

إمكانيات شركات النقل التشاركي في تعزيز السياحة الداخلية في الجزائر

شركة يسير نموذجاً

The Potential of Ride-Sharing Companies in Boosting
Domestic Tourism in Algeria: The Case of Yassir company

د. ¹بلحاج رضوان

redouane.belhadj@univ-tlemcen.dz

تاريخ الاستلام: 2025-05-13 ، تاريخ القبول: 2025-05-18 ، تاريخ النشر: 2025-06-01

الملخص:

إن الهدف من هذه الدراسة هو محاولة الوقوف على إمكانيات شركات النقل التشاركي في تعزيز السياحة الداخلية وإسقاط ذلك على الشركة الناشئة للنقل التشاركي "يسير"، و قد عالجتنا الموضوع من خلال محورين، الأول أبرزنا فيه الإطارين النظري لكل من السياحة الداخلية و شركات النقل التشاركي و الثاني حاولنا من خلاله دراسة حالة شركة يسير لفهم الإطار النظري. و قد توصلنا في نهاية الدراسة إلى أن شركات النقل التشاركي تعتبر أداة قوية لدعم السياحة الداخلية، حيث تساهم في تسهيل حركة السائحين، وتخفيض التكاليف، والترويج للمناطق السياحية المحلية. ومع ذلك، توجد عدة تحديات تواجهها لضمان استدامة نموها كإطار قانوني و الأمان و المنافسة.

الكلمات المفتاحية : شركة ناشئة ، سياحة داخلية ، نقل تشاركي ، مقاولاتية

تصنيف JEL : L26

Abstract :

The objective of this study is to investigate the potential of ride-sharing companies in promoting domestic tourism and to apply this to the emerging ride-sharing company Yessir. We have approached the topic through two main axes. In the first, we highlighted the theoretical frameworks of both domestic tourism and ride-sharing companies. In the second, we attempted to study a case of Yessir to understand the theoretical framework. At the end of the study, we concluded that ride-sharing companies are a powerful tool to support domestic tourism, as they contribute to facilitating the movement of tourists, reducing costs, and promoting local tourist destinations. However, there are several challenges facing them to ensure the sustainability of their growth, such as the legal framework, safety, and competition.

Keywords: Startup , Domestic Tourism , Ride-Sharing , Entrepreneurship

Jel Classification Codes: L26

¹ المؤلف المراسل

يعتبر القطاع السياحي أحد القطاعات الاستراتيجية للعديد من الدول لاسيما تلك التي تمتلك مقومات سياحية طبيعية وتاريخية، وذلك لما يحققه من جملة من الأهداف على المستويات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وهو واحد من أكبر الصناعات في العالم، إذ يسهم بتربيلونات الدولارات في الاقتصاد العالمي ويدعم موارد الرزق لشخص واحد تقريبا من بين كل عشرة أشخاص في جميع أنحاء العالم. لهذا السبب يحظى هذا القطاع عند الحكومات بأهمية بالغة عند إعداد الخطط التنموية. ولاشك أن الجزائر بصفتها بلدا يملك مقدرات سياحية كبيرة، تسعى هي الأخرى باستمرار للنهوض بهذا القطاع من أجل أن تكون له مساهمة حيوية في دفع عجلة النمو الاقتصادي، وبما أن السياحة الداخلية هي جزء أساسي من هذا القطاع فهي أيضا تحظى بنفس الاهتمام.

مع تطور التكنولوجيا وازدياد الاعتماد على الابتكار في مختلف القطاعات، أصبحت الشركات الناشئة جزءا لا يتجزأ من الاقتصاد العالمي والمحلي. هذه الشركات التي تُعرف بأنها صغيرة ومتوسطة الحجم، غالبا ما تكون حديثة النشأة، تتميز بقدرتها على التكيف السريع مع التغيرات السوقية وتقديم حلول مبتكرة لمشكلات قائمة. ومن بين القطاعات التي استفادت بشكل كبير من ظهور الشركات الناشئة هو قطاع السياحة بشكل عام وبما فيه السياحة الداخلية الذي يشكل ركيزة أساسية لدعم الاقتصاد المحلي في العديد من الدول. والجزائر بدورها أصبحت في السنوات الأخيرة تراهن بشكل كبير على هذا النوع من الشركات لإحداث نقلة نوعية في مسار التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

تعد فكرة شركة النقل التشاركي واحدة من الأفكار الجديدة التي برزت في السوق العالمي وتصنف هذه الشركات كشركات ناشئة لما تتميز به من استفادة من التكنولوجيا الحديثة وتقديم حلول مبتكرة وسريعة في النمو، وتمثل فكرتها في تقديم خدمة نقل مبتكرة يمكن الاستفادة منها باستعمال الهاتف الذكي والانترنت في أي مكان وفي أي وقت من أجل حجز سائق والنقل بأمان. وقد أصبح لها دور هام في تعزيز السياحة الداخلية نظرا لما توفره من العديد من المزايا التي تُساهم في تحفيز حركة السياح داخل البلد.

