

السياحة الرياضية كأحد دعائم السياحة المستدامة
لرؤية مصر ٢٠٣٠ - دراسة تحليلية

د/ خالد محمد سمير محمد^١

المقدمة ومشكلة البحث:

تعكس السياحة مدى التقدم الحضاري والعلمي لشعوب الأرض كونها نشاط إنساني حركي لها أبعادها الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والرياضية، فهي تجمع في مظلتها كثير من الصناعات والقطاعات المختلفة مثل صناعة النقل والفنادق وقطاع الإعلام والبنوك والتأمين، فانتعاش السياحة سيؤدي إلى انتعاش كل هذه الصناعات، وأصبحت الدول المتقدمة تعتبر السياحة من أهم ضرورات الحياة المعاصرة، حيث أن شعوب هذه الدول ترى أن السياحة جزء لا يتجزأ من الثقافة والبنين الفكري والارتقاء الحسي والوجداني للإنسان، وأنها أحسن السبل لكي يصل الإنسان إلى التفوق والإبداع في عمله. (٤ : ٢٢)

ومما لا شك فيه أن السياحة أصبحت من أكبر الصناعات في العالم فهي تلعب دوراً مهماً في عملية التنمية المستدامة، فالسياحة من منظور اقتصادي هي عبارة عن نشاط إنتاجي قائم بحد ذاته له مدخلاته ومخرجاته، الأمر الذي جعلها تمثل مصدراً رئيسياً للدخل في العديد من دول العالم، كما يتميز المردود المادي للسياحة عن غيره من مردودات المرافق الإنتاجية بأنه مردود متفرع ومتشعب، وتستفيد منه مختلف النشاطات سواء كانت اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية أو ثقافية وغيرها من النشاطات الأخرى. (٩ : ٢)

كما أصبحت السياحة تحظى في الكثير من دول العالم باهتمام كبير من قبل الحكومات والباحثين، وكذلك الممارسين من رجال الأعمال، كونها تمثل قطاعاً اقتصادياً يعمل على ضخ العملات الصعبة وجذب الاستثمارات الأجنبية ويوفر أعداداً لا يستهان بها من فرص العمل، حيث تشير الإحصائيات الخاصة بمجلس السياحة والسفر العالمي (W.T.T.C) إلى أنه في كل ثانيين ونصف تتيح صناعة السياحة فرص عمل على مستوى العالم، لذا أصبح الجميع اليوم يتحدثون عن ثورة سياحية فعلية. (١٥ : ١٠)

وتعتبر قضايا التنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية هي أعمدة التنمية المستدامة، ويعتمد المستقبل على مدى القدرة البشرية على إحداث التوازن بين هذه العناصر الثلاثة، ونظراً لأهمية

^١ ضابط قوات مسلحة بالمعاش.

السياحة في الاقتصاد العالمي والقومي، فان السياحة تصبح قطاعاً اقتصادياً رائداً للتنمية المستدامة، وفي نفس الوقت تلعب السياحة المستدامة دوراً هاماً في جعل الحفاظ على الموارد الطبيعية والثقافية الهدف الرئيسي للمشروعات السياحية، وأصبحت السياحة هي أكثر الأنشطة صداقة للبيئة، فالمستثمر يلتزم ذاتياً بالحفاظ على البيئة لأنه يسوقها باعتبارها أحد مكونات المنتج السياحي، ويحافظ عليها لأنها تشكل الخلفية التي لا يستطيع من دونها أن يبيع منتجاً سياحياً في الحاضر أو المستقبل. (١١ : ٤)

تعد التنمية السياحية أحد أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة لما لها من قدرة على تحسين ميزان المدفوعات وتوفير فرص عمل وخلق فرص للدخل، فضلاً عن المساهمة في تحسين أسلوب ونمط الحياة الاجتماعية والثقافية لعموم افراد المجتمع. وأن الاهتمام المتزايد بالسياحة دفع الى تعاظم دورها في التنمية حيث تشجيع الاستثمار في انشاء المشروعات السياحية في اطار الاعفاءات الضريبية على واردات السياحة، كما ستوفر فرصاً مهمة لمساهمة الدول في انشاء مشاريع البنية التحتية في البلاد، ويُعد قطاع السياحة رانداً في خلق التشابكات مع بقية الفروع والانشطة الاقتصادية. (١١ : ١٧)

والتنمية السياحية المتوازنة والمستدامة تعتبر من أحدث المفاهيم السياحية، وتشمل مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق التوسع المستمر المتوازن في الموارد السياحية، وزيادة الجودة وترشيد الإنتاجية في مختلف الخدمات السياحية، سواء كان ذلك بالنسبة للسياحة الدولية أو الداخلية، وهي عملية مركبة المكونات، متشعبة الجوانب تضم عناصر متعددة متداخلة ومتفاعلة تقوم على محاولة علمية وتطبيقية للوصول إلى الاستغلال الأمثل لعناصر الإنتاج السياحي الأولية من إطار طبيعي وتراث حضاري تسندها قاعدة كاملة من البنية الأساسية من خلال التقدم العلمي والتكنولوجي، وربط كل ذلك بعناصر البيئة واستخدامات الطاقة الجديدة وتنمية مصادر الثروة البشرية للقيام بدورها الفعال في برامج التنمية على ضوء طلب سياحي متنوع يتواكب ويتزامن مع تنمية العرض السياحي.

(١١ : ١٣)

ويذكر جاسم محمد عبد الحكيم (٢٠٠٣م) نقلاً عن ابراهيم عبد المقصود (١٩٩٦م) انه بدأ توجه عالمي جديد لربط السياحة بالرياضة بما يحقق خدمة كل منهما للآخر، فمعظم الناس في أي مجتمع يفضلون قضاء الاجازات ويشغلون وقت الفراغ المتاح لهم في ممارسة أو مشاهدة أوجه الأنشطة الرياضية في الدول الأكثر تقدماً بالنسبة لهم. (٦ : ٢٩)

لذلك أصبحت سياحة العصر هي السياحة النشطة، ولكل منهما خصوصيته التي توضح أهميته للآخر، وعلى سبيل المثل سياحة من الوجهة الرياضية توفر الغرض لممارسة الرياضات المختلفة وخاصة التي تتطلب امكانات خاصة سواء طبيعية أو غير طبيعية وهي التي تعتمد على المعدات التي تكفل ممارستها مثل (الجولف والفروسية والتزلج والتسلق والصيد والتنس الارضي ومختلف الرياضات المائية)، أما الرياضة فهي من الوجهة السياحية تشبع رغبات الناس وتجعلهم يترددون على الأماكن التي تحقق هذه الرغبة وتهيئ الظروف للإقامة بصورة اطول بل تربطهم بها لسنوات طوال. (٦ : ٢٩)

وتعتبر السياحة الرياضية من أهم أنواع السياحة التي تساهم بشكل فعال في تنشيط السياحة سواء الداخلية أو الخارجية، ورفع الاقتصاد الوطني عن طريق إقامة البطولات والمسابقات الرياضية لجذب أعداد كبيرة من السائحين بغرس المشاركة في هذه البطولات الرياضية، فالرياضة ليست منافسات فقط بل أصبحت صناعة وسياحة وتجارة رابحة. (٨ : ٢٨)

ويذكر عباس رجائي (٢٠١٣) أن السياحة الرياضية من المصادر الهامة التي تستخدمها الدول، في تسويق السياحة إلبيا، حيث يتوافد المشاركون في الرياضات المختلفة والذين يستمتعون بمشاهدة أو ممارسة تلك الأنشطة، فهي تتطلب إنشاء بنية تحتية قوية، على مستوى عالي من التقدم والتطور وتوفير وسائل اتصالات، وفنادق مميزة بمختلف الأسعار، حيث يحتاج إلى استثمار أموال كبيرة وضخمة لزيادة المقومات السياحية لتلك الدول. (١٣ : ٣١)

ويشير كلا من مدحت قاسم، أحمد عبد الفتاح (٢٠١٣م) أن هناك توقعات بأن تصبح السياحة الرياضية من أكبر الصناعات في العالم مع بدايات القرن الحالي، فالسياحة الرياضية أصبحت واضحة وجلية ودخلت مجال التسويق، والمثال على ذلك المباريات في الاولمبياد، والبطولات العالمية، فنشر السياحة عن طريق الأنشطة الرياضية يفتح مجالاً نشطاً وجديداً لصناعة السياحة في الدول التي تتمتع بمقومات تلك السياحة، كما يضيف عائداً جديداً للإيرادات السياحية في هذه الدول. (١٦ : ٣٣)

وقد ظهر هذا النوع من السياحة (السياحة الرياضية) في كثير من الدول وخاصة الدول المتقدمة ذات المستوى المعيشي المرتفع والتي تتوافر بها المنشآت الرياضية من ملاعب وأدوات وغير ذلك من مقومات السياحة كالطقس المناسب لممارسة الألعاب والرياضات المختلفة والموقع الجغرافي المناسب وتتمتع جمهورية مصر العربية بكثير من هذه المقومات. (٧ : ٥)

ويرى أحمد عمرو إبراهيم (٢٠١٤م) أن السياحة الرياضية أكثر أنواع السياحة شيوعاً على مستوى العالم فهذا النوع يشمل فروعاً متعددة للسياحة، حيث تعتبر للسياحة الرياضية هي مؤشر لتطوير قطاع السياحة في أي بلد سياحي، كما انها تمثل حجم العائدات من السياحة في الموسم السياحي السنوي على الاقتصاد القومي. (٢ : ٣)

فتتمية السياحة الرياضية أحد الأساليب الفعالة لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدولة عن طريق عمل نوع من التجانس والتوافق والتنسيق بين مختلف القطاعات الإنتاجية والخدمية لإحراز التقدم في الحياة ومستوياتها وتحقيق الرخاء للمواطنين ولايتصور أن يتحقق كل ذلك كهدف نهائي إلا بتحقيق الأهداف المرحلية في القطاعات الإنتاجية والخدمية على اختلافها ومن بينها القطاعين السياحي والرياضي، فالعمل على تحقيق تنمية السياحة الرياضية بالمعنى المتكامل هو هدف في حد ذاته، وفي الوقت ذاته هو مرحلة من مراحل تحقيق هدف أكبر هو تحقيق التنمية المستدامة في الدولة. (١١ : ١٣)

وتهتم مصر مثل باقي دول العالم بالترويج للسياحة الرياضية لمقومات مصر السياحية وشواطئها المختلفة التي تساعدها على جذب السائح الرياضي وتنشيط الحركة السياحية علي المستوى المحلي والعالمي، ويظهر ذلك الاهتمام بمدى مساهمة السياحة عموماً والسياحة الرياضية على وجه الخصوص في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة من خلال ما تصدره منظمة السياحة العالمية من تقارير، ومن خلال ما تبنته من مبادرات بهدف جعل السياحة المستدامة من أهم عوامل تحقيق التنمية في الدول المتقدمة والنامية على حدٍ سواء. (١٠ : ٣٠٣)

كما أهتمت جمهورية مصر العربية بالفعاليات والأنشطة الرياضية بشكل ملحوظ حيث قدمت رؤية ٢٠٣٠ فرصاً جديدة في صناعة الرياضة للشركات المحلية والدولية في محاولة لتعزيز مشاركة الشباب في الرياضة والاستفادة من القطاع الخاص في معالجة فجوات البنية التحتية والمعرفة والسعي لتحقيق سمعة وطنية من خلال الريادة في مجال الرياضة، مما ينتج عنه جذب لكثير من الزائرين والسياح. (٢٣)

أصبحت السياحة من أهم الأنشطة المولدة للعائدات المالية والمساهمة في التجارة العالمية، بل هناك من يعتبرها من بين صناعات المستقبل وإذا ما أضيف إليها مفهوم الاستدامة الذي يعني ممارسة السياحة الرياضية المستدامة مع الحفاظ على مواردها من أجل الأجيال القادمة، وعلى غير ما يعتقد الكثير فإن تطبيق مفهوم السياحة الرياضية المستدامة لا يعد مكلفاً من الناحية المادية وإنما

له عوائد مادية ومعنوية على المؤسسات السياحية والاقتصاد الوطني ككل، ونظراً لعدم وجود دراسات سابقة تناولت دور السياحة الرياضية كأحد دعائم تحقيق التنمية السياحية المستدامة وفقاً لرؤية مصر ٢٠٣٠، على حد علم الباحث، فإن هناك فجوة علمية واضحة حيث لم تتطرق أي من الدراسات السابقة إلى التعرف على دور السياحة الرياضية في تحقيق التنمية السياحية المستدامة، ومن هذا المنطلق تتبلور مشكلة الدراسة الحالية في الإجابة عن السؤال الرئيس التالي: " ما هو دور السياحة الرياضية كأحد دعائم تحقيق التنمية السياحية المستدامة وفقاً لرؤية مصر ٢٠٣٠؟".

