



## مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة (JAAUTH)

الموقع الإلكتروني: <http://jaauth.journals.ekb.eg/>



### الإدارة المستدامة للاقتصاد الأخضر ودورها في تعزيز التنافسية بالمقاصد السياحية المصرية

اسلام محمد العلامى سعاد عمران منصور ميرال أحمد دويدار  
قسم الدراسات السياحية - كلية السياحة والفنادق - جامعة قناة السويس

ملخص	معلومات المقالة
<p>يهدف البحث التعرف على الإدارة المستدامة للاقتصاد الأخضر ودورها في تعزيز التنافسية بالمقاصد السياحية المصرية، ويتحقق ذلك من خلال التعرف علي مفهوم الاقتصاد الأخضر ومتطلباته والاستفادة من الموارد البيئة وحمايتها والحفاظ علي المقاصد السياحية المصرية وتعزيز دورها التنافسي، وقد تم استخدام المنهج الوصفي، وتضمنت عينة البحث العاملين (جهاز شئون البيئة، وزارة السياحة، هيئة تنشيط السياحة) والبالغ عددهم (٥٠) فرد، واشتملت أدوات الدراسة علي استبانة لجمع المعلومات، كما تم استخدام برنامج SPSS V.25 لمعالجة البيانات واستخراج النتائج والتأكد من فروض الدراسة، وكانت أهم النتائج التي تم التوصل إليها أن الاقتصاد الأخضر له دور هام في توفير بيئة مناسبة لتحقيق الكفاءة وتحفيز الإبداع والتطوير والابتكار وتحسين مستوى الخدمات وجودتها بالمقاصد السياحية المصرية، وذلك لإيجاد نموذج سياحي متميز يلبي رغبات واحتياجات السائحين، وتوصى الدراسة بوضع مجموعة من الاشتراطات البيئية للحد من تراجع التنافسية في بعض المقاصد السياحية، وأيضاً أن يجب تفعيل الإدارة المستدامة للاقتصاد الأخضر لدوره الفعال في تشكيل طريقاً نحو تحقيق التنمية المستدامة من خلال (تعظيم المنافع التجارية والتنافسية والنمو -حماية البيئة والصحة العامة).</p>	<p><b>الكلمات المفتاحية</b> الاقتصاد الأخضر؛ تعزيز التنافسية؛ المقاصد السياحية المصرية.</p> <p><b>(JAAUTH)</b> المجلد ٢٥، العدد ٢، (ديسمبر ٢٠٢٣)، ص ١٠٥- ٧٦٤.</p>

### المقدمة

يمتاز الاقتصاد الأخضر بأنه نظام اقتصادي يراعى عوامل صحة النظم البيئية، باعتباره العمود الفقري لرفاهية المجتمع، فالإقتصاد الأخضر يتم فيه استيعاب التكاليف الناجمة عن تدهور النظم البيئية، وتعمل فيه الصناعات البيئية مثل التكنولوجيا النظيفة ذات الكفاءة العالية، والسياحة القائمة على الطبيعة ومناطق المحميات الطبيعية، كما أنه يهتم بالفصل بين استخدام الموارد والتأثيرات البيئية وبين النمو الاقتصادي، لذا أصبحت التنافسية واحدة من قضايا العصر الحديث التي تواجه الاقتصاد بشكل عام وقطاع السياحة بشكل خاص، والتي ينبغي وضعها في الحسبان لتعزيز القدرة على تحمل الضغوط وشدة المنافسة العالمية والمحلية، كما أصبحت

تلك القضية من القضايا التي تحظى باهتمام كبير من قبل الحكومات باعتبارها ظاهرة عالمية تتأثر بها كافة الأطراف، وقد أصبح مؤخراً تحسین القدرة التنافسية للمقاصد السياحية هدفاً أساسياً للتنمية السياحية، وذلك في ظل أطر منهجية متكاملة تتناول الرصد والمراقبة وتحسين جودة وكفاءة صناعة السياحة حتى تتمكن المقاصد السياحية من تعزيز قدراتها وتوظيف إمكاناتها وجذب مزيد من السائحين في ظل تنافسية شديدة القوة مع المراكز والمناطق الأخرى على المستويات التنموية المختلفة (موسي، ٢٠١٨).

### مشكلة الدراسة

تتميز مصر بامتلاكها العديد من المقومات والإمكانات السياحية والمقاصد السياحية المتنوعة والتي تؤهلها لمركز تنافسي متقدم علي المستوى العالمي، ومن هنا يأتي دور الاقتصاد الأخضر في توفير الإطار البيئي المناسب للمقاصد السياحية المصرية وتعظيم المردود التنموي بها، عن طريق مراعاة الحفاظ علي الموارد البيئية والطبيعية بشكل مناسب وملئم من خلال القيام بأنشطة سياحية صديقة للبيئة ومعالجة التحديات البيئية التي تواجه المقاصد السياحية المصرية.

### أهمية الدراسة

يتضح في الدور الذي يلعبه الاقتصاد الأخضر علي حماية الموارد البيئية والطبيعية ومعالجة كافة المشاكل التي تواجه المقاصد السياحية المصرية من ثم تعزيز التنافسية بالمقاصد السياحية المصرية، بالإضافة إلي قدرة الإدارة المستدامة للاقتصاد الأخضر علي زيادة الاستثمارات بالمقاصد السياحية المصرية عن طريق تهيئة الموارد البيئية والطبيعية والاستفادة من جميع مواردها في القطاع السياحي بشكل ملائم يحافظ علي البيئة.

### أهداف الدراسة

يهدف البحث التعرف علي "دور الإدارة المستدامة للاقتصاد الأخضر في تعزيز التنافسية بالمقاصد السياحية المصرية" ويتحقق ذلك من خلال الأهداف الفرعية التالية :

- ١- التعرف على مدى توافر أبعاد الإدارة المستدامة للاقتصاد الأخضر (الطاقة والبنية التحتية، المياه والبنية التحتية، الحد من تغيرات المناخ، الإدارة المستدامة للموارد الطبيعية) بالمقاصد السياحية المصرية
- ٢- التعرف على مدى توافر أبعاد الميزة التنافسية (التكلفة، الجودة، المرونة والاستجابة السريعة للسائح، مميزات تنافسية أخرى) بالمقاصد السياحية المصرية.
- ٣- التعرف على طبيعة العلاقة الارتباطية بين الإدارة المستدامة للاقتصاد الأخضر وبين الميزة التنافسية بالمقاصد السياحية المصرية.

### فرض البحث

هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ بين أبعاد الإدارة المستدامة للاقتصاد الأخضر وبين الميزة التنافسية بالمقاصد السياحية المصرية.

## مصطلحات البحث

- **الاقتصاد الأخضر** : هو نموذج اقتصادي يتطلب تخضير جميع المهن والتركيز على السلع والخدمات التي ستحتاج إلى تغييرات أكثر لتحسين كفاءة الطاقة والحد من استخدام الموارد الطبيعية (منظمة الأمم المتحدة للبيئة، ٢٠١٣).
- **التنافسية**: هي القدرة الدولية علي تحقيق زيادة مطردة في مستويات المعيشة للمواطنين عبر تحقيق أعلى معدلات النمو الاقتصادي مقاساً مع نمو متوسط نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي من خلال تحسين تنافسية منتجات القطاعات الاقتصادية في الأسواق الدولية ( WEF, 2017).
- **تنافسية المقصد السياحي**: هو قدرة المقصد على استخدام موارده الطبيعية والثقافية والبشرية والمالية بكفاءة، لتطوير وتقديم منتج سياحي وخدمات سياحية عالية الجودة ومبتكرة وجذابة بهدف تحقيق الاستفادة ضمن رؤيتها وأهدافها الإستراتيجية، بالإضافة إلى زيادة القيمة المضافة لقطاع السياحة وتحسين وتتبع منتجات السوق السياحي لجذب السائحين وزيادة المردود بالنسبة للسائحين والمجتمع المحلي بمنظور مستدام (WTO, 2016).

## الإطار النظري

## ماهية الاقتصاد الأخضر

ظهر مفهوم الاقتصاد الأخضر على الصعيد العالمي في المجال الاقتصادي والسياحي على حد سواء خلال السنوات الأخيرة، لتحقيق مقارنة تنموية مستدامة، وتطور الفكر التنموي، كاتجاه يهتم بالإمكانيات التي يمكن أن توفرها الموارد البيئية والطبيعية في تحقيق نمو اقتصادي مستدام، كما يعد الاقتصاد الأخضر كمفهوم نموذج جيد لإدارة الموارد الطبيعية واستدامتها من خلال تعزيز كفاءة الطاقة والحد من العوادم الكربونية والاحتباس الحراري والإنتاج والاستهلاك المستدام، بالإضافة إلى قدرتها علي القضاء على الفقر وتحقيق الاكتفاء الذاتي من الغذاء، ويتعلق الاقتصاد الأخضر كذلك بالاستخدام المستدام للموارد البيئية والحفاظ عليها وصيانتها واستمراريتها للأجيال الحالية والمستقبلية، وذلك بهدف توجيه النمو الاقتصادي وتحسين سبل العيش وتوفير فرص العمل، مع ضمان احترام البيئة والحفاظ علي النظام الايكولوجي (عبد الحميد، ٢٠٢٢).

