

## آليات تفعيل السياحة الرياضية بالمؤسسات الرياضية المصرية

\* أ.د / اشرف صبحى محمد

\*\* أ.د / عز الدين حسيني جاد

\*\*\* أحمد عمرو حسين

### الملخص

هدف البحث دراسة آليات تفعيل السياحة الرياضية بالمؤسسات الرياضية المصرية ، وإستخدام الباحث المنهج الوصفي ، وقد قام الباحث بإختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية من الهيئات والوزارات التي تعمل في (المجال الرياضي، المجال السياحي، مجال التنمية السياحية، المجال الاقتصادي) بجمهورية مصر العربية ، وقام الباحث بتصميم استبيان آليات السياحة الرياضية بالمؤسسات الرياضية المصرية ، ثم اخذ رأى عينة البحث فى محاور استبيان آليات تفعيل السياحة الرياضية بالمؤسسات الرياضية المصرية ، ومن أهم النتائج : أن السياحة الرياضية قطاع حيوي يحتاج الى توفر مقومات السياحة ومقومات الرياضة ويمكن أن يتم الربط بينهم لتفعيل السياحة الرياضية ، السياحة الرياضية بالمؤسسات الرياضية المصرية قد تواجهها بعض المعوقات ، هناك الكثير من المقومات الداعمة التي تتوفر بالمدن السياحية المصرية ، يمكن أن يتم تنمية هذا قطاع السياحة الرياضية من خلال وضع الآليات المنظمة لذلك .

\*أستاذ الإدارة الرياضية - جامعة حلوان ، ووزير الشباب والرياضة المصري .

\*\* أستاذ الإدارة الرياضية وعميد كلية التربية الرياضية - جامعة العريش .

\*\*\* باحث بمرحلة الماجستير بكلية التربية الرياضية - جامعة العريش .

## مقدمة ومشكلة البحث :

وقد اشار اشرف صبحى

(٢٠١٨م) الى ان الرياضة تعتبر المنجم الذي يجب اعادة اكتشافه من جديد لما له من ابعاد واسعة وتأثير مباشر على دفع مسيرة التنمية المستدامة وتحديداً في الدول التي لها الباع الطويل في المجال الرياضي ولديها فرصاً أكثر للنماء من خلال الرياضة عند التركيز على البعد الاقتصادي والاستثماري للرياضة في التنمية المستدامة، حيث توظيف التكنولوجيا في نشر الرياضة كواحدة من الأولويات في المجتمع معتبراً أن الرياضة لها ابعاد اقتصادية واجتماعية مباشرة ويجب مواكبة ذلك من خلال التقدم التكنولوجي . ( ٣ : ١ )

وتتضح مشكلة البحث

من خلال النقاط الآتية :

- وجود معوقات تحد من تنشيط السياحة الرياضية بمصر والاستفادة منها في تحقيق عائد وإيرادات تدعم الدخل القومي مثل باقي أنواع السياحة الأخرى .
- عدم وجود آليات تسهل من عملية تنشيط السياحة الرياضية بالمدن

تعتبر السياحة من أهم مصادر الدخل القومي في مصر، وتتنوع المقومات السياحية التي تتميز مصر عن العديد من دول العالم بدءاً من الآثار، مروراً بالشواطئ وصولاً الي التنوع البيئي المتسع بين بحار وصحاري وواحات وجبال وسهول ووديان وغيرها، وهو ما يجعل السياحة الرياضية أحد الروافد السياحية الهامة في مصر والتي لا تقل عن سياحة الآثار والمناطق التاريخية أو السياحة الدينية ، وقد أصبحت السياحة من أهم الظواهر الاقتصادية والاجتماعية التي تحتل موقعا مهما في اقتصاديات الدول المتقدمة والنامية، نظرا لمساهمتها الفعالة في الدخل القومى وفي مستوى الإستثمارات الوطنية والدولية في المناطق السياحية، وأيضا أثارها على المستويين الجزئي والكلي ومستوى التشغيل والبطالة في جميع المناطق السياحية، مما يبرز أهمية هذا القطاع بعد أن أصبح أحد المكونات الهامة فى الهيكل الإقتصادي لدى الكثير من دول العالم ومنها مصر.

السياسة والمناصرين والجمهور الرياضي الداخلي (أي من عمق البلد المنظم) وإنما من قبل المستثمرين والدولة كالإنفاق على إنشاء المشروعات السياحية مثل الفنادق وقرى الإجازات والمنتجعات الشاطئية ومدن الألعاب الترفيهية ، والإنفاق على مشروعات البنى الأساسية ومرافق الخدمات العامة والمركبات الرياضية. (٧: ٤٣)

والمؤسسات الرياضية مثلها مثل أي مؤسسة داخل المجتمع وذلك من حيث الهيكله والبناء فالمؤسسة الرياضية لا تختلف عن المؤسسات الأخرى فيمكن دراستها وتصنيفها في أكثر من مستوى وبكثير من الطرق وذلك وفقاً لطبيعة الأنشطة وحجم الأعمال الي تقوم بها المؤسسة، وتمثل مصادر التمويل للأندية الرياضية أحد العوامل الهامة التي تتسبب في إحداث الفجوة التمويلية وهي عبارة عن الفرق بين التمويل لتنفيذ الخطط وبين حجم التمويل المتاح داخل الهيئة، قد تبوأ الرياضة والأنشطة البدنية مكانة واضحة على الساحة المحلية كظاهرة محلية

المصرية المتميزة لإقامة الأحداث والمنافسات الرياضية إقليمياً وعالمياً. - عدم الإستفادة من مردود السياحة الرياضية في تنمية الأبعاد المختلفة للتنمية السياحية المستدامة.

