



مجلة كلية السياحة والفنادق جامعة مدينة السادات

رابط المجلة

<https://mfth.journals.ekb.eg/>



دراسة دور النقود الهلنستية في الترويج للسياحة الدينية والثقافية من خلال نشر قطعتين نقديتين ذهبيتين للملك ليسيماخوس من المتحف المصري

إسراء رضا حسن فرحات¹ مروه فلروق مصطفى بدوي² سامي إبراهيم أحمد أحمد³

¹مدرس بقسم الدراسات السياحية- معهد الفراعنة العالي للسياحة والفنادق- الجيزة- مصر

²أستاذ مساعد بقسم الارشاد السياحي- معهد الفراعنة العالي للسياحة والفنادق- الجيزة- مصر

³مدرس بقسم الدراسات السياحية- معهد الفراعنة العالي للسياحة والفنادق- الجيزة- مصر

الملخص

تُعَدُّ النقود الهلنستية من أهم المصادر المادية الرئيسية التي تعكس الأبعاد السياسية والدينية والثقافية للعصر الهلنستي، الذي بدأ عقب وفاة الإسكندر الأكبر Ἀλέξανδρος عام 323 ق.م. وقد أدرك الحكام في تلك الفترة أهمية النقود كوسيلة دعائية لتأكيد شرعيتهم وترسيخ نفوذهم، مما ساهم في تعزيز الهوية الثقافية والدينية لممالكهم. ويمثل الترويج اليوم أحد العناصر الحيوية في دعم الحركة السياحية من خلال إبراز المعلومات الخاصة بالأمكان ومقومات الجذب الدينية والثقافية، وإظهار مكانتها وأهميتها لدى الشعوب المختلفة. وفي هذا الإطار، يبرز الدور الذي يمكن أن تؤديه القطعتان النديتان الذهبيتان للملك ليسيماخوس (Λυσίμαχος) – أحد أبرز خلفاء الإسكندر الأكبر وحاكم مملكة تراقيا – والمحفوظتان في المتحف المصري بالقاهرة، في الترويج للمنتج السياحي ذي الطابع الديني والثقافي. ويمكن توظيف هاتين القطعتين في حملات ترويجية مبتكرة لجذب السياح، وإبراز قيمة هذا التراث النقدي الفريد. ومن هذا المنطلق، تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على البُعد السياحي والدعائي للنقود الهلنستية في الوقت المعاصر، وتجب عن التساؤل حول مدى تأثير سكّ وتداول هذه القطع النقدية في السياحة الثقافية والدينية خلال العصر الهلنستي، وتبحث إمكانية توظيفهما في الترويج للسياحة الثقافية والدينية في الوقت المعاصر. وقد اعتمدت الدراسة على استبيان ميداني تم توزيعه إلكترونياً على نخبة من الخبراء والأكاديميين في مجالات السياحة والتاريخ والآثار، وبلغ عدد الاستمارات الصحيحة المسترجعة 128 استمارة. وقد أظهرت نتائج الدراسة وجود تأثير إيجابي لتوظيف نقود الملك ليسيماخوس في الترويج السياحي لمصر، من خلال زيادة أعداد السائحين المهتمين بالسياحة الثقافية والدينية. وبناءً على ذلك، أوصت الدراسة بضرورة استخدام وإدراج صور هذه النقود النادرة ضمن الحملات الإعلانية الموجهة للترويج لمصر كمقصد سياحي ثقافي وديني، مع الاستفادة منها في البرامج الدعائية الدولية عبر مختلف المنصات والبورصات السياحية العالمية.

الكلمات الدالة

النقود الهلنستية، الترويج السياحي، السياحة الثقافية، السياحة الدينية، الملك ليسيماخوس.

الترقيم الدولي الموحد للطباعة:

2537-0952

الترقيم الدولي الموحد

الإلكتروني:

3062-5262

DOI:

10.21608/MFTH.2025.4

42944

A Study on the Role of Hellenistic Coins in Promoting Religious and Cultural Tourism through the Publication of Two Gold Coins of King Lysimachus from the Egyptian Museum

Esraa Reda Hassan Farahat¹ Marwa Farouk Mostafa Badawy² Samy Ibrahim Ahmed Ahmed³

¹ Lecturer at Tourism Studies Department- Pharaohs Higher Institute for Tourism & Hotels- Giza - Egypt

² Assistant Professor, Department of Tourist Guidance- Pharaohs Higher Institute for Tourism and Hotels- Giza- Egypt

³ Lecturer at Tourism Studies Department- Pharaohs Higher Institute for Tourism & Hotels- Giza - Egypt

ABSTRACT

Hellenistic coins are among the main material sources that reflect the political, religious, and cultural dimensions of the Hellenistic period, which began after the death of Alexander the Great (Ἀλέξανδρος) in 323 BC. Rulers at that time realised the importance of coins as a means of propaganda to confirm their legitimacy and consolidate their influence, which contributed to strengthening the cultural and religious identity of their kingdoms. Today, promotion represents one of the vital elements in supporting the tourism movement by highlighting information about sites and religious and cultural attractions, and demonstrating their status and significance to different peoples. In this context, the role that the two gold coins of King Lysimachus (Λυσίμαχος) — one of the most prominent successors of Alexander the Great and ruler of the Kingdom of Thrace — preserved in the Egyptian Museum in Cairo, can play in promoting the religious and cultural tourism product emerges. These two coins can be employed in innovative promotional campaigns to attract tourists and highlight the value of this unique numismatic heritage. From this standpoint, this study aims to shed light on the touristic and promotional dimension of Hellenistic coins in the contemporary period, and to answer the question about the extent to which the minting and circulation of these coins influenced cultural and religious tourism during the Hellenistic era, and to explore the possibility of employing them to promote cultural and religious tourism at present. The study relied on a field questionnaire that was distributed electronically to experts and academics in tourism, history, and archaeology, with 128 valid questionnaires collected. The results indicated that there is an impact of employing King Lysimachus's coins in promoting tourism in Egypt, by increasing the number of tourists interested in cultural and religious tourism. Based on this, the study recommended the importance of using and including images of rare coins, such as those of King Lysimachus, in advertising campaigns that promote Egypt as a cultural and religious tourism destination, within international promotional programmes through global platforms and tourism exchanges.

KEYWORDS

Hellenistic Coins, Tourism Promotion, Cultural Tourism, Religious Tourism, King Lysimachus (Λυσίμαχος).

Printed ISSN:

2537-0952

Online ISSN:

3062-5262

DOI:

10.21608/MFTH.

2025.442944

مقدمة

تعدُّ السياحة أحد أهم وأبرز القطاعات الاقتصادية المؤثرة للعملة الصعبة، والتي تحظى باهتمام بالغ من قبل الدول وتهتم بها الدول اهتماماً بالغاً، فضلاً عن مساهمتها الكبرى في تحقيق النمو والتنمية في مختلف المجالات، ومن بين الأنماط السياحية التي تحظى بقدر كبير من الاهتمام والتنمية نمطا السياحة الثقافية والسياحة الدينية، اللذان يعتمدان على المشاركة في الفعاليات وحضور مختلف الأنشطة والمهرجانات الثقافية، إضافة إلى زيارة الأماكن التاريخية والأثرية حيث تسعى الدراسة من خلال استثمار وتوظيف النقود الهلنستية، ممثلة في القطعتين الذهبيتين للملك ليسيماخوس من العصر الهلنستي، كأداة ترويجية فعالة للسياحة الدينية والثقافية في مصر (حاج قودير، 2019). فالنشاط السياحي يلعب دوراً حاضرياً عن طريق الاحتكاك الثقافي حيث يربط بين الأجيال والحضارات، ويدعم العلاقات البشرية والتكاتف بين الشعوب. ونظراً لطبيعة المنتج السياحي غير المادية، فإن ترويجه على المستويين المحلي والدولي يعتمد على عوامل مختلفة ومتعددة تختلف عن ترويج السلع المادية الملموسة. وتعدُّ مصر من الدول التي تتمتع بمقومات جذب سياحي ثقافي وديني متفرد، مما يجعل منها بلداً سياحياً قادراً على تلبية تطلعات ورغبات السائحين (Saeed & Al Atrous, 2024)، حيث تتوافر بها الأماكن الدينية والمقدسة والمواقع الأثرية وعوامل ومقومات الجذب السياحي كالنقود القديمة بدلالاتها الدينية والسياسية والثقافية عن طريق عرضها بالمتاحف، لذا يجب توظيف مناهج التسويق المختلفة في الترويج لتلك النقود مع إدخال الطرق غير التقليدية لتحقيق قيمة مضافة باستخدام الطرق والتقنيات المرئية والمسموعة الحديثة في الترويج (صليحة ولخذاري، 2019). وعلى ذلك المنوال، يُعدُّ الترويج السياحي عملية مستمرة ومنظمة في صناعة السياحة، تهدف إلى تسويق الخدمات والمنتجات التي تمثل مقومات العرض السياحي في مقصد سياحي ما بغية بناء صورة ذهنية إيجابية للبلد (Haboub, 2022). لذا لابد من وجود استراتيجيات تسويقية فعالة لترويج المقاصد السياحية ذات التنوع الديني والثقافي في المقاصد السياحية الكبرى (Du Cros & McKercher, 2020)، عبر قنوات متعددة، واستغلال النقود ذات الدلالات الدينية والثقافية كبوابة جديدة للتسويق لنمطي السياحة الثقافية والدينية.

مشكلة البحث

على الرغم مما تحمله النقود الهلنستية من قيمة تاريخية وفنية ودينية وثقافية بالغة الأهمية، فإن توظيفها في دعم الترويج للسياحة، وخاصة السياحة الدينية والثقافية، لا يزال محدوداً سواء من ناحية العرض المتحفي أو من خلال الحملات الإعلامية والتسويقية المبتكرة. وتعدُّ القطعتان النقيبتان الذهبيتان للملك ليسيماخوس، المحفوظتان في المتحف المصري، نموذجاً فريداً يمكن من خلاله إبراز المظاهر الدينية والرمزية للفن الهلنستي، مما يفتح المجال أمام رؤى جديدة لتوظيف هذه القطع في إثراء المحتوى السياحي وتعزيز التجربة الثقافية للزوار.

فتتمثل المشكلة البحثية في التساؤل الآتي: إلى أي مدى يمكن توظيف النقود الهلنستية، ممثلة في القطعتين الذهبيتين للملك ليسيماخوس، كوسيلة فعالة للترويج للسياحة الدينية والثقافية في مصر؟

أهمية البحث

تتمثل أهمية هذا البحث من الأهمية البالغة النقود الهلنستية بوصفها من بين الأدوات التاريخية التي تحمل قيمة ثقافية وفنية وحضارية كبيرة، إذ تمثل جزءاً من التراث المادي الذي يعكس التطورات الاقتصادية والسياسية في العالم القديم، ويتجلى ذلك من خلال دراسة وتحليل القطعتين النقيبتين الذهبيتين للملك ليسيماخوس، والتي ينبثق منها النقاط التالية:

- 1) تُعدُّ النقود الهلنستية سجلاً تاريخياً حياً يوثق مظاهر التفاعل الحضاري بين الإغريق والمصريين، بما تحمله من رموز وأيقونات ذات دلالات ثقافية وفنية عميقة.
- 2) تمثل هذه النقود أداة فعالة في الترويج للسياحة الثقافية والدينية المعاصرة، ليس فقط لمرحلة تاريخية هامة. ما يتجاوز كونها مجرد إرث لمرحلة تاريخية مهمة.
- 3) يُسهم نشر هذه القطع النقدية وإبرازها إعلامياً ومتحفياً في زيادة الوعي بتاريخ مصر والإغريق العريق، وتعزيز مكانتها على خريطة السياحة العالمية، من خلال تقديم منتج سياحي ثقافي متميز.

أهداف البحث

- 1) تقديم وصف وتحليل دقيق للقطعتين النقديتين الذهبيتين للملك ليسيماخوس، موضوع الدراسة، من حيث الجوانب الفنية والتاريخية، من خلال تحليل الرموز الدينية والثقافية لهما.
- 2) توضيح إمكانية توظيف هذه النقود كأداة فعالة لتعزيز أنماط السياحة الثقافية والدينية في مصر، من خلال إبراز قيمتها التراثية والتاريخية والفنية.
- 3) تحليل تأثير عرض هذه القطع في المتحف المصري على زيادة الوعي بالثقافة الهلنستية والتاريخ المصري لدى الزائرين.
- 4) تقييم مدى وعي الزائرين والمتخصصين بالقيمة التاريخية والثقافية والسياحية لهذه النقود الهلنستية.
- 5) دراسة العلاقة بين النقود الهلنستية والسياحة الثقافية والسياحة الدينية، مع التركيز على دلالاتها الرمزية ووظيفتها الدعائية، من خلال دراسة دورهما في الترويج لهذين النمطين، من خلال توظيفهما ضمن إستراتيجية ترويج سياحي مبتكرة.
- 6) اقتراح آليات لتوظيف هذه القطع النادرة في الترويج للسياحة المتحفية والدينية في مصر
- 7) تسليط الضوء على أهمية التعاون بين المتاحف والهيئات السياحية لتعزيز دور التراث النقدي كمصدر جذب سياحي مؤثر ومستدام.

وفي ضوء ذلك تسعى الدراسة لاختبار الفروض التالية:

- الفرضية الأولى:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى المعرفة بالنقود الهلنستية وتنمية السياحة الثقافية والدينية.
- الفرضية الثانية:** يوجد تأثير لتوظيف نقود الملك ليسيماخوس في الترويج السياحي لمصر على التنمية السياحية ثقافياً واقتصادياً.
- الفرضية الثالثة:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية للمعرفة بالنقود القديمة، وخاصة نقود الملك ليسيماخوس ترجع إلى البيانات الديموغرافية (النوع - العمر - سنوات الخبرة - المستوى التعليمي - الموقع الوظيفي - التخصص الأكاديمي).

منهجية البحث

تمّ الاعتماد في هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي المقارن، بهدف تقديم وصف دقيق ومتكامل لموضوع البحث من خلال الجمع بين الوصف الكمي والكيفي. ويقوم هذا المنهج على تحليل البيانات والمعطيات المتاحة المتعلقة بالقطعتين النقديتين للملك ليسيماخوس، وتحليل الرموز والدلالات التاريخية والفنية المنقوشة عليهما، مع توضيح أبعادهما السياحية والثقافية. كما يعتمد البحث على دراسة المصادر التاريخية ذات الصلة، إضافة إلى جمع المعلومات الميدانية من خلال استبيان موجه للزائرين والمتخصصين، من أجل الوقوف على مدى وعيهم بأهمية هذه القطع وإمكانية توظيفها في الترويج للسياحة الثقافية والدينية.

الإطار النظري للبحث

النقود الهلنستية

تبدأ الفترة الهلنستية التي تُشكل محور هذه الدراسة، منذ عام 323 ق.م، أي عقب وفاة الإسكندر الأكبر Ἀλέξανδρος، وتستمر حتى عام 31 ق.م حين وقعت معركة أكتيوم του Ακτίου الحاسمة التي أنهت حكم الممالك الهلنستية (Ferguson, 2024). إلا أن تاريخ ظهور النقود يسبق ذلك التاريخ بكثير، إذ بدأ سكها واختراعها لأول مرة في الفترة الإغريقية خلال العصر الأرخي، ثم شاع استخدامها بشكل أوسع خلال العصر الكلاسيكي (زينو، 2011). وقد ظهرت النقود في المدن الإغريقية منذ منتصف القرن السادس قبل الميلاد، يُنسب اختراعها تقليدياً إلى مملكة ليديا في آسيا الصغرى. ويؤكد المؤرخ الإغريقي هيرودوت Ἡρόδοτος هذه المعلومة في مؤلفه The Histories- Ἱστορίαι، حيث ذكر:

"عادات الليديين تشبه عادات الإغريق، باستثناء أنهم يجعلون من بناتهم عاهرات. وكانوا أول من نعرف أنهم سگوا واستخدموا نقود من الذهب والفضة؛ كما كانوا أول من مارس البيع بالتجزئة (Herodotus, 1920) Λυδοὶ δὲ νόμοισι μὲν παραπλησίοισι χρέωνται καὶ Ἑλληνές, χωρὶς ἢ ὅτι τὰ θήλεα τέκνα καταπορνεύουσι, πρῶτοι δὲ ἀνθρώπων τῶν ἡμεῖς ἴδμεν νόμισμα χρυσοῦ καὶ ἀργύρου κοψάμενοι ἐχρήσαντο, πρῶτοι δὲ καὶ κάπηλοι ἐγένοντο. يُعدّ مصطلح "هلنستي" الذي يُطلق على النقود الصادرة خلال هذه الحقبة تعبيراً حديثاً نسبياً، يعود الفضل في ابتكاره Ygn المؤرخ الألماني جون جوستاف درويسون Johann Gustav Droysen، الذي وظفه خلال النصف الأول من القرن التاسع عشر، وتحديدًا في عام 1863م، وقد استخدمه لوصف التحولات الكبرى التي شهدتها العالم القديم عقب فتوحات الإسكندر الأكبر، والتي أسفرت عن اندماج الثقافات الإغريقية بالشرقية (زينو، 2011).

وعلى الرغم من أن سك النقود لم يكن ابتكاراً مستحدثاً في الفترة الهلنستية، فإنه بعد فتوحات الإسكندر الأكبر اتخذ أشكالاً جديدة، وانتشر في مناطق جغرافية لم تكن قد وصلت إليها من قبل. وبدأ إصدارها وتداولها ضمن كيان سياسي واقتصادي موحد نسبياً (Meadows, 2014).