أهمية البحث والحاجة إليه :

تبرز أهمية هذا البحث والحاجة إليه، فيما يلي:-

أولاً: الأهمية العلمية (النظرية):

يُسهّم البحث في سد الفجوة العلمية التي أغفلت عنها الدراسات السابقة في السياحة الرياضية ودوره في تحقيق التنمية السياحية المستدامة في جمهورية مصر العربية في ضوء رؤية ٢٠٣٠. كما تنبع أهمية هذا البحث من أهمية دراسة مفهوم التنمية السياحية المستدامة كمفهوم جديد بمعناها الواسع ودور السياحة الرياضية في تحقيق التنمية السياحية المستدامة في ظل الاختلالات المتسارعة التي يشهدها العالم في الفترة الأخيرة .

ثانياً: الأهمية التطبيقية:

تتمثل الأهمية التطبيقية بالبحث في ادراك فاعلية التنمية السياحية المستدامة في تحسين الجوانب الاقتصادية والاجتماعية للسياحة الرياضية، ومواجهة التحديات التي تواجه السياحة بوجه عام والسياحة الرياضية بوجه خاص، كما يُعد البحث بمثابة تغذية راجعة للقيادات الإدارية في وزارة الشباب والرياضة ووزارة السياحة وتفيد نتائجها أصحاب القرار.

هدف البحث:

يهدف البحث إلى التعرف على دور السياحة الرياضية كأحد دعائم تحقيق التنمية السياحية المستدامة وفقاً لرؤية مصر ٢٠٣٠.

تساؤلات البحث:

- ١- ما واقع البيئة الداخلية والخارجية للسياحة الرياضية المستدامة؟
- ٢- ما واقع برامج السياحة الرياضية المستدامة؟
- ٣- ما واقع الامكانيات المالية والبشرية للسياحة الرياضية المستدامة؟

٤- ما واقع عملية الاتصال في تنمية السياحة الرياضية المستدامة؟

٥- ما واقع التسويق السياحي لأنشطة السياحة الرياضية؟

٦- ما واقع التحديات التي تواجه السياحة الرياضية المستدامة؟

المصطلحات المستخدمة في البحث:

- السياحة: **Tourism**

منظمة السياحة العالمية UNWTO التابعة للأمم المتحدة تعرف السياحة بأنها نشاط السفر بهدف الترفيه، وتوفير الخدمات المتعلقة لهذا النشاط. اولسائح هو ذلك الشخص الذي يقوم بالإنقال لغرض السياحة لمسافة ثمانين كيلومتراً على الأقل من منزله. فالسياحة نشاط بشري يتضمن سفر الإنسان أو ترحاله أو قيامه برحلة للإقامة مؤقتاً ولفترة محدودة في مكان آخر بعيد عن مكان إقامته الأصلي سواء في بلده أو في بلد أجنبي، بغرض الترويح الذهني والجسماني، وهي تتأثر بعدة عوامل كالمواصلات، ودخل الفرد وثقافته ودرجة تحضره، اولموقع اولبيئة، وتوافر المعالم السياحية. (٢٢)

- السياحة الرياضية: **Sportive tourism**

هي عملية انتقال الفرد من مكان إقامته الدائم إلى مكان آخر، لفترة مؤقتة بهدف مشاهدة الأنشطة الرياضية أو ممارستها أو التدريب عليها. (١ : ٥٢)

هي السفر من مكان لأخر داخل الدولة أو خارجها من اجل المشاركة في بعض الدورات والبطولات أو من أجل الاستمتاع بالأنشطة الرياضية المختلفة ومشاهدتها. (٤ : ١٢)

- التنمية السياحية المستدامة: **Development Sportive tourism Sustainable**

هي عمليات موجهة لاستحداث تحولات هيكلية في بناء وتركيب المنتجعات السياحية التي تقدمها أي منطقة جغرافية، وذلك عن طريق الاستخدام الأمثل للموارد الطبيعية لهذه المنطقة، بما يتفق مع طلب ااحتياجات الحركة السياحية، وذلك بهدف تكوين قاعدة اقتصادية فعالة يتحقق بموجبها تزايد نمو الحركة السياحية إلى المنطقة، وبالتالي زيادة في الدخل الحقيقي الناتج عن النشاط السياحي. (١١ : ٧)

هي عملية توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح، وتشمل كذلك بعض تأثيرات السياحة كإيجاد فرص عمل جديدة ودخول جديدة". والارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها. (٢٠ : ٢٩٣)

- رؤية مصر ٢٠٣٠:

هي رؤية لبناء دولة جديدة قائمة على العدالة والتنمية المستدامة ذات اقتصاد تنافسي ومتنوع يعتمد على الابتكار والمعرفة يستثمر عبقرية المكان والانسان ويرقى بجودة الحياة وسعادة المصريين.

(١٨)

الدراسات المرجعية :

اولا: الدراسات العربية :

١- دراسة عبدالرحمن يحيى عبدالمطلب (٢٠٢٢م) (١٤) بعنوان تأثير القيادة الملهمة على الإبداع الإداري لدى العاملين بمجال السياحة الرياضية والترويج في ضوء أبعاد التنمية المستدامة، وهدفت الدراسة الى الكشف عن تأثير القيادة الملهمة على الإبداع الإداري لدى العاملين بمجال السياحة الرياضية والترويج في ضوء أبعاد التنمية المستدامة، تضمن البحث إطارًا مفاهيميًا لمصطلحات القيادة الملهمة، السياحة الرياضية، الترويج، الترويج الرياضي والتنمية المستدامة، معتمداً على المنهج الوصفي (الدراسات المسحية)، تكونت العينة من (١٠٣) أخصائي من الأخصائيين في مجال السياحة الرياضية والترويج بمحافظة البحر الأحمر، تمثلت الأدوات في مقياس القيادة الملهمة واستبيان الإبداع الإداري. ومن اهم النتائج إلى وجود علاقة دالة موجبة بين محور الثقة والاعتمادية بمقياس القيادة الملهمة وكل من محور الطلاقة الفكرية. أهم التوصيات ومنها ضرورة وضع استراتيجية وتخطيط واضح بتوفير الرعاية والاهتمام لأخصائيي السياحة الرياضية والترويج في ضوء أبعاد التنمية المستدامة بالفنادق السياحية والأندية الرياضية من خلال دورات الصقل في أبعاد القيادة الملهمة خاصة في الثقة والاعتمادية والتواصل والتحفيز، فضلاً عن إعداد وتدريب الكوادر البشرية من أخصائيي السياحة الرياضية والترويج في ضوء أبعاد التنمية المستدامة على القيادة من خلال تكثيف الدورات والبرامج التدريبية ذات الصلة الإبداعية والابتكارية.

٢- دراسة أروى محمد عبدالله (٢٠٢١م) (٣) بعنوان رؤية مقترحة لتنشيط السياحة الرياضية في شمال سيناء، وهدف البحث عن رؤية مقترحة لتنشيط السياحة الرياضية في شمال سيناء، واعتمد البحث على المنهج الوصفي. وتمثلت أدوات البحث في استمارة استبيان. وتم تطبيقها على عينة قوامها (٣٣) مسئول من مستويات إدارية مختلفة تنوعت بين العاملين في إدارة السياحة، ومدير عام الشباب والرياضة وبعض العاملين، ورؤساء المنشآت والأندية الرياضية ومديرين الفنادق والقرى السياحية.

- وجاءت نتائج البحث مؤكدة على خلق فرص جديدة للمساعدة على زيادة دخل الفرد والقضاء على البطالة، والمساهمة في بناء البنية التحتية الرياضية مثل الاستادات والملاعب والقرى الأولمبية.
- ٣- دراسة أميرة عبدالمنعم الرشيدى (٢٠٢١م) (٥) بعنوان تقويم السياحة الرياضية وتأثيرها على الجذب السياحي بمحافظة الأقصر، هدف البحث إلى تقويم السياحة الرياضية وتأثيرها على الجذب السياحي بمحافظة الأقصر. استخدم البحث المنهج الوصفي. وتمثلت أدوات البحث في المقابلة الشخصية مع المسؤولين وذوي الخبرة للحصول على البيانات، والاستبيان، وفحص وثائق وسجلات، وتم تطبيق البحث على عينة قوامها (٤٥) مسؤول من جميع العناصر المتمثلة في إدارة الفنادق السياحية. وتوصل البحث إلى عدد من النتائج أهمها، وضع موارد محافظة الأقصر السياحية على خريطة السياحة العالمية لجذب ألوان جديدة من السائحين بغرض ممارسة أو مشاهدة الأنشطة الرياضية، واعتدال الطقس أغلب فترات العام بمحافظة الأقصر، ووضع خطة سنوية للنشاط السياحية الرياضية تتمثل في تنظيم مهرجانات واحتفالات رياضية على مدار العام، وإقامة فرع خاص للسياحة الرياضية في وزارة السياحة يعمل على وضع برامج السياحة الرياضية.
- ٤- دراسة عادل محمد عبدالمنعم مكي (٢٠٢١م) (١٢) بعنوان دور السياحة الرياضية في توجه الأفراد إلى مصر كمقصد سياحي، ويهدف البحث التعرف على دور السياحة الرياضية في توجه الأفراد إلى مصر كمقصد سياحي، طبق البحث على عينة قوامها (١٠٠٠) سائح من الوافدين إلى جمهورية مصر العربية، تمثلت أدوات البحث في المقابلة الشخصية، واستمارة الاستبيان، اعتمد البحث على المنهج الوصفي، ومن أهم النتائج التي توصل لها البحث أن أعلى إسهامات السياحة الرياضية في إشباع الدوافع الرئيسية للسفر لدى السائحين الذكور الوافدين إلى جمهورية مصر العربية هي على الترتيب (التمتع بالممارسة في أحضان الطبيعة، مصاحبة الأسرة، والتسلية والترفيه، والحاجة إلى الهروب من ضغوط الحياة، والدوافع الثقافية)، وأعلى إسهامات السياحة الرياضية في إشباع الدوافع الرئيسية للسفر لدى السائحين الإناث الوافدين إلى جمهورية مصر العربية هي على الترتيب (الراحة والاستجمام، والتمتع، بالممارسة في أحضان الطبيعة، وتكوين علاقات وروابط مع الآخرين، وارتداد أماكن جديدة، والحاجة إلى الهروب من ضغوط الحياة).
- ٥- دراسة ناهد إسماعيل محمد، عبير فتحي محمد (٢٠٢٠م) (١٧) بعنوان نموذج مقترح لتنشيط السياحة الرياضية من منظور عناصر المزيج الترويجي بجمهورية مصر العربية، ويهدف البحث الى وضع نموذج مقترح لتنشيط السياحة الرياضية من منظور عناصر المزيج الترويجي بجمهورية مصر

العربية، واستخدام الباحثان المنهج الوصفي، واشتملت عينة البحث علي عدد (٢٠٢) من العاملين في كل من الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي التابعة لوزارة السياحة، ومن اهم النتائج ان واقع الإعلان والتسويق المباشر يعتمد غالبا على وسائل الإعلان المصورة (الصحف - المجلات - الملصقات وإعلانات الطرق) للأنشطة والبطولات الرياضية بالأماكن السياحية، يزود الراغبين في زيارة مقاصد ومعالم السياحة الرياضية بمعلومات كافية بشكل مباشر، تقوم واقع ترويج المبيعات على العروض التي تقدمها الشركات السياحية (التخفيضات على برامج الرحلات - تخفيضات على الليالي الفندقية والامتيازات المقدمة الأخرى) كعملية جذب للسياحة الرياضية، وان واقع ترويج الرعاية التجارية يرتبط بتنشيط السياحة الرياضية تتم عن طريق دعم مالي تقدمه الشركة الراعية لمنظمي الحدث الرياضي.

