

أثر الاقتصاد التشاركي في الفنادق المصرية

*أيمن محمد عبدالعاطي فايد

aymanfyd2000@yahoo.com

إشراف

أ.د. أسماء سعيد سلامة

أ.د. نيفين جلال إبراهيم

أ.م.د. أحمد حسن عبد القوي

*قسم الدراسات السياحية - كلية السياحة والفنادق - جامعة قناة السويس .

الملخص

يهدف البحث إلى التعرف على تأثير الاقتصاد التشاركي في الفنادق المصرية؛ وقد اعتمد البحث على المنهج الوصفي في الاستعراض المرجعي لظاهرة الاقتصاد التشاركي Sharing Economy خاصة في قطاع الإقامة، والمنهج التحليلي في الدراسة الميدانية وجمع البيانات الأولية عن هذه الظاهرة من واقع الفنادق المصرية، وأخيراً المنهج التفسيري في تفسير البيانات الإحصائية واستخلاص النتائج النهائية. ثم إجراء الدراسة الميدانية باستخدام استمارة استقصاء وجهت إلى عينة عشوائية بسيطة من المسؤولين بفنادق الخمس نجوم بمدينة شرم الشيخ. وقد توصلت الدراسة إلى أن Airbnb كأحد أهم منصات الاقتصاد التشاركي في قطاع الإقامة لها عدة تأثيرات سلبية في الفنادق المصرية. قدمت الدراسة مجموعة هامة من التوصيات التي تساعد المنشآت الفندقية في مصر من مواجهة هذه الظاهرة والحد من تأثيراتها السلبية.

الكلمات المفتاحية: الاقتصاد التشاركي - Airbnb

ABSTRACT

The research aims to identify the impact of the sharing economy on Egyptian hotels; The research relied on the descriptive approach in the reference review of the phenomenon of the Sharing Economy, especially in the accommodation sector, the analytical approach in the field study and the collection of primary data on this phenomenon from the reality of Egyptian hotels, and finally the explanatory approach in interpreting statistical data and drawing the final results. Then a field study was conducted using a survey form directed to a simple random sample of officials in five-star hotels in Sharm El-Sheikh. The study found that Airbnb, as one of the most important sharing economy platforms in the accommodation sector, has several negative effects on Egyptian hotels. The study presented an important set of recommendations that help hotel establishments in Egypt to confront this phenomenon and reduce its negative effects.

الاستعراض المرجعي

الاقتصاد التشاركي Sharing Economy ظاهرة اقتصادية انتشرت بشكل كبير نتيجة التطور الهائل في وسائل الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات فهو يقوم على أساس تبادل المنافع بين الناس، الاستفادة من الموارد والأصول غير المستغلة لدى البعض من خلال منصات إلكترونية "غالباً تكون شركات" تغطي قطاعات اقتصادية هامة مثل (الإقامة، النقل، العمالة، التجارة) وبالتالي يمكن للمستخدمين من خلال هذه المنصات عرض وتقديم أي خدمات، موارد غير مستغلة مقابل أسعار مخفضة، وبهذا تتحقق المنفعة المتبادلة لكلا الطرفين ومن ثم عدم إهدار هذه الموارد (Selloni,2017).

هذا وتعتبر Airbnb من أهم وأشهر منصات الاقتصاد التشاركي في مجال الإقامة حول العالم. وقد حققت في أقل من 9 سنوات حصة سوقية تفوق أكبر سلاسل الفنادق العالمية، حيث بلغت أرباحها في عام 2016 ما يعادل 25.5 مليار دولار. وقد تم حجز أول مليون غرفة من خلال هذه المنصة في الفترة من منتصف 2008 "التأسيس الرسمي للشركة" حتى فبراير 2011. وبحلول يونيو 2011 وصلت حجوزات المنصة إلى مليوني غرفة. وفي أواخر يناير 2012 وصل إجمالي عدد الحجوزات إلى 5 مليون ليلة. وبحلول أواخر يونيو 2012 وصل عدد الحجوزات من خلال Airbnb إلى 10 مليون ليلة. وبالتالي يمكن القول أن Airbnb تمكنت من حجز 5 مليون ليلة في الأشهر الخمسة الأولى من عام 2012. وبحلول منتصف 2012 بلغ متوسط عدد العملاء الذين يستخدمون Airbnb يومياً 38.000 عميل (Guttentag,2015).

من أهم الأسباب والدوافع التي ساعدت على نجاح ونمو الاقتصاد التشاركي خاصة في مجال الإقامة ما ذكره Derojeda وآخرون (2013) وهي: انخفاض ولاء العملاء للفنادق التقليدية بسبب الأزمة الاقتصادية والمالية، وانخفاض جودة الخدمات خلال الأزمات؛ تطوير تكنولوجيا الهاتف المحمول والشبكات الاجتماعية وطرق الدفع عبر الإنترنت؛ ترشيد الإنفاق أو جني بعض الأرباح من خلال منصات الاقتصاد التشاركي؛ توجه رؤوس الأموال والاستثمارات إلى مثل هذه المنصات نظراً لنموها السريع.

أما بالنسبة لأهم التأثيرات الإيجابية للاقتصاد التشاركي فقط ذكر أن هذه الظاهرة لها عدة إيجابيات منها: إمكانية وصول العملاء إلى السلع والخدمات المنخفضة، التي لا يستطيع العديد من الأفراد شراؤها من قبل؛ إمكانية استعارة شيئاً ما قد يحتاجون إليه مرة واحدة أو عدة مرات بدلاً من الاضطرار إلى شرائه هذا بدوره يوفر الكثير من النفقات؛ توفر فرص جديدة للعملاء عن طريق الحصول على الأصول والخدمات من الأفراد العاديين وبالتالي تجنب الشركات التقليدية الأكثر تكلفة؛ يعتبر الأفضل للبيئة لأن الأفراد يستعيرون السلع التي تكون في الغالب بديلة للسلع الجديدة؛ إمكانية تبادل السلع بدلاً من شراء منتجات جديدة، مما يعمل على تقليل إنتاجها؛ وبالتالي انخفاض استنزاف الموارد الطبيعية؛ عزز اقتصاد المشاركة العديد من الشركات لتأسيس العديد من الشركات الجديدة، الابتكارات في الاقتصاد العالمي؛ التقاء الأفراد بأشخاص جدد مما يساهم في بناء مجتمعات أقوى من خلال المنصات والخدمات المشتركة؛ إتاحة فرص جديدة للحصول على أرباح للشركات وتأسيس العديد من الشركات P2P.

