



## Agricultural Economics and Social Science

Available online at <http://zjar.journals.ekb.eg>  
<http://www.journals.zu.edu.eg/journalDisplay.aspx?JournalId=1&queryType=Master>



### دور المزيج التسويقي السياحي في التأثير على النمو الإقتصادي في مصر

شريف عبد النبي عبد الحميد عطية<sup>1\*</sup> - علي أحمد إبراهيم<sup>2</sup> - أحمد فوزي حامد<sup>2</sup>

- 1- قسم دراسات وبحوث العلوم السياسية والاقتصادية - معهد الدراسات والبحوث الآسيوية - جامعة الزقازيق - مصر  
 2- قسم الاقتصاد الزراعي - كلية الزراعة - جامعة الزقازيق - مصر

Received: 22/09/2021 ; Accepted: 14/10/2021

**الملخص:** يعد المزيج التسويقي السياحي واحد من أهم العناصر المساهمة بشكل إيجابي في نمو قطاع السياحة لأي دولة، وبالتالي يساهم بشكل مباشر في إزدياد أعداد السائحين من مختلف أنحاء العالم وبالتالي زيادة الإحتياطي من النقدي الأجنبي مع المساهمة في خفض معدلات البطالة وزيادة دخل الفرد والذي يسهم بشكل مباشر في النمو الإقتصادي للدولة، كما تعد السياحة واحدة من أكبر الصناعات وأهمها في وقتنا الحاضر، وأن مصر لما تتمتع به من موارد ومقومات وتاريخ فريد وتراث عريق يتمتع بميزة تنافسية في قطاع السياحة عالمياً كذلك إقتصاد واحد تستحق الدراسة والبحث، فخلال الفترة الزمنية 2000- 2019 تطورت الإيرادات السياحية لدولة مصر 2019، حيث بلغ الحد الأدنى لإيرادات السياحة حوالي 3.30 مليار دولار في عام 2000، بينما بلغ الحد الأقصى حوالي 14.25 مليار دولار في عام 2014، بمتوسط سنوي بلغ حوالي 8.38 مليار دولار خلال فترة الدراسة، وبدراسة الإتجاه الزمني تبين النتائج وجود زيادة معنوية إحصائياً في خدمات السياحة بمعدل حوالي 0.28 مليار دولار، بنسبة 3.38% من المتوسط السنوي خلال فترة الدراسة، وقد بلغ معامل التحديد حوالي 0.246، أي أن 24.6% من التغيرات في إيرادات السياحة بدولة مصر ترجع إلى المتغيرات التي يعكسها عامل الزمن والباقي يرجع إلى عوامل أخرى، كما تبين من نتائج قياس أثر المزيج التسويقي السياحي والعوامل الأخرى على الناتج المحلي الإجمالي في مصر ثبوت معنوية النموذج المُقدَّر إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01، حيث بلغت قيمة (F) حوالي 410.64، كما بلغ مُعامل التحديد المُعدَّل نحو 0.992 مما يعني أن حوالي 99.2% من التغيرات التي حدثت في الناتج المحلي الإجمالي بدولة مصر ترجع إلى العوامل أو المتغيرات المستقلة موضوع الدراسة، ترجع إلى التغير في المتغيرات الشارحة للنموذج موضع الدراسة، كما أوضحت النتائج الواردة أن الناتج المحلي الإجمالي في دولة مصر يتناسب طردياً مع المتغيرات الشارحة المتمثلة في المزيج التسويقي السياحي أي أن زيادة أحد أو كل هذه المتغيرات تؤدي إلى زيادة الناتج المحلي الإجمالي بدولة مصر خلال فترة الدراسة.

**الكلمات الاسترشادية:** المزيج التسويقي، السياحة، النمو، مصر

### المقدمة والمشكلة البحثية

تعد السياحة في مصر من أهم القطاعات الإقتصادية على المستوى القومي، حيث يعد من أكبر القطاعات التي تكون هيكل الإقتصاد المصري، وذلك لما توفره السياحة من عملات صعبة قد تصل إلى 41% من حصيله النقد الأجنبي، بالإضافة إلى كون السياحة قطاعاً كثيف العمالة، ويتضح ذلك من خلال العمالة المباشرة التي يستوعبها القطاع نفسه والعمالة غير المباشرة التي يخلقها القطاع والعمالة المحفزة التي تنتج عن طريق إنفاق العمالة المباشرة وغير المباشرة في قطاع السياحة داخل الإقتصاد القومي، حيث تتكاتف أجهزة الدولة في مصر لدعم صناعة السياحة باعتبارها ركيزة أساسية للاقتصاد القومي حيث تمثل 11.5% من إجمالي الناتج المحلي، كما تتمتع مصر

"كمقصد سياحي بتنوع مجالات السياحة، والتي من أهمها السياحة الثقافية والأثرية باعتبارها من أقدم أنواع السياحة في مصر حيث تراكمت الحضارات القديمة، ويوجد بها ثلث الآثار المعروفة في العالم أجمع، (أحمد، 2006) وحديثاً تتمتع مصر بمقومات فريدة للسياحة المستدامة، وقد صنفت وكالة بلوم " Bloom " الإسبانية الإستشارية (مصر) في المرتبة الثانية بالنسبة لإفريقيا والسابع والعشرين عالمياً من حيث الإقبال السياحي، خلال العام 2015، وفق تقرير على موقع الوكالة على الإنترنت".

### أهمية الدراسة

تتركز أهمية الدراسة في أن المزيج التسويقي السياحي بمختلف عناصره يعد عاملاً مؤثراً في نمو اقتصاديات الدول وخاصة التي تعتمد اعتماداً كبيراً على عنصر

\* Corresponding author: Tel. : +201067861855  
 E-mail address: shil\_1352005@hotmail.com

كما يمكنها أن تكون من أهم البلدان السياحية في العالم بخصوصيتها الفريدة من حيث التاريخ والحاضرة، فمصر تجتذب عدة أنواع من السياحة إلى جميع أنحاءها، فقد اشتهرت مصر بمواقعها السياحية التقليدية، مثل الأهرامات في الجيزة والمدن الغنية بآثارها التاريخية، مثل الأقصر وأسوان، كما أنها قامت بتنوع قطاع السياحة لديها ليشمل أنشطة سياحية مختلفة مثل سياحة الرياضة المائية وسياحة المؤتمرات والتدريب، وسياحة الترفيه، والسياحة الصحية، والسياحة الدينية، كما أن موسم السياحة في مصر يستمر على مدار السنة، فعلى الشواطئ هناك السياحة الترفيهية في فصل الصيف على الساحل الشمالي، وهناك السياحة الثقافية في القاهرة وفي جميع فصول السنة في مدينتي الأقصر وأسوان، كما يوجد في مصر المواقع السياحية الجديدة التي تم إنشاؤها في كل من محافظات سيناء كشرم الشيخ وطابا وكذلك محافظة البحر الأحمر مثل الغردقة التي تجتذب العديد من السياح في جميع أوقات السنة بفضل مناخها وموقعها، ولم يحظ قطاع السياحة بالأولوية في عملية التنمية في مصر إلا مؤخراً، لم يكن الاهتمام به في مصر في السابق مناسباً مع أهمية قطاع السياحة الإقتصادي، ونتيجة ذلك جاءت المساع الجادة الرامية إلى تنمية وتوسيع قطاع السياحة في وقت متأخر نسبياً، حيث اكتسب القطاع أهمية إضافية في بداية عملية السلام في الشرق الأوسط في عام 1991 ومنذ ذلك الوقت شرعت مصر في خطة لتنمية السياحة مدتها 20 عاماً تغطي الفترة من 1997م إلى 2017 وتهدف هذه الخطة إلى تطوير البنية الأساسية للبلد والمرافق السياحية بحيث تستقبل أكثر من 26 مليون سائح سنوياً بحلول عام 2017، (السيد، 2020).

حققت مصر رابع أعلى نمو في الأداء في مؤتمر تنافسية السفر والسياحة، والأعلى في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وتقدمت من المركز رقم 60 إلى المركز رقم 5 في إستراتيجية التسويق والترويج السياحي، مما كان له بالغ الأثر على تحسين الصورة الذهنية في الخارج، وقدرتها على زيادة أعداد السائحين الوافدين، ووفقاً لتقرير منتدى الإقتصاد العالمي للتنافسية في قطاع السفر والسياحة والذي صدر في سبتمبر 2019، والذي أوضح أن مصر حققت إسقاراً أدى إلى حصولها على ثاني أعلى معدل تحسن لمؤشر الأمن والسلامة في العام لتتقدم 18 مركزاً في التصنيع للعام الجاري 2019، أيضاً قد نشرت "Bloom Consulting" شريك منتدى الإقتصاد العالمي والمتخصص في تحليل وتقييم وتصنيف "العلامة التجارية" للدول في تقريرها السنوي الأخير في سبتمبر أن مصر جاءت في موقع الصدارة في التصنيع على مستوى أفريقيا حيث إحتلت المركز الأول وذلك لأول مرة منذ عام 2013 للترويج للمقصد السياحي (العلامة التجارية - مصر).