المزيج الترويجي

يُعرف الترويج بأنه عبارة عن مجموعة من المكونات التي تتفاعل معاً سعياً لتحقيق الهدف الترويجي الموضوع للمؤسسة أو الدولة، وذلك في إطار الأسس والأطر التسويقية المتعارف عليها والسائدة. وتعمل هذه المكونات بشكل متوازن وفعال ضمن بيئة تنافسية في تنافس فعال، وتتمثل عناصرها في الإعلان، والبيع الشخصي، وترويج المبيعات، والتسويق المباشر، والعلاقات العامة (موساوي وآخرون، 2018).

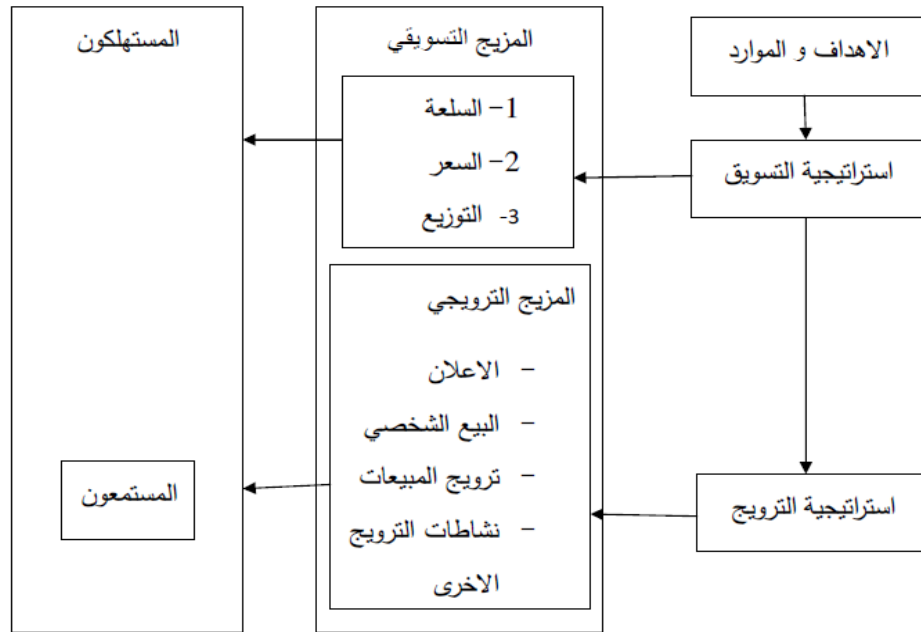
الترويج السياحي

يُعدّ الترويج السياحي من أهم العناصر في استراتيجية التنمية السياحية، حيث يمثل حلقة الوصل التي تربط المؤسسات والجهات السياحية المقدمة للخدمة من جهة، وبين السائح الذي يطلب هذه الخدمة من جهة أخرى. ويعتمد أسلوب الترويج السياحي على مبادئ ومتطلبات واتجاهات التكنولوجيا الحديثة بما يتماشى مع تطورات العصر، وذلك لضمان تقديم وإظهار الرسالة الترويجية والتعريف بالوجهات السياحية على نحو فعال (محمد الحاج، 2024).

مفهوم الترويج السياحي

يُعرف الترويج السياحي بأنه "كافة الجهود الإعلامية والدعائية والعلاقات العامة الهادفة إلى نقل وإعداد رسالة أو رسائل معينة عن الصورة السياحية لدولة ما أو مؤسسة ما إلى أسواق محدّدة، باستخدام الوسائل الفعلية، بهدف جذب السائحين والزوار ودفعهم لممارسة النشاط السياحي في تلك المناطق المستهدفة، أي أن الهدف هو زيادة الطلب السياحي" (أوهايبيبة وخلفاوي، 2018).

كما يُعرف أيضاً بأنه "الجهود المبذولة من مختلف وسائل الإعلام والاتصالات السمعية والشخصية لتوضيح وتحسين الصورة السياحية الذهنية للسائحين، وجذب وتوجيه اهتماماتهم نحو شراء المنتج السياحي، وذلك عن طريق استخدام عناصر المزيج الترويجي السياحي" (الخزيم، 2023). ويُعدّ الترويج أحد العناصر الأساسية في المزيج التسويقي: حيث لا يمكن الاستغناء عن الأنشطة والفعاليات الترويجية لتحقيق الهدف التسويقي، كما يوضح الشكل التالي رقم (1):



شكل رقم (1): دور الترويج كعنصر من عناصر المزيج التسويقي.

المصدر: (العبدلي والعبدلي، 2013)

أهمية الترويج السياحي

تتمثل أهمية الترويج السياحي في عدّة جوانب رئيسة كما يلي:

- **التوعية السياحية:** يُعدّ انخفاض مستويات الوعي السياحي أحد العوامل التي تُعيق حركة السياحة وتحدّ من أداء دورها بشكل فعال في المجتمع.
 - **تحفيز وزيادة الطلب السياحي:** يعمل الترويج على تحفيز الطلب على مقومات العرض السياحي بالمقصد السياحي المصري، وهو إجمالي عناصر الجذب السياحي التي تجذب السائحين وتدفعهم لزيارتها وفقاً للغرض من الزيارة.
 - **نشر المعرفة السياحية:** فالترويج أحد الوسائل الأساسية لنشر الثقافة والمعرفة السياحية لدى السائح، سواء المحلي أو الدولي لأي بلد سياحي. بما يُعزّز مكانة الوجهة السياحية.
 - **تحقيق الافتتاح لدى السائح:** يُسهم التنشيط السياحي لأي بلد سياحي، يتحقق باستخدام كافة الأنشطة والأساليب الترويجية والإقناعية التي تهدف إلى زيادة الطلب السياحي الفعلي للسائحين الفعليين والمرتبطين، سواء من السياحة الداخلية أو الخارجية. كما يشجّع ذلك مسؤولي الشركات والمؤسسات والهيئات والجهات السياحية للعمل على جذب أكبر عدد من السائحين (كحيط، 2018).
- في ضوء ما تقدم، يتضح أن النقود الهلنستية لا تُمثل مجرد شواهد أو دلائل أثرية، وإنما تُمثل أدوات فعالة يمكن توظيفها ضمن المزيج الترويجي السياحي لمصر، لما تحمله من رموز حضارية وقيم ثقافية قادرة على جذب الانتباه واستثارة الاهتمام وتعزيز الشعور بالانتماء. لذا، فإن دمج هذه النقود الخاصة بالعصر الهلنستي في استراتيجيات الترويج السياحي يسهم في إثراء الرسائل والبرامج التسويقية، ويجعلها أكثر ارتباطاً بالهوية التاريخية للمقصد السياحي المصري. إن هذا التكامل والترابط بين المضمون الثقافي والوسائل الترويجية يفتح آفاقاً جديدة أمام سبل ترويج السياحة الثقافية والدينية، ويعزز قدرة الجهات السياحية على التميز في سوق يتميز بشدة المنافسة، وذلك في إطار رؤية تسويقية مستدامة تقوم على الأصالة وترتكز على الابتكار.

دور الثقافة في دعم السياحة الثقافية والدينية

أصبحت الثقافة عنصراً هاماً في خلق سلسلة القيمة، وذلك داخل النشاط الاقتصادي العام والشامل (Abouelmagd, 2023). ويُعدّ النشاط السياحي المرتبط بزيارة المتاحف، مواقع التراث الثقافي، يدل على

ذلك الدور الفعال الذي تؤديه السياحة الثقافية في تعزيز التنمية الاقتصادية والاجتماعية (Elkasrawy, 2020)، كما تعتبر السياحة الدينية من الأنماط السياحية قصيرة الأجل، فمن الممكن أن تؤدي الشعائر الدينية في فترة زمنية قصيرة إلى حد ما بالمقارنة بالأنماط السياحية الأخرى طويلة الأمد كالسياحة العلاجية، والترفيهية التي قد تمتد لشهر أو أكثر، أما السياحة الدينية فلا تتجاوز أياماً معدودة في الغالب بضعة أيام خلال ثلاثة أيام تقريباً، لإنهاء الزيارة في الموقع الديني الواحد (الشاهين، 2022).

تعريف السياحة الدينية

تُعرف السياحة الدينية بأنها السفر من دولة لأخرى أو من مكان إلى آخر أو الانتقال داخل حدود دولة بعينها، لزيارة الأماكن المقدسة، لأنها سياسة تهتم بالجانب الروحي للإنسان، وتمثل مزيجاً من التأمل الديني والبعد الثقافي، وقد تشمل السفر من أجل الدعوة أو من أجل القيام بعمل خيري (فيصلي وبلبوخاري، 2018).

تعريف السياحة الثقافية

تُعرف السياحة الثقافية بأنها الزيارات التي يقوم بها أشخاص من خارج المجتمع المضيف، بدافع جزئي أو كلي نحو زيارة المعالم التاريخية والتعرف على التراث الثقافي للوجهة السياحية، من خلال الاهتمام بالعروض التاريخية أو أنماط الحياة والتراث لدي منطقة أو مجتمع ما، وتُعد مصر من أبرز الوجهات الثقافية نظراً لاحتوائها على العديد من الآثار والمتاحف التاريخية التي تنتمي إلى الحقب الفرعونية واليونانية والرومانية (سعيد وآخرون، 2024). وقد بدأت السياحة الثقافية في مصر منذ اكتشاف الآثار المصرية القديمة وفك رموز اللغة الهيروغليفية (Shoukat et al., 2023)، ومنذ ذلك الوقت حرصت البعثات الأثرية ومؤلفو الكتب السياحية والتاريخية والمستكشفون على توثيق ماضي مصر المذهل والفريد، والعمل على دعم مستقبلها السياحي الثقافي الواعد (Hassan, 2023).

كما تُعرف السياحة الثقافية أيضاً بأنها حركة تهدف إلى التعرف على الحضارات القديمة وزيارة الأماكن ذات التاريخ العريق والماضي الهام، وكذلك حضور المهرجانات القومية والمناسبات الوطنية والندوات والدورات الثقافية والمعارض. وتستهدف السائحين الراغبين في الحاجة للمعرفة وزيادة حصيلتهم من المعلومات التاريخية والمعلومات عن الحضارة والتراث والقيم (خليل، 2016)، حيث تعكس رغبة السائح في تنمية معارفه عن الثقافات المختلفة من تراث مادي ولا مادي (زير، 2018).

موارد السياحة الثقافية

تتمثل موارد السياحة الثقافية في العوامل والمقومات التي تجذب السائح الثقافي والتي من أهمها التالي:

المتاحف: تُعدّ المتاحف من أهم المزارات التي يقصده الإنسان بغرض البحث والاكتشاف والتعرف على القيم الإنسانية وأساليب الحياة عبر العصور، حيث تُعرض في صورة إبداعات إنسانية في مختلف العصور وعلى مر الأزمنة، ويجمع المتحف منتجات المجتمعات الإنسانية النادرة والرائعة منذ أقدم العصور وحتى اليوم، سواء كانت مقتنيات حربية أو فنية أو أدوات للاستعمال الشخصي للإنسان في تلك العصور والأزمنة وعلى مدار حياته اليومية (حاج قويدر، 2019).

الصناعات التقليدية: تُعدّ الصناعات التقليدية نتاجاً حضارياً تراكمياً لآلاف من العقود للتفاعل الحي بين المجتمعات، بما تحمله من قيم حضارية وبيئات طبيعية. هي تمثل مكوناً أساسياً وأصيلاً للمرجعية الحضارية لكل بلد، إذ تحفظ في وجدان وذاكرة الأفراد (السبتي وصحراوي، 2018).

المهرجانات السياحية والمؤتمرات: تتمثل في الأنشطة الترويجية والفعاليات والبرامج الترويجية والثقافية، فتتنافس جميع الدول على إقامة المهرجانات المختلفة والمتنوعة ضمن الأجندة السياحية لكل بلد سياحي لجذب العديد من السائحين من مختلف دول العالم، عن طريق تحديد مواعيد ثابتة لتلك المهرجانات بأنواعها للترويج لها بشكل فعال (Skoultzos and Tsartas, 2013).

المعالم الأثرية والتاريخية: تشمل المباني المشيدة خلال العصور القديمة والتي تروي من خلالها حضاراتها المتعاقبة على مر الزمن، وعلى الرغم من أن السياحة الثقافية لم تقتصر فقط على التراث الثقافي المادي المتمثل في الأبنية والمعالم التاريخية والأثرية، إلا أنها تُعدّ الركيزة الأساسية في استقطاب السائح الثقافي، الأمر الذي يتطلب الحفاظ على تلك المعالم من كافة العوامل الطبيعية والبشرية (زغيب وزيرق، 2012).

مما سبق يتضح أن النقود الهلنستية تُعد مكوناً تراثياً فريداً يتبع ويخدم السياحة الثقافية والدينية، من خلال توظيفها في معالم ومتاحف ذات طابع تاريخي، حيث تسهم في إثراء التجربة السياحية وتعزيز البُعد الرمزي للمقصد، بما يعكس التكامل بين الموروث الأثري والاستثمار السياحي المعرفي.

الملك ليسيماخوس وعلاقته بالإسكندر الأكبر

يُعدّ ليسيماخوس أحد أبرز خلفاء الإسكندر الأكبر، إذ شغل منصب الحارس الشخصي له، وينحدر من أصل نيسالي Θεσσαλία، وفي الفترة المضطربة التي أعقبت وفاة الإسكندر الأكبر (Sear, 1978). وكانت تراقيا Θράκη إرث ليسيماخوس من إمبراطورية الإسكندر الأكبر، إذ مُنحت إليه من قبل الوصي بيرديكاس Περδικας (Lund, 2017)، وبدأ ليسيماخوس حكمه لتراقيا بصفته ستراباً (والياً)، وتم تعيينه علي أيدي بيرديكاس في عام 323 ق.م، ووصل إليها فعلياً في عام 322 ق.م (Diodorus Siculus, 1967, XVII.3.1-3, 3.3-4.2).

ويشير Πausanias (180-110م) إلى دور ليسيماخوس في هذه الفترة بقوله (Pausanias, 1918): "وبعد وفاة الإسكندر، حكم ليسيماخوس التراقيين المجاورين للمقدونيين، الذين كان الإسكندر يسيطر عليهم، وقبل ذلك أيضاً والده فيليب".

τελευτήσαντος δὲ Ἀλεξάνδρου Θρακῶν ἐβασίλευεν ὁ Λυσίμαχος τῶν προσοίκων Μακεδόσιν, ὅσων ἤρχεν Ἀλέξανδρος καὶ ἔτι πρότερον Φίλιππος.

"تمكن الملك ليسيماخوس سريعاً من فرض سيطرته الفعلية على منطقة ذات أهمية استراتيجية كبيرة (Delev, 2000, p. 384)، وفي عام 305 ق.م نال لقب الملك، وبعد أربع سنوات وسّع نفوذه ليشمل معظم مناطق آسيا الصغرى عقب انتصاره علي أنتيجونوس Ἀντίγονος (301-382 ق.م) في معركة إيسوس Ἰσός عام 301 ق.م (Sear, 1978, p. 634).

واستمر في الحكم حتى وفاته في معركة كوروبيديوم Κύρου πεδίον عام 281 ق.م. ويوصفه حليفاً مقرباً من كاساندر Κάσσανδρος (305-297 ق.م) ملك مقدونيا، فقد استفاد من دعم مقدونيا طوال فترة حكمه (Duyrat and Blet-Lemarquand, 2020).

وارتبط ليسيماخوس بعلاقة قوية مع الإسكندر الأكبر، وقد وردت إحدى الروايات التي تُبرز هذه العلاقة في سياق حادثة تتعلق بالفيلسوف كاليستينيس Καλλισθένης: فعندما غضب الإسكندر الأكبر من الفيلسوف كاليستينيس بسبب رفضه تبني طريقة السجود الفارسية، فاتهمه بالتآمر ضده، وقام الإسكندر بنشويه جميع أطرافه وقطع أذنيه وأنفه وشفتيه، وليسيماخوس، الذي كان من تلاميذ كاليستينيس، تعاطف معه بشدة، أثار هذا الفعل غضب الإسكندر الأكبر بشدة، فأمر بإلقاء ليسيماخوس أمام أسد مفترس. لكن عند هجوم الأسد عليه، قام ليسيماخوس بلف يده بعباءته، ودسها في فم الأسد، وأحكم قبضته على لسانه حتى قتله. وعندما وصلت أخبار هذه البطولة إلى الإسكندر الأكبر، وتحول غضبه إلى إعجاب شديد، فأعاد النظر في موقفه تجاه ليسيماخوس، وزاد تقديره له بسبب شجاعته الفريدة (Justin, 2006). وقد نقل باوسانياس هذه الرواية قائلاً: "كان ليسيماخوس هذا مقدوني المولد، وأحد حراس الإسكندر الشخصيين، وقد حبسه الإسكندر ذات مرة في لحظة غضب في غرفة مع أسد، ثم اكتشف بعد ذلك أنه تغلب على الوحش. ومنذ ذلك الحين، عامله باحترام، وأكرمه بقدر ما يكرم أشراف المقدونيين". (Pausanias, 1918).

ὁ δὲ Λυσίμαχος οὗτος γένος τε ἦν Μακεδὼν καὶ Ἀλεξάνδρου δορυφόρος, ὃν Ἀλέξανδρός ποτε ὑπ' ὀργῆς λέοντι ὁμοῦ καθεῖρξας ἐς οἶκημα κεκρατηκότα εὗρε τοῦ θηρίου: τὰ τε οὖν ἄλλα ἤδη διετέλει θαυμάζων καὶ Μακεδόνων ὁμοίως τοῖς ἀρίστοις ἦγεν ἐν τιμῇ.

وصف وتحليل للقطعتين النقديتين الذهبيتين موضوع الدراسة للملك ليسيماخوس

تُنسب القطعتان النقديتان محل الدراسة إلى الملك ليسيماخوس (الجدول رقم 1، 2)، وتُعدّ النقود الذهبية التي تحمل اسم الملك ليسيماخوس من الإصدارات النادرة الظهور في مصر، إذ لم يُسجَل له دار ضرب محلي

داخل الأراضي المصرية، غير أنّ بعض الكنوز النقدية الهلنستية المختلطة المكتشفة في مصر احتوت على نماذج منها، مما يدل على وصولها عن طريق التجارة أو الجنود المرتزقة الإغريق خلال الحقبة المبكرة لخلفاء الإسكندر الأكبر.