حيث يشير **الاقتصاد الأخضر** بأنه نظام للأنشطة المتعلقة بإنتاج وتوزيع الاستهلاك والبضائع والخدمات وتحقيق الرفاهية للبشر على المدى البعيد، ولا يعرض في الوقت نفسه الأجيال القادمة إلى الأزمات والمخاطر البيئية أو حالات الندرة الايكولوجية الكبيرة (الموقع الرسمي لرئاسة مجلس الوزراء: جهاز شئون البيئة، ٢٠١٦). ولقد أشارت (منظمة الأمم المتحدة للبيئة، ٢٠١٣) أن الاقتصاد الأخضر يؤدي إلى تحسين رفاهية الإنسان وتحقيق الإنصاف الاجتماعي ويسهم في الحد من المخاطر البيئية.

## أهمية الاقتصاد الأخضر

تأتى أهمية الاقتصاد الأخضر من خلال ما يلي:

- **مواجهة التحديات البيئية:** عبر خفض انبعاثات غازات الاحتباس الحراري، وتحسين إدارة وكفاءة استخدام الموارد، والتقليل من حجم النفايات وإدارتها بشكل سليم، وحماية التنوع البيولوجي والحفاظ على الموارد الايكولوجية من التدهور والانقراض.
  - **تحفيز النمو الاقتصادي:** حيث يتوقع أن الاستثمارات والمشاريع الخضراء ترفع عجلة النمو الاقتصادي وخاصة على المدى الطويل، وتحقيق العائد المناسب من هذا النمو.
  - **القضاء على الفقر وتوفير فرص العمل:** حيث يتيح التحول إلى الاقتصاد الأخضر من توفير فرص عمل في مختلف القطاعات الاقتصادية، كالاستثمار في القطاع الزراعي، وجعله أكثر ملائمة للبيئة في التخفيف من حدة الفقر الريفي وعدم تكس سكان الريف إلى المدن، مما يسهم بشكل ايجابي في علاج مشكلة الأمن الغذائي، كما يساهم الاقتصاد الأخضر في ترشيد استهلاك الموارد الطبيعية وتخفيف الفقر المائي وفق الطاقة، مما يسهم في تخفيف الاستثمار في البنية التحتية الخضراء كخدمات الطاقة المتجددة ومياه الشرب والصرف الصحي ( الهيئة العامة للاستعلامات، ٢٠٢٢).
- وهذا بدوره ينعكس على التنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، ومن هنا يأتي أهمية تحول المقاصد السياحية المصرية إلى الاقتصاد الأخضر ( منظمة الأمم المتحدة، ٢٠٢٢).

### دور الاقتصاد الأخضر في القطاع السياحي المصري

تمثل السياحة أحد ركائز الاقتصاد القومي المصري، فالسياحة تعتبر قوة دافعة في تحقيق التبادل الثقافي والاقتصادي والحفاظ على الموارد الطبيعية، لذا بدأت الحكومة المصرية في تدعيم تنمية القطاع السياحي وذلك من خلال فكرة التحول إلى الاقتصاد الأخضر وتطبيق السياحة الخضراء، لتحسين وضع السياحة المصرية بصفة عامة وتعزيز تنافسيتها، كما يأتي أهمية التحول للاقتصاد الأخضر في القطاع السياحي المصري لما له من دور فعال في رفع معدل النمو الاقتصادي بما لا يتعارض مع سياسات واستراتيجيات الحفاظ على البيئة والموارد الطبيعية، فقد قامت وزارة البيئة المصرية بإنشاء آليتين من شأنهما تحقيق ودفع الاقتصاد الأخضر على المستوى الوطني وهما ( وحدة التنمية المستدامة - وحدة الشراكة مع القطاع الخاص).

وقد بدأ التحول الأخضر في الفنادق المصرية حيث بلغ عدد الفنادق التي حصلت على شهادة النجمة الخضراء حوالي ٨٦ فندقاً بالإضافة إلى عدد ٥٣ فندقاً راغبين في تجديد الشهادة في شرم الشيخ ومرسى علم والأقصر والغردقة ومرسى مطروح في الوقت الحالي ( الموقع الرسمي لغرفة المنشآت الفندقية، ٢٠٢٢)، ومن أكثر المدن التي تقوم بتطبيق معايير السياحة الخضراء مدينة راس سدر ومدينة شرم الشيخ لما تتميز به من مناخ جيد وطاقة الرياح التي تولد الطاقة والكهرباء وأيضاً لاحتوائها على كميات هائلة من الآبار والعيون المائية، فقد قامت وزارة السياحة بتشكيل لجنة للسياحة الخضراء والتي تستهدف تطوير قطاع السياحة في مصر ومواجهة التحديات الإقليمية والدولية من خلال رفع القدرة التنافسية والحفاظ على البيئة ومواردها الطبيعية تحقيقاً لأهداف الدولة المتعلقة بالتنمية المستدامة، كما تهتم اللجنة بنشر مفهوم السياحة الخضراء داخل قطاع السياحة بالوزارة

والهيئات الحكومية والفنادق والمنشآت والغرف السياحية من خلال المشاركة في المؤتمرات والندوات والتواجد في المحافل المحلية والدولية ذات الصلة، وتسهم السياحة الخضراء في جعل السياحة أكثر استدامة من خلال زيادة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والحفاظ على الموارد الطبيعية والثقافية وزيادة الوعي لدى السائحين بالمحافظة على التراث الطبيعي والثقافي وضمان استدامتها على المدى البعيد (الموقع الرسمي لرئاسة مجلس الوزراء: جهاز شئون البيئة، ٢٠١٦).

### الميزة التنافسية

تعتبر الميزة التنافسية هي احدي المكونات الرئيسية لاستراتيجيات المنظمات وغيرها من الهيئات، ويمثل المركز التنافسي الذي تكونه المنظمات والذي يعمل علي تطويره من خلال ما تمتلكه من قدرات ومهارات وقدرات تتيح لها الفرصة بالتفوق علي غيرها من المنافسين (عبد الله وآخرون ٢٠٢١).

أصبحت **الميزة التنافسية** عالمية في جذب السائح جوهريه جدًا؛ ما يؤدي إلى استحواد الدول على أكبر مكاسب ممكنة من السياحة العالمية؛ فقد باتت السياحة في تايلاند وماليزيا وغيرها، أقل سعرًا من السياحة الداخلية في بعض البلاد العربية؛ نتيجة الحصول على هامش ربح قليل، بالإضافة إلى الأرباح الناتجة عن سياحة التسوق التي تغفل عنها بلاد كثيرة، لقد أصبحت العلاقات الطيبة والتواصل مع السائح مقياسًا هامًا للميزة التنافسية، بل من أهم الأبعاد التسويقية التي تتطلب تدريب العاملين في مجال السياحة على معرفة رغبات السائح، والحرص على وجود علاقات طيبة بين العاملين مع بعضهم البعض وتعاملهم كفريق واحد، وتعريفهم بأهمية السياحة للاقتصاد الوطني كمصدر مباشر للدخل.

### أهمية الميزة التنافسية للمقاصد السياحية

- تعطي الميزة التنافسية مؤشراً قوياً للمقاصد السياحية لإحكام سيطرتها علي السوق أكثر من غيرها.
- تعد الميزة التنافسية سلاحاً فعالاً تعتمد عليه العديد من المقاصد السياحية لمواجهة أي تحديات من المنافسين.
- تعتبر الميزة التنافسية معياراً مهماً لنجاح المقاصد، فهي تميزها عن غيرها من المقاصد الأخرى من حيث إيجاد نماذج متميزة يصعب علي المنافسين تقليدها (محمود وآخرون، ٢٠١٨).

### خصائص الميزة التنافسية

- أن تكون مستمرة ومستدامة بمعنى أن تحقق المقاصد السياحية الربحية والسبق علي المدى الطويل وليس علي المدى القصير فقط.
- إن الميزة التنافسية تنتسم بالنسبية مقارنة بالمنافسين أو مقارنتها في فترات زمنية مختلفة.
- أن يتناسب استخدام هذه الميزات التنافسية مع الأهداف والنتائج التي تريد المقاصد السياحية تحقيقها علي المدى القصير والطويل.

