

الفصل الثانى

٠/٢ الإطار النظرى والدراسات المرجعية

- ١/٢ مفهوم السياحة .
- ٢/٢ تعريف السائم .
- ٣/٢ خصائص السياحة .
- ٤/٢ عناصر الجذب السياحى .
- ٥/٢ اماكن الجذب السياحى فى مصر .
- ٦/٢ دوافع السياحة .
- ٧/٢ تعريف السياحة الرياضية .
- ٨/٢ السياحة الرياضية فى مصر .
- ٩/٢ إمكانات السياحة الرياضية .
- ١٠/٢ عوامل جذب السياحة الرياضية .
- ١١/٢ تسويق العرض السياحى الرياضى المصرى .
- ١٢/٢ الدراسات المرجعية .
- ١/١٢/٢ الدراسات العربية .
- ٢/١٢/٢ الدراسات الأجنبية .
- ١٣/٢ أوجه استفادة الباحث من الدراسات المرتبطة .

الفصل الثانى

٢/٠ الإطار النظرى والدراسات المرجعية

١/٢ مفهوم السياحة :

يعرف قاموس لونجمان "Longman" السياحة "Tourism" بأنها ممارسة السفر من اجل الاستجمام وقد تعنى كلمة "Tour" رحلة تبدأ من المنزل وتنتهى اليه ، ويتم من خلالها زيارة عدة اماكن تشكل اهتمام السائح والسياحة هى السفر من اجل المتعة من خلال العطلات (٦٣- ١١).

وفى المعجم الوسيط تعنى السياحة التنقل من بلد لآخر طلباً للترفيه أو الاستطلاع والكشف ، وفى الإنجليزية نجد أن "To Tour" أى يجول أو يدور أما كلمة "Tourism" فهى مستحدثة فى اللغات اللاتينية (٣٦-٤٦٧) .

وقد بذل الكثير من العلماء جهودهم لتعريف السياحة ومكوناتها وطبيعتها فتناولوا الجوانب المختلفة لها من نفسية واجتماعية واقتصادية وثقافية وسياسية وتعليمية و..... الخ مما أدى الى تعدد تعاريفها :-

ففى المؤتمر الدولى للفراغ والترويج والسياحة (The international conference of leisure , Recreation , Tourism) الذى عقد فى عام (١٩٨١) بانجلترا اتفق على تعريف السياحة على النحو التالى : هى تلك الأوجه من النشاط التى يقوم بها الفرد خارج نطاق المحل الدائم لأقامته ، وربما تشمل أو لاتشمل الإقامة الليلية بعيداً عن المنزل (الوطن) (٣٣- ٢٥) .

وعرفت سعاد عمران نقلاً عن بيرنكر (Berneker) أنها مجموع العلاقات والخدمات الناجمة عن التغيير المؤقت والادارى لمكان الإقامة دون أن يكون الباعث على ذلك أسباب العمل أو المهنة (١٧- ٤٦) .

ويؤكد على ذلك هولواى (Holloway) بأنها مجموعة العلاقات والظواهر التى تنشأ من السفر والإقامة المؤقتة طالما إنها لاتؤدى الى إقامة دائمة ولا تتضمن أى نشاط للكسب المادى (٦٠- ٩) .

ويؤكد على ذلك احمد زيدان حيث عرفها بأنها هى الخدمات الناجمة عن التغيير المؤقت والادارى لمكان الإقامة دون أن يكون الباعث على ذلك أسباب العمل أو المهنة (٦- ١٣) .

ويعرفها صبرى عبد السميع بأنها مجموعة العلاقات والخدمات المرتبطة بعملية تغيير المكان تغيراً وقتياً وليس لأسباب تجارية أو حرفية (٢٤-٢٧) .

ويشير جولدون (Golden) الى السياحة بأنها نوع من الحركة التي بمقتضاها يقيم الأشخاص في مكان خارج بلادهم ، بشرط عدم اعتبار هذه الإقامة لأغراض الكسب المادى الدائم أو المؤقت (٥٨ - ٥٠) .

ويرى اشرف صبحى ان السياحة نشاط انساني يقوم به بعض الافراد من كافة الطبقات الاجتماعية بدافع شخصى بهدف قضاء وقت الفراغ والترويح (٩ - ١٠) .

أما وزارة السياحة المصرية فقد عرفتھا على أنها عملية الانتقال والإقامة التي يقوم بها الإنسان من موطن أقامته المعتاد الى موطن آخر وبصفة مؤقتة ولغير أغراض الكسب المادى شريطة ألا تقل مدة أقامته عن ٢٤ ساعة (٤٥ - ٦) .

وتعرفها الأكاديمية الدولية للسياحة على أنها تعبير يطلق على رحلات الترفيه وهي مجموع الأنشطة الإنسانية ألمعبأة لتحقيق هذا النوع من الرحلات وهي صناعة تتعاون على سد حاجات السائح (١٨ - ٨) .

ويشير صلاح عبد الوهاب إلى انه يمكن النظر الى السياحة في صورتها المجردة على أنها ظاهرة اجتماعية تتضمن انتقال الأفراد من المكان المعتاد لإقامتهم الى أماكن أخرى داخل دولهم وعندئذ تسمى تلك السياحة بالسياحة الداخلية . أو خارج حدود دولهم ويطلق عليها مسمى السياحة الدولية (٣٣-٢٥٠) .

ويعرفها بيتر جريج (peter grage) على أنها نشاط شديد الحساسية نتيجة لتدخل العوامل السياسية في ظل السيطرة الحكومية السائدة للدولة المضيفة (٤٨-٢١) .

وعرفها سيد موسى نقلاً عن ليفيل نيزارول (Leveill nezarolle) بأنها هي جميع الأنشطة غير الحقيقية للربح والتي يقوم بها الإنسان بعيداً عن مقر أقامته المعتاد (٧ - ١٤) .

ويرى شوقى حسين نقلاً عن هيرمان فون شوليرون (Herman von shollron) النمساوى عام ١٩١٠م أن السياحة هي الاصطلاح الذى يطلق على كل العمليات المتداخلة وخصوصاً العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب وإقامتهم وانتشارهم داخل وخارج حدود منطقة أو دولة مضيفة (٢٠-١٧) .

وبوجه عام فإن الوصف الدولي لمصطلح السياحة الدولية والمتفق عليه بين الدول هو " عبور شخص ما للحدود الدولية لبلاده الى بلد آخر ليملك به مدة محدودة ولأغراض غير مهنية " (٣٣- ٢٥١) .

من خلال ما سبق يتضح انه قد توالى المحاولات العديدة لتعريف السياحة من اتجاهات مختلفة (اجتماعياً - سياسياً - اقتصادياً) . ولكن كل التعاريف اتفقت على أن السياحة لها جانب معنوي وهو إقامة العلاقات وجانب مادي اي مردودها سواء اقتصادي أو سياسي أو اجتماعي .

٢/٢ تعريف السائح :

عرف السائح أثناء عقد المؤتمر الدولي للسياحة الذي عقد في روما في أغسطس سنة ١٩٦٣ م على انه هو كل شخص يقوم بزيارة بلد آخر غير بلد أقامته المعتادة لاي هدف غير الحصول على وظيفة بأجر في البلد الذي يزورها . وبناء عليه يشمل هذا التحديد : الزائرون المؤقتون الذين في البلد الذي يزورونها مدة أربع وعشرين ساعة على الأقل ويكون هدفهم داخلاً تحت مايلي :

- شغل أوقات الفراغ - التسلية - قضاء العطلة - الأمور الصحية والدراسية والرياضية .
- الأعمال - المسائل العائلية - البعثات - الاجتماعات .

ويشمل كذلك الزائرين المؤقتين الذين يقضون في البلد التي يزورونها مدة تقل عن ٢٤ ساعة ويشمل كذلك الزائرون العابرون بالطريق البحري ، على انه يجب ألا يدخل في الإحصائيات المسافرون الذين لا يدخلون البلد من الجهة القانونية كالمسافرين جواً ولا يتركون المطار والحالات المشابهة لذلك (٣٩-٦٦، ٦٥) .

والوصف الدولي لمصطلح السائح والمُعترف به هو : زائر مؤقت يقضى في البلد الذي يزوره (٢٤) ساعة على الأقل ويكون الهدف من زيارته :

- الراحة والاستجمام أو قضاء وقت الفراغ في الاجازات أو العطلات بغرض الترويح أو ممارسة نشاط الرياضة أو الدراسة أو العلاج .
- العمل أو زيارة للأهل أو للأقارب أو للأصدقاء أو مقابلة شخص ما .

(٣٣-٢٥٢، ٢٥١)

وعرفت لجنة الخبراء والإحصائيين في مجال السياحة بالأمم المتحدة السائح بأنه " كل شخص يزور بلد غير البلد الذي اعتاد الإقامة فيها لمدة لا تقل عن ٢٤ ساعة " (٣٨-١٣٨)

كما أوصى مؤتمر أوتاوا Ottawa الذى عقد بكندا في عام ١٩٩١ م باعتبار السائح الدولي " 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 الاساسى للزيارة هو ممارسة الفرد لنشاط فى البلد الذى يزوره من اجل الحصول على دخل مادي " (٢٥٢-٣٣) .

ويعرفه سعيد حسن بأنه هو شخص يسافر للمتعة لمدة لا تزيد عن ٦ شهور ولا تقل عن ٢٤ ساعة الى بلد غير تلك التى يقيم عادة بها (١٧ - ١٨) .

وتعرفه هاله الرفاعى على انه " هو الشخص الذى يسافر من مكان إلى مكان أو بمعنى آخر يقوم بجولة ولو أن كثيراً من السائحين وربما غالبيتهم يسافرون إلى جهة يقصدونها ويبقون فيها لفترة على حين يباشرون من يقضى العطلة قضاء عطلة من وصوله إلى الجهة التى يقصدها (٤٢-٦٦) .

٣/٢ خصائص السياحة :

- تتعدد خصائص السياحة حيث قسمها عبد السلام أبو قحف ١٩٩٢م إلى :
- ١- تشعب وتعدد مكونات النشاط السياحي وارتباطها بالكثير من الأنشطة الاقتصادية.
 - ٢- ملائمة المناخ السياحي بمفهومه الشامل يعتبر من العوامل المؤثرة على المنتج السياحي .
 - ٣- لا يتوقف الطلب السياحي على مدى توافر الموارد وتنوع القدرات والخدمات وغيرها فقط .
 - ٤- يتأثر الطلب السياحي بمستوى الرفاهية الاقتصادية والتقدم التكنولوجي والعوامل الثقافية والسياسية التى يصعب على الدول التحكم فيها .
 - ٥- ارتباط صناعة السياحة بقضايا التنمية الاقتصادية والسياسية فى كثير من الدول وخاصة النامية .
 - ٦- عدم سيادة المنافسة خاصة لبعض المقومات والموارد السياحية النادرة وصعوبة قيام بعض الدول بإنتاج سلع سياحية بديلة .
 - ٧- تعدد وتباين أنواع السياحة وأغراضها مما يترتب عليه اختلاف الأنشطة وطبيعة الخدمات السياحية المرتبطة بها .
 - ٨- ارتباط الطلب السياحي بالمرونة .
 - ٩- يتوقف الطلب السياحي الى حد كبير على القدرة المادية للسائح .
 - ١٠- لا يتصف الطلب السياحي بصفة التكرار (٢٩-١٦ : ١٨) .

