

الموارد المادية والبشرية والتكنولوجية والنظم المعلوماتية اللازمة لنشر ثقافة السياحة الرياضية بجمهورية مصر العربية

أ.د/ عمرو مصطفى الشتيحي (*)
أ.م.د/ محمد عبد القوى الخواجة (**)
شرين محمد احمد عبد المعطي (***)

- مقدمة ومشكلة البحث :

أصبحت السياحة الرياضية عامل جذب كبير لمُحبي الرياضة حيث لم تعد السياحة تقتصر حالياً على زيارة المناطق الأثرية أو الدينية أو العلاجية , فقد أصبح هناك إتجاه عالمي لربط السياحة بالرياضة , خصوصاً في ظل وجود بنية تحتية ووجود منشآت رياضية من ملاعب ومقومات سياحية وطقس مناسب للممارسة الرياضية .

حيث يذكر كل من نبيل زعل , موفق عدنان (2006م) أن السياحة تُعتبر أحد أهم القطاعات الإقتصادية التي تؤثر بشكل مباشر في إقتصاديات العديد من الدول لاسيما تلك التي تتمتع بمقومات الجذب السياحي , فالإيرادات السياحية تُمثل جانباً مهماً من الدخل الوطني لهذه الدول ومصدراً رئيسياً من مصادر النقد الأجنبي الذي يُغذى ميزان المدفوعات ويدفع عجلة التنمية الإجتماعية والإقتصادية فيها , ومن الصعب التعرف على حجم حركة السياحة الداخلية في بلدان العالم . (35 : 159)

كما يذكر أحمد سعيد الديب (2017م) أن العالم يُجمع الآن على أن السياحة هي أكبر صناعة في العصر الحالي وهناك آمال كبيرة تُعلقها الدول على السياحة لزيادة خطط التنمية ودعم الإقتصاديات ولقد نجحت كثير من الدول في تحقيق ذلك , وهناك دول أخرى أصبحت تنتظر تحقيق طموحاتها من جراء الحركة السياحية الدولية , ولقد حققت السياحة العالمية مكانة كبيرة فاقت كل التوقعات والتقديرية خاصة من بداية التسعينات وأصبحت السياحة في دول عديدة قاطرة للتنمية الإقتصادية . (2 : 2)

كما تذكر كل من ناهد اسماعيل رحيم , عبير فتحى شلتوت (2020م) أن السياحة أصبحت إحدى أهم صناعات العالم الرئيسية في الوقت الحاضر , حيث تجاوزت أهميتها جميع الصناعات التحويلية القديمة والخدمات من حيث المبيعات والعمالة وطلب العملات الصعبة وبخاصة أنها أصبحت صناعة قائمة بذاتها لها مُدخلاتها ومُخرجاتها . (34 : 445)

ويرى هشام محمد أبو زيد (2017م) أن السياحة الرياضية في مصر أصبحت من أهم أنواع السياحة التي تساهم بشكل فعال في تنشيط حركة السياحة سواء الداخلية أو الخارجية , وقد زاد الإهتمام بالسياحة الرياضية من خلال أنشطة وزارة الشباب والرياضة والإتحادات الرياضية المختلفة على المستويين الإقليمي والدولي ,

لأن تنظيم البطولات الرياضية تمثل عامل جذب كبير للسياحة الرياضية وخاصة مشجعي الفرق الرياضية ذات الشعبية الكبيرة . (36 : 18)

حيث يُذكر كل من **مدحت قاسم , أحمد عبد الفتاح (2013م)** أن السياحة الرياضية في شكلها الحالي هي تكوين ما بين أشهر ظاهرة إجتماعية عالمية وبين أكبر صناعة في العالم لتصبح صناعة إجتماعية , ويوجد تبادل مزدوج بين السياحة والرياضة في تنمية الصداقات الفردية والقومية والدولية . (32 : 33)

وتذكر **دينا كمال محمود (2018م)** أنه قد ظهر هذا النوع من السياحة (السياحة الرياضية) في كثير من الدول وخاصة الدول المتقدمة ذات المستوى المعيشي المرتفع والتي تتوافر بها المنشآت الرياضية من ملاعب وأدوات وغير ذلك من مقومات السياحة كالطقس المناسب لممارسة الألعاب والرياضات المختلفة , والموقع الجغرافي المناسب , وتتمتع جمهورية مصر العربية بكثير من هذه المقومات . (14 : 5)

وتذكر **ريم صلاح اللقاني (2018م)** أن السياحة الرياضية تعتبر من أهم أنواع السياحة التي تُساهم بشكل فعال في تنشيط السياحة سواء الداخلية أو الخارجية , ورفع الإقتصاد الوطنى عن طريق إقامة البطولات والمسابقات الرياضية لجذب أعداد كبيرة من السائحين بغرض المشاركة في هذه البطولات الرياضية , فالرياضة ليست منافسات فقط بل أصبحت صناعة وسياحة وتجارة رابحة .

(15 : 28)

ويذكر **كارلسن , تايلور Carlsen, J., & Taylor, A. (2003م)** أن الرياضة تعتبر كصناعة من أهم الموضوعات الراهنة حيث تُعد الرياضة من أهم مجالات الإستثمار التي تُتيح قدراً كبيراً من النمو الإقتصادي , كما يمكن للرياضة توليد قدر كبير من التحول المدنى , وقد ركزت المدن الأمريكية في ثمانينات وتسعينات القرن العشرين بشدة على الرياضة والترفيه والسياحة كمصادر للدخل , كما أصبحت الرياضة في المملكة المتحدة نقطة الانطلاق الفعلية لإعادة التوليد الإقتصادى في كثير من المدن , وعند فحص الأسلوب الذى استغلت به مدينة مانشستر الإنجليزية دورة ألعاب الكومنويلث لرفع سقف مكانة المدينة أسفرت نتائج الفحص عن إعادة تجديد المناطق الحضرية عبر الرياضة بالإضافة إلى الإستثمار التجارى وخلق تراث أخلاقى من خلال البرامج الثقافية والتعليمية . (38 : 18)

ويؤكد **داونورد وآخرون Downward, P. et al (2009م)** على وجود تأثير إقتصادى قوى لإنفاقات الزوار من خلال السياحة الرياضية , وتتمثل تلك الإنفاقات فى إنفاقات الفرق الرياضية وإنفاقات المُشجعين وإنفاقات السائحين التقليديين المُستفيدين من خدمات الأندية الرياضية والصحية المتوافرة فى المكان المُختار للسياحة الرياضية , كذلك يرى الباحثون أن التوسع فى تقديم خدمات مثل الأندية الصحية وصالات التدريب وفنادق الاستشفاء تُسهم بدرجة كبيرة فى تعظيم الفائدة الإقتصادية من السياحة الرياضية . (39 : 28)

كما يُشير كلاً من أوبرين O'Brien, D. (2006م) ، تونهي ، فيل Tonhey, K., & Veal, T. (2007م) إلى أن الدورات الأولمبية تُمثل عنصراً مهماً من عناصر الإستثمار الرياضى نظراً لما لها من قيمة إقتصادية وسياسية واجتماعية إلى جانب قيمتها الرياضية المتمثلة في كونها التتويج الرائع لمسيرة أى رياضى على المستوى العالمى ، وأن إنعقاد هذه الدورات فى مكان ما يُمثل عنصراً للجذب السياحى الكبير أثناء وبعد إقامة الدورات مما دفع بالباحثون إلى دراسة الإنفاقات والمكاسب الإقتصادية المترتبة على الدورات الأولمبية وتسويق تلك الدورات والتأثير السياسى والاجتماعى على المجتمعات المحلية لتلك الدورات ورعاية الدورات الأولمبية والدفعة الإقتصادية التى تقدمها تلك الدورات للمجتمعات المحلية إلى جانب التقييم النقدى لتأثير عقد الدورات الأولمبية على الإقتصاد القومى ، حيث تُمثل الإستادات الرياضية والمنشآت الرياضية الأخرى ثلاثة مصادر للمكاسب وهى الإستثمار المباشر والإستثمار غير المباشر والمكاسب النفسية ، فيتمثل الإستثمار المباشر فيما يتم إنفاقه على المؤسسات الرياضية وموظفيها إلى جانب الخدمات المقدمة والمُتمثلة فى إقامة الفنادق والمطاعم التى تُضيف إلى القيمة الإستثمارية للحدث الرياضى ، كذلك فإن الإستثمار المباشر ينسحب على إقامة شبكات جيدة من الطرق والمطارات التى تساعد على انتقال الجماهير والفرق من وإلى المنشآت الرياضية المُقامة وهو ما يُشجع على نوعية متميزة من الإستثمار وهى الإستثمار السياحى الرياضى الذى يُمثل الإستثمار غير المباشر ، علماً بأن المُنصرف والعائد هنا لا يصبان مباشرة فى المنشآت الرياضية بل فى منشآت أخرى يترافق إقامتها لخدمة تلك المنشآت الرياضية ، أما المكاسب النفسية المُتحققة من الإستثمار فى مجال الإنشاءات الرياضية فتتمثل فى الشعور العام لدى سكان المدينة بالفخر بما تم إنشاؤه وبقدرة المدينة على تنظيم أحداث رياضية تحظى بالتغطية الإعلامية الكبرى ، إلى جانب المردود النفسى للإنتعاش الإقتصادى الظاهر كنتيجة لإقامة مثل تلك المشروعات . (43 : 242) ، (44)

ويذكر أحمد محمد الشريف (2016م) أنه إذا نظرنا إلى عوامل الجذب السياحى نستطيع أن نضع مصر فى سياق الدول المتنافسة على قمة السياحة الدولية لما تمتلكه من عوامل جذب سياحى وإستثمار الموارد العديدة المتوفرة على أرض مصر ، ولأن السياحة الرياضية كصناعة حديثة تفرض نفسها بطريقة مؤثرة من الواجب علينا أن نوجد عناصر الجذب المتمثلة فى ذلك الخليط ما بين السياحة والرياضة تحقيقاً للسياحة الرياضية ، وأن نعمل على نشر ثقافة السياحة الرياضية فى جميع أنحاء مصر . (4 : 37)

ويُشير جرمون على (2015م) إلى إرتباط مفهوم الثقافة التقليدى فى الماضى بالمجالات الكلاسيكية للفكر الإنسانى كالأدب والفلسفة والفن والموسيقى وعلاقتها بالأفراد والأحداث التى تُشكل بمجملها البيئة المحلية أو العالمية ، وللرياضة فى حقيقة الأمر نشاط مُميز يكاد لا يختلف فى الرقى الإنسانى عن الفن والأدب ، فعندما ننظر إلى الأداء البدنى الراقى نجد أنه فى حد ذاته

ثقافة ، لا بل هو تعبير إبداعى مُعاصر واكب حركة العصر وتطوره ، لذلك فقد أُفردت له فى السنوات الأخيرة قنوات فضائية مستقلة ومهرجانات وبطولات محلية وإقليمية ودولية . (8 : 257)

ويُعرف **حسام الدين السيد مبارك (2003م)** الثقافة بأنها ذلك النسيج الكلى من الأفكار والمعتقدات والعادات والتقاليد والقيم والاتجاهات وأساليب الحياة والتفكير والعمل وأنماط السلوك وكل ما يأتى من تجديدات وابتكارات ووسائل حياة الناس مما ينشأ فى ظله كل عضو من أعضاء الجماعة وما ينحدر إلينا من الماضى أو أخذه كما هو أو نظوره فى ضوء حياتنا وخبراتنا . (9 : 68)

وبالرغم من إمتلاك مصر للكثير من الأماكن الأثرية التى تعادل ثلثى آثار العالم كما يوجد بها حضارات قديمة ومتنوعة وشواطئ وصحارى والعديد من عوامل الجذب السياحى إلا أن الترويج السياحى فى مصر لا زال يعتمد على السياحة الثقافية فقط دون إستثمار الأنواع الأخرى من أساليب السياحة الحديثة المتوفرة فى العديد من الدول ، ومن المعروف أن مستقبل السياحة المصرية تحدده محددات السياحة الدولية ولا نستطيع التنبؤ بزيادة كبيرة فى حجم السياحة الدولية فى مصر إذا ما استمرت السياحة الثقافية فى مصر دون إهتمام وإستثمار الأنواع الأخرى من السياحة ومنها السياحة الرياضية ، فالسياحة الرياضية من أهم أنواع السياحة حيث أنها تساهم بشكل كبير فى تنشيط السياحة سواء فى الخارج أو فى الداخل مما يترتب عليه زيادة الدخل القومى والإرتقاء بمستوى المعيشة ، وقد أصبحت من العوامل المهمة للجذب السياحى فى العديد من الدول ، فلم تعد تقتصر السياحة على زيارة الأماكن التاريخية والشواطئ فقط .