ثانيا : الدراسات الاجنبية:

١- دراسة Tsekouropoulos, g, et al (٢٠٢٢)(٢٠) بعنوان تنمية السياحة المستدامة المبتكرة وريادة الأعمال من خلال الأحداث الرياضية، هدفت هذه الدراسة إلى ربط تنمية السياحة المحلية المستدامة بالأحداث الرياضية، وللتوصل إلى مقترحات ذات صلة بالمنطقة المرجعية، ولكن أيضاً لتعميمها في المناطق السياحية بأكملها، بناءً على الغرض البحثي، تم إجراء بحث كمي على عينة من (٤٤٨) مقيماً، تم اختيارهم عشوائياً من إطار أخذ العينات، تم استخدام عدة مقاييس من دراسات سابقة لجمع البيانات الأولية وتم تكييفها وفقاً لغرض البحث، وتشير نتائج البحث إلى أن قبول التنمية السياحية المستدامة من خلال الرياضة يمكن توقعه من خلال عدة متغيرات، مثل الأثر الاقتصادي (ب = ٠,٣٤٣)، وموقف السكان تجاه الأحداث الرياضية (ب = ٠,٢٨٧)، وميل المواطنين إلى ريادة الأعمال (ب = ٠,١١٣)، تؤثر الأحداث الرياضية على اتجاه المواطنين نحو ريادة الأعمال وخلاصة القول إن تأثير الأحداث الرياضية متعدد، ويؤثر على العديد من جوانب الوجهة السياحية، ويرتبط تأثير الأحداث الرياضية على الوجهة بتوجه المواطنين نحو ريادة الأعمال المتعلقة بالفعاليات الرياضية.

٢- دراسة Yang, Jen-Jen, et al (٢٠٢٠)(٢١) بعنوان إنشاء إطار تقييم السياحة الرياضية المستدامة مع نموذج صنع القرار الهجين متعدد المعايير لاستكشاف عوامل الجذب المحتملة للسياحة الرياضية في تايوان، هدفت هذه الدراسة إلى اقتراح نموذجاً متعدد المعايير لصنع القرار لمناقشة السياحة الرياضية المستدامة في تايوان، بالإضافة إلى ذلك، تضيف هذه الدراسة منظوراً

للاستدامة المؤسسية للتأكيد على أهمية الدعم الحكومي والتسويق المحلي، تتجلى فعالية ومثانة النموذج المقترح من خلال عوامل الجذب السياحي الرياضية المحتملة في تايوان. كما تم إجراء تحليل الحساسية ومقارنة النماذج في هذه الدراسة، أظهرت النتائج أن النموذج المقترح ممكن للتطبيقات العملية وأنه يوفر بشكل فعال بعض الآثار الإدارية لدعم صانعي القرار في صياغة استراتيجيات التحسين.

٣- دراسة جورجيا وآخرون (٢٠١٧م) (١٩) Georgia et al بعنوان مستقبل التنمية السياحية المستدامة للشركات اليونانية التي توفر السياحة الرياضية، وقد هدفت الدراسة إلى تحسين خدمات الشركات السياحية اليونانية التي توفر السياحة الرياضية. واشتملت عينة الدراسة على (٦٢) شركة يونانية مهتمة بمجال السياحة الرياضية، أشارت نتائج الدراسة إلى اهتمام الشركات السياحية اليونانية بتحسين خدماتها وفتح مجموعة من المشروعات التي تساهم في جذب السياح الرياضيين، بالإضافة إلى، اهتمامها بتحسين البنية التحتية لمناطق السياحة الرياضية.

إجراءات البحث :

- منهج البحث :

استخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي، حيث يقوم هذا المنهج بدراسة متغيرات البحث كما هي لدى أفراد عينه دون أن يكون للباحث دور في ضبط المتغيرات موضوع البحث.

- مجتمع البحث :

يتمثل مجتمع البحث في القائمين على مجال السياحة الرياضية في وزارتي السياحة والشباب والرياضة وأعضاء هيئة التدريس بقسم الإدارة الرياضية بكليات التربية الرياضية، ومديرى بعض الشركات السياحية بجمهورية مصر العربية.

- عينة البحث :

تم اختيار عينه البحث بالطريقة العشوائية من مجتمع البحث التي بلغ حجمها (١٤٥) فرد، وبلغ حجم العينة الأساسية (١٢٥) فرد في حين بلغ حجم العينة الاستطلاعية (٢٠) فرد، تم اختيارهم من داخل مجتمع البحث ومن خارج العينة الأساسية للبحث، وجدول (١) يوضح توصيف عينة البحث.

جدول (١)
توصيف أفراد عينة البحث الأساسية والاستطلاعية

م	الاخصائيين	العينة الأساسية	العينة الاستطلاعية	الاجمالي	النسبة المئوية
١	الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي التابعة لوزارة السياحة	٤٧	٦	٥٣	٣٦,٥٥%
٢	الإدارة العامة للسياحة والأحداث الرياضية بوزارة الشباب والرياضة	١٣	٣	١٦	١١,٠%
٣	اعضاء هيئة التدريس بقسم الادارة الرياضية بكليات التربية الرياضية	٣٦	٦	٤٢	٢٨,٩٦%
٤	مديري بعض الشركات السياحية	٢٩	٥	٣٤	٢٣,٣٩%
	الاجمالي	١٢٥	٢٠	١٤٥	١٠٠%

- أدوات جمع البيانات :

اعتمد الباحث في جمع البيانات على الدراسات السائئة والمراجع المتخصصة لبناء أستمارة

استبيان

السياحة الرياضية كأحد دعائم السياحة المستدامة بجمهورية مصر العربية كوسيله لجمع البيانات والمعلومات في البحث بعد التأكد من صدقها وثباتها.

- أستمارة الاستبيان :

- خطوات بناء الاستبيان :

أولاً / تحديد المحاور الرئيسية لاستمارة الاستبيان :

قام الباحث بتحديد المحاور الرئيسية المستخدمة بأستمارة الاستبيان عن طريق الإطلاع على الدراسات العلمية والمراجع المتخصصة، ثم قام بتصميم أستمارة لاستطلاع رأي الخبراء واشتملت على المحاور الرئيسية المقترحة مرفق (٢)، كما قام الباحث بعرض المحاور المقترحة على عدد (٧) من الخبراء في مجال الرياضة والسياحة مرفق (١) حيث تم تحديدهم وفقاً للمعايير التالية :

- أن يكون أكاديمياً حاصلًا على درجة دكتوراه في المجال الرياضة والسياحة.

- أن يكون لديه خبرة في العمل بمجال الرياضة والسياحة لا تقل عن خمسة عشرة عاماً.

وذلك لاستطلاع رأيهم العلمي حول المحاور الرئيسية المقترحة للاستبيانات ومعرفة مدى ارتباط

المحور بموضوع البحث، واطافة اي محاور اخرى او دمج بعضها البعض او حذف بعضها ومعرفة

النسبة المئوية لكل محور، وتم تحديد (٦) محاور لاستمارة الاستبيان توصل اليهم الباحث من خلال ما جمعه من معلومات عن طريق الاطلاع على الدراسات السابقة والمراجع المتخصصة وهم :-
المحور الأول: البيئة الداخلية والخارجية للسياحة الرياضية المستدامة.
المحور الثاني: برامج السياحة الرياضية المستدامة.
المحور الثالث: الامكانيات المالية والبشرية للسياحة الرياضية المستدامة.
المحور الرابع : عملية الاتصال في تنمية السياحة الرياضية المستدامة.
المحور الخامس: التسويق السياحي لأنشطة السياحة الرياضية المستدامة.
المحور السادس : تحديات السياحة الرياضية المستدامة.
ثانياً / تحديد العبارات المكونة لاستمارة الاستبيان وصياغتها :

قام الباحث بصياغة العبارات الخاصة بكل محور من خلال الإطلاع على الاطار النظري والدراسات السابقة وما جاءت به بعض المراجع المتخصصة، وكذلك الإستعانة بشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)، وتم اختيار المعايير الاتية لوضع العبارات :-
- تحمل العبارة معنى واحد محدد او تتبنى فكره واحدة فقط لتعبر عنها.
- كل عبارة مستقلة عن غيرها من عبارات الاستبيان، بمعنى ان لا تكون مبنيه على غيرها من العبارات.
- صياغه العبارات بطريقه تقريريه والابتعاد عن استخدام اسلوب النفي.
- استبعاد المفردات البديهيه والمفردات المعقده.

ثم قام الباحث بتصميم إستمارة الإستبيان في صورتها المبدئية، وتم عرضهما على مجموعة من الخبراء بلغ عددهم (٧) خبير (مرفق ١)، وذلك لاستطلاع رأيهم العلمي حول مدى مناسبة العبارات الموضوعه لكل محور وكذلك مدى مناسبة ميزان التقدير المقترح والذي يمثل في استجابة لاستخدامه في التطبيق الأساسي وكذلك اقتراح ميزان آخر أكثر مناسبة وكانت استجابة الخبراء لميزان التقدير المقترح (١٠٠٪). وبلغ عدد عبارات الاستبيان المبدئية (٣٣) عبارة موزعة على ستة محاور رئيسية للإستبيان كما هو موضح بالجدول رقم (٢).

