

قياس رضا المستفيدين من خدمات السياحة الرياضية بجمهورية مصر العربية

* د/ حمدينو عمر السيد حامد

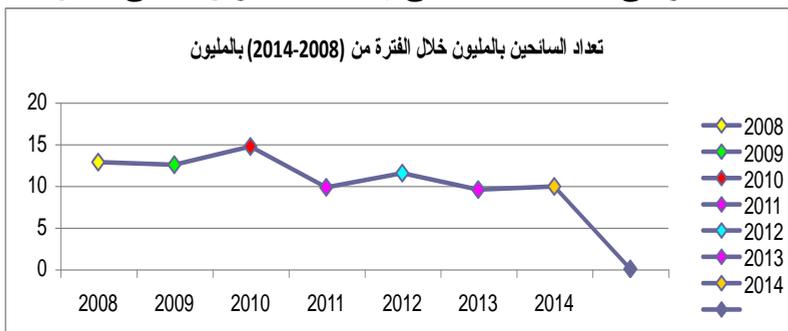
مقدمة ومشكلة البحث:

تعد السياحة أداة فعالة ومؤثرة للنظام العام لخلق تكامل اجتماعي وحضاري على المستوى القومي والدولي وغرس نوع من التفاهم بين الدول كما أنها تعمل على زيادة الدخل القومي من خلال ما تُدره من عملات أجنبية ناتجة عن إزدياد الحركة والقوة الشرائية في البلد من خلال بيع الخدمات السياحية المختلفة والأدوات الخاصة بها وتشغيل مرافق الدولة من وسائل نقل وترفيه وغيرها وبالتالي زيادة فرص العمل حيث أنها لا تزال تعتمد على العامل الانساني اعتماداً رئيسياً لما تتميز به من مقومات طبيعية ومناخية وتاريخية تمثل عناصر الجذب السياحي في مختلف الأنماط السياحية مما يمنحها وضعاً تنافسياً فريداً على خريطة السياحة العالمية، وتنوع السياحة وتتخذ العديد من الأنماط وفقاً لدوافعها واحتياجات الفرد إليها ومنها السياحة الرياضية التي لها ميزة بين الأنماط السياحية الأخرى.

وقد تأثرت السياحة المصرية بشكل مباشر بحدوث الأزمة الاقتصادية العالمية في عام (٢٠٠٩) وتلاها ثورتى ٢٥ يناير ٢٠١١م و ٣٠ يونيو ٢٠١٣م حيث انخفضت مؤشرات توافد السياح بشكل ملحوظ كما هو موضح بشكل (١) وذلك بسبب تداعيات الحداثين والتي كان أهمها إلغاء بعض حجوزات الرحلات السياحية وتخفيض عدد أيام البعض الآخر، انخفاض معدل إنفاق السائح، وانخفاض عدد الليالي السياحية داخل الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية، وأدى ذلك بالتبعية إلى الانخفاض في حجم مشاركة السائحين بالأنشطة

* مدرس بقسم الترويج الرياضي - كلية التربية الرياضية - جامعة المنصورة

السياحية التي تنظمها تلك القرى والمنتجعات، هذا بالإضافة الى انخفاض حجم الاستثمار المحلي والأجنبي داخل قطاع الأنشطة الرياضية فى هذه القرى والمنتجعات نتيجة تخوف هؤلاء المستثمرين من ان تلحق بهم خسائر مادية نتيجة للاستثمار فى تلك الأنشطة التي ينتابها حالة ركود نسبي ملحوظ



شكل (١) يوضح مؤشرات توافد السائحين إلى جمهورية مصر العربية

(٢٠٠٨-٢٠١٤م) (٢٥)، (٢٦)، (٢٧)، (٢٨)، (٢٩)

لذلك فكرت العديد من القرى والمنتجعات السياحية المختلفة فى إدخال بعض الخدمات المميزة التي تمارس فى وقت الفراغ، يطلق عليها الخدمات السياحية الرياضية التي تنال رضا السائحين (١٢-١٠،٤٩).

ويشير كارل سيول وبول براون Seweal Carle & Brown Boll

أنه لابد من مساعدة المشاركين على تحقيق حياة أفضل وذلك بتقديم الخدمات التي يحتاجونها وتتناسب مع ميولهم ورغباتهم (٩-٩).

ولتحقيق مستوى عالي من إرضاء السائحين عن الخدمات السياحية الرياضية لابد من عرض الخدمات بمظهر وشكل جذاب ما أمكن للمستفيدين وتميز الخدمات التي تقدمها وحدة معينة عن غيرها من خدمات المنافسين، وبناء سمعة طيبة لوحدة الخدمات على المدى البعيد (١٤-٢٠).

كما أن نجاح أي مؤسسة خدمية وقدرتها على الاستمرار يتوقف على

مدي تحقيق الأهداف التي أنشئت من أجلها ، لذا كان لزاماً توافر أداة تقدير تسهم في الحكم على فعالية الخدمات ومدي تحقيق الأهداف المنشودة، وتحديد ما إذا كان هناك اختلاف بين النتائج المستهدفة والنتائج التي تحققت فعلاً (١-٦٧).

وتتلخص المشكلة في تفاوت معدلات الإقبال على القرى والمنتجات السياحية والتي تقدم الخدمات السياحية الرياضية مما أظهر الحاجة إلى بناء مقياس وذلك للتعرف على أسباب ذلك التفاوت من خلال قياس الرضا عن الخدمات السياحية الرياضية المقدمة بالقرى والمنتجات السياحية.

أيضاً من خلال الإطلاع والمسح المرجعي وفي حدود علم الباحث لاحظ ندرة الدراسات التي تناولت رضا المستفيدين من خدمات السياحة الرياضية مما دفع الباحث إلى محاولة التعرف على مستوى الرضا عن تلك الخدمات لزيادة فعاليتها، وهذه الدراسة محاولة من الباحث في تقديم بعض المقترحات والخطوات المعاونة للمسؤولين في اتخاذ قرارات تتناسب مع طبيعة وخصائص السائحين.