وتوجد القطعتان موضوع الدراسة ضمن مقتنيات المتحف المصري بالتحريير، وهما مسجلتان تحت رقم السجل الخاص S..R.3259. وتنتمي القطعتان إلى طراز نقدي واحد من حيث الأسلوب الفني والتصوير، إذ يظهر على الوجه: صورة رأسية للإسكندر الأكبر أما على الظهر: صورة الإلهة أثينا Αθηνά جالسة بكامل هيئتها، وممسكة بالإلهة نيكى Νίκη على كف يدها الأيمن، تجسّد نيكى بأجنحتها، وهي تمسك بإكليل نصر تتوج به اسم الملك، في مشهد يرمز إلى النصر والشرعية الملكية.

وبعد وزن القطعتين وفحصهما ودراستهما، تبين أنهما مصنوعتان من الذهب وينتميان إلى الفئة النقدية المعروفة بالستاتير (στατήρ)، وسيتم عرض القطعتين في متن الدراسة من خلال كتالوج تحليلي يتضمن بيانات تفصيلية لكل قطعة، تشمل: الوزن بالجرام، والقطر، والفئة النقدية، ورقم السجل الخاص بكل قطعه. ويعقب ذلك تقديم تعليق دقيق، يغطي جميع العناصر الفنية والتفاصيل النقيشة الظاهرة على وجهي القطعتين النقديتين.

نشر القطع النقدية

جدول (1، 2): نشر القطع النقدية.

الجدول رقم 1	المعدن: الذهب	الفئة: ستاتير	التاريخ: 281-297 ق.م
الوزن: 8،49 جم	القطر: 19 مم	رقم السجل الخاص: S..R.3259	
الوجه: صورة رأسية جانبية للإسكندر الأكبر في هيئة شاب، بدون شارب ولحية، يتجه نحو اليمين، واضعاً الديادىμα διάδημα، ويرتدي قرني آمون Ἄμωv. الجبهة والحاجب مكتئزان، الشفاه مغلقة، والذقن بارزة.			
الظهر: تُصوّر الإلهة أثينا Αθηνά جالسة بكامل هيئتها، متجهة نحو اليسار، وممسكة بالإلهة نيكى على كفها الأيمن الممدود إلى الأمام، وتُجسّد نيكى Νίκη بجناحيها، وتمسك بيدها إكليل النصر، الذي تتوج به اسم الملك. وتريح أثينا يدها اليسرى على درع دائري موضوع بجوارها، بينما يظهر خلفها رمح طويل مائل يستند على كتفها. وينقش أسفل العرش الحرفان BY = (Βυζάντιον)، إشارة لدار ضرب بيزنطة. كما يظهر في الجزء السفلي من المشهد نقش لرُمح ثلاثي الشعب. ويلاحظ أمام الإلهة في الجهة اليسرى الحرف M منقوشاً. وتحيط بالصورة كتابة على كلا الجانبين كالتالي:			

		ΒΑΣΙΛΕΩΣ ΑΥΣΙΜΑΧΟΥ وترجمته: الملك ليسيمachus. SNG Cop 1083 SNG Berry 414,	
التاريخ: 297-281 ق.م	الفئة: ستاتير	المعدن: الذهب	الجدول رقم 2
رقم السجل الخاص: 3259		القطر: 19مم	الوزن: 8,38جم
 		الوجه: تظهر صورة رأسية للإسكندر الأكبر، وهي تشابه من حيث السمات الفنية والوصف ما ورد في الجدول رقم (1). الظهر: تُصورُ الإلهة أثينا، وتتشابه من حيث السمات الفنية والوصف مع ما ورد في الجدول رقم (1)، غير أنه يُلاحظ اختلاف الحروف المنقوشة؛ إذ نُقش الحرفان ΦΛ، ولا يظهر أي مونوجرام آخر يشير إلى دار الضرب.	

التعليق

الوجه: يُصورُ على الوجه صورة رأسية جانبية للإسكندر الأكبر في هيئة شاب، بدون شارب ولحية، يتجه نحو اليمين، واضعاً إكليل، ويرتدي قرني أمون في إشارة إلى اندماجه الرمزي مع الإله أمون. وقد شكّلت صورة الإسكندر الأكبر أحد أهم الرموز التي وُطِّقت فنياً وأيديولوجياً على هذه النقود، لتأكيد شرعيته الإلهية، وامتد تأثيرها لقرون طويلة بعد وفاته. لقد حرص الإسكندر على صناعة صورته الأيقونية بنفسه، حيث أظهر نفسه كشاب دائم الشباب من خلال خلق ذقنه - وهو ما خالف الأعراف المقدونية - وإطالة شعره مع تصفيفه إلى الخلف بأسلوب يُعرف بالأنستولي (Anastole)، كما اتسمت ملامحه بنظرة حاملة ورقبة مائلة قليلاً، وهي سمات كوَّنت هوية بصرية فريدة له. وقد ساهم عدد من أبرز فناني عصره في ترسيخ هذه الصورة، مثل النحات ليسيبوس Λύσιππος، والرسّام أبليس Ἀπελλῆς، ونقاش الأحجار الكريمة بيرغوتيليس Πυργοτέλης، إلى جانب فنانيين آخرين من المدرسة الأتيكية مثل ليوخارس Λεωχάρης ويوفرانور Εὐφράνωρ (Palagia, 2018).

ورغم قصر فترة حكم الإسكندر الأكبر، إلا أن تأثيره في العالم القديم كان عظيماً، ويتجلى ذلك في استمرار تداول نقوده لفترة طويلة بعد وفاته في بلدان تبعد آلاف الكيلومترات عن مقدونيا. واستمرار خلفائه في إصدار نقوده لبعض الوقت، في المراحل الأولى من حكمهم يُعدّ وسيلة دعائية لإضفاء الشرعية على سلطتهم والقطع النقدية موضوع الدراسة تؤكد ذلك (Snowball and Snowball, 2012).

يُصورُ الإسكندر الأكبر على القطع النقدية محل الدراسة بقرني الكيش، في إشارة مباشرة إلى الإله أمون، ذلك تعزيزاً لصورته المؤلهة، فبعد وفاته الإسكندر الأكبر وتقسيم المملكة، تولى بطلميوس الأول حكم مصر،

بينما أصبح ليسيماخوس حاكمًا على تراقيا، ولكنهم لم يستطيعوا الاستقلال بالحكم بسهولة أو إصدار نقود جديدة خاص بهم في بداية حكمهم، إذ كان الشعب المصري - على وجه الخصوص - يكنّ احترامًا بالغًا للإسكندر الأكبر، ورفض بسهولة تقبل فكرة وجود بديل له. ولذلك، لجأ بطلميوس إلى إصدار نقود تحمل صورة الإسكندر الأكبر وهو يرتدي قرني الكباش، تأكيدًا على صلته بالإله آمون وتعبيرًا عن مكانته كملك مؤله (انظر شكل رقم 2).



شكل رقم (2): نقود بطلميوس الأول بصورة الإسكندر الأكبر.

Svoronos, 904-1908, no.22

وقد تبني ليسيماخوس لاحقًا هذا الأسلوب نفسه في سكّ نقوده، من أجل تعظيمه كفاتح وملك عظيم، ليضمنوا ولاء الشعب لهم (عباس وآخرون، ٢٠٢٤).
يُشير هذا الطراز النقدي - الذي يصوّر الإسكندر الأكبر بقرني الكباش - إلى زيارته الشهيرة لمعبد الإله آمون في واحة سيوة (شكل رقم 3).



شكل رقم (3): معبد الإله آمون بواحة سيوة.

(عباس وآخرون، ٢٠٢٤)

فعقب دخوله مصر، انطلق الإسكندر إلى الصحراء الغربية ليستلم وحي الإله المصري آمون، الذي شبّهه الإغريق بإلههم زيوس (عبد اللطيف، 1973). وقد تم تحية الإسكندر الأكبر كابن للإله، وقال له كبير الكهنة "ابن زيوس-آمون سيد كل البلاد الذي لا يهزم حتى يتحد مع المعبود" (عباس وآخرون، 2024)، هي تحية تقليدية تُؤدى لكل من يتقلد عرش مصر، تعبيرًا عن شرعيته الإلهية. وقد ترك هذا الحادث أثر في نفسه قويًا، إذ كان رجلًا متدينًا بطبيعته، وشعر منذ تلك اللحظة بأنه يحظى بعناية إلهية خاصة من آمون (عبد اللطيف، 1973). وهكذا ارتبط بالإله بروابط روحية عميقة، وهو ما انعكس بوضوح في تصويره على النقود، خاصة بعد وفاته، إذ تبني خلفاؤه هذا الطراز لترسيخ صورة الإسكندر المؤله، وتعزيز شرعيتهم السياسية من خلاله. وكان لزيارة الإسكندر الأكبر لمعبد آمون في واحة سيوة أثرًا بالغ في تعزيز مكانة الواحة وشهرتها، حيث زادت شهرة الواحة في العصر البطلمي، حيث أصبحت مقصدًا دينيًا وسياحيًا، وعُرفت حينها باسم "زيوس-آمون" Ζεύς Ἀμμων (عباس وآخرون، 2024)، إلا أنه مع اقتراب نهاية العصر البطلمي ويزوغ الإمبراطورية الرومانية، انتشرت بين الناس طرق أخرى للتنبؤ، وفقدت النبوءة التقليدية مصداقيتها، مما أدى إلى تراجع الإقبال على المعابد، وقل عدد الناس الذين يذهبوا لطب الاستشارات، ولم تكن واحة سيوة استثناءً

من هذا التراجع، أشار الجغرافي والمؤرخ اليوناني استرابون Στράβων الذي زار مصر عام 23 ق.م، فقد وجد أن نبوءة آمون في سيوة كادت أن تختفي كلياً. إلا أنه لاحظ بقاء الكهنة في المعبد واستمرارهم في أداء شعائهم (فخري، 1942)، مما يدل على استمرار رمزي - وإن كان محدوداً - لدور المعبد حتى تلك الفترة. **الظهر:** صورة الإلهة أثينا جالسة بكامل هيئتها، تتجه نحو اليسار، وممسكة بالإلهة نيكى علي كفيها الأيمن، الذي مد للأمام، وتصور نيكى بجناحيها، وتمسك بيدها إكليل، تتوج به اسم الملك. وترى الإلهة أثينا يدها اليسرى على درع، ويرى خلفها رمح طويل مائل، بينما يظهر في الجزء السفلي من المشهد رمز رمح ثلاثي الشعب. وتحاط الصورة بكتابة على كلا الجانبين كالتالي: ΒΑΣΙΛΕΩΣ ΛΥΣΙΜΑΧΟΥ وترجمته: الملك ليسيماخوس.

وتجسد الإلهة أثينا على هذه القطع النقدية رمزاً ثقافياً وأسطورياً ذا دلالة عميقة، فطبقاً للأساطير تزوج الإله زيوس في البداية من ميتيس Μητις (التي تشخص الحكمة)، وأنجب منها أثينا القوية (Hesiod., 1914. (90-886، وهي تعتبر رمزية ثقافية عميقة مرتبطة بمدينة أثينا، التي كانت مركزاً للفكر والفن والمعمار في العالم الإغريقي. مما يشجع الزوار على زيارة معابدها، خصوصاً معبد الإلهة أثينا البارثينون

Παρθενών في أثينا، وقد شيد على جبل الأكروبوليس. وتم تشييد المعبد في الفترة من 447-438 ق.م، وقد صممه ونفذه المهندسان الإغريقيان إكتينوس Ικτίνος وكالكراتيس Καλλικράτης، وأشرف على أعمال النحت النحات الإغريقي فيدياس Φειδίας. وبُنِيَ المعبد من الرخام الأبيض ليؤوي تمثال الإلهة أثينا الرائع، والذي صممه النحات فيدياس، وقد أطلق على المعبد اسم "البارثينون" نسبة إلى الإلهة أثينا باعتبارها إلهة عذراء، والتي كان يطلق عليها بارثينون، إلى أن امتد الاسم إلى المبنى كله. وهو مبني كلاسيكي من الطراز اليوناني الدوري (الحبشي وآخرون، 2024). وفي ضوء ذلك، يمكن القول إن تصوير الإلهة أثينا على هذه القطع النقدية يُعد نوعاً من الدعاية السياسية والعسكرية للملك.

وتضع الإلهة أثينا على كفيها الأيمن الإلهة نيكى Νίκη التي تجسد فكرة النصر، وطبقاً للأساطير فقد تزوجت ستيكس من إحدى التيتانيس ويدعى بالاس Πάλλας، وقد أنجبا نيكى (Hesiod, 1914). وكانت تعبر عن فكرة النصر في جميع المجالات السياسية والمدنية، وخاصة السياسية لأنها تعبر عن الاحتفال بالنصر الحربي السائد في هذه الفترة (Smith, 1999). وتصور الإلهة نيكى وهي تضع أكليل النصر على اسم الملك من أجل إعطائه شرعية السلطة الملكية المرتبطة بالقوة الإلهية. ويمكن أن يُفهم كترويج لفكرة أن هذا الملك - ليسيماخوس - مدعوم من قبل القوى الإلهية المنتصرة، ما يعزز صورته لدى العامة والزوار. ومن الجانب السياحي: يمكن القول إن تمجيد النصر الإلهي كان عنصراً جذاباً للحجاج إلى معبد أثينا ونيكي. والتي كانت إحدى صفات الإلهة أثينا، لذلك شُيِّدَ معبدها باسم أثينا نيكى Νίκης Αθηνάς Ναός، قد اكتمل بناؤه في عام 420 ق.م (Hurwit, 2004).

الدراسة الميدانية

تصميم أداة الدراسة (استمارة الاستبيان)

تم تصميم استمارة الاستبيان لتكون الأداة الرئيسية لجمع البيانات الميدانية، حيث تكونت من (33) عبارة، بالإضافة إلى (8) أسئلة عن البيانات الديموجرافية. وتم تقسيم استمارة الاستبيان إلى أربعة محاور، تتناول المحور الأول المعرفة بالنقود القديمة، خاصة نقود الملك ليسيماخوس، وتكون من (6) فقرات. وتتألف المحور الثاني تأثير نقود الملك ليسيماخوس على السياحة ثقافياً واقتصادياً، وتكون من (7) فقرات. وتتألف المحور الثالث توظيف نقود الملك ليسيماخوس وتأثيرها في الترويج السياحي لمصر، وتكون من (14) فقرة. وتتألف المحور الرابع العلاقة بين النقود الهلنستية والسياحة الثقافية والدينية، وتكون من (6) فقرات.

مجتمع وعينة الدراسة

استخدمت الدراسة أسلوب العينة العشوائية لتحديد حجم عينة الدراسة من الخبراء والأكاديميين بالكليات والمعاهد العليا للسياحة والآثار وكليات الآداب، وفقاً لقانون Moser التالي: $n = \frac{E}{E + 2}$ (ع س د 2)، حيث أن: $n =$ حجم العينة المراد قياسها، و $E =$ حد الثقة أو درجة الدلالة

ع = الانحراف المعياري، و ع س = حد الثقة أو درجة الدلالة للوسط الحسابي لمجتمع الدراسة / مستوى الثقة
بافتراض أن الانحراف المعياري لمجتمع الدراسة = 10، ودرجة الدلالة = 2، ومستوى الثقة = 95 (1.96).
إذن ع س د = مستوى الدلالة / مستوى الثقة = 1.96 / 2 = 1.
ن د = 2(10) / 2(1) = 100 = 1 / 100.

حيث يعتمد قانون Moser علي تقدير الانحراف المعياري وهامش الخطأ بناءً علي مستوي الثقة، وقد أشاروا إلي قواعد عامة لاختبار حجم العينة في الدراسات الاجتماعية، وأوصوا بأخذ نسبة معينة من مجتمع الدراسة التي غالباً ما تكون 5% علي الأقل، أو عدد لا يقل عن 100 مفردة في المجتمعات الكبيرة، وفقاً لـ (Moser and Kalton, 1971).

وبالتالي تم توزيع 128 استمارة استبيان على الخبراء والأكاديميين إلكترونياً وذلك من شهر إبريل حتى شهر يونيو 2025، وتم إجراء التحليل الإحصائي لعدد 128 استمارة استبيان صحيحة، حيث تم إعداد الاستبيان بحيث تكون كل الأسئلة مطلوبة.

تطبيق الاستبانة

تم تطبيق استمارة الاستبيان إلكترونياً في الفترة من بداية شهر إبريل 2025م وحتى نهاية شهر يونيو 2025م، حيث تم توزيع (128) استمارة استبيان على عينة عشوائية من السادة الخبراء والأكاديميين في السياحة والآثار والتاريخ، لاستطلاع آرائهم حول دراسة دور النقود الهلنستية في الترويج للسياحة الدينية والثقافية من خلال نشر قطعتين نقديتين ذهبيتين للملك ليسيماخوس من المتحف المصري، وقد أجاب إجمالي العينة علي جميع أسئلة المحاور الواردة باستمارة الاستبيان بصورة صحيحة ولا توجد نسبة خطأ وبالتالي لم تستبعد أي استمارة، نظراً لإعداد الاستبانة إلكترونياً علي أن تكون جميع الأسئلة "مطلوبة" أي يستلزم الإجابة علي جميع أسئلتها ولا يتم الانتقال إلي أسئلة المحور التالي إلا بعد الإجابة علي السؤال السابق ولا يتم قبول إرسال الاستبانة إلي إلا تم الإجابة علي جميع أسئلة الاستبانة، وبذلك فإن ردود الاستجابات التي تم تجميعها فعلياً (128) استمارة بنسبة 100% واستغرق ذلك ثلاثة أشهر لتجميعها، للحصول علي الإجابات لعبارات الاستبانة لجمع المعلومات اللازمة لإجراء التحليل الإحصائي.

