

الاقتصاد التشاركي وأثره على السياحة في مصر

جيرمين حسين عبد الكافي

دعاء سمير محمد حزه

كلية السياحة والفنادق-جامعة حلوان

كلية السياحة والفنادق-جامعة المنصورة

الملخص

يصف "الاقتصاد التشاركي" Sharing Economy ظاهرة المشاركة والتبادل بين شخص وآخر، للحصول على السلع والخدمات غير المستغلة، وإتاحة استغلالها وسهولة الوصول إليها من خلال مالكيها، سواء مجاناً أو برسوم. لكن لم يتضح بعد كيف سيعيد الاقتصاد التشاركي تحديد دور السائحين والسكان المحليين مقارنةً باقتصاد السوق التقليدية. هذا وقد ظهرت كثير من الشركات مؤخراً تحت مسمى الاقتصاد التشاركي في مجال السياحة سواء فيما يتعلق بخدمات النقل وتنظيم الرحلات أو الإقامة والضيافة؛ الأمر الذي قد يؤدي إلى فقد قطاع الأعمال السياحي القائم جزءاً من السوق لصالح قطاع الأعمال التشاركي. هذا وتمثل مشكلة الدراسة في عدم وضوح فرص وتهديدات تطبيق الاقتصاد التشاركي لدى القائمين على قطاع السياحة في مصر، وتأثيراتها على الحركة السياحية الوافدة إلى مصر وعمل شركات السياحة المصرية، وبالتالي لم يتم إتخاذ الإجراءات التنظيمية لمواكبة ذلك الإتجاه الاقتصادي المتنامي حتى الآن. وتأتي أهمية الدراسة من أن مصطلح الاقتصاد التشاركي مازال في بدايته، ومازالت تأثيراته غير واضحة على قطاع السياحة في مصر، فضلاً عن الندرة الشديدة في الكتابات العربية حول هذا المجال. وتهدف الدراسة إلى إلقاء الضوء على مفهوم الاقتصاد التشاركي كإتجاه جديد في قطاع الأعمال السياحي، التعرف على نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات لتطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة في مصر، والوقوف على تأثير الاقتصاد التشاركي على شركات السياحة المصرية من جهة والحركة السياحية الوافدة لمصر من جهة أخرى. هذا وترتكز الدراسة على المنهج الوصفي "تمط الدراسات المسحية"؛ عن طريق الاستبيان الموجه لعينة من خبراء السياحة في مصر خلال الفترة من ديسمبر من عام 2016 وحتى فبراير من عام 2017.

الكلمات الدالة: الاقتصاد التشاركي - شركات السياحة المصرية - الحركة السياحية الوافدة لمصر.

مقدمة

يصف "الاقتصاد التشاركي" Sharing Economy ظاهرة المشاركة والتبادل بين شخص وآخر، ومن المتوقع أن يسهم في تغيير دور السائحين والسكان المحليين مقارنةً باقتصاد السوق التقليدية (Cheng, 2016). هذا وتعتبر صناعة السياحة أحد أكثر القطاعات الداعمة للابتكار؛ لذلك وجد فيها الاقتصاد التشاركي بيئة مناسبة للازدهار، ويعتبر "إير بي إن بي" Airbnb و"أوبر" Uber بمثابة الرموز الأكثر انتشاراً للاقتصاد التشاركي في مجال السياحة (Ivanova, 2015).

مشكلة الدراسة

ظهرت كثير من الشركات مؤخراً تحت مسمى الاقتصاد التشاركي في العديد من القطاعات ومنها قطاع السياحة؛ متمثلة في مجال خدمات النقل وتنظيم الرحلات والإقامة والضيافة (Queensland Tourism Industry Council, 2014). هذا وتمثل مشكلة الدراسة في عدم وضوح فرص وتهديدات تطبيق الاقتصاد التشاركي لدى القائمين على قطاع السياحة في مصر، وتأثيراتها على الحركة السياحية الوافدة إلى مصر وعمل شركات السياحة المصرية، وبالتالي لم يتم إتخاذ الإجراءات التنظيمية المناسبة لتطبيق ذلك الإتجاه الاقتصادي المتنامي حتى الآن.

أهمية الدراسة

تتبع أهمية الدراسة من أن مصطلح الاقتصاد التشاركي مازال في بدايته، ومازالت تأثيراته غير معروفة على قطاع السياحة في مصر. فضلاً عن الندرة الشديدة في الكتابات العربية حول هذا المجال.

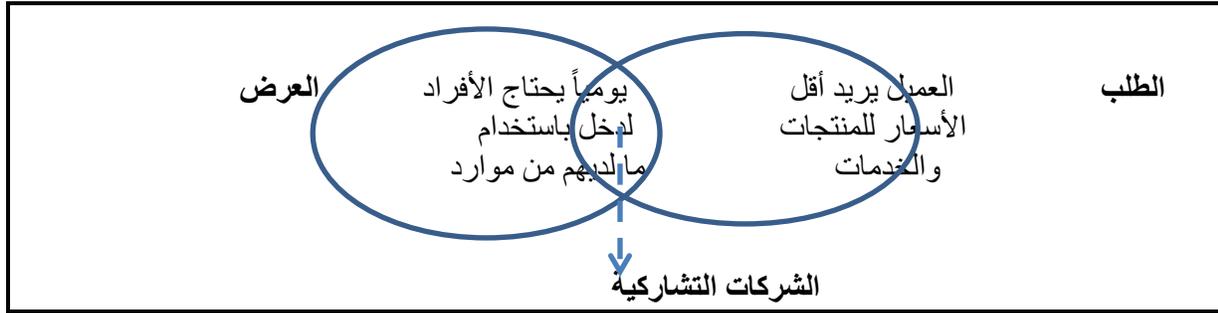
أهداف الدراسة

- 1- إلقاء الضوء على مفهوم الاقتصاد التشاركي كإتجاه جديد في قطاع الأعمال السياحي.
- 2- التعرف على نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات لتطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة في مصر.
- 3- الوقوف على تأثير الاقتصاد التشاركي على شركات السياحة المصرية من جهة والحركة السياحية الوافدة لمصر من جهة أخرى.

أولاً: مدخل لدراسة الاقتصاد التشاركي

يشير "الاقتصاد التشاركي" لنموذج اقتصادي حديث يستخدم الشبكات التكنولوجية ليؤجر ويقرض ويبادل ويشارك المنتجات والخدمات والخبرات الشخصية (Queensland Tourism Industry Council, 2014 & Peeters et al., 2015)، وقد أثر ذلك النموذج على العديد من الجوانب الحياتية، وارتكز على التطور السريع في التكنولوجيا وعلى الأخص الإعلام الاجتماعي وتطبيقات الهاتف المحمول؛ حيث يتاح للأفراد التواصل، وبالتالي إتاحة الفرصة لتبادل ممتلكاتهم الخاصة (Ivanova, 2015). هذا ويمكن القول أن الاقتصاد التشاركي قد غير الطريقة التي يقوم بها الأفراد بالأعمال، وهو يعتمد على مفهوم الطلب والعرض كما يتضح من شكل 1:

شكل 1: النموذج المطور للاقتصاد التشاركي



المصدر: Queensland Tourism Industry Council, 2014, p. 4

• مفهوم الاقتصاد التشاركي

تباينت الآراء والمفاهيم حول تعريف الاقتصاد التشاركي؛ فعملية التبادل بين الأفراد تعد ظاهرة قديمة قدم الزمن نفسه، وهي تتمثل في الاستخدام المشترك للموارد أو المساحة أو تبادل السلع والخدمات (Roblek et al., 2016). هذا وتعد "المشاركة" عنصراً هاماً في الاقتصاد التشاركي؛ وتعرف بأنها "عملية توزيع وتبادل ما نملكه مع الآخرين أو العكس؛ أي استخدام شيء ما ملك الآخرين (Belk, 2014). وتعتبر "راشيل بوتسمان" Rachel Botsman؛ أول من أشارت لمصطلح "الاقتصاد التشاركي"، وقد فسرتة على أنه "نظام اقتصادي قائم على مشاركة الأصول والخدمات غير المستغلة، وذلك مجاناً أو برسوم، مباشرة من الأفراد؛ لتحقيق منافع اقتصادية وبيئية و/أو اجتماعية (Ivanova, 2015). مع الأخذ في الاعتبار القيمة التي أضيفت إلى قنوات الإتصال على شبكة الإنترنت والمتمثلة في الجودة والأمان (Roblek et al., 2013).

في هذا الإطار، تجدر الإشارة إلى وجود العديد من المصطلحات التي ترتبط بمصطلح "الاقتصاد التشاركي" وفي كثير من الأحيان تستخدم للتعبير عنه؛ كالاستهلاك التعاوني Collaborative Consumption والتبادل التجاري بين المشاريع التجارية والأفراد (Albinsson and B2P Trade, Perera, 2012)، والتبادل التجاري بين شخص وآخر Peer-to-Peer/ P2P Trade (Ivanova, 2015).

• دوافع الاقتصاد التشاركي

يمكن القول أن المحرك الأساسي للاقتصاد التشاركي يتمثل في البطالة، الديون الشخصية، العولمة، ندرة الموارد، الشفافية، والتركيبة السكانية المتغيرة (Queensland Tourism Industry Council, 2014).

• أوجه المقارنة بين قطاع الأعمال السياحي التقليدي والشركات التشاركية

توجد العديد من أوجه المقارنة بين شركات السياحة التقليدية والشركات التشاركية، سواء من حيث السعر والأصالة، والاعتمادية والشفافية، والصحة والسلامة والجودة، كما يتضح من شكل 2.

شكل 2: أوجه المقارنة بين قطاع الأعمال السياحي التقليدي والشركات التشاركية

وجه المقارنة	شركات السياحة التقليدية	الشركات التشاركية
السعر	- يشمل التكلفة الفعلية للمنتج أو الخدمة وتكاليف أخرى كتراخيص وتصاريح وعمالة وغيرها.	- الأسعار أقل؛ حيث تشمل التكلفة الفعلية فقط.
الأصالة	- غرف الفنادق وسيارات الأجرة، وغيرها من المنتجات السياحية توفر نهجاً ثابتاً.	- السائحون يعيشون تجربة مماثلة لأنماط حياة المجتمع المحلي، وبالتالي يعتقدون أنها تجربة أكثر أصالة.
الاعتمادية	- أنظمة الحجز متطورة ودقيق للغاية. ذلك أنه إذا حدث خطأ في الحجز، فإن هناك بدائل أخرى يتم تقديمها للعميل.	- يعتمد نظام الحجز على مدى قيام المورد بتحديث بياناته. كما أنه إذا حدث خطأ في الحجز، فإنه ربما لا يتم تعويض العميل بالشكل الأمثل.
الشفافية	- بيانات الشركات تكون محددة لدى جهات نظامية معلومة كوزارة السياحة أو الإتحاد المصري للغرف السياحية.	- احتمال وجود معلومات خاطئة تكون أكبر. وربما يعرض البعض خدمات ومنتجات لا وجود لها أو مختلفة كثيراً عن المعلن عنها.