الخدمة:

نشاط أو سلسلة من الأنشطة التي تكون إلى حد ما ذات طبيعة غير ملموسة، ويتم تقديمها كحل لبعض المشاكل التي يواجهها العميل (١٨-٢٧) الرضا:

هو حصيلة التفاعل بين ما يريده الفرد وبين ما يحصل عليه بالفعل (١٠-٢٥٤).

هدف البحث:

يهدف البحث إلى التعرف على رضا المستفيدين من خدمات السياحة الرياضية بجمهورية مصر العربية من خلال الإجابة على التساؤلات التالية:

- ما مدي رضا المستفيدين عن مقدموا خدمات السياحة الرياضية بجمهورية مصر العربية ؟
 - ما مدي رضا المستفيدين عن مراحل تأدية خدمات السياحة الرياضية (قبل-أثناء وبعد) ؟
 - ما مدي رضا المستفيدين عن المزيج الخاص بخدمات السياحة الرياضية بجمهورية مصر العربية ؟
- الدراسات المرجعية:

- ١- أجرى "ويد وآخرون Weed, Marins, Gammon, (2003) Katzman (٢٤) دراسة عنوانها "السياحة الرياضية قطاع متنامى الموضوعات والمنظورات المتواجدة فى فرنسا" تهدف إلى التعرف على السياحة الرياضية كقطاع متنامى (الموضوعات والمنظورات المتواجدة فى فرنسا)، واستخدم الباحث المنهج الوصفي، المسح، تحليل الوثائق، على عينة عشوائية من مسئولين المنتجعات السياحية- سائحين، واستخدام الباحث- تحليل المراجع والوثائق- المقابلة- الاستبيان كأدوات لجمع البيانات ومن أهم النتائج التى توصل إليها الباحث ما يلي: أهمية عملية التقسيم إلى قطاعات فيما يتعلق بالمنتجعات السياحية. ووضع إستراتيجيات متنوعة لتحديد الوضع الخاص بمنتجعات السياحة الرياضية.
- ٢- أجرى "محمد خميس" (٢٠٠٦م) (١٤) دراسة عنوانها "مدي الرضا عن الخدمات الترويحية بالوحدات ذات الطابع الخاص بجامعة المنصورة" واستخدم الباحث المنهج الوصفي، على عينة عشوائية قوامها (٤٦٩) من المترددين على الوحدات ذات الطابع الخاص بجامعة المنصورة المقدمة للخدمات الترويحية والبالغ عددها (٥) وحدات للذكور والإناث، واستخدم الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات ومن أهم النتائج التى توصل إليها الباحث ما يلي: ارتفاع مستوى الرضا عن الخدمات

الترويحية الرياضية المقدمة بالوحدات وتنوعها ومراعاتها لعادات وتقاليد المجتمع، وانخفاض مستوى الرضا عن توافر خدمات ترويحية لذوي الاحتياجات الخاصة من الجنسين، ووسائل وأساليب الدعاية والإعلان (المرئي - المسموع والمقروء) عن الخدمات الترويحية المقدمة بالوحدات وارتفاع مستوى الرضا عن صفات وقدرات مقدمو الخدمات الترويحية (أخصائيين ومشرفين)، وانخفاض مستوى الرضا عن تقديم إدارة الوحدات لحوافز مادية أو معنوية للممارسين، كذلك تقديم مطبوعات دورية للممارسين عن فوائد الخدمات الترويحية.

٣- أجرت "سميحة بلحسن" (٢٠١٢م) (٧) دراسة عنوانها "تأثير جودة الخدمات علي تحقيق رضا الزبون (دراسة حالة)" واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي، على عينة عشوائية قوامها (١٠١) من متلقي الخدمات المقدمة من وكالة الخدمات، واستخدمت الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة ما يلي: تعتبر الجودة ميزة تنافسية، كونها تستخدم كإستراتيجية من بين الاستراتيجيات التي تحقق رضا الزبون، وهناك العديد من الطرق لقياس الرضا منها القياسات الدقيقة، الكمية، الكيفية بالإضافة إلي النماذج منها نموذج عدم المطابقة، نموذج المعايير المعتمدة علي الخبرة للرضا أو عدم الرضا، نموذج مقدمات وتوابع الرضا النظرية.

٤- أجرى "مصطفى أبو العطا" (٢٠١٣م) (١٥) دراسة عنوانها "دراسة تحليلية لجودة الخدمات الترويحية المائية بمحافظة جنوب سيناء"، واستخدم الباحث المنهج الوصفي، المسح، تحليل الوثائق، على عينة عشوائية قوامها (٢٤٣) المترددين على القرى السياحية المختلفة ومقدمي الخدمة، واستخدام الباحث الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات ومن أهم النتائج التي توصل إليها الباحث ما يلي: الرياضات

المائية المقدمة للمستفيدين تشبع ميولهم ورغباتهم، الخدمة الترويحية من العلامات التي تميز البيئة التي توفرها وتمنحها درجات تنافسية بالسوق العارض لهذه الخدمات، يقاس مدى جودة الخدمة الترويحية المائية بإقبال المستفيدين عليها ورضاهم عنها.

إجراءات البحث:

منهج البحث:

استخدم الباحث المنهج الوصفي بخطواته وإجراءاته.

مجتمع وعينة البحث:

قام الباحث باختيار عينة البحث بالطريقة العمدية العشوائية من السائحين المستفيدين من خدمات السياحة الرياضية لعدد (١٤) منشأة سياحية ذات المستوى الرابع والخامس (٤ نجوم - ٥ نجوم) وبلغ حجم العينة التي طبق عليها استبيان السائحين المستفيدين (٦٧٤) سائح من مختلف الجنسيات.