جدول (٢)
توصيف إستمارة الإستبيان في صورته المبديّة

م	المحاور	اسم المحور	عدد الاسئلة	النسبة المئوية %
١	المحور الأول	البيئة الداخلية والخارجية للسياحة الرياضية المستدامة	١١	٢١,١٥ %
٢	المحور الثاني	برامج السياحة الرياضية المستدامة	٥	٩,٦١ %
٣	المحور الثالث	الامكانيات المالية والبشرية للسياحة الرياضية المستدامة	١٠	١٩,٣٢ %
٤	المحور الرابع	عملية الاتصال في تنمية السياحة الرياضية المستدامة	٨	١٥,٣٨ %
٥	المحور الخامس	التسويق السياحي لأنشطة السياحة الرياضية	٨	١٥,٣٨ %
٦	المحور السادس	التحديات التي تواجه السياحة الرياضية المستدامة	١٠	١٩,٣٢ %
	المجموع الكلي		٥٢	١٠٠ %

- المعاملات العلمية لأستمارة الاستبيان :
أولاً : صدق المحكمين (المضمون) :

قام الباحث بعرض محاور وعبارات أستمارة الاستبيان على مجموعة من الخبراء بلغ عددهم (٧) خبراء (مرفق ١) وذلك لاستطلاع رأيهم العلمي حول مدى مناسبة المحاور وعبارات لكل محور، وبهذا يتحقق الباحث من صدق ومضمون محاور وعبارات أستمارة الاستبيان وفقاً لأراء الخبراء حيث ارتضى الباحث بنسبة (٨٠%) للموافقة على المحاور وعبارات ويوضح ذلك في جدول رقم (٣) الاتي:

جدول (٣)
النسبة المئوية لأراء الخبراء في محاور وعبارات الاستبيان (ن = ٧)

العبارات										المحاور	
١٠	٩	٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	رقم التساؤل	البيئة الداخلية والخارجية للسياحة الرياضية المستدامة
٦	٧	٦	٧	٦	٦	٧	٦	٧	٦	التكرار	
٨٥,٧ %	١٠٠ %	٨٥,٧ %	١٠٠ %	٨٥,٧ %	٨٥,٧ %	١٠٠ %	٨٥,٧ %	١٠٠ %	٨٥,٧ %	النسبة المئوية %	
									١١	رقم التساؤل	
									٦	التكرار	
									٨٥,٧ %	النسبة المئوية %	
					٥	٤	٣	٢	١	رقم التساؤل	
					٦	٧	٧	٧	٦	التكرار	

العبارات										المحاور	
					٨٥,٧ %	٪١٠٠	٪١٠٠	٪١٠٠	٨٥,٧ %	النسبة % المئوية	برامج السياحة الرياضية المستدامة
١٠	٩	٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	رقم التساؤل	الامكانيات المالية والبشرية للسياحة الرياضية المستدامة
٧	٦	٦	٧	٦	٦	٧	٧	٧	٦	التكرار	
٪١٠٠	٨٥,٧ %	٨٥,٧ %	٪١٠٠	٨٥,٧ %	٨٥,٧ %	٪١٠٠	٪١٠٠	٪١٠٠	٨٥,٧ %	النسبة % المئوية	
		٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	رقم التساؤل	عملية الاتصال في تنمية السياحة الرياضية المستدامة
		٦	٧	٦	٦	٧	٧	٧	٦	التكرار	
		٨٥,٧ %	٪١٠٠	٨٥,٧ %	٨٥,٧ %	٪١٠٠	٪١٠٠	٪١٠٠	٨٥,٧ %	النسبة % المئوية	
		٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	رقم التساؤل	التسويق السياحي لأشطة السياحة الرياضية المستدامة
		٦	٧	٦	٦	٧	٧	٧	٧	التكرار	
		٨٥,٧ %	٪١٠٠	٨٥,٧ %	٨٥,٧ %	٪١٠٠	٪١٠٠	٪١٠٠	٪١٠٠	النسبة % المئوية	
١٠	٩	٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	رقم التساؤل	تحديات السياحة الرياضية المستدامة
٦	٧	٦	٧	٦	٦	٧	٧	٧	٦	التكرار	
٨٥,٧ %	٪١٠٠	٨٥,٧ %	٪١٠٠	٨٥,٧ %	٨٥,٧ %	٪١٠٠	٪١٠٠	٪١٠٠	٨٥,٧ %	النسبة % المئوية	

يتضح من جدول (٣) والخاص بالنسبة المئوية لآراء الخبراء على عبارات أستمارة استبيان السياحة الرياضية المستدامة من وجهة نظر السباحين المقترحة نحو الصورة الاولى حيث جميع العبارات التي حصلت على نسبة مئوية اكبر من (٨٠%) من آراء الخبراء، ليصبح اجمالي عبارات استمارة الاستبيان (٥٢) عبارة.

ثانياً : صدق الإتساق الداخلي:

قام الباحث بإجراء دراسة إستطلاعية من خلال تطبيق استمارة الاستبيان بعد رأي الخبراء على العينة الاستطلاعية التي بلغ قوامها (٢٠) فرد ، وذلك لحساب صدق الاتساق الداخلي عن طريق حساب معامل الارتباط بطريقة (بيرسون) بين عبارة كل محور والمجموع الكلي للمحور التي يندرج تحته عبارة، وتم إجراء التطبيق على العينة الإستطلاعية وهذا يتضح في جدول رقم(٤).

جدول (٤)
معامل الارتباط بين عبارة المحور الاول (البيئة الداخلية والخارجية للسياحة الرياضية
المستدامة) والمجموع الكلي للمحور (ن=٢٠)

م	العبارات	معامل الارتباط (ر)
١	يوجد بالمؤسسات القائمة على السياحة الرياضية أهداف واضحة للتنمية المستدامة.	٠,٥٩٤
٢	تعمل الدولة على استغلال المقومات الطبيعية والجغرافية لعمل جذب للسياحة الرياضية.	٠,٨٢٣
٣	توافر العدد الكافي من الفنادق المناسبة لإقامة المستفيدين.	٠,٩٠٤
٤	يوجد بالفنادق ملاعب وصلات لتدريب الفرق المقيمة بها.	٠,٥٤٨
٥	يوجد بالمؤسسات القائمة على السياحة الرياضية قاعدة بيانات واضحة تتضمن الفنادق والمنشآت الرياضية.	٠,٥٠٤
٦	وجود لوائح قانونية واضحة لتنظيم السياحة الرياضية.	٠,٩٧١
٧	الأنشطة الرياضية بالفنادق والمنتجعات السياحية تؤثر إيجابياً على المستفيدين منها.	٠,٨٦٢
٨	وجود خريطة توضح أماكن السياحة الرياضية بمصر من قبل هيئة تنشيط السياحة.	٠,٩٤٨
٩	تعمل وزارتي السياحة والشباب والرياضة على استضافة الاحداث الرياضية العالمية على الاراضى المصرية.	٠,٥٢٦
١٠	تعمل الدولة على تشجيع الاستثمار المحلي والأجنبي للمنشآت السياحية.	٠,٦٣٤
١١	العوامل الاقتصادية والسياسية تؤثر على السياحة الرياضية	٠,٧٢١
	المجموع الكلي للمحور الاول	٠,٧٣٠

قيمة "ر" الجدولية عند مستوى (٠,٠٥) = ٠,٤٣٢٩

تابع جدول (٤)
معامل الارتباط بين عبارة المحور الثاني (برامج السياحة الرياضية المستدامة) والمجموع الكلي
للمحور (ن=٢٠)

م	العبارات	معامل الارتباط (ر)
١	توجد استراتيجية شاملة لبرامج السياحة الرياضية في جمهورية مصر العربية.	٠,٨٢١
٢	توجد برامج للسياحة الرياضية موضوعة بالتعاون بين وزارتي السياحة والشباب والرياضة.	٠,٥٣٨
٣	تحدد أنشطة برامج السياحة الرياضية بجمهورية مصر العربية وفقاً لحاجات ورغبات السائحين.	٠,٦١٢
٤	هناك اهتمام من الدولة بأقامة برامج السياحة الرياضية بجميع انواعها على المستوى المحلي والعالمي لاستثمارها في دعم وتنشيط السياحة الرياضية.	٠,٤٣٩
٥	تعمل الدولة على وضع برامج ودورات وارسال البعثات العلمية للدول المتقدمة في السياحة الرياضية لتأهيل الافراد حتى يصبح لديهم القدرة على العمل في مجال السياحة الرياضية في مصر.	٠,٨٢٣
	المجموع الكلي للمحور الثاني	٠,٦٤٧

قيمة "ر" الجدولية عند مستوى (٠,٠٥) = ٠,٤٣٢٩

تابع جدول (٤)
معامل الارتباط بين عبارة المحور الثالث (الامكانيات المالية والبشرية للسياحة الرياضية
المستدامة) والمجموع الكلي للمحور (ن=٢٠)

م	العبارات	معامل الارتباط (ر)
١	تخصص جزء من الميزانية العامة للسياحة الرياضية.	٠,٧٥٩
٢	تقدم بعض الإعفاءات المالية للشركات السياحية من قبل الدولة في حال استقدام السائحين للسياحة الرياضية.	٠,٦١٤
٣	ضعف العائد المالي من السياحة الرياضية مقارنة بانواع السياحة الاخرى.	٠,٥٣٧
٤	تحدد تكاليف الأنشطة التي تتناسب مع المستفيدين.	٠,٨١٣
٥	توفر الجوائز والهدايا بشكل يشجع على المشاركة في برامج السياحة الرياضية.	٠,٤٧٦
٦	توفير خبراء متخصصين في إدارة الاحداث الرياضية.	٠,٥٩٦
٧	وجود كوادر متخصصة في السياحة الرياضية.	٠,٨١٦
٨	يوجد أفراد مؤهلين لصيانة الملاعب والادوات.	٠,٩١٤
٩	تعقد دورات تدريبية للقائمين بالعمل في مجال السياحة الرياضية.	٠,٦٢٧
١٠	هناك اقسام داخل كليات التربية الرياضية والسياحة والفنادق لإعداد كوادر بشرية متخصصة في السياحة الرياضية.	٠,٦٢٧
المجموع الكلي للمحور الثالث		٠,٦٧٨

قيمة "ر" الجدولية عند مستوى (٠,٠٥) = ٠,٤٣٢٩

تابع جدول (٤)
معامل الارتباط بين عبارة المحور الرابع (عملية الاتصال في تنمية السياحة الرياضية المستدامة)
والمجموع الكلي للمحور (ن=٢٠)

م	العبارات	معامل الارتباط (ر)
١	الإعلان عن أماكن السياحية الرياضية المتوافرة	٠,٩٣٨
٢	يعلن عن أنشطة السياحة الرياضية للمهتمين بها للاستمتاع بوقت فراغهم.	٠,٦١٩
٣	وجود انتشار إعلامي متعدد لانشطة السياحة الرياضية.	٠,٥٣٧
٤	تصميم لوحات إعلانية للتعريف بالسياحة الرياضية.	٠,٦٨١
٥	تهتم وزارتي السياحة والشباب والرياضة بالتواصل مع الاتحادات الرياضية الدولية ودعوتها لاقامة المؤتمرات والندوات والبطولات الرياضية الخاصة بها في مصر.	٠,٤٧٦
٦	تسهم عمليات النشر في وسائل التواصل الإجتماعي (الانترنت) للانشطة الرياضية الجاذبة للسياحة الرياضية في عملية التسويق.	٠,٦٧٢
٧	بث فيديو هات وصور ونصوص بلغات مختلفة علي مواقع التواصل الاجتماعي لتسويق السياحة الرياضية .	٠,٩٥٤
٨	مواقع التواصل الاجتماعي عملت علي تحسين الصورة الذهنية للسائح بشكل عام والسياحة الرياضية بشكل خاص.	٠,٧٦١
المجموع الكلي للمحور الرابع		٠,٧٠٤

قيمة "ر" الجدولية عند مستوى (٠,٠٥) = ٠,٤٣٢٩

تابع جدول (٤)
معامل الارتباط بين عبارة المحور الخامس (التسويق السياحي لأنشطة السياحة الرياضية
المستدامة) والمجموع الكلي للمحور (ن=٢٠)