<p>- لا يوجد ضمان للمنتج. فالعملاء يمكن أن يتعرضوا لمخاطر، وغالباً ما يكونوا مسؤولين على سلامتهم الشخصية وسلامة متعلقاتهم.</p>	<p>- تحرص على الحصول على كافة التراخيص والتصاريح لتنفيذ العمل، ومعدات سلامة التشغيل، وضمان صحة وسلامة العملاء.</p>	<p>الصحة والسلامة</p>
<p>- جودة المنتج غير معروفة وليست مضمونة بالشكل الكافي؛ يمكن الاستدلال عليها من تعليقات العملاء السابقين، والتي تخضع للرقابة من المسؤولين عن تلك الشركات.</p>	<p>- توافر حد أدنى من جودة المنتج أو الخدمة، نظراً للائتمان للوائح وتعليمات الجهات الرقابية، والتي تعتبر مؤشراً للجودة.</p>	<p>الجودة</p>

المصدر: Queensland Tourism Industry Council, 2014

ثانياً: العلاقة بين الاقتصاد التشاركي وقطاع السياحة

تعتبر العلاقة بين الاقتصاد التشاركي وصناعة السياحة علاقة متداخلة ومتشابكة. ذلك أنه يمكن القول، أن هناك سمات وإتجاهات رئيسية سوف تؤثر على السياحة في العشرين عاماً القادمة، تتمثل في تزايد الشبكات الاجتماعية التي توفر معلومات عن كل ما يتعلق بالسفر والسياحة، وتزايد تأثيرها على إتخاذ قرار السفر، كما أن العملاء يرغبون في مزيد من المعلومات والسيطرة ويسعون للتفاعلات الشخصية. وفي المقابل، فإن الشركات التشاركية تعتبر الاختيار المناسب لمقابلة تلك الإتجاهات (Queensland Tourism Industry Council, 2014).

• نمو الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة

يشهد الاقتصاد التشاركي ارتفاع في النمو، ومن المتوقع أن يصل إلى 335 بليون دولار أمريكي بحلول عام 2025 (OECD, 2016)، هذا وقد توقع البعض تغييراً في مسار التاريخ الاقتصادي كنتيجة لدخول مئات الملايين من الأفراد في مجال الاقتصاد التشاركي (Peeters et al., 2015). كما تشير تقديرات المفوضية الأوروبية لعام 2016، أن إجمالي الإيرادات المحققة في الإتحاد الأوروبي من خلال منصات ومقدمي خدمات الاقتصاد التشاركي بلغت 28 بليون يورو في عام 2015، وأن معظم تلك الإيرادات تتحقق من خلال القطاعات ذات العلاقة بالسياحة؛ خاصة قطاعي الإقامة والنقل. يتمثل نصيب مقدمي الخدمات من تلك الإيرادات حوالي (85%)، والنسبة الباقية تعتبر إيرادات للمنصات الإلكترونية؛ والتي غالباً ما تتحقق عن طريق العمولات الثابتة والمتغيرة. كما

أشارت إلى الإهتمام الشديد من قبل الأوروبيين بالاقتصاد التشاركي، وأن أكثر الفئات رغبةً في استخدام تلك المنصات من فئة الشباب (Juul, 2017).

في هذا الإطار، تجدر الإشارة إلى أن السياحة حول العالم تتطور وفقاً للتغيرات في سلوكيات السائحين، حيث أصبحوا أكثر إهتماماً بمعرفة المعلومات من غيرهم من السائحين، ويستخدمون التكنولوجيا الرقمية للتخطيط وشراء واستعراض خبرات السفر، ويرغبون في خبرات سياحية فريدة ذات طابع شخصي. كما أن الأزمة الاقتصادية والبطالة والحد من القوة الشرائية دفعت الكثيرون للإهتمام أكثر بالسعر والقيمة التي يتم الحصول عليها مقابل ذلك السعر. على الجانب الآخر، هناك عوامل يمكن أن تحد من ذلك النمو، كقضايا سلامة وأمن السائحين، وضعف تفضيل بعض الشرائح للاقتصاد التشاركي كسريحة كبار السن (Juul, 2017).

• مجالات الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة

تتمثل خدمات الاقتصاد التشاركي ذات العلاقة بالسياحة، في خدمات النقل والأنشطة التي يمكن ممارستها داخل المقصد السياحي، والإقامة والضيافة (Bremner, 2014). هذا ويوضح شكل 3، أمثلة لمنصات الاقتصاد التشاركي ذات العلاقة بقطاع السياحة.

شكل 3: أمثلة لمنصات الاقتصاد التشاركي ذات العلاقة بقطاع السياحة

المنصة	تاريخ التأسيس	الهدف/النوع	عدد المستخدمين	الإيرادات	نطاق تقديم الخدمة
خبرات وتجارب السفر والرحلات (منظمي الرحلات)					
Vayable	2011	تبادل الخبرات الشخصية في السفر والسياحة	لا تفصح عن العدد الإجمالي للمستخدمين	غير متوفرة	دولية (لا تفصح عن عدد الدول)
ToursByLocals	2008	تنظيم الرحلات	1905 مرشد؛ حتى يناير 2017	غير متوفرة	155 دولة حتى يناير 2017
خدمات النقل					
Uber	2009	تبادل خدمات النقل للمسافات القصيرة	40 مليون راكب شهرياً حتى أكتوبر 2016	68 بليون دولار حتى أغسطس 2016	أكثر من 70 دولة؛ حتى سبتمبر 2016

22 دولة؛ حتى يناير 2017	1.6 بليون دولار؛ حتى سبتمبر 2015	35 مليون مستخدم، 12 مليون مسافر ربع سنوي؛ حتى يناير 2017	تبادل خدمات النقل للمسافات الطويلة	2006	BlaBlaCar
خدمات (الضيافة) المأكولات والمشروبات					
110 دولة؛ حتى يناير 2017	3.8 مليون يورو (حتى سبتمبر 2016)	أكثر من 120 ألف عضو؛ حتى يناير 2017	سياحة الغذاء وتعلم فنون الطهي	2013	VizEat
50 دولة؛ حتى يناير 2017	غير متوفر	650 مضيف، و80 ألف مقعد تم حجزه حتى يناير 2017	تبادل خدمات المأكولات والمشروبات	2012	EatWith
خدمات الإقامة					
أكثر من 191 دولة؛ حتى يناير 2017	30 بليون دولار؛ حتى أغسطس 2016	أكثر من 2.5 مليون قائمة، و100 مليون نزيل منذ تأسيسها وحتى يناير 2017	تأجير وسائل الإقامة لفترة قصيرة وتبادل خبرات السفر	2008	Airbnb
190 دولة حتى يناير 2017	3.9 بليون دولار؛ حتى نوفمبر 2015	أكثر من 1.2 بليون قائمة؛ حتى يناير 2017	استئجار أماكن قضاء الأجازات	2005	Homeaway

المصدر: Juul, 2017, pp. 4-5

في هذا الإطار، يمكن القول أن الاقتصاد التشاركي يسهم في تغيير سلوك السائح، ويؤثر على حركة السائحين؛ من حيث اختيار المقاصد السياحية والتسهيلات المجتمعية والبنية التحتية. كما يؤثر على مقدمي الخدمات السياحية التقليديين (Cheng, 2016).

• موقف الحكومات من تطبيقات الاقتصاد التشاركي في مجال السياحة

اختلفت مواقف الحكومات من تطبيقات الاقتصاد التشاركي في مجال السياحة، ما بين مؤيد ومعارض. حيث إتخذ صانعي السياسات في بعض مدن العالم كمدن "فرانكفورت" الألمانية و"كالجاري" الكندية، وولاية "ماساتشوستس" الأمريكية؛ إجراءات للتقليل من ممارسات "أوبر". على الجانب الآخر، هناك بعض السلطات التي تدعم نمو ممارسات الاقتصاد التشاركي في مدنهم، على سبيل المثال، مدينة

"إمستردام" الهولندية، التي تعلن عن نفسها كمدينة تشاركية "Sharing City"، ووضعت تشريعات محفزة لـ"إير بي إن بي" "Airbnb" (Cheng, 2016).

• تأثير الاقتصاد التشاركي على السياحة

إن تأثير الاقتصاد التشاركي يختلف من دولة لأخرى، ويتنوع ما بين الإيجابية والسلبية، ويمكن إيضاح ذلك على النحو التالي:

التأثيرات الإيجابية للاقتصاد التشاركي على السياحة

- ساعد الاقتصاد التشاركي السائحين للوصول إلى قطاع عريض من المنتجات والخدمات بأسعار مناسبة، وتيسير لقاءات وتفاعلات حقيقية بين السائحين والسكان المحليين. كما يساهم في توفير فرص عمل وتحقيق دخل للسكان المحليين، فضلاً عن زيادة مدة الإقامة المحتملة للسائحين عن طريق إضافة وسائل إقامة وبأسعار أقل (Cheng, 2016).

- خدمات الاقتصاد التشاركي مكتملة للخدمات السياحية التي يمكن الحصول عليها بالطرق التقليدية؛ خاصةً في مواسم الذروة والتي غالباً لا يتوافر خلالها أماكن للإقامة في الوسائل التقليدية. كما تصلح لتنمية السياحة في المناطق الريفية التي لا تتوفر فيها الخدمات السياحية من إقامة وإعاشة ونقل بالطرق التقليدية. تبعاً لذلك تساعد الشركات التشاركية في جلب السائحين للمقاصد السياحية التي كانت أقل شعبية؛ نظراً لمحدودية مقومات العرض السياحي لديها (Juul, 2017).

التأثيرات السلبية للاقتصاد التشاركي على السياحة

- تتمثل المخاوف من النمو الهائل للاقتصاد التشاركي؛ في زيادة العمالة المؤقتة في مجال السياحة، وفقدان الأمن الوظيفي، والتهرب من تنفيذ اللوائح ودفع الضرائب والرسوم. فضلاً عن تهديد شركات السياحة التقليدية (Cheng, 2016). كذلك ارتفاع تكاليف إيجار المساكن للسكان المحليين خاصةً في المناطق السياحية. كما يؤثر الاقتصاد التشاركي قضايا حماية البيانات، وتأمين الدفع الإلكتروني، والأمان والصحة والمقاييس الخاصة بذوي الاحتياجات الخاصة (Juul, 2017).

ثالثاً: الاقتصاد التشاركي وقطاع السياحة المصري

طبقاً لإحصائيات منظمة السياحة العالمية في يوليو من عام 2016، بلغ عدد السائحين الوافدين إلى مصر عام 2015 (9.139) مليون سائح بانخفاض قدره (5.1%) عن عام 2014 حيث بلغ (9.628) مليون سائح، مقابل (14.051) مليون سائح عام 2010، وبلغت الإيرادات السياحية (6.065) بليون دولار عام 2015، و(7.208) بليون دولار عام 2014، مقابل (12.528) بليون دولار عام 2010 (UNWTO, 2016).

• نماذج لتطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة في مصر

خدمات النقل

تعتبر خدمات النقل من أبرز خدمات الاقتصاد التشاركي في مصر. وتعتبر شركة "أوبر" التي تأسست في مارس 2009 في ولاية كاليفورنيا الأمريكية (Amwal Alghad, 2016) من أبرز الأمثلة في هذا المجال. وهي عبارة عن منصة إلكترونية "platform" أي نظام إلكتروني يحوي مجموعة من البرامج التطبيقية التي يمكن من خلالها الحصول على سيارات خاصة واستخدامها في عملية الانتقال. تمارس عملها في أكثر من 45 دولة ومنها مصر (Dominici, 2016).

هذا ولشركة "أوبر" في مصر فوائد عديدة، ذلك أن (40%) من السائقين التابعين لها كانوا فيما سبق عاطلين عن العمل، كما توفر وسيلة مرنة للراغبين في الحصول على دخل إضافي (The American University in Cairo, 2016). وتشير إحصائيات "أوبر" أن (30) ألف سائق يستخدمون أوبر في القاهرة كمصدر للدخل منذ إطلاق الخدمة في مصر في نوفمبر 2014 وحتى أغسطس 2016. مما يجعل من القاهرة المدينة الأسرع نمواً في الإقليم في انتشار ذلك التطبيق. كما تم إطلاق الخدمة في الإسكندرية منذ ديسمبر 2015. كما تقدم الشركة خدماتها في الجونة والساحل الشمالي صيفاً. هذا وتناقش الحكومة المصرية وضع لوائح تنظم تلك الخدمة في مصر (Amwal Alghad, 2016).

