

الفصل الأول

٠/١ المقدمة

١/١ مقدمة البحث .

٢/١ مشكلة البحث وأهميته .

٣/١ هدف البحث .

٤/١ تساؤلات البحث .

٥/١ المصطلحات والمفاهيم المستخدمة في البحث

الفصل الأول

٠/١ المقدمة

١/١ مقدمة البحث :

تعتبر السياحة من الظواهر الاجتماعية التي نشأت منذ أن خلقت الأرض وما عليها حيث كان الأفراد ينتقلون من مكان إلى آخر بحثاً عن المأكل والمشرب وتغيرت النظرة في العصر الحديث وتطورت وأصبحت السياحة صناعة مركبة من الصناعات الهامة التي تعتمد عليها كثير من الدول في تنمية مواردها المالية لتحقيق التقدم الاقتصادي والاجتماعي بها .

بدأت مصر في بداية الخمسينات من القرن العشرين تتجه إلى هذا الفكر الحديث لتحقيق الجذب السياحي من خلال الرياضة واستغلال بعض الرياضات التي يسمح بها المناخ والمكان مثل صيد السمك أو الغوص في البحر الأحمر أو رياضة الشراع إلى غير ذلك من الرياضات المختلفة . ولهذا كانت فلسفة السياحة الرياضية داخل مصر لها وجهان الأول منها هو الترويج السياحي في مواسم الركود، والأخر التنشيط لرياضة معينة واستغلالها في هذه المواسم الراكدة سياحياً لجذب هواة تلك الرياضات للاشتراك فيها وممارسة ما يحبون بالإضافة إلى إتاحة الفرص لهم لمشاهدة الأماكن التاريخية التي تعد مزاراً سياحياً (١ - ٢٨) .

وتتميز مصر بتنوع مواردها السياحية التي تعتمد على إمكانات تاريخية وثقافية ودينية وجغرافية، لذا تعتبر السياحة مصدراً هاماً من مصادر الدخل القومي المصري، وإدراكاً للدور الذي يؤديه هذا القطاع تعمل الدولة على زيادة عدد الليالي السياحية إلى مصر والاستفادة من الاقامات المختلفة ومنها الاقامات الرياضية وذلك عن طريق ما يسمى بالسياحة الرياضية حيث يسعى هذا الاتجاه الحديث إلى تسويق البرامج السياحية داخل مصر عن طريق الرياضة أو تسويق بعض المسابقات الرياضية الحديثة مثل مسابقات الجولف والاسكواش والألواح الشراعية عن طريق السياحة.

يؤكد هذا بطولة الأهرام الدولية للتنس والذي نظمها الاتحاد المصري للتنس بالتعاون مع مؤسسة الأهرام الصحفية والتي شاركت فيها نجمة التنس الأسبانية ارنشا شانشيزد **Uransha shanchesd** عام ١٩٩٨ حيث أحدثت تلك البطولة ضجة كبيرة في وسائل الإعلام الأسبانية نتيجة تأثر وسائل الإعلام الأسبانية بمكان الأهرامات ونجومية اللاعبة الأسبانية مما دعا المستشار السياحي بالسفارة المصرية في مدريد للقول " بأن المكتب السياحي المصري استثمر بطولة الأهرام الدولية للاسكواش والتنس في رسم صورة جميلة للوطن

في أنحاء الدنيا وساهمت في انتعاش حركة السياحة وأكدت أن مصر وطن لا يعرف إلا الحب" (٦٤-٦٢) .

وقد قامت بناء على ذلك اكسبوتريسمو **Expoturismo** وهي مجلة اجتماعية إسبانية شهرية نشرت صورة ارنشا شانشيزد **Uransha Shanchesd** تحت عنوان "ارنشا في مصر على طريقة كيلوباترا" حيث ظهرت ارنشا بذى فرعونى مما أعطى انطباع جديد للأسبان عن الحياة المصرية وشجعهم على زيارة مصر والاشتراك في المسابقات الرياضية بها وأيضاً نشرت مجلة **Semana** تقريراً مطولاً عن البطولة والأماكن السياحية المقامة بها مما يؤكد دور كل من الرياضة والسياحة في تسويق كل منهما الآخر (٦٤-٦٢) .

