

## تحديات استثمار أنشطة الرياضات المائية كنشاط سياحي بمحافظة إقليم شمال الصعيد

\* د/ إسما عيل محمد هاشم علي

### المقدمة ومشكلة البحث

لقد ساهمت السياحة الرياضية بشكل إيجابي في اقتصاديات دول عديدة بشكل أصبحت عاملاً مهماً في التنمية الاقتصادية نتيجة ضخامة عائداتها ومرونة استخدام تلك العائدات في قطاعات عديدة من الاقتصاد الوطني. إن خطوات نجاح أي نشاط رياضي في أي مجتمع، يجب أن يتبع الأسلوب المناسب والصحيح الذي يهدف أساساً إلى الارتقاء بهذا النشاط ويصبح الامتداد الفعلي لممارستها وصولاً إلى أعلى المستويات من خلال الأساليب التدريبية والطرائق العلمية المستخدمة في جميع متطلبات ذلك النشاط، بما في ذلك الاستخدام المناسب للصفات البدنية والحركية والنفسية والاجتماعية

وفي ضوء الاتجاه نحو الرعاية الاقتصادية للرياضة وتوجه رجال الأعمال والمستثمرين نحو المجال الرياضي كمنح استثماري مشجع على الربحية حيث أصبحت الإصابات الرياضية خطراً يؤثر على كفاءة اللاعب وعمره في الملاعب، وحماية اللاعب هنا ليست مسؤولية المدرب فقط ولكنها عملية تتعاون فيها مجموعة من الأجهزة الإدارية والفنية والطبية، بهدف الوصول باللاعب إلى أفضل مستوى بدني وصحي ورياضي مما دفع الدول المتقدمة إلى الاهتمام بالتأمين على الرياضيين وحمايتهم ضد مخاطر الإصابات الرياضية والتي تسبب لهم الخسارة المادية والمعنوية. (٢٣: ٢)

يعد قطاع السياحة بجمهورية مصر العربية من أهم قطاعات الدخل القومي المصري وذلك لحساسية هذا القطاع وتأثره بالظروف الأمنية بشكل

\* مدرس بقسم الإدارة الرياضية والترويج-كلية التربية الرياضية-جامعة بني سويف.

خاص، إذ يعد القطاع السياحي من أول القطاعات الاقتصادية متأثراً بالأحداث والظروف التي يمر بها المجتمع المصري، وآخر قطاع تعافياً منها. وتشير غالبية الدراسات والبحوث الى ان تجاوز الازمة في قطاع السياحة المصرية ليست بحاجة إلا لبعض الخطط التنموية والاستراتيجيات السياحية حتى تتمكن من تجاوز هذه الأزمة والإنطلاق من خلالها الى الأمام وذلك من خلال تنمية العاملين في تلك القطاع الحيوي.

تؤكد الهيئة العامة للاستثمار (٢٠١٣) على ان قطاع السياحة يعد من اهم القطاعات الاقتصادية في مصر ويعتبر المصدر الرئيسي للنقد الأجنبي خلال الفترة من (٢٠٠١) حتى (٢٠١١) كما يمثل القطاع مصدراً رئيسياً للاقتصاد القومي حيث يجلب لمصر نحو (١٢.٥) مليار دولار سنوياً بما يمثل (١٢%) من الناتج الإجمالي المحلي ويستوعب (١٤) مليون فرصة عمل مباشرة وغير مباشرة. (٣٠: ١٢)

وتعتبر الرياضات المائية من أفضل الأنشطة الرياضية وأكثرها إكساباً للياقة البدنية والحركية وكذلك لكافة النواحي النفسية والاجتماعية والعقلية وتتباين أنشطة الرياضات المائية وتتعدد فمنها ما يتم داخل الماء مثل الغوص أو أخري يتم على سطح الماء بدون أداة مثل السباحة والغطس والبالية المائي أو باستعمال أداة مثل التجديف والكانوي والسنوركل وكرة الماء والانزلاق على الماء ومنها ما يتم أيضا على سطح الماء باستعمال أداة وتسخير عوامل أخري مثل الرياح. (٢٣: ٣)

والرياضات المائية يتم ممارستها بطرق مختلفة ومكانها متنوع حسب طبيعة المنافسة، فقط تجري على سطح الماء كسباقات الزوارق السريعة أو زوارق التجديف، وقد تحتضنها أعماق البحار كالغوص وقد تجمع بين هذا وذاك كالسباحة مثلاً، وبذلك تختلف الرياضات المائية عن الأنشطة الرياضية الأخرى كونها تمارس في الوسط المائي الذي يختلف عن اليابسة. والوسط

المائي إما أن يكون حوض سباحة قانوني أو نهر أو بحر ذو مياه هادئة وصالحة للاستخدام وتقام كذلك عبر المحيطات. ويتم تصنيف الرياضات المائية تبعاً لطبيعة الوسط المائي. (٢٥: ٣٢)

ولقد اتجهت الدولة في الأعوام القليلة الماضية إلى دراسة وتطوير ودعم الاقتصاد القومي وإطلاق طاقات المنظمات والهيئات العامة الحكومية والأهلية لتطوير أنظمتها الإدارية والمالية ليحقق دفعة كبيرة في أدائها التنظيمي وكذلك الاقتصادي مما قد يساهم في تنمية الاعتمادات المالية لممارسة الأنشطة الرياضية وهذا ما دفع الدارس إلى محاولة المشاركة في بناء المستقبل الرياضي الذي أصبح الآن هو مقياس التقدم والرقى عن طريق اقتراح استراتيجية ملائمة لنتيح لصناعة الرياضات المائية في مصر أن تصبح صناعة جاذبة للاستثمار وليست طاردة له، عن طريق رصد نقاط القوة والضعف مما قد يساعد في التغلب على المشكلات التمويلية التي تواجه اتحاد السباحة وكذلك رصد الفرص والتهديدات التسويقية المستقبلية للاتحاد التي قد تعترضه مما يحقق له البقاء والاستمرار في ظل التنافسية مرتفعة الشدة في كافة الأنشطة الرياضية وأملاً في تحقيق حلم المصريين والوصول بالرياضة لأفاق عالمية عن طريق الالتقاء بدول العالم المتقدم في نقطة ما في المستقبل مما يتيح لنا الحلم بمنافستهم بل والتقدم عليهم.