شركة يسير هي واحدة من الشركات الناشئة التي برزت في الجزائر سنة 2017 كشركة للنقل التشاركي ثم بعد أن حصلت على تمويل يقدر بـ 13 مليون دولار عملت على تطوير خدماتها والدخول في ميادين أخرى كالتجارة الإلكترونية والتوصيل. وقد حققت إلى اليوم أكثر من 8 ملايين تنزيل لتطبيقها على الأندرويد، ويعمل معها أكثر من 100 ألف شريك وتواجد في أكثر من 45 مدينة في الجزائر وخارج الجزائر. وعلى ضوء ما سبق ذكره يمكن طرح الإشكالية التالية:

ماهي إمكانيات شركات النقل التشاركي في تعزيز السياحة الداخلية في الجزائر؟

ولالإجابة على هذه الإشكالية سنعالج الموضوع من خلال محورين:

المحور الأول سنعرض فيه الإطارين النظري للسياحة الداخلية والنقل التشاركي

المحور الثاني: دراسة حالة شركة يسير من أجل استنتاج الخصائص التي تؤهلها للمساهمة الفعالة في تعزيز السياحة الداخلية.

1- تعريف السياحة الداخلية :

تاريخياً، تعتبر السياحة الداخلية أول شكل من أشكال السياحة التي تمارس. إنه يحدث في كل بلد أو منطقة في العالم (Soliman et al., 2021)، كما تعتبر السياحة الداخلية مصدر القوة الرئيسي لقطاع السياحة على مستوى العالم حيث تعتبر أداة أساسية للنمو الاقتصادي المحلي والتنمية (طه et al., 2023) ولها عدة تعريفات نذكر منها: "نشاط سياحي يشارك فيه سكان دولة واحدة يسافرون داخل بلدهم لأغراض السياحة" (Soliman et al., 2021)، وعرفت أيضا "هو النشاط السياحي الذي يتم من مواطني الدولة لمدتها المختلفة التي يوجد بها جاذب سياحي أو معالم سياحية تستحق الزيارة" (زروقي, 2022)، ويعرف كذلك بـ "تلك الزيارات والتنقلات التي يقوم بها المواطنون داخل حدود دولتهم" (زروقي, 2022). كما تعرف أيضا بأنها: "انتقال المواطن من مكان إقامته المعتاد إلى مكان الزيارة داخل حدود دولة الإقامة لفترة لا تقل عن 22 ساعة ولا تتجاوز 6 أشهر" (فراح & عبد العزيز, 2019)، وعرفت أيضا على أنها "حركة السياح المواطنين من حملة جنسية البلد داخل حدود البلد السياسي" (فراح & عبد العزيز, 2019).

2- الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للسياحة الداخلية :

تكتسب السياحة الداخلية أهمية كبيرة لأسباب متعددة، اقتصادية واجتماعية وثقافية، وتنعكس إيجاباً على مختلف جوانب الحياة في البلاد. كما تشير قيمة السياحة الداخلية إلى أنها لا تقتصر على نفسها، بل هناك ما هو أكثر من ذلك. وتستطيع الدولة من خلال السياحة الداخلية أن تدخل بشكل تدريجي وفعال في تجارة السياحة الدولية. السياحة الداخلية تمثل 73% من إجمالي المبيت و74% من إجمالي الوافدين و69% من المبيت في فنادق العالم (Soliman et al., 2021) و تتمثل بعض أهم مزايا السياحة الداخلية فيما يلي:

1-2 الأهمية الاقتصادية :

- تنوع مصادر الدخل القومي: تساهم السياحة الداخلية في تنوع مصادر الدخل القومي ، من خلال خلق فرص عمل جديدة في مختلف القطاعات السياحية، مثل الفنادق والمطاعم والنقل والترفيه. و إعادة توزيع الدخل القومي بين المستويات الاجتماعية المختلفة في المجتمع.
- دعم التنمية المحلية: تساهم السياحة الداخلية في دعم التنمية المحلية، خاصة في المناطق النائية التي تتمتع بإمكانات سياحية مميزة.
- تقليل الاعتماد على السياحة الخارجية: تُعد السياحة الداخلية بديلاً هاماً للسياحة الخارجية، خاصة في ظل الظروف التي قد تؤثر على تدفق السياح من الخارج، مثل الأزمات السياسية أو الاقتصادية.
- تحفيز الاستثمار: تجذب السياحة الداخلية الاستثمارات في مختلف القطاعات السياحية، مما يساهم في تحسين البنية التحتية وتوفير المزيد من الخدمات للمواطنين.
- زيادة إنتاجية الأفراد والمجموعات وإتاحة فرص عمل جديدة وتنشيط الحركة التجارية والعمل على دعم الثقة في كفاءة أجهزة تشغيل القوى العاملة الوطنية.
- تدعم السياحة الداخلية أيضًا اقتصاديات المجتمعات المحلية، حيث تستخدم الموارد المحلية والموظفين في معظم الحالات. وفقا لذلك، وهذا سوف يقلل من معدلات التسرب.