الاختبارات الإحصائية المستخدمة لتحليل البيانات واختبار ثبات وصدق أداة الدراسة.

اعتمدت الدراسة علي استخدام برنامج SPSS V.24 وبهدف التحقق من أهداف الدراسة واختبار فروضها. ومن بين الاختبارات الإحصائية المستخدمة في الدراسة، تم استخدام اختبار الثبات والاتساق الداخلي لاستمارة الاستبيان (كرونباخ ألفا) Cronbach Alpha للتحقق من درجة ثبات المقياس المستخدم، كما تم استخدام معامل الصدق الذاتي لاختبار صدق المقياس، لغرض التحقق من مدى التوافق بين فقرات الاستبيان، بجانب إجراء التحليل الوصفي الذي يشمل التكرارات والنسب المئوية التي تم استخدامها في عرض البيانات الديموجرافية لعينة الدراسة، كما يشمل المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية التي تم استخدامها في تحديد استجابات عينة الدراسة علي عبارات متغيرات الدراسة.

وتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي الذي يتكون من خمسة اختيارات تتراوح بين (1.00-5.00) كما يلي:

جدول (3): مقياس الإجابة على فقرات استمارة الاستبيان

الاستجابة	لا اوافق بشدة	لا اوافق	محايد	اوافق	اوافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5
المدى	1.80 ≥ 1.00	2.60 ≥ 1.80	3.40 ≥ 2.60	4.20 ≥ 3.40	5.00 ≥ 4.20

نتائج التحليل واختبار فروض الدراسة

نتائج اختبار ثبات وصدق (الاتساق الداخلي) لأداة الدراسة (كرونباخ ألفا)

تم إجراء اختبار كرونباخ ألفا لتقييم درجة الثبات والاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان، والتحقق من تمتع أداة الدراسة بالثبات، ومقدرتها على تحقيق أهداف الدراسة، وإمكانية الاعتماد على نتائجها وتعميمها على المجتمع الكلي. تبلغ النسبة المقبولة (0.70) فأكثر (Shrestha, 2021)، وكلما زادت تلك النسبة يدل ذلك على تمتع أداة الدراسة بثبات مرتفع.

اختبار موثوقية استمارة الاستبيان

صدق الاتساق الداخلي للمحور الأول (المعرفة بالنقود القديمة خاصة نقود الملك ليسيماخوس)

يدل صدق مقياس استمارة الاستبيان مدى صلاحيتها لقياس ما أعدت لقياسه، وتم استخدام صدق الاتساق الداخلي، الذي يوضح مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبيان مع المحور الذي تنتمي إليه، باستخدام معامل الارتباط (بيرسون) في البرنامج الإحصائي SPSS, 24.

جدول (4): صدق الاتساق الداخلي (الارتباط بيرسون) للمحور الأول المعرفة بالنقود القديمة خاصة نقود الملك ليسيماخوس.

م	العبارة	معامل الارتباط	الدلالة الإحصائية
1	لديك معرفة سابقة بالنقود الهلنستية	0.629**	0.000
2	لديك معرفة مسبقة بنقود الملك ليسيماخوس	0.658**	0.000
3	الجانب الفني (الصور والنقوش) يُعد من أهم الجوانب عند دراسة النقود القديمة	0.742**	0.000
4	الجانب الاقتصادي (القيمة والتداول) يُعد من أهم الجوانب عند دراسة النقود القديمة	0.687**	0.000
5	الجانب السياسي (الرموز والدعاية) يُعد من أهم الجوانب عند دراسة النقود القديمة	0.681**	0.000
6	الجانب الديني والثقافي يُعد من أهم الجوانب عند دراسة النقود القديمة	0.741**	0.000

يتبين من تحليل الجدول (4) أن كافة معاملات الارتباط بيرسون بين كل فقرة من فقرات محور المعرفة بالنقود القديمة خاصة نقود الملك ليسيماخوس ومتوسط الإجابات للمحور نفسه كانت ذات دلالة إحصائية (0.000) عند مستوى 0.01، مما يشير إلى وجود درجة عالية من الاتساق الداخلي لفقرات المحور الأول المعرفة بالنقود القديمة خاصة نقود الملك ليسيماخوس.

صدق الاتساق الداخلي للمحور الثاني (تأثير نقود الملك ليسيماخوس على السياحة ثقافياً واقتصادياً)

جدول (5): صدق الاتساق الداخلي (الارتباط بيرسون) للمحور الثاني تأثير نقود الملك ليسيماخوس على السياحة ثقافياً واقتصادياً.

م	العبارة	معامل الارتباط	الدلالة الإحصائية
7	استخدام نقود الملك ليسيماخوس في الترويج السياحي يساهم في زيادة الوعي بالتاريخ المصري	0.879**	0.000
8	عرض نقود ليسيماخوس ضمن المعروضات الثقافية السياحية في المتاحف يساهم في جذب مزيد من الزوار	0.878**	0.000
9	توظيف النقود القديمة مثل نقود الملك ليسيماخوس يعزز من الهوية الثقافية لمصر سياحياً	0.880**	0.000
10	النقود التاريخية تمثل عامل جذب مميز للسياح المهتمين بالآثار والنقود الهلنستية	0.791**	0.000
11	استخدام نقود الملك ليسيماخوس يساهم في تحسين جودة نمط السياحة الثقافية والدينية في مصر	0.863**	0.000
12	توظيف النقود التاريخية مثل نقود ليسيماخوس يساهم في خلق فرص عمل جديدة في القطاع السياحي	0.539**	0.000
13	استخدام القطع النقدية القديمة مثل نقود الملك ليسيماخوس يساهم في	0.835**	0.000

تعزير الهوية الثقافية المصرية		
-------------------------------	--	--

يتبين من تحليل الجدول (5) أن كافة معاملات الارتباط بيرسون بين كل فقرة من فقرات محور تأثير نقود الملك ليسميخوس على السياحة ثقافياً واقتصادياً ومتوسط الاجابات للمحور نفسه كانت ذات دلالة إحصائية (0.000) عند مستوى 0.01، مما يشير إلى وجود درجة عالية من الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني تأثير نقود الملك ليسميخوس على السياحة ثقافياً واقتصادياً.

صدق الاتساق الداخلي للمحور الثالث (توظيف نقود الملك ليسميخوس وتأثيرها في الترويج السياحي لمصر)

جدول (6): صدق الاتساق الداخلي (الارتباط بيرسون) للمحور الثالث توظيف نقود الملك ليسميخوس وتأثيرها في الترويج السياحي لمصر.

م	العبارة	معامل الارتباط	الدلالة الاحصائية
14	تلعب النقود القديمة دوراً في الترويج للسياحة الثقافية أو الدينية في مصر من خلال عناصر المزيج الترويجي (الإعلان، والعلاقات العامة، وتنشيط المبيعات، والبيع الشخصي، والتسويق المباشر، والدعاية).	0.655**	0.000
15	وسائل الإعلام الحديثة (مثل التلفزيون، الإنترنت، ووسائل التواصل الاجتماعي) تساهم بشكل كبير في الترويج لنقود الملك ليسميخوس	0.751**	0.000
16	يمكن استخدام النقود القديمة كأداة دعائية حديثة للترويج للسياحة الثقافية والدينية كجزء من الحملات الترويجية للسياحة في مصر	0.810**	0.000
17	حملات الترويج الإعلامية المخصصة لنقود ليسميخوس تساهم في رفع الوعي بتاريخ مصر الثقافي	0.847**	0.000
18	عرض نقود ليسميخوس في سياق ديني وثقافي يمكن أن يثير اهتمام الزوار	0.785**	0.000
19	توظيف النقود التاريخية مثل نقود ليسميخوس يمكن أن يساهم إيجابياً في الترويج للسياحة الثقافية	0.782**	0.000
20	المعارض المتحفية المتخصصة وسيلة فعالة لاستثمار النقود الهلنستية في دعم السياحة الثقافية والدينية	0.608**	0.000
21	البرامج التعليمية والتوعوية وسيلة مناسبة لتعزيز أهمية النقود الهلنستية في السياحة الثقافية والدينية	0.714**	0.000
22	دمج النقود الهلنستية في الحملات الإعلانية، المسارات السياحية، والمواقع الأثرية يعزز من قيمتها السياحية	0.747**	0.000
23	الوسائط المتعددة، التطبيقات التفاعلية، والفيديوهات الوثائقية من الوسائل المناسبة للترويج للنقود الهلنستية	0.707**	0.000
24	إدماج النقود في العروض السياحية يساهم في زيادة إقبال الزوار على المتاحف والمواقع التاريخية	0.583**	0.000
25	حملات الدعاية عبر وسائل الإعلام تؤثر بشكل إيجابي على زيادة الوعي بالنقود القديمة وتاريخها	0.536**	0.000
26	تصنيع نسخ مقلدة ترويجية من النقود القديمة لبيعها كهدايا سياحية يعد وسيلة فعالة للترويج	0.499**	0.000
27	دمج النقود القديمة ضمن مسارات سياحية متخصصة يساعد في إبراز أهميتها الثقافية والدينية	0.673**	0.000

يتبين من تحليل الجدول (6) أن كافة معاملات الارتباط بيرسون بين كل فقرة من فقرات محور توظيف نقود الملك ليسميخوس وتأثيرها في الترويج السياحي لمصر ومتوسط الاجابات للمحور نفسه كانت ذات دلالة إحصائية (0.000) عند مستوى 0.01، مما يشير إلى وجود درجة عالية من الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثالث توظيف نقود الملك ليسميخوس وتأثيرها في الترويج السياحي لمصر.

صدق الاتساق الداخلي للمحور الرابع (العلاقة بين النقود الهلنستية والسياحة الثقافية والدينية)
جدول (7): صدق الاتساق الداخلي (الارتباط بيرسون) للمحور الرابع العلاقة بين النقود الهلنستية والسياحة الثقافية والدينية.

م	العبارة	معامل الارتباط	الدلالة الاحصائية
28	عرض القطع النقدية في المتاحف يعزز التجربة السياحية الثقافية للزوار	0.721**	0.000
29	إبراز الرموز الدينية على النقود القديمة يمكن أن يكون عامل جذب ديني	0.785**	0.000
30	تنظيم معارض مؤقتة أو دائمة تحت عنوان 'النقود والدين في العالم القديم' يُعد وسيلة فعالة لتعزيز السياحة	0.812**	0.000
31	السرد القصصي المرتبط بشخصيات تاريخية مثل الإسكندر الأكبر أو ليسيمachus يمكن أن يساهم في تعزيز السياحة الثقافية	0.706**	0.000
32	أرغب في معرفة المزيد عن تاريخ النقود القديمة خلال الزيارة للمواقع السياحية أو المتاحف	0.601**	0.000
33	إنشاء عروض خاصة بالنقود الأثرية يعد جزء مهم من تطوير السياحة الثقافية والدينية	0.758**	0.000

يتبين من تحليل الجدول (7) أن كافة معاملات الارتباط بيرسون بين كل فقرة من فقرات محور العلاقة بين النقود الهلنستية والسياحة الثقافية والدينية ومتوسط الإجابات للمحور نفسه كانت ذات دلالة إحصائية (0.000) عند مستوى 0.01، مما يشير إلى وجود درجة عالية من الاتساق الداخلي لفقرات المحور الرابع العلاقة بين النقود الهلنستية والسياحة الثقافية والدينية.

ثبات مقياس استمارة الاستبيان

فيد ثبات مقياس استمارة الاستبيان في التحقق من درجة ثبات المقياس، وقد تم استخدام معامل ألفا كرونباخ Cronbach Alpha لاختبار ثبات فقرات الاستبيان باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS, V.24).

جدول (8): معامل الثبات ألفا كرونباخ لاستمارة الاستبيان.

المحاور	الموضوع	عدد الفقرات	معامل الثبات
الأول	المعرفة بالنقود القديمة خاصة نقود الملك ليسيمachus	6	0.751
الثاني	تأثير نقود الملك ليسيمachus علي السياحة ثقافياً واقتصادياً	7	0.914
الثالث	توظيف نقود الملك ليسيمachus وتأثيرها في الترويج السياحي لمصر	14	0.918
الرابع	العلاقة بين النقود الهلنستية والسياحة الثقافية والدينية	6	0.826
	جملة الاستبيان	33	0.950

يتضح من الجدول (8) أن معامل ألفا كرونباخ للمحور الأول المعرفة بالنقود القديمة خاصة نقود الملك ليسيمachus الذي تكون من 6 فقرات بلغ 0.751، وبلغ معامل ألفا كرونباخ للمحور الثاني تأثير نقود الملك ليسيمachus علي السياحة ثقافياً واقتصادياً الذي تكون من 7 فقرات بلغ 0.914، وبلغ معامل ألفا كرونباخ للمحور الثالث توظيف نقود الملك ليسيمachus وتأثيرها في الترويج السياحي لمصر الذي تكون من 14 فقرة بلغ 0.918، وبلغ معامل ألفا كرونباخ للمحور الرابع العلاقة بين النقود الهلنستية والسياحة الثقافية والدينية الذي تكون من 6 فقرات بلغ 0.826، بينما بلغ معامل ألفا كرونباخ لجميع فقرات الاستبيان الذي تكون من 33 فقرة بلغ 0.950، مما يشير إلى ارتفاع درجة ثبات فقرات الاستبيان.

التحليل الإحصائي لمتغيرات الدراسة

أ - التحليل الإحصائي البيانات الديموغرافية (الشخصية)

جدول (9): توزيع مفردات عينة الدراسة حسب البيانات الديموغرافية.

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة المئوية (%)
النوع	ذكر	72	56.3%
	انثى	56	43.8%
العمر	أقل من 26 سنة	4	3.1%

21.9%	28	26-35 سنة	
37.5%	48	36-45 سنة	
37.5%	48	أكبر من 45 سنة	
12.5%	16	أقل من 5 سنوات	سنوات الخبرة
15.6%	20	5-10 سنوات	
25.0%	32	10-15 سنة	
46.9%	60	أكثر من 15 سنة	
14.1%	18	جامعي	المستوى التعليمي
85.9%	110	دراسات عليا	
12.5%	16	مدير	الموقع الوظيفي الحالي
1.6%	2	نائب مدير	
3.1%	4	مساعد مدير	
25.0%	32	مدرس	
21.9%	28	استاذ مساعد	
25.0%	32	استاذ دكتور	
10.9%	14	اخرى	
10.9%	14	تاريخ	التخصص الأكاديمي
39.1%	50	اثار	
50.0%	64	سياحة	
98.4%	126	نعم	هل سبق لك زيارة المتحف المصري
1.6%	2	لا	
78.1%	100	نعم	هل لديك اهتمام بالنقود القديمة أو التاريخ الهلنستي
21.9%	28	لا	

يوضح الجدول (9) البيانات الديموغرافية لعينة الدراسة كما يلي:

من حيث النوع جاء في المرتبة الأولى الذكور بعدد 72 فرداً بنسبة 56.3%، وجاء في المرتبة الثانية الإناث بعدد 56 فرداً بنسبة 43.8%. من حيث العمر جاء في المرتبة الأولى 36-45 سنة بعدد 48 فرداً بنسبة 37.5%، وجاء في نفس المرتبة أكبر من 45 سنة بعدد 48 فرداً بنسبة 37.5%، وجاء في المرتبة الثانية 26-35 سنة بعدد 28 فرداً بنسبة 21.9%، وجاء في المرتبة الثالثة أقل من 26 سنة بعدد 4 فرداً بنسبة 3.1%.