ومن خلال عمل الباحث في مجال السياحة في الأنشطة المائية وكذلك من خلال اطلاعه على العديد من البحوث السابقة كدراسة طارق محمد العزازي (٢٠١٤) (١٦) بعنوان تنمية سياحة المغامرات في مصر بالتطبيق على الصحراء الشرقية، ودراسة صفوت محمد زيتون (٢٠١٣) (١٥) بعنوان "تقويم دور المؤسسات الاقتصادية في رعاية السياحة الرياضية في مصر، ودراسة حامد محمد الصياد (٢٠١٣) (٤) بعنوان تقويم الخدمات الترويجية بالمنتجات السياحية في ضوء عناصر المزيح التسويقي، ودراسة

رنا محمود السيد (٢٠١٣) (١٥) بعنوان خطة اعلامية مقترحة للنهوض بالسياحة الرياضية بمحافظة الاسكندرية، ودراسة حسين اسماعيل العوض (٢٠١٣) (٧) بدارسة "معايير مقترحة لاختيار أخصائي التسويق بمجال السياحة الرياضية ودراسة سميث، جراتون (2012) Smith ,Gratton بعنوان الرياضة والترويج وتكوين صورة ذهنية جديدة واستراتيجيات التجديد كوسيلة لتعزيز غاية السائح القادم للمدينة، ودراسة فيرلي، سورتز (34) (2010) Faurley ,Sorter بعنوان السياحة الترويجية الخاصة والحنين للوطن والقائمة على أساس المجموعة، ودراسة وييد، ماريس، جامون (2010) Weed ,Marins ,Gammon بعنوان السياحة الترويجية: قطاع متنامي الموضوعات والمنظورات المتواجدة في فرنسا وكذلك من خلال تردده على الاتحاد المصري للرياضات المائية وجد أن هناك العديد من المشاكل الادارية والمتولية التي تؤثر على سير خطط الأنشطة بالاتحاد المصري للسباحة في المجال السياحي ولا يوجد خطة واضحة لتطويره مما دفع الباحث لمحاولة اقتراح استراتيجية مقترحة لتطوير الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي في ضوء تحديد بيئة العمل للمنظمة، خلق واكتشاف الفرص الحالية والمستقبلية واستغلالها.

#### هدف البحث:

يهدف البحث إلى دراسة تحديات استثمار أنشطة الرياضات المائية كنشاط سياحي بمحافظات إقليم شمال الصعيد وذلك من خلال:

- أهداف الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي.
- أشكال الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي المراد تطويرها.
- الأماكن المراد تعزيز الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي.
- أساليب تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي.
- معوقات تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي.

## تساؤلات البحث:

في ضوء أهداف البحث يضع الباحث التساؤلات التالية :

- ما هي أهداف الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي؟
- ما هي أشكال الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي المراد تطويرها؟
- ما هي الأماكن المراد تعزيز الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي؟
- ما هي أساليب تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي؟
- ما هي معوقات تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي؟

## بعض المصطلحات الواردة في البحث:

### - الرياضات المائية الشاطئية:

هي أنواع من الألعاب الرياضية التي تمارس حصراً بوجود الماء وتمارس بعض الألعاب المائية ضمن الماء وبعضها على سطحه فقط، والبعض الآخر تحته وتكون على الشواطئ العامة والخاصة والمنتجعات والقرى السياحية.

### - السياحة الرياضية :

هي عملية انتقال الفرد من مكان الإقامة الدائم إلى مكان آخر في ذات الدولة أو دولة أخرى لفترة مؤقتة بهدف ممارسة أو مشاهدة الأنشطة الرياضية المختلفة مثل (الألعاب الأولمبية- بطولات العالم في مختلف الألعاب- الدورات القارية- البطولات التي تقام على الشواطئ مثل بطولات كرة اليد والطائرة الشاطئي).

(١٤:٧٤) (٢٠:٦٢)

### - محافظات إقليم شمال الصعيد:

هو الإقليم الخامس من أقاليم مصر السبعة، ويضم محافظات (بني سويف- الفيوم- المنيا).

## منهج واجراءات البحث :

### منهج البحث:

استخدم الباحث المنهج الوصفي وذلك لمناسبته لأهداف هذا البحث.

### مجتمع البحث :

يتكون مجتمع البحث من الخبراء المتخصصين في مجال الرياضات المائية والسياحة الرياضية من أعضاء هيئة التدريس الجامعات المصرية وكذلك من أعضاء الاتحاد المصري للسباحة.

### عينة البحث:

بلغت عينة البحث (٥٠) من الخبراء في مجالات الرياضات المائية والسياحة الرياضية من كليات التربية الرياضية من تخصصات الرياضات المائية والتروييح الرياضي والإدارة الرياضية، وكليات السياحة والفنادق بالجامعات المصرية وتم اختيارهم من (٤) جامعات (بني سويف- الفيوم- المنيا- حلوان) واتحاد السباحة بالطريقة العشوائية ويوضح جدول (١) التوصيف الإحصائي لعينة البحث.

### جدول (١)

#### توزيع عينة البحث من بعض الجامعات المصرية (ن = ٥٠)

النسبة المئوية	المجموع	السياحة والفنادق	التربية الرياضية			الكليات الجامعة	م
			الرياضات المائية	الإدارة الرياضية	التروييح الرياضي		
١٨%	٩	٤	٢	٢	١	بني سويف	١
١٢%	٦	٤	١	١	-	الفيوم	٢
٣٢%	١٦	٤	٣	٥	٤	المنيا	٣
٢٦%	١٣	٤	٤	٣	٢	حلوان	٤
١٢%	٦	-	٥	-	١	اتحاد السباحة	٥
١٠٠%	٥٠	١٦	١٥	١١	٨	المجموع	

### أدوات جمع البيانات:

استخدم الباحث في جمع البيانات استمارة الاستبيان من تصميمه وبالإستعانة بدراسة وليد أمين عباس (٢٠١٥م) (٣١) مع تعديل في مفردات

ومحاور الاستمارة بما يتناسب مع طبيعة الدراسة الحالية واتباع الباحث الخطوات الآتية في إعداد الاستبيان.

