

دور الأحداث الرياضية فى تنشيط السياحة الترويجية بجمهورية مصر العربية

أ.م. د / محمد محمود النجار

أستاذ مساعد بقسم الادارة الرياضية والترويج بكلية التربية الرياضية - جامعة بنها

المقدمة ومشكلة البحث:

تلعب السياحة دوراً مهماً في تنشيط اقتصاديات دول كثيرة، إذ أصبحت تمثل مصدراً رئيسياً للدخل القومى، بسبب ما تدره من عملات أجنبية للبلد نتيجة إنفاق السياح، والسياحة كصناعة لها أهمية خاصة تستمد من تأثيرها في بنية وأداء الاقتصاد القومى فهي تحفز الطلب الكامن والداخلى بين مختلف القطاعات الاقتصادية، وتفتح آفاقاً جديدة بدون تصدير أي شيء. (١٦ : ٢١)

تهتم مصر مثل باقي دول العالم بالترويج للسياحة الرياضية لمقومات مصر السياحية وشواطئها المختلفة التي تساعد على جذب السائح الرياضي وتنشيط الحركة السياحية على المستوى المحلى والعالمى. (٥ : ١٣)

وتعتبر صناعة السياحة قاطرة التنمية الاقتصادية في كثير من البلدان النامية، والمتقدمة. وتتكون صناعة السياحة من عدد كبير من الصناعات المغذية والمكملة يصل عددها إلى (١٧٠) صناعة وخدمة مثل النقل، الفنادق، نشاط منظمي الرحلات وشركات السياحة وكذلك المنتجات السياحية بما فيها السياحة الترويجية. (٨ : ٤١)

تمثل السياحة جميع أشكال السفر والإقامة للسكان غير المحليين، وانتقال الأفراد خارج الحدود السياسية للدولة التي يعيشون فيها مدة تزيد على أربع وعشرين ساعة وتقل عن عام واحد، على أن لا يكون الهدف من وراء ذلك الإقامة الدائمة أو العمل أو الدراسة أو مجرد العبور الدولة الأخرى. ومن جهة أخرى يمكن أن تكون السياحة عبارة عن استخدام محدد لوقت الفراغ ولكل أشكال الإستجمام، وأنها تشمل معظم أشكال السفر، وما هي إلا حركة مؤقتة للسكان أو للناس إلى مناطق معينة خارج مناطق سكنهم وأقامتهم الدائمة، بحيث تشمل جميع النشاطات التي تمارس في

المناطق المستهدفة وكذلك جميع الخدمات والتسهيلات التي تم توفيرها لممارسة هذه النشاطات.
(١٤ : ٦)

وترتبط حركة السياحة بشكل كبير بالصورة الذهنية للمقصد السياحي، تلك الصورة التي تُرسم بمساهمة عناصر المزيج الترويجي السياحي وعلى هذا تشكل أداة رئيسية في خلق الطلب السياحي وتعزيزه من خلال مساهمة مختلف العناصر في بناء صورة مميزة. (١٢ : ٣٥)

تشمل السياحة الترويجية على عدة عناصر بعضها ملموس وبعضها غير ملموس ويتم تسويقها للسائحين في أشكال وصور مختلفة ولكن هذا يتوقف الى حد كبير على مستوى ووفرة المقومات والتسهيلات وعوامل الجذب التي تتوفر في المقصد او الوجهة السياحية كما يتأثر المنتج الترويجي السياحي بكيفية استغلال عناصر المنتج من سلع وخدمات فكلما انفردت الدولة المستقبلية للسائحين على عوامل جذب لا يمتلكها المنافسون أو تتواجد لديهم لكن بمستوى أقل كلما أمكن طرح منتج ترويجي سياحي متميز وبالمثل كلما تنوعت هذه العوامل فان إمكانية تكوين أنماط متعددة من المنتج الترويجي السياحي يعتبر ميزة للدولة. (١١ : ٦٤)

تُعد الأحداث الرياضية مظهراً من مظاهر تقدم الرياضة بالدولة وسواء اقيمت على مستوى الدولة او المحافظة او الهيئات او الممارسة فانها تقوم لتحقيق اهداف معينة مثل اظهار مدى تقدم الرياضة والاحتفال بالمناسبات العامة والاعياد القومية وكذلك تقديم ما هو جديد فى المجال وايضاً ترويج لكل المشاركين فيها والمشاهدين لها. (٦ : ٩٦)

كما تُعدّ الأحداث الرياضية من أهم وسائل الجذب السياحي، لماتعود به من عائد اقتصادي كبير على الدول المنظمة لها، ويمكن للدول والهيئات المنظمة لتلك الأحداث استغلالها في الترويج والتشيط وتحسين الصورة الذهنية للمقصد السياحي المصري أمام السائحين وإطالة فترة الموسم السياحي، كما أنها جذبت الانتباه في السنوات الاخيرة كإستراتيجية للتنمية الاقتصادية في المدن الكبرى والمناطق النائية البعيدة، فهي تضيف سمة مميزة للمقصد من خلال الرياضة وذلك لتسويق صورة المقصد السياحي وتحسين المستوي الاقتصادي لدى المجتمعات التي تستضيف الاحداث الرياضية بغرض الترفية وتعزيز فخر المجتمع بوطنة وتحفيز الانفاق وتعمل كنقطة محورية لتوضيح الانشطة السياحية. (١٥ : ١٤٢)

أصبحت سياحة الأحداث الخاصة (الأحداث الثقافية والرياضية والأعمال التجارية) على مدى العقود القليلة الماضية قطاعاً سريع التوسع في سوق السفر الترفيهي فالعلاقة بين الرياضة والسياحة ليست جديدة، وقد اعتبر العلماء أن ظهور الأحداث الرياضية هو أحد أهم مكونات سياحة الأحداث وأحد أكثر عناصر السياحة الرياضية شمولاً، فالاستخدام المتزايد للأحداث الرياضية هو محاولة لتوسيع فرص التنمية الاقتصادية لتحقيق نمو سياحي. (٢٢ : ٣)

وقد عرف أحمد فاروق وآخرون (٢٠١٦) الأحداث الرياضية بأنها احتفالات أو طقوس يتم التخطيط لها وإقامتها بشكل مقصود للتعبير عن المظاهر الرياضية والبدنية يميزها إقامة مراسم واحتفالات في وقت محدد ومكان محدد. (٦ : ٣)

كما أشار محمد جلال، أحمد بوسكرة (٢٠١٩) إلى أنها هي مجموعة من الأنشطة الرياضية والمسابقات المختلفة لشتى أنواع الرياضة سواء كانت فردية أو جماعية أينما تقام سواء دولياً ومحلياً وتعمل على تنمية القدرات العقلية. (١٧ : ٥٧٥)

وتتطلب الأحداث الرياضية تنظيماً شاقاً ومجهوداً كبيراً من أجل إبراز مقومات المجتمع المضيف سواء كانت مادية أو معنوية خلال فترة زمنية محددة، فتنظيم الأحداث الرياضية لا يقتصر فقط على اللعب اللهو بل يتعداه من أجل زيادة الوعي الرياضي كاثبات قدرات المجتمع على استضافة تلك الأحداث على مستوى العالم. (٢١ : ٤)

وأشار محمد بن يحيى (٢٠١٨) إلى الشروط العامة للأحداث الرياضية والسياحة الترويحية وهي :-

- تعدد الفرق الرياضية المشاركة في أكثر من رياضة.
- يخضع الحدث الرياضي لإشراف هيئة رياضية محددة.
- يجب أن يقام الحدث الرياضي في فترة زمنية محددة وتقام في مكان معلوم.
- يجب أن تكون هناك تنظيم محدد وقواعد تحدد اللقاءات والمباريات والفائزين وكذلك طرق التسجيل
- تدار المسابقات والمباريات بواسطة حكام معتمدين دولياً أو إقليمياً أو محلياً.
- لابد من وجود أنظمة وقوانين ولوائح فنية الفائزين وإدارية توضح المسؤوليات والحقوق لجميع المساهمين. (١٨ : ١٤)

وتعتبر مصر من الدول الغنية بمصادرها الطبيعية والثقافية والتاريخية ورغم ذلك لم تحظ هذه المصادر بالاهتمام الأمثل الذي يكفل لها الفرص لزيادة حجم السائحين الوافدين عليها، لذا وجب التعرف على خصائص مصر الجغرافية والتي توضح المميزات التي بها حتى ينتشئ للمهتمين بتفعيل الأنشطة الترويحية التي تسهم في جذب أعداد من السائحين إليها بغرض الاستمتاع بشتى ألوان الأنشطة الترويحية المختلفة. (١ : ٣٠)

وفي مجال السياحة الترويحية فإن موقع مصر المتميز يلعب دور فعال إذ يعتبر مفتاح الدخول إلى منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا كما أنها تتميز بقربها من قارة أوروبا أهم الأسواق المصدرة للسائحين وقريبة من قارة آسيا حيث تقع شبه جزيرة سيناء بين القارة الأفريقية والقارة الآسيوية والتي تعتبر اليابان من أهم دولها المصدرة للسائحين حيث يرتفع إنفاق الفرد الياباني في السياحة خارج دولته. (١ : ٣٠)

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. (٣٠)

ومع أن رؤية جمهورية مصر العربية ٢٠٣٠ جاءت شاملة لكافة المسارات التنموية، وأولت عناية خاصة بالتنمية البشرية من خلال الاهتمام بالتعليم بكافة مراحله، فإنه من الملاحظ أنها وضعت على عاتق الجامعات مسئولية ضخمة في تأهيل الكوادر البشرية القادرة على مواكبة التحولات التي ستشهدتها مصر في جميع المجالات خلال السنوات المقبلة، من خلال الارتقاء بجودة التعليم ومخرجاته، وتبنيها تطبيق أرقى معايير الجودة في العملية التعليمية، مع ضرورة التحسين المستمر للخدمات والبرامج والأنشطة الطلابية المقدمة، وتعزيز الشراكة والخدمة المجتمعية، وتحسين آليات التعاون وإبراز دور القيادات الجامعية في وظائفها الثلاث الرئيسة التعليم، والبحث العلمي، وخدمة المجتمع. (٢ : ٤٤)