م	العبارات	معامل الارتباط (ر)
١	تتعامل الدولة مع السياحة الرياضية بعقلية اقتصادية استثمارية.	٠,٤٦٨
٢	تحديد ميزانية خاصة بتسويق الأنشطة الرياضية.	٠,٨٦١
٣	الشركات والوكالات السياحية تهتم بزيارة الوفود الأجنبية أكثر من الاهتمام بالسياحة الداخلية.	٠,٧٦٢
٤	اهتمام المسؤولين عن السياحة الرياضية بالوفود الأجنبية باعتبارها تتم علي مدار العام كله، بينما تعد السياحة الداخلية موسمية.	٠,٦٧٣
٥	الإعلان علي العلامات التجارية أثناء إقامة أنشطة السياحة الرياضية.	٠,٥٩٧
٦	اهتمام المؤسسات السياحية بالأنشطة الترويج التجاري الرياضي كاحد مصادر الربح.	٠,٨٣٥
٧	أسعار الخدمات السياحية للمنشآت مناسبة تساعد علي تسويق أنشطة السياحة الرياضية الداخلية والخارجية.	٠,٧٦١
٨	أساليب تسويق أنشطة السياحة الرياضية المستخدمه غير واضحة للعاملين بالمجال السياحي.	٠,٩٤٦
	المجموع الكلي للمحور الخامس	٠,٧٣٨

قيمة "ر" الجدولية عند مستوى (٠,٠٥) = ٠,٤٣٢٩

تابع جدول (٤)
معامل الارتباط بين عبارة المحور السادس (تحديات السياحة الرياضية المستدامة) والمجموع
الكلي للمحور (ن=٢٠)

م	العبارات	معامل الارتباط (ر)
١	الافتقار الي استراتيجيه واضحة المعالم حول السياحة الرياضية أوافق تطورها.	٠,٦٧٢
٢	تواضع نوعية المنشآت والخدمات وضعف أو قصور في المرافق الأساسية.	٠,٨١٣
٣	عدم قدر البرامج السياحية على مجاراة تغير السلوك السياحي العالمي بسرعة.	٠,٧٥٢
٤	عشوائية تخطيط المناطق السياحية الرياضية.	٠,٥٣٤
٥	الاضطرابات السياسية والأمنية وعدم استقرار الأوضاع في المنطقة.	٠,٩٤٧
٦	قلة اهتمام المستثمرين بهذا النمط السياحي.	٠,٦٥٨
٧	لا يوجد تعاون بين الهيئات والوزارات المعنية بقطاع السياحة الرياضية.	٠,٩٢٧
٨	تواضع الوعي السياحي وضعف التوعية الاعلامية بأهمية السياحة الرياضية.	٠,٩٧٤
٩	تواضع خطط الترويج والتسويق السياحية الرياضية.	٠,٦٧٢
١٠	التكلفة العالية لممارسة أنشطة برامج السياحة الرياضية.	٠,٧٤٣
	المجموع الكلي للمحور السادس	*٠,٧٦٩

قيمة "ر" الجدولية عند مستوى (٠,٠٥) = ٠,٤٣٢٩

يتضح من جدول (٤) ان جميع عبارات أستمارة الاستبيان جاءت دالة احصائيا عند مستوى (٠,٠٥) حيث ان قيم معاملات الارتباط المحسوبة اكبر من قيم معاملات الارتباط الجدولية عند

مستوى (٠,٠٥)، مما يدل على ان عبارات محاور استمارة الاستبيان على درجة مقبولة من الصدق وبذلك اصبح عدد عبارات استمارة الاستبيان (٥٢) عبارة.
ثالثاً : الثبات :

لتحقيق ثبات أستمارة الاستبيان، قام الباحث باستخدام معامل (الفا كرونباخ)، وكانت نتيجة حساب معاملات الثبات على النحو الآتي :

جدول (٥)
قيم معامل ألفا Alpha لمحاور الاستبيان

م	المحاور	عدد العبارات	قيمة معامل ألفا Alpha
١	المحور الأول: البيئة الداخلية والخارجية للسياحة الرياضية المستدامة.	١١	٠,٩٨١
٢	المحور الثاني: برامج السياحة الرياضية المستدامة.	٥	٠,٨٧٢
٣	المحور الثالث: الامكانيات المالية والبشرية للسياحة الرياضية المستدامة.	١٠	٠,٩٧١
٤	المحور الرابع : عملية الاتصال في تنمية السياحة الرياضية المستدامة.	٨	٠,٨٩٢
٥	المحور الخامس : التسويق السياحي لأنشطة السياحة الرياضية المستدامة.	٨	٠,٧٨٨
٦	المحور السادس : تحديات السياحة الرياضية المستدامة.	١٠	٠,٨٨٥

قيمة "ر" الجدولية عند مستوى (٠,٠٥) = ٠,٤٣٢٩

- التجربة الاساسية :

بعد تحديد مشكلة البحث واهدافه وتساؤلاته واختيار عينه البحث وفقا لشروط اختيار عينه البحث قام الباحث بالاتي:

- ١- تطبيق استماره الاستبيان في الفتره من ٢٠٢٣/٣/١٥ الى ٢٠٢٣/٦/٣١ م.
- ٢- تفرغ النتائج في الفتره من ٢٠٢٣/٧/٣ م الى ٢٠٢٣/٧/٩ م.
- ٣- المعالجه الاحصائيه للبيانات المجمعه حيث استخدام البرنامج الاحصائي Spss.
- ٤- تفسير النتائج.

- المعالجات الإحصائية :

استخدم الباحث المعالجات الإحصائية الملائمة لطبيعة بيانات البحث وذلك من خلال البرنامج الاحصائي SPSS وهي:

التكرارات والنسب المئوية - المتوسط الحسابي - معامل الارتباط - المتوسط الحسابي المرجح - الوزن النسبي - كا^٢.

ولقد ارتضى الباحث بمستوى (٠,٠٥) لقبول وتفسير نتائج البحث، كما ارتضى الباحث قبول النتائج التي تتجاوز نسبه (٨٠%) ، كما استعان الباحث بميزان تقدير ثلاثي.

مناقشة النتائج وتفسيرها:

تحقيقاً لهدف البحث ووصولاً للإجابة على تساولاته وفي حدود ما توصلت اليه الباحث من بيانات من خلال المنهج المستخدم وعينة البحث وادوات جمع البيانات المختارة والتحليل الاحصائي المستخدم يعرض الباحث تساولات البحث ومناقشتها.

أولاً : مناقشة نتائج التساؤل الاول :

جدول (٦)

التكرارات والوسط الحسابي المرجح الاهمية النسبية وكا^٢ لاستجابات عينة البحث على عبارات الاستبيان للمحور الاول : البيئة الداخلية والخارجية للسياحة الرياضية المستدامة

(ن = ١٢٥)

ترتيب العبارات	كا ^٢	الوزن النسبي %	الدرجة المقدره	الوسط الحسابي المرجح	التكرارات						العبارات
					غير موافق		الى حد ما		موافق		
					%	ك	%	ك	%	ك	
٦	9.80	%٥٩,٢	222	1.776	22.4	28	41.6	٥٢	36	45	١
١٠	17.67	%٥٦,٥٣	212	1.696	30.4	38	38.4	48	31.2	39	٢
٨	13.44	%٥٧,٨٦	217	1.736	26.4	33	40	50	33.6	42	٣
٧	8.71	%٥٨,٦٦	220	1.76	24	30	39.2	49	36.8	46	٤
٥	12.16	%٥٩,٤٦	223	1.784	21.6	27	44	55	34.4	43	٥
٣	10.95	%٦٠	225	1.8	20	25	44.8	56	35.2	44	٦
٢	6.72	%٦٠,٥٣	227	1.816	18.4	23	43.2	54	38.4	48	٧
٩	9.80	%٥٧,٣٣	215	1.72	28	35	36	45	36	45	٨
١١	17.67	%٥٦	210	1.68	32	40	36.8	46	31.2	39	٩
٤	14.79	%٥٩,٧٣	224	1.792	20.8	26	46.4	58	32.8	41	١٠

١	7.68	٪٦١,٦	231	1.848	15.2	19	47.2	59	37.6	47	١١
	١١,٧٦	٪٥٨,٨١	220.5	1.764	المجموع الكلي للمحور						

قيمة ك^٢ عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = (٥,٩٩)

يتضح من الجدول (٦) ما يلي :

ان الوزن النسبي لاستجابات عينة البحث على عبارات المحور الاول الوضع الراهن (البيئة الداخلية والخارجية) للسياحة الرياضية المستدامة تراوحت ما بين (٥٦٪ : ٦١,٦٪) باجمالى وزن نسبي للمحور (٥٨,٨١٪)، وجاءت قيمة (ك^٢) لجميع العبارات دالة احصائياً بـ (١١,٧٦) وهى قيمة اكبر من قيمة (ك^٢) الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) مما يدل على وجود فروق ذات دلالة احصائية بين أستجابات عينة البحث اتجاه الاستجابة بالموافقة الى حد ما.

كما جاءت العبارة رقم (١١) التى تنص على (العوامل الاقتصادية والسياسية تؤثر علي السياحة الرياضية) فى الترتيب الاول بوزن نسبي بقيمة (٦١,٦٪)، وجاءت قيمة (ك^٢) دالة احصائياً بقيمة (١١,٧٦)، بينما جاءت العبارة رقم (٩) التى تنص على (تعمل وزارتي السياحة والشباب والرياضة على استضافة الاحداث الرياضية العالمية على الاراضى المصرية) فى الترتيب الحادى عشر بوزن نسبي بقيمة (٥٦٪)، وجاءت قيمة (ك^٢) دالة احصائياً بقيمة (١٧,٦٧).

ثانياً : مناقشة نتائج التساؤل الثانى:

جدول (٧)

التكرارات والوسط الحسابي المرجح الاهمية النسبية وك^٢ لاستجابات عينة البحث على عبارات الاستبيان للمحور الثانى : برامج السياحة الرياضية المستدامة (ن = ١٢٥)

ترتيب العبارات	ك ^٢	الوزن النسبي %	الدرجة المقدرة	الوسط الحسابي المرجح	التكرارات						العبارات
					غير موافق		الى حد ما		موافق		
					%	ك	%	ك	%	ك	
١	12.16	٪٥٩,٤٦	223	1.784	21.6	27	44	٥٥	34.4	43	١
٤	20.80	٪٥٧,٠٦	214	1.712	28.8	36	41.6	52	29.6	37	٢
٥	16.2	٪٥٧,٠٦	214	1.712	28.8	36	39.2	49	32	40	٣
٣	8.712	٪٥٧,٦٠	216	1.728	27.2	34	36	45	36.8	46	٤
٢	13.448	٪٥٨,٦٦	220	1.76	24	30	42.4	53	33.6	42	٥

١٤,٢٧	%٥٧,٩٧	217.4 0	1.74	المجموع الكلي للمحور
-------	--------	------------	------	----------------------

قيمة ك^٢ عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = (٥,٩٩)

يتضح من الجدول (٧) ما يلي :

ان الوزن النسبي لاستجابات عينة البحث على عبارات المحور الثاني : برامج السياحة الرياضية المستدامة تراوحت ما بين (٥٧,٠٦% : ٥٩,٤٦%) بأجمالى وزن نسبي للمحور (٥٧,٩٧%)، وجاءت قيمة (كا^٢) لجميع العبارات دالة احصائياً بـ (١٤,٢٧) وهى قيمة اكبر من قيمة (كا^٢) الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) مما يدل على وجود فروق ذات دلالة أحصائية بين أستجابات عينة البحث اتجاه الاستجابة بالموافقة الى حد ما.

كما جاءت العبارة رقم (١) التى تنص على (توجد استراتيجية شاملة لبرامج السياحة الرياضية في جمهورية مصر العربية) فى الترتيب الاول بوزن نسبي بقيمة (٥٩,٤٦%)، وجاءت قيمة (كا^٢) دالة احصائياً بقيمة (١٢,١٦)، بينما جاءت العبارة رقم (٣) التى تنص على (تحدد أنشطة برامج السياحة الرياضية بجمهورية مصر العربية وفقاً لحاجات ورغبات السائحين) فى الترتيب الخامس بوزن نسبي بقيمة (٥٧,٠٦%)، وجاءت قيمة (كا^٢) دالة احصائياً بقيمة (١٦,٢).

