

البراعة التسويقية للفنادق الايكولوجية ومساهمتها في تحقيق الاستدامة في السياحة "دراسة حالة: فندق دارزغوان الايكولوجي - بتونس"

The marketing ambidexterity of eco-hotels and their contribution to achieving sustainability in tourism "Case study: Dar Zaghouan Eco-Hotel - Tunisia"

ط.د. العقون كريمة¹؛ أ.د. طبائية سليمة²

¹ جامعة 8 ماي 1945 قالمة، مخبر تنوع ورقمنة الاقتصاد الجزائري، ellaggoune.karima@univ-guelma.dz

² جامعة 8 ماي 1945 قالمة، مخبر التنمية الذاتية والحكم الرشيد، tebaibia.salima@univ-guelma.dz

تاريخ الاستلام: 2024/08/10 تاريخ القبول: 2024/11/01 تاريخ النشر: 2025/03/31

ملخص:

تهدف هذه الدراسة لمعرفة مدى مساهمة البراعة التسويقية للفنادق الايكولوجية في تحقيق الاستدامة في السياحة؛ ولتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي بإجراء مقابلة في فندق دارزغوان باعتباره اول فندق ايكولوجي بتونس. وقد تم التوصل الى أن اعتماد فندق دارزغوان لأبعاد البراعة التسويقية جعله رائدا في مجال السياحة المستدامة والبديلة وساهم بالتزامه بالسياحة المسؤولة من خلال استخدام المنتجات المحلية ودعم المشاريع الاجتماعية المستدامة، وحصوله على شهادة المفتاح الاخضر. **كلمات مفتاحية:** براعة تسويقية؛ فنادق ايكولوجية؛ سياحة مستدامة؛ سياحة مسؤولة.

Abstract:

This study aims to know the role of the marketing ambidexterity of eco-hotels in achieving sustainability in tourism. To achieve the objectives of the study, we relied on the descriptive analytical method by conducting an interview at the Dar Zaghouan Hotel, as it is the first ecological hotel in Tunisia.

It was concluded that Dar Zaghouan Hotel's adoption of the dimensions of marketing ambidexterity made it a pioneer in the field of sustainable and alternative tourism and contributed to its commitment to responsible tourism through the use of local products and support of sustainable social projects, as it obtained the Green Key certificate.

Keywords: *marketing ambidexterity; Eco-hotels; sustainable tourism; Responsible tourism.*

1. مقدمة :

رغم أهمية السياحة في الاقتصاد العالمي الا انه من المعتقد على نطاق واسع انها مثل العديد من الصناعات الاخرى تتمتع ايضا بسمة غير مرغوبة وهي التدمير الذاتي "السياحة تقتل السياحة" حيث قد تتفوق اثارها السلبية الغير مرغوبة على اثارها الإيجابية وهذا في غياب التدخلات المناسبة من قبل الحكومة وأصحاب المصلحة الآخرين (Gantait et al., 2022, p. 01)، لذلك ارتفعت الاصوات الداعية الى ضرورة التزام القطاع السياحي بمبادئ الاستدامة ليظهر مفهوم السياحة المستدامة؛ فأصبح الزاما على المؤسسات الناشطة في القطاع السياحي ومن بينها الفنادق اتباع استراتيجيات تساعد على التقليل من هذه الاثار السلبية وتساهم في الاستدامة. حيث تعتبر هذه الدراسة ان اعتماد الفنادق عامة والايكولوجية خاصة على استراتيجيات البراعة التسويقية من شأنه أن يساعدها على مواجهة التحديات والتكيف مع البيئة وتحقيق التفوق التنافسي والبقاء الدائم من خلال استغلال ما هو متاح من فرص والبحث عن اخرى جديدة بطريقة تخدم الاجيال الحالية والمستقبلية وتلبي احتياجات الزوار والصناعة والبيئة والمجتمعات المضيفة وتحقق مفهوم السياحة المستدامة المسؤولة.

إشكالية الدراسة:

على ضوء ما سبق يمكننا طرح الإشكالية التالية:

ما مدى مساهمة البراعة التسويقية لفندق دارزغوان بتونس في تحقيق الاستدامة في السياحة؟

فرضيات الدراسة:

وللإجابة على إشكالية الدراسة قمنا بوضع الفرضيات التالية:

- يعتمد فندق دارزغوان بتونس على تطبيق أبعاد البراعة التسويقية؛
- يعتمد فندق دارزغوان بتونس على تطبيق معايير الاستدامة؛
- تعد البراعة التسويقية للفنادق الايكولوجية أحد مداخل تحقيق الاستدامة في السياحة.

أهداف الدراسة:

نهدف من خلال هذه الدراسة الى:

- التعرف على مفهوم البراعة وما له من أهمية في قدرته على استكشاف واستثمار الفرص؛
- توسيع الرؤية حول الفنادق الايكولوجية وما تحمله من مميزات وممارسات مع إمكانية الاستفادة من تجارب الدول الرائدة؛
- ابراز دور البراعة التسويقية للفنادق الايكولوجية في تحقيق الاستدامة في السياحة.

أهمية الدراسة:

- تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية المفاهيم التي تعالجها ويمكن توضيح ذلك في:
- التعرف على أهمية البراعة التسويقية في الفنادق الايكولوجية في تحقيق مبدأ الاستدامة؛
 - دور البراعة التسويقية في مواجهة التحديات والأخطار البيئية وتحقيق الاستدامة؛
 - زيادة الوعي لدى الافراد والمؤسسات السياحية بضرورة الحفاظ على البيئة.

منهجية الدراسة:

للإجابة على إشكالية الدراسة المطروحة تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي لاستعراض المفاهيم النظرية وتحليلها وكذا منهج دراسة الحالة من خلال اجراء مقابلة مع مالك الفندق وكذا مسؤول التسويق بفندق دارزغوان بتونس.