ترتكز المشكلة الأساسية لهذا البحث في محاولة استأشرف ما تتمتع به السياحة الترويحية من عوامل جذب سياحي متنوع يحتوي على أحداث رياضية التي تتحقق بها التنمية للأفراد والبيئة

والاقتصاد من خلال الاستعانة برأي مجموعة من الخبراء والأكاديميين المعنيين بالشأن السياحي المصري، وفي ذات الوقت مهتمين بتحقيق الاستدامة التي تطلبها خطة الدولة لتحقيق التنمية المطلوبة. كما أصبحت السياحة الترويحية من أهم الأنشطة المولدة للعائدات المالية والمساهمة في التنمية العالمية، بل هناك من يعتبرها من بين صناعات المستقبل وإذا ما أُضيف إليها مفهوم الاستدامة الذي يعني ممارسة السياحة الترويحية مع الحفاظ على مواردها من أجل الأجيال القادمة، وعلى غير ما يعتقد الكثير فإن تطبيق مفهوم السياحة الترويحية لا يُعد مكلفاً من الناحية المادية وإنما له عوائد مادية ومعنوية على المؤسسات السياحية والاقتصاد الوطني ككل، ونظراً لعدم وجود دراسات سابقة تناولت دور الاحداث الرياضية كأحد دعائم تحقيق تنمية وتنشيط السياحة الترويحية وفقاً لرؤية مصر ٢٠٣٠، على حد علم الباحث، فإن هناك فجوة علمية واضحة حيث لم تتطرق أي من الدراسات السابقة إلى التعرف على دور الاحداث الرياضية في تحقيق تنمية وتنشيط السياحة الترويحية، ومن هذا المنطلق تتبلور مشكلة البحث الحالية في الإجابة عن السؤال الرئيسي التالي "ما هو دور الاحداث الرياضية في تنشيط السياحة الترويحية بجمهورية مصر العربية؟".

أهمية البحث:

تتحقق الأهمية العلمية والأهمية التطبيقية لهذا البحث من خلال ما يلي :

أ - الأهمية العلمية:

يُساهم البحث في سد الفجوة العلمية التي أغفلت عنها الدراسات السابقة في الاحداث الرياضية ودورها في تنشيط السياحة الترويحية في جمهورية مصر العربية. كما تتبع أهمية هذا البحث من أهمية دراسة مفهوم السياحة الترويحية بمعناه الواسع ودور الاحداث الرياضية في تنشيط السياحة الترويحية في ظل الاختلالات المتسارعة التي يشهدها العالم في الفترة الأخيرة.

ب- الأهمية التطبيقية:

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

أهداف البحث:

هدف البحث الى تسليط الضوء على الاحداث الرياضية والسياحة الترويحية وكذلك الامكانيات المادية والبشرية المتوفرة لعقد تلك الأحداث الرياضية السياحية ودراسة أهمية الأحداث الرياضية فى تنشيط السياحة الترويحية بجمهورية مصر العربية، والتعرف على أى المعوقات التى تحد من ترويج السياحة الترويحية بجمهورية مصر العربية، ووضع بعض المقترحات لتنشيط السياحة الرياضية والترويحية والترويج لها.

فروض البحث:

١. ما مدى توافر مقومات السياحة الترويحية بمكان اقامة الحدث الرياضي؟
٢. ما هو دور الاحداث الرياضية فى تنشيط السياحة الترويحية؟
٣. ما مدى مساهمة الحدث الرياضي فى تنشيط السياحة الترويحية فى مصر والترويج لها؟
٤. ما هى المعوقات التى تحد من تنشيط السياحة الترويحية وتواجه انعقاد الحدث الرياضي؟
٥. ما هي أهم المقترحات لتنشيط السياحة الرياضية والسياحة الترويحية والترويج لها؟

المصطلحات المستخدمة فى البحث:

- السياحة: Tourism

منظمة السياحة العالمية UNWTO التابعة للأمم المتحدة تعرف السياحة بأنها نشاط السفر بهدف الترفيه، وتوفير الخدمات المتعلقة لهذا النشاط. ولوائح هو ذلك الشخص الذي يقوم بالانتقال لغرض السياحة لمسافة ثمانين كيلومتراً على الأقل من منزله. فالسياحة نشاط بشرى 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 الترويج الذهني والجسماني، وهي تتأثر بعدة عوامل كالمواصلات، ودخل الفرد وثقافته ودرجة تحضره، ولموقع اولىبيئة، وتوافر المعالم السياحية. (٢٩)

- الترويج Recreation

هو جميع أوجه النشاط البناء والمقبولة اجتماعياً وعقائدياً والتي تؤدى أثناء وقت الفراغ ويتم اختيارها والاشتراك فيها نتيجة لدوافع داخلية وفقاً لإرادة الفرد وذلك بغرض اكتساب العديد من القيم الشخصية وتطوير الشخصية وتحقيق الرضا والسرور والسعادة من المشاركة ذاتها وليس لدوافع خارجية كالكسب المادي أو المعنوي. (٤ : ٨)

- الأحداث الرياضية Sports Events

طقوس او احتفالات يتم التخطيط لها وإقامتها بشكل مقصود للتعبير عن المظاهر البدنية والرياضية فهي لحظة زمنية فريدة يميزها إقامة مراسم احتفالية. (٣ : ٢٣٧)

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات العربية:

١- قامت دعاء فتحي، غادة الإمام، منال إسماعيل (٢٠٢٢) (٧) بدراسة بعنوان "دور الأحداث الرياضية في الحفاظ على التراث وتنشيط سياحة الفروسية"، وهدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على السياحة الرياضية كسياحة الفروسية وكذلك بطولات كمهرجانات الخيول المدرجة على الأجندة السياحية، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لجمع بيانات الدراسة، تم توزيع عينة عشوائية مكونة من (٢٧٥) استمارة وتوصلت الدراسة الميدانية إلى امتلاك مصر إلى عوامل الجذب لسياحة رياضة الفروسية إلا أنه هناك قصور في الترويج لتلك المهرجانات والبطولات الدولية، اهتمام الدولة باستضافة الأحداث الرياضية في مصر من أجل جذب المزيد من السائحين ويدل ذلك على مساهمة الأحداث الرياضية في تنشيط السياحة إلى مصر.

٢- قام عمر الشيخ (٢٠٢٢) (١٥) بدراسة بعنوان "تأثير الأحداث الرياضية علي فرص تسويق المقصد السياحي المصري"، ويهدف هذا البحث إلى التعرف على أثر الأحداث الرياضية على فرص تسويق المقصد السياحي المصري. تم استخدام المنهج الوصفي، وانقسمت منهجية هذا البحث إلى جزء نظري يضم كل ما يتعلق بمتغيرات هذه الدراسة من نظريات ودراسات سابقة، وجزء ميداني، حيث تم تصميم استمارة استقصاء تم توزيعها على عينات عشوائية من العاملين في وزارة السياحة ووزارة الشباب والرياضة ومديري شركات السياحة فئة (أ) لاستطلاع آرائهم عن تأثير الأحداث الرياضية على فرص تسويق المقصد السياحي المصري، وقد أوضحت نتائج الدراسة وجود تأثير للأحداث الرياضية في زيادة فرص تسويق المقصد السياحي المصري، وعليه تحسن من الفاعلية التسويقية للمقصد المصري.

٣- قامت ناهد إسماعيل محمد، عبير فتحي محمد (٢٠٢٠) (١٩) بدراسة بعنوان "نموذج مقترح لتنشيط السياحة الرياضية من منظور عناصر المزيج الترويجي بجمهورية مصر العربية"، تهدف دراسة إلى وضع نموذج مقترح لتنشيط السياحة الرياضية من منظور عناصر المزيج الترويجي في جمهورية مصر العربية، واستخدمت الباحثتان المنهج الوصفي في الدراسة، واشتملت علي عدد (٢٠٢) من العاملين في الهيئة المصرية للتنشيط السياحي التابعة لوزارة السياحة، وكانت من أهم

نتائجها أن واقع الإعلان والتسويق المباشر يرتبط بتنشيط السياحة الرياضية بدرجة متوسطة وتتمثل فيه يتم بشكل مستمر قبل وأثناء وبعد الحدث الرياضي لمتابعته أول بأول، صداقة بين القوائم بالاتصال والزائر لأماكن السياحة الرياضية المختلفة تدفعه لتكرار الزيارة، تتأثر بدرجة الوعي الثقافي للسائح الرياضي من مصر وخارجها.

٤- قام رأفت عبد الرؤوف بكري (٢٠١٩) (١٠) بدراسة بعنوان "تنوع المنتج السياحي الترويحي في محافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء وأثره في تنشيط حركة السياحة الترويحية الوافدة الي جمهورية مصر العربية"، بهدف دراسة أثر التنوع في المنتج السياحي الترويحي في تنشيط حركة السياحة الترويحية الوافدة الي جمهورية مصر العربية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي في الدراسة، وكانت العينة عبارة عن (٢٦٨٣) سائح دولي وافد و(٥٨) من الخبراء السياحيين والعاملين بهيئة تنشيط السياحة بمحافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء، واستخدم الباحث الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وكانت من أهم نتائج الدراسة أن من أكثر المنتجات الترويحية السياحية مبيعاً داخل المنشآت السياحية هي رياضة الغوص.