ثالثاً : مناقشة نتائج التساؤل الثالث:

جدول (٨)

التكرارات والوسط الحسابي المرجح الاهمية النسبية وكا^٢ لاستجابات عينة البحث على عبارات الاستبيان للمحور الثالث : الامكانات المالية والبشرية للسياحة الرياضية المستدامة (ن = ١٢٥)

ترتيب العبارات	كا ^٢	الوزن النسبي %	الدرجة المقدره	الوسط الحسابي المرجح	التكرارات						
					غير موافق		الى حد ما		موافق		
					%	ك	%	ك	%	ك	
٨	7.68 8	%٥٨,٦٦	220	1.76	24	30	38.4	٤٨	37.6	47	١
٢	6.72 8	%٦٠,٢٦	226	1.808	19.2	24	42.4	53	38.4	48	٢
١	7.68 8	%٦٠,٢٦	226	1.808	19.2	24	43.2	54	37.6	47	٣
٩	8.71 2	%٥٨,٤٠	219	1.752	24.8	31	38.4	48	36.8	46	٤
٣	6.72 8	%٥٩,٢٠	222	1.776	22.4	28	39.2	49	38.4	48	٥
٧	8.71 2	%٥٨,٩٣	221	1.768	23.2	٢٩	40	٥٠	36.8	٤٦	٦

٤	6.72 8	%٥٩,٢	222	1.776	22. 4	٢٨	39. 2	٤٩	38. 4	٤٨	٧
٦	9.8	%٥٨,٩٣	221	1.768	23. 2	٢٩	40. 8	٥١	36	٤٥	٨
١٠	7.68 8	%٥٨,٤	219	1.752	24. 8	٣١	37. 6	٤٧	37. 6	٤٧	٩
٥	6.72 8	%٥٩,٢	222	1.776	22. 4	٢٨	39. 2	٤٩	38. 4	٤٨	١٠
		٧,٧٢	%٥٩,١٥	221. 8	1.77	المجموع الكلي للمحور					

قيمة ك^٢ عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = (٥,٩٩)

يتضح من الجدول (٨) ما يلي :

ان الوزن النسبي لاستجابات عينة البحث على عبارات المحور الثالث : الامكانيات المالية والبشرية للسياحة الرياضية المستدامة تراوحت ما بين (%٥٨,٤ : %٦٠,٢٦) باجمالى وزن نسبي للمحور (%٥٩,١٥)، وجاءت قيمة (ك^٢) لجميع العبارات دالة احصائياً بـ (٧,٧٢) وهى قيمة اكبر من قيمة (ك^٢) الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) مما يدل على وجود فروق ذات دلالة احصائية بين استجابات عينة البحث اتجاه الاستجابة بالموافقة الى حد ما.

كما جاءت العبارة رقم (٣) التى تنص على (ضعف العائد المالى من السياحة الرياضية مقارنة بانواع السياحة الاخرى) فى الترتيب الاول بوزن نسبي بقيمة (%٦٠,٢٦)، وجاءت قيمة (ك^٢) دالة احصائياً بقيمة (٧,٦٨٨)، بينما جاءت العبارة رقم (٩) التى تنص على (تعقد دورات تدريبية للقائمين بالعمل فى مجال السياحة الرياضية وفقا لحاجات ورغبات السائحين) فى الترتيب العاشر بوزن نسبي بقيمة (%٥٨,٤)، وجاءت قيمة (ك^٢) دالة احصائياً بقيمة (٧,٦٨٨).

رابعاً : مناقشة نتائج التساؤل الرابع :

جدول (٩)

التكرارات والوسط الحسابي المرجح الاهمية النسبية وكا^٢ لاستجابات عينة البحث على عبارات الاستبيان للمحور الرابع : عملية الاتصال فى تنمية السياحة الرياضية المستدامة

(ن = ١٢٥)

ترتيب العبارات	كا ^٢	الوزن النسبي %	الدرجة المقدره	الوسط الحسابي المرجح	التكرارات						
					غير موافق		الى حد ما		موافق		
					%	ك	%	ك	%	ك	
٧	8.712	%٥٨,٩٣	221	1.768	23.2	29	40	٥٠	36.8	46	١
٢	6.728	%٦٠,٥٣	227	1.816	18.4	23	43.2	54	38.4	48	٢
٣	8.712	%٥٩,٤٧	223	1.784	21.6	27	41.6	52	36.8	46	٣
٨	8.712	%٥٨,٦٧	220	1.76	24	30	39.2	49	36.8	46	٤

١	7.688	%٦٠,٥٣	227	1.816	18.4	23	44	55	37.6	47	٥
٥	14.792	%٥٩,٢٠	222	1.776	22.4	٢٨	44.8	٥٦	32.8	٤١	٦
٤	6.728	%٥٩,٤٧	223	1.784	21.6	٢٧	40	٥٠	38.4	٤٨	٧
٦	9.8	%٥٨,٩٣	221	1.768	23.2	٢٩	40.8	٥١	36	٤٥	٨
8.984		%٥٩,٤٦	223	1.784	المجموع الكلي للمحور						

قيمة ك^٢ عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = (٥,٩٩)

يتضح من الجدول (٩) ما يلي :

ان الوزن النسبي لاستجابات عينة البحث على عبارات المحور الرابع : عملية الاتصال في تنمية السياحة الرياضية المستدامة تراوحت ما بين (%٥٨,٦٧ : %٦٠,٥٣) بإجمالي وزن نسبي للمحور (%٥٩,٤٦)، وجاءت قيمة (ك^٢) لجميع العبارات دالة احصائياً بـ (٨,٩٨٤) وهي قيمة اكبر من قيمة (ك^٢) الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) مما يدل على وجود فروق ذات دلالة احصائية بين أستجابات عينة البحث اتجاه الاستجابة بالموافقة الى حد ما.

كما جاءت العبارة رقم (٥) التي تنص على (تهتم وزارتي السياحة والشباب والرياضة بالتواصل مع الاتحادات الرياضية الدولية ودعوتها لاقامة المؤتمرات والندوات والبطولات الرياضية الخاصة بها في مصر) في الترتيب الاول بوزن نسبي بقيمة (%٦٠,٥٣)، وقيمة (ك^٢) دالة احصائياً بقيمة (٧,٦٨٨)، بينما جاءت العبارة رقم (٤) التي تنص على (تصميم لوحات إعلانية للتعريف بالسياحة الرياضية) في الترتيب الثامن بوزن نسبي بقيمة (%٥٨,٦٧)، وجاءت قيمة (ك^٢) دالة احصائياً بقيمة (٨,٧١٢).

خامساً : مناقشة نتائج التساؤل الخامس :

جدول (١٠)

التكرارات والوسط الحسابي المرجح الاهمية النسبية وك^٢ لاستجابات عينة البحث على عبارات الاستبيان للمحور الخامس : التسويق السياحي لأنشطة السياحة الرياضية المستدامة

(ن = ١٢٥)

ترتيب العبارات	ك ^٢	الوزن النسبي %	الدرجة المقدره	الوسط الحسابي المرجح	التكرارات						العبارات
					غير موافق		الى حد ما		موافق		
					%	ك	%	ك	%	ك	
٦	10.95	%٥٨,٩٣	221	1.768	23.2	29	41.6	٥٢	35.2	44	١
٥	6.72	%٥٩,٢٠	222	1.776	22.4	28	39.2	49	38.4	48	٢
٣	8.71	%٥٩,٤٧	223	1.784	21.6	27	41.6	52	36.8	46	٣
٤	8.71	%٥٩,٢٠	222	1.776	22.4	28	40.8	51	36.8	46	٤
١	7.68	%٥٩,٧٣	224	1.792	20.8	26	41.6	52	37.6	47	٥
٧	7.68	%٥٨,٦٧	220	1.76	24	٣٠	38.4	٤٨	37.6	٤٧	٦
٢	6.72	%٥٩,٧٣	224	1.792	20.8	٢٦	40.8	٥١	38.4	٤٨	٧
٨	9.8	%٥٨,٤٠	219	1.752	24.8	٣١	39.2	٤٩	36	٤٥	٨

٨,٣٧٦	%٥٩,١٧	221.8	1.77	المجموع الكلي للمحور
-------	--------	-------	------	----------------------

قيمة كا^٢ عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = (٥,٩٩)

يتضح من الجدول (١٠) ما يلي :

ان الوزن النسبي لاستجابات عينة البحث على عبارات المحور الخامس التسويق السياحي لأنشطة السياحة الرياضية المستدامة تراوحت ما بين (٥٨,٤٠% : ٥٩,٧٣%) باجمالى وزن نسبي للمحور (٥٩,١٧%)، وجاءت قيمة (كا^٢) لجميع العبارات دالة احصائياً بـ (٨,٣٧٦) وهى قيمة اكبر من قيمة (كا^٢) الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) مما يدل على وجود فروق ذات دلالة احصائية بين أستجابات عينة البحث اتجاه الاستجابة بالموافقة الى حد ما.

كما جاءت العبارة رقم (٥) التى تنص على (الإعلان علي العلامات التجارية أثناء إقامة أنشطة السياحة الرياضية) فى الترتيب الاول بوزن نسبي بقيمة (٥٩,٧٣%)، وجاءت قيمة (كا^٢) دالة احصائياً بقيمة (٧,٦٨)، بينما جاءت العبارة رقم (٨) التى تنص على (أساليب تسويق أنشطة السياحة الرياضية المستخدمه غير واضحة للعاملين بالمجال السياحي) فى الترتيب الثامن بوزن نسبي بقيمة (٥٨,٤٠%)، وجاءت قيمة (كا^٢) دالة احصائياً بقيمة (٩,٨٠).

سادساً : مناقشة نتائج التساؤل السادس :

جدول (١١)

التكرارات والوسط الحسابي المرجح الاهمية النسبية وكا^٢ لاستجابات عينة البحث على عبارات الاستبيان للمحور السادس : تحديات السياحة الرياضية المستدامة (ن = ١٢٥)

ترتيب العبارات	كا ^٢	الوزن النسبي %	الدرجة المقدره	الوسط الحسابي المرجح	التكرارات							
					غير موافق		الى حد ما		موافق			
					%	ك	%	ك	%	ك		
٣	72.2	%٩٤,٠٠	٢٣٥	١,٨٨	0	0	12	١٥	88	110	١	
٨	45	%٩٠,٠٠	٢٢٥	١,٨	0	0	20	25	80	100	٢	
٥	63.36	%٩٢,٨٠	٢٣٢	١,٨٥٦	0	0	14.4	18	85.6	107	٣	
٢	75.27	%٩٤,٤٠	٢٣٦	١,٨٨٨	0	0	11.2	14	88.8	111	٤	
١	78.40	%٩٤,٨٠	٢٣٧	١,٨٩٦	0	0	10.4	13	89.6	112	٥	
٩	42.63	%٨٩,٦٠	٢٢٤	١,٧٩٢	0	٠	20.8	٢٦	79.2	٩٩	٦	
٧	49.92	%٩٠,٨٠	٢٢٧	١,٨١٦	0	٠	18.4	٢٣	81.6	١٠٢	٧	
١٠	40.32	%٨٩,٢٠	٢٢٣	١,٧٨٤	0	٠	21.6	٢٧	78.4	٩٨	٨	
٦	63.36	%٩١,٦٠	٢٢٩	١,٨٣٢	0	٠	13.6	١٧	84.8	١٠٦	٩	
٤	69.19	%٩٣,٦٠	٢٣٤	1.872	0	٠	12.8	١٦	87.2	١٠٩	١٠	
					المجموع الكلي للمحور							
					٥٨,٩٤	%٩١,٩١	٢٢٩,٧	١,٨٣٨				

قيمة كا^٢ عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = (٥,٩٩)

يتضح من الجدول (١١) ما يلي :

ان الوزن النسبي لاستجابات عينة البحث على عبارات المحور السادس : تحديات السياحة الرياضية المستدامة تراوحت ما بين (٨٩,٢٠% : ٩٤,٨٠%) باجمالى وزن نسبي للمحور (٩١,٩١%)، وجاءت قيمة (كا^٢) لجميع العبارات دالة احصائياً بـ (٥٨,٩٤) وهى قيمة اكبر من قيمة (كا^٢) الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) مما يدل على وجود فروق ذات دلالة احصائية بين استجابات عينة البحث اتجاه الاستجابة بالموافقة بشدة.