الدراسات السابقة:

دراسة "فاطمة باسم فاضل" و"فراس محمد العامري" بعنوان "تأثير البراعة التسويقية في الميزة التنافسية المستدامة" مقال بمجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعية، العدد الثاني والسبعون -2023م-، جامعة بغداد. هدفت هذه الدّراسة الى تشخيص نوع ومستوى تأثير البراعة التسويقية في الميزة التنافسية المستدامة، حيث تمّ إجراء هذه الدّراسة على عيّنة من مدراء الأقسام والفروع ومعاوني مدراء الأقسام ومسؤولي الشعب وموظفي قسم التخطيط والتسويق ورجال البيع في شركة التأمين الوطنية في بغداد، مكوّنة من 66 فرداً وتم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS)، وتوصلت الدّراسة إلى مجموعة من التّائج أهمها تعد البراعة التسويقية وسيلة فاعلة لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة.

الدراسة الثانية:

دراسة "حدة متلف" و"سميرة صالح" بعنوان "الفنادق الخضراء في الجنوب الجزائري بين المعايير التراثية والاستدامة البيئية" مقال بمجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد 31/المجلد 19-2023م-، جامعة الجزائر. هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الممارسات الخضراء للفنادق الصحراوية في الجنوب الجزائري، حيث تم اختيار 04 فنادق خضراء بالجنوب الجزائري (فندق إجداغ تور بورقلة، فندق دار ماء الورد بالمنيعه، فندق أغلان برادياس بغرداية، وفندق تينيري بجانت)، وعلى مستوى كل فندق تم استخدام المقابلة المفتوحة والملاحظة للتأكد من الممارسة الفعلية للممارسات الخضراء ومدى مساهمتها في التنمية السياحية المستدامة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن فندق تينيري بجانت وفندق دار ماء الورد بغرداية وأغلان برادياس بغرداية وفندق إجداغ تور بورقلة يتميزون بممارسات خضراء عالية لكن بشكل متفاوت ويساهمون في التنمية السياحية المستدامة للمناطق الصحراوية بشكل كبير.

2. الإطار المفاهيمي للبراءة التسويقية

1.2 مفهوم البراءة التسويقية:

ظهر مصطلح البراءة لأول مرة من قبل الباحث "Duncan، 1976" وتعود جذورها الأدبية ومرتكزاتها الفكرية المفاهيمية لكتاب "Orli & Tushman, 1996" و "Stoker, 1961" وبحوث الإدارة الكلاسيكية لكل من "March & Simone, 1958"، فالبراءة هي تلك المهمة التي تقوم في الوقت نفسه بإيجاد ابتكارات تدريجية عن طريق استثمار كفاءاتها وقدراتها وتقنياتها مع إنشاء أسواق ومنتجات جديدة عن طريق نشر الموارد الاستكشافية وأنشطة الابتكار التجريبية التي تعتمد القدرات الحالية أو تتطلب إمكانيات جديدة، من هنا ظهرت اصطلاحات ومفاهيم جديدة لتبلي هذه التطورات ومنها البراءة التسويقية وتهدف إلى الابتعاد عن النماذج الكلاسيكية لغرض الابتكار والاتجاه نحو إدارة الانضباط التسويقي المبني على البحث والتطوير في تسويق المنتجات التي تلي متطلبات السوق (الأسدي جاسم و جبار ندوش الفيلى، بدون سنة نشر، صفحة 190). ويرى (الشمري، 2019) أنها قدرات خاصة لتحقيق الأهداف المتضاربة من خلال الإدارة الماهرة للأنشطة المختلفة. كما تم تعريف البراءة من قبل العديد من الباحثين في مجالات وظيفية مختلفة، ويتفق معظمهم على أن جوهر البراءة هو العمل على تحسين قدرة المنظمة على

استكشاف واستغلال الموارد الداخلية والخارجية في وقت واحد للتكيف مع التغيرات في سوق المنظمة المستقبلي (THABIT، 2021، صفحة 292).

وعرفها (Ahmed و Ismail، 2019، صفحة 257) على أنها القدرة على الاستغلال والاستكشاف بصورة حركية مستمرة خصوصاً عندما تعمل المنظمات في بيئات متغيرة وغير مؤكدة، إذ تكمن قدرة البراعة من شعور المنظمات في تحديد وتقييم الفرص والتهديدات في بيئة الاعمال، واستغلال وتجميع وحشد الجهود والموارد لمواجهة التهديدات والمنافسة.

وعرفتها "سناء جاسم محمد" على أنها: " استراتيجية الفن في إدارة التوازن بين القدرات التسويقية الاستكشافية والاستغلالية التي تمتلكها المنظمة، فضلاً عن ذلك تعد القدرة في استعمال الموارد النادرة المتاحة ورأس المال الفكري لاستكشاف الفرص الجديدة واستغلالها للبقاء في البيئة الخارجية يضاف الى ذلك بناء علاقات طويلة الاجل مع الزبون" (سناء جاسم، 2023، صفحة 67)

2.2 أهمية البراعة التسويقية

أصبحت البراعة التسويقية تكتسب أهمية بالغة للمنظمات السياحية نظراً للدور المهم الذي تؤديه من أجل بقاء واستمرار المنظمة في بيئة شديدة المنافسة (سويبي، 2012)، وتكمن أهمية البراعة التسويقية من خلال إمكانات ومهارات الأفراد والمديرين في الإدارة العليا وقدرتهم على تحديد المقدرات المتفوقة التي تمتلكها المنظمة لإنجاز المهام والعمل (فاضل باسم و محمد العامري، 2023، صفحة 54).

علاوة على ذلك (حسن مرعي و محمود حامد الملاحسن، 2021، صفحة 47):

- تحقيق النجاح للمنظمات على المدى البعيد من خلال التوازن بين استكشاف الفرص واستغلالها وانعكاس ذلك على مؤشرات الاداء بشكل إيجابي؛
- تمنح منظمات الاعمال مجموعة من الخيارات لتوليد النتائج المهمة حول ادارة التناقضات والتوترات في التعامل الحالي والمستقبلي لتحقيق الأمثلية والابداع؛

- تمكن منظمات الاعمال في تنوع مهاراتها في الجمع بين الفرص الحالية والرؤى المستقبلية في ظل الظروف التي تتصف بدرجة عالية من عدم التأكد البيئي؛
- تساعد المنظمة على تطوير قدراتها للتحويل نحو الفرص الجديدة وكيفية ايجادها في المدى القصير بهدف تحقيق القيمة التي تمثل شرط النجاح الاساسي للمنظمات؛
- مواجهة التحديات البيئية التي تحتم على المنظمة البحث عن السبل الكفيلة بتحقيق النجاح والاستمرار في البيئة.