ومن هنا ظهرت فكرة البحث فى أهمية نشر ثقافة السياحة الرياضية فى جمهورية مصر العربية وإستثمار الدوائر التلفزيونية المغلقة المتوفرة فى العديد من المؤسسات الحكومية والجامعات المصرية والأندية الرياضية ومراكز الشباب والمنشآت السياحية والفنادق بالإضافة إلى الشوارع ووسائل النقل العامة والخاصة ، ويهدف هذا الاستثمار إلى توظيف هذه التقنيات الحديثة بفعالية لتعزيز الوعي بالسياحة الرياضية ودورها فى التنمية المستدامة .

وقد قام الباحثان بالإطلاع على الدراسات المرتبطة العربية والأجنبية التى تناولت مجال السياحة الرياضية مثل دراسة كلٍ من **جون كارلوس وآخرون Juan Carlos et al. (2014م)** بعنوان " آثار إستضافة الحدث الرياضى فى ارتفاع عائد الموسم السياحى " ، ودراسة كلٍ من **وون يونغ كيم وآخرون Wonyoung Kim et al. (2015م)** بعنوان " تقييم الآثار الاجتماعية المدركة لاستضافة فعاليات السياحة الرياضية الكبرى : تطوير وتحقيق من مقياس " ، ودراسة **فيكى كاتسونى Vicky Katsoni (2016م)** بعنوان " التسويق العرضى (بين الحين والحين) السياحة الحدث الرياضى : أوضاع ، أنماط السفر ، وقنوات المعلومات " ، ودراسة كلٍ من **نيشييو وآخرون Nishio et al. (2016م)** بعنوان " تحليل دوافع المعجبين بالسياحة الرياضية الدولية

اليابانية " ، ودراسة **أحمد عادل سليمان (2019م)** بعنوان " تصور مقترح لمتطلبات إنشاء كليات السياحة الرياضية بجمهورية مصر العربية " ، ودراسة **خالد راشد عمران (2019م)** بعنوان " دراسة دور السياحة الرياضية فى تمويل المؤسسات الرياضية بدولة الكويت " ، ودراسة **دعاء محمد مرسال (2020م)** بعنوان " تصور مستقبلى للسياحة الرياضية بمحافظة البحر الأحمر " ، ودراسة **كل من ياسمين سيد حسن وأسماء عبد الرؤف خالف وحسن سعد سند Yasmin Sayed Hassan, Asmaa Abdul Rauf khalf, Hassan Saad Sanad (2020م)** بعنوان " تطوير السياحة الرياضية فى الأقصر وأسوان " ، ودراسة **أحمد عبد اللطيف مراد (2021م)** بعنوان " خطة مقترحة لتسويق أنشطة الترويج الرياضى فى ضوء مقومات السياحة الرياضية بجمهورية مصر " ، ودراسة **حاج صالح مبارك (2021م)** بعنوان " نموذج مقترح لإستثمار الأماكن السياحية الخاصة بالرياضات المائية والشاطئية بالجمهورية اليمنية " ، ودراسة **دعاء أحمد حسنين (2021م)** بعنوان " دراسة تحليلية لواقع تطبيق الإستراتيجيات التسويقية الإعلانية كمدخل لترويج السياحة الرياضية بالمنشآت السياحية فى جمهورية مصر العربية " ، ودراسة **محمد أحمد خضرى (2021م)** بعنوان " خطة مقترحة لتسويق السياحة الرياضية بمحافظة البحر الأحمر " ، ودراسة **كل من مارجاريدا ماسكارينهاس وآخرون Mascarenhas, Margarida, et al. (2024م)** بعنوان " التشارك فى تجربة السياحة فى فعاليات السياحة الرياضية الدولية " ، إلا أنه لم تتطرق أى من الدراسات السابقة - فى حدود علم الباحثون - إلى التعرف على " خطة إعلامية لنشر ثقافة السياحة الرياضية فى جمهورية مصر العربية بإستخدام الدوائر التلفزيونية المغلقة " .

وإستناداً إلى توفر العديد من المقومات السياحية فى مصر بما فى ذلك الشواطئ والصحارى والوجهات الطبيعية المتنوعة إلى جانب امتلاكها كوادى بشرية مؤهلة لتنظيم وتنفيذ الفعاليات الرياضية الكبرى إتجه الباحثون إلى التعرف على الموارد اللازمة إلى نشر ثقافة السياحة الرياضية فى مصر ، من خلال الدوائر التلفزيونية المغلقة كوسيلة فعالة لعرض المحتوى الإعلامى الخاص بالسياحة الرياضية وذلك لضمان وصوله إلى مختلف المؤسسات الحكومية والأندية الرياضية ومراكز الشباب والهيئات الرياضية وكذلك الأماكن العامة مثل الشوارع ووسائل النقل والمنشآت السياحية والفنادق مما يسهم فى تعزيز الوعي المجتمعي بأهمية السياحة الرياضية ودورها فى دعم الاقتصاد الوطنى .

- أهمية البحث :

أولاً : الأهمية العلمية : ترجع الأهمية العلمية للبحث فى كونه إضافة علمية فى تطوير المعرفة العلمية ودعم السياسات والاستراتيجيات الفعالة ، كما تساعد فى إبراز التكامل بين الرياضة والسياحة وتعزيز

مكانة مصر كمركز عالمي للسياحة الرياضية من خلال تحسين البنية التحتية وتوظيف التكنولوجيا الحديثة والتسويق الفعّال لهذا القطاع الواعد .

ثانياً : الأهمية التطبيقية : تكمن الأهمية التطبيقية للبحث في توفير حلول عملية لاستثمار الموارد المادية والبشرية والتكنولوجية والنظم المعلوماتية في نشر ثقافة السياحة الرياضية بمصر ، وتساعد الدراسة في تطوير استراتيجيات لتحسين البنية التحتية الرياضية والسياحية ، وتعزيز استخدام التكنولوجيا في الترويج والتسويق الفعّال للسياحة الرياضية في مصر .

ثالثاً : الأهمية الاقتصادية : ترجع الأهمية الاقتصادية للبحث في تسليط الضوء على دور الموارد المادية والبشرية والتكنولوجية والنظم المعلوماتية في تعزيز السياحة الرياضية كمصدر مهم للدخل القومي في مصر ، وتساهم الدراسة في وضع استراتيجيات لزيادة الاستثمارات في هذا القطاع ، وجذب السياح الرياضيين مما يؤدي إلى تنشيط قطاعات متعددة مثل الفنادق والنقل والخدمات الترفيهية .

- **هدف البحث :** يهدف البحث إلى التعرف على الموارد المادية والبشرية والتكنولوجية والنظم المعلوماتية اللازمة لنشر ثقافة السياحة الرياضية بجمهورية مصر العربية .

- **تساؤلات البحث :**

- 1- ما الموارد المادية اللازمة لنشر ثقافة السياحة الرياضية ؟ .
- 2- ما الموارد البشرية اللازمة لنشر ثقافة السياحة الرياضية ؟ .
- 3- ما الموارد التكنولوجية والنظم المعلوماتية اللازمة لنشر ثقافة السياحة الرياضية ؟ .

- **الدراسات المرتبطة :**

1- دراسة نيشيو وآخرون Nishio et al. (2016م) (42) وعنوانها " تحليل دوافع المعجبين بالسياحة الرياضية الدولية اليابانية " ، وهدفت الدراسة إلى تطوير مقياسين وهما لعشاق الرياضة والآخر للسياحة ، وإستخدم الباحثون المنهج الوصفي على عينة عددها (16) فرداً ، وإستخدم الباحثون إستمارة إستبيان كأداة لجمع البيانات ، وأسفرت أهم النتائج إلى أنه تم تحليل دوافع هؤلاء باستخدام أسلوب التحليل العائلي الاحصائي، وتضمنت النتائج الخاصة بهدف : السياحة فقط جوانب (الهروب من ظروف العمل لتخفيف الضغوط ، الطبيعة ، التسوق ، وتذوق الطعام) ، وتضمنت دوافع السياح المشجعين للرياضة عوامل (التنشئة الاجتماعية ، الإنجاز ، الاسترخاء في الرياضة والإستمتاع بمستوى عال من الألعاب) .

2- دراسة دعاء محمد مرسل (2020م) (13) وعنوانها " تصور مستقبلي للسياحة الرياضية بمحافظة البحر الأحمر " ، وهدفت الدراسة إلى وضع تصور مستقبلي للسياحة الرياضية بمحافظة البحر

الأحمر من خلال دراسة الوضع الراهن للسياحة الرياضية بمحافظة البحر الأحمر والتعرف على مقومات السياحة الرياضية والتعرف على الإمكانيات المتاحة للسياحة الرياضية والتعرف على برامج السياحة الرياضية والتعرف على أنماط السياحة الرياضية ، وسبل تنشيط السياحة الرياضية بمحافظة البحر الأحمر ، وإستخدمت الباحثة المنهج الوصفي على عينة عددها (100) فرد تابعين لعدد (12) قرية سياحية بمحافظة البحر الأحمر من العاملين والخبراء فى مجال السياحة بمحافظة البحر الاحمر ، وإستخدمت الباحثة المقابلة الشخصية وإستمارة إستبيان كأدوات لجمع البيانات ، وأسفرت أهم النتائج أن الباحثة توصلت إلى وضع تصور مستقبلى للسياحة الرياضية بمحافظة البحر الأحمر .

