

تصور مقترح لتسويق لاستثمار الانشطة الرياضية المائية كنشاط سياحي**بجمهورية مصر العربية****أ.م.د/ احمد محمد هاشم**

أستاذ مساعد بقسم الإدارة الرياضية والترويح-كلية التربية الرياضية-جامعة بنى سويف

أ.م.د/ حسام الدين عبد الرازق هوارى

أستاذ مساعد بقسم الإدارة الرياضية والترويح-كلية التربية الرياضية-جامعة بنى سويف

الباحث/ حسام الدين عبد الرازق هوارى

باحث بقسم الإدارة الرياضية والترويح-كلية التربية الرياضية-جامعة بنى سويف

المقدمة ومشكلة البحث

إن خطوات نجاح أي نشاط رياضي في أي مجتمع ، يجب أن يتبع الأسلوب المناسب والصحيح الذي يهدف أساسا إلى الارتقاء بهذا النشاط ويصبح الامتداد الفعلي لممارستها وصولا إلى أعلى المستويات من خلال الأساليب التدريبية والطرائق العلمية المستخدمة في جميع متطلبات ذلك النشاط ، بما في ذلك الاستخدام المناسب للصفات البدنية والحركية والنفسية والاجتماعية وفي ضوء الاتجاه نحو الرعاية الاقتصادية للرياضة وتوجه رجال الأعمال والمستثمرين نحو المجال الرياضي كمناخ استثماري مشجع على الربحية حيث أصبحت الإصابات الرياضية خطرا يؤثر على كفاءة اللاعب وعمره في الملاعب ، وحماية اللاعب هنا ليست مسؤولية المدرب فقط ولكنها عملية تتعاون فيها مجموعة من الأجهزة الإدارية والفنية والطبية ، بهدف الوصول باللاعب إلى أفضل مستوى بدني وصحي ورياضي مما دفع الدول المتقدمة إلى الاهتمام بالتأمين على الرياضيين وحمايتهم ضد مخاطر الإصابات الرياضية والتي تسبب لهم الخسارة المادية والمعنوية. (٢٣ : ٢)

ويذكر Chen شارن (٢٠٠٠م) واستراتيجية أي هيئة تعنى تصور الهيئة لما تريد أن تكون عليه في المستقبل وكيفية وصولها إلى هذا الوضع كما أنها الإطار المحدد للاختيارات التي تشير الي

طبيعتها واتجاهاتها حيث تتصل هذه الاختيارات بمجال المنتجات أو الخدمات والقدرات الهامة والنمو والعائد والموارد فيها (٣٢ : ٢٠) .

فالإستراتيجية تهتم أساساً بوضع إطار شامل عن موقف المنظمة في المستقبل بينما يهتم التخطيط بالطرق والوسائل المستخدمة وبذلك فالإستراتيجية تعتبر أداة في يد التخطيط لتوضيح وبيان كيفية التكيف مع المتغيرات البيئية الداخلية والخارجية وبناء على هذا فقد يكون التخطيط إستراتيجياً كما قد يكون غير إستراتيجي (٢ : ١١٨) .

وتخطيط إستراتيجية العمل ما هي إلا عملية تفكير ديناميكية عن طريق القيادة الجماعية للمنظمة تقوم على وضع الهدف المرجو تحقيقه في الاعتبار ، حيث يتم تعريف الرؤية المستقبلية المثالية مع توضيح الإستراتيجيات الضرورية لخطط العمل والميزانيات السنوية والفعالة والمتوافقة ثم الحث على تحقيق هذه الرؤية (٩ : ١٢) .

وصياغة الإستراتيجية تعنى إيضاح وتمهيد الطريق الذي تعتقد المنظمة أنه سيقودها لتحقيق غايتها ، ومن ثم فهي ترسم وتحدد غايتها وتوجه جهودها لتحليل العوامل والمتغيرات البيئية الخارجية والداخلية بما يسهم في إنتاج الفرص والتعرف على المخاطر وتحديد عناصر القوة والضعف ، هذا إلى جانب اختيار البديل الإستراتيجي المناسب بعد استقراء الإستراتيجيات البديلة والمناسبة (١١ : ١٩) والإستراتيجية هي الخطة الرئيسية الشاملة التي تحدد كيف تحقق المنظمة غرضها من خلال تنظيم ما تتمتع به من مزايا وتقليل ما تعانيه من مساوئ (٦ : ٥) .

كما أنها عملية نظامية حركية متراكمة ، تهتم بكل الأمور والجوانب ذات العلاقة بالمؤسسة داخلها وخارجها وماضيها وحاضرها ومستقبلها في الأجل الطويل والمتوسط والقصير وتتعامل معها وفق مدخل النظم لرؤية الأمور على حقيقتها ، بما لها وما عليها وترتيب كافة الجهود لإيجاد وتنمية الإمكانيات والموارد اللازمة لتحقيق الطموحات والهداف التي تم صياغتها وفق الأسس والضوابط المهنية الرشيدة لتحديد رسالة المؤسسة وأهدافها (١٨ : ١٣) .

فالإستراتيجية فن وعلم صياغة وتطبيق التصرفات والأعمال التي من شأنها أن تمكن المنظمة من تحقيق أهدافها ويمكن النظر إلى الإستراتيجية باعتبارها مدخلاً هادفاً ومنظماً لصنع القرارات الإستراتيجية في المنظمة (١٥ : ١٤) .