٤/٢ عناصر الجذب السياحي:-

- ١- العنصر المكاني : وهو الموقع أو المنطقة المراد الذهاب إليها .
 - ٢- العنصر الوظيفي : وهو السفر والإقامة .
(وهذان العنصران يمثلان المجموعة الكمية من الحركة السياحية) .
 - ٣- العنصر الترويحي : يعبر عن المتعة (الراحة والاستجمام) .
 - ٤- العنصر الثقافي : يعبر عن الثراء الذهني للفرد .
(وهذان العنصران يمثلان المجموعة النوعية من الحركة السياحية) (١ - ٢٣ - ٢٤)
- كما يرى صلاح عبد الوهاب أن الظاهرة السياحية تتألف من العديد من العناصر والتي يمكن تحديدها في العناصر التالية :-
- ١- العنصر الحركي : يقصد به عملية الانتقال من مكان لآخر .
 - ٢- العنصر الساكن أو الثابت : يقصد به عملية الإقامة في الدولة أو المنطقة أو المكان الذي يسافر إليه الفرد - السائح - الى مكان الإقامة .
 - ٣- العنصر الإنساني : يقصد به الفرد الذي يقوم بعملية الانتقال من مكان لآخر و يقيم في المكان الذي سافر إليه . أى أن العنصر الإنسان يمثل الفرد الفاعل لعنصر الحركة ولعنصر السكون أو الثبات .
 - ٤- مجموعة العناصر الغرضية : يقصد بها العناصر المرتبطة بالطبيعة والبيئة والتاريخ والحضارة وكذلك العناصر المرتبطة بالتسهيلات والخدمات السياحية وبالعناصر الإدارية والنقل السياحي ووسائله (٣٣ - ٢٥٠) .

٥/٢ أماكن الجذب السياحي في مصر :

١/٨/٢ الأماكن التاريخية : وتتضمن ما يلي :-

١/١/٨/٢ الأماكن الدينية :

منها جامع (الأزهر - محمد علي - عمرو بن العاص - احمد بن طولون)
سانت كاترين ، مجموعة الكنائس القبطية ، المعابد الفرعونية (الكرنك - ادفو -
حتشبسوت - أبو سمبل) ، الكاتيدرائيات الشهيرة بالعالم .

٢/١/٨/٢ الأماكن ذات الأثر التاريخي في مصر:

منها أبو الهول ، الأهرامات ، مقابر بنى حسن بالمنيا ، معابد الأقصر .

٢/٨/٢ الأماكن الطبيعية :

منها البحر الأحمر ، البحر الأبيض المتوسط ، نهر النيل ، المراعى الطبيعية ،
المحميات الطبيعية ، ألواحاح (ألدخله - أالخارجة - أفرافرة - سيوة) ، سلاسل
جبال البحر الاحمر وشبه جزيرة سيناء .

٣/٨/٢ أماكن تصنع الأحداث

١/٣/٨/٢ دائمة :

- مثل المهرجانات الفنية .
- الألعاب الأولمبية الصيفية والشتوية : وهى دورية كل أربع سنوات
وتتظمها مدينة يقع عليها الاختيار من بلدان العالم .
- البطولات الرياضية العالمية لبعض الألعاب .

٢/٣/٨/٢ مؤقتة :

مثل أستغلال أماكن تاريخية وأقامة أحداث ظرفية جذبا للسياحة العالمية مثل ما
حدث بالأقصر والقاهرة من إقامة أوبرا عابدة .

لهذا نجد هذه الأماكن الثلاثة تستغل أستغلالا جيدا للزيارات السياحية أو صنع
الأحداث الهامة للجذب السياحى . ولرسوخ الفكر السياحى وانتشار فلسفته اتجه الفكر
الحديث الى فتح أفاق جديدة للجذب السياحى فأدمج الفكر السياحى بالفكر الرياضى
وخلق أماكن جديدة تستغل سياحيا ورياضيا فى أن واحد (١-٢٥، ٢٤) .

٦/٢ دوافع السياحة :

دوافع السفر والسياحة عادة ماتختلف وتتووع وفقاً لنوع وطبيعة السياحة .
فدوافع السائح نحو السياحة الثقافية تختلف عن دوافعه نحو كل من الانواع السياحية
الآخري .

والمقصود بالدوافع السياحية : الأسباب الأساسية التى تحرك رغبة الإنسان فى
السفر وتقف وراء تفضيله لأماكن وبلاد معينة . حيث وضعت معايير تبين الدوافع
والأسباب المحركة للسفر وكذلك المؤثرات التى تتحكم فى اختيار الجهة التى
يقصدها الفرد وتأثيرات كل ذلك على ظهور المناطق السياحية وانتعاشها ثم
تدهورها واختفائها من خريطة الاهتمام السياحى (٣-١٠٤) .

أى أن الظاهرة السياحية تتألف من مجموعة من الدوافع والتي يمكن تحديدها فيما يلي :-

١- الدوافع الطبيعية :

وهي ترتبط بالراحة والاسترخاء وممارسة الهوايات والأنشطة الرياضية فضلاً عن التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ والتغيير المؤقت للروتين اليومي وأسلوب الحياة المعتاد .

٢- الدوافع الثقافية :

وتتعلق بالتعرف على الحضارات القديمة ومشاهدة المعالم الأثرية ومعايشة الشعوب المختلفة والاستمتاع بفنونها وتراثها الأدبي والفنى وغيرهم .

٣- دوافع العلاقات الشخصية والأسرية :

وهذه الدوافع تبنى على زيارة الأقارب والأصدقاء (٣- ١٠٤) .

٤- الدوافع الاجتماعية :

وتتعلق بحاجة الفرد إلى الشعور بالمكانة الاجتماعية وحب التظاهر والشعور بالذات .

٥- الدوافع الصحية :

وتدفع الإنسان للسفر إلى منطقة أخرى توفر له سبل العلاج فى شتى صورها مثل البحث عن المناخ الجاف والينابيع المعدنية والمياه الكبريتية والتدخل الجراحى والعلاج النفسى .

٦- دوافع العمل :

لحضور المؤتمرات والاجتماعات والمعارض أو لعقد صفقات أو للتعرف على الأسواق وغير ذلك من المناسبات التى تتعلق بمهنة الفرد (٢٠- ٣٢) .

وقد قام عدد من الأمريكيين بعمل مسح شامل لدراسة شعور السائح الأمريكى تجاه تمضية الاجازة نفسياً وأثبتت الدراسة النتائج الآتية :

٦٣ % للراحة والاستجمام .

٥٢ % الهروب من الروتين اليومي .

٤٥ % زيارة الأقارب والأصدقاء .

٤٥ % بقصد التجديد .

٣٥ % ارتياد أماكن جديدة .

وعن عوامل الجذب السياحي كانت أهم النتائج مايلي :

- ١- مناطق الجمال والمناظر الطبيعية .
- ٢- الأماكن التاريخية .
- ٣- النشاطات والأحداث الثقافية .
- ٤- الأحداث الاجتماعية والتعليمية .
- ٥- التسلية والترفيه والرياضة .
- ٦- المشاركة فى النشاطات الخارجية الترفيهية كالجولف والتنس .
- ٧- الجذب الاجتماعى والمعنوى مثل زيارة الأصدقاء والأقارب .

كما أن هناك دوافع أخرى وهى على سبيل المثال :-

- ١- الحاجة إلى الهروب .
- ٢- اكتشاف النفس .
- ٣- الراحة والاستجمام .
- ٤- المخاطرة .
- ٥- التحدى .
- ٦- البحث عن كل ما هو جديد (٣١ - ٢١، ٢٠) .

وفى بحث قام به المركز الاوروبى لتنسيق الأبحاث للعلوم الاجتماعية فى فيينا حول الدوافع الأساسية للسفر عام ١٩٧٢ م إلى عام ١٩٧٨ م تبين أن الدوافع الأساسية وراء زيارة يوغوسلافيا كانت وفقاً للنسب المئوية التالية :

١- الراحة	٨٣,٥ %
٢- الترانزيت	٤,٣ %
٣- دوافع مهنية	٣,٤ %
٤- دوافع ثقافية	٢,٧ %
٥- زيارة الأقارب والأصدقاء	٢,١ %
٦- دوافع أخرى	٤,٠ % (٣-١٠٥) .

من خلال العرض السابق لانواع الدوافع السياحية ونتائج بعض الابحاث التى اجريت للتعرف على دوافع السائحين فى السفر الى الدول اكدت هذه الابحاث ان الرياضة كانت تمثل دافع جانبى للسفر ولكن فى بداية التسعينات والافية الثانية بداء الاتجاه الى الاهتمام بالرياضة من الوجهة السياحية واصبحت تمثل دافع اساسى للسفر لدى بعض السائحين وذلك للدول التى تمتلك امكانات عالية المستوى وهذا ماكدته الابحاث والدراسات التى اجريت فى هذه الفترة لتوضيح اثر الرياضة فى الدوافع السياحية مثل دراسة كوثر الموجى ، فاطمة هانم على ، وليد عباس ، اشرف الميدانى ، جمال الجمسى ، خليفة بهبهاتى ، هاله الصبى ، احمد نبيل الشيخ ، عبد الحميد محمد .

٧/٢ تعريف السياحة الرياضية :

يعرفها صبرى عبد السميع بأنها 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) .

ويعرفها نبيل الروبى بأنها هى التى تتضمن رحلات صيد الأسماك أو ممارسة أنواع الرياضات البحرية وتسلق الجبال أو صيد الطيور والوحوش بالإضافة إلى المباريات والدورات الرياضية المحلية والإقليمية والدولية (٣٩ - ٨٤) .

وتعرفها كوثر الموجى بأنها هى تلك التى يهدف منها السائح إلى ممارسة أو مشاهدة أنواع الرياضات التى تناسب طبيعة مناخ البلد التى يزورها (٣٤ - ٤٨٩) .

وكذلك عرفها كمال درويش ، محمد الحماحمى بأنها هى ذلك النوع من السياحة الذى يكون الغرض منه إشباع حاجة الفرد لممارسة الرياضة المفضلة لديه (وذلك كرياضات الانزلاق على الماء أو التزلج على الجليد أو الصيد أو الغوص تحت الماء أو اليخوت أو تسلق الجبال أو التخيم فى الغابات والصحارى) .

أو يكون الغرض منها هو إشباع الحاجة إلى مشاهدة بعض المباريات أو المسابقات أو العروض أو المهرجانات الرياضية أو المشاركة فى حضور البطولات أو المسابقات الرياضية العالمية (وذلك كحضور الألعاب الأولمبية أو الأفريقية أو الآسيوية أو بطولات كأس العالم فى العديد من الألعاب الرياضية) (٣٣ - ٢٥٦) .