وقد أشار عدد من الباحثين (GERMANN, 2014; Sherman, 2014; Marchi, 2015; et al. 2015; Lombardo, 2015) إلى التأثيرات السلبية للاقتصاد التشاركي ومنها: قلة الأمان والخصوصية للاقتصاد التشاركي فمثلاً في مجال الإقامة يتوجب على الأفراد التخلي عن جزء من خصوصياتهم عندما يرغبون في مشاركة منزل مع آخرين؛ عدم وجود ضمانات للمحافظة على الأصول فمشاركة الأفراد لأصولهم يمكن أن يتسبب في تلفها في بعض الأحيان؛ استحالة تحقق شركات الاقتصاد التشاركي من خلفيات المستخدمين وهي من أكبر التحديات التي تواجه اقتصاد المشاركة؛ اقتصاد المشاركة قطاع غير منظم إلى حد كبير مما يساعد على وجود منافسة غير عادلة مع الصناعات التقليدية حيث تتبع الصناعات التقليدية عدداً من القواعد واللوائح المتعلقة بحماية البيئة، العمل، الضرائب المختلفة، رسوم الترخيص، تكاليف تدريب الموظفين، رسوم التأمين وغيرها من الشروط التنظيمية؛ عدم حصول الأفراد الذين يعملون في ظل اقتصاد مشترك على نفس المزايا الممنوحة للموظفين في المنظمات التقليدية مثل الإجازات المدفوعة، المرتبات والمكافآت؛ الإضرار بأرباح الشركات التقليدية فمثلاً تسببت شركة Uber في تقليل عدد المستخدمين لسيارات الأجرة التقليدية منذ إنشائها مما أثر سلبياً على سائقي السيارات التقليدية الأجرة كما قامت شركة Airbnb بتهديد صناعة الإقامة نتيجة تخفيض أسعارها؛ خسارة الإيرادات الحكومية المحتملة مثل الضرائب؛ تعرض العديد من العملاء للمضايقة والتهديد على الرغم من اعتماد اقتصاد المشاركة بشكل كبير على الثقة بين العميل والمضيف.

والاقتصاد التشاركي في الدول العربية ليس بالأمر الجديد، فقد مارس الأفراد عبر التاريخ التعاون والتشارك في نمط حياتهم اليومية كجزء من معتقداتهم الدينية والثقافية

واعتمادوا على مشاركة طعامهم، منتجاتهم وبيوتهم مع بعضهم، بالإضافة إلى العديد من الأشياء الأخرى. كما أنهم ابتكروا عدة أنماط من التعاون والمشاركة التقليدية والتي ما تزال تُمارس حتى اليوم. لقد أصبح الاقتصاد التشاركي في العالم العربي محط الاهتمام خاصة بعد ظهور العديد من الشركات المحلية العاملة في هذا المجال ودخول شركات عالمية أيضاً إلى المنطقة بالإضافة إلى سعي عدد من الحكومات لتعزيز وتطوير هذا المفهوم. ولكن هناك تساؤلات عديدة عما إذا كان هذا الاقتصاد قادراً على المساهمة في حل مشكلات المنطقة. واليوم أصبح لدى الجميع قناعة كبيرة بضرورة الانتقال إلى اقتصاد أكثر مشاركة. وهناك أربع طرق يمكن لاقتصاد المشاركة من خلالها معالجة أكبر تحديات المنطقة بل والعالم وهم : الاقتصاد التشاركي، التكنولوجيا، العودة إلى المقايضة، الريح القليل (ميلود، 2014).

ومن أشهر التطبيقات الإقليمية منصّات التمويل الجماعي مثل Zoomal اللبنانية للمشروعات والتي لا تحتاج إلى مبالغ كبيرة، ومنصة Eureka في دبي التي كانت أول منصة عالمية تقدم تمويلاً جماعياً مقابل الأسهم. كما تشير إحصائيات موقع Internet World Stats إلى ارتفاع عدد مستخدمي الإنترنت عالمياً إلى 3 مليارات أي أكثر من 43% من سكان الأرض، كما تجاوز حجم المبيعات عبر الإنترنت في العالم نهاية عام 2014 إلى 2 تريليون دولار ويرتفع كل عام بشكل سريع عالمياً وإقليمياً. وقد بلغت نسبة الأفراد الذين تسوقوا عبر الإنترنت 1% في تونس، و17% في قطر، و14% في الإمارات العربية المتحدة، و6% في عمان مقارنةً بـ 70% في المملكة المتحدة وغيرها من البلدان المتقدمة. ووفقاً لتقرير ESCWA الذي ورد في ندوة "اقتصاد المعرفة عام 2015 فإنه ينتشر في المنطقة ما يعرف بمساحات العمل

المشتركة Coworking Spaces والتي توفر مكاتب مجهزة وصديقة للابتكار بأسعارٍ معقولة مثل "منطقة بيروت الرقمية" BDD و AltCity في لبنان، و Cogite في المغرب و The Districr والمقرّ في مصر، و Impact Hub في دبي. وبالتالي لا يمكن القول أنه لا يمكن حصر الشركات الناشئة التي أدركت سريعاً فرصة الاستثمار في الاقتصاد التشاركي في الأسواق الناشئة أكثر من سواها (قطايا، 2015).