3- دراسة كلاً من ياسمين سيد حسن ، أسماء عبد الرؤف خالف ، حسن سعد سند Yasmin Sayed

Hassan, Asmaa Abdel Rauf khalf, Hassan Saad Sanad (2020م)

(45) وعنوانها " تطوير السياحة الرياضية فى الأقصر وأسوان " ، وهدفت الدراسة إلى تحديد العوائق التى تواجه السياحة الرياضية فى الأقصر وأسوان وإقتراح حلول لتطويرها مع التركيز على إستضافة البطولات الرياضية الدولية ، وإستخدم الباحثون المنهج الوصفي التحليلي على عينة من موظفى وزارة السياحة ووزارة الشباب ، وإستخدم الباحث إستمارة إستبيان كأداة لجمع البيانات ، وأسفرت أهم النتائج أن القيم الأعلى لنتائج السياحة الرياضية كانت مرتبطة بتحديات عدم أخذ البُعد الزمنى والجغرافى فى الإعتبار عند تنظيم الأحداث الرياضية فى الأقصر وأسوان ، وأشارت الدراسة إلى أهمية ربط السياحة الرياضية بمنتجات سياحية أخرى مثل المنتجات الثقافية لتحسين القيمة المُضافة من الأحداث الرياضية المنظمة

4- دراسة أحمد عبد اللطيف مراد (2021م) (3) وعنوانها " خطة مقترحة لتسويق أنشطة الترويج

الرياضى فى ضوء مقومات السياحة الرياضية بجمهورية مصر " ، وهدفت الدراسة إلى وضع خطة مقترحة لتسويق أنشطة الترويج الرياضى فى ضوء مقومات السياحة الرياضية بجمهورية مصر العربية من خلال دراسة متطلبات تنفيذ الخطة المقترحة لتسويق أنشطة الترويج الرياضى فى ضوء مقومات السياحة الرياضية بجمهورية مصر العربية ، وإستخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب المسحى على عينة عددها (200) فرداً من المسؤولين بالإدارات العليا (مديرى التسويق - الأخصائى الترويجى - مديرى التنفيذ - أعضاء مجالس الإدارات) بالقرى والمنتجعات السياحية ، وإستخدم الباحث إستمارة إستبيان كأداة لجمع البيانات ، وأسفرت أهم النتائج أن الخطة التسويقية للترويج الرياضى تتطلب عدة أبعاد رئيسية لضمان نجاحها ، حيث تشمل الإمكانيات البشرية كالتزام الأخصائيين بالمواعيد وتوافر الكوادر المؤهلة فى مجالات السياحة والتسويق الرياضى ، إضافة إلى الإمكانيات المادية مثل توفير

وسائل النقل والأمن والسلامة فى الملاعب والصالات ، أما الإمكانيات الإدارية فتتجسد بوجود هيكل تنظيمى واضح وسياسات محددة لتطوير الأداء ، مع الاهتمام بالتشريعات والقوانين التى تدعم الإستثمار الرياضى ، ويلعب الإعلام دوراً فى تسليط الضوء على العائد الإقتصادى وتحفيز الإستثمار ، ويأتى دعم الرعاية عبر وضع علاماتهم التجارية على الأدوات والمرافق مما يعزز تمويل الأنشطة ويفتح المجال للإستثمار المستدام .

5- دراسة دعاء أحمد حسنين (2021م) (12) وعنوانها " دراسة تحليلية لواقع تطبيق الإستراتيجيات التسويقية الإعلانية كمدخل لترويج السياحة الرياضية بالمنشآت السياحية فى جمهورية مصر العربية " ، وهدفت الدراسة إلى التعرف على واقع تطبيق الإستراتيجيات التسويقية الإعلانية كمدخل لترويج السياحة الرياضية فى المنشآت السياحية بمصر من خلال تحليل الأدوات الإعلانية المستخدمة والتخطيط الإستراتيجى للشركات الإعلانية وقدرتها على استقطاب السائحى داخلياً وخارجياً وتنافسيتها فى السوق وجدوى الإستراتيجيات الإعلانية وتوفر البنية التحتية ومعوقات الترويج لأنشطة السياحة الرياضية ، وإستخدمت الباحثة المنهج الوصفى بالأسلوب المسحى على عينة عددها (112) فرد من العاملين بالإدارة العامة للسياحة الرياضية بوزارة الشباب والرياضة ومن العاملين بالمنشآت السياحية بجمهورية مصر العربية بمدن (الغردقة ، شرم الشيخ ، العينة السخنة) ، والمشتغلين فى مجال التسويق والمجالات المختلفة للأنشطة الرياضية داخل تلك المنشآت السياحية ومن العاملين بالشركات الإعلانية فى مجال السياحة ، وإستخدمت الباحثة المقابلة الشخصية وإستمارة إستبيان كأدوات لجمع البيانات ، وأسفرت أهم النتائج أن السياحة الرياضية فى مصر تعاني من ضعف فى تطبيق الإستراتيجيات التسويقية الإعلانية ، وغياب الخبرة والاحترافية فى الترويج الرياضى ، إلى جانب نقص الأدوات الإعلانية اللازمة لتعزيز هذا القطاع ، كما تفقر الشركات الإعلانية إلى التخطيط الإستراتيجى الملائم ، مما يؤثر سلباً على قدرتها على جذب السياح من الداخل والخارج والتنافس بفعالية فى السوق ، وتبرز مشكلة غياب البنية التحتية الملائمة للترويج لأنشطة السياحة الرياضية ، وتواجه المؤسسات الإعلانية العديد من المعوقات التى تحد من نجاح استراتيجياتها التسويقية .

6- دراسة محمد أحمد خضرى (2021م) (26) وعنوانها " خطة مقترحة لتسويق السياحة الرياضية بمحافظة البحر الأحمر " ، وهدفت الدراسة إلى وضع خطة مقترحة لتسويق السياحة الرياضية بمحافظة البحر الأحمر على الواقع الفعلى لتسويق السياحة الرياضية بمحافظة البحر ، وإجراء الخطة المقترحة ، وإستخدم الباحث المنهج الوصفى على عينة عددها (252) فرداً من المسؤولين الحكوميين المختصين بالسياحة الرياضية والمسؤولين من جميع العناصر المتمثلة فى إدارة القرى السياحية ،

وإستخدم الباحث المقابلة الشخصية وإستمارات إستبيان كأدوات لجمع البيانات ، وأسفرت أهم النتائج هى التوصل إلى خطة لتسويق السياحة الرياضية بمحافظة البحر الأحمر والهدف العام من الخطة هو تنشيط السياحة الرياضية بمحافظة البحر الأحمر وزيادة مصادر التمويل (الحكومى - الذاتى) للسياحة الرياضية بمحافظة البحر الأحمر ، وجعل محافظة البحر الأحمر مركز حضارى لاستضافة الأنشطة المائية والأنشطة البرية .

7- دراسة كلاً من مارجاريدا ماسكارينهاس وآخرون Mascarenhas, Margarida, et al. (2024م) (41) وعنوانها " التشارك فى تجربة السياحة فى فعاليات السياحة الرياضية الدولية " ، وهدفت الدراسة إلى تحليل تأثير التشارك فى تجربة السياحة على تذكر التجربة من خلال التركيز والانخراط للسياح فى الأحداث الرياضية ، والتحقق من تأثير نوع التجربة (أى المشاركة الفعالة مقابل الحضور كمفرج) على هذا التأثير ، وإستخدم الباحثون المنهج الوصفى بالإسلوب التحليلى على عينة عددها (356) فرداً من مشاركين فى حدثين دوليين لركوب الدراجات فى البرتغال فى عام 2021م ، وإستخدم الباحث إستمارة إستبيان كأداة لجمع البيانات ، وأسفرت أهم النتائج هى أن التشارك فى التجربة يؤثر على التركيز والانخراط مما يسهم فى تفسير العلاقة بين التشارك وتذكر التجربة ، مع وجود اختلافات بين نوعى التجربة ، وقد تم تطبيق نموذج التشارك المباشر فى هذا السياق السياحى لأول مرة ، مع توصية بتطوير التجارب السياحية بطريقة مخصصة تعتمد على خلق تجارب ممتعة وتنموية .

- إجراءات البحث :

- **منهج البحث:** قام الباحثان بإستخدام المنهج الوصفى نظراً لملاءمته لطبيعة البحث .
- **مجتمع البحث:** يمثل مجتمع البحث جميع أعضاء هيئة تدريس كليات التربية الرياضية ، وأعضاء هيئة تدريس كليات التربية النوعية قسم إعلام ، وأعضاء هيئة تدريس كليات الإعلام ، والعاملين بوزارة السياحة ، والعاملين بوزارة الشباب والرياضة ، والعاملين بالإتحادات الرياضية ، والعاملين بمديريات الشباب والرياضة ، والعاملين بمجال السياحة .
- **عينة البحث:** قام الباحثان بإختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية وعددهم (410) فرد من أعضاء هيئة تدريس كليات التربية الرياضية ، وأعضاء هيئة تدريس كليات التربية النوعية قسم إعلام ، وأعضاء هيئة تدريس كليات الإعلام ، والعاملين بوزارة السياحة ، والعاملين بوزارة الشباب والرياضة ، والعاملين بالإتحادات الرياضية ، والعاملين بمديريات الشباب والرياضة ، والعاملين بمجال السياحة ، وقد قام الباحثون بتقسيمهم إلى عدد (30) فرد لإيجاد المعاملات العلمية لإستمارة الإستبيان " صدق - ثبات " ،

وعدد (30) فرد لإجراء الدراسة الإستطلاعية ، وعدد (350) فرد لإجراء التطبيق النهائي لإستمارة الإستبيان ، والجدول (1) يُوضح توصيف وتوزيع مجتمع وعينة البحث

جدول (1)

توصيف وتوزيع عينة البحث

توزيع عينة البحث	عينة المعاملات العلمية	عينة الدراسة الإستطلاعية	عينة تطبيق إستمارة الإستبيان	اجمالي عدد العينة
أعضاء هيئة تدريس كليات التربية الرياضية	3	2	22	27
أعضاء هيئة تدريس كليات التربية النوعية قسم إعلام	2	2	16	20
أعضاء هيئة تدريس كليات الإعلام	2	2	14	18
العاملين بوزارة السياحة	3	2	58	63
العاملين بوزارة الشباب والرياضة	3	2	62	67
العاملين بالإتحادات الرياضية	3	2	54	59
العاملين بمديريات الشباب والرياضة	7	9	63	79
العاملين بمجال السياحة	7	9	61	77
المجموع	30	30	350	410

- أدوات جمع البيانات :

إستخدم الباحثان فى جمع بيانات البحث إستمارة إستبيان من تصميم الباحثون وقد إتبعوا الخطوات التالية فى إعدادها :

- 1 - الملاحظة العلمية .
- 2 - القراءات النظرية للمراجع العلمية والدراسات المرتبطة بموضوع البحث .
- 3 - المقابلة الشخصية .
- 4 - إقتراح المحاور الإفتراضية لإستمارة الإستبيان - مرفق رقم (2) .
- 5 - عرض المحاور الافتراضية على السادة الخبراء .
- 6 - إقتراح عدد من العبارات لكل محور من محاور الإستمارة - مرفق رقم (3) .
- 7 - عرض مجموعة العبارات الخاصة بكل محور على السادة الخبراء .
- 8 - صياغة الصورة النهائية لإستمارة الإستبيان - مرفق رقم (4) .

- المعاملات العلمية لإستمارة الإستبيان :

أولاً : صدق إستمارة الإستبيان : قام الباحثان بحساب معامل الصدق لإستمارة الإستبيان عن طريق كلٍ من صدق المحكمين وصدق الإتساق الداخلى .

أ- صدق المحكمين :

إستخدم الباحثين صدق المحكمين بعرض إستمارة الإستبيان على عدد (10) خبراء من أعضاء هيئة التدريس المتخصصين فى الإدارة الرياضية بكليات التربية الرياضية ، وقد حدد الباحثان شروط إختيار الخبير أن يكون عضو هيئة تدريس بأحد أقسام الإدارة الرياضية بكليات التربية الرياضية ، وألا تقل عدد سنوات خبرته عن (10) سنوات ، ويفضل أن يكون له إرتباط بالعمل فى القطاع الأهلى ، وذلك بغرض التحقق من أن الإستمارة تقيس بالفعل الهدف الذى وضعت من أجله ، وذلك فى الفترة من 2023/12/1م إلى 2024/1/15م وقد تفضلوا بإبداء رأى سواء بالتعديل أو الحذف أو الإضافة ، وقد إتبع الباحثون الخطوات التالية :

- إقترح الباحثان المحاور الإفتراضية لإستمارة الإستبيان وعددها (3) محاور - مرفق رقم (2) وهى :

1- الموارد المادية اللازمة لنشر ثقافة السياحة الرياضية .

2- الموارد البشرية اللازمة لنشر ثقافة السياحة الرياضية .

