

## استثمار الإمكانيات والمنشآت الرياضية للنهوض بالسياحة الرياضية بمحافظة الوادي الجديد

أ.د/ نبيه عبد الحميد سليمان العلقامي

أستاذ متفرغ بقسم الادارة الرياضية - كلية التربية الرياضية

للبنين - جامعة حلوان

أ.م.د/ حسام رضوان كامل

أستاذ مساعد بقسم الادارة الرياضية - كلية التربية

الرياضية للبنين - جامعة حلوان

الباحث/ أحمد عادل اسماعيل داغر

معلم تربية رياضية بمدرسة فضل الحديثة التابعة لمجموعة

٣٠ يونيو بوزارة التربية والتعليم

Doi: 10.21608/jsbsh.2024.279577.2693

### مقدمة ومشكلة البحث:

أصبحت الرياضة تعتمد على الاقتصاد لتمويل مختلف الألعاب وذلك لكونها تعد وسيلة دعاية وإشهار وانتشار في مجال الإنتاج والتسويق الرياضي للمنتج والخدمات الرياضية، وقد راعت المجتمعات المتقدمة رياضياً تهيئة المناخ للاستثمار حتى تساهم في جعله عملاً جدياً من وجهة نظر المستثمرين، وتشجيعهم على دخول المجال الرياضي لكي يفيدوا ويستفيدوا بشكل إيجابي.

لذلك يلعب الاستثمار دوراً هاماً في تطور المجتمعات والبلدان وهو واحد من أهم العمليات الاقتصادية ذات النفع الكبير والمردود الإيجابي نحو بناء إستراتيجية اقتصادية مستقبلية تعتمد عليه الأجيال والإستثمار الرياضي يعد من أقصر الطرق وصولاً إلى النجاحات الاقتصادية في المجتمعات كافة وقد إستثمرت تلك المجتمعات القطاع الرياضي فقد أدى إلى الإزدهار الاقتصادي عن طريق مختلف الإستثمارات الرياضية، ولهذا فعندما يتم التسويق للإستثمار لا بد أن يكون التسويق للإستثمار في القطاع الرياضي لأنه الأسرع في تحقيق المكاسب المادية وتطوير الموارد البشرية بالإضافة إلى أنه سيشكل مصدر إقتصادية جديدة للدولة (٢: ٣٣).

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

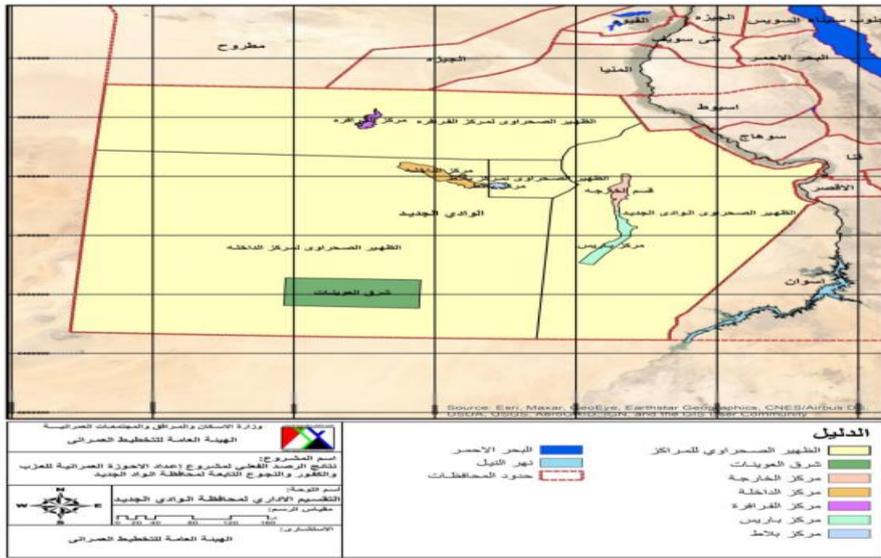
هذا من جانب ومن جانب آخر فإن البطولات الرياضية تمثل عملية ترويج سياحي غير مباشر للدولة عبر شاشات التلفزيون وصفحات الجرائد والإعلان عن إسم الدولة في كافة أرجاء العالم وما يتبع ذلك من رواج سياحي في كافة دول العالم، هذا بالإضافة إلى كافة البطولات والدورات العالمية والقارية الكبرى، مثل الدورات الأولمبية التي أصبحت هذه البطولات تحقق رواجاً عظيمة للدولة المضيفة مما أدى إلى تدخل العوامل السياسية لنيل شرف تنظيم مثل هذه البطولات لما تحققه من مكاسب جمة تجنيها الدولة من جراء تنظيمها لتلك البطولات (١٥:١).

وتعتبر محافظة الوادي الجديد أكبر المحافظات في جمهورية مصر العربية من حيث المساحة، حيث تقع في الجنوب الغربي لمصر بالصحراء الغربية ويحدها من الشرق محافظات المنيا، أسيوط، سوهاج، قنا وأسوان، ومن الغرب حدود مصر مع ليبيا ومن الشمال محافظات مطروح والواحات البحرية التابعة لمدينة السادس من أكتوبر ومن الجنوب حدود مصر مع السودان. وتبلغ مساحة المحافظة ٤٤٠٠٩٨ كم<sup>٢</sup> بما يعادل ٤٤٪ من المساحة الكلية لجمهورية مصر العربية وحوالي ٦٦٪ من مساحة الصحراء الغربية وهذه المساحة تشمل ثلاث واحات هي الخارجة الداخلة والفرافرة وهي خمس مراكز إدارية بالمحافظة وهم (مركز الخارجة- مركز الداخلة- مركز الفرافرة- مركز باريس- مركز بلاط) والعاصمة هي الخارجة.

ومن خلال دراسة الباحثين لمقومات الإستثمار والتسويق الرياضي والسياحة الرياضية والاطلاع على الدراسات السابقة، نستخلص أن محافظة الوادي الجديد تعتبر من أكبر وأهم محافظات جمهورية مصر العربية في مناطق الجذب السياحي والتي يمكن أن تصبح من أهم مصادر الدخل القومي إذا تم خلق بيئة مناسبة لتطوير وإستثمار المنشآت الرياضية والتسويق الجيد لها وإقامة العديد من المنافسات والمسابقات الرياضية بها عن طريق استغلال عناصر الطبيعة مثل سباقات الهجن و تسلق الجبال أو تلك التي تتطلب إمكانات خاصة لممارستها مثل وألعاب الكرة ورحلات السفاري وغيرها. لذا قام الباحثين بتسليط الضوء على توضيح صعوبات تفعيل الإستثمار للإمكانات والمنشآت الرياضية للنهوض بالسياحة الرياضية بمحافظة الوادي الجديد.

وتعتبر محافظة الوادي الجديد أكبر المحافظات في جمهورية مصر العربية من حيث المساحة، حيث تقع في الجنوب الغربي لمصر بالصحراء الغربية ويحدها من الشرق محافظات المنيا، أسيوط، سوهاج، قنا وأسوان، ومن الغرب حدود مصر مع ليبيا ومن الشمال محافظات مطروح والواحات البحرية التابعة لمدينة السادس من أكتوبر ومن الجنوب حدود مصر مع السودان. وتبلغ مساحة المحافظة ٤٤٠٠٩٨ كم<sup>٢</sup> بما يعادل ٤٤٪ من المساحة الكلية لجمهورية مصر العربية وحوالي ٦٦٪ من مساحة الصحراء الغربية وهذه المساحة تشمل ثلاث

واحات هي الخارجة الداخلة الفرازة وهي خمس مراكز إدارية بالمحافظة وهم (مركز الخارجة- مركز الداخلة- مركز الفرازة- مركز باريس- مركز بلاط) والعاصمة هي الخارجة تمتاز محافظة الوادي الجديد بمناخ جاف صيفاً دافئ شتاءً والأمطار نادرة وتتميز المحافظة بأعلى نسبة سطوع للشمس في العالم على مدار السنة والتي يمكن استغلالها كمصدر للطاقة المتجددة. ومن حيث السياحة تتميز المحافظة بوجود آثار تمثل جميع العصور التاريخية منها الفرعونية والرومانية والقبطية والإسلامية والفارسية والبطلمية. وتتميز بجمال الطبيعة والهدوء والجو النقي الشمس الساطعة وكلها من المقومات السياحية الهامة والتي وضعتها على خريطة مصر السياحية تعتبر مدينة الخارجة واحة كبيرة ومدينة مصرية وعاصمة محافظة الوادي الجديد.



خريطة (١): التقسيم الإداري لمحافظة الوادي الجديد (١:١٠٠)

وأيضا تعتبر الخارجة أكثر واحات الصحراء الغربية تطورا وتحوي أغلب التسهيلات للحياة العصرية مما يجعلها تختلف عن الواحات الواقعة في الصحراء الغربية **كواحة سيوة** و**واحة الداخلة** مما يجعل وصف الواحة وصفا غير دقيق قد لا ينطبق عليها. وتحوي معالم سياحية ورياضية هامة منها:

- **المكتبة العامة بالوادي الجديد** التي تعد من أبرز المعالم الثقافية بالمدينة ويعقد بها أسبوعيا حفلا ثقافيا يعرض ألوانا من الفنون الموسيقية والمسابقات الثقافية
- **قبر الجندي المجهول** فنقش عليه أسماء أبناء المحافظة الذين استشهدوا في **حرب أكتوبر ١٩٧٣**.
- نادي الساحة ويشتمل على ملعب كرة قدم وحمام سباحة أولمبي.
- مجمع الصالات المغطاة الرياضي وتعرف المدينة بسياحة المعالم الأثرية إضافة إلى سياحة **السافاري** كما توجد بها مجموعة من العيون الكبريتية والمعدنية التي تشتهر بتميزها من حيث

المركبات الكيميائية وعلاجها لبعض الأمراض مثل الروماتيزم والحساسية وتبلغ حرارتها نحو ٤٣ درجة مئوية والتي يتوافد عليها العديد من السواح، ومن أهم معالم المدينة:

• متحف آثار الوادي الجديد ويضم العديد من القطع الأثرية القديمة التي عُثِرَ عليها بمختلف المناطق الأثرية بالمحافظة، ومنها لوحات فرعونية عُثِرَ عليها في منطقة قلاع الضبة ببلاط، وتمثيل للإله حورس، وتمثال الأسد الرابض بوجه إنسان والذي عُثِرَ عليه في معبد دير الحجر، إضافة إلى مجموعة من الأواني الفخارية من العصر القبطي وبعض القطع عُثِرَ عليها بمنطقة موط بالداخلية.

وبها معبد هيبس أيضا مقابر البجوات تقع خلف معبد هيبس من الناحية الشمالية وسميت بذلك لكونها بنيت على شكل قباب ويرجع تاريخها لإنشائها عندما هرب الأقباط من اضطهاد الرومان في القرن السادس الميلادي واستقروا في الخارجة وشعروا بالأمان فبنوا كنائسهم والتي ما زالت موجودة حتى الآن. ومنها كنيسة الخروج والتي بها رسوم تحكي قصة خروج بني إسرائيل من مصر يتبعهم فرعون بجنوده وبعض القصص الدينية التي ذكرت في القرآن الكريم والكتاب المقدس وبعد فترة من الزمان وبعد عودة الأقباط مرة أخرى كان يستغلها حجاج درب الغربي كاستراحات عند ذهابهم إلى الحج وفيها كتبوا ذكرياتهم وسطّروا الشعر والنثر ويبلغ عدد هذه القبوات ٢٦٣ مقبرة.

وتتلخص مشكلة البحث في إنفراد محافظة الوادي الجديد بميزة نسبية من حيث جذب السياح دون محافظات الجمهورية، لاسيما من حيث مواقع السياحة المتميزة وأسعارها المنخفضة، إلا أن نصيبها من السياحة الرياضية العالمية لايزال أدنى بكثير من إمكانياتها لأن قطاع السياحة الرياضية لايزال يواجه قيودا كبيرة منها قلة الاستثمارات في البنية التحتية والخدمات الأساسية في المنشآت الرياضية بالمحافظة، ضعف تواجد الجهات المنوطة بتنشيط السياحة الرياضية بالمحافظة، ونقص الكوادر البشرية المتخصصة في مجال السياحة الرياضية، عدم قدرة القطاع السياحي المصري على التعافي بشكل كافي وعدم التعاون بين القطاعين العام والخاص في تدعيم منتج السياحة، غياب التعاقد مع الشركات المتخصصة في تنظيم المهرجانات والمسابقات الرياضية بالمحافظة، والاهم من ذلك الافتقار إلى سياسة واستراتيجية موجهة لتنمية السياحة الرياضية واستثمار الإمكانيات والمنشآت الرياضية في المحافظة وتسويقها عالميا.