تنظيم الرحلات السياحية

أصبحت الجولات السياحية والأنشطة التي يمكن ممارستها داخل المقاصد السياحية جزءاً أساسياً من خدمات الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة. حيث يمكن للسكان المحليين تقديم خدماتهم للسائحين. هذا ويتحقق التواصل بين السائحين والسكان المحليين من خلال مواقع مثل Touristlink، وPeek،

Vayable. حيث يقوم السكان المحليين بإدخال بياناتهم، وما يستطيعون تقديمه من خدمات مختلفة وفريدة. هذا وتعمل تلك الشركات على الصعيد العالمي، وغالباً ما تغطي المناطق السياحية الرئيسية (Bremner, 2014). يتم فيما يلي تناول نبذة عن مواقع Vayable، وToursByLocals، وذلك على النحو التالي:

- موقع Vayable

تعتبر Vayable بوابة إلكترونية مصممة لتحقيق التواصل بين المسافرين من خلال شبكة الإنترنت مع المواطنين المحليين، حيث تتيح لهم تبادل الخبرات وحجز رحلاتهم من خلال السكان المحليين للحصول على تجربة حقيقية متكاملة في المقصد السياحي (Fitzpatrick, 2015). حيث تمكن السكان المحليين من استغلال وقتهم ومهاراتهم ومعارفهم لتحقيق دخل من خلال إتاحة فرص جديدة للعمل، وتوفير فرصة للآخرين لمعايشة تجارب حقيقية في المقصد السياحي أكثر ثراءً وفائدة (Vayable, 2017b). كما تتيح رحلات سياحية في جمهورية مصر العربية، يتم تنظيمها بواسطة مواطنين مصريين يعملون في قطاع السياحة كالمرشدين السياحيين وقائدي المجموعات السياحية، أو القطاعات المرتبطة به. هذا وتتنوع تلك الرحلات السياحية ما بين رحلات السفاري ورحلات العائلات، ودعوات العشاء وتناول الطعام، وتعلم فنون الطهي للأكلات المصرية، والتصوير ورحلات المتزوجين حديثاً، وسياحة التسوق. ويتيح الموقع تصنيفات عديدة للرحلات المتاحة من خلاله؛ على سبيل المثال، وفقاً للأعلى أو الأقل سعراً، أو وفقاً للأكثر في عدد التعليقات. ومع كل برنامج سياحي معلومات أو فيديو تعريفى عن الشخص الذي يقدم البرنامج، وصور لبرامج سابقة قام بتنفيذها (Vayable, 2017a).

- موقع ToursByLocals

تعتبر ToursByLocals شركة تشاركية تأسست في نوفمبر من عام 2008 في فانكوفر في كندا، وهي تضم 1905 مرشد محلي حتى يناير من عام 2017 يعملون في 155 دولة حول العالم. هذا ويتمثل الهدف الرئيسي للشركة في تحقيق التواصل بين مرشدين سياحيين محليين في كل مكان يرغب السائحون في زيارته؛ يحرصون على تبادل ما لديهم من معارف وتجارب وخبرات، من خلال تنظيم رحلات سياحية وعلى الأخص الرحلات التي تعكس الثقافة المحلية. على الجانب الآخر، فهم يهتمون أيضاً بالمساهمة في تأهيل المرشدين الذين يتعاونون معهم، وتدريبهم على التعامل مع نظام الشركة ومبادئها، وتتعاون معهم لتقديم جولة سياحية فريدة من نوعها. ولديهم فريق عمل في فانكوفر ولندن

ودلهي يعملون 24*7 للمساعدة في حالة حدوث أي مشكلة (ToursByLocals, 2017a). هذا وتقدم ToursByLocals خدماتها في جمهورية من العربية من قبل (45) مرشد محلي، يقدمون (188) رحلة في (10) مناطق؛ كما يتضح من جدول (1) وذلك حتى 3 فبراير 2017. كل مرشد سياحي يقوم بعرض مجموعة من الرحلات بكافة تفاصيلها مدعومة بالصور (ToursByLocals, 2017b).
جدول 1: إحصائية المرشدين والرحلات السياحية المتاحة من خلال ToursByLocals حتى 3

فبراير 2017

المدينة	القاهرة	الأسكندرية	الأقصر	بورسعيد	الغردقة- سفاجا	أسوان	العين السخنة	شرم الشيخ	وادي الريان	الواحات البحرية
المرشدين	10	7	7	6	6	3	2	2	1	1
الرحلات	54	18	81	9	9	7	3	5	1	1

المصدر: ToursByLocals, 2017b

رابعاً: منهجية الدراسة

ترتكز الدراسة على المنهج الوصفي "نمط الدراسات المسحية"؛ عن طريق الاستبيان الموجه لعينة من خبراء السياحة في مصر خلال الفترة من ديسمبر من عام 2016 وحتى فبراير من عام 2017؛ من خلال المقابلات الشخصية المتعمقة، والبريد الإلكتروني وموقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك". تم تصميم قائمة الاستبيان من ثلاثة محاور أساسية خاصة بمشكلة وأهداف الدراسة. فضلاً عن البيانات الشخصية الخاصة بالجهة التابع لها الخبير، وسنوات الخبرة. وجدير بالذكر، أن العبارات التي تم الاستعانة بها كنقاط قوة أو ضعف أو فرص أو تهديدات تطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة المصري والمتضمنة في المحو الأول للاستبيان؛ تم تحديدها من خلال القراءات للدراسات السابقة وتقارير المنظمات الدولية في هذا الشأن. هذا وقد تم اختبار الاستبيان للتأكد من مدى وضوحه، وذلك عن طريق توزيعه على بعض مفردات مجتمع الدراسة، وقد تم تعديله وفقاً للملاحظات التي إتفقوا عليها. ثم تم توزيعه على كافة مفردات العينة التحكيمية المكونة من عدد (50) خبير، تم استرداد (37) استبيان بنسبة (74%). هذه العينة ليس لها مرجع إحصائي نظراً لصعوبة تحديد الحجم الفعلي للمجتمع ككل، ولكنها تعتبر كافية لتحقيق أهداف الدراسة من حيث التعرف على آراء الخبراء في ظاهرة الاقتصاد التشاركي، ومدى تأثيرها على الحركة السياحية الوافدة إلى مصر من جانب، وتأثيرها على عمل شركات السياحة المصرية من جانب آخر. والوقوف على الإجراءات التي يمكن

للجهات المعنية إتخاذها لتعظيم الاستفادة من تطبيق الاقتصاد التشاركي على قطاع السياحة في مصر. هذا وقد تم وضع معايير لاختيار الخبراء، تمثلت في أن يكون لديه خبرة في العمل في القطاع السياحي الحكومي أو الخاص أو الأكاديمي مدة لا تقل عن عشرين عاماً، أو أن يكون قد شغل أحد المناصب القيادية في مجال السياحة. تم تفريغ البيانات وتحليلها من خلال برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS). وقبل عرض تحليل لاستجابات عينة الدراسة، تم اختبار الثبات لتحري مدى الثبات والصدق في الأجوبة التي أدلت بها مفردات العينة.

• اختبار الثبات لعينة الدراسة الميدانية

جدول 2: معامل الثبات لعينة الدراسة الميدانية

معامل الصدق*	معامل الثبات (ألفا)	عدد العبارات	حجم العينة	المجتمع الذي تنتمي إليه العينة
80%	0.640	64	37	خبراء السياحة في مصر

* معامل الصدق = جذر معامل الثبات

يتضح من جدول 2، أن معامل الثبات لآراء عينة الدراسة (64%)، أي أن إجاباتهم ثابتة ومتسقة. ويتضح أن معامل الصدق في استجابات عينة الدراسة من الخبراء بلغ (80%). مما يعنى ثبات وصدق عينة الدراسة. وفيما يلي عرض لنتائج تحليل الاستبيان.

• الإحصاء الوصفي لاستجابات عينة الخبراء

البيانات العامة

- الجهة التابع لها الخبير

جدول 3: جهة العمل في المجال السياحي

كود	جهة العمل	التكرار	النسبة	الترتيب
1	- القطاع السياحي الحكومي.	17	45.9	1
2	- غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة.	5	13.5	3
3	- القطاع السياحي الأكاديمي.	4	10.8	4
4	- مديري شركات السياحة.	8	21.6	2
5	- العمل في مجال السياحة دون التبعية لجهة تنظيمية.	3	8.1	5
	الإجمالي	37	100	

يتضح من جدول 3، أن (45.9%) من عينة الخبراء التي ارتكزت عليها الدراسة الميدانية من المسؤولين أو الذين شغلوا مناصب قيادية حالية أو سابقة بالقطاع السياحي الحكومي والممثل في وزارة السياحة والهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي. و(21.6%) من مديري شركات السياحة العاملة في مجال السياحة الوافدة، و(13.5%) من حجم العينة ينتمون لغرفة شركات ووكالات السفر والسياحة، و(11.1%) ينتمون للقطاع السياحي الأكاديمي من المتخصصين في الاقتصاد السياحي، وأخيراً (8.1%) يعملون في مجال السياحة دون التبعية لجهة تنظيمية؛ لديهم شركات سياحية إلكترونية تعتبر تطبيقات مصرية للاقتصاد التشاركي.

يتضح مما سبق، أن العينة تعتبر شاملة نوعاً ما لكافة الفئات التي تشكل قطاع السياحة في مصر، للتعرف على آرائهم فيما يخض تأثير الاقتصاد التشاركي على الحركة السياحية الوافدة إلى مصر، وعمل شركات السياحة المصرية.

- سنوات العمل في مجال التخصص:

جدول 4: سنوات الخبرة في المجال السياحي

كود	سنوات الخبرة	التكرار	النسبة	المتوسط
1	- من 20 سنة حتى أقل من 30 سنة.	22	59.5	1.59
2	- من 30 سنة حتى أقل من 40 سنة.	8	21.6	
3	- 40 سنة فأكثر.	7	18.9	
	الإجمالي	37	100	

يتضح من جدول 4، أن (59.5%) من عينة الخبراء التي ارتكزت عليها الدراسة الميدانية لديهم خبرة في العمل في قطاع السياحة من 20 سنة حتى أقل من 30 سنة. يلي ذلك الفئة التي لديها خبرة تتراوح ما بين 30 سنة حتى أقل من 40 سنة؛ بنسبة (21.6%) من حجم العينة. ثم من لديهم خبرة 40 سنة فأكثر، بنسبة (18.9%).

مما سبق يتضح أن عينة الدراسة لديهم خبرة ليست بالقليلة في مجال السياحة، الأمر الذي يشكل لديهم رؤية عن مستقبل أي مستجدات تطرأ على القطاع، وبالتالي إمكانية إتخاذ القرارات السليمة لصالح قطاع السياحة في مصر بصفة عامة، وشركات السياحة المصرية على وجه الخصوص.

المحور الأول: تحليل SWOT لتطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة في مصر

- نقاط القوة لتطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة في مصر.

يعمل الاقتصاد التشاركي على إيجاد إتجاهاً جديداً في قطاع السياحة؛ يهدف إلى استكشاف الموارد السياحية المحتملة من خلال الترويج الذاتي عبر الإنترنت، وتحويلها إلى منتجات سياحية، وبالتالي جذب المزيد من السياح وارتفاع معدل الزيارات السياحية (Yu, 2016).

جدول 5: نقاط القوة لتطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة في مصر

كود	نقاط القوة	التكرار *	النسبة	الترتيب
1	- تحقيق استفادة مادية لمقدم الخدمة.	18	48.6	3
1	- حصول العميل على المنتجات والخدمات بأسعار تنافسية.	19	51.4	2
1	- يتيح الفرصة لاستغلال الموارد غير المستغلة (غرفة- سيارة- مهارات).	13	35.1	4
1	- يقدم فرص متعددة لمحبي ومعتادي السفر والسياحة.	31	83.8	1
1	- أخرى.	12	32.4	5

* إمكانية اختيار أكثر من إجابة.