### أهمية البحث:

تمثل التنمية السياحية مصدر للعملات الصعبة حيث أن ناتج النشاط السياحي هو قيمة بيع المنتج السياحي المباع إلى أعداد السائحين الرياضيين أو غير الرياضيين المنتمين عادة لدول أخرى، والذين يدفعون بالعملات الصعبة، نظير إشباع رغباتهم السياحية سواء كانت ثقافية أو ترفيهية أو علمية أو بيئية ، لذا فان السياحة الرياضية تعتبر مصدراً من مصادر الدخل الأجنبي فتقاس أهميتها الاقتصادية بحجم تأثيرها على ميزان مدفوعات الدول. (١٢: ٥٥)

ويؤكد صالح عبدالله (٢٠٠٤م) أنه يوجد نوع آخر من الإنفاق ليس من جانب السائحين الرياضيين أو غير الرياضيين كعائلات الرياضيين والمهتمين بالأحداث الرياضية والصحفيين ورجال

٢. ما أليات السياحة الرياضية بالمؤسسات الرياضية المصرية؟

### مصطلحات البحث:

### السياحة الرياضية Sport Tourism :

يعرفها محمد فتحى (٢٠١٣م)

بأنها انتقال الفرد بصفة مؤقتة من البلد الذي يعيش فيه على سبيل الاعتياد إلى بلد آخر بغرض المشاركة فى المناسبات الرياضيه وما يصاحبها من نشاطات مختلفة. (١٠ : ١٢٥)

وتعرف بأنها عملية انتقال الفرد من مكان إقامته الدائم إلى مكان آخر، لفترة مؤقتة بهدف مشاهدة الأنشطة الرياضية أو ممارستها أو التدريب عليها. (٢ : ٥)

### المؤسسات الرياضية Sports Institutions :

هي هيئات ينشئها المجتمع لخدمة القطاع الرياضي وهي مثلها كأي مؤسسة لها هيكل تنظيمي يتفق وحجمها والهدف الذي أنشأت من أجله. (٥ : ٦٥) ، (١٢ : ٢٣١)

يضيف إبراهيم عبد المقصود

وحسن أحمد الشافعي (٢٠٠٤م) أن فلسفة السياحة الرياضية لها وجهان ،

تستحق الدراسة والتحليل ولقد زادت مظاهر هذه المكانة من خلال إنشاء الهيئات الرياضية والأندية واللجان والاتحادات وأصبحت أهم قضاياها التمويل الرياضي. (٥ : ٣٣)

وتتلخص اهمية البحث من خلال النقاط الاتية :

- توضيح معوقات السياحة الرياضية بالمؤسسات الرياضية المصرية.
- ايضاح آليات السياحة الرياضية بالمؤسسات الرياضية المصرية.
- ايضاح الاستفادة من عوائد السياحة الرياضية فى التنمية السياحية المستدامة بالمؤسسات الرياضية المصرية.

### أهداف البحث:

يهدف البحث إلى دراسة:

١. معوقات السياحة الرياضية بالمؤسسات الرياضية المصرية.
٢. أليات السياحة الرياضية بالمؤسسات الرياضية المصرية.

### تساؤلات البحث:

١. ما معوقات السياحة الرياضية بالمؤسسات الرياضية المصرية؟

**اجراءات البحث:****منهج البحث:**

إستخدم الباحث المنهج الوصفي باستخدام الأسلوب المسحي نظراً لملائمته لطبيعة البحث .

**مجتمع وعينة البحث:**

قام الباحث بإختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية من الهيئات والوزارات التي تعمل في (المجال الرياضي، المجال السياحي) بجمهورية مصر العربية.

حيث بلغ مجتمع البحث الكلي (١٩٥) وعدد العينة الاستطلاعية (٣٠) والعينة الأساسية (١٦٥) ، كما في جدول رقم (١).