ومن خلال دراسة مقومات الإستثمار والتسويق الرياضي والسياحة الرياضية والاطلاع على الدراسات السابقة، نستخلص أن محافظة الوادي الجديد تعتبر من أكبر وأهم محافظات جمهورية مصر العربية في مناطق الجذب السياحي والتي يمكن أن تصبح من أهم مصادر الدخل القومي إذا تم خلق بيئة مناسبة لتطوير وإستثمار المنشآت الرياضية والتسويق الجيد لها وإقامة العديد من المنافسات والمسابقات الرياضية بها عن طريق استغلال عناصر الطبيعة مثل سباقات الهجن و تسلق الجبال أو تلك التي تتطلب إمكانيات خاصة لممارستها مثل وألعاب الكرة ورحلات السفاري وغيرها. لذا قام

الباحثين بتسليط الضوء على توضيح صعوبات تفعيل الإستثمار للإمكانات والمنشآت الرياضية للنهوض بالسياحة الرياضية بمحافظة الوادي الجديد.

#### أهمية البحث:

الأهمية العلمية:

تمثلت الأهمية العلمية للبحث في:

- التعرف على واقع الاستثمار الرياضي داخل محافظة الوادي الجديد والقوانين والتشريعات المنظمة للعملية الاستثمارية ومصادر التمويل واساليب التسويق الرياضي داخل المحافظة والتعرف على الصعوبات التي تواجه قطاع السياحة الرياضية داخل المحافظة.
- حيوية موضوع البحث علميا حيث أنه أهتم بدراسة التخطيط الاستراتيجي وكيفية تطبيقه في تحقيق الأهداف والوصول إلى النتائج المطلوبة.
- الدعوة من خلال هذا البحث إلى محاولة تطبيق هذه الدراسة على كافة المحافظات السياحية لمواجهة التحديات والصعوبات التي تواجه قطاع السياحة الرياضية في مصر.
- قد يسهم هذا البحث في فتح آفاق أوسع أمام دراسات علمية أخرى تتعلق بمجال السياحة الرياضية. الأهمية التطبيقية:

تمثلت الأهمية التطبيقية للبحث في:

- يتناول البحث الوضع الراهن البيئة الداخلية / البيئة الخارجية للإمكانات والمنشآت الرياضية داخل محافظة الوادي الجديد والعمل على تطويرها بما يعمل على تحقيق الأهداف التي انشئت من أجلها.
- المساهمة في إمكانية تعميم ما توصلت إليه الدراسة من نتائج في المناطق السياحية الرياضية للارتقاء بالبرامج المقدمة للسائحين الرياضيين.
- يتطرق هذا البحث إلى تحديد متطلبات إدماج المحافظة في السوق الرياضي العالمي والشكل الذي يجب أن تكون عليه المحافظة بكافة العناصر من بنية تحتية وخدمات وكيفية التغلب على العقبات/ المعوقات المشكلات التحديات التي تقف في تطبيق هذه المتطلبات.
- يسعى هذا البحث إلى تفعيل الاستثمار الرياضي للإمكانات والمنشآت الرياضية بمحافظة الوادي الجديد للنهوض بالسياحة الرياضية لخلق مصدر من مصادر الدخل الإضافي للدولة لخفض الأعباء المالية الملقاه على الموازنة العامة للدولة.

#### أهداف البحث :

يهدف البحث إلى " تفعيل الاستثمار للإمكانات والمنشآت الرياضية للنهوض بالسياحة الرياضية بمحافظة الوادي الجديد" من خلال التعرف على كل من :

١. مقومات السياحة الرياضية بالمحافظة .

٢. تحديات السياحة الرياضية بالمحافظة .

٣. فرص الاستثمار وتسويق السياحة الرياضية بالمحافظة .

### الاستثمار الرياضي :

"هو الاستفادة من كافة الإمكانيات المادية والبشرية في زيادة العائد الإقتصادي للهيئة الرياضية من خلال الأنشطة الرياضية المختلفة " (٨ : ٣٣).

### الإمكانات:

"هي كل ما يمكن أن يساهم في تحقيق هدف معين حالي أو مستقبلي من تسهيلات وملاعب وأجهزة وأدوات ميزانية وظروف بيئية ومعلومات وكوادر متخصصة متبعين الأسلوب العلمي للتخطيط والإدارة" (٧ : ٢٩).

### المنشآت الرياضية :

" هي كل منشأة مفتوحة للجمهور معدة خصيصا للممارسة البدنية والرياضية والتي تتوفر فيها الشروط التقنية والصحية والأمنية لاحتواء النشاطات الرياضية والبدنية " (١٢ : ٤٨) .

### السياحة الرياضية:

"هي ظاهرة إجتماعية تتمثل في إنتقال الفرد مؤقتا من البلد المقيم فيه على سبيل الإعتياد إلى بلد آخر أو منطقة أخرى لأي غرض غير أغراض الهجرة أو العمل بأجر وتعرف ايضا السياحة الرياضية بأنها السفر من مكان إلى مكان آخر داخل أراضي الدولة أو خارج حدودها للمشاركة ببعض الأنشطة الرياضية، أو الاستمتاع بمشاهدة هذه الأنشطة بما في ذلك بطولات كأس العالم لكرة القدم، ودورات الألعاب الأولمبية، وممارسة رياضة التزلج على الجبال الثلجية، وغيره " (٩ : ١١).

### الدراسات المرجعية العربية :

أجرى كل من أشرف صبحي محمد، أحمد كمال محمود، إسلام عرفة علي (٢٠٢١) دراسة عنوانها: "معوقات الاستثمار في المجال الرياضي بجمهورية مصر العربية"، هدفت الدراسة التعرف على معوقات الاستثمار في المجال الرياضي بجمهورية مصر العربية. فالرياضة تعد إحدى أهم المجالات الاستثمارية الواعدة والمثمرة، وهو ما ثبت في السنوات الأخيرة. واستخدم البحث المنهج الوصفي. وتمثلت أدواته في استمارة استبيان، ومقابلة شخصية، والتي تم تطبيقها على عينة من الأفراد من وزارة الشباب والرياضة، ووزارة الاستثمار، ومجلس إدارة اللجنة الأولمبية المصرية، ومجالس إدارات الاتحادات الرياضية بمصر، والأندية الرياضية بالدوري الممتاز، وشركات الخدمات الرياضية والبالغ عددهم (٩٠) فرد. وأشارت نتائج البحث إلى قلة الكوادر القيادية والإدارية المدربة والمتخصصة في مجال الاستثمار الرياضي. وأوصي البحث بضرورة توفير قاعدة بيانات شاملة خاصة بقطاع الرياضة

تساعد المستثمر على اتخاذ القرار الاستثماري وتشير إلى أهم الفرص الاستثمارية في المجال الرياضي(٤).

أجرى كل من أشرف صبحي محمد، أحمد كمال محمود، إسلام عرفة علي (٢٠٢١) دراسة عنوانها: "طرق وأساليب الاستثمار في المجال الرياضي بجمهورية مصر العربية"، سعي البحث إلى التعرف على طرق وأساليب الاستثمار في المجال الرياضي بجمهورية مصر العربية. فالاستثمار يعد أحد الوسائل الأساسية لتنفيذ سياسات وبرامج التنمية والتي تحتل مكانة رفيعة في الدول المتقدمة. وانتهج البحث المنهج الوصفي. وتمثلت أدواته في المقابلة الشخصية، واستمارة الاستبيان والتي تم تطبيقها على عينة من وزارة الشباب والرياضة، وزارة الاستثمار، ومجلس إدارة اللجنة الأولمبية المصرية والبالغ عددهم (٩٠) فرد. وأشارت نتائج البحث إلى ترويج الأسهم وذلك من خلال طرح لأسهم الحكومة على أسواق رأس المال، وبيع حصة من أسهم المشروعات الرياضية إلى الأعضاء. وأوصى البحث بضرورة الاستفادة من أشكال الاستثمار المختلفة والمتنوعة في المجال الرياضي، وضرورة استفادة الأندية الرياضية لما سمح به القانون من إنشاء شركات مساهمة للخدمات الرياضية وذلك لاستثمار فائض أموالهم(٥).

أجرى نادى أحمد على عبد المجيد (٢٠٢١) دراسة عنوانها: "ضمانات وحوافز الإستثمار في المؤسسات الرياضية بجمهورية مصر العربية"، هدف البحث إلى التعرف على ضمانات وحوافز الاستثمار في المؤسسات الرياضية بجمهورية مصر العربية. وعرض البحث أطراً مفاهيمياً تتضمن الاستثمار، والمؤسسات الرياضية. واعتمد البحث على المنهج الوصفي المسحي. وتمثلت أدوات البحث في استمارة المقابلة الشخصية، واستمارة استبيان، وتم تطبيقها على عينة من أفراد المؤسسات الرياضية من مجلس إدارات الأندية الرياضية من وزارة الشباب والرياضة، والبالغ قوامها(١٢٠) فرد. وجاءت نتائج البحث مؤكدة على اتفاق الآراء على عدم جواز تأمين الشركات أو المشروعات أو المنشآت الرياضية أو فرض الحراسات بالطريق الإداري على الشركات أو المشروعات، وأن هيئة الاستثمار هي المختصة بجمع وتوفير البيانات والمعلومات المتعلقة بالاستثمار ومتابعة تحديثها في مجالات التربية البدنية والرياضية. وأوصى البحث بضرورة عدم تأمين المشروعات الرياضية أو مصادرتها وفرض الحراسات على المنشآت الرياضية أو الأندية الرياضية أو الحجز على أموالها وفقاً لقانون الاستثمار أنها مشروعات خدمية(١١).

أجرى فريد صلاح الدين (٢٠٢٠) دراسة عنوانها: " علاقة الاستثمار الرياضي بتحسين أداء الموارد البشرية في المنشآت الرياضية"، تهدف الدراسة إلى إبراز العلاقة بين الاستثمار الرياضي والمنشآت الرياضية ودوره في تحسين أداء الموارد البشرية، في مركب محمد بوضياف بالجزائر العاصمة، وتم

التطرق في هذه الدراسة إلى التسويق الرياضي الذي يعتبر عنصر من عناصر الاستثمار الرياضي ولما له دور في تمويل المنشآت الرياضية وزيادة دخلها المادي والعمل على توسعها، ومعرفة واقعه في المنشآت الرياضية، والعمل على كشف المشاكل، ومحاولة إعطاء حلول لها، كما شملت عينة الدراسة المسحية ٣٠ فرد بين مدراء ورؤساء الوحدات، وقد تم استخدام المنهج الوصفي لملائمته لطبيعة الدراسة المراد القيام بها، وتمت معالجة البيانات إحصائياً باستخدام طريقتين تمثلت في النسبة المئوية وكا ٢، بواسطة برنامج الإحصائي SPSS وقد أسفرت النتائج إلى تجاوب أفراد العينة مما يعني تحقق الفرضيتين دون الفرضية الثالثة التي نفيت من قبل عينة الدراسة بعدم إعطاء أهمية للاستثمار في الموارد البشرية، ولهذا تم وجوب وضع اقتراحات تحت على ضرورة الاهتمام بالاستثمار في رأس المال البشري من أجل تحسين أداء المنشآت الرياضية (١٠).

٥- أجرى كل من بادي حسيان الدوسري، محمد جاسم أحمد، عبد الحق سيد عبد الباسط (٢٠٢٠) دراسة عنوانها: "معوقات الإستثمار الرياضي في الأندية الرياضية في دولة الكويت"، هدفت الدراسة إلى التعرف على معوقات الاستثمار الرياضي في الأندية الرياضية في دولة الكويت. استخدم البحث المنهج الوصفي. وتمثلت أدوات البحث في تحليل المحتوي والوثائق، والمقابلة الشخصية، واستمارة الاستبيان، وتم تطبيقها على عينة عمدية قوامها (١٠) نادي رياضي ممثلة من رئيس مجلس إدارة النادي، وأعضاء مجلس إدارة النادي، والمدير الإداري للنادي، والمكتب التنفيذي. وجاءت نتائج البحث مؤكدة على أن من أهم معوقات الاستثمار قلة الخبرات الإدارية اللازمة للعاملين في الأندية الرياضية بدولة الكويت للاستثمار الرياضي الناجح، والحاجة إلى وجود رأس مال كبير لعمل مشاريع الاستثمار الرياضي. وأوصى البحث بضرورة تأهيل الكوادر التي تعمل في مجال الرياضة؛ حتى تتم الاستفادة القصوى في هذا المجال من ناحية التخطيط السليم أو الاستثمار الفعال في المجال، وإقناع الآخرين بعدم التخوف من صرف الأموال في هذا المجال والاستثمار فيه (٦).

#### الدراسات المرجعية الأجنبية:

٦- دراسة ديفيد وآخرون (14) (2019) David. et. al بعنوان "أطلاقة درجة عليا عبر الانترنت لإدارة السياحة في الصين" وهدفت الدراسة إلى التعاون بين جامعة واحدة من الولايات المتحدة (جامعة ولاية كولورادو) وجامعة من الصين (جامعة وسط الصين) لوضع درجة عليا لإدارة السياحة في الصين، واستخدم الباحثون المنهج الوصفي وتكونت عينة البحث من (٩٤ خبيراً في مجال السياحة واستخدم الباحثون الاستبيان كأداة لجمع البيانات وتوصلت النتائج لبرنامج مقترح كأثار واسعة على تعليم المتخصصين في السياحة.