٨/٢ السياحة الرياضية فى مصر :

تتوافر فى بلادنا أهم إمكانات ممارسة الرياضة بأنواعها على مدار العام لما حباها الله من طبيعة جميلة وجو رائع ومساحات مائية شاسعة فى النيل وشواطئ البحرين الأحمر والمتوسط والبحيرات . ومنذ عام (١٩٦٤م) تبذل الوزارة قصارى الجهد للنهوض بهذا المجال الحيوى بتنظيم بعض المهرجانات الرياضية التى تجذب السائحين . وفى عام (١٩٦٨م) تم التنسيق بين وزارتى السياحة والشباب الرياضية بتشكيل لجنة دائمة للسياحة الرياضية وتقوم هذه اللجنة بوضع الخطط السنوية للنشاط السياحى الرياضى والذى يتمثل فى تنظيم احتفالات ومهرجانات رياضية بالقرب من المناطق السياحية والأثرية الهامة وذلك بالتعاون مع الاتحادات المصرية المنظمة لتلك الرياضات داخل مصر وهى :-

- الاتحادات المصرية لكل من (الفروسية - الدراجات - الجولف - الرماية - السباحة - التنس - كرة السلة - كرة القدم - اليخوت) (١ - ٤٨) .

وفى السنوات العشرين الأخيرة ظهرت العديد من أنواع الرياضات الحديثة مثل رياضة الاسكواش والغطس وسباقات الدراجات المائية وسباقات السيارات . وسوف نستعرض فيما يلى أهم الرياضات التى يتم تسويقها من خلال البرنامج السياحى:-

١- رياضة الغطس :-

تشتهر مصر بأنها تمتلك الكثير من المحميات الطبيعية الممتدة على كل من سواحل البحر الأحمر والبحر الأبيض المتوسط ومنها محميات رأس محمد فى جنوب سيناء كمتحف طبيعى لهواه رياضة الغوص والتى يولع بها الكثير من السائحين القادمين الى مصر خاصة السائحين الألمان والذين يعطون اهتماماً خاصاً بتلك الرياضة ومن ثم تأسس فى مصر الاتحاد الرياضى للغوص الذى يقوم بتأهيل الكوادر اللازمة لتعليم رياضة الغوص وكذلك توفير المتطلبات الضرورية للممارسة من الأدوات والأجهزة وتحديد الاشتراطات البيئية التى تحافظ وبصفة خاصة على المحميات الطبيعية ومن ثم استفادت الشركات العاملة فى مجال السياحة من رياضة الغوص فى جذب عملاء من هواه تلك الرياضة لشراء برامجها السياحية .

٢- رياضة الجولف :-

اصبحت رياضة الجولف تنتشر فى مصر انتشاراً كبيراً وليس أدل على انتشار هذه الرياضة من أن الإحصائيات قد أظهرت انه من بين كل خمسة من المسافرين اليابانيين يوجد دائماً واحد من لاعبي الجولف ونظراً لزيادة عدد لاعبي الجولف من السائحين اتجهت الفنادق الى بناء ملاعب جولف خاصة بها لجذب السياح وللاعبي الجولف ودفعهم الى تفضيل الإقامة بها عن غيرها من الفنادق .

*إماكن رياضة الجولف فى مصر :-

تتركز ملاعب الجولف داخل مصر فى كل من مدن القاهرة والإسكندرية والغردقة وشرم الشيخ ودهب والساحل الشمالى المطل على البحر الأبيض المتوسط نتيجة للكثافات الكبيرة من السياح والممارسين فى تلك المناطق .
وفيما يلى بيان بالملاعب بكل من القاهرة والإسكندرية :

جدول (١)

بيان عددى بملاعب الجولف بمحافظة القاهرة والاسكندرية

عدد الحفر	اسم الملعب	م	المدينة
١٨	ملعب نادى الجزيرة .	١	القاهرة
٩	ملعب فندق ميناهاوس .	٢	
١٨	ملعب نادى الشمس الجديد .	٣	
١٨	ملعب مدينة ٦ أكتوبر .	٤	
١٨	ملعب الجولف بمدينة الإنتاج الاعلامى .	٥	
١٨	ملعب نادى سبورتنج .	١	الإسكندرية
١٨	ملعب سموحه .	٢	

(٥٨ - ١)

كما تقام فى جمهورية مصر العربية عدة مسابقات ومهرجانات رياضية تعتبر من عناصر الجذب السياحى حيث تتولى الشركات السياحية تنظيمها مع الاتحادات الرياضية المتخصصة ووزارة السياحة .

والجدول التالى يوضح أسماء هذه المسابقات والمهرجانات الرياضية السياحية وموعد أقامتها والجهة المنظمة بجمهورية مصر العربية لعام ٢٠٠٦ م :-

جدول (٢)

بيان عددى بالمسابقات والمهرجانات الرياضية والسياحية وموعد اقامتها والجهة المنظمة بجمهورية مصر العربية لعام ٢٠٠٦ م .

٢	اسم السباق أو المهرجان	موعد الإقامة	الجهة المنظمة
١	ما رااثون مصر الدولى بالأقصر .	خلال شهر فبراير	شركة ايفنت سبورت .
٢	مسابقة صيد الأسماك الدولية بالغردقة .	خلال شهر فبراير	الاتحاد المصرى لصيد الأسماك .
٣	مهرجان القاهرة الدولى للبريدج .	خلال شهر فبراير	الاتحاد المصرى للبريدج .
٤	مهرجان الهجن بالإسماعيلية .	خلال شهر فبراير	محافظة الإسماعيلية .
٥	بطولة أخبار اليوم الدولية للهوكى .	خلال شهر مارس	دار أخبار اليوم .
٦	بطولة كاس العالم للرماية .	خلال شهر إبريل	الاتحاد المصرى للرماية .
٧	رالى للطيران الدولى .	خلال شهر إبريل	شركة ترافل ستورى للسياحة .
٨	بطولة الأهرام الدولية للأسكواش .	خلال شهر يونيو	وكالة الأهرام للدعاية والإعلان .
٩	بطولة الأهرام الدولية للتنس .	خلال شهر يوليو	وكالة الأهرام للدعاية والإعلان .
١٠	سباق الهجن شمال سيناء .	خلال شهر أغسطس	محافظة شمال سيناء .
١١	مهرجان الشرقية للخيول العربية .	خلال شهر سبتمبر	محافظة الشرقية .
١٢	سباق رالى الفرعنة .	خلال شهر سبتمبر	شركة فلاش للسياحة .
١٣	مهرجان الحصان العربى .	خلال شهر أكتوبر	الهيئة المصرية الزراعية .
١٤	بطولة مصر الدولية للبولينج .	خلال شهر أكتوبر	الاتحاد المصرى للبولينج .
١٥	ماراثون الفراعة .	خلال شهر نوفمبر	شركة أيفنت سبورت .

(١١)

من المعروف إن السياحة الرياضية أحد الأنماط السياحية المستحدثة التى تجذب فئات معينة من مختلف بلدان العالم . لذلك فقد اهتمت الدولة بإضافة عوامل جذب جديدة للسياحة الرياضية والتى منها زيادة عدد المسابقات والمهرجانات الرياضية التى يتم تنظيمها بالأمكان السياحية وغيرها التى يقصدها السائحون الوافدين الى مصر مما نتج عن ذلك تطور الحركة السياحية الدولية الوافدة الى مصر .

والجدول التالى يوضح تطور حركة السياحة الدولية فى جمهورية مصر العربية فى الفترة من (١٩٨٠) حتى عام (٢٠٠٥) على النحو التالى :-

جدول (٣)
تطور حركة السياحة الدولية فى جمهورية مصر العربية
فى الفترة من ١٩٨٠م حتى عام ٢٠٠٥م

السنة	عدد السائحين بالمليون
١٩٨٠	١,٢٥٣
١٩٨٤	١,٥٦٠
١٩٨٨	١,٩٦٩
١٩٩٢	٣,٢٠٦
١٩٩٦	٣,٨٩٦
٢٠٠٠	٥,٥
٢٠٠٤	٧,٥
٢٠٠٥	٨,٣

يتضح من هذا الجدول تزايد أعداد السائحين الوافدين الى جمهورية مصر العربية من (١,٢٥٣) مليون سائح فى عام (١٩٨٠) الى (٥,٥) مليون سائح فى عام (٢٠٠٠) وفى السنوات التالية كانت أعداد السائحين الوافدين تنمو بمعدلات مرتفعة بشكل واضح حتى وصلت الى (٨,٣) مليون سائح فى عام (٢٠٠٥) . (١٠- ٢٩٥) .

٩/٢ إمكانات السياحة الرياضية :

السياحة الرياضية هى احد دعائم الصناعة الحديثة ولا بد ان نوليها الاهتمام الكافى حتى نستطيع ان نجنى ثمارها ويرى الباحث انه ليكون المكان بمثابة مقصد سياحى يجب ان يجذب المكان الناس الذين يسافرون بعيداً عن منازلهم ليشاهدوا أشياء جذابة أو ليستخدموها الإمكانات وفى اغلب الأحيان يكون استخدام الإمكانات شيئاً ضرورياً للغاية لذلك تحاول الدولة ان تقوم بتوفير كافة الإمكانات اللازمة لممارسة مختلف أنواع الرياضة من ملاعب وأماكن إقامة وغيرها ، ويتفق الباحث مع تقسيم عفاف عبد المنعم للإمكانات فى المجال الرياضى ، وبذلك تمكن الباحث من تقسيم إمكانات السياحة الرياضية الى نوعان هما :-

١/٩/٢ الإمكانيات المادية للسياحة الرياضية :

١/١/٩/٢ إمكانيات التمويل :-

وهى التى تتعلق بتمويل المشروعات السياحية الرياضية (كالبطولات والمناسبات الرياضية والجوائز التى تمنح بها) مما يضع تلك البطولات فى مصاف البطولات العالمية وكذلك العمل على جذب الاستثمارات العالمية للاستثمار فى مجال السياحة الرياضية وأعداد الإمكانيات اللازمة لها .

٢/١/٩/٢ الإمكانيات الخاصة بالمنشآت :-

وتتعلق بالمنشآت السياحية والرياضية من قرى رياضية متكاملة بالمناطق القريبة من المناطق السياحية ، الفنادق المجهزة بالإمكانيات الرياضية وأماكن الترفيه والترويح.

٣/١/٩/٢ الإمكانيات الخاصة بالأدوات والأجهزة :-

وهى تتعلق بالأدوات الرياضية وأجهزة التدريب وأماكن صيانتها وتخزينها للحصول على اكبر استفادة منها .

٤/١/٩/٢ الإمكانيات الخاصة بالأعلام والتسويق :-

وتتعلق بالإعلان عن المناسبات الرياضية والتسويق الجيد لها حتى نستطيع من خلالها الحصول على اكبر عدد من السائحين والرياضيين .

٥/١/٩/٢ الإمكانيات البيئية الطبيعية :-

وتتعلق بالمناطق الأثرية والجبال والصحارى والشواطئ وما الى ذلك من طبيعة متميزة ومتفردة والعمل على الحفاظ عليها والاستفادة منها بشكل افضل يحقق تميز للسياحة الرياضية المصرية .

٢/٩/٢ الإمكانيات البشرية للسياحة الرياضية :

١/٢/٩/٢ العاملون فى مجال السياحة الرياضية :-

وهم كافة الأخصائيين العاملين بالمجال ونوعية تدريبهم واعدادهم وتخصصهم وعلى من يجب العمل بذلك المجال .

