

## ١ خطة مقترحة للعمل فى مجال السياحة الترويحية فى محافظة أسوان

\* أ.د/ عادل عبدالمنعم مكي

\*\* د/ وليد رزق بدر

\*\*\* د/ محمد حامد فتحي

\*\*\*\* الباحثة/ إيمان أحمد عبدالشافى

### المقدمة ومشكلة البحث:

أصبحت السياحة بوجه عام والسياحة الترويحية بصفة خاصة من أهم الصناعات الخدمية فى جميع دول العالم المتقدمة والنامية على حد سواء وذلك نتيجة المزايا التى يتم تحقيقها من هذا النشاط سواء من الناحية الاقتصادية أو الاجتماعية... الخ ، وتعتبر مصر من الدول التى تعتمد بصورة كبيرة على صناعة السياحة ونجد أن مصر جاءت فى الترتيب ٧٥ من بين ١٣٩ دولة بالنسبة لمقياس تنافسية السياحة والسفر العالمى لعام ٢٠١١ ( World Economic Forum,2011) بشكل لا يتناسب مع أهمية ومكانة هذا البلد. وتماشياً مع الظروف العصبية التى تعيشها مصر فى الوقت الراهن وانتشار وباء كورونا أصبح قطاع السياحة المصرى فى أشد الحاجة للبحث عن عدة وسائل يستطيع من خلالها تحسين الصورة الذهنية لمصر كمقصد سياحى والعمل على جذب العديد من الأسواق لمصر بصورة تتناسب مع قيمتها وأهميتها (٢: ١٦)

وتعد السياحة من الظواهر الاجتماعية التى نشأت منذ أن خلقت الأرض وما عليها حيث. وترتبط السياحة تقليدياً بالتراث الحضارى للبشرية فعن طريق اكتشاف المناطق الأثرية

\* عميد كلية تربية رياضية جامعة أسوان ورئيس قسم الإدارة والترويج الرياضى.

\*\* مدرس بقسم الإدارة والترويج الرياضى كلية التربية الرياضية جامعة أسوان.

\*\*\* مدرس بقسم الإدارة والترويج الرياضى كلية التربية الرياضية جامعة أسوان.

\*\*\*\* باحثة دكتوراه بقسم الإدارة والترويج الرياضى كلية التربية الرياضية جامعة أسوان

ظهر ما يسمى بساحة الآثار، إلا أن التطور الهائل في مجال الاتصالات ووسائل المواصلات قد ساهم في ظهور أنماط جديدة على الخريطة العالمية للسياحة مثل السياحة الترويحية، والعلاجية، والرياضية. (١٠ : ١١)

وتعد عملية وضع الخطط والاستراتيجيات من العمليات الهامة في شتى المجالات، وبخاصة السياحة حيث تعتبر من القطاعات الأهم والأكثر فاعلية، حيث تزايد الاهتمام بالسياحة كعلم وفن وممارسة وما لها من دور في الاقتصاد العالمي والقومي والمحلي. (٣ : ٣)

ومن هنا فقطاع السياحة الترويحية وخاصة الدولية منها يعتبر نشاطا إنتاجيا يقدم خدمات ومنتجات تساهم في زيادة الإنتاج ونمو الدخل القومي، كما يعمل من خلال مجموعة من المنشآت التي بدورها توظف عددا من الأيدي العاملة، التي تقدم خدماته للسائحين ويصدر للخارج لغير المقيمين، ومن هذه الحالة تدخل معاملته الخارجية ضمن ميزان الخدمات في ميزان المدفوعات للدولة. (٧ : ٢٢)

وتعتبر أسوان زهرة الجنوب المصري وإبداع مشتي عالمي وبها العديد من المواقع السياحية، حيث تقع مدينة أسوان علي الضفة الشرقية للنيل علي مسافة ٨٩٩ كم جنوب القاهرة وهي حلقة اتصال بين مصر والسودان وبذلك فهي البوابة للقارة الأفريقية مما يجعلها مركزا تجاريا هاما. (١٠ : ١١٠)

والسياحة في مصر دعامة رئيسية من دعائم التنمية الشاملة فهي مصدر رئيسي للاقتصاد القومي من العملات الأجنبية وتستوعب الكثير من الأيدي العاملة كما ترتبط في الوقت نفسه بعدد كبير من الصناعات والخدمات المغذية والمكملة مثل النقل والمواصلات والأغذية والمشروبات والإقامة والترفيه، مما جعلها صناعة المستقبل في مصر.

وتعد السياحة الترويحية من أهم أنشطة السياحة في مختلف دول العالم، ولم يعد يجذب السائحين مجرد مشاهدة الأحجار الأثرية القديمة ولكنهم يفضلون ممارسة الأنشطة الترويحية

المختلفة في أحضان الطبيعة، لذا لا بد من الاهتمام بأنشطة السياحة الترويحية والتي تعمل على جذب السياحة لأسوان وتساهم في دفع عجلة التنمية الاقتصادية، حيث هناك اتجاه عالمي جديد لربط السياحة بالترويج بما يحقق خدمة كلا منهما للآخر، فأغلبية الناس يفضلون قضاء الأجازات ووقت الفراغ في ممارسة أوجه النشاط الترويج في الدول المتقدمة، لذا لا بد وأن نهتم بمختلف الأنشطة الترويحية لتحقيق الجذب السياحي لمصر وإبراز الأماكن السياحية مما قد يساعد في ذلك أن مصر تتمتع بجغرافية سياحية وظروف مناخية تجعلها صالحة للسياحة الترويحية طوال العام.

وبناء على ما سبق فهناك العديد من المشكلات والعقبات التي تواجه السياحة الترويحية كأحد العوامل الهامة في زيادة أو نقص أعداد العاملين في مجال السياحة علي اختلاف "مؤهلاتهم، مراحلهم العمرية" علي المستوي الإقليمي والدولي، كما لم تجد أيضاً أي دراسة قد لمست آراء العاملين في مجال السياحة أنفسهم ودوافعهم نحو العمل في مجال السياحة الترويحية بأسوان، وأن أغلب الدراسات قد ركزت علي آراء أصحاب المشاريع السياحية وليس العاملين في مجال السياحة.