٧- دراسة كارولينا وآخرون (13) (2019) cornelia. et .al بعنوان "إعداد المتخصصين في الترويج" سمات الخرجين المتوقعة من المتخصصين في الترويج وهدفت الدراسة إلى وضع برنامج

دراسات عليا لإعداد متخصص في الترويج وتحديد سمات الخرجين المتوقعة من المتخصصين في الترويج واستخدام الباحثون المنهج الوصفي وتكونت عينة البحث من (٢١٤) خبيراً في مجال الترويج واستخدام الباحثون الاستبيان كأداة لجمع البيانات وتوصلت النتائج إلى وضع برنامج متكامل لإعداد المتخصصين في الترويج.

#### أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

الأطلاع على البحوث والدراسات السابقة والمرتبطة : ساعد في تفهم الباحثين حدود المشكلة وتحديد المنهج والعينة واختيار أدوات جمع البيانات وتحديد المعالجات الإحصائية والوقوف على أهم المراجع العربية والأجنبية والاستفادة منها.

#### إجراءات البحث

**منهج البحث:** استخدم الباحثين المنهج الوصفي بأسلوب الدراسات المسحية لملائته لطبيعة وأهداف البحث.

**مجتمع البحث:** تمثل مجتمع البحث في مديريين القرى السياحية و الإداريين بوزارات (الاستثمار - السياحة - الشباب والرياضة)، وأيضاً من مديريين شركات السياحة ووكلاء السفر بمحافظة الوادي الجديد.

**عينة البحث:** قام الباحثين باختيار عينة عشوائية قوامها (١٢٠) فرداً من مديريين القرى السياحية و الإداريين بوزارات (الاستثمار - السياحة - الشباب والرياضة)، وأيضاً من مديريين شركات السياحة ووكلاء السفر بمحافظة الوادي الجديد، منها عدد (٩٠) فرداً عينة أساسية وعدد (٣٠) عينة استطلاعية، وجدول (١) يوضح توصيف عينة البحث.

جدول (١) توصيف عينة البحث

م	الفريق	العينة الأساسية	العينة الإستطلاعية
١	مديريين القرى السياحية	٣٠	١٣
٢	الإداريين بوزارات الاستثمار	٢٠	٨
٣	الإداريين بوزارات السياحة	١٠	٣
٤	الإداريين بوزارة الشباب والرياضة	١٠	٣
٥	مديريين شركات السياحة ووكلاء السفر	٢٠	٣
	الإجمالي	٩٠	٣٠

الإجراءات التنفيذية للبحث :

**أدوات جمع البيانات:** إستعان الباحثين لجمع البيانات المطلوبة للبحث بأكثر من وسيلة من وسائل جمع البيانات وهي:

**أولاً- المقابلة الشخصية:** وقد قام الباحثين بإجراء بعض المقابلات الشخصية مع بعض الأساتذة الأكاديمين بكلية التربية الرياضية والخبراء في المجال الإدارة الرياضية الرياضية وبعض قيادات وزارة الشباب والرياضة ووزارة السياحة، وذلك للتعرف علي عوامل الجذب السياحي، وتصوراتهم الشخصية حول إستمارة الإستبيان موضوع الدراسة، وقد إستفاد الباحثين من هذه المقابلات الشخصية في وضع محاور وعبارات الإستبيان.

### ثانيا - إستمارة الإستبيان:

١- بناء استمارة تقويم مقومات وتحديات استثمار السياحة الرياضية بمحافظة الوادي الجديد: قام الباحثين بتصميم استمارة استبيان مقومات وتحديات استثمار السياحة الرياضية بمحافظة الوادي الجديد، وقد راعى الباحثين إتباع الخطوات العلمية في بناء تلك الاستمارة، والتي تمثلت في الخطوات التالية:

#### ١. تحديد الهدف من الاستبيان:

في ضوء أهداف البحث تم تحديد هدف الاستبيان - قيد البحث، والذي تمثل في الصعوبات التي تواجه عملية استثمار السياحة الرياضية بمحافظة الوادي الجديد.

#### ٢. تحديد المحاور الرئيسية الخاصة بالاستبيان:

في ضوء تحديد هدف الاستبيان، ومن خلال إطلاع الباحثين على المراجع العلمية المتخصصة والدراسات السابقة في مجال السياحة الرياضية والاستثمار الرياضي، تم تحديد المحاور الرئيسية الخاصة بالاستبيان - قيد البحث، والمتمثلة في المحاور الآتية:

المحور الأول	:	مقومات السياحة الرياضية بالمحافظة.
المحور الثاني	:	تحديات السياحة الرياضية بالمحافظة.
المحور الثالث	:	فرص الاستثمار وتسويق السياحة الرياضية بالمحافظة.

#### عرض المحاور الرئيسية الخاصة بالاستبيان على الخبراء

قام الباحثين بتصميم استمارة استطلاع رأي الخبراء، حيث تضمنت عدد (٣) محاور، وتم عرضها على عدد (١٠) خبراء من الأساتذة المتخصصين في مجال الإدارة الرياضي- مرفق (١)، لاستطلاع آرائهم نحو كفاية المحاور المستخلصة، والجدول (٢) يوضح النسبة المئوية لآراء الخبراء في محاور الاستبيان.

جدول (٢) النسبة المئوية لآراء الخبراء في محاور استبيان - قيد البحث ن = ١٠

م	المحاور	التكرار	النسبة
---	---------	---------	--------

المئوية	لا	نعم		
٩٠%	-	٩	مقومات السياحة الرياضية بالمحافظة.	١
١٠٠%	-	١٠	تحديات السياحة الرياضية بالمحافظة.	٢
١٠٠%	-	١٠	فرص الاستثمار وتسويق السياحة الرياضية بالمحافظة.	٣

ويتضح من جدول (٢) أن جميع المحاور حازت موافقة الخبراء وتراوحت الأهمية النسبية لها من (٩٠ : ١٠٠%)، وهي نسب أعلى من النسبة المئوية التي ارتضاها الباحثين (٨٠%) لقبول تلك المحاور.

### ٣- الصورة المبدئية للاستبيان:

في ضوء آراء الخبراء في محاور الخاصة بالاستبيان، والإطلاع على الدراسات السابقة الخاصة بالبحث، قام الباحثين بتصميم استمارة الاستبيان - قيد البحث في صورتها المبدئية، وتم وضع العبارات الخاصة بكل محور بعدد (٦٠) عبارة موزعة على (٣) محور، والجدول (٣) يوضح عدد العبارات الخاصة بمحاور الاستبيان - قيد البحث.

جدول (٣) عدد عبارات محاور الاستبيان في صورته المبدئية

م	المحاور	عدد العبارات
١	مقومات السياحة الرياضية بالمحافظة.	٢٠
٢	تحديات السياحة الرياضية بالمحافظة.	٢٠
٣	فرص الاستثمار وتسويق السياحة الرياضية بالمحافظة.	٢٠٠
	المجموع الكلي للعبارات	٦٠٠

تم صياغة هذه المحاور في صورة عبارات، وقد تم تصميم الاستمارة بميزان تقدير ثلاثي الاستجابات (موافق/ لا أعرف / غير موافق)، بحيث تمنح الدرجة (٣) لاستجابة موافق، ودرجة (٢) لاستجابة إلي حد ما، ودرجة (١) لاستجابة غير موافق.

### ٤- عرض الصورة المبدئية للاستبيان على الخبراء:

تم عرض الصورة المبدئية للاستبيان على عدد (١٠) الخبراء في مجال الإدارة والسياسة الرياضية لاستطلاع رأيهم في عبارات الاستمارة في مدى مناسبتها للمحور، وسهولتها، ووضوحها، وجدول (٤) يوضح النسبة المئوية لآراء الخبراء في عبارات الاستبيان في صورته المبدئية، والتي اشتملت على (٨) محاور، وعدد (٦٠) عبارة.

جدول (٤) النسبة المئوية لآراء الخبراء في عبارات الاستبيان ن = ١٠

م	ك	%	م	ك	%	م	ك	%
عبارات المحور الأول			عبارات المحور الثاني			عبارات المحور الثالث		
١	١٠	١٠٠%	١	٨	٨٠%	١	١٠	١٠٠%
٢	١٠	١٠٠%	٢	١٠	١٠٠%	٢	١٠	١٠٠%

٣	١٠	%١٠٠	٣	١٠	%١٠٠	٣	١٠	%١٠٠
٤	١٠	%١٠٠	٤	١٠	%١٠٠	٤	١٠	%١٠٠
٥	٩	%٩٠	٥	١٠	%١٠٠	٥	١٠	%١٠٠
٦	١٠	%١٠٠	٦	١٠	%١٠٠	٦	١٠	%١٠٠
٧	١٠	%١٠٠	٧	١٠	%١٠٠	٧	١٠	%١٠٠
٨	١٠	%١٠٠	٨	١٠	%١٠٠	٨	١٠	%١٠٠
٩	١٠	%١٠٠	٩	١٠	%١٠٠	٩	١٠	%١٠٠
١٠	١٠	%١٠٠	١٠	١٠	%١٠٠	١٠	١٠	%١٠٠
١١	١٠	%١٠٠	١١	١٠	%١٠٠	١١	١٠	%١٠٠
١٢	١٠	%١٠٠	١٢	١٠	%١٠٠	١٢	١٠	%١٠٠
١٣	١٠	%١٠٠	١٣	١٠	%١٠٠	١٣	١٠	%١٠٠
١٤	١٠	%١٠٠	١٤	١٠	%١٠٠	١٤	١٠	%١٠٠
١٥	١٠	%١٠٠	١٥	١٠	%١٠٠	١٥	١٠	%١٠٠
١٦	١٠	%١٠٠	١٦	١٠	%١٠٠	١٦	١٠	%١٠٠
١٧	٨	%٨٠	١٧	١٠	%١٠٠	١٧	١٠	%١٠٠
١٨	١٠	%١٠٠	١٨	١٠	%١٠٠	١٨	١٠	%١٠٠
١٩	١٠	%١٠٠	١٩	١٠	%١٠٠	١٩	١٠	%١٠٠
٢٠	١٠	%١٠٠	٢٠	١٠	%١٠٠	٢٠	١٠	%١٠٠

وتبين من الجدول (٤) أن جاءت نسبة موافقة الخبراء على عبارات الاستبيان - قيد البحث قد تراوحت بين (٨٠: ١٠٠٪)، وقد جاءت جميع العبارات بنسب مئوية تساوى/أو أكبر من النسبة التي ارتضاها الباحثين لقبول العبارات، وهى نسبة (٨٠٪)؛ لذا تم قبول عدد (٦٠) عبارة.

##### ٥- الدراسة الاستطلاعية الخاصة بتطبيق استمارة الاستبيان:

بعد إجراء تعديلات السادة الخبراء، قام الباحثين بتطبيق الاستبيان - قيد البحث على عدد (٣٠) فرداً من المجتمع الأصلي للبحث من غير العينة البشرية - قيد البحث، للتحقق من مدى وضوح عبارات الاستبيان، وقد تضمنت هذه الاستمارة عدد (٦٠) عبارة موزعة على (٣) محاور، تقابل هذه العبارات ثلاث استجابات (اختيارات)، وهى (موافق، لا أعلم، غير موافق) بميزان ثلاثى التقدير، حيث يرمز لاستجابة (موافق) بكود (٣)، أما استجابة (لا اعرف) بكود (٢)، واستجابة (غير موافق) بكود (١)، وقد استفاد الباحثين بنتائج تلك التجربة فى التحقق من المعاملات العلمية من صدق وثبات استمارة الاستبيان - قيد البحث.

##### ٦- المعاملات العلمية الخاصة بالاستبيان:

للتأكد من المعاملات العلمية للاستبيان - قيد البحث، قام الباحثين بحساب معامل الصدق ومعامل الثبات لتلك الاستمارة.

أ- حساب معامل الصدق:

لحساب صدق الاتساق الداخلي للاستبيان قام الباحثين بتطبيقه على عينة قوامها (٣٠) عشرون فرداً من مجتمع البحث، ومن غير العينة الأساسية ولها نفس المواصفات، ثم قام الباحثين بحساب معامل الارتباط بيرسون كما يلي:

- قد تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه.
- كما تم حساب معاملات الارتباط بين مجموع درجات كل محور والدرجة الكلية للاستبيان، والجداول التالية توضح النتيجة على التوالي.