من حيث عدد سنوات الخبرة جاء في المرتبة الأولى أكثر من 15 سنة بعدد 60 فرداً بنسبة 46.9%، وجاء في المرتبة الثانية 10-15 سنة بعدد 32 فرداً بنسبة 25%، وجاء في المرتبة الثالثة 5-10 سنوات بعدد 20 فرداً بنسبة 15.6%، وجاء في المرتبة الرابعة أقل من 5 سنوات بعدد 16 فرداً بنسبة 12.5%. من حيث المستوى التعليمي جاء في المرتبة الأولى دراسات عليا بعدد 110 فرداً بنسبة 85.9%، وجاء في المرتبة الثانية جامعي بعدد 18 فرداً بنسبة 14.1%. من حيث الموقع الوظيفي جاء في المرتبة الأولى أستاذ دكتور بعدد 32 فرداً بنسبة 25%، وجاء في نفس المرتبة مدرس بعدد 32 فرداً بنسبة 25%، وجاء في المرتبة الثانية أستاذ مساعد بعدد 28 فرداً بنسبة 21.9%، وجاء في المرتبة الثالثة مدير بعدد 16 فرداً بنسبة 12.5%، وجاء في المرتبة الرابعة أخرى بعدد 14 فرداً بنسبة 10.9%، وجاء في المرتبة الخامسة مساعد مدير بعدد 4 فرداً بنسبة 3.1%، وجاء في المرتبة السادسة نائب مدير بعدد 2 فرداً بنسبة 1.6%. من حيث التخصص الأكاديمي جاء في المرتبة الأولى السياحة بعدد 64 فرداً بنسبة 50%، وجاء في المرتبة الثانية الآثار بعدد 50 فرداً بنسبة 39.1%، وجاء في المرتبة الثالثة التاريخ بعدد 14 فرداً بنسبة 10.9%. من حيث زيارة المتحف المصري جاء في المرتبة الأولى نعم بعدد 126 فرداً بنسبة 98.4%، وجاء في المرتبة

الثانية لا بعدد 2 فرداً بنسبة 1.6%. من حيث الاهتمام بالنقود القديمة أو التاريخ الهلنستي جاء في المرتبة الأولى نعم بعدد 100 فرداً بنسبة 78.1%، وجاء في المرتبة الثانية لا بعدد 28 فرداً بنسبة 21.9%. أوضحت نتائج الدراسة للبيانات الديموغرافية أن نسبة الذكور أعلى من الإناث بالنسبة لمجتمع الدراسة، فيما يخص الفئة العمرية جاء في مقدمة أفراد عينة الدراسة الأفراد من 36-45 سنة، يليهم الأفراد في الفئة العمرية من 26-35 سنة، ثم الأفراد في الفئة الأقل من 26 سنة. من حيث عدد سنوات الخبرة جاءت أكبر نسبة لسنوات الخبرة لعينة الدراسة أكثر من 15 سنة، يليها الأفراد ذات 10-15 سنة خبرة في المجال سواء الأكاديمي أو الخبراء السياحيين والأثريين، ثم الأفراد ذات سنوات خبرة من 5-10 سنوات، يليها الأفراد ذات عدد سنوات خبرة أقل من 5 سنوات، أما من حيث المستوى التعليمي كانت النسبة الأعلى من الحاصلين علي دراسات عليا، ثم من الحاصلين علي مؤهل جامعي مما يدل علي أن الفئة الأكبر من مجتمع الدراسة من الأكاديميين بالسياحة والآثار والتاريخ. ومن حيث الموقع الوظيفي جاءت النسبة الأكبر من أفراد العينة لمرتبة أستاذ دكتور، يليها درجة مدرس، ثم أستاذ مساعد، يليها رتبة مدير، ثم رتب أخرى، يليهما مساعد مدير ثم نائب مدير. ومن حيث التخصص الأكاديمي لأفراد عينة الدراسة جاءت النسبة الأعلى للأفراد الذين ينتمون لمجال السياحة، يليه الآثار. ومن حيث زيارة المتحف المصري جاءت النسبة الأعلى بفارق كبير جداً باتجاه الإجابة لزيارة عينة الدراسة للمتحف المصري. أما عن الاهتمام بالنقود القديمة أو التاريخ الهلنستي جاء في المقدمة اتجاه ردود أفراد العينة لاهتمامهم بالنقود والتاريخ الخاص بالعصر الهلنستي بفارق كبير.

ب- التحليل الإحصائي للبيانات الموضوعية

المحور الأول: المعرفة بالنقود القديمة خاصة نقود الملك ليسيماخوس

جدول (10): التحليل الإحصائي لإجابات عينة الدراسة حول المعرفة بالنقود القديمة خاصة نقود الملك ليسيماخوس.

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	اوافق بشدة	اوافق	محايد	لا اوافق	لا اوافق بشدة		العبارات
4	1.17	3.10	8	54	28	20	18	التكرار	لديك معرفة سابقة بالنقود الهلنستية
			6.3	42.2	21.9	15.6	14.1	النسبة %	
5	1.10	2.62	2	34	28	42	22	التكرار	لديك معرفة مسبقة بنقود الملك ليسيماخوس
			1.6	26.6	21.9	32.8	17.2	النسبة %	
1	0.70	4.29	50	70	6	0	2	التكرار	الجانب الفني (الصور والنقوش) يُعد من أهم الجوانب عند دراسة النقود القديمة
			39.1	54.7	4.7	0	1.6	النسبة %	
2	0.78	4.28	52	68	2	4	2	التكرار	الجانب الاقتصادي (القيمة والتداول) يُعد من أهم الجوانب عند دراسة النقود القديمة
			40.6	53.1	1.6	3.1	1.6	النسبة %	
1	0.74	4.29	52	68	4	2	2	التكرار	الجانب السياسي (الرموز والدعاية) يُعد من أهم الجوانب عند دراسة النقود القديمة
			40.5	53.1	3.1	1.6	1.6	النسبة %	
3	0.76	4.17	44	66	16	0	2	التكرار	الجانب الديني والثقافي يُعد من أهم الجوانب عند دراسة النقود القديمة
			34.4	51.6	12.5	0	1.6	النسبة %	
	0.60	3.80	المتوسط العام للمحور						

يوضح الجدول (10) آراء عينة الدراسة حول المعرفة بالنقود القديمة خاصة نقود الملك ليسميماخوس حيث جاء في المرتبة الأولى الفقرة "الجانب الفني (الصور والنقوش) يُعد من أهم الجوانب عند دراسة النقود القديمة" بمتوسط حسابي بلغ 4.29، وجاء في نفس المرتبة الفقرة "الجانب السياسي (الرموز والدعاية) يُعد من أهم الجوانب عند دراسة النقود القديمة" بمتوسط حسابي بلغ 4.29، مما يدل على أن متوسط الإجابة يقع في المدى أوافق بشدة، لأنهما يمثلان أهم بعدين لفهم النقود القديمة، وبخاصة نقود الملك ليسميماخوس، الذي كان يستخدم الصور والرموز كأداة دعائية سياسية لتثبيت شرعيته ونفوذه.

وجاء في المرتبة الثانية الفقرة "الجانب الاقتصادي (القيمة والتداول) يُعد من أهم الجوانب عند دراسة النقود القديمة" بمتوسط حسابي بلغ 4.28، مما يدل على أن متوسط الإجابة يقع في المدى أوافق بشدة، لأن النقود الهلنستية، ومنها نقود ليسميماخوس، لعبت دوراً اقتصادياً مهماً سواء من حيث قيمتها الشرائية أو حجم تداولها بين الممالك الهلنستية.

وجاء في المرتبة الثالثة الفقرة "الجانب الديني والثقافي يُعد من أهم الجوانب عند دراسة النقود القديمة".... بمتوسط حسابي بلغ 4.17، مما يدل على أن متوسط الإجابة يقع في المدى أوافق، نظراً لما تحمله النقود القديمة من رموز وشعائر دينية وثقافية كانت تُستخدم لأغراض دينية أو للاحتفاء بالمعتقدات المحلية، وهو ما يسهم في فهم الأبعاد الحضارية للمجتمعات القديمة.

وجاء في المرتبة الرابعة الفقرة "لديك معرفة سابقة بالنقود الهلنستية" بمتوسط حسابي بلغ 3.10، مما يدل على أن متوسط الإجابة يقع في المدى محايد، قد يُعزى ذلك إلى قلة انتشار الدراسات المتخصصة في هذا المجال أو محدودية المعلومات المتاحة لعامة الجمهور حول النقود الهلنستية مقارنة بالجوانب العامة للنقود القديمة.

وجاء في المرتبة الخامسة الفقرة "لديك معرفة مسبقة بنقود الملك ليسميماخوس" بمتوسط حسابي بلغ 2.62، مما يدل على أن متوسط الإجابة يقع في المدى محايد. وربما يُعزى ذلك إلى قلة الدراسات المتاحة حول مسكوكاته أو ضعف الوعي بتاريخ هذه الشخصية التاريخية مقارنة بالنقود القديمة بوجه عام.

المحور الثاني: تأثير نقود الملك ليسميماخوس على السياحة ثقافياً واقتصادياً

جدول (11): التحليل الإحصائي لإجابات عينة الدراسة حول تأثير نقود الملك ليسميماخوس على السياحة ثقافياً واقتصادياً.

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	أوافق بشدة	التكرار	العبارات
5	0.93	3.78	26	62	30	6	4	التكرار	استخدام نقود الملك ليسميماخوس في الترويج السياحي يساهم في زيادة الوعي بالتاريخ المصري
			20.3	48.4	23.4	4.7	3.1	النسبة %	
4	0.92	3.81	26	66	26	6	4	التكرار	عرض نقود ليسميماخوس ضمن المعارضات الثقافية السياحية في المتاحف يساهم في جذب مزيد من الزوار
			20.3	51.6	20.3	4.6	3.1	النسبة %	
2	0.87	3.92	32	64	24	6	2	التكرار	توظيف النقود القديمة مثل نقود الملك ليسميماخوس يعزز من الهوية الثقافية لمصر سياحياً
			25.0	50.0	18.7	4.7	1.6	النسبة %	
1	0.75	4.06	32	78	14	2	2	التكرار	النقود التاريخية تمثل عامل جذب مميز للسياح المهتمين بالآثار
			25.0	60.9	10.9	1.6	1.6	النسبة %	

									و النقود الهلنستية
6	0.93	3.71	26	52	42	4	4	التكرار	استخدام نقود الملك ليسيماخوس يساهم في تحسين جودة نمط السياحة الثقافية والدينية في مصر
			20.3	40.6	32.8	3.1	3.1	النسبة %	
7	0.77	3.18	2	44	60	20	2	التكرار	توظيف النقود التاريخية مثل نقود ليسيماخوس يساهم في خلق فرص عمل جديدة في القطاع السياحي
			1.6	34.4	46.9	15.6	1.6	النسبة %	
3	0.78	3.90	26	70	28	2	2	التكرار	استخدام القطع النقدية القديمة مثل نقود الملك ليسيماخوس يساهم في تعزيز الهوية الثقافية المصرية
			20.3	54.7	21.9	1.6	1.6	النسبة %	
	0.69	3.77	المتوسط العام للمحور						

يوضح الجدول (11) آراء عينة الدراسة حول تأثير نقود الملك ليسماخوس على السياحة ثقافياً واقتصادياً حيث جاء في المرتبة الأولى الفقرة "النقود التاريخية تمثل عامل جذب مميز للسياح المهتمين بالآثار والنقود الهلنستية" بمتوسط حسابي بلغ 4.06، مما يدل على أن متوسط الإجابة يقع في المدى أوافق، مما يؤكد على أهمية تلك النقود في إدراجها كأداة ترويجية سياحية ذات طابع ثقافي مميز، ما يساهم في تحقيق مردود إيجابي وغير تقليدي إذا ما تم استثمارها وعرضها بالشكل الأمثل ضمن البرامج السياحية والثقافية.

وجاء في المرتبة الثانية الفقرة "توظيف النقود القديمة مثل نقود الملك ليسماخوس يعزز من الهوية الثقافية لمصر سياحياً" بمتوسط حسابي بلغ 3.92، مما يدل على أن متوسط الإجابة يقع في المدى أوافق، مما يؤكد ذلك أفراد العينة للأهمية الثقافية لتلك النقود استناداً إلى قيمتها التاريخية والرمزية المنعكسة في النقوش والدلالات المحفورة عليها، الأمر الذي يعزز من دورها كوسيلة فاعلة في دعم السياحة الثقافية وإبراز الهوية الحضارية لمصر لدى الزوار المهتمين بهذا النوع من السياحة.

وجاء في المرتبة الثالثة الفقرة "استخدام القطع النقدية القديمة مثل نقود الملك ليسماخوس يساهم في تعزيز الهوية الثقافية المصرية" بمتوسط حسابي بلغ 3.90، مما يدل على أن متوسط الإجابة يقع في المدى أوافق، ويعكس ذلك إدراك أفراد العينة للدور الذي يمكن أن تؤديه هذه النقود في إبراز الجوانب التاريخية والثقافية لمصر، خاصة أن ليسماخوس يُعد أحد أبرز خلفاء الإسكندر الأكبر الذي كانت مصر ضمن ولايته في فترة معينة، كما تحمل بعض هذه النقود على أحد وجهيها صورة الإسكندر الأكبر نفسه، الأمر الذي يعزز من قيمتها التاريخية ويجعلها مادة مهمة لتوظيفها في دعم الهوية الثقافية ضمن المسارات السياحية.

وجاء في المرتبة الرابعة الفقرة "عرض نقود ليسماخوس ضمن المعروضات الثقافية السياحية في المتاحف يساهم في جذب مزيد من الزوار" بمتوسط حسابي بلغ 3.81، مما يدل على أن متوسط الإجابة يقع في المدى أوافق، ويشير ذلك إلى إدراك أفراد العينة لأهمية إبراز النقود الهلنستية، وخاصة نقود ليسماخوس، ضمن المعروضات الثقافية في المتاحف، بما يعزز من دورها كعامل جذب للزوار، لا سيما عند توظيف تقنيات العرض الحديثة ووسائل الشرح التفاعلي لتوضيح الرموز والدلالات التاريخية لتلك النقود. كما يؤكد ذلك على ضرورة التوصية بإتاحة نسخ تقليدية أو تنكارية من هذه القطع التاريخية لرواد السياحة الثقافية والدينية بما يساهم في الترويج للتراث الهلنستي المصري بطرق مبتكرة وغير تقليدية.

وجاء في المرتبة الخامسة الفقرة "استخدام نقود الملك ليسماخوس في الترويج السياحي يساهم في زيادة الوعي بالتاريخ المصري" بمتوسط حسابي بلغ 3.78، مما يدل على أن متوسط الإجابة يقع في المدى أوافق، ويشير ذلك إلى إدراك أفراد العينة لأهمية توظيف نقود ليسماخوس كوسيلة غير مباشرة للتعريف بفترة تاريخية هامة من تاريخ مصر ارتبطت بالإسكندر الأكبر وخلفائه، إذ يُعد ليسماخوس أحد القادة البارزين الذين حكموا

ولايات تابعة للإسكندر بعد وفاته. ومن ثم فإن إبراز هذه النقود في البرامج الترويجية من شأنه تعزيز الوعي بتاريخ مصر الهلنستي لدى الزوار والسائحين المهتمين بالجوانب الثقافية والتاريخية.

وجاء في المرتبة السادسة الفقرة "استخدام نقود الملك ليسيماخوس يساهم في تحسين جودة نمط السياحة الثقافية والدينية في مصر" بمتوسط حسابي بلغ 3.71، مما يدل على أن متوسط الإجابة يقع في المدى أوافق، ويشير ذلك إلى إدراك أفراد العينة لأهمية دمج هذه النقود ضمن مقومات السياحة الثقافية والدينية في مصر، إذ إن عرضها وإبراز رموزها التاريخية يضيف بُعداً ثقافياً ودينيّاً متجدداً للمعروضات السياحية، بما يعزز من تنوع المنتج الثقافي المصري وييسر انتشاره من خلال إنتاج نسخ تذكارية يمكن اقتنائها أو توزيعها على الزوار. ويُعد ذلك توجهاً واعداً لاستغلال النقود التاريخية في فترات زمنية متنوعة لزيادة الجذب السياحي.

وجاء في المرتبة السابعة الفقرة "توظيف النقود التاريخية مثل نقود ليسيماخوس يساهم في خلق فرص عمل جديدة في القطاع السياحي" بمتوسط حسابي بلغ 3.18، مما يدل على أن متوسط الإجابة يقع في المدى محايد. يشير ذلك إلى أن أفراد العينة لديهم إدراك متوسط لإمكانية إسهام هذه النقود في خلق فرص عمل جديدة، حيث إن زيادة الجذب السياحي من خلال الترويج لتلك القطع النقدية قد ينعكس إيجاباً على توفير فرص عمل للشباب سواء بشكل مباشر في مجالات الإرشاد والعرض المتحفي، أو بشكل غير مباشر في مجالات إنتاج النسخ التذكارية والخدمات المرتبطة بالسياحة الثقافية. ومع ذلك فإن المتوسط الحسابي يعكس حاجة هذا الجانب إلى مزيد من التوعية، وإبراز كيفية توظيف هذه الإمكانيات لتحقيق مردود اقتصادي ملموس.

المحور الثالث: توظيف نقود الملك ليسيماخوس وتأثيرها في الترويج السياحي لمصر

جدول (12): التحليل الإحصائي لإجابات عينة الدراسة حول توظيف نقود الملك ليسيماخوس وتأثيرها في الترويج السياحي لمصر.