يتضح من جدول 5، أن نقاط القوة لتطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة المصري من وجهة نظر خبراء السياحة في مصر، تتمثل في تقديم فرص متعددة لمحبي ومعتادي السفر والسياحة؛ بنسبة (83.8%)، وتحقيق استفادة مادية للسائح، حيث يحصل على ما يريده من منتجات وخدمات سياحية بأسعار تنافسية؛ بنسبة (51.4%). غير أن تلك الخدمات في مصر لا تقل في سعرها عن نظيرتها التي تقدمها الشركات التقليدية، ربما تماثلها أو تفوقها كخدمات الانتقال بواسطة "أوبر".

كما أشارت عينة الخبراء أن من ضمن نقاط القوة لتطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة أنه يمكن أن يحقق استفادة مادية لمقدم الخدمة، حيث يستطيع تحقيق مكاسب مالية نتيجة لمشاركة ما يملكون من منتجات أو ما يستطيعون تقديمه من خدمات للآخرين، وذلك بنسبة (48.6%)؛ وخاصة ما يتعلق بخريجي كليات ومعاهد السياحة المصرية؛ ذلك أن سوق العمل السياحي في مصر لاسيما فيما يخص شركات السياحة لا يستوعب كافة الخريجين، خاصة مع التوسع الكمي في عدد كليات ومعاهد السياحة، والأزمة التي يمر بها قطاع السياحة في مصر. كما أن معظم الشركات السياحية تطلب للعمل لديها أصحاب الخبرات السابقة، ولا يمتلكها حديثي التخرج، وبالتالي تصبح مظلة الاقتصاد التشاركي فرصة للجادين من الخريجين ولديهم المهارات؛ دون تحميل الدولة عبء توفير فرص العمل، فضلاً عن حماية الشباب المصري وتحفيزه على العمل والاعتماد على النفس وتحمل المسؤولية.

أوضح (35.1%) من حجم العينة أن الاقتصاد التشاركي يتيح الفرصة لاستغلال الموارد غير المستغلة. هذا وقد أشار (32.4%) من مفردات العينة إلى نقاط قوة أخرى؛ كتحريك الدورة الاقتصادية، وتقديم خدمات ذات جودة تنافسية. فضلاً عن تنوع وتعدد مقومات العرض السياحي وإمكانية زيادة الحركة السياحية نتيجة للتوجه لشرائح سوقية متنوعة وتلبية رغبات واحتياجات مختلف فئات السائحين العمرية والمادية والثقافية وغيرها. كذلك تحقيق تجربة فريدة للسائح من خلال معايشة المجتمع المحلي والقيام بالرحلة من منظور المجتمع المحلي.

- نقاط الضعف لتطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة في مصر.

تتمثل أهم نقاط الضعف للاقتصاد التشاركي في المنافسة غير المشروعة وغير العادلة في مواجهة الشركات التقليدية، مع التأثير على المجتمعات المحلية و إزعاج السكان المقيمين في المناطق ذات الإقبال المتزايد (Juul, 2015).

جدول 6: نقاط الضعف لتطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة في مصر

كود	نقاط الضعف	التكرار *	النسبة	الترتيب
1	- عدم الوفاء بالالتزامات القانونية والمالية، كدفع الضرائب.	10	27	3
1	- عدم وجود قواعد تضمن جودة الخدمة المقدمة.	31	83.8	1
1	- عدم وجود قواعد تضمن سلامة وأمن السائح.	27	73	2
1	- عدم وجود ضمانات لخصوصية السائح.	3	8.1	6
1	- عدم وجود إجراءات لضمان حقوق مقدمي الخدمة كالتأمينات الاجتماعية.	9	24.3	4
1	- أخرى.	4	10.8	5

* إمكانية اختيار أكثر من إجابة.

يتضح من جدول 6، أن خبراء السياحة الذين ارتكزت عليهم الدراسة الميدانية أوضحوا أن نقاط الضعف في تطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة في مصر، تتمثل في عدم وجود قواعد تضمن جودة الخدمة المقدمة؛ بنسبة (83.8%)، ثم عدم وجود قواعد تضمن سلامة وأمن السائح؛ بنسبة (73%) خاصة ما يتعلق بالسرقة والتحرش، ثم أن العديد من شركات الاقتصاد التشاركي لا تقوم بالوفاء بالتزاماتها القانونية والمالية، كدفع الضرائب؛ بنسبة (27%)، غير أنه يمكن للدولة التغاضي عن ذلك في سبيل ما يسهم به الاقتصاد التشاركي من فرص عمل وتوفير دخل للمواطنين المحليين. في هذا الإطار، أوضحت (24.3%) من مفردات العينة أنه لا توجد إجراءات لضمان حقوق مقدمي الخدمة كالتأمينات الاجتماعية ومخاطر العمل. ويتفق ذلك مع ما أوصت به (EFFAT,

(2015)، من أنه يجب على مقدمي خدمات الاقتصاد التشاركي تقديم بعض الالتزامات تجاه العاملين في هذا النظام كما هو الحال مع الشركات التقليدية؛ كمرعاة ظروف العمل والأجور والضمان الاجتماعي والصحة والسلامة في مكان العمل، وحقوق العمال، والتأهيل والتدريب. وأنه إذا نجحت شركات الاقتصاد التشاركي في ذلك سوف تشكل منافس قوي أمام شركات السياحة التقليدية. هذا وقد أشار الخبراء إلى نقاط ضعف أخرى تتمثل في عدم وجود بناء قانوني لإنشاء مثل هذه الشركات في مصر. كذلك عدم وجود آليات لحماية المستهلك السياحي في عصر الاقتصاد التشاركي.

- فرص تطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة في مصر.

تشير الدراسات أنه مع استمرارية نمو الاقتصاد التشاركي؛ أصبح من الواضح أن الطريقة التي تتبناها الحكومات وأصحاب المصلحة في الصناعة تشارك في تنظيم القطاع السياحي، مما سيوفر مخططاً لدمج الشركات التشاركية في الاقتصاد بشكل عام (NSW Business Chamber, 2015).

جدول 7: فرص تطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة في مصر

الترتيب	النسبة	التكرار *	الفرص	كود
1	78.4	29	زيادة الإقبال على التطبيقات الإلكترونية الخاصة بالاقتصاد التشاركي.	1 -
2	73	27	سمعة الاقتصاد التشاركي على المستوى العالمي أكثر استقراراً ونجاحاً.	1 -
3	16.2	6	حرص الشركات الكبرى للانضمام لمنصات الاقتصاد التشاركي.	1 -

* إمكانية اختيار أكثر من إجابة.

يتضح من جدول 7، أن عينة خبراء السياحة التي ارتكزت عليها الدراسة الميدانية أوضحوا أن فرص تطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة المصري، تتمثل في زيادة الإقبال على المواقع الإلكترونية الخاصة بالاقتصاد التشاركي؛ بنسبة (78.4%). ثم سمعة الاقتصاد التشاركي على المستوى العالمي والتي أصبحت أكثر استقراراً ونجاحاً، بنسبة (73%)، وأنه توجد فئة ليست بالقليلة لديها ثقة في تلك المواقع والتطبيقات الإلكترونية.

- تهديدات تطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة في مصر.

جدول 8: تهديدات تطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة في مصر

الترتيب	النسبة	التكرار *	التهديدات	كود
2	29.7	11	إحتجاجات شركات السياحة والنقل التقليدية ضد المنافسة غير العادلة.	1 -
1	70.3	26	عدم اعتراف الجهات الحكومية الرسمية بممارسات الاقتصاد التشاركي.	1 -
3	8.1	3	أخرى.	1 -

* إمكانية اختيار أكثر من إجابة.

يتضح من جدول 8، أن خبراء السياحة الذين ارتكزت عليهم الدراسة الميدانية يرون أن هناك تهديدات تحول دون التطبيق الأمثل للاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة المصري، تتمثل في أن تلك الكيانات لا بد وأنها ستواجه مشكلات نتيجة عدم اعتراف الجهات الحكومية الرسمية في مصر بعد بممارستها؛ بنسبة (70.3%) من مفردات العينة. وبالتالي عدم وجود داعم لتطبيقه، وجهة لها مصداقية يلجأ إليها السائح حال حدوث شكوى. ثم ما يتعلق بإحتجاجات شركات السياحة والنقل التقليدية ضد المنافسة غير العادلة من قبل منصات الاقتصاد التشاركي؛ بنسبة (29.7%)، خاصة إذا كانت من خلال كيان كغرفة شركات ووكالات السفر والسياحة، وليس من جانب شركات فردية.

هذا وقد أشار (8.1%) من عينة الدراسة إلى تهديدات أخرى، كقصور الجانب التشريعي في التعامل مع ذلك التوجه الاقتصادي، وضعف الوعي لدى المجتمع المصري في التعامل مع السائح الأجنبي. في هذا الإطار، أشار (Bremner, 2014)، إلى أهمية إيجاد حلول لمواجهة تهديدات تطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة، خاصة ما يتعلق بالجانب التشريعي، وكنتيجة لذلك حدثت تغيرات في بعض القوانين المحلية في بعض المدن والدول في الآونة الأخيرة، كي تتماشى مع النظام الاقتصادي الجديد.

- إتخاذ إجراءات تجاه تطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة في مصر.

جدول 9: مدى إتخاذ إجراءات تجاه تطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة

النسبة	التكرار	الرأي	كود
43.2	16	نعم، تم إتخاذ إجراءات من جانبنا.	1
29.7	11	نعم، تم إتخاذ إجراءات من قبل جهات أخرى.	2
27	10	لا، لم يتم إتخاذ إجراءات في هذا الشأن.	3
100	37	الإجمالي	

يتضح من جدول 9، أن (43.2%) من عينة الدراسة قاموا بإتخاذ إجراءات من جانبهم تجاه تطبيق الاقتصاد التشاركي في مصر. وأوضح (29.7%) من مفردات العينة أن لديهم دراية بأنه قد تم إتخاذ إجراءات من جانب جهات أخرى. بينما أفاد (27%) من عينة الدراسة بأنه لم يتم إتخاذ أي إجراءات من جانبهم حيال تطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة المصري.

- إيضاح الإجراءات التي تم إتخاذها في هذا الشأن.

جدول 10: الإجراءات التي تم إتخاذها تجاه تطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة المصري

كود	الإجراءات	التكرار *	النسبة	الترتيب
1	- القيام بأبحاث لدراسة أبعاد الموضوع وفرص الاستفادة منه.	10	27	3
1	- تنظيم مسابقات بحثية لدراسة الموضوع.	18	48.6	1
1	- الاشتراك في مثل هذه الشركات التشاركية، وتقديم الخدمات من خلالها.	6	16.2	4
1	- تخفيض أسعار الخدمات السياحية من خلال الشركات التقليدية.	0	0.0	7
1	- الارتقاء بجودة الخدمات السياحية المقدمة كي تستطيع المنافسة.	5	13.5	5
1	- متابعة التطورات وتقارير المنظمات العالمية؛ لإتخاذ القرارات الملائمة.	15	40.5	2
1	- أخرى.	1	2.7	6

* إمكانية اختيار أكثر من إجابة. ن=27.

يتضح من جدول 10، أن الإجراءات التي تم إتخاذها حيال تطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة المصري، تتمثل في تنظيم مسابقات بحثية للتعرف على دور الاقتصاد التشاركي في التنمية السياحية في مصر، بنسبة (48.6%). حيث أعلنت الإدارة المركزية للبحوث والتدريب بوزارة السياحة في نوفمبر من عام 2016 عن مسابقة بحثية لدراسة ذلك التوجه الاقتصادي، وجاري حالياً إجراء تلك الدراسات، الأمر الذي يشير إلى إهتمام وزارة السياحة وهي الجهاز السياحي الرسمي في مصر بدراسة أبعاد الموضوع؛ كي يتم إتخاذ القرارات السليمة لتنظيم تطبيقه، وتحقيق أقصى استفادة ممكنة لقطاع السياحة والمجتمع المحلي.