جدول (١)

توصيف عينة البحث

بيان عددي ونسبي وفقاً لمتغير اسم المنشأة السياحية والموقع الجغرافي ومستوى (فئة) المنشأة السياحية لعينة السائحين المستفيدين قيد البحث (ن = ٦٧٤)

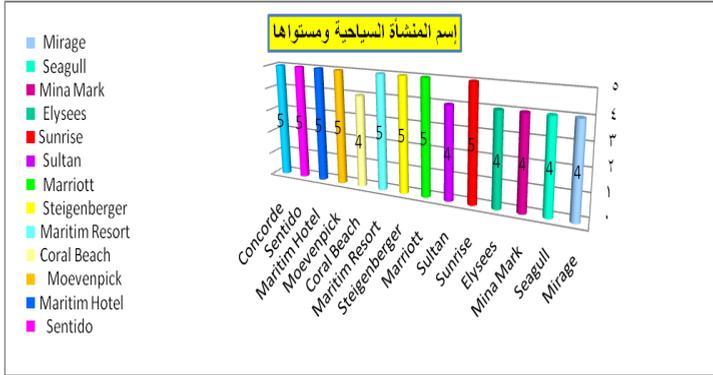
م	اسم المنشأة السياحية	الموقع	المستوى	عدد السائحين
١.	Mirage New Hawaii Resort	الغرفة	٤ نجوم	٧٣
٢.	Seagull Resort		٤ نجوم	٤٦
٣.	Mina Mark Beach Resort		٤ نجوم	٤٦
٤.	Elysees Hotel		٤ نجوم	٥٥
٥.	Sunrise Select Royal Makadi Resort & Spa		٥ نجوم	٤٦

تابع جدول (١)

توصيف عينة البحث

بيان عددي ونسبي وفقاً لمتغير اسم المنشأة السياحية والموقع الجغرافي ومستوى
(فئة) المنشأة السياحية لعينة السائح المستفيدين قيد البحث (ن = ٦٧٤)

م	اسم المنشأة السياحية	الموقع	المستوى	عدد السائحين
٦.	سلطان بيتش	Sultan Beach	٤ نجوم	٥١
٧.	ماريوت ريزورت ريد سى بيتش ريزورت	Hurgada Marriott Red Sea Beach Resort	٥ نجوم	٣٤
٨.	شتينبرجرأكو ماجيك	Steigenberger Aqua Magic	٥ نجوم	٦١
٩.	ماريتيمجولى فيل أندريزورت	Maritim Jolie Ville Golf and Resort	٥ نجوم	٥٨
١٠.	كورال بيتش ريزورت تيران	Coral Beach Resort Tiran	٤ نجوم	٣٢
١١.	موفينبيك ريزورت شرم الشيخ	Moevenpick Resort SharmElsheikh	٥ نجوم	٥٥
١٢.	فندق ماريتيمجولى فيل رويال بينينسيولا	Maritim Jolie Ville Royal Peninsula Hotel	٥ نجوم	٤٠
١٣.	سننديدواورينتال دريم ريزورت مرسى علم	Sentido Oriental Dream Resort MarsaAlam	٥ نجوم	٣١
١٤.	كونكورد مورين بيتش ريزورت	Concorde Moreen Beach Resort	٥ نجوم	٤٦
	الإجمالي			٦٧٤



أداة جمع البيانات:

استعان الباحث في جمع البيانات باستمارة استبيان (قياس رضا المستفيدين من خدمات السياحة الرياضية بجمهورية مصر العربية) - إعداد الباحث - هذا وقد تم إعداد استمارة الاستبيان بالخطوات التالية:

- الاطلاع على بعض أدوات جمع البيانات في الأبحاث والدراسات والكتب العلمية المرتبطة بالرضا عن الخدمات والسياحة الرياضية والترويج الرياضي وعلم النفس متمثلة في: تطبيقات في الترويج وأوقات الفراغ، إدارة الفنادق والمنتجات السياحية، دراسة تحليلية لجودة الخدمات الترويجية المائية بمحافظة جنوب سيناء، تأثير جودة الخدمات علي تحقيق رضا المستفيد.

١- تحديد (٣) محور للاستبيان شملت (مقدموا الخدمات السياحية الرياضية، مراحل تأدية الخدمات السياحية الرياضية، المزيج الخاص بخدمات السياحة الرياضية، تم تحديدها بناء على نتائج الأبحاث والدراسات والكتب العلمية.

٢- تم عرض المحاور على (٢٠) من الخبراء المتخصصين في مجال الترويج الرياضي وعلم النفس الرياضي، السياحة تمت الموافقة عليها بنسبة (٩٠%) فأكثر.

٣- بعد الاتفاق علي المحاور بشكلها النهائي، تم صياغة مجموعة من العبارات تحت كل محور، وعرضها علي الخبراء مرة أخرى لإبداء الرأي عن طريق الموافقة أو التعديل أو الحذف.

٤- وافق الخبراء علي عبارات الإستبيان بنسبة (٩٠%).

٥- تم حذف (٦) عبارات، وقد بلغ عدد العبارات الإجمالي للاستبيان (٥٨) عبارة.

٦- تم وضع قياس شدة الاستجابة لكل عبارة وفقاً لميزان تقدير (ثيرستون) الثنائي وبدرجات (١، ٢).

الدراسة الاستطلاعية:

قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية علي عينة قوامها (٧٠) سائح من خارج عينة الدراسة الأساسية ومن داخل مجتمع البحث، وذلك في الفترة من (١٢/٦/٢٠١٥م) إلى الفترة (٢٥/٦/٢٠١٥م).

واستهدفت الدراسة الاستطلاعية التعرف على مدى وضوح ومناسبة صياغة المفردات لمستوى فهم العينة وإجراء المعاملات العلمية. وقد أظهرت نتائج الدراسة الاستطلاعية وضوح التعليمات الخاصة بأداة جمع البيانات، ومناسبة الصياغة لمفردات الاستبيان ووضوحها، ومن ثم تم إجراء المعاملات العلمية الخاصة بإيجاد صدق وثبات استمارة الاستبيان.

المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان:

أولاً: الصدق:

استعان الباحث لحساب صدق استمارة الاستبيان بطرق عديدة مثل:

- **صدق المحتوي (الظاهري):** عن طريق الإطلاع علي الدراسات والبحوث العلمية والكتب المتعلقة بموضع البحث في مجال الترويج الرياضي وعلم النفس والسياحة.

- صدق المحكمين (الخبراء): من خلال عرض الاستمارة علي مجموعة من الخبراء المتخصصين في مجال الترويج الرياضي وعلم النفس والسياحة جدول (٢).

جدول (٢)

الأهمية النسبية لآراء الخبراء على محاور الاستبيان (ن=٢٠)

م	المحور	الأهمية النسبية
١	مقدموا الخدمات السياحية الرياضية.	١٠٠%
٢	مراحل تأدية الخدمات السياحية الرياضية.	٩٥%
٣	المزيج الخاص بخدمات السياحة الرياضية.	٩٠%

يتبين من جدول (٢) اتفاق الخبراء علي محاور الاستبيان، وتراوحت الأهمية النسبية بين (٩٠%) و(١٠٠%)، مما يشير إلى صدق الاستبيان.
- صدق الاتساق الداخلي:

للتحقق من مدى ملائمة عبارات الاستبيان من خلال إيجاد معامل الارتباط بين كل عبارة والمحور الخاص بها والاستبيان ككل، وكذلك إيجاد معامل الارتباط بين المحاور وبعضها البعض، وأيضاً معامل الارتباط بين المحاور والاستبيان ككل. كما هو موضح بالجدول (٣) (٥) (٦).

جدول (٣)

معامل الارتباط بين العبارات والمحاور الخاصة بها للاستبيان قيد البحث (ن=٧٠)

المحور/البعد الأول			تابع المحور/البعد الثاني			تابع المحور/البعد الثالث		
العبارة	المحور	الاستبيان	العبارة	المحور	الاستبيان	العبارة	المحور	الاستبيان
١	*0.532	*0.405	٢٩	*0.603	*0.608	٥٧	*0.618	*0.486
٢	*0.706	*0.668	٣٠	*0.760	*0.731	٥٨	*0.523	*0.460
٣	*0.824	*0.676	٣١	*0.600	*0.578			
٤	*0.657	*0.526	٣٢	*0.554	*0.535			
٥	*0.475	*0.413	٣٣	*0.642	*0.661			
٦	*0.625	*0.509	٣٤	*0.630	*0.606			

تابع جدول (٣)
معامل الارتباط بين العبارات والمحاور الخاصة بها للاستبيان قيد البحث (ن) =
(٧٠)

تابع المحور/البعد الثالث			تابع المحور/البعد الثاني			المحور/البعد الأول		
الاستبيان	المحور	العبارات	الاستبيان	المحور	العبارات	الاستبيان	المحور	العبارات
			*0.560	*0.601	٣٥	*0.389	*0.445	٧
			*0.687	*0.745	٣٦	*0.726	*0.785	٨
			*0.677	*0.682	٣٧	*0.529	*0.609	٩
			المحور/البعد الثالث			*0.648	*0.704	١٠
			*0.512	*0.595	٣٨	*0.597	*0.732	١١
			*0.550	*0.669	٣٩	*0.663	*0.633	١٢
			*0.576	*0.641	٤٠	المحور/البعد الثاني		
			*0.591	*0.517	٤١	0.230	*0.307	١٣
			*0.508	*0.557	٤٢	*0.582	*0.604	١٤
			*0.589	*0.647	٤٣	*0.665	*0.714	١٥
			*0.590	*0.636	٤٤	*0.357	*0.423	١٦
			*0.580	*0.642	٤٥	*0.758	*0.790	١٧
			*0.591	*0.664	٤٦	*0.495	*0.517	١٨
			*0.571	*0.641	٤٧	*0.468	*0.468	١٩
			*0.414	*0.514	٤٨	*0.578	*0.645	٢٠
			*0.459	*0.534	٤٩	*0.606	*0.644	٢١
			*0.500	*0.591	٥٠	*0.504	*0.579	٢٢
			*0.705	*0.696	٥١	*0.611	*0.684	٢٣
			*0.673	*0.659	٥٢	*0.750	*0.755	٢٤
			0.212	*0.418	٥٣	*0.785	*0.781	٢٥
			*0.441	*0.636	٥٤	*0.733	*0.756	٢٦
			*0.356	*0.505	٥٥	*0.639	*0.642	٢٧
			*0.515	*0.642	٥٦	*0.732	*0.753	٢٨

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى (٠.٠٥) = 0.235

من جدول (٣) يتضح أن:

- وجود ارتباط دال إحصائياً بين العبارات والدرجة الكلية للمحاور والدرجة الكلية للاستبيان حيث أن قيمة (ر) المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥)، مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي.

- بناءً على نتائج صدق عبارات ومحاور الاستبيان تم حذف مجموعة من العبارات الغير دالة إحصائياً حيث أن قيمة (ر) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) عند معنوية (٠.٠٥)، جدول (٤).

جدول (٤)

العبارات المحذوفة والخاصة بمحاور الاستبيان

م	محاور الاستبيان	عدد العبارات في كل محور	أرقام العبارات المحذوفة	عدد العبارات بعد التعديل
١	مقدموا الخدمات السياحية الرياضية.	١٢	-	١٢
٢	مراحل تأدية الخدمات السياحية الرياضية.	٢٥	١٣	٢٤
٣	المزيج الخاص بالخدمات الرياضية السياحية.	٢١	٥٣	٢٠
	الإجمالي	٥٨	٢	٥٦

من جدول (٤) يتضح أن:

- عدد العبارات المحذوفة (٢) عبارة من الاستبيان.
- بعد حذف العبارات بلغ إجمالي عدد عبارات الاستبيان (٥٦) عبارة موزعة على كل محور من المحاور الثلاثة، الصورة النهائية للاستبيان، مرفق (ك).
- واستخدم الباحث صدق الاتساق الداخلي لحساب صدق الاستبيان من خلال إيجاد معامل الارتباط بين الدرجة الكلية لكل محور من محاور الاستبيان مع بعضها البعض، جدول (٥).

