت الأشياء في مجال الضيافة في شركة (Levee AI) ، والواقع المعزز والافتراضي لتجارب غامرة من خلال ما تقدمة شركة(iWander)، وإدارة سفريات الشركات بالنسبة لشركة Navan.

2- مؤسسات ناشئة ناجحة في السياحة الذكية عربيا

هناك العديد من المؤسسات الناشئة التي أثبتت جدارتها واحتلت مراتب أولى من خلال الابتكارات الثورية والمثيرة للاهتمام في مجال صناعة السفر والسياحة من قبل رواد الأعمال فيها، ويمكن أن نذكر المثالين التاليين:

1.2-مؤسسة دارما الإماراتية للسياحة والسفر: تم إطلاق دارما في عام 2018 من قبل فريق عمل رائد في مجال السياحة، وتعتبر هي الشركة ناشئة في مجال تكنولوجيا السفر تسمح للمؤثرين والشركات الكبرى ببناء علامات تجارية حديثة ومثيرة في مجال صناعة السفر، تلبي احتياجات تلك الصناعة المتغيرة التي تأثرت بسبب كوفيد 19 والتوقعات المتغيرة للمستهلكين.

وقد كانت دارما واحدة من أولى الشركات الناشئة التي تم قبولها في برنامج المنصة 71 التابع لشركة مبادلة، حيث انتقل فريقها المؤسس إلى أبوظبي من نيويورك ومراكش. وقد عملت دارما حتى الآن مع أسطورة رياضة كرة القدم وقائد مانشستر يونايتد السابق، إريك كانتونا، ومعCulture Trip ، وهي نشرة إعلامية دولية تعنى بالسفر والسياحة، ومع Bitso، وهي شركة يونيكورن (أي شركة ناشئة خاصة تبلغ قيمتها فوق البليون دولار) للعملات المشفرة، ومعEquinox ، والتي تمثل علامة تجارية عالمية فاخرة في مجال اللياقة البدنية . (https://www.seekdharma.com/our-team/, n.d.)

2.2-شركة ViaVii القطرية: منصة الكترونية وبرنامج لإدارة الحجوزات يسهل التواصل بين مقدمي التجارب والمرشدين السياحيين والمسافرين حيث تمكنهم من تخطيط وتنظيم خدماتهم اللوجستية السياحية رقميا، وتقديم تجارب برامج رحلات شخصية تناسب تفضيلات كل مسافر باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي والتعلم الالي لإنشاء مسارات رحلات مخصصة، مما يعزز السياحة ويجعل الاستكشاف الثقافي اكث ر سهولة وتفاعلا. (https://viavii.com/, n.d.)

3.2-شركة المطار Matar: هي شركة سعودية متخصصة في مجال السياحة والسفر، تأسست سنة 2019 تعمل عبر منصاتها الالكترونية التي تشمل تطبيقات الهاتف المحمول وموقع الإنترنت. وتستخدم الذكاء الاصطناعي حيث نسعى لتقديم تجربة سفر ممتعة من خلال تسهيل عمليات حجز والرحلات الجوية والفنادق وتعتبر من اهم المؤسسات الرائدة في الشرق الأوسط وتستحوذ على حصة سوقية كبيرة من سوق السفر والسياحة المتنامي في المنطقة(https://almatar.com/ar/about-us/, n.d.) .

إضافة الى المؤسسات الناشئة المذكورة، الجدول التالي يلخص أهم المؤسسات الناشئة العاملة في قطاع الساحة الذكية في الوطن العربي.