2-2 الأهمية الاجتماعية :

- الوعي الثقافي: تُساهم السياحة الداخلية في نشر الوعي الثقافي بين أفراد المجتمع المحلي، من خلال التعرف على مختلف الحضارات والثقافات التي ميزت تاريخ البلاد و باعتبارها وسيلة من وسائل الاتصال الفكري والثقافي بين سكان المناطق والتعرف على العادات والتقاليد السائدة في المناطق المختلفة وإسهاماتها في نشر الوعي البيئي.
- الحفاظ على التراث: تُساهم السياحة الداخلية في الحفاظ على التراث المحلي، من خلال تشجيع الزيارات إلى المواقع الأثرية والتاريخية.
- تعزيز الترابط الاجتماعي: تُساهم السياحة الداخلية في تعزيز الترابط الاجتماعي بين أفراد المجتمع المحلي، من خلال تشجيعهم على قضاء أوقات ممتعة مع عائلاتهم وأصدقائهم في مختلف أنحاء البلاد.

3- تعريف النقل التشاركي :

يعتبر النقل التشاركي أحد المكونات التي تشكل ما يعرف اليوم بالاقتصاد التشاركي و هو معروف أيضًا باسم الاقتصاد التعاوني (Tussyadiah, 2016) ، و هو ظاهرة حديثة. وقد كان ظهوره مدفوعًا بتطور الإنترنت (Srovnalíková et al., 2020) والعوامل الاقتصادية والمجتمعية (Hellwig et al., 2015; Joo, 2017) والتقدم التكنولوجي (أي الهواتف الذكية) والركود الاقتصادي العالمي، مما أدى إلى الحاجة إلى فوائد اقتصادية (أي انخفاض التكاليف وانخفاض الأسعار)، والحاجة إلى الروابط الاجتماعية والاهتمام الأكبر بالبيئة (Mi & Coffman, 2019; Sanasi et al., 2020) كما يُعرف بأنه ظاهرة اقتصادية يمنح فيه المستهلكين للمستهلكين الآخرين إمكانية الوصول المؤقت إلى السلع والخدمات من خلال المنصات الرقمية بمقابل مالي محدود الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة والطاقت الفائضة (خطاب). (et al., 2022). باختصار، يتطور اقتصاد المشاركة باستمرار، والمبادئ الرئيسية للظاهرة هي الاستخدام الأكثر كفاءة للموارد المتاحة والانتقال من الملكية إلى منصات المشاركة المتبادلة. يسمح اقتصاد

المشاركة للأفراد باستئجار أو استعارة الممتلكات المملوكة لشخص آخر. وبالتالي، يجمع اقتصاد المشاركة بين أصحاب الممتلكات وأولئك الذين يسعون إلى هذا الأصل المحدد. (Perkumienė et al., 2021). أما النقل التشاركي فيعرف باستخدام المشترك للمركبة من قبل سائق غير محترف وراكب واحد أو أكثر، بهدف القيام برحلة مشتركة بأكملها أو جزء منها (GHENOUCHE, 2022). وقد تعرف إفريقيا على أنها منصات عمل تشاركي، أي منصات إلكترونية تعمل في مجال نقل الركاب و توصيل الأطعمة. و يعرف أيضا بأنه "الاستخدام المشترك للمركبة البرية الشخصية من قبل سائق وراكب واحد أو أكثر، مجاناً، باستثناء تكاليف المشاركة، كجزء من رحلة يقوم بها السائق على حسابه الخاص" (Jacquot, 2018). كما تشير عبارة التنقل التشاركي إلى العديد من الأنماط والخدمات التي تزيد من كفاءة نظام النقل من خلال مشاركة المركبات، بما في ذلك وسائل النقل العام، ومشاركة الرحلات، وسيارات الأجرة، وطلب الرحلات (مثل أوبر)، ومشاركة السيارات ومشاركة الدراجات (Sun et al., 2021).

إذن يمكن القول أن شركات النقل التشاركي هي شركات تقدم خدمات نقل الركاب باستخدام تطبيقات الهاتف المحمول، حيث يربط التطبيق بين السائقين والركاب الراغبين في مشاركة رحلة أو الحصول على خدمة نقل خاصة.