القراءات النظرية للمراجع العلمية وتحليل الدراسات والبحوث المرتبطة بموضوع البحث والمقابلات الشخصية لعدد من الأساتذة المتخصصين حيث تم تحديد (٨) محاور وعرضها على السادة الخبراء:

### جدول (٢)

آراء السادة الخبراء حول أبعاد محاور استمارة تحديات استثمار أنشطة الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي

م	المحاور	التكرار	النسبة المئوية
١	أهداف الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي	٩	٩٠%
٢	أهداف العاملين في المجال السياحي الرياضي	٥	٥٠%
٣	أشكال الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي المراد تطويرها	١٠	١٠٠%
٤	الأماكن المراد تعزيز الرياضات المائية الشاطئية	٨	٨٠%
٥	المعوقات السياسية في جذب السياحة الرياضية	٤	٤٠%
٦	أساليب تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي	٩	٩٠%
٧	الخطط المستقبلية لتطوير السياحة الرياضية المائية	٣	٣٠%
٨	معوقات تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي	١٠	١٠٠%

يتضح من جدول رقم (٢) آراء السادة الخبراء حول محاور استمارة تحديات استثمار أنشطة الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي، وقد ارتضى الباحث نسبة (٨٠%) لقبول المحاور المكونة للاستمارة المقترحة وبذلك تم حذف أبعاد (أهداف العاملين في المجال السياحي الرياضي- المعوقات السياسية في جذب السياحة الرياضية- الخطط المستقبلية لتطوير السياحة الرياضية المائية) والإبقاء على (٥) أبعاد وهي (أهداف الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي- أشكال الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي المراد تطويرها- الأماكن المراد تعزيز الرياضات المائية الشاطئية- أساليب تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي- معوقات تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي) كأساسية في تصميم الاستمارة المقترحة قيد البحث.

## الدراسة الاستطلاعية:

قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية بهدف التأكد من سلامة وسهولة فهم عبارات الاستبيان وإمكانية قراءتها وفهمها، ومناسبة الوقت اللازم لاستيفاء الاستبيان حتى لا يتضرر المختبر من طول الفترة التي يقضيها في الإجابة على الاستبيان، وتمت الدراسة الاستطلاعية في الفترة من ٢٠١٨/٧/١٥ حتى ٢٠١٨/٧/٣١ على عينة من أعضاء هيئة التدريس والاتحاد المصري للسباحة وبلغت (١٠) أفراد من غير عينة البحث.

### المعاملات العلمية للاستبيان :

للتحقق من الشروط العلمية للاستبيان قام الباحث بحساب صدق المحتوى (صدق المحكمين) حيث تم عرض محاور الاستبيان ومفرداته على مجموعة من المتخصصين (١٠) خبراء في مجال الترويج الرياضي والإدارة الرياضية والسياحة ويشترط فيهم أن يكون حاصل على درجة دكتوراه الفلسفة والأستاذية في مجال الترويج والإدارة الرياضية والسياحة وأن لا تقل سنوات خبراته عن (١٥) سنة في مجال التخصص وذلك لإبداء رأيهم وحكمهم على إن المحاور والعبارات المختارة للاستبيان تنفق مع الغرض منه وان كل عبارة تنتمي للمحور الذي يتضمنها وكذلك مدى الوضوح في فهم كل عبارة، وترك حرية استبعاد العبارات وإضافة عبارات جديدة يرونها مناسبة ويوضح جدول (٣) عدد العبارات المستبعدة بعد العرض على السادة الخبراء.

### جدول (٣)

النسبة المئوية لاتفاق رأى الخبراء على المحاور والعبارات (صدق المحكمين) (ن=٥)

م	المحاور	عدد العبارات	%	العبارات المستبعدة	العدد النهائي
١	أهداف الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي	١٩	٣٥.١٨%	٤	١٥
٢	أنشكال الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي المراد تطويرها	٩	١٦.٦٦%	٢	٧
٣	الأماكن المراد تعزيز الرياضات المائية الشاطئية	٢	٣.٧٠%	-	٢
٤	أساليب تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي	١٣	٢٤.٠٧%	٢	١١
٥	مفوقات تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي	١١	٢٠.٣٧%	١	١٠
المجموع					٤٥



وقد جاءت النتائج كما يلي:

- وفي حدود ما وضعه الباحث من نسبة لقبول رأى الخبراء وهو اتفاق (٨٠%) على الأقل لقبول العبارة، وقد تم استبعاد عدد (٩) عبارات من المحاور الخمسة لعدم حصولها على المحك المقبول لدرجة الموافقة من قبل السادة الخبراء.

#### صدق الاتساق الداخلي:

قام الباحث بحساب قيمة معامل الارتباط بيرسون عن طريق إيجاد معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والمجموع الكلي للمحور الذي تمثله وكذلك حساب معامل الارتباط بين الدرجة الكلية لكل محور والدرجة الكلية لمجموع المحاور، ويوضح جدول (٤) قيم معاملات الارتباط بين كل عبارة والمحور المنتمية إليه.

#### جدول رقم (٤)

قيم معاملات الارتباط للعبارات في المحاور المكونة لاستمارة تحديات استثمار أنشطة الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي (ن = ٥٠)

معلومات تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي		أساليب تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي		الأماكن المراد تعزيز الرياضات المائية الشاطئية		أشكال الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي المراد تطويرها		أهداف الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي	
الارتباط	العبارة	الارتباط	العبارة	معامل الارتباط	العبارة	معامل الارتباط	العبارة	معامل الارتباط	العبارة
٠.٧٤٥	١	٠.٦٩٨	١	٠.٨٧٨	١	٠.٦٩٤	١	٠.٧٥٤	١
٠.٧٩٨	٢	٠.٧١٠	٢	٠.٨٩١	٢	٠.٨١٤	٢	٠.٨٥٤	٢
٠.٧٢٥	٣	٠.٨٧٢	٣			٠.٧٤٥	٣	٠.٧٨٤	٣
٠.٧٦٥	٤	٠.٧٩٨	٤			٠.٨٢١	٤	٠.٨٧٠	٤
٠.٧٧١	٥	٠.٧٤٥	٥			٠.٦٩٧	٥	٠.٨٤٧	٥
٠.٧٦٢	٦	٠.٧٦٥	٦			٠.٨١٤	٦	٠.٩٦٥	٦
٠.٦٩٨	٧	٠.٦٨٨	٧			٠.٧٨١	٧	٠.٧٤٥	٧
٠.٨١٠	٨	٠.٧٤٥	٨					٠.٦٩٩	٨
٠.٧٨٠	٩	٠.٧٢٥	٩					٠.٦٨٧	٩
٠.٧٩٢	١٠	٠.٧٢٥	١٠					٠.٦٥٤	١٠
		٠.٧٦٥	١١					٠.٦٨٧	١١
								٠.٦٧٨	١٢
								٠.٧٨٤	١٣
								٠.٧٤٥	١٤
								٠.٦٨٨	١٥