3- الموارد التكنولوجية والنظم المعلوماتية اللازمة لنشر ثقافة السياحة الرياضية .

وقد تم عرض المحاور الإفتراضية على السادة الخبراء وذلك لإضافة أو حذف أو تعديل أى محور من تلك المحاور مستخدماً فى ذلك مقياس ثنائى التقدير (مناسب - غير مناسب) ، وجاء رأى السادة الخبراء حول مناسبة محاور الإستمارة كما هو موضح بجدول رقم (2) .

جدول (2)

آراء السادة الخبراء حول محاور إستمارة الإستبيان

ن = 10

المحور	البيان	مناسب		غير مناسب		الوزن النسبى	الأهمية النسبية
		ك	%	ك	%		
الأول	الموارد المادية	10	%100.00	-	%0.00	10	%100
الثانى	الموارد البشرية	10	%100.00	-	%0.00	10	%100
الثالث	الموارد التكنولوجية والنظم المعلوماتية	10	%100.00	-	%0.00	10	%100

يوضح جدول رقم (2) التكرار والنسبة المئوية والوزن النسبى والأهمية النسبية لآراء السادة الخبراء حول محاور إستمارة إستبيان حيث إتفقت آراء السادة الخبراء على أهمية جميع المحاور المبدئية بنسبة قدرها 100.00 % .

- قام الباحثان بصياغة مجموعة من العبارات بكل محور حيث بلغ عدد العبارات (31) عبارة تم عرضها على السادة الخبراء لإبداء الرأي فيها - مرفق رقم (3) - ويوضح الجدول رقم (3) آراء السادة الخبراء حول عبارات إستمارة الإستبيان .

جدول (3)

آراء السادة الخبراء حول عبارات إستمارة الإستبيان

ن = 10

المحور الأول		المحور الثاني		المحور الثالث	
م	نسبة الموافقة %	م	نسبة الموافقة %	م	نسبة الموافقة %
1	100.00	13	100.00	21	100.00
2	100.00	14	90.00	22	100.00
3	90.00	15	100.00	23	90.00
4	100.00	16	100.00	24	100.00
5	90.00	17	80.00	25	30.00
6	100.00	18	90.00	26	80.00
7	100.00	19	100.00	27	100.00
8	100.00	20	80.00	28	100.00
9	90.00			29	100.00
10	100.00			30	100.00
11	80.00			31	100.00
12	100.00				

يوضح جدول رقم (3) النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول عبارات إستمارة الإستبيان ويتضح تراوح النسبة المئوية للعبارات ما بين 30 % - 100 % وقد إرتضى الباحثون بالعبارات التي حصلت على أهمية نسبية قدرها 70 % فأكثر .

جدول (4)

العبارات المستبعدة وأرقامها وفقاً لآراء السادة الخبراء فى إستمارة الإستبيان

المحور	رقم العبارة	العبارات
الثالث	25	توفير الموارد التكنولوجية والنظم المعلوماتية اللازمة لتشغيل الدوائر التلفزيونية المغلقة بجميع المؤسسات الحكومية .

يوضح جدول رقم (4) يوضح العبارات المستبعدة وأرقامها من قبل السادة الخبراء وتم حذفها من إستمارة الإستبيان ، وقد بلغ عدد العبارات التي تم حذفها عدد (1) عبارة واحدة .

جدول (5)

العبارات المعدلة وأرقامها قبل وبعد التعديل وفقاً لآراء السادة الخبراء فى إستمارة الإستبيان

المحور	رقم العبارة قبل التعديل	العبارة قبل التعديل	رقم العبارة بعد التعديل	العبارة بعد التعديل
الأول	17	إستثمار تواجد أبطال مصر الرياضيين كأحد أساليب القوة الناعمة فى صناعة محتوى إعلامى للسياحة الرياضية .	17	الإستفادة من وجود أبطال مصر الرياضيين فى صناعة محتوى إعلامى للسياحة الرياضية كأحد أساليب القوة الناعمة .

يوضح جدول رقم (5) يوضح العبارات المعدلة وأرقامها قبل وبعد التعديل وفقاً لآراء السادة الخبراء فى إستمارة الإستبيان ، وقد بلغ عدد العبارات التى تم إعادة صياغتها عدد (1) عبارة واحدة ، والجدول رقم (6) يوضح العدد المبدئى للعبارات وعدد العبارات المستبعدة وأرقامها وعدد العبارات المعدلة وأرقامها والعدد النهائى للعبارات بإستمارة الإستبيان .

جدول (6)

العدد المبدئى للعبارات وعدد العبارات المستبعدة وأرقامها وعدد العبارات المعدلة وأرقامها والعدد النهائى للعبارات بإستمارة الإستبيان

المحور	العدد المبدئى للعبارات	عدد العبارات المستبعدة	أرقام العبارات المستبعدة	عدد العبارات المعدلة	أرقام العبارات المعدلة	العدد النهائى للعبارات
الأول	12	-	-	-	-	12
الثانى	8	-	-	1	17	8
الثالث	11	1	25	-	-	10
الإجمالى	31	1	-	1	-	30

ب - صدق الإتساق الداخلى :

قام الباحثان بحساب معامل صدق الإتساق الداخلى لإستمارة الإستبيان عن طريق تطبيق الإستبيان على مجموعة من أعضاء هيئة تدريس كليات التربية الرياضية ، وأعضاء هيئة تدريس كليات التربية النوعية قسم إعلام ، وأعضاء هيئة تدريس كليات الإعلام ، والعاملين بوزارة السياحة ، والعاملين بوزارة الشباب والرياضة ، والعاملين بالإتحادات الرياضية ، والعاملين بمديريات الشباب والرياضة ، والعاملين بمجال السياحة وعددهم (30) فرداً ممثلة لمجتمع البحث ، وذلك بغرض تقدير صدق عبارات الإستبيان وقد تم ذلك بحساب معاملات الارتباط بين كل عبارة ومجموع المحور وبين كل عبارة والمجموع الكلى للمحاور وبين مجموع

المحور والمجموع الكلى للمحاور ، وذلك فى الفترة من 2024/2/5م الى 2024/2/25م ، علماً بأن هذه العينة إستخدمت لحساب المعاملات العلمية لإستمارة الإستبيان فقط ، والجداول أرقام (7) ، (8) توضح معامل صدق الإتساق الداخلى لإستمارة الإستبيان .

جدول (7)

صدق الاتساق الداخلى بين العبارة ومجموع المحور وبين العبارة والمجموع الكلى
لمحاور إستمارة الإستبيان

ن = 30

المحور الاول			المحور الثانى			المحور الثالث		
م	العبارة مع المحور	العبارة مع المجموع	م	العبارة مع المحور	العبارة مع المجموع	م	العبارة مع المحور	العبارة مع المجموع
1	0.80	0.83	13	0.85	0.84	21	0.92	0.84
2	0.88	0.91	14	0.78	0.83	22	0.90	0.85
3	0.89	0.91	15	0.92	0.84	23	0.73	0.86
4	0.88	0.84	16	0.90	0.86	24	0.89	0.91
5	0.77	0.85	17	0.85	0.87	25	0.84	0.92
6	0.84	0.86	18	0.89	0.81	26	0.88	0.83
7	0.92	0.84	19	0.86	0.90	27	0.89	0.92
8	0.86	0.92	20	0.92	0.89	28	0.91	0.87
9	0.72	0.76				29	0.84	0.90
10	0.84	0.91				30	0.87	0.91
11	0.90	0.82						
12	0.86	0.81						

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية 0.05 = 0.361

يوضح جدول رقم (7) وجود إرتباط ذو دلالة إحصائية بين العبارة ومجموع المحور حيث تراوح معامل الارتباط ما بين (0.72 - 0.92) ، وبين العبارة والمجموع الكلى للمحاور حيث تراوح معامل الارتباط ما بين (0.76 - 0.92) مما يشير إلى صدق الإتساق الداخلى لإستمارة الإستبيان وذلك عند مستوى معنوية 0.05 .

جدول (8)

صدق الاتساق الداخلى بين مجموع المحور والمجموع الكلى لمحاور إستمارة الإستبيان

ن = 30

المحور	البيان	معامل الارتباط
الأول	الموارد المادية اللازمة لنشر ثقافة السياحة الرياضية	*0.889
الثانى	الموارد البشرية اللازمة لنشر ثقافة السياحة الرياضية	*0.891
الثالث	الموارد التكنولوجية والنظم المعلوماتية اللازمة لنشر ثقافة السياحة الرياضية	*0.885

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية 0.05 = 0.361

يوضح جدول رقم (8) وجود ارتباط ذو دلالة إحصائية بين مجموع المحور وبين المجموع الكلى لمحاور إستمارة الإستبيان حيث تراوح معامل الارتباط ما بين (0.885 - 0.891) مما يشير إلى صدق إستمارة الإستبيان وذلك عند مستوى معنوية 0.05 .

ثانياً : ثبات إستمارة الإستبيان :

أ - حساب معامل الثبات عن طريق التطبيق وإعادة التطبيق Test – Retest :

قام الباحثان بحساب معامل الثبات لإستمارة الإستبيان عن طريق التطبيق وإعادة التطبيق Test – Retest حيث تم تطبيق الإستمارة على مجموعة من أعضاء هيئة تدريس كليات التربية الرياضية وكليات التربية النوعية قسم إعلام وكليات الإعلام ، والعاملين بوزارة السياحة ، والعاملين بوزارة الشباب والرياضة ، والعاملين بالإتحادات الرياضية ، والعاملين بمديريات الشباب والرياضة ، والعاملين بمجال السياحة وعددهم (30) فرداً ممثلة لمجتمع البحث ، وقد قام الباحثون بإجراء التطبيق الأول فى الفترة من 2024/2/5م الى 2024/2/25م ، كما قام الباحثان بإجراء إعادة التطبيق فى الفترة من 2024/3/10م الى 2024/3/20م ، وكان الفاصل الزمنى بين التطبيقين أكثر من (15) يوم ، علماً بأن هذه العينة إستخدمت لحساب المعاملات العلمية لإستمارة الإستبيان فقط ، وقد تم ذلك باستخدام معادلة سبيرمان للرتب ، والجدول رقم (9) يوضح معامل الثبات لكل محور من محاور إستمارة الإستبيان .

جدول (9)

معامل الارتباط بين التطبيق وإعادة التطبيق لبيان معامل الثبات لإستمارة الإستبيان

ن = 30

المحور الأول		المحور الثانى		المحور الثالث	
م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط
1	0.95	13	0.92	21	0.97
2	0.93	14	0.97	22	0.93

المحور الأول		المحور الثاني		المحور الثالث	
م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط
3	0.94	15	0.95	23	0.94
4	0.93	16	0.92	24	0.96
5	0.91	17	0.93	25	0.93
6	0.92	18	0.90	26	0.95
7	0.97	19	0.93	27	0.97
8	0.92	20	0.95	28	0.94
9	0.94			29	0.96
10	0.90			30	0.93
11	0.91				
12	0.94				

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية $0.05 = 0.361$

يوضح جدول رقم (9) وجود ارتباط ذو دلالة إحصائية بين التطبيق وإعادة التطبيق لإستمارة الإستبيان حيث تراوح معامل الارتباط ما بين ($0.90 - 0.97$) وهى معاملات ارتباط ذو دلالة عالية مما يشير إلى ثبات إستمارة الإستبيان .

ب - حساب معامل الثبات بإستخدام معامل ألفا كرونباخ :
إستخدم الباحثان معامل ألفا كرونباخ لبيان معامل ثبات إستمارة الإستبيان .