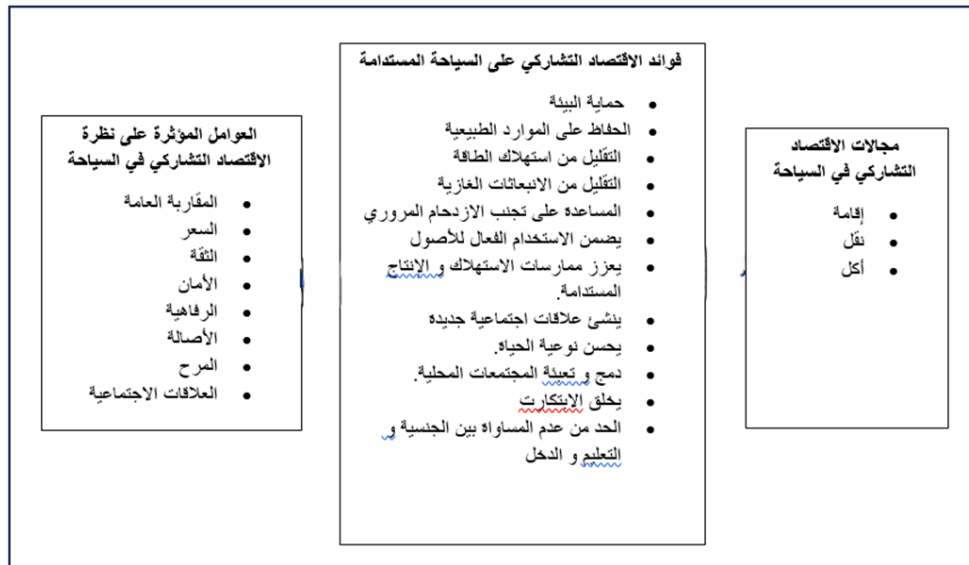
4. علاقة النقل التشاركي بقطاع السياحة :

إن الحديث عن أهمية شركات النقل التشاركي في دعم السياحة الداخلية هو موضوع في غاية الأهمية، خاصة في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة والاهتمام المتزايد بالسياحة المستدامة. إن هناك علاقة متداخلة بين الاقتصاد التشاركي بشكل عام و القطاع السياحي، حيث يمكن لأي فرد في ظل الاقتصاد التشاركي المساهمة في تقديم الخدمات السياحية و بالتالي إمكانية حصول المستخدمين عليها بأسعار معقولة أكثر من نظيراتها التقليدية (Orabi, 2019)، و الاقتصاد التشاركي في قطاع السياحة متنوع للغاية ومتطور باستمرار (Perkumienė et al., 2021). و وفقاً لـ (Valentinas et al., 2021) فإن الاقتصاد التشاركي كشرط مسبق للتنمية المستدامة للسياحة يساهم بشكل كبير في النمو الاقتصادي والرفاهية الاجتماعية ويحل المشاكل البيئية. وفي السنوات الأخيرة، ظهر نموذج أعمال جديد يسمى الاقتصاد التشاركي في قطاعي السياحة والنقل (Lang et al., 2020). وتجدر الإشارة إلى أن مشاركة السيارات، وخاصة في قطاع السياحة، تقلل من الانبعاثات وتساعد في تجنب الازدحام، وفي الوقت نفسه، تحقق مبدأ الاستدامة (Perkumienė et al., 2021). لقد غيّر الاقتصاد التشاركي عادات السياح وتصورات السفر بشكل كبير. من ناحية أخرى، يميل الناس إلى أن يكون لديهم شعور أقوى بالمجتمع والقدرة على التواصل وتبادل الأفكار مع السكان المحليين. كما أشارت إحدى الدراسات أن الاقتصاد التشاركي يعمل على تغيير و نمو القطاع السياحي، حيث يتيح للأشخاص العديد من الخيارات الجديدة لكل من خدمات النقل والإقامة و غيرها من الخدمات الأخرى المرتبطة بالسياحة. فقد أدت المنصات التشاركية إلى توفير الوصول السهل إلى مجموعة واسعة من الخدمات، بعضها يتمتع بجودة أعلى و بأسعار منخفضة مقارنة مع القطاعات التقليدية التي تخدم قطاع السياحة (et al., 2022). و أكدت دراسة (Orabi, 2019) أن صناعة السياحة هي السوق الرئيسي للاقتصاد التشاركي، فقد وفرت هذه النماذج الجديدة للأفراد الحصول على تجارب سياحية مميزة و فريدة من نوعها.

لقد أحدثت وسائل النقل المشتركة تأثيراً إيجابياً كبيراً على الحياة اليومية للعديد من الأفراد، وفي الوقت نفسه قدمت فوائد للاقتصاد والبيئة والمجتمع ككل (Sun et al., 2021) و يمكن أن نستخلص مما سبق عرضه أن للنقل التشاركي عدة مزايا نذكر منها:

- الوصول إلى الوجهات السياحية النائية: تساهم هذه الشركات في تسهيل الوصول إلى العديد من الوجهات السياحية التي يصعب الوصول إليها بوسائل النقل التقليدية، مما يتيح للسائحين اكتشاف مناطق جديدة.
- مرونة في الحركة: تتيح تطبيقات الهواتف الذكية حجز سيارة في أي وقت ومن أي مكان، مما يمنح السائحين حرية أكبر في التنقل والتخطيط لرحلاتهم.
- تخفيض التكاليف: عادة ما تكون أسعار خدمات النقل التشاركي أقل من أسعار وسائل النقل التقليدية، مما يجعلها خياراً جذاباً للمسافرين ذوي الميزانيات المحدودة.