جدول (٥) معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات المحور الأول (مقومات السياحة الرياضية بالمحافظة) والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه ن = ٣٠

م	العبارة	معامل الارتباط
١	توفر المحافظة ميزانية كافية للتسويق السياحي	٠,٤٤١
٢	يوجد وعى سياحي للمجتمع المحلى تجاه اهمية السياحة والترويج لها	٠,٣٩٧
٣	المنشآت والمرافق الرياضية الحالية بالمحافظة بحالة صالحة لخدمة السياحة الرياضية	٠,٤٣٦
٤	توجد أجهزة وأدوات ورياضية تحقق الأهداف الاستثمارية للسياحة الرياضية بالمحافظة	٠,٣٩٢
٥	وجود الكوادر الإدارية المؤهلة لتنظيم الأنشطة السباحة الرياضية بالمحافظة	٠,٣٧١
٦	إجادة الكوادر المنظمة لأنشطة السياحة الرياضية للغات التواصل مع السائحين	٠,٤٧٠
٧	وجود الخدمات الصحية المساندة لأنشطة السياحة الرياضية بالمحافظة	٠,٦٩٧
٨	وجود مرشدون سياحيون على معرفة تامة بالسياحة الرياضية بالمحافظة	٠,٤٦٠
٩	إمام الكوادر القائمة على السياحة الرياضية بالانشطة التي تجذب السائحين	٠,٦٥٦
١٠	تتميز المحافظة بخدمات البنية التحتية كالمياه والكهرباء	٠,٦٠٦
١١	تتميز المحافظة بخدمات النقل البري الجازب للسياحة الرياضية	٠,٤٩٤
١٢	تتميز المحافظة بخدمات النقل الجوي الجازب للسياحة الرياضية	٠,٤٠٦
١٣	تتميز المحافظة بمستوى عالى من النظافة والخدمات السياحية	٠,٥٨٥
١٤	تتميز المحافظة بالموقع الجغرافي الجازب للسياحة الرياضية	٠,٤٢١
١٥	تتميز المحافظة بالمناخ الموسمي الجازب للسياحة الرياضية	٠,٤٦٤
١٦	تتميز المحافظة بالتضاريس (مثل الجبال والوديان.... وغيرها) الجازبة للسياحة الرياضية.	٠,٧٢٦
١٧	توفر المحافظة ميزانية كافية للتسويق السياحي	٠,٣٦٥

تابع جدول (٥) معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات المحور الأول (مقومات السياحة الرياضية بالمحافظة) والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه ن = ٣٠

م	العبارة	معامل الارتباط
١٨	تتميز المحافظة بوجود آثار تمثل جميع العصور التاريخية المختلفة الجازبة للسياحة الرياضية.	٠,٣٦٦

٠,٥٤٠	توجد خدمات سياحية من مطاعم وكافيتريات بالمناطق السياحية والاثريّة بالمحافظة	١٩
٠,٥٨٥	يوجد تعاون من قبل الجهات المعنية بالسياحة (الشركات السياحية - الأثار - البيئة)	٢٠

قيمة (ر) الجدولية عند درجة حرية (٢٨)، وعند مستوى معنوية (٠,٠٥) = ٠,٣٦١

يتضح من الجدول (٥) أن تراوحت معاملات الارتباط بين مجموع درجات كل بعد من محاور الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان ما بين (٠,٣٦٥ : ٠,٧٢٦)، وبمقارنة قيمة (ر) الجدولية يتضح وجود ارتباط دال إحصائياً بين المحاور والمجموع الكلي لاستمارة الاستبيان؛ مما يدل على أن المحاور تتسم بدرجة عالية من الصدق.

جدول (٦) معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات المحور الثانى (تحديات السياحة الرياضية بالمحافظة) والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه

م	العبارة	معامل الارتباط
١	سعى المحافظة لتطوير القطاع الأمنى الداخلى لتأمين أنشطة السياحة الرياضية بالدولة.	٠,٥٦٣
٢	اهتمام المحافظة بعملية توظيف أو تشغيل الطاقات البشرية فى مجال السياحة الرياضية	٠,٤٣٢
٣	وجود رؤية شاملة لمديرية الشباب والرياضة لتنمية السياحة الداخلية بالمحافظة.	٠,٦٥٦
٤	وجود برامج لثقل مهارات وخبرات القائمين على السياحة الرياضية بالمحافظة.	٠,٦٣٧
٥	تشجيع المحافظة القطاع الخاص فى مجال التسويق الرياضى.	٠,٤٧٥
٦	وجود التنسيق بين الجهات المعنية بالسياحة الرياضية داخل المحافظة.	٠,٥٠٧
٧	وجود إجراءات معوقة للتسهيلات الممنوحة من قبل المحافظة لتنفيذ المشروعات الأستثمارية الخاصة بالسياحة الرياضية.	٠,٧٠٤
٨	وجود قصور فى المنشآت والمرافق التى تخدم السياحة الرياضية بالمحافظة.	٠,٤٩٦
٩	وجود الاهتمام الأمثل بالمقومات الطبيعية والبيئية لجذب السياحة الرياضية بالمحافظة.	٠,٥٠١
١٠	وجود أسواق سياحية تنافسية بالمحافظات الأخرى	٠,٦٠١

تابع جدول (٦) معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات المحور الثانى (تحديات السياحة الرياضية بالمحافظة) والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه

م	العبارة	معامل الارتباط
١١	قدرة الشركات السياحة على جذب السائحين للسياحة الرياضية بالمحافظة.	٠,٦٨٣
١٢	صدور قرارات وزارية لتوجيه المستثمرين اتجاه السياحة الرياضية بالدولة.	٠,٦٢٥
١٣	وجود تشريعات خاصة بالسياحة الرياضية بالدولة.	٠,٥٤٠
١٤	وجود منهج علمى متخصص للسياحة الرياضية بالدولة.	٠,٦١٧
١٥	وجود تسويق برامج وأنشطة السياحة الرياضية بالمحافظة.	٠,٦٢٨
١٦	أهتمام شركات السياحة بالاعلان والدعاية عن الأنشطة والبرامج الخاصة السياحة الرياضية بالمحافظة.	٠,٦٢٠
١٧	اهتمام مراكز التدريب بتنظيم الدورات العلمية لتأهيل المتخصصين فى مجال السياحة الرياضية.	٠,٤٧٥
١٨	مواكبة ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فى مجال السياحة الرياضية.	٠,٥١٣
١٩	وعى ابناء المحافظة بأهمية السياحة الرياضية.	٠,٥٢٢
٢٠	اهتمام المستثمرين بالسياحة الرياضية بالمحافظة.	٠,٥٥٤

قيمة (ر) الجدولية عند درجة حرية (٢٨)، وعند مستوى معنوية (٠,٠٥) = ٠,٣٦١

يتضح من الجدول (٦) أن تراوحت معاملات الارتباط بين مجموع درجات كل بعد من محاور الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان ما بين (٠,٤٣٢ : ٠,٧٠٤)، وبمقارنة قيمة (ر) الجدولية يتضح وجود ارتباط دال إحصائياً بين المحاور والمجموع الكلي لاستمارة الاستبيان؛ مما يدل على أن المحاور تتسم بدرجة عالية من الصدق.

جدول (٧) معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات المحور الثالث (فرص الاستثمار وتسويق السياحة الرياضية بالمحافظة) والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه

م	العبارة	معامل الارتباط
١	توجد استراتيجية واضحة لتسويق السياحة الرياضية بالمحافظة.	٠,٥٣٩
٢	توجد إدارات مسئولة عن تسويق السياحة الرياضية بالمحافظة.	٠,٥٢٢
٣	تعتمد الإدارات التسويقية للسياحة الرياضية على قاعدة بيانات لكل أوجه أنشطة السياحة الرياضية بالمحافظة.	٠,٥٨٢
٤	توجد خطة تسويقية لتنشيط السياحة الرياضية بالمحافظة.	٠,٦٧٥
٥	تمتاز الخطة التسويقية للسياحة الرياضية بالخطط البديلة لمواجهة أى طوارئ تحدث بالمحافظة.	٠,٦٢٧
٦	توجد مخصصات مالية لأوجه أنشطة السياحة الرياضية بالمحافظة.	٠,٤٠٢
٧	توجد خبرات بشرية تسويقية بالإدارات المسئولة عن السياحة الرياضية بالمحافظة.	٠,٦٨٦
٨	توجد مبادرات (كتنفيذ بطولة دولية) من قبل وزارة الشباب خاصة بالسياحة الرياضية بالمحافظة	٠,٥٣٤
٩	تروج الدولة لخدمات السياحة الرياضية بالمحافظة من خلال وسائل الإعلام المختلفة.	٠,٥٢٢
١٠	توجد رسائل إعلامية موجهة للمستفيدين داخل وخارج الدولة على صفحات وبرامج التواصل الإجتماعى بشبكة المعلومات الدولية.	٠,٤٩٥
١١	تدرس المحافظة العوامل المؤثرة على إقبال المستفيدين داخل وخارج الدولة.	٠,٥٨١
١٢	تهتم المحافظة ببناء تحالفات إستراتيجية مع شركات السياحة الدولية.	٠,٧٠٦
١٣	توجد المرافق والمنشآت السياحية الأساسية كالفنادق والمراكز السياحية وغيرها من المشاريع التي تخدم القطاع السياحي.	٠,٦٤٣
١٤	توجد دراسات للسوق السياحي المحلي من أجل معرفة نوعية السياح الوافدين بالمحافظة.	٠,٦١٢
١٥	تهتم المحافظة بالتسويق الإلكتروني للسياحة.	٠,٦٧٥
١٦	تهتم المحافظة بتنظيم حملات توعية سياحية لخلق نشأ واعى لأهميه ودور السياحة	٠,٦٢٧
١٧	تنظم المحافظة رحلات سياحية لطلاب المدارس لتعريفهم بالأماكن الأثرية والسياحية.	٠,٤٠٢
١٨	تهتم المحافظة باقامة المهرجانات والعروض الرياضية.	٠,٦٨٦
١٩	تهتم المحافظة بالتواصل مع وسائل الاعلام وحثهم علي الترويج السياحي للمحافظة.	٠,٥٣٤
٢٠	تهتم المحافظة بامداد الجهات المعنية بالإحصائيات والتقارير السياحية واحتياجات السائحين للإستفادة منها في وضع الخطط التسويقية	٠,٥٣٤

قيمة (ر) الجدولية عند درجة حرية (٢٨)، وعند مستوى معنوية (٠,٠٥) = ٠,٣٦١

يتضح من الجدول (٧) أن تراوحت معاملات الارتباط بين مجموع درجات كل بعد من محاور الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان ما بين (٠,٤٠٢ : ٠,٧٠٦)، وبمقارنة قيمة (ر) الجدولية يتضح وجود ارتباط دال إحصائياً بين المحاور والمجموع الكلي لاستمارة الاستبيان؛ مما يدل على أن المحاور تتسم بدرجة عالية من الصدق.

ب- حساب معامل الثبات:

تم حساب معامل الثبات عن طريق تطبيق استمارة الاستبيان وإعادة تطبيقها، وفي هذه الطريقة يتم تطبيق استمارة الاستبيان على نفس أفراد عينة البحث مرتين في ظروف متشابهة بقدر الإمكان، ثم يتم أجاد معامل الارتباط بين نتائج التطبيقين بحساب معامل ارتباط بيرسون، حيث تم حساب معامل الثبات بتطبيق استمارة الاستبيان في صورتها النهائية على عينة استطلاعية قوامها (٣٠) فرداً، وجدول (٨) يوضح قيمة معامل الارتباط بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني للمجموع الكلي لاستمارة الاستبيان - قيد البحث.

جدول (٨) معامل الارتباط والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني للمجموع الكلي لاستمارة الاستبيان ب- قيد البحث ن = ٣٠

البيان	التطبيق الأول		التطبيق الثاني		قيمة ر	.Sig
	س	ع ±	س	ع ±		
	١٨١,٩٧	٣,٤٥	١٨٤,٤١	٢,٩٥	**٠,٥٣٩	٠,٠٠٢

ويتضح جدول (١٢) أن قيمة معامل الارتباط (٠,٥٣٩) دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١)، وهذا يشير إلى أن الاستبيان يتمتع بمعامل ثبات عال.

#### ٧- الصورة النهائية للاستبيان:

بعدما تأكد الباحث من صدق وثبات استمارة الاستبيان قيد البحث، اشتملت الصورة النهائية للاستبيان على عدد (٦٠) عبارة موزعة على (٣) محاور، جاءت المحاور في صورة أسئلة تعنون عبارات كل محور، تقابل هذه العبارات ثلاث استجابات، وهي (موافق، إلي حد ما، غير موافق) بميزان ثلاثي التقدير، على أن يقوم مستوفي تلك الاستمارة بوضع علامة (٧) بخانة الاستجابة التي توافق رأيه.

٨- تطبيق الاستبيان: تم تطبيق استمارة الاستبيان في صورتها النهائية - مرفق (٢) على عينة قوامها (٦٠) فرداً، وذلك خلال الفترة من يوم ٢٠٢٣/٨/٨ إلى يوم ٢٠٢٣/٨/١٠م.