ويوضح " كراج مكجي Craig Mcgee " (٢٠٠٣) أن الإستراتيجية هي خليط من الأفكار . الخبرة . الفهم العميق . الأهداف . الإدراك ، التوقع والتي تعطي رؤية لعمل معين للوصول إلى نهاية محددة (٣٣ : ٣٥) .

يعد قطاع السياحة بجمهورية مصر العربية من اهم قطاعات الدخل القومي المصري وذلك لحساسية هذا القطاع وتأثره بالظروف الأمنية بشكل خاص، إذ يعد القطاع السياحي من أول القطاعات الاقتصادية تأثراً بالأحداث والظروف التي يمر بها المجتمع المصري ، وآخر قطاع تعافياً منها. وتشير غالبية الدراسات والبحوث الى ان تجاوز الازمة في قطاع السياحة المصرية ليست بحاجة إلا لبعض الخطط التنموية والاستراتيجيات السياحية حتى تتمكن من تجاوز هذه الازمة والإنطلاق من خلالها الى الأمام وذلك من خلال تنمية العاملين في تلك القطاع الحيوي.

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

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

والرياضات المائية يتم ممارستها بطرق مختلفة ومكانها متنوع حسب طبيعة المنافسة ، فقط تجري على سطح الماء كسباقات الزوارق السريعة أو زوارق التجديف ، وقد تحتضنها أعماق البحار كالغوص وقد تجمع بين هذا وذاك كالسباحة مثلا ، وبذلك تختلف الرياضات المائية عن الأنشطة الرياضية الأخرى كونها تمارس في الوسط المائي الذي يختلف عن اليابسة . والوسط المائي إما أن يكون حوض سباحة قانوني أو نهر أو بحر ذو مياه هادئة وصالحة للاستخدام وتقام كذلك عبر المحيطات. ويتم تصنيف الرياضات المائية تبعا لطبيعة الوسط المائي . (٢٥ : ٣٢)

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

ومن خلال عمل أحد الباحثون في مجال السياحة في الأنشطة المائية وكذلك من خلال اطلاعه على العديد من البحوث السابقة كدراسة طارق محمد العزازي (٢٠١٤) (١٦) بعنوان " تنمية سياحة المغامرات في مصر بالتطبيق على الصحراء الشرقية ، ودراسة صفوت محمد زيتون (٢٠١٣) (١٥) بعنوان "تقويم دور المؤسسات الاقتصادية في رعاية السياحة الرياضية في مصر ، ودراسة حامد محمد الصياد (٢٠١٣) (٤) بعنوان " تقويم الخدمات الترويجية بالمنتجات السياحية في ضوء عناصر المزيج التسويقي ، ودراسة رنا محمود السيد (٢٠١٣) (١٥) بعنوان " خطة اعلامية مقترحة للنهوض بالسياحة الرياضية بمحافظة الاسكندرية ، ودراسة حسين اسماعيل العوض (٢٠١٣) (٧) بدارسة "معايير مقترحة لاختيار أخصائي التسويق بمجال السياحة الرياضية ودراسة سميث ، جراتون (٢٠١٢) Smith, Gratton بعنوان " الرياضة والترويج وتكوين صورة ذهنية جديدة واستراتيجيات التجديد كوسيلة لتعزيز غاية السائح القادم للمدينة ، ودراسة فيرلى ، سورتر (٢٠١٠) (٣٤) Faurley, Sorter بعنوان " السياحة الترويجية الخاصة والحنين للوطن والقائمة على أساس المجموعة ، ودراسة ويبيد ، ماريس، جامون Weed, Marins, Gammon (٢٠١٠) بعنوان " السياحة الترويجية : قطاع متنامي الموضوعات والمنظورات المتواجدة في فرنسا وكذلك من خلال ترده على الاتحاد المصري للرياضات المائية وجد أن هناك العديد من المشاكل الادارية والتمويلية التي تؤثر على سير خطط الأنشطة بالاتحاد المصري للسباحة في المجال السياحي ولا يوجد خطة واضحة لتطويره مما دفع الباحث لمحاولة اقتراح استراتيجية مقترحة لتطوير

الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي في ضوء تحديد بيئة العمل للمنظمة، خلق واكتشاف الفرص الحالية والمستقبلية واستغلالها.

هدف البحث

- يهدف البحث الى تصور مقترح لتسويق لاستثمار الانشطة الرياضات المائية كنشاط سياحي بجمهورية مصر العربية وذلك من خلال:
- اهداف الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي.
 - اشكال الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي المراد تطويرها.
 - الاماكن المراد تعزيز الرياضات المائية الشاطئية.
 - أساليب تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي.
 - معوقات تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي.
 - التوصل الى استراتيجية مقترحة لتعزيز الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي.

تساؤلات البحث

- ما هي اهداف الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي؟
- ما هي اشكال الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي المراد تطويرها؟
- ما هي الاماكن المراد تعزيز الرياضات المائية الشاطئية؟
- ما هي أساليب تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي؟
- ما هي معوقات تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي؟
- ما هي الاستراتيجية المقترحة لتعزيز الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي؟

بعض المصطلحات الواردة في البحث

الرياضات المائية الشاطئية

هي أنواع من الألعاب الرياضية التي تمارس حصراً بوجود الماء البحري وتمارس بعض الألعاب المائية ضمن الماء وبعضها على سطحه فقط، والبعض الآخر تحته وتكون في المدن الساحلية.