3.2 أبعاد البراعة التسويقية

1.3.2 استكشاف الفرص:

لتحقيق التميز التسويقي يجب على المنظمات السياحية اتباع القواعد الأساسية لغرض مواجهة التحديات الخارجية التي تؤثر على قدرتها على استكشاف الفرص التسويقية الخارجية وتحقيق الميزة التنظيمية والتنافسية على المدى القصير والمتوسط والطويل. يرى (Haynes & Fearfull, 2008) أن استكشاف الفرص يهدف إلى استخدام البحث والتطوير قبل البدء في أنشطة الاستغلال، مع مراجعة الجوانب التي تهتم بمناقشة طبيعة التجارب الخارجية والتفاعل المباشر بين العاملين في المنظمة السياحية والعميل لاستشعار احتياجاتهم بما يمكننا من تحويلها إلى فرص متميزة يمكن للمنظمة السياحية استغلالها في أوقات أخرى (Radhi، 2022، صفحة 09).

2.3.2 استغلال الفرص:

يرى (Holmqvist & Spicer، 2013) أن استغلال الفرص عبارة عن أسلوب تسويقي واستراتيجي يهدف الى إتباع القواعد والضوابط التنظيمية والتسويقية التي تساعد على مواجهة الصعوبات لتطوير قدرات العاملين باعتبارهم الحجر الأساس للقدرات والقابليات اللازمة لتنفيذ الخطط الاستراتيجية للبحث عن الموارد النادرة والفرص المتوافرة في الزمان والمكان المناسبين لتحسين قدرة المنظمات السياحية على تحقيق نتائج مقبولة والبقاء في المنافسة والعمل على تشجيع العاملين لاستكشاف ممارسات وطرائق جديدة (الياسري حيدر عبود و عبد اللطيف كاظم العامري، 2022).

3. الفنادق الايكولوجية: أسس نظرية

1.3 تعريف الفندق الايكولوجي:

يعبر مصطلح "الفنادق الايكولوجية على: " الفنادق التي تسعى أن تكون أكثر ملاءمة للبيئة وهذا من خلال الاستخدام الفعال للطاقة والمياه والمواد مع توفير خدمات عالية الجودة. يتم الحفاظ على البيئة عن طريق توفير المياه، والحد من استخدام الطاقة، والحد من النفايات الصلبة كما أن لهذه الممارسات الصديقة للبيئة عدة فوائد مثل انخفاض التكاليف والالتزامات، وارتفاع العائد والاستثمارات منخفضة المخاطر، والتدفقات النقدية الإيجابية وزيادة الأرباح وتعزيز ودعم الصحة البيئية. (alexander, 2002, p. 02)؛ ويعتبر مصطلح "الفندق الايكولوجي": اسما تجاريا لمنتج من منتجات صناعة السياحة يستخدم لتحديد هوية نوع من المنشآت السياحية المعتمدة على عنصر الطبيعة (بوشوشة، 2019، صفحة 93).

وحسب دانيال يعد: "الفندق الايكولوجي أو الفندق الأخضر من الاتجاهات الحديثة في السياحة البيئية، ويقوم هذا النوع من الفنادق على ترشيد استهلاك الطاقة التقليدية في الفندق والانتقال إلى الطاقة البديلة (بوشوشة، 2019، صفحة 93)؛ وفي إشارة للسياحة البيئية فقد تم تعريفها على أنها: " السياحة التي تقتضي السفر إلى المناطق الطبيعية المستقرة نسبيا لهدف محدد يتمثل في الدراسة، الإعجاب والاستمتاع بالمناظر الطبيعية ونباتاتها وحيواناتها البرية، بالإضافة إلى أية مظاهر ثقافية ناشئة موجودة في تلك المناطق " (مير وآخرون، 2017، صفحة 767).

وعلى نحو أكثر شمولاً وتفصيلاً تمثل الفنادق الايكولوجية إحدى الاتجاهات الحديثة في السياحة البيئية، التي تعتمد على تطبيق ممارسات من شأنها تقليل الأثر السلبي على البيئة كترشيد استهلاك الطاقة التقليدية في الفندق والانتقال إلى الطاقة البديلة النظيفة، تقنين استخدام المياه بعدة طرق مبتكرة، والالتزام ببعض التعليمات والمقاييس المتعلقة بالتصميم والداخلي والتنفيذ وتدوير المواد والطرق التي يتم بموجبها إدارة ومعالجة النفايات والمخلفات بأنواعها؛ كما أن حرص الفنادق على الاعتماد على الممارسات الصديقة للبيئة في تقديم خدماتها يعتبر الطريقة المثلى وتجربة أساسية لبقاء المناطق السياحية في المنافسة بكفاءة المحافظة على

الموارد الطبيعية والتي تعتبر بمثابة عوامل الجذب الأساسية في السياحة البيئية المستدامة (دشة ودريد، 2018، صفحة 154).

2.3 خصائص الفنادق الايكولوجية:

من بين الخصائص والمميزات الأساسية التي يجب أن تتميز بها الفنادق الايكولوجية والممارسات التي تعتمد على معايير الاستدامة، نذكر ما يلي (مير وآخرون، 2017، صفحة 772):

- الحفاظ على الموارد الطبيعية وكذا البيئة النباتية والحيوانية المحيطة؛
- محاولة العمل مع المجتمع المحلي؛
- تقديم برنامج توضيحي لتثقيف العاملين والسائحين بالبيئة الطبيعية والثقافية المحيطة؛
- استخدام بدائل ووسائل مستدامة للحصول على المياه وتقليل الفاقد منها؛
- الاهتمام بطرق التعامل مع المخلفات الصلبة والصرف الصحي؛
- توفير احتياجاتها من الطاقة من خلال تصميمات طبيعية ومصادر متجددة من الطاقة؛
- استخدام الخامات المحلية والتكنولوجيا التقليدية في البناء كلما أمكن ودمج هذا في نماذج حديثة تحقق استدامة أكبر؛
- يكون لها أقل تأثير ممكن على البيئة الطبيعية المحيطة خلال فترة الإنشاء والتشييد؛
- تكون ملائمة للمحيط الطبيعي والثقافي من خلال الاهتمام بالتكوين وتنسيق الموقع العام والألوان واستخدام العمارة التقليدية السائدة؛
- المشاركة في التنمية المستدامة للمجتمع المحلي من خلال الأبحاث وبرامج التعليم؛
- الحد من الضوضاء داخليا وخارجيا لما لها من اثار نفسية وجسدية تؤدي الى انخفاض إنتاجية الموظفين وكذا رضا الزبائن، مع الحرص على تركيب النوافذ المقللة للأصوات (بوعموشة، 2021، صفحة 322).