فمن خلال خبرة الباحثون وترددهم على الأماكن السياحية في أسوان لاحظوا تراجع في نسبة العاملين في مجال السياحة بأسوان وقد يرجع ذلك إلى مجموعة من العوامل من أبرزها انتشار بعض الأوبئة مثل وباء كورونا، فضلا عن وجود قصور في بعض الجوانب الأخرى مثل انخفاض مستوى الرواتب المتاح وكذلك قلة العمالة المدربة، مما دفع الباحثون يفكرون في وضع خطة مقترحة للعمل في مجال السياحة الترويحية في محافظة أسوان، وذلك للاستفادة من عملية الربط بين السياحة الترويحية ومتطلبات العاملين فيها، والمساهمة في إيجاد حلول جذرية لهم ورفع المستوى المعيشي والدخل القومي للدولة.

## هدف البحث:

يهدف البحث إلى وضع خطة مقترحة للعمل في مجال السياحة الترويحية في محافظة

أسوان من خلال الإجابة على التساؤلات التالية:

١. ما الدوافع المادية للعمل في مجال السياحة بأسوان؟
٢. ما الدوافع المهنية للعمل في مجال السياحة بأسوان؟
٣. ما الدوافع الثقافية للعمل في مجال السياحة بأسوان؟
٤. ما الخطة المقترحة للعمل في مجال السياحة الترويحية بأسوان؟

## بعض المصطلحات الواردة في البحث

### السياحة:

هي عملية الانتقال والإقامة التي يقوم بها الإنسان من موطن إقامته المعتاد إلى مكان

آخر بصفة مؤقتة بدون غرض للكسب المادي بشرط لا تقل عن ٢٤ ساعة (١: ٢٧).

### السياحة الترويحية:

هي من أقدم أنواع السياحة وتوفر للإنسان الراحة والانسجام بعيدا عن الروتين اليومي

لذا تستحوذ على النصيب الأكبر من حركة السياحة الدولية ، كما أن هذا النوع يتم بممارسة

الأنواع الأخرى من السياحة ويطلق عليها الهوايات مثل صيد الأسماك والانزلاق ، والذهاب إلى

المناطق الصحراوية والجبلية.(١٢: ٦٥)

### الدراسات السابقة:

١- دراسة " شن شاو شيان Chen-Chao-Chien (٢٠٠٢) (١٤) بعنوان "تأثير التسهيلات

الرياضية الترويحية على التفاعل الإجتماعى للطالب الجامعى وثقافة الحرم الجامعى"،

وتهدف الدراسة الي فحص العلاقة بين نوعية وإتاحة التسهيلات الترويحية الرياضية وأنماط

الأنشطة بالحرم الجامعى والتفاعل الاجتماعى للطالب من خلال تحليل اجتماعى لثقافات مؤسسة خاصة، وقد استخدم الباحث الأساليب النوعية متضمناً مقابلات شخصية مع مديرين رياضيين ومديرى الأنشطة الطلابية وطلاب من جامعات مختلفة فى سان أنطونيو وتكساس، وكانت من أهم النتائج أن هناك علاقة دالة بين التسهيلات الترويحية والرياضية بالنسبة لاستخداماتها وهى: ثقافة الحرم الجامعى، التفاعل الاجتماعى، الأداء الأكاديمى، ثقافات الحرم الجامعى المتميزة والفريدة، وتتأثر ثقافة الحرم الجامعى ونمط الحياة الناتج عن الحرم الجامعى بالعوامل الاجتماعية والمؤسسية، بالإضافة إلى أن العلاقة بين البرامج الرياضية الجماعية والتسهيلات الرياضية الترويحية عكسية.

٢- دراسة " صابر حسن صابر " (٢٠٠٢) (٥) وعنوانها " تقويم أنشطة الترويج المائى بالمشروعات السياحية فى مصر " تهدف إلى تقويم أنشطة الترويج المائى بالمشروعات السياحية فى مصر وذلك من خلال التعرف على الإمكانيات المادية اللازمة لتنفيذ هذه الأنشطة والقيادات البشرية المساعدة على ممارسة هذه الأنشطة وأنواعها وأسباب ممارستها وأهم المعوقات لأنشطة الترويج المائى فى مصر. وأستخدم الباحث المنهج الوصفى على عينة بلغ عددها (١٥٠) ممارس من الأجانب، (١٥٠) ممارس من العرب والمصريين، (٧٥) من القيادات البشرية تم اختيارهم بطريقة عشوائية. وأستخدم الباحث استمارة الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات. وكان من أهم النتائج التى توصل إليها الباحث: وجود قلة فى الأنشطة الترويحية المائية داخل جمهورية مصر العربية، عدم ممارسة بعض الهوايات المختارة لأنها مكلفة ولا تتناسب نوعى الجنس والعمر ولا تتماشى مع العادات والتقاليد، عدم توافر الإمكانيات المادية والأجهزة والأدوات، عجز ونقص شديد فى القيادات البشرية المساعدة على ممارسة أنشطة الترويج المائى، ارتفاع أسعار الإقامة فى المناطق السياحية.

٣- دراسة "سيد عبد الحميد" (٢٠٠٣) (٤) وعنوانها "أساليب الجذب فى بعض المؤسسات الترويحية الاستثمارية " وتهدف إلى التعرف على أساليب الجذب فى بعض المؤسسات

الترويجية الاستثمارية وذلك من خلال التعرف على الخدمات والتسهيلات المقدمة داخل المؤسسات الترويجية الاستثمارية والبرامج المقدمة والإمكانات المادية والبشرية ووسائل الأعلام (المقروءة - المرئية - المسموعة) داخل هذه المؤسسات. واستخدم الباحث المنهج الوصفي "الدراسات المسحية" على عينة من المسؤولين عن تنفيذ برامج الترويج بكل من ماجيك لاند ودريم بارك وأيضاً بعض القادة المسؤولين عن الأنشطة الترويجية بهذه المؤسسات ومجموعة من خبراء الترويج الرياضي وبلغ عدد العينات من (٣٠ - ١٥٠) فرد. واستخدم الباحث استمارة الاستبيان والمقابلة الشخصية والملاحظة العلمية كأدوات لجمع البيانات. وكان من أهم النتائج التي توصل إليها الباحث: توافر معظم أساليب الجذب الخاصة بالمؤسسات الترويجية الاستثمارية ، توافر الخدمات والتسهيلات داخل المؤسسات الترويجية الاستثمارية، توافر البرامج الترويجية المقدمة داخل هذه المؤسسات، وأيضاً توافر العديد من والإمكانات المادية والبشرية بها وكذلك توافر العديد من وسائل الأعلام (المقروءة - المسموعة - المرئية) بهذه المؤسسات.