٩- إجراء المعالجة الإحصائية للاستبيان: بعد تطبيق الاستمارة على العينة البشرية - قيد البحث، والتي قوامها (٦٠) فرداً، وتم تفريغ الاستجابات في كشوف خاصة، حيث تم تحويل تلك الاستجابات إلى رموز رقمية code number، على النحو التالي (موافق/٣ درجة)، (إلي حد ما/ ٢ درجة)، (غير موافق/ ١ درجة)، وذلك لإمكانية التعامل مع تلك البيانات التكرارية إحصائياً.

المعالجة الإحصائية: بعد الانتهاء من إجراءات البحث، قام الباحثين بإجراء المعالجة الإحصائية، حيث تم معالجة البيانات إحصائياً بواسطة إحدى البرامج الإحصائية، وهو برنامج "SPSS -V22"، ومن خلال هذا البرنامج تم حساب الأتي: (المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، النسبة المئوية، معامل الارتباط، اختبار كاي تربيع، معامل ارتباط بيرسون).

## عرض ومناقشة النتائج

جدول (٩) عبارات المحور الأول (مقومات السياحة الرياضية بالمحافظة) ن = ٩٠

الترتيب	النسبة المئوية	قيمة كاي <sup>٢</sup>	غير موافق		إلى حد ما		موافق		ع	م	العبارات	م
			%	ك	%	ك	%	ك				
٣	%٨١	١٧,٧٨	٢٧,٨	٢٥	٠	٠	٧٢,٢	٦٥	٠,٩٠	٢,٤٤	توفر المحافظة ميزانية كافية للتسويق السياحي	١
٨	%٧٤	٤,٤٤	٣٨,٩	٣٥	٠	٠	٦١,١	٥٥	٠,٩٨	٢,٢٢	يوجد وعى سياحي للمجتمع المحلي تجاه اهمية السياحة والترويج لها	٢
٥	%٧٨	١٠,٠٠	٣٣,٣	٣٠	٠	٠	٦٦,٧	٦٠	٠,٩٥	٢,٣٣	المنشآت والمرافق الرياضية الحالية بالمحافظة بحالة صالحة لخدمة السياحة الرياضية	٣
٧	%٧٦	٤١,٦٧	٣٣,٣	٣٠	٥,٦	٥	٦١,١	٥٥	٠,٩٤	٢,٢٨	توجد أجهزة وأدوات رياضية تحقق الأهداف الاستثمارية للسياحة الرياضية بالمحافظة	٤
١	%٨٥	٢٧,٧٨	٢٢,٢	٢٠	٠	٠	٧٧,٨	٧٠	٠,٨٤	٢,٥٦	وجود الكوادر الإدارية المؤهلة لتنظيم الأنشطة السباحة الرياضية بالمحافظة	٥
١٠	%٧٠	١,١١	٤٤,٤	٤٠	٠	٠	٥٥,٦	٥٠	١,٠٠	٢,١١	إجادة الكوادر المنظمة لأنشطة السياحة الرياضية للغات التواصل مع السائحين	٦
١٤	%٥٦	١٠,٠٠	٦٦,٧	٦٠	٠	٠	٣٣,٣	٣٠	٠,٩٥	١,٦٧	وجود الخدمات الصحية المساندة لأنشطة السياحة الرياضية بالمحافظة	٧
١٢	%٦٥	٣١,٦٧	٥٠	٤٥	٥,٦	٥	٤٤,٤	٤٠	٠,٩٨	١,٩٤	وجود مرشدين سياحيين على معرفة تامة بالسياحة الرياضية بالمحافظة	٨
١٣	%٦٣	٢١,٦٧	٥٠	٤٥	١١,١	١٠	٨,٩	٣٥	٠,٩٤	١,٨٩	إلمام الكوادر القائمة على السياحة الرياضية بالانشطة التي تجذب السائحين	٩



تابع جدول (٩) عبارات المحور الأول (مقومات السياحة الرياضية بالمحافظة)

الترتيب	النسبة المئوية	قيمة كاي <sup>٢</sup>	غير موافق		إلى حد ما		موافق		ع	م	العبارات	م
			%	ك	%	ك	%	ك				
١	%٨٥	٢٧,٧٨	٢٢,٢	٢٠	٠	٠	٧٧,٨	٧٠	٠,٨٤	٢,٥٦	تتميز المحافظة بخدمات البنية التحتية كالمياه والكهرباء	١٠
٦	%٧٦	٤١,٦٧	٣٣,٣	٣٠	٥,٦	٥	٦١,١	٥٥	٠,٩٤	٢,٢٨	تتميز المحافظة بخدمات النقل البري الجازب للسياحة الرياضية	١١
١١	%٦٩	٣١,٦٧	٤٤,٤	٤٠	٥,٦	٥	٥٠	٤٥	٠,٩٨	٢,٠٦	تتميز المحافظة بخدمات النقل الجوي الجازب للسياحة الرياضية	١٢
٣	%٨١	٤٦,٦٧	٢٢,٢	٢٠	١١,١	١٠	٦٦,٧	٦٠	٠,٨٤	٢,٤٤	تتميز المحافظة بمستوى عالي من النظافة والخدمات السياحية	١٣
٩	%٧٢	٣٥,٠٠	٣٨,٩	٣٥	٥,٦	٥	٥٥,٦	٥٠	٠,٩٦	٢,١٧	تتميز المحافظة بالموقع الجغرافي الجازب للسياحة الرياضية	١٤
١٠	%٧٠	٤١,٦٧	٣٣,٣	٣٠	٥,٦	٥	٦١,١	٥٠	٠,٩٤	٢,٢٨	تتميز المحافظة بالمناخ الموسمي الجازب للسياحة الرياضية	١٥
٢	%٨٣	٤٥,٠٠	١٦,٧	١٥	١٦,٧	١٥	٦٦,٧	٦٠	٠,٧٧	٢,٥٠	تتميز المحافظة بالتضاريس (مثل الجبال والوديان... وغيرها) الجازبة للسياحة الرياضية.	١٦
٥	%٧٨	٣٥,٠٠	٢٧,٨	٢٥	١١,١	١٠	٦١,١	٥٥	٠,٨٩	٢,٣٣	توفر المحافظة ميزانية كافية للتسويق السياحي	١٧
١	%٨٥	٦١,٦٧	١٦,٧	١٥	١١,١	١٠	٧٢,٢	٦٥	٠,٧٧	٢,٥٦	تتميز المحافظة بوجود آثار تمثل جميع العصور التاريخية المختلفة الجازبة للسياحة الرياضية.	١٨
٣	%٨١	٤٦,٦٧	٢٢,٢	٢٠	١١,١	١٠	٦٦,٧	٦٠	٠,٨٤	٢,٤٤	توجد خدمات سياحية من مطاعم وكافتيريات بالمناطق السياحية والاثريّة بالمحافظة	١٩
٤	%٨٠	٢١,٦٧	١٦,٧	١٥	٢٣,٨	٢٥	٢٥,٦	٥٠	٠,٧٦	٢,٣٩	يوجد تعاون من قبل الجهات المعنية بالسياحة (الشركات السياحية - الأثار - البيئة)	٢٠

جدول (١٠) المحور الثاني (تحديات السياحة الرياضية بالمحافظة)

الترتيب	النسبة المئوية	قيمة كاي <sup>٢</sup>	غير موافق		إلى حد ما		موافق		ع	م	العبارات	م
			%	ك	%	ك	%	ك				
١٣	%٥٠	٦٥,٠٠	٧٢,٢	٦٥	٥,٦	٥	٢٢,٢	٢٠	٠,٨٤	١,٥٠	سعى المحافظة لتطوير القطاع الأمني الداخلي لتأمين أنشطة السياحة الرياضية بالدولة.	١
٢	%٨٠	٢١,٦٧	١٦,٧	١٥	٢٧,٨	٢٥	٥٥,٦	٥٠	٠,٧٦	٢,٣٩	اهتمام المحافظة بعملية توظيف أو تشغيل الطاقات البشرية في مجال السياحة الرياضية	٢
١٠	%٥٦	٢٠,٠٠	٥٥,٦	٥٠	٢٢,٢	٢٠	٢٢,٢	٢٠	٠,٨٢	١,٦٧	وجود رؤية شاملة لمديرية الشباب والرياضة لتنمية السياحة الداخلية بالمحافظة.	٣
٨	%٦٣	٢١,٦٧	٥٠	٤٥	١١,١	١٠	٣٨,٩	٣٥	٠,٩٤	١,٨٩	وجود برامج لنقل مهارات وخبرات القائمين على السياحة الرياضية بالمحافظة.	٤
١٢	%٥٢	٤٦,٦٧	٦٦,٧	٦٠	١١,١	١٠	٢٢,٢٤	٢٠	٠,٨٤	١,٥٦	تشجيع المحافظة القطاع الخاص في مجال التسويق الرياضي.	٥
٣	%٧٤	٢٠,٠٠	٤٤,٤	٤٥	١١,١	١٠	٤٤,٤	٤٥	٠,٩٥	٢,٠٠	وجود التنسيق بين الجهات المعنية بالسياحة الرياضية داخل المحافظة.	٦
٧	%٦٥	٣١,٦٧	٥٠	٤٥	٥,٦	٥	٤٤,٤	٤٠	٠,٩٨	١,٩٤	وجود إجراءات معوقة للتسهيلات الممنوحة من قبل المحافظة لتنفيذ المشروعات الاستثمارية الخاصة بالسياحة الرياضية.	٧
٧	%٦٥	٣١,٦٧	٥٠	٤٥	٥,٦	٥	٤٤,٤	٤٠	٠,٩٨	١,٩٤	وجود قصور في المنشآت والمرافق التي تخدم السياحة الرياضية بالمحافظة.	٨
١١	%٥٤	٣١,٦٧	٦١,١	٥٥	١٦,٧	١٥	٢٢,٢	٢٠	٠,٨٣	١,٦١	وجود الاهتمام الأمثل بالمقومات الطبيعية والبيئية لجذب السياحة الرياضية بالمحافظة.	٩

تابع جدول (١٠) المحور الثانى (تحديات السياحة الرياضية بالمحافظة)

الترتيب	النسبة المئوية	قيمة كاي <sup>٢</sup>	غير موافق		إلى حد ما		موافق		ع	م	العبارات	م
			%	ك	%	ك	%	ك				
٦	%٦٧	٥,٠٠	٣٨,٩	٣٥	٢٢,٢	٢٠	٣٨,٩	٣٥	٠,٨٩	٢,٠٠	وجود أسواق سياحية تنافسية بالمحافظات الأخرى	١٠
٤	%٧٠	٥,٠٠	٣٨,٩	٣٥	٢٢,٢	٢٠	٣٨,٩	٣٥	٠,٨٩	٢,٠٠	قدرة الشركات السياحة على جذب السائحين للسياحة الرياضية بالمحافظة.	١١
٥	%٦٩	١,٦٧	٣٣,٣	٣٠	٢٧,٨	٢٥	٣٨,٩	٣٥	٠,٨٥	٢,٠٦	صدور قرارات وزارية لتوجيه المستثمرين اتجاه السياحة الرياضية بالدولة.	١٢
٧	%٦٥	١,٦٧	٣٣,٣	٣٠	٣٨,٩	٣٥	٢٧,٨	٢٥	٠,٧٨	١,٩٤	وجود تشريعات خاصة بالسياحة الرياضية بالدولة.	١٣
١	%٨٥	٤٦,٦٧	١١,١	١٠	٢٢,٢	٢٠	٦٦,٧	٦٠	٠,٦٩	٢,٥٦	وجود منهج علمى متخصص للسياحة الرياضية بالدولة.	١٤
٣	%٧٤	١١,٦٧	٢٧,٨	٢٥	٢٢,٢	٢٠	٥٠	٤٥	٠,٨٦	٢,٢٢	وجود تسويق برامج وأنشطة السياحة الرياضية بالمحافظة.	١٥
٦	%٦٧	٢٠,٠٠	٤٤,٤	٤٠	١١,١	١٠	٤٤,٤	٤٠	٠,٩٥	٢,٠٠	أهتمام شركات السياحة بالاعلان والدعاية عن الأنشطة والبرامج الخاصة السياحة الرياضية بالمحافظة.	١٦
٨	%٦٣	٢١,٦٧	٥٠	٤٥	١١,١	١٠	٣٨,٩	٣٥	٠,٩٤	١,٨٩	اهتمام مراكز التدريب بتنظيم الدورات العلمية لتأهيل المتخصصين فى مجال السياحة الرياضية.	١٧
٥	%٦٩	١١,٦٧	٣٨,٩	٣٥	١٦,٧	١٥	٤٤,٤	٤٠	٠,٩٢	٢,٠٦	مواكبة ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فى مجال السياحة الرياضية.	١٨
٣	%٧٤	٢٦,٦٧	٣٣,٣	٣٠	١١,١	١٠	٥٥,٦	٥٠	٠,٩٢	٢,٢٢	وعى ابناء المحافظة بأهمية السياحة الرياضية.	١٩
٩	%٥٩	٢٦,٦٧	٢٥,٦	٥٠	١١,١	١٠	٣٣,٣	٣٠	٠,٩٢	١,٧٨	اهتمام المستثمرين بالسياحة الرياضية بالمحافظة.	٢٠