3.3 شروط انشاء الفنادق الايكولوجية:

يجب مراعاة الآتي عند التصميم المعماري للفندق البيئي (موقع شركة الفنادق البيئية،

:2023)

- أن يحترم الموارد الطبيعية والثقافية وأن يزيد من قيمة الموارد الطبيعية؛
 - أن يستخدم أبسط تكنولوجيا مناسبة للاحتياجات الوظيفية مستعينا باستراتيجيات حفظ الطاقة؛ وأن يهتم باستخدام الموارد المحلية بالموقع؛
 - أن يتجنب استخدام المواد المستهلكة للطاقة والمؤثرة سلبيا على البيئة؛
 - أن يرشد استخدام الفراغات بأسلوب مرن دون اللجوء للكتل الضخمة؛
 - تقسيم المشروع إلى مراحل تنفيذية ليتيح مراقبة ومتابعة الأثر البيئي لكل مرحلة لتعديل المراحل التالية على ضوءها؛
 - وجود إمكانية للتوسع في المستقبل مع أقل تغيير في الموقع.
- والجدول الموالي يوضح الفرق بين المنشآت السياحية التقليدية والفنادق الايكولوجية. (عباس و بن عويدة، 2021، صفحة 96، 97)

الجدول رقم (01): الفرق بين المنشآت السياحية التقليدية والفنادق الايكولوجية

عناصر المقارنة	المنشأ السياحي التقليدي	الفندق السياحي الايكولوجي
متطلبات السائح	الفخامة	الفخامة المحلية
الأنشطة والتجارب الانسانية	تعتمد على الاسترخاء، انشطه ذات طابع خدمي (ملاعب، حمامات، سباحة، مراكز غوص، صالات رياضية)	تهتم بالأنشطة الطبيعية والترويجية و الثقافية (مشاهدة الطبيعة، الحياة البرية، مخيمات، سفاري)
الطابع والطرز العمراني	عالمي	محلي
ملكية المنشأة	شركات او مجموعات	افراد
اسلوب التخطيط والتصميم	مغلقه ومنعزلة داخل حدود واضحة	مندمجة تماما مع البيئة المحلية ويصعب ملاحظه حدودها

عوامل الجذب	أولاً: الخدمات المقدمة (إقامة، أنشطة/ رفاهيه...الخ)، ثم ما يحيط بالمكان	أولاً: البيئة المحيطة بالمكان ثم تأتي الخدمات والتسهيلات المقدمة
نوعية التغذية وشكل الوجبات	شهيه وخدمة متميزة وطريقة عرض جذابة	شهيه وخدمة أساسها الطابع والشكل المحلي

المصدر: (عباس و بن عويدة، 2021، صفحة 96،97)

4. الإطار المفاهيمي للاستدامة في السياحة

1.4 تعريف للاستدامة في السياحة:

على الصعيد العلمي برز مؤخراً مفهوم الاستدامة والذي يعني قابلية المكان السياحي للبقاء في ساحة المنافسة تجاه الجديد في عامل السياحة التي تتمتع بقوة جذب محبي الاستطلاع وقابليته للبقاء لأمد طويل الأجل محافظاً على المزايا الثقافية ومتوازناً مع عناصر البيئة.

وفي إطار مفهوم "الاستدامة"، أصبحت صناعة السياحة في مقدمة اهتمامات وجهود الباحثين والمخططين لإعادة النظر في الأسس والأولويات التقليدية في الأعمال والأنشطة السياحية التي يمكن أن تضر الثقافة والبيئة.

وهناك عدة عوامل ساهمت في ربط ظاهرة السياحة بمبدأ الاستدامة، إذ أن نمو السياحة الهادف إلى تحقيق فوائد قصيرة الأمد كثيراً ما يفضي إلى حدوث آثار سلبية تضر بالبيئة والمجتمعات، فالسياحة المستدامة تتطلب الجمع بين حاجات السياحة اليوم وحاجات الغد بشأن الأجيال المستقبلية، ولأن السياحة لها من القدرات ما يجعلها تعود بفوائد اقتصادية على المجتمعات المضيفة وتتخذ وسيلة من وسائل تخفيف حدة الفقر والحفاظ على الثروات الطبيعية والثقافية وغيرها من المنافع يتوجب الحفاظ على مقوماتها شريطة أن توضع لها خطط مناسبة وأن

تدار شؤونها على وفق رؤية طويلة الأمد. (محمد سليمان، 2021، صفحة 155)

عرفت منظمة السياحة العالمية UNWTO الاستدامة السياحية على أنها الاهتمام بالوضع السياحي الراهن والمستقبلي من خلال ثلاث عوامل اقتصادية وبيئية واجتماعية. وأشارت UNWTO أنه يجب إنشاء توازن مناسب بين هذه الأبعاد الثلاثة لضمان استدامتها على المدى الطويل ويتم ذلك عن طريق الحفاظ على الموارد السياحية وصيانتها وتطويرها المستمر لخدمة الأجيال الحالية والمستقبلية وتلبية احتياجات الزوار والصناعة والبيئة والمجتمعات المضيفة وبأقل الأضرار (البنیان، 2024).

وعرف (هاش وآخرون، 2016) السياحة المستدامة على أنها "سياحة تلبى احتياجات السياح والمناطق المضيفة بحماية وتعزيز الفرص المتاحة للمستقبل، وتتوخى إدارة جميع الموارد التي تمكن الوفاء بالاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والجمالية مع الحفاظ على السلامة الثقافية، والعمليات الإيكولوجية، والتنوع البيولوجي ونظم دعم الحياة" (سعدون، 2023، صفحة 54).