الجذب السياحي لجذب أعداد السائحين من مختلف أنحاء العالم وزيادة الإحتياطي من النقدي الأجنبي وخفض معدلات البطالة وزيادة دخل الفرد والذي يسهم بشكل مباشر في النمو الإقتصادي، حيث أن هذه الدراسة تسهم وبصورة أساسية في إظهار عناصر المزيج التسويقي السياحي من التعرف على أهميتها ومدى استفادة مصر من توظيف هذه العناصر لدعم السياحة وكيف قامت بتوظيف عناصر المزيج التسويقي السياحي لخدمة هدفها الإقتصادي.

### مشكلة الدراسة

يعتبر المزيج التسويقي السياحي وما يرتبط بهذه العناصر من إستراتيجيات تسويقية، أدوات هامة تستخدمها الدول في التأثير على الوضع التنافسي لها وما يرتبط بهذا الوضع التنافسي وخاصة المنظمات السياحية بها على تحقيق مستوى أكبر لرضا المستهلك السياحي، من قدرة على جذب أعداد أكبر للسائحين من جميع أنحاء العام ورضائهم إلى زيادة حجم النقد الأجنبي والقضاء على البطالة وبناء صورة ذهنية إيجابية للبلد كمقصد سياحي بين دول العالم المختلفة، من هنا يمكن تحديد مشكلة الدراسة في التساؤل التالي:

هل يؤثر المزيج التسويقي السياحي على النمو الإقتصادي في مصر؟

### هدف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على عناصر المزيج التسويقي السياحي والعوامل التي ساهمت في تطوير قطاع السياحة في مصر، ودراسة أثر عناصر المزيج التسويقي السياحي على النمو الإقتصادي لمصر.

### فروض الدراسة

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عناصر المزيج التسويقي السياحي والنتائج المحلي الإجمالي.

### منهجية الدراسة

سعيًا للإجابة على الإشكالية المطروحة سلفاً وإختبار مدى صحة الفرضيات المقدمة، سيتم الإستعانة بالمنهج الوصفي التحليلي وذلك لإستعراض ووصف مؤشر أدوات المزيج التسويقي السياحي، ومؤشر الناتج المحلي الإجمالي، إضافة إلى تحليل العلاقة بين عناصر المزيج التسويقي السياحي والعوامل الأخرى والناتج المحلي الإجمالي وتقييم وضعيتهما في مصر، كما سيتم الإستعانة بالأساليب الكمية من خلال دراسة قياسية لأثر المزيج التسويقي السياحي على الناتج المحلي الإجمالي في مصر.

### السياحة في مصر

تعد مصر من أهم البلاد السياحية في منطقة الشرق الأوسط بشكل عام لما تتمتع به من مقومات سياحية فريدة،

بالإضافة إلى أنه تم تقديم دعم مالي قدرة 10 مليون جنيهه لتطوير السياحي والعمراني للمقاصد السياحية بالمحافظات.

تحتوي البنية الأساسية للسياحة في مصر على عدة مقومات سياحية تجعلها من أفضل الوجهات السياحية، هذه المقومات تتمثل في المناخ والتاريخ والتراث الثقافي والمجالات المختلفة والتي تجعلها متميزة في أكثر من مجال منها السياحة الترفيهية، والسياحة الثقافية، والسياحة العلاجية، وسياحة المؤتمرات والمعارض، والسياحة الدينية (زين الدين، 2016):

#### السياحة الدينية

تعد السياحة الدينية في مصر صاحبة نصيب عملاق في مصر، حيث تحتوي على الكثير من الآثار الدينية للديانات اليهودية والمسيحية والإسلامية، والتي تتمثل في المساجد التاريخية والكنائس والأديرة والأماكن الأثرية للحضارات المصرية القديمة.

#### السياحة الترفيهية

لأن مصر لها موقع جغرافي متميز حيث تطل على البحر الأحمر من الشرق والبحر المتوسط من الشمال ويتوسطها نهر النيل، فإنها تتميز بالعديد من الأماكن الترفيهية المختلفة من أهمها الشواطئ والشعاب المرجانية الطبيعية الخلابة، كذلك شبه جزيرة سيناء والتي بها ميزة خاصة في شواطئها الخلابة ورمالها وجبالها ومدنها الترفيهية المتميزة، كذلك الحدائق العامة والمتنزهات مثل حديقة الأزهر والفسطاط وحديقة الحيوان والأسماء، وحديقة الطفل.

#### السياحة الثقافية

تعد السياحة الثقافية في مصر من أهم أنواع السياحة العالمية والتي تتميز بها مصر لتاريخها الثقافي والتراثي والحضاري، وما يتعدد بها من معالم أثرية تاريخية وثقافية وحضارية مثل المتاحف والأهرامات والأماكن الأثرية للحضارة الفرعونية القديمة والتي من أمثلتها أهرامات الجيزة وهرم سقارة والمدرج، والمتحف المصري بميدان التحرير والمتحف المصري الجديد المتحف المصري الكبير الذي يقع على بعد أميال قليلة من غرب القاهرة بالقرب من أهرام الجيزة، وتم بناؤه ليكون أكبر متحف في العالم للآثار، ليستوعب 5 ملايين زائر سنوياً، إلى جانب المعابد الشهيرة مثل معبد الكرنك وأبو سمبل ومعبد حتشبسوت وغيرها.

#### السياحة الرياضية

تتمثل السياحة الرياضية في مصر في تسلق الجبال والمرتفعات في سيناء وممارسة رياضة الغوص في البحر الأحمر وشرم الشيخ ودهب، والرياضات المائية المختلفة.

تبنت وزارة السياحة من خلال الهيئة العامة للتنمية السياحية في مصر - والتي صدر قرار جمهوري بشأنها بالقانون رقم 7 لعام 1991 - فكراً تنموياً يعتمد على تنويع المنتج السياحي ليشمل مراكز خدمية وترورية وتحقيق التكامل بين المشروعات في المركز السياحي الواحد، والإحترام الكامل للبيئة وصيانة الموارد الطبيعية من التلوث أو التدهور لضمان تحقيق تنمية سياحية مستدامة، وبحيث تكون مواقع التنمية السياحية بمثابة مراكز إنتاجية ومصادر متجددة للدخل وفرص العمل.

قامت أيضاً وزارة السياحة أيضاً في 2018 بصياغة برنامج الإصلاح الهيكلي لتطوير قطاع السياحة والذي تم تدشينه من قبل مجلس النواب المصري في نوفمبر 2018، حيث تهدف الوزارة من خلاله إطلاق الطاقة الكامنة في قطاع السياحة المصري، إلى جانب الحرص على أن يكون البرنامج إطار للسياسات العامة التي تتضمن أهداف شاملة لإجراءاتها التنفيذية، ولأول مرة تضمن برنامج رؤية شاملة توافق عليها القطاع السياحي بأكمله وهي "تحقيق تنمية سياحية مستدامة من خلال صياغة وتنفيذ إصلاحات هيكلية تهدف إلى رفع القدرة التنافسية لقطاع السياحة المصري، وتتماشى مع الاتجاهات العالمية"، والتي ينبثق منها الهدف الأشمل لقطاع السياحة وهو توظيف واحد على الأقل من كل أسرة مصرية في قطاع السياحة والأنشطة المرتبطة به"، ويتضمن البرنامج خمسة محاور رئيسية هي الإصلاح المؤسسي، والإصلاح التشريعي، الترويج والتنشيط السياحي، البنية التحتية والإستثمار، مواكبة متغيرات صناعة السياحة عالمياً.

#### البنية الأساسية للسياحة في مصر:

تعتمد مصر في بنيتها الأساسية للسياحة على تطوير قطاع السياحة بشكل دوري لمواكبة التنافسية العالمية، ففي عام 2019 تناولت إستكمال أعمال التنمية السياحية المستدامة لعدد 67 مركزاً سياحياً جاري تنميتها لزيادة الإستثمار، وفي هذا الصدد فقد تمت إضافة عدد 1850 غرفة فندقية جاري الإنتهاء من تنفيذها وتشغيلها، وجاري البدء في تنفيذ إضافة عدد 20 ألف غرفة جديدة إلى الرصيد الحالي للفندقية، فضلاً عن أنه تمت زيادة عدد 4 محطات تحلية مياه بطاقة 4500 مكعب/ يوم وعدد 11 معالجة وصرف بطاقة 749 مكعب/ يوم، وزيادة عدد 16 محطة ومولد كهربائي بطاقة 22.02 ميغاوات وإضافة حوالي 5.67 كم من شبكة الطرق، وتم تنفيذ العديد من عناصر الخدمات لخدمة النشاط السياحي (8 مطاعم منفصلة، 5 ألعاب مائية، 1 مول تجاري، 11 محل تجاري، 21 كافيتيريا شاطئية، 3 فروع بنك، 2 ملعب جوف، 8 ملاعب مختلفة، 22 مشاية شاطئية، 1 مسرح) لتضاف إلى الرصيد الحالي للخدمات المقامة،

الأدنى للنتائج المحلي الإجمالي حوالي 78.78 مليار دولار في عام 2004، بينما بلغ الحد الأقصى حوالي 332.44 مليار دولار في عام 2016، بمتوسط سنوي بلغ حوالي 194.93 مليار دولار خلال فترة الدراسة.