٤- دراسة "عبد الحميد محمد" (٢٠٠٦) (٦) وعنوانها "دراسة مسحية للأنشطة الترويجية في القرى السياحية لمحافظة البحر الأحمر" تهدف إلى عمل مسح للأنشطة الترويجية بالقرى السياحية لمحافظة البحر الأحمر وذلك من خلال التعرف على الأنشطة الترويجية المتوفرة والمفضلة لدى السائحين المترددين على القرى السياحية في محافظة البحر الأحمر والإمكانات المادية والبشرية المتوفرة في القرى السياحية في محافظة البحر الأحمر والمعوقات التي تواجه تنفيذ وممارسة هذه الأنشطة. واستخدم الباحث المنهج الوصفي على عينة بلغ قوامها (٥٠) قرية سياحية، (٥٠٠) سائح من مختلف الجنسيات تم اختيارهم بطريقة عشوائية. واستخدم الباحث استمارة الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات. وكان من أهم النتائج التي توصل إليها الباحث أن الأنشطة الترويجية الأكثر توفراً في محافظة البحر الأحمر هي (السباحة - الغوص - السنوركلنج - الكرة الطائرة الشاطئية) والأنشطة الترويجية الأكثر تفضيلاً لدى السائحين العرب هي (السباحة - كرة الماء - الكرة الطائرة - الألعاب المائية) والأنشطة الترويجية المفضلة لدى السائحين

الأجانب هي (السباحة - الاستجمام على الشاطئ - رحلات السفاري) والمكانات المادية الأكثر توفراً للأنشطة الترويحية هي ( حمام سباحة- شاطئ خاص بالقريّة- مركز للغوص ) والإمكانات البشرية الأكثر توفراً للأنشطة الترويحية هي الإدارة المسؤولة عن الأنشطة الترويحية بالقريّة ومن المعوقات التي تواجه تنفيذ الأنشطة الترويحية كانت عدم وجود أخصائيين لتنفيذ أنواع معينة من النشاط وعدم وجود كوادر مؤهلة للعمل في مجال الأنشطة الترويحية بالقرى السياحية في محافظة البحر الأحمر.

### إجراءات البحث:

### منهج البحث:

استخدم الباحثين المنهج الوصفي (أسلوب الدراسات المسحية) بخطواته وإجراءاته وذلك لمناسبته لتحقيق أهداف البحث.

### مجتمع وعينة البحث:

يتمثل مجتمع البحث فى العاملين فى مجال السياحة بمحافظة أسوان والبالغ قوامهم (٦٤٢) عامل، وقد قام الباحثين باختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية وقد بلغت قوامها (٧١) عامل.

### أدوات جمع البيانات:

### أولاً: تحليل الوثائق والسجلات:

قام الباحثون بتحليل الوثائق والسجلات الخاصة بوزارة السياحة والمنشآت السياحية وذلك للتعرف على الأعداد الفعلية للعاملين فى مجال السياحة وكذلك أعداد المنشآت السياحية وطبيعة العمل داخل تلك المنشآت فى مجال السياحة الترويحية.

### ثانياً: المقابلة الشخصية:

قام الباحثون بإجراء العديد من المقابلات الشخصية مع عدد من المسؤولين فى وزارة السياحة من أجل التعرف على طبيعة عمل فى المنشآت السياحية فى مجال السياحة الترويجية والتعرف على أساليب وطرق ودوافع العمل فى مجال السياحة.

ثالثاً : استبيان دوافع العمل للعاملين فى السياحة الترويجية بمحافظة أسوان:

وهي استمارة من إعداد الباحثون واتبعوا فى إعدادها الآتى:

#### ١. تحديد هدف الاستبيان:

تم تحديد هدف الاستبيان وقد تمثل فى التعرف على دوافع العمل فى مجال السياحة الترويجية فى محافظة أسوان .

#### ٢. تحديد محاور الاستبيان:

من خلال إطلاع الباحثون على الدراسات السابقة، قام الباحثين بتحديد مجموعة من المحاور وقد تمثلت محاور الاستبيان الآتى:

- دوافع مادية.
- دوافع مهنية.
- دوافع ثقافية.

#### ٣ . صياغة عبارات الاستبيان:

قام الباحثون بوضع مجموعة من العبارات لكل محور من محاور الاستبيان، وقد بلغ عدد العبارات (١٢) عبارة، وقد قام الباحثين بعرض تلك العبارات على مجموعة من الخبراء فى مجال الإدارة الرياضية والترويج قوامها (٩) خبراء وذلك لإبداء الرأي فى مدى مناسبة العبارات لمحاور البحث، وقد تم الموافقة على جميع العبارات لحصولها على نسبة أعلى من ٧٠% من اتفاق الخبراء.



#### ٤ . الصورة النهائية للاستبيان:

قام الباحثون بكتابة الاستبيان في صورته النهائية وذلك بترتيب العبارات تبعاً للمحاور المنتمية إليها بحيث تجمع العبارات الخاصة بكل محور من المحاور مع بعضها.

#### ٥. تصحيح الاستبيان:

لتصحيح الاستبيان قام الباحثون بوضع ميزان تقديري ثلاثي، وقد تم تصحيح العبارات

كالتالي:

. موافق بدرجة كبيرة (٣) ثلاثة درجات.

. موافق بدرجة متوسطة (٢) درجتان.

. غير موافق (١) درجة واحدة.