يلي ذلك متابعة التطورات وتقارير المنظمات العالمية كي يمكن الوقوف على الوضع الحالي العالمي، وإتخاذ القرارات الملائمة لتطبيق ما يتناسب مع طبيعة المقصد السياحي المصري؛ بنسبة (40.5%). هذا وقد أشار (27%) من عينة الدراسة إلى القيام بأبحاث لدراسة أبعاد الموضوع وفرص الاستفادة منه؛ سواء من قبلهم أو من جانب آخرين. يلي ذلك التعاون مع مثل هذه الشركات التشاركية والمساهمة في تقديم الخدمات من خلالها؛ وذلك من جانب (16.2%) من مفردات العينة. وأشار (13.5%) إلى قيامهم بالارتقاء بجودة الخدمات السياحية المقدمة كي تستطيع المنافسة.

هذا ولم تتم الإشارة من قبل أي من خبراء العينة إلى تخفيض أسعار الخدمات السياحية من خلال الشركات التقليدية. ويختلف ذلك مع ما أوضحه (Juul, 2017)، من أن هذا الإتجاه الاقتصادي يدفع الشركات القائمة والتي تقدم خدماتها للسائحين للتعامل مع المنافسة المتزايدة، سواء من خلال تخفيض

أسعارها أو تحسين جودة خدماتها. على سبيل المثال، قامت شركة السكك الحديدية الوطنية الفرنسية بتخفيض تكلفة خدمات القطارات والأتوبيسات كي تستطيع منافسة خدمات الاقتصاد التشاركي في مجال النقل مثل "بلابلا كار" BlaBlaCar. هذا ويقوم القائمين على النماذج المصرية للاقتصاد التشاركي بتقديم الخدمة السياحية بنفس الأسعار التي تقدمها الشركات التقليدية ولكنهم يسعون إلى زيادة جودة الخدمة المقدمة والاحتفاظ بالعملاء. في هذا الإطار، أوضحت (OECD, 2016)، إلى إتخاذ بعض الإجراءات في مختلف دول العالم حيال تطبيق ممارسات الاقتصاد التشاركي. حيث قامت مدينة بورتلاند الأمريكية بسن تشريعات في عام 2014، خاصة بخدمات الإقامة؛ تلزم المالكين المحليين الحصول على ترخيص، وتفتيش السلامة وإخطار الجيران بالنشاط المزمع القيام به. بينما أعلنت فرنسا أن تقديم خدمات النقل تحت مظلة الاقتصاد التشاركي غير قانونية. بينما في كوريا، قدمت مبادرة "مشاركة مدينة سيول Sharing Seoul" مساعدة مالية لبعض النماذج المختارة من أنظمة المشاركة في الطعام والجولات السياحية مع تقديم نظام خاص بها للمشاركة بخدمات النقل.

- الإجراءات التنظيمية التي يمكن أن تتخذها وزارة السياحة المصرية في هذا الشأن.

ينبغي على الأجهزة السياحية الرسمية أن تراعي أن الاقتصاد التشاركي يساعد في تحقيق التنمية المستدامة، والرفاهية الاجتماعية. كما أنه يتوافق مع مطالب المستهلكين. لذا لا بد من العمل على تجنب الآثار السلبية له؛ من خلال مراجعة وتحديث الأنظمة القائمة بمشاركة جميع الجهات ذات الصلة بالحكومة (EFFAT, 2015).

جدول 11: دور الجهاز السياحي الرسمي تجاه تطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة في مصر

الترتيب	النسبة	التكرار*	الإجراءات	كود
4	18.9	7	وضع إجراءات لضمان المنافسة العادلة والفرص المتكافئة.	1
2	43.2	16	وضع قواعد تنظيمية لعمل الشركات التشاركية، وضمان سداد الضرائب.	1
1	91.9	34	وضح إجراءات تضمن حماية المستهلك؛ كالجودة والسلامة والأمن.	1
3	35.1	13	وضع إجراءات لضمان حقوق مقدمي الخدمة كالتأمينات الاجتماعية.	1
5	5.4	2	أخرى.	1

* إمكانية اختيار أكثر من إجابة.

يتضح من جدول 11، أن الإجراءات التنظيمية التي يمكن أن تتخذها وزارة السياحة في شأن تطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة، تتمثل في وضع إجراءات تضمن حماية المستهلك؛ كضمان

جودة الخدمة وسلامة وأمن السائح والخصوصية، وذلك من وجهة نظر (91.9%) من حجم العينة. حيث أكد الخبراء على ضرورة وضع معايير للخدمات السياحية المقدمة ولكن دون تسعيرها، وأن يتم التعاون في ذلك بين وزارة السياحة والقطاع الأكاديمي. كما لا بد ألا تتعامل إدارة الجودة على الإطلاق بصورة مباشرة مع شركة السياحة، وضرورة الفصل بين الرقابة وواضعي المعايير. هذا وقد أوضح (43.2%) من عينة الدراسة إلى ضرورة قيام وزارة السياحة بوضع قواعد تنظيمية لعمل الشركات التشاركية، وضمان سداد الضرائب المستحقة؛ وأفادوا أن ذلك لا بد وأن يتم بالتعاون مع وزارة المالية ومصحة الضرائب. يلي ذلك وضع إجراءات لضمان حقوق مقدمي الخدمة كالتأمينات الاجتماعية ومخاطر العمل؛ من وجهة نظر (35.1%) من مفردات العينة. هذا ولم يشر إلى وضع الإجراءات لضمان المنافسة العادلة والفرص المتكافئة بين الشركات التقليدية والشركات التشاركية سوى (18.9%) فقط من عينة خبراء السياحة في مصر، وقد أوضح (5.4%) منهم إلى إجراءات أخرى تتمثل في، تخصيص جهة يلجأ إليها السائح حال حدوث أي مشكلة أو أي قصور في تقديم الخدمة السياحية من قبل كيانات الاقتصاد التشاركي. فضلاً عن ضرورة وضع الإطار التشريعي المتكامل، وبناءً عليه يتم تحديد الدور والإجراءات التنظيمية من قبل وزارة السياحة.

في هذا الإطار، أيضاً أوضحت (OECD, 2016)، وجود تباين في ردود أفعال الحكومات تجاه الاقتصاد التشاركي، منها على سبيل المثال، إصدار التراخيص والتصاريح من قبل بعض المقاصد السياحية لتنظيم الاقتصاد التشاركي، وضمان الامتثال للضرائب. كما أدخلت بعض المقاصد السياحية ضوابط خاصة بالجودة، وأنظمة التأمين لدعم السوق السياحي التشاركي.

- مدى تأييد الخبراء لفكرة تقديم الخدمات السياحية من خلال الاقتصاد التشاركي.

جدول 12: مدى تأييد تقديم الخدمات السياحية من خلال الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة في

مصر

كود	المدى	التكرار	النسبة	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
5	- مؤيد بشدة.	8	21.6	3.54	1.145	%32.34
4	- مؤيد.	13	35.1			
3	- محايد.	9	24.3			
2	- غير مؤيد.	5	13.5			

1	- غير مؤيد بشدة.	2	5.4
	الإجمالي	37	100

يتضح من جدول 12، أن مدى تأييد عينة الدراسة لتقديم الخدمات السياحية من خلال الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة في مصر، يأتي بمتوسط (3.54) في اتجاه تأييد ذلك الإتجاه، بمعامل اختلاف (32.34%). حيث يؤيد ذلك الإتجاه (35.1%) من عينة الخبراء؛ وفي هذا الإطار أوضح الخبراء أنه سيظل لشركات السياحة التقليدية دوراً جوهرياً في تقديم الخدمات السياحية في مصر. كما أشار (21.6%) إلى تأييدهم بشدة ذلك الإتجاه؛ لما له من تأثير إيجابي في الحد من البطالة. بينما أفاد (18.9%) من حجم العينة عدم تأييدهم لتطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة المصري.

المحور الثاني: تقييم تأثير الاقتصاد التشاركي على زيادة الحركة السياحية الوافدة إلى مصر

- خدمات الاقتصاد التشاركي القابلة للنجاح في السوق المصري.

جدول 13: أبرز خدمات الاقتصاد التشاركي القابلة للنجاح في السوق المصري

كود	الخدمات	التكرار *	النسبة	الترتيب
1	- خدمات تنظيم الرحلات، مثل ToursByLocals or Vayable .	24	64.9	2
1	- خدمات النقل، مثل Uber.	28	75.7	1
1	- خدمات الإقامة، مثل Airbnb.	17	45.9	4
1	- خدمات الطعام (المأكولات والمشروبات)، مثل EatWith, VizEat.	23	62.2	3

* إمكانية اختيار أكثر من إجابة.

يتضح من جدول 13: أن (75.7%) من عينة خبراء السياحة في مصر أفادوا أن أبرز خدمات الاقتصاد التشاركي القابلة للتطبيق في مجال السياحة في مصر تتمثل في خدمات النقل مثل Uber. يلي ذلك خدمات تنظيم الرحلات مثل ToursByLocals و Vayable ؛ من وجهة نظر (64.9%) من مفردات العينة. وأشار (62.2%) من عينة الخبراء إلى خدمات الطعام مثل EatWith, VizEat؛ وهي تطبيقات يمكن استخدامها لاستعراض الوجبات التقليدية التي يقدمها المواطنين المحليين في منازلهم، وحجز موعد معهم لتناول الوجبة، وربما المشاركة في إعدادها. وأخيراً خدمات الإقامة مثل Airbnb من وجهة نظر (45.9%) من مفردات العينة. هذا وقد أوضح العديد من الخبراء أن كافة هذه الخدمات قابلة للنجاح في قطاع الأعمال السياحي في مصر بشرط وجود معايير قياسية لمستوى الخدمة المقدمة، وتشريع صارم في حالة مخالفة القواعد.

- ما تم بخصوص تطبيق خدمات الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة المصري.

يعمل الاقتصاد التشاركي على تحقيق التواصل بين الباعة المستعدون لتبادل أو مشاركة السلع أو الخدمات غير المستغلة مع المشترين الذين يحتاجون إليها من خلال الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات (Ke, 2017).

جدول 14: خدمات الاقتصاد التشاركي المطبقة في السوق السياحي المصري

كود	الخدمة	خدمات النقل		خدمات الإقامة		خدمات الرحلات		خدمات الطعام	
		تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
5	- تم تطبيقها وحقت نجاحاً.	13	35.1	2	5.4	10	27	9	24.3
4	- تم تطبيقها، لكن الوقت مبكراً للحكم عليها.	16	43.2	22	59.5	16	43.2	5	13.5
3	- تم تطبيقها ولم تحقق نجاحاً.	7	18.9	8	21.6	8	21.6	1	2.7
2	- لم يتم تطبيقها؛ لكن متوقع أن تحقق نجاحاً.	1	2.7	4	10.8	3	8.1	21	56.8
1	- لم يتم تطبيقها؛ وغير متوقع نجاحها.	0	0.0	1	2.7	0	0.0	1	2.7
	الإجمالي	37	100	37	100	37	100	37	100
	- المتوسط		4.11		3.54		3.89		2
	- الانحراف المعياري		0.809		0.869		0.906		0.9026
	- معامل الاختلاف		19.68%		24.55%		23.29%		45.13%

يتضح من جدول 14، أن آراء عينة الدراسة من خبراء السياحة في مصر فيما يخص تطبيق الاقتصاد التشاركي في مجال خدمات النقل والرحلات والإقامة في قطاع الأعمال السياحي في مصر؛ قد جاء بمتوسط (4.11)، و(3.89)، و(3.54) على الترتيب، في اتجاه أنه تم تطبيقها بالفعل غير أن الوقت مازال مبكراً للحكم على مدى نجاحها من عدمه، بأقل نسبة للتشتت في الآراء فيما يخص تطبيق خدمات النقل؛ حيث جاءت قيمة معامل الاختلاف (19.68%)، ثم خدمات تنظيم الرحلات بمعامل اختلاف (23.29%) خاصةً إذا تم تقنينها. ثم خدمات الإقامة بمعامل اختلاف (24.55%). أما فيما يخص تطبيق الاقتصاد التشاركي في مجال إعداد وتجهيز وطهي الأطعمة، قد جاء بمتوسط (2) في اتجاه أنه لم يتم تطبيقها في قطاع السياحة في مصر، ولكن متوقع أن تحقق نجاحاً، وذلك بمعامل اختلاف (45.13%) بأعلى نسبة للتشتت بين آراء العينة. هذا وقد أشار بعض خبراء العينة، أن هناك العديد من الشكاوى من تطبيق "أوبر" في السوق المصري.

