

مجلة علوم الرياضة والتربية البدنية

ج.ب.م.د: ٧٦٦٩-١٦٥٨

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الملك سعود

abcde@ksu.edu.sa

دار جامعة
الملك سعود للنشر
KING SAUD UNIVERSITY PRESS



التحديات الأمنية وتأثيرها على تسويق السياحة الرياضية

د. حماده عيد نوار العنتبلي

إستهدفت هذه الدراسة التعرف على التحديات الأمنية الداخلية والخارجية المؤثرة على السياحة الرياضية والمنشآت السياحية الرياضية ، السياسات التي يجب إتباعها لمواجهة التحديات الأمنية المؤثرة على السياحة الرياضية ، التعرف على ماهية التسويق في السياحة الرياضية ، التعرف على الصعوبات التي تواجه السياحة الرياضية ، واستخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي لملائمته لطبيعة الدراسة ، وأُختيرت العينة بالطريقة العشوائية من بين القيادات بوزارة الشباب والرياضة وعددهم (70) مفحوصاً ، بعض القيادات الأمنية العاملة في مجال تأمين المنشآت السياحية الرياضية وعددهم (42) مفحوصاً ، وبعض مديري الشركات السياحية وعددهم (54) مفحوصاً ، وبذلك بلغ إجمالي حجم عينة البحث (166) مفحوصاً ، في حين بلغ حجم عينة الدراسة الإستطلاعية لحساب المعاملات العلمية لمتغيرات البحث (27) مفحوصاً من خارج عينة الدراسة ، وتمثلت استنتاجات الدراسة بالنسبة للتحديات الأمنية الداخلية والخارجية المؤثرة على السياحة الرياضية والمنشآت السياحية الرياضية تتمثل في إنتشار السلاح وتهريبه لأغراض سياسية ، الإضطرابات المتعددة في البلدان المجاورة ، وبالنسبة للسياسات التي يجب إتباعها لمواجهة التحديات الأمنية المؤثرة على السياحة الرياضية تتمثل في توجيه القوى السياسية الفاعلة في المجتمع نحو تجييش الرأي العام ضد محاولات التخريب والتهديدات الأمنية المؤثرة على البلاد ، تصميم وتنفيذ برامج تدريب لرجال الأمن حتى يصبحوا قادرين على القيام بمهامهم بشكل إحتراقي وقانوني، وبالنسبة لتسويق في السياحة الرياضية تتمثل في أنه لا توجد قاعدة بيانات لكل أوجه أنشطة السياحة الرياضية تستخدم عند التخطيط لتسويق تلك الأنشطة بمصر ، وبالنسبة للصعوبات التي تواجه السياحة الرياضية تتمثل في قصور في الأدوات والأجهزة المساعدة التي تساعد على قيام السياحة الرياضية .

التحديات الأمنية وتأثيرها على تسويق السياحة الرياضية

د. حماده عيد نوار العنتلي

مقدمة الدراسة

لقد بدأ توجه عالمي جديد لربط السياحة بالرياضة بما يحقق خدمة كل منهما للآخر ، فمعظم الناس في أي مجتمع يفضلون قضاء الإجازات ويشغلون وقت الفراغ المتاح لهم في ممارسة أو مشاهدة أوجه الأنشطة الرياضية في الدول الأكثر تقدماً بالنسبة لهم ، وعلى هذا الأساس أصبحت سياحة العصر الحديث هي السياحة النشطة ، ولكل منهما خصوصيته التي توضح أهميته للآخر ، وعلى سبيل المثال سياحة من الوجهة الرياضية توفر الغرض لممارسة الرياضيات المختلفة وخاصة التي تتطلب (إمكانات خاصة) سواء طبيعية، أو غير طبيعية وهي التي تعتمد على المعدات التي تكفل ممارستها مثل (الجولف والتزلج والتسلق والصيد والتنس، مختلف الرياضات المائية) ، أما الرياضة فهي من الوجهة السياحية تشبع رغبات الناس وتجعلهم يترددون على الأماكن التي تحقق هذه الرغبة وتهيئ الظروف للإقامة بصورة أطول بل تربطهم بها لسنوات طوال . (عبدالحكيم ، 2003 : 298)

وتعتبر السياحة الرياضية أحد دعائم الصناعة الحديثة ولا بد أن نوليها الإهتمام الكافي حتى نستطيع أن نجني ثمارها ، ليكون المكان بمثابة مقصد سياحي يجب أن يجذب المكان الناس الذين يسافرون بعيداً عن منازلهم ليشاهدوا أشياء جذابة أو ليستخدموا الإمكانات وفي أغلب الأحيان يكون استخدام الإمكانات شيئاً ضرورياً للغاية لذلك تحاول الدولة أن تقوم بتوفير كافة الإمكانات اللازمة لممارسة مختلف أنواع الرياضة من ملاعب وأماكن إقامة وغيرها .

وتعتمد فلسفة السياحة الرياضية على توجيهين الأول الترويج السياحي، في مواسم الركود ، أما الآخر فهو التنشيط لرياضة معينة واستغلالها في هذه المواسم الراكدة سياحياً ، وبالتالي استقطاب هواة هذه الرياضات للمشاركة فيها لممارسة ما يحبون، بالإضافة لتنظيم رحلات خاصة لزيارة الأماكن السياحية التاريخية لمزيد من الزيارات المستقبلية ، وبما يعزز مفهوم السياحة الرياضية مع الأخذ في الاعتبار ظروف المناخ للمشاركين .(الشريف، 2000 : 35)

وتعتبر السياحة الرياضية إحدى الوسائل الهامة في الترويج السياحي مما أضفى على السياحة متعة وترفيه تسعى إليه كل الشعوب ، وقد أصبحت السياحة الرياضية عاملاً مهماً جداً في الجذب السياحي . (عوني ، 2006 : 32)

ولقد حققت السياحة الرياضية في المملكة المتحدة حققت 3 مليون سائح رياضي (إجمالي 14% من إجمالي السياحة في المملكة) وحققت عائد 2.3 بليون جنيه إنجليزي ووفرت 50000 فرصة عمل في عام 2008 ، في حققت كندا 2.05 بليون دولار كندي من السيحة الرياضية

ووفرت 28000 فرصة عمل في عام 2007، كما حققت ألمانيا 22.4 بليون يورو من السياحة الرياضية عام 2010، وقد حققت سويسرا 3.37 بليون فرانك سويسري من السياحة الرياضية ووفرت 28.240 وظيفة في عام 2011. (Tom, James, 2011 : 210)

ويعتبر الأمن الأساس الجوهري لكافة أنشطة الانسانية عامة فبدون الأمن لا يوجد تعليم ولا تنمية والسياحة بحاجة للأمن أكثر من غيرها من الأنشطة الإنسانية الأخرى فلا سياحة بدون أمن فالسائح الذي يخرج من محل إقامته من أجل الترفيه لا يمكنه أن يغامر بحياته في أماكن غير مأمونة العواقب ، إن العلاقة بين السياحة والأمن علاقة طردية فالأمن والاستقرار دافعا لفرص نجاح السياحة . (<http://www.elbalad.news/670815>)

ولقد تجاوز مفهوم الأمن مسألة التنظير إلى التطبيق الإجرائي على أرض الواقع وفق منظور مؤسسي استراتيجي يعالج القضايا والتحديات الداخلية والخارجية التي تواجه القطاع السياحي ويقترح السياسات والاستراتيجيات والخطط التي تعزز الأمن السياحي ، ونظراً لأهمية موضوع الأمن السياحي فقد قامت معظم الدول بتخصيص شرطة متخصصة للسياحة آخذة بالحسبان البعد الأمني الذي يعني بتوفير الأمن للسائح في نفسه وماله وعرضه وحمايته من الجرائم والمضايقات التي يمكن أن تقع عليه ، كما أن الأمن السياحي يشمل أمن المنشآت السياحية والمواقع الأثرية والطبيعية والدينية والتاريخية . (<http://www.elbalad.news/670815>) ويرتكز مفهوم الأمن على ثلاثة محاور رئيسية وهي: تأمين كيان الدولة داخلياً وخارجياً، بالإضافة إلى تحقيق الاستقرار السياسي والإجتماعي والإقتصادي ، كما يركز مفهوم الأمن على تحقيق الرضا التام لأفراد المجتمع . (التدمري ، 1998 : 288)

ولما كان الأمن يعتبر العنصر الهام والحاسم في الحركة السياحية بشكل عام ، فالسائح لا يمكنه أن ينتقل إلى مكان غير آمن ، أو أن هناك احتمالية لتعرضه لأي أخطار نتيجة انفلات أمني أو اضطرابات أمنية أياً كان حجمها، من هنا كان لازماً أن يتم البحث في مدى تأثير التحديات الأمنية على تسويق السياحة الرياضية ، خاصة في ظل الفترة التي مرت على مصر على مدار الأعوام الماضية والتي صاحبت تغيرات سياسية مختلفة ، وهذه التغيرات قد أثرت بشدة على الحركة السياحية في مصر ، وإنطلاقاً من كون السياحة الرياضية أحد أنواع السياحة التي تعمل على جذب أنواع مختلفة من السائحين فإنه يعول عليها أن تكون مروجاً للسياحة المصرية بشكل عام.