الجدول 2: أهم المؤسسات الناشئة في مجال السياحة الذكية عربيا

اسم المؤسسة الناشئة	سنة وبلد التأسيس	العمل في مجال السياحة الذكية	التقنيات الرئيسية المستخدمة
Turismo	قطر 2020	تطبيق ومنصة محلية لحجز التذاكر عبر الإنترنت، وتقديم تجارب السفر والترفيه الحقيقية والافتراضية لكل من السياح والوافدين في الدول.	الذكاء الصناعي والواقع المعزز، والمتاح لأنظمة (**iOS**) و (**Android**)أكثر من ألف عملية تنزيل على متجر (**Google Play**)، وأكثر من 8 آلاف على متجر (**App Store**)
Gathern	السعودية 2017	سوق تأجير مساحات سكنية وبيوت العطلات (**P2P**) من المالك مباشرة الى المستأجر	منصة/سوق إلكتروني، تطبيقات محتملة
NomuHub	عُمان 2017	تنظيم رحلات تجمع بين استكشاف الوجهات (زنجبار، المغرب، كينيا، إلخ) والعمل التطوعي (تنمية مجتمعية، بناء مدارس، معسكرات طبية).	منصة تنظيمية، التركيز على النموذج وليس التكنولوجيا المتقدمة

المسافر (Almosafer)	السعودية	كالة سفر ومنصة حجوزات تهدف الى تحسين تجربة المستخدم في البحث عن الرحلات والتخطيط للعطلات باستخدام الذكاء الاصطناعي	**ChatGPT**للمساعدة في البحث والتخطيط، تختبر البحث الصوتي ب AI

المصدر: من اعداد الباحثتين اعتمادا على:

https://www.forbesmiddleeast.com/ar/innovation/startups/mena-tourism-startups ، تم الاطلاع عليه في: تم الاطلاع عليه: 17-03-2025 (بتصرف).

من خلال الجدول أعلاه؛ نلاحظ أن قطاع السياحة في العالم العربي يبرز بشكل كبير دور المؤسسات الناشئة كقوى دافعة للابتكار مستفيدة من التكنولوجيا بأشكال مختلفة تسعى وبشكل حثيث من أجل تلبية توقعات السواح المتطورة والمتغيرة، فكل من هذه المؤسسات تستخدم الذكاء الاصطناعي وتقنياته المختلفة كأدوات لرقمنة القطاع وجعله أكثر حيوية وملامسة للحاجات والرغبات والتطلعات

3.نماذج لمؤسسات ناشئة وطنية في صناعة السياحة الذكية

اكتسبت المؤسسات الناشئة اهتماما متزايدا في الجزائر خاصة مع انشاء وزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة والمؤسسات المصغرة، وهذا ما يعكس مدى إدراك الحكومة لدورها الحيوي في دفع عجلة التنمية ودعم الاقتصاد الوطني وخاصة قطاع السياحة، وذلك بفضل قدرتها على خلق الثروة والقيمة المضافة وإيجاد الحلول الابتكارية التي تساهم في صناعة السياحة الذكية. وفيما يلي سنقدم مجموعة من الشركات الناشئة الوطنية التي تساهم بشكل فعال في صناعة السياحة الذكية في الجزائر.

1.3-شركة Yassir: هي مؤسسة ناشئة تأسست سنة 2017، اختصت هذه المؤسسة في تقديمة خدمة نقل مبتكرة يمكن استخدامها عن طريق تطبيق في الهاتف الذكي، إذ يعمل هذا التطبيق كوسيط بين الزبون الذي يرغب في التنقل المريح وبين السائق الذي يرغب في تقديم هذه الخدمة، بالإضافة إلى خدمة التوصيل الجماعي والرحلات السياحية والفعاليات الخاصة. ويمنح التطبيق للمستخدم حرية اختيار السائق المناسب مع امكانية تحديد التسعيرة مسبقا في أي مكان وفي أي وقت والتحرك بأمان ويسر. وتقدم شركة يسير إضافة إلى خدمات نقل الأفراد، خدمات التجارة الالكترونية، خدمات توصيل (الطعام، البقالة والطرود) عن طريق خدمة "Yassir Expresse". كما تقدم الشركة خدمة التتبع والمتابعة للشحنات والطلبيات من خلال تقنية التتبع الحي لمعرفة مكان وحالة الشحنة في الوقت الفعلي. وتقدم الشركة أيضا خيارات الدفع عبر الانترنت. وتساهم الخدمات التي تقدمها شركة YASSIR في توفير خدمات النقل الذكي للأفراد وهذا ما يعزز من صناعة السياحة الذكية بالجزائر؛