٥- قام رأفت عبد الرؤوف البكري (٢٠١٥) (٩) بدراسة بعنوان "استراتيجية لتفعيل الأنشطة الترويحية السياحية بجمهورية مصر العربية"، بهدف وضع استراتيجية لتفعيل الأنشطة الترويحية السياحية بجمهورية مصر العربية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي في الدراسة (الأسلوب المسحي، التحليلي)، وكانت العينة عبارة عن (١٤٨٥) سائح من (١٢) جنسية، و (٢٢٥) ممن يعملون بالأنشطة الترويحية السياحية، واستخدم الباحث تحليل المحتوى والوثائق، المقابلة الشخصية، الاستبيان كأدوات جمع للبيانات، وكانت من أهم النتائج أن وكانت من أهم النتائج أن أنشطة السباحة، الغوص، الاسنوركلنج، الكرة الطائرة الشاطئية، تنس الطاولة، الجري، المشي، الاستجمام على الشاطئ، النزاهات البحرية وإقامة الحفلات هي من أهم وأكثر الأنشطة الترويحية المتوفرة في محافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء.

٦- قامت سمر محمد منصور (٢٠١٥) (١٣) بدراسة بعنوان "الاحداث الرياضية كوسيلة لتنشيط السياحة وتنمية العائد الاقتصادي بنادي الاسكندرية الرياضى"، وقد هدفت الدراسة إلى استخدام الأحداث الرياضية المختلفة لتنشيط السياحة الرياضية بالنادي وزياده العائد المادي للنادي من تلك الأحداث، حيث استخدمت الباحثة المنهج الوصفي من الدراسات المسحية لملائمته لطبيعة البحث كما استخدمت الباحثة استمارة الاستبيان كاداه لجمع البيانات وكانت أهم النتائج: استغلال الأحداث الرياضية لجذب عدد من المستثمرين في مجال السياحة الرياضية للنادي، ضرورة العمل على ربط السياحة الرياضية لتحقيق الاستفادة القصوى من هذا المجال لصالح النادي، ضرورة

تطوير الملاعب والمرفقات التي تشكل العامل الأساسي لاستضافته وتنظيم أحداث رياضية مختلفة، ضرورة تشكيل إدارة تختص بمجال السياحة الرياضية بالنادي وإعداد كوادر متخصصة في هذا المجال، يمتلك النادي موقع على شبكه الإنترنت.

ثانياً: الدراسات الاجنبية:

١- قام أنتى مانديك، آخرون Ante Mandi et ,al (٢٠١٨)(٢٣) بدراسة بعنوان "البنية التحتية السياحية والإمكانات الترويحية وتنمية السياحة"، التي تهدف الى التعرف على العلاقة المترابطة بين البنية التحتية والإمكانات الترويحية وتنمية السياحة، واستخدم الباحثون المنهج الوصفي في الدراسة، وكانت العينة عبارة عن (٣١٢) فرداً من مديري مجالس السياحة في كرواتيا، واستخدم الباحثون المقابلة الشخصية والاستبيان كأدوات لجمع البيانات، وكانت من أهم نتائج الدراسة أن هناك ترابط كبير بين البنية التحتية وأعداد السائحين الوافدين على الدولة، ان الطلب السياحي على الدولة والتوقعات المتزايدة عليها ترجع الى وجود بنية تحتية سياحية وإمكانات ترويحية جيدة، البنية التحتية والإمكانات الترويحية مسؤولة عن تحديد المقصد السياحي المستهدف من قبل السائحين.

٢- قام أي جي كازاريانز وآخرون I.G. Kazaryanz et ,al (٢٠١٨)(٢٥) بدراسة بعنوان "التطوير المؤسسي لتطوير تكتلات السياحة والترويج"، التي هدفت الى التعرف علي مفهوم البنية المؤسسية وتأثيرها علي الأداء الفعال للمجموعات السياحية والترويج في روسيا، واستخدم الباحث المنهج الوصفي في الدراسة، وكانت العينة عبارة عن مجموعة من العاملين بالمنشآت السياحية والسائحين المستفيدين من الخدمات الترويحية بها، واستخدم الباحث المقابلة الشخصية والاستبيان كأدوات لجمع البيانات، وكانت من أهم نتائج الدراسة أن البنية التحتية للمنشآت السياحية والامكانات الترويحية المبتكرة تعتبر بمثابة ميزة تنافسية للمكان.

٣- قام ماك كومي Mic Comi (٢٠١٥)(٢٦) بدراسة بعنوان "استضافة الاحداث الرياضية الاقليمية رؤية من الجهات السياحة الرياضية الناشئة"، وقد هدفت الدراسة إلى التحقيق واكتساب رؤى أصحاب المصلحة في طبيعة استضافة الأحداث السياحية الرياضية واستخدامها كاستراتيجية تنمية إقليمية في اثنين من الأسواق الناشئة السياحة الرياضية، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن للسياحة الرياضية مجموعة من الفوائد الناتجة عن استضافة الفعاليات السياحية الرياضية (مثل خلق فرص العمل، وتطوير الرياضة، والعمل التطوعي، وتعزيز الرفاهية، وتطوير صورة المقصد، تتعلق بإسهامات أصحاب المصلحة في السياحة وزيادة مشاركة المجتمع المحلي، والتمايز بين المقاصد)؛ كما أشارت النتائج إلى ضرورة التغلب على تحديات

استضافة الفعاليات السياحية الرياضية وضرورة التعرف على فهم الآثار الإقليمية لاستضافة الأحداث السياحية الرياضية والاستفادة الفعالة من الأحداث الرياضية.

٤- قام شيفو Chivu, C (٢٠١٣) (٢٤) بدراسة بعنوان "السياحة الرياضية في رومانيا والخبرة الرومانية في تنظيم واستضافة حدث رياضي دولي دراسة حالة ماراثون بوخارست الدولية"، وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على السياحة الرياضية في رومانيا ومدى اهتمام رومانيا باستضافة الأحداث الرياضية، حيث أشارت الدراسة إلى أن السياحة في رومانيا حاليا قيد التطوير المستمر، وذلك بسبب العديد من الاستثمارات في البنية التحتية العامة، والرياضة الرومانية جعلت البلاد معروفة في جميع أنحاء العالم من خلال الرياضيين الأسطوريين، ولكن أصبحت الرياضة في الآونة الأخيرة أيضا عنصرا من عوامل الجذب السياحي، كما أن عودة الثقافة البدنية وانضمام رومانيا إلى الاتحاد الأوروبي، عرضت على رومانيا فرصة استغلال الرياضة كمنتج سياحي، وتوليد تدفقات سياحية واستهلاك الخدمات السياحية حتى لو كانت السياحة الرياضية مفهوما جديدا في رومانيا، من أجل تنمية الأثر الاقتصادي لهذا الشكل الجديد من السياحة، تعتمد استراتيجيات التنمية في رومانيا على إعادة تأهيل البنية التحتية العامة والخاصة (السياحية والرياضية) وعلى استغلال وأنجع شكل من أشكال السياحة الرياضية، مما جعلها تهتم بتنظيم واستضافة حدث رياضي بمشاركة دولية.

٥- قام ميهافوشي چوجفسكي وآخرون Mijalce Gjorgievski et al (٢٠١٣) (٢٧) بدراسة بعنوان "تصنيف السياحة الترويحية - الموارد كعنصر هام من العرض السياحي"، التي تهدف التعرف على أثر السياحة الترويحية على صناعة السياحة، واستخدام الباحث المنهج الوصفي، وكانت العينة عبارة عن العاملين في النشاط الترويحي السياحي والسائحين، واستخدام الباحث المقابلة الشخصية والاستبيان كأدوات لجمع البيانات، وكانت من أهم نتائج الدراسة أن الموارد والخدمات الترويحية السياحية هي أساس حركة صناعة السياحة حيث أن حركة السياحة تنشط في حالة جودة وجاذبية الخدمات الترويحية السياحية داخل الوجهة السياحية.

٦- قامت أولجا بوريك Olga Boryk (٢٠١٠) (٢٨) بدراسة بعنوان "تحليل إمكانات السياحة الترويحية في منطقة ترنوبل"، والتي هدفت إلى تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات الخاصة بإمكانات السياحة الترويحية في منطقة ترنوبل، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي، وكانت عينة الدراسة عبارة عن مجموعة من العاملين بالمنشآت السياحية في منطقة ترنوبل، واستخدمت الباحثة المقابلة الشخصية والاستبيان كأدوات لجمع البيانات، وكانت من أهم نتائج

الدراسة أن تحديث وتعديل البنية التحتية يساعد علي تطوير الامكانيات الترويحية السياحية التي تعتبر أهم عوامل الجذب السياحي في المنطقة.
أجراءات البحث:

- منهج البحث:

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، حيث يقوم هذا المنهج بدراسة متغيرات البحث كما هي لدى افراد العينة دون ان يكون للباحث دور في ضبط المتغيرات موضوع البحث.

- مجتمع وعينة البحث:

اشتمل مجتمع وعينة البحث على عينة عشوائية من العاملين بوزارتي السياحة والشباب والرياضة واعضاء هيئة التدريس بقسم الادارة الرياضية بكليات التربية الرياضية، وتم توزيع عدد (٢٩٠) استمارة استبيان، واستبعد منهم عدد (٢٥) استمارة غير مكتملة الإجابات ليكون عدد الاستمارات الصالحة للتحليل الاحصائي (٢٤٠) استمارة بنسبة استجابة (٨٢.٧٦%)، كما استعان الباحث بعينة الاستطلاعية بلغ حجمها (٢٥) فرد، تم اختيارهم من داخل مجتمع البحث ومن خارج العينة الأساسية للبحث لاجراء المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان، وجدول (١) يوضح توصيف مجتمع وعينة البحث.