تمتلك مصر المنشآت الرياضية سواء كان ذلك في نطاق الأندية الرياضية أو في نطاق المنشآت السياحية مثل الفنادق التي تقدم وتسوق برامج السياحة الرياضية للمهتمين بالرياضات المختلفة والذين ينتقلون من مكان الى آخر ومن بلد الى آخر سعياً وراء الاشتراك في مسابقة رياضية أو متابعتها ومشاهدة أبطالها لإشباع رغباتهم الرياضية المتنوعة أملاً في تحقيق بعض النجاحات مثل بطولة ويمبلدون للتنس التي تقام في بريطانيا ويتنافس على لقبها الأبطال العالميين ويتابعها مباشرة آلاف السائحين والمهتمين بتلك الرياضة مما ينعكس ذلك على عملية الترويج الإيجابي والمباشر للدولة .

هذا من جانب ومن جانب آخر فإن البطولة تمثل عملية ترويج سياحي غير مباشر للدولة عبر شاشات التلفزيون وصفحات الجرائد والإعلان عن اسم الدولة في كافة أرجاء العالم وما يتبع ذلك من رواج سياحي في كافة دول العالم . هذا بالإضافة إلى كافة الدورات والبطولات العالمية و القارية الكبرى، مثل الدورات الأولمبية التي أصبحت هذه البطولات تحقق رواجاً عظيماً للدولة المضيفة مما أدى إلى تدخل العوامل السياسية لنيل شرف تنظيم مثل هذه البطولات لما تحققه من مكاسب جمة تجنيها الدولة من جراء تنظيمها لتلك البطولات(٢-١٥٧) .

إضافة إلى ذلك ما أستحدث من بطولات دولية تقيّمها بعض الدول مستخدمة ما لديها من عوامل جذب وإمكانات طبيعية لتحقيق الرواج السياحي للدولة عن طريق ممارسة تلك الرياضات مما يؤدي إلى الازدهار والتقدم لمختلف نواحي الدولة بجانب توفير مناطق الجذب السياحي كافة متطلبات البنية التحتية للممارسة الرياضية الذاتية والتي تلعب دوراً أساسياً في اختيار مكان الرحلة التي يجب على السائح التوجه نحوها لممارسة أو مشاهدة نوع الرياضة المفضلة لديه .

يشير أشرف الميدانى (١٩٩٨) أن السياحة الرياضية تمثل أحد عوامل الجذب السياحى الحديث التى تحقق تنوعاً وتغييراً فى مصادر الجذب السياحى لمصر (٨).

لذا من الممكن إقامة العديد من المنافسات والمسابقات الرياضية على ارض مصر عن طريق استغلال عناصر الطبيعة مثل الانزلاق على الماء والتجديف أو صيد الأسماك والحيوانات البرية والغطس أو تلك التى تتطلب إمكانات خاصة لممارستها مثل الجولف والتنس والاسكواش وألعاب الكرة والفروسية ورحلات السفاري. مما دعا الباحث للقيام بهذه الدراسة للتعرف على دور السياحة الرياضية فى تنمية الجذب السياحى لجمهورية مصر العربية .