وبدراسة الإتجاه الزمني تبين المعادلة رقم (1) وجود زيادة معنوية إحصائياً في الناتج المحلي الاجمالي بمعدل حوالي 14.25 مليار دولار، بنسبة 7.31% من المتوسط السنوي خلال فترة الدراسة، وقد بلغ معامل التحديد حوالي 0.818، أي أن 81.8% من التغيرات في الناتج المحلي بدولة مصر ترجع إلى المتغيرات التي يعكسها عامل الزمن والباقي يرجع إلى عوامل أخرى، المعادلة رقم (1):

$$\hat{y} = 59.50 + 14.25 X$$

$$(3.38)^{**} \quad (9.02)^{**}$$

$$R^2 = 0.81 \quad F = 81.36$$

#### تطور خدمات السياحة من صادرات الخدمات التجارية (المنتج)

يبين جدول 1 تطور خدمات السياحة من صادرات الخدمات التجارية (المنتج) لدولة مصر خلال الفترة الزمنية 2000-2019، حيث بلغ الحد الأدنى لخدمات السياحة حوالي 8.81 مليار دولار في عام 2001، بينما بلغ الحد الأقصى حوالي 24.66 مليار دولار في عام 2008، بمتوسط سنوي بلغ حوالي 17.38 مليار دولار خلال فترة الدراسة.

وبدراسة الإتجاه الزمني تبين المعادلة رقم (2) وجود زيادة معنوية إحصائياً في خدمات السياحة بمعدل حوالي 0.59 مليار دولار، بنسبة 3.44% من المتوسط السنوي خلال فترة الدراسة، وقد بلغ معامل التحديد حوالي 0.474، أي أن 47.4% من التغيرات في خدمات السياحة بدولة مصر ترجع إلى المتغيرات التي يعكسها عامل الزمن والباقي يرجع إلى عوامل أخرى، المعادلة رقم (2):

$$\hat{y} = 11.70 + 0.59 X$$

$$(7.09)^{**} \quad (4.03)^{**}$$

$$R^2 = 0.47 \quad F = 16.26$$

#### تطور إيرادات السياحة (الترويج)

يبين جدول 1 تطور إيرادات السياحة (الترويج) لدولة مصر خلال الفترة الزمنية 2000-2019، حيث بلغ الحد الأدنى لإيرادات السياحة حوالي 3.30 مليار دولار في عام 2000، بينما بلغ الحد الأقصى حوالي 14.25 مليار دولار في عام 2014، بمتوسط سنوي بلغ حوالي 8.38 مليار دولار خلال فترة الدراسة.

سياحة المؤتمرات والمعارض: هي من أهم أنواع السياحة في مصر حيث تمتلك الكثير من المقومات التي تؤهل لإستضافة وتنظيم المؤتمرات والمعارض الدولية المختلفة في شتى المجالات الثقافية والصناعية والتجارية.

#### السياحة العلاجية

تعد السياحة العلاجية من أفضل أنواع السياحة حيث تتميز مصر بعدة مقومات تجعلها في مقدمة الدول التي تتمتع بمقاصد السياحة العلاجية، مثل محافظة الوادي الجديد والواحات ومناطق سيناء العلاجية بالدفن في الرمال الساخنة والعيون الطبيعية كعيون موسى وعين حلوان، كذلك المقصد السياحي العلاجي العلمي كإجراء عمليات جراحية وعلاجات طبية وغيرها.

#### تحليل أثر المزيج التسويقي السياحي على النمو الاقتصادي في مصر

يناقش هذا الجزء التحليل الإحصائي لمؤشرات البحث في دولة مصر، الذي يهدف إلى دراسة وقياس أثر المزيج التسويقي السياحي على النمو الإقتصادي في مصر من خلال تقدير نموذج قياسي يمكن الإعتماد عليه لإظهار العلاقة بين متغيرات البحث وهو المزيج التسويقي السياحي والعوامل الأخرى كمتغير مستقل، والناتج الإجمالي المحلي كمتغير تابع، حيث تم مناقشة هذا المبحث على ثلاثة مراحل، الأولى قد تم فيها توضيح الإتجاه الزمني لتطور الناتج المحلي الإجمالي في مصر والعوامل المؤثرة عليه خلال الفترة 2000-2019، أما المرحلة الثانية تم فيها تقدير العلاقة بين الناتج المحلي الإجمالي في مصر والعوامل الأخرى المؤثرة عليه (المزيج التسويقي السياحي والعوامل الأخرى)، المرحلة الثالثة نوضح أثر المزيج التسويقي السياحي والعوامل الأخرى على الناتج المحلي الإجمالي في مصر.

**مصادر بيانات** قام الباحث بإختيار الفترة (2000 – 2019) لإجراء الدراسة القياسية لأثر عناصر المزيج التسويقي السياحي (المنتج - السعر- الترويج- المكان- التنمية البشرية والتدريب) والعوامل الأخرى المؤثرة على النمو الإقتصادي في مصر والمتمثل في الناتج المحلي الإجمالي في مصر، وأن فترة الدراسة مقدره بـ (عشرون مشاهدة) وهي كافية لعمل سلسلة زمنية تصلح لأغراض التحليل القياسي والإحصائي، وبالتالي تحقيق هدف الدراسة، وتستند الدراسة بصفة أساسية على البيانات الإحصائية التالية في الجدول رقم (1) والتي تم الحصول عليها من مصادر رسمية.

#### تطور الناتج المحلي الإجمالي في مصر والعوامل الأخرى المؤثرة عليه في مصر تطور الناتج المحلي الإجمالي

يبين جدول 1 تطور الناتج المحلي الإجمالي لدولة مصر خلال الفترة الزمنية 2000-2019، حيث بلغ الحد

جدول 1. إحصائيات البيانات المعبرة عن متغيرات الناتج المحلي الإجمالي والعوامل المؤثرة عليه خلال الفترة 2000-2019

المتغيرات السنوات	الناتج الإجمالي المحلي بالمليار دولار	المنتج (خدمات السياحة من صادرات الخدمات التجارية) مليون دولار	الترويج (إيرادات السياحة) مليار دولار	السعر (سعر صرف العملة المحلية للدولة مقابل الدولار)	السكان/التوزيع (النقل الجوي - عدد الرحلات)	التنمية البشرية والتدريب (الإنفاق على التعليم) مليار دولار	الإنفاق الحكومي الفردى على السفر والسياحة - مليون دولار	استثمار رأس المال السياحي - مليار دولار أمريكي	إجمالي مساهمة السياحة في الناتج المحلي الجارية للدولار - مليار دولار أمريكي	السياحة الدولية، نفقات (بالأسعار الجارية للدولار الأمريكي) مليار دولار	الاستهلاك الداخلي للسفر والسياحة - مليار دولار أمريكي	الإنفاق التجاري على السفر والسياحة - مليار دولار أمريكي	إجمالي مساهمة السفر والسياحة في التوظيف - آلاف
2000	99.84	9.687	4.657	3.472	47418	16.287	1.410	13.810	1.206	9.330	1.560	2151	
2001	96.68	8.815	4.119	3.973	41373	14.920	1.330	12.750	1.248	8.380	1.550	2196	
2002	85.15	9.127	4.133	4.500	41858	16.096	1.390	12.290	1.309	7.960	1.590	2283	
2003	80.29	10.837	4.704	5.851	42152	16.234	1.180	11.790	1.465	7.960	1.730	2656	
2004	78.78	14.046	6.328	6.196	42189	16.867	1.450	14.950	1.543	10.270	2.220	3135	
2005	89.60	14.449	7.206	5.779	44730	18.688	2.130	17.750	1.932	11.940	2.760	3233	
2006	107.43	15.834	8.133	5.733	47444	26.845	2.760	20.480	2.156	13.570	3.160	3387	
2007	130.44	19.660	10.327	5.635	51440	35.401	3.860	25.800	2.886	16.910	3.710	3691	
2008	162.82	24.668	12.104	5.433	57510	43.293	4.910	31.260	3.390	20.340	4.610	3752	
2009	189.15	21.302	11.757	5.545	56414	51.121	4.620	32.170	2.941	20.490	4.090	3441	
2010	218.98	23.618	13.633	5.622	104036	47.000	5.130	35.860	2.696	23.400	4.550	3513	
2011	235.99	19.031	9.333	5.933	78726	51.800	4.830	29.530	2.575	18.170	2.670	2634	
2012	279.12	21.336	10.823	6.056	92303	64.000	5.000	32.920	3.037	20.570	2.620	2545	
2013	288.43	17.881	6.747	6.870	100736	80.900	4.480	24.830	3.261	15.860	1.930	1987	
2014	305.60	20.262	7.979	7.078	101726	94.400	4.780	27.470	3.486	18.920	2.510	1998	
2015	329.37	18.092	6.897	7.691	108206	99.300	5.040	27.570	3.636	18.210	2.500	1956	
2016	332.44	13.309	3.306	10.025	115856	104.000	4.460	19.880	4.351	13.170	2.360	1676	
2017	235.73	18.613	8.636	17.783	105464	107.100	3.280	21.320	2.419	15.650	2.270	2183	
2018	249.71	22.913	12.704	17.767	105097	115.700	4.550	29.630	2.897	22.050	3.090	2488	
2019	303.09	24.253	14.256	16.771	113055	132.000	5.580	34.400	3.718	25.410	3.590	2559	
Average	194.93	17.387	8.389	7.686	74887	57.598	3.609	23.823	2.608	15.928	2.754	2673	
Min	78.78	8.815	3.306	3.472	41373	14.920	1.180	11.790	1.206	7.960	1.550	1676	
Max	332.44	24.668	14.256	17.783	115856	132.000	5.580	35.860	4.351	25.410	4.610	3752	

المصدر:

1- Philip, K. (2002). <https://data.albankaldawli.org/country/EG/MY>

2- نور الدين الدقي - تمويل التعليم العالي في الوطن العربي - الوثيقة الرسمية للمؤتمر الخامس عشر للوزراء المسؤولين عن التعليم العالي والبحث العلمي - ديسمبر 2015 - ص 28.