جدول (١)
توصيف أفراد عينة البحث الأساسية والاستطلاعية

م	الاخصائيين	العينة الاساسية		العينة الاستطلاعية		العينة المستبعدة		مجتمع البحث	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
١	وزارة الشباب والرياضة	92	31.72	٩	3.10	٧	2.41	١٠٨	37.24
٢	وزارة السياحة	84	28.97	٧	2.41	١٠	3.45	١٠١	34.83
٣	اعضاء هيئة التدريس بكليات التربية الرياضية	64	22.07	٩	3.10	٨	2.76	٨١	27.93
	الاجمالي	٢٤٠	82.76	٢٥	8.62٥	٢٥	8.62٥	٢٩٠	100

- أدوات جمع البيانات: اعتمد الباحث في جمع البيانات على الدراسات السابقة والمراجع المتخصصة لبناء استمارة استبيان دور الاحداث الرياضية في تنشيط السياحة الترويحية 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 حاصلاً على درجة دكتوراه في المجال الرياضة او السياحة.
 - أن يكون لديه خبرة في العمل بمجال الرياضة او السياحة لا تقل عن خمسة عشرة عاماً.
- وذلك لاستطلاع رأيهم العلمي حول المحاور الرئيسية المقترحة للاستبيانات ومعرفة مدى ارتباط المحور بموضوع البحث، وإضافة اي محاور اخرى او دمج بعضها البعض او حذف بعضها ومعرفة النسبة المئوية لكل محور، وتم تحديد (٥) محاور لاستمارة الاستبيان توصل اليهم الباحث من خلال ما جمعه من معلومات عن طريق الاطلاع على الدراسات السابقة والمراجع المتخصصة وهم :-

المحور الأول: مدى توافر مقومات السياحة الترويحية بمكان اقامة الحدث الرياضي.

المحور الثاني: دور الاحداث الرياضية في تنشيط السياحة الترويحية.

المحور الثالث: مدى مساهمة الحدث الرياضي في تنشيط السياحة الترويحية في مصر والترويج لها.

المحور الرابع : المعوقات التي تحد من تنشيط السياحة الترويحية وتواجه انعقاد الحدث الرياضي.

المحور الخامس: : المقترحات لتنشيط السياحة الرياضية والسياحة الترويحية والترويج لها.

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 الاستبيان، بمعنى ان لا تكون مبنية على غيرها من العبارات.
- صياغة العبارات بطريقة تقريرية والابتعاد عن استخدام اسلوب النفي.
- استبعاد المفردات البديهية والمفردات المعقدة.

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 الموضوعية 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 (٤٢) عبارة موزعة على خمسة محاور رئيسية للإستبيان كما هو موضح بالجدول رقم (٢).

جدول (٢)
توصيف إستمارة الإستبيان في صورته المبدئية

م	المحاور	اسم المحور	عدد العبارات	النسبة المئوية %
١	المحور الأول	مدى توافر مقومات السياحة الترويحية بمكان اقامة الحدث الرياضي	١٢	28.57%
٢	المحور الثاني	دور الاحداث الرياضية فى تنشيط السياحة الترويحية	٧	16.67%
٣	المحور الثالث	مدى مساهمة الحدث الرياضي فى تنشيط السياحة الترويحية فى مصر والترويج لها	٨	19.05%
٤	المحور الرابع	المعوقات التى تحد من تنشيط السياحة الترويحية وتواجه انعقاد الحدث الرياضي	٨	19.05%
٥	المحور الخامس	المقترحات لتنشيط السياحة الرياضية والسياحة الترويحية والترويج لها	٧	16.67%
المجموع الكلى			٤٢	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 لآراء الخبراء حيث ارتضى الباحث بنسبة (٨٠٪) للموافقة على المحاور وعبارات ويوضح ذلك فى جدول رقم (٣) الاتي:

جدول (٣)

النسبة المئوية لآراء الخبراء في محاور وعبارات الاستبيان

(ن = ٧)

المحاور										العبارات
المحور الأول	رقم التساؤل	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩
	التكرار	٦	٧	٦	٧	٦	٦	٧	٦	٦
	النسبة المئوية %	٨٥.٧	١٠٠	٨٥.٧	١٠٠	٨٥.٧	٨٥.٧	١٠٠	٨٥.٧	١٠٠
المحور الثاني	رقم التساؤل	١١	١٢							
	التكرار	٦	٧							
	النسبة المئوية %	٨٥.٧	١٠٠							
المحور الثالث	رقم التساؤل	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧		
	التكرار	٦	٧	٧	٧	٦	٧	٦		
	النسبة المئوية %	٨٥.٧	١٠٠	١٠٠	١٠٠	٨٥.٧	١٠٠	٨٥.٧		
المحور الرابع	رقم التساؤل	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	
	التكرار	٦	٧	٧	٧	٦	٦	٧	٦	
	النسبة المئوية %	٨٥.٧	١٠٠	١٠٠	١٠٠	٨٥.٧	٨٥.٧	١٠٠	٨٥.٧	
المحور الخامس	رقم التساؤل	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	
	التكرار	٦	٧	٧	٧	٦	٦	٧	٤	
	النسبة المئوية %	٨٥.٧	١٠٠	١٠٠	١٠٠	٨٥.٧	٨٥.٧	١٠٠	٥٧.١	
المحور السادس	رقم التساؤل	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧		
	التكرار	٧	٧	٧	٧	٦	٦	٧		
	النسبة المئوية %	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	٨٥.٧	٨٥.٧	١٠٠		

يتضح من جدول (٣) والخاص بالنسبة المئوية لآراء الخبراء على عبارات استمارة استبيان دور الاحداث الرياضية فى تنشيط السياحة الترويجية نحو الصورة الاولى حيث تم قبول جميع العبارات التى حصلت على نسبة مئوية اكبر من (٨٠%) من آراء الخبراء، ليصبح اجمالى عبارات استمارة الاستبيان (٤٠) عبارة بعد حذف عدد عبارتين ضمن المحور الرابع.

ثانياً : صدق الإتساق الداخلي:

قام الباحث بإجراء دراسة إستطلاعية من خلال تطبيق استمارة الاستبيان بعد رأي الخبراء على العينة الاستطلاعية التي بلغ قوامها (٢٥) 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 (مدى توافر مقومات السياحة الترويحية بمكان اقامة الحدث الرياضي) والمجموع الكلي للمحور

(ن=٢٥)

م	العبارات	معامل الارتباط (ر)
١	الإمكانيات المادية والبشرية للترويج على المستويين المحلي والإقليمي.	٠.٥٩٤
٢	الحملات الإعلامية للتوعية للمشاركة الشعبية.	٠.٨٢٣
٣	برامج التدريب لكافة المستويات	٠.٩٠٤
٤	الأنشطة الترويحية المتعلقة بالثقافة المحلية عن طريق استغلال الموارد المتاحة	٠.٥٤٨
٥	المحافظة على البيئة الطبيعية.	٠.٥٠٤
٦	توافر المناطق الأثرية القريبة من مكان انعقاد الحدث الرياضي.	٠.٩٧١
٧	الطرق وسهولة الوصول إلى مكان انعقاد الحدث الرياضي.	٠.٨٦٢
٨	توافر المساحات الصحراوية الواسعة.	٠.٩٤٨
٩	مؤتمرات تدعى إليها الشركات السياحية العالمية والاتحادات الرياضية ورجال العمال	٠.٥٢٦
١٠	المناخ المناسب	٠.٦٣٤
١١	أماكن الإقامة	٠.٩١١
١٢	الخدمات المصرفية	٠.٧٢١
	المجموع الكلي للمحور الاول	٠.٧٤٥

قيمة "ر" الجدولية عند مستوى (٠.٠٥) = ٠.٤٣٢٩

تابع جدول (٤)
معامل الارتباط بين عبارة المحور الثانى (دور الاحداث الرياضية فى تنشيط السياحة الترويجية)
والمجموع الكلى للمحور
(ن=٢٥)

م	العبارات	معامل الارتباط (ر)
١	وجود سباقات ومهرجانات منذ العصور القديمة.	٠.٨٢١
٢	التجديد بتلك المهرجانات والسباقات فى العصر الحديث.	٠.٥٣٨
٣	مساهمة الأحداث الرياضية فى احياء السياحة الترويجية.	٠.٦١٢
٤	مساهمة الأحداث الرياضية فى الحفاظ السياحة الترويجية.	٠.٤٣٩
٥	اقامة معارض للصناعات والحرف اليدوية على هامش هذه المهرجانات.	٠.٨١٦
٦	اقامة ندوات تثقيفية على هامش المهرجانات.	٠.٦٢٧
٧	اقامة عروض للفلكلور الخاص بمكان انعقاد الحدث الرياضى.	٠.٨٢٣
	المجموع الكلى للمحور الثانى	٠.٦٦٨

قيمة "ر الجدولية عند مستوى (٠.٠٥) = ٠.٤٣٢٩

تابع جدول (٤)
معامل الارتباط بين عبارة المحور الثالث (مدى مساهمة الحدث الرياضى فى تنشيط السياحة
الترويجية فى مصر والترويج لها) والمجموع الكلى للمحور
(ن=٢٥)

م	العبارات	معامل الارتباط (ر)
١	توافر استراتيجية تضعها الدولة للترويج للسياحة الرياضية.	٠.٧٥٩
٢	الاهتمام بمساهمة الأحداث الرياضية فى تنشيط السياحة الرياضية.	٠.٦١٤
٣	الاهتمام وسائل الإعلام للترويج إلى تلك المهرجانات.	٠.٥٣٧
٤	الإنعقاد بصفة مستمرة للمهرجانات.	٠.٨١٣
٥	يتم عمل دعايا للمهرجانات خارج مصر.	٠.٤٧٦
٦	الاهتمام من قبل الدولة باستضافة الأحداث الرياضية.	٠.٥٩٦
٧	توافر برامج واحداث رياضية على الأجندة السياحية.	٠.٩١٤
٨	توفير أقسام داخل كليات السياحة والتربية الرياضية لإعداد كوادر متخصصة فى السياحة الرياضية	٠.٦٢٧
	المجموع الكلى للمحور الثالث	٠.٦٦٧