بالنسبة للاقتصاد التشاركي في مصر فقد قدرت دراسة للبنك الدولي خسائر الناتج القومي في مصر نهاية عام 2012 جراء ازدحام السير بنحو 56 مليار جنيه مصري، أي ما يوازي 8 مليارات دولار ولذلك اتجهت عدد من شركات الاقتصاد التشاركي الناشئة على حل أزمة المرور المستعصية مثل Bus pooling في مصر والتي تعمل على نقل الركاب إلى أماكنهم بأسعارٍ مخفضة. كما كشفت شركة Uber أن عدد السائقين العاملين حالياً في مصر على منصتها بلغ أكثر 30 ألف سائق يستخدمون التطبيق شهرياً كمصدر للدخل مما جعل القاهرة المدينة الأكثر استخداماً في المنطقة لتطبيق Uber ولعل أهم ما توفره خدمات الاقتصاد التشاركي هو تقديم خيارات أوسع للمستخدم بجانب تكلفة أقل مقارنة بالطرق التقليدية التي تقدم نفس الخدمة للعملاء، علاوة على فرص كسب الأموال التي تتيحها نتيجة الموارد التي لا تستخدم بكامل طاقتها كالسيارات والشقق أو حتى أوقات الفراغ. كذلك يمكن للاقتصاد التشاركي تغيير نماذج عمل قطاعات استمرت لمئات السنوات نظراً لأنه اقتصاد مبني على مشاركة الممتلكات والخبرات ضمن أطر معينة. ومع انتشار مستخدمي الهواتف الذكية وزيادة قاعدة مستخدمي الإنترنت في مصر والمنطقة ظهر مؤخراً العديد من التطبيقات القادرة على تلبية خدمات شريحة معينة من المستخدمين وأهمها تطبيقات تأجير التاكسي

والتي ساهمت في تطوير خدمات التاكسي وزيادة فرص الاختيار أمام المستخدم النهائي فضلاً عن إمكانية تخفيض تكلفة الحصول على الخدمة (Nabbout, 2014).

أهداف البحث

- (1) التعرف على أهم التأثيرات السلبية لمنصة Airbnb كأحد أهم منصات الاقتصاد التشاركي في الفنادق المصرية؛
- (2) التعرف على أهم الإجراءات المتبعة من قبل الفنادق المصرية للتعامل مع سلبيات هذه الظاهرة.

منهج الدراسة

اعتمد البحث على المنهج الوصفي في الاستعراض المرجعي لمفهوم الاقتصاد التشاركي وأهميته وأبعاده ومظاهره وأسبابه؛ المنهج التحليلي في الدراسة الميدانية وجمع البيانات الأولية من فنادق العينة؛ والمنهج التفسيري في تفسير البيانات الإحصائية واستخلاص النتائج النهائية وتقديم التوصيات والحلول العملية.

الأسلوب العلمي المستخدم

استخدم البحث أسلوب الاستقصاء في جمع البيانات الميدانية من خلال استمارة استقصاء قسمت إلى ثلاثة أقسام رئيسية وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي. القسم الأول استهدف التعرف على البيانات الديموغرافية لعينة الدراسة، القسم الثاني استهدف التعرف على أهم التأثيرات السلبية لـ Airbnb في الفنادق المصرية، القسم الثالث استهدف التعرف على أهم الإجراءات التي تتبعها الفنادق للتعامل مع سلبيات هذه الظاهرة.

مجتمع وعينة البحث

تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة عشوائية بسيطة من المسؤولين بفنادق الخمس نجوم بمدينة شرم الشيخ. بلغ عدد الفنادق محل الدراسة 25 فندقاً تم سحبها بطريقة عشوائية منتظمة من دليل الفنادق المصرية. وقد تنوعت طرق توزيع الاستمارات وجمع البيانات ما بين المقابلات الشخصية، البريد الإلكتروني، ونماذج Google forms ، و WhatsApp نظراً لظروف جائحة كورونا في هذا الوقت، هذا ويوضح الجدول التالي (1) البيانات الخاصة باستمارات الاستقصاء الموزعة.

جدول رقم (1) يبين توزيع استمارة الاستقصاء على عينة الدراسة

الأساليب الإحصائية المستخدمة

الفئة	عدد الاستمارات الموزعة	عدد الاستمارات المستبعدة لعدم اكتمالها	عدد الاستمارات المفقودة	عدد الاستمارات الصالحة للتحليل	معدل الاستجابة (%)
الفنادق	370	15	25	330	89.18%

تم تحليل البيانات الميدانية باستخدام برنامج SPSS v.22، وخلال بعض الأساليب الإحصائية مثل معامل ألفا كرونباخ للتحقق من ثبات ومصدقية المقياس المستخدم، والتحليل الوصفي باستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وفقاً لمقياس ليكارت الخماسي

اختبار صدق وثبات أداة الدراسة للفنادق

تم التحقق من التجانس الداخلي للمقياس من خلال إيجاد قيم معاملات ارتباط بيرسون لكل فقرة وللبعد ككل كما هو موضح بالجدول (2) وجاءت النتائج كما يلي:

جدول (2)

حساب معامل ارتباط بيرسون لمفردات كل بعد من أبعاد الاستقصاء: الاقتصاد التشاركي (فنادق) مع الدرجة الكلية للبعد:

تحديات وإجراءات الفنادق لمواجهة Airbnb		سلبية ومخاطر Airbnb على عمل الفنادق المصرية	
الفقرة	م. الارتباط	الفقرة	م. الارتباط
1	.591**	10	.444**
2	.411**	11	.487**
3	.433**	12	.546**
4	.556**	13	.645**
5	.575**	14	.584**
6	.469**	15	.473**
7	.492**	16	.616**
8	.422**	17	.644**
9	.418**	18	.664**
		19	.458**
		20	.499**

يتضح من الجدول (2) أن قيم معاملات ارتباط درجات كل مفردة من مفردات المقياس بالدرجة الكلية للمحور قد تراوحت ما بين (0.41) و (0.66) وجميعها دالة عند مستوى دلالة (0.01) وهذا يؤكد أن الاختبار يتمتع بدرجة عالية من الاتساق الداخلي.