- مساهمة منصات الاقتصاد التشاركي في زيادة الحركة السياحية الوافدة إلى مصر.

جدول 15: مدى وجود تأثير للاقتصاد التشاركي على زيادة الحركة السياحية الوافدة إلى مصر

كود	الرأي	التكرار	النسبة	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
3	- نعم.	13	35.1	2.24	0.641	%28.61
2	- إلى حد ما.	20	54.1			
1	- لا.	4	10.8			
	الإجمالي	37	100			

يتضح من جدول (15)، أن وجود تأثير لتطبيق الاقتصاد التشاركي في مجال السياحة في مصر في زيادة الحركة السياحية الوافدة إليها يأتي بمتوسط (2.24) في اتجاه وجود تأثير إلى حد ما، بمعامل اختلاف (%28.61). حيث أشار إلى ذلك (54.1%) من مفردات العينة. وأوضح (35.1%) من مفردات العينة وجود تأثير إيجابي؛ خاصة في زيادة حركة السياحة الداخلية، وأنه توجد العديد من الأمثلة المحلية في هذا الإطار. بينما أفاد (10.8%) من حجم العينة؛ أنه لا يوجد تأثير لتطبيق الاقتصاد التشاركي في مجال السياحة فيما يخص زيادة الحركة السياحية الوافدة إلى مصر.

- تأثير الخدمات المقدمة عبر منصات الاقتصاد التشاركي على الحركة السياحية الوافدة إلى مصر.

جدول 16: دور الخدمات المقدمة عبر منصات الاقتصاد التشاركي في زيادة الحركة السياحية الوافدة

إلى مصر

كود	التأثير	الخدمة		خدمات النقل		خدمات الإقامة		خدمات الرحلات		خدمات الطعام	
		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار
5	- إيجابي جداً.	2.7	1	2.7	1	8.1	3	0.0	0		
4	- إيجابي.	54.1	20	56.8	21	59.5	22	40.5	15		
3	- متوسط.	24.3	9	27	10	21.6	8	21.6	8		
2	- سلبي.	2.7	1	2.7	1	0.0	0	2.7	1		
1	- سلبي جداً.	2.7	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0		
0	- غير مؤثر.	13.5	5	10.8	4	10.8	4	38.9	14		
	الإجمالي	100	37	100	37	100	37	100	37		
	- المتوسط.	3.11		3.27		3.43		3.05			
	- الانحراف المعياري.	1.430		1.283		1.324		2.357			
	- معامل الاختلاف.	%45.98		%29.23		%38.6		%77.29			

يتضح من جدول 16، أن رأي عينة الدراسة من خبراء السياحة في مصر فيما يخص تأثير الخدمات المقدمة عبر منصات الاقتصاد التشاركي (تنظيم الرحلات والإقامة والنقل وتناول الطعام) على الحركة السياحية الوافدة إلى مصر، يأتي بمتوسط (3.43) و(3.27) و(3.11) و(3.05) على الترتيب في إتجاه التأثير المتوسط، حيث من وجهة نظرهم أن خدمات تنظيم الرحلات هي الأكثر تأثيراً في زيادة الحركة السياحية في مصر. يليها في ذلك خدمات النقل، ثم الإقامة؛ في حالة تغيير الثقافة فيما يتعلق بقبول السكان المحليين إستضافة السائحين في منازلهم نظير مقابل، واستغلال أي مساحة شاغرة. ثم أخيراً خدمات تناول الطعام. مع الأخذ في الاعتبار أن ذلك مجرد توقعات مستقبلية وأن الحكم مازال مبكراً على أكثر خدمات الاقتصاد التشاركي تأثيراً في زيادة الحركة السياحية في مصر، خاصةً في ظل غياب إحصائيات عن أعداد السائحين الوافدين إلى مصر من خلال تلك التطبيقات الإلكترونية.

المحور الثالث: تقييم تأثير الاقتصاد التشاركي على شركات السياحة في مصر

- وجود تهديد لشركات السياحة في مصر جراء انتشار منصات الاقتصاد التشاركي.

جدول 17: مدى خطورة انتشار منصات الاقتصاد التشاركي على شركات السياحة في مصر

كود	الرأي	التكرار	النسبة	المتوسط	الإنحراف المعياري	معامل الاختلاف
3	- نعم.	6	16.2	1.89	0.658	34.8%
2	- إلى حد ما.	21	56.8			
1	- لا.	10	27			
	الإجمالي	37	100			

يتضح من جدول 17، أن رأي خبراء السياحة في مصر الذين ارتكزت عليهم الدراسة الميدانية فيما يخص وجود خطورة على شركات السياحة المصرية جراء انتشار منصات الاقتصاد التشاركي يأتي بمتوسط (1.89) في إتجاه وجود خطورة إلى حد ما، بمعامل اختلاف (34.8%). حيث أشار إلى ذلك (56.8%) من مفردات العينة. خاصةً وأن حركة السياحة الأجنبية الوافدة إلى مصر تأتي إليها من خلال شركات محددة، وأن غالبية شركات السياحة في مصر تركز بشكل أساسي على تنظيم برامج الحج والعمرة وحجز تذاكر الطيران، وهي خدمات لا يتم تقديمها من خلال منصات الاقتصاد التشاركي. بينما أوضح (27%) من العينة إلى عدم وجود خطورة، ذلك أن لكل من شركات السياحة التقليدية وشركات السياحة التشاركية الشريحة السوقية التي تستهدفها والتي تختلف عن الأخرى، وأنه يمكن للجميع العمل والمنافسة الشريفة لصالح العميل. يتفق ذلك مع ما أشار إليه (Queensland

(Tourism Industry Council, 2014)، بأن الشركات التقليدية وشركات الاقتصاد التشاركي تسير كل منهما بطريقة متوازية.

بينما أوضح (16.2%) وجود خطور على عمل شركات السياحة المصرية جراء انتشار منصات الاقتصاد التشاركي.

- تأثير الخدمات المقدمة عبر منصات الاقتصاد التشاركي على عمل شركات السياحة في مصر.

جدول 18: تأثير الخدمات المقدمة عبر منصات الاقتصاد التشاركي على عمل شركات السياحة

المصرية

كود	التأثير	الخدمة		خدمات النقل		خدمات الإقامة		خدمات الرحلات		خدمات الطعام	
		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار
5	-	إيجابي جداً.	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0	0.0
4	-	إيجابي.	3	8.1	3	8.1	1	2.7	7	18.9	
3	-	متوسط.	13	35.1	12	32.4	9	24.3	6	16.2	
2	-	سلبي.	6	16.2	10	27	20	54.1	2	5.4	
1	-	سلبي جداً.	1	2.7	0	0.0	1	2.7	.	0.0	
0	-	غير مؤثر.	14	37.8	12	32.4	6	16.2	22	59.5	
		الإجمالي	37	100	37	100	37	100	37	100	
	-	المتوسط.		1.73		1.84		1.95		0.35	
	-	الانحراف المعياري.		1.484		1.405		1.026		0.473	
	-	معامل الاختلاف.		85.78%		76.36%		52.6%		135.14%	

يتضح من جدول 18، أن تأثير انتشار خدمات الاقتصاد التشاركي في مجالات تنظيم الرحلات والإقامة والنقل؛ على عمل شركات المصرية يأتي بمتوسط (1.95) و(1.84) و(1.73) في اتجاه التأثير السلبي، بأعلى معدلات للتشتت بين آراء العينة. خاصةً وأن تلك الخدمات ما زالت في بداية تطبيقها في مصر. أما فيما يتعلق بآرائهم حول مدى تأثير الخدمات المتعلقة بالطعام وإعداده وطهيه فقد جاءت بمتوسط (0.35) في اتجاه عدم وجود تأثير.

هذا وفيما يتعلق بخدمات النقل، فقد أشار (37.8%) من الخبراء إلى أن توفير خدمات النقل عبر منصات الاقتصاد التشاركي كـ"أوبر" ليس له تأثير على عمل شركات السياحة في مصر، وليس لها تأثير على شركات النقل السياحي التي تعمل في الأتوبيسات ذات الحجم الكبير، غير أنه يمكن أن

يكون لها تأثير على شركات الليموزين. بينما أوضحت (35.1%) من مفردات العينة إلى وجود تأثير متوسط. وأشار (16.2%) من العينة إلى وجود تأثير سلبي.

أما عن خدمات تنظيم الرحلات، فقد أوضح (54.1%) من مفردات العينة إلى أن تأثيرها سلبي على عمل شركات السياحة في مصر، وأشار (24.3%) أن التأثير متوسط، بينما أفاد (16.2%) أنها ليس لها تأثير في الوقت الحالي لأن تلك التطبيقات مازالت في بدايتها، وعدد ونوعية الرحلات المعروضة من خلالها قليل، غير أنه ربما يكون لها تأثير في المستقبل مع انتشار تلك التطبيقات لدى السكان المحليين الراغبين في تقديم خدماتهم، ومعرفتهم كيف يتم العمل من خلالها.

أما خدمات الإقامة؛ فقد أوضح (32.4%) من الخبراء بأنها غير مؤثرة على عمل شركات السياحة المصرية؛ وبرروا ذلك بأن الفئة التي تستهدف الإقامة بالفنادق وتقوم بالحجز من خلال شركات السياحة التقليدية تختلف عن الشريحة السوقية التي تفضل خدمات Airbnb على سبيل المثال. بينما أشار نفس النسبة إلى جود تأثير متوسط.

بخصوص التطبيقات الخاصة بتناول الطعام المحلي في منازل السكان المحليين فقد أوضح (59.5%) من مفردات العينة أنها غير مؤثرة على عمل شركات السياحة في مصر. في حين أوضح (18.9%) من حجم العينة أن تأثيرها إيجابي من منطلق توفير خدمات متنوعة يمكن لشركات السياحة استغلالها في برامجها السياحية. حيث يمكن اعتبار أن خدمات الاقتصاد التشاركي في مجالات الإقامة والنقل والطعام، تسهم في تنويع وزيادة مقومات العرض السياحي، والتي يمكن لشركات السياحة التقليدية استغلالها في تقديم خدمات متنوعة غير تقليدية للسائحين.

- أوجه تأثير شركات الاقتصاد التشاركي على عمل شركات السياحة في مصر.

إن للاقتصاد التشاركي آثاراً خطيرة بالنسبة لشركات الطيران والفنادق، وشركات السياحة والمرشدين السياحيين ومسوقي الخدمات السياحية. غير أن ذلك لا يعني أنهم لا يستطيعون الاندماج في هذا الاتجاه وتقديم خدمات مميزة تستطيع المنافسة والصمود (Trivett & Staff, 2013).