٢/١ مشكلة البحث وأهميته :

أصبحت السياحة ركيزة أساسية من ركائز النشاط الإقتصادى فى مصر حيث يمثل الدخل السياحى حوالى ٢٥% من النقد الأجنبى القومى ، نظراً لما تتمتع به مصر من مقومات تمنحها وضعاً تنافسياً فريداً على خريطة السياحة العالمية (٦٨)

وقد شهدت صناعة السياحة نمواً متزايداً بعد أن دخلت مصر صناعة السياحة الشاملة بتنوع المنتج السياحى وتعدد المناطق واتساع مساحتها بحيث أصبحت مراكز جذب سياحية مميزة ، كما بدأت مصر تخطو خطوات واسعة على طريق السياحة العصرية متعددة المنتج الثقافى والعلاجى ، وسياحة المؤتمرات والمهرجانات الفنية والموسيقية والسياحة الرياضية حيث بلغت الحركة السياحية الوافدة إلى مصر عام ٢٠٠٤م إلى (٧,٥) مليون سائح وكان من المتوقع تزايد الحركة السياحية الوافدة الى مصر عام ٢٠٠٥م الى ٩,٥ مليون سائح ولكن بسبب حدوث بعض الاحداث الارهابية ببعض الاماكن السياحية بمدينة شرم الشيخ ادى ذلك الى تراجع اعداد كبيرة من السائحين عن زيارة مصر وبالتالي وصل اعداد السائحين الى (٨,٣) مليون سائح (٤-٢١) .

هذا وقد أصدرت منظمة السياحة العالمية تقريراً يشير الى أن نصيب مصر من حركة السياحة المتجهة نحو الشرق الأوسط قد بلغت ٢٤,٩% من أجمالى الحركة السياحية فى تلك المنطقة ، كذلك ارتفع معدل أنفاق السائح خلال فترة أقامته فى مصر إذ بلغ (٨٤٩) دولار فى حين أن معدل الأنفاق العالمى (٦٨١) دولار . هذا دفع المصريين الى الاتجاه نحو استثمار المصالح المشتركة مع المستثمرين الأجانب ومنظمى الرحلات والشركات الخاصة بالطيران وإدارة

الفنادق العالمية ، الاتحادات الرياضية الدولية والمحلية . حيث بدأت حملات اتصالية واسعة لزيادة فرص التنمية السياحية والفنية والثقافية والرياضية وذلك عن طريق تثبيت عدد من الأحداث والاقامات المتنوعة في نفس المكان والزمان حيث وصل عدد المسابقات الثابتة الى (٣٠) مسابقة رياضية وفنية وثقافية .

(٦٠-٦٤)

تعتبر السياحة الرياضية احد الأنماط السياحية المستحدثة التي تحرص وزارة السياحة المصرية على إضافتها ضمن برامج الخدمات السياحية وذلك بهدف تنوع المنتج السياحي المصرى للوقوف فى وجهه المنافسة العالمية مما يساعد على جذب نوعية جديدة من السياح تركز اهتمامها على إشباع الممارسة أو المشاهدة الرياضية .

وبالفعل أصبحت السياحة الرياضية احد عوامل الجذب الرئيسية لمصر ويؤكد ذلك ان السائحين اليابانيين الوافدين الى مصر يكون من بين كل خمسة منهم سائح يمارس رياضة الجولف ، وغير ذلك من الرياضات التى اصبحت تمثل احد جوانب الجذب الرئيسية لممارستها فى مصر مثل رياضة المشى والاستجمام على الشواطىء والالعاب الترويحية وغيرها من الرياضات التى اصبحت توفر لها مصر الدعم الكافى لممارستها على مستوى عالمى .

حيث يؤكد فراير **freyer** عام (٢٠٠٤ م) أن ٧-٥% من السائحين لدى شركة tui يهتمون بحجز الخدمات السياحية المصاحبة للأقامات الرياضية (٥٥-٤٢) .

ويشير المعهد الالمانى للسياحة عام (٢٠٠٣ م) الى أن ١٤% من الشباب الالمان يخططون لزيارة مصر لممارسة بعض الرياضات منها رياضات الغطس (٦٠-٦٤)

ويشير دراير **Dreyer** عام (١٩٩٥) إلى انه يوجد (٣٩) نوع من أنواع الرياضات تمثل الدافع الرئيسى للسفر واختيار مكان الرحلة فى المقابل يؤكد على انه يوجد (٢١) نوع من أنواع الرياضات المختلفة يمثلون دافع جانبي للسفر واختيار مكان الرحلة (٥٣-٣٠) .