فالسياحة المستدامة هي صناعة ملتزمة بإحداث تأثير منخفض على البيئة والثقافة المحلية، مع المساعدة في خلق فرص عمل في المستقبل للسكان المحليين، حيث تلعب السياحة المستدامة، التي تنشئ توازناً مناسباً بين الجوانب البيئية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية لتنمية السياحة، دوراً مهماً في الحفاظ على التنوع البيولوجي، والمساهمة في الحد من الفقر وتحقيق الأهداف المشتركة نحو التنمية المستدامة، كما تعد السياحة أداة رئيسية في زيادة الوعي وتعزيز تغيير السلوك الإيجابي بين السائحين. (feedo، 2024)

باستثناء مصطلح السياحة المستدامة، هناك نوعان آخران من السياحة يركزان أيضاً على خلق سياحة في وئام مع البيئة والجوانب الاجتماعية والثقافية وهما:

- **السياحة المسؤولة:** والتي غالباً ما يشار إلى السياحة المستدامة أيضاً باسم السياحة المسؤولة، والتي تم تبنيها كمصطلح تستخدمه الصناعة التي تشعر أن "الاستدامة" كلمة مفرطة في الاستخدام وغير مفهومة (feedo، 2024)، فالسياحة المسؤولة ليست منتج سياحي، وإنما تمثل الأسلوب الذي يتم من خلاله وضع تخطيط وسياسة سياحية،

تضمن الاستخدام الأمثل للإمكانيات المتاحة بما يخدم السكان، الحكومة، السياح والمستثمر. (LESLIE, 2012, p. 20):

- **السياحة البيئية:** تعرف السياحة البيئية حسب منظمة السياحة العالمية بأنها: " السفر إلى مناطق طبيعية لم يلحق بها التلوث ولم يتعرض توازنها الطبيعي إلى الخلل، وذلك للاستمتاع بمناظرها ونباتاتها وحيواناتها البرية وتجليات حضارتها ماضيا وحاضرا ". (لعراي، 2022، صفحة 627)

2.4 مسؤوليات وأدوار الاستدامة السياحية:

- يمكن اختصار مسؤوليات وأدوار الاستدامة السياحية بالنقاط التالية (البنيان، 2024):
- حماية البيئة والموارد الطبيعية والحياة الفطرية؛
 - تقديم منافع اجتماعية واقتصادية لمجتمعات المدن السياحية؛
 - الحفاظ على التراث الثقافي لمجتمعات البلد المضيف وخلق تجارب سياحية أصيلة للسياح؛
 - تحقيق تبادل المنافع بين السياح والمجتمعات المحلية عن طريق المحافظة على الموارد السياحية من قبل السواح وتوفير الخدمات السياحية المبتكرة والمرضية من قبل مجتمعات البلدان السياحية؛
 - خلق فرص سياحية شاملة وميسرة وبأقل الأضرار لتخدم القطاع السياحي بشكل عام.
- تتمثل أبعاد السياحة المستدامة في (محمد سليمان، 2021، صفحة 156):

1.3.4 البعد البيئي:

ويتضمن الاستخدام الأمثل للموارد البيئية وإدارة المصادر الطبيعية التي تشكل العنصر الأساس لتطوير السياحة، والابقاء على العمليات البيئية الضرورية التي تساعد في الحفاظ على التراث الطبيعي والتنوع، فالاستنزاف البيئي هو أحد العوامل التي تتعارض مع الاستدامة، لذا فمن الضروري تحقق المعرفة العلمية في إدارة المصادر الطبيعية للسنوات القادمة للتوصل الى طرق منهجية مترابطة مع إدارة نظام البيئة.

2.3.4 البعد الاقتصادي:

تتمثل السياحة المستدامة في توفير الضمان الفعال للعمليات الاقتصادية طويلة الأمد، واستمرار تحقق الفوائد الاقتصادية الناجمة عنها لجميع اصحاب المصالح، وكذا استمرار تدفق فرص العمل والحصول على دخل مستقر للمجتمعات المضيفة.

3.3.4 البعد الاجتماعي:

السياحة المستدامة تطور العلاقات الاجتماعية والانسانية، حيث تعالج الخصائص المشتركة والتأثيرات والعلاقات المتبادلة بين المجتمعات المتباينة، فتساهم في احترام الأصالة الثقافية والاجتماعية للمجتمعات المضيفة، والمحافظة على تراثهم الثقافي والصناعي والطبيعي وقيمهم التقليدية، وتشجع على فهم الثقافات المتباينة واحترام الاختلاف.

5. الإطار التطبيقي للدراسة

1.5 لمحة عن فندق دارزغوان بتونس

دارزغوان هو أول نزل ريفي ايكولوجي في تونس في عام 2006، يقع هذا النزل الريفي في ضواحي مدينة زغوان، على بعد 60 كم من تونس العاصمة، وقد أسسه وأداره المصري السابق إسكندر الزريبي، وهو ناشط بيئي يؤمن بشدة بالسياحة الخضراء والريفية التي تدعمها وتشجعها زوجته سهام الزريبي. الذي آمن دائماً بثروات المدينة وعمل على تعزيز الطبيعة والثقافة والتاريخ والجانب التراثي وأيضاً تطوير الاقتصاد الدائري والسياحة المستدامة والعادلة والداعمة والبيئية، يتكون الفندق من منازل منفصلة تشبه الاكواخ صممت خصيصا لتحكي عن تاريخ الحضرات التي مرت على مدينة زغوان من خلال هندستها المعمارية (القرطاجيين، الرومان ثم المسلمين، الاندلسيين والعثمانيين فالاستعمار الفرنسي وشيد حديثا شاليه ايكولوجي) وهو مقسم الى غرف وأجنحة وشاليهات ويتسع لـ 50 ضيفاً، تم تشييد بعضها من الخشب وبعضها الاخر من الحجارة؛ يوفر تصميمه وديكوره الموضعي وأشياءه العتيقة ومدافئه التقليدية الراحة والاسترخاء.