كما جاءت العبارة رقم (٥) التى تنص على (الاضطرابات السياسية والأمنية وعدم استقرار الأوضاع في المنطقة) فى الترتيب الاول بوزن نسبي بقيمة (٩٤,٨٠%)، وجاءت قيمة (كا^٢) دالة احصائياً بقيمة (٧٨,٤٠)، بينما جاءت العبارة رقم (٨) التى تنص على (تواضع الوعي السياحي وضعف التوعية الاعلامية بأهمية السياحة الرياضية) فى الترتيب الثامن بوزن نسبي بقيمة (٨٩,٢٠%)، وجاءت قيمة (كا^٢) دالة احصائياً بقيمة (٤٠,٢٢).

جدول (١٢)

الوسط الحسابي المرجح الوزن النسبي وكا^٢ لاستجابات عينة البحث على محاور استمارة الاستبيان ككل (ن = ١٢٥)

م	المحاور	الوسط الحسابي المرجح	الدرجة المقدره	الوزن النسبى %	كا ^٢	الترتيب
١	المحور الأول: البيئة الداخلية والخارجية للسياحة الرياضية المستدامة.	1.764	220.5	%٥٨,٨١	١١,٧٦	٥
٢	المحور الثانى: برامج السياحة الرياضية المستدامة.	1.74	217.4 0	%٥٧,٩٧	١٤,٢٧	٦
٣	المحور الثالث: الامكانيات المالية والبشرية للسياحة الرياضية المستدامة.	1.77	221.8	%٥٩,١٥	٧,٧٢	٤
٤	المحور الرابع: عملية الاتصال فى تنمية السياحة الرياضية المستدامة.	1.784	223	%٥٩,٤٦	8.984	٢
٥	المحور الخامس: التسويق السياحي لأنشطة السياحة الرياضية المستدامة.	1.77	221.8	%٥٩,١٧	٨,٣٧٦	٣
٦	المحور السادس : تحديات السياحة الرياضية المستدامة.	١,٨٣٨	٢٢٩,٧	%٩١,٩١	٥٨,٩٤٤	١
المجموع الكلى للاستبيان		1.77	222.3	%٦٤,٤١	١٨,٣٤	

قيمة كا^٢ عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = (٥,٩٩)

يتضح من الجدول (١٢) ما يلي :

أن المتوسطات الحسابية المرجحة لمحاور استمارة الاستبيان تراوحت بين (١,٧٤٠ - ١,٨٣٨) وبوزن نسبي بين (٥٧,٩٧% : ٩١,٩١%) وأن المحور السادس (تحديات السياحة الرياضية المستدامة) قد حصل على الترتيب الأول بوسط حسابي مرجح بقيمة (١,٨٣٨٤) وبوزن نسبي بقيمة (٩١,٩١%) وحصل على الترتيب الثاني المحور الرابع (عملية الاتصال في تنمية السياحة الرياضية المستدامة) بوسط حسابي مرجح بقيمة (١,٧٨٤) وبوزن نسبي بقيمة (٥٩,٤٦%)، وحصل على الترتيب الثالث المحور الخامس (التسويق السياحي لأنشطة السياحة الرياضية المستدامة) بوسط حسابي مرجح بقيمة (١,٧٧) وبوزن نسبي بقيمة (٥٩,١٧%)، وفي الترتيب الرابع المحور الثالث (الامكانات المالية والبشرية للسياحة الرياضية المستدامة) بوسط حسابي مرجح بقيمة (١,٧٧) وبوزن نسبي بقيمة (٥٩,١٥%)، ثم جاء في الترتيب الخامس المحور الاول (البيئة الداخلية والخارجية للسياحة الرياضية المستدامة) بوسط حسابي مرجح بقيمة (١,٧٦٤) وبوزن نسبي بقيمة (٥٨,٨١%)، وحصل المحور الثاني (برامج السياحة الرياضية المستدامة) على المرتبة الأخيرة بوسط حسابي مرجح بقيمة (١,٧٤٠) وبوزن نسبي بقيمة (٥٧,٩٧%).

يرى الباحث أن هذه النتائج تعكس مدى اهتمام الدولة على استغلال المقومات الطبيعية والجغرافية لعمل جذب للسياحة، توافر العدد الكافي من الفنادق المناسبة لإقامة المستفيدين وتشجيع الاستثمار المحلي والأجنبي للمنشآت السياحية، تتهي ميزانية كافية لقطاع السياحة والنهوض بها ووضع استراتيجيات تتناسب مع التنمية المستدامة للدولة.

كما يرى الباحث ان هناك قصور في الاهتمام من الدولة اتجاه السياحة الرياضية وعدم وع اهداف تنموية واضحة للنهوض بالسياحة الرياضية اسوه بالسياحة الاجنبية، وقلة الدعم المادى المقدم للسياحة الرياضية، وعدم الاهتمام بالمونشآت الرياضية والمقومات السياحة الرياضية، وعدم التواصل مع الاتحادات الخارجية الاستافة الاحداث الرياضية العالمية، وكذلك عدم الابتكار وسائل جديدة وحديثة لتسويق أنشطة وبرامج السياحة الرياضية، وهدم نقل الثقافات والخبرات الخارجية للخبرات المصرية المتخصصة في مجال السياحة الرياضية.

وهذا يتفق مع دراسة سماح محمد امين (٢٠٢٠م) (١٠) على وجود العدد الكافي من الفنادق والخبراء المتخين في السياحة الرياضية وادارة الاحداث الرياضية العالمية، تثر العوامل الاقتصادية

والسياسية على السياحة الرياضية، ضعف الدعم المالي لتنمية السياحة الرياضية، عدم تسليط الولاء الاعلامي عن أنشطة السياحة الرياضية.

ويشير الباحث الى ضرورة توجة الدولة نحو التنمية السياحية الرياية المستدامة باستحداث تحولات هيكلية في بناء وتركيب المنتجعات السياحية التي تقدمها أي منطقة جغرافية، وذلك عن طريق الاستخدام الأمثل للموارد الطبيعية والاقتصادية والاجتماعية والعمرانية لهذه المنطقة، بما يتفق مع طلب ااحتياجات الحركة السياحية، وذلك بهدف تكوين قاعدة اقتصادية فعالة يتحقق بموجبها تزايد نمو الحركة السياحية إلى المنطقة، وبالتالي زيادة في الدخل الحقيقي الناتج عن نشاط السياحة الرياضية.

وها يتفق مع ما اشار اليه عبد الرحمن يحيى عبدالمطلب (٢٠٢٢م) أن التنمية السياحية المتوازنة والمستدامة تعتبر من أحدث المفاهيم السياحية، وتشمل مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق التوسع المستمر المتوازن في الموارد السياحية، وزيادة الجودة وترشيد الإنتاجية في مختلف الخدمات السياحية، سواء كان ذلك بالنسبة للسياحة الدولية أو الداخلية، وهي عملية مركبة المكونات، متشعبة الجوانب تضم عناصر متعددة متداخلة ومتفاعلة تقوم على محاولة علمية وتطبيقية للوصول إلى الاستغلال الأمثل لعناصر الإنتاج السياحي الأولية من إطار طبيعي وتراث حضاري، تسندها قاعدة كاملة من البنية الأساسية من خلال التقدم العلمي والتكنولوجي، وربط كل ذلك بعناصر البيئة واستخدامات الطاقة الجديدة وتنمية مصادر الثروة البشرية للقيام بدورها الفعال في برامج التنمية، على ضوء طلب سياحي متنوع يتواكب ويتزامن مع تنمية العرض السياحي. (١٤ : ٢٤)

كما يؤكد الباحث على أن تنمية السياحة الرياضية احد أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة لما لها من قدرة على تحسين ميزان المدفوعات وتوفير فرص عمل وخلق فرص مدرة للدخل، فضلا عن المساهمة في تحسين أسلوب ونمط الحياة الاجتماعية والثقافية لعموم افراد المجتمع. وان الاهتمام المتزايد بالسياحة الرياضية دفع الى تعاظم دورها في التنمية حيث تشجيع الاستثمار في انشاء المشروعات السياحية والرياضية في اطار الاعفاءات الضريبية على واردات السياحة كما ستوفر فرصا مهمة لمساهمة الدول في انشاء مشاريع البنى التحتية في البلاد. ويعد قطاع السياحة رائدا في خلق التشابكات مع بقية الفروع والانشطة الاقتصادية.

كما أدركت جمهورية مصر العربية أهمية السياحة الرياضية في التنمية، وبناء عليه فقد اعتبرت السياحة أحد أهم الأنشطة الاقتصادية، وركزت عليها في رؤية ٢٠٣٠، حيث نظمت مصر في ضوء

الرؤية العديد من البطولات والمسابقات العالمية، مما ساهم في زيادة أعداد الزائرين، فلقد نمت مساهمة السياحة الرياضية في الناتج المحلي، كما أنه من المتوقع زيادة هذا الناتج بحلول عام ٢٠٣٠ وفقاً لخطة رؤية مصر ٢٠٣٠.

يتفق هذا مع ما أشار إليه العديد من الدراسات من أهمية السياحة الرياضية كدراسة أروى محمد عبدالله (٢٠٢١م) (٣)، أميرة عبدالمنعم الرشيدى (٢٠٢١م) (٥)، عادل محمد مكي (٢٠٢١م) (١٢)، ناهد إسماعيل ، عبير فتحي (٢٠٢٠م) (١٧)، ان الاهتمام بمدى مساهمة السياحة عموماً والسياحة الرياضية على وجه الخصوص تحقق أبعاد التنمية المستدامة، بهدف جعل السياحة المستدامة من أهم عوامل تحقيق التنمية في الدول المتقدمة والنامية على حدٍ سواء.

الاستنتاجات والتوصيات

أولاً : الاستنتاجات:

في ضوء نتائج الدراسة توصل الباحث إلى الاستنتاجات التالية:

- ١- استنتاجات خاصة بالمحور الاول (البيئة الداخلية والخارجية للسياحة الرياضية المستدامة):
 - تؤثر أنشطة السياحة الرياضية ايجابياً على تحقيق رؤية مصر ٢٠٣٠ للتنمية السياحية المستدامة.
 - تعمل الدولة على استغلال المقومات الطبيعة والجغرافية لعمل جذب للسياحة الرياضية.
 - تعمل الدولة على تشجيع الاستثمار المحلي والأجنبي للمنشآت السياحية.
 - عدم وضوح أهداف التنمية المستدامة بالمؤسسات القائمة على السياحة الرياضية.
- ٢- استنتاجات خاصة بالمحور الثاني (برامج السياحة الرياضية المستدامة):
 - وضع استراتيجية شاملة لبرامج السياحة الرياضية المستدامة.

