

الفصل الأول

الإطار العام للبحث

مقدمة البحث

مشكلة البحث والحاجة إليه

أهداف البحث

المصطلحات العلمية المستخدمة في البحث

الإطار العام للبحث

مقدمه البحث

نظراً لما تلعبه السياحة من دور حيوى فى رفع عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية فى الدول التى تتوافر بها عوامل الجذب السياحي مثل جمهورية مصر العربية ، ومدى توافر البنية السياحة وخاصة السياحة الرياضية ، وتأثير تفهم أفراد الدولة لأهمية السياحة وواجباتهم نحوها ، دعا الأمر الى ضرورة الاهتمام بنشر الوعي الثقافى السياحي الرياضى لدى الجماهير . (١٨ : ٢٦) كما أن حركة السياحة قد تطورت بداية من عام ١٩٥٠ حتى عام ٢٠٠٠ بصورة واضحة ونسبة تغير عالية تتمثل فى الجدول التالى :-

جدول (١)

أعداد السائحين بالمليون من عام ١٩٥٠ إلى ٢٠٠٠
ونسبة التغير السنوي فيها

م	السنة الميلادية	عدد السائحين بالمليون	نسبة التغير السنوي
١	١٩٥٠م	٢٥,٣	-
٢	١٩٦٠م	٧١,١	٪٢,٨١
٣	١٩٧٠	١٦٨,٥	٪٢,٣٧
٤	١٩٨٠م	٢٦٧,٣	٪١,٦٤
٥	١٩٩٠م	٤٠٣,٦	٪١,٥١
٦	٢٠٠٠م	٤٩٦,٤	٪١,٢٣

(٢ : ٢٤)

ومن خلال ذلك التطور الحادث فى حركة السياحة كان لابد من أن يتجه نظر العالم اجمع الى أهمية هذه الصناعة وضرورة زيادة الوعي بين أفراد المجتمعات المختلفة من حيث الأهمية السياحية بوجه عام وأهمية السياحة الترويجية الرياضية بوجه خاص . (١٧ : ٩) حيث أن نمط السياحة الرياضية من ضمن الأنماط السياحية والتي يرى الباحث أنها من أهم عوامل الجذب السياحي لجمهورية مصر العربية .

ويعتبر هذا تطبيقاً لما رآه " برايتبل Brightbill " أن الترويج "نشاط اختياري يحدث أثناء وقت الفراغ ودوافعه الأولية هى الرضا والسرور الناتج عن هذا النشاط " وهذا التعريف يكاد يتضمن مع رأى بيوتشر Bucher فى أن الترويج يتعلق بألوان النشاط التى يمارسها الفرد فى غير ساعات عمله وهو بهذا يدل على أن

الشخص قد اختاره بصفته أوجه من النشاط لممارستها طوعاً نتيجة لرغبه داخلية دافعه لأن الاشتراك في هذه الألوان يمدده براحة ورضا نفس . (٣٢ : ٢٣) .

ونظراً لتعدد المجالات الترويحية من ترويح ثقافي واجتماعي وفني وخليوي وتجاري ورياضي (١٤ : ٢٦) يرى الباحث أن كل هذه المناشط ما هي الا عبارة عن أنماط سياحية متمثلة في السياحة الثقافية وسياحة المعارض والسيارات وسياحة المؤتمرات والسياحة الدينية وسياحة رجال الأعمال والسياحة الرياضية .

ولما كانت مصر قد بدأت تخطو الخطوات الصحيحة في الاهتمام بالسياحة الرياضية لذا وجب بناء برامج ترويحية رياضية تسهم في زيادة أعداد السائحين الوافدين إلى جمهورية مصر العربية ، هذا تطبيقاً لما أوصت به منظمة السياحة الدولية (الاستا) بخصوص زيادة تشجيع واهتمام شركات السياحة للاستغلال الفعلي للمقومات الطبيعية والمناخية للدول في مجالات السياحة وخاصة السياحة الرياضية . (٣١ : ٤٩٠) كما أوصت به الجمعية الدولية للرياضة للجميع عن أهمية تنظيم رحلات سياحية للاشتراك في مختلف الرياضات على المستوى الدولي . (٣١ : ١٧)

مشكلة البحث والحاجة إليه

لقد اهتمت الدول المتقدمة بالترويج وذلك لإدراكها بأنه يعد افضل استثمار لوقت الفراغ ، إذ توجد علاقة وثيقة بين وقت الفراغ والترويج ، فكلما زاد كم وقت الفراغ زادت الحاجة الى ترويج وقد أظهرت الحاجة الماسة الى الترويج الرياضي في أواخر القرن التاسع عشر بعد أن قلت ساعات العمل وزاد وقت الفراغ كنتيجة لهذا التقدم التكنولوجي مما يؤدي الى زيادة الضغوط النفسية مثل القلق والتوتر العصبي ، والاكتئاب النفسى ، وانتشار البطالة .