السياحة الرياضية

هي عملية انتقال الفرد من مكان الإقامة الدائم إلى مكان آخر في ذات الدولة أو دولة أخرى لفترة مؤقتة بهدف ممارسة أو مشاهدة الأنشطة الرياضية المختلفة مثل (الدورات العالمية الألعاب الأولمبية - بطولات العالم في مختلف الألعاب - الدورات القارية - البطولات التي تقام على الشواطئ مثل بطولات كرة اليد والطائرة الشاطئي). (٧٤:١٤)(٦٢:٢٠)

منهج واجراءات البحث :

- ١- **منهج البحث** : استخدم الباحث المنهج الوصفي وذلك لمناسبته لأهداف هذه البحث .
- ٢- **مجتمع البحث** : يتكون مجتمع البحث من الخبراء المتخصصين في مجال الرياضات المائية والسياسة الرياضية من اعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية وكذلك من اعضاء الاتحاد المصري للسباحة.

٣- **عينة البحث**: بلغت عينة البحث (٤٠) من الخبراء في مجال الرياضات المائية والسياسة الرياضية من كليات التربية الرياضية من تخصصي الرياضات المائية والترويح الرياضي، الادارة الرياضية ، وكليات السياحة والفنادق بالجامعات المصرية واتحاد السباحة وتم اختيارهم من (٥) جامعات (اسوان- اسيوط- المنيا- حلوان- الاسكندرية) بالطريقة العشوائية وتوضح جدول (١) التوصيف الإحصائي لعينة البحث.

جدول (١)

توزيع عينة البحث من بعض الجامعات المصرية (ن = ٤٠)

النسبة المئوية	المجموع	السياحة والفنادق	التربية الرياضية			الكليات الجامعة	م
			الرياضات المائية	الادارة الرياضية	الترويح الرياضي		
٢.٥%	١	-	-	١	-	اسوان	١
٧.٥%	٣	-	١	١	١	اسيوط	٢
٢٧.٥%	١١	٥	٢	٢	٢	المنيا	٣
٣٥.٠%	١٤	٣	٣	٣	٥	حلوان	٤
٢٠%	٨	٢	٢	٢	٢	الاسكندرية	٥
٧.٥%	٣	-	٢	-	١	اتحاد السباحة	٦
١٠٠%	٤٠	١٠	١٠	٩	١١	المجموع	

٤- **أدوات جمع البيانات** : استخدم الباحث في جمع البيانات استمارة الاستبيان من تصميمه وبالإستعانة ببعض بدراسة وليد أمين عباس (٢٠١٥م) (٣١) مع تعديل في مفردات ومحاور الاستمارة بما يتناسب مع طبيعة الدراسة الحالية واتباع الباحث الخطوات الآتية في إعداد الاستبيان .

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

جدول (٢)

اراء السادة الخبراء حول ابعاد استمارة استراتيجية تطوير الرياضات المائية
الشاطئية كنشاط سياحي

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

يتضح من جدول رقم (٢) اراء السادة الخبراء حول محاور استمارة استراتيجية تطوير الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي وقد ارتضى الباحث نسبة (٨٠%) لقبول المحاور المكونة للاستمارة المقترحة وبذلك تم حذف ابعاد (اهداف العاملين في المجال السياحي الرياضي - المعوقات السياسية في جذب السياحة الرياضية- الخطط المستقبلية لتطوير السياحة الرياضية المائية) والبقاء على (٥) ابعاد وهي (اهداف الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي- اشكال الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي المراد تطويرها- الاماكن المراد تعزيز الرياضات المائية الشاطئية- أساليب تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي- معوقات تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي) كأبعاد اساسية في تصميم الاستمارة المقترحة قيد البحث.

٥- **الدراسة الاستطلاعية** : قام الباحث بأجراء دراسة استطلاعية بهدف التأكد من سلامة وسهولة فهم عبارات الاستبيان وإمكانية قراءتها وفهمها ، ومناسبة الوقت اللازم لاستقاء الاستبيان حتى لا يتضرر المختبر من طول الفترة التي يقضيها في الإجابة على الاستبيان ، تمت الدراسة الاستطلاعية في الفترة من ٢٠١٨ / ٧ / ١٥ حتى ٢٠١٨ / ٧ / ٣١ على عينة من اعضاء هيئة التدريس والاتحاد المصري للسباحة وبلغت (١٠) افراد من غير عينة البحث .

٦ - **المعاملات العلمية للاستبيان** :- للتحقق من الشروط العلمية للاستبيان قام الباحث بحساب صدق المحتوى (صدق المحكمين) حيث تم عرض محاور الاستبيان ومفرداته على مجموعة من المتخصصين (١٠) خبراء في مجال الترويج الرياضي والادارة الرياضية والسياحة يشترط فيهم أن يكون حاصل على درجة دكتوراه الفلسفة والأستاذية في مجال الترويج والادارة

الرياضية والسياحة وان لا تقل على سنوات خبراته عن (١٥) سنة في مجال التخصص وذلك لإبداء رأيهم وحكمهم على إن المحاور المختارة للاستبيان تتفق مع الغرض منه وان كل عبارة تنتمي للمحور الذي يتضمنها وكذلك مدى الوضوح في فهم كل عبارة ، وترك حرية استبعاد العبارات وإضافة عبارات جديدة يرونها مناسبة ويوضح جدول (٣) عدد العبارات المستبعدة بعد العرض على الخبراء .