- الاستدامة البيئية: تساهم هذه الشركات في تقليل الازدحام المروري وانبعثات الكربون، مما يساهم في حماية البيئة.
 - دعم الاقتصاد المحلي: تساهم هذه الشركات في تنشيط الاقتصاد المحلي من خلال توفير فرص عمل جديدة ودعم الشركات الصغيرة والمتوسطة.
 - الترويج للسياحة الداخلية: تساعد هذه الشركات في الترويج للمناطق السياحية المحلية من خلال توفير معلومات حول الوجهات السياحية المختلفة.
- وقد قام الباحثون (Perkumienė et al., 2021) باقتراح نموذج مفاهيمي نظري يوضح مساهمة الاقتصاد التشاركي في تنمية السياحة المستدامة و انطلاقا منه يمكننا استخلاص نفس العناصر بالنسبة للنقل التشاركي لأنه عنصر أساسي من الاقتصاد التشاركي.
- الشكل 1. نموذج مفاهيمي نظري يوضح مساهمة الاقتصاد التشاركي في تنمية السياحة المستدامة**



المصدر :

Perkumienė, D., Vienažindienė, M., & Švagždienė, B. (2021). The sharing economy towards sustainable tourism: An example of an online transport-sharing platform. Sustainability, 13(19), 10955.

5- نبذة عن شركة يسير :

في سنة 2017، في بالو ألتو، كاليفورنيا، تخيل نور الدين الطيبي طريقة جديدة لمساعدة كل جزائري على التحرك خلال حياته اليومية. هكذا ولدت فكرة يسير، أول خدمة نقل الركاب في الجزائر. (about-us, 2024). في عام 2019، جمعت يسير 13 مليون دولار في جولة تأسيسية، مما سمح لها بإطلاق مجالات التجارة الإلكترونية والتوصيل (about-us, 2024). في عام 2021، لفتت شركة يسير انتباه YCombinator، أكبر حاضنة أعمال في العالم، وحصلت على تمويل بقيمة 30 مليون دولار من الولايات المتحدة، والذي كان بمثابة دعم كبير لخطة التوسع الخاصة بها. (about-us, 2024). و في عام 2022، جمعت يسير 130 مليون دولار من تمويل السلسلة B، أي أكثر بخمسة أضعاف من تمويله السابق، مع مستثمرين بارزين مثل BOND و Y Combinator. وفي الوقت نفسه، افتتحت يسير مركزًا تقنيًا في أوروبا يبحث عن المواهب للمشاركة في هذا التوسع (about-us, 2024). على مر السنين، جمع ياسر أكثر من 6 ملايين مستخدم و130 ألف شريك في 45 مدينة في الجزائر والمغرب وتونس

وجنوب إفريقيا والسنغال وكندا وفرنسا. و أكثر من 450 موظفًا حول العالم، من أكثر من 15 جنسية مختلفة. (about-us, 2024).

كما تبني يسير مجموعة من القيم كالالتزامها بتقديم منتجات ذات جودة غير مسبوق، و تعتمد على طموح فريقها غير المحدود الذي يقودها للابداع و التطوير و الوصول إلى آفاق جديدة، كما تؤمن بالشفافية في التواصل و بناء علاقاتها من أجل تحقيق الثقة و التعاون (about-us, 2024).

و قد تم اختيار شركة يسير لأنها تعتبر حسب دراسة قام بها الباحثان (Belli & Djoudi, 2023) من أحسن الشركات الناشئة عالميا للنقل التشاركي في قطاع السياحة. و الجدول التالي يبين مكانة يسير مقارنة مع نظيرتها من الشركات الناشئة العالمية الأخرى.

جدول 1. الشركات الناشئة الناجحة في العالم في قطاع السياحة

	Exoticca	GetYourGuide	KLOOL	Sherpa	HolidayMe	Yassir
Country	Spain	Germany	Hong Kong	Canada	United Arab Emirates	Algeria
City	Barcelona	Berlin	Central	Toronto	Dubai	Algeria
Started in	2013	2009	2014	2015	2013	2017
Founders	Jesus Rodriguez Fernandez, Marti Guasch Mercade	Johannes Reck, Martin Sieber, Tao Tao, Tobias Rein	Bernie Xiaokang Xiong, Eric Gnock Fah, Ethan Lin	Ivan Sharko, Max Tremaine	Digvijay Pratap, Geet Bhalla	Noureddine Tayebi
N° of employees	51-100	501-1000	1001-5000	11-50	51-100	251-500
Funding amount	€ 21,500,000	\$886,168,933	\$721,500,000	\$11,013,612	\$39,000,000	217,6M \$
Number of funding rounds	5	12	7	3	7	10
Number of investors	13	35	13	11	9	33

المصدر :

مجلة. Belli, Z., & Djoudi, M. A. (2023). Startup companies in tourism sector–Wijha company as a model. 8(2), 378–395. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/233987>

1-5 خصائص خدمة شركة يسير :

ذكرت الباحثة (بن شريف, 2023) في دراسة لها أن خدمة شركة يسير تتميز بالخصائص التالية:

- بساطة الاستخدام: يكفي أن يقوم الزبون بتنزيل التطبيق على هاتفه، أما السائقون فلديهم نسخة خاصة بهم.
- الخدمة متوفرة دائما: و هذا في أي وقت ومكان تغطيه الشركة.
- تقديم أفضل تسعيرة: حيث تأخذ بعين الاعتبار كثافة حركة المرور، نوعية الخدمة، المسافة وتوقيت التنقل.