ثبات الاستقصاء بطريقة ألفا كرونباخ

تم إجراء اختبار معامل ألفا كرونباخ لتحديد مدى ثبات ومصداقية المقياس المستخدم وقد جاءت النتائج على النحو التالي :

جدول (3)

معامل ثبات ألفا كرونباخ لمحاور الاستقصاء

م	البعد	عدد العبارات	قيمة ألفا كرونباخ
1	تحديات وإجراءات الفنادق لمواجهة Airbnb	9	.84
2	سلبيات ومخاطر Airbnb على عمل الفنادق المصرية	11	.86

توضح بيانات جدول (3) أن قيم معامل ثبات ألفا كرونباخ مرتفع أي إنها دالة إحصائية ويمكن الوثوق بها حيث أنها كانت أكبر من 60 % لكل متغيرات الدراسة (المستقلة - التابعة)، مما يدل على أن قائمة الاستقصاء تتسم بدرجة عالية من الصدق والثبات ويمكن تطبيقها بدرجة كبيرة على عينة الدراسة.

تم حساب قيمة ألفا بين كل مفردة والدرجة الكلية للمقياس بعد استبعاد درجة المفردة، وكانت النتائج كما بالجدول التالي:

جدول (4) معاملات ثبات ألفا كرونباخ للاستقصاء بعد حذف المفردة

سلبيات ومخاطر Airbnb على عمل الفنادق المصرية		تحديات وإجراءات الفنادق لمواجهة Airbnb	
المفردة	α	المفردة	α
10	.823	1	.800
11	.726	2	.716
12	.759	3	.755
13	.791	4	.739
14	.862	5	.703
15	.854	6	.844
16	.750	7	.725
17	.712	8	.779
18	.835	9	.792
19	.784		
20	.746		

يتضح من جدول (4) أن قيم معاملات الثبات بعد حذف المفردة لكل بعد من أبعاد الاستقصاء مرتفع؛ مما يدل على وجود اتساق داخلي، وأن المقياس المستخدم يتمتع بدرجة من الثبات مقبولة يمكن الاعتماد عليها في التطبيق الميداني للاستمارة.

-النتائج والمناقشة-

أولاً: التحليل الوصفي لبيانات الدراسة الديموغرافية

يتبين من جدول (5) أن نتائج تحليل النوع لعينة الدراسة بلغ 81.8% ذكور، 18.2% إناث، مما يؤكد أن الذكور هم الفئة الأكثر وذلك أن طبيعة العمل في مجال السياحة تحتاج الى الكادر البشري من الذكور أكثر من الإناث لصعوبة مهام العمل المطلوب القيام بها، الذي يؤثر في إقبالها على العمل في القطاع السياحي. أما فيما يخص التعليم فنجد أن 80.3% من عينة الدراسة بكالوريوس أو ليسانس، 5.1% ماجستير، 0.9% دكتورة، غير ذلك 13.6%، يبدو واضحاً أن نسبة البكالوريوس هم الفئة الأكبر ويعزو الباحث السبب لذلك أن العمل في مجال السياحة يحتاج لكثير من الوقت الذي يصعب على الأفراد إيجاد الوقت لاستكمال الدراسات العليا.

جدول (5) توزيع عينة البحث وفقاً للنوع، وفقاً للتعليم

المتغير	البيان	التكرار	النسبة
النوع	ذكر	270	81.8
	أنثى	60	18.2
التعليم	دكتورة	3	0.9
	ماجستير	17	5.1
	بكالوريوس أو ليسانس	265	80.3
	غير ذلك	45	13.6

ثانياً: تحليل وصفي لأهم سلبيات Airbnb على الفنادق

جدول (6)

م	السلبيات	موافق بشدة	موافق	الى حد ما	غير موافق بشدة	غير موافق	مج	متوسط	الانحراف المعياري	فئة المتوسط	الترتيب
1	يفضل عملاء Airbnb الإقامة بها عن الفنادق لأنها تسمح لهم بالإقامة فيها دون شروط	ك	110	74	30	60	330	3.3	1.512	إلى حد ما	5
		%	33.3	22.4	9.1	18.2	100.0	69	76		
2	سهولة التطبيق على الهاتف والقدرة على الحجز دون الحاجة إلى إدخال معلومات بطاقة الائتمان باستخدام Apple Pay أو برامج مماثلة تمنح Airbnb فرص أفضل للاستحواذ على سوق الإقامة.	ك	90	80	70	50	330	3.3	1.349	إلى حد ما	4
		%	27.3	24.2	21.2	15.2	100.0	93	08		
3	من ضمن التهديدات التي تواجه القطاع السياحي المصري انتشار منصات الاقتصاد التشاركي خاصة المرتبطة بالمطاعم	ك	105	95	30	65	330	3.5	1.386	موافق	3
		%	31.8	28.8	9.1	19.7	100.0	15	46		
4	من ضمن تهديدات Airbnb في قطاع السياحة المصري عدم خضوعها للرقابة وكذلك عدم اتخاذ إجراءات حكومية لتنظيم عملها في القطاع السياحي	ك	124	111	70	15	330	3.9	1.022	موافق	1
		%	37.6	33.6	21.2	4.5	100.0	81	38		
5	في الوقت الحالي لا تؤثر Airbnb على أعمال الفنادق ولكنها قد تمثل تهديداً في المستقبل من خلال التطلع إلى التعمق أكثر في السوق.	ك	35	40	60	80	330	2.3	1.349	غير موافق	10
		ك	10.6	12.1	18.2	24.2	100.0	93	08		
6	معظم الفنادق لا يعتبرون Airbnb تهديداً على الإطلاق لأنها تقدم خدمات لا	ك	121	113	35	40	330	3.8	1.226	موافق	2
		%	36.7	34.2	10.6	12.1	100.0	27	80		