جدول 19: الآثار السلبية لشركات الاقتصاد التشاركي على عمل شركات السياحة في مصر

كود	المخاطر	التكرار *	النسبة	الترتيب
1	- المنافسة السعرية.	15	55.56	2
1	- احتمال اختراق عناصر إجرامية للمجموعات السياحية للشركات التشاركية.	8	29.63	3

1	88.89	24	1 - لا يوجد ضمان للحد الأدنى لجودة الخدمة المقدمة.
4	11.11	3	1 - أخرى.

* إمكانية اختيار أكثر من إجابة. ن=27.

يتضح من جدول 19، أن خبراء السياحة في مصر الذين ارتكزت عليهم الدراسة الميدانية؛ أوضحوا أن أبرز مخاطر شركات الاقتصاد التشاركي على عمل شركات السياحة في مصر، تتمثل في أنه لا يوجد ضمان للحد الأدنى لجودة الخدمة المقدمة، مما قد يضر بسمعة شركات السياحة المصرية التقليدية، من وجهة نظر (88.89%) من العينة. يلي ذلك ما أشار إليه (55.56%) من مفردات العينة من أن الخطر يتمثل في قيام الشركات التشاركية بتقديم الخدمة بأسعار منخفضة نظراً لأنها تقوم بتقديم الخدمة بتكلفتها الفعلية مع هامش ربح بسيط، مما قد يضر بمصالح شركات السياحة التقليدية. ولم يشر إلى أن الخطورة تكمن في اختراق عناصر إجرامية أو إرهابية للمجموعات السياحية سوى (29.63%) من مفردات العينة. حيث أوضح العديد من الخبراء أن تلك العناصر يمكن أن تندس وسط أي مجموعة سياحية بغض النظر عن نوع مقدم الخدمة ووسيلته في ذلك. هذا وقد أشار (11.11%) من الشركات إلى مخاطر أخرى، كضعف جودة الخدمات التي تقدمها بعض شركات السياحة التقليدية، وبالتالي ضعف قدرتها على الاحتفاظ بعملائها، الأمر الذي يجعلهم يلجأون إلى وسائل وجهات أخرى لتلبية احتياجاتهم.

- مقترحات لشركات السياحة في مصر لمواجهة المخاطر المحتملة جراء إقبال السائحين على منصات الاقتصاد التشاركي.

يجب علي شركات السياحة أن تقوم بتطوير أعمالها وأن تعيد التفكير في طريقة قيامها بأعمالها وتقديم خدماتها؛ لتجنب خروجها من السوق. والتعاون مع منصات الأعمال المختلفة في مشاركة التوزيع (Owyang, 2013).

جدول 20: مقترحات لشركات السياحة المصرية في ظل الاقتصاد التشاركي

كود	إجراءات المواجهة	التكرار *	النسبة	الترتيب
1	- التواجد الفعلي والمؤثر على شبكة الإنترنت.	23	62.2	2
1	- المتابعة المستمرة لسلوك وإتجاهات ورغبات السائحين.	27	73	1
1	- أخرى.	5	13.5	3

* إمكانية اختيار أكثر من إجابة.

يتضح من جدول 20، أن عينة الدراسة الميدانية قد أوضحت بنسبة (73%) أن شركات السياحة المصرية يمكنها مواجهة المخاطر المحتملة جراء إقبال السائحين على منصات الاقتصاد التشاركي، من خلال المتابعة المستمرة لسلوك وإتجاهات ورغبات السائحين، وتقديم البرامج السياحية التي تناسبهم. ثم التواجد الفعلي والمؤثر على شبكة الإنترنت من وجهة نظر (62.2%).

هذا وقد أشار (13.9%) من مفردات العينة إلى مقترحات أخرى كتقديم خدمات ذات جودة عالية بأسعار مناسبة، والابتكار وتنويع ما تقدمه من خدمات وفتح أسواق جديدة. وإدارة العلاقة مع عملائها وتنمية ولائهم لخدمات الشركة. فضلاً عن ضرورة قيام الشركات السياحية بالإطلاع على المستجدات على شبكة الإنترنت في مجال الاقتصاد التشاركي، وخاصةً منصات الخدمات التشاركية السياحية.

نتائج الدراسة الميدانية

1- تتمثل نقاط القوة لتطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة المصري في تقديم فرص متعددة لمحبي ومعتادي السفر والسياحة، ثم تحقيق استفادة مادية لكل من السائح ومقدم الخدمة. كذلك تحريك الدورة الاقتصادية، وتقديم خدمات ذات جودة تنافسية. فضلاً عن تنوع وتعدد مقومات العرض السياحي وإمكانية زيادة الحركة السياحية كنتيجة للتوجه لشرائح سوقية متنوعة. كذلك تحقيق تجربة فريدة للسائح من خلال القيام بالرحلة من منظور المجتمع المحلي ومعايشته.

2- تتمثل نقاط الضعف في تطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة في مصر، في عدم وجود قواعد تضمن جودة الخدمة المقدمة، ثم عدم وجود قواعد تضمن سلامة وأمن السائح؛ خاصةً ما يتعلق بالسرقة والتحرش، ثم أن العديد من شركات الاقتصاد التشاركي لا تقوم بدفع الضرائب، مع عدم وجود إجراءات لضمان حقوق مقدمي الخدمة كالتأمينات الاجتماعية.

3- تتمثل فرص تطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة المصري، في زيادة الإقبال على المواقع الإلكترونية الخاصة بالاقتصاد التشاركي، وسمعته التي أصبحت أكثر استقراراً ونجاحاً على المستوى العالمي.

4- تتمثل التهديدات التي تحول دون التطبيق الأمثل للاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة المصري، في عدم اعتراف الجهات الحكومية الرسمية في مصر بعد بالممارسات التي تتم تحت مظلة الاقتصاد التشاركي. ثم ما يتعلق بإحتجاجات شركات السياحة والنقل التقليدية ضد المنافسة غير العادلة من قبل منصات الاقتصاد التشاركي.

- 5- قصور الجانب التشريعي لتنظيم التعامل مع ذلك التوجه الاقتصادي، وضعف الوعي لدى المجتمع المصري في التعامل مع السائح الأجنبي، فضلاً عن ضعف الوعي بالاقتصاد التشاركي.
- 6- تتمثل الإجراءات التي تم إتخاذها حيال تطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة المصري؛ في تنظيم مسابقات بحثية للتعرف على دور الاقتصاد التشاركي في التنمية السياحية في مصر، من جانب وزارة السياحة. يلي ذلك متابعة التطورات وتقارير المنظمات العالمية كي يمكن الوقوف على الوضع الحالي العالمي، وإتخاذ القرارات التي تتناسب مع طبيعة المقصد السياحي المصري.
- 7- تمثلت الإجراءات التنظيمية التي يمكن أن يتخذها الجهاز السياحي الرسمي في شأن تطبيق الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة في مصر، في وضع إجراءات تضمن حماية المستهلك؛ كضمان جودة الخدمة وسلامة وأمن السائح. كذلك ضرورة وضع قواعد تنظيمية لعمل الشركات التشاركية. ثم وضع إجراءات لضمان حقوق مقدمي الخدمة.
- 8- خدمات الاقتصاد التشاركي لا تخضع لأي جهة رقابية حكومية. وعدم وجود إطار تشريعي منظم تعمل من خلاله الشركات التشاركية.
- 9- يأتي رأي عينة الخبراء فيما يتعلق بتقديم الخدمات السياحية من خلال الاقتصاد التشاركي في إتجاه تأييد ذلك التوجه الاقتصادي.
- 10- أن أبرز خدمات الاقتصاد التشاركي القابلة للتطبيق في مجال السياحة في مصر تتمثل في خدمات النقل، ثم تنظيم الرحلات، ثم تجهيز الطعام المحلي، وأخيراً الإقامة. وأنه قد تم بالفعل البدء في تطبيق تلك الخدمات؛ غير أن الوقت مازال مبكراً للحكم على مدى نجاحها من عدمه.
- 12- وجود تأثير إلى حد ما لتطبيق الاقتصاد التشاركي في مجال السياحة في مصر على زيادة الحركة السياحية الوافدة إليها، ووجود تأثير إيجابي في زيادة حركة السياحة الداخلية.
- 13- وجود خطورة إلى حد ما على شركات السياحة المصرية جراء انتشار منصات الاقتصاد التشاركي؛ خاصة المرتبطة بخدمات تنظيم الرحلات السياحية. بينما تسهم الخدمات التشاركية في مجالات الإقامة والنقل والطعام في تنويع مقومات العرض السياحي، والتي يمكن لشركات السياحة التقليدية استغلالها في تقديم خدمات متنوعة غير تقليدية للسائحين.
- 14- أن شركات السياحة المصرية يمكنها مواجهة المخاطر المحتملة جراء إقبال السائحين على منصات الاقتصاد التشاركي، من خلال المتابعة المستمرة لسلوك وإتجاهات ورغبات السائحين، وتقديم البرامج السياحية التي تناسبهم. ثم التواجد الفعلي والمؤثر على شبكة الإنترنت.

النتائج العامة للدراسة

1- يسهم الاقتصاد التشاركي في تغيير سلوك السائح، ويؤثر على حركة السائحين؛ من حيث اختيار المقاصد السياحية والتسهيلات المجتمعية والبنية التحتية. كما يؤثر على مقدمي الخدمات السياحية التقليديين.

2- يوفر النمو السريع للاقتصاد التشاركي فرصة للحكومات لإعادة التفكير في كيفية زيارة السياح لبلادهم وكيف يمكن للمواطنين الاستفادة من هذه المشاركة في ظل الشكل الجديد للنشاط الاقتصادي. لكنه يشكل تحدياً للموردين السياحيين، ويثير تساؤلات حول حماية المستهلك، والضرائب، والتنظيم التشريعي.

3- هناك بعض العوامل التي يمكن أن تؤدي للحد من نمو الاقتصاد التشاركي كقضايا سلامة وأمن السائحين، كما أن بعض الشرائح السوقية ككبار السن غالباً لا يفضلون الاقتصاد التشاركي.

4- اختلفت مواقف الحكومات من تطبيقات الاقتصاد التشاركي في مجال السياحة، ما بين مؤيد ومعارض. كما أن تأثيراته تختلف من دولة لأخرى، وتتنوع ما بين الإيجابية والسلبية.

5- ساعد الاقتصاد التشاركي السائحين بشكل متزايد للوصول إلى قطاع عريض من المنتجات والخدمات بأسعار مناسبة، وتيسير لقاءات وتفاعلات حقيقية بين السائحين والسكان المحليين. كما يساهم في توفير فرص عمل وتحقيق دخل للسكان المحليين.

6- خدمات الاقتصاد التشاركي مكمل للخدمات السياحية التي يمكن الحصول عليها بالطرق التقليدية؛ خاصة في مواسم الذروة والتي غالباً لا يتوافر خلالها أماكن للإقامة في وسائل الإقامة التقليدية. كما تصلح لتنمية السياحة في المناطق الريفية التي لا تتوافر فيها الخدمات السياحية من إقامة وإعاشة ونقل بالطرق التقليدية.

التوصيات

• توصيات موجهة لغرفة شركات ووكالات السفر والسياحة

1- دراسة أسباب زيادة الإقبال على المواقع الإلكترونية الخاصة بالاقتصاد التشاركي، والتي أصبحت مصدر ثقة لعملائها في مختلف أنحاء العالم، وإتخاذ القرارات الملائمة لمواكبة التطورات التكنولوجية في تقديم الخدمات، والتطورات في سلوكيات السائحين. ودراسة الاندماج في ذلك التوجه الاقتصادي الجديد كي تحتفظ شركات السياحة في مصر بحصتها السوقية.