● تقديم خدمة ذات جودة: وهذا بتقليص وقت الانتظار بالنسبة للزبون والسائق، وتقديم خدمة آمنة وتحسين التواصل بين السائق والزبون.

2-5 متطلبات العمل مع شركة يسير :

في دراسة قامت بها الباحثة (Nadia)، (2024) بينت فيها أهم المتطلبات التي تشترطها يسير من أجل العمل معها و التي من شأنها) أي هذه المتطلبات) أن تحقق بعض العوامل التي سيكون لها تأثير

● البطاقة الرمادية (أوراق التسجيل): يحتاج السائقون عادةً إلى الحصول على بطاقة رمادية أو تصريح يسمح لهم بتقديم خدمات النقل باستخدام سياراتهم.

- المراقبة الفنية: قد يتطلب التطبيق من السائقين تثبيت أجهزة تقنية لتتبع الرحلة وتحسين تجربة العملاء.
- إثبات التأمين: عادةً ما يُطلب من السائقين الحصول على تغطية تأمينية لسيارتهم وركابهم لضمان السلامة أثناء الرحلات.
- شهادة السجل الجنائي: قد تطلب التطبيقات من السائقين تقديم شهادة تثبت عدم وجود سجل إجرامي لديهم.
- بطاقة الإقامة: في بعض البلدان، قد يكون من الضروري للسائقين الحصول على بطاقة إقامة سارية المفعول.
- شهادة صحة: في حالة تقديم خدمات توصيل الطعام أو البقالة، قد يحتاج السائقون إلى الحصول على شهادة صحية لضمان سلامة المنتجات التي يسلمونها.

3-5 عناصر رضى تجربة الزبائن عن خدمة يسير :

في دراسة قام بها الباحثون (RAOUTI et al., 2022) حاولوا من خلالها تحليل النصوص الحرفية التي تم جمعها بعد التعليقات المختلفة المأخوذة من صفحة ياسر على الفيسبوك، توصوا على الاستنتاجات التالية:

- إن من الكلمات التي تكررت أكثر في مراجعات العملاء حول تجاربهم مع الشركة هي أولاً: التوصية، ولكن أيضاً المصطلحات: السائقون المحترمون، حظاً سعيداً، سعر معقول، راض، سريع ودقيق، كما بالإضافة إلى كلمات أخرى تعكس رضا العملاء عن التجربة. وهذا قاد إلى الاستنتاج بأن تجربة العميل مع الشركة الناشئة يسير هي تجربة مادية ممتعة وممتعة.
- من خلال عملية ترميز المشاعر أثناء تجربة، استنتجوا بأن أعلى المشاعر أي الأكثر شعوراً من قبل العملاء، هي المشاعر الإيجابية، يعني أن تجربة العميل مع يسير هي تجربة ممتعة تترك ذكرى إيجابية.
- سمح لهم تحليل التعليقات بملاحظة أن العملاء كانوا راضين جداً عن التزام السائقين بالمواعيد واهتمامهم، فضلاً عن احترافهم، كما طبعت لطف السائقين معهم.
- بحسب التقييمات فإن الترحيب، وكذلك احترام السائقين لافتم للنظر، لأنه من أجل تقديم تجربة ممتعة وفريدة من نوعها للعملاء، تختار شركة ياسر موظفيها والمتعاونين معها بشكل جيد، وقد اتفقت عدة تعليقات على هذه النقطة. وكعنصر من عناصر الاتصال، يساهم الاستقبال في بناء صورة المنظمة، لأنه يبلور الانطباع الأول للعميل.
- أسعار الرحلات أرخص بكثير، مقارنة بالخدمات المقدمة وأيضاً فيما يتعلق، ويحظى التسعير بتقدير كبير من قبل العملاء لأنها تعتبر معقولة، كما يلاحظ أنه يتم حساب الأسعار حسب المسافة والوقت بواسطة خوارزمية، ويتم توصيلها للعملاء بسرعة كبيرة.
- لقد أتاحت لهم شهادات المستخدمين أن يروا أن التطبيق سهل الاستخدام، كما أكدوا أيضاً على متعة التطبيق، لأنه في تصميم التطبيق يتحدث عن بيئة العمل، مما يعني بيئة التنقل، والتي يبدو أنها في هذه الحالة موضع تقدير كبير، و أول شيء يجب أخذه في الاعتبار عندما يتعلق الأمر ببيئة العمل هو الكفاءة. وهذا يعني أن المستخدم يحصل على ما يبحث عنه بسرعة وسهولة من خلال بحثه، ويجب أن تحقق التطبيقات الفعالية والكفاءة من خلال واجهة مستخدم جيدة.
- رضا العملاء هو خطوة لا يجب أن تحملها الشركة مهما كان موقعها في السوق؛ لقد وجد أن معظم العملاء الذين لديهم تجربة مع يسير راضون كما أنهم يشجعون ويشكرون ويلاحظون التحسن في خدمات الشركة الناشئة حتى أن العملاء يذهبون إلى حد التوصية بالخدمة.