		تستطيع Airbnb تقديمها.										
8	إلى حد ما	1.427 89	3.0 81	330	51	90	50	59	80	ك	7	يتأثر عمل الفنادق في مصر بخدمات الإقامة المقدمة عبر منصات Airbnb
				100.0	15.5	27.3	15.2	17.9	24.2	%		
11	غير موافق	1.343 55	2.1 93	330	10 4	11 2	70	34	10	ك	8	يؤثر Airbnb بشكل كبير في الحركة السياحية للفنادق السياحة المصرية
				100.0	31.5	33.9	21.2	10.3	3.0	%		
9	إلى حد ما	1.428 74	2.6 18	330	90	80	60	66	34	ك	9	التطبيقات الإلكترونية تقوض عمل الفنادق السياحية
				100.0	27.3	24.2	18.2	20.0	10.3	%		
7	إلى حد ما	1.411 23	3.3 18	330	50	60	45	85	90	ك	10	لا يوفر Airbnb إجراءات تضمن منافسة حقيقية لعمل الفنادق المصرية
				100.0	15.2	18.2	13.6	25.8	27.3	%		
6	إلى حد ما	1.4112 3	3.3 51	330	55	40	54	96	85	ك	11	قد يؤدي Airbnb إلى ترك آثار سلبية لدى العملاء عن المقاصد السياحية المصرية
				100.0	16.7	12.1	16.4	29.1	25.8	%		
إلى حد ما		.3873	3.3 0	المتوسط								

يتضح من جدول (6) أن معظم أفراد العينة موافقين إلى حد ما على أن Airbnb لها سلبيات ومخاطر على عمل الفنادق المصرية وجهة نظر عينة دراسة الفنادق بمتوسط (3.30 من 5)؛ وقد تبين أيضا أن أفراد الدراسة موافقين على (3) مفردات لسلبيات ومخاطر Airbnb على عمل الفنادق المصرية من وجهة نظر عينة دراسة الفنادق حيث تمثلهم العبارات (3، 6، 4)؛ جاءت العبارة رقم (4) في المرتبة الأولى والتي تتعلق بـ " من ضمن تهديدات Airbnb في قطاع السياحة المصري عدم خضوعها للرقابة وكذلك عدم اتخاذ إجراءات حكومية لتنظيم عملها في القطاع السياحي " حيث بلغ متوسطها (3.98 من 5)؛ ويرى الباحث أن مفردات العينة موافقين على وجود تهديد من قبل Airbnb لعدم وجود قواعد وإجراءات تنظم عمل Airbnb مما يشكل تهديداً لقطاع السياحة؛ كما جاءت العبارة رقم (6) في المرتبة الثانية والتي تتعلق بـ " معظم الفنادق لا يعتبرون Airbnb تهديداً على الإطلاق لأنها تقدم خدمات لا تستطيع Airbnb تقديمها " وبلغ متوسطها (3.82 من 5)؛ وكذلك العبارة رقم (3) في المرتبة الثالثة والتي تتعلق بـ " من ضمن التهديدات

التي تواجه القطاع السياحي المصري انتشار منصات الاقتصاد التشاركي خاصة المرتبطة بالمطاعم" وبلغ متوسطها (3.51 من 5)؛ كما تبين أيضا أن أفراد الدراسة موافقين الى حد ما على (6) مفردات لسلبيات ومخاطر Airbnb على عمل الفنادق المصرية من وجهة نظر عينة دراسة الفنادق تمثلهم العبارات (2 ، 1 ، 11 ، 10 ، 7 ، 9) وهي: جاءت العبارة رقم (2) في المرتبة الرابعة والتي تتعلق بـ "سهولة التطبيق على الهاتف والقدرة على الحجز دون الحاجة إلى إدخال معلومات بطاقة الائتمان باستخدام Apple Pay أو برامج مماثلة تمنح Airbnb فرص أفضل للاستحواذ على سوق الإقامة." وبلغ متوسطها (3.39 من 5)؛ وجاءت العبارة رقم (1) في المرتبة الخامسة والتي تتعلق بـ "يفضل عملاء Airbnb الإقامة بها عن الفنادق لأنها تسمح لهم بالإقامة فيها دون شروط" وبلغ متوسطها (3.36 من 5)؛ كما جاءت العبارة رقم (11) في المرتبة السادسة والتي تتعلق بـ "قد يؤدي Airbnb إلى ترك آثار سلبية لدى العملاء عن المقاصد السياحية المصرية" وبلغ متوسطها (3.35 من 5). جاءت العبارة رقم (10) في المرتبة السابعة والتي تتعلق بـ "لا يوفر Airbnb إجراءات تضمن منافسة حقيقية لعمل الفنادق المصرية" وبلغ متوسطها (3.31 من 5)؛ جاءت العبارة رقم (7) في المرتبة الثامنة والتي تتعلق بـ "يتأثر عمل الفنادق في مصر بخدمات الإقامة المقدمة عبر منصات الاقتصاد التشاركي" وبلغ متوسطها (3.08 من 5). جاءت العبارة رقم (9) في المرتبة التاسعة والتي تتعلق بـ "التطبيقات الإلكترونية تقوض عمل الفنادق السياحية" وبلغ متوسطها (2.61 من 5)؛ كذلك تبين أيضا أن أفراد الدراسة غير موافقين على (2) مفردة لسلبيات ومخاطر Airbnb على عمل الفنادق وشركات السياحة المصرية من وجهة نظر عينة دراسة

الفنادق تمثلهم العبارات (5، 8) وهي: جاءت العبارة رقم (5) في المرتبة العاشرة والتي تتعلق بـ "في الوقت الحالي لا تؤثر Airbnb على أعمال الفنادق ولكن قد تمثل تهديد في المستقبل من خلال التطلع إلى التعمق أكثر في السوق" وبلغ متوسطها (2.39 من 5)؛ جاءت العبارة رقم (8) في المرتبة الحادية عشرة والتي تتعلق بـ "تؤثر Airbnb بشكل كبير في الحركة السياحية للفنادق المصرية" وبلغ متوسطها (2.19 من 5).