جدول (٣)

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

(ن=٥)

م	المحاور	عدد العبارات	%	العبارات المستبعدة	العدد النهائي
١	اهداف الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي	١٩	٣٥.١٨%	٤	١٥
٢	اشكال الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي المراد تطويرها	٩	١٦.٦٦%	٢	٧
٣	الاماكن المراد تعزيز الرياضات المائية الشاطئية	٢	٣.٧٠%	-	٢
٤	اساليب تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي	١٣	٢٤.٠٧%	٢	١١
٥	معوقات تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي	١١	٢٠.٣٧%	١	١٠
	المجموع	٥٤	١٠٠%	٩	٤٥

وقد جاءت النتائج كما يلي:-

- وفي حدود ما وضعه الباحث من نسبة لقبول رأى الخبراء وهو اتفاق (٨٠%) على الأقل لقبول العبارة ، وقد تم استبعاد عدد (٩) عبارات من المحاور الخمسة لعدم حصولها على المحك المقبول لدرجة الموافقة من قبل السادة الخبراء .
- **صدق الاتساق الداخلي** : قام الباحث بحساب قيمة معامل الارتباط بيرسون عن طريق إيجاد معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والمجموع الكلى للمحور الذي تمثله وكذلك حساب معامل الارتباط بين الدرجة الكلية لكل محور والدرجة الكلية لمجموع المحاور، ويوضح جدول (٤) قيم معاملات الارتباط بين كل عبارة والمحور المنتمية إليه.

جدول رقم (٤)

قيم معاملات الارتباط للعبارة في المحاور المكونة لاستمارة الاستراتيجية المقترحة
للسياحة المائية

(ن = ٤٠)

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

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

يتضح من جدول رقم (٤) ان جميع العبارات دالة احصائيا عند مستوى الدلة (٠.٠٥) حيث

كانت قيمة (ر) المحسوبة اكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى الدلة (٠.٠٥)

جدول (٥)

الشكل النهائي لعبارة الاستبيان

م	المحاور	العدد النهائي للعبارة	%
١	اهداف الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي	١٥	٣٥.١٨%
٢	اشكال الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي المراد تطويرها	٧	١٦.٦٦%
٣	الاماكن المراد تعزيز الرياضات المائية الشاطئية	٢	٣.٧٠%
٤	اساليب تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي	١١	٢٤.٠٧%
٥	معوقات تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي	١٠	٢٠.٣٧%
	المجموع	٤٥	١٠٠%

ثبات الاستبيان:

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

جدول (٦)

قيم معاملات الارتباط بطريقة الفا Alpha كرنباك لمحاور الاستبيان

(ن = ١٠)

م	محاور الاستبيان	قيمة معامل الارتباط	
		معامل الارتباط	قيمة (ر)
١	اهداف الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي	٠.٦٨١	٠.٦٥٨
٢	اشكال الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي المراد تطويرها	٠.٥٨٤	
٣	الاماكن المراد تعزيز الرياضات المائية الشاطئية	٠.٨٥٤	
٤	اساليب تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي	٠.٨٧٩	
٥	معوقات تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي	٠.٧١٢	

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

(٧) التطبيق الميداني للبحث : قام الباحث بتطبيق الاستبيان على عينة البحث بعد التأكد من الصدق والثبات وذلك في المدة من ٢ / ٨ / ٢٠١٨ حتى ٢٥ / ٨ / ٢٠١٨ م .

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

ثانيا : عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها

جدول (٧)

اهداف الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي

(ن = ٥٠)