قيمة "ر الجدولية عند مستوى (٠.٠٥) = ٠.٤٣٢٩

تابع جدول (٤)

معامل الارتباط بين عبارة المحور الرابع (المعوقات التي تحد من تنشيط السياحة الترويحية وتواجه انعقاد الحدث الرياضي) والمجموع الكلي للمحور (ن=٢٥)

م	العبارات	معامل الارتباط (ر)
١	نقص الامكانيات والأدوات المستخدمة.	٠.٩٣٨
٢	نقص الكوادر البشرية المدربة.	٠.٦١٩
٣	نقص الدعاية والترويج للسياحة الترويحية بالخارج.	٠.٥٣٧
٤	انتشار فيروس كورونا.	٠.٦٨١
٥	المشكلات المناخية.	٠.٤٧٦
٦	عدم وجود موعد ثابت لانعقاد المهرجانات.	٠.٦٧٢
	المجموع الكلي للمحور الرابع	٠.٦٥٣

قيمة "ر" الجدولية عند مستوى (٠.٠٥) = ٠.٤٣٢٩

تابع جدول (٤)

معامل الارتباط بين عبارة المحور الخامس (المقترحات لتنشيط السياحة الرياضية والسياحة الترويحية والترويج لها) والمجموع الكلي للمحور (ن=٢٥)

م	العبارات	معامل الارتباط (ر)
١	دعوة كبار الشخصيات المهمة بالسياحة الرياضية والسياحة الترويحية لحضور المهرجان	٠.٤٦٨
٢	عمل برامج سياحية للمشاركين لتعريفهم بامكانيات مصر السياحية.	٠.٨٦١
٣	عمل دعاية مكثفة لجمهورية مصر العربية عن طريق وسائل الاعلام المختلفة.	٠.٧٦٢
٤	عمل دعاية للمهرجانات قبل الافتتاح بوقت كافى.	٠.٦٧٣
٥	استخدام العنصر البشرى والكوادر البشرية المدربة فى مجال السياحة الرياضية.	٠.٥٩٧
٦	زيادة المعارض الخاصة بالصناعات والحرف اليدوية المقامة على هامش المهرجان.	٠.٨٣٥
٧	زيادة الوعى لدى المجتمع المحلى باهمية المهرجانات ودورة فى الترويج للسياحة الترويحية بجمهورية مصر العربية.	٠.٧٦١
	المجموع الكلي للمحور الخامس	٠.٧٠٨

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 (٤٠) 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: مدى توافر مقومات السياحة الترويحية بمكان إقامة الحدث الرياضي.	١٢	٠.٧٤٥
٢	المحور الثاني: دور الاحداث الرياضية فى تنشيط السياحة الترويحية.	٧	٠.٦٦٨
٣	المحور الثالث: مدى مساهمة الحدث الرياضي فى تنشيط السياحة الترويحية فى مصر والترويج لها.	٨	٠.٦٦٧
٤	المحور الرابع : المعوقات التى تحد من تنشيط السياحة الترويحية وتواجه انعقاد الحدث الرياضي.	٦	٠.٦٥٣
٥	المحور الخامس : المقترحات لتنشيط السياحة الرياضية والسياحة الترويحية والترويج لها.	٧	٠.٧٠٨

قيمة "ر" الجدولية عند مستوى (٠.٠٥) = ٠.٤٣٢٩

- التجربة الاساسية :

بعد تحديد مشكلة البحث واهدافه وتسائلاته واختيار عينه البحث وفقا لشروط اختيار عينه

البحث قام الباحث بالاتي:

١- تطبيق استماره الاستبيان في الفتره من ٢٠٢٣/١/٣ الى ٢٠٢٣/٤/١٢ م.

٢- تفرغ النتائج في الفتره من ٢٠٢٣/٤/١٥ الى ٢٠٢٣/٥/٨ م.

٣- المعالجه الاحصائيه للبيانات المجمعه حيث استخدام البرنامج الاحصائي Spss.

- المعالجات الإحصائية :

استخدم الباحث المعالجات الإحصائية الملائمة لطبيعة بيانات البحث وذلك من خلال:

التكرارات والنسب المئوية - المتوسط الحسابى - الانحراف المعياري- اختبار T-TEST ولقد

ارتضى الباحث بمستوى (٠.٠٥) لقبول وتفسير نتائج البحث، كما استعان الباحث بميزان تقدير

خماسى.

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.

اولاً: مناقشة نتائج التساؤل الاول:

جدول (6)

التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيمة T لاستجابات عينة البحث على الاستبيان للمحور الاول (مدى توافر مقومات السياحة الترويحية بـمكان إقامة الحدث الرياضي) (ن = ٢٤٠)

العبارة	التكرارات					قيمة T	
	متوفرة بشدة	متوفرة	متوفرة الى حد ما	غير متوفرة	غير متوفرة على الإطلاق	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١	٢٤	٧٠	٩٨	٤٦	٢	٣.٢٨	.9١6
٢	١٠	٣٠	٧٦	١٠٤	٢٠	٢.٦١	.953
٣	٨	٤٤	٩٢	٨٦	٨	٢.٨٢	887.
٤	٤	٥٤	٨٨	٩٢	٢	٢.٨٦	830.
٥	٢٨	٦٠	٩٦	٥٢	٤	٣.٢٢	١.٠٢٠
٦	٦٢	٧٦	٦٢	٣٨	٢	٣.٦٦	١.٠٥٥
٧	٤٠	١٢٤	٥٦	١٨	٢	٣.٧٦	.٨٤٨
٨	١٢٠	٩٢	٢٤	٤	٠	٤.٣٧	.٧٣١
٩	٢٨	٧٦	٨٦	٥٠	٠	٣.٣٤	.٩٣٧
١٠	٤٢	٩٠	٨٨	٢٠	٠	٣.٦٤	.٨٦٦
١١	٧٦	١١٤	٤٠	٨	٠	٤.٠٨	.٧٨٢
١٢	٦٨	١٣٢	٣٤	٦	٠	٤.٠٩	.٧٢٠
متوسط المجموع الكلي للمحور الاول						3.48	660.31
						62.78	

تشير نتائج التحليل للجدول رقم (٦) الخاص بالمحور الأول للدراسة إلى أن قيم المتوسط الحسابي ما بين (٢٠٦١ و ٤٠٣٧) الى توافر المساحات الصحراوية الواسعة والخدمات المصرفي وأماكن الإقامة والمناخ المناسب وتوافر المناطق الأثرية القريبة من مكان انعقاد الحدث الرياضي بانحراف معياري تتراوح قيمته (٠.٧٢٠ - ١.٠٥٥)، مما يدل على أن البيانات تتحرف قليلا عن متوسطها ليدل على التوزيع الطبيعي للبيانات، كما تشير نتائج الدراسة إلى توافر الإمكانيات المادية والبشرية للترويج على المستويين المحلي والإقليمي والحملات الإعلامية للتوعية للمشاركة الشعبية و برامج التدريب لكافة المستويات.

بالإضافة إلى الأنشطة الترويجية المتعلقة بالثقافة المحلية عن طريق استغلال الموارد المتاحة ومؤتمرات تدعى إليها الشركات السياحية العالمية والاتحادات الرياضية ورجال العمال والمحافظة على البيئة الطبيعية متوفرة إلى حد ما بمتوسط حسابي تتراوح قيمة بين (٢٠٦١ و ٣٠٣٤) وانحراف معياري تتراوح قيمته بين (٠.٨٣١ إلى ١.٠٠٢) وذلك يدل على انخفاض التشتت في استجابات عينة الدراسة لهذه العبارات، مما يدل على وجود تقارب واتساق في اجابات مفردات البحث، كما تشير قيمة T المحسوبة إلى القيم الموجبة ومستوى الدلالة أقل من ٠٠١ ويشير المتوسط المجموع الكلي للمحور إلى توافر مقومات السياحة الترويجية بمكان اقامة الحدث الرياضي بقيمة (٣.٤٧).

تؤكد دراسة أنتى مانديك آخرون (٢٠١٨)(23) على ضرورة توافر بعض الامكانيات الطبيعية للممارسة السياحة الرياضية في مكان ما وتوافر الطقس المعتدل والمساحات المخصصة للممارسة الرياضة، كما اكدت على ضرورة توافر الإمكانيات الخاصة بالتسويق والإعلان عن الأحداث الرياضية وكيفية تسويقها لزيادة الطلب السياحي عليها.