جدول (٥)

مصفوفة الارتباط بين محاور الاستبيان قيد البحث (ن = ٧٠)

المحاور	١	٢	٣
١		*0.855	*0.595
٢			*0.703
٣			

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى (٠.٠٥) = 0.235

من جدول (٥) يتضح:

- وجود ارتباط دال إحصائياً بين محاور الاستبيان وبعضها البعض حيث أن قيمة (ر) المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥)، مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي.
- واستخدم الباحث صدق الاتساق الداخلي لحساب صدق الاستبيان من خلال إيجاد معامل الارتباط بين الدرجة الكلية لكل محور والدرجة الكلية للاستبيان، جدول (٦).

جدول (٦)

معامل الارتباط بين المحاور والدرجة الكلية للاستبيان قيد البحث (ن=٧٠)

م	المحاور / الأبعاد	الاستبيان
١	مقدموا الخدمات السياحية الرياضية.	*0.864
٢	مراحل تأدية الخدمات السياحية الرياضية.	*0.921
٣	المزيج الخاص بالخدمات السياحية الرياضية.	*0.817

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى (٠.٠٥) = ٠.٢٣٥

من جدول (٦) يتضح:

- وجود ارتباط دال إحصائياً بين الدرجة الكلية لكل محور والدرجة الكلية للاستبيان حيث أن قيمة (ر) المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥)، مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي.

ثانياً: الثبات:

استعان الباحث لإيجاد ثبات الاستمارة بطريقة معامل ألفا كرونباخ للأبعاد الفرعية والدرجة الكلية وتعتمد هذه الطريقة على مدى تجانس درجات الاستمارة المستخدمة، كما يوضحها الجدول التالي:

جدول (٧)
قيم الثبات لمحاور الاستمارة (ن=٧٠)

١	مقدموا الخدمات السياحية الرياضية.	*.715
٢	مراحل تأدية الخدمات السياحية الرياضية.	*.657
٣	المزيج الخاص بالخدمات السياحية الرياضية.	*.687
	الاستبيان ككل	*.799

من جدول (٧)، يتضح: ثبات محاور الاستبيان، حيث بلغ معامل ثبات محاور الاستبيان بطريقة ألفا كرونباخ ما بين (٠.٦٥٧) و(٠.٧٩٩) مما يشير لارتفاع معامل ثبات المحاور.
الدراسة الأساسية:

بعد الاطمئنان للمعاملات العلمية الخاصة بالصدق والثبات قام الباحث بتطبيق استمارة الاستبيان على عينة البحث والبالغ عددها (٦٧٤) من السائحين المستفيدين من خدمات السياحة الرياضية من مختلف الجنسيات بعدد (١٤) منشأة سياحية ذات المستوى الرابع والخامس (٤ نجوم، ٥ نجوم) وذلك في الفترة من (٢٠١٥/٧/٢٠م) إلى الفترة (٢٠١٥/٨/٢٨م)، وبعد الانتهاء من تطبيق الاستبيان تم جمعه وتنظيمه وتفرغ البيانات وجدولتها لإجراء المعالجات الإحصائية المناسبة.

المعاملات والمعالجات الإحصائية:

تمت المعاملات والمعالجات الإحصائية لبيانات البحث باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، وقد استخدم الباحث: الارتباط البسيط لبيرسون، معامل ألفا كرونباخ، المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري.
عرض ومناقشة النتائج:

تحقيقاً لهدف البحث وللإجابة على ما طرح من تساؤلات، وفي حدود عينة البحث والمنهج المستخدم يعرض الباحث ما تم التوصل إليه من نتائج، مصنفة علي النحو التالي:

جدول (٨)

الدرجة الترحيحية والوزن النسبي لمقدموا الخدمات السياحية الرياضية عينة
البحث (ن = ٦٧٤)

المحور الأول: مقدموا الخدمات السياحية الرياضية

م	العبارات	راضي		غير راضي		الوزن النسبي %	الدرجة الترحيحية
		ك	النسبة %	ك	النسبة %		
يتصف العاملون بالأنشطة السياحية الرياضية بالمنشأة بما يلي:							
١	حسن المظهر؟	٤٥٢	67.1	٢٢٢	32.9	78.04	1578.00
٢	لباقة الحديث والروح السمة؟	٤٨٢	71.5	192	28.5	81.00	١٦٣٨.٠٠
٣	حسن معاملة السائح والتعامل معهم؟	٥٢٠	77.1	١٥٤	22.9	84.76	1714.00
٤	الكفاءة والمهارة المناسبة لطبيعة الخدمات المقدمة؟	491	72.8	183	27.2	81.89	1656.00
٥	يتناسب عدد العاملين بالأنشطة الرياضية بالمنشأة مع عدد السائحين المشاركين في الوقت المخصص للنشاط؟	231	34.3	443	65.7	57.57	1136.00
٦	يراعى العاملون بالأنشطة الرياضية الفروق الفردية بين السائحين؟	299	44.4	375	55.6	62.90	1272.00
٧	تقدم إدارة المنشأة السياحية حوافز مادية ومعنوية للسائحين المشاركين في الأنشطة الرياضية؟	296	43.9	378	56.1	62.61	1266.00
٨	أشعر بترابط وتعاون بين العاملين بالأنشطة السياحية الرياضية وبعضهم البعض؟	481	71.3	193	28.7	80.90	1636.00
٩	يتواجد أخصائى النشاط الرياضى وقت العمل بالأنشطة الرياضية مرتدياً الزي المناسب من ملابس وأحذية؟	472	70.0	202	30.0	79.97	1617.00