جدول (١١) عبارات المحور الثالث (فرص الاستثمار وتسويق السياحة الرياضية بالمحافظة)

الترتيب	النسبة المئوية	قيمة كاي <sup>٢</sup>	غير موافق		إلى حد ما		موافق		ع	م	العبارات	م
			%	ك	%	ك	%	ك				
١٠	%٦١	١٥,٠٠	٥٠	٤٥	١٦,٧	١٥	٣٣,٣	٣٠	٠,٩٠	١,٨٣	توجد استراتيجية واضحة لتسويق السياحة الرياضية بالمحافظة.	١
٤	%٧٨	٣٥,٠٠	٦١,١	٥٥	١١,١	١٠	٢٧,٨	٤٥	٠,٨٩	١,٦٧	توجد إدارات مسئولة عن تسويق السياحة الرياضية بالمحافظة.	٢
١٤	%٥٠	٦٥,٠٠	٧٢,٢	٦٥	٥,٦	٥	٢٢,٢	٢٠	٠,٨٤	١,٥٠	تعتمد الإدارات التسويقية للسياحة الرياضية على قاعدة بيانات لكل أوجه أنشطة السياحة الرياضية بالمحافظة.	٣
١٠	%٦١	٣٥,٠٠	٥٥,٦	٥٠	٥,٦	٥	٣٨,٩	٣٥	٠,٩٦	١,٨٣	توجد خطة تسويقية لتنشيط السياحة الرياضية بالمحافظة.	٤
١٥	%٤٨	٢٧,٧٨	٧٧,٨	٧٠	٠	٠	٢٢,٢	٢٠	٠,٨٤	١,٤٤	تمتاز الخطة التسويقية للسياحة الرياضية بالخطط البديلة لمواجهة أى طوارئ تحدث بالمحافظة.	٥
١١	%٥٧	٢١,٦٧	٥٥,٦	٥٠	١٦,٧	١٥	٢٧,٨	٢٥	٠,٨٧	١,٧٢	توجد مخصصات مالية لأوجه أنشطة السياحة الرياضية بالمحافظة.	٦
١٢	%٥٤	٣١,٦٧	٦١,١	٥٥	١٦,٧	١٥	٢٢,٢	٢٠	٠,٨٣	١,٦١	توجد خبرات بشرية تسويقية بالإدارات المسئولة عن السياحة الرياضية بالمحافظة.	٧
٥	%٧٢	٣٥,٠٠	٣٨,٩	٣٥	٥,٦	٥	٥٥,٦	٥٠	٠,٩٦	٢,١٧	توجد مبادرات (كتنفيذ بطولة دولية) من قبل وزارة الشباب خاصة بالسياحة الرياضية بالمحافظة	٨
١١	%٥٧	٤١,٦٧	٦١,١	٥٥	٥,٦	٥	٣٣,٣	٣٠	٠,٩٤	١,٧٢	تروج الدولة لخدمات السياحة الرياضية بالمحافظة من خلال وسائل الإعلام المختلفة.	٩

تابع جدول (١١) عبارات المحور الثالث (فرص الاستثمار وتسويق السياحة الرياضية بالمحافظة)

الترتيب	النسبة المئوية	قيمة كاي <sup>٢</sup>	غير موافق		إلى حد ما		موافق		ع	م	العبارات	م
			%	ك	%	ك	%	ك				
٨	%٦٧	٠,٠٠	٥٠	٤٥	٠	٠	٥٠	٤٥	١,٠١	٢,٠٠	توجد رسائل إعلامية موجهة للمستفيدين داخل وخارج الدولة على صفحات وبرامج التواصل الإجتماعي بشبكة المعلومات الدولية.	١٠
٧	%٦٩	١١,٦٧	٣٨,٩	٣٥	١٦,٧	١٥	٣٨,٩	٤٠	٠,٩٢	٢,٠٦	تدرس المحافظة العوامل المؤثرة على إقبال المستفيدين داخل وخارج الدولة.	١١
٧	%٦٩	١١,٦٧	٣٨,٩	٣٥	١٦,٧	١٥	٣٨,٩	٤٠	٠,٩٢	٢,٠٦	تهتم المحافظة ببناء تحالفات إستراتيجية مع شركات السياحة الدولية.	١٢
٩	%٦٣	٦,٦٧	٤٤,٤	٤٠	٢٢,٢	٢٠	٣٣,٣	٣٠	٠,٨٨	١,٨٩	توجد المرافق والمنشآت السياحية الأساسية كالفنادق والمراكز السياحية وغيرها من المشاريع التي تخدم القطاع السياحي.	١٣
١٣	%٥٢	٣١,٦٧	٦١,١	٥٥	٢٢,٢	٢٠	١٦,٧	١٥	٠,٧٧	١,٥٦	توجد دراسات للسوق السياحي المحلي من أجل معرفة نوعية السياح الوافدين بالمحافظة.	١٤
٥	%٧٢	٥,٠٠	٢٧,٨	٢٥	٢٧,٨	٢٥	٤٤,٤	٤٠	٠,٨٤	٢,١٧	تهتم المحافظة بالتسويق الإلكتروني للسياحة.	١٥
٢	%٨٥	٤٦,٦٧	١١,١	١٠	٢٢,٢	٢٠	٦٦,٧	٦٠	٠,٦٩	٢,٥٦	تهتم المحافظة بتنظيم حملات توعيه سياحيه لخلق نشأ واعى لأهميه ودور السياحة	١٦

تابع جدول (١١) عبارات المحور الثالث (فرص الاستثمار وتسويق السياحة الرياضية بالمحافظة)

الترتيب	النسبة المئوية	قيمة كاي <sup>٢</sup>	غير موافق		إلى حد ما		موافق		ع	م	العبارات	م
			%	ك	%	ك	%	ك				
١	%٩١	٨١,٦٧	٥,٦	٥	١٦,٧	١٥	٧٧,٨	٧٠	٠,٥٦	٢,٧٢	تنظم المحافظة رحلات سياحية لطلاب المدارس لتعريفهم بالأماكن الأثرية والسياحية.	١٧
٣	%٨١	٣١,٦٧	١٦,٧	١٥	٢٢,٢	٢٠	٦١,١	٥٥	٠,٧٧	٢,٤٤	تهتم المحافظة باقامة المهرجانات والعروض الرياضية.	١٨
٦	%٧٠	١,٦٧	٢٧,٨	٢٥	٣٣,٣	٣٠	٣٨,٩	٣٥	٠,٨١	٢,١١	تهتم المحافظة بالتواصل مع وسائل الاعلام وحثهم علي الترويج السياحي للمحافظة.	١٩
٨	%٦٧	٠,٠٠	٥٠	٤٥	٠	٠	٥٠	٤٥	١,٠١	٢,٠٠	تهتم المحافظة بامداد الجهات المعنية بالإحصائيات والتقارير السياحية واحتياجات السائحين للإستفادة منها في وضع الخطط التسويقية	٢٠

ثانياً : مناقشة النتائج:

المحور الأول :مقومات السياحة الرياضية بالمحافظة.

فى ضوء ما سبق يتضح أن نقاط القوة فى مقومات السياحة الرياضية بمحافظة الوادى الجديد هى:

- وجود الكوادر الإدارية المؤهلة لتنظيم الأنشطة السباحة الرياضية بالمحافظة.
- تتميز المحافظة بخدمات البنية التحتية كالمياه والكهرباء.
- تتميز المحافظة بوجود آثار تمثل جميع العصور التاريخية المختلفة الجازبة للسياحة الرياضية.
- تتميز المحافظة بالتضاريس (مثل الجبال والوديان...وغيرها) الجازبة للسياحة.
- توفر المحافظة ميزانية كافية للتسويق السياحي.
- توجد خدمات سياحية من مطاعم وكافيتريات بالمناطق السياحية والاثريّة بالمحافظة.
- تتميز المحافظة بمستوى عالى من النظافة والخدمات السياحية.
- يوجد تعاون من قبل الجهات المعنية بالسياحة (الشركات السياحية -الاثار - البيئية).
- المنشآت والمرافق الرياضية الحالية بالمحافظة بحالة صالحة لخدمة السياحة الرياضية.
- توفر المحافظة ميزانية كافية للتسويق السياحي.
- توجد أجهزة وأدوات رياضية تحقق الأهداف الاستثمارية للسياحة الرياضية بالمحافظة.
- تتميز المحافظة بخدمات النقل البري الجازب للسياحة الرياضية.

أما نقاط الضعف فى مقومات السياحة الرياضية بمحافظة الوادى الجديد هى:

- عدم وعى سياحي للمجتمع المحلى تجاه اهمية السياحة والترويج لها.
- عدم تميز المحافظة بالموقع الجغرافي الجازب للسياحة الرياضية.
- عدم إجادة الكوادر المنظمة لأنشطة السياحة الرياضية للغات التواصل مع السائحين.
- عدم تميز المحافظة بالمناخ الموسمي الجازب للسياحة الرياضية، تتميز المحافظة بخدمات النقل الجوى الجازب للسياحة الرياضية.
- عدم وجود مرشدون سياحيون على معرفة تامة بالسياحة الرياضية بالمحافظة.
- عدم إمام الكوادر القائمة على السياحة الرياضية بالانشطة التى تجذب السائحين.
- عدم وجود الخدمات الصحية المساندة لأنشطة السياحة الرياضية بالمحافظة.

المحور الثانى (تحديات السياحة الرياضية بالمحافظة)

بالنسبة للمحور الثانى وهو تحديات السياحة الرياضية بالمحافظة يتضح من جدول (١٢) أن جاءت العبارة رقم (١٤) فى المرتبة الأولى وهى "وجود منهج علمى متخصص للسياحة الرياضية بالدولة" بنسبة (٨٥%)، وفى المرتبة الثانية فقد حققتها العبارة رقم (٢) وهى "اهتمام المحافظة بعملية توظيف أو تشغيل الطاقات البشرية فى مجال السياحة الرياضية" فى المرتبة الثانية بنسبة (٨٠%).

وجاءت باقى العبارات بنسب أقل من النسبة التى ارتضاها الباحثين وهى (٧٥%)، حيث فى المرتبة الثالثة فقد حققتها العبارة رقم (٦) وهى " وجود التنسيق بين الجهات المعنية بالسياحة الرياضية داخل المحافظة" وعبارة رقم (١٥) وهى " وجود تسويق برامج وأنشطة السياحة الرياضية بالمحافظة" والعبارة رقم (١٩) وهى " وعى ابناء المحافظة بأهمية السياحة الرياضية"، بنسبة (٧٤%)، أما المرتبة الرابعة فقد حققتها العبارة رقم (١١) وهى " قدرة الشركات السياحة على جذب السائحين للسياحة الرياضة بالمحافظة، بنسبة (٧٠%). وفى المرتبة الخامسة جاءت العبارة رقم (١٢) وهى " صدور قرارات وزارية لتوجيه المستثمرين اتجاه السياحة الرياضية بالدولة" والعبارة رقم (١٨) وهى " مواكبة ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فى مجال السياحة الرياضية". بنسبة (٦٩%)، وجاءت العبارة رقم (١٠) وهى " وجود أسواق سياحية تنافسية بالمحافظات الأخرى " والعبارة رقم (١٦) وهى " اهتمام شركات السياحة بالاعلان والدعاية عن الأنشطة والبرامج الخاصة السياحة الرياضية بالمحافظة " فى المرتبة السادسة بنسبة (٦٧%). وجاءت فى المرتبة السابعة العبارة رقم (٧) وهى " وجود إجراءات معوقة للتسهيلات الممنوحة من قبل المحافظة لتنفيذ المشروعات الأستثمارية الخاصة بالسياحة الرياضية" والعبارة الرقم (٨) " وجود قصور فى المنشآت والمرافق التى تخدم السياحة الرياضية بالمحافظة " والعبارة رقم (١٣) وهى " وجود تشريعات خاصة بالسياحة الرياضية بالدولة " بنسبة (٦٥%).

أما فى المرتبة الثامنة فقد حققتها العبارة رقم (٤) وهى " وجود برامج لنقل مهارات وخبرات القائمين على السياحة الرياضية بالمحافظة " والعبارة رقم (١٧) وهى " اهتمام مراكز التدريب بتنظيم الدورات العلمية لتأهيل المتخصصين فى مجال السياحة الرياضية " بنسبة (٦٣%). وحققت العبارة رقم (٢٠) وهى " اهتمام المستثمرين بالسياحة الرياضية بالمحافظة " المرتبة التاسعة بنسبة (٥٩%).