\*\* قيمة معامل الارتباط عند مستوى الدلالة (٠.٠٥) = ٠.٦٥٨

يتضح من جدول رقم (٤) أن جميع العبارات دالة احصائيا عند مستوى الدلة (٠.٠٥) حيث كانت قيمة (ر) المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى الدلة (٠.٠٥)

### جدول (٥)

#### الشكل النهائي لعبارات الاستبيان

م	المحاور	العدد النهائي للعبارات	%
١	أهداف الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي	١٥	٣٥.١٨%
٢	أشكال الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي المراد تطويرها	٧	١٦.٦٦%
٣	الأماكن المراد تعزيز الرياضات المائية الشاطئية	٢	٣.٧٠%
٤	أساليب تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي	١١	٢٤.٠٧%
٥	معوقات تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي	١٠	٢٠.٣٧%
	المجموع	٤٥	١٠٠%

#### ثبات الاستبيان:

للتحقق من ثبات الاستبيان قام الباحث باستخدام طريقة التجزئة النصفية عن طريق معامل ألفا كرونباك Alpha حيث يمثل معامل ألفا متوسط المعاملات الناتجة عن تجزئة الاختبار إلي أجزاء بطرق مختلفة، ولذلك فإنه يمثل معامل الارتباط لبني جزئين من أجزاء الاستمارة ويوضح جدول (٦) قيم معامل الثبات للاستبيان وفقا لطريقة التجزئة التصفية.

### جدول (٦)

قيم معاملات الارتباط بطريقة الفا Alpha كرنباك لمحاور الاستبيان (ن=١٠)

م	محاور الاستبيان	قيمة معامل الارتباط	
		معامل الارتباط	قيمة (ر)
١	أهداف الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي	٠.٦٨١	٠.٦٥٨
٢	أشكال الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي المراد تطويرها	٠.٥٨٤	
٣	الأماكن المراد تعزيز الرياضات المائية الشاطئية	٠.٨٥٤	
٤	أساليب تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي	٠.٨٧٩	
٥	معوقات تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي	٠.٧١٢	

وقد بلغ قيمة معامل الثبات الاستبيان ما بين (٠.٦٨١ إلى ٠.٨٧٩) مما يشير إلى أن استمارة الاستبيان على درجة مقبولة من الثبات.

### التطبيق الميداني للبحث :

قام الباحث بتطبيق الاستبيان على عينة البحث بعد التأكد من الصدق والثبات وذلك في المدة من ٢٠١٨/٨/٢ حتى ٢٠١٨/٨/٢٥. **خطة البحث الإحصائية :**

اعتمد الباحث في خطة البحث الإحصائية على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Spss)، ولقد ارتضى الباحث مستوى دلالة (٠.٠٥) لقبول تفسير نتائج البحث وأشتمل الاستبيان على ميزان تقدير ثلاثي (موافق/ إلى حد ما/ غير موافق) وتم تحديد الدرجات التالية وفقا لميزان التقدير وذلك على التوالي (٢-١- صفر).

ثانياً: عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها

### جدول (٧)

أهداف الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي (ن = ٥٠)

م	العبارة	موافق		الردح ما		غير موافق		ك	الترتيب
		%	ك	%	ك	%	ك		
١	تعزير النمو الاقتصادي في المجال الرياضي.	٦٨%	٧	١٤%	٩	١٨%	٩	٢١.٢٥	الثامن
٢	الشعور بالرضا والفخر لدى المواطن المصري.	٦٤%	٨	١٦%	١٠	٢٠%	١٠	١٧.٥٢	التاسع
٣	الاستمتاع بوقت الفراغ على مستوى السائح الداخلي والخارجي	٥٦%	١٦	٣٢%	٦	١٢%	٦	١٦.٢٥	الخامس عشر
٤	الترويح والتخلص من ضغوط العمل .	٧٠%	٧	١٤%	٨	١٦%	٨	١٧.٦٩	السادس
٥	الاستمتاع بمشاهدة المناظر الطبيعية.	٨٢%	٨	١٦%	١	٢%	١	٢١.٦٣	الاول
٦	اشباع الدافع للمعرفة والاستكشاف عن الرياضات البحرية.	٧٨%	٧	١٤%	٤	٨%	٤	٢٠.٦٠	الثالث

تابع جدول (٧)  
أهداف الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي (ن = ٥٠)

م	العبارة	موافق		الردحدا ما		غير موافق		ك <sup>٢</sup>	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%		
٧	اشباع الدافع للمغامرة لدى السائح الداخل والخارجي.	٢٧	٥٤%	١٩	٣٨%	٤	٨%	١٦.٣٢	الثالث عشر
٨	التغلب على الحياة النمطية.	٣١	٦٢%	١٢	٢٤%	٧	١٤%	١٦.٩٨	الحادي عشر
٩	ممارسة رياضة محببة للنفس وتحسين الحالة الصحية.	٣٢	٦٤%	١٢	٢٤%	٦	١٢%	١٧.٦٥	العاشر
١٠	استثارة الدافع للتعرف على مختلف الثقافات.	٣٤	٦٨%	١٣	٢٦%	٣	٦%	١٦.٦٠	السابع
١١	اشباع هواية السفر للمدن المختلفة.	٢٩	٥٨%	١٤	٢٨%	٧	١٤%	١٤.٢٠	الثاني عشر
١٢	تعزيز الانتماء الوطني خاصة لدى الشباب من خلال البرامج السياحية	٢٧	٥٤%	١٥	٣٠%	٨	١٦%	١٧.٥٢	الرابع عشر
١٣	العناية بالمحميات الطبيعية وإبراز الثقافات المحلية المتنوعة.	٣٨	٧٦%	٨	١٦%	٤	٨%	٢٠.٣٨	الرابع
١٤	استقطاب المدخرات المحلية للاستثمارات السياحية، وجذب الاستثمارات الأجنبية	٤١	٨٢%	٦	١٢%	٣	٦%	٢٠.٦٩	الثاني
١٥	تشغيل أكبر قدر من الشباب والحد من البطالة في قطاع السياحة والتربية البدنية.	٣٦	٧٢%	٨	١٦%	٦	١٢%	١٨.٦٥	الخامس

قيمة (ك<sup>٢</sup>) الجدولية عند مستوي (٠.٠٥) = ٦.٨٧

يتضح من جدول (٧) أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث تتراوح ما بين (٨٢%) لعبارة الاستمتاع بمشاهدة المناظر الطبيعية الى (٥٦%) لعبارة الاستمتاع بوقت الفراغ على مستوى السياحة الداخلي والخارجي ويرجع الباحث ذلك إلى وعى عينة البحث من الخبراء بأهمية أهداف تنشيط السياحة الشاطئية لتعزيز الشكل السياحي للشواطئ داخل جمهورية مصر العربية