تابع جدول (٨)

الدرجة الترحيحية والوزن النسبى لمقدموا الخدمات السياحية الرياضية عينة
البحث (ن = ٦٧٤)

المحور الأول: مقدموا الخدمات السياحية الرياضية

م	العبارات	راضى		عير راضى		الوزن النسبى %	الدرجة الترحيحية
		ك	النسبة %	ك	النسبة %		
١٠	تسعى إدارة المنشأة السياحية بسرعة واهتمام لحل مشكلات السائحين وتلبية احتياجاتهم الرياضية ؟	299	44.4	375	55.6	62.90	1272.00
١١	تعمل إدارة المنشأة السياحية على تغيير اتجاهات السائحين إيجابياً نحو ممارسة الأنشطة الرياضية ؟	385	57.1	289	42.9	71.41	1444.00
١٢	السياسات الإدارية للمنشأة السياحية تعكس كفاءتها فى إدارة الأنشطة الرياضية ؟	377	55.9	297	44.1	70.57	1428.00

من جدول (٨) يتضح أن:

عبارة حسن معاملة السائحين والتعامل معهم جاءت فى الترتيب الأول بنسبة (84.76) وقد يرجع ذلك إلى إلزام إدارات القرى والفنادق والمنتجات السياحية العاملين بمراعاة الرقى فى التعامل مع السائحين الوافدين من شتى الدول، والتي تجعل النزلاء يشعرون وكأنهم مرتبطين بهذه الميزة والتي تترك صورة وانطباع جيد للسائح عن المنشأة السياحية ككل. فالمنشأة السياحية هي محصلة عناصر مادية مرتبطة بالخصائص المادية بالمكان والتعامل مع الأشخاص أثناء ممارسة الأنشطة الرياضية، وهذا ما أكدته خليفة بهبهانى (٢٠٠٧م) إلى أن حسن معاملة السائحين تعتبر أحد العناصر الأساسية فى صناعة الخدمات الرياضية بالمنشآت السياحية. وما أشار إليه أيضاً محمد حافظ (٢٠١٠م) إلى أن للعاملون بالأنشطة السياحية الرياضية دوراً غاية فى الأهمية

فى عملية تنشيط وتنمية السياحة الرياضية بالمنشآت من خلال تعاملاتهم مع الزائرين وفهم حاجاتهم ورغباتهم وتهيئة البيئة السياحية المناسبة لهم بما يحقق انجاز الأهداف المنشودة، وأكد كلاً من ك. جيتهنדרان، توم بايم (٢٠٠٠م) على أهمية وضع استراتيجية شاملة للعاملين والعمل على تنميتهم بما يحقق احتياجات السائحين المستهدفين من شتى الجنسيات حول العالم. (٥: ١٨٦)، (١٣: ٣٦)، (٢٢).

جاءت عبارة تسعى إدارة المنشأة السياحية بسرعة واهتمام لحل مشكلات السائحين وتلبية احتياجاتهم الرياضية فى الترتيب الأخير بنسبة (٦٢.٩٠%) وقد يرجع ذلك إلى اهتمام إدارة المنشأة السياحية بمشكلات الخدمات التى تراها أساسية مثل خدمات الإقامة وخدمات المطاعم والأمن والنظافة والانتقالات على حساب الخدمات الرياضية التى تعد السبب الأول لتوافد السائحين من مختلف الجنسيات على المنشأة السياحية للاستمتاع بمختلف الأنشطة الرياضية المتعددة، وهذا يتفق مع نتائج دراسة ولاء الملاح (٢٠١١)، أميرة عبد الحميد (٢٠١١) التى أكدت عدم وجود آلية لتلقى الشكاوى والاقتراحات الخاصة بمشكلات الأنشطة السياحية الرياضية واحتياجات ورغبات السائحين الرياضية. فى حين أكد كلاً من سعد حلابو (٢٠٠١م)، جون توبين (٢٠٠٠م) على ضرورة التعامل مع الشكاوى والمشاكل الرياضية الخاصة بالنزلاء والعمل على حلها وإرضاء النزلاء وكذلك تقييمها وإيجاد آليات لعلاجها والتى تكون معقدة وذلك من شأنها احداث مجموعة من التغييرات والتعديلات على الواقع لذا فهذا يتطلب وضع استراتيجيات فاعلة فى صدد ذلك. (١٧)، (٦)، (٢٣: ١٤٧)، (٢١: ٧٨).

جدول (٩)

الدرجة الترتيبية والوزن النسبي لمراحل تأدية الخدمات السياحية الرياضية
(ن = ٦٧٤)

المحور الثاني: مراحل تأدية الخدمات السياحية الرياضية						
م	العبارات	راضى		غير راضى		الوزن النسبى %
		ك	النسبة %	ك	النسبة %	
أ- قبل تأدية الخدمة						
١٣	يعرض على الكثير من الخدمات الرياضية للاختيار من بينها؟	٤٠٤	59.9	٢٧٠	40.1	73.24
١٤	يتم اخطارى مسبقاً بتعديل موعد الخدمة الرياضية فى حالة تعديلها؟	٣٧٦	55.7	٢٩٨	44.3	70.52
١٥	أستطيع حفظ الأمانات فى مكان مخصص داخل المنشأة السياحية؟	569	84.4	105	15.6	89.61
١٦	يتم وضع ارشادات وتعليمات توضح قواعد سير العمل داخل المنشأة السياحية؟	327	48.5	347	51.5	65.67
يتوافر بالمنشأة السياحية نظام يحدد:						
١٧	ساعات الممارسة؟	425	63.0	249	37.0	75.37
١٨	القيادة المخصصة وفقاً لطبيعة الأنشطة الممارسة؟	307	45.5	367	54.5	63.69
١٩	تحسن إدارة المنشأة السياحية استقبال وضيافة السائحين دون تمييز؟	425	63.0	249	37.0	75.35
٢٠	تقوم إدارة المنشأة بتنظيم مسابقات ومنافسات رياضية لجذب المترددين من السائحين؟	385	57.1	289	42.9	71.41
٢١	أشعر بصدق ودقة المعلومات المقدمة لى عن الأنشطة الرياضية عندما أتردد على المنشأة السياحية؟	336	49.9	338	50.1	66.56
٢٢	يجيد العاملون بالأنشطة الرياضية داخل المنشأة اللغة فى التواصل معنا بشكل جيد؟	395	58.6	279	41.4	72.40