مشكلة الدراسة

منذ اندلاع ثورة الخامس والعشرين من يناير أشار العديد من الاقتصاديين إلى أن القضية الأساسية الحاكمة في مصر ليست القضية الاقتصادية على أهمية المشكلات الاقتصادية وتنوعها وتعقيدها، وإنما القضية الحاكمة تكمن في عدم الاستقرار السياسي والانفلات الأمني وهو ما يحول دون الإقدام على المعالجة الجدية للمشكلات الاقتصادية.

وفي ظل ما تعانيه السياحة في مصر منذ عام 2011 من أحداث تمثلت في عدم الاستقرار الأمني أثناء ثورتي 25 يناير و30 يونيو 2013، وكذلك في الحوادث الإرهابية بسيناء وبعض المناطق الأخرى، وحادث الطائرة الروسية، مما أدى إلى توقف النشاط خلال هذه الفترة كنتيجة لهذه الظروف القاهرة والإستثنائية، فالسياحة تعتبر ركيزة أساسية من ركائز النشاط الإقتصادي في مصر حيث يمثل الدخل السياحي حوالي 25% من النقد الأجنبي القومي، ولكن هذا المجال الحيوي أوشك أن يوصد أبوابه.

وباستعراض ما تمتلكه مقاصد مصر السياحية من غرف وفنادق فنجد أن الأقصر وأسوان يوجد بها 8 آلاف غرفة فندقية، 18 ألف كبينة عائمة، وتمتلك القاهرة 18 ألف غرفة فندقية، ويوجد في البحر الأحمر وجنوب سيناء 130 ألفاً غرفة من 225 ألفاً غرفة، ولقد انخفضت نسبة الإشغال بشرم الشيخ انخفضت من 79% إلى أقل من 50% وانخفضت كذلك بمركسي علم من 55% إلى 40%. (<https://www.masress.com/akhersaa/9720>)

وبالنظر إلى حركة السياحة خلال الـ10 سنوات الماضية فنجد أنها قد بلغت ذروتها في العام 2010 بلغ 14.7 مليون سائح، أضافوا إلى خزينة الدولة 12.5 مليار دولار، بالإضافة إلى الدخل غير المباشر الذي قد يصل إلى أضعاف الإيراد الأساسي، إلا أن حركة السياحة في مصر منذ 2011 وحتى الآن لم تتخطى حاجز الـ10 مليون سائح، وتشير مؤشرات الحركة السياحية الوافدة لمصر خلال الفترة من يناير وحتى يونية 2015 حيث تم رصد 4 مليون سائح مقابل 3.6 مليون سائح خلال نفس الفترة من عام 2014 بزيادة قدرها 9.0%.

(<http://www.dotmsr.com/news/200/185959>)(<https://www.mota.gov.jo/Documents/Statistics>)

كما سجل المقصد السياحي المصري نتائج بعض صور الانفلات الأمني تراجعاً في ترتيب مصر ضمن أهم 50 مقصد سياحي عالمي ففي عام 2010 سجلت مصر المستوى الـ18 بينما تراجع إلى المستوى الـ26 عام 2011 ووصلت مصر المستوى الـ68 في عام 2016 وفقاً لتقرير منظمة السياحة العالمية. (<http://www.elbalad.news/670815>)

وتمتلك 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 إلى آخر ومن بلد إلى آخر سعياً وراء الإشتراك 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 على عملي الترويج الإيجابي والمباشر للدولة.

وتأتي هذه الدراسة في محاولة لدراسة التحديات الأمنية وتأثيرها على تسويق السياحة الرياضية والعمل على تجاوز التراجع الذي حدث في أعداد السائحين بسبب الظروف التي شهدتها مصر على مدار الأعوام الماضية من ثورات صاحبها من أحداث متلاحقة وما حدث من حراك سياسي شابه أحداث متلاحقة من العنف والانفلات الأمني ؛ هذا إلى جانب الأحداث الأمنية المتلاحقة التي شهدتها مصر كان له بالغ الاثر في انحسار الحركة السياحية ، الامر الذي عمق من الحاجة الماسة لعودة الأمن حتى تعود السياحة الى معدلاتها الطبيعية.

أهداف الدراسة

إستهدفت هذه الدراسة التعرف على :-

1. التحديات الأمنية الداخلية والخارجية المؤثرة على السياحة الرياضية والمنشآت السياحية الرياضية .
2. السياسات التي يجب إتباعها لمواجهة التحديات الأمنية المؤثرة على السياحة الرياضية .
3. ماهية التسويق في السياحة الرياضية .
4. الصعوبات التي تواجه السياحة الرياضية.

تساؤلات الدراسة

1. ما هي التحديات الأمنية الداخلية والخارجية المؤثرة على السياحة الرياضية والمنشآت السياحية الرياضية ؟
2. ما هي السياسات التي يجب إتباعها لمواجهة التحديات الأمنية المؤثرة على السياحة الرياضية ؟
3. ما هي ماهية التسويق في السياحة الرياضية ؟
4. ما هي الصعوبات التي تواجه السياحة الرياضية ؟

إجراءات الدراسة

منهج البحث :

استخدم الباحث المنهج الوصفي (الأسلوب المسحي) لمناسبته لطبيعة الدراسة .

عينة الدراسة :

أُختيرت العينة بالطريقة العشوائية من بين القيادات بوزارة الشباب والرياضة وعددهم (70) مفحوصاً ، بعض القيادات الأمنية العاملة في مجال تأمين المنشآت السياحية الرياضية وعددهم (42) مفحوصاً ، وبعض مديري الشركات السياحية وعددهم (54) مفحوصاً ، وبذلك بلغ إجمالي حجم عينة البحث (166) مفحوصاً ، في حين بلغ حجم عينة الدراسة الإستطلاعية لحساب المعاملات العلمية لمتغيرات البحث (28) مفحوصاً من خارج عينة الدراسة.

وسائل جمع البيانات : المقابلة الشخصية - الإستبيان .

▪ وقد إتبع الباحث الخطوات التالية في تصميم إستمارة الإستبيان :

1. مسح مرجعي للدراسات النظرية والبحوث العلمية والمراجع المتصلة بموضوع الدراسة .
 2. المقابلة الشخصية المقننة .
 3. تحديد محاور الإستبيان حسب أهداف الدراسة .
 4. تحديد مفردات العبارات التي تعبر عن محاور الإستبيان .
- عرض الإستبيان في صورته الأولية على مجموعة من الخبراء المتخصصين في مجال التخصص وعددهم (9) خبراء وذلك للتعرف على : مناسبة المحاور لموضوع الدراسة ، إرتباط كل عبارة مع المحور الخاص بها وإرتباطها بموضوع الدراسة ، كفاية وشمول وإرتباط وموضوعية العبارات .

المعاملات العلمية لإستمارة الإستبيان :

أولاً : الصدق :

تم حساب الصدق بطريقتين :-

أ- صدق المحتوى :

قام الباحث بإيجاد صدق استمارة الإستبيان عن طريق صدق المحكمين وذلك بعرض استمارة الإستبيان في صورتها المبدئية على مجموعة من المحكمين وعددهم (9) والذين يقع موضوع البحث في مجال تخصصهم ومن خلال شروط التحكيم والمتمثلة في اتفاق جميع المحكمين على مناسبة العبارة للمحور وعلى ضوء المحكمين السابقين وضح صدق العبارات المختارة ، ولقد أشارت النتائج إلى أن جميع المحاور والعبارات في الإستبيان قد حققت مستوى قبول يزيد عن 80% من آراء السادة المحكمين.