٢/٢/٩/٢ الهيئات المسؤولة عن السياحة الرياضية :-

ويتعلق ذلك بالهيئات الرسمية وغير الرسمية التى يرتبط عملها بالسياحة الرياضية وتحقيق النجاح لها .

٣/٢/٩/٢ المستفيدون من السياحة الرياضية :-

تستفيد الدولة بكامل هيئاتها وأفرادها من جراء السياحة الرياضية وتعود بالنفع على كافة الجهات .

٤/٢/٩/٢ الهيئات العلمية المرتبطة بالسياحة الرياضية :-

وهي كافة الجهات التي يجب عليها العمل على أعداد الأخصائيين وحسن تدريبهم وإعدادهم بصورة متميزة قادرة على تحقيق النجاح للسياحة الرياضية (٣٠-١٧:١٩) .

ويرى الباحث ضرورة الاستفادة من تلك الامكانيات في دعم الحركة السياحية الوافدة الى مصر في وضع حجر الأساس لقيام الأنماط السياحية الأخرى غير السياحة الثقافية والتي تعتمد على قدوم السائحين الى مصر بغرض مشاهدة الآثار القديمة للاستغلال الأمثل للامكانيات المادية والبشرية المتوفرة في مجال السياحة الرياضية يمكن أن تجعل مصر بلداً سياحياً في المقام الأول وتستقطب ألوان من السائحين بغرض السياحة الرياضية . فهذه الامكانيات تكفل إقامة المباريات والمسابقات والمهرجانات الرياضية في كافة أنواع الأنشطة الرياضية والبطولات الرياضية القارية والعالمية والإقليمية في مختلف الأنشطة الرياضية وتنفيذ ذلك بطريقة متميزة حتى نحقق التميز في مجال التنافس السياحي لنحقق سبق عن المنافسين .

١٠/٢ عوامل جذب السياحة الرياضية :

السياحة الرياضية ذلك المجال الجديد يحتاج لوجود الإمكانيات التي تساعد على تحقيق الجذب السياحي المتميز وبعض تلك الإمكانيات يتوفر سواء الطبيعية منها او البشرية او المادية ، وتختلف الإمكانيات السياحية عن الإمكانيات الرياضية وتتفق في نواحي أخرى ، ويمكن البحث عن ذلك المزيج المكون لإمكانيات السياحة الرياضية ومحاولة إيجاده توفيراً للمنتج السياحي الجديد وذلك عن طريق معرفة عوامل الجذب السياحي الرياضي .

حيث يرى عادل طاهر (١٩٩٢) ان هناك عدة خطوات تنفيذية للجذب السياحي الرياضي وهي :-

- ١- لابد من تشجيع المشروعات الخاصة بتوفير إمكانيات الترويج والرياضة .
- ٢- الاستفادة والاستعانة بالخبراء العاملين في مجال السياحة الرياضية .
- ٣- الاتصال بشركات الإدارة الدولية المتخصصة في هذا المجال للمساهمة في أعداد دراسات الجدوى والإدارة الفعلية واعداد الكوادر المتخصصة في ذلك .
- ٤- الاتصال بالمساهمين والمستثمرين لتمويل مثل هذه المشروعات .
- ٥- أعداد كوادر فنية متخصصة في مجال الرعاية الصحية والعلاج الطبيعي والرياضة.
- ٦- توفير الأدوات الطبية والأجهزة الرياضية المناسبة وإقامة المعارض التي تعرض كل ما هو جديد في ذلك المجال .
- ٧ - إقامة مؤتمر دولي تدعى إليه شركات السياحة العالمية والاتحادات الرياضية ورجال الأعمال لمناقشة التطورات والمشكلات (٣١ - ١٦) .

كما يرى عادل طاهر أن هناك عدة عوامل للجذب السياحي الرياضى وهى كالتالى :-

- ١- توافر الإمكانيات الرياضية والترويج على المستويين المحلى والإقليمى بحيث يمكن مواءمتها مع احتياج أوقات الفراغ .
- ٢- أعداد حملات إعلامية بغرض التوعية للمشاركة الشعبية .
- ٣- أعداد برامج لتدريب كافة المستويات وبصفة خاصة للقادة في هذا المجال .
- ٤- تشجيع الأنشطة الترويحية المتعلقة بالثقافة المحلية عن طريق استغلال الموارد المتاحة .
- ٥- المحافظة على البيئة الطبيعية وعدم المساس بالإمكانيات المتوفرة بها (٢٧-٩) .

كما أضاف بعض خبراء السياحة عدة عوامل أخرى منها :-

- ١- الظروف الطبيعية : الشواطئ ، اعتدال المناخ ، أماكن السفارى والصحراء .
- ٢- وجود المناطق الأثرية القريبة من المشروع السياحي الرياضى وسهولة الوصول إليها
- ٣- موقع المشروع وسهولة الوصول إليه .
- ٤- الناحية الطبوغرافية : وهى نسبة ارتفاع وانخفاض الأرض والأكسجين والرطوبة .
- ٥- التسهيلات الفندقية الكاملة : الملاعب ، الطب الرياضى ، المحلات الرياضية .
- ٦- نسبة معقولة من الاقتصاد فى الدخل والأنفاق (٣٧-٣٢) .

ويشير وزير السياحة المصرى أثناء حفل افتتاح الدورة الأولى لأول بورصة سياحية مصرية دولية (١- مارس - ٢٠٠٠) بمركز القاهرة الدولى للمؤتمرات إن السياحة بالنسبة لمصر أصبحت إستراتيجية أساسية للدولة وضمن أولوياتها . وتعمل مصر من خلال مجموعة من السياسات لتحقيق التنمية السياحية المتوازنة والمستدامة ومن أهم هذه السياسات :-

- ١- تنويع منتجنا السياحي وطرح منتجات جديدة ومتميزة .
- ٢- تنويع الأسواق السياحة المصدرة لمصر ومخاطبة شرائح جديدة للمستهلكين فى الأسواق .
- ٣- الاهتمام بالخدمات التى تقدم من خلال الفنادق والقرى السياحية (تحقيق الجودة بمفهومها الشامل).
- ٤- إعطاء مزيد من التسهيلات فى مجال سياسات النقل الجوى والبحرى والنهرى والبرى وتعزيز المرافق الداعمة للتنمية السياحية (٣٨ - ١٤٢) .

ويشير صلاح عبد الوهاب (١٩٩٠م) الى ان مجموعة الخبراء الألمان الذين وضعوا خطط تنمية السياحة المصرية قاموا بعمل استفتاء على (١٤٠) شركة سياحية في (١١) دولة أوروبية بالإضافة الى الولايات المتحدة الأمريكية وخرج ذلك الاستفتاء بعدة عوامل للجذب السياحي المصري وهى :-

- ١- لمصر صورة سياحية جيدة بوجه عام لما تحويه من مثيرات سياحية كالأهرامات ونهر النيل والبحيرات .
- ٢- المناخ المعتدل طوال العام .
- ٣- الكرم المعروف عن الشعب المصرى .
- ٤- الجاذبية الخاصة لنهر النيل ورحلاته على البواخر النيلية .
- ٥- استغلال الشواطئ المصرية فى النواحي الرياضية كالرياضات المائية .
- ٦- استغلال الواحات فى الرياضات كالفارى .
- ٧- تنوع أنواع السياحة المختلفة (٢٥-٧١) .

ويشير صلاح عبد الوهاب (١٩٨٢م) أن مرتبة الجذب السياحي تتكون من جملة عناصر أسفرت عنها الدراسات الميدانية التى أجريت فى دول مختلفة وهى:-

- ١- جودة ونظافة الأطعمة .
- ٢- الأسعار المعقولة .
- ٣- المناخ المعتدل .
- ٤- المراكز التجارية وإمكانات وتسهيلات التسوق .
- ٥- الخدمات الترفيهية .
- ٦- المناسبات الثقافية الحضارية الهامة .
- ٧- الشعور الشعبى نحو الأجانب .
- ٨- التقاليد وطرق معيشة الشعوب .
- ٩- إمكانات الترويج .
- ١٠- المناظر الطبيعية الخلابة وجمال امتداد الأرض .
- ١١- النظافة والظروف الصحية .
- ١٢- عناصر الجذب التاريخية والحديثة (٢٦-٣٣) .

ولقد حدد الكثير من الباحثين والمهتمين بحركة السياحة بعض العوامل التى يمكن ان تجذب أعداد كبيرة من السائحين فى البلد المزار ، فيشير ريسون Robinson بان أهم عوامل الجذب السياحي التى تؤثر فى السائحين هى :-

- ١- الطقس الجميل .
- ٢- المناظر الطبيعية .
- ٣- سهولة الوصول الى الموقع السياحي .
- ٤- المظاهر التاريخية والثقافية .
- ٥- الوسائل الترويجية المتوفرة فى البلد المزار (٤١ - ٨٥) .

أما نبيل الروبي فقد حدد عوامل الجذب السياحي كالآتي :-

- ١- العوامل الطبيعية والتاريخية والاجتماعية .
- ٢- التسهيلات السياحية وتتمثل في دور الإقامة – المطاعم – وسائل النقل والوسائل الترويحية (٤٠ - ٥٧ : ٦٠) .

كما رتب بيترز Peters عوامل الجذب السياحي وفقاً لما يلي :-

- ١- المشاركة في ألوان الرياضات المختلفة .
- ٢- المنترهات الخاصة بالاستجمام والترويح .
- ٣- معارض للأحياء المائية .
- ٤- المنتجعات الشاطئية .
- ٥- العيون المعدنية .
- ٦- مناطق ذات أهمية تاريخية وثقافية .
- ٧- المناخ المعتدل (٤١ - ٨٢) .

من خلال العرض السابق لعوامل الجذب السياحي يرى الباحث ضرورة اهتمام أي دولة سياحية ببعض عوامل الجذب السياحية الأخرى منها :-

- ١- توفير عوامل الأمن والسلامة للسائحين من كافة النواحي وخاصة الإرهاب وعمليات التعدي على السائحين مثل الأحداث التي جرت في فلوريدا وإسبانيا ومصر .
- ٢- إتباع الأساليب العلمية الحديثة في الترويج والتسويق السياحي فضلاً عن تنوع المنتج السياحي المعروف وظهور أنماط جديدة لها مقوماتها وجاذبيتها الخاصة .
- ٣- زيادة اهتمام الحكومة بتخطيط السياحة علمياً والعمل على تنميتها لفوائدها الاقتصادية والحضارية والاجتماعية .
- ٤- تسهيل النظم الإدارية بالدولة .
- ٥- ابتعاد الدولة عن الاضطرابات والصراعات العسكرية والحروب بداخلها ومع الدول الأخرى .
- ٦- تشجيع إقامة الدورات الرياضية على المستوى المحلي والإقليمي والدولي لجذب الشباب الرياضي في العالم للاشتراك في الدورات وإيضاً لجذب هواة مشاهدة هذه الدورات .

١١/٢ تسويق العرض السياحي الرياضى المصرى :-

إن التسويق يمثل مديجاً متكاملأ ومتفاعلاً لمجموعة من العناصر والجهود وأوجه النشاط التى تسهم فى أيجاد وتوفير عدد من الخدمات لمجموعات من الأفراد والمهمة بمشروعات الترويج حتى يمكن ان تحقق الانسيابية لهذه الخدمات .