## دورة حياة تطور الميزة التنافسية للمقاصد السياحية

تمر دورة حياة الميزة التنافسية للمقاصد السياحية بأربع مراحل أساسية لما يتوافر به من مقومات ولكل مرحلة لها خصائصها المتميزة، لذلك تمثل مراحل التنافسية للمقاصد السياحية وقطاع السياحة أحد العوامل التي تتأثر وتتأثر في تحقيق مستوي من التنافسية بالنسبة للمقاصد السياحية وذلك من خلال الآتي:-

- **المرحلة التنافسية الأولى (التقديم والتطوير):** تعتمد الميزة التنافسية للمقاصد السياحية من خلال عوامل (موروثة أو أساسية)، كما تعتمد المقاصد السياحية في هذه المرحلة علي استكشاف المقصد السياحي حيث تبدأ باكتشاف مجموعة من السائحين لمنطقة سياحية جديدة وتعتبر أول نواة سياحية من خلال تواجد مورد سياحي أو موروثة ثقافي أو أثري، حيث لا يتواجد في هذه المرحلة بنية أساسية وإذا تواجدت تكون دون المستوى، لذا ترتبط الميزة التنافسية في هذه المرحلة بنشأة المقصد السياحي حيث تبدأ الاستثمارات الحكومية في توفير البنية الأساسية اللازمة مع توفير الخدمات والتسهيلات التي تخدم النشاط السياحي (الراجحي وآخرون، ٢٠١٧).
- **المرحلة التنافسية الثانية (النمو):** ترتبط الميزة التنافسية في مرحلة النمو من خلال الاستثمار بمرحلة تنمية المقاصد السياحية، حيث تبدأ زيادة معدلات الاستثمار السياحي وتزايد فرص العمل وتنصف هذه المرحلة في الزيادة بمستوى التوظيف وارتفاع معدلات الأجور في قطاع السياحة، كما تبدأ المقاصد في تكوين سوق سياحي معروف ومحدد، ويتزايد في هذه المرحلة توفير الخدمات والتسهيلات السياحية واحتياجات ورغبات السائحين، وذلك لخدمة أعدادهم المتزايدة نتيجة أن المقاصد السياحية أصبح يتميز بسوق سياحي معروف (محمد، ٢٠٢٣).
- **المرحلة التنافسية الثالثة (النضج):** وترتبط الميزة التنافسية في هذه المرحلة بتكثيف التنمية السياحية حيث تنمو المعدلات السياحية بشكل بطيء حتى تصل المقاصد السياحية لمرحلة التوازن والنضج السياحي، ويتم ابتكار استراتيجيات جديدة وتكنولوجيا جديدة لتطوير وتنويع المنتج السياحي المقدم، ويظهر دور الحكومة في توجيه القطاع الخاص وحماية المنافسة المحلية وتقديم حوافز للاستثمار السياحي وتطوير الصناعات والخدمات المغذية والمكملة للنشاط السياحي (حسن، ٢٠٢١).
- **المرحلة التنافسية الرابعة (الانحدار):** ترتبط الميزة التنافسية في هذه المرحلة الانحدار أو الركود وهي المرحلة التي لا تشهد فيها المقاصد أعداداً متزايدة من السائحين، حيث يتوقف النمو والتدفق السياحي إليها وتتنخفض معدلات الإشغال عند حد معين لا تزيد عنه، وحينها تدخل المقاصد في مرحلة التدهور أو الانحدار نتيجة لتوجه السائحين إلى مقاصد سياحية أخرى منافسة، ومع ذلك قد يظهر اتجاه آخر نحو التجديد في هذه المرحلة بمعنى أن يقوم المقصد بتنمية سياحية تعتمد على مقومات سياحية جديدة تشبع الحاجات والرغبات المتجددة للسائحين، كما أن توافر سياسة تسويقية ناجحة تمنع المقصد من الوصول لمرحلة الانحدار، فالتعرف على السوق واحتياجاته يؤدي الي إعادة اكتشاف وتجديد النشاط بالمقصد السياحية (محمد، ٢٠٢٣).

## منهج البحث

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي وذلك لملاءمته لتحقيق هدف البحث وطبيعته إجراءاته عن طريق وصف ما هو كائن وتحليله واستخلاص الحقائق منه إذ أن المنهج الوصفي لا يقتصر على جمع البيانات وتبويبها وإنما يستهدف التحليل والتفسير للنتائج، عن طريق جمع البيانات الأولية والثانوية.

## عينة البحث

تم اختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية الطبقية من العاملين بالهيئات الرسمية (جهاز شئون البيئة، وزارة السياحة والآثار المصرية، هيئة التنشيط السياحي) والبالغ عددهم (٥٠) مسئول كما تم تحددت عينة الدراسة بخمسة بيانات ديموجرافية تمنح العينة مزيداً من الشمولية، تمثلت في (النوع، العمر، المستوى التعليمي، جه العمل)، والموضحة على النحو التالي :

## جدول (١)

## توصيف عينة البحث

م	البيانات الديموجرافية	عدد التكرارات	النسبة المئوية	الترتيب
١	النوع	ذكر	٦٦%	١
		أنثي	٣٤%	٢
	المجموع	٥٠	١٠٠%	
٢	العمر	أقل من ٣٠ سنة	٨%	٤
		من ٣٠ - ٤٠ سنة	٢٨%	١٤
		من ٤١ - ٥٠ سنة	٤٦%	٢٣
		أكثر من ٥٠ سنة	١٨%	٩
	المجموع	٥٠	١٠٠%	
٣	المستوي التعليمي	بكالوريوس	٦٤%	٣٢
		ماجستير	٢٦%	١٣
		دكتوراه	١٠%	٥
		المجموع	١٠٠%	٥٠
٤	سنوات الخدمة	أقل من ١٠ سنوات	٨%	٤
		من ١٠ - ٢٠ سنة	١٦%	٨
		من ٢١ - ٣٠ سنة	٤٤%	٢٢
		أكثر من ٣٠ سنة	٣٢%	١٦
	المجموع	٥٠	١٠٠%	
٥	جهة العمل	وزارة السياحة والآثار المصرية	١٦%	٨
		هيئة التنشيط السياحي	٣٠%	١٥
		جهاز شئون البيئة	٥٤%	٢٧
		المجموع	١٠٠%	٥٠

يتضح من جدول السابق أن النسبة المئوية الأكبر وفقاً للنوع كانت لصالح فئة (ذكر) حيث بلغت نسبة مقدارها (٦٦.٠٠%)، يليها فئة (أنثي) بنسبة مقدارها (٣٤.٠٠%)، في حين يتضح أن النسبة المئوية الأكبر وفقاً للعمر كانت لصالح الفئة العمرية (من ٤١ سنة إلى ٥٠ سنة) بنسبة مقدارها (٤٦.٠٠%)، يليها الفئة العمرية (من ٣٠

٤٠- سنة) بنسبة مقدارها (٢٨.٠٠٠%)، يليها الفئة العمرية (أكثر من ٥٠ سنة) بنسبة مقدارها (١٨.٠٠٠%)، يليها في المركز الأخير الفئة العمرية (أقل من ٣٠ سنة) بنسبة مقدارها (٨.٠٠٠%)، كما يتضح أن النسبة المئوية الأكبر وفقاً للمستوي التعليمي كانت لصالح فئة (بكالوريوس) بنسبة مقدارها (٦٤.٠٠٠%)، يليها فئة المؤهل العلمي (ماجستير) بنسبة مقدارها (٢٦.٠٠٠%)، يليها في المركز الأخير فئة المؤهل العلمي (دكتوراه) بنسبة مقدارها (١٠.٠٠٠%)، كما يتضح أن النسبة المئوية الأكبر وفقاً لعدد سنوات الخدمة كانت لصالح فئة (من ٢١ - ٣٠ سنة) بنسبة مقدارها (٤٤.٠٠٠%)، يليها فئة (أكثر من ٣٠ سنة) بنسبة مقدارها (٣٢.٠٠٠%)، يليها فئة (من ١٠ - ٢٠ سنة) بنسبة مقدارها (١٦.٠٠٠%)، يليها في المركز الأخير فئة (أقل من ١٠ سنوات) بنسبة مقدارها (٨.٠٠٠%)، في حين يتضح أن النسبة المئوية الأكبر وفقاً لجهة العمل كانت لصالح فئة (جهاز شئون البيئة) بنسبة مقدارها (٥٤.٠٠٠%)، يليها فئة (هيئة التنشيط السياحي) بنسبة مقدارها (١٣.٠٠٠%)، يليها في المركز الأخير فئة (وزارة السياحة والآثار المصرية) بنسبة مقدارها (١٦.٠٠٠%).