وبهذا يتحقق الباحث من الاجابة على التساؤل الاول الذى ينص على ما مدى توافر مقومات السياحة الترويجية بمكان اقامة الحدث الرياضي

ثانياً: مناقشة نتائج التساؤل الثاني:

جدول (7)

التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيمة T لاستجابات عينة البحث على عبارات الاستبيان للمحور الثاني (دور الاحداث الرياضية في تنشيط السياحة الترويحية)

(ن = ٢٤٠)

العبارة	التكرارات				المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	
	متوفرة بشدة	متوفرة	متوفرة الى حد ما	غير متوفرة			القيمة	الدالة
١	٦٨	١٣٦	٢٤	١٢	٤.٠٨	٠.٧٦١	٨٣.١٤٩	٠.٠٠٠
٢	٥٨	١١٨	٤٤	٢٠	٣.٨٩	٠.٨٦٦	٦٩.٦٢٩	٠.٠٠٠
٣	٧٢	١٥٦	٠	١٢	٤.٢٠	٠.٦٨٠	٩٥.٧٣٥	٠.٠٠٠
٤	٨٤	١٠٦	٣٨	١٢	٤.٠٩	٠.٨٣٨	٧٥.٦٠٤	٠.٠٠٠
٥	١١٦	١٠٠	١٨	٦	٤.٣٦	٠.٧٢٩	٩٢.٥٧٧	٠.٠٠٠
٦	١٠٢	١٠٢	٢٤	١٢	٤.٢٣	٠.٨٢٣	٧٩.٥٣٨	٠.٠٠٠
٧	١٠٦	١١٠	١٨	٦	٤.٣٢	٠.٧٢٠	٩٢.٨٦٦	٠.٠٠٠
متوسط المجموع الكلي للمحور الثاني					4.17	773.86	84.16	

تشير اراء عينة البحث للمحور الثاني بالجدول رقم الى اشارته اراء عينة البحث الى الموافقة بواقع (١٣٦) استمارة على وجود مسابقات ومهرجانات منذ العصور القديمة بوسط حسابي تبلغ قيمته (٤.٠٨) وانحراف معياري قيمته (٠.٧٦١) توضح ان قيم الانحراف المعياري اقل من نصف قيم الوسط الحسابي يدل ذلك على انخفاض التشتت في استجابات عينة الدراسة لهذه العبارات مما يدل على وجود تقارب اتساق في اجابات مفردات الدراسة.

كما تشير اراء مجتمع البحث الى ان هناك تجديد في تلك المهرجانات في العصر الحديث بواقع (١١٨) استمارة المتوسط حسابي تبلغ قيمته (٣.٨٩) وانحراف معياري (٠.٨٦٦)، كما اوضحت عينة الدراسة ان هناك مساهمة الاحداث الرياضية في احياء والمحافظة على السياحة الترويحية بمتوسط حسابي بين (٤.٠٩ و ٤.٢٠) وانحراف معياري قيمة (٠.٦٨٠ و ٠.٨٣٨)، كما تشير اراء العينة الى الموافقة بشده على اقامه ندوات تثقيفيه على هامش المهرجانات واقامه عروض الفلكلور لأحياء السياحة الترويحية بمتوسط حسابي قيمته (٤.٢٣ و ٤.٣٢) وانحراف معياري قيمته (٠.٨٢٣ و ٠.٧٢٠) كما تشير قيمته T المحسوبة بهذا المحور الى القيم الموجبة ومستوى الدلالة اقل من ٠.٠٠١، مما يدل على معنوية هذه العبارات.

ويشير متوسط المجموع الكلى للمحور الى ان هناك دور الاحداث الرياضية في الحفاظ على السياحة الترويحية بقيمه (٤.١٦) وهذا ما تؤكدته دراسة دعاء فتحي وآخرون (٢٠٢٢) (٧) الذي يعتقد ان الرياضة والاحداث الرياضية على وجه الخصوص تعمل على الحفاظ على السياحة الترويحية كما يمكن ان تكون حافزا للتنمية المحلية فبينما ان بعض الواجهات تركز على الاحداث الرياضية العلامة التجارية والترويج لأراضيها هناك مناطق اخرى تطور استراتيجيات تعتمد على الموارد الذاتية من خلال التركيز على الهوية المحلية والميزات الفريدة للمنطقة، وبذلك يمكن لهذه الاستراتيجيات ان تعزز الاقتصاد وتجذب السياح مع التأثير الايجابي على نوعيه الحياه وجاذبيه المنطقة.

وبهذا يتحقق الباحث من الاجابة على التساؤل الثانى الذى ينص على ما دور الاحداث الرياضية فى تنشيط السياحة الترويحية؟

ثالثاً: مناقشة نتائج التساؤل الثالث:

جدول (8)

التكرارات والمتوسط الحسابى والانحراف المعياري وقيمة T لاستجابات عينة البحث على عبارات المحور الثالث (مدى مساهمة الحدث الرياضي فى تنشيط السياحة الترويحية فى مصر والترويج لها)

(ن = ٢٤٠)

العبارة	متوفرة بشدة	متوفرة	متوفرة الى حد ما	غير متوفرة	غير متوفرة على الاطلاق	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	قيمة T	
								القيمة	الدلالة
١	٤٠	٦٢	٧٤	٤٨	١٤	٣.٢٨	١.١٣٩	٤٤.٣٧٣	٠.٠٠
٢	٧٤	١٠٨	٤٤	١٢	٢	٣.٩٩	.٨٧٦	٧٠.٢٧٤	٠.٠٠
٣	٣٨	٩٤	٥٦	٥٠	٢	٣.٤٧	١.٠١٣	٥٢.٨٤٥	٠.٠٠
٤	٣٢	٨٨	٦٨	٤٤	٦	٣.٤١	١.٠١٦	٥١.٥٢٦	٠.٠٠
٥	٣٢	٦٢	٨٠	٦٢	٢	٣.٢٥	١.٠١٦	٤٩.٣٥٨	٠.٠٠
٦	٤٤	٨٨	٨٨	١٨	٢	٣.٦٣	.٨٨٩	٦٢.٩٧١	٠.٠٠
٧	٣٤	١٠٤	٧٢	٢٦	٤	٣.٥٦	.٩١٥	٦٠.٠٥٤	٠.٠٠
٨	٢٠	٧٢	٧٨	٦٦	٤	٣.١٤	.٩٦٦	٥٠.١٩٤	٠.٠٠
متوسط المجموع الكلى للمحور الثالث									
						3.47	456.27	55.20	

تشير اراء عينه الدراسة للمحور الثالث بالجدول رقم (٨) الى اشارته اراء عينه الدراسة الى الموافقة على توافر الاهتمام بمساهمة الحدث الرياضي فى تنشيط السياحة الترويحية والاهتمام وسائل الإعلام للترويج إلى تلك المهرجانات وتوافر برامج واحداث رياضية على الأجندة السياحية والإنعقاد بصفة مستمرة للمهرجانات بموسط حسابي تبلغ قيمته (٣.٤١ - ٣.٩٩) وانحراف معياري قيمته (١.٠١٦ - ٠.٨٧٦) توضح ان قيم الانحراف المعياري اقل من نصف قيم الوسط الحسابي يدل ذلك على انخفاض التشتت في استجابات عينه الدراسة لهذه العبارات مما يدل على وجود تقارب اتساق في اجابات مفردات الدراسة.

كما تشير اراء مجتمع البحث الى ان هناك موافقة إلى حد ما على توفير أقسام داخل كليات السياحة والتربية الرياضية لإعداد كوادر متخصصة فى السياحة الرياضية ويتم عمل دعايا للمهرجانات خارج مصر وتوافر استراتيجية تضعها الدولة للترويج للسياحة الرياضية بمتوسط حسابي تبلغ قيمته (٣.١٤ الى ٣.٢٨) وانحراف معياري (٠.٩٦٦ - ١.١٣٩)، كما تشير قيمته T المحسوبة بهذا المحور الى القيم الموجبة ومستوى الدلالة اقل ٠٠١ من مما يدل على معنوية هذه العبارات.

وتؤكد نهاد محمد (٢٠١١) بأن الأحداث الرياضية لها دور فعال في جذب مزيد من السائحين للمنطقة التي يقام فيها الحدث، كما أن تلك الأحداث تعمل على زيادة التغطية الإعلامية لتلك المناطق للترويج للحدث وللمنطقة مما يعمل على تنشيط الحركة السياحية لهذه المنطقة. (20) : (٥١)

ويشير متوسط المجموع الكلى للمحور الى مساهمة الاحداث الرياضية في تنشيط السياحة في مصر والترويج لمكان انعقاد الحدث بقيمة (٣.٤٦) وهذا ما تؤكد سمر محمد منصور (٢٠١٥) (١٣) الذي وضح إن العديد من المد كالمناطق كالبلدان ادخلت استراتيجيات وسياسات لاستضافة الأحداث الرياضية بشكل منهجي، وخصصت الموارد البشرية والمالية لجذب مسابقات فردية أو متعددة الرياضات للمشاركة الجماعية، وان تلك السياسات غالبا ما تكون مستوحاة من المدن التي تستضيف حدثًا كبيراً.

وبهذا يتحقق الباحث من الاجابة على التساؤل الثالث الذى ينص على ما مدى مساهمة الحدث الرياضي فى تنشيط السياحة الترويحية فى مصر والترويج لها ؟

رابعاً : مناقشة نتائج التساؤل الرابع :

جدول (9)

التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيمة T لاستجابات عينة البحث على عبارات الاستبيان للمحور الرابع (المعوقات التي تحد من تنشيط السياحة الترويحية وتواجه انعقاد الحدث الرياضي)

(ن = ٢٤٠)

العبارة	متوفرة بشدة	متوفرة	متوفرة الى حد ما	غير متوفرة	غير متوفرة على الاطلاق	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	
								القيمة	الدلالة
١	٤٢	١٠٠	٦٠	٣٤	٤	٣.٥٩	.٩٨٩	٦٣.٠٢٢	٠.٠٠
٢	٣٦	١١٦	٤٠	٤٦	٢	٣.٥٧	.٩٩٤	٥٥.٦٥٥	٠.٠٠
٣	٧٢	١٠٢	٤٤	٢٢	٠	٣.٩٣	.٩٢١	٦٦.١٢٨	٠.٠٠
٤	٨٤	١١٠	٤٠	٦	٠	٣.٧٤	١.٠٠٦	٥٧.٦٠٧	٠.٠٠
٥	١٤	٣٢	٥٨	١٢٦	١٠	٢.٩٨	١.٠٣١	٤٤.٧٢٠	٠.٠٠
٦	٣٤	١٢٢	٥٠	٣٤	٠	٣.٦٥	.٨٩٣	٦٣.٣١٩	٠.٠٠
متوسط المجموع الكلي للمحور الرابع									
						3.58	633.17	58.41	

تشير اراء عينة الدراسة للمحور الرابع بالجدول رقم (٩) الى اشارته اراء عينة الدراسة الى هناك مجموعة من المعوقات التي تحد من تنشيط السياحة الرياضية وتواجد انعقاد الأحداث الرياضية ومنها نقص الإمكانيات والأدوات المستخدمة ونقص الكوادر البشرية المدربة ونقص الدعاية والترويج للسياحة الرياضية بالخارج انتشار فيروس كورونا وعدم وجود موعد ثابت لانعقاد المهرجان بمتوسط حسابي تتراوح قيمته بين (٣.٥٧ - ٣.٩٣) . وانحراف معياري (١.٠٠٦ - ٠.٩٢١)، توضح ان قيم الانحراف المعياري أقل من نصف قيم الوسط الحسابي مما يدل على وجود تقارب واتساق في اجابات مفردات الدراسة.