ب- صدق الإتساق الداخلي :

وتم حساب صدق الإتساق الداخلي عن طريق تطبيق إستمارة الإستبيان على عينة قوامها (28) فرداً تم إختيارها بالطريقة العشوائية من المجتمع الأصلي وخارج عينة الدراسة ، وذلك عن

طريق حساب معاملات الارتباط بين درجة كل محور من المحاور والدرجة الكلية للإستبيان، كما قام الباحث بحساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور وكذا الدرجة الكلية للإستبيان والجدول التالية توضح ذلك:

جدول (1) معاملات الإتساق الداخلي بين درجة المحور والدرجة الكلية للإستبيان . ن = 28

معامل الإتساق الداخلي	الدرجة الكلية للإستبيان
	درجة المحور
*0.498	التحديات الأمنية الداخلية والخارجية المؤثرة على السياحة الرياضية والمنشآت السياحية الرياضية .
*0.596	السياسات التي يجب إتباعها لمواجهة التحديات الأمنية المؤثرة على السياحة الرياضية .
*0.584	التسويق في السياحة الرياضية .
*0.561	الصعوبات التي تواجه السياحة الرياضية .

* معنوى عند مستوى 0.05 = 0.374

يتضح من الجدول رقم (1) أن قيم الارتباط المحسوبة بين درجة المحور والدرجة الكلية للإستبيان أكبر من قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية 0.05 ، وأن قيم معاملات الارتباط قد تراوحت ما بين (0.498) ، (0.596) مما يشير إلى أن الإستبيان يتميز بدرجة عالية من الصدق .

جدول رقم (2) معامل الاتساق الداخلي بين درجة العبارة ودرجة المحور والدرجة للإستمارة ن = 28

المحور	رقم العبارة	الإرتباط بالمحور	الإرتباط بالمقياس	المحور	رقم العبارة	الإرتباط بالمحور	الإرتباط بالمقياس	المحور	رقم العبارة	الإرتباط بالمحور	الإرتباط بالمقياس
المحور الأول	1	*0.771	*0.587	المحور الثاني	7	*0.573	*0.564	المحور الثالث	12	*0.714	*0.412
	2	*0.641	*0.473		8	*0.479	*0.675		13	*0.578	*0.521
	3	*0.512	*0.546		9	*0.576	*0.472		1	*0.831	*0.403
	4	*0.412	*0.587		10	*0.577	*0.479		2	*0.554	*0.559
	5	*0.576	*0.412		11	*0.657	*0.687		3	*0.643	*0.478
	6	*0.478	*0.401	المحور الثالث	1	*0.687	*0.664		4	*0.720	*0.721
	7	*0.579	*0.502		2	*0.564	*0.651		5	0.579	*0.603
	8	*0.475	*0.461		3	*0.558	*0.503		6	*0.753	*0.431
	9	*0.641	*0.446		4	*0.479	*0.610		7	*0.732	*0.641
	10	*0.425	*0.572		5	*0.567	*0.472		8	*0.402	*0.604
المحور الثاني	1	*0.544	*0.532		6	*0.521	*0.542		9	*0.421	*0.513
	2	*0.421	*0.751		7	*0.589	*0.642		10	*0.641	*0.543
	3	*0.446	*0.661		8	*0.642	*0.501		11	*0.550	*0.642
	4	*0.543	*0.641		9	*0.573	*0.754		12	*0.421	*0.597
	5	*0.579	*0.542		10	*0.664	*0.741		-	-	-
	6	*0.476	*0.550		11	*0.588	*0.584		-	-	-

* معنوى عند مستوى 0.05 = 0.374

يتضح من الجدول (2) أن قيم معاملات الارتباط بين العبارات والمحاور جميعها ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 وقد تراوحت قيم الارتباط بين (0.402 ، 0.831) كما يتضح أن قيم معاملات الارتباط بين العبارات والدرجة الكلية للإستبيان ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) وقد تراوحت قيم معاملات الارتباط ما بين (0.401 ، 0.754) مما يشير إلى تمتع عبارات الإستبيان بدرجة عالية من الصدق .

ثانياً : الثبات :

تم التحقق من الثبات عن طريق قيم (معامل ألفا لكرونباخ)

وهذا العامل يعد مؤشراً للتكافؤ ويعطى معامل (ألفا) الحد الأدنى للقيم التقديرية لمعامل ثبات درجات الإختبارات أى أن قيمة معامل الثبات عامة لا تقل عن قيمة معامل ألفا.

جدول (3) معامل ألفا لكرونباخ لمحاور إستمارة الإستبيان ن = 28

م	المحور	معامل ألفا لكرونباخ
1	التحديات الأمنية الداخلية والخارجية المؤثرة على السياحة الرياضية والمنشآت السياحية الرياضية .	*0.876
2	السياسات التي يجب إتباعها لمواجهة التحديات الأمنية المؤثرة على السياحة الرياضية.	*0.698
3	التسويق في السياحة الرياضية .	*0.789
4	الصعوبات التي تواجه السياحة الرياضية .	*0.742

* معنوى عند مستوى 0.05 = 0.374

يتضح من جدول (3) والخاص بحساب ثبات الاستبيان عن طريق حساب معامل ألفا أن معامل ألفا لكرونباخ بلغ ما بين (0.698 الى 0.876) وهذه القيم معنوية عند مستوى 0.05 مما يشير إلى ثبات الإستبيان .

ومن خلال نتائج الجدول (1 ، 2 ، 3) والخاصة بالمعاملات العلمية يكون الباحث قد تحقق من توافر الصلاحية العلمية لإستخدام الإستبيان قيد البحث كعبارات ومحاور ، ومن ثم يصبح الإستبيان في صورته هذه يمثل الصورة النهائية والمعدة لعملية التطبيق على عينة البحث الأساسية .

الدراسة الأساسية :

قام الباحث بتطبيق الإستبيان في الدراسة الأساسية على النحو التالي :

تم تطبيق إستمارة الإستبيان عن طريق المقابلة الشخصية مع السادة أفراد عينة البحث الأساسية والبالغ عددهم (166) فرداً كل في جهة عمله الخاصة به ؛ وقد تم التطبيق خلال الفترة من 2016/5/2 وحتى 2016/6/2 وقد تم تغريغ كشوف الحاسب الآلي ومعالجتها إحصائياً وفقاً لخطة البحث .

المعالجات الإحصائية : لقد استخدم الباحث المعالجات الإحصائية التالية (المتوسط الحسابي - الإنحراف المعياري - النسبة المئوية - اختبار "ت" - مربع كاي - معامل الارتباط) .
عرض ومناقشة النتائج :

أولاً : عرض ومناقشة النتائج المرتبطة بالمحور الأول :

جدول (4) التكرارات والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة بعبارات المحور الأول : التحديات الأمنية الداخلية والخارجية المؤثرة على السياحة الرياضية والمنشآت السياحية الرياضية ن = 166

م	العباره	نعم		إلى حد ما		لا		مربع كاي	المتوسط الحسابي	نسبة الموافقة %
		العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %			
1	التحول في ميزان القوى ومصالح الفاعلين إلى الجماعات المسلحة وعصابات الجريمة المنظمة والأذرع المسلحة للأقليات .	131	78.92	18	10.84	17	10.24	*155.22	2.69	84.34
2	الصراع بين قوى سياسية وحزبية ترتبط بالخارج .	126	75.90	17	10.24	23	13.86	*135.70	2.62	81.02
3	تشكيل جماعات شرطية أو ميليشيات أمنية تابعة لأحزاب إسلامية .	138	83.13	10	6.02	18	10.84	*185.83	2.72	86.14
4	الإضطرابات المتعددة في البلدان المجاورة .	132	79.52	23	13.86	11	6.63	*160.64	2.73	86.45
5	إنتشار السلاح وتهريبه لأغراض سياسية .	138	83.13	13	7.83	15	9.04	*185.29	2.74	87.05
6	سوء الأحوال الاقتصادية المتمثلة في البطالة وبطئ النمو وتزايد العجز في الميزانيات وتدهور الحسابات الجارية وتسارع التضخم .	141	84.94	4	2.41	21	12.65	*201.55	2.72	86.14
7	النمو الديمغرافي وبطالة الشباب وشعف أو فشل مؤسسات الحوكمة.	130	78.31	24	14.46	12	7.23	*152.43	2.71	85.54
8	ظهور جماعات مسلحة .	120	72.29	24	14.46	22	13.25	*113.40	2.59	79.52
9	تكون جماعات إرهابية دولية عابرة للحدود .	132	79.52	20	12.05	14	8.43	*159.66	2.71	85.54
10	عدم الإستقرار السياسي الذي تشهده البلاد .	107	64.46	24	14.46	35	21.08	*73.46	2.43	71.69