2.3-شركة Algeria virtual travel: تأسست سنة 2024، وصممت أول منصة رقمية في الجزائر حول السياحة الافتراضية باستخدام تقنيات VR، تقترح المنصة جولات افتراضية 360^0 للعديد من الأماكن السياحية بالجزائر، التي يمكن للسائح من خلالها اختيار الوجهة السياحية التي يرغب في زيارتها ومشاهدة جميع مميزاتها وأخذ انطباع أولي عنها قبل زيارتها فعليا أو الاكتفاء بجولة سياحية افتراضية للأماكن التي ربما لا يمكن للسائح الوصول اليها. كما تتيح المنصة المجال للوكالات السياحية بتقديم عروضهم السياحية وتتيح للسائح أيضا إمكانية برمجة جولاته السياحية. توفر المنصة كذلك رزنامة للمناسبات الثقافية والسياحية والفعاليات المختلفة في كل الولايات. وتساهم هذه المنصة في ابراز الثروة الثقافية والسياحية للجزائر وتشجيع السياحة الداخلية بها واستقطاب السياح الأجانب عبر الترويج للجزائر كوجهة سياحية متنوعة باستعمال التقنيات الرقمية والذكاء الاصطناعي، حيث يمكن لكل شخص يرغب في اكتشاف الجزائر وما تزخر به من أماكن سياحية كالصحراء، الشواطئ، المتاحف والمعالم التاريخية أن يجد ذلك بالصورة والصوت من خلال زيارات افتراضية ومقالات ومجلات خاصة تسمح له باختيار وجهته السياحية بكل سهولة وتوفر له المعلومات على مدار 24 ساعة؛

3.3-شركة Dzair glamping: تأسست سنة 2023 و قدمت مشروع مبتكر و هو الخيمة الذكية، و هي نوع من أنواع الإقامة السياحية. تتضمن الخيمة تقنية "المنزل الذكي" داخلها وذلك لتعزيز تجربة التخييم لمحبي التخييمات والرحلات الاستكشافية. و تجمع هذه الخيمة بين عناصر التخييم التقليدية و الابتكارات الحديثة لتوفير الراحة و الرفاهية لمستخدميها، بحيث تشتمل على مجموعة من لأجهزة و الأنظمة الذكية التي يمكن التحكم فيها عن بعد، كما أنها مجهزة بمصادر للطاقة المتجددة و خيارات ال Wifi . وتساهم هذه الخدمة في جعل التخييم أكثر متعة وراحة للسياح الداخليين والأجانب وتعزز من مساهمة المؤسسات الناشئة في صناعة السياحة الذكية.

4.3-منصة E.rehlati: تأسست الشركة سنة 2022، و هي تقدم تطبيق الكتروني لحجوزات السفر عبر الانترنت، يسمح للمسافرين البحث و حجز التذاكر بسهولة و في أي وقت و من أي مكان. يوفر التطبيق العديد من المعلومات اللازمة و الدقيقة عن الرحلات لكل وسيلة

نقل (الحافلات، القطارات، الرحلات الجوية و السيارات الجماعية، الجداول الزمنية للرحلات
و ذا الأسعار. وتستخدم الشركة تقنيات الذكاء الاصطناعي بهدف تحسين خدمات النقل في الجزائر وتيسير عمليات الحجز وتوفير الوقت والجهد والمال للمسافرين من خلال الحجز الالكتروني دون عناء التنقل إلى المحطة.