ويشير "حسن عبد القادر" (٢٠١٣م) أن السياحة تعد من أهم مصادر الدخل للدولة لما تتميز به من مقومات طبيعية ومناخية وتاريخية تمثل عناصر الجذب السياحي في مختلف الأنماط السياحية الأخرى، وهذا ما تنادي به المنظمات العالمية كمنظمة آستا ASTA، وهي جمعية أمريكية لوكالات السياحة تضم عشرين ألف عضو يمثلون أكبر شركات السياحة حول العالم وتهتم بدراسة الأنماط السياحية وخاصة السياحة الرياضية كوسيلة لزيادة أعداد السائحين، وهو أيضا ما تنادي به الجمعية الدولية للرياضة للجميع من أجل تنظيم رحلات سياحية بغرض الرياضة. (٥:١٢٤)

ويرى الباحث وجود علاقة وثيقة بين السياحة والرياضة فهما وجهان لعملة واحدة وذلك لأن محور كلاً من السياحة والرياضة هو الإنسان وكلاهما له هدف يسعى الإنسان إلى تحقيقه فالسياحة من الوجهة الرياضية توفر فرصة كبيرة لممارسة الرياضات المختلفة.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة "حمد الكعبي (٢٠١٢) (٨) ودراسة شيماء علي السيد (٢٠٠٩) (١٣) ودراسة محمد العشماوي (٢٠١٠) (١٧)، محمد عبد الرحمن" (٢٠١١م) (٢٢) أن مواقع السياحة الأكثر نجاحاً في الوقت الحاضر تعتمد على المحيط المادي النظيف، والبيئات المحمية والأنماط الثقافية المميزة للمجتمعات المحلية أما المناطق التي لا تقدم هذه المميزات فتعاني من تناقص في الأعداد ونوعية السياح، وهو ما يؤدي بالتالي إلى تناقص الفوائد الاقتصادية للمجتمعات المحلية.

### جدول (٨)

أشكال الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي المراد تطويرها (ن=٥٠)

م	العبارة	موافق		الى حدا ما		غير موافق		الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%	
١	التجديف.	٤٥	٩٠%	٤	٨٠%	١	٢%	الثالث
٢	الغوص في الماء.	٤٧	٩٤%	٢	٤%	١	٢%	الاول
٣	سياحة السباحة في المياه المفتوحة ومشاهدة الشعب.	٤٥	٩٠%	٣	٦%	٢	٤%	الرابع
٤	اليخوت.	٤٦	٩٢%	٣	٦%	١	٢%	الثاني

## تابع جدول (٨)

أشكال الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي المراد تطويرها (ن = ٥٠)

الترتيب	ك <sup>٢</sup>	غير موافق		الى حدا ما		موافق		العبارة	م
		%	ك	%	ك	%	ك		
الخامس	٢١.١٥	%٢	١	%١٠	٥	%٨٨	٤٤	التزلج على الماء وركوب الأمواج.	٥
السادس	٢٠.٦٠	%٦	٣	%١٠	٥	%٨٤	٤٢	القوارب الشراعية	٦
السابع	١٧.٧٠	%٨٠	٨	%٨	٤	%٧٦	٣٨	ركوب الكياك-البرشوت والالعاب المائية.	٧

\* قيمة (كا) الجدولية عند مستوي (٠.٠٥) = ٦.٨٧

يتضح من جدول (٨) أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث تتراوح ما بين (٩٤%) لعبارة الغوص في الماء الى (٧٦%) لعبارة ركوب الكياك-البرشوت والالعاب المائية ويرجع الباحث ذلك إلى أن أنشطة السياحة الرياضية تحظى باهتمام عينة البحث خاصة في الاجازات والعطلات، لما لهذا النوع من السياحة من أهمية في التخلص من عناء العمل ومشكلات الحياة اليومية وتجديد النشاط والحيوية بالإضافة إلى أشكال السياحة الأخرى كما يمكن القيام بها بتنظيم ذاتي من خلال الفرد ذاته ويتحقق من خلالها الاستمتاع بالمناظر الطبيعية والمناخ والجو المعتدل والعلاج والاستشفاء ومعرفة التراث الثقافي للدولة وإيقاظ الاحساس بالعودة إلى الطبيعة.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة حامد الصياد (٢٠١٣) (٤) ودراسة حسين العوض (٢٠١٣) (٧) ودراسة خالد عزب (٢٠١٠) (١٠) ودراسة طارق العزازي (٢٠١٤) (١٦) على أن تعدد أنواع السياحة تبعاً للدوافع والرغبات والاحتياجات المختلفة للأفراد والتي تكمن خلفها وتحركها فوجود السياحة الرياضية والثقافية والعلاجية والدينية وسياحة السفاري دليل على تنوع دوافع واحتياجات الأفراد، وقد ساعد على انتشار أشكال جديدة من السياحة الترويحية التقدم العلمي والظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية

وما صاحب تلك الظروف من متطلبات ذات نوعيات خاصة لم تكن معروفة من قبل مثل سياحة المؤتمرات وسياحة رجال الأعمال.

### جدول (٩)

الأماكن المراد تعزيز الرياضات المائية الشاطئية (ن=٥٠)

م	العبارة	موافق		الى حد ما		غير موافق		ك <sup>٢</sup>	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%		
١	المنتجعات والقرى السياحية.	٤٨	٩٦%	٢	٤%	-	-	٢٥.٨٠	الثاني
٢	الشواطئ العامة والخاصة.	٤٩	٩٨%	١	٢%	-	-	٢٧.٦٨	الاول

\* قيمة (كا) الجدولية عند مستوي (٠.٠٥) = ٦.٨٧

يتضح من جدول (٩) أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث تتراوح ما بين (٩٨%) لعبارة المنتجعات والقرى السياحية إلى (٤٨%) لعبارة الشواطئ العامة والخاصة ويرجع الباحث ذلك لاتجاه الدولة في الآونة الأخيرة بتشجيع الاستثمار للمنشآت السياحية والرياضية في صعيد مصر وذلك من خلال الاهتمام البالغ لتنمية محافظات الصعيد شمالاً وجنوباً ولذلك أنشئت هيئة تنمية الصعيد في يناير ٢٠١٧ والتي تمثل سياسات وتوجهات الدولة المصرية التي تنتهجها ل طرح الحلول والبدائل للتحديات التنموية الراهنة والتي تواجه قطاعات السياحة والرياضة، والارتقاء بمقومات وموارد وفرص ممكنة للتنمية المستدامة بكل محافظة.