جدول (10)

معامل ألفا كرونباخ لبيان معامل الثبات لإستمارة الإستبيان

ن = 30

معامل ألفا		
0.894		
المحور	البيان	Cronbach's Alpha if Deleted Item
الأول	الموارد المادية اللازمة لنشر ثقافة السياحة الرياضية	0.891
الثاني	الموارد البشرية اللازمة لنشر ثقافة السياحة الرياضية	0.890
الثالث	الموارد التكنولوجية والنظم المعلوماتية اللازمة لنشر ثقافة السياحة الرياضية	0.893

يوضح جدول رقم (10) وجود ارتباط ذو دلالة إحصائية بين عبارات كل محور من إستمارة الإستبيان واجمالي عبارات الإستبيان لبيان معامل الارتباط الكلى ، حيث حقق معامل ألفا كرونباخ معاملات ارتباط تراوحت ما بين (0.890 - 0.893) وهى معاملات ارتباط ذو دلالة عالية مما يشير الى ثبات الإستبيان .

- الدراسة الإستطلاعية لإستمارة الإستبيان :

قام الباحثان بإجراء الدراسة الإستطلاعية على مجموعة قوامها (30) فرداً ممثلة لمجتمع البحث من أعضاء هيئة تدريس كليات التربية الرياضية وكليات التربية النوعية قسم إعلام وكليات الإعلام ، والعاملين بوزارة السياحة ، والعاملين بوزارة الشباب والرياضة ، والعاملين بالإتحادات الرياضية ، والعاملين بمديريات الشباب والرياضة ، والعاملين بمجال السياحة ، وذلك فى الفترة من 2024/4/7م الى 2024/4/30م علماً بأن هذه العينة إستخدمت لحساب الدراسة الإستطلاعية فقط ، وكان الهدف من إجراء الدراسة الإستطلاعية هو التعرف على مدى فهم عينة البحث للعبارات التى تتضمنها إستمارة الإستبيان ، والتعرف على الصعوبات المحتمل ظهورها أثناء التطبيق للعمل على تلافيها ، والتعرف على زمن تطبيق إستمارة الإستبيان .

وقد أسفرت نتائج الدراسة الإستطلاعية عن فهم عينة البحث للعبارات التى يتضمنها الإستبيانات حيث لم يبدر من أى منهم الإستفسار عن أى عبارات من عبارات الإستبيانات ، وتم التعرف على زمن تطبيق إستمارة الإستبيان بحساب الزمن الذى إستغرقته عينة الدراسة الإستطلاعية فى الإجابة على عبارات الإستبيان وكان يتراوح الزمن فى الإستمارة من 8 : 10 دقائق .

- تطبيق وتفرغ إستمارة الإستبيان :

أولاً : تطبيق إستمارة الإستبيان :

بعد التأكد من كافة الشروط العلمية والإدارية لإستمارة الإستبيان لجمع آراء العينة قام الباحثون بتطبيق إستمارة الإستبيان على مجموعة من أعضاء هيئة تدريس كليات التربية الرياضية وكليات التربية النوعية قسم إعلام وكليات الإعلام ، والعاملين بوزارة السياحة ، والعاملين بوزارة الشباب والرياضة ، والعاملين بالإتحادات الرياضية ، والعاملين بمديريات الشباب والرياضة ، والعاملين بمجال السياحة ، وعددهم (350) فرداً وذلك فى الفترة من 2024/5/15م الى 2024/7/15م مع مراعاة التأكيد على أفراد العينة بأهمية إستجاباتهم وأنها تُجمع فقط من أجل البحث العلمى لإزالة أى مخاوف قد تقلل من تفاعلهم فى الإجابة على الإستبيان .

ثانياً : تفرغ بيانات إستمارة الإستبيان :

بعد إنتهاء عملية التطبيق قام الباحثان بجمع الإستمارات متكاملة الإستجابات وتم تفرغ البيانات فى كشوف التفرغ المعدة لذلك ، وإستخدم الباحثان فى تصحيح الإستبيان طريقة ليكرت بالتقدير ثلاثى التقدير وذلك بعد موافقة السادة الخبراء عليها ، وكانت استجابات الإستبيان وفقاً لتقدير ثلاثى على النحو التالى : (نعم) وتقدر لها ثلاث درجات - (إلى حد ما) وتقدر لها درجتان - (لا) وتقدر لها درجة واحدة .

وبذلك تكون الدرجة الصغرى لإستمارة الإستمارة (30) درجة والدرجة الكلية لإستمارة الإستمارة (90) درجة ، ثم قام الباحثون برصد وجدولة الدرجات الخام وإعدادها لإجراء المعالجة الإحصائية بما يتماشى مع أهداف البحث .

- المعالجات الإحصائية المستخدمة :

إستخدم الباحثان المعالجات الإحصائية الملائمة لطبيعة بيانات البحث وذلك من خلال البرنامج الإحصائي SPSS وكانت كالتالى :

المتوسط الحسابى - الإنحراف المعياري - معامل الارتباط - معامل الصدق (صدق الإتساق الداخلى) - معامل الثبات (التطبيق وإعادة التطبيق Retest - Test) - معامل الثبات (ألفا كرونباخ) - النسبة المئوية - الوزن النسبى - الأهمية النسبية - إختبار كا² .

- عرض ومناقشة النتائج :

- عرض ومناقشة النتائج الخاصة بالمحور الأول :

جدول (11)

آراء عينة البحث فى المحور الأول الخاص بالموارد المادية اللازمة لنشر ثقافة السياحة الرياضية

ن = 350

م	نعم		إلى حد ما		لا		الوزن النسبى	الأهمية النسبية	كا ²
	ك	%	ك	%	ك	%			
1	272	77.714	78	22.286	-	0.000	972	92.571	336.297
2	276	78.857	74	21.143	-	0.000	976	92.952	349.874
3	285	81.429	65	18.571	-	0.000	985	93.810	382.428
4	285	81.429	65	18.571	-	0.000	985	93.810	382.428
5	285	81.429	65	18.571	-	0.000	985	93.810	382.428
6	285	81.429	65	18.571	-	0.000	985	93.810	382.428
7	285	81.429	65	18.571	-	0.000	985	93.810	382.428
8	257	73.429	93	26.571	-	0.000	957	91.143	290.268
9	272	77.714	78	22.286	-	0.000	972	92.571	336.297
10	273	78.000	77	22.000	-	0.000	973	92.667	339.640
11	266	76.000	84	24.000	-	0.000	966	92.000	316.960
12	274	78.286	76	21.714	-	0.000	974	92.762	343.017

قيمة كا² الجدولية عند مستوى معنوية 0.05 = 5.99

يتضح من جدول (11) أن هناك فروق دالة إحصائية لآراء عينة البحث فى جميع عبارات المحور الأول الخاص بالموارد المادية اللازمة لنشر ثقافة السياحة الرياضية حيث كانت قيمة (كا²) المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية .

ومن خلال إستجابات عينة البحث يتضح أن أعلى نسبة مئوية فى آراء عينة البحث الذين إختاروا (نعم) فى العبارات أرقام (3 ، 4 ، 5 ، 6 ، 7) بنسبة 81.429% وكانت أقل نسبة مئوية فى العبارة رقم (8) بنسبة 73.429% ، وكانت أعلى نسبة مئوية فى آراء الذين إختاروا (إلى حد ما) فى العبارة رقم (8) بنسبة 26.571% وكانت أقل نسبة مئوية فى العبارات أرقام (3 ، 4 ، 5 ، 6 ، 7) بنسبة 18.571% ، وكانت النسبة المئوية فى آراء عينة البحث الذين إختاروا (لا) هى نسبة 0.00% .

ومثلت العبارات أرقام (3 ، 4 ، 5 ، 6 ، 7) أعلى وزن نسبى (985) وأكثر أهمية نسبياً 93.810% بين عبارات المحور ، وبينما مثلت العبارة رقم (8) أقل وزن نسبى (957) وأقل أهمية نسبياً 91.143% .

وفيما يلى سوف يقوم الباحثون بمناقشة النتائج التى توصل إليها فى ضوء التساؤل الأول " ما الموارد المادية اللازمة لنشر ثقافة السياحة الرياضية ؟ " :

أشارت نتائج جميع العبارات الخاصة بالموارد المادية بالجدول رقم (11) أن هناك فروق ذات دلالة معنوية لآراء عينة البحث الذين اختاروا (نعم) وهذا يُشير إلى إتفاق معظم آراء عينة البحث على أن عملية نشر ثقافة السياحة الرياضية تتطلب توفير الموارد المادية اللازمة والتي تشمل الاستعانة بالمراكز الإعلامية فى جميع المحافظات ، واستثمار الدوائر التلفزيونية المغلقة التابعة لوزارة الشباب والرياضة والأندية الرياضية ووزارة السياحة وهيئة تنشيط السياحة وجميع المؤسسات الحكومية والمنشآت والقرى السياحية ، بالإضافة إلى تمويل وتوفير عدد أكبر من هذه الدوائر فى المؤسسات والمنشآت العامة ، كما يعد استثمار المنشآت الرياضية فى المدن السياحية لاستضافة البطولات والفعاليات الرياضية ، والاستفادة من الموارد الطبيعية مثل الجبال والصحارى لجذب السياح إلى جانب تعزيز عوامل الأمن والسلامة من العوامل الأساسية التى تسهم فى تحفيز السياحة الرياضية فى مصر .

وقد اتفقت النتائج مع ما أشارت إليه نتائج دراسة **أيمن محمود موسى (2006م)** فى أن التغطية الحية للأحداث فى موقعها فور وقوعها يُعتبر سبب دائم ورئيسى لحرص الجمهور على مشاهدة القنوات حيث أن ذلك يُعطى مصداقيه أكبر عند المشاهدة . (6)

وتُشير نتائج دراسة **محمد فتحى المنسى (2006م)** أنه بالرغم من توافر الإمكانيات المادية والبشرية إلا أنه لا توجد قلة فى البرامج والدورات المُتخصصة للإعداد والصقل المهني . (31)

وفى هذا الصدد يُشير **مصطفى السايح محمد (2002م)** نقلاً عن **نيومان Neuman** بأن الثقافة الرياضية تتأثر بالعوامل المادية والبشرية والفكرية والمشروعات والبرامج المتداخلة اللازمة لتكامل قدرات الأفراد على العمل البدنى والإحتفاظ بهذا التكامل فى جميع مراحل حياتهم لجعلهم قادرين على خوض حياة غنية بالثقافة وعلى الوفاء بالمطالب الإجتماعية من إنتاج ودفاع عن الوطن

(33 : 21)

ويرى الباحثان أن الموارد المادية اللازمة لنشر ثقافة السياحة الرياضية تحتاج الدول إلى البنية التحتية الرياضية المتطورة مثل الملاعب الحديثة والصالات المغلقة ومراكز التدريب ومسارات الجري وركوب الدراجات ، كما تتطلب البنية التحتية السياحية من فنادق ومنتجات ومطاعم تستوعب السياح الرياضيين ، إلى جانب شبكات نقل متقدمة تشمل المطارات والطرق ووسائل النقل العام لتسهيل الوصول إلى الفعاليات الرياضية ، ويعد التمويل والاستثمار عنصراً حاسماً سواء من خلال الدعم الحكومي والرعاية أو الشراكات مع القطاع الخاص لتمويل الفعاليات الرياضية والترويج لها ، كما تلعب التقنيات الحديثة مثل أنظمة التذاكر الذكية وشاشات العرض المتطورة ، وأجهزة القياس والتحليل الرقمي في الملاعب دوراً مهماً في تحسين تجربة السائح الرياضي .

