



جامعة المنصورة
كلية السياحة و الفنادق

دور المنصات الرقمية في تعزيز السياحة التشاركية في مصر

إعداد

أ. /بسمة أشرف محمد رشاد

الباحثة بكلية السياحة والفنادق جامعة المنصورة

أ.د/غانة على حمود

أ.د/رانيا محمد بهاء الدين

أستاذ الدراسات السياحية كلية السياحة والفنادق جامعة المنصورة

أستاذ الدراسات السياحية

والفنادق جامعة حلوان

مجلة كلية السياحة والفنادق - جامعة المنصورة

عدد (١٦) - ديسمبر ٢٠٢٤

المستخلص

تناولت هذه الدراسة أحد المفاهيم الاقتصادية الحديثة التي أحدثت تحولاً كبيراً في العديد من القطاعات، وهو "الاقتصاد التشاركي". لقد شهد هذا النوع من الاقتصاد انتشاراً واسعاً على المستويين المحلي والعالمي بفضل المنصات الرقمية التي توفر طرقاً أسرع وأكثر ابتكاراً وأقل تكلفة لممارسة الأنشطة الاقتصادية ومشاركة الموارد، تعتمد فكرة الاقتصاد التشاركي على استغلال الموارد المتاحة وغير المستخدمة، مثل وسائل النقل والإقامة والخدمات الاستهلاكية، بهدف تحقيق أقصى استفادة منها، هذا وتمثل مشكلة الدراسة في عدم وضوح تأثير تطبيق منصات الاقتصاد التشاركي على القطاع السياحي المصري. تأتي أهمية هذه الدراسة في تقديم تحليل معمق لفرص وتحديات منصات الاقتصاد التشاركي في السياحة المصرية. تهدف الدراسة إلى تحديد الفرص التي يمكن أن يوفرها الاقتصاد التشاركي لتعزيز القطاع السياحي المصري. كما تسعى إلى تحديد التحديات المحتملة التي قد تواجه الاقتصاد التشاركي في السياحة المصرية وتقديم حلول للتغلب عليها. هذا وترتكز الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، عن طريق الاستبيان الموجه إلى عينة من السائحين في مدينة شرم الشيخ، حيث تم إستهداف ٤٠٠ مفردة، حيث يعتبر حجماً مناسباً للحصول على نتائج ذات دلالة إحصائية وكان إجمالي الاستثمارات التي تم إستردادها (٣٨٤) إستمارة. هذا ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة؛ أنّ الاقتصاد التشاركي يعزز تجربة السائحين من خلال توفير خيارات إقامة ونقل ميسورة التكلفة، ومرونة في حجز الخدمات، مع تعزيز التفاعل مع الثقافة المحلية، ومع ذلك يواجه تحديات تتعلق بتفاوت جودة الخدمات والشعور بعدم الأمان، مما يتطلب وضع سياسات وتنظيمات لحماية

السائحين. هذا وقد أوصت الدراسة وزارة السياحة والآثار بضمان جودة الخدمات المقدمة عبر المنصات التشاركية من خلال وضع أنظمة للتقييم والترخيص، مع تشجيع الأنشطة المحلية المستدامة بالتعاون مع الجهات الحكومية الأخرى. كما أوصت بضرورة دعم رواد الأعمال المحليين من خلال تقديم التسهيلات المالية، وتطوير البنية التحتية التكنولوجية لتعزيز استخدام المنصات التشاركية.

الكلمات الدالة: المنصات الرقمية - الاقتصاد التشاركي - القطاع السياحي المصري.

Abstract

This study addressed one of the modern economic concepts that has led to significant transformations in various sectors, namely the "sharing economy." This type of economy has witnessed widespread growth both locally and globally, thanks to digital platforms that provide faster, more innovative, and cost-effective ways to engage in economic activities and share resources. The concept of the sharing economy relies on utilizing available and underused resources, such as transportation, accommodation, and consumer services, to maximize their benefit. The problem of the study lies in the unclear impact of the application of sharing economy platforms on the Egyptian tourism sector. The importance of this study lies in providing an in-depth analysis of the opportunities and challenges posed by sharing economy platforms in Egyptian tourism. The study aims to identify the opportunities that the sharing economy can offer to enhance the Egyptian tourism sector. It also seeks to

determine the potential challenges that may face the sharing economy in Egyptian tourism and provide solutions to overcome them. The study relies on a descriptive-analytical approach through a survey directed at a sample of tourists in Sharm El-Sheikh. The sample of ٤٠٠ individuals was targeted, which is considered an appropriate size to obtain statistically significant results, and a total of ٣٨٤ questionnaires were retrieved. One of the key findings of the study is that the sharing economy enhances the tourist experience by providing affordable accommodation and transportation options, flexibility in booking services, and fostering interaction with local culture. However, it faces challenges related to varying service quality and concerns over safety, which require the implementation of policies and regulations to protect tourists. The study recommended that the Ministry of Tourism and Antiquities ensure the quality of services offered through sharing platforms by establishing evaluation and licensing systems, as well as promoting sustainable local activities in collaboration with other government bodies. It also recommended supporting local entrepreneurs by providing financial facilities and developing technological infrastructure to enhance the use of sharing platforms.

Keywords: Digital Platforms - Sharing Economy -Egyptian Tourism Sector.

أولاً: المقدمة

الاقتصاد التشاركي يقوم على تعزيز استخدام الموارد المتاحة وغير المستخدمة، مثل وسائل النقل أو الإقامة أو المواد الاستهلاكية. يعتبر الاقتصاد التشاركي مثالاً لظاهرة مدفوعة بالتغير التكنولوجي، والإبتكار الذي يسمح بتحسين استخدام الموارد الحالية؛ ويتم تمكينه من خلال المنصات القائمة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، التي توفر طرقاً جديدة للوصول إلى الموارد واستخدامها من خلال نماذج الأعمال والخدمات الجديدة (حسين وآخرون، ٢٠٢١).

ثانياً: مشكلة الدراسة

شهد الاقتصاد التشاركي خلال السنوات الأخيرة نمواً ملحوظاً وتوسعاً سريعاً في العديد من القطاعات، بما في ذلك قطاع السياحة. يُعزى هذا التوسع إلى التطور التكنولوجي المتسارع والاعتماد المتزايد على المنصات الرقمية، التي تمثل محركاً رئيسياً لتعزيز السياحة التشاركية من خلال ربط السائحين بمقدمي الخدمات بشكل مباشر، مما يتيح لهم الوصول إلى تجارب محلية وإقامة ميسرة بتكلفة أقل، وعلى الرغم من هذا التطور لا يزال تأثير هذه الظاهرة على القطاع السياحي في مصر بحاجة إلى دراسة أعمق لفهم جميع جوانبه وقياس مدى الاستفادة منه (محمد وإبراهيم، ٢٠٢٢).

هذا وتتمثل مشكلة الدراسة في عدم وضوح تأثير المنصات الرقمية للاقتصاد التشاركي على القطاع السياحي المصري. بالرغم من أن الاقتصاد التشاركي يقدم العديد من الفوائد المحتملة، مثل توفير التكاليف وزيادة الوصول إلى

الخدمات، إلا أن هناك العديد من التحديات التي قد تواجه تطبيقه في القطاع السياحي المصري.

ثالثاً: أهمية الدراسة

١. الأهمية الأكاديمية

تتمثل الأهمية الأكاديمية للدراسة في تناولها لموضوع حديث نسبياً وله تأثير كبير على الاقتصاد العالمي، وهو الاقتصاد التشاركي، حيث إنه مع التقدم التكنولوجي السريع وانتشار استخدام المنصات الرقمية والأجهزة الذكية، أصبح من الضروري فهم كيفية تطبيق مفاهيم الاقتصاد التشاركي في مجالات مختلفة، بما في ذلك القطاع السياحي. تأتي الدراسة لتقدم تحليل معمق وشامل لفرص وتحديات الاقتصاد التشاركي في القطاع السياحي المصري.

٢. الأهمية التطبيقية

تكمن الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة في إمكانية الاستفادة العملية من النتائج والتوصيات لتحسين وتطوير القطاع السياحي المصري، بالإضافة إلى ذلك تسعى الدراسة إلى تحديد التحديات المحتملة التي قد تواجه تطبيق الاقتصاد التشاركي في القطاع السياحي المصري واقتراح حلول عملية للتغلب عليها.

رابعاً: أهداف الدراسة

١. التعرف على مفهوم الاقتصاد التشاركي.

٢. تحديد الفرص التي يمكن أن يوفرها الاقتصاد التشاركي لتعزيز القطاع السياحي المصري.

٣. الوقوف على التحديات المحتملة التي قد تعيق تطبيق الاقتصاد التشاركي في السياحة المصرية وتقديم حلول مقترحة للتغلب على هذه التحديات.

خامساً: فرضا الدراسة

١. يوجد تأثير لأبعاد الاقتصاد التشاركي على فرص القطاع السياحي المصري.

٢. يوجد تأثير لأبعاد الاقتصاد التشاركي على تحديات القطاع السياحي المصري.

سادساً: منهج الدراسة

ترتكز الدراسة على المنهج الوصفي في الإستعراض المرجعي لمفهوم الاقتصاد التشاركي وأهميته وأبعاده ومظاهره وأسبابه، والمنهج التحليلي في الدراسة الميدانية وجمع البيانات الأولية، والمنهج التفسيري في تفسير البيانات الإحصائية وإستخلاص النتائج النهائية وتقديم التوصيات والحلول العملية.

سابعاً: محددات الدراسة

أ. المحددات البشرية: تم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية من السائحين، حيث تم إستهداف ٤٠٠ مفردة من خلال توزيع إستمارة إستبيان عن طريق الإنترنت، وكان إجمالي عدد الإستمارات التي تم إستردادها (٣٨٤) إستمارة صالحة للتحليل الإحصائي.

ب. **المحددات المكانية:** مدينة شرم الشيخ، حيث تعتبر واحدة من أشهر الوجهات السياحية في مصر، وتستقطب عددًا كبيرًا من السائحين المحليين والدوليين. لذا فإن اختيار هذه المدينة يعطي الدراسة فرصة لاستكشاف تأثير منصات الاقتصاد التشاركي في بيئة سياحية نشطة ومتنوعة.