م	الإجراءات	موافق بشدة	موافق	إلى حد ما	غير موافق	غير موافق بشدة	مج	متوسط	الانحراف المعياري	فئة المتوسط	الترتيب	
1	تهتم الفنادق بالتواصل المستمر مع العملاء الذين تعاملوا مع مرآ سابقاً عبر مواقعها الإلكترونية لمعرفة رغباتهم واحتياجاتهم	ك	65	30	55	70	110	330	2.61	1.50863	إلى حد ما	9
		%	19.7	9.1	16.7	21.2	33.3	100.0				
2	تمتلك الفنادق شبكة اتصالات متطورة وفعالة في مجال عرض وتقديم الخدمات السياحية عبر الإنترنت	ك	80	43	87	75	45	330	3.1152	1.36569	إلى حد ما	8
		%	24.2	13.0	26.4	22.7	13.6	100.0				
3	تخصص الفنادق موقع إلكتروني خاص لاستلام الشكاوى الخاصة بالعملاء الذين تعاملوا مع مرآ سابقاً	ك	119	105	60	33	13	330	3.86	1.132	موافق	3
		%	36.1	31.8	18.2	10	3.9	100.0				
4	تلجأ الفنادق الى استخدام المواقع الإلكترونية للحصول على معلومات كافية عن الخدمات التي تقدمها الشركات المنافسة لرفع قدرتها التنافسية	ك	105	120	60	15	30	330	3.77	1.2053	موافق	6
		%	31.8	36.4	18.2	4.5	9.1	100.0				

م	الإجراءات	موافق بشدة	موافق	إلى حد ما	غير موافق	غير موا فق بشدة	مج	متوسط	الانحراف المعياري	فئة المتوسط	الترتيب
5	يمكن للفنادق المصرية السياحة المصرية مواجهة Airbnb من خلال التواجد الفعلي والمؤثر على شبكة الإنترنت للاحتفاظ بحصتها السوقية	ك	127	105	35	32	31	330	1.30022	موافق	5
		%	38.5	31.8	10.6	9.7	9.4	100.0			
6	يمكن للفنادق المصرية مواجهة Airbnb من خلال المتابعة المستمرة لسلوك واتجاهات ورغبات السياح	ك	135	111	25	32	27	330	1.26598	موافق	1
		%	40.9	33.6	7.6	9.7	8.2	100.0			
7	يمكن للفنادق المصرية مواجهة Airbnb من خلال التواجد في الاقتصاد الجديد للاحتفاظ بحصتها السوقية	ك	124	103	60	17	26	330	1.20664	موافق	4
		%	37.6	31.2	18.2	5.2	7.9	100.0			
8	يمكن للفنادق المصرية مواجهة Airbnb على شبكات التواصل الاجتماعي للوصول إلى أكبر قاعدة من العملاء	ك	141	81	18	55	35	330	1.42529	موافق	7
		%	42.7	24.5	5.5	16.7	10.6	100.0			
9	يمكن للفنادق المصرية مواجهة Airbnb من خلال بناء كوادر بشرية	ك	137	107	23	37	26	330	1.27833	موافق	2
		%	41.5	32.4	7.0	11.2	7.9	100.0			

			4							في حقل المعرفة التقنية ومواكبة التطور الحالي في مجال الاقتصاد التشاركي
			8							
	موافق	.44311	3.61						المتوسط	
			25							

يتضح من نتائج التحليل الإحصائي والموضحة بالجدول رقم (7) أن معظم أفراد العينة موافقين على أهم إجراءات الفنادق لمواجهة Airbnb وذلك بمتوسط (3.61 من 5)؛ كما تبين أيضا أن أفراد الدراسة موافقين على (7) مفردات لأهم إجراءات الفنادق والشركات السياحية لمواجهة Airbnb من وجهة نظر عينة دراسة الفنادق تمثلهم العبارات (6، 9، 3، 7، 5، 4، 8) وهي كالتالي: جاءت العبارة رقم (6) في المرتبة الأولى والتي تتعلق بـ " يمكن للفنادق المصرية مواجهة Airbnb من خلال المتابعة المستمرة لسلوك واتجاهات ورغبات السياح " حيث بلغ متوسطها (3.89 من 5)، ويرى الباحث أن ذلك يحقق استفادة للسائح حيث يحصل على ما يريده من منتجات وخدمات سياحية ذات جودة تنافسية فضلاً عن تنوع وتعدد مقومات العرض السياحي ؛ مما يعمل على زيادة حركة السياحة نتيجة للتوجه لشرائح سوقية متنوعة لتلبية رغبات واحتياجات مختلف الفئات من السياح؛ جاءت العبارة رقم (9) في المرتبة الثانية والتي تتعلق بـ " يمكن للفنادق المصرية مواجهة Airbnb من خلال بناء كوادر بشرية في حقل المعرفة التقنية ومواكبة التطور الحالي في مجال الاقتصاد التشاركي" وبلغ متوسطها (3.88 من 5)؛ جاءت العبارة رقم (3) في المرتبة الثالثة والتي تتعلق بـ تخصص الفنادق موقع إلكتروني خاص لاستلام الشكاوى الخاصة بالعملاء الذين تعاملوا معها سابقاً" وبلغ متوسطها (3.86 من 5)؛ جاءت العبارة رقم (7) في