3- سمر السيد - "المركزي للإحصاء: مصر أنفقت ما يقرب من ترليون جنيه على التعليم خلال 10 سنوات" - جريدة المال - 25 سبتمبر 2020م.

يعكسها عامل الزمن والباقي يرجع إلى عوامل أخرى، المعادلة رقم (5):

$$y^{\wedge} = 30812.14 + 4639.41 X$$

$$(6.32)^{**} \quad (10.58)^{**}$$

$$R^2 = 0.86 \quad F = 111.99$$

#### تطور الإنفاق التجاري على السفر والسياحة

يبين جدول 1 الإنفاق التجاري على السفر والسياحة لدولة مصر خلال الفترة الزمنية 2000-2019، حيث بلغ الحد الأدنى للإنفاق حوالي 1.55 مليار دولار في عام 2001، بينما بلغ الحد الأقصى حوالي 4.61 مليار دولار في عام 2010، بمتوسط سنوي بلغ حوالي 2.75 مليار دولار خلال فترة الدراسة.

وبدراسة الإتجاه الزمني تبين المعادلة رقم (6) عدم وجود زيادة معنوية إحصائياً في الإنفاق التجاري على السفر والسياحة، بنسبة 1.76% من المتوسط السنوي خلال فترة الدراسة، وقد بلغ معامل التحديد حوالي 0.091، أي أن 09.1% من التغيرات في الإنفاق التجاري على السفر والسياحة بدولة مصر ترجع إلى المتغيرات التي يعكسها عامل الزمن والباقي يرجع إلى عوامل أخرى، المعادلة رقم (6):

$$y^{\wedge} = 2.29 + 0.04 X$$

$$(5.72)^{**} \quad (1.34)^{ns}$$

$$R^2 = 0.091 \quad F = 1.81$$

#### تطور إجمالي مساهمة السفر والسياحة في التوظيف

يبين جدول 1 إجمالي مساهمة السفر والسياحة في التوظيف لدولة مصر خلال الفترة الزمنية 2000-2019، حيث بلغ الحد الأدنى لعدد الوظائف المتاحة حوالي 1676 الف وظيفة في عام 2016، بينما بلغ الحد الأقصى حوالي 3752 الف وظيفة في عام 2008، بمتوسط سنوي بلغ حوالي 2673 الف وظيفة خلال فترة الدراسة.

وبدراسة الإتجاه الزمني تبين المعادلة رقم (7) عدم وجود زيادة معنوية إحصائياً في مساهمة السفر والسياحة في التوظيف، بنسبة 1.24%- من المتوسط السنوي خلال فترة الدراسة، وقد بلغ معامل التحديد حوالي 0.093، أي أن 09.3% من التغيرات في إجمالي مساهمة السفر والسياحة في التوظيف بدولة مصر ترجع إلى المتغيرات التي يعكسها عامل الزمن والباقي يرجع إلى عوامل أخرى، المعادلة رقم (7):

$$y^{\wedge} = 2990.51 - 33.40 X$$

$$(10.98)^{**} \quad (-1.36)^{ns}$$

$$R^2 = 0.093 \quad F = 1.85$$

وبدراسة الإتجاه الزمني تبين المعادلة رقم (3) وجود زيادة معنوية إحصائياً في خدمات السياحة بمعدل حوالي 0.28 مليار دولار، بنسبة 3.38% من المتوسط السنوي خلال فترة الدراسة، وقد بلغ معامل التحديد حوالي 0.246، أي أن 24.6% من التغيرات في إيرادات السياحة بدولة مصر ترجع إلى المتغيرات التي يعكسها عامل الزمن والباقي يرجع إلى عوامل أخرى، المعادلة رقم (3):

$$y^{\wedge} = 5.69 + 0.28 X$$

$$(4.38)^{**} \quad (2.42)^{*}$$

$$R^2 = 0.24 \quad F = 5.89$$

#### تطور سعر الصرف للعملة المحلية مقابل الدولار

يبين جدول 1 تطور سعر الصرف للعملة المحلية مقابل الدولار (السعر) لدولة مصر خلال الفترة الزمنية 2000-2019، حيث بلغ الحد الأدنى لسعر الصرف حوالي 3.47 مقابل الدولار في عام 2000، بينما بلغ الحد الأقصى حوالي 17.78 مقابل الدولار في عام 2017، بمتوسط سنوي بلغ حوالي 7.68 مقابل الدولار خلال فترة الدراسة.

وبدراسة الإتجاه الزمني تبين المعادلة رقم (4) وجود زيادة معنوية إحصائياً في سعر الصرف للعملة المحلية مقابل الدولار بمعدل حوالي 0.58 جنييه، بنسبة 7.63% من المتوسط السنوي خلال فترة الدراسة، وقد بلغ معامل التحديد حوالي 0.616، أي أن 61.6% من التغيرات في سعر الصرف للعملة المحلية مقابل الدولار بدولة مصر ترجع إلى المتغيرات التي يعكسها عامل الزمن والباقي يرجع إلى عوامل أخرى، المعادلة رقم (4):

$$y^{\wedge} = 2.11 + 0.58 X$$

$$(1.74)^{ns} \quad (5.38)^{**}$$

$$R^2 = 0.61 \quad F = 28.98$$

#### تطور عدد رحلات النقل الجوي (المكان/التوزيع)

يبين جدول 1 تطور عدد رحلات النقل الجوي (المكان/التوزيع) لدولة مصر خلال الفترة الزمنية 2000-2019، حيث بلغ الحد الأدنى لعدد رحلات النقل الجوي حوالي 41373 ألف رحلة في عام 2001، بينما بلغ الحد الأقصى حوالي 115856 ألف رحلة في عام 2019، بمتوسط سنوي بلغ حوالي 74887 ألف رحلة خلال فترة الدراسة.

وبدراسة الإتجاه الزمني تبين المعادلة رقم (5) وجود زيادة معنوية إحصائياً في عدد رحلات النقل الجوي بمعدل حوالي 4639.41 ألف رحلة، بنسبة 6.19% من المتوسط السنوي خلال فترة الدراسة، وقد بلغ معامل التحديد حوالي 0.861، أي أن 86.1% من التغيرات في عدد رحلات النقل الجوي بدولة مصر ترجع إلى المتغيرات التي

وبدراسة الإتجاه الزمني تبين المعادلة رقم (10) وجود زيادة معنوية إحصائياً في إستثمار رأس المال السياحي بدولة مصر، بنسبة 5.96% من المتوسط السنوي خلال فترة الدراسة، وقد بلغ معامل التحديد حوالي 0.659، أي أن 65.9% من التغيرات في إستثمار رأس المال السياحي بدولة مصر ترجع إلى المتغيرات التي يعكسها عامل الزمن والباقي يرجع إلى عوامل أخرى، المعادلة رقم (10):

$$\hat{y} = 1.56 + 0.21 X$$

$$(3.85)^* (5.90)^{**}$$

$$R^2 = 0.659 \quad F = 34.88$$

#### تطور مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي

يبين جدول 1 إجمالي مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي بدولة مصر خلال الفترة الزمنية 2000-2019، حيث بلغ الحد الأدنى لإجمالي مساهمة السياحة في الناتج المحلي حوالي 11.79 مليار دولار في عام 2003، بينما بلغ الحد الأقصى حوالي 35.86 مليار دولار في عام 2010، بمتوسط سنوي بلغ حوالي 23.82 مليار دولار خلال فترة الدراسة.

وبدراسة الإتجاه الزمني تبين المعادلة رقم (11) وجود زيادة معنوية إحصائياً في إجمالي مساهمة السياحة في الناتج المحلي بدولة مصر، بنسبة 3.81% من المتوسط السنوي خلال فترة الدراسة، وقد بلغ معامل التحديد حوالي 0.453، أي أن 45.3% من التغيرات في إجمالي مساهمة السياحة في الناتج المحلي بدولة مصر ترجع إلى المتغيرات التي يعكسها عامل الزمن والباقي يرجع إلى عوامل أخرى، المعادلة رقم (11):

$$\hat{y} = 15.18 + 0.909 X$$

$$(5.80)^{**} (3.86)^*$$

$$R^2 = 0.45 \quad F = 14.95$$

#### تطور نفقات السياحة الدولية

يبين جدول 1 نفقات السياحة الدولية بدولة مصر خلال الفترة الزمنية 2000-2019، حيث بلغ الحد الأدنى لنفقات السياحة الدولية حوالي 1.2 مليار دولار في عام 2000، بينما بلغ الحد الأقصى حوالي 4.35 مليار دولار في عام 2016، بمتوسط سنوي بلغ حوالي 2.6 مليار دولار خلال فترة الدراسة.