* مربع كاي عند 0.05 = 5.99

يتضح من جدول (4) والخاص بالتكرارات والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة بعبارات المحور الأول : التحديات الأمنية الداخلية والخارجية المؤثرة على السياحة الرياضية والمنشآت السياحية الرياضية ، وجود فروق معنوية في جميع عبارات المحور ، حيث بلغت قيمة مربع كاي ما بين (73.46 إلى 201.55) وهذه القيمة معنوية عند مستوى 0.05 ، كما بلغت نسبة الموافقة ما بين (71.69% إلى 87.05%) وقد حققت عبارة (إنتشار السلاح وتهريبه لأغراض سياسية) أعلى نسبة موافقة والتي بلغت 87.05% ، تلتها عبارة (الإضطرابات المتعددة في البلدان المجاورة) بنسبة موافقة بلغت 86.45% ثم عبارة (تشكيل جماعات شرطية أو ميليشيات أمنية تابعة لأحزاب إسلامية) وعبارة (سوء الأحوال الاقتصادية المتمثلة في البطالة وبطئ النمو وتزايد العجز في الميزانيات وتدهور الحسابات الجارية وتسارع التضخم) بنسبة موافقة بلغت 86.14%، وعبارة (تكون جماعات إرهابية دولية عابرة للحدود) بنسبة موافقة بلغت 58.63%.

يتضح من العرض السابق إتفاق آراء عينة البحث حول التحديات الأمنية الداخلية والخارجية المؤثرة على السياحة الرياضية والمنشآت السياحية الرياضية والتي تمثلت في إنتشار

السلاح وتهريبية لأغراض سياسية ، الإضطرابات المتعددة في البلدان المجاورة ، تشكيل جماعات شرطية أو ميليشيات أمنية تابعة لأحزاب إسلامية ، سوء الأحوال الإقتصادية المتمثلة في البطالة وبطئ النمو وتزايد العجز في الميزانيات وتدهور الحسابات الجارية وتسارع التضخم ، تكون جماعات إرهابية دولية عابرة للحدود.

ويعزو الباحث هذه الفروق إلى خطورة التحديات الأمنية التي تواجهها مصر في الفترة الحالية وتعدد مظاهر هذا التحدي من مواجهات إرهابية واحزاب متطرفة وسوء أحوال إقتصادية مصاحبة للتغيرات السياسية التي تمر بها مصر في السنوات الثلاث الأخيرة والتي تؤثر بشكل كبير على قطاع السياحة المصري ككل ومن ثم السياحة الرياضية كأحد أنواع السياحة والتي وصلت إلى أدنى مستوياتها في السنوات الثلاث الأخيرة نتيجة لتلك التحديات .

كما أن علاقة مفهومي "الأمن" و "التهديد" ، علاقة تأثير متبادل ، وأن أية محاولة لتفسير مفهوم "الأمن" لابد من أن تبدأ بتحديد مصادر التهديد . فالباعث على الشعور بالخطر أو التهديد يستدعي الحاجة إلى اتخاذ إجراءات تهدف إلى تحقيق الأمن ، تلك الإجراءات التي من الطبيعي أن تكون متوافقة مع المخاطر أو التهديدات الفعلية أو المحتملة . ولقد ركزت الدراسات الأمنية في السابق على خطر الغزو العسكري باعتباره أهم مصادر تهديد الأمن ، إن لم يكن مصدرها الوحيد . بيد أن الدراسات الحديثة ذهبت إلى وجود مصادر أخرى لا تقل أهمية عن البعد العسكري للتهديد ، حيث يوجد ترابط وثيق بين هذين المستويين (الداخلي ، الخارجي) . (فرج الله ، 1994 : 79)

وينطلق مفهوم تحليل التهديدات من فهم حقيقة التحولات الدولية والإقليمية ، وانعكاسها على صعيد الأمن ، فتلك التحولات قد أدت إلى تحولات مماثلة لمصادر التهديد من بروز إشكالية عدم اليقين ، وهي إنعدام القدرة على التحديد الدقيق لمصادر التهديد ، مما أدى إلى تعدد الرؤى حول أساليب ووسائل واستراتيجيات تحقيق الأمن ، وفي ضوء تلك التحولات الجديدة في البيئة الأمنية ، ركز التفكير الأمني الحديث على محاولات توسيع النصور المعهود الضيق للأمن من بُعد العسكري ، ليشمل مجموعة أوسع من التهديدات المحتملة ، بما في ذلك التهديدات الإقتصادية والبيئية ، وقد اهتمت الدول بكافة مستويات التهديد ، من تهديد الأمن الإنساني ، وصولاً إلى تهديد الأمن العالمي ، وكذلك التحول من التركيز على تهديد الدول إلى تقييم أشكال مختلفة متعددة الأطراف من التعاون الأمني بين الدول . (هاغلين، 2004 : 446)

ثانياً : عرض ومناقشة النتائج المرتبطة بالمحور الثاني :

جدول (5) التكرارات والنسبة المئوية والدلالات الاحصائية الخاصة بعبارات المحور الثاني : السياسات التي يجب إتباعها لمواجهة التحديات الأمنية المؤثرة على السياحة الرياضية
ن = 166

م	العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		مربع كاي	المتوسط الحسابي	نسبة الموافقة %
		العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %			
1	الإعتراف بأن هناك صعوبات نظرية ومنهجية وعملية أيضاً في تحديد التهديدات والأخطار الأمنية المؤثرة على السياحة الرياضية .	136	81.93	15	9.04	15	9.04	*176.40	2.73	86.45
2	الإعتراف بأهمية وأولوية الأمن الإنساني الذي يضع الشعب أو الناس أولاً واعتبارها مصلحة عامة للدولة .	101	60.84	36	21.69	29	17.47	*56.98	2.43	71.69
3	الإدراك بأن تطوير وإصلاح القطاع الأمني يرتبط بالتنمية الاقتصادية أيضاً .	134	80.72	16	9.64	16	9.64	*167.76	2.71	85.54
4	تطوير البنى التحتية أو إعادة إعمار وتأهيل المؤسسة الأمنية في مصر .	115	69.28	29	17.47	22	13.25	*96.95	2.56	78.1
5	إصلاح عملية توظيف أو تشغيل الطاقات البشرية في مجال السياحة الرياضية وتأهيلها في مصر .	112	67.47	28	16.87	26	15.66	*87.08	2.52	75.90
6	إعادة صياغة العلاقة بين المجتمع والدولة ضمن رؤية شاملة لأبد وأن تشمل دوراً للقائمين على السياحة الرياضية من أسفل لأعلى .	144	86.75	11	6.63	11	6.63	*213.12	2.80	90.06
7	تصميم وتنفيذ برامج تدريب لرجال الأمن حتى يصبحوا قادرين على القيام بمهامهم بشكل احترافي وقانوني .	147	88.55	5	3.01	14	8.43	*228.52	2.80	90.06
8	تقييم مجموعة القوانين الحاكمة لمؤسسات السياحة الرياضية لتحديد مدى ملاءمتها وقدرتها على توفير المعايير الدولية المناسبة لطبيعة الأحداث .	112	67.47	27	16.27	27	16.27	*87.05	2.51	75.60
9	توجيه القوى السياسية الفاعلة في المجتمع نحو تجييش الرأي العام ضد محاولات التخريب والتهديدات الأمنية المؤثرة على البلاد	145	87.35	11	6.63	10	6.2	*217.96	2.81	90.66
10	تكثيف دور المؤسسات الحكومية والخاصة في غرس روح الإنتماء والإخلاص للوطن .	120	72.29	20	12.05	26	15.66	*113.69	2.57	78.31
11	مراقبة الفساد في الأجهزة الحكومية المختلفة والعامله في مجال السياحة الرياضية وضبط النفقات وهدر المال العام ومحاسبة المخطئين .	119	71.69	19	11.45	28	16.87	*110.61	2.55	77.41