### التجربة الاستطلاعية

#### - حساب صدق الإتساق الداخلي أو التجانس الداخلي "صدق المفردات" لعبارات الاستبانة

تم تطبيق الاستبانة يدوياً على عينة استطلاعية من خارج عينة الدراسة الأساسية والتي تكونت من (٢٠) مسئول بالهيئات الرسمية (جهاز شئون البيئة، وزارة السياحة والآثار المصرية، هيئة التنشيط السياحي)، وذلك بهدف حساب صدق الإتساق الداخلي "صدق المفردات" **Internal Consistency** حيث تعتمد هذه الطريقة على مدى ارتباط كل مفردة من مفردات الإستبيان مع المحور الخاص به، وكذلك ارتباط كل مفردة من مفردات الإستبيان بعضها البعض ككل، لذا فقد تم استخدام معامل ارتباط بيرسون **Pearson Coefficient** لاختبار صدق الإستبيان الخاص بعينة الدراسة الاستطلاعية، كما هو موضح بالجدول التالي :

#### جدول (٢)

#### قيمة معامل الارتباط الداخلي لأبعاد محور الاقتصاد الأخضر

$$n = 20$$

مستوي الدلالة Sig	قيمة معامل ارتباط بيرسون R	عبارات المحور الثاني (المياه والبنى التحتية)	مستوي الدلالة Sig	قيمة معامل ارتباط بيرسون R	عبارات المحور الأول (الطاقة والبنى التحتية)
		رقم العبارة			رقم العبارة
٠.٠٠٠	*٠.٧٩٨	-١	٠.٠٠٠	*٠.٨٦٥	-١
٠.٠٠٠	*٠.٨٦٢	-٢	٠.٠٠٠	*٠.٩١٠	-٢
٠.٠٠٠	*٠.٨٧١	-٣	٠.٠٠٠	*٠.٨٢١	-٣
٠.٠٠٠	*٠.٧٥٧	-٤	٠.٠٠٠	*٠.٧٨٩	-٤
٠.٠٠٠	*٠.٨٠٧	قيمة الارتباط الكلي للمحور الثاني	٠.٠٠٠	*٠.٨١٢	قيمة الارتباط الكلي للمحور الأول

مستوي الدلالة Sig	قيمة معامل ارتباط بيرسون R	عبارات المحور الرابع (الإدارة المستدامة للموارد الطبيعية)	مستوي الدلالة Sig	قيمة معامل ارتباط بيرسون R	عبارات المحور الثالث (الحد من تغيرات المناخ)
		رقم العبارة			رقم العبارة
٠.٠٠٠	*٠.٨٨٨	-١	٠.٠٠١	*٠.٧٦٩	-١
٠.٠٠٠	*٠.٨٥٢	-٢	٠.٠٠٠	*٠.٩١٣	-٢
٠.٠٠٠	*٠.٧٧١	-٣	٠.٠٠٠	*٠.٨٥٧	-٣
٠.٠٠٠	*٠.٧٩٨	-٤	٠.٠٠٠	*٠.٧٩٨	-٤
٠.٠٠٠	*٠.٨٤٧	قيمة الارتباط الكلي للمحور الرابع	٠.٠٠٠	*٠.٨٢٧	قيمة الارتباط الكلي للمحور الثالث

يتضح من جدول (٢) الخاص بمعاملات الارتباط الداخلي لأبعاد محور الاقتصاد الأخضر، أن هناك ارتباط موجباً دال عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  ودرجة حرية (١٨) بين جميع درجات كل عبارة والمجموع الكلي لدرجات المحور الخاص به كل على حدة، حيث تراوح معامل ارتباط بيرسون في البعد الأول الخاص بالطاقة والبنية التحتية (من ٠.٧٨٩ إلى ٠.٩١٠) وقد بلغ معامل الارتباط الكلي للمحور الأول (٠.٨١٢)، وقد تراوح معامل ارتباط بيرسون في البعد الثاني الخاص بالمياه والبنية التحتية (من ٠.٧٥٧ إلى ٠.٨٧١) وقد بلغ معامل الارتباط الكلي للمحور الثاني (٠.٨٠٧)، وقد تراوح معامل ارتباط بيرسون في المحور الثالث الخاص بالحد من تغيرات المناخ (من ٠.٧٦٩ إلى ٠.٩١٣) وقد بلغ معامل الارتباط الكلي للمحور الثالث (٠.٨٢٧)، وقد تراوح معامل ارتباط بيرسون في المحور الرابع الخاص بالإدارة المستدامة للموارد الطبيعية (من ٠.٧٧١ إلى ٠.٨٨٨) وقد بلغ معامل الارتباط الكلي للمحور الرابع (٠.٨٤٧)، مما يدل على الإتساق الداخلي بين كل عبارة مع المحور الخاص به، وبالتالي صدق العبارات في التعبير عن هذا البعد وقياسه.

### جدول (٣)

قيمة معامل الارتباط الداخلي لأبعاد محور الميزة التنافسية

ن = ٢٠

مستوي الدلالة Sig	قيمة معامل ارتباط بيرسون R	عبارات المحور الثاني (الجودة)	مستوي الدلالة Sig	قيمة معامل ارتباط بيرسون R	عبارات المحور الأول (التكلفة)
		رقم العبارة			رقم العبارة
٠.٠٠٠	*٠.٨١٤	-١	٠.٠٠١	*٠.٧٤٧	-١
٠.٠٠٠	*٠.٧٥٩	-٢	٠.٠٢٠	*٠.٧٣٩	-٢
٠.٠٠٠	*٠.٧٩٨	-٣	٠.٠٠٠	*٠.٧٩٥	-٣
٠.٠٠٠	*٠.٧٥٩	قيمة الارتباط الكلي للمحور الثاني	٠.٠٠٠	*٠.٧٦٢	قيمة الارتباط الكلي للمحور الأول

مستوي الدلالة Sig	قيمة معامل ارتباط بيرسون R	عبارات المحور الرابع (مميزات تنافسية أخرى)	مستوي الدلالة Sig	قيمة معامل ارتباط بيرسون R	عبارات المحور الثالث (المرونة والاستجابة للسائح)
		رقم العبارة			رقم العبارة
٠.٠٠٠	*٠.٨٥٤	-١	٠.٠٠٠	*٠.٧٥٤	-١
٠.٠٠٠	*٠.٧٥٣	-٢	٠.٠٠٠	*٠.٩٠١	-٢
٠.٠٠٠	*٠.٨٠١	-٣	٠.٠٠٠	*٠.٨٧٠	-٣
٠.٠٠٠	*٠.٨٢٢	قيمة الارتباط الكلي للمحور الرابع	٠.٠٠٠	*٠.٨٦٢	قيمة الارتباط الكلي للمحور الثالث

يتضح من جدول (٣) الخاص بمعاملات الارتباط الداخلي لأبعاد محور الميزة التنافسية، أن هناك ارتباط موجباً دال عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  ودرجة حرية (١٨) بين جميع درجات كل عبارة والمجموع الكلي لدرجات المحور الخاص به كل على حدة، حيث تراوح معامل ارتباط بيرسون في البعد الأول الخاص بالتكلفة (من ٠.٧٣٩ إلى ٠.٧٩٥) وقد بلغ معامل الارتباط الكلي للمحور الأول (٠.٧٦٢)، وقد تراوح معامل ارتباط بيرسون في البعد الثاني الخاص الجودة (من ٠.٧٥٩ إلى ٠.٨١٤) وقد بلغ معامل الارتباط الكلي للمحور الثاني (٠.٧٥٩)، وقد تراوح معامل ارتباط بيرسون في المحور الثالث الخاص بالمرونة والاستجابة للسائح (من ٠.٧٥٤ إلى ٠.٩٠١) وقد بلغ معامل الارتباط الكلي للمحور الثالث (٠.٨٦٢)، وقد تراوح معامل ارتباط بيرسون في المحور الرابع الخاص بمميزات تنافسية أخرى (من ٠.٧٥٣ إلى ٠.٨٥٤) وقد بلغ معامل الارتباط الكلي للمحور الرابع (٠.٨٢٢)، مما يدل على الإتساق الداخلي بين كل عبارة مع المحور الخاص به، وبالتالي صدق العبارات في التعبير عن هذا البعد وقياسه.

- حساب معامل الثبات بطريقة معامل ألفا كرونباخ :

جدول (٤)

قيمة معامل ألفا كرونباخ لبيان ثبات الاستبانة

ن = ٢٠

قيمة معامل ألفا كرونباخ		عدد العبارات		المحاور	
*٠.٨٥٤	*٠.٨٢٤	١٦ عبارة	٤ عبارات	الطاقة والبنى التحتية	
	*٠.٩٣٥		٤ عبارات	المياه والبنى التحتية	
	*٠.٩١٠		٤ عبارات	الحد من تغيرات المناخ	
	*٠.٨٧٩		٤ عبارات	الإدارة المستدامة للموارد الطبيعية	
				المحور الأول الاقتصاد الأخضر	

*٠.٨٩٠	*٠.٩٠٥	١٢ عبارة	٣ عبارات	التكلفة	المحور الثاني الميزة التنافسية
	*٠.٨٦٩		٣ عبارات	الجودة	
	*٠.٨٤٧		٣ عبارات	المرونة والاستجابة للسائح	
	*٠.٨١٢		٣ عبارات	مميزات تنافسية أخرى	
*٠.٩٢٨		٢٨ عبارة	إجمالي مجموع الاستبيان		

يتضح من جدول (٤) أن جميع معاملات الثبات بطريقة معامل ألفا كرونباخ مرتفعة ولذلك لمحاور وأبعاد الاستبانة، حيث تراوحت قيمة معامل ألفا كرونباخ ما بين (٠.٨١٢ إلى ٠.٩١٠) كما تراوحت قيمة معامل ألفا كرونباخ الإجمالية للاستبانة ككل (٠.٩٢٨) مما يدل على ثبات الاستبانة، وجاهزيتها للتطبيق.