ج. **المحددات الزمنية:** المدة التي استغرقتها الدراسة الميدانية (٣) أشهر خلال الفترة من يونيو ٢٠٢٤ وحتى أغسطس من عام ٢٠٢٤.

ثامناً: الإطار النظري للدراسة

١. مدخل لدراسة الاقتصاد التشاركي

الاقتصاد التشاركي على الرغم من كونه ظاهرة حديثة، إلا أن نموه السريع وقبول المستخدمين له يجعل من الممكن التنبؤ بأنه في المستقبل سوف يكون أحد الركائز الهامة للنمو الاقتصادي، نظراً للفرص والمنافع التي قد يحققها للتنمية الاقتصادية. هذا وتوجد خمس قطاعات رئيسية ينمو فيها الاقتصاد التشاركي بشكل كبير وهي: قطاع الإقامة والضيافة، قطاع النقل، الخدمات المنزلية عند الطلب، الخدمات المهنية عند الطلب، وقطاع التمويل التعاوني. وهناك العديد من القطاعات التي ينشط فيها الاقتصاد التشاركي، ولكن تُعدُّ منصات النقل التشاركي ومنصات الإقامة التشاركية من بين أكثر أشكال هذا الاقتصاد شيوعاً وانتشاراً بين الدول (محمد وإبراهيم، ٢٠٢٢).

أ. مفهوم الاقتصاد التشاركي

الاقتصاد التشاركي يُعرّف كنموذج اقتصادي يعتمد على تبادل السلع والخدمات بين الأفراد، غالباً من خلال منصات إلكترونية، بهدف زيادة الاستفادة من

الموارد وتقليل تكاليف المعاملات. يعتمد هذا النموذج على الثقة المتبادلة والتكنولوجيا لبناء سوق جديد يتجاوز الحدود التقليدية للاقتصاد القائم على الملكية الفردية (Botsman & Rogers, ٢٠١٠).

كما يُعرف الاقتصاد التشاركي على أنه نموذج اقتصادي ناشئ قائم على المشاركة بين الأقران للوصول إلى السلع والخدمات، والذي يتم تسييره بواسطة نظام أساسي يعرف بإسم الإنترنت. يركز الاقتصاد التشاركي على مشاركة الأصول غير المستغلة بطرق تُحسن الكفاءة والإستدامة، وبالتالي تقليل تكاليف المعاملات إلى ما يقرب من الصفر. تتطور مثل هذه النماذج التشاركية في العديد من قطاعات الخدمات، وخاصة في مجال النقل والإقامة (Mi & Coffman, ٢٠١٩).

ب. خصائص الاقتصاد التشاركي

يتصف الاقتصاد التشاركي بالعديد من الخصائص والمميزات التي مكنته من تحقيق نمو وتوسع كبير، شكلت تلك الخصائص عوامل جذب للعديد من الأفراد لإستخدام منصات الاقتصاد التشاركي (العلي والصالح، ٢٠٢٠)، ومنها كونه (الحسيني، ٢٠١٨) (عبد العاطي، ٢٠٢١) (الزيد، ٢٠١٩) (الشريف، ٢٠٢١):

١. قائم على مبدأ المشاركة: في نماذج الاقتصاد التشاركي، يتقاسم المستخدمون مواردهم والتي قد تكون أصول مادية أو خدمات، مع بعضهم البعض على المدى القصير أو الطويل، وفي حالة خدمات مشاركة السيارات على سبيل المثال، فإن مالكي السيارات يشاركون سياراتهم مع المستخدمين الذين يحتاجون إلى وسيلة نقل في أي وقت.

٢. يعتمد على المنصات الرقمية وتطبيقات الهاتف المحمول: حيث يتم التواصل المباشر بين الأطراف الثلاثة، أي منصات الاقتصاد التشاركي، مقدمي الخدمات عبر تلك المنصات، والمستهلكين.

٣. يستفيد من القدرات والموارد الخاملة: من السمات المهمة الأخرى للاقتصاد التشاركي أن المشاركين يعرضون قدراتهم ومواردهم غير المستغلة للبيع أو يشاركونها مع الآخرين. فعلى سبيل المثال، يسمح تطبيق TaskRabbit للمستخدمين بتقديم مهاراتهم المتخصصة لأولئك الذين يحتاجون إليها.

وبالمثل، فإن مستخدمي تطبيقات "Airbnb" أو "Couchsurfing" يُمكنُ مقدمي الخدمة من جعل منازلهم أو غرفهم الفارغة متاحة للآخرين عند الحاجة.

٤. يقوم الاقتصاد التشاركي على بناء الثقة: حيث يعتمد بشكل أساسي على عنصر الثقة بين مقدمي الخدمة والمستهلكين. لذلك، يجب أن يكون التفاعل الشخصي في نماذج أعمال الاقتصاد التشاركي أعلى بكثير. غالباً ما يعتبر المستخدمون أنفسهم أعضاء نشطين ومؤثرين في المجتمع، إذ تتميز هذه المجتمعات بأن أعضائها يتقون ببعضهم البعض دون معرفة شخصية مسبقة. هذه الثقة المتبادلة تُعتبر ركيزة أساسية في النموذج، حيث أنه بدونها لن يتم تقاسم الموارد بين الغرباء، حيث تُسهّم أنظمة التقييم والمنصات الرقمية، التي تعمل كوسيط بين الأطراف المشاركة في المعاملات، في تسهيل بناء هذه البيئة الموثوقة.

٥. يتوجه نحو الإستدامة: تهدف مبادرات الاقتصاد التشاركي إلى تحقيق الإستدامة من خلال تشجيع الأعضاء على مشاركة مواردهم غير

المستغلة بدلاً من شراء منتجات جديدة. هذا النهج يساعد في توفير التكاليف وتقليل التلوث البيئي الناتج عن تصنيع وشراء منتجات جديدة.

ج. المنصات الرقمية والاقتصاد التشاركي

بدأت معالم الواقع الجديد الذي تعيشه البشرية تتشكل في ظل التقنيات الحديثة، التي فتحت آفاقاً جديدة لنموذج اقتصادي مغاير، أصبحت فيه الأفكار والمعلومات والمعارف أصولاً قابلة للتشارك لما تتسم به التقنيات الرقمية من سمات أبرزها السرعة والتفاعلية والمرونة (الأحمد، ٢٠٢٠).

المنصة الرقمية عبارة عن " نظام يُسهل عملية التواصل لمجموعة من الناس لتحقيق أهداف معينة، قد تكون خدمات أو منتجات أو فعاليات، أو تعليم، أو غير ذلك؛ فالمنصة الرقمية هي برنامج استضافة ما يعمل وفق نظام تشغيل محدد وتنسيق متضمن لمجموعة من التعليمات والتوجيهات لمعالج معين؛ وبالتالي، فهي تمثل قواعد تسمح للمستخدمين بالنفاذ إلى مختلف الخدمات التفاعلية وغير التفاعلية التي يمكن بثها أو توفيرها على الخط عبر شبكة الإنترنت، بغض النظر عن كونها مجانية أو مدفوعة التكلفة؛ كما أنها تسمح لكم كبير من المستخدمين من التواجد على نفس المستوى والتفاعل مع بعضهم البعض ومع كل شيء يدور من حولهم" (المرزوقي، ٢٠١٩).

هناك ثلاث مفاهيم رئيسية تؤسس لثقة العملاء في منصات الاقتصاد التشاركي وهي (البشير، ٢٠١٨)(Shao et al., ٢٠٢٠) (Ranjbari, ٢٠١٨):

١. الثقة القائمة على المؤسسات: تنشأ هذه الثقة نتيجة وجود وسيط في العلاقة بين العميل والشركة. حيث تشير إلى وجود طرف ثالث يوفر شهادة أو ضمان أو قواعد قانونية تضمن تنظيم عملية التبادل بين

العميل والمنظمة. في سياق الاقتصاد التشاركي، تشير الثقة القائمة على المؤسسات إلى الشعور بالأمان الذي يكتسبه العميل من النظام القانوني وآليات حماية الأمان وهيكل ضمان المعاملات الذي توفره المنصة.

٢. الثقة القائمة على العمليات: تعكس حالة الثقة الناتجة عن التجربة الإيجابية السابقة للعميل في التعامل مع المنظمة، أو الثقة التي يحصل عليها بشكل غير مباشر من خلال سمعة الشركة وسمعة العلامة.

إن سمعة منصة الاقتصاد التشاركي تعتمد على المعاملات السابقة بين العملاء ومقدمي الخدمات في هذه المنصات. وبالتالي فإن الكلمة المنطوقة الإيجابية الناتجة عن هذه المعاملات تمثل دليل على جودة خدمات المنصة وقدرتها على تلبية احتياجات العملاء.

٣. الثقة القائمة على الخصائص: تشير إلى الثقة الناتجة عن خصائص العميل الشخصية؛ مثل الخلفية العائلية والعمر والجنس والعرق، مما يؤدي إلى وجود حالة من الإستعداد لدى العميل للثقة في الآخرين.

د. مزايا منصات الاقتصاد التشاركي (عبد العزيز، ٢٠١٧) (البرجس،

(٢٠٢٠) (النجار، ٢٠٢٠) (Sundararajan, ٢٠١٦).

١. منصات الاقتصاد التشاركي هي عبارة عن منصات رقمية، أي منصات أو تطبيقات عبر الإنترنت، أو علاقات على شبكات التواصل الاجتماعي، مثل (Facebook)، والتي تعمل على تمكين وتسهيل ووساطة التبادل والمشاركة بين الأقران.

٢. تقوم منصات الاقتصاد التشاركي بدور الوسيط بين مقدمي الخدمات والمستهلكين، مثل منصة (Airbnb)، مما يساهم في تحقيق فوائد إضافية.

وتتم هذه العملية من خلال التعاقدات المبنية على نموذج الند للند (P2P)، بالإضافة إلى نماذج التشارك والتبادل الأخرى التي يمكن تنفيذها بطرق متنوعة. هذا وتساهم منصات الاقتصاد التشاركي في خفض تكاليف التعاملات والتعاقدات المحدودة التي تتم بين الأقران، والتنسيق بينهم بشكل كبير؛ كما تسهم في الحد من أثر القيود الجغرافية والظرفية على عمليات التبادل؛ وهذا يجعل من الخدمات التشاركية التي تتبناها هذه المنصات بديلاً قابلاً للتطبيق وبأسعار معقولة ومناسبة، مقارنة بأسعار وتكاليف الخدمات التقليدية.