وتراحت الدرجة ما بين ١٢ : ٣٦

#### ٦. المعاملات العلمية للاستبيان:

أ . الصدق:

لحساب صدق الاستبيان استخدم الباحثون الطرق التالية:

#### (١) صدق المحتوى:

قام الباحثون بعرض الاستبيان على مجموعة من الخبراء في مجال السياحة والترويج

قوامها (٩) خبراء وذلك لإبداء الرأي في ملاءمة الاستبيان فيما وضع من أجله، والجدول التالي

(١) يوضح النسبة المئوية لآراء الخبراء على عبارات الاستبيان.

## جدول (١)

النسبة المئوية لأراء الخبراء على عبارات استبيان دوافع العمل للعاملين

فى مجال السياحة الترويحية بأسوان ( ن = ٩ )

(

العبارات					المحاور
٥	٤	٣	٢	١	رقم العبارة
٩	٨	٩	٩	٩	تكرارها
%١٠٠	%٨٩	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	النسبة المئوية
		٨	٧	٦	رقم العبارة
		٨	٩	٩	تكرارها
		%٨٩	%١٠٠	%١٠٠	النسبة المئوية
	١٢	١١	١٠	٩	رقم العبارة
	٨	٩	٨	٩	تكرارها
	%٨٩	%١٠٠	%٨٩	%١٠٠	النسبة المئوية

يتضح من جدول (١):

. تراوحت النسبة المئوية لأراء الخبراء حول عبارات الاستبيان ما بين (٨٩% : ١٠٠%)، وبذلك تم الموافقة علي جميع العبارات.

## (٢) صدق الاتساق الداخلي:

لحساب صدق الاتساق الداخلي للاستبيان قام الباحثون بتطبيقه على عينة قوامها (٢٥) عامل من مجتمع البحث ومن غير العينة الأصلية للبحث، حيث تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذى تنتمى إليه، كما تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للاستبيان ، كما تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل محور والدرجة الكلية للاستبيان، والجدول (٢)، (٣)، (٤) توضح النتيجة.

## جدول (٢)

معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذى تنتمى إليه  
لاستبيان دوافع العمل للعاملين في مجال السياحة الترويحية بأسوان (ن) =  
(٢٥)

العبارات					المحاور
٥	٤	٣	٢	١	رقم العبارة
٠.٨٨	٠.٨٣	٠.٧١	٠.٦٠	٠.٦٦	معامل الارتباط
		٨	٧	٦	رقم العبارة
		٠.٧٦	٠.٨٣	٠.٨٧	معامل الارتباط
	١٢	١١	١٠	٩	رقم العبارة
	٠.٦٦	٠.٧٦	٠.٧٤	٠.٨٣	معامل الارتباط

قيمة (ر) الجدولية عند مستوي دلالة ( ٠.٠٥ ) = ٠.٣٩٦

يتضح من جدول (٢) ما يلي:

- تراوحت معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور المنتمية إليه ما بين (٠.٦٠ : ٠.٨٨) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائياً مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي للاستبيان.

### جدول ( ٣ )

معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية لاستبيان  
دوافع العمل للعاملين في مجال السياحة الترويحية بأسوان (ن = ٢٥)

العبارات					المحاور
٥	٤	٣	٢	١	رقم العبارة
٠.٦٨	٠.٧١	٠.٧٣	٠.٥٥	٠.٥٦	معامل الارتباط
		٨	٧	٦	رقم العبارة
		٠.٦٤	٠.٤٤	٠.٥٩	معامل الارتباط
	١٢	١١	١٠	٩	رقم العبارة
	٠.٥٨	٠.٦٦	٠.٥٢	٠.٦٩	معامل الارتباط

قيمة (ر) الجدولية عند مستوي دلالة ( ٠.٠٥ ) = ٠.٣٩٦

يتضح من جدول (٣) ما يلي:

- تراوحت معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للاستبيان ما بين (٠.٤٤ : ٠.٧٣) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائياً مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي للاستبيان.

### جدول (٤)

معامل الارتباط بين درجة كل محور والدرجة الكلية لاستبيان دوافع العمل  
للعاملين في مجال السياحة الترويحية بأسوان (ن = ٢٥)

معامل الارتباط	المحاور
٠.٨٧	الدوافع المادية
٠.٦٧	الدوافع المهنية
٠.٨١	الدوافع الثقافية

قيمة (ر) الجدولية عند مستوي دلالة ( ٠.٠٥ ) = ٠.٣٩٦

يتضح من جدول (٤) ما يلي :

- تراوحت معاملات الارتباط بين درجة كل محور والدرجة الكلية للاستبيان ما بين (٠.٦٧ : ٠.٨٧) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائياً مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي للاستبيان.

ب . الثبات:

لحساب ثبات الاستبيان قام الباحثون باستخدام معامل ألفا لكرونباخ وذلك بتطبيقها على عينة قوامها (٢٥) فرداً من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأصلية، والجدول التالي (٥) يوضح ذلك.

#### جدول ( ٥ )

معاملات الثبات باستخدام معامل ألفا لكرونباخ لاستبيان دوافع العمل  
للعاملين في مجال السياحة الترويحية بأسوان (ن = ٢٥)

المحاور	معامل الفا
الدوافع المادية	٠.٧٨
الدوافع المهنية	٠.٧٥
الدوافع الثقافية	٠.٧٤
الدرجة الكلية	٠.٨٤

يتضح من جدول (٥) ما يلي:

- تراوحت معاملات ألفا للاستبيان ما بين (٠.٧٤ : ٠.٨٤) وهى معاملات دالة إحصائياً مما يشير إلى ثبات الاستبيان.

## خطوات البحث:

### أ- الدراسة الاستطلاعية:

قام الباحثون بأجراء دراسة استطلاعية لأداة جمع البيانات حيث قام بتطبيقها على عينة من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأساسية في الفترة من ١٥/١/٢٠٢١م إلى ١٠/١/٢٠٢١م وذلك بغرض التعرف على مدى مناسبتها وعلاقتها بالتطبيق على تلك العينة.