### تطبيق الاستبانة

تم تطبيق الاستبانة الكترونياً من شهر أكتوبر سنة ٢٠٢٣م وحتى شهر نوفمبر سنة ٢٠٢٣م، على عينة الدراسة الأساسية والبالغ عددها (٥٠) استمارة، وذلك للحصول على الإجابات لعبارات الاستبانة لجمع المعلومات اللازمة لإجراء التحليل الإحصائي.

### عرض ومناقشة النتائج

#### المحور الأول (البعد الأول): الطاقة والبنية التحتية

#### جدول (٥)

#### المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعد الطاقة والبنية التحتية

$$n = 50$$

م	عبارات البعد الأول	المتوسط	الانحراف	الأهمية النسبية	الترتيب
١	يسعى الاقتصاد الأخضر التحول إلى استخدام الطاقة النظيفة المتجددة (طاقة الرياح - طاقة الأمواج - الطاقة الشمسية) بالمقاصد السياحية.	٤.٢٥	٠.٦٤٣	موافق بشدة	١
٢	يسعى الاقتصاد الأخضر في تقليل انبعاثات العوادم الكربونية التي تؤثر على استدامة المقاصد السياحية.	٤.٠٩	٠.٧٠٧	موافق	٣
٣	يستخدم الاقتصاد الأخضر وسائل تكنولوجية جديدة تقلل من الأثر السلبي على البيئة.	٤.١٧	٠.٧٢٣	موافق	٢
٤	يقوم الاقتصاد الأخضر بتقييم الأثر البيئي وتطبيق معايير حماية البيئة في محطات توليد الطاقة.	٣.٩٥	٠.٨٤٦	موافق	٤
	إجمالي البعد الأول	٤.١٢	٠.٧٣٠	موافق	

يتضح من جدول (٦) أن البعد الأول الخاص بالطاقة والبنى التحتية بالإدارة المستدامة للاقتصاد الأخضر قد بلغ المتوسط الحسابي لإجمالي البعد ٤.١٢ بانحراف معياري ٠.٧٣٠ وان الاتجاه العام يميل نحو الموافقة، ولقد تباينت آراء عينة البحث في الاستجابات نحو عبارات هذا البعد والذي تم ترتيبها تنازلياً كالتالي :

احتلت المركز الأول عبارة (يسعي الاقتصاد الأخضر التحول إلي استخدام الطاقة النظيفة المتجددة (طاقة الرياح - طاقة الأمواج - الطاقة الشمسية) بالمقاصد السياحية) حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.٢٥) بانحراف المعياري (٠.٦٤٣) وأن آراء عينة البحث يميل نحو موافق بشدة، كما احتلت المركز الثاني عبارة (يستخدم الاقتصاد الأخضر وسائل تكنولوجية جديدة تقلل من الأثر السلبي علي البيئة) حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.١٧) بانحراف معياري (٠.٧٢٣) وأن آراء عينة البحث يميل نحو موافق، كما احتلت المركز الثالث عبارة (يسعي الاقتصاد الأخضر في تقليل انبعاثات العودام الكربونيه التي تؤثر على استدامة المقاصد السياحية) حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.٠٩) بانحراف معياري (٠.٧٠٧) وأن آراء عينة البحث يميل نحو موافق، واحتلت المركز الرابع والأخير عبارة (يقوم الاقتصاد الأخضر بتقييم الأثر البيئي وتطبيق معايير حماية البيئة في محطات توليد الطاقة) حيث بلغ المتوسط الحسابي (٣.٩٥) بانحراف معياري (٠.٨٤٦) وأن آراء عينة البحث يميل نحو موافق.

### جدول (٦)

#### المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعد المياه والبنى التحتية

ن = ٥٠

م	عبارات البعد الثاني المياه والبنى التحتية	المتوسط	الانحراف	الأهمية النسبية	الترتيب
١	يهدف الاقتصاد الأخضر علي إدخال الإدارة المتكاملة لموارد المياه وترشيد استهلاك استخدامات المياه العذبة أو تحلية مياه البحر.	٤.٦١	٠.٤٦٣	موافق بشدة	١
٢	يعمل الاقتصاد الأخضر علي تشجيع مشاركة وإسهامات القطاع الخاص في مشروعات الاستثمار الخاصة بمياه الشرب وإعادة استخدام مياه الصرف المعالج.	٤.٣٨	٠.٦٨٨	موافق بشدة	٣
٣	يشجع الاقتصاد الأخضر علي استخدام أصناف زراعية أقل استهلاكاً للموارد المياه.	٤.٢٧	٠.٧٥٤	موافق بشدة	٤
٤	يستغل الاقتصاد الأخضر مياه البحر في (إنشاء الموانئ - الصيد البحري - السياحة الشاطئية - السياحة الترفيهية) بالمقاصد والأماكن السياحية.	٤.٥٣	٠.٦٠١	موافق بشدة	٢
	<b>إجمالي البعد الثاني</b>	<b>٤.٤٥</b>	<b>٠.٦٢٧</b>	<b>موافق بشدة</b>	

يتضح من جدول (٧) أن البعد الثاني الخاص بالمياه والبنى التحتية بالإدارة المستدامة للاقتصاد الأخضر قد بلغ المتوسط الحسابي لإجمالي البعد ٤.٤٥ بانحراف معياري ٠.٦٢٧ وان الاتجاه العام يميل نحو موافق بشدة، ولقد تباينت آراء عينة البحث في الاستجابات نحو عبارات هذا البعد والذي تم ترتيبها تنازلياً كالتالي :

احتلت المركز الأول عبارة (يهدف الاقتصاد الأخضر علي إدخال الإدارة المتكاملة لموارد المياه وترشيد استهلاك استخدامات المياه العذبة أو تحلية مياه البحر) حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.٦١) بانحراف المعياري (٠.٤٦٣) وأن آراء عينة البحث يميل نحو موافق بشدة، كما احتلت المركز الثاني عبارة (يستغل الاقتصاد الأخضر مياه البحر في (إنشاء الموانئ - الصيد البحري - السياحة الشاطئية - السياحة الترفيهية) بالمقاصد والأماكن السياحية) حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.٥٣) بانحراف معياري (٠.٦٠١) وأن آراء عينة البحث يميل نحو موافق بشدة، كما احتلت المركز الثالث عبارة (يعمل الاقتصاد الأخضر علي تشجيع مشاركة وإسهامات القطاع الخاص في مشروعات الاستثمار الخاصة بمياه الشرب وإعادة استخدام مياه الصرف المعالج) حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.٣٨) بانحراف معياري (٠.٦٨٨) وأن آراء عينة البحث يميل نحو موافق بشدة، واحتلت المركز الرابع والأخير عبارة (يشجع الاقتصاد الأخضر علي استخدام أصناف زراعية أقل استهلاك للموارد المياه) حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.٢٧) بانحراف معياري (٠.٧٥٤) وأن آراء عينة البحث يميل نحو موافق بشدة.

### جدول (٧)

#### المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعد الحد من تغيرات المناخ

ن = ٥٠

م	عبارات البعد الثالث الحد من تغيرات المناخ	المتوسط	الانحراف	الأهمية النسبية	الترتيب
١	يسهم الاقتصاد الأخضر في الحد من التغيرات المناخية.	٤.٧٣	٠.٣٦٧	موافق بشدة	١
٢	يسعي الاقتصاد الأخضر علي ترشيد استهلاك الموارد الطبيعية عن طريق برامج نوعية للمواطنين لمواجهة التأثيرات السلبية للتغيرات المناخية.	٤.٥٥	٠.٦٢٣	موافق بشدة	٤
٣	يلزم الاقتصاد الأخضر المقاصد السياحية بعدم قطع الأشجار للحد من استنزاف الموارد الطبيعية للبيئة.	٤.٦١	٠.٥٩١	موافق بشدة	٣
٤	يسعي الاقتصاد الأخضر في الحفاظ علي الغطاء النباتي والعمل في تشجير الأراضي وإنشاء أحزمة خضراء لمواجهة آثار تغير المناخ.	٤.٦٨	٠.٤٨٠	موافق بشدة	٢
	إجمالي البعد الثالث	٤.٦٤	٠.٥١٥	موافق بشدة	