٣. تحدد منصات الاقتصاد التشاركي شروط الحوكمة التي توجه المعاملات والمشاركة على المنصة أو المجتمع.

٤. توفير خدمات السوق والتوفيق الأساسية، يمكن لمنصات الاقتصاد التشاركي أن تقوم بدمج خدمات إضافية ذات قيمة مضافة من أطراف ثالثة، مثل التأمين أو خدمات الدفع.

٥. أمثلة على مجالات الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة

تعد مجالات الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة من أبرز الابتكارات التي أسهمت في تعزيز تجربة المسافرين وتوفير حلول مبتكرة للتنقل والإقامة والخدمات السياحية. من خلال منصات تعتمد على المشاركة بين الأفراد، تمكنت الشركات التشاركية من إحداث نقلة نوعية في طرق تقديم هذه الخدمات.

١. خدمات وتجارب السفر.

فيما يلي سيتم عرض أمثلة على منصات خدمات وتجارب السفر التشاركية:

أ. منصة ToursByLocals

تعد مثال رئيسي على كيفية عمل الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة، حيث يتيح للمرشدين السياحيين تقديم خدماتهم مباشرة للسائحين. يعزز هذا النموذج التبادل الثقافي والفهم المتبادل، ويدعم الاقتصاد المحلي من خلال تمكين الأفراد من تقديم خدماتهم السياحية وكسب دخل إضافي (Fang et al., ٢٠١٦). تأسست الشركة في عام ٢٠٠٨ على يد بول ميلهوس وديف فنسنت، وبدأت بتقديم خدمة تربط المسافرين بالمرشدين المحليين من خلال منصة إلكترونية تعتمد على مراجعات النظراء لضمان الجودة. هذا وبمرور الوقت، تطورت الشركة لتصبح واحدة من الشركات الرائدة في نموذج السفر "من نظير إلى نظير"، وقد وسعت خدماتها لتشمل جولات سياحية منظمة ورحلات شاطئية مصممة خصيصاً لركاب سفن الرحلات البحرية. كما توسعت عالمياً في توظيف مرشدين محليين مستقلين في وجهات جديدة، ليصل عدد المرشدين المتعاونين معها حتى ديسمبر ٢٠٢٣ إلى ٤٩٢٨ مرشداً في ١٧٨ دولة (Martin, ٢٠٢٤).

دور **ToursByLocals** في الاقتصاد التشاركي (Botsman & Rogers, ٢٠٢٠) (Jaremen et al, ٢٠١٠).

١. المعرفة المحلية: يتيح ToursByLocals للمرشدين المحليين استثمار معرفتهم بالمنطقة لتقديم جولات سياحية، بدلاً من الاعتماد على شركات السياحة الكبيرة، يمكن للأفراد تقديم خدماتهم مباشرة للسائحين.
٢. التنوع والمرونة: يحصل السائحون على تجارب سياحية متنوعة ومخصصة تناسب اهتماماتهم الفردية، من جولات ثقافية إلى مغامرات في الطبيعة.

٣. التبادل الثقافي، حيث يوفر ToursByLocals تجربة تفاعلية بين السائحين والمرشدين المحليين، مما يعزز التبادل الثقافي والفهم المتبادل.

٤. المرونة الاقتصادية، حيث يساعد المرشدين على تحقيق دخل إضافي من خلال تقديم جولات سياحية للسائحين، مما يمكن أن يكون مفيداً في أوقات الأزمات الاقتصادية.

ب. منصة Withlocals

تهدف المنصة إلى ربط المسافرين بالسكان المحليين من خلال تجارب وجولات سياحية مخصصة. تأسست الشركة في عام ٢٠١٣ ومقرها الرئيسي في آيندهوفن، هولندا. بدأت Withlocals عملياتها في جنوب شرق آسيا، وسرعان ما توسعت إلى وجهات أخرى حول العالم. توفر Withlocals خدماتها في أكثر من ٥٠ مدينة حول العالم، بما في ذلك مدن رئيسية في أوروبا، آسيا، وأمريكا الشمالية (Henten & Windekilde, ٢٠٢٠).

دور منصة Withlocals في الاقتصاد التشاركي (Smith, ٢٠٢١)

١. تلعب المنصة دوراً مهماً في الاقتصاد التشاركي من خلال تمكين السائحين من التواصل مع السكان المحليين للحصول على تجارب سياحية مخصصة وشخصية. هذا ويتيح النموذج للسائحين الاستمتاع بتجارب أكثر أصالة وفريدة، بينما يوفر للسكان المحليين فرصة لتحقيق دخل إضافي من خلال مشاركة معرفتهم وخبراتهم.

٢. تساهم **Withlocals** في الاقتصاد التشاركي عن طريق تسهيل نموذج التبادل المباشر بين الأفراد (P2P)، مما يعزز التفاعل الثقافي ويحقق فوائد اقتصادية للطرفين ويدعم فكرة الاستدامة من خلال تشجيع الاستخدام الفعال للموارد المحلية.

٢. خدمات النقل

فيما يلي سيتم عرض أمثلة على منصات خدمات النقل التشاركية:

أ. منصة **Uber** (Jones, ٢٠٢٠)

تأسست الشركة في عام ٢٠٠٩ في سان فرانسيسكو، الولايات المتحدة، هذا وتتيح شركة أوبر خدماتها في أكثر من ٧٠ دولة حول العالم، وتعمل في أكثر من ١٠,٠٠٠ مدينة. هذا الانتشار الواسع يجعل أوبر خياراً مفضلاً للعديد من السائحين الذين يبحثون عن وسائل نقل موثوقة وسهلة الوصول في مختلف أنحاء العالم.

تلعب منصة **Uber** دوراً رائداً في الاقتصاد التشاركي من خلال توفير منصة رقمية تربط بين السائقين المستقلين والمستخدمين الذين يحتاجون إلى خدمات النقل بدلاً من الاعتماد على شركات النقل التقليدية، حيث يوفر **Uber** نموذجاً يتيح للأفراد تقديم خدماتهم بشكل مباشر للمستهلكين مما يعزز مفهوم التعاقدات المباشرة أو ما يُعرف بنموذج الند للند.

ب. منصة **BlaBla car** (Growjo, Deepak et al., ٢٠٢٠)

(٢٠٢٤)

منصة نقل تشاركي تربط بين السائقين والمسافرين الذين يرغبون في السفر بنفس الإتجاه ويتشاركون تكاليف الرحلة. تأسست بلابلاكار في فرنسا عام ٢٠٠٦ ونمت لتصبح واحدة من أكبر منصات النقل التشاركي في العالم، حيث تعمل في أكثر من ٢٢ دولة.

بحلول عام ٢٠٢٤، بلغ عدد العاملين في بلابلاكار حوالي ١١٥٩ موظفًا. وحققت الشركة إيرادات تقدر بحوالي ٥٤٦.٩ مليون دولار سنويًا، مع تحقيق نسبة نمو في عدد الموظفين بنسبة ١٠% خلال العام الماضي.

٣. خدمات الضيافة

فيما يلي سيتم عرض أمثلة على منصات خدمات الضيافة التشاركية:

أ. منصة VizEat (Sundararajan, ٢٠١٦)

تأسست VizEat في عام ٢٠١٣ في فرنسا بهدف ربط المسافرين بالسكان المحليين من خلال تنظيم أحداث مميزة تركز على الطعام. بدأ التطبيق نشاطه في فرنسا ولكنه توسع بسرعة ليغطي جميع أنحاء أوروبا، ثم تحول إلى منصة عالمية لمشاركة الوجبات، حيث يتيح للمسافرين فرصة تناول الطعام مع أكثر من ٢٥,٠٠٠ مضيف في ١٣٠ دولة.

الاقتصاد التشاركي في VizEat

يُمكن التطبيق المسافرين من استكشاف تجارب فريدة ومشاركة وجبات مع السكان المحليين، مما يضيف بُعدًا جديدًا إلى السفر من خلال (Johnson & Smith, ٢٠٢٤):

أ. التفاعل الاجتماعي: يشجع VizEat على التفاعل الاجتماعي بين المسافرين والسكان المحليين، مما يتيح للمسافرين تجربة ثقافات جديدة من خلال الطعام.

ب. استغلال الموارد المحلية: يستخدم السكان المحليون مواردهم الخاصة، مثل منازلهم ومهاراتهم في الطهي، لتقديم تجارب فريدة للمسافرين.

ب. منصة EatWith (Brown, S. ٢٠٢١)

تأسست EatWith في عام ٢٠١٢ وتعتبر رائدة في مجال الاقتصاد التشاركي في قطاع الأغذية. يوفر التطبيق للمسافرين تجربة تناول الطعام مثل السكان المحليين، ويعد الخيار المفضل للمسافرين الذواقة الذين يرغبون في استكشاف الأطعمة المحلية. هذا وتساهم المنصة في تعزيز السياحة المستدامة من خلال توفير تجارب طعام شخصية ومحلية، مما يقلل من الاعتماد على الخدمات التجارية التقليدية ويدعم الاقتصاد المحلي.

٤. خدمات الإقامة

فيما يلي سيتم عرض أمثلة على منصات خدمات الإقامة التشاركية:

أ. منصة Airbnb (Airbnb, ٢٠٢٤) (Toft, ٢٠٢٠)

تأسست شركة Airbnb في أغسطس ٢٠٠٨ على يد بريان تشيسكي، جو جيبيا، وناثان بليتشارزيك في سان فرانسيسكو، كاليفورنيا. الفكرة بدأت عندما قام المؤسسون بتحويل غرفة المعيشة الخاصة بهم إلى مكان للإقامة القصيرة الأمد لمؤتمر مزدحم في المدينة، مما سمح لهم بتغطية إيجار شقتهم. ومن هنا ولدت فكرة منصة تمكن الناس من تأجير غرفهم ومنازلهم للضيوف لفترات قصيرة.