والتسويق الرياضى ماهو الا القدرة على بيع المنتج الرياضى بعد استطلاع للرأى والاتجاهات السائدة فى المجتمع ومن ثم توجيه المنتجات والخدمات الرياضية لتتوافر مع تلك الاتجاهات .

التسويق السياحي بمعناه المبسط هو الجهود الخاصة بالتعرف على احتياجات ورغبات العميل المرتقب من السلع والخدمات ثم العمل على توفيرها وبيعها له مع تحقيق هامش ربح .

وبناء على ذلك فهناك أربع عناصر أساسية تدخل فى عملية التسويق وهى :-

- ١- التعرف على حاجات ورغبات العملاء .
- ٢- توفير السلع والخدمات التى تلبي هذه الحاجات .
- ٣- بيع السلع والخدمات .
- ٤- تحقيق ربح من عملية البيع (٢٠ - ٢) .

وقد عرف التسويق السياحي بأنه :

عملية إرادية تختص بتنظيم وتوجيه جهود المنشأة وتقسيم القوة الشرائية للعميل وتحويلها إلى طلب فعلى لسلعة أو خدمة محددة مع إيصالها من المستهلك النهائى وبيعها له لتحقيق ربح (٢٠ - ٢١) .

وتمتلك كثير من المناطق فى العالم مقومات سياحية تستغلها فى عرض منتجها وجذب السائحين إليها وبالإضافة الى الموارد الطبيعية فأن وسائل الجذب التى يتم توفيرها نتيجة لجهد الإنسان تعتبر هامة للعرض .

وتسويق السياحة عن طريق الأنشطة الرياضية يفتح مجالاً نشطاً وجديداً لصناعة السياحة فى الدول التى تتمتع بمقومات تلك السياحة ، كما يضيف عائداً مادياً جديداً للإيرادات السياحية فى هذه الدول .

وفى هذا المجال يشير عادل طاهر الى بعض النقاط التى تساعد على تسويق السياحة عن طريق الرياضة وهى :-

- ١- دراسة إمكانات السوق السياحى وطبيعة الرياضات التى تمارس وتنميتها .
- ٢- الإلمام بأنواع الرياضات المطلوب تسويقها .
- ٣- كيفية الوصول الى السوق السياحى .
- ٤- دور وسائل الاعلام فى تنشيط السياحة الرياضية .
- ٥- دراسة مسبقة لأماكن الممارسة .
- ٦- أعداد تقويم سنوى عن كافة مجالات التسويق السياحى (٢٢- ١٩) .

ويرى الباحث من وجهه نظره أنه يتم تسويق العرض السياحى الرياضى المصرى داخليا وخارجيا من خلال مجموعة من الوسائل منها ما يلى :-

- ١- المحطات التليفزيونية (المحلية – الفضائية) .
- ٢- المحطات الإذاعية (المحلية – الدولية) .
- ٣- الشبكة العالمية للمعلومات (الانترنت) .
- ٤- الجرائد اليومية (المحلية – الدولية) .
- ٥- الجرائد الأسبوعية (المحلية – الدولية) .
- ٦- الجرائد السياحية (المحلية – الدولية) .
- ٧- المجالات المتخصصة فى المجال السياحى .
- ٨- المجالات الرياضية (الربع سنوية – النصف سنوية – السنوية) .
- ٩- صفحات الإنترنت فى الاتحادات (الإقليمية – الدولية) .
- ١٠- الشركات السياحية (المحلية – الدولية) .
- ١١- منظمى الرحلات السياحية .
- ١٢- البورصات السياحية (المحلية – الدولية) .
- ١٣- مطبوعات المؤتمرات السياحية فى العالم .
- ١٤- شركات الطيران (الوطنية – الأجنبية) .
- ١٥- الجهة الرياضية المنظمة للحدث .
- ١٦- وكالات الأنباء (العربية الناطقة باللغة الأجنبية – الأجنبية) .
- ١٧- مجلات الاتحادات الرياضية الدولية .
- ١٨- مجلات الأندية الرياضية المشهورة .
- ١٩- المؤتمرات السياحية فى العالم .
- ٢٠- أهمية الأحداث الرياضية التى تقام فى مصر .
- ٢١- ضيوف هيئة التنشيط السياحى من المسؤولين والشخصيات العامة فى الدولة .

١٢/٢ الدراسات المرجعية :

١/١٢/٢ الدراسات العربية :

بعد استعراض الاطار النظرى ، سوف يتناول الباحث فى الصفحات القادمة عرض لمجموعة من الدراسات المرجعية المرتبطة بالبحث ، وقد راعى الباحث فى استعراض هذه الدراسات ان تقدم مرتبة من الاقدم الى الاحدث سواء العربى منها أو الاجنبى موضحاً كل من : القائم بالدراسة وعام اجرائها ، موضوع الدراسة وهدفها ، وعينة البحث ، أدوات جمع البيانات وكذلك اهم النتائج المستخلصة من هذه الدراسات ، وكان عددها (١٧) دراسة باللغة العربية ، (١١) دراسة باللغة الاجنبية .

١/١/١٢/٢ - أجرت كوثر الموجى (١٩٨٦) (٣٤) دراسة عنوانها " السياحة الرياضية فى جمهورية مصر العربية " تهدف الى التعرف على امكانات السياحة الرياضية فى جمهورية مصر العربية ، المعوقات التى تؤثر على انتشارها ، التعرف على أهداف السياحة الرياضية فى جمهورية مصر العربية ودورها فى زيادة الدخل القومى . واستخدمت الباحثة المنهج الوصفى " الدراسات المسحية " على عينة بلغ عددها (٦٠) من الكوادر القيادية الرياضية والسياحية واستخدم الباحث الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات ، وكان من أهم النتائج التى توصلت إليها الباحثة أن السياحة الرياضية تساهم فى زيادة الدخل القومى والارتفاع بمستوى المعيشة ، الرياضات التى تساهم فى تحقيق أهداف السياحة الرياضية ألعاب كرة القدم ، كرة اليد ، كرة السلة ، الكرة الطائرة .

٢/١/١٢/٢ - قام صالح عبد الله (١٩٩٠) (٢٢) بدراسة بعنوان " تقويم أنشطة الترويج المائى بالمشروعات السياحية فى دولة الكويت " تهدف الى تقويم أنشطة الترويج المائى بالمشروعات السياحية فى دولة الكويت وذلك من خلال دراسة المعايير التى يتم مراعاتها عند اختيار الأنشطة الترويجية بالمشروعات السياحية - الأنشطة الترويجية المفضلة لدى المترددين - المعوقات السياحية لأنشطة الترويج المائى ، وأستخدم الباحث المنهج الوصفى " الدراسات المسحية " على عينة بلغ عددها (١٠٠٠) من المترددين على المشروعات السياحية تم اختيارهم بالطريقة العشوائية وأستخدم الباحث استمارة الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات، وكان من أهم النتائج التى توصل إليها الباحث : مراعاة المعايير التالية عند اختيار أنشطة الترويج المائى بالمشروعات السياحية أن تتناسب مع الجنس ، السن ، الاستعدادات ، تتماشى مع القدرات ، أن تتميز بالتشويق والإثارة ، أن تتوفر فيها عوامل الأمان والسلامة .

٣/١/١٢/٢- أجرت هاله فؤاد (١٩٩٠) (٤٤) دراسة عنوانها " دور الشركات السياحية المصرية فى تنشيط حركة السياحة الدولية الوافدة الى مصر " تهدف الى التعرف على دور الشركات السياحية المصرية فى تنشيط حركة السياحة الدولية الوافدة الى مصر وذلك من خلال دراسة وتحليل نشاط شركات السياحة المصرية بقصد الوقوف على الدور الذى تلعبه فى تسويق المنتج السياحى المصرى وتحليل الاستراتيجيات التسويقية للشركات السياحية المصرية وتحليل نشاط الشركات السياحية المصرية فى ضوء القانون . واستخدمت الباحثة المنهج الوصفى على عينة من الشركات السياحية تم اختيارها بطريقة عشوائية . واستخدمت الباحثة استمارة الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات . وكان من اهم النتائج التى توصلت اليها الباحثة مايلى :- زيادة التسهيلات السياحية الى تمنحها مصر للسائحين - توفير العدد الكلى من وسائل النقل السياحى - تكثيف حملات الدعاية للتنشيط السياحى فى مصر .

٤/١/١٢/٢- أجرت فاطمة هاتم على (١٩٩١) (٣١) دراسة عنوانها " مكانة الرياضة من السياحة بجمهورية مصر العربية " تهدف الى التعرف على دور الرياضة فى المجال السياحى بالإضافة الى دور البرامج الرياضية فى المجال السياحى . واستخدمت الباحثة المنهج الوصفى " الدراسات المسحية " على عينة بلغ عددها (٤٢٧) من مديري الشركات السياحية فى القاهرة ، (١٢٠) عضو من أعضاء مجالس الاتحادات الرياضية . واستخدمت الباحثة استمارة استبيان من تصميمها كأداة لجمع البيانات ،ومن أهم النتائج التى توصلت اليها الباحثة أنه يمكن للرياضة أن تسهم فى المجال السياحى عن طريق أهداف محددة للرياضة فى المجال السياحى (خارجي - داخلي) ، تهدف السياحة الرياضية الى زيادة الدخل القومى .

٥/١/١٢/٢- أجرت تهاني خور شيد (١٩٩٣) (١٢) دراسة عنوانها " دراسة التنمية السياحية فى محافظة البحر الأحمر " تهدف الى الاستفادة من المقومات والموارد المتاحة على شاطئ البحر الأحمر ، انه يوجد انسب الأساليب لجذب استثمارات أجنبية لهذه التنمية واستخدمت الباحثة المنهج الوصفى " الدراسات المسحية " على عينة ضمت المواقع السياحية فى محافظة البحر الأحمر ، واستخدمت الباحثة الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات ، وكان من أهم النتائج التى توصلت اليها الباحثة : وضع استراتيجية للمشروع توضح مهمته ورسالته ، ضرورة تقديم خدمات متميزة ومتنوعة للسائحين ، توفير البيئة المناسبة للمستثمرين ، الاهتمام بتدريب العاملين فى المشروع ، الاهتمام بالسياحة الداخلية بما يناسب السياحة الخارجية .