V. الخلاصة

في الختام؛ يتضح جليا الدور المحوري والحاسم الذي تلعبه المؤسسات الناشئة –مهما كان مجال تخصصها–، لا سيما تلك المعتمدة على التكنولوجيا المتقدمة، في إعادة تشكيل ملامح صناعة السياحة المعاصرة ودفعها نحو آفاق "السياحة الذكية". حيث لم تعد هذه المؤسسات مجرد مؤسسات جديدة أو ناشئة في السوق، بل أصبحت المحرك الأساسي للابتكار والابداع، من خلال قدرتها على أن تعيد ابتكار قواعد السياحة والضيافة لتلبية احتياجات المستهلكين تقديم حلول مبتكرة تلبي الاحتياجات المتغيرة للسائحين العصريين ومعالجة التحديات البيئية مساهمة في تعزيز كفاءة واستدامة الوجهات السياحية.

إن تضافر جهود رواد الأعمال الشغوفين مع الإمكانيات الهائلة التي توفرها التقنيات الحديثة كالذكاء الاصطناعي وإنترنت الأشياء والواقع المعزز، قد أثمر عن تجارب سياحية أكثر ثراءً وتخصيصًا وتفاعلية. كما أكد التحليل على أن نجاح هذه المنظومة لا يقتصر على براعة المؤسسات الناشئة وحدها، بل يعتمد بشكل كبير على وجود بنية تحتية داعمة ضمن "مدن ذكية"، وعلى بيئة تنظيمية وتمويلية محفزة، وعلى وعي مجتمعي وتعاون وثيق بين كافة الأطراف الفاعلة في القطاع.

إن الأمثلة الدولية والعربية والوطنية التي تم استعراضها ليست سوى دليل ملموس على الإمكانيات الواعدة لهذه المؤسسات وقدرتها على إحداث تغيير حقيقي. وعليه، فإن الاستثمار في هذه المؤسسات الناشئة ودعم تحول القطاع السياحي نحو الذكاء لا يمثل مجرد اتجاه حديث، بل هو ضرورة استراتيجية لبناء مستقبل سياحي مزدهر ومستدام، قادر على المنافسة عالميًا وتلبية تطلعات السياح في العصر الرقمي.

انطلاقا مما سبق؛ يمكن استخلاص بعض التوصيات التي نرى بأنها ضرورية ووجب أخذها بعين الاعتبار:

- تشجيع رواد الاعمال الجزائريين على انشاء مؤسسات سياحية وذلك بتزويدهم بالتسهيلات الممكنة في إطار تنظيمي مناسب؛
- تكليف المؤسسات الناشئة بإيجاد الحلول الذكية والابتكارية للمشاكل التي تواجه صناعة السياحة (حلول لإدارة الحشود في الوجهات السياحية المكتظة، تسيير النفايات في المواسم السياحية، تتبع الأمتعة والأشياء المفقودة...الخ)؛
- ضرورة عمل المؤسسات الفاعلة في النشاط السياحي على مواكبة التطورات التكنولوجية وإدماجها في تقديم الخدمات السياحية بغية الوصول إلى صناعة سياحة ذكية بالجزائر؛
- التنسيق بين أصحاب المصالح في القطاع السياحي لتسهيل تبادل المعلومات والتعاون والشراكة في بناء صورة الوجهة السياحية الجزائرية كوجهة ذكية؛
- الاهتمام بالمدن والعمل على ادماج التكنولوجيا في بنيتها التحتية وذلك بهدف تحويلها إلى مدن ذكية. والاهتمام بشكل خاص بالمدن التي تتمتع بعوامل جذب سياحي؛
- الاستثمار في البحث والتطوير من خلال دعم الأبحاث المتعلقة بتأثير التقنيات الجديدة على سلوك السائح وتنافسية الوجهات السياحية لتوجيه الابتكارات المستقبلية؛
- نشر الوعي بأهمية السياحة الذكية وهذا لا يتأتى إلا من خلال تكثيف الجهود لرفع مستوى الوعي لدى المجتمع الجزائري والفاعلين في القطاع السياحي بأهمية التحول نحو السياحة الذكية وفوائدها الاقتصادية والاجتماعية؛
- توفير بيئة تشريعية وتمويلية داعمة ووضع سياسات وتشريعات مرنة ومحفزة لنمو المؤسسات الناشئة في قطاع السياحة الذكية، وتسهيل وصولها إلى مصادر التمويل المختلفة.