أما المرتبة العاشرة حققتها العبارة رقم (٣) وهى " وجود رؤية شاملة لمديرية الشباب والرياضة لتنمية السياحة الداخلية بالمحافظة" بنسبة (٥٦%). أما المرتبة الحادية عشر حققتها العبارة رقم (٩) وهى " وجود الاهتمام الأمثل بالمقومات الطبيعية والبيئية لجذب السياحة الرياضية بالمحافظة " بنسبة (٥٤%). وفى المرتبة الثانية عشر جاءت العبارة رقم (٥) وهى " تشجيع المحافظة القطاع الخاص فى مجال التسويق الرياضى." بنسبة (٥٢%). وفى المرتبة الثالثة عشر جاءت العبارة رقم (١) وهى " سعى المحافظة لتطوير القطاع الأمنى الداخلى لتأمين أنشطة السياحة الرياضية بالدولة " بنسبة (٥٠%)

المحور الثالث : تحديات السياحة الرياضية بمحافظة الوادى الجديد

وفى ضوء ما سبق يتبين أن نقاط القوة بالنسبة لتحديات السياحة الرياضية بمحافظة الوادى الجديد هي على النحو التالي:

- وجود منهج علمي متخصص للسياحة الرياضية بالدولة.
- اهتمام المحافظة بعملية تظويق أو تشغيل الطاقات البشرية فى مجال السياحة الرياضية.
- أما نقاط الضعف بالنسبة لتحديات السياحة الرياضية بمحافظة الوادى الجديد هي على النحو التالي:
- وجود التنسيق بين الجهات المعنية بالسياحة الرياضية داخل المحافظة.
- وجود تسويق برامج وأنشطة السياحة الرياضية بالمحافظة.
- وعى ابناء المحافظة بأهمية السياحة الرياضية.
- قدرة الشركات السياحة على جذب السائحين للسياحة الرياضية بالمحافظة.
- صدور قرارات وزارية لتوجيه المستثمرين اتجاه السياحة الرياضية بالدولة.
- مواكبة ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فى مجال السياحة الرياضية.
- وجود أسواق سياحية تنافسية بالمحافظات الأخرى.
- اهتمام شركات السياحة بالاعلان والدعاية عن الأنشطة والبرامج الخاصة السياحة الرياضية بالمحافظة.
- وجود إجراءات معوقة للتسهيلات الممنوحة من قبل المحافظة لتنفيذ المشروعات الأستثمارية الخاصة بالسياحة الرياضية.
- وجود قصور فى المنشآت والمرافق التى تخدم السياحة الرياضية بالمحافظة.
- وجود تشريعات خاصة بالسياحة الرياضية بالدولة.
- وجود برامج لثقل مهارات وخبرات القائمين على السياحة الرياضية بالمحافظة.
- اهتمام مراكز التدريب بتنظيم الدورات العلمية لتأهيل المتخصصين فى مجال السياحة الرياضية.
- اهتمام المستثمرين بالسياحة الرياضية بالمحافظة.
- وجود رؤية شاملة لمديرية الشباب والرياضة لتنمية السياحة الداخلية بالمحافظة.
- وجود الاهتمام الأمثل بالمقومات الطبيعية والبيئية لجذب السياحة الرياضية بالمحافظة.
- تشجيع المحافظة القطاع الخاص فى مجال التسويق الرياضى.
- سعى المحافظة لتطوير القطاع الأمنى الداخلى لتأمين أنشطة السياحة الرياضية بالدولة.

وبالنسبة للمحور الخاص بالاستثمار وتسويق السياحة الرياضية بمحافظة الوادى الجديد يتضح من الجدول (١٣) يتبين أن جاءت العبارة رقم (١٧) وهى "تنظم المحافظة رحلات سياحية لطلاب المدارس لتعريفهم بالأماكن الأثرية والسياحية" فى المرتبة الأولى بنسبة (٩١%)، وفى المرتبة الثانية جاءت العبارة رقم (١٦) وهى "تهتم المحافظة بتنظيم حملات توعية سياحية لخلق نشأ واعى لأهميه ودور السياحة" بنسبة (٨٥%).

وفى المرتبة الثالثة جاءت العبارة رقم (١٨) وهى " تهتم المحافظة باقامة المهرجانات والعروض الرياضية " بنسبة (٨١%)، وفى المرتبة الرابعة جاءت العبارة رقم (٢) وهى " توجد إدارات مسئولة عن تسويق السياحة الرياضية بالمحافظة " بنسبة (٧٨%).

فى حين جاءت باقى العبارات بنسب أقل من النسبة التى ارتضاها الباحثين وهى نسبة (٧٥%) حيث حققت من المرتبة السادسة حتى المرتبة الخامسة عشر وتراوحت النسبة بين (٧٠% إلى ٤٨%) والعبارات على النحو التالي: (توجد مبادرات (كتنفيذ بطولة دولية) من قبل وزارة الشباب خاصة بالسياحة الرياضية بالمحافظة، تهتم المحافظة بالتسويق الإلكتروني للسياحة، تهتم المحافظة بالتواصل مع وسائل الاعلام وحثهم على الترويج السياحي للمحافظة، تدرس المحافظة العوامل المؤثرة على إقبال المستفيدين داخل وخارج الدولة، تهتم المحافظة ببناء تحالفات إستراتيجية مع شركات السياحة الدولية، توجد رسائل إعلامية موجهة للمستفيدين داخل وخارج الدولة على صفحات وبرامج التواصل الإجتماعى بشبكة المعلومات الدولية، تهتم المحافظة بامداد الجهات المعنية بالإحصائيات والتقارير السياحية واحتياجات السائحين للإستفادة منها فى وضع الخطط التسويقية، توجد المرافق والمنشآت السياحية الأساسية كالفنادق والمراكز السياحية وغيرها من المشاريع التى تخدم القطاع السياحي، توجد استراتيجية واضحة لتسويق السياحة الرياضية بالمحافظة، توجد خطة تسويقية لتنشيط السياحة الرياضية بالمحافظة، توجد مخصصات مالية لأوجه اشطة السياحة الرياضية بالمحافظة، تروج الدولة لخدمات السياحة الرياضية بالمحافظة من خلال وسائل الاعلام المختلفة، توجد خبرات بشرية تسويقية بالادارات المسئولة عن السياحة الرياضية بالمحافظة، توجد دراسات للسوق السياحي المحلي من أجل معرفة نوعية السياح الوافدين بالمحافظة، تعتمد الإدارات التسويقية للسياحة الرياضية على قاعدة بيانات لكل أوجه أنشطة السياحة الرياضية بالمحافظة، تمتاز الخطة التسويقية للسياحة الرياضية بالخطط البديلة لمواجهة أى طوارئ تحدث بالمحافظة).

وفى ضوء ما سبق يتبين أن نقاط القوة بالاستثمار وتسويق السياحة الرياضية بمحافظة الوادى الجديد هى على النحو الأتى:

- تنظم المحافظة رحلات سياحية لطلاب المدارس لتعريفهم بالأماكن الأثرية والسياحية.
- تهتم المحافظة بتنظيم حملات توعية سياحية لخلق نشأ واعى لأهميه ودور السياحة.
- تهتم المحافظة باقامة المهرجانات والعروض الرياضية.
- توجد إدارات مسئولة عن تسويق السياحة الرياضية بالمحافظة.

وفى ضوء ما سبق يتبين أن نقاط الضعف بالاستثمار وتسويق السياحة الرياضية بمحافظة الوادى الجديد هى على النحو الأتى:

- توجد مبادرات (كتنفيذ بطولة دولية) من قبل وزارة الشباب خاصة بالسياحة الرياضية بالمحافظة.

- تهتم المحافظة بالتسويق الإلكتروني للسياحة.
- تهتم المحافظة بالتواصل مع وسائل الاعلام وحثهم علي الترويج السياحي للمحافظة.
- تدرس المحافظة العوامل المؤثرة على إقبال المستفيدين داخل وخارج الدولة.
- تهتم المحافظة ببناء تحالفات إستراتيجية مع شركات السياحة الدولية.
- توجد رسائل إعلامية موجهة للمستفيدين داخل وخارج الدولة على صفحات وبرامج التواصل الإجتماعي بشبكة المعلومات الدولية.
- تهتم المحافظة بامداد الجهات المعنية بالإحصائيات والتقارير السياحية واحتياجات السائحين للإستفادة منها في وضع الخطط التسويقية.
- الاستنتاجات والتوصيات : في ضوء ماحصل عليه الباحثين من تحليل البيانات ومناقشة وعرض النتائج توصل الباحثين للآتي:

#### (أ) أن نقاط القوة في مقومات السياحة الرياضية بمحافظة الوادي الجديد هي:

- وجود الكوادر الإدارية المؤهلة لتنظيم الأنشطة السباحة الرياضية بالمحافظة.
- تتميز المحافظة بخدمات البنية التحتية كالمياه والكهرباء.
- تتميز المحافظة بوجود آثار تمثل جميع العصور التاريخية المختلفة الجازبة للسياحة الرياضية.
- تتميز المحافظة بالتضاريس (مثل الجبال والوديان.... وغيرها) الجازبة للسياحة.
- توفر المحافظة ميزانية كافية للتسويق السياحي.
- توجد خدمات سياحية من مطاعم وكافتيريات بالمناطق السياحية والاثريه بالمحافظة.
- تتميز المحافظة بمستوى عالي من النظافة والخدمات السياحية.
- يوجد تعاون من قبل الجهات المعنية بالسياحة (الشركات السياحية -الاثار - البيئة).
- المنشآت والمرافق الرياضية الحالية بالمحافظة بحالة صالحة لخدمة السياحة الرياضية.
- توفر المحافظة ميزانية كافية للتسويق السياحي.
- توجد أجهزة وأدوات رياضية تحقق الأهداف الاستثمارية للسياحة الرياضية بالمحافظة.
- تتميز المحافظة بخدمات النقل البري الجازب للسياحة الرياضية.

#### (ب) أن نقاط الضعف في مقومات السياحة الرياضية بمحافظة الوادي الجديد هي:

- عدم وعى سياحي للمجتمع المحلي تجاه اهمية السياحة والترويج لها.
- عدم تميز المحافظة بالموقع الجغرافي الجازب للسياحة الرياضية.
- عدم إجادة الكوادر المنظمة لأنشطة السياحة الرياضية للغات التواصل مع السائحين.
- عدم تميز المحافظة بالمناخ الموسمي الجازب للسياحة الرياضية، تتميز المحافظة بخدمات النقل الجوي الجازب للسياحة الرياضية.

- عدم وجود مرشدون سياحيون على معرفة تامة بالسياحة الرياضية بالمحافظة.
- عدم إلمام الكوادر القائمة على السياحة الرياضية بالأنشطة التي تجذب السائحين.
- عدم وجود الخدمات الصحية المساندة لأنشطة السياحة الرياضية بالمحافظة.

(ج) أن نقاط القوة بالنسبة لتحديات السياحة الرياضية بمحافظة الوادى الجديد هي على النحو التالي:

- وجود منهج علمي متخصص للسياحة الرياضية بالدولة.
- اهتمام المحافظة بعملية تطوير أو تشغيل الطاقات البشرية فى مجال السياحة الرياضية.

(د) أن نقاط الضعف بالنسبة لتحديات السياحة الرياضية بمحافظة الوادى الجديد هي على النحو التالي:

- وجود التنسيق بين الجهات المعنية بالسياحة الرياضية داخل المحافظة.
  - وجود تسويق برامج وأنشطة السياحة الرياضية بالمحافظة.
  - وعى ابناء المحافظة بأهمية السياحة الرياضية.
  - قدرة الشركات السياحة على جذب السائحين للسياحة الرياضية بالمحافظة.
  - صدور قرارات وزارية لتوجيه المستثمرين اتجاه السياحة الرياضية بالدولة.
  - مواكبة ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فى مجال السياحة الرياضية.
  - وجود أسواق سياحية تنافسية بالمحافظات الأخرى.
  - اهتمام شركات السياحة بالاعلان والدعاية عن الأنشطة والبرامج الخاصة السياحة الرياضية بالمحافظة.
  - وجود إجراءات معوقة للتسهيلات الممنوحة من قبل المحافظة لتنفيذ المشروعات الأستثمارية الخاصة بالسياحة الرياضية.
  - وجود قصور فى المنشآت والمرافق التي تخدم السياحة الرياضية بالمحافظة.
  - وجود تشريعات خاصة بالسياحة الرياضية بالدولة.
  - وجود برامج لتقلل مهارات وخبرات القائمين على السياحة الرياضية بالمحافظة.
  - اهتمام مراكز التدريب بتنظيم الدورات العلمية لتأهيل المتخصصين فى مجال السياحة الرياضية.
  - اهتمام المستثمرين بالسياحة الرياضية بالمحافظة.
  - وجود رؤية شاملة لمديرية الشباب والرياضة لتنمية السياحة الداخلية بالمحافظة.
  - وجود الاهتمام الأمثل بالمقومات الطبيعية والبيئية لجذب السياحة الرياضية بالمحافظة.
  - تشجيع المحافظة القطاع الخاص فى مجال التسويق الرياضى.
  - سعى المحافظة لتطوير القطاع الأمنى الداخلى لتأمين أنشطة السياحة الرياضية بالدولة.
- (هـ) أن نقاط القوة بالاستثمار وتسويق السياحة الرياضية بمحافظة الوادى الجديد هي على النحو الأتى:
- تنظم المحافظة رحلات سياحية لطلاب المدارس لتعريفهم بالأماكن الأثرية والسياحية.