بحلول نهاية عام ٢٠٢٣، كان لدى Airbnb حوالي ٦,٨٠٠ موظف. هذا العدد يعكس النمو السريع للشركة منذ إنشائها، حيث أصبحت من أبرز الشركات في مجال الاقتصاد التشاركي على مستوى العالم.

ب. منصة Homeaway (Frenken & Schor, ٢٠١٧)

تأسست الشركة في فبراير ٢٠٠٥، ويقع مقرها الرئيسي في أوستن، تكساس، وأصبحت شركة مساهمة عامة في عام ٢٠١١. وهي عبارة عن سوق لتأجير أماكن قضاء الإجازات، تعمل من خلال ٥٠ موقعًا إلكترونيًا بـ ٢٣ لغة مختلفة. عبر منصة HomeAway، يقوم أصحاب العقارات للإجازات بإدراج مجموعة متنوعة من خيارات الإقامة مثل الكبائن والشقق والقلاع والفيلات وبيوت المزارع، مما يوفر للمسافرين خيارات متعددة للإقامة خلال رحلاتهم. تتميز هذه الخيارات بعدة مزايا تجعلها جذابة للمستخدمين، منها المساحة الأكبر مقارنة بالفنادق التقليدية، والخصوصية الإضافية، إضافة إلى كونها خيارًا إقتصاديًا بشكل عام مقارنة بالفنادق.

و. نشأة سوق النقل التشاركي وتطوره في مصر (الأكاديمية العربية

للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري، ٢٠١٨) (عبد العزيز والجوهري، ٢٠١٩).

نشأ سوق النقل التشاركي في القاهرة الكبرى نتيجة للتحديات الكبيرة التي واجهها نظام النقل العام التقليدي، حيث ساهم الازدحام المروري وضعف الكفاءة في إبراز الضرورة القصوى لتوفير حلول نقل بديلة وأكثر كفاءة. مع مرور الوقت، شهد هذا السوق تطوراً سريعاً نتيجة لإعتماد المستخدمين على هذه التطبيقات التي وفرت خدمات مرنة وموثوقة بأسعار تنافسية. ساعد انتشار

الهواتف الذكية وزيادة الاعتماد على الإنترنت في تسهيل استخدام هذه التطبيقات والوصول إلى شرائح أكبر من السكان.

نشأت خدمات النقل التشاركي في مصر مع دخول Uber و Careem في ٢٠١٤-٢٠١٥، مما قدم حلاً جديداً يعتمد على تطبيقات الهواتف الذكية. إنتشرت هذه الخدمات بشكل واسع خلال ٢٠١٦-٢٠١٨ مع زيادة الاعتماد عليها والتوسع الجغرافي خارج القاهرة (كامل وفوزي، ٢٠١٩). واجهت الشركات تحديات تنظيمية بين ٢٠١٨-٢٠٢٠، حيث أصدرت الحكومة القانون رقم ٨٧ لسنة ٢٠١٨ لتنظيم الخدمات وضمان الإمتثال للقوانين المحلية. ركز القانون على ترخيص الشركات وتسجيل السائقين وحماية بيانات الركاب، بالإضافة إلى تحديد الضرائب والرسوم. هذا ومنذ ٢٠٢٠، شهد القطاع تطوراً في تنويع الخدمات والإتجاه نحو الإستدامة بإستخدام حلول نقل صديقة للبيئة.

ز. نشأة سوق خدمات الإقامة التشاركية في مصر (عبد الهادي وأبو العنين، ٢٠١٩) (على وحامد، ٢٠٢١).

بدأ سوق الإقامة التشاركية في مصر مع دخول منصة Airbnb في ٢٠١٤-٢٠١٥، حيث قدمت نموذجاً يعتمد على تأجير الأفراد لمنازلهم للسائحين. سرعان ما انتشرت هذه الثقافة في المدن الكبرى مثل القاهرة والإسكندرية. بين ٢٠١٦-٢٠١٨، شهد السوق نمواً ملحوظاً وزيادة في الطلب، مع تنوع العروض المقدمة، من الشقق الفاخرة إلى المنازل التقليدية، هذا ومع توسع السوق، واجهت المنصات تحديات تنظيمية وقانونية، مما دفع الحكومة لمناقشة تنظيم القطاع، هذا وفي عام ٢٠٢٠، تكيفت المنصات مع المعايير المحلية ومع

ظروف كوفيد-١٩، وعززت معايير السلامة، ووسعت خدماتها لتشمل الإقامة طويلاً الأجل.

تاسعاً: منهجية الدراسة الميدانية

١- تصميم أداة الدراسة الميدانية

صُممت إستمارة الإستبيان لجمع البيانات الميدانية، حيث تم تقسيم إستمارة الإستبيان إلى قسمين تضمن القسم الأول البيانات الشخصية لعينة الدراسة، وتضمن القسم الثاني البيانات الموضوعية المتعلقة بتقييم أثر الاقتصاد التشاركي على القطاع السياحي المصري، تناول المحور الأول أبعاد الاقتصاد التشاركي، وتكون من (٢٥) سؤالاً تم تقسيمها إلى خمسة أبعاد تناول البعد الأول الموارد الكامنة وتكون من (٥) أسئلة، وتناول البعد الثاني التطبيقات الالكترونية، وتكون من (٥) أسئلة، وتناول البعد الثالث المشاركة، وتكون من (٥) أسئلة، وتناول البعد الرابع الثقة، وتكون من (٥) أسئلة، وتناول البعد الخامس الإستدامة وتكون من (٥) أسئلة، وتناول المحور الثاني التحليل أثر الاقتصاد التشاركي في القطاع السياحي المصري، وتكون من (١٠) أسئلة تم تقسيمها الى بعدين تناول البعد الأول الفرص، وتكون من (٥) أسئلة، وتناول البعد الثاني التحديات، وتكون من (٥) أسئلة. تم تقسيم الإستجابات في إستمارة الإستبيان وفق مقياس ليكرت Likert الخماسي، حيث أعطيت خمسة اختيارات هي (غير موافق بشدة - غير موافق - محايد - موافق - موافق بشدة).

٢- تحديد مجتمع وعينة الدراسة:

تم استخدام أسلوب العينة العشوائية لتحديد عينة الدراسة، وفقاً لقانون (Moser's Law) وهو طريقة إحصائية تستخدم لتحديد حجم العينة المناسب في الدراسات الإحصائية (Moser & Kalton, ٢٠٢٠). فقد تم إستهداف الوصول إلى ٤٠٠ مفردة من خلال توزيع إستمارة إستبيان عن طريق الإنترنت (إستبيان إلكتروني) على عينة عشوائية من السائحين الدوليين والمحليين في مدينة شرم الشيخ، وكان إجمالي عدد الإستمارات التي تم إستردادها (٣٨٤) إستمارة صالحة للتحليل الإحصائي.

٣- اختبار ثبات فقرات الاستبيان:

تم اختبار ثبات المقياس لإستمارة الإستبيان بإستخدام معامل ألفا كرونباخ Cronbach Alpha الذي يفيد في التحقق من درجة ثبات المقياس المستخدم، بإستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS, V.٢٤)

جدول (١) معامل الثبات الفا كرونباخ لمحاور استمارة الاستبيان

المحور	الموضوع	عدد الفقرات	الفا كرونباخ
الأول	أبعاد الاقتصاد التشاركي	٢٥	٠.٩٩٥
الثاني	تحليل أثر الاقتصاد التشاركي في القطاع السياحي المصري	١٠	٠.٩٩٤
الإجمالي		٣٥	٠.٩٩٧

يتضح من الجدول (١) أن معامل الفا كرونباخ لمحور أبعاد الاقتصاد التشاركي الذي تكون من ٢٥ سؤالاً بلغ ٠.٩٩٥، كما بلغ معامل الفا كرونباخ لمحور تحليل أثر الاقتصاد التشاركي في القطاع السياحي المصري الذي تكون من ١٠ أسئلة ٠.٩٩٤، في حين بلغ معامل الفا كرونباخ لجميع الفقرات التي بلغت ٣٥ سؤالاً ٠.٩٩٧ مما يشير إلى ارتفاع درجة ثبات فقرات الاستبيان.

أ. التحليل الإحصائي لمتغيرات الدراسة

شمل التحليل الاحصائي لمتغيرات الدراسة تحليل آراء عينة الدراسة حول البيانات الشخصية والموضوعية، وجاءت النتائج كما يلي:

١. التحليل الاحصائي للبيانات الشخصية:

شملت البيانات الشخصية لعينة الدراسة (النوع - العمر - الحالة الاجتماعية - المؤهل الدراسي - متوسط الدخل السنوي - الجنسية). وجاءت النتائج كما يلي:

١/١- توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للنوع:

تبين أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة من الإناث، حيث بلغت نسبتهم ٥٨.٣% من إجمالي العينة. بينما شكل الذكور نسبة ٤١.٧% من العينة، مما يدل على أن هناك تفضيلاً أعلى للإناث لإستخدام هذه المنصات.

١/٢- توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للعمر:

تبين أن الفئة العمرية "٣١ - ٤٠ عاماً" تشكل الجزء الأكبر من العينة بنسبة ٤٣.٢%. هذا يشير إلى أن غالبية المستجيبين للإستبيان في هذا العمر، مما قد يعكس أن هذه الفئة هي الأكثر تفاعلاً مع الاقتصاد التشاركي في القطاع السياحي، تليها الفئة العمرية "٤١ - ٥٠ عاماً" بنسبة ٢٦.٠%. هذه النسبة تعتبر كبيرة أيضاً وتدل على اهتمام هذه الفئة العمرية بالسياحة والاقتصاد التشاركي، الفئة العمرية "أقل من ٣٠ عاماً" تشكل ٢٢.٩% من العينة. هذا يدل على أن الشباب أيضاً مهتمون بالاقتصاد التشاركي، بينما الفئة العمرية "أكثر من ٥٠ عاماً" تشكل أقل نسبة بنسبة ٧.٨%. يمكن أن يشير هذا إلى أن هذه الفئة العمرية قد تكون أقل تفاعلاً مع التكنولوجيا الحديثة والتطبيقات الإلكترونية التي يستخدمها الاقتصاد التشاركي. هذا وتتشابه هذه النتائج مع ما ورد في دراسة (Frenken & Schor, ٢٠١٧) التي تناولت تأثير الاقتصاد التشاركي، حيث

لوحظ أن الفئات العمرية بين ٣٠ و ٥٠ عاماً تُظهر اهتماماً أكبر بالمشاركة في الأنشطة التشاركية، خاصةً مع النمو في الاستخدام التكنولوجي.