الترتيب	كا	غير موافق		الى حد ما		موافق		العبارة	م
		%	ك	%	ك	%	ك		
الثامن	٢١.٢٥	%١٨	٩	%١٤	٧	%٦٨	٣٤	تعزيز النمو الاقتصادي في المجال الرياضي .	١
التاسع	١٧.٥٢	%٢٠	١٠	%١٦	٨	%٦٤	٣٢	الشعور بالرضا والفخر لدى المواطن المصري .	٢
الخامس عشر	١٦.٢٥	%١٢	٦	%٣٢	١٦	%٥٦	٢٨	الاستمتاع بوقت الفراغ على مستوى السائح الداخلي والخارجي	٣
السادس	١٧.٦٩	%١٦	٨	%١٤	٧	%٧٠	٣٥	الترويج والتخلص من ضغوط العمل .	٤
الاول	٢١.٦٣	%٢	١	%١٦	٨	%٨٢	٤١	الاستمتاع بمشاهدة المناظر الطبيعية.	٥
الثالث	٢٠.٦٠	%٨	٤	%١٤	٧	%٧٨	٣٩	اشباع الدافع للمعرفة والاستكشاف عن الرياضات البحرية .	٦
الثالث عشر	١٦.٣٢	%٨	٤	%٣٨	١٩	%٥٤	٢٧	اشباع الدافع للمغامرة لدى السائح الداخل والخارجي .	٧
الحادي عشر	١٦.٩٨	%١٤	٧	%٢٤	١٢	%٦٢	٣١	التغلب على الحياة النمطية .	٨
العاشر	١٧.٦٥	%١٢	٦	%٢٤	١٢	%٦٤	٣٢	ممارسة رياضة محببة للنفس وتحسين الحالة الصحية.	٩
السابع	١٦.٦٠	%٦	٣	%٢٦	١٣	%٦٨	٣٤	استئارة الدافع للتعرف على مختلف الثقافات .	١٠
الثاني عشر	١٤.٢٠	%١٤	٧	%٢٨	١٤	%٥٨	٢٩	اشباع هواية السفر للمدن المختلفة .	١١
الرابع عشر	١٧.٥٢	%١٦	٨	%٣٠	١٥	%٥٤	٢٧	تعزيز الانتماء الوطني خاصة لدى الشباب و الناشئة من خلال برامج الرحلات السياحية	١٢
الرابع	٢٠.٣٨	%٨	٤	%١٦	٨	%٧٦	٣٨	العناية بالمحميات الطبيعية وإبراز الثقافات المحلية المتنوعة .	١٣
الثاني	٢٠.٦٩	%٦	٣	%١٢	٦	%٨٢	٤١	استقطاب المدخرات المحلية للاستثمارات السياحية ، وجذب الاستثمارات الأجنبية	١٤
الخامس	١٨.٦٥	%١٢	٦	%١٦	٨	%٧٢	٣٦	تشغيل اكبر قدر من الشباب والحد من البطالة في قطاع السياحة والتربية البدنية.	١٥

• قيمة (كا) الجدولية عند مستوي (٠.٠٥) = ٦.٨٧

يتضح من جدول (٧) أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث تتراوح ما بين (٨٢%) لعبارة الاستمتاع بمشاهدة المناظر الطبيعية الى (٥٦%) لعبارة الاستمتاع بوقت الفراغ على مستوى السياحة

الداخلي والخارجي ويرجع الباحث ذلك الى وعى عينة البحث من الخبراء بأهمية اهداف تنشيط السياحة الشاطئية لتعزيز الشكل السياحي للشواطئ داخل جمهورية مصر العربية

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

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

ووتتفق نتائج هذه الدراسة مع محمد العشماوي (٢٠١٠)(١٧)، محمد عبد الرحمن (٢٠١١م)(٢٢) انه تعتمد مواقع السياحة الأكثر نجاحاً في الوقت الحاضر على المحيط المادي النظيف، والبيئات المحمية والأنماط الثقافية المميزة للمجتمعات المحلية أما المناطق التي لا تقدم هذه المميزات فتعاني من تناقص في الأعداد ونوعية السياح ، وهو ما يؤدي بالتالي إلى تناقص الفوائد الاقتصادية للمجتمعات المحلية وهذا ما سوف تقوم بتنميته الاستراتيجية المقترحة.

جدول (٨)

اشكال الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي المراد تطويرها

(ن = ٥٠)

الترتيب	كا ^٢	غير موافق		الى حدا ما		موافق		العبارة	م
		%	ك	%	ك	%	ك		
الثالث	٢٢.٨٠	%٢	١	%٨٠	٤	%٩٠	٤٥	التجديف .	١
الاول	٢٥.٦٠	%٢	١	%٤	٢	%٩٤	٤٧	الغوص في الماء .	٢
الرابع	٢٢.٦٦	%٤	٢	%٦	٣	%٩٠	٤٥	سياحة السباحة في المياه المفتوحة ومشاهدة الشعب .	٣
الثاني	٢٣.٨١	%٢	١	%٦	٣	%٩٢	٤٦	اليخوت .	٤
الخامس	٢١.١٥	%٢	١	%١٠	٥	%٨٨	٤٤	التزلج على الماء وركوب الأمواج.	٥
السادس	٢٠.٦٠	%٦	٣	%١٠	٥	%٨٤	٤٢	القوارب الشراعية	٦
السابع	١٧.٧٠	%٨٠	٨	%٨	٤	%٧٦	٣٨	ركوب الكياك - البرشوت والالعاب المائية .	٧

• قيمة (كا) الجدولية عند مستوي (٠.٠٥) = ٦.٨٧

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

ويتفق ذلك ما اراء كلا من حامد الصياد (٢٠١٣)(٧) ، صفوت زيتون (٢٠١٣)(١٧)، سميث ، جراتون Smith Gratton (٢٠١٢) (٤٣) اشرف الميداني (٢٠١٠) (٣) على تعدد انواع السياحة تبعا للدوافع والرغبات والاحتياجات المختلفة للأفراد والتي تكمن خلفها وتحركها فوجود السياحة الرياضية والثقافية والعلاجية والدينية وسياحة السفارى دليل على تنوع دوافع واحتياجات الافراد ، وقد ساعد على انتشار اشكال جديدة من السياحة الترويجية التقدم العلمى والظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وما صاحب تلك الظروف من متطلبات ذات نوعيات خاصة لم تكن معروفة من قبل مثل سياحة المؤتمرات وسياحة رجال الاعمال .