- ضعف التعاون بين وزارتي السياحة والشباب والرياضة في وضع برامج للسياحة الرياضية المستدامة.
 - عدم تحدد أنشطة برامج السياحة الرياضية وفقاً لحاجات ورغبات السائحين.
 - ٣- استنتاجات خاصة بالمحور الثالث (الامكانيات المالية والبشرية للسياحة الرياضية المستدامة):
 - توافر العدد الكافي من الفنادق المناسبة لإقامة المستفيدين.
 - تخصص جزء من الميزانية العامة للسياحة الرياضية.
 - توافر خبراء متخصصين في إدارة الاحداث الرياضية.
 - ضعف العائد المالي من السياحة الرياضية مقارنة بانواع السياحة الاخرى.
 - ٤- استنتاجات خاصة بالمحور الرابع (عملية الاتصال في تنمية السياحة الرياضية المستدامة):
 - الإعلان عن الأماكن السياحية الرياضية المتوفرة بمصر.
 - ضعف تواصل وزارتي السياحة والشباب والرياضة مع الاتحادات الرياضية الدولية ودعوتها لإقامة المؤتمرات والندوات والبطولات الرياضية الخاصة بها في مصر.
 - عدم بث فيديوهات وصور ونصوص بلغات مختلفة علي مواقع التواصل الاجتماعي لتسويق السياحة الرياضية.
 - ٥- استنتاجات خاصة بالمحور الخامس (التسويق السياحي لأنشطة السياحة الرياضية المستدامة):
 - تخصيص ميزانية خاصة بتسويق أنشطة برامج السياحة الرياضية.
 - أساليب تسويق أنشطة السياحة الرياضية المستخدمه غير واضحة للعاملين بالمجال السياحي.
 - قلة الإعلان علي العلامات التجارية أثناء إقامة أنشطة السياحة الرياضية.
 - ٦- استنتاجات خاصة بالمحور السادس (تحديات السياحة الرياضية المستدامة):
 - تواضع نوعية المنشآت والخدمات وضعف أو قصور في المرافق الأساسية.
 - عدم قدر البرامج السياحية على مجاراة تغير السلوك السياحي العالمي بسرعة.
 - قلة اهتمام المستثمرين بهذا النمط السياحي.
 - ضعف التعاون بين الهيئات والوزارات المعنية بقطاع السياحة الرياضية.
 - تواضع الوعي السياحي وضعف التوعية الاعلامية بأهمية السياحة الرياضية.
- ثانياً : التوصيات:

في ضوء النتائج والبيانات التي توصل إليها الباحث وبناء على الاستنتاجات يوصي الباحث بما يلي:

- ١- تدعيم التعاون المشترك بين وزارتي السياحة والشباب والرياضة في وضع استراتيجية مقترحة واضحة الاهداف لتنمية السياحة الرياضية وفقا لرؤية مصر المستدامة ٢٠٣٠..
- ٢- دعم التعاون المشترك بين كليات التربية الرياضية وكليات السياحة والفنادق لاعداد متخصصين في مجال السياحة الرياضية.
- ٣- وضع اليات خاصة من أجل الترويج لانشطة السياحة الرياضية المستدامة.
- ٤- توفير ميزانية مخصصة للنهوض بأنشطة السياحة الرياضية تتماشى مع النهضة العالمية.
- ٥- إعداد برامج وانشطة للسياحة الرياضية بشكل متوازن لتلبية احتياجات ومتطلبات الاستدامة.
- ٦- التسويق لأنشطة السياحة الرياضية محليا وأقليمياً وعالمياً.
- ٧- نشر ثقافة السياحة الرياضية المستدامة داخليا وخارجيا.
- ٨- تقديم إعفاءات وتقليل الضرائب على المؤسسات القائمة على السياحة الرياضية.

قائمة المراجع:

أولا المراجع باللغة العربية :

- ١- ابوبكر عونى عطية (٢٠١٢م) : التنظيم الدولي للسياحة الرياضية، نحو انشاء منظمة دولية مقترحة للسياحة الرياضية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية.
- ٢- أحمد عمرو إبراهيم (٢٠١٤م) : خطة مقترحة للسياحة الرياضية بالاتحادين المرى للدرجات الهوائية والدرجات النارية والكاريتج، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط.
- ٣- أروى محمد عبدالله (٢٠٢١م): رؤية مقترحة لتنشيط السياحة الرياضية في شمال سيناء، مجلة سيناء لعلوم الرياضة، كلية التربية الرياضية، جامعة العريش.
- ٤- أشرف سمير الميداني (٢٠١٥م) : " السياحة الرياضية في مصر "، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية .

- ٥- أميرة عبدالمنعم الرشيدى (٢٠٢١م): تقويم السياحة الرياضية وتأثيرها على الجذب السياحي بمحافظة الأقصر، المجلة العلمية لعلوم التربية البدنية والرياضية المتخصصة، كلية التربية الرياضية، جامعة أسوان.
- ٦- جاسم محمد عبدالحكيم (٢٠٠٣م) : صناعة السياحة فى دولة الامارات مع التطبيق مع اماره دبی دراسة جغرافية، ادارات دائرة الثقافة والاعلام، حكومة الشارقة، الامارات العربية المتحدة.
- ٧- دينا كمال محمود (٢٠١٨م) : الاتصالات التسويقية الالكترونية ودورها في الترويج للسياحة الرياضية في جمهورية مصر العربية ، كلية التربية الرياضية للبنات جامعة حلوان ، المجلة العلمية لعلوم وفنون الرياضة ، المجلد ٥١ ، الجزء ٣ ، جمهورية مصر العربية.
- ٨- ريم صلاح اللقانى (٢٠١٨م) : " إستراتيجية ترويجية للسياحة الرياضية بمحافظة الإسكندرية " رسالة دكتوراه ، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية، جمهورية مصر العربية.
- ٩- زير ريان (٢٠١٨م) : مساهمة التسويق السياحي في تطوير السياحة في الوطن العربي دراسة مقارنة الجزائر تونس الامارات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، جامعة محمد خيضر - بسكرة، الجزائر.
- ١٠- سماح محمد امين حلاوه (٢٠٢٠م): دراسة تحليلية للسياحة الرياضية كأحد دعائم الاقتصاد المصري، المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة، العدد ٠٩ الجزء (١)، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان.
- ١١- صلاح زين الدين محمد (٢٠١٦م) : فرص وتحديات التنمية السياحية المستدامة فى مصر، المؤتمر العلمى الدولى الثالث القانون والسياحة، جامعة طنطا، مصر .
- ١٢- عادل محمد عبدالمنعم مكي (٢٠٢١م) : دور السياحة الرياضية في توجه الأفراد إلى مصر كمقصد سياحي، المجلة العلمية لعلوم التربية البدنية والرياضية المتخصصة، كلية التربية الرياضية، جامعة أسوان.
- ١٣- عباس رجائي الحربي (٢٠١٣م): التسويق السياحي فى المنشآت الرياضية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
- ١٤- عبدالرحمن يحيى عبدالمطلب (٢٠٢٢م): تأثير القيادة الملهمه على الإبداع الإداري لدى العاملين بمجال السياحة الرياضية والترويج في ضوء أبعاد التنمية المستدامة، مجلة أسيوط لعلوم وفنون التربية الرياضية، كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط

- ١٥- ماهر عبدالخالق السيمي (٢٠١٥م): مبادئ السياحة، مجموعة النيل العربية، ط٢، القاهرة.
- ١٦- مدحت قاسم، أحمد عبد الفتاح (٢٠١٣م) : السياحة الرياضية والمنتجات الصحية العلاجية، دار الفكر العربي، القاهرة.
- ١٧- ناهد إسماعيل محمد، عبير فتحي محمد (٢٠٢٠م) : نموذج مقترح لتنشيط السياحة الرياضية من منظور عناصر المزيج الترويجي بجمهورية مصر العربية، المجلة العلمية لكلية التربية الرياضية للبنين بالهرم، العدد (٨٨)، الجزء (٢). جامعة حلوان.
- ١٨- وزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري (٢٠١٤م): رؤية مصر ٢٠٣٠، جمهورية مصر العربية. ثانياً: المراجع باللغة الاجنبية :

- ١٩-Georgia,Y., Eleni,S., Charilaos,K., George,C. Panagiota,B., Michela,M& (2017) : The future of sustainable tourism development for the Greek enterprises that provide sport tourism. Tourism Economics, 23(5), 1155–1162.
- ٢٠-Tsekouropoulos, G.; Gkouna, O.; Theocharis, D.; Gounas, A. (2022): Innovative Sustainable Tourism Development and Entrepreneurship through Sports Events. Sustainability 2022, 14, 4379. <https://doi.org/10.3390/su14084379>
- ٢١-Yang, Jen-Jen, Huai-Wei Lo, Chen-Shen Chao, Chih-Chien Shen, and Chin-Cheng Yang. 2020. "Establishing a Sustainable Sports Tourism Evaluation Framework with a Hybrid Multi-Criteria Decision-Making Model to Explore Potential Sports Tourism Attractions in Taiwan" Sustainability 12, no. 4: 1673

ثالثاً : شبكة المعلومات الدولية :

- ١- <http://ethics.unwto.org/en/content/responsible-tourist>
- ٢- <http://www.Lite.lawyergypt.net>

ملخص البحث

السياحة الرياضية كأحد دعائم السياحة المستدامة
لرؤية مصر ٢٠٣٠ - دراسة تحليلية

د/ خالد محمد سمير محمد

ضابط قوات مسلحة بالمعاش

أستهدف البحث إلى:دراسة تحليلية السياحة الرياضية كأحد دعائم السياحة المستدامة لرؤية مصر ٢٠٣٠ ، استخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي القائم على تحليل المعطيات الواقعية الميدانية، وقام الباحث باختيار عينه البحث بالطريقه العشوائية من مجتمع البحث التي بلغ حجمها (١٤٥) فرد، وبلغ حجم العينة الأساسية (١٢٥) فرد في حين بلغ حجم العينة الاستطلاعية (٢٠) فرد، تم اختيارهم من داخل مجتمع البحث ومن خارج العينة الأساسية للبحث، واعتمد الباحث في جمع البيانات على الدراسات السابقة والمراجع المتخصصة لبناء أستمارة الاستبيان لدراسة (واقع البيئة الداخلية والخارجية، البرامج والانشطة، الامكانات المالية والبشرية، التسويق السياحي - عملية الاتصال والتحديات) للسياحة الرياضية المستدامة. أهم النتائج:

- تؤثر أنشطة السياحة الرياضية ايجابياً على تحقيق رؤية مصر ٢٠٣٠ للتنمية السياحية المستدامة.
- تعمل الدولة على استغلال المقومات الطبيعية والجغرافية لعمل جذب للسياحة الرياضية.
- عدم وضع استراتيجية شاملة لبرامج السياحة الرياضية المستدامة.
- تخصص جزء من الميزانية العامة للسياحة الرياضية.
- ضعف الإعلان عن الأماكن السياحية الرياضية المتوفرة.
- ضعف الميزانية الخاصة بتسويق أنشطة برامج السياحة الرياضية.

Summery

Sports tourism as one of the pillars of sustainable tourism for Egypt's Vision 2030 " An analytical study "

Dr. Khaled Muhammad Samir Muhammad

The research aimed to: an analytical study of sports tourism as one of the pillars of sustainable tourism for Egypt's 2030 vision. The researcher used the descriptive survey method based on the analysis of realistic field data. The researcher selected the research sample in a random way from the research community, which reached a size of (145) individuals, and the size of the basic sample was (125) individuals, while the size of the exploratory sample was (20) individuals, who were selected from within the research community and from outside the basic sample of the research. In collecting data, the researcher

relied on previous studies and specialized references to build a questionnaire form to study (the reality of the internal and external environment, programs and activities, Financial and human capabilities, tourism marketing - communication process and challenges) for sustainable sports tourism.