* مربع كاي عند 0.05 = 5.99

يتضح من جدول (5) والخاص بالتكرارات والنسبة المئوية والدلالات الاحصائية الخاصة بعبارات المحور الثاني : السياسات التي يجب إتباعها لمواجهة التحديات الأمنية المؤثرة على السياحة الرياضية ، وجود فروق معنوية في جميع عبارات المحور ، حيث بلغت قيمة مربع كاي مابين (56.98 إلى 228.52) وهذه القيمة معنوية عند مستوى 0.05 ، كما بلغت نسبة الموافقة ما بين (71.69% إلى 90.66%) وقد حققت عبارة (توجيه القوى السياسية الفاعلة في المجتمع نحو تجييش الرأي العام ضد محاولات التخريب والتهديدات الأمنية المؤثرة على البلاد) أعلى نسبة موافقة والتي بلغت 90.66% ، تلتها عبارة (تصميم وتنفيذ برامج تدريب لرجال الأمن

حتى يصبحوا قادرين على القيام بمهامهم بشكل احترافي وقانوني) وعبرة (إعادة صياغة العلاقة بين المجتمع والدولة ضمن رؤية شاملة لآبد وأن تشمل دوراً للقائمين على السياحة الرياضية من أسفل لأعلى) بنسبة موافقة بلغت 90.06% ، ثم عبرة (الإعتراف بأن هناك صعوبات نظرية ومنهجية وعملية أيضاً في تحديد التهديدات والأخطار الأمنية المؤثرة على السياحة الرياضية) بنسبة موافقة بلغت 86.45%، وعبرة (الإدراك بأن تطوير وإصلاح القطاع الأمني يرتبط بالتطور الإقتصادي أيضاً) بنسبة موافقة بلغت 85.54% ، وعبرة (تكثيف دور المؤسسات الحكومية والخاصة في غرس روح الإنتماء والإخلاص للوطن) بنسبة موافقة بلغت 78.31%.

يتضح من العرض السابق إتفاق آراء عينة البحث حول السياسات التي يجب إتباعها لمواجهة التحديات الأمنية المؤثرة على السياحة الرياضية والتي تمثلت في توجيه القوى السياسية الفاعلة في المجتمع نحو تجييش الرأي العام ضد محاولات التخريب والتهديدات الأمنية المؤثرة على البلاد ، تصميم وتنفيذ برامج تدريب لرجال الأمن حتى يصبحوا قادرين على القيام بمهامهم بشكل احترافي وقانوني ، إعادة صياغة العلاقة بين المجتمع والدولة ضمن رؤية شاملة لآبد وأن تشمل دوراً للقائمين على السياحة الرياضية من أسفل لأعلى ، الإعتراف بأن هناك صعوبات نظرية ومنهجية وعملية أيضاً في تحديد التهديدات والأخطار الأمنية المؤثرة على السياحة الرياضية ، إدراك بأن تطوير وإصلاح القطاع الأمني يرتبط بالتطور الإقتصادي أيضاً ، تكثيف دور المؤسسات الحكومية والخاصة في غرس روح الإنتماء والإخلاص للوطن.

ويغزو الباحث هذه الفروق إلى خطورة الوضع الذي يواجهه قطاع السياحة المصري ككل ومنه السياحة الرياضية والذي يتطلب تكاتف جميع القوى حتى تستطيع مصر عبور تلك المرحلة والنقطة الفارقة في تاريخها المعاصر لمواجهة التحديات الأمنية الخطيرة حتى يتعافى هذا القطاع لكونه أحد مصادر الدخل القومي المصري الرئيسية .

ويمكن القول أنه إذا كان التهديد من الناحيتين المفاهيمية والإجرائية وثيق الصلة بموضوع الأمن ، ويلعب دوراً تقريرياً في وجوده أو غيابه ، فإننا يمكن أن نعرفه باعتباره يجسد تلك الحالة من التحدي الواضح التي تتعرض فيها مصالح الدولة والمجتمع إلى الخطر ، أو أنه يؤشر بلوغ المصالح والغايات القومية مرحلة يتعذر معها إيجا حل سلمي يوفر للدول الحد الأدنى من أمنها السياسي والإقتصادي والإجتماعي والعسكري ، مقابل قصور قدراتها لموازنة الضغوط الخارجية ، الأمر الذي قد يضطر الأطراف المتصارعة إلى اللجوء إلى استخدام القوة العسكرية ، معرضة الأمن القومي لأطراف أخرى للخطر (عبد الحليم ، 1992 : 28-29)

وتعتبر السياحة من أكثر الصناعات نمواً في العالم ، فقد أصبحت اليوم من أهم القطاعات في التجارة الدولية ، حيث بلغت الصادرات السياحية في عام 1998 نحو 532 بليون دولار ، يليها مباشرة إنتاج المركبات بقيمة 522 بليون دولار . والسياحة من منظور اقتصادي هي قطاع

إنتاجي يلعب دوراً مهماً في زيادة الدخل القومي وتحسين ميزان المدفوعات ، ومصدراً للعملة الصعبة، وفرصة لتشغيل الأيدي العاملة، وهدفاً لتحقيق برامج التنمية. (القلعة، 2003 : 250)

ويتفوق قطاع السياحة على القطاعات الأخرى في مجال التصدير من حيث الإعتمادات الخاصة ببيع المنتجات ، وتنوع الصادرات واستقرار حصيلة القطاع الأجنبي ، الأمر الذي يعطي قطاع السياحة ميزة نسبية كبيرة ، هذا فضلاً عن فرص الدول النامية في المنافسة في مجال الصادرات السلعية خاصة بالنسبة للدول التي تمتلك عوامل مرموقة من عوامل الجذب السياحي وتستخدمها استخداماً فعالاً . (العائدي ، 2000 : 230)

وتعتبر السياحة الرياضية إحدى الوسائل الهامة في الترويج السياحي مما أضفى على السياحة متعة وترفيه تسعى إليه كل الشعوب ، وقد أصبحت السياحة الرياضية عاملاً مهماً جداً في الجذب السياحي . (عوني ، 2006 : 32)

ثالثاً : عرض ومناقشة النتائج المرتبطة بالمحور الثالث :

جدول (6) التكرارات والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة بعبارات المحور الثالث : التسويق في السياحة الرياضية
ن = 166

م	العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		مربع كاي	المتوسط الحسابي	نسبة الموافقة %
		العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %			
1	توجد إدارات مسئولة عن تسويق السياحة الرياضية.	22	13.25	17	10.24	127	76.51	*139.46	1.37	18.37
2	يوجد خطة مسبقة لتسويق السياحة الرياضية موضوعة من قبل هيئة تنشيط السياحة والجهات المسؤولة عن السياحة الرياضية بمصر .	20	12.05	9	5.42	137	82.53	*181.89	1.30	14.76
3	يوجد خطط بديلة لمواجهة الظروف الطارئة التي تعرقل تنفيذ الأهداف التسويقية للسياحة الرياضية.	26	15.66	14	8.43	126	75.90	*136.68	1.40	19.88
4	توجد قاعدة بيانات لكل أوجه أنشطة السياحة الرياضية تستخدم عند التخطيط لتسويق تلك الأنشطة بمصر .	21	12.65	29	17.47	116	69.88	*100.35	1.43	21.39
5	تتفق المخصصات المالية لأوجه الأنشطة المختلفة لتسويق السياحة الرياضية مع ما هو مطلوب .	25	15.06	13	7.83	128	77.11	*144.45	1.38	18.98
6	تتبع الدولة الأسلوب العلمي في ممارسة تسويق السياحة الرياضية	21	12.65	23	13.86	122	73.49	*120.52	1.39	19.58
7	تقوم الدولة بالترويج لخدمات السياحة الرياضية من خلال وسائل الإعلام المختلفة .	18	10.84	19	11.45	129	77.71	*147.12	1.33	16.57
8	تقوم الدولة بعمل دورات مستمرة لتنمية مهارات الترويج لخدمات السياحة الرياضية لدى العاملين بإدارات التسويق .	23	13.86	5	3.01	138	83.13	*188.18	1.34	15.36
9	تضع الدولة خططاً للحملات الترويجية لخدمات السياحة الرياضية بمصر .	20	12.05	11	6.63	135	81.33	*172.78	1.31	15.36
10	تضع الدولة الإعلانات المناسبة لتشجيع الإقبال على خدمات السياحة الرياضية بمصر .	22	13.25	11	6.63	133	80.12	*164.61	1.33	16.57
11	تحدد الدولة نوعية الرسائل الإعلانية الموجهة للمستفيدين داخل وخارج مصر .	15	9.04	16	9.64	135	81.33	*172.06	1.28	13.86
12	تدرس الدولة العوامل المؤثرة على إقبال المستفيدين داخل وخارج المستفيدين .	21	12.65	11	6.63	134	80.72	*168.66	1.32	15.96
13	توجد استراتيجية لتسويق السياحة الرياضية .	11	6.63	15	9.04	140	84.34	*194.47	1.22	11.14