ويري الباحث أن السياحة في مصر تُعد أحد أهم مصادر الدخل القومي المصري، ومصر من أبرز الدول السياحية التي تستحوذ على أنظار العالم من خلال توافر العديد البنية الأساسية لممارسة الأنشطة الرياضية المائية.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة "أحمد مسعود (٢٠٠٨) (١) ودراسة أميرة غانم (٢٠١٠) (٣)، دراسة حامد الصياد (٢٠١٣) (٤)، دراسة محمد مطر (٢٠١١) (١٩)، دراسة محمد عمر (٢٠٠٨) (٢٤)، دراسة محمد النجار" (٢٠١٢) (٢٥) على أن السياحة تُعد من أهم صناعات

العصر الحديث التي تسهم بنصيب وافر في تطوير اقتصاديات الدول متفوقة في الأهمية النسبية على كثير من الصناعات التحويلية وذلك من خلال التنوع في أساليب ووسائل الأداء، حيث تمتلك مصر أعلى رأس مال سياحي في العالم.

### جدول (١٠)

#### أساليب تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي (ن = ٥٠)

الترتيب	ك <sup>٢</sup>	غير موافق		الى حد ما		موافق		العبارة	م
		%	ك	%	ك	%	ك		
العاشر	١٨.٥٠	%٨	٤	%١٦	٨	%٧٦	٣٨	تشجيع الاستثمارات في مجال الرياضات المائية الشاطئية وتوزيعها بشكل متوازن على مختلف الجمهورية.	١
الرابع	٢٠.٠٨	%٤	٢	%١٤	٧	%٨٢	٤١	زيادة الميزانية التي تخصصها وزارة السياحة لتنشيط السياحة الداخلية	٢
السابع	١٨.٨٥	%٤	٢	%١٨	٩	%٧٨	٣٩	تشجيع التعاون بين شركات السياحة والفنادق في إطار تنشيط السياحة الترويجية	٣
الثاني	٢٠.٣٥	%٤	٢	%١٢	٦	%٨٤	٤٢	إدخال مادة سياحية تدرس لطلاب كليات التربية الرياضية في جميع المراحل التعليمية.	٤
الاول	٢٠.٥٥	%٤	٢	%١٠	٥	%٨٦	٤٣	تعاون القائمين على البرامج السياحية بوسائل الاعلام والجهات المختلفة بالبحوث العلمية في مجال الرياضات المائية الشاطئية.	٥
الثامن	١٨.٥٠	%٨	٤	%١٤	٧	%٧٨	٣٩	الاهتمام بالإحصاءات السياحية الداخلية وإعداد دراسات شاملة عن سوق السياحة الداخلية.	٦
الحادي عشر	١٨.١٠	%٨	٤	%٢٠	١٠	%٧٢	٣٦	وضع خطط تسويقية لمختلف شرائح المجتمع (طلاب الجامعات- المدارس- موظفي الحكومة- اعضاء هيئة التدريس-.... الخ).	٧



تابع جدول (١٠) أساليب تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي (ن = ٥٠)

م	العبارة	موافق		الى حد ما		غير موافق		الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%	
٨	عمل برامج سياحية مائية مختلفة لتلائم مختلف الشرائح الاجتماعية في المجتمع المصري.	٤١	٨٢%	٦	١٢%	٣	٦%	الخامس
٩	نشر الوعي السياحي الرياضي بين المواطنين من خلال وسائل الاعلام المختلفة والانترنت.	٤٠	٨٠%	٧	١٤%	٣	٦%	السادس
١٠	عمل برنامج سياحي يومي بالقنوات الاعلامية يتناول فيها كل يوم مكان سياحي معين	٤٢	٨٤%	٥	١٠%	٣	٦%	الثالث
١١	تقديم مزيد من التخفيضات على مدار العام المرتبطة بعملية السفر والاقامة.	٣٩	٧٨%	٧	١٤%	٤	٨%	التاسع

\* قيمة (كا) الجدولية عند مستوي (٠.٠٥) = ٦.٨٧

يتضح من جدول (١٠) أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث تتراوح ما بين (٨٦%) لعبارة تعاون القائمين على البرامج السياحية بوسائل الاعلام والجهات المختلفة بالبحوث العلمية في مجال الرياضات المائية الشاطئية الى (٧٢%) لعبارة وضع خطط تسويقية لمختلف شرائح المجتمع (طلاب الجامعات- المدارس- موظفي الحكومة- أعضاء هيئة التدريس ويرجع الباحث ذلك إلى أن ظهور العديد من المتغيرات البيئية والأمنية والصحية الناجمة عن المشكلات الاقتصادية والاجتماعية قد أدى إلى ضرورة زيادة الطلب على السياحة الداخلية وظهور أنواع جديدة من الطلب السياحي استجابة للمتغيرات السابقة.

ويتفق هذا مع ما ذكره Heid (١٩٩٢) (٣٢) أن الرياضة يجب أن تدخل الأسواق بطريقة مختلفة حيث تقدم خدمات تشد المستهلك الرياضي أو تحثه على الإقبال عليها وهذا يستدعي بالضرورة إلى استحداث منتج رياضي أو أداة رياضية مميزة.

وكما تتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة أحمد مسعود (٢٠٠٨) (١) ودراسة حمدينو السيد (٢٠١١) (٩) ودراسة رنا السيد (٢٠١٣) (١١) ودراسة صفوت زيتون" (٢٠١٣) (١٥) على أن السياحة الرياضية هي إحدى الوسائل الهامة في الترويج للمقصد السياحي بما يضيف عليه متعة وترفيهاً تسعي إليه كل الشعوب.