الأول منها الترويج السياحي في مواسم ركوده، والآخر التنشيط لرياضة معينة وإستغلالها في هذه المواسم الراكدة سياحياً وجذباً لهواة هذه الرياضيات للاشتراك فيها وممارسة ما يحبون بالإضافة إلى إتاحة الفرصة لهم لمشاهدة الأماكن التي تعد مزاراً سياحياً لمزيد من الزيارات المستقبلية بما يعدونه لهذه الأماكن من إنشاءات استغلالاً لموقع طبيعي أو أثر تاريخي أو ما يشابه ذلك مما يدعم الحركة السياحية بجوار دعم الحركة الرياضية أو العكس. (١: ١٥٣)

**جدول (١)****مجتمع وعينة البحث**

م	البيان	العدد	النسبة المئوية
١	المجتمع الكلي للبحث	١٩٥	%١٠٠
٢	العينة الاستطلاعية	٣٠	% ١٥.٣٨
٣	العينة الأساسية	١٦٥	%٨٤.٦١

وقام الباحث بإختيار العينة من الهيئات والوزارات التي تعمل في ( المجال الرياضي ، المجال السياحي ) بجمهورية مصر العربية .

أدوات ووسائل جمع البيانات :

الإستبيان : إعداد الباحث

قام الباحث بتصميم استبيان آليات تفعيل السياحة الرياضية بالمؤسسات الرياضية المصرية وقام الباحث بالإطلاع على المراجع العلمية المتخصصة والدراسات السابقة فى مجال السياحة والسياحة الرياضية ، واستطلاع رأى الخبراء فى تحديد محاور تم وضعها فى استمارة استطلاع رأى الخبراء حول هذه المحاور لتحديد محاور استبيان آليات تفعيل السياحة الرياضية بالمؤسسات الرياضية المصرية ، وقام الباحث بعرض هذه المحاور على عدد (١٠) من السادة الخبراء المتخصصين فى الإدارة بشكل عام وفى الإدارة الرياضية بشكل خاص.

الدراسة الاستطلاعية:

قام الباحث بإجراء الدراسة الاستطلاعية خلال الفترة من يوم السبت الموافق ٢٣/٥/٢٠٢٠ إلى يوم الخميس الموافق ٢٨/٥/٢٠٢٠ حيث أجرى الباحث التطبيق لإيجاد الاتساق الداخلى فى الفترة من يوم السبت الموافق ٣/٦/٢٠٢٠ إلى يوم الخميس الموافق ٩/٦/٢٠٢٠ وقام

الباحث بإجراء التطبيق الثانى لإيجاد الثبات يعد اعتبار تطبيق الاتساق الداخلى تطبيق أول للثبات فى الفترة من يوم السبت الموافق ١١/٦/٢٠٢٠ إلى يوم الخميس الموافق ٢٣/٦/٢٠٢٠ بفاصل زمني قدره (١٥) يوماً بين التطبيق الأول والتطبيق الثانى على عينة مكونة من (٣٠) فرد وذلك لإيجاد المعاملات العلمية للاستبيان من صدق وثبات.

صدق الاتساق الداخلى:

قام الباحث بحساب صدق استبيان آليات تفعيل السياحة الرياضية بالمؤسسات الرياضية المصرية باستخدام صدق الاتساق الداخلى و فيه قام الباحث بحساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والمحور الذى تنتمى اليه العبارة هذا ويوضح جدول رقم (٢) صدق الاتساق الداخلى لعبارات استبيان (آليات تفعيل السياحة الرياضية بالمؤسسات الرياضية المصرية .

تطبيق الأستبيان واعادة التطبيق

Retest:

قام الباحث بحساب معامل الثبات لأستبيان آليات تفعيل السياحة الرياضية

بالمؤسسات الرياضية المصرية عن طريق ايجاد معامل الارتباط بين التطبيق الأول لكل عبارة والتطبيق الثاني لنفس العبارة بطريقة التطبيق وإعادة التطبيق ، هذا وقد تم إجراء التطبيق الأول فى الفترة من يوم السبت الموافق ٢٠٢٠/٦/١١ إلى يوم الخميس الموافق ٢٠٢٠ /٦/٢٣ حيث

اعتبر التطبيق لإيجاد الاتساق الداخلي هو التطبيق الأول ثم أعيد هذا التطبيق على نفس العينة والبالغ عددها (٣٠ فرداً) (عينة التطبيق) فى من يوم السبت الموافق ٢٠٢٠/٦/٢٥ إلى يوم الخميس الموافق ٢٠٢٠/٧/١.

## جدول (٢)

حساب معامل الثبات بالتطبيق وإعادة التطبيق لعبارات المحور الأول معوقات السياحة الرياضية

ن = ٣٠

م	العبارات	تطبيق أول		تطبيق ثاني		قيمة معامل الثبات
		س	ع	س	ع	
١	ضعف الاستثمار فى مجال السياحة الرياضية.	٠,٩٢	٠,٥٦	١,٧	٠,٦٠	*٠,٧٥١
٢	ضعف الإعلام السياحي الرياضى.	١,١٧	٠,٧٤	١,٨٦	٠,٤٠	*٠,٥٥٥
٣	غياب استراتيجية وطنية سياحية رياضية.	٠,٢٥	٠,٥٢	٠,٩٢	٠,٨٢	*٠,٦٥٣
٤	نقص مواد الإرشاد السياحي الرياضى.	٠,٦٦	٠,٧٣	٠,٦٦	٠,١٧	*٠,٧٥٩
٥	عدم قيام الهيئات المحلية بالدور المتوقع منها.	١,٢١	٠,٨٠	٠,٣٨	١,٨٢	*٠,٧٠٤
٦	عدم وضع السياحة الرياضية على أولويات الحكومة.	٠,٩٩	١,١٧	١,١٢	٠,٢٧	**٠,٣٤٩
٧	عدم توفر قاعدة بيانات سياحية رياضية حديثة.	١,٤٧	٠,٧٥	١,٠٩	٠,٧٥	*٠,٧٩٢
٨	ضعف التنسيق بين وزارة السياحة وأطراف النشاط السياحي الرياضى.	٠,٩٨	٠,٥٨	١,٤٧	٠,٥٤	*٠,٥٩٩
٩	غياب خطط تطويرية لدى المؤسسات العاملة فى القطاع السياحي الرياضى.	١,٢١	٠,٧٢	١,٢٩	٠,٥٧	*٠,٨٤٥