* مربع كاي عند 0.05 = 5.99

يتضح من جدول (6) والخاص بالتكرارات والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة بعبارات المحور الثالث : التسويق في السياحة الرياضية ، وجود فروق معنوية في جميع عبارات المحور ، حيث بلغت قيمة مربع كاي ما بين (100.35 إلى 194.47) وهذه القيمة معنوية عند مستوى 0.05، كما بلغت نسبة الموافقة ما بين (11.14% إلى 21.39%) وقد حققت عبارة (توجد قاعدة بيانات لكل أوجه أنشطة السياحة الرياضية تستخدم عند التخطيط لتسويق تلك الأنشطة بمصر) أعلى نسبة موافقة والتي بلغت 21.39% ، تلتها عبارة (يوجد خطط بديلة لمواجهة الظروف الطارئة التي تعرقل تنفيذ الأهداف التسويقية للسياحة الرياضية) بنسبة موافقة بلغت 19.88% ثم عبارة (تتبع الدولة الأسلوب العلمي في ممارسة تسويق السياحة الرياضية)

بنسبة موافقة بلغت 19.58% ، وعبارة (تتفق المخصصات المالية لأوجه الأنشطة المختلفة لتسويق السياحة الرياضية مع ما هو مطلوب) بنسبة موافقة بلغت 18.98%، وعبارة (توجد إدارات مسئولة عن تسويق السياحة الرياضية) بنسبة موافقة بلغت 18.37% ، وعبارة (تضع الدولة الإعلانات المناسبة لتشجيع الإقبال على خدمات السياحة الرياضية بمصر) وعبارة (تقوم الدولة بالترويج لخدمات السياحة الرياضية من خلال وسائل الإعلام المختلفة) بنسبة موافقة بلغت 16.57% .

يتضح من العرض السابق إتفاق آراء عينة البحث حول التسويق في السياحة الرياضية والتي تمثلت في أنه لا توجد قاعدة بيانات لكل أوجه أنشطة السياحة الرياضية تستخدم عند التخطيط لتسويق تلك الأنشطة بمصر ، لا يوجد خطط بديلة لمواجهة الظروف الطارئة التي تعرقل تنفيذ الأهداف التسويقية للسياحة الرياضية ، ولا تتبع الدولة الأسلوب العلمي في ممارسة تسويق السياحة الرياضية ، ولا تتفق المخصصات المالية لأوجه الأنشطة المختلفة لتسويق السياحة الرياضية مع ما هو مطلوب ، ولا توجد إدارات مسئولة عن تسويق السياحة الرياضية ، ولا تضع الدولة الإعلانات المناسبة لتشجيع الإقبال على خدمات السياحة الرياضية بمصر ، ولا تقوم الدولة بالترويج لخدمات السياحة الرياضية من خلال وسائل الإعلام المختلفة.

ويغزو الباحث هذه الفروق إلى أهمية تسويق إمكانات السياحة الرياضية المصرية ليتم العمل على جذب أكبر عدد من السائحين إلى مصر كأحد أنماط السياحة التي يمكن أن تقدم إثبات للسائحين على إختلاف مستوياتهم وأنماطهم إلى إستقرار السياحة المصرية والتي يمكن أن تتم من خلال توفير قاعدة بيانات عن المنشآت الرياضية التي تصلح للتسويق في مصر وإتباع الأسس العلمية في عملية التسويق وتوفير الموازنات ومصادر التمويل اللازمة لدعم الخطة التسويقية حتى يمكنها أن تحقق أهدافها في جذب أكبر عدد من السائحين الرياضيين إلى مصر ومواجهة التحديات الأمنية التي تؤثر على قطاع السياحة المصري ومنه السياحة الرياضية.

ويتفق الباحث في هذا مع نتائج (الحشاش ، 2008) في أنه يعتبر التسويق والإعلام من الأساسيات في نجاح السياحة الرياضية ، ودراسة (عوني ، 2006) في أنه يجب توفير الإعتمادات الحالية للإعلان عن المناسبات الرياضية والتسويق الجيد لها .

وتتمثل موارد السياحة الرياضية في إمكانات الإعلام والتسويق والتي تتعلق بالإعلان عن المناسبات الرياضية والتسويق لها حتى نستطيع من خلالها الحصول على عدد أكبر من السائحين والرياضيين. (عبد المقصود والشافعي، 2004: 187)(حلمي، 1998 : 78)

ويعد ترويج الخدمات السياحية أحد أهم عناصر الترويج التسويقي السياحي .. إن لم يكن أكثرها أهمية على وجه الإطلاق . بل إن نجاح أي برنامج سياحي يتوقف على قدرة شركة السياحة على ترويج هذا البرنامج . حيث أن الترويج يقوم بعملية إحداث المعرفة لدى السائح

عن الشركة وبرامجها وإحداث تفاعل إيجابي بن السائح وبين المعلومات التي حصل عليها عن طريق الجهود الترويجية وتشجيعه وحفزه على القيام بسلوك إيجابي محوره التعاقد على أحد البرامج السياحية التي تقدمها الشركة . (ملوخية ، 2005 : 117-118)

رابعاً : عرض ومناقشة النتائج المرتبطة بالمحور الرابع :

جدول (7) التكرارات والنسبة المئوية والدلالات الاحصائية الخاصة بعبارات المحور الرابع : الصعوبات التي تواجه السياحة الرياضية

ن = 166

م	العباره	نعم		إلى حد ما		لا		مربع كاي	المتوسط الحسابي	نسبة الموافقة %
		العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %			
1	لا يوجد كيان مستقل (وزارة - هيئة) للسياحة تعمل على رسم السياسات العامة والخاصة للسياحة الرياضية .	139	83.73	11	6.63	16	9.64	*189.99	2.74	87.05
2	لا يوجد استراتيجية واضحة المعالم تنبثق منها الخطط العاملة على نجاح السياحة الرياضية .	141	84.94	11	6.63	14	8.43	*199.02	2.77	88.25
3	لا يوجد كوادر بشرية مؤهلة ومتخصصة تعمل في مجال السياحة الرياضية .	137	82.53	16	9.64	13	7.83	*180.88	2.75	87.35
4	يغيب التنسيق بين الجهات الحكومية المسؤولة عن القطاع السياحي (وزارة التجارة والصناعة) والقطاع الرياضي بما يكفل النهوض في السياحة الرياضية .	135	81.33	17	10.24	14	8.43	*172.13	2.73	86.45
5	يوجد بيروقراطية وروتين إداري معوقاً يحكم الإجراءات الخاصة بالتسهيلات الممنوحة للزوار والسياح ورجال الأعمال .	148	89.16	6	3.61	12	7.23	*233.11	2.82	90.96
6	يوجد قصور في المنشآت الرياضية والمرافق من ملاعب وصالات تخدم السياحة الرياضية .	149	89.76	9	5.42	8	4.82	*237.84	2.85	92.47
7	يوجد قصور في الأدوات والأجهزة المساعدة التي تساعد على قيام السياحة الرياضية .	152	91.57	4	2.41	10	6.02	*253.64	2.86	92.77
8	يغيب الإهتمام الأمثل بالمقومات الطبيعية والبيئية والمناخية لجذب وتنشيط السياحة الرياضية .	137	82.53	15	9.04	14	8.43	*180.81	2.74	87.05
9	لا توجد الخطط الإعلامية الوطنية الشاملة لتنمية الوعي المجتمعي والجهري عن أهمية السياحة الرياضية .	145	87.35	11	6.63	10	6.02	*217.96	2.81	90.66
10	يغيب التعاون بين كليات التربية الرياضية وبين كليات ومعاهد السياحة والفنادق في توصيف مناهج دراسية للسياحة الرياضية.	145	87.35	9	5.42	12	7.23	*218.04	2.80	90.06
11	يغيب القرار في اتخاذ السياحة الرياضية كرافد أساسي وجديد للتنمية الاقتصادية .	143	86.14	12	7.23	11	6.63	*208.35	2.80	89.76
12	لا توجد ميزانية مالية تغطي متطلبات الخطط المستقبلية للسياحة الرياضية .	144	86.75	8	4.82	1	8.43	*213.45	2.78	89.16