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	وافق بشدة	وافق	محايد	لا اوافق	لا اوافق بشدة	العبارة
7	0.68	4.06	32	74	20	2	0	تلعب النقود القديمة دوراً في الترويج للسياحة الثقافية أو الدينية في مصر من خلال عناصر المزيج الترويجي (الإعلان، والعلاقات العامة، وتنشيط المبيعات، والبيع الشخصي، والتسويق المباشر، والدعاية).
			25.0	57.8	15.6	1.6	0	النسبة %
12	0.92	3.89	32	64	20	10	2	وسائل الإعلام الحديثة (مثل التلفزيون، والإنترنت، ووسائل التواصل الاجتماعي تساهم بشكل كبير في الترويج لنقود الملك ليسيماخوس
			25.0	50.0	15.6	7.8	1.6	النسبة %
8	0.79	4.03	38	60	26	4	0	يمكن استخدام النقود القديمة كأداة دعائية حديثة للترويج للسياحة الثقافية والدينية كجزء من الحملات الترويجية للسياحة في مصر
			29.7	46.9	20.3	3.1	0	النسبة %

11	0.85	3.92	28	74	16	8	2	التكرار	حملات الترويج الإعلامية المخصصة لنقود ليسيماخوس تسهم في رفع الوعي بتاريخ مصر الثقافي
			21.9	57.8	12.5	6.3	1.6	النسبة %	
4	0.77	4.10	38	72	14	2	2	التكرار	عرض نقود ليسيماخوس في سياق ديني وثقافي يمكن أن يثير اهتمام الزوار
			29.7	56.3	10.9	1.6	1.6	النسبة %	
9	0.74	4.01	32	70	22	4	0	التكرار	توظيف النقود التاريخية مثل نقود ليسيماخوس يمكن أن يسهم إيجابياً في الترويج للسياحة الثقافية
			25.0	54.7	17.2	3.1	0	النسبة %	
6	0.75	4.07	36	70	20	0	2	التكرار	المعارض المتحفية المتخصصة وسيلة فعالة لاستثمار النقود الهلنستية في دعم السياحة الثقافية والدينية
			28.1	54.7	15.6	0	1.6	النسبة %	
3	0.69	4.15	36	80	10	0	2	التكرار	البرامج التعليمية والتوعوية وسيلة مناسبة لتعزيز أهمية النقود الهلنستية في السياحة الثقافية والدينية
			28.1	62.5	7.8	0	1.6	النسبة %	
7	0.72	4.06	30	82	12	2	2	التكرار	دمج النقود الهلنستية في الحملات الإعلانية، المسارات السياحية، والمواقع الأثرية يعزز من قيمتها السياحية
			23.4	64.1	9.4	1.6	1.6	النسبة %	
5	0.76	4.09	36	74	14	2	2	التكرار	الوسائط المتعددة، التطبيقات التفاعلية، والفيديوهات الوثائقية من الوسائل المناسبة للترويج للنقود الهلنستية
			28.1	57.8	10.9	1.6	1.6	النسبة %	
10	0.72	3.98	26	80	16	6	0	التكرار	إدماج النقود في العروض السياحية يساهم في زيادة إقبال الزوار على المتاحف والمواقع التاريخية
			20.3	62.5	12.5	4.7	0	النسبة %	
2	0.56	4.16	26	100	0	0	2	التكرار	حملات الدعاية عبر وسائل الإعلام تؤثر بشكل إيجابي على زيادة الوعي بالنقود القديمة وتاريخها
			20.3	78.1	0	0	1.6	النسبة %	
7	0.62	4.06	30	78	20	0	0	التكرار	تصنيع نسخ مقلدة

			23.4	60.9	15.6	0	0	النسبة %	ترويجية من النقود القديمة لبيعها كهدايا سياحية يعد وسيلة فعالة للترويج
			38	76	14	0	0	التكرار	دمج النقود القديمة
1	0.61	4.18	29.7	59.4	10.9	0	0	النسبة %	ضمن مسارات سياحية متخصصة يساعد في إبراز أهميتها الثقافية والدينية
المتوسط العام للمحور									
	0.51	4.06							

يوضح الجدول (12) آراء عينة الدراسة حول توظيف نقود الملك ليسيماخوس وتأثيرها في الترويج السياحي لمصر حيث جاء في المرتبة الأولى الفقرة "دمج النقود القديمة ضمن مسارات سياحية متخصصة يساعد في إبراز أهميتها الثقافية والدينية" بمتوسط حسابي بلغ 4.18، مما يدل على أن متوسط الإجابة يقع في المدى أوافق، ويعكس ذلك اتفاق غالبية أفراد العينة على ضرورة التوسع في توظيف هذه النقود وإدراجها ضمن مسارات وبرامج سياحية متخصصة، لما لها من أهمية ثقافية ودينية.

وجاء في المرتبة الثانية الفقرة "حملات الدعاية عبر وسائل الإعلام تؤثر بشكل إيجابي على زيادة الوعي بالنقود القديمة وتاريخها" بمتوسط حسابي بلغ 4.16، مما يدل على أن متوسط الإجابة يقع في المدى أوافق، ويعكس ذلك إدراك أفراد العينة لأهمية الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام والدعاية بمختلف قنواتها في التعريف بالنقود الهلنستية، نظراً لقدرتها الكبيرة على الوصول إلى جميع شرائح المجتمع، مما يسهم في سرعة انتشار المعلومات التاريخية والثقافية.

وجاء في المرتبة الثالثة الفقرة "البرامج التعليمية والتوعوية وسيلة مناسبة لتعزيز أهمية النقود الهلنستية في السياحة الثقافية والدينية" بمتوسط حسابي بلغ 4.15، مما يدل على أن متوسط الإجابة يقع في المدى أوافق، ويؤكد ذلك على أهمية الدور الذي تقوم به المؤسسات التعليمية والجهات المعنية بالتوعية الثقافية والسياحية في نشر المعرفة بالتراث الهلنستي، وتوطيد الوعي بقيمته التاريخية والحضارية.

وجاء في المرتبة الرابعة الفقرة "عرض نقود ليسيماخوس في سياق ديني وثقافي يمكن أن يثير اهتمام الزوار" بمتوسط حسابي بلغ 4.10، مما يدل على أن متوسط الإجابة يقع في المدى أوافق، مما يؤكد على مدى انجذاب أفراد العينة واهتمامهم بالمعرفة عن تلك النقود ورؤيتهم لأهميتها السياحية في تعزيز أنماط السياحة الثقافية والدينية.

وجاء في المرتبة الخامسة الفقرة "الوسائط المتعددة، التطبيقات التفاعلية، والفيديوهات الوثائقية من الوسائل المناسبة للترويج للنقود الهلنستية" بمتوسط حسابي بلغ 4.09، مما يدل على أن متوسط الإجابة يقع في المدى أوافق، ويؤكد ذلك على اتفاق أفراد العينة على أهمية دور التقنيات الحديثة وما يصاحبها من تطبيقات تكنولوجية حديثة وتفاعلية في نشر تلك النقود والتعريف بها بشكل تفاعلي، وربطها بتقنيات الواقع الافتراضي والمعزز حيث الاتجاه العالمي في كافة المجالات وعلي رأسهم المجال السياحي خاصة بالنسبة لنمط السياحة الثقافية والدينية.

وجاء في المرتبة السادسة الفقرة "المعارض المتحفية المتخصصة وسيلة فعالة لاستثمار النقود الهلنستية في دعم السياحة الثقافية والدينية" بمتوسط حسابي بلغ 4.07، مما يدل على أن متوسط الإجابة يقع في المدى أوافق، ويثبت ذلك إدراك أفراد العينة الدور الحيوي والهام للمتاحف والمعارض المتخصصة في إبراز أهمية النقود الهلنستية، وما يصاحبها من فعاليات تثير اهتمام وإعجاب الكثير من المهتمين بالسياحة الثقافية والدينية. مع السعي على تطوير وسائل العرض المتحفي الحديثة، وتضمينها ضمن معارض ثقافية وسياحية ذات أهمية عالمية، مما يساهم في الترويج لهذه الأنماط عبر تلك النقود الهلنستية بشكل أسرع.

وجاء في المرتبة السابعة الفقرة "تلعب النقود القديمة دوراً في الترويج للسياحة الثقافية أو الدينية في مصر من خلال عناصر المزيج الترويجي (الإعلان، والعلاقات العامة، وتنشيط المبيعات، والبيع الشخصي، والتسويق المباشر، والدعاية)" بمتوسط حسابي بلغ 7.06، فيمثل المزيج الترويجي مجموعة من المكونات التي تتكامل وتتفاعل معاً سعياً لتحقيق الهدف الترويجي للنقود الهلنستية لصالح السياحة الثقافية والدينية بالمقصد السياحي المصري، ضمن بيئة تنافسية فعالة، وجاء في نفس المرتبة الفقرة "دمج النقود الهلنستية في

الحملات الإعلانية، المسارات السياحية، والمواقع الأثرية يعزز من قيمتها السياحية" بمتوسط حسابي بلغ 7.06، بهدف التعريف بالنقود الهلنستية وتعزيز أهميتها في الترويج لأنماط السياحة الثقافية والدينية وجاء في نفس المرتبة الفقرة " تلعب تصنيع نسخ مقلدة ترويجية من النقود القديمة لبيعها كهدايا سياحية يعد وسيلة فعالة للترويج بمتوسط حسابي بلغ 7.06، مما يدل على أن متوسط الإجابة يقع في المدى أوافق، فيلعب ذلك دور فعال وحيوي وعلي نطاق واسع بشكل مباشر مع السائحين الحاليين والفاعلين مع إضفاء الشرح والتعريف بأهمية تلك النقود، بالإضافة إلي أن اقتناء تلك النقود سوف يعد بمثابة وسيلة دعائية عند إهدائها للأصدقاء والأقارب والجماعات المرجعية، مما يثير اهتمامهم حول الزيارة الفعلية للمقصد السياحي المصري، ويدفعهم لشرائها وتوزيعها علي نطاق واسع فيتحقق بذلك كسب مادي ويساهم بدوره في زيادة الطلب السياحي المستقبلي.

وجاء في المرتبة الثامنة الفقرة "يمكن استخدام النقود القديمة كأداة دعائية حديثة للترويج للسياحة الثقافية والدينية كجزء من الحملات الترويجية للسياحة في مصر" بمتوسط حسابي بلغ 4.03، مما يدل على أن متوسط الإجابة يقع في المدى أوافق. وجاء في المرتبة التاسعة الفقرة "توظيف النقود التاريخية مثل نقود ليسيماخوس يمكن أن يسهم إيجابياً في الترويج للسياحة الثقافية"، بمتوسط حسابي بلغ 4.01، مما يدل على أن متوسط الإجابة يقع في المدى أوافق. وجاء في المرتبة العاشرة الفقرة "إمماج النقود في العروض السياحية يساهم في زيادة إقبال الزوار على المتاحف والمواقع التاريخية" بمتوسط حسابي بلغ 3.98، مما يدل على أن متوسط الإجابة يقع في المدى أوافق. وجاء في المرتبة الحادية عشر الفقرة "حملات الترويج الإعلامية المخصصة لنقود ليسيماخوس تسهم في رفع الوعي بتاريخ مصر الثقافي" بمتوسط حسابي بلغ 3.92، مما يدل على أن متوسط الإجابة يقع في المدى أوافق. وجاء في المرتبة الثانية عشر الفقرة "وسائل الإعلام الحديثة (مثل التلفزيون، الإنترنت، ووسائل التواصل الاجتماعي تساهم بشكل كبير في الترويج لنقود الملك ليسيماخوس" بمتوسط حسابي بلغ 3.89، مما يدل على أن متوسط الإجابة يقع في المدى أوافق، وتؤكد الفقرات السابقة علي اتجاهات إجابة السائحين بالتأكيد علي أهمية الدور الذي تلعبه هذه القطع النقدية في الترويج للمقصد السياحي المصري، مع التأكيد علي دورها التوعوي عند عرضها بأساليب مبتكرة في المتاحف والمعارض، والمزود بالشرح عبر التقنيات الحديثة والمدعم بالتكنولوجيا، مما سيزيد من قيمتها الدعائية والترويجية اعتباراً جزءاً من المسارات التاريخية والمعارض الثقافية، بالإضافة إلي دور وسائل الدعايا والإعلان المختلفة عبر القنوات المتعددة في التعريف بتلك القطع النقدية والمساعدة في نشرها تمهيداً لاستثمار مقومات سياحية أخرى مدرجة ضمن العصر الهلنستي والتعريف بهذه الحقبة كونها مرحلة هامة في تاريخ مصر.

المحور الرابع: العلاقة بين النقود الهلنستية والسياحة الثقافية والدينية

جدول (13): التحليل الاحصائي لإجابات عينة الدراسة حول العلاقة بين النقود الهلنستية والسياحة الثقافية والدينية.

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	اوافق بشدة	اوافق	محايد	لا اوافق	لا اوافق بشدة	العبارة
4	0.65	4.09	30	84	10	4	0	التكرار
			23.4	65.5	7.8	3.1	0	النسبة %
5	0.73	3.96	30	66	30	2	0	التكرار
			23.4	51.6	23.4	1.6	0	النسبة %
3	0.68	4.14	40	66	22	0	0	التكرار
			31.3	51.6	17.2	0	0	النسبة %

									لتعزيز السياحة
2	0.65	4.23	40	82	4	0	2	التكرار	السرد القصصي المرتبط بشخصيات تاريخية مثل الإسكندر الأكبر أو ليسيماخوس يمكن أن يسهم في تعزيز السياحة الثقافية
			31.2	64.1	3.1	0	1.6	النسبة %	
1	0.56	4.25	32	84	12	0	0	التكرار	أرغب في معرفة المزيد عن تاريخ النقود القديمة خلال الزيارة للمواقع السياحية أو المتاحف
			25.0	65.6	9.4	0	0	النسبة %	
1	0.56	4.25	32	84	12	0	0	التكرار	إنشاء عروض خاصة بالنقود الأثرية يعد جزء مهم من تطوير السياحة الثقافية والدينية
			25.0	65.6	9.4	0	0	النسبة %	
	0.47	4.13	المتوسط العام للمحور						

يوضح الجدول (13) آراء عينة الدراسة حول العلاقة بين النقود الهلنستية والسياحة الثقافية والدينية حيث جاء في المرتبة الأولى الفقرة "أرغب في معرفة المزيد عن تاريخ النقود القديمة خلال الزيارة للمواقع السياحية أو المتاحف" بمتوسط حسابي بلغ 4.25، ويستوجب ذلك على الجهات المعنية ولا سيما المتحف المصري والمختصين بالترويج للمقصد السياحي المصري، ضرورة التعاون والعمل لنشر هذه القطع بأسلوب جذاب ومبتكر، مما يثير اهتمام الزوار ويلفت انتباههم لهذه النقود والعصر الهلنستي.

وجاء في نفس المرتبة الفقرة "إنشاء عروض خاصة بالنقود الأثرية يعد جزء مهم من تطوير السياحة الثقافية والدينية" بمتوسط حسابي بلغ 4.25، مما يدل على أن متوسط الإجابة يقع في المدى أوافق بشدة، ويُشير ذلك على اهتمام عينة الدراسة من الأكاديميين والخبراء السياحيين وإلى رؤيتهم الهامة لتوظيف هذه النقود وتوجيه الاهتمام البالغ لها كمقوم وعنصر جذب سياحي هام غير مدرك سابقاً. وذلك عن طريق عمل معارض وحلقات ثقافية افتراضية وواقعية وعبر وسائل التواصل الاجتماعي وعرضها بالمتاحف المختلفة وفقاً للاتجاهات الحديثة، وجاء في المرتبة الثانية الفقرة "السرد القصصي المرتبط بشخصيات تاريخية مثل الإسكندر الأكبر أو ليسيمachus يمكن أن يساهم في تعزيز السياحة الثقافية" بمتوسط حسابي بلغ 4.23، مما يدل على أن متوسط الإجابة يقع في المدى أوافق بشدة، مما يشير إلى عدم الاهتمام بالسرد التاريخي بتلك الفترة مما يستوجب على الجهات الأكاديمية والمؤسسات التعليمية المعنية بالتاريخ والآثار والتعليم السياحي بأهمية إدراج مثل تلك المواضيع أو موضوعات خاصة بالمسكوكات في المناهج التعليمية، وتبسيط الضوء عليها عن طريق الموضوعات البحثية والحلقات النقاشية بالتاريخ الهلنستي بشكل عام وعلى نطاق واسع، وجاء في المرتبة الثالثة الفقرة "تنظيم معارض مؤقتة أو دائمة تحت عنوان 'النقود والدين في العالم القديم' يعد وسيلة فعالة لتعزيز السياحة" بمتوسط حسابي بلغ 4.14، مما يدل على أن متوسط الإجابة يقع في المدى أوافق، وجاء في المرتبة الرابعة الفقرة "عرض القطع النقدية في المتاحف يعزز التجربة السياحية الثقافية للزوار" بمتوسط حسابي بلغ 4.09، مما يدل على أن متوسط الإجابة يقع في المدى أوافق، وجاء في المرتبة الخامسة الفقرة "إبراز الرموز الدينية على النقود القديمة يمكن أن يكون عامل جذب ديني" بمتوسط حسابي بلغ 3.96، مما يدل على أن متوسط الإجابة يقع في المدى أوافق، وتؤكد تلك الفقرات أيضاً على أهمية إقامة المعارض و يرسخ العلاقة القوية بين النقود الهلنستية وأنماط السياحة الثقافية والدينية لما لها من دلالة ثقافية هامة وتمثل قيمة دينية لتلك الفترة عبر الرموز والنقوش المدونة على جانبيها، مما يثبت ويؤكد عبر إجابات أفراد عينة الدراسة إلى أهمية النقود الهلنستية عبر تلك القطعتين الذهبيتين والمعروضة بالمتحف المصري على دورهما الفعال في الترويج لأنماط السياحة الثقافية والدينية مما يعزز من المصد السياحي المصري ويساهم في زيادة الطلب السياحي.

ج- اختبار صحة فروض الدراسة

اختبار صحة الفرضية الأولى

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعرفة بالنقود الهلنستية وتنمية السياحة الثقافية والدينية.

جدول (14): نتائج تحليل مصفوفة الارتباط بين المعرفة بالنقود الهلنستية وتنمية السياحة الثقافية والدينية.

المتغير	المعرفة بالنقود الهلنستية	تنمية السياحة الثقافية والدينية
المعرفة بالنقود الهلنستية	1.000	
تنمية السياحة الثقافية والدينية	0.367**	1.000

** العلاقة الارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01

يتضح من الجدول (14) وجود علاقة ارتباط طردية ضعيفة بين المعرفة بالنقود الهلنستية وتنمية السياحة الثقافية والدينية بلغت 0.367، ويرجع ذلك إلى ضعف الوعي والمعرفة بالنقود الهلنستية لدى عينة الدراسة، إلا أن العلاقة الارتباطية كانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.01) وبالتالي يتم قبول الفرضية الأولى أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعرفة بالنقود الهلنستية وتنمية السياحة الثقافية والدينية.

اختبار صحة الفرضية الثانية

يوجد تأثير لتوظيف نقود الملك ليسيماخوس في الترويج السياحي لمصر على التنمية السياحية ثقافياً واقتصادياً

جدول (15): تحليل الانحدار الخطي المتعدد لتحديد تأثير توظيف نقود الملك ليسيماخوس في الترويج السياحي لمصر على التنمية السياحية ثقافياً واقتصادياً.