2- نشر الوعي لدى القائمين على شركات السياحة في مصر باختلاف الشريحة السوقية التي تستهدفها عن تلك الخاصة بالشركات التشاركية، وأنه يمكن لكلاهما العمل والمنافسة الشريفة لصالح العميل. وأن الخدمات التشاركية في مجالات الإقامة والنقل والطعام؛ تسهم في تنويع وزيادة مقومات العرض السياحي، والتي يمكن استغلالها في تقديم خدمات غير تقليدية للسائحين.

• توصيات موجهة لوزارة السياحة المصرية

1- التعاون بين وزارة السياحة والإتحاد المصري للغرف السياحية لإجراء إحصاء لمقومات البنية الفوقية في مجال السياحة في مختلف الأقاليم السياحية والأقاليم التي تسعى الدولة لتنميتها وتسويقها سياحياً. وإتاحة التسجيل للمواطنين المحليين في المناطق التي تفتقر لتلك البنية الفوقية من وسائل إقامة ومطاعم وشركات سياحة؛ الراغبين في تقديم تلك الخدمات، سواء بتأجير المساحات الشاغرة في منازلهم، أو إعداد الوجبات وتقديمها في منازلهم، أو اصطحاب السائحين في جولات سياحية داخل مدنهم وقراهم، خاصة لتنمية السياحة الريفية.

2- التعاون بين وزارة السياحة والإتحاد المصري للغرف السياحية والقطاع الأكاديمي لوضع قواعد ومعايير تضمن جودة الخدمة المقدمة من خلال منصات الاقتصاد التشاركي.

3- التعاون بين وزارة السياحة ووزارة الداخلية ممثلة في شرطة السياحة لوضع ضوابط لضمان سلامة وأمن السائح؛ خاصة ما يتعلق بالسرقة والتحرش أثناء تلقي الخدمات السياحية تحت مظلة الاقتصاد التشاركي.

4- دراسة إجراء تعديل في قانون تنظيم الشركات السياحية يسمح بتقنين وتنشيط عمل منصات الاقتصاد التشاركي، لتفعيل مساهمتها في تنشيط الحركة السياحية الوافدة إلى مصر.

5- التعاون بين وزارة السياحة والإتحاد المصري للغرف السياحية لتخصيص جهة يلجأ إليها السائح حال حدوث أي مشكلة أو أي قصور في تقديم الخدمة السياحية من قبل كيانات الاقتصاد التشاركي.

6- ضرورة وجود إحصائيات عن السائحين الوافدين إلى مصر من خلال تلك التطبيقات الإلكترونية للاقتصاد التشاركي. يمكن أن يتم ذلك من خلال التعاون والتنسيق بين وزارة السياحة والإتحاد المصري للغرف السياحية والجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء.

• **توصيات موجهة للحكومة المصرية**

- 1- إعفاء مقدمي الخدمات السياحية التشاركية من الضرائب؛ لما يمكن أن تحققه الدولة من استفادة جراء توفير فرص عمل ودخل للمواطنين المحليين، أو مساعدتهم في زيادة دخلهم. الأمر الذي يمكن أن يعود بالفائدة على الأمن القومي المصري.

• **كليات السياحة والفنادق بالجامعات المصرية**

- 1- تحديث المناهج الخاصة بمقررات الحاسب الآلي وتكنولوجيا المعلومات، وتدريب الطلاب على كيفية التعامل مع تطبيقات الاقتصاد التشاركي، واستغلال ما لديهم من معارف ومهارات، وعدم انتظار فرص العمل بالطرق التقليدية.

• **توصيات موجهة لمقدمي الخدمات التشاركية لتنظيم الرحلات السياحية والنقل**

- 1- لابد من تتبع سلوكيات وتصرفات مقدمي خدمات النقل من خلال الاقتصاد التشاركي، والسرعة التي يسببون بها، وتدريبهم على كل ما يحقق رضاء عملائهم.
- 2- الحرص على كسب ثقة العملاء، وعدم بث أي معلومات غير صحيحة عما يستطيعون تقديمه من خدمات. والالتزام بالمصداقية لأنها أبرز السبل لنجاحهم واستمراره الاحتفاظ بعملائهم وبقائهم في السوق.

المراجع

- Albinsson, P.A., and Perera, B.Y. (2012). "Alternative Marketplaces in the 21st Century: Building Community through Sharing Events". Journal of Consumer Behaviour, Wiley Online Library, John Wiley & Sons, Inc., Volume 11, Issue 4, New York- USA, July/August.
- Amwal Alghad (2016). Uber Employs 30,000 Drivers in Cairo. Thomson Reuters Zawya.com, Thomson Reuters Middle East, Dubai- United Arab Emirates, 14 August. In: <http://www.government-world.com/uber-employs-30000-drivers-in-cairo/?print=pdf> , accessed on 03/02/2017.
- Belk, R. (2014). You Are What You Can Access: Sharing and Collaborative Consumption Online. Journal of Business Research, Elsevier B.V., Volume 67, Issue 8, Amsterdam-Netherlands, August.
- Bremner, C. (2014). Travel and Tourism: Travel and the Sharing Economy. Passport Euromonitor International, London- UK, September.
- Cheng, M. (2016). Current Sharing Economy Media Discourse in Tourism. Annals of Tourism Research, Elsevier Ltd., Volume 60, September.
- Dominici, G., Roblek, V and Lombardi, R. (2016). "A Holistic Approach to Comprehending the Complexity of The Post-growth Era: The Emerging Profile", in Erçetin Şule, S. (Ed.), Chaos, Complexity and Leadership 2014, Springer International Publishing AG, London- UK.

- EFFAT (2015). "Sharing Economy" in Tourism: Position of the EFFAT Tourism Sector, European Federation of Food, Agriculture and Tourism Trade Unions, Brussels-Belgium, 18 November.
- Fitzpatrick, K. (2015). Travel & Technology: Digital Trends for the Travel Industry in 2015 and Beyond. White Paper, e3, UK.
- Ivanova, M. (2015). Sharing Economy: Bulgarian Tourism Industry Perspective. Proceedings of International Conference "Tourism in the Age of Transformation", 05-07 November 2015, Varna, University of Economics-Varna- Bulgaria.
- Juul, M., (2015). The Sharing Economy and Tourism: Tourist Accommodation, Briefing, European Parliamentary Research Service "EPRS", Members' Research Service, European Parliament, European Union, September.
- Juul, M., (2017). Tourism and the Sharing Economy. Briefing, European Parliament Research Service "EPRS", Members' Research Service, European Parliament, European Union, January.
- Ke, Q. (2017). Sharing Means Renting?: An Entire-Marketplace Analysis of Airbnb, arXiv preprint arXiv Online Journal, ArXiv Administrators, Cornell University, New York-USA, 6 Jan. In: <https://arxiv.org/pdf/1701.01645.pdf> , accessed on 27/02/2017.
- NSW Business Chamber (2015). The Sharing Economy: Issues, Impacts, and Regulatory Responses in the Context of the NSW Visitor Economy. Tourism Advisory Council, North Sydney- Australia, November.
- OECD (2016). OECD Tourism Trends and Policies 2016: Highlights, OECD Publishing, Paris- France.
- Owyang, J. (2013). The Collaborative Economy, Altimeter Research Theme: Digital Economies, Altimeter Group, San Mateo- Canada, June 4.
- Peeters, P. Dijkmans, C., Mitas, O., Strous, B, and Vinkensteijn, J. (2015). Research for TRAN Committee - Tourism and the Sharing Economy: Challenges and Opportunities for the EU, European Parliament's Committee on Transport and Tourism, European Union, Brussels- Belgium.
- Queensland Tourism Industry Council (2014). The Sharing Economy: How it Will Impact the Tourism Landscape and What Businesses Can Do. Brisbane- Australia, July.
- Roblek , V., Meško Štok , Z. & Meško, M. (2016). Complexity of a Sharing Economy for Tourism and Hospitality, The 23th International Congress: Tourism and Hospitality Industry 2016 Trends and Challenges, Congress Proceedings, Faculty of Tourism and Hospitality Management, University of Rijeka, Opatija- Croatia, 28-29 April.
- Roblek, V., Pejić-Bach, M., Meško, M. and Bertoncej, A. (2013). The Impact of Social Media to Value Added in Knowledge-Based Industries. Kybernetes Journal, World Organisation of Systems and Cybernetics, Emerald Publishing Limited, Volume 42, Issue 4, West Yorkshire- England.
- The American University in Cairo (2016). The Sharing Economy and the Future of Work, Entrepreneurship and Markets David Plouffe , Uber Board of Directors Member in a Conversation with Dr. Nagla Rizk. Access to Knowledge for Development Center, Cairo- Egypt, 7 March. In: <http://schools.aucegypt.edu/business/a2k4d/pages/story.aspx?eid=43> , accessed on 03/02/2017.
- ToursByLocals (2017a). About ToursByLocals. ToursByLocals Official Website, in: <https://www.toursbylocals.com/about> , accessed on 04/02/2017.
- ToursByLocals (2017b). Find a Guide: Find aTour. ToursByLocals Official Website, in: <https://www.toursbylocals.com/TBL/WebObjects/ToursByLocals.woa/wa/mapclick?type=tour®ion=23> , accessed on 04/02/2017.
- Trivett, V., and Staff, S. (2013). What the Sharing Economy Means to the Future of Travel, Skift Report, New York- USA.

- UNWTO (2016). UNWTO Tourism Highlights 2016 Edition. Facts & Figures Section, World Tourism Organization, Madrid- Spain.
- Vayable (2017a). Egypt. Vayable Official Website, in: <https://www.vayable.com/experiences/search> , accessed on 04/02/2017.
- Vayable (2017b). What is Vayable?: A Few Things to Help You Know Us Better. Vayable Official Website, in: https://www.vayable.com/how_this_works , accessed on 04/02/2017.
- Yu, S. (2016). Opportunities and Challenges Brought by Sharing Economy to the Development of World Tourism Cities. World Tourism Cities Federation "WTCF", Beijing- China, 20 September.

Abstract

Sharing Economy and its Impact on Tourism in Egypt

Doaa Samir Mohammed Hizah

Jermien Hussein Abdelkafy

Sharing economy describes the phenomenon as peer to peer sharing of access to under-utilised goods and services, which prioritizes utilization and accessibility over ownership, either for free or for a fee. Sharing economy is able to change tourist behavior; including choices of place to visit, community facilities and infrastructure, and integration of online and offline behaviour. It is unclear for the time being how the sharing economy redefines the roles of tourists and locals compared to those of the conventional market economy. Tourism industry has been considered as one of the most innovative sectors, where the sharing economy found a suitable ground for flourishing. Airbnb, Uber are the most cited examples that have become symbols of the sharing economy in tourism.

New companies are frequently emerging and lending its name to the 'sharing economy', drawing the attention of many in the tourism industry who believe that they are simply allowing people a means to profit. Many sectors such as transport, tours, retail and hospitality may face increased pressures from the sharing economy in the near future. If these pressures are not adequately addressed, tourism businesses stand to lose a significant portion of the market to "unlawful" businesses and struggle to survive. The problem of the study represents as the Egyptian tourist sector should enhance the competitiveness capability of the Egyptian travel agencies, minimize the negative impacts and maximize the positive impacts for tourist companies that operate their work under the umbrella of sharing economy.

The study aims at: 1- Shedding light on the concept of sharing economic as a new approach in the tourism industry. 2- Identifying the strengths, weaknesses, opportunities and threats for the application of sharing economy in the Egyptian tourist sector. 3. Assessing the impact of sharing economy on the Egyptian travel agencies and the incoming tourist traffic to Egypt. Within this context, a questionnaire form was directed to Egyptian tourist experts from December 2016 to February 2017. The study ended up with a number of guiding recommendations.

KeyWords: Sharing Economy, Egyptian Travel Agencies, Incoming Tourist Traffic to Egypt.