* مربع كاي عند 0.05 = 5.99

يتضح من جدول (7) والخاص بالتكرارات والنسبة المئوية والدلالات الاحصائية الخاصة بعبارات المحور الرابع : الصعوبات التي تواجه السياحة الرياضية ، وجود فروق معنوية في جميع عبارات المحور ، حيث بلغت قيمة مربع كاي ما بين (172.13 إلى 253.64) وهذه القيمة معنوية عند مستوى 0.05 ، كما بلغت نسبة الموافقة ما بين (86.45% إلى 92.77%) وقد حققت عبارة (يوجد قصور في الأدوات والأجهزة المساعدة التي تساعد على قيام السياحة

الرياضية) أعلى نسبة موافقة والتي بلغت 92.77% ، تلتها عبارة (يوجد قصور في المنشآت الرياضية والمرافق من ملاعب وصالات تخدم السياحة الرياضية) بنسبة موافقة بلغت 92.47% ثم عبارة (يوجد بيروقراطية وروتين إداري معوقاً يحكم الإجراءات الخاصة بالتسهيلات الممنوحة للزوار والسياح ورجال الأعمال) بنسبة موافقة بلغت 90.96% ، وعبارة (يغيب التعاون بين كليات التربية الرياضية وبين كليات ومعاهد السياحة والفنادق في توصيف مناهج دراسية للسياحة الرياضية) بنسبة موافقة بلغت 90.06%، وعبارة (يغيب القرار في اتخاذ السياحة الرياضية كرافد أساسي وجديد للتنمية الاقتصادية) بنسبة موافقة بلغت 89.76% ، وعبارة (لا توجد ميزانية مالية تغطي متطلبات الخطط المستقبلية للسياحة الرياضية) بنسبة موافقة بلغت 89.16%.

يتضح من العرض السابق إتفاق آراء عينة البحث حول الصعوبات التي تواجه السياحة الرياضية والتي تمثلت في وجود قصور في الأدوات والأجهزة المساعدة التي تساعد على قيام السياحة الرياضية ، يوجد قصور في المنشآت الرياضية والمرافق من ملاعب وصالات تخدم السياحة الرياضية ، يوجد بيروقراطية وروتين إداري معوقاً يحكم الإجراءات الخاصة بالتسهيلات الممنوحة للزوار والسياح ورجال الأعمال ، يغيب التعاون بين كليات التربية الرياضية وبين كليات ومعاهد السياحة والفنادق في توصيف مناهج دراسية للسياحة الرياضية ، يغيب القرار في اتخاذ السياحة الرياضية كرافد أساسي وجديد للتنمية الاقتصادية ، لا توجد ميزانية مالية تغطي متطلبات الخطط المستقبلية للسياحة الرياضية.

ويعزو الباحث هذه الفروق إلى عدم إدراك القائمين على المجال الرياضي وكذلك القائمين على السياحة لأهمية السياحة الرياضية حيث أن هناك العديد من المشاكل والمعوقات التي تعترض السياحة الرياضية وتؤثر على فاعليتها .

ويتفق الباحث في هذا مع نتائج دراسة (الحشاش ، 2008) في أن هناك قصور في إعداد القيادة الرياضية في المجال السياحي ، ودراسة (الشيخ ، 2007) في أن لا يتوفر في مصر الأخصائيون القادرون على العمل في مجال السياحة الرياضية حيث لا يتوفر بكليات التربية الرياضية أو كليات السياحة والفنادق التخصصات التي تؤهلهم لذلك .

ل للوصول إلى منتج السياحة الرياضية يجب العمل على أن يكون ذلك المنتج متميزاً ويجب العمل على تخطيط وتصميم وبناء وتحديث نوعية المناهج العلمية . (الميداني ، 2004 : 6) والزيادة الكبيرة للدرجات العلمية التي تمنحها المعاهد التعليمية للإدارة الرياضية وإدارة المقاصد السياحية تظهر بشكل كبير مدى الإهتمام بجعل منظمات السياحة الرياضية أكثر تأثيراً. (Dawid ، 2000 : 5)

وبذلك يكون تمت الإجابة على جميع تساؤلات البحث والتي حققت الهدف منه .

الإستخلاصات والتوصيات

أولاً : الإستخلاصات :

فى ضوء أهداف الدراسة وإجابات عينة الدراسة تم التوصل إلى أهم الإستنتاجات التالية :

- التحديات الأمنية الداخلية والخارجية المؤثرة على السياحة الرياضية والمنشآت السياحية الرياضية تتمثل في :-

1. إنتشار السلاح وتهريبه لأغراض سياسية .
2. الإضطرابات المتعددة في البلدان المجاورة .
3. تشكيل جماعات شرطية أو ميليشيات أمنية تابعة لأحزاب إسلامية .
4. سوء الأحوال الإقتصادية المتمثلة في البطالة وبطئ النمو وتزايد العجز في الميزانيات وتدهور الحسابات الجارية وتسارع التضخم .
5. تكون جماعات إرهابية دولية عابرة للحدود.

- السياسات التي يجب إتباعها لمواجهة التحديات الأمنية المؤثرة على السياحة الرياضية تتمثل في :-

1. توجيه القوى السياسية الفاعلة في المجتمع نحو تجييش الرأي العام ضد محاولات التخريب والتهديدات الأمنية المؤثرة على البلاد .
2. تصميم وتنفيذ برامج تدريب لرجال الأمن حتى يصبحوا قادرين على القيام بمهامهم بشكل إحترافي وقانوني .
3. إعادة صياغة العلاقة بين المجتمع والدولة ضمن رؤية شاملة لابد وأن تشمل دوراً للقائمين على السياحة الرياضية من أسفل لأعلى .
4. الإعتراف بأن هناك صعوبات نظرية ومنهجية وعملية أيضاً في تحديد التهديدات والأخطار الأمنية المؤثرة على السياحة الرياضية .
5. إدراك بأن تطوير وإصلاح القطاع الأمني يرتبط بالتطور الإقتصادي أيضاً .
6. تكثيف دور المؤسسات الحكومية والخاصة في غرس روح الإنتماء والإخلاص للوطن.

- الوضع الحالي لتسويق في السياحة الرياضية يتمثل في :-

1. لا توجد قاعدة بيانات لكل أوجه أنشطة السياحة الرياضية تستخدم عند التخطيط لتسويق تلك الأنشطة بمصر .
2. لا يوجد خطط بديلة لمواجهة الظروف الطارئة التي تعرقل تنفيذ الأهداف التسويقية للسياحة الرياضية .
3. لا تتبع الدولة الأسلوب العلمي في ممارسة تسويق السياحة الرياضية .
4. لا توجد إدارات مسئولة عن تسويق السياحة الرياضية .
5. لا تقوم الدولة بالترويج لخدمات السياحة الرياضية من خلال وسائل الإعلام المختلفة.

• **الصعوبات التي تواجه السياحة الرياضية تتمثل في :-**

1. قصور في الأدوات والأجهزة المساعدة التي تساعد على قيام السياحة الرياضية .
2. بيروقراطية وروتين إداري معوقاً يحكم الإجراءات الخاصة بالتسهيلات الممنوحة للزوار والسياح ورجال الأعمال .
3. غياب التعاون بين كليات التربية الرياضية وبين كليات ومعاهد السياحة والفنادق في توصيف مناهج دراسية للسياحة الرياضية .
4. غياب القرار في اتخاذ السياحة الرياضية كرافد أساسي وجديد للتنمية الإقتصادية .
5. لا توجد ميزانية مالية تغطي متطلبات الخطط المستقبلية للسياحة الرياضية.