المعالم	قيمة (B)	الخطأ المعياري	قيمة اختبار (ت)	قيمة الدلالة	مستوى الدلالة
المتغير المستقل (التنمية السياحية ثقافياً واقتصادياً)	0.867	0.264	3.279	0.001	0.05
1 - توظيف نقود الملك ليسيماخوس في الترويج السياحي لمصر	1.142	0.065	17.674	0.000	0.05
قيمة الارتباط بين المتغيرات	R				0.844
معامل التحديد	R ²				0.713
معامل التحديد المعدل	Adj.R ²				0.710
قيمة اختبار (ف)	F				312.369
قيمة الدلالة لاختبار (ف)	P-Value				0.000

يتضح من تحليل الجدول (15) وجود علاقة طردية بين توظيف نقود الملك ليسيماخوس في الترويج السياحي لمصر والتنمية السياحية ثقافياً واقتصادياً، حيث بلغ معامل الارتباط (R) (0.844)، كما بلغت قيمة القابلية التفسيرية المتمثلة في معامل التحديد (R²) (0.713)؛ مما يشير إلى أن 71.3% من التغيرات الحاصلة في التنمية السياحية ثقافياً واقتصادياً يفسرها توظيف نقود الملك ليسيماخوس في الترويج السياحي لمصر، وبلغت قيمة (F) المحسوبة 312.369 وبمستوى دلالة إحصائية (sig= 0.000)، وهي أصغر من مستوى الدلالة الإحصائية المعتمد (0.05)، وهذا يدل على وجود تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لتوظيف نقود الملك ليسيماخوس في الترويج السياحي لمصر على التنمية السياحية ثقافياً واقتصادياً، وبالتالي يتم قبول الفرضية الثانية أنه يوجد تأثير لتوظيف نقود الملك ليسيماخوس في الترويج السياحي لمصر على التنمية السياحية ثقافياً واقتصادياً.

اختبار صحة الفرضية الثالثة

توجد فروق ذات دلالة إحصائية للمعرفة بالنقود القديمة خاصة نقود الملك ليسيماخوس ترجع إلى البيانات الديموغرافية (النوع - العمر - سنوات الخبرة - المستوى التعليمي - الموقع الوظيفي - التخصص الأكاديمي).

جدول (16): اختبار (t test) للفرضية الثالثة.

المتغيرات	المتوسط	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري للمتوسط	اختبار t	95 % فترة الثقة لفرق بين الوسطين		احتمال الدلالة p
					الحد الأدنى	الحد الأعلى	
النوع	1.437	0.498	0.044	32.656	1.35	1.52	0.000
العمر	3.093	0.845	0.074	41.378	2.94	3.24	0.000
سنوات الخبرة	3.062	1.062	0.093	32.595	2.87	3.24	0.000
المستوى التعليمي	1.859	0.349	0.030	60.276	1.79	1.92	0.000
الموقع الوظيفي	4.609	1.753	0.154	29.741	4.30	4.91	0.000
التخصص الأكاديمي	2.390	0.678	0.059	39.862	2.27	2.51	0.000

يتضح من الجدول (16) أن احتمال الدلالة p في كل المتغيرات الديموغرافية = (0.000) وهو أصغر من مستوى معنوية (0.05) ومن ثم فإنه يتم قبول الفرضية الثالثة أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية للمعرفة بالنقود القديمة خاصة نقود الملك ليسيماخوس ترجع إلى البيانات الديموغرافية (النوع - العمر - سنوات الخبرة - المستوى التعليمي - الموقع الوظيفي - التخصص الأكاديمي).

نموذج الدراسة المقترح

نموذج الارتباط بين التنمية السياحية ودرجة توظيف العملة

$$\text{ص} = 1.142 \text{ س} + 0.867$$

➤ ص: القيمة المتوقعة للتنمية السياحية ثقافياً وإقتصادية

➤ س: درجة توظيف العملة ويقصد بها مستوى الاستفادة من القيمة الرمزية والتاريخية لهذه العملة الأثرية في الترويج السياحي والثقافي، ويتم تقديرها من خلال استبيانات موجهة إلى الخبراء أو العملاء

مجموع إجابات العبارات

درجة التوظيف = $\frac{\text{مجموع إجابات العبارات}}{\text{عدد العبارات}}$

➤ 1.142: معد الإحذار (التغير)

➤ 0.867: ثابت يساوي قيمة التنمية السياحية عندما تكون درجة توظيف العملة صفر

➤ مثال تطبيقي:

إذا أسفر الاستبيان عن الإجابات لمشارك واحد عن مجموعة من القيم العددية فإن

➤ درجة التوظيف لهذا المشارك = مجموع القيم العددية مقسومة على عدد الإجابات

➤ درجة التوظيف المتوسطة (س) = مجموع درجات التوظيف لجميع مشاركين في الاستبيان مقسومة على عددهم

➤ ثم التعويض في معادلة النموذج

$$\text{ص} = 1.142 \text{ س} + 0.867$$

ص =

تفسير الدرجات :

- 1 : 2.5 تنمية سياحية ضعيفة
- 2.5 : 3.5 تنمية سياحية متوسطة
- 3.5 : 5 تنمية سياحية قوية

تمّ بناء المعادلة التنبؤية (ص = 1.142 س + 0.867) استناداً إلى نتائج استبيان ميداني موجه إلى مجموعة من الخبراء والمعينين بالسياحة والآثار والتاريخ، هدفت إلى قياس مدى تأثير توظيف النقود الهلنستية - وتحديداً نقود الملك ليسيماخوس في الترويج للمقصد السياحي المصري خاصة لأنماط السياحة الثقافية والسياحة الدينية. اعتمد التحليل على إدخال البيانات الكمية المستخلصة من متوسطات تقييم المشاركين لكل عبارة في محور الدراسة، باعتبارها تعبيراً عن درجة توظيف العملة (س). بعد ذلك، تم تطبيق تحليل

الانحدار الخطي البسيط لتحديد العلاقة الرياضية بين درجة التوظيف (المتغير المستقل) والقيمة المتوقعة للتنمية السياحية ثقافياً واقتصادياً (ص) باعتبارها المتغير التابع. وقد أظهرت نتائج التحليل وجود علاقة إيجابية قوية بين المتغيرين، حيث تشير معامل الانحدار (1.142) إلى أن كل وحدة زيادة في درجة توظيف العملة تؤدي إلى ارتفاع التنمية السياحية من خلال الترويج السياحي بواقع 1.142 وحدة تقريباً، بينما تمثل المعامل الثابت (0.867) الحد الأدنى المتوقع للتنمية في حالة عدم التوظيف. تعكس هذه المعادلة أهمية النقود الأثرية كأداة فعالة في تعزيز المقصد السياحي المصري، سواء من حيث الجذب الثقافي أو الجدوى الاقتصادية. وقد تم استخلاص المعادلة الخطية (ص = 1.142 س + 0.867) من خلال تحليل البيانات العددية الموجودة في الجدول باستخدام أسلوب المربعات الصغرى (Least Squares Method)، والذي يُعد من أكثر الطرق دقة لتحديد العلاقة بين متغيرين. في البداية، تم تمثيل قيم المتغيرين "س" و"ص" بيانياً للتحقق من وجود نمط خطي واضح بينهما. بعد ذلك، تم حساب الميل (m) ومعامل التقاطع (b) للخط المستقيم باستخدام الصيغ الرياضية المعروفة:

- الميل (m) يعبر عن معدل التغير في "ص" بالنسبة لـ"س"، وتم الحصول عليه كـ 1.142 مما يدل على أن كل وحدة زيادة في "س" يقابلها زيادة مقدارها 1.142 في "ص".

- المعامل الثابت (b) وهو قيمة "ص" عندما تكون "س" = 0، وقد قُدر بـ 0.867.

بناءً على هذه الحسابات، تم بناء النموذج الرياضي الذي يصف العلاقة بين المتغيرين بصيغة المعادلة:

$$\text{ص} = 1.142 \text{ س} + 0.867$$

وهو ما يعكس علاقة خطية موجبة دقيقة بين القيم المدخلة، ويمكن استخدام هذه المعادلة لاحقاً للتنبؤ بقيم "ص" لأي قيمة جديدة لـ"س" ضمن نفس نطاق البيانات.

الاستنتاجات

في ضوء أهمية وأهداف وفروض الدراسة واستناداً على نتائج التحليل الإحصائي لإجابات عينة الدراسة، تم التوصل إلى النتائج التالية:

- أظهرت نتائج الدراسة أن أعلى متوسط حسابي للمعرفة بالنقود القديمة خاصة نقود الملك ليسيماخوس جاء لبندى الجانب الفني (الصور والنقوش) يُعد من أهم الجوانب عند دراسة النقود القديمة، والجانب السياسي (الرموز والدعاية) يُعد من أهم الجوانب عند دراسة النقود القديمة، يليهما الجانب الاقتصادي (القيمة والتداول) يُعد من أهم الجوانب عند دراسة النقود القديمة، ثم الجانب الديني والثقافي يُعد من أهم الجوانب عند دراسة النقود القديمة، يليه بند المعرفة سابقة بالنقود الهلنستية، ثم المعرفة السابقة بنقود الملك ليسيماخوس.

- بينت نتائج الدراسة إلى أن بند النقود التاريخية يمثل عامل جذب مميز للسياح المهتمين بالآثار والنقود الهلنستية بالنسبة لإجابات عينة الدراسة جاء في المرتبة الأولى فيما يخص تأثير نقود الملك ليسيماخوس على السياحة ثقافياً واقتصادياً هو، يليه توظيف النقود القديمة مثل نقود الملك ليسيماخوس يعزز من الهوية الثقافية لمصر سياحياً، ثم استخدام القطع النقدية القديمة مثل نقود الملك ليسيماخوس يساهم في تعزيز الهوية الثقافية المصرية، يليه عرض نقود ليسيماخوس ضمن المعارضات الثقافية السياحية في المتاحف يساهم في جذب مزيد من الزوار، ثم استخدام نقود الملك ليسيماخوس في الترويج السياحي يساهم في زيادة الوعي بالتاريخ المصري، يليه استخدام نقود الملك ليسيماخوس يساهم في تحسين جودة نمط السياحة الثقافية والدينية في مصر، ثم توظيف النقود التاريخية مثل نقود ليسيماخوس يساهم في خلق فرص عمل جديدة في القطاع السياحي.

- أوضحت نتائج الدراسة في محور توظيف نقود الملك ليسيماخوس وتأثيرها في الترويج السياحي لمصر أن النسبة الأكبر جاءت لبند دمج النقود القديمة ضمن مسارات سياحية متخصصة يساعد في إبراز أهميتها الثقافية والدينية، يليه حملات الدعاية عبر وسائل الإعلام تؤثر بشكل إيجابي على زيادة الوعي بالنقود القديمة وتاريخها، ثم البرامج التعليمية والتوعوية وسيلة مناسبة لتعزيز أهمية النقود الهلنستية في السياحة الثقافية والدينية، يليه عرض نقود ليسيماخوس في سياق ديني وثقافي يمكن أن يثير اهتمام الزوار، ثم الوسائط المتعددة، التطبيقات التفاعلية، والفيديوهات الوثائقية من الوسائل المناسبة للترويج للنقود الهلنستية،

يليه المعارض المتحفية المتخصصة وسيلة فعالة لاستثمار النقود الهلنستية في دعم السياحة الثقافية والدينية ثم تلعب النقود القديمة دوراً في الترويج للسياحة الثقافية أو الدينية في مصر من خلال عناصر المزيج الترويجي (الإعلان، والعلاقات العامة، وتنشيط المبيعات، والبيع الشخصي، والتسويق المباشر، والدعاية)، يليه دمج النقود الهلنستية في الحملات الإعلانية، المسارات السياحية، والمواقع الأثرية يعزز من قيمتها السياحية، ثم تلعب تصنيع نسخ مقلدة ترويجية من النقود القديمة لبيعها كهدايا سياحية يعد وسيلة فعالة للترويج، يليه يمكن استخدام النقود القديمة كأداة دعائية حديثة للترويج للسياحة الثقافية والدينية كجزء من الحملات الترويجية للسياحة في مصر، ثم توظيف النقود التاريخية مثل نقود ليسيماخوس يمكن أن يساهم إيجابياً في الترويج للسياحة الثقافية، يليه إدماج النقود في العروض السياحية يساهم في زيادة إقبال الزوار على المتاحف والمواقع التاريخية، ثم حملات الترويج الإعلامية المخصصة لنقود ليسيماخوس تساهم في رفع الوعي بتاريخ مصر الثقافي، يليه وسائل الإعلام الحديثة (مثل التلفزيون، الإنترنت، ووسائل التواصل الاجتماعي) تساهم بشكل كبير في الترويج لنقود الملك ليسيماخوس.

فسرت نتائج الدراسة في العلاقة بين النقود الهلنستية والسياحة الثقافية والدينية إلى أن أعلى متوسط حسابي لبند الرغبة في معرفة المزيد عن تاريخ النقود القديمة خلال الزيارة للمواقع السياحية أو المتاحف، يليه إنشاء عروض خاصة بالنقود الأثرية يعد جزء مهم من تطوير السياحة الثقافية والدينية، ثم السرد القصصي المرتبط بشخصيات تاريخية مثل الإسكندر الأكبر أو ليسيماخوس يمكن أن يساهم في تعزيز السياحة الثقافية، يليه تنظيم معارض مؤقتة أو دائمة تحت عنوان 'النقود والدين في العالم القديم' يعد وسيلة فعالة لتعزيز السياحة، ثم عرض القطع النقدية في المتاحف يعزز التجربة السياحية الثقافية للزوار، يليه إبراز الرموز الدينية على النقود القديمة يمكن أن يكون عامل جذب ديني.

أظهرت نتائج فروض الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعرفة بالنقود الهلنستية وتنمية السياحة الثقافية والدينية، كما أنه يوجد تأثير لتوظيف نقود الملك ليسيماخوس في الترويج السياحي لمصر على التنمية السياحية ثقافياً واقتصادياً.

وأوضحت نتائج فروض الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية للمعرفة بالنقود القديمة خاصة نقود الملك ليسيماخوس ترجع إلى البيانات الديموغرافية (النوع - العمر - سنوات الخبرة - المستوى التعليمي - الموقع الوظيفي - التخصص الأكاديمي).

نتائج الدراسة، أكدت أيضاً على البنود التالية:

- تُعدّ النقود الهلنستية، خاصة تلك التي تعود إلى الملك ليسيماخوس، غنية بالرموز الدينية، وهو ما يعكس البعد السياسي والعقائدي لتلك الفترة، ويُعزّز قيمتها الثقافية والدينية.
- غالباً ما تُعرض القطع النقدية دون توفير الشرح والتفسير الكافي، مما يقلل من وعي الزوار بأهميتها ودلالاتها، وبالتالي لا يُستثمر هذا الإرث بالشكل الأمثل في دعم وتنشيط السياحة الثقافية.
- تُظهر قلة معرفة الزوار بتاريخ أو دلالة القطعتين الذهبيتين وما ترمز إليه ضرورة العمل على تحسين أساليب العرض والمحتوى التفسيري داخل المتحف المصري.
- إن توظيف القصص والأساطير المرتبطة بالرموز النقدية يُعدّ عاملاً مهماً وحيوياً في تعزيز تجربة السائحين والزوار، حيث يمكن أن تتحوّل القطع النقدية إلى «نقاط جذب تفاعلية».
- أظهرت نتائج الدراسة رغبة أفراد العينة في توفير شاشات تفاعلية أو تطبيقات للواقع المعزّز، بما يساهم في تعميق فهم دلالات النقود التاريخية ويزيد من تفاعل الزوار معها.
- تُعدّ النقود الذهبية التي تم نشرها في الدراسة، والمنسوبة للملك ليسيماخوس من الإصدارات النادرة بمصر، ما يدلّ على وصولها عبر التجارة أو الجنود المرتزقة الإغريق في العصر الهلنستي المبكر، ويعكس ذلك دور النقود كوسيلة لنشر الرموز الدعائية خارج حدود السيطرة المباشرة.
- أكدت الدراسة على دور النقود الهلنستية كوسيلة دعائية لترويج السلطة السياسية والشرعية الملكية، خاصة من خلال تمثيل الصور الدينية والرمزية على النقود.

- حملت نقود ليسيماخوس صوراً رمزية للإسكندر الأكبر بقرني آمون، مما رسّخ فكرة اندماجه مع الإله آمون ودعم شرعيته الإلهية بين الشعوب.
- ساهم هذا التوظيف الأيقوني في توجيه أنظار الحجاج والتجار إلى المواقع الدينية المرتبطة بعبادة آمون، خاصة معبد آمون في واحة سيوه.
- استخدم ليسيماخوس رموز الإلهة أثينا ونيكي على نقوده رغم عدم سيطرته المباشرة على أثينا، مما ساعد على تعزيز التأثير الثقافي والديني لهذه الرموز.
- أسهمت هذه الرموز في ترسيخ صورة الملك كحاكم مدعوم من الآلهة، وشجعت على زيارة المعابد المرتبطة مثل البارثينون ومعبد أثينا نيكي.
- تُثبت الدراسة أن النقود لم تكن مجرد وسيلة تبادل اقتصادي، بل أداة فعالة للترويج للسياحة الدينية والثقافية وتعزيز الهوية الدينية في العالم الهلنستي.