- تهتم المحافظة بتنظيم حملات توعيه سياحيه لخلق نشأ واعي لأهميه ودور السياحة.
  - تهتم المحافظة باقامة المهرجانات والعروض الرياضية.
  - توجد إدارات مسئولة عن تسويق السياحة الرياضية بالمحافظة.
  - (و) أن نقاط الضعف بالاستثمار وتسويق السياحة الرياضية بمحافظة الوادى الجديد هى على النحو الأتى:
  - توجد مبادرات (كتنفيذ بطولة دولية) من قبل وزارة الشباب خاصة بالسياحة الرياضية بالمحافظة.
  - تهتم المحافظة بالتسويق الإلكتروني للسياحة.
  - تهتم المحافظة بالتواصل مع وسائل الاعلام وحثهم علي الترويج السياحي للمحافظة.
  - تدرس المحافظة العوامل المؤثرة على إقبال المستفيدين داخل وخارج الدولة.
  - تهتم المحافظة ببناء تحالفات إستراتيجية مع شركات السياحة الدولية.
  - توجد رسائل إعلامية موجهة للمستفيدين داخل وخارج الدولة على صفحات وبرامج التواصل الإجتماعى بشبكة المعلومات الدولية.
  - تهتم المحافظة بامداد الجهات المعنية بالإحصائيات والتقارير السياحية واحتياجات السائحين للإستفادة منها في وضع الخطط التسويقية.
  - توجد المرافق والمنشآت السياحية الأساسية كالفنادق والمراكز السياحية وغيرها من المشاريع التي تخدم القطاع السياحي.
  - توجد استراتيجيه واضحة لتسويق السياحة الرياضية بالمحافظة.
  - توجد خطة تسويقية لتنشيط السياحة الرياضية بالمحافظة.
  - توجد مخصصات مالية لأوجه اشطة السياحة الرياضية بالمحافظة.
  - تروج الدولة لخدمات السياحة الرياضية بالمحافظة من خلال وسائل الاعلام المختلفة.
  - توجد خبرات بشرية تسويقية بالادارات المسئولة عن السياحة الرياضية بالمحافظة.
  - توجد دراسات للسوق السياحي المحلي من أجل معرفة نوعية السياح الوافدين بالمحافظة.
  - تعتمد الإدارات التسويقية للسياحة الرياضية على قاعدة بيانات لكل أوجه أنشطة السياحة الرياضية بالمحافظة.
  - تمتاز الخطة التسويقية للسياحة الرياضية بالخطط البديلة لمواجهة اى طوارئ تحدث بالمحافظة.
- ثانياً: توصيات البحث :

فى ضوء ما حصل عليه الباحثين من استنتاجات يوصي الباحثين بالاتي:

- ضرورة الاهتمام بنشر الوعي لدى أبناء محافظة الوادى الجديد بأهمية السياحة الرياضية.
- ضرورة تأهيل وصقل مواهب الكوادر الرياضية العاملين فى مجال السياحة الرياضية بمحافظة الوادى الجديد من حيث اللغات الأجنبية، ومن حيث الأنشطة الجاذبة لدى السائحين.

- ضرورة اهتمام القيادات المعنية بمحافظة الوادى الجديد بتوفير كافة الخدمات المساندة لتنفيذ أنشطة السياحة الرياضية، ومنها المنشآت والمرافق والخدمات التأمينية والصحية.
- ضرورة اهتمام القيادات المعنية بمحافظة الوادى الجديد بالمبادرات المعنية بالسياحة الرياضية والتسويق الإلكتروني والتواصل مع وسائل الإعلام وبناء التحالفات الإستراتيجية الداعمة لترويج السياحة الرياضية داخل وخارج الدولة.
- ضرورة اهتمام القيادات المعنية بمحافظة الوادى الجديد بالإحصائيات والتقارير السياحية واحتياجات السائحين وقواعد البيانات للاستفادة منها في وضع الخطط التسويقية.
- الاهتمام بإجراء الدراسات العلمية اتجاه بالسوق السياحي المحلي من أجل معرفة نوعية السياح الوافدين بالمحافظة، وبالخطط البديلة لمواجهة أى طوارئ تحدث بالمحافظة.

## أولا : المراجع العربية :

- ١- إبراهيم عبد المقصود (٢٠٠٠): "السياحة والرياضة"، دار الفكر العربي، ط١، الإسكندرية.
- ٢- أحمد محمود مقابلة (٢٠٠٧): "صناعة السياحة"، ط١، دار كنوز المعرفة، القاهرة.
- ٣- أدهم وهيب مطر (٢٠١٤): "التسويق الفندقي وترويج الخدمات السياحية والفندقية الحديثة"، ط١، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر، دمشق .
- ٤- أشرف صبحي محمد، أحمد كمال محمود، إسلام عرفة علي (٢٠٢١): "معوقات الاستثمار في المجال الرياضي بجمهورية مصر العربية"، بحث منشور، ع٩١، ج٣، المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، ص ص ١ - ٣٦.
- ٥- أشرف صبحي محمد، أحمد كمال محمود، إسلام عرفة علي (٢٠٢١): "طرق وأساليب الاستثمار في المجال الرياضي بجمهورية مصر العربية"، بحث منشور، ع٩١، ج١، المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، ص ص ١ - ٢٠.
- ٦- بادي حسيان الدوسري، محمد جاسم أحمد، عبد الحق سيد عبد الباسط (٢٠٢٠): "معوقات الإستثمار الرياضي في الأندية الرياضية في دولة الكويت"، بحث منشور، مجلة علوم الرياضة وتطبيقات التربية البدنية، مج١٧، كلية التربية الرياضية بقنا، جامعة جنوب الوادي، ص ص ٣٤ - ٥٤.
- ٧- جبريل محمد رجب (٢٠٠١): "ترويج البطولات والمباريات الرياضية باستخدام الأسلوب الحديث للتسويق"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين بالقاهرة، جامعة حلوان.
- ٨- حمدينو عمر السيد (٢٠٠٦): "دور السياحة الرياضية في تنمية الجذب السياحي لجمهورية مصر العربية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة المنصورة.
- ٩- سلوس مبارك (٢٠٠٤): "التسيير المالي"، ط١، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- ١٠- فاطمة محمد أحمد (٢٠١٢): "الضوابط البيئية للسياحة بمحافظة الفيوم"، سلسلة بحوث جغرافية، العدد ٥٢، الجمعية الجغرافية المصرية، القاهرة.
- ١١- نادى أحمد على عبد المجيد (٢٠٢١): "ضمانات وحوافز الإستثمار في المؤسسات الرياضية بجمهورية مصر العربية"، بحث منشور، المجلة العلمية لعلوم الرياضة، ع٤٤، كلية التربية الرياضية، جامعة كفر الشيخ، ص ص ١٦٣ - ١٩٨.
- ١٢- إبراهيم عبد العزيز شيما (١٩٩٣): "أصول الإدارة العامة"، توزيع المنشآت والمعارف، الإسكندرية، المرج السابق، ص ٤٨ .

## المراجع الأجنبية:

- 13–Cornelia et al :Preparing recreation professionals: graduate attributes expected of recreation professionals in South African, World Leisure Journal, 62:1, 52–66, 2019.
- 14– David et al Launching an online graduate degree for tourism management in China: lessons in Chinese–foreign cooperation, Journal of Teaching in Travel & Tourism , 2019.

## ملخص البحث

استثمار الإمكانيات والمنشآت الرياضية للنهوض  
بالسياحة الرياضية بمحافظة الوادي الجديد

أ.د/ نبيه عبد الحميد سليمان العلقامي

أ.م.د/ حسام رضوان كامل

الباحث/ أحمد عادل اسماعيل داغر

أصبحت الرياضة تعتمد على الاقتصاد لتمويل مختلف الألعاب وذلك لكونها تعد وسيلة دعاية وإشهار وانتشار في مجال الإنتاج والتسويق الرياضي للمنتج والخدمات الرياضية، وقد راعت المجتمعات المتقدمة رياضياً تهيئة المناخ الاستثمار حتى تساهم في جعله عملاً جدياً من وجهة نظر المستثمرين، وتشجيعهم على دخول المجال الرياضي لكي يفيدوا ويستفيدوا بشكل إيجابي. يهدف البحث إلى " تفعيل الاستثمار للإمكانيات والمنشآت الرياضية للنهوض بالسياحة الرياضية بمحافظة الوادي الجديد" من خلال التعرف على كل من:

١- مقومات السياحة الرياضية بالمحافظة.

٢- تحديات السياحة الرياضية بالمحافظة.

٣- فرص الاستثمار وتسويق السياحة الرياضية بالمحافظة.

استخدم الباحثين المنهج الوصفي بأسلوب الدراسات المسحية لملائته لطبيعة وأهداف البحث.

تمثل مجتمع البحث في مديريين القرى السياحية و الإداريين بوزارات (الاستثمار - السياحة -

الشباب والرياضة)، وأيضاً من مديريين شركات السياحة ووكلاء السفر بمحافظة الوادي الجديد.

## عينة البحث :

قام الباحثين باختيار عينة عشوائية قوامها (١٢٠) فرداً من مديريين القرى السياحية و الإداريين

بوزارات (الاستثمار - السياحة - الشباب والرياضة)، وأيضاً من مديريين شركات السياحة ووكلاء

السفر بمحافظة الوادي الجديد، منها عدد (٩٠) فرداً عينة أساسية وعدد (٣٠) عينة استطلاعية،

## الاستنتاجات :

- وجود الكوادر الإدارية المؤهلة لتنظيم الأنشطة السباحة الرياضية بالمحافظة.
- تتميز المحافظة بخدمات البنية التحتية كالمياه والكهرباء.
- تتميز المحافظة بوجود آثار تمثل جميع العصور التاريخية المختلفة الجاذبة للسياحة الرياضية.
- تتميز المحافظة بالتضاريس (مثل الجبال والوديان.... وغيرها) الجاذبة للسياحة.

## التوصيات :

- ضرورة الاهتمام بنشر الوعي لدى أبناء محافظة الوادى الجديد بأهمية السياحة الرياضية.
- ضرورة تأهيل وصقل مواهب الكوادر الرياضية العاملين فى مجال السياحة الرياضية بمحافظة الوادى الجديد من حيث اللغات الأجنبية، ومن حيث الأنشطة الجاذبة لدى السائحين.
- ضرورة اهتمام القيادات المعنية بمحافظة الوادى الجديد بتوفير كافة الخدمات المساندة لتففيذ أنشطة السياحة الرياضية، ومنها المنشآت والمرافق والخدمات التأمينية والصحية.

## Abstract

### Investing in sports capabilities and facilities to promote sports tourism in alwadi aljadid Governorate

**Prof. Nabih Abdel Hamid Suleiman Al-Alqami**

**Dr. Hossam Radwan Kamel**

**Researcher. Ahmed Adel Ismail Dagher**

Sports have become dependent on the economy to finance various games because it is a means of advertising, advertising and spread in the field of sports production and marketing of sports product and services, and developed societies have taken into account the creation of an investment climate in order to contribute to making it a serious work from the point of view of investors, and encourage them to enter the sports field in order to benefit and benefit positively.

The research aims to " Activating investment in sports capabilities and facilities to promote sports tourism in alwadi aljadid Governorate by identifying :

1. Elements of sports tourism in the governorate.
2. The challenges of sports tourism in the governorate.
3. Investment opportunities and marketing of sports tourism in the governorate.

The researchers used the descriptive approach in the style of survey studies for his suitability of the nature and objectives of the research.

Represent the research community in Managers of tourist villages and Administrators in ministries (Investment – Tourism – Youth & Sports), and also from Managers of tourism companies and travel agents in the alwadi aljadid Governorate.

**Research Sample:**

The researchers selected a random sample of (120) individuals from the directors of tourist villages and administrators in the ministries of (investment – tourism – youth and sports), as well as from the managers of tourism companies and travel agents in the alwadi aljadid Governorate, including (90) individuals a basic sample and (30) exploratory sample,

**Conclusions :**

- The presence of qualified administrative cadres to organize sports swimming activities in the governorate.
- The governorate is characterized by infrastructure services such as water and kirba.
- The province is characterized by the presence of monuments representing all the different historical eras that are suitable for sports tourism.
- The province is characterized by topography (such as mountains, valleys.... and others) Aljazba Tourism.

## Recommendations :

- The need to pay attention to spreading awareness among the people of the alwadi aljadid Governorate of the importance of sports tourism.
- The need to qualify and refine the talents of sports cadres working in the field of sports tourism in the alwadi aljadid Governorate in terms of foreign languages, and in terms of activities attracting tourists.
- The need for the concerned leaders in the alwadi aljadid Governorate to pay attention to providing all support services for the implementation of sports tourism activities, including facilities, insurance and health services.