### ب- تطبيق البحث:

بعد تحديد العينة واختبار أداة جمع البيانات والتأكد من صدقها وثباتها قام الباحثون بتطبيقها على جميع أفراد العينة قيد البحث وكانت فترة التطبيق من ١٥/٢/٢٠٢١م إلى ٢٥/٢/٢٠٢١م.

### ج- تصحيح استمارات الاستبيان:

بعد الانتهاء من التطبيق قام الباحثون بتصحيح الاستمارات طبقاً للتعليمات الموجودة والموضحة سابقاً وبعد الانتهاء من عملية التصحيح قام الباحثون برصد الدرجات وذلك تمهيداً لمعالجتها إحصائياً.

### المعالجات الإحصائية:

- النسبة المئوية.
- معامل الارتباط.
- معامل الفا لكرونباخ .
- الدرجة المقدرة.
- مربع كا .

وقد ارتضى الباحثون مستوى دلالة عند مستوى (٠.٠٥)، كما استخدم برنامج Spss لحساب بعض المعاملات الإحصائية.

عرض النتائج ومناقشتها وتفسيرها:

### الإجابة على التساؤل الأول الذي ينص على:

ما دوافع المادية للعمل فى مجال السياحة الترويحية للعاملين بأسوان؟

### جدول (٦)

الدرجة المقدره والنسبة المئوية والترتيب ومربع كا لآراء العينة بالنسبة لعبارات  
المحور الأول (الدوافع المادية) (ن = ٧١)

م	العبارات	الاستجابة			الدرجة المقدره	النسبة المئوية	قيمة كا <sup>٢</sup>
		موافق بدرجة كبيرة	موافق بدرجة متوسطة	غير موافق			
١.	تتيح لي مرتب كبير	52	19	-	194	91.08	58.51
٢.	تزيد أرباحي عند القيام بعمل إضافي	8	16	47	103	48.36	35.86
٣.	يفتح لي العمل في مجالات أخرى	15	50	6	151	70.89	45.66
٤.	تكوين علاقات تتيح لي السفر للخارج	62	9	-	204	95.77	94.85
٥.	أتوارث هذا العمل من العائلة ولي فيه خبرة كبيرة	23	8	40	125	58.69	21.66
الدرجة الكلية للمحور					777	72.96	

يتضح من جدول (٦):

- تراوحت النسبة المئوية لآراء عينة البحث فى عبارات المحور الأول (الدوافع المادية) ما بين (٤٨.٣٦% : ٩٥.٧٧%).
- توجد فروق دالة إحصائياً بين آراء عينة البحث فى عبارات (١ ، ٤) وفى اتجاه الموافقة بدرجة كبيرة.
- توجد فروق دالة إحصائياً بين آراء عينة البحث فى عبارة (٣) وفى اتجاه الموافقة بدرجة متوسطة.

- توجد فروق دالة إحصائياً بين آراء عينة البحث في عبارات (٢، ٥) وفي اتجاه عدم الموافقة.

الإجابة علي التساؤل الثاني الذي ينص علي:

ما دوافع المهنية للعمل في مجال السياحة الترويحية للعاملين بأسوان؟

جدول (٧)

الدرجة المقدره والنسبة المئوية والترتيب ومربع كا لآراء العينة بالنسبة لعبارات

المحور الثاني (الدوافع المهنية) (ن = ٧١)

م	العبارات	الاستجابة			الدرجة المقدره	النسبة المئوية	قيمة كا <sup>٢</sup>
		موافق بدرجة كبيرة	موافق بدرجة متوسطة	غير موافق			
٦.	أحب العمل في هذا المجال	61	10	-	203	95.31	90.45
٧.	أجيد التعامل مع السائحين	36	35	-	178	83.57	35.52
٨.	هذا العمل ممتع وغير روتيني	55	15	1	196	92.02	66.37
	الدرجة الكلية للمحور				577	90.30	

يتضح من جدول (٧):

- تراوحت النسبة المئوية لآراء عينة البحث في عبارات المحور الثاني (الدوافع المهنية) ما بين (٨٣.٥٧% : ٩٥.٣١%).
- توجد فروق دالة إحصائياً بين آراء عينة البحث في جميع العبارات وفي اتجاه الموافقة بدرجة كبيرة.

الإجابة علي التساؤل الثالث الذي ينص علي:

ما دوافع الثقافية للعمل في مجال السياحة الترويحية للعاملين بأسوان؟



### جدول (٨)

الدرجة المقدره والنسبة المئوية والترتيب ومربع كا لآراء العينة بالنسبة لعبارات  
المحور الثالث (الدوافع الثقافية) (ن = ٧١)

م	العبارات	الاستجابة			الدرجة المقدره	النسبة المئوية	قيمة كا <sup>٢</sup>
		موافق بدرجة كبيرة	موافق بدرجة متوسطة	غير موافق			
٩.	التعرف على ثقافات أخرى	51	14	6	187	87.79	48.70
١٠.	اكتساب بعض اللغات	59	12	-	201	94.37	82.17
١١.	اكتساب معلومات ومعارف جديدة	58	13	-	200	93.90	78.28
١٢.	أعرف العديد من عادات وتقاليد بعض البلدان	23	47	1	164	77.00	44.73
					752	88.27	

يتضح من جدول (٨):

- تراوحت النسبة المئوية لآراء عينة البحث في عبارات المحور الثالث (الدوافع الثقافية) ما بين (٧٧.٠٠% : ٩٤.٣٧%).
- توجد فروق دالة إحصائياً بين آراء عينة البحث في عبارات (٩، ١٠، ١١) وفي اتجاه الموافقة بدرجة كبيرة.
- توجد فروق دالة إحصائياً بين آراء عينة البحث في عبارة (١٢) وفي اتجاه الموافقة بدرجة متوسطة.