المرتبة الرابعة والتي تتعلق ب " يمكن للفنادق المصرية مواجهة Airbnb من خلال التواجد في الاقتصاد الجديد للاحتفاظ بحصتها السوقية " وبلغ متوسطها (3.85 من 5)؛ جاءت العبارة رقم (5) في المرتبة الخامسة والتي تتعلق ب " يمكن للفنادق المصرية مواجهة Airbnb من خلال التواجد الفعلي والمؤثر على شبكة الإنترنت للاحتفاظ بحصتها السوقية." وبلغ متوسطها (3.80 من 5)؛ جاءت العبارة رقم (4) في المرتبة السادسة والتي تتعلق ب " تلجأ الفنادق الى استخدام المواقع الإلكترونية للحصول على معلومات كافية عن الخدمات التي تقدمها الشركات المنافسة لرفع قدرتها التنافسية." وبلغ متوسطها (3.77 من 5)؛ جاءت العبارة رقم (8) في المرتبة السابعة والتي تتعلق ب " يمكن للفنادق المصرية مواجهة Airbnb من خلال التواجد في الاقتصاد الجديد للاحتفاظ بحصتها السوقية." وبلغ متوسطها (3.72 من 5)؛ هذا وقد تبين أن أفراد الدراسة موافقين الى حد ما على (2) مفردة لأهم إجراءات الفنادق والشركات السياحية لمواجهة Airbnb تمثلهم العبارات (2، 1)؛ جاءت العبارة رقم (2) في المرتبة الثامنة والتي تتعلق ب " تمتلك الفنادق شبكة اتصالات متطورة وفعالة في مجال عرض وتقديم الخدمات السياحية عبر الإنترنت " وبلغ متوسطها (3.11 من 5)؛ جاءت العبارة رقم (1) في المرتبة التاسعة والتي تتعلق ب " تهتم الفنادق بالتواصل المستمر مع العملاء الذين تعاملوا معها سابقا عبر مواقعها الإلكترونية لمعرفة رغباتهم واحتياجاتهم " وبلغ متوسطها (2.61 من 5).

رابعاً: التحقق من فروض الدراسة

- **ينص الفرض الأول للدراسة على:** لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إجراءات الفنادق وبين مواجهة سلبيات Airbnb. وقد تم استخدام معامل الارتباط بيرسون للتحقق من صحة هذا الفرض.

قيمة sig	(ر)	ن	فنادق
.048	-.330*	330	

جدول (8)

يوضح الجدول أن قيمة الارتباط بين إجراءات الفنادق وبين مواجهة سلبيات Airbnb قد بلغت $(-.330^*)$ ، عند مستوى (0.048). أي إنها علاقة عكسية ذات دلالة إحصائية، بما أن هناك علاقة عكسية (قيمة الارتباط سالبة) فذلك يدل على أن أي زيادة في إجراءات الفنادق السياحية يؤدي إلى التقليل من سلبيات Airbnb على الفنادق السياحية.

مما سبق يمكن رفض الفرض الذي ينص على: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إجراءات الفنادق وبين مواجهة سلبيات Airbnb.

ينص الفرض الثاني للدراسة على:

- يوجد علاقة بين أسباب ودوافع الاقتصاد التشاركي وبين تهديدات Airbnb على الفنادق من وجهة نظر المدراء في الفنادق. تم استخدام معامل الارتباط بيرسون للتحقق من صحة هذا الفرض.

جدول (9)

معاملات الارتباط بين أسباب ودوافع الاقتصاد التشاركي وتهديدات Airbnb على الفنادق

قيمة sig	(ر)	ن	
.005	.448**	37	علاقة بين أسباب ودوافع الاقتصاد التشاركي وتهديدات Airbnb على الفنادق

أظهرت نتائج الدراسة أن معامل قيمة الارتباط بين أسباب ودوافع الاقتصاد التشاركي وبين تهديدات Airbnb على الفنادق من وجهة نظر المدراء في الفنادق تبلغ (**.448) وهي قيمة دالة إحصائية ذات علاقة طردية عند مستوى (0.005). مما يعني وجود علاقة ارتباطية موجبة ، حيث كلما زادت دوافع الاقتصاد التشاركي زادت تهديدات Airbnb على الفنادق.

مما سبق يمكن قبول الفرض الذي ينص على :

-يوجد علاقة بين أسباب ودوافع الاقتصاد التشاركي وبين تهديدات Airbnb على الفنادق من وجهة نظر المدراء في الفنادق

وقد اتفقت هذه النتيجة مع (GERMANN, 2014) الذي يرى أن شركات الاقتصاد التشاركي قد أضرت بنظيرتها التقليدية حيث إنها تأخذ من أرباحها فعلى سبيل المثال: خفضت Uber عدد الأفراد الذين يستخدمون سيارات الأجرة التقليدية منذ إنشائها مما كان له تأثيراً على ربح سائقي سيارات الأجرة والشركات التي تقدم خدمات النقل لشركة Uber، كذلك قامت شركة Airbnb بتهديد صناعة الإقامة من جراء تخفيض أسعارها للعملاء؛ وقد اتفقت هذه النتيجة مع Zervas et al., (2016) حيث يمكن أن يكون Airbnb منافساً صعباً بشكل خاص للفنادق فهو يقلل من أسعار الفنادق وقت الذروة، كما إنه يمكن أن يتكيف مع عروض المضيفين بسهولة مع تقلبات الطلب وهو ما لا ينطبق على الفنادق التقليدية التي تتحمل تكاليف السلع الثابتة خارج الموسم السياحي؛ كما اتفقت هذه النتيجة مع (Blal et al., 2018) الذي يرى أن الذي جعل الخدمات المبتكرة مثيرة للاهتمام مثل Airbnb هو نمو أسواق P2P بشكل متزايد من خلال استبدال السلع والخدمات التي تقدمها الصناعات التقليدية؛ كما أشار إلى أن هناك تأثير سلبي على عائدات الفنادق خاصة على خدمات الإقامة المنخفضة؛ زيادة الطلب على Airbnb مما يمثل تهديداً لهم .