يتضح من جدول (٨) أن البعد الثالث الخاص بالحد من تغيرات المناخ بالإدارة المستدامة للاقتصاد الأخضر قد بلغ المتوسط الحسابي لإجمالي البعد ٤.٦٤ بانحراف معياري ٠.٥١٥ وان الاتجاه العام يميل نحو موافق بشدة، ولقد تباينت آراء عينة البحث في الاستجابات نحو عبارات هذا البعد والذي تم ترتيبها تنازليا كالتالي :

احتلت المركز الأول عبارة (يسهم الاقتصاد الأخضر في الحد من التغيرات المناخية) حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.٧٣) بانحراف المعياري (٠.٣٦٧) وأن آراء عينة البحث يميل نحو موافق بشدة، كما احتلت المركز الثاني عبارة (يسعي الاقتصاد الأخضر في الحفاظ علي الغطاء النباتي والعمل في تشجير الأراضي وإنشاء أحزمة خضراء لمواجهة آثار تغير المناخ) حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.٦٨) بانحراف معياري (٠.٤٨٠) وأن

آراء عينة البحث يميل نحو موافق بشدة، كما احتلت المركز الثالث عبارة (يلزم الاقتصاد الأخضر المقاصد السياحية بعدم قطع الأشجار للحد من استنزاف الموارد الطبيعية للبيئة) حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.٦١) بانحراف معياري (٠.٥٩١) وأن آراء عينة البحث يميل نحو موافق بشدة، واحتلت المركز الرابع والأخير عبارة (يسعى الاقتصاد الأخضر علي ترشيد استهلاك الموارد الطبيعية عن طريق برامج توعية للمواطنين لمواجهة التأثيرات السلبية للتغيرات المناخية) حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.٥٥) بانحراف معياري (٠.٦٢٣) وأن آراء عينة البحث يميل نحو موافق بشدة.

### جدول رقم (٨)

#### المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعء الإدارة المستدامة للموارد الطبيعية

ن = ٥٠

م	عبارات البعد الرابع الإدارة المستدامة للموارد الطبيعية	المتوسط	الانحراف	الأهمية النسبية	الترتيب
١	يسعى الاقتصاد الأخضر علي الحفاظ علي الموارد البيئية الطبيعية وحمايتها.	٤.٣٣	٠.٤٣١	موافق بشدة	١
٢	تستند الإدارة المستدامة للموارد الطبيعية علي البعد اقتصادي الذي يقضي بزيادة رفاهية المجتمع.	٤.٢١	٠.٤٧٦	موافق بشدة	٢
٣	تهدف الإدارة المستدامة للموارد الطبيعية إلي إنشاء العلاقة بين الطبيعية والبشر لها بعد إنساني واجتماعي معاً.	٤.١٥	٠.٦٧٨	موافق	٣
٤	يهتم البعد التقني والإداري للإدارة المستدامة للموارد الطبيعية بالتحول إلى تكنولوجيات أنظف وأكثر تنقل المجتمع إلى عنصر يستخدم أقل قدر من الطاقة والموارد ومراعاة النظم الايكولوجية وتوازنها لبقاء واستمرارية هذه الموارد.	٤.٠٧	٠.٧١١	موافق	٤
	إجمالي البعد الرابع	٤.١٩	٠.٥٧٤	موافق	

يتضح من جدول (٩) أن البعد الرابع الخاص بالإدارة المستدامة للموارد الطبيعية بالإدارة المستدامة للاقتصاد الأخضر قد بلغ المتوسط الحسابي لإجمالي البعد ٤.١٩ بانحراف معياري ٠.٥٧٤ وان الاتجاه العام يميل نحو موافق، ولقد تباينت آراء عينة البحث في الاستجابات نحو عبارات هذا البعد والذي تم ترتيبها تنازلياً كالتالي :

احتلت المركز الأول عبارة (يسعى الاقتصاد الأخضر علي الحفاظ علي الموارد البيئية الطبيعية وحمايتها) حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.٣٣) بانحراف المعيارى (٠.٤٣١) وأن آراء عينة البحث يميل نحو موافق بشدة، كما احتلت المركز الثاني عبارة (تستند الإدارة المستدامة للموارد الطبيعية علي البعد اقتصادي الذي يقضي بزيادة رفاهية المجتمع) حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.٢١) بانحراف معياري (٠.٤٧٦) وأن آراء عينة البحث يميل نحو موافق بشدة، كما احتلت المركز الثالث عبارة (تهدف الإدارة المستدامة للموارد الطبيعية إلي إنشاء العلاقة بين الطبيعية والبشر لها بعد إنساني واجتماعي معاً) حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.١٥) بانحراف معياري (٠.٦٧٨) وأن آراء عينة البحث يميل نحو موافق، واحتلت المركز الرابع والأخير عبارة (يهتم البعد التقني والإداري للإدارة المستدامة للموارد الطبيعية بالتحول إلى تكنولوجيات أنظف وأكثر تنقل المجتمع إلى عنصر

يستخدم أقل قدر من الطاقة والموارد ومراعاة النظم الايكولوجية وتوازنها لبقاء واستمرارية هذه الموارد) حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.٠٧) بانحراف معياري (٠.٧١١) وأن آراء عينة البحث يميل نحو موافق.

المحور الثاني : الميزة التنافسية

### جدول (٩)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعد التكلفة

ن = ٥٠

م	عبارات البعد الأول التكلفة	المتوسط	الانحراف	الأهمية النسبية	الترتيب
١	تتوفر بمصر خدمات سياحية متنوعة الأسعار وذات جودة عالية ومناسبة للسائحين.	٤.٥١	٠.٤٣٦	موافق بشدة	١
٢	تتناسب تكلفة الخدمات السياحية المعروضة مع أسعارها.	٤.٢٤	٠.٦١٢	موافق بشدة	٣
٣	أسعار الخدمات السياحية تلبى احتياجات ورغبات السائحين.	٤.٤٢	٠.٥٥٠	موافق بشدة	٢
	إجمالي البعد الأول	٤.٣٩	٠.٥٣٣	موافق بشدة	

يتضح من جدول (١٠) أن البعد الأول الخاص بالتكلفة بمحو الميزة التنافسية قد بلغ المتوسط الحسابي لإجمالي البعد ٤.٣٩ بانحراف معياري ٠.٥٣٣ وان الاتجاه العام يميل نحو موافق بشدة، ولقد تباينت آراء عينة البحث في الاستجابات نحو عبارات هذا البعد والذي تم ترتيبها تنازليا كالتالي :

احتلت المركز الأول عبارة (تتوفر بمصر خدمات سياحية متنوعة الأسعار وذات جودة عالية ومناسبة للسائحين) حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.٥١) بانحراف المعيارى (٠.٤٣٦) وأن آراء عينة البحث يميل نحو موافق بشدة، كما احتلت المركز الثاني عبارة (أسعار الخدمات السياحية تلبى احتياجات ورغبات السائحين) حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.٤٢) بانحراف معياري (٠.٥٥٠) وأن آراء عينة البحث يميل نحو موافق بشدة، واحتلت المركز الثالث والأخير عبارة (تتناسب تكلفة الخدمات السياحية المعروضة مع أسعارها) حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.٢٤) بانحراف معياري (٠.٦١٢) وأن آراء عينة البحث يميل نحو موافق بشدة.

## جدول رقم (١٠)

## المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعدها الجودة

ن = ٥٠

م	عبارات البعد الثاني الجودة	المتوسط	الانحراف	الأهمية النسبية	الترتيب
١	تتميز الخدمات السياحية بشكل عام بمستوي جودة عالي.	٤.٣٠	٠.٦٦٧	موافق بشدة	١
٢	تهتم المنشآت السياحية بأخذ آراء العملاء حول مستويات الجودة المطلوبة.	٤.١٧	٠.٦٨٩	موافق	٢
٣	يتميز العاملون بالمنشآت السياحية بمستوي أداء ومهارات جيدة.	٤.١١	٠.٧١٠	موافق	٣
	<b>إجمالي البعد الثاني</b>	<b>٤.١٩</b>	<b>٠.٦٨٩</b>	<b>موافق</b>	

يتضح من جدول (١١) أن البعد الثاني الخاص بالجودة بمحور الميزة التنافسية قد بلغ المتوسط الحسابي لإجمالي البعد ٤.١٩ بانحراف معياري ٠.٦٨٩ وان الاتجاه العام يميل نحو موافق، ولقد تباينت آراء عينة البحث في الاستجابات نحو عبارات هذا البعد والذي تم ترتيبها تنازلياً كالتالي :

احتلت المركز الأول عبارة (تتميز الخدمات السياحية بشكل عام بمستوي جودة عالي) حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.٥١) بانحراف المعيارى (٠.٤٣٦) وأن آراء عينة البحث يميل نحو موافق بشدة، كما احتلت المركز الثاني عبارة (تهتم المنشآت السياحية بأخذ آراء العملاء حول مستويات الجودة المطلوبة) حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.١٧) بانحراف معياري (٠.٦٨٩) وأن آراء عينة البحث يميل نحو موافق، واحتلت المركز الثالث والأخير عبارة (يتميز العاملون بالمنشآت السياحية بمستوي أداء ومهارات جيدة) حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.١١) بانحراف معياري (٠.٧١٠) وأن آراء عينة البحث يميل نحو موافق.