وبدراسة الإتجاه الزمني تبين المعادلة رقم (12) وجود زيادة معنوية إحصائياً في نفقات السياحة الدولية بدولة مصر، بنسبة 4.98% من المتوسط السنوي خلال فترة الدراسة، وقد بلغ معامل التحديد حوالي 0.69، أي أن 69% من التغيرات في نفقات السياحة الدولية بدولة مصر ترجع إلى المتغيرات التي يعكسها عامل الزمن والباقي يرجع إلى عوامل أخرى، المعادلة رقم (12):

#### تطور الإنفاق على التعليم لدولة مصر (التنمية البشرية والتدريب)

يبين جدول 1 الإنفاق على التعليم لدولة مصر (التنمية البشرية والتدريب) خلال الفترة الزمنية 2000-2019، حيث بلغ الحد الأدنى للإنفاق حوالي 14.92 مليار دولار في عام 2001، بينما بلغ الحد الأقصى حوالي 132 مليار دولار في عام 2019، بمتوسط سنوي بلغ حوالي 57.59 مليار دولار خلال فترة الدراسة.

وبدراسة الإتجاه الزمني تبين المعادلة رقم (8) وجود زيادة معنوية إحصائياً في الإنفاق على التعليم في مصر، بنسبة 11.15% من المتوسط السنوي خلال فترة الدراسة، وقد بلغ معامل التحديد حوالي 0.942، أي أن 94.2% من التغيرات في الإنفاق على التعليم بدولة مصر ترجع إلى المتغيرات التي يعكسها عامل الزمن والباقي يرجع إلى عوامل أخرى، المعادلة رقم (8):

$$\hat{y} = -3.46 + 6.42 X$$

$$(-0.83)^{ns} (17.13)^{**}$$

$$R^2 = 0.94 \quad F = 293.73$$

#### تطور الإنفاق الحكومي الفردي على السفر والسياحة

يبين جدول 1 الإنفاق الحكومي الفردي على السفر والسياحة خلال الفترة الزمنية 2000-2019، حيث بلغ الحد الأدنى للإنفاق حوالي 80 مليون دولار في عام 2003، بينما بلغ الحد الأقصى حوالي 320 مليون دولار في عام 2015، بمتوسط سنوي بلغ حوالي 173.8 مليون دولار خلال فترة الدراسة.

وبدراسة الإتجاه الزمني تبين المعادلة رقم (9) وجود زيادة معنوية إحصائياً في الإنفاق الحكومي الفردي على السفر والسياحة في مصر، بنسبة 6.68% من المتوسط السنوي خلال فترة الدراسة، وقد بلغ معامل التحديد حوالي 0.676، أي أن 67.6% من التغيرات في الإنفاق الحكومي الفردي على السفر والسياحة بدولة مصر ترجع إلى المتغيرات التي يعكسها عامل الزمن والباقي يرجع إلى عوامل أخرى، المعادلة رقم (9):

$$\hat{y} = 63.35 + 11.62 X$$

$$(3.007)^* (6.13)^{**}$$

$$R^2 = 0.67 \quad F = 37.61$$

#### تطور إستثمار رأس المال السياحي

يبين جدول 1 إستثمار رأس المال السياحي بدولة مصر خلال الفترة الزمنية 2000-2019، حيث بلغ الحد الأدنى لإستثمار رأس المال السياحي حوالي 1.18 مليار دولار في عام 2003، بينما بلغ الحد الأقصى حوالي 5.58 مليار دولار في عام 2019، بمتوسط سنوي بلغ حوالي 3.6 مليار دولار خلال فترة الدراسة.

$$R^2 = 0.29 \quad F = 8.76$$

### العلاقة بين الناتج المحلي الإجمالي والترويج (إيرادات السياحة)

تبين من دراسة العلاقة بين كل من الناتج المحلي الإجمالي في مصر والترويج وهو العنصر الثاني من عناصر المزيج التسويقي السياحي والمتمثل في (إيرادات السياحة) في المعادلة رقم (15) عدم وجود علاقة طردية موجبة معنوية إحصائياً، هذا وقد بلغت قيمة معامل التحديد ( $R^2$ ) حوالي 0.055 أي أن 0.05% من التغيرات في الناتج المحلي الإجمالي بدولة مصر ترجع إلى إيرادات السياحة والباقي يرجع إلى عوامل أخرى، بينما بلغت قيمة ( $F$ ) حوالي 2.11 وهي تُشير إلى عدم معنوية النموذج ككل عند مستوى معنوية 1%، المعادلة رقم (15):

$$y^{\wedge} = 119.90 + 8.94 X$$

$$(2.16)^* \quad (1.45)^{ns}$$

$$R^2 = 0.05 \quad F = 2.11$$

### العلاقة بين الناتج المحلي الإجمالي والسعر (سعر صرف العملة المحلية)

تبين من دراسة العلاقة بين كل من الناتج المحلي الإجمالي في مصر والسعر وهو العنصر الثالث من عناصر المزيج التسويقي السياحي والمتمثل في (سعر صرف العملة المحلية) في المعادلة رقم (16) وجود علاقة طردية معنوية إحصائياً، حيث بلغ معامل الإنحدار حوالي 10.65، هذا وقد بلغت قيمة معامل التحديد ( $R^2$ ) حوالي 0.21، بينما بلغت قيمة ( $F$ ) حوالي 6.16 وهي تُشير إلى معنوية النموذج ككل عند مستوى معنوية 5%، المعادلة رقم (16):

$$y^{\wedge} = 113.06 + 10.65 X$$

$$(2.99)^* \quad (2.48)^*$$

$$R^2 = 0.21 \quad F = 6.16$$

### العلاقة بين الناتج المحلي الإجمالي المكان (عدد رحلات النقل الجوي)

تبين من دراسة العلاقة بين كل من الناتج المحلي الإجمالي في مصر والمكان وهو العنصر الرابع من عناصر المزيج التسويقي السياحي والمتمثل في (عدد رحلات النقل الجوي) في المعادلة رقم (17) وجود علاقة طردية موجبة معنوية إحصائياً، حيث بلغ معامل الإنحدار حوالي 0.0029، هذا وقد بلغت قيمة معامل التحديد ( $R^2$ ) حوالي 0.894 أي أن 89.4% من التغيرات في الناتج المحلي الإجمالي بدولة مصر ترجع إلى عدد رحلات النقل الجوي والباقي يرجع إلى عوامل أخرى، بينما بلغت قيمة ( $F$ ) حوالي 192.95 وهي تُشير إلى معنوية النموذج ككل عند مستوى معنوية 1%، المعادلة رقم (17):

$$y^{\wedge} = 1.37 + 0.12 X$$

$$(6.03)^{**} \quad (6.34)^{**}$$

$$R^2 = 0.69 \quad F = 40.19$$

### تطور الإستهلاك الداخلي للسفر والسياحة

يبين جدول 1 الإستهلاك الداخلي للسفر والسياحة بدولة مصر خلال الفترة الزمنية 2000-2019، حيث بلغ الحد الأدنى للإستهلاك الداخلي للسفر والسياحة حوالي 7.96 مليار دولار في عام 2002، بينما بلغ الحد الأقصى حوالي 25.41 مليار دولار في عام 2019، بمتوسط سنوي بلغ حوالي 15.92 مليار دولار خلال فترة الدراسة.

وبدراسة الإتجاه الزمني تبين المعادلة رقم (13) وجود زيادة معنوية إحصائياً في الإستهلاك الداخلي للسفر والسياحة بدولة مصر، بنسبة 4.25% من المتوسط السنوي خلال فترة الدراسة، وقد بلغ معامل التحديد حوالي 0.552، أي أن 55.2% من التغيرات الإستهلاك الداخلي للسفر والسياحة بدولة مصر ترجع إلى المتغيرات التي يعكسها عامل الزمن والباقي يرجع إلى عوامل أخرى، المعادلة رقم (13):

$$y^{\wedge} = 9.48 + 0.678 X$$

$$(5.92)^{**} \quad (4.71)^{**}$$

$$R^2 = 0.55 \quad F = 22.18$$

### تقدير العلاقة بين الناتج المحلي الإجمالي في مصر والعوامل المؤثرة عليه

#### العلاقة بين الناتج المحلي الإجمالي والمنتج (خدمات السياحة من صادرات الخدمات التجارية)

تبين من دراسة العلاقة بين كل من الناتج المحلي الإجمالي في مصر والمنتج وهو العنصر الأول من عناصر المزيج التسويقي السياحي والمتمثل في (خدمات السياحة من صادرات الخدمات التجارية) في المعادلة رقم (14) وجود علاقة طردية موجبة معنوية إحصائياً، حيث بلغ معامل الإنحدار حوالي 10.38 مليار دولار، أي أن زيادة خدمات السياحة بقيمة 10.38 مليار دولار، هذا وقد بلغت قيمة معامل التحديد ( $R^2$ ) حوالي 0.29 أي أن 29% من التغيرات في الناتج المحلي الإجمالي بدولة مصر ترجع إلى خدمات السياحة والباقي يرجع إلى عوامل أخرى، بينما بلغت قيمة ( $F$ ) حوالي 8.76 وهي تُشير إلى معنوية النموذج ككل عند مستوى معنوية 1%، المعادلة رقم (14):

$$y^{\wedge} = 14.45 + 10.38 X$$

$$(2.96)^* \quad (0.22)^{ns}$$



### العلاقة بين الناتج المحلي الإجمالي وإستثمار رأس المال السياحي

تبين من دراسة العلاقة بين كل من الناتج المحلي الإجمالي في مصر وإستثمار رأس المال السياحي في المعادلة رقم (20) وجود علاقة طردية موجبة معنوية إحصائياً، حيث بلغ معامل الإنحدار حوالي 50.24 مليون دولار، أي أن زيادة إستثمار رأس المال السياحي بقيمة 50.24 مليون دولار تؤدي إلى زيادة الناتج المحلي الإجمالي بقيمة 50.24 مليون دولار، هذا وقد بلغت قيمة معامل التحديد ( $R^2$ ) حوالي 0.698 أي أن 69.8% من التغيرات في الناتج المحلي الإجمالي بدولة مصر ترجع إلى إستثمار رأس المال السياحي والباقي يرجع إلى عوامل أخرى ، بينما بلغت قيمة ( $F$ ) حوالي 45.1 وهي تُشير إلى معنوية النموذج ككل عند مستوى معنوية 1%، المعادلة رقم (20):