يقدم نزل دار زغوان فلسفة جديدة للعطلات: ملاذ أخضر، طعام تقليدي وعضوي، إقامة نموذجية، انفتاح على المناطق المحيطة وأنشطة ترفيهية خضراء. يتربع على مساحة قدرها 3 هكتار

يضم اسطبل، حدائق، مسبحين، ملعباً، بئريوفر المياه العذبة للفندق، معصرة الزيتون تقليدية، قاعة للحفلات والندوات والاجتماعات خشبية صديقة للبيئة مجهزة بكل الوسائل الحديثة والضرورية تضم من 50 الى 150 ضيف، وقاعة ثانية ذات سقف زجاجي تطل على الحديقة تتسع لعدد من 10 الى 30 ضيف، محل يبيع المنتجات المحلية، حمام ومنتج صحي بيئي؛ كان رأس المال المبدئي حوالي 400.000 دينار ويوفر الآن نحو 80 فرصة شغل مباشر وغير مباشر من بينهم 11 حرفي.

يستهدف الفندق بشكل أساسي العملاء الدوليين والأجانب. بالإضافة إلى ذلك، الدبلوماسيين والمغتربين. ويستهدف الزبائن الأجانب المهتمين بمفهوم البيئة من خلال الشاليه البيئي.

2.5 مدى مساهمة البراعة التسويقية لفندق دارزغوان بتونس في تحقيق الاستدامة في السياحة:
- أداة جمع البيانات: بما أن هذه الدراسة تهدف إلى معرفة " البراعة التسويقية للفنادق الايكولوجية في تحقيق الاستدامة في السياحة " قررنا الاعتماد على أداة المقابلة للحصول على المعلومات والبيانات من فندق دار زغوان بتونس، تم إجراء المقابلة مع مالك الفندق إسكندر الزريبي وكذا مسؤول التسويق بالفندق يوم: 26 ديسمبر 2023 على الساعة 11.00 صباحاً.
-المقابلة:

س1: هل يمكن أن تشرح لنا كيف اكتشفت فرصة انشاءك للفندق وما النهج الذي اتبعته؟
ج1: كان كل شيء عفويًا، كان أساس هذا المشروع هو فكرة تجديد منزل والدي واستخدامه خلال عطلة نهاية الاسبوع كإقامة وقتية أستضيف فيها اسرتي وأصدقائي من الهاربين من ضجيج المدينة، ثم استثمرت في الفكرة وطورتها ببراءة هذه الغرفة خاصة في عطل نهاية الأسبوع، ثم فكرنا في توسيع المشروع بإضافة شاليهات مختلفة تقدم الحضارات المختلفة التي تعاقبت في زغوان. وبعد ذلك، وحتى ننهي من الأناقة، قمنا ببناء شاليه رائع وصديق للبيئة منذ وقت ليس ببعيد وهذا بمساعدة من سكان المنطقة الذين رحبوا بالفكرة وأيدوها "شراكة اجتماعية".

س2: كيف استغل فندق دارزغوان تبني الممارسات المستدامة في تصميم وبناء المباني؟

ج2: لقد طلب السيد زربي المساعدة من الحرفيين المحليين، الذين عملوا على استعادة الأخشاب ونفل الزيتون والأحجار والبلاط المستخدم الذي تم إعادة دمجه بالكامل واستغلاله في موقع بناء الشاليه الصديق للبيئة وكذا بعض الشاليهات التي جدرانها من الخشب.

س3: كيف استغل الفندق ادارة مصادره الطبيعية، في تقديم الأنشطة للسياح، بشكل مستدام؟
ج3: لجذب العملاء، حاول السيد زربي، بعيداً عن الاضرار بالمنظر الطبيعية والطبيعة، خلق التنوع من حيث الأنشطة، مثل ركوب القوارب "pédalo"، ركوب العربات داخل الجيت، ركوب الخيل، المشي لمسافات طويلة، تسلق الجبال، ركوب الدراجات الرباعية، حديقة حيوانات تضم حيوانات التي تعيش في المزرعة، الزهات المصحوبة بمرشدين لرؤية آثار زغوان أو المتاحف وغيرها.
س4: كيف تمكن فندقكم من استغلال الموارد المحلية والتفاعل مع المجتمع لتحقيق استدامة اجتماعية؟

ج4: من خلال انشاء محل يدعم من خلاله كل الحرفين عبر ربيع الوطن بعرض منتجاتهم لبيعها دون أي يأخذ منهم اية فائدة ارباح، فهو يهدف لمساعدة الحرفين وكذا التعريف بالمنتجات المحلية والتقليدية من اواني فخارية وزراي تقليدية والأعشاب الصحية الى منتجات وزيوت طبيعية تجميلية وعسل طبيعي....الخ، اما في العطل فيقيم معارض يدعم من خلالها المجتمعات المحلية والمشاريع الاجتماعية في المنطقة المحيطة بوضع طاوولات وخيم يبيع الحرفين عبرها منتجاتهم المحلية مما يشجع النزلاء والزائرين على دعم المنتجات المحلية والمستدامة والتعرف عليها.

س5: هل تشجع سياسات التوظيف في فندقكم على توظيف المحليين وتعزيز الاقتصاد المحلي؟
ج5: نعم، نحن نوفر نحو 80 فرصة شغل مباشر وغير مباشر بالنزل من بينهم 11 حرفي 8 نساء مختصين في صناعه المربى الخبز التقليدي الحلويات التقليدية تقطير الورد لصناعه الزيوت و3 رجال مختصين في صناعه الجبن المحلي والعصير ونساهم في تحقيق استدامة اقتصادية تؤدي الى تعزيز السياحة المستدامة.

س6: كيف تمكن فندقكم بتحقيق تكامل بين العناصر الثقافية والتراثية في تجربة الضيوف لتحقيق استدامة ثقافية في السياحة؟

ج6: استغل فندق دار زغوان فرصة الجمع بين المنتجات المحلية والأنشطة المختلفة سواء الإضافية أو غير الإضافية والجانب الثقافي والفلكلوري المتعلق بتونس بشكل عام وبزغوان بشكل خاص. كذلك إقامة تظاهرة سياحية وخيرية كبرى للتعريف والترويج بالأكلات التونسية وتظاهرة صباح المولد في دار زغوان "الميعاد" لسنة 2023 بحضور وزير الشؤون الدينية، في دورته الرابعة تحت شعار "كان فاتتك ليلة المولد في القيروان. عليك بصباح المولد في زغوان" ويسعى المنظمون من خلال هذه التظاهرة إلى إحياء عادة من عادات المولد النبوي الشريف التي عرفت بها زغوان سابقا.