- عرض ومناقشة النتائج الخاصة بالمحور الثانى :

جدول (12)

آراء عينة البحث فى المحور الثانى الخاص بالموارد البشرية اللازمة لنشر ثقافة السياحة الرياضية

ن = 350

م	نعم		إلى حد ما		لا		الوزن النسبى	الأهمية النسبية	كا ²
	ك	%	ك	%	ك	%			
13	272	77.714	78	22.286	-	0.000	972	92.571	336.297
14	267	76.286	83	23.714	-	0.000	967	92.095	320.097
15	274	78.286	76	21.714	-	0.000	974	92.762	343.017
16	268	76.571	82	23.429	-	0.000	968	92.190	323.268
17	269	76.857	81	23.143	-	0.000	969	92.286	326.474
18	275	78.571	75	21.429	-	0.000	975	92.857	346.428
19	270	77.143	80	22.857	-	0.000	970	92.381	329.714
20	247	70.571	71	20.286	32	9.143	915	87.143	224.920

قيمة كا² الجدولية عند مستوى معنوية 0.05 = 5.99

يتضح من جدول (12) أن هناك فروق دالة إحصائية لآراء عينة البحث فى جميع عبارات المحور الثانى الخاص بالموارد البشرية اللازمة لنشر ثقافة السياحة الرياضية حيث كانت قيمة (كا²) المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية .

ومن خلال إستجابات عينة البحث يتضح أن أعلى نسبة مئوية فى آراء عينة البحث الذين إختاروا (نعم) فى العبارة رقم (18) بنسبة 78.571% وكانت أقل نسبة مئوية فى العبارة رقم (20) بنسبة 70.571% ، وكانت أعلى نسبة مئوية فى آراء الذين إختاروا (إلى حد ما) فى العبارة رقم (14)

(بنسبة 23.714% وكانت أقل نسبة مئوية فى العبارة رقم (20) بنسبة 20.286% ، وكانت أعلى نسبة مئوية فى آراء الذين إختاروا (لا) فى العبارة رقم (20) بنسبة 9.143% وكانت أقل نسبة مئوية فى باقى عبارات المحور بنسبة 0.00% .

ومثلت العبارة رقم (18) أعلى وزن نسبى (975) وأكثر أهمية نسبية 92.857% بين عبارات المحور ، وبينما مثلت العبارة رقم (20) أقل وزن نسبى (915) وأقل أهمية نسبية 87.143% .
وفيما يلى سوف يقوم الباحثان بمناقشة النتائج التى توصل إليها فى ضوء التساؤل الثانى " ما الموارد البشرية اللازمة لنشر ثقافة السياحة الرياضية ؟ " :

أشارت نتائج جميع العبارات الخاصة بالموارد البشرية بالجدول رقم (12) أن هناك فروق ذات دلالة معنوية لآراء عينة البحث الذين اختاروا (نعم) وهذا يُشير إلى إتفاق معظم آراء عينة البحث على أن عملية نشر ثقافة السياحة الرياضية تتطلب توفير الموارد البشرية اللازمة والتي تشمل الاستعانة بالخبرات الأكاديمية من كليات التربية الرياضية وقطاع السياحة الرياضية وكليات الإعلام إلى جانب الخبرات الفنية من المراكز الإعلامية بالمحافظات ، والاستفادة من أبطال مصر الرياضيين في صناعة محتوى إعلامي مؤثر باعتبارهم أحد أدوات القوة الناعمة ، كما يتطلب الأمر اختيار كوادر إدارية وفنية مؤهلة وفقاً للكفاءة والخبرة بعيداً عن العلاقات الشخصية مع إعداد وتنمية هذه الكوادر ببرامج تدريبية تعزز مهاراتهم في التعامل مع التكنولوجيا ونظم المعلومات الحديثة ، بالإضافة إلى تنمية مهارات الاتصال والتفاعل الفعال مع الآخرين لضمان تنفيذ المحتوى الإعلامي للسياحة الرياضية بكفاءة واحترافية .

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة **محمد عثمان على (2005م)** على أهمية الإدارة الفعالة للعنصر البشرى وعدم توافر الإدارة الفعالة للعنصر البشرى . (30)

كما تتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة **محمد إسماعيل أحمد (2011م)** أن الإمكانيات البشرية بالبرامج الرياضية متوفرة بصورة جيدة فى أقسام المونتاج والتصوير والإعتماد على مهندس الديكور فى تنفيذ وتطوير شكل البرامج يتم بصورة كبيرة جداً والتعاون والتنسيق بين الإدارات المختلفة والبرامج الرياضية يتم بصورة جيدة ، الإمكانيات البشرية غير متوفرة بقسم الديكور والإضاءة قلة مهندسى الإضاءة لتنفيذ وتطوير شكل البرامج بصورة جيدة ، قصور التدريب للعاملين بالبرامج الرياضية لا يتم بصورة مرضية ، لا يتم الإعتماد على مكتبة الشرائط فى توفير المواد المصورة . (27)

وفى هذا الصدد يُشير **على محمد السلمي (2001م)** إلى أن الفكر الإدارى الحديث ينظر إلى إدارة الموارد البشرية نظرة واسعة لا تقتصر على الدور التقليدى السابق من كونها مجموعة من الأعمال الإجرائية المتعلقة بتنفيذ سياسات ونظم العاملين إلى اعتبارها وظيفة إستراتيجية تتعامل مع أهم موارد المنظمة وتتشابك مع الأهداف والإستراتيجيات العامة لها ، وهى أيضاً الجهة المسؤولة عن تحقيق كل من العدالة والثقة والإلتزام

التنظيمي ، إذ أن خلق بيئة عمل إيجابية يُمكن العاملين من إدراك العدالة الإجرائية المستخدمة في تطبيق القرارات المتعلقة بالموارد البشرية كما يُدعم الثقة بين المشرف والمرؤوس . (22)

ويتفق كل من أحمد محمد غنيم (2005م) (5) ، توفيق محمد عبد المحسن (2004م) (7) ، حسن أحمد الشافعي (2003م) (10) على أهمية تحديد الأهداف والعمل على تحقيقها بالإعداد المهني الجيد والمقنن .

كما يُشير إدجار فيونا و جيارى ألان J. Edgar Fiona & Geare Alan (2005م) إلى أن تدريب العامل أو الموظف وتنميته قد أصبحت مسألة مهمة وعلى نحو متزايد ، وأن هناك ارتباطاً إيجابياً بين ممارسات إدارة الموارد البشرية مثل التدريب والإختيار والتعيين من جانب ، وإدراك مقاييس الأداء بالمؤسسة من جانب آخر ، وأن هذه الممارسات تؤثر إيجابياً على الأداء الابتكاري . (40)

كما يُشير عادل حرجوش صالح وآخرون (2006م) أن التدريب وتنمية العاملين لابد أن يكون من خلال الجُهد المُخطط والمُنظم من قبل المنظمة لتزويد العاملين بمعارف معينة وتحسين وتطوير مهاراتهم وقدراتهم وتغيير سلوكهم واتجاهاتهم بشكل إيجابي بناء . (18)

ويُشير كل من عمرو مصطفى الشتيحي ، عبد الله عيد الخصاب ، عبيد محمد الشمري (2014م) إلى أن الموارد البشرية تُمثل العمود الفقري في تعظيم الإيجابيات والحد من السلبيات ، الأمر الذي يتطلب نوعية معينة من الأفراد سواء كانوا على مستوى الإدارة العليا أو المنفذين من خلال التركيز على إختيار الأفراد ذوي المهارات الفنية العالية ، وتخطيط الموارد البشرية بشكل يحقق الكفاءة دون إسراف أو نقص في الموارد البشرية مع تحقيق التكامل بين العناصر الوظيفية ، والسعى إلى إجتذاب العناصر الوظيفية التي تتمتع بقدرات ومهارات عالية في الابتكار والإبداع ، بالإضافة إلى وضع نظام للتدريب والتنمية المستمرة لكل القوى العاملة بحيث يضمن التواصل المستمر مع مستجدات التطور في كل المجالات ، فضلاً عن تحسين ظروف العمل للأفراد والإهتمام بحل مشكلات الأفراد سواء كانت فنية أو إدارية مع خلق المناخ التنظيمي المناسب . (25)

ويرى الباحثان أن الموارد البشرية اللازمة لنشر ثقافة السياحة الرياضية تحتاج الدول إلى متخصصين في إدارة السياحة الرياضية لتخطيط الفعاليات وجذب السياح ، ومرشدين سياحيين رياضيين يقدمون جولات تعريفية عن الملاعب والبطولات ، إلى جانب مسوقين رقميين وإعلاميين يروجون للوجهات الرياضية عالمياً ، كما تلعب الكوادر الرياضية مثل المدربين دوراً في تقديم تجارب رياضية مباشرة للسياح ، بينما يساهم خبراء الضيافة وإدارة الفعاليات في تقديم خدمات متميزة بالفنادق والمطاعم ، وتدعم فرق الأمن والسلامة الفعاليات بحماية الجمهور ، في حين يعمل المبرمجون ومهندسو النظم الذكية على تطوير التطبيقات وأنظمة الحجز ، ويدير المخططون الحكوميون السياسات والبنية التحتية لضمان استدامة السياحة الرياضية وجاذبيتها .

- عرض ومناقشة النتائج الخاصة بالمحور الثالث :

جدول (13)

آراء عينة البحث فى المحور الثالث الخاص بالموارد التكنولوجية والنظم المعلوماتية اللازمة لنشر ثقافة السياحة الرياضية

ن = 350

م	نعم		إلى حد ما		لا		الوزن النسبى	الأهمية النسبية	كا ²
	ك	%	ك	%	ك	%			
21	282	80.571	68	19.429	-	0.000	982	93.524	371.268
22	284	81.143	66	18.857	-	0.000	984	93.714	378.674
23	280	80.000	70	20.000	-	0.000	980	93.333	364.000
24	274	78.286	76	21.714	-	0.000	974	92.762	343.017
25	272	77.714	78	22.286	-	0.000	972	92.571	336.297
26	276	78.857	74	21.143	-	0.000	976	92.952	349.874
27	271	77.429	79	22.571	-	0.000	971	92.476	332.988
28	280	80.000	70	20.000	-	0.000	980	93.333	364.000
29	278	79.429	72	20.571	-	0.000	978	93.143	356.868
30	275	78.571	75	21.429	-	0.000	975	92.857	346.428

قيمة كا² الجدولية عند مستوى معنوية 0.05 = 5.99

يتضح من جدول (13) أن هناك فروق دالة إحصائية لآراء عينة البحث فى جميع عبارات المحور الثالث الخاص بالموارد التكنولوجية والنظم المعلوماتية اللازمة لنشر ثقافة السياحة الرياضية حيث كانت قيمة (كا²) المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية .

ومن خلال إستجابات عينة البحث يتضح أن أعلى نسبة مئوية فى آراء عينة البحث الذين إختاروا (نعم) فى العبارة رقم (22) بنسبة 81.143% وكانت أقل نسبة مئوية فى العبارة رقم (27) بنسبة 77.429% ، وكانت أعلى نسبة مئوية فى آراء الذين إختاروا (إلى حد ما) فى العبارة رقم (27) بنسبة 22.571% وكانت أقل نسبة مئوية فى العبارة رقم (22) بنسبة 18.857% ، وكانت النسبة المئوية فى آراء عينة البحث الذين إختاروا (لا) هى نسبة 0.00% .