م	العبارات	تطبيق أول		تطبيق ثاني		قيمة معامل الثبات
		ع	س	ع	س	
١٠	غياب المظلة المؤسسية التي تجمع كافة الأطراف المعنية بالسياحة الرياضية.	١,٧٦	٠,٤٧	١,٥٠	٠,٦٧	* ٠,٧٦٠
١١	غياب التأهيل للكوادر الرياضية المتوفرة.	١,٠٧	٠,٥٦	١,١٥	٠,٧٨	* ٠,٧٠٠
١٢	عدم الإشراف الفاعل للمجتمع المحلي في العملية السياحية الرياضية.	٠,٣٧	٠,٦٦	٠,٦٠	١,٧٠	٠,٢٧٧
١٣	ضعف التعاون من وزارة السياحة ووزارة الشباب والرياضة.	٠,٢٧	٠,٥٦	٠,٤٠	١,٨٦	* ٠,٧٩٧
١٤	ضعف ثقافة السياحة لدى العاملين في القطاع السياحي الرياضي.	٠,٩٨	٠,٥٨	١,٤٧	٠,٥٤	* ٠,٥٩٩

\* دال عند مستوى ٠,٠٥ قيمة معامل الارتباط عند مستوى ٠,٠٥ = ٠,٢١٣

للعبارة رقم (١٣) وهي ضعف التعاون من وزارة السياحة ووزارة الشباب والرياضة وأقل قيمة ارتباط عند (٠,٢٧٧) وذلك للعبارة رقم (١٢) وهي عدم الإشراف الفاعل للمجتمع المحلي في العملية السياحية الرياضية .

يتضح من جدول (٢) لحساب معامل الثبات بالتطبيق وإعادة التطبيق لعبارات محور معوقات السياحة الرياضية اتضح أن عبارات المحور البالغ عددهم (١٤) عبارة معظمهم دال إحصائياً عند مستوى (٠,٠٥) وقد انحصرت قيم معامل الارتباط ما بين (١) وهي أكبر قيمة وذلك



## جدول (٣)

حساب معامل الثبات بالتطبيق وإعادة التطبيق لعبارات آليات الإرتقاء بالسياحة الرياضية

ن = ٣٠

م	العبارات	تطبيق أول		تطبيق ثاني		قيمة معامل الثبات
		ع	س	ع	س	
١	وضع خطة استراتيجية تركز على السياحة الرياضية.	٢.٢٧	٠.٩٩	٠.٢٥	٠.٥٤	٠.٢٤٤
٢	تشجيع الاستثمار السياحي الرياضي.	٢.٢٧	٠.٦٦	٠.٣٣	٠.٦٢	* ٠.٥٩٦
٣	تعميم ثقافة السياحة الرياضية.	٠.٢٣	٠.٤٠	٠.٢٣	٠.٤٠	٠.٢١٦
٤	تطوير الإعلام السياحي الرياضي.	٢.٨٨	٠.٣٢	٢.٣٧	٠.٤٠	٠.٢٢٦
٥	توفير الخدمات السياحية الأساسية فى المواقع السياحية الرياضية.	٢.٤٩	٠.٧٣	٠.٩٢	٠.٥٦	* ٠.٦٨٥
٦	توفير كادر مؤهل للعمل بالسياحة الرياضية.	٢.٥٨	٠.٦٦	٢.٢٣	٠.٦٦	* ٠.٧٢٦
٧	تخصيص موارد مالية للمناطق السياحية الرياضية.	٢.٢٩	٠.٨٧	٠.٨٢	٠.٨٦	* ٠.٨٤٢
٨	تطوير التسويق السياحي الرياضي.	٠.٨٢	٠.٩٩	٠.٨٢	٠.٧٦	* ٠.٨٥٥
٩	التنسيق بين مؤسسات اطراف النشاط السياحي الرياضي.	٢.٧٦	٠.٤٧	٠.٧٨	٠.٨٠	* ٠.٤٩٣
١٠	تنشيط دور المؤسسات العلمية (الجامعات، والمراكز البحثية) فى المجال السياحي الرياضي.	٠.٢٧	٠.٦٦	٢.٧٤	٠.٥٩	* ٠.٦٨٥
١١	إشراك الجميع فى تطوير المواقع السياحية الرياضية (الوزارت، الهيئات المحلية، المجتمع المحلي).	٢.٠٥	٠.٧٥	٢.٢٢	٠.٥٢٥	* ٠.٦٩٧
١٢	تفعيل القوانين والتشريعات فى المجال السياحي الرياضي.	٢.٢٣	٠.٧٣	٠.٩٦	٠.٤٤	* ٠.٦٣٨