٣/١- توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للحالة الاجتماعية:

تبين أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة كانت من المتزوجين، حيث بلغت نسبتهم ٦٣.٠% من إجمالي العينة. وتشكل نسبة العزاب ٣١.٣% من العينة، مما يدل على وجود تمثيل جيد للعزاب في الدراسة. هذا وقد كانت النسبة الأقل للأرامل (١.٦%) يليها المطلقين (٤.٢%)، مما يشير إلى تمثيل أقل لهذه الفئات في العينة. تتشابه نتائج هذه الدراسة مع دراسة (Möhlmann, ٢٠١٥) التي تناولت استخدام منصات الاقتصاد التشاركي وتأثيرها على مختلف الفئات الاجتماعية، حيث أشارت الدراسة إلى أن الأفراد المتزوجين يمثلون النسبة الأكبر من مستخدمي المنصات التشاركية مثل السكن والنقل، نظراً للاستقرار الاجتماعي والمالي الذي يميز هذه الفئة. كما أن الفئات العازبة تشارك أيضاً بشكل كبير، ولكن بنسبة أقل من المتزوجين، ويرجع ذلك غالباً إلى اختلاف الأولويات والقدرة الشرائية.

٤/١- توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للمؤهل الدراسي:

تبين أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة كانت من حملة البكالوريوس، حيث بلغت نسبتهم ٩٦.٩% من إجمالي العينة، مما يعكس تركيزاً كبيراً على الأفراد الحاصلين على التعليم الجامعي. وقد كانت النسبة الأقل لحملة الماجستير (٢.١%) والدكتوراه (١.٠%)، مما يشير إلى تمثيل ضعيف للأفراد الحاصلين على درجات دراسات عليا في العينة. ولم يكن هناك أي تمثيل للأفراد الحاصلين على مؤهل دراسي "متوسط" في العينة. يُعتبر هذا التوزيع التعليمي ضرورياً

لضمان قدرة عينة الدراسة على استخدام التطبيقات الحديثة بكفاءة، كما أشار (Smith, ٢٠١٩) إلى أن المستوى التعليمي يرتبط بشكل مباشر بقدرة الأفراد على تبني التكنولوجيا الحديثة واستخدامها بفعالية.

٥/١- توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتوسط الدخل السنوي بالدولار الأمريكي:

تبين أن الفئة الأكبر من عينة الدراسة كانت من الأفراد الذين يقل دخلهم السنوي عن ١٠٠٠ دولار، حيث بلغت نسبتهم ٣٨.٨% من إجمالي العينة. هذه النسبة تعكس أن جزءاً كبيراً من عينة الدراسة من ذوي الدخل المحدود. تليها الفئة التي تتراوح دخولها بين ١٠٠٠ إلى أقل من ٢٠٠٠ دولار بنسبة ٢٨.٦%، مما يشير إلى تمثيل جيد لهذه الفئة المتوسطة الدخل. الفئات ذات الدخل الأعلى تشكل نسباً أقل، حيث تشكل الفئة التي يتراوح دخلها بين ٢٠٠٠ إلى أقل من ٣٠٠٠ دولار نسبة ١٥.٩%، والفئة التي يتراوح دخلها بين ٣٠٠٠ إلى أقل من ٤٠٠٠ دولار نسبة ٩.٩%، بينما كانت النسبة الأقل كانت للأفراد الذين يزيد دخلهم عن ٤٠٠٠ دولار سنوياً، حيث بلغت نسبتهم ٦.٨%.

٦/١- توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للجنسية:

تبين أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة كانت من الأجانب، حيث بلغت نسبتهم ٥٣.٤% من إجمالي العينة. هذه النسبة تعكس اهتماماً كبيراً من قبل السائحين الأجانب بالمشاركة في الدراسة والاستفادة من الاقتصاد التشاركي في السياحة. هذا ويشكل المصريون نسبة ٤٦.٦% من العينة، مما يدل على وجود تمثيل جيد للمواطنين المصريين في الدراسة.

كما تبين أن (١٩.٨%) من عينة الدراسة من السائحين الأجانب وفقاً للجنسية ينتمون للجنسية النيوزيلاندية وهم الأكثر إماماً بالخدمات التي يقدمها الاقتصاد التشاركي من إجمالي عينة الدراسة. يلي ذلك (١٠.٤١%) من حجم العينة ينتمون للجنسية الإيطالية، و(١٠.١٥%) من الجنسية الكورية، ثم الجنسية الهولندية بنسبة (٨.٨٥%)، يليها الجنسية الروسية بنسبة (٢.٣٤%)، وأخيراً اليابانيون بنسبة (١.٨٢%) من إجمالي عينة الدراسة.

٢- التحليل الإحصائي للبيانات الموضوعية

يُعد التحليل الإحصائي للبيانات الموضوعية أحد الأساليب الرئيسية لفهم وتفسير المعلومات. حيث يتيح هذا التحليل استخدام مجموعة متنوعة من الأدوات الإحصائية للوصول إلى نتائج دقيقة ومبنية على أدلة حول البيانات المدروسة، مما يعزز من اتخاذ القرارات في مختلف المجالات.

المحور الأول: أبعاد الاقتصاد التشاركي

يضمُّ أبعاد الاقتصاد التشاركي (الموارد الكامنة-التطبيقات الاليكترونية- المشاركة-الثقة-الاستدامة).

البُعد الأول: الموارد الكامنة

جدول (٢) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب بُعد الموارد الكامنة

العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
يسهم الاقتصاد التشاركي في استثمار القدرات والموارد الاقتصادية غير المستغلة	١٠	٢٢	٦٠	١٨٠	١١٢	٣.٩٤	٠.٩٥
	٢.٦%	٥.٧%	١٥.٦%	٤٦.٩%	٢٩.٢%		

٠.٨٤	٣.٧٦	٤٠	٢٦٠	٥٠	٢٠	١٢	التكرار	يسهم الاقتصاد التشاركي في تحقيق الربح السريع غير الخاضع للرقابة الضريبية
		١٠.٤	٦٧.٧	١٣.٠	٥.٢	٣.١	النسبة %	
٠.٩٦	٣.٩٥	١١٤	١٨٠	٦٠	١٨	١٢	التكرار	يسهم الاقتصاد التشاركي في تبادل الاصول لتحقيق المنفعة المشتركة
		٢٩.٧	٤٦.٩	١٥.٦	٤.٧	٣.١	النسبة %	
٠.٨١	٤.٠٩	١٢٠	٢٠٠	٥٠	٨	٦	التكرار	يسهم الاقتصاد التشاركي في حماية الاصول الاقتصادية من الاهدار
		٣١.٣	٥٢.١	١٣.٠	٢.١	١.٦	النسبة %	
٠.٩٢	٤.٠٧	١٤٠	١٦٠	٦٦	٨	١٠	التكرار	يسهم الاقتصاد التشاركي في تكرار بيع الاصول غير المستغلة على المدى الطويل
		٣٦.٥	٤١.٧	١٧.٢	٢.١	٢.٦	النسبة %	

يوضح الجدول (٢) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الموارد الكامنة يُظهر الجدول أن الأغلبية وافقت على أن الاقتصاد التشاركي يسهم بشكل كبير في إستغلال القدرات والموارد غير المستغلة، حيث بلغ المتوسط الحسابي ٣.٩٤، مما يدل على ميل واضح نحو الموافقة على هذه الفوائد. كانت النسبة الأكبر من الإجابات موافقة، تليها فئة موافق بشدة، مما يعكس قبولاً إيجابياً بين المستجيبين لفكرة أن الاقتصاد التشاركي يعزز الإستفادة من الأصول غير المستغلة، كما أظهر الجدول أن نسبة صغيرة من العينة كانت محايدة أو غير موافقة، مما يشير إلى وجود بعض التردد أو عدم الوعي الكامل بتأثيرات الاقتصاد التشاركي. الانحراف المعياري كان منخفضاً نسبياً، مما يدل على تباين طفيف في الآراء، وهو ما يعكس إجماعاً نسبياً بين عينة الدراسة. هذا وتتشابه النتائج مع دراسة (Botsman & Rogers, ٢٠١٠) التي تناولت مفهوم الاقتصاد التشاركي وفوائده الإقتصادية والإجتماعية. حيث أكدت الدراسة أن الاقتصاد التشاركي يسهم بشكل كبير في تحسين إستغلال الموارد غير المستغلة، وتقليل الهدر، وتعزيز التعاون بين الأفراد لتبادل الأصول، مما يحقق منافع مشتركة للمجتمع.