جدول (٩)

الاماكن المراد تعزيز الرياضات المائية الشاطئية (ن = ٥٠)

الترتيب	كا ^٢	غير موافق		الى حدا ما		موافق		العبرة	م
		%	ك	%	ك	%	ك		
الثاني	٢٥.٨٠	-	-	٤%	٢	٩٦%	٤٨	المنتجعات والقرى السياحية.	١
الاول	٢٧.٦٨	-	-	٢%	١	٩٨%	٤٩	الشواطئ العامة والخاصة.	٢

• قيمة (كا) الجدولية عند مستوي (٠.٠٥) = ٦.٨٧

يتضح من جدول (٩) أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث تتراوح ما بين (٩٨%) لعبارة المنتجعات والقرى السياحية الى (٤٨%) لعبارة الشواطئ العامة والخاصة.

جدول (١٠)

اساليب تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي

(ن = ٥٠)

الترتيب	كا ^٢	غير موافق		الى حدا ما		موافق		العبرة	م
		%	ك	%	ك	%	ك		
العاشر	١٨.٥٠	٨%	٤	١٦%	٨	٧٦%	٣٨	تشجيع الاستثمارات في مجال الرياضات المائية الشاطئية وتوزيعها بشكل متوازن على مختلف الجمهورية.	١
الرابع	٢٠.٠٨	٤%	٢	١٤%	٧	٨٢%	٤١	زيادة الميزانية التي تخصصها وزارة السياحة لتنشيط السياحة الداخلية	٢
السابع	١٨.٨٥	٤%	٢	١٨%	٩	٧٨%	٣٩	تشجيع التعاون بين شركات السياحة والفنادق في إطار تنشيط السياحة الترويجية	٣
الثاني	٢٠.٣٥	٤%	٢	١٢%	٦	٨٤%	٤٢	إدخال مادة سياحية تدرس لطلاب كليات التربية الرياضية في جميع المراحل التعليمية.	٤
الاول	٢٠.٥٥	٤%	٢	١٠%	٥	٨٦%	٤٣	تعاون القائمين على البرامج السياحية بوسائل الاعلام والجهات المختلفة بالبحوث العلمية في مجال الرياضات المائية الشاطئية.	٥
الثامن	١٨.٥٠	٨%	٤	١٤%	٧	٧٨%	٣٩	الاهتمام بالإحصاءات السياحية الداخلية وإعداد دراسات شاملة عن سوق السياحة الداخلية.	٦
الحادي عشر	١٨.١٠	٨%	٤	٢٠%	١٠	٧٢%	٣٦	وضع خطط تسويقية لمختلف شرائح المجتمع (طلاب الجامعات- المدارس- موظفي الحكومة - اعضاء هيئة التدريس- الخ).	٧
الخامس	١٩.١٨	٦%	٣	١٢%	٦	٨٢%	٤١	عمل برامج سياحية مائية مختلفة لتلائم مختلف الشرائح الاجتماعية في المجتمع المصري.	٨
السادس	١٩.١٥	٦%	٣	١٤%	٧	٨٠%	٤٠	نشر الوعي السياحي الرياضي بين المواطنين من خلال وسائل الاعلام المختلفة والانترنت.	٩
الثالث	٢٠.١٠	٦%	٣	١٠%	٥	٨٤%	٤٢	عمل برنامج سياحي يومي بالقنوات الاعلامية يتناول فيها كل يوم مكان سياحي معين	١٠
التاسع	١٨.٨٥	٨%	٤	١٤%	٧	٧٨%	٣٩	تقديم مزيد من التخفيضات على مدار العام المرتبطة بعملية السفر والإقامة.	١١

• قيمة (كا) الجدولية عند مستوي (٠.٠٥) = ٦.٨٧

يتضح من جدول (١٠) أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث تتراوح ما بين (٨٦%) لعبارة تعاون القائمين على البرامج السياحية بوسائل الاعلام والجهات المختلفة بالبحوث العلمية في مجال الرياضات المائية الشاطئية الى (٧٢%) لعبارة وضع خطط تسويقية لمختلف شرائح المجتمع (طلاب الجامعات- المدارس- موظفي الحكومة - اعضاء هيئة التدريس).

جدول (١١)

معوقات تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي

(ن = ٥٠)

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

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

ويرجع الباحث ذلك الى رغبة عينة البحث من الخبراء الاكاديميون فى مجالات الادارة والترويج واتحاد الرياضات المائية إلى رغبة المسؤولين فى التنوع فى أساليب تنشيط تنافسية السياحة الترويجية ، والتأكيد على الدور الكبير الذي يمكن أن تلعبه وسائل الاعلام فى الدعاية والإعلان عن مشروعات السياحة ، اتجاه أساليب التسويق الحديثة إلى استخدام الكمبيوتر والبريد الإلكتروني

وغيرها من أساليب التسويق الحديثة لحث رجال الأعمال في المساهمة في تسويق مشروعات السياحة الترويجية .

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

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

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

الاستنتاجات :

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

المحور الاول : اهداف الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي:

١- تعزيز النمو الاقتصادي.

٢- تنمية موارد النقد الأجنبي على المستوى القومي .

٣- الاستمتاع بوقت الفراغ على مستوى المواطن .

٤- استقطاب المدخرات المحلية للاستثمارات السياحية ، وجذب الاستثمارات الأجنبية .

المحور الثاني : اشكال الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي المراد تطويرها:

١- التجديف .

٢- الغوص في الماء .

٣- سياحة السباحة في المياه المفتوحة ومشاهدة الشعب .

٤- اليخوت .