## جدول (٩)

الدرجة المقدره والنسبة المئوية والترتيب لدوافع العمل فى مجال السياحة الترويحية

للعاملين بأسوان (ن = ٧١)

الترتيب	النسبة المئوية	الدرجة المقدره	المحور
٣	72.96%	777	الدوافع المادية
١	90.30%	577	الدوافع المهنية
٢	88.27%	752	الدوافع الثقافية
	83.84	2106	الدرجة الكلية

يتضح من جدول (٩) ما يلي:

- تراوحت النسبة المئوية لدوافع العمل فى مجال السياحة الترويحية للعاملين بمحافظة أسوان ما بين (٧٢.٩٦% : ٩٠.٣٠%)، حيث جاء فى الترتيب الأول محور (الدوافع المهنية)، بينما جاء فى الترتيب الثانى محور (الدوافع الثقافية)، بينما جاء فى الترتيب الثالث والأخير محور (الدوافع المادية).

ويرجع الباحثون نتائج جدول رقم(٦) إلى أن العمل فى مجال السياحة يتيح للعاملين بها مرتب كبير ومجزى تساعد فى الحياة وترضى تطلعات وطموحات العاملين بها، كما أنه من خلالها يمكن للعاملين تكوين علاقات تتيح لهم السفر للخارج من خلال تكوين العلاقات مع مختلف الجنسيات القادمة إلى السياحة فى مصر وخاصة أسوان.

كما أن مجالات العمل فى السياحة قد تفتح للعاملين فى بعض الأحيان العمل فى مجالات أخرى نظرا للخبرات التى يحصل عليها العاملين ويرغبها سوق العمل فى كيفية التعامل مع السائحين والجهات المختلفة وخاصة الأجنبية.

وبالرغم من ذلك فإن العمل في مجال السياحة لا يزيد من أرباح العاملين عند القيام بعمل إضافي نظرا لأنه يشغل معظم الوقت لارتباطه بفريق السائحين المكلف بمراقبتهم خلال فترة التواجد في أسوان، كما أن المهنة لا تتوارث من العائلة ولا تكتسب الخبرات إلا من خلال العمل المباشر فيها.

كما يعزو الباحثون نتائج جدول (٧) إلى أن هناك العديد من الدوافع المهنية التي تدفع العاملين للعمل في مجال السياحة والتي من أهمها حب العمل في هذا المجال واعتباره عمل ممتع ولا يوجد به الشق الروتيني وكذلك إجابة التعامل مع السائحين مما يسهم في زيادة دافعية العاملين نحو الإقبال علي العمل في مجال السياحة.

ويرجع الباحثون نتائج جدول رقم (٨) إلى أن من أهم الدوافع الثقافية التي تتيحها طبيعة العمل في مجال السياحة بالنسبة للعاملين من خلال التعرف علي ثقافات أخرى مختلفة لمختلف الجنسيات واكتساب العديد من اللغات من خلال التعامل مع مختلف الجنسيات واكتساب العديد من المعلومات والمعارف الجديدة، كما أنها تتيح بشكل متوسط التعرف علي عادات وتقاليد الدول المختلفة نتيجة الاحتكاك لفترة غير كافية بالسائحين الأمر الذي يجعل فرصة الاختلاط الكامل بالثقافات محدودة نظرا لمحدودية الوقت.

وهذا ما أشارت إليه دراسة "هاله الصبى" (٢٠٠١) (١١) حيث كان من أهم النتائج إمكانات السياحة الرياضية تعتبر من أهم أساسيات نجاح وترويج السياحة الرياضية في مصر - على الرغم من توافر الإمكانيات الطبيعية للسياحة الرياضية في مصر إلا انه لا يتوفر منشآت وكوادر قادرة على استغلال هذه الإمكانيات لزيادة الدخل القومي وترويج هذا النمط السياحي. هناك قصور في أداء التسويق والأعلام لدورهم في نجاح السياحة الرياضية المصرية.

ويرجع الباحثون نتائج جدول رقم (٩) إلى أن دوافع العاملين المرتبطة بالمهنة من أهم الدوافع التي تزيد من إقبال ودافعية العاملين علي الانتماء إلى مهنة السياحة كما أن الدوافع الأخرى تشكل قدراً كبيراً في دافعية العاملين نحو المهنة والمتمثلة في الدوافع الثقافية التي تنمي

لدى الفرد الثقافات المختلفة وتزيد من معلوماته ومهاراته وكذلك الدوافع المادية التي تكون الدخل الاقتصادي للفرد وتزيد من موارده المادية.

### الإجابة على التساؤل الرابع الذي ينص على:

ما الخطة المقترحة للعمل فى مجال السياحة الترويجية للعاملين بأسوان؟

من خلال استنتاجات البحث قام الباحثون بوضع خطة مقترحة للعمل فى مجال السياحة الترويجية بمحافظة أسوان وكما هو موضح فى جدول رقم (١٠)

### جدول رقم (١٠)

#### الخطة المقترحة للعمل فى مجال السياحة الترويجية فى محافظة أسوان

الملاحظات	المحتوى	المحاور
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• وضع محافظة أسوان على الخريطة السياحية العالمية والدولية والمحلية وكذلك الاهتمام بمتطلبات العاملين للوصول إلى العالمية فى هذا المجال.</li> <li>• وضع استراتيجية شاملة للعمل فى مجال السياحة الترويجية فى محافظة أسوان.</li> <li>• تحديد ما يلزم أن تقوم به الجهات المسؤولة والمنوة بإدارة شئون العاملين فى مجال السياحة وأنشاء نقابة لكل العاملين فى المجال السياحي يحافظ على حقوقهم.</li> <li>• فتح فرص الاستثمار المحلى والأجنبي فى المنشآت الرياضية لتوسع قاعدة فرص العمل للعاملين فى السياحة الترويجية والرياضية.</li> </ul>	أهداف الخطة
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• نشر ثقافة كيفية العمل فى المجال السياحية وكيفية التعامل مع السائحين.</li> <li>• الاهتمام بإعداد برامج وأنشطة فى مختلف الرياضات الجاذبة</li> </ul>	السياسة العامة للخطة