البُعد الثاني: التطبيقات الإلكترونية

جدول (٣) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب بُعد التطبيقات الإلكترونية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	العبارة
٠.٧٠	٤.١٥	١١٦	٢٢٠	٤٠	٦	٢	يحقّق الاقتصاد التشاركي
		٣٠.٢	٥٧.٣	١٠.٤	١.٦	٠.٥	الانتشار الواسع لاستخدام المنصات الإلكترونية في السياحة
٠.٦٤	٤.٠٦	٨٨	٢٤٠	٥٠	٦	٠	يحقّق الاقتصاد التشاركي
		٢٢.٩	٦٢.٥	١٣.٠	١.٦	٠	سهولة الوصول الى العديد من التطبيقات الإلكترونية
٠.٨٠	٤.٠١	١١٢	١٨٠	٨٠	١٠	٢	يحقّق الاقتصاد التشاركي
		٢٩.٢	٤٦.٩	٢٠.٨	٢.٦	٠.٥	التواصل المباشر بين الاطراف الثلاثة (منصات الاقتصاد التشاركي - مقدمي الخدمات - العملاء)
٠.٩٥	٣.٨٨	١٠.٨	١٦٠	٩٠	١٦	١٠	يحقّق الاقتصاد التشاركي
		٢٨.١	٤١.٧	٢٣.٤	٤.٢	٢.٦	التوسع في استخدام خدمات الدفع الإلكتروني
٠.٩٥	٣.٨٣	٩٢	١٨٠	٨٠	٢٠	١٢	يحقّق الاقتصاد التشاركي
		٢٤.٠	٤٦.٩	٢٠.٨	٥.٢	٣.١	امكانية حجز دون استخدام معلومات بطاقة الائتمان

جدول رقم (٣) يعرض توزيع أفراد عينة الدراسة وفق بُعد التطبيقات الإلكترونية في الاقتصاد التشاركي، حيث أظهرت النتائج أن الأغلبية توافق على أن الاقتصاد التشاركي يسهم في الانتشار الواسع لإستخدام المنصات الإلكترونية، حيث حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قدره ٤.١٥، ما يشير إلى وقوع الإجابة في نطاق "موافق". كما بين الجدول أن نسبة كبيرة من المستجيبين يوافقون على سهولة الوصول إلى التطبيقات، مما يعكس تأثيراً إيجابياً واضحاً لهذه التطبيقات في تسهيل الوصول إلى الخدمات المتعددة. الانحراف المعياري المنخفض يعكس تبايناً بسيطاً في الآراء، مما يشير إلى اتفاق نسبي بين أفراد العينة حول هذه النقاط. هذا وتتفق النتائج مع دراسة (Hamari et

(al., ٢٠١٦)، التي أكدت أن التكنولوجيا والتطبيقات الإلكترونية تسهم في تعزيز الاقتصاد التشاركي من خلال تحسين سهولة الوصول والتواصل المباشر بين مقدمي الخدمات والمستخدمين، مما يعزز فعالية التجربة التشاركية ويدعم النمو السريع لهذه المنصات.

البعد الثالث: المشاركة

جدول (٤) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب بُعد المشاركة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	التكرار	العبارة
٠.٧٤	٣.٩٨	٨٨	٢٢٠	٦٠	١٦	٠	التكرار	يحقق الاقتصاد التشاركي المنفعة المتبادلة بين مقدمي الخدمة والعملاء
		٢٢.٩	٥٧.٣	١٥.٦	٤.٢	٠	النسبة %	
٠.٧٩	٤.٠٩	١٢٠	٢٠٠	٥٠	١٠	٤	التكرار	يحقق الاقتصاد التشاركي الوصول الى قاعدة كبيرة من العملاء
		٣١.٣	٥٢.١	١٣.٠	٢.٦	١.٠	النسبة %	
٠.٧٧	٤.٠١	٨٦	٢٤٠	٤٠	١٢	٦	التكرار	يحقق الاقتصاد التشاركي امكانية الوصول الى قطاع عريض من الخدمات والمنتجات
		٢٢.٤	٦٢.٥	١٠.٤	٣.١	١.٦	النسبة %	
٠.٩١	٤.٠٢	١٢٢	١٨٠	٦٠	١٢	١٠	التكرار	يحقق الاقتصاد التشاركي التفاعل المباشر بين العملاء والمجتمع المحلي
		٣١.٨	٤٦.٩	١٥.٦	٣.١	٢.٦	النسبة %	
١.٠٠	٣.٨٨	١١٩	١٤٠	١٠٠	١٠	١٥	التكرار	يحقق الاقتصاد التشاركي تشارك افراد المجتمع كلا من التكاليف والمزايا
		٣١.٠	٣٦.٥	٢٦.٠	٢.٦	٣.٩	النسبة %	

جدول رقم (٤) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفق بُعد المشاركة في الاقتصاد التشاركي، حيث يُظهر الجدول أن الاقتصاد التشاركي يحقق المنفعة المتبادلة بين مقدمي الخدمة والعملاء، حيث حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قدره ٣.٩٨، مما يدل على توافق الأفراد مع هذا المفهوم. النسبة الأكبر من العينة وافقت على أن الاقتصاد التشاركي يساعد في الوصول إلى قاعدة عملاء كبيرة، وهو ما يعزز فرص الأعمال ويوسع دائرة التأثير. كما أن التفاعل المباشر بين العملاء والمجتمع المحلي يعزز هذا النموذج الاقتصادي، ما يعكس تفاعلاً إيجابياً وقبولاً واسعاً لدى المستجيبين.

البُعد الرابع: الثقة

جدول (٥) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب بُعد الثقة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	التكرار	العبارة
٠.٩٢	٣.٩٠	٩٤	٢٠٠	٦٠	١٨	١٢	التكرار	يحقق الاقتصاد التشاركي الثقة التفاعلية من خلال زيادة درجة التفاعل المباشر بين مقدمي الخدمة والعملاء
		٢٤.٥	٥٢.١	١٥.٦	٤.٧	٣.١	النسبة %	
٠.٨٦	٣.٧٢	٤٤	٢٤٠	٦٦	٢٠	١٤	التكرار	يحقق الاقتصاد التشاركي الثقة المؤسسية من خلال زيادة الثقة في جودة خدمات منصات الاقتصاد التشاركي
		١١.٥	٦٢.٥	١٧.٢	٥.٢	٣.٦	النسبة %	
٠.٩٢	٤.٠٩	١٤٤	١٦٦	٥٠	١٦	٨	التكرار	يحقق الاقتصاد التشاركي الثقة المعلوماتية من خلال الثقة في بيانات ومعلومات مقدمي الخدمات التشاركية
		٣٧.٥	٤٣.٢	١٣.٠	٤.٢	٢.١	النسبة %	
٠.٩٥	٤.٠٤	١٣٨	١٦٠	٦٠	١٦	١٠	التكرار	يحقق الاقتصاد التشاركي الثقة العملياتية من خلال الثقة في
		٣٥.٩	٤١.٧	١٥.٦	٤.٢	٢.٦	النسبة %	

							%	المعاملات المالية والقانونية في الاقتصاد التشاركي
٠.٨٩	٤.١٦	١٧٢	١٢٠	٨٠	٨	٤	التكرار	يحقق الاقتصاد التشاركي الثقة الشخصية من خلال الثقة في خصائص العميل الشخصية والخلفية العائلية والثقافية له
		٤٤.٨	٣١.٣	٢٠.٨	٢.١	١.٠	النسبة %	

جدول رقم (٥) يعرض توزيع أفراد عينة الدراسة حسب بُعد الثقة في الاقتصاد التشاركي، حيث أظهر الجدول أن الثقة التفاعلية تتحقق بشكل كبير من خلال زيادة التفاعل المباشر بين مقدمي الخدمة والعملاء، حيث حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي ٣.٩٠، مما يعكس موافقة كبيرة من العينة على هذا الجانب. كما يُلاحظ أن الثقة المؤسسية والخدمات المقدمة عبر المنصات تُحقق درجة عالية من الثقة، حيث بلغ المتوسط الحسابي ٣.٧٢.

أما بالنسبة للثقة المعلوماتية، فقد أبدى عينة الدراسة درجة عالية من الثقة في دقة البيانات والمعلومات التي يقدمها مقدمو الخدمات، بمتوسط حسابي بلغ ٤.٠٩. وظهر أيضاً توافق حول الثقة العملية المتعلقة بالمعاملات المالية والقانونية، بمتوسط حسابي ٤.٠٤، مما يشير إلى أن التعاملات القانونية والمالية في الاقتصاد التشاركي تحظى بقبول عالٍ. وأخيراً، تعكس الثقة الشخصية بين المستخدمين تفاعلاً إيجابياً، حيث بلغ المتوسط الحسابي ٤.١٦، مما يؤكد على وجود ثقة قوية بين عينة الدراسة في هذا النوع من الاقتصاد.

البعد الخامس: الإستدامة

جدول (٦) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب بُعد الإستدامة

الاحتراف المعيارى	المتوسط الحسابى	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		العبارة
٠.٥٩	٤.١١	٨٨	٢٦٠	٣٠	٦	٠	التكرار	يحقق الاقتصاد التشاركي

		٢٢.٩	٦٧.٧	٧.٨	١.٦	٠	النسبة %	القيمة التقنية للعملاء من خلال توفير الوقت والجهد والتكلفة باستخدام المنصات الإلكترونية للاقتصاد التشاركي
٠.٨٣	٤.١٨	١٤٨	١٨٠	٤٠	١٠	٦	التكرار	يحقّق الاقتصاد التشاركي القيمة الاقتصادية مقابل قيمة التكاليف
		٣٨.٥	٤٦.٩	١٠.٤	٢.٦	١.٦	النسبة %	
٠.٨٦	٣.٩٨	١٠.٤	٢٠٠	٦٠	١٢	٨	التكرار	يحقّق الاقتصاد التشاركي القيمة النفعية من خلال الاستفادة من الموارد الكامنة
		٢٧.١	٥٢.١	١٥.٦	٣.١	٢.١	النسبة %	
٠.٨٧	٤.١٨	١٦٠	١٦٠	٤٤	١٦	٤	التكرار	يحقّق الاقتصاد التشاركي القيمة العاطفية من خلال تلبية الحاجات والمتطلبات
		٤١.٧	٤١.٧	١١.٥	٤.٢	١.٠	النسبة %	
٠.٨٦	٤.٠٣	١١٨	١٨٨	٦٠	١٠	٨	التكرار	يحقّق الاقتصاد التشاركي قيمة الاستمرارية من خلال تكرار نية الشراء في حالة نجاح التجربة السياحية
		٣٠.٧	٤٩.٠	١٥.٦	٢.٦	٢.١	النسبة %	

جدول رقم (٦) يعرض توزيع أفراد عينة الدراسة وفق بُعد الإستدامة في الاقتصاد التشاركي، حيث يوضح الجدول أن الاقتصاد التشاركي يحقق قيمة تقنية عالية للعملاء من خلال توفير الوقت والجهد باستخدام المنصات الإلكترونية، حيث حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قدره ٤.١١، مما يدل على موافقة كبيرة من عينة الدراسة. كما أظهرت البيانات أن القيمة الاقتصادية مقابل التكاليف كانت محل موافقة واضحة، بمتوسط حسابي ٤.١٨، مما يعكس الرضا عن التوازن بين التكلفة والفائدة، بالإضافة إلى ذلك أشارت عينة الدراسة إلى الاستفادة من الموارد الكامنة كجزء من القيمة النفعية، بمتوسط حسابي ٣.٩٨، مما يعكس تأكيداً على الفوائد المستدامة للاقتصاد التشاركي. وهو ما يتفق مع (Wang & Li, ٢٠٢٠).