### جدول (١١)

#### معوقات تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي (ن=٥٠)

الترتيب	ك٢	غير موافق		الى حد ما		موافق		العبرة	م
		%	ك	%	ك	%	ك		
السابع	١٩.١٠	%١٤	٧	%٨	٤	%٧٨	٣٩	الاحوال الأمنية.	١
السادس	١٩.٥٠	%٦	٣	%١٤	٧	%٨٠	٤٠	سوء حال المرافق الأساسية في بعض الأماكن السياحية.	٢
الثالث	٢٠.١٥	%٦	٣	%١٠	٥	%٨٤	٤٢	إهمال المناطق السياحية الساحلية العامة .	٣
الثامن	١٨.٦٦	%٨	٤	%١٦	٨	%٧٦	٣٨	التلوث البحري في مياه الشواطئ.	٤
الثاني	٢١.٦٠	%٤	٢	%١٢	٦	%٨٤	٤٢	تعدد جهات الاختصاص الرسمي للسياحة	٥
الخامس	١٩.٧٠	%٦	٣	%١٢	٦	%٨٢	٤١	تضارب القوانين وتعدد الجهات الرقابية وتعقيد الإجراءات.	٦
الاول	٢٢.٧٠	%٦	٣	%٤	٢	%٩٠	٤٥	ضعف بنية العمل السياحي	٧
العاشر	١٧.١٠	%١٢	٦	%٢٢	١١	%٦٦	٣٣	غياب التنسيق السياحي الرياضي على المستوى القومي أو الإقليمي.	٨
التاسع	١٧.٢٥	%٤	٢	%٢٤	١٢	%٧٢	٣٦	ارتفاع مستوى البطالة بين الشباب.	٩
الرابع	٢٠.١٠	%٤	٢	%١٤	٧	٨٢٥	٤١	انخفاض الدخل للأسرة المصرية.	١٠

يتضح من جدول (١١) أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث تتراوح ما بين (٩٠%) لعبارة ضعف بنية العمل السياحي الى (٦٦%) لعبارة غياب التنسيق السياحي الرياضي على المستوى القومي او الإقليمي،

ويرجع الباحث ذلك إلى رغبة عينة البحث من الخبراء الأكاديميون في مجالات الإدارة والترويج وأتحاد الرياضات المائية إلى رغبة المسؤولين في التنوع في أساليب تنشيط تنافسية السياحة الترويحية، والتأكيد على الدور الكبير الذي يمكن أن تلعبه وسائل الإعلام في الدعاية والإعلان عن مشروعات السياحة، واتجاه أساليب التسويق الحديثة إلى استخدام الكمبيوتر والبريد الإلكتروني وغيرها من أساليب التسويق الحديثة لحث رجال الأعمال في المساهمة في تسويق مشروعات السياحة الترويحية .

وفي هذا الصدد يذكر "وليد امين" (٢٠١٥م) إلى عدم تخصيص نسبة من الخطة الاستثمارية للدولة للعمل في تسويق مشروعات السياحة كما أن سوء الحالة الامنية في ظل الاجواء ينعكس بشكل كبير على معدلات التنمية السياحية، كما ان القطاع الاقتصادي بمختلف مؤسسات الدولة لم يضع تسويق السياحة الترويحية بصفة خاصة ضمن خريطة الاستثمار، وكذلك ضعف الرؤية المستقبلية لدى الدولة للاهتمام بتسويق مشروعات الرياضة للجميع وغياب الدور الاجتماعي للقطاع الخاص ورجال الأعمال للاستثمار في القطاعات الخدمية ومنها قطاع السياحة الترويحية، وكما أن غياب التشريعات الخاصة بالسياحة الترويحية وغياب القواعد الأساسية التي تحدد كيفية التعامل واتخاذ القرار في الأمور المتعلقة بالسياحة الترويحية.(٢٥:٣١)

ويذكر "حامد الصياد" (٢٠١٣) (٤) في أن أساليب التسويق في العديد من الهيئات السياحية لا تختلف كثيرا خاصة في ضوء القوانين المنظمة للعمل، والتأكيد على بيع الأحداث الرياضية سواء عن طريق الشركات أو عن طريق وكالات التسويق المتخصصة، كما أن مركزية الإدارة (وزارة السياحة- هيئة تنشيط السياحة) على تلك الأحداث يعد أحد العقبات في سبيل نشر فلسفة تسويق السياحة الترويحية الرياضة للجميع.

ويرى الباحث أن أهم المشكلات التي تواجه برامج السياحة الشاطئية مدى القدرة على إقناع الأفراد بجدوى السياحة وتهيئة البيئة الاقتصادية لتطبيق للتوسع في برامج السياحة الترويحية وعدم توافر الإدارة العلمية القدرة على مواجهة التشوية الإعلامي والتداخل في التشريعات والقوانين المرتبطة بالسياحة بوجه عام.

### الاستنتاجات :

في ضوء أهداف وتساؤلات البحث ونتائجه وفي حدود العينة والمنهج المستخدم وأدوات جمع البيانات استنتج الباحث :

**المحور الأول: أهداف الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي:**

- ١- تعزيز النمو الاقتصادي.
- ٢- تنمية موارد النقد الأجنبي على المستوى القومي.
- ٣- تشغيل أكبر قدر من الشباب والحد من البطالة في قطاع السياحة والتربية البدنية.
- ٤- الاستمتاع بمشاهدة المناظر الطبيعية.
- ٥- الاستمتاع بوقت الفراغ على مستوى المواطن.
- ٦- استقطاب المدخرات المحلية للاستثمارات السياحية، وجذب الاستثمارات الأجنبية.

**المحور الثاني: أشكال الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي المراد تطويرها:**

- ١- الغوص في الماء.
- ٢- اليخوت.
- ٣- التجديف.
- ٤- سباحة السباحة في المياه المفتوحة ومشاهدة الشعب.
- ٥- التزلج على الماء وركوب الأمواج.

٦- القوارب الشراعية

٧- ركوب الكياك- البرشوت والألعاب المائية

**المحور الثالث: الأماكن المراد تعزيز الرياضات المائية الشاطئية:**

١- الشواطئ العامة والخاصة.

٢- المنتجعات والقرى السياحية.

**المحور الرابع: أساليب تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي:**

١- تعاون القائمين على البرامج السياحية بوسائل الاعلام والجهات المختلفة بالبحوث العلمية في مجال الرياضات المائية الشاطئية.

٢- إدخال مادة سياحية تدرس لطلاب كليات التربية الرياضية في جميع المراحل التعليمية.

٣- تشجيع الاستثمارات في مجال السياحة الشاطئية وتوزيعها بشكل متوازن على مختلف الجمهورية.

٤- عمل برامج سياحية مختلفة لتلائم مختلف الشرائح الاجتماعية في المجتمع المصري.

٥- الاهتمام بالإحصاءات السياحية الداخلية وإعداد دراسات شاملة عن سوق السياحة الداخلية.

٦- تقديم تخفيضات على السلع والخدمات السياحية لكي تتمكن من جذب الجمهور.

٧- تشجيع التعاون بين شركات السياحة والفنادق في إطار تنشيط السياحة الترويجية.

**المحور الخامس: معوقات تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي:**

١- تعدد جهات الاختصاص الرسمي للسياحة.