	<p>للسياحة الرياضية لفتح فرص عمل أكبر.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● دعم وتطوير الأنشطة التي لا تعتبر ذات جذب سياحي ووضعها في صورة أنشطة ترويجية تتناسب مع طبيعة السياحة الرياضية.</li> <li>● تطور الجوانب الإدارية وجانب التخطيط للأنشطة الرياضية الجاذبة للسياحة الرياضية.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● بنية تحتية (منشآت)</li> <li>● كوادر بشرية.</li> <li>● موارد مالية.</li> <li>● مقومات طبيعية وجغرافية.</li> <li>● إدارة مختصة للعاملين في السياحة الترويجية والرياضية.</li> <li>● التخطيط والبرامج والأنشطة.</li> <li>● التعاون بين الهيئات.</li> <li>● وسائل أعلام للدعاية.</li> <li>● التمويل والاستثمار.</li> </ul>	<p>مقومات الخطة</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● التخطيط العلمي للسياحة الترويجية بمحافظة أسوان.</li> <li>● الاستعانة بالدراسات العلمية والبحوث والاستفادة من تجارب الدول الأخرى والمتقدمة في هذا المجال.</li> <li>● تنظيم برامج توعية للسياحة الترويجية في محافظة أسوان.</li> <li>● فتح أقسام في كليات التربية الرياضية والسياحة والفنادق لإعداد كوادر بشرية في مجال السياحة الترويجية.</li> <li>● تحديد المحتوى العلمي اللازم لإعداد متخصصين في مجال العمل السياحي وفي السياحة الترويجية.</li> <li>● استقدام ودعوة الخبراء الدوليين والعالميين في مجال السياحة الرياضية والترويجية للاستفادة منهم.</li> </ul>	<p>إجراءات الخطة</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• وضع خطط لفتح فرص عمل في مجال السياحة الترويحية والرياضية في أسوان.</li> <li>• التركيز على المنافسة في تقديم أفضل الأنشطة والبرامج والخدمات السياحية عامتا والسياحة الترويحية والرياضية خاصة في أسوان.</li> <li>• التخطيط لإيجاد خطوط اتصال واضحة بين الجهات المعنية بالرياضة والسياحة والعاملين في هذا المجال.</li> <li>• العمل على تحديد مهام واختصاصات إدارة السياحة الترويحية والرياضية والعاملين فيها.</li> <li>• العمل على إيجاد حلول للمشكلات والعقبات التي تواجه العاملين في مجال السياحة.</li> <li>• العمل على عقد مؤتمرات وندوات لصقل العاملين في مجال السياحة بأسوان.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• وضع إدارة مستقلة للمتابعة والتقييم .</li> <li>• تتم المتابعة باستخدام الأسلوب العلمي للتعرف على المخاطر والأزمات التي تواجه العاملين وأوجه القصور حيث يمكن أن يستدل على مدى نجاح التصور من خلال مدى مناسبة الإمكانيات والمنشآت وعددها لمتطلبات وحاجات الأفراد العاملين في السياحة.</li> <li>• التوازن ما بين متطلبات العاملين وأماكن العمل والخدمة المقدمة ونوعية السائحين دون التركيز على هدف دون الآخر.</li> </ul>	<p>وسائل المتابعة والتقويم</p>

الاستخلاصات:

١. وجود العديد من دوافع العمل المادية التي تدفع العاملين في مجال السياحة بمحافظة أسوان والتي من أهمها تكوين علاقات تتيح لهم السفر للخارج والراتب الكبير.
٢. وجود العديد من دوافع العمل المهنية التي تدفع العاملين في مجال السياحة بمحافظة أسوان والتي من أهمها حب العمل في هذا المجال وأن العمل ممتع وغير روتيني.
٣. وجود العديد من دوافع العمل الثقافية التي تدفع العاملين في مجال السياحة بمحافظة أسوان والتي من أهمها اكتساب بعض اللغات والمعلومات والمعارف الجديدة.
٤. أكثر دوافع العمل التي تدفع العاملين للعمل في مجال السياحة بمحافظة أسوان هي الدوافع المهنية تليها الدوافع الثقافية تليها الدوافع المادية.

#### التوصيات:

#### في ضوء نتائج البحث يوصي الباحثين بما يلي:

١. العمل على تطبيق الخطة المقترحة في الدراسة من خلال وزارتي الرياضة والسياحة.
٢. العمل على استغلال المقومات الطبيعية والجغرافية في مجال السياحة الترويحية وفتح فرص عمل للشباب.
٣. الاهتمام باستضافة البطولات والأحداث الرياضية مما يزيد من فرص العمل وزيادة دخل الأفراد كذلك زيادة الدخل القومي للدولة .
٤. ضرورة وضع استراتيجية شاملة للسياحة الترويحية والرياضية من قبل وزارتي الرياضة والسياحة ومراعاة الفئة العاملة في هذا المجال.
٥. تشجيع الاستثمار من خلال فتح فرص الاستثمار وكذلك فرص عمل ودعم المستثمرين للارتقاء بالسياحة الرياضية والترويحية.

## المراجع

### أولاً : المراجع العربية:

١. إبراهيم عبد المقصود: **السياحة والرياضة**، سلسلة دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٩٦م.
٢. الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، **عدد السائحين في مصر خلال عام ٢٠١٠** - ٢٠١١، ٢٠١١م.
٣. سامي محمد الشريف: **الإعلام السياحي**، طبعة ٣، دار النهضة، القاهرة، ٢٠٠٦م.
٤. سيد عبد الحميد: **أساليب الجذب في بعض المؤسسات الترويحية الاستثمارية**، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، ٢٠٠٣م.
٥. صابر حسن: **تقويم أنشطة الترويج بالمشروعات السياحية في مصر**، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، ٢٠٠٢م.
٦. عبد الحميد محمد: **دراسة مسحية لأنشطة الترويحية في القرى السياحية لمحافظة البحر الأحمر**، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٦م.
٧. محمد البنا: **اقتصاديات السياحة والفنادق**، ط١، مكتبة الزهراء الشرق، القاهرة، ٢٠٠٢م.
٨. محمود طلبة: **سيكولوجية الترويج وأوقات الفراغ**، ط٢، مكتبة الفلاح، القاهرة، ٢٠٠٩م.
٩. محمود طلبة: **مدخل إلى الترويج وأوقات الفراغ**، ط٢، دار المعرفة، المنيا، ٢٠١٢م.
١٠. محمود محمد خلف: **جغرافية مصر السياحية**، دار أتون للنشر، الأقصر، ٢٠٠٧م.
١١. هالة الصبي: **تقويم أنشطة الترويج الرياضي للمشروعات السياحية في جمهورية مصر العربية**، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة طنطا، ٢٠٠١م.
١٢. هدى لطيف: **السياحة النظرية والتطبيق**، الشركة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٤م.