$$\hat{y} = 13.60 + 50.24 X$$

$$(0.46)^{ns} \quad (6.71)^{**}$$

$$R^2 = 0.69 \quad F = 45.1$$

### العلاقة بين الناتج المحلي الإجمالي وإجمالي مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي

تبين من دراسة العلاقة بين كل من الناتج المحلي الإجمالي في مصر وإجمالي مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في المعادلة رقم (21) وجود علاقة طردية موجبة معنوية إحصائياً، حيث بلغ معامل الإنحدار حوالي 7.70 مليون دولار، أي أن زيادة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي بقيمة 7.70 مليون دولار تؤدي إلى زيادة الناتج المحلي الإجمالي بقيمة 7.70 مليون دولار، هذا وقد بلغت قيمة معامل التحديد ( $R^2$ ) حوالي 0.404 أي أن 40.4% من التغيرات في الناتج المحلي الإجمالي بدولة مصر ترجع إلى مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي والباقي يرجع إلى عوامل أخرى ، بينما بلغت قيمة ( $F$ ) حوالي 13.92 وهي تُشير إلى معنوية النموذج ككل عند مستوى معنوية 1%، المعادلة رقم (21):

$$\hat{y} = 11.33 + 7.70 X$$

$$(0.21)^{ns} \quad (3.73)^{**}$$

$$R^2 = 0.40 \quad F = 13.92$$

### العلاقة بين الناتج المحلي الإجمالي ونفقات السياحة الدولية

تبين من دراسة العلاقة بين كل من الناتج المحلي الإجمالي في مصر ونفقات السياحة الدولية في المعادلة رقم (22) وجود علاقة طردية موجبة معنوية إحصائياً، حيث بلغ معامل الإنحدار حوالي 88.12 مليار دولار، أي

$$\hat{y} = 29.05 + 12.76 X$$

$$(1.54)^{ns} \quad (12.76)^{**}$$

$$R^2 = 0.89 \quad F = 162.95$$

### العلاقة بين الناتج المحلي الإجمالي والتنمية البشرية والتدريب (الإنفاق على التعليم)

تبين من دراسة العلاقة بين كل من الناتج المحلي الإجمالي في مصر والتنمية البشرية والتدريب وهو العنصر الخامس من عناصر المزيج التسويقي السياحي والمتمثل في (الإنفاق على التعليم) في المعادلة رقم (18) وجود علاقة طردية موجبة معنوية إحصائياً، حيث بلغ معامل الإنحدار حوالي 2.14 مليار دولار، أي أن زيادة الإنفاق على التعليم بقيمة 2.14 مليار دولار تؤدي إلى زيادة الناتج المحلي الإجمالي بقيمة 2.14 مليار دولار، هذا وقد بلغت قيمة معامل التحديد ( $R^2$ ) حوالي 0.798 أي أن 79.8% من التغيرات في الناتج المحلي الإجمالي بدولة مصر ترجع إلى الإنفاق على التعليم والباقي يرجع إلى عوامل أخرى ، بينما بلغت قيمة ( $F$ ) حوالي 76.33 وهي تُشير إلى معنوية النموذج ككل عند مستوى معنوية 1%، المعادلة رقم (18):

$$\hat{y} = 71.66 + 2.14 X$$

$$(4.22)^{**} \quad (8.73)^{**}$$

$$R^2 = 0.79 \quad F = 76.33$$

### العلاقة بين الناتج المحلي الإجمالي والإنفاق الحكومي الفردي على السفر والسياحة

تبين من دراسة العلاقة بين كل من الناتج المحلي الإجمالي في مصر والإنفاق الحكومي الفردي على السفر والسياحة في المعادلة رقم (19) وجود علاقة طردية موجبة معنوية إحصائياً، حيث بلغ معامل الإنحدار حوالي 14.73 مليون دولار، أي أن زيادة الإنفاق الحكومي الفردي بقيمة 14.73 مليون دولار تؤدي إلى زيادة الناتج المحلي الإجمالي بقيمة 14.73 مليون دولار، هذا وقد بلغت قيمة معامل التحديد ( $R^2$ ) حوالي 0.919 أي أن 91.9% من التغيرات في الناتج المحلي الإجمالي بدولة مصر ترجع إلى الإنفاق الحكومي الفردي على السفر والسياحة والباقي يرجع إلى عوامل أخرى ، بينما بلغت قيمة ( $F$ ) حوالي 217.03 وهي تُشير إلى معنوية النموذج ككل عند مستوى معنوية 1%، المعادلة رقم (19):

$$\hat{y} = 8.80 + 1.07 X$$

$$(0.63)^{ns} \quad (14.73)^{**}$$

$$R^2 = 0.91 \quad F = 217.03$$

### العلاقة بين الناتج المحلي الإجمالي وإجمالي مساهمة السفر والسياحة في التوظيف

تبين من دراسة العلاقة بين كل من الناتج المحلي الإجمالي في مصر وإجمالي مساهمة السفر والسياحة في التوظيف في المعادلة رقم (25) وجود علاقة طردية موجبة معنوية إحصائياً، حيث بلغ معامل الانحدار حوالي 2.30- وظيفة، هذا وقد بلغت قيمة معامل التحديد ( $R^2$ ) حوالي 0.184 أي أن 18.4% من التغيرات في الناتج المحلي الإجمالي بدولة مصر ترجع إلى مساهمة السفر والسياحة في التوظيف والباقي يرجع إلى عوامل أخرى، بينما بلغت قيمة ( $F$ ) حوالي 5.305 وهي تُشير إلى معنوية النموذج ككل عند مستوى معنوية 5%، المعادلة رقم (25):

$$\hat{y} = 378.90 + 0.068 X$$

$$(4.61)^{**} \quad (-2.303)^*$$

$$R^2 = 0.18 \quad F = 5.303$$

### أثر المزيج التسويقي السياحي والعوامل الأخرى على الناتج المحلي الإجمالي في مصر

يُعد صياغة النموذج وتجهيز البيانات وتحديد الأسلوب المناسب للقياس من الأمور الهامة في تقدير النموذج الاقتصادي ثم يتعين بعد ذلك تقدير معالم النموذج المفترض ويتم تقويم تلك التقديرات بإخضاعها للمعايير المختلفة سواء الاقتصادية أو الإحصائية أو القياسية.

أما عن اختبار التقديرات طبقاً للمعايير الاقتصادية فهي تتعلق بإشارة تلك التقديرات سالبه أو موجبه فضلاً عن حدودها وفي حالة الاختلاف بين ما تفرضه النظرية الاقتصادية وبين التقديرات المتحصل عليها فيما يتعلق بالإشارة أو حدود التقدير يتم إعادة النظر في صياغة العلاقة أو البحث عن علاقات أخرى لم تؤخذ في الحسبان أو التحقق من دقة البيانات أو من توافر الشروط الخاصة بالطريقة المستخدمة في القياس أما فيما يتصل باختبار التقديرات وفقاً للمعايير الإحصائية أي اختبار قدرة النموذج المفترض على تفسير الظاهرة محل البحث وذلك بالإستناد إلى معامل التحديد ( $R^2$ ) كمقياس يبين دقة توفيق المعادلة أو نسبة التغيرات في المتغير التابع التي يمكن للمتغير (أو المتغيرات المستقلة تفسيرها) من خلال العلاقة المفترضة وكلما ارتفعت قيمة هذا المعامل كلما دل ذلك على قوة العلاقة المفترضة والعكس بالعكس، إلا ان هناك حالات أخرى تكون قيمة المعامل مرتفعة بينما تكون مقدرة النموذج ذاته منخفضة لعدم معنوية التقديرات، كما توجد حالات أخرى تكون فيها قيمة المعامل منخفضة دون أن يكون مبرراً للحكم بضعف القدرة التفسيرية للنموذج كنتيجة لإهمال بعض المتغيرات أو العلاقات، كما يتم