- لوحظ أن التعليقات مكونة من جزأين من الخبرة: التجربة الرقمية والتي لها علاقة بالتطبيق وسهولة الوصول إليه وسهولة التعامل معه من ناحية، ومن ناحية أخرى التجربة المادية والتي لها علاقة مع التجربة التي عاشها جسدًا مع السائق، والترحيب ولحظة تقديم الخدمة، وهذا ما نسميه بالتجربة الفعلية.
- وفيما يتعلق باستجابة الشركة، لوحظ أن خدمة عملاء يسير تأخذ آراء العملاء وشكاواهم على محمل الجد، بهدف اتخاذ الإجراءات اللازمة حتى لا تتكرر الإزعاجات، والرد على التعليقات وطلب المزيد من المعلومات والاعتذار وتقديم التبريرات.

الخاتمة

تعتبر شركات النقل التشاركي أداة قوية لدعم السياحة الداخلية، حيث تساهم في تسهيل حركة السائحين، وتخفيض التكاليف، والترويج للمناطق السياحية المحلية. ومع ذلك، يجب على هذه الشركات العمل على تذليل التحديات التي تواجهها لضمان استدامة نموها. و بعد دراسة حالة شركة يسير للنقل التشاركي استنتجنا أنها تمتاز بعدد من الخصائص التي تؤهلها لأن تساهم بفعالية في تعزيز السياحة الداخلية و هذه الخصائص تتوافق مع العناصر التسعة للنموذج المفسر للعوامل المؤثرة للاقتصاد التشاركي بشكل عام و للنقل التشاركي بشكل خاص على السياحة و هذه الخصائص هي:

المرونة في النقل: يتيح "يسير" للسياح التنقل بحرية وسهولة بين الوجهات السياحية المختلفة، مما يعزز إمكانية استكشاف مناطق متعددة في وقت قصير.

التكلفة المناسبة: توفر "يسير" خيارات نقل بأسعار معقولة مقارنة بخدمات النقل التقليدية، مما يجعلها خياراً اقتصادياً ملائماً للسياح. الراحة وسهولة الاستخدام: عبر التطبيق الذكي، يمكن للمستخدمين حجز وسائل النقل بنقرة واحدة، مما يوفر لهم راحة كبيرة ويساهم في تحسين تجربتهم السياحية.

التغطية الجغرافية الواسعة: قد تكون "يسير" متواجدة في مناطق مختلفة من البلد، مما يساهم في تسهيل الوصول إلى مناطق سياحية متنوعة.

الأمان والثقة: توفر الشركة ميزات أمان مثل تقييمات السائقين وتوثيق الرحلات، مما يمنح السياح الثقة في استخدام الخدمة.

تعزيز التجربة المحلية: من خلال التعاون مع السائقين المحليين، تساهم "يسير" في دعم الاقتصاد المحلي وتعزيز تجربة السياح من خلال تقديم نصائح ومعلومات محلية.

الدعم المستمر والتطوير: قد تسعى الشركة بشكل دائم إلى تحسين خدماتها وتوسيع نطاق تغطيتها، مما يساهم في تلبية احتياجات السياح المتغيرة.

الدفع النقدي: من خلال هذه العملية حلت شركة يسير مشكل الدفع الإلكتروني.

إذن بفضل هذه الخصائص، تساهم "يسير" بشكل كبير في تحسين تجربة السفر الداخلي وتعزيز السياحة من خلال توفير خيارات نقل مريحة وموثوقة.

أما التحديات التي تواجه شركات النقل التشاركي:

الإطار القانوني: تواجه هذه الشركات تحديات في التعامل مع الإطار القانوني المتعلق بقطاع النقل.

الأمان: يعتبر أمن الركاب من أهم التحديات التي تواجه هذه الشركات.

المنافسة: تواجه هذه الشركات منافسة شديدة من شركات النقل التقليدية.

أما التوصيات الممكنة اقترحها لشركات النقل التشاركي من أجل المساهمة أكثر في تعزيز السياحة الداخلية نذكر ما يلي:

توفير خيارات متنوعة للمواصلات: تقدم هذه الشركات مجموعة متنوعة من الخيارات للمواصلات، مثل السيارات الصغيرة، والحافلات الصغيرة، وحتى الدراجات الهوائية.

التكامل مع تطبيقات السفر: يتم دمج تطبيقات شركات النقل التشاركي مع تطبيقات السفر الأخرى، مما يسهل على السائحين حجز الرحلات وتخطيط رحلاتهم.

توفير معلومات عن الوجهات السياحية: تقدم العديد من هذه الشركات معلومات مفصلة عن الوجهات السياحية المختلفة، بما في ذلك الفنادق والمطاعم والمعالم السياحية.