- ٢- تضارب القوانين وتعدد الجهات الرقابية وتعقيد الإجراءات.
- ٣- انخفاض الدخل للأسرة المصرية.
- ٤- ارتفاع مستوى البطالة بين الشباب.
- ٥- سوء حال المرافق الأساسية في بعض الأماكن السياحية.

#### التوصيات :

- استناداً إلى ما أسفرت عنه نتائج واستنتاجات البحث وفي حدود عينة البحث يوصى الباحث بالآتي :
- ١- وضع استراتيجية قومية لتنمية واستثمار وتسويق السياحة الرياضية وخاصة الرياضات المائية كنشاط سياحي في كل مناطق جمهورية مصر العربية.
  - ٢- إنشاء فرع للاتحاد المصري للسباحة في محافظتي بني سويف والفيوم.
  - ٣- إنشاء أندية للرياضات المائية بمحافظات بني سويف والفيوم والمنيا.
  - ٤- استخدام الأساليب العلمية لاستثمار الرياضات المائية كنشاط سياحي بمحافظات إقليم شمال الصعيد.
  - ٥- استمرار تكثيف الحملات الدعائية للأماكن السياحية الشاطئية بالدولة لجذب السياحة العربية والدولية.
  - ٦- العمل على تبني استراتيجيات تنافسية جديدة للرياضات المائية الشاطئية لتنشيط السياحة.
  - ٧- إجراء المزيد من التنسيق بين وزارات السياحة والرياضة والنقل والطيران والداخلية والاتصالات لتفعيل الرياضات المائية كنشاط سياحي.



- ٨- **حمد كرم الكعبي (٢٠١٢):** "تقويم إمكانات السياحة الرياضية بدولة الإمارات العربية المتحدة"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة الإسكندرية.
- ٩- **حمدينو عمر السيد (٢٠١١):** "دور السياحة الرياضية في مواجهة الأزمة الاقتصادية بجمهورية مصر العربية" رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة المنصورة.
- ١٠- **خالد محمد عزب (٢٠١٠):** "دراسة تحليلية للأنشطة الترويحية المرتبطة بالألعاب الرياضية في المنتجعات السياحية بمدينة رأس سدر" رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة بنها.
- ١١- **رنا محمود السيد (٢٠١٣):** "خطة إعلامية مقترحة للنهوض بالسياحة الرياضية بمحافظة الإسكندرية" رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية.
- ١٢- **ستيفن هاينز (٢٠٠٥):** التخطيط الإستراتيجي الناجح، مكتبة الأسرة (سلسة العلوم الاجتماعية)، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.
- ١٣- **شيماء على السيد (٢٠٠٩):** "رؤية مستقبلية للسياحة الرياضية" رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة حلوان.
- ١٤- **صبري محمد عبد السميع (٢٠٠٥):** "أصول التسويق السياحي"، دار الفكر العربي، ط ٢، القاهرة.
- ١٥- **صفوت محمد زيتون (٢٠١٣):** "تقويم دور المؤسسات الاقتصادية في رعاية السياحة الرياضية في مصر" رسالة دكتوراه غير منشورة.



منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة الإسكندرية.

١٦- طارق محمد العزازي (٢٠١٤): "تنمية سياحة المغامرات في مصر بالتطبيق على الصحراء الشرقية" رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس.

١٧- محمد عبد الوهاب العشماوي (٢٠١٠): "الإدارة الاستراتيجية في تنمية الموارد البشرية في ظل العولمة"، منشأة المعارف، الإسكندرية.

١٨- محمد على البنا (٢٠٠٥): "اقتصاديات السياحة ووقت الفراغ"، ط٢، دار الفكر العربي، القاهرة.

١٩- محمد السيد مطر (٢٠١١): "التنظيم الذاتي للسياحة الترويحية الداخلية بجمهورية مصر العربية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة المنصورة

٢٠- محمد خميس الزوكة (٢٠١٠): "صناعة السياحة من منظور جغرافي"، ط٢ - دار المعرفة الجامعية، القاهرة.

٢١- محمد صبحي عبد الحكيم، حمدي أحمد الديب (٢٠١٣): "جغرافية السياحة"، ط٢ مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.

٢٢- محمد عبد الرحمن نجدى (٢٠١١): "اهتمامات أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية بالسياحة الترويحية- دراسة مقارنة" رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان.

٢٣- محمد على عبد العظيم (٢٠١٦م): "استراتيجية مقترحة لتسويق بعض بطولات الرياضات المائية بجمهورية مصر العربية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة بنها.

- ٢٤- محمد عمر عبد الرسول (٢٠٠٨): "خطة مقترحة لتنشيط السياحة الترويحية بمحافظة الفيوم" رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية.
- ٢٥- محمد محمود النجار (٢٠١٢): "تقويم الأنشطة الترويحية المائية بالفنادق السياحية بالقاهرة الكبرى"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة بنها.
- ٢٦- مصطفى محمد عبد القادر (٢٠٠٩): "دور الإعلام في التسويق السياحي دراسة مقارنة"، ط ٢، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان.
- ٢٧- منى طعيمة الجرف (٢٠٠٢): "مفهوم القدرة التنافسية ومحدداتها" مركز البحوث والدراسات الاقتصادية والمالية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة.
- ٢٨- منى عبد العزيز الحشاشي (٢٠١٢): "استراتيجية مقترحة للسياحة الرياضية وتأثيرها على التنمية البشرية والتنمية الاقتصادية بدولة الكويت"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة الإسكندرية.
- ٢٩- هشام ربيع زكي (٢٠١٠): "دراسة تحليلية للسياحة الرياضية في جنوب سيناء"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة السادات.
- ٣٠- وزارة السياحة المصرية (٢٠١٤): النشرات السياحية التي تصدرها، القاهرة.
- ٣١- ولاء محمد الملاح (٢٠١١): "دراسة لواقع السياحة الترويحية بمحافظة الإسكندرية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية.

**ثانيا : المراجع باللغة الأجنبية :**

- 32- Chen, Q (2000):** Present Situation and Strategies of the Management Professional Soccer Clubs in China, Sports Science
- 33- Crig Mcgee (2003) :** Definition of strategy. phd Nohria, Joyce, & Robertson, What Really Works, Harvard Business Review, July.
- 34- Fairley & Sorter (2010) :** Group-Bsed – nostalgia sport tourism Australia .
- 35- Heid (1992):** The spots should Approach its Market Different. Journal – skydiving (Leiend , fla) May.
- 36- Weed & Marins & Gammon (2010):** recreation tourism increasing part subjects Exist in France.