ومثلت العبارة رقم (22) أعلى وزن نسبى (984) وأكثر أهمية نسبية 93.714% بين عبارات المحور ، وبينما مثلت العبارة رقم (27) أقل وزن نسبى (971) وأقل أهمية نسبية 92.476%

وفيما يلى سوف يقوم الباحثان بمناقشة النتائج التى توصل إليها فى ضوء التساؤل الثالث " ما الموارد التكنولوجية والنظم المعلوماتية اللازمة لنشر ثقافة السياحة الرياضية ؟ " :

أشارت نتائج جميع العبارات الخاصة بالموارد التكنولوجية والنظم المعلوماتية بالجدول رقم (12) أن هناك فروق ذات دلالة معنوية لآراء عينة البحث الذين اختاروا (نعم) وهذا يُشير إلى إتفاق معظم آراء عينة البحث على أن عملية نشر ثقافة السياحة الرياضية تتطلب توفير الموارد التكنولوجية والنظم المعلوماتية اللازمة لتشغيل وتحديث الدوائر التلفزيونية المغلقة في المؤسسات والمنشآت الرياضية التابعة لوزارة الشباب والرياضة والأندية الرياضية ومراكز الشباب وبيوت الشباب ، وكذلك المؤسسات والمنشآت التابعة لوزارة السياحة وهيئة تشييط السياحة والمنشآت والقرى السياحية ، مع ضمان التحديث والتطوير المستمر لهذه الأنظمة ، كما يعد استثمار نظم المعلومات أمراً ضرورياً لبناء محتوى إعلامي متناسق وتحديد الاختصاصات والمسؤوليات الوظيفية للكوادر الإدارية والفنية ، وتوزيع المهام بفاعلية ، وتحقيق التكامل والترابط بين فرق العمل لضمان الاستقرار والرضا الوظيفي ، إلى جانب تحديد الاحتياجات المعلوماتية الحالية والمستقبلية للسياحة الرياضية مما يسهم في استدامة وتطوير هذا المجال بشكل فعال .

وتؤكد نتائج دراسة **عمرو مصطفى الشتيحي Amr Mostafa Al-Shetehy (2013م)** أن الدولة تسعى إلى تفعيل الحكومة الإلكترونية في كافة مؤسساتها ، وأن وسائل التكنولوجيا الحديثة والقنوات الفضائية الرياضية تُسهم في زيادة الثقافة الرياضية وإرتفاع نسبة الممارسة الرياضية ، وأن هناك توجه سياسى لدى القيادة السياسية للاهتمام بالرياضة والرياضيين ورعاية المواهب الرياضية . (37) ويتفق ذلك مع نتائج دراسة **حسام الدين السيد مبارك (2003م)** الذى أوضح أن البرامج الرياضية بالتلفزيون تأثيراً إيجابياً في مكونات الثقافة الرياضية . (9)

وأشارت نتائج دراسة **شيرين حمدي مرسى (2015م)** إلى قلة الموارد المُخصصة لقناة النيل للرياضة بالمقارنة بالموارد المُخصصة للقناة الخاصة للرياضة وذلك لإعتمادهم الإعلانات كمادة أساسية لإنتاج البرامج الرياضية . (17)

كما تُشير نتائج دراسة **عمرو عباس عقل (2009م)** إلى أن المعلومات أحد المحركات الرئيسية في جميع عمليات المؤسسات ، ولذلك أصبحت هذه المؤسسات تعمل على الحصول عليها عن كافة أشكال المتعاملين معها سواء كانت هذه المعلومات تخص العاملين بها أو المتعاملين معها في أعمال مشتركة أو حتى منافسين لها ، ولذلك قامت هذه المؤسسات بمحاولة الحصول على المعلومات عن كافة المتعاملين معها مهما كانت تكلفتها المادية من أجل معرفة ما يتم داخل المؤسسة وخارجها للوقوف على أرض صلبة تستطيع بها المنافسة . (24)

ويذكر **عبد الحميد عبد الفتاح المغربى (2002م)** أنه بالرغم من أهمية نظم المعلومات لجميع المنظمات إلا أن أهميتها تبرز بشكل واضح في المنشآت الكبيرة المُعقدة التركيب . (19 : 40)

ويشير كل من **محمد عبود الحراحشة** ، **محمد قاسم مقابلة (2005م)** إلى أن نظم المعلومات الإدارية الحديثة تُعد أكثر مرونة وتحتوي على برامج تسمح للرؤساء بالحصول على معلومات تُسهم في إصدار قرارات سليمة . (29 : 24)

كما يُشير **على فلاح الزغبى (2010م)** إلى أن الإعلان وسيلة إتصال إقناعية موجهة للجمهور بما يُعلن عنه بالوسيلة المستخدمة في تسليم الرسالة الإعلانية . (21 : 226)

ويؤكد **محمد الصيرفى (2004م)** على أن الإدارة الحديثة تتميز بملامح أساسية تتمثل في توجيه جهود الإدارة وأنشطتها إلى تحقيق رضا العملاء ، وإستثمار الطاقات الخلاقة للقوى البشرية ، وذلك لأن البشر هم الدعامة الأساسية للنجاح ، لذلك فهي تؤمن بالعمل الجماعى لتساعد العاملين على الإبتكار والإبداع والمشاركة الجادة في تحقيق مستوى أكبر من التميز والتفوق من خلال نظم محددة وموضوعة بإحكام ، كما يتم إتخاذ القرارات بناء على جمع وإستخدام البيانات المعتمدة على الملاحظة والخبرة والتجربة ليتم الإستفادة من الحقائق في عملية التغيير وإحداثها . (28 : 34)

كما يؤكد **حسن أحمد الشافعى (2015م)** على أهمية دعم إختيار أنواع التكنولوجيا الحديثة في العمل والمناسبة لتحقيق أهداف المؤسسة الرياضية ، وأن تدعم إدارة الموارد البشرية للعمل الجماعى والتدريب عليه ، وسياسة المشاركة الفعالة والتمكين في إتخاذ القرارات الخاصة بإدارة العمل ، وإستخدام أساليب متابعة وقياس الأداء الفعلى والمتابعة الميدانية لموقع العمل ، والإتصال بالمستفيدين من الخدمات التى تقدمها المؤسسة الرياضية ، والسجلات والنماذج ، واللقاءات والإجتماعات الدورية ، والتقارير التفصيلية ، والتدقيق المالى والإدارى ، وأخيراً المقارنة وإتخاذ القرارات هى المحصلة النهائية لعملية قياس الأداء . (11)

ويذكر كل من **عماد الدين عباس أبو زيد (2005م)** ، **زين بدر فراج (2004م)** أن التخطيط هو أحد العمليات الإدارية الهامة التى تقوم على تحقيق أهداف كبيرة وعظيمة فى ضوء الإمكانيات والموارد المادية والقوى البشرية عن طريق التخطيط لإستغلال هذه القوى والموارد أفضل إستغلال ، حسب أولوياتها وحصر كافة الموارد الإمكانيات المتاحة مع تحديد أنسب الوسائل لإستغلال هذه الموارد فى تحقيق الأهداف . (23 : 20) (16 : 76)

ويشير **عفاف عبد المنعم درويش (2007م)** أن التخطيط الفعال يعمل على خفض النفقات إلى الحد الأدنى وذلك بإتباع الأسلوب السليم الذى يتلائم مع الظروف المحيطة بما يقلل من الإسراف والتبذير وإستخدام الموارد المادية والبشرية المتاحة للإستخدام الأمثل . (20 : 118)

كما يُشير **إبراهيم سلطان (2000م)** إلى أنه قد أصبح لنظم المعلومات دوراً إستراتيجياً داخل المنظمة ، ونتيجة لذلك فقد أصبحت نظم المعلومات مورداً إستراتيجياً ووسيلة فعّالة لتحقيق مزايا تنافسية للمنظمة

وسلاحاً إستراتيجياً للدفاع عنها والتغلب على المنافسة الخارجية ، ولهذا أدى التطور فى تكنولوجيا الحاسبات وصناعة البرمجيات والتعدد فى البيئة التى تعمل فيها المنظمات إلى ظهور الحاجة لأدوات تساعد المنظمات على التعامل مع بيئتها من خلال الإستفادة من تكنولوجيا المعلومات (1 : 1 - 2)

ويرى الباحثان أن الموارد التكنولوجية اللازمة لنشر ثقافة السياحة الرياضية تعتمد الدول على المنصات الرقمية والتطبيقات الذكية التى توفر معلومات عن الفعاليات الرياضية ، بالإضافة إلى نظم المعلومات الجغرافية والواقع المعزز لتقديم تجارب افتراضية مشجعة ، كما تلعب تحليلات البيانات الضخمة وإنترنت الأشياء دوراً فى فهم سلوك السياح وتحسين الخدمات ، بجانب وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق الرقمي لجذب المهتمين بالرياضة ، وتعد أنظمة الحجز الإلكتروني والدفع الرقمي أساسية لتسهيل تجربة السائحين ، مع ضرورة تأمين البيانات من خلال الأمن السيبراني ، وتسهم البنية التحتية الذكية وتقنيات 5G فى تعزيز التفاعل الرقمي مما يجعل السياحة الرياضية أكثر تطوراً وجاذبية .

- إستخلاصات البحث :

أولاً : إستخلاصات المحور الأول الخاص بالموارد المادية اللازمة لنشر ثقافة السياحة الرياضية بجمهورية مصر العربية :

- الاستعانة بالمراكز الإعلامية فى جميع المحافظات لنشر ثقافة السياحة الرياضية .
- استثمار الدوائر التلفزيونية المغلقة التابعة لمؤسسات مختلفة لدعم السياحة الرياضية .
- تمويل وزيادة عدد الدوائر الإعلامية فى المؤسسات والمنشآت العامة .
- استثمار المنشآت الرياضية فى المدن السياحية لاستضافة البطولات والفعاليات .
- الاستفادة من الموارد الطبيعية مثل الجبال والصحارى لجذب السياح .
- تعزيز الأمن والسلامة كعامل أساسي لتحفيز السياحة الرياضية .

ثانياً : إستخلاصات المحور الثانى الخاص بالموارد البشرية اللازمة لنشر ثقافة السياحة الرياضية بجمهورية مصر العربية :

- الاستعانة بالخبرات الأكاديمية من كليات التربية الرياضية والسياحة الرياضية والإعلام .
- الاستفادة من الخبرات الفنية فى المراكز الإعلامية بالمحافظات لدعم الترويج للسياحة الرياضية .
- توظيف أبطال مصر الرياضيين فى صناعة محتوى إعلامي مؤثر لتعزيز السياحة الرياضية
- الاعتماد على الكفاءة والخبرة فى اختيار الكوادر الإدارية والفنية ، بعيداً عن العلاقات الشخصية .
- إعداد برامج تدريبية لتنمية مهارات الكوادر فى التكنولوجيا ونظم المعلومات الحديثة .
- تعزيز مهارات الاتصال والتفاعل الفعال لضمان تنفيذ المحتوى الإعلامي باحترافية وكفاءة

ثالثاً : إستخلاصات المحور الثالث الخاص بالموارد التكنولوجية والنظم المعلوماتية اللازمة لنشر ثقافة السياحة الرياضية بجمهورية مصر العربية :

- تحديث وتشغيل الدوائر التلفزيونية المغلقة فى المؤسسات والمنشآت الرياضية والسياحية .

- التطوير المستمر للأنظمة التكنولوجية لضمان فعاليتها .
- استثمار نظم المعلومات لبناء محتوى إعلامي متناسق ودقيق .
- تحديد الاختصاصات والمسؤوليات الوظيفية للكوادر الإدارية والفنية لتحقيق الكفاءة .
- توزيع المهام بفاعلية لتعزيز التكامل بين فرق العمل وضمان الاستقرار الوظيفي .
- تحديد الاحتياجات المعلوماتية الحالية والمستقبلية لدعم استدامة السياحة الرياضية .