٥- التزلج على الماء وركوب الأمواج.

٦- القوارب الشراعية

٧- ركوب الكياك -البرشوت والالعاب المائية

المحور الثالث : الاماكن المراد تعزيز الرياضات المائية الشاطئية:

• المنتجعات والقرى السياحية .

• الشواطئ العامة والخاصة .

المحور الرابع : أساليب تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي:

١- تشجيع الاستثمارات في مجال السياحة الشاطئي وتوزيعها بشكل متوازن على مختلف الجمهورية .

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

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

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

المحور الخامس : معوقات تنشيط الرياضات المائية الشاطئية كنشاط سياحي:

١- انخفاض الدخل للأسرة المصرية .

٢- سوء حال المرافق الأساسية في بعض الاماكن السياحية .

٣- ارتفاع مستوى البطالة بين الشباب .

ثانيا : التوصيات :

استناداً إلى ما أسفرت عنه نتائج واستنتاجات البحث وفي حدود عينة البحث يوصى الباحث بالاتي :

- ١- استمرار تكثيف الحملات الدعائية للاماكن السياحية الشاطئية بالدولة لجذب السياحة العربية والدولة .
- ٢- العمل على تبنى استراتيجيات تنافسية جديدة في مجال السياحة للرياضات المائية الشاطئية.
- ٣- اجراء المزيد من التنسيق بين السياحة ووزارة الرياضة وزارات النقل والطيران والداخلية والاتصالات لمعالجة البنية التحتية ففي مجال السياحة .

المراجع

اولا : المراجع باللغة العربية :

- ١- احمد راشد مسعود (٢٠٠٨) " تنشيط حركة السياحة الدولية من خلال استثمار التسهيلات الترويجية بالقرى السياحية المصرية " رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة المنيا.
- ٢- أحمد محمد غنيم (٢٠٠٣) : مداخل إدارية معاصرة لتحديث المنظمات ، الدار الجامعية ، الإسكندرية .
- ٣- اميرة عبد الحميد غانم (٢٠١٠) "دراسة مسحية للأنشطة السياحية الترويجية بمحافظة الاسكندرية " رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنات ، جامعة الاسكندرية.
- ٤- حامد محمد الصياد (٢٠١٣) : " تقويم الخدمات الترويجية بالمنتجات السياحية في ضوء عناصر المزيج التسويقي " رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان ، القاهرة .
- ٥- حسن عبد القادر صالح (٢٠١٣) : " السياحة في الوطن العربي " ، مجلة شؤون عربية، العدد ١٢٤ ، القاهرة .
- ٦- حسنية محمد حسن (٢٠١٠) : الأسس الاستراتيجية لقياس لمدى مساهمة الموارد البشرية في الإدارة الاستراتيجية المنظمة ، مؤسسة حورس للطباعة ، القاهرة
- ٧- حسين اسماعيل العوض (٢٠١٣) : " معايير مقترحة لاختيار أخصائي التسويق بمجال السياحة الرياضية " رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة الاسكندرية.
- ٨- حمد كرم الكعبي (٢٠١٢) : " تقويم امكانات السياحة الرياضية بدولة الامارات العربية المتحدة " رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة الاسكندرية.
- ٩- حمدينو عمر السيد (٢٠١١): " دور السياحة الرياضية في مواجهة الازمة الاقتصادية بجمهورية مصر العربية " رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة المنصورة.
- ١٠- خالد محمد عزب (٢٠١٠): " دراسة تحليلية للأنشطة الترويجية المرتبطة بالألعاب الرياضية في المنتجعات السياحية بمدينة راس سدر " رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة بنها .

- ١١- رنا محمود السيد (٢٠١٣) : " خطة اعلامية مقترحة للنهوض بالسياحة الرياضية بمحافظة الاسكندرية " رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنات ، جامعة الاسكندرية.
- ١٢- ستيفن هاينز (٢٠٠٥) : **التخطيط الإستراتيجي الناجح** ، مكتبة الأسرة (سلسلة العلوم الاجتماعية) ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة .
- ١٣- شيماء على السيد (٢٠٠٩) " رؤية مستقبلية للسياحة الرياضية " رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنات ، جامعة حلوان .
- ١٤- صبري محمد عبد السميع (٢٠٠٥) : " أصول التسويق السياحي " دار الفكر العربي ، ط ٢ ، القاهرة .
- ١٥- صفوت محمد زيتون (٢٠١٣) : " تقويم دور المؤسسات الاقتصادية في رعاية السياحة الرياضية في مصر " رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة الاسكندرية.
- ١٦- طارق محمد العزازي (٢٠١٤) : " تنمية سياحة المغامرات في مصر بالتطبيق على الصحراء الشرقية " رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية السياحة والفنادق ، جامعة قناة السويس .
- ١٧- محمد عبد الوهاب العشماوي (٢٠١٠) : الإدارة الاستراتيجية في تنمية الموارد البشرية في ظل العولمة ، منشأة المعارف ، الإسكندرية
- ١٨- محمد على البنا (٢٠٠٥) : اقتصاديات السياحة ووقت الفراغ " ط ٢ ، دار الفكر العربي ، القاهرة .
- ١٩- محمد السيد مطر (٢٠١١) "التنظيم الذاتي للسياحة الترويحية الداخلية بجمهورية مصر العربية " رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة المنصورة
- ٢٠- محمد خميس الزوكة (٢٠١٠) : " صناعة السياحة من منظور جغرافي " ، ط ٢ . دار المعرفة الجامعية، القاهرة .
- ٢١- محمد صبحي عبد الحكيم ، وحمدى أحمد الديب (٢٠١٣) : " جغرافية السياحة " ، ط٢مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
- ٢٢- محمد عبد الرحمن نجدى (٢٠١١) "اهتمامات اعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية بالسياحة الترويحية- دراسة مقارنة " رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان .

- ٢٣- محمد على عبد العظيم : (٢٠١٦م) استراتيجية مقترحة لتسويق بعض بطولات الرياضات المائية بجمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة بنها.
- ٢٤- محمد عمر عبد الرسول (٢٠٠٨) " خطة مقترحة لتنشيط السياحة الترويحية بمحافظة الفيوم " رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنات ، جامعة الاسكندرية.
- ٢٥- محمد محمود النجار (٢٠١٢) : "تقويم الانشطة الترويحية المائية بالفنادق السياحية بالقاهرة الكبرى " رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة بنها.
- ٢٦- مصطفى محمد عبد القادر (٢٠٠٩) : " دور الإعلام في التسويق السياحي دراسة مقارنة " ط ٢ ، ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت ، لبنان.
- ٢٧- منى طعيمة الجرف (٢٠٠٢) : " مفهوم القدرة التنافسية ومحدداتها " ، مركز البحوث والدراسات الاقتصادية والمالية ، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ، جامعة القاهرة
- ٢٨- منى عبد العزيز الحشاشي (٢٠١٢) : "استراتيجية مقترحة للسياحة الرياضية وتأثيرها على التنمية البشرية والتنمية الاقتصادية بدولة الكويت " رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة الاسكندرية.
- ٢٩- هشام ربيع زكى (٢٠١٠) "دراسة تحليلية للسياحة الرياضية في جنوب سيناء " رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية ، جامعة السادات .
- ٣٠- وزارة السياحة المصرية (٢٠١٤) : النشرات السياحية التي تصدرها ، القاهرة .
- ٣١- ولاء محمد الملاح (٢٠١١) "دارسة لواقع السياحة الترويحية بمحافظة الاسكندرية " رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنات ، جامعة الاسكندرية .

ثانيا : المراجع باللغة الاجنبية :

- ٣٢- Chen, Q:(٢٠٠٠) Present Situation and Strategies of the Management Professional Soccer Clubs in China, Sports Science
- ٣٣- Crig Mcgee (٢٠٠٣) : Definition of strategy . phd Nohria, Joyce, & Robertson, What Really Works, Harvard Business Review, July.
- ٣٤- Fairley & Sorter(٢٠١٠) : Group-Bsed – nostalgia sport tourism Australia .
- ٣٥- Weed& Marins & Gammon : (٢٠١٠) : recreation tourism increasing part subjects Exist in France

تصور مقترح لتسويق لاستثمار الأنشطة الرياضية المائية كنشاط

سياحي بجمهورية مصر العربية

١. * احمد محمد هاشم

٢. * حسام الدين عبد الرازق هواري

٣. * الحسين محمد عبد الواحد علي

يهدف البحث الى تصور مقترح لتسويق لاستثمار الأنشطة الرياضية المائية كنشاط سياحي بجمهورية مصر العربية استخدم الباحث المنهج الوصفي وذلك لمناسبته لأهداف هذه البحث يتكون مجتمع البحث من الخبراء المتخصصين في مجال الرياضات المائية والسياحة الرياضية من اعضاء هيئة التدريس الجامعات المصرية وكذلك من اعضاء الاتحاد المصري للسباحة. ويوصى الباحثون بضرورة الاستمرار تكثيف الحملات الدعائية للاماكن السياحية الشاطئية بالدولة لجذب السياحة العربية والدولة .

١ الأستاذ المساعد بقسم الإدارة الرياضية والتروييح كلية التربية الرياضية جامعة بنى سويف.
٢ الأستاذ المساعد بقسم الإدارة الرياضية والتروييح كلية التربية الرياضية جامعة بنى سويف.
٣ الباحث بقسم الإدارة الرياضية والتروييح كلية التربية الرياضية جامعة بنى سويف.

A proposal for marketing the investment of water sports activities as a tourism activity in the Arab Republic of Egypt

*Ahmed Mohamed Hashem

**Dr. Hossam El Din Abdel Razek Hawary

***Dr. Al-Hussein Mohamed Abdel Wahed Ali

The research aims to conceptualize a proposal for marketing the investment of water sports activities as a tourist activity in the Arab Republic of Egypt. The researcher used the descriptive approach to suit the objectives of this research. The research community consists of experts specialized in the field of water sports and sports tourism from faculty members of Egyptian universities as well as members of the Egyptian Swimming Federation. The researchers recommend the need to continue to intensify the advertising campaigns for the coastal tourist places in the country to attract Arab tourism and the state.

Assistant Professor, Department of Sports Administration and Recreation - Faculty of Physical Education - Beni Suef University.

Assistant Professor, Department of Sports Administration and Recreation - Faculty of Physical Education - Beni Suef University.

Researcher, Department of Sports Administration and Recreation - Faculty of Physical Education - Beni Suef University.