من جدول (٩) يتضح أن:

- عبارة **أستطيع حفظ الأمانات في مكان مخصص داخل المنشأة السياحية** جاءت في الترتيب الأول بنسبة (٨٩.٥٦%) وقد يرجع ذلك إلى حرص المنشآت السياحية على وضع أمتعة السائحين المقبلين على ممارسة الأنشطة السياحية الرياضية في مكان آمن لما له من دور مهم في شعور هؤلاء السائحين بالأمن والأمان والاطمئنان والثقة في المنشأة والذي يلعب دور كبير في تحقيق الاستقرار النفسي والمعنوي لدى هؤلاء السائحين لارتباطه بالأمن والأمان الخاص بحفظ متعلقاتهم وأمتعتهم الشخصية في مكان آمن مع مراعاة الخصوصية، حيث يشير كلا من **حسن الطافش (٢٠٠٦م)**، **سعد حلابو (٢٠٠١م)** أن أحد اهتمامات الفنادق والمنتجعات الترويحية هو أمن النزيل وذلك مع كثرة تعرض الفنادق والمنتجعات الى حوادث مثل محاولة سرقة النزلاء وما شابه ذلك. (٤: ٢٢٨)، (٦: ١٥٥).

- وجاءت عبارة **يتوافر بالمنشأة السياحية نظام يحدد القيادة المخصصة وفقاً لطبيعة الأنشطة الممارسة في الترتيب الأخير بنسبة (٦٣.٦٩%)** وقد يرجع ذلك إلى أن هناك العديد من العاملين غير المؤهلون لقيادة النشاط والذي يحول دون تطبيق الخدمة الرياضية بالشكل المناسب للسائحين نتيجة لافتقارهم للمؤهلات والقدرات اللغوية والبدنية والمهارية التي تقودهم لتحقيق ذلك، وهذا ما يؤكد كلاً من **أيمن ربيع (٢٠٠٤م)**، **أميرة عبد الحميد (٢٠١١م)** أنه لا يتوافر بالمنشآت السياحية المصرية الأخصائيون القادرون على تنظيم وتنفيذ أنواع معينة من الأنشطة الرياضية وأنه يجب توفير نظام يحدد الأشخاص القادرين على قيادة النشاط الرياضي. (٣)، (٢).

جدول (١٠)

الدرجة الترحيحية والوزن النسبي لمراحل تأدية الخدمات السياحية الرياضية)
(ن = 674)

المحور الثاني: مراحل تأدية الخدمات السياحية الرياضية

م	العبارات	راضى		غير راضى		الوزن النسبى %	الدرجة الترحيحية
		ك	النسبة %	ك	النسبة %		
ب- أثناء تأدية الخدمة							
٢٣	أشعر بحسن التنظيم والإدارة أثناء التردد على الأنشطة السياحية الرياضية ؟	299	44.4	375	55.6	62.90	1272.00
٢٤	أشعر بالتفاعل مع القائمين على تأدية الخدمات الرياضية ؟	520	77.1	154	22.9	84.76	1714.00
٢٥	تخيم الجاذبية والهدوء على مناخ تأدية الخدمات السياحية الرياضية ؟	501	74.3	173	25.7	82.88	1676.00
٢٦	تستمر الزيارات التقديرية من المسؤولين على الأنشطة الرياضية لحل المشاكل؟	308	45.7	366	54.3	63.79	1290.00
٢٧	يتم تنظيم مسابقات رياضية تشجيعية لتحفيز المترددين على المنشأة؟	338	50.1	336	49.9	66.71	1350.00
٢٨	يتم تنفيذ الخدمات الرياضية فى الأوقات المعلن عنها والمتفق عليها دون تأخير؟	415	61.6	259	38.4	74.38	1504.00
٢٩	تدعم الخدمات الرياضية بمعارف ومعلومات خاصة بالنشاط الممارس؟	316	46.9	358	53.1	64.58	1306.00
٣٠	يتم الإجابة على كل التساؤلات التى أريد الاستفسار عنها؟	317	47.0	357	53.0	64.68	1308.00

يتضح من جدول (١٠) أن:

- عبارة أشعر بالتفاعل مع القائمين على تأدية الخدمات الرياضية جاءت فى الترتيب الأول بنسبة (٨٤.٧١%) وقد يرجع ذلك الى العلاقة المباشرة

التي تنشأ بين العاملين والسائحين نتيجة الاحتكاك المباشر بالنشاط الرياضي والتي يكون سببها المباشر عملية التعليم والتوجيه والارشاد من قبل العاملين يتبعه استجابة واستفسار وتنفيذ من قبل السائحين مما يؤدي إلى فتح قنوات اتصال مباشرة ما بين الجانبين يتبعها تكوين صداقات قائمة على احترام النزول ومصادقته والعمل على اسعاده قدر الامكان.

- وجاءت عبارة أشعر بحسن التنظيم والإدارة أثناء التردد على الأنشطة السياحية الرياضية في الترتيب الأخير بنسبة (٦٢.٩٠%) وقد يرجع ذلك إلى اهتمام ادارة المنشأة السياحية بتنظيم وإدارة خدمات المطاعم والنقل والمواصلات والاقامة.. الخ ووضع خطط مسبقة لها وتهميش برامج خدمات الأنشطة السياحية الرياضية وعدم وضعها على قائمة الاهتمامات التنظيمية لديها والذي ينتج عنه سوء تنظيم وتنفيذ لهذه الأنشطة مما يجعلها تتسم بالعشوائية في بعض الأوقات والتي ينتج عنه استياء من قبل السائحين الذين يتوقعون أعلى مستوى من مستويات تنظيم وإدارة الخدمة.