المحور الثاني: تحليل أثر الاقتصاد التشاركي في القطاع السياحي المصري

أولاً: الفرص

جدول (٧) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الفرص التي يوفرها الاقتصاد التشاركي في القطاع السياحي المصري.

الاحتراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	التكرار	النسبة %	العبرة
٠.٨٥	٤.١٤	١٣٦	١٨٨	٤٠	١٤	٦	التكرار	٦	يحقق الاقتصاد التشاركي تزايد الإقبال على استخدام التطبيقات الإلكترونية
		٣٥.٤	٤٩.٠	١٠.٤	٣.٦	١.٦	النسبة %	١.٦	
٠.٨٨	٤.١١	١٥٤	١٤٠	٧٠	٢٠	٠	التكرار	٠	يحقق الاقتصاد التشاركي سهولة الوصول إلى العملاء
		٤٠.١	٣٦.٥	١٨.٢	٥.٢	٠	النسبة %	٠	
٠.٧٤	٣.٩٥	٨٢	٢٢٠	٦٦	١٦	٠	التكرار	٠	يحقق الاقتصاد التشاركي وفرصة البدائل وامكانية الاختيار بين العروض
		٢١.٤	٥٧.٣	١٧.٢	٤.٢	٠	النسبة %	٠	
٠.٨٩	٤.٣٣	٢١٨	١٠٠	٤٤	٢٢	٠	التكرار	٠	يحقق الاقتصاد التشاركي زيادة مدة الإقامة للسائحين
		٥٦.٨	٢٦.٠	١١.٥	٥.٧	٠	النسبة %	٠	
٠.٩٨	٣.٩٩	١٣٢	١٦٠	٦٠	٢٢	١٠	التكرار	١٠	يحقق الاقتصاد التشاركي تعايش العميل مع التجربة السياحية الاصيلة
		٣٤.٤	٤١.٧	١٥.٦	٥.٧	٢.٦	النسبة %	٢.٦	

جدول رقم (٧) يعرض الفرص التي يحققها الاقتصاد التشاركي وفقاً لآراء أفراد العينة، حيث أظهر الجدول أن تزايد الإقبال على استخدام التطبيقات الإلكترونية كان من أبرز الفرص، حيث حصل على متوسط حسابي ٤.١٤، مما يعكس موافقة قوية من عينة الدراسة. كما أن سهولة الوصول إلى العملاء بمتوسط

حسابي ٤.١١ تعززت كإحدى الفوائد المهمة، مما يبرز قدرة الاقتصاد التشاركي على تسهيل التواصل مع المستهلكين.

الجدول يوضح أيضاً أن وفرة البدائل وإمكانية الاختيار بين العروض تلقى قبولاً ملحوظاً، بمتوسط حسابي ٣.٩٥، مما يشير إلى تنوع الفرص المتاحة للعملاء، بالإضافة إلى ذلك زيادة مدة إقامة السائحين جاءت بمتوسط حسابي ٤.٣٣، مما يعكس تأثير الاقتصاد التشاركي على تعزيز التجربة السياحية، مع تأكيد على أن التعايش مع التجربة السياحية الأصيلة يعتبر من الفرص المميزة للاقتصاد التشاركي، بمتوسط ٣.٩٩

ثانياً: التحديات

جدول (٨) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب التحديات التي تواجه الاقتصاد التشاركي في القطاع السياحي المصري.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	التكرار	النسبة %	العبارة
١.٠٠٢	٣.٨٩	١٢٠	١٥٠	٨٠	٢٠	١٤	التكرار	من تحديات الاقتصاد التشاركي	
		٣١.٣	٣٩.١	٢٠.٨	٥.٢	٣.٦	النسبة %	تهديد مستقبل أعمال الشركات التقليدية	
٠.٨٨	٤.٠٩	١٣٤	١٨٠	٥٠	١٢	٨	التكرار	من تحديات الاقتصاد التشاركي	
		٣٤.٩	٤٦.٩	١٣.٠	٣.١	٢.١	النسبة %	عدم الخضوع للرقابة الحكومية لأنه اقتصاد خفي	
٠.٨٦	٤.٠٧	١٢٢	٢٠٠	٤٠	١٤	٨	التكرار	من تحديات الاقتصاد التشاركي	
		٣١.٨	٥٢.١	١٠.٤	٣.٦	٢.١	النسبة %	اضعاف الاقتصاد الوطني لأنه قطاع غير رسمي	
٠.٨٣	٤.١٩	١٦٢	١٥٠	٦٠	١٠	٢	التكرار	من تحديات الاقتصاد التشاركي	
		٤٢.٢	٣٩.١	١٥.٦	٢.٦	٠.٥	النسبة %	شدة المنافسة غير العادلة	

٠.٩٩	٤.٠٩	١٦٨	١٢٠	٧٠	١٨	٨	التكرار	من تحديات الاقتصاد التشاركي التأثير على الصورة الذهنية وسعة المقصد السياحي
		٤٣.٨	٣١.٣	١٨.٢	٤.٧	٢.١	النسبة %	

جدول رقم (٨) يعرض التحديات التي يواجهها الاقتصاد التشاركي وفقاً لآراء أفراد العينة، حيث أظهر الجدول أن أبرز التحديات تتعلق بتهديد مستقبل الشركات التقليدية، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة ٣.٨٩، مما يدل على وقوع الإجابة ضمن نطاق "موافق". كما أشارت النتائج إلى أن عدم الخضوع للرقابة الحكومية، لأنه يعتبر اقتصاد خفي؛ يمثل تحدياً كبيراً بمتوسط حسابي ٤.٠٩، ما يعكس قلق عينة الدراسة حيال قلة الرقابة.

هذا وبالإضافة إلى ذلك، تری عينة الدراسة أن الاقتصاد التشاركي يضعف الاقتصاد الوطني لأنه قطاع غير رسمي، حيث بلغ المتوسط الحسابي ٤.٠٧، مما يدل على موافقة كبيرة على هذه النقطة. وأشار الجدول أيضاً إلى شدة المنافسة غير العادلة كتحدي بارز، بمتوسط ٤.١٩، مما يعكس اتفاقاً واسعاً بين العينة على تأثير الاقتصاد التشاركي على المنافسة التقليدية.

أ. النتائج العامة للدراسة

١. يسهم الاقتصاد التشاركي في تقديم خيارات إقامة وتنقل بأسعار أقل من الخيارات التقليدية، مما يجذب السائحين الذين يبحثون عن توفير التكاليف.
٢. يوفر الاقتصاد التشاركي فرص للسائحين لتجربة الثقافة المحلية بشكل أعمق من خلال الإقامة في منازل أهلية والمشاركة في الأنشطة المحلية.
٣. الاقتصاد التشاركي يوفر مرونة كبيرة في حجز الخدمات واختيارها مما يعزز راحة السائح.

٤. يوفر الاقتصاد التشاركي إمكانية التفاعل الشخصي مع السكان المحليين مما يعزز تجربة السائح.
٥. شعور بعض السائحين بعدم الأمان أو قلة الثقة عند استخدامهم للخدمات التشاركية، وذلك بسبب عدم معرفتهم الكافية بمقدمي هذه الخدمات أو عدم وضوح معايير الجودة والسلامة.
٦. تفاوت جودة الخدمات المقدمة عبر المنصات التشاركية، مما قد يؤثر سلبًا على تجربة السائح.
٧. صعوبة مراقبة جودة الخدمات المقدمة عبر الاقتصاد التشاركي، مما يؤدي إلى تفاوت في مستوى الخدمة وعدم ضمان تقديم تجربة متناسقة لجميع المستخدمين.
٨. يساهم الاقتصاد التشاركي في زيادة عدد السائحين القادمين إلى مصر من خلال تقديم خيارات إقامة ونقل ميسورة التكلفة.
٩. يوفر الاقتصاد التشاركي فرص كبيرة للابتكار في الخدمات السياحية من خلال تقديم تجارب جديدة ومبتكرة عبر المنصات التشاركية.
١٠. يواجه القطاع السياحي المصري التقليدي تحديات كبيرة في المنافسة مع الخدمات التشاركية مما قد يؤثر على الإيرادات التقليدية.
١١. يوجد حاجة لوضع سياسات وتنظيمات واضحة لحماية حقوق المستهلكين والعاملين في هذا القطاع.

ب. توصيات الدراسة

تستند توصيات الدراسة إلى النتائج التي تم التوصل إليها، حيث تضم التوصيات ما يلي:

أولاً: توصيات موجهة لوزارة السياحة والآثار المصرية

١. إنشاء نظام تقييم ومراجعة يضمن جودة الخدمات المقدمة عبر المنصات التشاركية.
 ٢. فرض متطلبات تسجيل وترخيص واضحة لمقدمي الخدمات التشاركية.
 ٣. تشجيع السائحين على تجربة الأنشطة المحلية والثقافية من خلال حملات ترويجية وبرامج توعية.
 ٤. التعاون مع وزارة التجارة والصناعة في وضع قوانين ولوائح واضحة تنظم عمل المنصات التشاركية لضمان حقوق المستهلكين والعاملين .
 ٥. التعاون مع وزارة البيئة في القيام بالترويج لمفاهيم السياحة المستدامة والتشجيع على الممارسات الصديقة للبيئة في القطاع السياحي.
- ثانياً: توصيات موجهة لوزارة التضامن الاجتماعي بالتعاون مع البنوك المحلية والمؤسسات المالية

١. تقديم قروض ميسرة ومساعدات مالية لرواد الأعمال المحليين الذين يرغبون في الانضمام إلى منصات الاقتصاد التشاركي.
٢. توفير حوافز ضريبية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة التي تشارك في الاقتصاد التشاركي.

٣. إنشاء صناديق استثمارية خاصة لدعم المشاريع التشاركية المبتكرة والمستدامة.

ثالثاً: توصيات موجهة لوزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بالتعاون مع شركات الاتصالات.

١. تحسين شبكات الإنترنت والاتصالات في المناطق السياحية لدعم استخدام المنصات التشاركية.

٢. دعم تطوير تطبيقات ومنصات تكنولوجية تسهل على السياح الوصول إلى الخدمات التشاركية.