٢/١٢/١٦- أجرت سحر القاضي (١٩٩٤) (١٦) دراسة عنوانها " دور القرى السياحية فى تنشيط حركة السياحة الترفيهية الوافدة الى مصر " وتهدف هذه الدراسة الى تقييم الدور لتنشيط القرى السياحية للوصول الى نقاط القوة والضعف فى محاولة لتشجيع وزيادة فاعلية هذه القرى السياحية لرفع نصيب مصر من حركة السياحة الدولية، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفى " الدراسات المسحية " على عينة عشوائية من القرى السياحية بحيث تكون ممثلة لمنطقة الغردقة ، عن طريق استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات ، وأشارت أهم النتائج الى ان الغردقة تتمتع بشهرة مناخية عالمية فى مجال السياحة الترفيهية ، يعد السائحون الألمان من أكثر السائحون إقبالاً على هذا النوع السياحى ، تعاني السياحة الترفيهية بالغردقة من مشاكل ضعف البنية الأساسية بها

٢/١٢/١٦- أجرى وليد عباس (١٩٩٦) (٤٦) دراسة عنوانها " استراتيجية السياحة الرياضية فى جمهورية مصر العربية " تهدف الى وضع استراتيجية للسياحة الرياضية فى ج.م.ع وذلك من خلال :- تحديد أنواع الأنشطة الرياضية المفضلة لدى السائحون وفقاً للمتغيرات الطبيعية و المناخية التى تتميز بها ج.م.ع ، تحديد معوقات السياحة الرياضية فى ج.م.ع ، تحديد برامج للسياحة الرياضية التى تساهم فى تنمية المشروعات السياحية وأستخدم الباحث المنهج الوصفى " الدراسات المسحية " على عينة بلغ عددها (٢٣٩) من مديري الشركات السياحية ، (١٢٠٠) سائح تم اختيارهم بطريقة عشوائية ، واستخدم الباحث استمارة الاستبيان و المقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات ، وكان من أهم النتائج التى توصل إليها الباحث: ضرورة التنسيق بين الهيئات المختلفة لتخريج كوادر قادرة على العمل فى مجال السياحة الرياضية ، وكذلك توافر كوادر تعمل على تنظيم المسابقات الرياضية للسائحون مما يساهم فى السياحة الرياضية .

٢/١٢/١٦- أجرى اشرف الميدانى (١٩٩٨) (٨) دراسة عنوانها " تقويم إمكانيات السياحة الرياضية فى جمهورية مصر العربية " وذلك من خلال التعرف على امكانات السياحة الرياضية فى مصر ومدى كفاية الإمكانيات المتوفرة بالفعل لنجاح السياحة فى مصر وما هو مطلوب من امكانات لنجاح السياحة فى مصر وما هى معوقات صناعة السياحة الرياضية فى مصر . واستخدم الباحث المنهج الوصفى على عينة بلغ عددها (٥٠) شخصية من القيادات العاملة فى المجلس الأعلى للشباب والرياضة ومدير عام السياحة بالإسكندرية . واستخدم الباحث استمارة الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات . وكان من أهم النتائج التى توصل إليها الباحث إن امكانات السياحة الرياضية تعتبر احد أهم أساسيات النجاح لصناعة السياحة الرياضية فى مصر ، يتوافر فى مصر العديد من الامكانات السياحية الرياضية وخاصة الطبيعية منها ألا أنها لم تستغل بالشكل المناسب ، أن هناك قصور فى الجهات الإعلامية ، عدم وجود أبطال عالميين ، عدم توافر اخصائين فى مجال السياحة الرياضية بصورة كافية .

٩/١/١٢/٢- اجرت ماجدة حسن (١٩٩٨) (٣٥) دراسة عنوانها " الانشطة الرياضية

لبعض المنتجعات السياحية بمحافظة جنوب سيناء " تهدف الى وضع أنشطة رياضية لتحقيق الرغبة للسائح الداخلى (المصريين) فى ممارسة الرياضات المحببة لديهم على اختلاف انواعها فى بعض المنتجعات السياحية بمحافظة جنوب سيناء (دهب- شرم الشيخ) واستخدمت الباحثة المنهج الوصفى على عينة بلغ قوامها (٢٨) خبير فى مجالى السياحة والرياضة تم اختيارهم بطريقة عمدية وعدد (٣٢٤) فرد من رواد القرى السياحية تم اختيارهم بطريقة عشوائية واستخدمت الباحثة استمارة الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات وكان من أهم النتائج التى توصلت إليها الباحثة ضرورة توفير كوادر قيادية لتنفيذ الأنشطة الرياضية فى المنتجعات السياحية للسياحة الداخلية وضرورة وجود عوامل الأمن والسلامة عند ممارسة الأنشطة الرياضية وضرورة وضع أنشطة رياضية تتمشى مع الشباب والسيدات وكبار السن والاطفال للسياحة الداخلية .

١٠/١/١٢/٢- أجرى جمال السيد الجيسى (٢٠٠٠) (١٣) دراسة عنوانها " تقويم

دور السياحة الرياضية فى التنمية الاقتصادية بجمهورية مصر العربية " تهدف الى تقويم دور السياحة الرياضية فى التنمية الاقتصادية بجمهورية مصر العربية وذلك من خلال دراسة التمويل لمسابقات ومهرجانات السياحة الرياضية فى ج . م . ع ودراسة العائد المادى لمسابقات ومهرجانات السياحة الرياضية فى ج . م . ع . واستخدم الباحث المنهج الوصفى " الدراسات المسحية والدراسات التحليلية النقدية " على عينة بلغ عددها (٣) خبراء فى مجال السياحة تم اختيارهم بطريقة عمدية ، (٢) من مديرى الشركات السياحية تم اختيارهم بطريقة عشوائية ، وعدد من مسئولى الاتحادات والأندية الرياضية المهتمة بالسياحة الرياضية . وأستخدم الباحث استمارة الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات . وكان من أهم النتائج التى توصل إليها الباحث إن هناك مجموعة من الأنشطة الرياضية المفضلة لدى السائحين (الأجانب – العرب) لو أحسن الاهتمام بهم لساهمت فى زيادة الدخل القومى والارتفاع بمستوى المعيشة وبالتالي فى التنمية الاقتصادية لجمهورية مصر العربية ومن هذه الأنشطة (مسابقات صيد الأسماك القومية والدولية – المسابقات المائية – سباق السيارات – مهرجان الخيول العربية – مارثون مصر الدولى – مسابقات الرماية والهجى) .

١١/١/١٢/٢ - أجرى وليد امين عباس (٢٠٠٠) (٤٧) دراسة عنوانها " بناء برامج للأنشطة الترويحية الرياضية للسياحة الرياضية بجمهورية مصر العربية " تهدف الى بناء برامج للسياحة الترويحية الرياضية فى جمهورية مصر العربية وذلك من خلال تقويم البرامج الترويحية للسياحة الرياضية المقامة فى جمهورية مصر العربية وكذلك تحديد أنواع الأنشطة المفضلة لدى السائحين المترددين على المشروعات السياحية فى جمهورية مصر العربية وتحديد الامكانيات المتوفرة داخل القرى السياحية المعنية بالسياحة الرياضية وأيضاً تحديد دور وسائل الإعلام (المقررة - المسموعة - المرئية) لنشر البرامج الترويحية للسياحة الرياضية فى جمهورية مصر العربية . واستخدم الباحث المنهج الوصفى " الدراسات المسحية " على عينة من مديرى القرى السياحية المتوفرة فى (شرم الشيخ - الغردقة - الساحل الشمالى) . واستخدم الباحث استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات . وكان من أهم النتائج التى توصل إليها الباحث إن الأنشطة الرياضية المفضلة لدى السائحين العرب هى (الدراجات - الألعاب الترويحية) والأنشطة الرياضية المفضلة لدى السائحين المتحدثين باللغة الإنجليزية هى (الغوص - صيد الأسماك - الألعاب الترويحية) وعدم توافر الكوادر المؤهلة والقيادات الترويحية وعدم توافر المنشآت الرياضية بصورة كافية مختلفة داخل القرى السياحية وعدم توافر الخدمات الإعلامية عن المسابقات الرياضية العالمية والإقليمية التى تقام فى مصر وكذلك عدم وجود خطة إعلامية شاملة لتنمية الوعي الجماهيرى عن السياحة الرياضية .

١٢/١/١٢/٢ - أجرى خليفة بهبهاتى (٢٠٠١) (١٥) دراسة عنوانها " دراسة امكانيات السياحة الترويحية الرياضية بدولة الكويت " تهدف الى التعرف على مدى كفاية المنشآت السياحية الترويحية والرياضية لتنفيذ البرامج السياحية ، مصادر التمويل المالى للأنشطة السياحية ، مدى توفر الإمكانيات البيئية الطبيعية لخدمة البرامج السياحية الترويحية الرياضية ، الهيئات المسؤولة عن البرامج السياحية الترويحية والمستفيدين منها . واستخدم الباحث المنهج الوصفى " الدراسات المسحية " على عينة بلغ عددها (١٣٠) من مديرى الشركات السياحية والهيئات العامة للشباب والرياضة والأندية والاتحادات الرياضية والمجلس البلدى والخبراء فى مجال السياحة والرياضة ، واستخدم الباحث استمارة الاستبيان والوثائق الحكومية والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات ، وكان من أهم النتائج التى توصل إليها الباحث: انه لا توجد منشآت رياضية حكومية خاصة لخدمة السياحة الترويحية بصفة عامة ، عدم كفاية الاعتمادات المالية لدعم السياحة الترويحية الرياضية ، القصور فى تطوير البرامج السياحية .

١٣/١/١٢/٢- أجرت هاله الصبى (٢٠٠١) (٤٣) دراسة عنوانها "تقويم أنشطة الترويج الرياضى بالمشروعات السياحية فى ج . م . ع " تهدف الى تقويم أنشطة الترويج الرياضى بالمشروعات السياحية فى جمهورية مصر العربية وذلك للتعرف على :- أهداف النشاط والإمكانات البشرية والإمكانات المادية ، وبرامج السياحة الرياضية ووسائل الإعلام والسياسات العامة وتقويم مشروع برنامج مقترح لتنشيط السياحة الترويجية الرياضية . واستخدمت الباحثة المنهج الوصفى على عينة بلغ قوامها (٣٠) من مديرى القرى السياحية ، (٥٢٠) سائح بمختلف لغاتهم تم اختيارهم بطريقة عمدية من محافظة البحر الأحمر. واستخدمت الباحثة استمارة الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات. وكان من أهم النتائج التى توصلت إليها الباحثة مايلى :-

- إمكانات السياحة الرياضية تعتبر من أهم أساسيات نجاح وترويج السياحة الرياضية فى مصر - على الرغم من توافر الإمكانات الطبيعية للسياحة الرياضية فى مصر ألا أنه لا يتوفر منشآت وكوادر قادرة على استغلال هذه الإمكانات لزيادة الدخل القومى وترويج هذا النمط السياحى .

- هناك قصور فى أداء التسويق والأعلام لدورهم فى نجاح السياحة الرياضية المصرية .

١٤/١/١٢/٢- أجرى صابر حسن صابر (٢٠٠٢) (٢١) دراسة عنوانها " تقويم أنشطة الترويج المائى بالمشروعات السياحية فى مصر " تهدف الى تقويم أنشطة الترويج المائى بالمشروعات السياحية فى مصر وذلك من خلال التعرف على الامكانيات المادية اللازمة لتنفيذ هذه الأنشطة والقيادات البشرية المساعدة على ممارسة هذه الأنشطة وأنواعها وأسباب ممارستها وأهم المعوقات لأنشطة الترويج المائى فى مصر . وأستخدم الباحث المنهج الوصفى على عينة بلغ عددها (١٥٠) ممارس من الأجانب ، (١٥٠) ممارس من العرب والمصريين ، (٧٥) من القيادات البشرية تم اختيارهم بطريقة عشوائية . وأستخدم الباحث استمارة الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات . وكان من أهم النتائج التى توصل إليها الباحث : وجود قلة فى الأنشطة الترويجية المائية داخل جمهورية مصر العربية ، عدم ممارسة بعض الهوايات المختارة لأنها مكلفة ولا تناسب نوعى الجنس والعمر ولا تتماشى مع العادات والتقاليد ، عدم توافر الامكانيات المادية والأجهزة والأدوات ، عجز ونقص شديد فى القيادات البشرية المساعدة على ممارسة أنشطة الترويج المائى ، ارتفاع أسعار الإقامة فى المناطق السياحية .