## جدول (١١)

## المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعدها المرنة والاستجابة للسائح

ن = ٥٠

م	عبارات البعد الثالث المرنة والاستجابة للسائح	المتوسط	الانحراف	الأهمية النسبية	الترتيب
١	تتميز المنشآت السياحية بتسليم المنتجات السياحية في وقت قصير ومناسب وبسرعة.	٤.١٣	٠.٧٧٧	موافق	٢
٢	تقوم المنشآت السياحية بتعويض العملاء عند حدوث خطأ أو مشكلة.	٤.٠١	٠.٨١٢	موافق	٣
٣	تقوم المنشآت بإجراء تغييرات أو تعديلات علي المنتجات السياحية وفقاً لرغبات السائحين.	٤.٢٢	٠.٧٦٥	موافق بشدة	١
	<b>إجمالي البعد الثالث</b>	<b>٤.١٢</b>	<b>٠.٧٨٥</b>	<b>موافق</b>	

يتضح من جدول (١٢) أن البعد الثالث الخاص بالمرونة والاستجابة للسائح بمحور الميزة التنافسية قد بلغ المتوسط الحسابي لإجمالي البعد ٤.١٢ بانحراف معياري ٠.٧٨٥ وان الاتجاه العام يميل نحو موافق، ولقد تباينت آراء عينة البحث في الاستجابات نحو عبارات هذا البعد والذي تم ترتيبها تنازلياً كالتالي : احتلت المركز الأول عبارة (تقوم المنشآت بإجراء تغييرات أو تعديلات علي المنتجات السياحية وفقاً لرغبات السائحين) حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.٢٢) بانحراف المعياري (٠.٧٦٥) وأن آراء عينة البحث يميل نحو موافق بشدة، كما احتلت المركز الثاني عبارة (تتميز المنشآت السياحية بتسليم المنتجات السياحية في وقت قصير ومناسب وبسرعة) حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.١٣) بانحراف معياري (٠.٧٧٧) وأن آراء عينة البحث يميل نحو موافق، واحتلت المركز الثالث والأخير عبارة (تقوم المنشآت السياحية بتعويض العملاء عند حدوث خطأ أو مشكلة) حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.٠١) بانحراف معياري (٠.٨١٢) وأن آراء عينة البحث يميل نحو موافق.

### جدول (١٢)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعد مميزات تنافسية أخرى

ن = ٥٠

م	عبارات البعد الرابع مميزات تنافسية أخرى	المتوسط	الانحراف	الأهمية النسبية	الترتيب
١	تتميز الخدمات السياحية المصرية بطابع خاص عن غيرها.	٤.٦٩	٠.٣٢٠	موافق بشدة	١
٢	تختلف المنتجات السياحية المصرية الصنع بجاذبية ورونق خاص عن غيرها من المنتجات.	٤.٦٩	٠.٣٧٤	موافق بشدة	١
٣	تنوع الأنماط السياحية بمصر وموقعها الفريد يمنحها ميزة تنافسية خاصة عن غيرها.	٤.٦٢	٠.٤٥١	موافق بشدة	٢
	إجمالي البعد الرابع	٤.٦٧	٠.٣٨٢	موافق بشدة	

يتضح من جدول (١٣) أن البعد الرابع الخاص بمميزات تنافسية أخرى بمحور الميزة التنافسية قد بلغ المتوسط الحسابي لإجمالي البعد ٤.٦٧ بانحراف معياري ٠.٣٨٢ وان الاتجاه العام يميل نحو موافق بشدة، ولقد تباينت آراء عينة البحث في الاستجابات نحو عبارات هذا البعد والذي تم ترتيبها تنازلياً كالتالي : احتلت المركز الأول اشتراك عبارتي (تتميز الخدمات السياحية المصرية بطابع خاص عن غيرها) و(تختلف المنتجات السياحية المصرية الصنع بجاذبية ورونق خاص عن غيرها من المنتجات) بمتوسط حسابي واحد بلغ (٤.٦٩) وانحراف المعياري على التوالي (٠.٣٢٠) (٠.٣٧٤) وأن آراء عينة البحث يميل نحو موافق بشدة، كما احتلت المركز الثاني والأخير عبارة (تنوع الأنماط السياحية بمصر وموقعها الفريد يمنحها ميزة تنافسية خاصة عن غيرها) حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.٦٢) بانحراف معياري (٠.٤٥١) وأن آراء عينة البحث يميل نحو موافق بشدة.

## اختبار صحة فروض الدراسة

تنص الفرضية علي أنه " هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ بين أبعاد الإدارة المستدامة للاقتصاد الأخضر وبين الميزة التنافسية بالمقاصد السياحية المصرية"، واختبار صحة هذه الفرضية تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط، وذلك على النحو التالي:

## جدول (١٣)

## تحليل الانحدار الخطي البسيط للعلاقة بين الإدارة المستدامة للاقتصاد الأخضر

## وبين الميزة التنافسية بالمقاصد السياحية المصرية

P. Value	قيمة "ت"	معامل الانحدار الجزئي المعياري Beta	معامل الانحدار الجزئي B	المتغير المستقل
٠.٠٠٠٠	*٢٤.٢٢١	٠.٨٦٦	٠.٨٧٢	محور الإدارة المستدامة للاقتصاد الأخضر (X)
٠.٠٠٠٠	*٣.١٨٢	---	٠.٤٦٦	ثابت الانحدار ( $\alpha$ )
- معامل الارتباط $R = ٠.٨٦٦$ - معامل التحديد $R^2 = ٠.٨٤٩$ - معامل التحديد المعدل $= ٠.٨٤٧$ - قيمة $F = ٣٨٦.٥٦٧$ - قيمة P. Value للنموذج $= ٠.٠٠٠٠$ - مستوى الثقة (٩٥%) - نسبة الخطأ في النموذج $= ١٣.٤٠\%$ - المتغير التابع (Y): محور الميزة التنافسية بالمقاصد السياحية المصرية.				

يتضح من جدول (١٤) ما يلي :

- بلغت قيمة F (٣.٨٦) بدلالة P. Value البالغة (٠.٠٠٠٠) وهذه القيمة أقل من مستوى الدلالة ٠.٠٥  $\alpha \leq$ ، مما يدل على معنوية نموذج الانحدار الخطي البسيط للعلاقة بين متغيري الدراسة، وبناء عليه تقبل الفرضية.
- بلغت قيمة معامل الارتباط  $R$  بين متغيرات الدراسة (٠.٨٦٦) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠٠)، مما يدل على قوة وارتفاع العلاقة الطردية بين المتغيرين.
- تشير القيمة الموجبة لمعامل انحدار المتغير المستقل بيتا ( $\beta$ ) إلى طردية العلاقة بينه وبين المتغير التابع، ويفسر ذلك بأنه كلما زادت الإدارة المستدامة للاقتصاد الأخضر كلما زاد بنسبة قوة جداً من الميزة التنافسية بالمقاصد السياحية المصرية.
- يتضح أن المتغير المستقل يفسر نسبة (٨٦.٦٠%) من التغير الحادث في المتغير التابع، وذلك وفقاً لما تشير إليه قيمة معامل التحديد  $R^2$ .
- تشير نسبة الخطأ في النموذج أن نسبة (١٣.٤٠%) من التباين الناتج عن قياس أثر المتغير المستقل في المتغير التابع موضع الدراسة، إنما يرجع إلى عوامل أخرى عشوائية لم يرد ذكرها بالنموذج.