س7: هل يشجع فندق دار زغوان على توظيف ممارسات مستدامة في إدارة الطعام والتغذية؟

ج7: نعم ففندقنا يوفر متعة المائدة بفضل المطعم التقليدي الذي يقدم المأكولات المحلية اللذيذة. إضافة الى اننا بصدد افتتاح مطعم عضوي ونباتي.

س8: ما هي السياسات التي اعتمادها فندقكم لتحسين إدارة النفايات وتحقيق استدامة بيئية؟

ج8: استعادة أغصان الأشجار عند التقليم (5450 كغ) ونوى الزيتون (3186 كغ) لتسخين الحمام؛ جمع زيوت الطبخ لمصنع الصابون؛ جمع النفايات حسب النوع في حاويات (البلاستيك، الورق، ...) لبيعها لمؤسسات إعادة التدوير؛ لا ينبغي استخدام علب الجرعة الواحدة من زبدة المربي.. الخ لتقليل من نفايات التغليف؛ تكوين العمال فيما يتعلق باحترام المعايير والممارسات الجيدة المتعلقة بالنظافة باستعمال المواد الطبيعية مثل الماء والخل وغيرها.

س9: ما هي المبادرات والابتكارات التي يتخذها الفندق للحد من استهلاك المياه وتعزيز فعالية استخدامها؟

ج9: استخدام حنفيات لضبط تدفق المياه إلى أقل من 8 لترات في الدقيقة والتي أدت الى توفير ما بين 20 إلى 40% من إجمالي استهلاكها للمياه عن طريق الحد من معدل التدفق من الصنابير؛ واستعادة ما متوسطه 470 م³ من مياه الأمطار سنويا من خلال استغلالها وجمعها في صنابير ومعالجتها واستغلالها في سقي المساحات الخضراء؛ استغلال مياه الصرف وتطهيرها بواسطة الرمل وبعض الكائنات الحية الدقيقة بدون الحاجة للمواد الكيميائية.

س10: هل يتبنى الفندق ممارسات الطاقة المتجددة، وإذا كان الأمر كذلك، ما هي هذه الممارسات؟

ج10: يعتمد تسخين الماء عن طريق الطاقة الشمسية في الأيام المشمسة حيث أن تركيب مضخة حرارية مكنت من التقاط حرارة الشمس ونقلها إلى المباني، وبالتالي توليد ما يصل إلى 60% من الحرارة اللازمة لتدفئة المنزل، وعن طريق الحطب ونوى الزيتون في الأيام غير المشمسة، أما الطاقة الكهربائية فيعتمد فيها على الطاقة الشمسية والبنية مبنية بشكل يعتمد على ضوء والتهوية الطبيعية وجدران مغلقة بطريقة طبيعية للحفاظ على ضياع الطاقة، وقد تم تغيير جميع المصابيح العادية بمصابيح اقتصادية حيث استطاعت هذه الطريقة من تقليل الطاقة المستعملة بنسبة قدرت بـ 5% من الكيلوواط الساعي من الطاقة.

س11: هل أهلت الممارسات السابقة الذكر فندقكم للحصول على شهادة بيئية من إحدى الهيئات المعدة لذلك؟

ج11: نعم، لقد تم اختيار دارزغوان من بين المشاريع الرائدة الأكثر ابتكارًا لبرنامج SwitchMed الممول من قبل المفوضية الأوروبية بالتنسيق مع وزارة البيئة التونسية ووفد الاتحاد الأوروبي في تونس والذي دعم جهود اسكندر من خلال دراسة فنية حول كفاءة الموارد في مؤسسته. ومنذ عام 2016 حصل فندق دارزغوان على شهادة السياحة البيئية الدولية Green Key.

الشكل رقم (01): مشروع Switchmed التجريبي "دارزغوان"



المصدر: (switchmed، 2024)

6. الخاتمة:

ان تبني الفنادق الايكولوجية للبارعة التسويقية التي تتميز بقدراتها الاستكشافية والاستغلالية تجعلها قادرة على توفير تجارب فريدة ومستدامة للزلاء وتحث على الابداع والابتكار الذي يساعد على تقليل الآثار السلبية للنشاط السياحي على البيئة والمجتمعات المحلية وبالتالي تساهم في تحقيق الاستدامة في السياحة. من خلال العديد من الجوانب: كالتصميم المستدام والبناء الأخضر؛ كفاءة استخدام المياه؛ الطاقة المتجددة وكفاءة الطاقة؛ النفايات وإعادة التدوير، التوعية والمشاركة المجتمعية وكذا تشجيع السياحة المسؤولة والتنوع البيولوجي بالإضافة إلى تحصل بعض الفنادق الايكولوجية على شهادات بيئية من مؤسسات مستقلة تثبت أنها تلبى معايير عالية في الاستدامة.

- أهم النتائج المتوصل اليها:

- اكتشاف السيد زريبي فرصة تحويل منزل والده المتواجد في ريف زغوان واستثماره بتحويله الى اول نزل ايكولوجي بتونس؛
- تحسين الكفاءة البيئية بتبني تقنيات البناء الخضراء، وتعزيز التوعية والمشاركة المجتمعية؛
- حقق فندق دارزغوان استدامة اجتماعية من خلال اكتشاف فرصة فتح محل يدعم من خلاله كل الحرفين عبر ربوع الوطن وإقامة معارض يدعم من خلالها المجتمعات المحلية والمشاريع الاجتماعية في المنطقة المحيطة؛
- ساهم الفندق في تحقيق استدامة اقتصادية أدت الى تعزيز السياحة المستدامة من خلال توفير نحو 80 فرصة شغل مباشر وغير مباشر بالنزل من بينهم 20 حرفي؛
- تتميز دارزغوان بالتزامها بالسياحة المسؤولة من خلال تعزيز التكامل المتناغم مع المجتمع المحلي، وتشجع استخدام المنتجات المحلية ودعم المشاريع الاجتماعية المستدامة.
- حصول الفندق على شهادة Green Key من خلال برنامج Switch Med تشهد على التزامه بالممارسات البيئية والمستدامة في قطاع الإقامة السياحية ويغطي جوانب مختلفة مثل المياه والطاقة وإدارة النفايات، فضلا عن الوعي البيئي الذي يعكس التزام دار زغوان بالسياحة المستدامة في كل التفاصيل، بدءًا من الحصول على المنتجات المحلية وحتى تقليل النفايات.