أن زيادة نفقات السياحة الدولية بقيمة 88.12 مليار دولار تؤدي إلى زيادة الناتج المحلي الإجمالي بقيمة 88.12 مليار دولار، هذا وقد بلغت قيمة معامل التحديد ( $R^2$ ) حوالي 0.751 أي أن 75.1% من التغيرات في الناتج المحلي الإجمالي بدولة مصر ترجع إلى نفقات السياحة الدولية والباقي يرجع إلى عوامل أخرى ، بينما بلغت قيمة ( $F$ ) حوالي 58.33 وهي تُشير إلى معنوية النموذج ككل عند مستوى معنوية 1%، المعادلة رقم (22):

$$\hat{y} = -34.86 + 88.12 X$$

$$(-1.09)^{ns} \quad (7.63)^{**}$$

$$R^2 = 0.75 \quad F = 58.33$$

### العلاقة بين الناتج المحلي الإجمالي والإستهلاك الداخلي للسفر والسياحة

تبين من دراسة العلاقة بين كل من الناتج المحلي الإجمالي في مصر والإستهلاك الداخلي للسفر والسياحة في المعادلة رقم (23) وجود علاقة طردية موجبة معنوية إحصائياً، حيث بلغ معامل الانحدار حوالي 11.68 مليار دولار، أي أن زيادة الإستهلاك الداخلي للسفر والسياحة بقيمة 11.68 مليار دولار تؤدي إلى زيادة الناتج المحلي الإجمالي بقيمة 11.68 مليار دولار، هذا وقد بلغت قيمة معامل التحديد ( $R^2$ ) حوالي 0.428 أي أن 42.8% من التغيرات في الناتج المحلي الإجمالي بدولة مصر ترجع إلى الإستهلاك الداخلي للسفر والسياحة والباقي يرجع إلى عوامل أخرى ، بينما بلغت قيمة ( $F$ ) حوالي 15.24 وهي تُشير إلى معنوية النموذج ككل عند مستوى معنوية 1%، المعادلة رقم (23):

$$\hat{y} = 8.75 + 11.68 X$$

$$(0.17)^{ns} \quad (3.90)^{**}$$

$$R^2 = 0.42 \quad F = 15.24$$

### العلاقة بين الناتج المحلي الإجمالي والإنفاق التجاري على السفر والسياحة

تبين من دراسة العلاقة بين كل من الناتج المحلي الإجمالي في مصر والإنفاق التجاري على السفر والسياحة في المعادلة رقم (24) عدم وجود علاقة طردية موجبة معنوية إحصائياً، هذا وقد بلغت قيمة معامل التحديد ( $R^2$ ) حوالي -0.022، بينما بلغت قيمة ( $F$ ) حوالي 0.588 وهي تُشير إلى عدم معنوية النموذج ككل عند مستوى معنوية 1%، المعادلة رقم (24):

$$\hat{y} = 146.85 + 17.46 X$$

$$(2.22)^* \quad (0.76)^{ns}$$

$$R^2 = -0.022 \quad F = 0.588$$

410.64، كما بلغ مُعامل التحديد المُعدّل نحو 0.992 مما يعني أن حوالي 99.2% من التغيرات التي حدثت في الناتج المحلي الإجمالي بدولة مصر ترجع إلى العوامل أو المتغيرات المستقلة موضوع الدراسة خلال فترة الدراسة، ترجع إلى التغير في المتغيرات الشارحة للنموذج موضع الدراسة.

### النتائج والمناقشة

توصل الباحث لعدد من النتائج وذلك بعد إتمام الدراسة، حيث تأتي هذه النتائج لتبرز أهم العناصر الفاعلة والمؤثرة في الدراسة، كذلك لتوضح مدى أهمية الدور الذي قام به المزيج التسويقي (المنتج - السعر - التوزيع/ المكان - الترويج - التنمية البشرية والتدريب)، حيث تتمثل هذه النتائج في:

1- تضمنت سياسة وزارة السياحة المصرية في الخطة العشرينية للسياحة المصرية (1998-2017) على وضع السياحة ضمن أولويات العمل القومي للحفاظ على الموارد وحماية البيئة، والربط الكامل بين عناصر المنتج السياحي والذي يتمثل في التنسيق والتعاون بين وحداته المختلفة، والمساهمة الفعلية لقطاع السياحة في حل المشكلات الاقتصادية والاجتماعية التي تواجه المجتمع، كذلك الاعتماد على المكون الوطني من السلع والخدمات السياحية بهدف الحد من الإستيراد، أيضاً معالجة المشكلات السكانية والمساهمة في إعادة توزيع السكان بين الأقاليم عن طريق مد العمران السياحي إلى المناطق الجديدة، ومن السياسات كذلك تعظيم دور القطاع الخاص وقطاع الأعمال العام في تجميل مناطق الإستثمار وخاصة المناطق السياحية القديمة، وضع برامج متكاملة لحماية البيئة من التلوث والتحكم فيه بكل أشكاله وصوره والحفاظ على الحياة الطبيعية من التدهور والإنقراض وتوجيه الإهتمام للموارد الطبيعية لدراسة إمكانية الإستفادة منها لخدمة السياحة دون الإخلال بطبيعة الموقع أو إحداهن خلل بالتوازن البيئي.

2- إعتمدت إستراتيجية وزارة السياحة المصرية السياحي علي إستراتيجية إختراق السوق وذلك من خلال الترويج لأنماط سياحية جديدة في الأسواق التقليدية وشملت هذه الأنماط سياحة الإستشفاء والسياحة البيئية وسياحة الصحراء والواحات وسياحة المؤتمرات وسياحة الجولف، كما إعتمدت أيضاً علي إستراتيجية تنمية السوق من خلال استهداف أسواق سياحية واعدة وجديدة بأنماط سياحية تقليدية وتتمثل تلك الأسواق في الدول الإسكندنافية وأمريكا الشمالية ودول جنوب وشرق آسيا.

3- واجهت مصر عدداً من التحديات المتلاحقة خلال فترة زمنية ليست بقليلة وخاصة في الفترة بعد أحداث 25 يناير 2011، ولكن نظراً لطبيعتها فقد إستطاعت وكعادتها أن تواجه وتحتمل مجموعة التحديات والمعوقات التي تعوق التنمية المستدامة السياحية في

إستخدام إختبار (F) لإختبار دقة توفيق العلاقة ككل ثم إختبار (T) لإختبار معنوية كل معامل على حدة.

### توصيف النموذج المستخدم

ولقياس أثر المزيج التسويقي السياحي بدولة مصر من خلال نموذج قياسي مقترح، تم تحديد المتغيرات الشارحة في ضوء الدراسات السابقة والمنطق الاقتصادي ووفقاً لمصفوفة الإرتباط كما هو موضح بالجدول رقم (1)، حيث تم تحديد ست متغيرات مستقلة وهي الأكثر تأثيراً، والتي تُعد لها تأثير على الناتج المحلي الإجمالي.

ويبين النموذج رقم (1) أثر المزيج التسويقي السياحي بدولة مصر على الناتج المحلي الإجمالي في الصورة الخطية والتي أخذت الشكل الرياضي التالي:

$$y^{\wedge} = b_0^{\wedge} + b_3^{\wedge}X3 + b_4^{\wedge}X4 + b_5^{\wedge}X5 + b_8^{\wedge}X8 + b_9^{\wedge}X9 + b_{11}^{\wedge}X11 + e_i$$

حيث:

- $y^{\wedge}$  = المتغير التابع الذي يعبر عن الناتج المحلي الإجمالي - مليار دولار  
 $b_0^{\wedge}$  = ثابت الدالة  
 $X3$  = السعر (سعر صرف العملة المحلية مقابل الدولار)  
 $X4$  = المكان/التوزيع (النقل الجوي-عدد الرحلات) عدد  
 $X5$  = التنمية البشرية والتدريب (الإنفاق على التعليم) - مليار دولار  
 $X8$  = إجمالي مساهمة السياحة في الناتج المحلي - مليار دولار أمريكي  
 $X9$  = السياحة الدولية، نفقات (بالأسعار الجارية للدولار الأمريكي) - مليار دولار  
 $X11$  = الإنفاق التجاري على السفر والسياحة - مليار دولار أمريكي  
 $b_0^{\wedge} \dots i$  = معالم الدالة المطلوب تقديرها  
 $e_i$  = يشير إلى حد الخطأ

تقدير النموذج في صورة خطية: المعادلة رقم (26)

$$y^{\wedge} = 13.46 - 5.08 X3 + 0.001X4 + 0.095X5 + 3.52X8 + 28.78X9 - 30.28X11$$

$$(0.96)^{ns} (-3.09)^* (6.24)^{**} (2.70)^* (4.76)^{**} (3.75)^* (-4.89)^{**}$$

$$R^2 = 0.99 \quad F = 410.64^{**}$$

أوضحت النتائج الواردة بالمعادلة رقم (26) أن الناتج المحلي الاجمالي في دولة مصر يتناسب طردياً مع المتغيرات الشارحة المتمثلة في المزيج التسويقي السياحي أي أن زيادة أحد أو كل هذه المتغيرات تؤدي الى زيادة الناتج المحلي الإجمالي بدولة مصر خلال فترة الدراسة، كما تبين ثبوت معنوية النموذج المُقدّر إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01، حيث بلغت قيمة (F) حوالي

معنوية إحصائياً في مساهمة السفر والسياحة في التوظيف، بنسبة 1.24% من المتوسط السنوي خلال فترة الدراسة، وقد بلغ معامل التحديد حوالي 0.093، أي أن 09.3% من التغيرات في إجمالي مساهمة السفر والسياحة في التوظيف بدولة مصر ترجع إلى المتغيرات التي يعكسها عامل الزمن والباقي يرجع إلى عوامل أخرى.

8- تبين من نتائج قياس أثر المزيح التسويقي السياحي والعوامل الأخرى على الناتج المحلي الإجمالي في مصر ثبوت معنوية النموذج المُقَدَّر إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01، حيث بلغت قيمة (F) حوالي 410.64، كما بلغ مُعامل التحديد المُعَدَّل نحو 0.992 مما يعني أن حوالي 99.2% من التغيرات التي حدثت في الناتج المحلي الإجمالي بدولة مصر ترجع إلى العوامل أو المتغيرات المستقلة موضوع الدراسة خلال فترة الدراسة، ترجع إلى التغير في المتغيرات الشارحة للنموذج موضع الدراسة، كما أوضحت النتائج الواردة أن الناتج المحلي الإجمالي في دولة مصر يتناسب طردياً مع المتغيرات الشارحة المتمثلة في المزيح التسويقي السياحي أي أن زيادة أحد أو كل هذه المتغيرات تؤدي إلى زيادة الناتج المحلي الإجمالي بدولة مصر خلال فترة الدراسة.