– الإحالات والمراجع:

4. 1. Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. Tourism Management, 97-116.
5. 2. Buswari Muhammed ،Budhi Irawan Cahya ،Priyanto Eddy و ،Ferry Ananda Anton . .(2024)The complete guide to the Tourism Industry: Strategies and competencies to become a successful tourism entrepreneur and manager .Indonesia: PT.Frost Yunior.
6. 3. Demitrios Buhalis و ،Aditya Amaranggama .(2015) .Smart tourism destination enhancing tourism experience through personalisation of services .(.springer international publishing Switzerland.
7. Dias, Á., Rosario , R., & Hallak, R. (2023). Nascent entrepreneurship: a critical perspective and research agenda in tourism and hospitality. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 35(7), 2527-2544. doi:10.1108/IJCHM-07-2022-0853
8. Dr. Fadhila Amor .(2022) .The tourism industry in Algeria and its mechanisms of developement . Humanization Journal for researches and studies.(02)13 ،
9. Fu, H. O., Wu, F., & Köseoglu, M. (2019). entrepreneurship research in hospitality and tourism. International Journal of Hospitality Management, 78, 1–12.
10. GVR Stastry و ،Sushil .(2018) .Tourism industry depends on the technological integration . Journal of Tourism & Hospitality.(4)7 ،
11. Hallak, R., Brown, G., & Lindsay, N. (2012). The place identity – performance relationship among tourism entrepreneurs: a structural equation modelling analysis. Tourism Management, 33(1), 143-154.
12. https://almatar.com/ar/about-us/. (n.d.). https://almatar.com/ar/about-us/.
13. https://viavii.com/. (n.d.). *https://viavii.com/*.
14. https://www.seekdharma.com/our-team/. (n.d.). *https://www.seekdharma.com/our-team/*.
15. Kumar Pandey Udit و ، Kumar Fulara Yogesh .(2013) .Tourism industry: New managerial practices & technology implementation(India) .*International Journal of trends in economies management & technology* ،*II*)I.(
16. KUMAR, G. P. (2018, March). Indian Startups- Issues, Challenges And Opportunities. *Conference: Indian Startup Ecosystem- Challenges and OpportunitiesAt: Hyderabad*. Retrieved 02 10, 2025, from https://www.researchgate.net/publication/323855305_INDIAN_STARTUPS-_ISSUES_CHALLENGES_AND_OPPORTUNITIES
17. Mathews, A. (2025, 02 13). 10 AI Startups That Are Changing How You Book, Fly, and Stay. Retrieved from aimresearch: https://aimresearch.co/ai-startups/10-ai-startups-that-are-changing-how-you-book-fly-and-stay
18. Omer Sari و ،Halime Goktas Kulualp .(2020) .Smart tourism, smart cities and smart destinations as knowledge management tools .375 .doi:DOI: 10.4018/978-1-7998-1989-9.ch017
19. Organization Unated National World Tourism UNWTO .(2021) .Travel and Tourism Tech Startup Ecosystem and Investment Landscape .Madrid, Spain: World Tourism Organization.
20. Pam Lee ،William Cannon Hunter و ،Namho Chung .(2020) .Smart tourism city: Developments and transformations .Sustainability.5 ،(3958)12 ،
21. Patel, D., Chandola, V., & Bhat, S. (2023). Smart Tourism Market. Retrieved from https://dataintelo.com/report/global-smart-tourism-market
22. Pinar Yalçinkaya ،Lutfi Atau و ،Halil Korkmaz .(2018) .An evaluation on smart tourism . China-USA Business Review.310 ،(6)17 ،
23. Rashid, H. A. (2023). An Overview of the Tourism Entrepreneurship. Travel and Tourism. Retrieved 03 22, 2025, from https://limbd.org/an-overview-of-the-tourism-entrepreneurship/