كما تشير أراء مجتمع البحث إلى أن هناك موافقة إلى حد ما على وجود المشكلات المناخية بوسط حسابي قيمته (٢.٩٨) وانحراف معياري قيمته ١.٠٣١ كما تشير قيمة T المحسوبة بهذا المحور إلى القيم الموجبة ومستوى الدلالة أقل من ٠.٠١ مما يدل على معنوية هذه العبارات، ويشير متوسط المجموع الكلي للمحور إلى وجود المعوقات التي تحد من تنشيط السياحة الترويحية وتواجد انعقاد الأحداث الرياضية بقيمة (٣.٥٨).

هذا ما تؤكدته دراسة ماك كومي Mic Comi (٢٠١٥) (26) التي أكدت وجود معوقات تحد من تنشيط السياحة الترويحية في مصر مثل عدم توافر الكوادر البشرية المدربة على تنظيم بعض الأحداث الرياضية، نقص الدعاية والترويج للسياحة الترويحية في الخارج. بالإضافة إلى تفشي وباء الكورونا في العالم والذي أدى إلى الحد من الانتقال والتباعد الإجتماعي بين البشر.

وبهذا يتحقق الباحث من الاجابة على التساؤل الرابع الذى ينص على ما المعوقات التى تحد من تنشيط السياحة الترويحية وتواجه انعقاد الحدث الرياضي؟.

خامساً : مناقشة نتائج التساؤل الخامس :

جدول (10)

التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيمة T لاستجابات عينة البحث على عبارات الاستبيان للمحور الخامس (المقترحات لتنشيط السياحة الرياضية والسياحة الترويحية والترويج لها)

(ن = ٢٤٠)

العبارة	متوفرة بشدة	متوفرة	متوفرة الى حد ما	غير متوفرة	غير متوفرة على الإطلاق	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	
								القيمة	الدلالة
١	١٦٢	٧٤	٤	٠	٠	٤.٦٦	٠.٥٠٩	١٤١.٧٠٩	٠.٠٠
٢	١٦٢	٧٢	٦	٠	٠	٤.٦٥	٠.٥٢٨	١٣٦.٤٦٥	٠.٠٠
٣	١٦٦	٧٠	٤	٠	٠	٤.٦٨	٠.٥٠٤	١٤٣.٧٧١	٠.٠٠
٤	١٧٦	٦٠	٤	٠	٠	٤.٧٢	٠.٤٨٧	١٤٩.٩٧٦	٠.٠٠
٥	١٦٤	٧٠	٦	٠	٠	٤.٦٦	٠.٥٢٥	١٣٧.٣٤٧	٠.٠٠
٦	١٥٤	٧٢	١٤	٠	٠	٤.٥٨	٠.٦٠١	١١٨.١٤٠	٠.٠٠
٧	١٦٠	٦٩	١١	٠	٠	٤.٦٧	٠.٦٨٩	١٠٤.٧٠٩	٠.٠٠
متوسط المجموع الكلى للمحور الخامس						4.66	525.67	137.90	

تشير نتائج التحليل الإحصائي للمحور الخامس بالجدول رقم (١٠) إلى الموافقة بشدة على دعوة كبار الشخصيات المهتمة بالسياحة الرياضية والسياحة الترويحية لحضور المهرجان وعمل برامج سياحية للمشاركين لتعريفهم بإمكانيات مصر السياحية وعمل دعاية مكثفة لجمهورية مصر

العربية عن طريق وسائل الاعلام المختلفة وعمل دعاية للمهرجانات قبل الافتتاح بوقت كافى واستخدام العنصر البشرى والكوادر البشرية المدربة فى مجال السياحة الرياضية وزيادة المعارض الخاصة بالصناعات والحرف اليدوية المقامة على هامش المهرجان وزيادة الوعى لدى المجتمع المحلى بأهمية المهرجانات ودورة فى الترويج للسياحة الترويحية بجمهورية مصر العربية بوسط حسابى تتراوح قيمته (٤.٧٢ - ٤.٥٨) وانحراف معياري تتراوح قيمته (٠.٤٨٧ - ٠.٦٨٩)

كما تشير قيمة T المحسوبة بهذا المحور إلى القيم الموجبة ومستوى الدلالة أقل من ٠.٠١ مما يدل على معنوية هذه العبارات. ويشير متوسط المجموع الكلى للمحور إلى الموافقة بشدة على مقترحات وسبل تنشيط السياحة الترويحية والترويج للمهرجانات بقيمة (٤.٦٦).

هذا ما تؤكده دراسة ناهد محمد، عبير فتحي (٢٠٢٠) (19) الذي يؤكد على ضرورة الاهتمام بالترويج للأنشطة الرياضية في مصر باستخدام عناصر المزيج الترويجي كالإعلان والعلاقات العامة وتكثيف الدعاية للمهرجانات الرياضية عن طريق وسائل الاعلام والفضائيات واستخدام التسويق الإلكتروني لترويج هذه الأنشطة الرياضية، كما أكدت الدراسة على تزويد الراغبين بزيارة الأماكن الرياضية بالمعلومات عن هذه الأماكن، وتنمية وعي المجتمع المحلى بأهمية المهرجانات لزيادة الدخل وعمل عروض وتخفيضات من شركات السياحة على رحلاتها الخاصة بالسياحة الرياضية، وأكد على ضرورة دعوة المشاهير من الإعلاميين والفنانين ونجوم الرياضة لهذه المهرجانات الرياضية لما لهم من تأثير على الجمهور.

وبهذا يتحقق الباحث من الاجابة على التساؤل الخامس الذى ينص على ما المقترحات لتنشيط السياحة الرياضية والسياحة الترويحية والترويج لها؟

الاستنتاجات والتوصيات

أولاً : الاستنتاجات:

في ضوء نتائج الدراسة أستخلص الباحث الاستنتاجات التالية:

- ١- توافر المساحات الصحراوية المؤهلة لعقد الأحداث الرياضية بها علاوة على توافر الإمكانيات المادية والبشرية للترويج للأحداث الرياضية بالإضافة إلى توافر أماكن الإقامة والخدمات المصرفية بمقار انعقاد تلك الأحداث.
- ٢- قلة برامج التدريب للعاملين بتنظيم تلك الأحداث الرياضية.
- ٣- أكدت نتائج الدراسة عدم توافر حملات اعلامية للتوعية بالمشاركة الشعبية في تلك الأحداث الرياضية.
- ٤- مساهمة الأحداث الرياضية في احياء السياحة الترويحية مع توافر معارض للصناعات والحرف اليدوية وندوات ثقافية على هامش المهرجانات والاحداث الرياضية.
- ٥- اهتمام الدولة باستضافة الأحداث الرياضية في مصر من أجل جذب المزيد من السائحين ويدل ذلك على مساهمة الأحداث الرياضية في تنشيط السياحة إلى مصر.
- ٦- عدم توافر الدعاية الكافية للترويج في الخارج للأحداث الرياضية كما إن عدم وجود موعد ثابت لإقامة مهرجان كل عام ولا تحقق حملات الدعاية والترويج النتائج المرجوة منها، خاصة في ظل عدم وجود خطة واضحة بوزارتي السياحة والشباب والرياضة من أجل الترويج للمهرجان.
- ٧- غياب الوعي لدى المجتمع المحلي بأهمية السياحة الرياضية وخاصة السياحة الترويحية وأثرها على مستوى المعيشة.

ثانياً : التوصيات:

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

- ١- الاهتمام بتدريب الكوادر العاملة في الإعلام الرياضي وخاصة ممن يشاركون بمهرجان كذلك دعوة المشاهير من رجال الإعلام العالميين لتغطية الأحداث الرياضية المقامة بمصر.
- ٢- الاهتمام بعمل ترويج للأحداث الرياضية في الخارج وذلك بالتعاون مع المكاتب الإقليمية لهيئة تنشيط السياحة بالدول الأجنبية.
- ٣- دعوة كبار الشخصيات ونجوم الرياضة على مستوى العالم لحضور المهرجانات الرياضية واستخدامهم كقوة ناعمة في الترويج لتلك الأحداث المقامة في مصر.
- ٤- تحفيز شركات السياحة المصرية لتنفيذ برامج خاصة بالسياحة الرياضية كذلك بمنحهم تسهيلات وامتيازات كتخفيض الضرائب أو الجمارك الخاصة باستيراد بعض المعدات الخاصة بالألعاب الرياضية وغيرها، كما يمكن إدراج بعض أماكن انعقاد المهرجانات الرياضية في برامج الزيارة.
- ٥- إرسال بعثات للدول المهتمة بنمط السياحة الرياضية وخاصة تلك المتعلقة بالمهرجانات من أجل إعداد كوادر بشرية مدربة وذات خبرة في هذا المجال.
- ٦- أن تقوم كلا من وزارتي الشباب والرياضة والسياحة بعمل حملات ترويجية للمهرجانات قبل انعقادها بوقت كاف مع تحديد موعد ثابت لإنعقاده من أجل أن تؤتي هذه الحملات الأهداف المرجوة منها.
- ٧- أن تقوم وزارة الإعلام بالتعاون مع وزارة السياحة بالعمل على تنمية الوعي لدى المجتمع المحلي بأهمية إقامة المهرجانات والمسابقات لما لها من عائد اقتصادي كبير، إضافة إلى نشر ثقافة السياحة الرياضية كذلك بالاهتمام بالرياضة في المدارس والجامعات وإنشاء أقسام بكليات ومعاهد السياحة والتربية الرياضية خاصة بتنمية السياحة الترويحية.

المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية:

- ١- أحمد حسن عبد الرحيم (٢٠١٨م): جغرافيا السياحة الرياضية بجمهورية مصر العربية، كلية التربية الرياضية بنين، جامعة بنها.
- ٢- أحمد حسين عبدالمعطي، راندا رفعت محمد (٢٠١٨م): دور الكليات المعتمدة بالجامعات المصرية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة: كلية التربية بأسسيوط أنموذجاً: دراسة تحليلية، مجلة كلية التربية، (٣٤)، ع (٧)، جامعة أسسيوط.
- ٣- أحمد فاروق عبدالقادر، أكرم محمود الحكيم، حسام عبدالعزيز جودة ، محمد عبدالحكي صيام (٢٠١٦م): إدارة المتطوعين في الأحداث الرياضية الكبرى (دراسة مسحية)، مجلة كلية التربية الرياضية، العدد (٢٤).
- ٤- أحمد محمد الفاضل (٢٠٠٢م): لا يوجد قيادات للبرامج الترويحية، مجلة المعرفة، العدد السابع والثمانون، وزارة التربية والتعليم، الرياض.
- ٥- أمينة حماني (٢٠١٢م): أثر الاتصالات التسويقية الإلكترونية في استقطاب السياح، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التيسير، جامعة الجزائر .
- ٦- آيان يومان وآخرون (٢٠٠٨م): "إدارة المهرجانات والاحداث، ترجمة دار الفاروق للإستثمارات الثقافية، ط١، الجيزة.
- ٧- دعاء فتحي، غادة الإمام، منال إسماعيل (٢٠٢٢) : دور الأحداث الرياضية في الحفاظ على التراث وتنشيط سياحة الفروسية، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، المجلد (٢٣)، العدد (٢).
- ٨- دلال عبد الهادي (٢٠٠٣م): دراسات في أساسيات السياحة، الفتح للطباعة والنشر، الإسكندرية.
- ٩- رأفت عبد الرؤوف البكرى (٢٠١٥م): إستراتيجية لتفعيل الأنشطة الترويحية السياحية بجمهورية مصر العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة المنصورة.
- ١٠- رأفت عبد الرؤوف البكرى (٢٠١٩م): تنوع المنتج السياحي الترويحي في محافظتى البحر الأحمر وجنوب سيناء وأثره في تنشيط حركة السياحة الترويحية الوافدة الى جمهورية مصر العربية، بحث منشور، مجلة علوم الرياضة، كلية التربية الرياضية، جامعة المنيا.
- ١١- سعيد البطوطى (٢٠١٢م): التسويق السياحي، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة.
- ١٢- سلاف محمد الصيداوي (٢٠١٨م): "أثر عناصر المزيج الترويجي علي السياحة الداخلية بريف دمشق"، رسالة ماجستير، الجامعة الافتراضية السورية، وزارة التربية والتعليم، الجمهورية العربية السورية.
- ١٣- سمر محمد منصور (٢٠١٥م) : الاحداث الرياضية كوسيلة لتنشيط السياحة وتنمية العائد الاقتصادى بنادى الاسكندرية الرياضى، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية.

- ١٤- صلاح زين الدين (٢٠١٦م): دراسة لفرص وتحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر، المؤتمر العلمى الدولى الثالث، القانون والسياحة، كلية الحقوق – جامعة طنطا.
- ١٥- عمر الشيخ (٢٠٢٢م): تأثير الأحداث الرياضية علي فرص تسويق المقصد السياحي المصري، المجلة العلمية للسياحة والفنادق والتراث.
- ١٦- كاظم البطاط، محمد العامري (٢٠١٢م): القطاع السياحي والنمو الاقتصادي، دار الأيام للنشر، عمان.
- ١٧- محمد جلال مرنيذ، أحمد بوسكرة (٢٠١٩م): دور الإعلام الرياضي في تغطية المنافسات كالأحداث الرياضية دراسة ميدانية على مستوى طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية المسيلة"، مجلة الابداع الرياضي، المجلد (١٠)، العدد (٢).
- ١٨- محمد بن يحيى (٢٠١٨م): "تسويق الأحداث الرياضية في تعزيز السياحة دراسة تجارب دول – عربية <https://www.researchgate.net/publication> تاريخ الدخول ٢٠١١ / ٤ / ص ١٠.
- ١٩- ناهد إسماعيل محمد، عبير فتحي محمد (٢٠٢٠م): نموذج مقترح لتنشيط السياحة الرياضية من منظور عناصر المزيج الترويجي بجمهورية مصر العربية، المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة، العدد ٨٨، الجزء ٢.
- ٢٠- نهاد محمد كمال يحيى (٢٠١١م): أثر الأحداث الرياضية الخاصة على حركة السياحة المصرية، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، مجلد (٨)، العدد (١).
- ٢١- هشام طاهر الليثي (٢٠١٤م): أثر استضافة الأحداث الرياضية على حتمية نقل العاصمة في مصر.

ثانياً: المراجع الاجنبية:

- 22- Ana Kersulić, ; Marko Perić and Nicholas Wise, (2020) " Assessing and Considering the Wider Impacts of Sport-Tourism Events: A Research Agenda Review of Sustainability and Strategic Planning Elements.
- 23- Ante Mandić, Željko Mrnjavac, Lana Kordić (2018): TRAVEL MOTIVATIONS AND BEHAVIOUR OF TOURISTS TO A SOUTH AFRICAN RESORT, S VOL. I – INTERNATIONAL CONFERENCE ON TOURISM & MANAGEMENT STUDIES – ALGARVE
- 24- Chivu,C. (٢٠١٣). Sport tourism in Romania and the Romanian experience in organizing and hosting an international sport event. Case study : Bucharest International Marathon. Cinq on tinentes , ٣(٧), -٨٨ ١١٣
- 25- I.G. Kazaryanz , I.A. Eremenko , M.A. Tkachenko , A.V. Suhovenko(2018): Institutional Formation to Develop Tourism and Recreation Clusters, European Research Studies Journal, Volume XXI, Special Issue 1, pp. 167-177.
- 26- Mic Comie,K. (2015) : Hosting Regional Sport Events: Insights from Emerging Sport Tourism Destinations. Master, Universit
- 27- Mijalce Gjorgievski, Saso Kozuharov, Dejan Nakovski (2013): TYPOLOGY OF RECREATIONAL-TOURISM RESOURCES AS AN IMPORTANT ELEMENT OF THE TOURIST OFFER, Journal of Economics 4 (1): 53–60
- 28- olga Boryk (2010): Analysis of Tourist Recreational Potential of Ternopil Region, INTERDISCIPLINARY APPROACH TO ECONOMICS AND SOCIOLOGY,Economics & Sociology, Vol. 3, No 1, pp. 143-148

ثالثاً: شبكة المعلومات الدولية:

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

مستخلص البحث

هدفت الدراسة الحالية إلى تسليط الضوء على الأحداث الرياضية والسياحة الترويحية وكذلك الامكانيات المادية والبشرية المتوفرة لعقد تلك الأحداث الرياضية السياحية ودراسة أهمية الأحداث الرياضية في تنشيط والسياحة الترويحية بجمهورية مصر العربية والتعرف على أى المعوقات التي تحد من ترويج السياحة الترويحية بجمهورية مصر العربية، ويتمثل منهج الدراسة الحالية في المنهج الوصفي التحليلي، تم اختيار عينه البحث بالطريقة العشوائية من مجتمع البحث التي بلغ حجمها (٢٩٠) فرد، وبلغ حجم العينة الأساسية (٢٤٠) فرد في حين بلغ حجم العينة الاستطلاعية (٢٥) فرد، واستبعد منهم عدد (٢٥)، وتوصلت نتائج الدراسة إلى اهتمام الدولة باستضافة الأحداث الرياضية في مصر من أجل جذب المزيد من السائحين، مساهمة الأحداث الرياضية في احياء السياحة الترويحية مع توافر معارض للصناعات والحرف اليدوية، توافر المساحات الصحراوية المؤهلة لعقد الأحداث الرياضية بها.

Abstract

The current study aimed to shed light on sporting events and recreational tourism, as well as the material and human capabilities available to hold these sporting tourism events, and to study the importance of sporting events in revitalizing and recreational tourism in the Arab Republic of Egypt, and to identify any obstacles that limit the promotion of recreational tourism in the Arab Republic of Egypt. The methodology of the current study is In the descriptive analytical approach, the research sample was selected randomly from the research community, which reached a size of (290) individuals, and the size of the basic sample reached (240) individuals, while the size of the exploratory sample reached (25) individuals, and a number of (25) were excluded from them. Results were reached. The study indicates the state's interest in hosting sporting events in Egypt in order to attract more tourists, the contribution of sporting events to reviving recreational tourism with the availability of exhibitions for industries and handicrafts, and the availability of desert spaces qualified to hold sporting events in them.