- **ينص الفرض الثالث للدراسة على:**

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم كل من مدراء الفنادق لسلبيات ومخاطر Airbnb على عمل الفنادق المصرية. سوف يتم استخدام اختبار مان ويتني لمعرفة ما إذا كان هناك فروق بين جهتي العمل في الفنادق.

جدول (10)

الدلالة	u قيمة	مجموع	متوسط الرتب	العدد	الجهة	البعد
		الترتيب				
0.694	38224.000	99671.00	343.69	290	فنادق	سلبيات ومخاطر Airbnb على
		92839.00	281.33	330	شركات	عمل الفنادق المصرية

يتضح من الجدول رقم (10) عدم وجود فروق بين متوسطات استجابات مجتمع الدراسة حول سلبيات ومخاطر Airbnb على عمل الفنادق المصرية حيث بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.694) وهي أعلى من (0.05).

ويعزو الباحث ذلك إلى أن مدراء الفنادق لا يختلفون في وجهة نظرهم عن وجود سلبيات ومخاطر لـ Airbnb قد تؤثر على عمل الفنادق المصرية وبالتالي على عمل كل منهما في المستقبل. مما سبق يمكن رفض الفرض الذي ينص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم كل من مدراء الفنادق لسلبيات ومخاطر Airbnb على عمل الفنادق المصرية.

خامساً: الخلاصة

يتضح من نتائج الدراسة الميدانية أن: تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تأثيراً كبيراً في كافة المجالات السياحية؛ الاقتصاد التشاركي نظام اقتصادي يمتد ليشمل العرض والطلب معاً ويقوم على مبدأ المشاركة كما أن لها تأثير سلبي على السياحة خاصة في حالة عدم تطبيق اللوائح كما يعتبر اقتصاد المشاركة قطاع غير منظم يؤدي إلى وجود منافسة غير عادلة مع الفنادق؛ تواجه Airbnb الكثير من المشكلات منها نشاط التاجير غير القانوني وعدم التزاماتها الضريبية الكاملة.

سادساً: التوصيات

يوصي البحث المنشأة الفندقية في مصر وكذلك الجهات الحكومية المسؤولة بضرورة اتباع هذه التوصيات:-

- تنظيم عمل الأفراد الذين يمارسون الأعمال السياحية عبر الإنترنت، التي لا يتم تنظيمها وبعيدة عن إشراف الحكومة؛
- ضرورة إقرار أنظمة للاقتصاد التشاركي وخصم الضرائب إلكترونياً لجميع أنشطتها؛
- إيجاد مصادر إيرادات بديلة للفنادق والعمل على ابتكار سبل جديدة لتحقيق بعض الإيرادات في ظل الإحجام عن السفر في الظروف الحالية لقطاع السياحة؛
- وضع أنظمة ولوائح لحماية المستهلكين ومقدمي الخدمات، لضمان المنافسة العادلة في السوق، ينبغي أن تشمل ثلاثة محاور أساسية: متطلبات دخول السوق، المسؤولية القانونية، وحماية كل من المستهلك ومقدم الخدمة؛
- الاستفادة من تجارب الدول التي تعاملت مع عدم شرعية Airbnb المنتشرة في العديد من المدن.

المراجع

المراجع العربية

.1

طايا، عبد الغني(2015). الاقتصاد التشاركي والتكنولوجيا عودة إلى المقايضة والريح القليل
(مجلة مال وأسواق العدد 2572).

.2

بلود، وعيل (2014). المحددات الحديثة للنمو الاقتصادي في الدول العربية وسبل تفعيلها حالة:
الجزائر، مصر ، السعودية -رسالة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية- جامعة الجزائر.

المراجع الأجنبية

1.

lal, l., signal, m. and Templin, j. (2018). "Airbnb's effect on hotel sales growth" international journal of hospitality management, 73, pp.85-92. Bloomberg BusinessWeek. Retrieved from [airbnb-to-tax-or-not-tax-a-rented-bed#r1%4lr-fs](#).

2.

ervojeda, k., Yerzijl, d., Nagtegaal, f., Lengton, m., Rouwmaat, e., Monfardini, e., et al. (2013). "the sharing economy: accessibility-based business models for peer-to-peer markets" Brussels: European commission business innovation observatory.

3.

ermann m. j. (2014). "collaborative surveillance and technologies of trust" online reputation systems in the new sharing economy, in media, surveillance and identity: a social perspective

4. **uttentag**, d. (2015). "Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector" current issues in tourism.
5. **ombardo** C. (2015), "pros and cons of sharing economy, pros- and -cons-of-sharing-economy"
6. **archi**, A. Parekh, Ellora Julie. (2015). "how the sharing economy can make its case" Mckinsey quarterly, December. Retrieved april 22, 2016, business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/how-the-sharing-economy-can-make-its-case
7. **about**, w, (2014). (<http://news.arabnet.me/how-egypt-based-bus-pooling-found-solution-cairos-traffic/>)
8. **Selloni**, d. (2017). "new forms of economies: sharing economy, collaborative consumption, peer-to-peer economy" in codesign for public-interest services, edited by d. Selloni. New York city, Ny: springer international publishing.
9. **herman**, e. (2014, august 18). "CBS news" retrieved December 12, 2017, the sharing economy disadvantages workers/
10. **ervas**, G., Proserpio, D. and byers, J.W. (2016). "the rise of the sharing economy: estimating the impact of Airbnb on the hotel
11. ndustry" journal of marketing research, 54(5), 687-705.