#### التوصيات

توصل الباحث لعدد من التوصيات والمقترحات التي من شأنها زيادة فاعلية الدور الذي يقوم به المزيح التسويقي في التأثير على نمو قطاع السياحة في مصر هي:

1- العنصر البشري هو العنصر الرئيسي الذي يدور حوله النشاط السياحي في كل مراحلها المختلفة، لذلك يجب وضع دراسات حول العنصر البشري في قطاع السياحة وكيفية تأهيله وتطويره ليصبح عنصر فاعل لنمو قطاع السياحة.

2- جودة الخدمة من أهم معايير تقييم قطاع السياحة في العالم، لذلك يجب وضع دراسات مستفيضة حول تعزيز جودة الخدمة المقدمة في قطاع السياحة.

3- المناطق السياحية الأثرية التاريخية والمرافق المحيطة هي العمود الفقري للسياحة في مصر، لذلك يجب وضع دراسات مستفيضة حول أثر الإنفاق على تطوير المناطق السياحية الأثرية التاريخية والمرافق المحيطة على تنمية قطاع السياحة في مصر.

4- يجب إستغلال مصر لجميع مواردها السياحية في تطوير معالم سياحية إسلامية لإجتذاب السياحة الإسلامية والذي يعتبر القطاع السياحي له ميزة تنافسية، ولتمتع مصر كونها مهبط الأديان يجب أيضاً تطبيقها على جميع الديانات السماوية.

5- يجب وضع دراسة مستفيضة حول إمكانية إنشاء هيئة مستقلة عن وزارة السياحة في مصر تكون مسؤولة عن تخطيط ومراقبة وتنسيق السياسة مع الوزارة، وهيئة أخرى وهي مجلس الترويج السياحي المصري الذي يتمثل دوره الرئيسي في تسويق وتعزيز الجوانب السياحية وإقتراح فرص الإستثمار السياحي في مصر.

مصر، من هذه المعوقات ( الإرهاب والثورات - غياب دور الإعلام - سلوكيات المجتمع المصري مع السائحين حيث أجمعت الآراء بنسبة 61.64% على أن طريقة تعامل المصريين العاملين في قطاع السياحة وغير العاملين مع جميع الفئات مؤثرة في جذب السياح وتفتقد للوعي في التعامل مع السائحين وأن هناك 9.52% من آراء العاملين في قطاع السياحة تؤكد أن العمالة ليست مدربة بالطريقة التي تؤهلهم للإحتكاك المباشر بالسائحين - غياب التخطيط الإستراتيجي السليم للتنمية المستدامة السياحية في مصر - إهمال المناطق السياحية الأثرية التاريخية والمرافق المحيطة - التلوث البيئي الجوي وفي مياه النيل والشواطئ - عدم فاعلية التسويق السياحي).

4- تم إدراج مصر للمرة الأولى ضمن أكبر 20 دولة سياحية على مستوى العالم في عام 2010 حيث جاءت مصر في المركز الـ 18 في قائمة كبرى الدول إستقبالياً للسياحة في العالم ضمن تقرير منظمة السياحة العالمية الصادر في عام 2011.

5- حققت مصر رابع أعلى نمو في الأداء في مؤتمر تنافسية السفر والسياحة، والأعلى في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وتقدمت من المركز رقم 60 إلى المركز رقم 5 في إستراتيجية التسويق والترويج السياحي، مما كان له بالغ الأثر على تحسين الصورة الذهنية في الخارج، وقدرتها على زيادة أعداد السائحين الوافدين، ووفقاً لتقرير منتدى الإقتصاد العالمي للتنافسية في قطاع السفر والسياحة والذي صدر في سبتمبر 2019 والذي أوضح أن مصر حققت إسقراراً أدى إلى حصولها على ثاني أعلى معدل تحسين لمؤشر الأمن والسلامة في العام في لتتقدم 18 مركزاً في التصنيع للعام الجاري 2019.

6- تطور إيرادات السياحة لدولة مصر خلال الفترة الزمنية 2000-2019، حيث بلغ الحد الأدنى لإيرادات السياحة حوالي 3.30 مليار دولار في عام 2000، بينما بلغ الحد الأقصى حوالي 14.25 مليار دولار في عام 2014، بمتوسط سنوي بلغ حوالي 8.38 مليار دولار خلال فترة الدراسة، وبدراسة الإتجاه الزمني تبين النتائج وجود زيادة معنوية إحصائياً في خدمات السياحة بمعدل حوالي 0.28 مليار دولار، بنسبة 3.38% من المتوسط السنوي خلال فترة الدراسة، وقد بلغ معامل التحديد حوالي 0.246، أي أن 24.6% من التغيرات في إيرادات السياحة بدولة مصر ترجع إلى المتغيرات التي يعكسها عامل الزمن والباقي يرجع إلى عوامل أخرى.

7- مساهمة السفر والسياحة في التوظيف لدولة مصر خلال الفترة الزمنية 2000-2019، حيث بلغ الحد الأدنى لعدد الوظائف المتاحة حوالي 1676 ألف وظيفة في عام 2016، بينما بلغ الحد الأقصى حوالي 3752 ألف وظيفة في عام 2008، بمتوسط سنوي بلغ حوالي 2673 ألف وظيفة خلال فترة الدراسة، وبدراسة الإتجاه الزمني تبين النتائج الواردة عدم وجود زيادة

نور الدين، محمد (2015). الدقي - تمويل التعليم العالي في الوطن العربي - الوثيقة الرسمية للمؤتمر الخامس عشر للوزراء المسؤولين عن التعليم العالي والبحث العلمي - ديسمبر.

Philip, K. (2002). Marketing Management Millenium Edition, Tenth Edition, Compilation Copyright © 2002 by Pearson Custom Publishing.

<https://data.albankaldawli.org/country/EG/MY>

<https://ar.knoema.com/atlas>

## المراجع

أحمد، أحمد أديب (2006). تحليل الأنشطة السياحية في سوريا باستخدام النماذج القياسية - بحث ماجستير - جامعة تشرين (كلية الاقتصاد)، 2006/2005.

زين الدين، صلاح (2016). دراسة لفرص وتحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر - كلية الحقوق - جامعة طنطا - المؤتمر العلمي الدولي الثالث (القانون والسياحة) - 26: 27 ابريل.

سمر، السيد، (2020) "المركزي للإحصاء: مصر أنفقت ما يقرب من ترليون جنيه على التعليم خلال 10 سنوات" - جريدة المال - 25 سبتمبر.

## THE ROLE OF THE TOURISM MARKETING MIX IN INFLUENCING ECONOMIC GROWTH IN EGYPT

Sherif Abdelnaby Attia<sup>1</sup>, Ali Ebrahim<sup>2</sup> and A.F. Hamed<sup>2</sup>

1- Polit and Econ. Sci. Studies and Res. Dept., Asian Studies and Res. Inst., Zagazig Univ., Egypt

2- Agric. Econ. Dept., Fac. Agric., Zagazig Univ., Egypt

**ABSTRACT:** The tourism marketing mix consists of (product - price - promotion - distribution - human development and training), where the tourism marketing mix is one of the most important elements contributing positively to the growth of the tourism sector of any country, and thus directly contributes to the increase in the number of tourists from all over the world Thus, increasing the foreign exchange reserve while contributing to reducing unemployment rates and increasing per capita income, which directly contributes to the economic growth of the state, and tourism is one of the largest and most important industries at the present time, and that Egypt is endowed with resources and ingredients, a unique history and ancient heritage that enjoys an advantage. Competitiveness in the tourism sector globally as well as one economy that deserves study and research, During the time period 2000-2019, the tourism revenues of the State of Egypt developed in 2019, as the minimum tourism revenue amounted to about 3.30 billion dollars in 2000, while the maximum reached about 14.25 billion dollars in 2014, with an annual average of about 8.38 billion dollars during the study period, and by studying the trend The results show that there is a statistically significant increase in tourism services at a rate of about 0.28 billion dollars, a rate of 3.38% of the annual average during the study period. time and the rest is due to other factors, The results of measuring the impact of the tourism marketing mix and other factors on the gross domestic product in Egypt showed that the statistically estimated model was statistically significant at the level of 0.01, where the value of (F) was about 410.64, and the adjusted coefficient of determination was about 0.992, which means that about 99.2% Among the changes that occurred in the GDP in the State of Egypt are due to the independent factors or variables under study during the study period, due to the change in the explanatory variables of the model under study. The tourism marketing mix, meaning that an increase in one or all of these variables leads to an increase in the gross domestic product in the State of Egypt during the study period.

**Key words:** Marketing Mix, The tourism, Growth, Egypt.

المحكمون :

- 1- أ.د. محمد غريب المهدي أستاذ الاقتصاد الزراعي - كلية الزراعة - جامعة قناة السويس.
- 2- أ.د. أحمد فؤاد مشهور أستاذ الاقتصاد الزراعي المتفرغ - كلية الزراعة - جامعة الزقازيق.