- توصيات البحث :

أولاً : وزارة الشباب والرياضة :

- 1 - دعم وتوسيع البنية التحتية الرياضية في المناطق السياحية بما يتناسب مع المعايير الدولية لاستضافة الفعاليات والأنشطة الرياضية السياحية .
- 2 - تأهيل الكوادر البشرية في مجال تنظيم وإدارة الفعاليات الرياضية السياحية من خلال دورات تدريبية وشهادات معتمدة .
- 3 - إدراج مفهوم السياحة الرياضية ضمن الأنشطة والبرامج الشبابية المقدمة داخل مراكز الشباب والأندية الرياضية .
- 4 - تشجيع إقامة مهرجانات رياضية سياحية بشكل دوري في مختلف المحافظات لجذب السياح والمواطنين معاً .

ثانياً : وزارة السياحة والآثار :

- 5 - دمج برامج السياحة الرياضية ضمن الخريطة السياحية الرسمية لمصر ، والترويج لها داخلياً وخارجياً .
- 6 - توفير حوافز استثمارية للمستثمرين في مجال إنشاء منتجعات أو منشآت سياحية ذات طابع رياضي .
- 7 - تطوير المواقع السياحية لتكون صالحة لممارسة الأنشطة الرياضية (مثل التخييم ، تسلق الجبال ، الجري ، ركوب الدراجات) .
- 8 - التعاون مع الشركات السياحية العالمية للتسويق لمصر كوجهة متميزة في مجال السياحة الرياضية .

ثالثاً : وزارة الإعلام :

- 9 - إطلاق حملات توعوية عبر وسائل الإعلام المختلفة لتعريف المواطنين بمفهوم وأهمية السياحة الرياضية .
- 10 - تسليط الضوء على الفعاليات والمبادرات الرياضية السياحية من خلال برامج متخصصة ومواد وثائقية .
- 11 - دعم الشراكة مع المؤثرين وصناع المحتوى للترويج لأنشطة السياحة الرياضية محلياً وعالمياً

12 - تحفيز الإعلام المحلي والإقليمي على متابعة وتغطية أحداث السياحة الرياضية في المحافظات .

أولاً : المراجع العربية :

- 1 - إبراهيم سلطان (2000م) : نظم المعلومات الإدارية - مدخل النظم ، الدار الجامعية ، القاهرة
- 2 - أحمد سعيد الديب (2017م) : التخطيط لإستثمار إمكانيات السياحة الرياضية فى مصر ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة طنطا .
- 3 - أحمد عبد اللطيف مراد (2021م) : خطة مقترحة لتسويق أنشطة الترويج الرياضى فى ضوء مقومات السياحة الرياضية بجمهورية مصر ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان .
- 4 - أحمد محمد الشريف (2016م) : تطوير السياحة الرياضية فى مصر ، دار النهضة العربية ، القاهرة .
- 5 - أحمد محمد غنيم (2005م) : أساسيات الإدارة فى عصر العولمة ، المكتبة العصرية ، المنصورة .
- 6 - أيمن محمود موسى (2006م) : " إعتقاد المشاهد المصرى على القنوات الفضائية خلال الأزمات " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، جامعة القاهرة .
- 7 - توفيق محمد عبد المحسن (2004م) : تقييم الأداء (مدخل جديد لعالم جديد) ، دار النهضة العربية ، القاهرة .
- 8 - جرمون على (2015م) : مستويات الثقافة الرياضية لدى طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية جامعة ورقلة (دراسة ميدانية لطلبة السنة أولى جذع مشترك علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية) ، بحث منشور ، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية ، العدد 20 ، جامعة قاصدى مرباح ، ورقلة ، الجزائر .
- 9 - حسام الدين السيد مبارك (2003م) : " دور وسائل الاعلام الجماهيرى فى نشر الثقافة الرياضية لدى طلاب بعض الجامعات المصرية " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة طنطا .
- 10 - حسن أحمد الشافعى (2003م) : التخطيط للقوى العاملة " الموارد البشرية " فى المؤسسات الرياضية ، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، الإسكندرية .
- 11 - حسن أحمد الشافعى (2015م) : متطلبات تطبيق إستراتيجية مقترحة لتفعيل إدارة الموارد البشرية فى بعض المؤسسات الرياضية ، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، الإسكندرية
- 12 - دعاء أحمد حسانين (2021م) : دراسة تحليلية لواقع تطبيق الإستراتيجيات التسويقية الإعلانية كمدخل لترويج السياحة الرياضية بالمنشآت السياحية فى جمهورية مصر العربية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة المنيا .
- 13 - دعاء محمد مرسل (2020م) : تصور مستقبلى للسياحة الرياضية بمحافظة البحر الأحمر ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة بورسعيد .

- 14 - دينا كمال محمود (2018م) : الإتصالات التسويقية الإلكترونية ودورها فى الترويج للسياحة الرياضية فى جمهورية مصر العربية ، بحث منشور ، المجلة العلمية لعلوم وفنون الرياضة ، المجلد 51 ، الجزء 3 ، كلية التربية الرياضية للبنات ، جامعة حلوان .
- 15 - ريم صلاح اللقانى (2018م) : إستراتيجية ترويجية للسياحة الرياضية بمحافظة الإسكندرية ، رسالة دكتوراة غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنات ، جامعة الإسكندرية .
- 16 - زين بدر فراج (2004م) : الإدارة العامة وتحديات العصر ، مكتبة الجلاء ، المنصورة .
- 17 - شيرين حمدى مرسى (2015م) : " السياسات الإعلامية وعلاقتها بتخطيط البرامج الرياضية فى التلفزيون المصرى " ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنات ، جامعة حلوان .
- 18 - عادل حرحوش صالح وآخرون (2006م) : الإدارة الإستراتيجية للموارد البشرية فى ظل إعادة الهيكلة ، الإنماج ، مشاركة المخاطر مكاتب الأهرام ، المكتبة الأكاديمية ، عين شمس ، دار الفكر العربى ، القاهرة .
- 19 - عبد الحميد عبد الفتاح المغربى (2002م) : نظم المعلومات الإدارية ، المكتبة العصرية ، كلية التجارة ، جامعة المنصورة .
- 20 - عفاف عبد المنعم درويش (2007م) : مقدمة فى الإدارة الرياضية ، منشأة الشنوانى للطباعة والنشر ، الإسكندرية .
- 21 - على فلاح الزغبى (2010م) : الإتصالات التسويقية مدخل تطبيقي ، دار المسيرة ، عمان
- 22 - على محمد السلى (2001م) : السياسات الإدارية فى عصر المعلومات ، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع ، القاهرة .
- 23 - عماد الدين عباس أبو زيد (2005م) : التخطيط والأسس العلمية لبناء وإعداد الفريق فى الألعاب الجماعية نظريات وتطبيقات ، منشأة المعارف ، الإسكندرية .
- 24 - عمرو عباس عقل (2009م) : " نظام معلوماتى لإدارة النشاط الرياضى بالأندية الرياضية فى محافظة الغربية " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة طنطا .
- 25 - عمرو مصطفى الشتيحي ، عبد الله عيد الخصاب ، عبيد محمد الشمري (2014م) : " إدارة الموارد البشرية وعلاقتها بتحقيق العدالة والثقة والالتزام التنظيمى بالأندية الرياضية فى المجتمعين المصرى والكويتى (دراسة مقارنة) " ، بحث منشور ، مجلة أسبوط لعلوم وفنون التربية الرياضية ، كلية التربية الرياضية ، جامعة أسبوط .

- 26 - محمد أحمد خضري (2021م) : خطة مقترحة لتسويق السياحة الرياضية بمحافظة البحر الأحمر ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنات ، جامعة الإسكندرية .
- 27 - محمد إسماعيل أحمد (2011م) : " تقويم البرامج الرياضية بالتلفزيون المحلى بجنوب الصعيد " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة أسيوط .
- 28 - محمد الصيرفى (2004م) : الإدارة الحديثة (مدخل مفاهيمى) ، مؤسسة حورس الدولية ، القاهرة .
- 29 - محمد عبود الحراحشة ، محمد قاسم مقابلة (2005م) : " دراسة إستخدام نظم المعلومات الإدارية فى مديريات التربية والتعليم فى الأردن من وجهة رؤساء الأقسام " ، بحث منشور ، مجلة العلوم التربوية والنفسية ، مج 7 ، ع 3 ، كلية التربية ، جامعة البحرين
- 30 - محمد عثمان على (2005م) : " نموذج مقترح لإدارة الجودة الشاملة لرعاية الطلاب بالمدن الجامعية بجامعة حلوان " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان .
- 31 - محمد فتحى المنسى (2006م) : " تقويم النشاط الرياضى لمتحدى الإعاقة بجامعة المنصورة " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة طنطا .
- 32 - مدحت قاسم ، أحمد عبد الفتاح (2013م) : السياحة الرياضية والمنتجات الصحية العلاجية ، دار الفكر العربى ، القاهرة .
- 33 - مصطفى السايح محمد (2002م) : علم الاجتماع الرياضى ، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية ، الإسكندرية .
- 34 - ناهد إسماعيل رحيم ، عبير فتحى شلتوت (2020م) : نموذج مقترح لتنشيط السياحة الرياضية من منظور عناصر المزيج الترويجى بجمهورية مصر العربية ، بحث منشور ، المجلة العلمية ، كلية التربية الرياضية ، جامعة حلوان .
- 35 - نبيل زعل ، موفق عدنان (2006م) : الجغرافيا السياحية فى القرن الحادى والعشرين ، منهج وأساليب وتحليل رؤية فكرية جديدة وتركيبية منهجية حديثة ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن .
- 36 - هشام محمد أبو زيد (2017م) : السياحة الرياضية ودورها فى تنشيط الإقتصاد المصرى ، دار الفكر العربى ، القاهرة .

ثانياً : المراجع الأجنبية :

- 37 - Amr Mostafa Al-Shetehy (2013) : An Investment Strategic Plan In Youth Centers For Identifying And Sponsoring Egyptian Olympic Champions, Assuit Journal Of Sport Science And Arts (AJSSA), Faculty Of Physical Education, Assiut University.

- 38 - Carlsen, J., & Taylor, A. (2003) : " Mega-events and urban renewal: The case of the Manchester 2002 Commonwealth Games ", Event Management, Vol. (8) , No. (1), PP. 15–22.
- 39 - Downward, P., Lumsdon, L., & Weston, R. (2009) : " Visitor expenditure: The case of cycle recreation and tourism ", Journal of Sport & Tourism, Vol. (14), No. (1), PP. 25-42.
- 40 - Edgar Fiona & Geare Alan J. (2005) : Employee Voice Of Human Resource Management, Basis Pacific Journal Of Human Resource, Vol. 43, No. 3, pp. 361-380.
- 41 - Mascarenhas, Margarida; Alves, Joana; Pereira, Elsa; Martins, Rute; (2024) : Cocreation of the Tourism Experience at International Sport Tourism Events. Event Management, 28(2), 229-244.
- 42 - Nishio,T., Larke R., Heerde H. & Melnyk V. (2016) : Analysing the motivations of Japanese international sports-fan tourists, European Sport Management Quarterly 16 (4) : 487-501, August.
- 43 - O'Brien, D. (2006) : " Event business leveraging: The Sydney 2000 Olympic Games " , Annals of tourism research, Vol. (33), No. (1), PP. 240–261.
- 44 - Tonhey, K., & Veal, T. (2007) : " The Olympic games: A social science perspective ", Wallingford: CABI.
- 45 - Yasmin Sayed Hassan, Asmaa Abdul Rauf khalf, Hassan Saad Sanad (2019) : Developing Sports Tourism in Luxor and Aswan. Journal of Hospitality and Tourism Research, Faculty of Hotels and Tourism, Minia University. (2019, June), Vol. 7(1), pp. 42.