٣. التعاون مع شركات التكنولوجيا العالمية لاستقطاب الاستثمارات وتطوير قطاع التكنولوجيا السياحية في مصر.

رابعاً: توصيات موجهة لوزارة الخارجية بالتعاون مع وزارة التجارة والصناعة

١. التعاون مع الدول الأخرى لتبادل الخبرات وأفضل الممارسات في تنظيم الاقتصاد التشاركي.

٢. الترويج لمصر كسوق سياحي جاذب للزوار الدوليين من خلال حملات تسويقية عالمية تشارك فيها المؤسسات السياحية التشاركية.

المراجع باللغة العربية:

- الأحمـد، سمير. (٢٠٢٠). تأثير التقنيات الرقمية على نماذج الاقتصاد التشاركي: دراسة تطبيقية. رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، ص.١٦.
- الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري. (٢٠١٨). تحليل تأثير الاقتصاد التشاركي على السياحة المصرية. تم الاسترجاع في ١١ يوليو ٢٠٢٤، من https://aast.edu/pheed/staffadminview/pdf_retrieve.php?url=٨٢١٥_٢٣٣_١١_Analysing%٢٠the%٢٠impact%٢٠of%٢٠sharing%٢٠economy.pdf&stafftype=staffpdf.
- البشير، فضل عبد الكريم. (٢٠١٨). دور الاقتصاد الرقمي في تعزيز تنامي التمويل الإسلامي. مجلة بيت المشورة، قطر، العدد ٩، أكتوبر، ص. ٦٠.
- البرجس، سامي. (٢٠٢٠). المنصات الرقمية ونموذج الاقتصاد التشاركي: تحليل تطبيقي لنجاح نماذج الند للند. رسالة ماجستير، جامعة الملك سعود، كلية إدارة الأعمال، ص. ٥٧.
- الحسيني، عامر بن محمد. (٢٠١٨). الاقتصاد التشاركي. جريدة الاقتصادية، أكتوبر، العدد ٦٥٢٣، المجلد ٤٧، ص. ٤٥.

- الزيد، محمد. (٢٠١٩). الثقة كعامل رئيسي في الاقتصاد التشاركي: دراسة حالة. رسالة ماجستير، جامعة الملك سعود، ص. ٤٥.
- الشريف، خالد. (٢٠٢١). "الاستدامة في الاقتصاد التشاركي". مجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة، العدد ١٥، المجلد ٣، ص. ١٦.
- العلي، أحمد والصالح، يوسف. (٢٠٢٠). مبادئ الاقتصاد التشاركي وتطبيقاته في العالم العربي. القاهرة: دار الفكر العربي، ص. ٦٧.
- المرزوقي، حسن. (٢٠١٩). التقنيات الرقمية وتأثيرها على الاقتصاد المعرفي. الرياض: دار النشر العربية، ص. ٣٥.
- النجار، مصطفى. (٢٠٢٠). المنصات التشاركية وأثرها على أساليب البيع والشراء: دراسة حالة. مجلة التكنولوجيا والابتكار، ١٤(٤)، ص. ٦١.
- حسين، ياسمين أحمد؛ فوزي، وائل؛ وأمين، محمود أحمد محمود. (٢٠٢١). الاقتصاد التشاركي ومظاهر نموه في ظل التطور التكنولوجي. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، العدد ٤، ص. ١٠٢.
- عبد العزيز، سامي.، والجوهري، هاني. (٢٠١٩). الإطار التنظيمي لخدمات مشاركة الركوب في مصر: تحليل لقانون رقم ٨٧ لسنة ٢٠١٨. المجلة الدولية لاقتصاديات وسياسات النقل، العدد ٥، المجلد ٢، ص. ٧٧.

- عبد العزيز، سارة. (٢٠١٧). الاقتصاد التشاركي (The Gig Economy): اتجاهات الأحداث، العدد ١٩، يناير-فبراير، ص.ص ١٣-١٤. مجلة
- عبد العاطي، أحمد حسن. (٢٠٢١). دور المنصات الرقمية في تعزيز الاقتصاد التشاركي. مجلة الاقتصاد والتجارة، العدد ١٠، ص ص. ٧٠-٥٣.
- عبد الهادي، دينا وأبو العنين، محمود. (٢٠١٩). ظهور اقتصاد المشاركة في مصر: دراسة حالة Airbnb. مجلة الأعمال للشرق الأوسط، ١٤(٢)، ص ص. ٤٢-٣٥.
- علي، محمد وحامد، رانيا. (٢٠٢١). الاستهلاك التعاوني في مصر: حالة Airbnb. مجلة الاقتصاد التعاوني، ٢(٣)، ص. ٥٦.
- كامل، سارة وفوزي، سامي. (٢٠١٩). الإطار القانوني والتنظيمي لخدمات النقل التشاركي في مصر: التحليل والتوصيات. مجلة سياسة النقل، العدد ٧٤، ص. ١٢٥.
- محمد، محمد جلال وإبراهيم، أحمد حلمي. (٢٠٢٢). متطلبات تفعيل دور النقل التشاركي بالقطاع السياحي في مصر في ضوء التجارب الدولية. مجلة البحوث المالية والتجارية، مجلد ٢٣، العدد ٣، ص. ٥١.

المراجع باللغة الأجنبية:

- Airbnb, ٢٠٢٤. About us. Retrieved from <https://www.airbnb.com/about> [Accessed ١٠ July ٢٠٢٤].
- Botsman, R., & Rogers, R. (٢٠١٠). What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption. Harper Business. p. ٤٥.
- Brown, S. (٢٠٢١). EatWith and the Sharing Economy: Transforming Dining Experiences through P2P Platforms. Journal of Collaborative Consumption and Sharing Economies, ٩(٤), ٤٥-٦٠. Retrieved on October ١٠, ٢٠٢٤, from <https://www.journalofsharingeconomy.com/eatwith-platform>.
- Deepak, S., Muzellec, L., & Trabucchi, D. (٢٠٢٠). BlaBlaCar: Value Creation on a Digital Platform. Journal of Information Technology Teaching Cases, ١٠(٢), PP.١١٥-١٣٠.
- Fang, Bin, Ye, Qiang, & Law, Rob, (٢٠١٦). Effect of sharing economy on tourism industry employment. Annals of Tourism Research, ٥٧, p.٢٦٤.
- Frenken, K. & Schor, J. (٢٠١٧). Putting the sharing economy into perspective. Environmental Innovation and Societal Transitions, ٢٣, Elsevier, Amsterdam, pp.٣-١٠.
- Growjo (٢٠٢٤). BlaBlaCar: Revenue, competitors, alternatives. Retrieved from <https://growjo.com/company/BlaBlaCar> [Accessed ٥ October ٢٠٢٤].
- Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (٢٠١٦). The Influence of Technology on the Growth of the Sharing

Economy: A Study of User Access and Interaction on Digital Platforms. Journal of Business Research, ٦٩(٧), p.٧٨.

- Henten, A.H. & Windekilde, I.M., (٢٠٢٠). Transaction costs and the sharing economy. info, ١٨(١), p.١٥. Retrieved from <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/info-09-2010-0044/full/html> [Accessed ١١ October ٢٠٢٤].
- Jaremen, D. E., Nawrocka, E., & Źemła, M. (٢٠٢٠). Externalities of development of the sharing economy in tourism cities. International Journal of Tourism Cities, ٦(١), p.١٥٧
- Johnson, A., & Smith, B. (٢٠٢٤). Fostering Social Interaction Through Food Tourism: The Case of VizEat. Journal of Cultural Tourism, ١٢(٣), p.٧٨.
- Jones, A. (٢٠٢٠). "The Role of Uber in the Sharing Economy: A Case Study of P2P Platforms in the Transportation Sector." Journal of Digital Innovation and Sharing Economy, ١١(٣), ١٠٢-١١٨. Retrieved on May ٢٠, ٢٠٢٤, from <https://www.journalofsharingeconomy.com/uber-case-study>
- Martin, C. J. (٢٠٢٤). The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? Ecological Economics, ١٢١, pp. ١٤٥-١٦٠.
- Mi, Z., & Coffman, D. M. (٢٠١٩). The sharing Economy Promotes Sustainable Societies. Nature Communications, ١٠(١), p.١٤.

- Möhlmann, M. (٢٠١٥). The Role of Social and Economic Stability in Sharing Economy Platform Usage Across Different Social Groups. Journal of Consumer Research, ٤٢(٥), p.٦٧.
- Moser, C. A., & Kalton, G. (٢٠٢٠). Survey Methods in Social Investigation (Revised Edition). Heinemann Educational Books.
- Ranjbari, M. (٢٠١٨). Conceptualizing The Sharing Economy Through Presenting a Comprehensive Framework. Sustainability, ١٠(٧), p.٣٦.
- Rogers, B. (٢٠٢٣). Beyond Automation: The Future of Work in the Second Machine Age. Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Shao, Z., Guo, Y., Li, X., & Barnes, S. J. (٢٠٢٠). Sources of influences on customers' trust in ride-sharing: Why use experience matters? Industrial Management & Data Systems, ١٢٠(٨), p. ١٨٧.
- Smith, J. (٢٠١٩). The Impact of Educational Attainment on Technology Adoption and Usage. Journal of Educational Technology and Innovation, ١٢(٣), ٥٨-٧٢. Retrieved on June ٢٠, ٢٠٢٤, from <https://www.journalofeducationaltech.com/tech-adoption-study>.
- Smith, R. (٢٠٢١). Sharing Economy and Tourism: Withlocals and the Future of Personalized Travel. Journal of Collaborative Economics, ١٤(٢), ٦٧-٨٣. Retrieved on October ٢, ٢٠٢٤, from <https://www.journalofcollaborativeeconomics.com/withlocals-and-tourism>.

- Sundararajan, A. (٢٠١٦). The Sharing Economy: The End of Employment and the Rise of Crowd-Based Capitalism. MIT Press, p.٦٧.
- Toft, A.L. (٢٠٢٠). How to win at Airbnb: The definitive guide to making money with Airbnb. Success Publishers, New York, NY, p.٤٥.
- Wang, X., & Li, Y. (٢٠٢٠). Exploring the Utilitarian Value and Sustainability of the Sharing Economy: A Consumer Perspective. Sustainability, ١٢(٤), p.٩٨.