التوصيات

في ضوء إستخلاصات الدراسة يوصي الباحث بما يلي :

1. يجب توجيه القوى السياسية الفاعلة في المجتمع نحو تجييش الرأي العام ضد محاولات التخريب والتهديدات الأمنية المؤثرة على البلاد .
2. يجب تصميم وتنفيذ برامج تدريب لرجال الأمن حتى يصبحوا قادرين على القيام بمهامهم بشكل إحتراقي وقانوني .
3. العمل إعادة صياغة العلاقة بين المجتمع والدولة ضمن رؤية شاملة لابد وأن تشمل دوراً للقائمين على السياحة الرياضية من أسفل لأعلى .
4. ضرورة الإعراف بأن هناك صعوبات نظرية ومنهجية وعملية أيضاً في تحديد التهديدات والأخطار الأمنية المؤثرة على السياحة الرياضية .
5. ضرورة الإدراك بأن تطوير وإصلاح القطاع الأمني يرتبط بالتطور الإقتصادي أيضاً .
6. ضرورة تكثيف دور المؤسسات الحكومية والخاصة في غرس روح الإنتماء والإخلاص للوطن.
7. العمل على إيجاد قاعدة بيانات لكل أوجه أنشطة السياحة الرياضية لتستخدم عند التخطيط لتسويق تلك الأنشطة .
8. ضرورة وضع خطط بديلة لمواجهة الظروف الطارئة التي تعرقل تنفيذ الأهداف التسويقية للسياحة الرياضية .
9. ضرورة إتباع الأسلوب العلمي في ممارسة تسويق السياحة الرياضية .
10. العمل على توفير مخصصات مالية مناسبة لأوجه الأنشطة المختلفة لتسويق السياحة الرياضية.
11. ضرورة إنشاء إدارات مسئولة عن تسويق السياحة الرياضية في الجهات الرياضية المختلفة وكذلك في الهيئة العامة لتنشيط السياحة .

12. ضرورة الترويج لخدمات السياحة الرياضية من خلال وسائل الإعلام المختلفة.
13. ضرورة القضاء على البيروقراطية والروتين الإداري المعوق للتسهيلات الممنوحة للزوار والسياح ورجال الأعمال .
14. ضرورة التعاون بين كليات التربية الرياضية وبين كليات ومعاهد السياحة والفنادق في توصيف مناهج دراسية للسياحة الرياضية .
15. يجب إعتبار السياحة الرياضية رافد أساسي وجديد للتنمية الإقتصادية .

المراجع

أولاً : المراجع العربية

1. بهجت ، وليد أمين عباس ، (2000) ، بناء برامج للأنشطة الترويحية الرياضية للسياحة الرياضية بجمهورية مصر العربية ، رسالة دكتوراة غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان .
2. التدمري ، أحمد دلال (1998) ، متطلبات بناء السلم في العلاقات العربية - العربية ، ورقة قدمت إلى ندوة مستقبل العلاقات العربية - العربية بعد تحرير الكويت (26-28 مايو ، 1997) ، الكويت ، جامعة الكويت ، مركز دراسات الخليج والجزيرة العربية ، ص288.
3. الجمسي ، جمال السيد احمد رمضان ، (2000) ، تقويم دور السياحة الرياضية فى التنمية الاقتصادية بجمهورية مصر العربية ، مؤتمر الإستثمار والتنمية البشرية في الوطن العربي من منظور رياضي ، المؤتمر العلمي الثالث ، مجلد 2 ، كلية التربية الرياضية للبنات بالجزيرة ، جامعة حلوان ، 17-19 أكتوبر .
4. الحشاش ، منى عبد العزيز عيسى ، (2008) ، تقويم إمكانات السياحة الرياضية في دولة الكويت ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة الإسكندرية.
5. حلمي ، إمامة سمير ، (2000) ، تقويم أساليب تسويق السياحة الرياضية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية السياحة والفنق ، جامعة الإسكندرية.
6. الروبي ، نبيل ، (1983) ، نظرية السياحة ، مؤسسة الثقافة الجامعية ، الإسكندرية .
7. السويدي ، جمال سند (1999) ، قمة أبوظبي والمتغيرات الإقليمية ، مجلس التعاون الخليجي على مشارف القرن الحادي والعشرين ، أبوظبي ، مركز الإمارات للدراسات والبحوث والإستراتيجية .
8. الشريف ، أحمد سعد ، (2000) ، على مسؤوليتهم السياحية والرياضية ، مجلة الرياضة والشباب ، العدد 1102 ، دبي ، سبتمبر.

9. الشيخ ، أحمد نبيل كامل ، (2007) ، برنامج ترويجي رياضي مقترح لتفعيل السياحة الرياضية في ضوء تقويم برامجها الحالية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة الزقازيق .
10. العائدي عثمان ، (2000) ، آفاق السياحة في سورية ، جمعية العلوم الاقتصادية ، سورية.
11. عبد الحكيم ، جاسم محمد ، (2003) ، صناعة السياحة في دولة الإمارات مع التطبيق على "إمارة دبي" دراسة جغرافية ، إصدارات دائرة الثقافة والإعلام ، حكومة الشارقة ، الإمارات العربية المتحدة .
12. عبد الحليم ، أحمد ، (1992) ، أمن الخليج إلى أين ، أوراق الشرق الأوسط .
13. عبد المقصود ، إبراهيم ، الشافعي ، حسن أحمد ، (2004) ، الموسوعة العلمية للإدارة الرياضية ، السياحة مصدر لتمويل الرياضة ، كتاب 2 ، الطبعة الأولى ، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، الإسكندرية .
14. عوني ، أبو بكر عطية علي ، (2006) ، التخطيط لموارد السياحة الرياضية بمحافظة الإسكندرية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنات ، جامعة الإسكندرية.
15. القلعة سعد الله أغا ، (2003) ، الدراسة التحليلية لنتائج المسح السياحي الذي أجرته وزارة السياحة في شهر آب 2002 ، والمقترحات المستندة إليها والمتصلة بالأنشطة السياحية والاستثمار والتسويق والترويج ، وزارة السياحة - سورية .
16. ملوخية ، أحمد فوزي ، (2005) ، التنمية السياحية ، الطبعة الأولى ، مكتبة بستان المعرفة ، الإسكندرية .
17. الموجي ، كوثر ، (1986) ، السياحة الرياضية في جمهورية مصر العربية ، المؤتمر العلمي الأول ، المجلد الثاني ، كلية التربية الرياضية للبنين بأبي قير ، جامعة الإسكندرية ، 18-20 ديسمبر .
18. الميداني ، أشرف سمير ، (1998) ، تقويم إمكانات السياحة الرياضية في جمهورية مصر العربية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة الإسكندرية.
19. الميداني ، أشرف سمير ، (2004) ، التخطيط لإعداد المتخصص للسياحة الرياضية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة الإسكندرية ، 2004 م .
20. هاغلين ، بيورن وسكونز ، اليزابيث ، (2004) ، القطاع العسكري في محيط متغير ، في : التسليح ونزوع السلاح والأمن الدولي ، الكتاب السنوي ، فريق الترجمة : فادي حمود وآخرون ، بإشراف سمير كرم ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت .

ثانياً : المراجع الأجنبية :

21. Dawid J. delivers , (2001) , Sports and tourism to stimulate development world conference on sports and tourism , Barcelona , Spain , Feb..
22. Margaret Deery, Richard Sharpley , (2005) , The Management of Sport Tourism , Sport in Society Volume: 8, Issue: 2, Publisher: SAGE, Pages: 378-389
23. theory and place Margaret J. Daniels , (2007) , Central tourism impacts , [Annals of Tourism Research](#) , sport [Volume 34, Issue 2](#), April, Pages 332-347 .
24. Tom Hinch , James Higham (2011) , Sport Tourism Development , Aspects Of Tourism , 2nd Ed. , Channel View Publication.

25. <http://www.dotmsr.com/news/200/185959>
26. <https://www.mota.gov.jo/Documents/Statistics>
27. <https://www.masress.com/akhersaa/9720>
28. <http://www.elbalad.news/670815>