مقترحات الخبراء والأكاديميين (مجتمع الدراسة)

- استخدام النقوش الكتابية على النقود وقراءتها ودراستها من خلال أنشطة تعليمية أو ورش عمل، تُنظّم بالتزامن مع المعارض الخاصة بالنقود.
- تصميم بروشور أو كُتيب رقمي أو مطبوعات تُستخدم في الحملات الدعائية للتعريف بالخط الزمني لتطور النقود، بالإضافة لإبراز السمات الفنية لها وتسليط الضوء على أهم نماذجها وفقاً لارتباطها بحدث مميز، سواء كان سياسي أو ديني أو احتفالي أو سمة فنية أو رمز أو كتابة نادرة أو شخصية هامة، بحيث يُقدّم المحتوى في صورة كتالوج مصغر يضم معلومات مبسطة بأسلوب السرد القصصي.
- إعداد سيناريو عرض مميز وجذاب للنقود، مدرج به محاكاة للفترة والعصر والشخصيات والمكان الذي صُدرت منه النقود، ليضيفي عنصر الدراما على العرض، بالإضافة إلى استخدام الطرق الحديثة في عرض النقود من حيث القواعد كشكل فقط وليس جودة أو مادة صنع غالية لا بد أن تكون القواعد عادية ليست أجمل من القطعة لإبراز جمال القطعة، بالإضافة إلى الفئتين والإضاءة التي لا بد أن يكون توزيعها متساوياً على القطعة مع الأخذ في الاعتبار العلاقة بين الفراغ والمعروضات وتكامل عناصر العرض من حيث الألوان والترتيب.
- إدراج نماذج منها في المناهج التعليمية في المراحل الأولى؛ لغرس الوعي لدى الأجيال الصاعدة بأهمية وثراء التنوع الأثري للحضارة المصرية القديمة.
- توزيع بعض النسخ أو النماذج مجاناً لمجموعات سياحية محددة.
- توظيف نمط سياحة المناسبات كآلية لتعزيز السياحة الثقافية والحضارية في مصر من خلال استخدام تقنية الواقع المعزز (Augmented Reality).
- نظراً لأهمية مصر كونها دولة غنية بالتاريخ القديم والنقود القديمة بمختلف فتراتها التاريخية ولذلك من الطبيعي عرض هذا الأثر الكبير إما في متحف متخصص في النقود أو على الأقل عمل قاعة للنقود مستقلة في أحد المتاحف الكبرى لإلقاء الضوء على هذه المجموعات المهمة جداً من تاريخنا على مدار التاريخ.
- طباعة تصاميم مستوحاة من النقود القديمة على هيئة هدايا تذكارية تُقدّم للسياح والزوار، مما يساهم في الترويج السياحي.
- تنظيم معارض مؤقتة للنقود وتطورها عبر العصور، مع توضيح أهميتها وأبرز مظاهرها الدينية والمعبدات المنقوشة عليها وعلاقتها بتاريخ مصر.
- إعادة إحياء التراث الثقافي من خلال توظيف تصاميم النقود القديمة في المشغولات اليدوية والإكسسوارات.

التوصيات

استناداً إلى نتائج الدراسة التي تم توصل إليها، توصي الدراسة بالتالي:

أولاً: توصيات موجهة إلى وزارة السياحة والآثار المصرية

- استخدام وإدراج صور النقود النادرة، مثل نقود الملك ليسيماخوس، في الحملات الإعلانية التي تروج لمصر كمقصد سياحي ثقافي وديني، ضمن البرامج الترويجية الدولية عبر المنصات والبورصات السياحية العالمية.
- تخصيص ميزانية مالية كافية لتنفيذ هذه المبادرات الترويجية الطموحة، والتي تعزز من إمكانيات المقصد السياحي المصري.
- إطلاق مسار سياحي متخصص مدعم بالتقنيات الحديثة بعنوان: "النقود تحكي وتحدث من الإسكندر إلى ليسيماخوس"، يربط بين النقود القديمة والمعالم والمواقع ذات الصلة، كإدراجها كجزء من "الطريق الديني أو الثقافي" الذي يربط بين المتاحف والمعابد والأماكن التراثية ذات العلاقة (إدراجها ضمن المسارات السياحية الدينية والثقافية).
- إقامة معارض دورية مؤقتة ضمن الفعاليات والاحتفالات الدينية في مصر، تحمل شعارات ترويجية خاصة بالنقود، تركز على إبراز النقود كوسيلة لسرد التاريخ الديني والسياسي للعصور القديمة.
- إصدار كتيبات ونشرات سياحية تعريفية تشرح أهمية النقود القديمة ودورها في التعبير عن الهوية الدينية والثقافية للعصور الهلنستية.

ثانياً: توصيات موجهة إلى إدارة المتحف المصري

- استخدام إضاءة مخصصة، وخرائط زمنية، وجداريات خلفية لعرض تطور النقود وربطها بالأحداث الدينية والثقافية ودلالاتها السياحية ضمن أنماط السياحة الدينية والسياحة الثقافية.
- تقديم الشرح الخاص بالقطع النقدية بعدة لغات، أو وفقاً للغات الجنسيات الأكثر اهتماماً بالسياحة الثقافية والدينية، لتيسير الفهم لدى السائحين الأجانب.
- تصميم وتنفيذ تطبيق رقمي تفاعلي خاص بالنقود القديمة، يمكن الزائر من تصوير النقود والحصول على شرح صوتي وتاريخي تفاعلي عنها.
- تنظيم فعاليات تعليمية تحت عنوان «النقود مرآة الحضارة والتاريخ»، تستهدف الطلاب والزوار، من خلال ورش عمل ومعارض مؤقتة.
- تطوير أساليب العرض المتحفي باستخدام الشاشات التفاعلية أو رموز QR، لتقديم معلومات حول تاريخ القطع النقدية ودلالاتها الدينية والثقافية وأهميتها السياحية.

- إنشاء "محطات سرد تاريخي" خاصة بالنقود بالمتحف المصري.

ثالثاً: توصيات موجهة إلى الأكاديميين والباحثين في مجالات الآثار والسياحة

- دمج دراسة المسكوكات في مناهج السياحة.
 - تشجيع البحوث والأنشطة الطلابية التي تربط بين علم المسكوكات والسياحة المستدامة، وذلك بالتعاون مع كليات ومعاهد السياحة والآثار.
 - إدخال وحدات دراسية تتناول "المسكوكات القديمة" في البرامج الجامعية المتخصصة في السياحة الثقافية وسياحة التراث.
 - تعزيز الأبحاث والزيارات الميدانية حول تفاعل الزوار مع القطع النقدية المعروضة وأثرها على تصورهم للهوية الدينية والتاريخية، وأهميتها في الترويج للسياحة.
 - أهمية التعاون الدولي في البحوث المتعلقة بالمسكوكات الهلنستية بالنظر إلى طبيعتها العابرة للحدود.
- رابعاً: توصيات موجهة إلى القطاع الخاص وشركات السياحة
- التعاون مع قطاع المحتوى المتخصصين في الآثار لنشر معلومات مختصرة ومبسطة حول النقود القديمة وأهميتها في تنمية الجذب السياحي.

- اقتراح حملات تسويقية رقمية مطورة تروج لقطع الملك ليسيماخوس والنقود الهلنستية بشكل عام على منصات التواصل الاجتماعي، عن طريق فيديوهات قصيرة وقصص تفاعلية.
- تصميم برامج وجولات سياحية متخصصة تستهدف محبي التاريخ والآثار، وتشمل زيارات منظمة لعرض هذه النقود القديمة.
- تشجيع مشاركة المتحف في عرض قطع نقدية نادرة في معارض داخل مصر وخارجها كجزء من تسويق مصر الثقافي والسياحي، بما في ذلك المعارض المتنقلة
- تقديم نماذج طبق الأصل مستوحاة من نقود ليسيماخوس كميداليات أو تذكارات تُباع في متاجر المتحف والمطارات بأسعار رمزية لجذب الزوار وزيادة الترويج السياحي.
- تشجيع الاستثمار والشراكة بين القطاعين العام والخاص لتنفيذ بعض هذه المبادرات الترويجية السياحية الهامة والكبرى.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المصادر الأجنبية

- Diodorus Siculus, (1967), *Library of History*, Volume VIII: Books XVII. Translated by C.H. Oldfather. Loeb Classical Library No. 422. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Herodotus (trans. A.D. Godley), (1920), *The Histories*, Loeb Classical Library, Cambridge, MA: Harvard University Press, Vol 1.
- Hesiod. (1914). *Theogony*. In: *Hesiod, the Homeric Hymns and Homeric*, Loeb Classical Library, Translated by H.G. Evelyn-White. Cambridge, MA: Harvard University Press; London: William Heinemann, Vol. 57.
- Pausanias, 1918. *Description of Greece*, Book 1.9.5, Translated by W.H.S. Jones and H.A. Ormerod, Loeb Classical Library, Cambridge, MA: Harvard University Press, London: William Heinemann.

ثانياً: المراجع العربية

- الشاهين، محمد علي سليمان (2022)، دور شبكات التواصل في الترويج الخارجي للسياحة الدينية في الأردن (دراسة مسحية)، رسالة ماجستير، قسم الصحافة والإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
- السبتي، وسيلة وصحراوي، محمد تاج الدين (2018)، مساهمة الصناعات التقليدية والحرف في ترقية قطاع السياحة دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس آفاق 2020، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، جامعة المسيلة (جامعة محمد بوضياف)، المسيلة، الجزائر، المجلد 3، العدد 1، 291-310.
- الخزيم، سلطان بن محمد (2023)، دور المزيج الترويجي السياحي في زيادة ولاء العملاء: دراسة ميدانية علي عملاء الوكالات السياحية في المملكة العربية السعودية، مجلة كلية السياحة والفنادق، جامعة مدينة السادات، المجلد 7، العدد 1، السادات، المنوفية، ج.م.ع، 121-142.
- العبدلي، سمير والعبدلي، قحطان (2013)، الترويج والإعلان، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- أوهايبي، فتيحة و خلفاوي، شمش ضيات (2018)، الترويج السياحي من خلال تفعيل العلاقات العامة، مجلة آفاق للعلوم، جامعة الجلفة (زيان عاشور)، الجلفة، الجزائر، المجلد 3، العدد 4، 126-139.
- الحبشي، ريم أحمد عواد، حسن، محمد وفكري، (2024). «الإيقاع والتجريد في العمارة الإغريقية كروية استلهاميه لتصميم الأثاث»، المجلة العربية الدولية للفن والتصميم الرقمي، المجلد 3، عدد 1، يناير.

حاج قودير، عبدالرحيم (2019)، السياحة الثقافية وأهميتها في التنمية، ضمن فعاليات الملتقى الدولي عن "الموروث الثقافي والسياحي ودوره في خدمة التنمية المستدامة"، مخبر التنمية الادارية للارتقاء بالمؤسسات الاقتصادية، جامعة غرداية، ولاية غرداية، الجزائر، متاح علي:

<https://www.researchgate.net/profile/Hadjkouider-Abderrahim/publication/337929205> ، آخر دخول: 2025\7\1.

خليل، أسماء (2016)، دور السياحة الحموية في تحقيق التنمية المحلية دراسة حالة ولاية قالمة، أطروحة دكتوراة في العلوم التجارية، تجارة دولية وتنمية مستدامة، جامعة قالمة (8 ماي 1945)، قالمة، الجزائر.

زير، ريان (2018)، مساهمة التسويق السياحي في تطوير السياحة في الوطن العربي دراسة مقارنة الجزائر تونس الإمارات، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، جامعة بسكرة (جامعو محمد خيضر)، بسكرة، الجزائر.

زغيب، مليكة وزيرق، سوسن (2012)، دور ترميم المواقع الأثرية في ترقية السياحة الثقافية الداخلية، مداخلة ضمن الملتقى الوطني حول فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر، جامعة باتنة، باتنة، الجزائر، 19 و 20 نوفمبر 2012.

زينو، باسل (2011)، المسكوكات السلوقية في سوريا: دراسة تاريخية وأثرية، رسالة ماجستير في الآثار الكلاسيكية، دمشق: كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة دمشق، دمشق، سوريا.

سعيد، خالد زكي، عيد، نيفين جلال وعباس رانا محسن (2024)، كيف يعزز الترويج لنمط السياحة الثقافية الحركة السياحية الوافدة؟ الدور المحوري للسفارات المصرية بالخارج، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس، الإسماعيلية، ج.م.ع. مجلد 26، العدد 2، 233-250.

صليحة، عشي ولخداري، حسناء (2019)، دور التسويق المرئي والمسموع في الترويج للمنتج الثقافي السياحي: دراسة حالة منطقة غوفي، مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، جامعة وهران 2، بئر الجير، الجزائر، مجلد 9، 509-528.

عباس، فاطمة علي، الوزيري، أيمن وقادوس، عزت (2024)، زيوس-أمون من منظور الوحي الإلهي ومظاهر الدعاية السياسية والدينية في واحة سيوه: دراسة تطبيقية على مجموعة عملات يونانية ورومانية غير منشورة، المجلة الدولية للدراسات متعددة التخصصات في بحوث التراث، مجلد 7، عدد 1، 25-53.

عبد اللطيف، أحمد علي (1973)، مصر من الإسكندر الأكبر حتى الفتح العربي، القاهرة: دار النهضة العربية.

فخري، أحمد، (1942)، واحات مصر. المجلد الأول: واحة سيوه. القاهرة: لجنة التأليف والترجمة والنشر. فيصل، وناسة وبلبوخاري، سامي (2018)، أثر الترويج السياحي علي سلوك المستهلك السياحي (عينة من السياح في ولاية قالمة)، مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماجستير (تخصص تسويق سياحي وفندقي)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، ولاية قالمة، الجزائر.

كحيط، إيمان (2018)، الترويج السياحي والإعلام السياحي في الجزائر، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة الجلفة، الجلفة، الجزائر، مجلد 3، العدد 1، 407-414.

محمد الحاج، ليلي (2024)، واقع الترويج السياحي للمؤسسات العمومية السياحية في ظل التحول الرقمي، اقتراح آلية جديدة للترويج السياحي، مجلة المناجمنت والديناميكية التنظيمية، مجلد 1 العدد 2، 3-19.

موساوي، ساره، بهناس، عباس وبوعامر، عائشة (2018)، دور وسائل الترويج في تسويق الخدمة المصرفية: دراسة ميدانية لمجموعة من البنوك التجارية بالجلفة، إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، مجلد 4، عدد 2، 291-311.

ثالثاً: المراجع الأجنبية

- Abouelmagd, D., (2023), Sustainable urbanism and cultural tourism, the case of the Sphinx Avenue, Luxor, Alexandria Engineering Journal, Vol. 71, pp. 239-261.
- Delev, P., (2000). Lysimachus, the Getae, and Archaeology. The Classical Quarterly, Cambridge: Cambridge University Press, Vol. 50, No. 2, pp. 384-401.
- Duyrat, F. and Blet-Lemarquand, M., (2020), The Gold of Lysimachus: Elemental Analysis of the collection of the Bibliothèque Nationale de France using LA-ICP-MS. In: Ancient World Studies in Science, Archaeology and History, London: Spink, pp. 175-193.
- Elkasrawy, S., (2020), Creative cultural tourism in Egypt: Case study of papyrus and pottery, International Journal of Heritage, Tourism and Hospitality, Vol. 14, No. 1, 215-225.
- Ferguson, J., (2024), Hellenistic Age, Encyclopædia Britannica, Archived from the original on 14 May 2013. Available at: <https://www.britannica.com/event/Hellenistic-Age> (Accessed: 21 June 2022)
- Hurwit, J., (2004), The Acropolis in the Age of Pericles. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hassan, F., (2023), Heritage tourism management plan for Luxor, Egypt, In Heritage and cultural heritage tourism: International perspectives, Cham: Springer International Publishing, pp.123-134.
- Haboub, M., (2022), The impact of cultural tourism on the local community from a socio-cultural, environmental and economic perspective Nubian village of Gharb Suhail as a viable model, International Journal of Eco-Cultural Tourism, Hospitality Planning and Development, Vol. 5, No. 2, pp.86-116.
- Justin, (2006), Epitome of Pompeius Trogus' Philippic Histories, Book 1-20, Translated by J.C. Yardley. Atlanta: Society of Biblical Literature, Intro. And notes: Dexter Hoyos, Harvard University press, [online] Available at: <https://www.someurl.com>, cited in 25\6\2025.
- Lund, H.S., (2017), *Bridging the Hellespont: The Successor Lysimachus – A Study in Early Hellenistic Kingship*. PhD thesis, University College London. Published by ProQuest LLC.
- Meadows, A. (2014), 'The Spread of Coins in the Hellenistic World', in K. Dyson and B. Marcussen (eds.) Explaining Monetary and Financial Innovation. Dordrecht: Springer, pp. 169-195.
- Palagia, O., (2018). The reception of Alexander in Hellenistic Art. In: K.R. Moore (ed.), Brill's Companion to the Reception of Alexander the Great. Leiden-Boston: Brill, pp. 140-161.
- Sear, D.R., (1978), Greek Coins and Their Values. Volume 2. London: Seaby.

- Smith, A.C., (1999), 'Eurymedon and the Evolution of Political Personifications in the Early Classical Period'. *Journal of Hellenic Studies*, pp. 28-41.
- Snowball, J.D. and Snowball, W.D., (2012), Five unpublished coins of Alexander the Great and his successors in the Rhodes University collection. [online] Available at: DOI: [10.7445/50-0-73](https://doi.org/10.7445/50-0-73) [Accessed day Month year]. pp. 13-26
- Shrestha, N. (2021). Factor Analysis as a Tool for Survey Analysis, *American Journal of Applied Mathematics and Statistics*, Vol. 9, No.1, pp4-11, DOI:10.12691/ajams-9-1-2
- Svoronos, J.N., (1904–1908), *Ta Nomismata tou Kratous ton Ptolemaion (Les Monnaies des Ptolemées)*. Athens: Typois P.D. Sakellariou. no. 22
- Moser, C.A., & Kalton, G., (1971), *Survey Methods in Social Investigation*, 2nd ed., London, Heinemann.
- Saeed, H., & Al Atrees, M. A. H., (2024), Developing new forms of tourism based on intangible culture heritage and creativity in Egypt. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, Vol. 15, No. 2. DOI:10.1108/JCHMSD-06-2023-0099.
- Sear, David R. (1978), *Greek Coins and Their Values*, Vol. 2. Seaby.
- Shoukat, M. H., Sinha, R., Elgammal, I., & Selem, K. M. (2023), Antecedents of nostalgia-related cultural tourism behavior: Evidence from visitors to pharaonic treasures city, *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, pp. 2486-2503.
- Skoultos, S.G. & Tsartas, P., (2013), Music as basic motive for leisure and tourist experience. The case of three major music festivals in Greece, 5th international scientific conference on tourism, *Tourism Trend and Advances in the 21th century*, island of Rhodes, Greece.