وتعتبر السياحة الترويحية أحد الروافد التي يصب فيها الفرد هموم وقت فراغه حيث أنها تعتبر أحد الوسائل التي تستخدم لاستثمار وقت الفراغ ، كما تعد السياحة من أهم مصادر الدخل القومي في الوقت الحالي لمصر ، نظراً لما تمثله تلك الصناعة من أهمية كبيرة في زيادة فرص العمل لكثير من أبناء الدولة ولما لها من أهمية اقتصادية كبيرة تسهم في النمو الاقتصادي للدولة .

ونظراً لعدم توافر برامج السياحة الترويحية الرياضية ضمن السياحة الرياضية في جمهورية مصر العربية ، رغم أن هناك بعض الاجتهادات مثل برامج رياضية في القرى السياحية وبرغم من وجود أجنده رياضية موضوعة من قبل وزارة السياحة تحتوى على مجموعة من الأنشطة الرياضية تعتبر عماد قيام هذا النمط السياحي إلا أنها تقتصر إلى عنصر التشويق وإلى التنظيم الأمثل للبرامج المقدمة . (٤٤ : ٤٦)

ونظراً لقلّة البرامج المقدمة للسائحين سواء للسياحة الداخلية أو الخارجية وعدم تنظيمها التنظيم الجيد وأيضاً عدم توافر الرواد الترويجيين المسؤولين عن مثل هذه البرامج وعدم الاهتمام بضرورة تواجدهم عند تطبيق البرامج مما أدى الى ضعف مثل هذه البرامج وعدم جديتها بالإضافة إلى عدم وضع البرامج السياحية الترويجية الرياضية التي تسهم في زيادة إقبال السائحين على المشاركة والممارسة وفقاً لما أوضحت به رسالة كل من فاطمة هانم ، وكوثر الموجي ، وليد أمين عباس من عدم توافر البرامج السياحية الرياضية المقدمة للسائحين والتي تقتصر على مجموعة من الألعاب الرياضية المقامة في القرى السياحية غير المنظمة والتي لا تكفي ولا تلبى احتياجات ورغبات السائحين المختلفة وفقاً للمتغيرات الطبيعية والمناخية المتوافرة في جمهورية مصر العربية. (٤٧ : ١٧٠) ، (١ : ٩٦ ، ١٠٢)

وأيضاً ما قد تم من دراسات تناولت موضوع السياحة الرياضية مثل دراسة وليد أمين عباس والتي كان من ضمن توصياتها ضرورة بناء برامج خاصة بالسياحة الرياضية تتضمن المناشط المفضلة لدى أنماط السائحين والتي تتلائم والطبيعة المناخية الخاصة بجمهورية مصر العربية وأيضاً ما أوصت به منظمة الأستا من ضرورة توفير وتشجيع أنماط سياحية أخرى غير السياحة الثقافية وأيضاً ما أوصت به رسالة فاطمة هانم من حتمية توافر البرامج السياحية الرياضية المقدمة للسائحين وكذلك دراسة كوثر الموجي من أهمية صناعة السياحة كأحد روافد الدخل القومي المصري .

ومما سبق يتضح عدم التخطيط الجيد لبرامج السياحة الترويجية الرياضية من قبل القائمين على العمل سواء في المؤسسات السياحية أو المسؤولين في هيئة تنشيط السياحة أو وزارة السياحة .

لذلك رأى الباحث ضرورة التطرق لمثل هذا الموضوع الذي يرتبط مباشرة بالتنمية الاقتصادية للدولة من خلال بناء برامج للسياحة الرياضية في جمهورية مصر العربية .

أهداف البحث

يهدف البحث الى :-

- ١- تحديد أنواع الأنشطة المفضلة لدى السائحين المترددين على المشروعات السياحية في جمهورية مصر العربية من السائحين المتحدثين باللغة العربية والمتحدثين باللغة الإنجليزية .

- ٢- تحديد الإمكانيات المتوافرة داخل القرى السياحية المعنية بالسياحية الرياضية في جمهورية مصر العربية .
- ٣- تحديد دور وسائل الإعلام (المسموعة - المقروءة - المرئية) لنشر البرامج الترويجية للسياحة الرياضية في جمهورية مصر العربية .
- ٤- بناء برامج السياحة الترويجية الرياضية بجمهورية مصر العربية .

المصطلحات العلمية المستخدمة في البحث

السياحة الرياضية

هي عملية الانتقال من مكان الإقامة الدائم للفرد إلى مكان آخر داخل أو خارج الدولة لفترة لا تقل عن ٢٤ ساعة بهدف ممارسة أو مشاهدة الأنشطة الرياضية المختلفة .

برامج الأنشطة الترويجية

هي جميع أوجه الأنشطة الترويجية التي تختارها الهيئة المنظمة وتشرف عليها لتحقيق هدف محدد ويتوقف نجاح البرنامج على حسن الإعداد الجيد واختيار نواحي النشاط المناسب وتوفير الإمكانيات اللازمة والميزانية والقادة المتخصصين والمتطوعين وذلك عند تنظيم وإعداد برنامج ترويجي .