\* دال عند مستوى ٠.٠٥ قيمة معامل الارتباط عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٢١٣

يتضح من الجدول رقم (٣) المحور البالغ عددهم (١٢) عبارة جميعهم لحساب معامل الثبات بالتطبيق وإعادة التطبيق لعبارات محور (آليات الإرتقاء بالسياحة الرياضية) تتضح أن عبارات التطبيق لعبارات محور (آليات الإرتقاء بالسياحة الرياضية) تتضح أن عبارات المحور على قيم معامل ارتباط ما بين (١) وهي أكبر قيمة

وذلك للعبارة رقم (٨) وهي (تطوير التسويق السياحي الرياضى) وأقل قيمة لمعامل الارتباط عند (٠.٢١٦) وذلك للعبارة رقم (٣) وهي (تعميم ثقافة السياحة الرياضية).

(مرفق رقم ٤) وقد تم اجراء التطبيق فى

المدة من يوم السبت الموافق ٢٠٢٠/٧/٣

إلى يوم الخميس الموافق ٢٠٢٠/٧/١٠

وقد ارتضى الباحث ميزان التقدير الثلاثى

لإستبيان (وافق تماماً - اوافق الى حدما - لا اوافق) بدرجات (٣ - ٢ - ١).

المعالجات الاحصائية:

( المتوسط الحسابى - الانحراف المعياري

- معامل الارتباط - النسبة المئوية - اختبار (ت) ) .

الدراسة الأساسية:

قام الباحث بتطبيق استبيان (أليات

تفعيل السياحة الرياضية بالمؤسسات

الرياضية المصرية) فى صورتها النهائية

عرض النتائج ومناقشتها :

عرض نتائج استجابات عينة البحث على عبارات محور معوقات السياحة الرياضية:

جدول (٤)

التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات محور معوقات السياحة الرياضية

ن = ١٦٥

م	العبارة	أوافق تماماً	أوافق الى حد ما	لا أوافق	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري
١	ضعف الاستثمار فى مجال السياحة الرياضية.	١٢٤	٣٦	٥	٢,٧٠	٠,٥٤١
٢	ضعف الإعلام السياحي الرياضى.	١١١	٤٧	٧	٢,٦١	٠,٥٨٥
٣	غياب استراتيجية وطنية سياحية رياضية.	١١١	٤٣	١١	٢,٥٩	٠,٦٢٧
٤	نقص مواد الإرشاد السياحي الرياضى.	٩٤	٦٣	٨	٢,٥١	٠,٦٠٥
٥	عدم قيام الهيئات المحلية بالدور المتوقع منها.	٨٨	٧٠	٧	٢,٤٨	٠,٥٩٥
٦	عدم وضع السياحة الرياضية على أولويات الحكومة.	٨٩	٦٧	٩	٢,٤٧	٠,٦١٤
٧	عدم توفر قاعدة بيانات سياحية رياضية حديثة.	٩٠	٦٠	١٥	٢,٤٥	٠,٦٦٦

٠,٦٥٧	٢,٤٤	١٤	٦٣	٨٨	٨	ضعف التنسيق بين وزارة السياحة وأطراف النشاط السياحي الرياضي.
٠,٦٣٨	٢,٤٣	١٢	٦٩	٨٤	٩	غياب خطط تطويرية لدى المؤسسات العاملة في القطاع السياحي الرياضي.
٠,٦٩٦	٢,٤١	١٩	٥٨	٨٨	١٠	غياب المظلة المؤسسية التي تجمع كافة الأطراف المعنية بالسياحة الرياضية.
٠,٦٣٣	٢,٣٩	١٢	٧٥	٧٨	١١	غياب التأهيل للكوادر الرياضية المتوفرة.
٠,٦٩٣	٢,٣٩	١٩	٦٢	٨٤	١٢	عدم الإشراف الفاعل للمجتمع المحلي في العملية السياحية الرياضية.
٠,٦٢٤	٢,٣٩	١١	٧٧	٧٧	١٣	ضعف التعاون من وزارة السياحة ووزارة الشباب والرياضة.
٠,٥٩٦	٢,٢٦	١٢	٩٨	٥٥	١٤	ضعف ثقافة السياحة لدى العاملين في القطاع السياحي الرياضي.
٠,٣٩١	٢,٤٥					الدرجة الكلية

السياحة الرياضية بمتوسط حسابي ٢,٧٠ وإنحراف معياري ٠,٥٤١، فيما حصلت الفقرة رقم (٣) "غياب استراتيجية وطنية سياحية رياضية" علي متوسط حسابي ٢,٥٩ وهي وإنحراف معياري ٠,٦٢٧، وبشكل عام يتبين أن درجة تأثير المحور قيد الإستبيان كبيرة.