١٣. يسري إبراهيم دعبس: السياحة المصرية بين المقومات والتحديات، رؤية انتربولوجيا  
السياحة، البيطاش، سنتر للنشر والتوزيع، الإسكندرية، ٢٠٠٣م.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

14.Chen Chao Chien , the impact of recreation sports facilities on un\_iversity student's social interaction and campus culture , phd , university of the Incarnate word, Carleton William, 2002.

## **A proposed plan to work in the field of recreational tourism in Aswan Governorate**

\* Prof. Dr. Adel Abdel Moneim Makki

\*\* Dr. Walid Rizk Amin

\*\*\* Dr. / Mohamed Hamed Fathy

\*\*\*\* Researcher / Iman Ahmed Abdel Shafi

---

---

### **Introduction and research problem:**

Tourism in general and recreational tourism in particular has become one of the most important service industries in all developed and developing countries alike, as a result of the advantages that are achieved from this activity, whether from an economic or social point of view ... etc., and Egypt is considered one of the countries that rely heavily on Tourism Industry We find that Egypt ranked 75th out of 139 countries in terms of the global tourism and travel competitiveness scale for 2011 (World Economic Forum) in a way that is not commensurate with the importance and position of this country. In line with the difficult conditions that Egypt is going through at the present time, the Egyptian tourism sector has become in dire need to search for several means through which it can improve the mental image of Egypt as a tourist destination and work to attract many markets to Egypt in a manner commensurate with its value and importance (2: 16)

Tourism is one of the social phenomena that have arisen since the earth and what is on it was created. Tourism is traditionally linked to the civilizational heritage of mankind. Through the discovery of archaeological areas, the so-called archeology square appeared, but the tremendous development in the field of communications and means of transportation has contributed to the emergence of new patterns on the

global map for tourism such as recreational, medical and sports tourism. (10:11)

The process of developing plans and strategies is one of the important processes in various fields, especially tourism, as it is considered one of the most important and most effective sectors, as there has been an increase in interest in tourism as science, art and practice and its role in the global, national and local economy. (3: 3)

Hence, the recreational tourism sector, especially the international one, is considered a productive activity that provides services and products that contribute to the increase in production and the growth of national income, its foreign transactions within the balance of services in the balance of payments of the state. (7:22)

Aswan is the flower of the Egyptian south and the creativity of a global winter resort and has many tourist sites, as the city of Aswan is located on the eastern bank of the Nile at a distance of 899 km south of Cairo, and it is a link between Egypt and Sudan, and thus it is the gateway to the African continent, making it an important commercial center. (10:10)

Tourism in Egypt is a major pillar of comprehensive development, as it is a major source of foreign currency for the national economy and absorbs a lot of manpower, and is associated with a large number of nutritious and complementary industries and services such as transportation, transportation, food and beverages, accommodation and entertainment, which made it the future industry in Egypt.

Recreational tourism is one of the most important tourism activities in various countries of the world, and it no longer attracts tourists just to see ancient archaeological stones, but they prefer to practice various recreational activities in the embrace of nature, so it is necessary to pay attention to recreational tourism activities that work to

attract tourism to Aswan and contribute to advancing economic development. Where there is a new global trend to link tourism with recreation in a way that achieves the service of each of them to the other, the majority of people prefer to spend vacations and free time in practicing aspects of recreational activity in developed countries, so we must pay attention to various recreational activities to achieve tourist attractions to Egypt and highlight tourism places, which may help in This is because Egypt has a tourist geography and climatic conditions that make it suitable for recreational tourism throughout the year.

Based on the foregoing, there are many problems and obstacles facing recreational tourism as one of the important factors in the increase or decrease in the number of workers in the tourism field, regardless of their "qualifications, age stages" at the regional and international level, and also did not find any study that touched the opinions of workers in the field Tourism themselves and their motives towards working in the field of recreational tourism in Aswan, and that most studies focused on the opinions of the owners of tourism projects and not workers in the field of tourism.

Through the experience of researchers and their hesitation to tourist places in Aswan, they noticed a decline in the percentage of workers in the tourism field in Aswan, and this may be due to a set of factors, the most prominent of which are political events and the consequent instability of the security situation, as well as the spread of some epidemics such as the Corona epidemic, as well as the presence of deficiencies in Some other aspects, such as the low level of available salaries as well as the lack of trained workers, which prompted researchers to think of developing a proposed plan to work in the field of recreational tourism in the Aswan Governorate, in order to benefit from the process of linking recreational tourism with the requirements of its

workers, and to contribute to finding radical solutions for them and raising the level The subsistence and national income of the state.

### **Conclusions:**

1. The existence of many material work motives that motivate workers in the tourism field in Aswan Governorate, the most important of which is the formation of relationships that allow them to travel abroad and earn a large salary.
2. There are many professional work motives that motivate workers in the tourism field in Aswan Governorate, the most important of which is the love of working in this field and that work is fun and not routine.
3. The existence of many cultural work motives that drive workers in the field of tourism in Aswan Governorate, the most important of which is the acquisition of some new languages, information and knowledge.
4. The most work motives that drive workers to work in the tourism field in Aswan Governorate are professional motives, followed by cultural motives, followed by material motives.

## **Recommendations:**

**In light of the research results, researchers recommend the following:**

1. Work to implement the plan proposed in the study through the Ministries of Sports and Tourism.
2. Working on exploiting the natural and geographical factors in the field of recreational tourism and opening job opportunities for young people.
3. Interest in hosting tournaments and sporting events, which increases job opportunities and increases the income of individuals as well as increases the national income of the state.
4. The necessity of developing a comprehensive strategy for recreational and sports tourism by the ministries of sports and tourism, taking into account the working group in this field.
5. Encouraging investment by opening investment opportunities as well as job opportunities and supporting investors to promote sports and recreational tourism.