قائمة المراجع :

- Belli, Z., & Djoudi, M. A. (2023). Startup companies in tourism sector–Wijha company as a model. *مجلة اقتصاديات الاعمال والتجارة*, 8(2), 378–395. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/233987>
- GHENOUCHI, R. G. (2022). Le covoiturage, comme outil du management de la mobilité: une solution pour les 460 logements universitaires ville nouvelle Ali mandjeli, Algérie Carpooling as a mobility management tool: a solution for the 460 university housing units in the new town of ali mandjel, Algeria. *Journal of Human Sciences*, 863.
- Hellwig, K., Morhart, F., Girardin, F., & Hauser, M. (2015). Exploring different types of sharing: A proposed segmentation of the market for “sharing” businesses. *Psychology & Marketing*, 32(9), 891–906.
- Jacquot, M. (2018). Quel futur pour le covoiturage? Comment surmonter les obstacles? *Annales Des Mines-Réalités Industrielles*, 2, 52–55.
- Joo, J.-H. (2017). Motives for participating in sharing economy: Intentions to use car sharing services. *Journal of Distribution Science*, 15(2), 21–26.
- Lang, B., Botha, E., Robertson, J., Kemper, J. A., Dolan, R., & Kietzmann, J. (2020). How to grow the sharing economy? Create Prosumers! *Australasian Marketing Journal*, 28(3), 58–66.
- Mi, Z., & Coffman, D. (2019). The sharing economy promotes sustainable societies. *Nature Communications*, 10(1), 1214.
- Nadia, S. (2024). Revolutionizing Transportation: Exploring Yassir App's Features, Challenges, and User Insights. *مجلة المنهل الاقتصادي*, 7(1), 1095–1110.
- Orabi, R. M. (2019). Studying the effect of a sharing economy on the Tourism Industry: Developing the local economy for the Nubian Community: An empirical study using the Gharb Soheil Village. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(5), 1–21.
- Perkumienė, D., Vienažindienė, M., & Švagždienė, B. (2021). The sharing economy towards sustainable tourism: An example of an online transport-sharing platform. *Sustainability*, 13(19), 10955.
- RAOUTI, K. A., NOUALA, M., & NAIT Ibrahim Boussad, B. (2022). L'expérience client digitale (DCX): étude qualitative, cas de la start-up Algérienne Yassir. *Revue Organisation et Travail*, 10(4), 278–295.
- Sanasi, S., Ghezzi, A., Cavallo, A., & Rangone, A. (2020). Making sense of the sharing economy: a business model innovation perspective. *Technology Analysis & Strategic Management*, 32(8), 895–909.
- Soliman, H. A. M., Mehanna, S. F., Soliman, H. A., & Baker, T. S. (2021). Domestic Tourism challenges: Tourist misbehavior. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, 20(1), 195–219. https://jaauth.journals.ekb.eg/article_154209_39a0a6fe8757d9f81c010bf6b5a45f4a.pdf?lang=ar
- Srovnalíková, P., Semionovaitė, E., Baranskaitė, E., & Labanauskaitė, D. (2020). Evaluation of the impact of sharing economy on hotel business. *Journal of Tourism and Services*, 11(20), 150–169.
- Sun, Z., Wang, Y., Zhou, H., Jiao, J., & Overstreet, R. E. (2021). Travel behaviours, user characteristics, and social-economic impacts of shared transportation: A comprehensive review. *International Journal of Logistics Research and Applications*, 24(1), 51–78.
- Tussyadiah, I. P. (2016). Strategic self-presentation in the sharing economy: Implications for host branding. *Information and Communication Technologies in Tourism 2016: Proceedings of the International Conference in Bilbao, Spain, February 2-5, 2016*, 695–708.
- Valentinas, N., Petrokė, I., Bačiulienė, V., & Vasylieva, T. (2021). The impact of the sharing economy as an ecosystem on the tourism sector. *Journal of Tourism and Services*, 12(22), 66–88.
- بن شريف، م. (2023). شركة يسير نموذج رائد للمؤسسات الناشئة في الجزائر -عوامل النجاح والتحديات-. *مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية*. 8(1), 551–568.
- خطاب، م.، محمد، قنديل، & أحمد. (2022). تفعيل دور السياسات الضريبية والتنظيمية في تنمية الاقتصاد التشاركي بالقطاع السياحي المصري في ضوء التجارب الدولية. *مجلة البحوث المالية والتجارية*. 23(4), 145–201.
- زروقي. (2022). مقومات ومؤشرات السياحة الداخلية في الجزائر. *المجلة الأوروبية لدراسات السياحة والفنقة*. 31(1), 27–40.
- طه، سالم، أحمد، أ.، إ.، & المنجلي. (2023). تعزيز السياحة الداخلية باستخدام تطبيقات الهاتف: وجهة نظر السائحين المصريين. *المجلة العلمية لكلية السياحة والفنادق جامعة الإسكندرية*, 20(20), 78–94.
- فراج، أ.، & عبد العزيز، ر. (2019). دور وكالات السياحة والأسفار في تشجيع السياحة الداخلية دراسة حالة وكالة النجاح للأسفار بولاية الشلف. *مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية*. 8(3), 99–122.

مواقع الانترنت:

about-us. (2024, 07 28). Retrieved from Yassir Algérie: <https://yassir.com/>