٢/١٢/١٥ - أجرى سيد عبد الحميد (٢٠٠٣) (١٩) دراسة عنوانها " أساليب الجذب فى بعض المؤسسات الترويجية الاستثمارية " وتهدف الى التعرف على أساليب الجذب فى بعض المؤسسات الترويجية الاستثمارية وذلك من خلال التعرف على الخدمات والتسهيلات المقدمة داخل المؤسسات الترويجية الاستثمارية والبرامج المقدمة والامكانيات المادية والبشرية ووسائل الأعلام (المقيمة - المقيمة - المسموعة) داخل هذه المؤسسات . واستخدم الباحث المنهج الوصفى " الدراسات المسحية " على عينة من المسؤولين عن تنفيذ برامج الترويج بكل من ماجيك لاند ودريم بارك وأيضاً بعض القادة المسؤولين عن الأنشطة الترويجية بهذه المؤسسات ومجموعة من خبراء الترويج الرياضى وبلغ عدد العينات من (٣٠ - ١٥٠) فرد . واستخدم الباحث استمارة الاستبيان والمقابلة الشخصية والملاحظة العلمية كأدوات لجمع البيانات . وكان من أهم النتائج التى توصل إليها الباحث : توافر معظم أساليب الجذب الخاصة بالمؤسسات الترويجية الاستثمارية ، توافر الخدمات والتسهيلات داخل المؤسسات الترويجية الاستثمارية ، توافر البرامج الترويجية المقدمة داخل هذه المؤسسات ، وإيضاً توافر العديد من الامكانيات المادية والبشرية بها وكذلك توافر العديد من وسائل الأعلام (المقيمة - المسموعة - المقيمة) بهذه المؤسسات .

٢/١٢/١٦ - أجرى احمد نبيل (٢٠٠٤) (٧) دراسة عنوانها " دور السياحة الرياضية فى تنمية الموارد بالاتحادات الرياضية بجمهورية مصر العربية " تهدف الى التعرف على دور السياحة الرياضية فى تنمية الموارد بالاتحادات الرياضية والتعرف على الأهمية النسبية لمكونات دور السياحة الرياضية فى تنمية الموارد بالاتحادات الرياضية من وجهة نظر المسؤولين عن السياحة الرياضية من الاتحادات والإعلام والسياحة والتربية الرياضية ومن وجهة نظر السياح الأجانب المتحدثين باللغة العربية والإنجليزية . واستخدم الباحث المنهج الوصفى "الدراسات المسحية " على عينة بلغ عددها (٣٥) اتحاد رياضى ، (٤٠) من السائحين العرب والأجانب ، (٤٥) مسئول فى السياحة والأعلام والتربية الرياضية . واستخدم الباحث استمارة الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات . وكان من أهم النتائج التى توصل إليها الباحث انه على الرغم من توافر الإمكانيات الطبيعية والمناخية والتاريخية والدينية الا أنها لا تستغل بالشكل المناسب لتحقيق نجاح متميز ، لايتوافر فى مصر الأخصائيون القادرون على العمل فى مجال السياحة الرياضية حيث لايتوافر بكليات التربية الرياضية أو كليات السياحة والفنادق التخصصات التى تؤهلهم لذلك ، المنشآت السياحية والرياضية لاتصلح لنجاح السياحة الرياضية والصالح منها لا يستغل بالقدر الكافى .

١٧/١/١٢/٢ - أجرى عبد الحميد محمد (٢٠٠٦) (٢٨) دراسة عنوانها "دراسة مسحية للأنشطة الترويحية في القرى السياحية لمحافظة البحر الاحمر" تهدف الى عمل مسح للأنشطة الترويحية بالقرى السياحية لمحافظة البحر الاحمر وذلك من خلال التعرف على الأنشطة الترويحية المتوفرة والمفضلة لدى السائحين المترددين على القرى السياحية في محافظة البحر الاحمر والامكانات المادية والبشرية المتوفرة في القرى السياحية في محافظة البحر الاحمر والمعوقات التي تواجه تنفيذ وممارسة هذه الأنشطة. واستخدم الباحث المنهج الوصفي على عينة بلغ قوامها (٥٠) قرية سياحية ، (٥٠٠) سائح من مختلف الجنسيات تم اختيارهم بطريقة عشوائية . واستخدم الباحث استمارة الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات . وكان من اهم النتائج التي توصل اليها الباحث ان الأنشطة الترويحية الاكثر توفراً في محافظة البحر الاحمر هي (السباحة - الغوص - السنوركلنج - الكرة الطائرة الشاطئية) والأنشطة الترويحية الاكثر تفضيلاً لدى السائحين العرب هي (السباحة - كرة الماء - الكرة الطائرة - الالعاب المائية) والأنشطة الترويحية المفضلة لدى السائحين الاجانب هي (السباحة - الاستجمام على الشاطئ - رحلات السفاري) والمكانات المادية الاكثر توفراً للأنشطة الترويحية هي (حمام سباحة - شاطئ خاص بالقرية - مركز للغوص) والامكانات البشرية الاكثر توفراً للأنشطة الترويحية هي الادارة المسؤولة عن الأنشطة الترويحية بالقرية ومن المعوقات التي تواجه تنفيذ الأنشطة الترويحية كانت عدم وجود اخصائين لتنفيذ انواع معينة من النشاط وعدم وجود كوادر مؤهلة للعمل في مجال الأنشطة الترويحية بالقرى السياحية في محافظة البحر الاحمر .

٢/١٢/٢ : الدراسات الأجنبية :

١٧/٢/١٢/٢ - أجرى كوهين Cohen (١٩٨٢) (٥١) دراسة عنوانها "مستقبل السياحة العالمية" وتهدف هذه الدراسة الى زيادة نسبة الممارسين للرياضة في وقت الفراغ ، توفير أنشطة رياضية مختلفة تناسب جميع الأعمار ، واستخدام الباحث المنهج " الوصفي " علي مجموعة من السائحين علي مستوي العالم ، واستخدام الباحث الاستبيان كأداة لجمع البيانات ، وكان من أهم النتائج التي توصل إليها الباحث أن ٥٠% من عدد الأمريكيان يزداد نمواً بسبب ممارستهم نشاطات جماعية تخلق روابط قوية مع الآخرين ، أيجاد نشاطات مختلفة تناسب مع كل مرحلة من مراحل العمر ، الاهتمام بالأطفال والشباب والرجال والشيوخ على أنهم جزء من المجتمع لهم الحق في الممارسة لجميع النشاطات الرياضية مع كل فترة من فترات الحياة في الأماكن المفضلة للممارسة الرياضية في الأماكن السياحية الحيوية .

٢/١٢/٢٠٠٢- أجرى ارلين ابارسون Arlin Epperson (١٩٨٣) (٥٤) دراسة
عنوانها " أهمية أماكن السياحة البدنية " تهدف هذه الدراسة الى التعرف على مستقبل
السياحة ، معرفة الدوافع وراء السفر واستخدام الباحث المنهج " الوصفي " على
مجموعة من السائحين تم اختيارهم بطريقة عشوائية وأستخدم الباحث الاستبيان كأداة
لجمع البيانات ، وكان من أهم النتائج التي توصل إليها الباحث أن السائح دائماً في حاجة
الى التغيير أو البحث فيما هو غريب من أجل التحدي أو المغامرة أو الممارسة الرياضية.

٢/١٢/٢٠٠٣- أجرى دانيال ستيندر Daniel Z. stytes (١٩٨٤) (٦٥) دراسة عنوانها "
السياحة تشبع الحاجات الفردية الجيولوجية والاجتماعية " تهدف الى التعرف على سبب انتقال
الأفراد وسفرهم .واستخدم الباحث المنهج " الوصفي " على عينة بلغ عددها (٢٠٠) سائح
تم اختيارهم عشوائياً ، واستخدم الباحث الاستبيان كأداة لجمع البيانات ، وكان من أهم
النتائج التي توصل إليها الباحث أن اللعب هو إرضاء الفرد لحاجاته السيكلوجية
والاجتماعية ، الناس يذهبون الى أماكن أخرى أثناء أجازاتهم لرؤية أشياء أخرى وإشباع
عدد من البواعث والاحتياجات (كالراحة - الاستجمام - الهروب من الروتين اليومي -
زيارة الأقارب والأصدقاء - التجديد - ارتياد أماكن جديدة) .

٢/١٢/٢٠٠٤- أجرى جوهن John (١٩٨٦) (٥٩) دراسة عنوانها " الأنشطة الرياضية
للمجلس العالمي للسياحة " تهدف الى التعرف على أكثر الأنشطة الرياضية لجذب
السائحين . وطبق البحث على عدد من السائحين تم اختيارهم بطريقة عشوائية وتقسيمهم
الى مجموعتين الأولى مشاهدين والثانية ممارسين للنشاط الرياضي ، واستخدم الباحث
الاستبيان كأداة لجمع البيانات وكان من أهم النتائج التي توصل إليها الباحث أن الأنشطة
الأكثر جذباً للسائحين هي كالتالي على الترتيب :- (الانزلاق على سفوح الجبال -
الصيد اختراق الضاحية) .

٢/١٢/٢٠٠٥- أجرى وولف wolf, (١٩٨٩) (٦٦) دراسة عنوانها " دراسة حالة
المنتزه المائي بإجترا " تهدف الى التعرف على عدد المترددين على المنتزه المائي في
مواسم التدفق السياحي طوال السنة ، مزايا المنتزه المائي ، المعوقات والمشاكل التي
تصادف المنتزه في أيام التدفق السياحي . واستخدم الباحث المنهج الوصفي " الدراسات
المسحية " واستخدم الباحث الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات ، ومن
أهم النتائج التي توصل إليها الباحث ما يلي :-
- بلغ عدد المترددين على المنتزه المائي حوالي مليون فرد أيام عطلة نهاية الأسبوع
week end والأجازات الصيفية .
- ومن المعوقات التي تصادف المنتزه المائي في أيام التدفق السياحي هي التغيرات
المتقلبة والمفاجئة في حالة الجو خلال الموسم السياحي .
- تقارير الصحف والمجلات حول الحوادث الخاصة بالانزلاقات المائية .