## النتائج

- يسعى الاقتصاد الأخضر التحول إلى استخدام الطاقة النظيفة المتجددة وتقليل انبعاثات العوادم الكربونية التي تؤثر على استدامة المقاصد السياحية.
- يستخدم الاقتصاد الأخضر وسائل تكنولوجية جديدة لتقييم الأثر البيئي وتقلل الأثر السلبي على البيئة.
- يسعى الاقتصاد الأخضر علي إدخال الإدارة المتكاملة لموارد المياه وترشيد استهلاك استخدامات المياه العذبة أو تحليه مياه البحر.
- يستغل الاقتصاد الأخضر مياه البحر في (إنشاء الموانئ، الصيد البحري، السياحة الشاطئية، السياحة الترفيهية) بالمقاصد السياحية، كما يعمل علي تشجيع مشاركة وإسهامات القطاع الخاص في مشروعات الاستثمار الخاصة بمياه الشرب وإعادة استخدام مياه الصرف المعالج.
- يشجع الاقتصاد الأخضر علي استخدام أصناف زراعية أقل استهلاك للموارد المياه.
- يسهم الاقتصاد الأخضر في الحد من التغيرات المناخية.
- يسعى الاقتصاد الأخضر في الحفاظ علي الغطاء النباتي والعمل على تشجير الأراضي وعدم قطع الأشجار للحد من استنزاف الموارد الطبيعية للبيئة مع إنشاء أحزمة خضراء لمواجهة آثار تغير المناخ بالمقاصد السياحية.
- يسعى الاقتصاد الأخضر علي ترشيد استهلاك الموارد الطبيعية عن طريق برامج توعية للمواطنين.
- يسعى الاقتصاد الأخضر علي الحفاظ علي الموارد البيئية الطبيعية وحمايتها.
- تستند الإدارة المستدامة للموارد الطبيعية علي البعد اقتصادي الذي يقضي بزيادة رفاهية المجتمع.
- تستند الإدارة المستدامة للموارد الطبيعية إلي إنشاء العلاقة بين الطبيعية والبشر لها بعد إنساني واجتماعي معاً.
- يهتم البعد التقني والإداري للإدارة المستدامة للموارد الطبيعية بالتحول إلى تكنولوجيات أنظف وأكثر تنقل المجتمع إلى عنصر يستخدم أقل قدر من الطاقة والموارد ومراعاة النظم الايكولوجية وتوازنها لبقاء واستمرارية هذه الموارد.
- تتوفر بمصر خدمات سياحية متنوعة الأسعار وذات جودة عالية ومناسبة للسائحين.
- أسعار الخدمات السياحية تلبي احتياجات ورغبات السائحين.
- تتناسب تكلفة الخدمات السياحية المعروضة مع أسعارها.
- تتميز الخدمات السياحية بشكل عام بمستوي جودة عالي.

- تهتم المنشآت السياحية بأخذ آراء العملاء حول مستويات الجودة المطلوبة.
- يتميز العاملون بالمنشآت السياحية بمستوي أداء ومهارات جيدة.
- تقوم المنشآت بإجراء تغييرات أو تعديلات علي المنتجات السياحية وفقاً لرغبات السائحين.
- تتميز المنشآت السياحية بتسليم المنتجات السياحية في وقت قصير ومناسب وبسرعة.
- تتميز الخدمات السياحية المصرية بطابع خاص عن غيرها.
- تختلف المنتجات السياحية المصرية الصنع بجاذبية ورونق خاص عن غيرها من المنتجات.
- تتوع الأنماط السياحية بمصر وموقعها الفريد يمنحها ميزة تنافسية خاصة عن غيرها.

#### نتائج فرضية البحث

- هناك علاقة طردية موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوي معنوية ٠,٠٥، بين أبعاد الإدارة المستدامة للاقتصاد الأخضر وبين الميزة التنافسية بالمقاصد السياحية المصرية، حيث أنه كلما زادت الإدارة المستدامة للاقتصاد الأخضر كلما زاد بنسبة قوة جداً من الميزة التنافسية بالمقاصد السياحية المصرية.

#### التوصيات

- تفعيل الإدارة المستدامة للاقتصاد الأخضر لدوره الفعال في تشكيل طريقاً نحو تحقيق التنمية المستدامة من خلال تعظيم المنافع التجارية والتنافسية والنمو وحماية البيئة والصحة العامة.
- وضع مجموعة من الاشتراطات البيئية للحد من تراجع التنافسية في بعض المقاصد السياحية.
- ضرورة تعزيز الميزة التنافسية للمقاصد السياحية مما يزيد من تحسين الخدمات السياحية ويزيد من الطلب السياحي لتلك المقاصد.
- وضع آليات للحد من التكتيف السياحي لبعض المقاصد السياحية مع مراعاة تطبيق النظم البيئية والإدارة المستدامة للحد من سوء استغلال الموارد الطبيعية واستنزافها.
- إدراج البعد التنافسي كأساس لإعداد وصياغة استراتيجيات التنمية السياحية للمقاصد السياحية المصرية.

#### المراجع

- الراجحي، محسن عبد الله، والموسوي، صفاء عبد الجبار، والوزني، عادل عيسى (٢٠١٧) : الميزة التنافسية للنشاط السياحي ، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن.
- الموقع الرسمي لرئاسة مجلس الوزراء : وزارة الدولة (جهاز شؤون البيئة) : اللجنة الوطنية للتنمية المستدامة نحو استراتيجية وطنية للتنمية المستدامة في مصر (الجهود - الاحتياجات) وثيقة إطار الاستراتيجية الوطنية

للتنمية المستدامة ومنهجية إعداد المؤشرات لها، وكذلك إنجازات وزارة الدولة لشئون البيئة، موضوعات بيئية، الإدارة البيئية، التنمية البيئية، المناطق السياحية، الاقتصاد الأخضر.

<http://www.eeaa.gov.eg/portals/0/eeaaReports/NSDSF.pdf> (Accessed on/ 20/11/2023)

الموقع الرسمي لغرفة المنشآت الفندقية

<http://www.egyptianhotels.org> (Accessed on/1/12/2023)

الهيئة العامة للاستعلامات (٢٠٢٢): جهود مصر لتعزيز الاقتصاد الأخضر، جمهورية مصر العربية، تم الدخول علي الرابط (<http://www.sis.gov.eg>) (Accessed on/ 20/11/2023).

حسن، نور الهدي (٢٠٢١): تطبيق أساليب التسويق الالكتروني في تعزيز الميزة التنافسية للسلع التذكارية في المقصد السياحي المصري ( نموذج مقترح)، رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية السياحة والفنادق جامعة قناة السويس.

عبد الحميد، هاشم (٢٠٢٢): الاقتصاد الأخضر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية ، مجلد ٦٣، عدد ٢، جامعة حلوان.

عبد الله وآخرون ( ٢٠٢١): دور التسويق الابتكاري في تعزيز الميزة التنافسية للسلع التذكارية في المقصد السياحي المصري، مجلد ١، عدد ١، مجلة الدولية للدراسات السياحية والفندقية، جامعة ٦ أكتوبر.

عيسى، محمد (٢٠٢٣): دراسة أثر المثلث الذهبي كميزة تنافسية للمقصد السياحي المصري، رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان.

محمود، مصطفى، ابتهال، عبد المعطي ( ٢٠١٨): إطار منهجي لتحسين القدرة التنافسية للمقاصد السياحية في مصر، مجلة البحوث الحضرية، عدد ٢٧، كلية التخطيط الاقليمي والعمراني، جامعة القاهرة.

مكتب العمل الدولي (٢٠١٣) : التنمية المستدامة والعمل اللائق والوظائف الخضراء، الدورة ١٠٢ ، البند الخامس من جدول الأعمال، جنيف.

منظمة الأمم المتحدة للبيئة (٢٠١٣) : بناء اقتصادات خضراء شاملة ، قصص نجاح من التعاون فيما بين بلدان الجنوب، نيروبي.

موسي، إسلام (٢٠١٨): دور الاقتصاد الأخضر وأثره علي التنمية السياحية المستدامة بالتطبيق ( بالتطبيق علي محافظة مطروح)، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس.

World Tourism Organization (2016): a Specialized Agency of the United Nations, Report of the Committee on Tourism and Competitiveness, p 13.

World Economic Forum (2017): The Travel & Tourism Competitiveness Report," Paving the way for a more sustainable and inclusive future", Geneva.



**Journal of Association of Arab Universities  
for Tourism and Hospitality (JAAUTH)**

journal homepage: <http://jaauth.journals.ekb.eg/>



**Sustainable Management of the Green Economy and Its Role in Promoting Competitiveness with Egyptian Tourism Destinations**

Eslam Mohamed Elalamy Soad Omran Mansour Miral Ahmed Diwedar

Tourist Studies Department- Faculty of tourism and hotels – Suez Canal University

**ARTICLE INFO**

**ABSTRACT**

**Keywords:**

Green Economy;  
Enhancing  
Competitiveness;  
Egyptian Tourist  
Destinations.

**(JAAUTH)**

**Vol. 25, No. 2,  
(Dec 2023),  
PP.105 -126.**

The research aims to recognize "the sustainable management of the green economy and its role in promoting competitiveness in Egyptian tourism purposes". This is achieved through the identification of the concept of the green economy and its requirements, the utilization and protection of environmental resources, the preservation of Egyptian tourist destinations and the enhancement of its competitive role. The descriptive curriculum was used and the sample research included workers (Environment Affairs Authority, Ministry of Tourism, Tourism Activation Authority) (50) An individual, the study tools included an information collection identification, and the SPSS V.25 software was used to process data, extract results and verify study assumptions The green economy plays an important role in providing an environment conducive to efficiency, stimulating creativity, development and innovation, and improving the level and quality of services for Egyptian tourism purposes. In order to create a distinct tourist model that meets the wishes and needs of tourists, the study recommends the development of a set of environmental requirements to reduce the decline in competitiveness in certain tourist destinations. Sustainable management of the green economy must also be operationalized for its effective role in forging as a path towards sustainable development through (maximizing trade and competitive benefits and growth - environmental protection and public health).