24. Suder, M., Duda, J., & Kusa, K. (2024). At the crossroad of digital and tourism entrepreneurship: mediating effect of digitalization in hospitality industry. European Journal of Innovation, 27(4), 1460-1060. doi:10.1108/EJIM-08-2022-042
25. Vongvisitsin, T. B., & Tung , V. W. (2025, February). Technology start-ups in tourism and hospitality: A networked social capital theory perspective from early-stage start-up founders. Tourism Management, 106. doi:https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.104996
26. Yuwen Zhang ،Marios Sotiriadis و ،Shiwei Shen .(2022) .Investigating the impact of smart tourism technonlogies on tourists'experiences .sustainability.3-2 ،(3048)14 ،

27. أ. مصطفى يوسف كافي. (2009). *صناعة السياحة و الأمن السياحي*. دمشق، سوريا: دار رسلان للطباعة و النشر و التوزيع .
28. جليلة العبداوي. (2023). دور المؤسسات الناشئة في تعزيز السياحة الرقمية و الذكية في عصر الذكاء الاصطناعي. *مداخلة مقدمة في في إطار فعاليات الملتقى الدولي: الاتصال الرقمي كآلية لتنمية السياحة في الجزائر*. جامعة باتنة.
29. حكيم بناولة، و سهام حجاج محمد. (2022). تأثير الإبداع الالكتروني على سلوك السائح ضمن السياحة الذكية. *دراسات اقتصادية، 16*(1)، 65.
30. ذهبية بلعيد، و مليكة كركار. (2021). التوجه نحو السياحة الذكية كآلية من آليات التنمية المستدامة(التجربة الاماراتية نموذجا). *مجلة الإبداع، 11*(02)، 168.
31. زهية بوتغرين، و كمال عايشي. (2020). من المدن الذكية الى السياحة الذكية. *مجلة دراسات و أبحاث المجلة العربية للأبحاث و الدراسات في العلوم الإنسانية و الإجتماعية، 12*(04)، 66.
32. سمير جبيل، و نسيمة لخضاري. (2023). الوجهات السياحية الذكية و اعتماد تطبيقات الذكاء الاصطناعي (دراسة حالة دبي). *مجلة الادارة و التنمية للبحوث و الدراسات، 12*(01)، 348.
33. عبد الرحمان بن محمد الحسن أحمد. (2023). المدن الذكية تعزيزا للسياحة الذكية المستدامة. *مجلة علوم المدينة، المحيط و الأقاليم*(05)، 25.
34. لويزة خلفة ساهل، و أسامة سنوسي. (2024). تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة السياحة و السفر(تحول جديد في الرحلات و الاقامة، دراسة حالة فنادق سويسرا). *مجلة القانون و العلوم البيئية، 03*(01)، 17.
35. معتز حميد رحيم الخزعلي ، و علي عبد حسين الدليمي. (2024). السياحة الذكية و انعكاسها على جودة الخدمة السياحية: دراسة استطلاعية تحليلية لعينة من السائحين في محافظة النجف الأشرف. *مجلة الغري للعلوم الاقتصادية و الادارية، 20*(عدد خاص)، 2393.
36. مليك صكاك، و عبد الغفار غطاس. (2024). الحلول الرقمية في القطاع السياحي بالجزائر، التطبيقات و المنصات الالكترونية أنموذجا. *مجلة الباحث الاقتصادي، 11*(01)، 466.
37. نورة راقم. (2021). الابتكار في المؤسسات الناشئة لدعم النشاط السياحي في الجزائر: بين الواقع و المأمول. *مجلة الابداع، المجلد 11*(01).