بينما يوضح شلبي **Shalaby** عام (٢٠٠٣) أن التعاون الوثيق بين الاتحادات الرياضية الألمانية والمكاتب السياحية ومنظمى ومقيمى البرامج السياحية يمثل احد الأركان الرئيسية فى بناء الإستراتيجية الترويجية لكل من الطرفين وذلك لأهمية الدور الذى يلعبه كل منهم تجاه الآخر فى الوصول الى المجموعات المستهدفة (٥٩-٦٤)

غير انه لم تتضح الصورة في الوقت الحالي بجمهورية مصر العربية بالنسبة لنوعية الرياضات التي تمثل عوامل جذب رئيسية أو فرعية من وجهة نظر السائح الاجنبي سواء كان ذلك للمشاركة في أحداث ومسابقات رياضية أو متابعة إحداثها في أماكن إقامتها أو ممارسة بعض أنواع الرياضات بتنظيم ذاتي نتيجة توافر إمكانيات الممارسة التي تتطلبها تلك الرياضات وهذا ما يحاول الباحث التعرف عليه. وعلى الإشكال والطرق التي يعتمد عليها السائح في التعرف على الخدمات الرياضية التي تقدمها المناطق السياحية مما يسهم في إيضاح الصورة أمام منظمي البرامج السياحية ويساعدهم في تخطيط برامج السياحة بشكل عام والسياحة الرياضية بشكل خاص بشكل يتناسب واحتياجات السائح ومن ثم الوصول الى المجموعات المستهدفة بطريق أكثر فاعلية.

٣/١ هدف البحث :

يهدف البحث الى معرفة دور السياحة الرياضية في تنمية الجذب السياحي لجمهورية مصر العربية .

٤/١ تساؤلات البحث :

- ١- ما دور السياحة الرياضية في انتقال الأفراد الى مصر كمقصد سياحي ؟
- ٢- ما أهم الرياضات الجاذبة للسائحين الوافدين الى مصر ؟
- ٣- ما الطرق التي يصل من خلالها السائح للخدمات السياحية الرياضية المنفذة داخل مصر ؟
- ٤- ما الإمكانيات المتاحة لممارسة خدمات السياحة الرياضية في مصر ؟

٥/١ المصطلحات والمفاهيم المستخدمة في البحث .

السياحة : Torism

هى مجموعة العلاقات والخدمات المرتبطة بعملية تغيير المكان تغييراً وقتياً وتلقائياً وليس لأسباب تجارية أو حرفية (٢٠ - ١٣) .

السائح : Tourist

كل من يسافر إلى بلد غير البلد الذى يقيم فيه بشكل معتاد ولمدة لا تقل عن ليلة واحدة ولا تزيد عن عام وألا يكون الغرض الأساسى للزيارة هو ممارسة الفرد لنشاط فى البلد الذى يزوره من أجل الحصول على دخل مادي (٣٣-٢٥٢) .

السياحة الرياضية : Sportive Tourism

هى عملية الانتقال من مكان الإقامة الدائم للفرد إلى مكان آخر داخل أو خارج الدولة لفترة مؤقتة بهدف ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة أو مشاهدتها أو التدريب الرياضى (٢٣ - ٨٦) .

الإقامة الرياضية : Sportive settlement

يقصد بها الاستقرار فى مكان معين ولمدة معينة بهدف ممارسة أو مشاهدة النشاط الرياضى. (تعريف إجرائى)

الجنب السياحى : Tourist Attraction

يقصد به زيادة عدد السائحين الوافدين لجمهورية مصر العربية . (تعريف إجرائى)