- التوصيات:

- ضرورة تبني المؤسسات السياحية الجزائرية لاستراتيجية البراعة التسويقية التي تحثهم على الإبداع والابتكار، من خلال استغلال ما هو متاح من فرص، والبحث عن فرص جديدة بالشكل الذي يساعد المؤسسات على التكيف مع البيئة وتحقيق الاستدامة السياحية؛
- استفادة المؤسسات السياحية الجزائرية من تجارب الدول الرائدة والناجحة في ممارسة الإدارة الخضراء؛
- توجيه الاهتمام نحو التثقيف البيئي للمؤسسات السياحية وصولاً إلى السياح؛
- ضرورة تشجيع الحكومة، للأفراد والشركات بتقديم دعم وتسهيلات لإنشاء الفنادق الايكولوجية.

7. قائمة المراجع:

1.7 المراجع باللغة العربية:

- 1- الأسدي جاسم. ع. ا. & جبارندوش الفيلى. ا. ا. (بدون سنة نشر). السلوك الإبداعي وتأثيره في تعزيز البراعة التسويقية (دراسة تطبيقية لآراء عينة من الملاكات الطبية والتمريضية في مستشفى الشهيد د. فيروز العام في واسط). *المجلة العراقية للعلوم الادارية*, المجلد (16). العدد 66.
- 2- الياسري حيدر عبود. ن. & عبد اللطيف كاظم العامري، ع. (2022). تأثير الجودة في البراعة التسويقية "دراسة تحليلية في شركة زين العراق للاتصالات/ بغداد. (مجلة الدراسات الاقتصادية والإدارية) العدد (26).
- 3- بوشوشة. ه. (2019). التوجه نحو الفنادق الخضراء داخل القطاع الفندقى-دراسة حالة فنادق دبي. *مجلة الباحث الاقتصادي*, المجلد (7) العدد 11 مكرر.
- 4- بوعوموشة. ح. (2021). الفنادق الخضراء كأداة لتحقيق السياحة المستدامة -دراسة حالة -. *مجلة التمويل والاستثمار والتنمية المستدامة*, المجلد (06) العدد 01.

- 5-حسن مرعي. أ & محمود حامد الملاحسن. م. (2021). الريادة الاستراتيجية ودورها في تعزيز البراعة التسويقية دراسة استطلاعية لآراء العاملين في معمل ألبان الموصل. مجلة تنمية الرافدين، المجلد (40)، العدد 132.
- 6-دشة. م &، دريد، ح. (2018). الفنادق الخضراء تجربة أساسية لسياحة بيئية مستدامة في ظل الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025. مجلة البديل الاقتصادي، المجلد (05)، العدد 01.
- 7-سعدون. ئ. ق. (2023). دور السياحة المستدامة في تنمية الوعي السياحي (دراسة استطلاعية لآراء عينة من السياح الوافدين الى مدينة دهوك في كردستان العراق). المجلة الاكاديمية لجامعة نوروز، المجلد (12)، العدد 3.
- 8-سناء جاسم. م. (2023). التسويق اللوجستي دراسات حالة نظم تسويقية. براعة تسويقية. الطبعة الاولى. (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع).
- 9-عباس. ز &، بن عويدة. ن. (2021). الفنادق البيئية كأحد الخيارات لتحقيق التنمية السياحية المستدامة. مجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة، المجلد (04)، العدد 01.
- 10-فاضل باسم. & محمد العامري. ف. (2023). تأثير البراعة التسويقية في الميزة التنافسية المستدامة. مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 72.
- 11-لعراي. خ. (2022). السياحة البيئية الية لتجسيد التنمية المستدامة. (ج. و. أحمد). مجلة القانون العقاري والبيئة، المجلد (10)، العدد 01.
- 12-محمد سليمان. ن. (2021). دور السياحة المستدامة في التنمية المحلية (مع تجربة لمدينة عجلون في المملكة الاردنية الهاشمية). المجلة الدولية للعلوم الانسانية والاجتماعية، مجلد 25.
- 13-مير، م. ا.، دفرور، ع &، شاهد، ا. (2017). دور الفنادق الخضراء في تنمية السياحة البيئية ودعم التنمية المستدامة (ج. ا. الجزائر (Éd.)، مجلة الدراسات المالية والمحاسبة، المجلد (08)، العدد 08.

2.7 المراجع باللغة الأجنبية:

- 14-Ahmed, M. A., & Ismail, M. H. (2019). Marketing prowess and its impact on enhancing job plunge, a survey of the opinions of some administrative leaders at the University of Mosul. *Tikrit Journal of Administrative and Economic Sciences*, 15(47).

- 15-alexander, s. (2002). GREEN HOTELS: Opportunities and Resources for Success. (C. Kennedy, Ed.) *Zero Waste*.
- 16-Gantait, a., Bhowmik, S., & kuldeep, s. (2022). Responsible Tourism: A Necessity Not an Option! *DH deccan herald*.
- 17-LESLIE, D. (2012). *Responsible tourism: concept, theory and practice*. United Kingdom: MPG.
- 18-mohamed, a. (2019). *eco. illizi: illizi*.
- 19-Radhi, A. A. (2022). The Possibility of Improving the Marketing Performance of Tourism Organizations by Adopting the Dimensions of Marketing Ambidexterity. *AMERICAN JOURNAL OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT*, 05(05).
- 20-THABIT, I. S. (2021). The Impact Of Marketing Ambidexterity On The Customer Sustainable Value An Analytical Survey For All Branches Of The Trade Bank Of Iraq(TBI) In Baghdad. *Journal of Management and Economics*, 132.

3.7 المواقع الالكترونية

21- البنيان، س. (2024, 01 15). *الاستدامة السياحية*.

Retrieved from linkedin: <https://ae.linkedin.com/>

22- موقع switchmed

<https://2014-2019.switchmed.eu/fr/>

23- موقع شركة الفنادق البيئية.

(2023). Retrieved from ecohotels:

<https://ecohotels.me/ar/%D8%A7%D9%84%D9>

24-feedo, م. (2024, 01 15). *فيديو معنى جودة الحياة*. Récupéré sur feedo:

<https://www.feedo.net/>