٦/٢/١٢/٢ - أجرى بروسل Broesel (٢٠٠١) (٥٠) دراسة عنوانها " مكاتب السياحة الألمانية والالعاب الاولمبية " تهدف الى التعرف على دور مكاتب السياحة الألمانية في ترويج الالعاب الاولمبية داخل وخارج المانيا. واستخدم الباحث " المنهج الوصفي " على عينة بلغ عددها (٧٥٠٠) مكتب ووكالة سياحية تم اختيارهم بطريقة عشوائية . واستخدم الباحث استمارة الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات . وكان من اهم النتائج التى توصل اليها الباحث : ان مكاتب السياحة قد عرضت حوالى (٢٥٠٠٠٠) عرض سياحى فى مؤتمر صحفى فى يوليو عام ٢٠٠١م فى مدينة فرانكفورت حضره (٦٠) صحفى من (١٤) جريدة يمثلون (١٤) اصدار تتضمن اسعار تذاكر المباريات حيث بلغت قيمة التذكرة (٢٣) مارك للسباقات التمهيدية . وتم بيع (٣٠٠٠٠) كارت للسائحىن الالمان فى المؤتمر وبلغ اجمالى الايرادات (٦٠٠٠٠٠٠) مارك .

٧/٢/١٢/٢ - أجرى فراير freyer (٢٠٠١) (٥٦) دراسة عنوانها " السياحة والرياضة " تهدف الى التعرف على أهم الرياضات التى تساهم فى الترويج السياحى لدى السائحىن الالمان . واستخدم الباحث المنهج " الوصفى " على مجموعة من السائحىن الالمان تم اختيارهم بطريقة عشوائية ، واستخدم الباحث استمارة الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات وكان من اهم النتائج التى توصل اليها الباحث: أن أهم الرياضات المفضلة للسائحىن الالمان هى رياضة السباحة بنسبة تفضيل ٦٨% فى حين يليها رياضة الدراجات بنسبة ٢٤% ثم تنس الطاولة بنسبة ٢٢% ثم رياضة كرة القدم بنسبة ١٥% فى حين تأتى فى نهاية تلك الرياضات المفضلة كل من تسلق الجبال والتنس والكرة الطائرة بنسبة مئوية قدرها ١٩% .

٨/٢/١٢/٢ - أجرى برويس ، ميسنج Preuss , Messing (٢٠٠٢) (٤٩) دراسة عنوانها " السياحة الخارجية للالعاب الاولمبية بسيدنى عام ٢٠٠٠م " تهدف الى التعرف على دور الالعاب الاولمبية فى تنشيط حركة السياحة الخارجية بسيدنى عام ٢٠٠٠م وذلك من خلال التعرف على اسباب الزيارة والرضا عن التنظيم للالعاب الاولمبية والقيم الرياضية والثقافية للبرنامج الاولمبى والترويج وشغل اوقات الفراغ اثناء الدورة والرحلات داخل استراليا . واستخدم الباحث " المنهج الوصفى " على عينة من السائحىن المشاهدين للالعاب الاولمبية بلغ عددهم (١٠٣) سائح من خارج استراليا ، (٦٠٤) سائح من خارج مدينة سيدنى ، (١٠٧٣) سائح من داخل مدينة سيدنى تم اختيارهم بطريقة عشوائية . واستخدم الباحث استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات وكان من اهم النتائج التى توصل اليها الباحث : ان اهم جوانب الرضا لدى السائحىن من خارج استراليا كانت تتعلق بالمناخ ووسائل الاعلام ، كما ساهمت الالعاب الاولمبية فى زيادة حركة السياحة الخارجية بنسبة ١٠,٩% .

٩/٢/١٢/٢- أجرى فراتشك **woratschek** (٢٠٠٢) (٦٧) دراسة عنوانها "

جودة الخدمات السياحية " تهدف الى التعرف على أهم العوامل التي تؤثر في جودة الخدمات السياحية والتي يكون لها انعكاسات على معدلات الرضا لدى السائحين . واستخدم الباحث المنهج " الوصفي " على مجموعة من السائحين المترددين على المشروعات السياحية وتم اختيارهم بطريقة عشوائية . واستخدم الباحث الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات . وكان من اهم النتائج التي توصل اليها الباحث : ان السكان في المناطق السياحية تأتي في مقدمة العوامل التي تؤثر في مستوى جودة الخدمات السياحية بمتوسط حسابي مقداره (٣,٧٦) في حين كانت عروض الخدمات الرياضية هي أحد أهم تلك العوامل بمتوسط (٣,٤٨) متقدمة بذلك على الكثير من العوامل الأخرى مثل خدمات وقت الفراغ وخدمات التاكسي ووسائل المواصلات والدخول الى الإنترنت .

١٠/٢/١٢/٢- أجرى كرايل كامب **Kreilkamp** (٢٠٠٢) (٦١) دراسة عنوانها "

تأثير رياضات وقت الفراغ على تطور السياحة بدلالة البيانات الحالية لرياضة الجولف " تهدف الى التعرف على تأثير رياضات وقت الفراغ على تطور السياحة وذلك من خلال التعرف على البيانات الحالية لرياضة الجولف . واستخدم الباحث المنهج الوصفي على عينة من الممارسين لرياضة الجولف في كل من المانيا واسبانيا وايطاليا والبرتغال وايرلندا واستراليا وكندا والولايات المتحدة الامريكية ، واستخدم الباحث استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات وكان من اهم النتائج التي توصل اليها الباحث : ان متوسط نصيب الفرد من ملاعب الجولف التي بها ١٨ حفرة في المانيا يبلغ ١٤٠٠٠ فرد وبذلك تتساوى المانيا مع اسبانيا والبرتغال وايطاليا في هذا التصنيف وان متوسط نصيب الفرد في ملاعب الجولف التي بها ١٨ حفرة في كل من ايسلندا وايرلندا ٩٢٠٠ فرد واستراليا ١١٠٠٠ فرد وكندا ١٣٠٠٠ والولايات المتحدة الامريكية ١٦٠٠٠ فرد والسويد ٢٢٥٠٠ فرد ، ٤٢% من السائحين يرون ان من اهم العوامل التي تؤثر في ممارسة رياضة الجولف هي الطقس ثم توافر اماكن الممارسة بشكل جيد ثم الاسعار .

١١/٢/١٢/٢- أجرى كورش هيت **Kurschheit** (٢٠٠٢) (٦٢) دراسة عنوانها "

استراتيجية ادارة السياحة في الاقامات الرياضية الكبرى ، الايرادات الاقتصادية باستخدام بيانات بطولة ٢٠٠٦م " تهدف الى وضع استراتيجية لادارة السياحة في الاقامات الرياضية الكبرى وكذلك تحديد حجم الايرادات الاقتصادية باستخدام بيانات بطولة ٢٠٠٦م ، واستخدم الباحث المنهج الوصفي على عينة بلغ عددها (١٦) ستاد

الماني واستخدم الباحث الاستبيان كأداة لجمع البيانات ، وكان من اهم النتائج التي توصل اليها الباحث : انه من المتوقع ان يكون (٣٢%) من عدد المشاهدين داخل الاستادات الرياضية سائحين من خارج المانيا وسوف يبلغ متوسط انفاقهم على التذاكر (٩٦٠) مارك كما يبلغ متوسط انفاق السائح (١٣٢٥) مارك .

١٣/٢ أوجه استفادة الباحث من الدراسات المرتبطة :

لقد استفاد الباحث من خلال قراءته التحليلية للدراسات المرتبطة بأهم الأفكار التي تساعده على توجيه الدراسة الحالية من حيث النقاط المحددة التالية :-

١/١٣/٢ الهدف

استهدفت الدراسات المرتبطة التعرف على دور القرى السياحية في تنشيط حركة السياحة الترفيهية الوافدة الى مصر ولتحديد كيفية الاستفادة من المقومات الطبيعية المتاحة على سواحل البحر الأحمر وايجاد انسب السبل لجذب الاستثمارات الأجنبية والمحلية لتنمية السياحة وتطرق الى أبرز دور الرياضة في المجال السياحي والى تحديد دور الإعلام في مجال السياحة الرياضية (صحافة – إذاعة – تليفزيون) وتطرق أيضاً الى التعرف على المعوقات والمشكلات التي تواجه صناعة السياحة في ج . م . ع .

ولقد استفاد الباحث من الدراسات المرتبطة بأن وجه هذه الدراسة لتحقيق اربعة أهداف رئيسية بحيث يسعى الهدف الأول الى التعرف على دور السياحة الرياضية في انتقال الأفراد الى مصر كمقصد سياحي ويسعى الهدف الثاني لمعرفة أهم الرياضات الجاذبة للسائحين الوافدين الى مصر ويسعى الهدف الثالث الى معرفة الطرق التي يصل من خلالها السائح للخدمات السياحية الرياضية المنفذة داخل مصر ويسعى الهدف الرابع الى تحديد الإمكانيات المتاحة لممارسة خدمات السياحة الرياضية في مصر .

٢/١٣/٢ العينة

تمثلت عينة البحث في الدراسات المرتبطة في الخبراء في مجال السياحة والرياضة كما هو الحال في دراسة كوثر الموجي (٦٠) ، سيد عبد الحميد (٣٠-١٥٠) ، احمد نبيل الشيخ (٤٥) وتمثلت عينة البحث من مديري الشركات السياحية كما هو الحال في دراسة فاطمة هانم على (٤٢٧) ، جمال السيد الجمسى (٢) وتمثلت عينة البحث من مديري القرى السياحية كما هو الحال في دراسة وليد امين عباس وتمثلت عينة السائحين المترددين على المشروعات السياحية في دراسة صالح عبد الله صالح (١٠٠٠) ، وهاله الصبي (٥٢٠) ، صابر حسن صابر (٣٠٠) ، احمد نبيل (٤٠) ، عبد الحميد محمد

(٥٠٠) وتمثلت عينة القرى السياحية كما هو الحال فى دراسة سحر إبراهيم القاضى (١٨) ، عبد الحميد محمد (٥٠) فى حين تمثلت عينة أعضاء مجالس الاتحادات الرياضية كما فى دراسة فاطمة هانم على (١٢٠) ، جمال السيد الجمسى .

ولقد استفاد الباحث من الدراسات المرتبطة فى توجيه دراسته الحالية لتشمل عينة من السائحين الوافدين الى ج.م.ع والمتحدثين باللغة العربية والانجليزية والألمانية والاطالية والفرنسية وأيضاً الخبراء فى مجال الترويج الرياضى والسياحة من كليات التربية الرياضية وكليات السياحة والفنادق فى ج.م.ع والمسؤولين عن وضع البرامج الترويجية داخل القرى السياحية المعنية بممارسة السياحة الرياضية .

٢/١٣/٢ أدوات جمع البيانات

تشير الدراسة التحليلية للدراسات المرتبطة إن هناك اتفاقاً فيما بينهم من حيث استخدام المنهج الوصفى باعتباره المنهج الملائم لهذا النوع من الدراسات واستخدام استمارة الاستبيان كأفضل أداة لتحقيق الهدف من البحث .

ولقد استفاد الباحث من دراسته التحليلية لأستمارات الاستبيان التى تم تصميمها من قبل الباحثين فى تحديد محاور الاستبيان المناسبة لتساؤلاته وتم صياغة العبارات الخاصة بكل محور بصورة شاملة واستخدم استمارة استطلاع رأى الخبراء كأفضل أداة لتحديد الصورة الأولية لمحاور الاستبيان ومن ثم عرضها على الخبراء فى مجال التربية الرياضية والسياحة لإبداء رأى فى صلاحية قائمة المفردات الخاصة بهذا الاستبيان .