يوضح جدول (٤) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات عينة البحث علي بنود محور معوقات السياحة الرياضية حيث تراوحت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبنود المحور بين (٢,٢٦ - ٢,٧٠)، (٠,٥٤١ - ٠,٦٩٦)، فقد جاءت العبارة رقم (١) وهي ضعف الاستثمار في مجال

عرض نتائج استجابات عينة البحث على عبارات محور آليات الارتقاء بالسياحة الرياضية على المستوى المؤسسي:

جدول ( ٥ )

التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات محور آليات الارتقاء بالسياحة الرياضية على المستوى المؤسسي

ن=١٦٥

الرقم	العبرة	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١	وضع خطة استراتيجية تركز على السياحة الرياضية.	١٢٦	٣٤	٥	٢,٧١	٠,٥٣٧
٢	تشجيع الاستثمار السياحي الرياضى.	١٢٧	٣٢	٦	٢,٧١	٠,٥٤٧
٣	تعميم ثقافة السياحة الرياضية.	١٢٤	٣٤	٧	٢,٦٩	٠,٥٦٦
٤	تطوير الأعلام السياحي الرياضى.	١٢٥	٣٢	٨	٢,٦٩	٠,٥٧٦
٥	توفير الخدمات السياحية الأساسية فى المواقع السياحية الرياضية.	١٢١	٣٩	٥	٢,٦٨	٠,٥٤٧
٦	توفير كادر مؤهل للعمل بالسياحة الرياضية.	١٢٠	٣٦	٩	٢,٦٥	٠,٥٩٦
٧	تخصيص موارد مالية للمناطق السياحية الرياضية.	١٢١	٣٢	١٢	٢,٦٤	٠,٦٢٧
٨	تطور التسويق السياحي الرياضى.	١١٨	٣٨	٩	٢,٦٤	٠,٥٩٨
٩	التنسيق بين مؤسسات اطراف النشاط السياحي الرياضى.	١١٦	٣٨	١١	٢,٦٢	٠,٦٢٢
١٠	تنشيط دور المؤسسات العلمية (الجامعات، والمراكز البحثية) فى المجال السياحي الرياضى.	١١٦	٣٦	١٣	٢,٦١	٠,٦٤٢
١١	إشراك الجميع فى تطوير المواقع السياحية الرياضية (الوزارت، الهيئات المحلية، المجتمع المحلى).	١١٢	٣٧	١٦	٢,٥٧	٠,٦٧٤
١٢	تفعيل القوانين والتشريعات فى المجال السياحي الرياضى.	١٢٥	٢٩	١١	٢,٦٧	٠,٦١٠
	الدرجة الكلية				٢,٦٥	٠,٤٨٣

قيمة "ت" الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ١.٣٦٠

السياحة الرياضية ويتضح من خلال عرض النتائج السابقة أن السياحة الرياضية بالمؤسسات الرياضية المصرية قد تواجهها بعض المعوقات ولكن هناك الكثير من المقومات الداعمة التي تتوفر بالمدن السياحية المصرية ويمكن أن يتم تنمية هذا القطاع من خلال وضع الآليات المنظمة لذلك ، حيث إن السياحة الرياضية يمكن أن تسهم في تنمية السياحة المستدامة من خلال أبعادها الأربعة إقتصادياً وإجتماعياً وصحياً وثقافياً.

كما أشارت دراسة خالد مصطفى (٢٠١٠م) (٧) إلى التعرف على الأبعاد التنموية والتسويقية الخاصة بالسياحة الرياضية وأهم العوامل التي تؤثر في رضا السياح الرياضيين القادمين للمملكة وتحليل تقويم السباح الرياضيين للخدمات والتسهيلات الخاصة بالسياحة الرياضية في المملكة وتقديم اقتراحات وآليات عمل تساهم في النهوض بالسياحة الرياضية وتعزيز مساهمتها في برامج التنمية المستقبلية في المملكة ، ودراسة جمال محمد علي وآخرون (٢٠١٦م) (٤) هدفت الدراسة إلى وضع تصور مقترح لخريطة

يوضح جدول (٥) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات عينة البحث علي بنود المحور الأول والخاص ب آليات الارتقاء بالسياحة الرياضية على المستوى المؤسسي حيث تراوحت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبنود المحور بين (٢,٧١ - ٢,٥٧) ، (٠,٦٧٤ - ٠,٥٣٧) ، فقد جاءت العبارة رقم (٢) وهي " تشجيع الاستثمار السياحي الرياضى" بمتوسط حسابي ٢,٧١ وانحراف معياري ٠,٥٤٧ ، فيما حصلت الفقرة رقم (١١) " إشراك الجميع فى تطوير المواقع السياحية الرياضية (الوزارت، الهيئات المحلية، المجتمع المحلي)" علي متوسط حسابي ٢,٥٧ وهي وانحراف معياري ٠,٦٧٤ وبشكل عام يتبين أن درجة تأثير المحور قيد الإستبيان كبيرة.

## مناقشة النتائج: Discussion The Results

ويعزى الباحث ذلك إلى أن السياحة الرياضية هي قطاع حيوي يحتاج الى توفر مقومات السياحة و مقومات الرياضة ويمكن أن يتم الربط بينهم لتفعيل

عن التعرف على رضا المستفيدين من خدمات السياحة الرياضية بجمهورية مصر العربية.

وأيضاً مع دراسة محمد يحيى وعبد القادر بودى (٢٠١٩م) (١٠) في تسليط الضوء على أهمية تسويق الأحداث الرياضية والذي تعتبر أسلوب من أساليب التسويق الرياضي وأهميتها في تعزيز وتدعيم السياحة الرياضية ، ودراسة عبد الرحمان عنتر وعبد الرزاق حميدي (٢٠١٩م) (٩) في التعرف بالمقومات السياحية للجزائر عامة وولاية البويرة خاصة والتأكيد على ضرورة الاعتماد على التسويق كأهم السبل لتطوير السياحة الرياضية في الجزائر وتحديد أهم التدابير اللازمة لتأهيل القطاع السياحي بولاية البويرة.

ودراسة جورجين شوارك Jürgen FH Schwark (٢٠٠٧م) (١٢) التي توصلت الى التعرف على التطور التاريخي للسياحة الرياضة ووصف الحالة الراهنة بشأن هذا المجال، حيث تم تطوير مفهوم التمويل الذي ينتج عن السياحة الرياضية، وبالإضافة إلى ذلك دراسة هياكل السياحة

السياحة بجمهورية مصر العربية من خلال التعرف على واقع السياحة الرياضية بجمهورية مصر العربية، ودراسة محمد فتحى (٢٠١٣م) (١١) التي أسفرت عن التعرف على معوقات تسويق أنشطة السياحة الرياضية بجمهورية مصر العربية من خلال استخدام تحليل سوت Swot للتعرف على السياسات التنفيذية للتسويق الرياضي المستخدمة في مراكز الشباب بمحافظة المنوفية.

كما اتفقت مع دراسة أحمد مصطفى إبراهيم (٢٠١٥م) (٢) على أهمية وضع خطة استراتيجية للتمويل الذاتي للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة وذلك من خلال التعرف على (مفهوم وأهداف التسويق الرياضي الذي تعتمد عليه خطة التمويل الذاتي، الإمكانيات المادية والبشرية لخطة التمويل الذاتي، الإجراءات التنفيذية لخطة التمويل الذاتي.

وتوصلت دراسة جمال محمد علي يوسف وآخرون (٢٠١٦م) (٤) إلى وضع خطة مقترحة لتسويق السياحة الرياضية بالجمهورية اليمنية ، ودراسة حمدينو عمر (٢٠١٦م) (٦) التي أسفرت

**الاستخلاصات:**

- من خلال ماتوصل اليه الباحث يمكن إستخلاص مايلي :
١. أن السياحة الرياضية قطاع حيوي يحتاج الى توفر مقومات السياحة ومقومات الرياضة ويمكن أن يتم الربط بينهم لتفعيل السياحة الرياضية .
  ٢. السياحة الرياضية بالمؤسسات الرياضية المصرية قد تواجهها بعض المعوقات.
  ٣. هناك الكثير من المقومات الداعمة التي تتوفر بالمدن السياحية المصرية.
  ٤. يمكن أن يتم تنمية هذا قطاع السياحة الرياضية من خلال وضع الآليات المنظمة لذلك .

**التوصيات:**

- في إطار ماتوصل اليه الباحث من نتائج يوصي بـ :
- ضرورة إزالة معوقات الإستفادة من السياحة الرياضية بالمؤسسات الرياضية المصرية والعمل على حلها

الرياضية التي تم تطويرها والتعامل فى الفترات السابقة ودراسة نغوكا وياماكاكا Ngoka, Umeakuka ٢٠١٤م (١٤) التى أسفرت عن التعرف على السياحة الرياضية والتنمية المستدامة فى أفريقيا ، وأخيراً دراسة ياسمين سيد حسن وآخرون Yasmin Sayed Hassan, et al., ٢٠١٩م (١٥) التى أسفرت إلى تسليط الضوء على أهمية السياحة الرياضية فى الأقصر وأسوان وتسلط الضوء على ضرورات تنشيط السياحة الرياضية وجذب المسابقات الرياضية العالمية وإدراك حدود تنشيط السياحة الرياضية وجذبها مسابقات رياضية عالمية فى الأقصر وأسوان ووضع مبادئ توجيهية قد تساعد فى المساهمة فى تنشيط السياحة الرياضية فى الأقصر وأسوان.

وبذلك يكون الباحث قد أجاب عن تساؤلات البحث والتي نصت على:

- ما معوقات السياحة الرياضية بالمؤسسات الرياضية المصرية؟
- ما أليات السياحة الرياضية بالمؤسسات الرياضية المصرية؟

- وإمواجهه كافاتها من أجل تفعيل دور السياحة الرياية في مصر .
- وضع الآليات المساهمة في الاستفادة من تنشيط السياحة الرياضية في المؤسسات الرياضية المصرية.
- الاهتمام بوضع إستراتيجيات عن الأنشطة الرياضية والبطولات الرياضية والأحداث بما يتناسب والمقومات السياحية المتوفرة بمصر .
- إنشاء إدارة متخصصة للسياحة الرياضية داخل وزارة الشباب والرياضة .
- تنسيق عمل الإدارة المتخصصة للسياحة الرياضية وباقي الوزارات المعنية بالدولة.
- تقديم الدعم لراغبي الإستثمار في مجال السياحة الرياضية في مصر .
- الاهتمام بنشر ثقافة السياحة الرياضية والتنمية السياحية المستدامة بمصر .
- سن التشريعات والقوانين المساهمة في تفعيل دور السياحة الرياضية بمصر .
- إدراج خطط طويلة المدى وأخري قصيرة المدى لتنمية السياحة الرياضية بالمدن والمناطق المتميزة بمصر .
- المراجع**
- المراجع العربية:**
- ١- إبراهيم محمود عبد المقصود وحسن احمد الشافعى (٢٠٠٤م): الموسوعة العلمية للإدارة الرياضية، العلاقات العامة، التنمية الادارية، التسويق والتمويل فى المجال الرياضى، السياحة مصدر لتمويل الرياضة، ط١، دار الوفاء للطباعة والنشر، الاسكندرية.
- ٢- أحمد مصطفى إبراهيم الفخرانى (٢٠١٥م): خطة استراتيجية للتمويل الذاتى للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة، دكتوراه، كلية التربية الرياضية بنين، جامعة الإسكندرية.
- ٣- اشرف صبحى محمد عامر (٢٠١٨م): الرياضة هى المنجم الذى يجب اعادة اكتشافه، المؤتمر الرياضى العربى الاول فى الفترة من ١٠ - ١١ ابريل، مملكة البحرين.



- ٤- جمال محمد علي يوسف وحاج صالح مبارك ابن طحين وعادل عبد المنعم محمد مكي ومؤمن طه عبد النعيم عبد الحافظ (٢٠١٦م): خطة مقترحة لتسويق السياحة الرياضية بالجمهورية اليمنية، مجلة أسيوط لعلوم وفنون التربية الرياضية، كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط.
- ٥- حسن أحمد الشافعي (٢٠٠٦م): التمويل والتمويل التأجيري في التربية الرياضية، الموسوعة العلمية الرياضية لاقتصاديات الرياضة، الناشر دنيا الوفاء للطباعة والنشر، مصر.
- ٦- حمدين وعمر السيد حامد (٢٠١٦م): قياس رضا المستفيدين من خدمات السياحة الرياضية بجمهورية مصر العربية، مجلة أسيوط لعلوم وفنون التربية الرياضية، كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط.
- ٧- خالد مصطفى مقابلة (٢٠١٠م): تنمية السياحة الرياضية في (المثلث السياحي الذهبي) في الأردن: الواقع الحالي وأفاق التنمية المستقبلية، مجلة اتحاد الجامعات العربية للآداب، اتحاد الجامعات العربية، الجمعية العلمية لكليات الآداب.
- ٨- صالح عبد الله المالک (٢٠٠٤م): الاستثمار في الرياضة خصخصة الأندية الرياضية السعودية، ط١، دار الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، الرياض.
- ٩- عبد الرحمان بن عنتر وعبد الرازق حميدي (٢٠١٩م): دور التسويق في تطوير السياحة الرياضية بالجزائر: حالة ولاية البويرة، مجلة أبعاد اقتصادية، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
- ١٠- محمد ابن يحيى وعبد القادر بودي (٢٠١٩م): تسويق الأحداث الرياضية في تعزيز السياحة: دراسة تجارب دول عربية، المجلة العالمية للتسويق الإسلامي، الهيئة العالمية للتسويق الإسلامي.
- ١١- محمد فتحى محمد توني (٢٠١٣م): معوقات تسويق أنشطة السياحة الرياضية بجمهورية مصر العربية، مجلة أسيوط لعلوم وفنون التربية الرياضية، كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط.

15. Ngoka, P.C, 2014 : Sports tourism and sustainable development in africa, department of hospitality management and tourism, michael okpara University of Agriculture, Umudike.

16. Yasmin Sayed Hassan, Asmaa Abdul Rauf Khalf and Hassan Saad Sanad, 2019 : Developing Sports Tourism in Luxor and Aswan, Minya Journal of Tourism and Hospitality Research, Faculty of Tourism and Hotels, Minia University.

المراجع الأجنبية:

12. Jürgen Schwar, 2007 : Sport tourism: introduction and overview, European Journal for Sport and Society.

13. Kurtzman, J. & Zauhar, J, 2004 : The Future of Sport Tourism: The Perspective of the Sports Tourism International Council. In B. Ritchie & D. Adair (Eds.), Sport Tourism: Interrelationships, Impacts and Issues 292 . Clevedon.