جدول (١١)

الدرجة الترجيحية والوزن النسبي لمراحل تأدية الخدمات السياحية الرياضية
(ن = ٦٧٤)

المحور الثاني: مراحل تأدية الخدمات السياحية الرياضية					
م	العبارات	راضى	غير راضى	الدرجة	الوزن

النسبة %	الترجيحية	النسبة %	ك	النسبة %	ك	
ج - بعد تأدية الخدمة						
71.41	1444.00	42.9	289	57.1	385	أجد مرونة فى التعامل عند طلب دفع رسوم الاشتراك فى الأنشطة الرياضية بالمنشأة؟
66.66	1348.00	50.0	337	50.0	337	أستطيع الاتصال بإدارة المنشأة السياحية لتوصيل ملاحظاتي (شكاوى & مقترحات)؟
73.29	1482.00	40.1	270	59.9	404	أجد مرونة فى تطبيق تعليمات المنشأة السياحية بخصوص قواعد المشاركة فى ممارسة الأنشطة الرياضية بها؟
62.90	1272.00	55.7	750	44.3	299	يتم صيانة إمكانات الأنشطة الرياضية بصفة دورية وبعيداً عن أوقات ممارستها؟
57.25	1158.00	64.1	432	35.9	242	تتم إجراءات الكشف الطبى على الممارسين لبعض الأنشطة الرياضية التى تحتاج إلى ذلك؟
59.14	1196.00	61.2	413	38.8	261	السياسات الإدارية للمنشأة السياحية تعكس كفاءتها فى إدارة الأنشطة الرياضية ؟

من جدول (١١) يتضح أن:

- عبارة أجد مرونة فى تطبيق تعليمات المنشأة السياحية بخصوص قواعد المشاركة فى ممارسة الأنشطة الرياضية بها جاءت فى الترتيب الأول بنسبة (٧٣.٢٩%) وقد يرجع ذلك إلى حرص الإدارة على تلبية رغبات واحتياجات السائحين الرياضية وتعديل قوانين ادارة تلك الانشطة وفقاً لنوع

الأشخاص وجنسياتهم وميولهم واتجاهاتهم وثقافتهم لتوسيع قاعدة المشاركة وحتى لا تكون القوانين جامدة تحول دون مشاركة النزلاء أو استمراريتهم فى ممارسة الأنشطة السياحية الرياضية، يشير **محمد السمودى (٢٠١٥)** إلى أن اتجاهات رضا السائحين عند التقييم الشامل للمنشأة ترتبط بإمكانية التواصل الجيد والمرونة بين الإدارة والسائحين. (١٢: ٤٨)

وجاءت عبارة تتم إجراءات الكشف الطبى على الممارسين لبعض الأنشطة الرياضية التى تحتاج إلى ذلك فى الترتيب الأخير بنسبة (٥٧.٢٢%) وقد يرجع ذلك إلى أنه على الرغم من وجود عيادة طبية وصيدلية داخل كل منشأة سياحية فئة (أربع وخمس نجوم) إلا أن عملية إجراء الكشف الطبى على السائحين لا تتم الا عند صدور شكوى من قبل السائح غير ذلك لا تتم عملية الكشف الطبى قبل ممارسة بعض الأنشطة التى من الممكن أن تسبب خطورة على صحة السائح خصوصا اذا كان يعانى من احد الأمراض المزمنة مثل رياضة الغطس والاسنوركلنج والسباحة ورياضات السفارى والرقص وغير ذلك من الأنشطة التى تتطلب مجهود بدنى والتى يعتبر فيها الكشف الطبى ضرورة حتمية للاطمئنان على صحة السائح. حيث يشير **عبد الحميد فتحى (٢٠٠٦م)** إلى عدم توافر عوامل الأمن والسلامة وإجراءات الكشف الطبى بالأنشطة الرياضية الموجودة بالقرى السياحية. ويؤكد **جيفرى ويلكس Jeffery Wilks (٢٠٠٠م)**، **هاكان يامان Hakan Yaman (٢٠٠٣م)** على ضرورة توفير أطباء للكشف الدورى والاطمئنان على السائحين الممارسين للأنشطة الرياضية بالمنشآت السياحية قبل وبعد الممارسة ليس هذا وحسب بل أيضاً توقيع الكشف الطبى على العاملين فى تقديم الخدمات الرياضية اليهم ويجب تزويد السائحين والعاملين بالثقافة الصحية وانشاء مراكز طبية واسعاف للسائحين وتوفير معلومات الأمن والسلامة للسائحين قبل النزول

الى الماء وكذلك تحديد المواقع وتحديد الأنشطة الرياضية المناسبة لهم حتى لا يتعرض السائحون إلى الغرق أو الى مشاكل أخرى في أعماق المياه خاصة في رياضة الغطس والاسنوركلنج، ضرورة تقديم النصح والارشاد الطبي واجراء الفحوصات الطبية لتحديد موقف السائحون من الأنشطة خاصة لكبار السن. (٨)، (٢٠)، (١٩).

جدول (١٢)

الدرجة الترجيحية والوزن النسبي للمزيج الخاص بالخدمات السياحية الرياضية (ن = ٦٧٤)

المحور الثالث: المزيج الخاص بالخدمات السياحية الرياضية.						
م	العبارات	راضى		غير راضى		الدرجة الترجيحية
		ك	النسبة%	ك	النسبة%	
تتسم طبيعة الخدمات الرياضية بالمنشأة بالآتى:						
٣٧	الجودة؟	386	57.6	288	42.4	1446.00
٣٨	التنوع لإشباع رغبات الممارسين طبقاً للسن والنوع (ذكور & إناث)؟	310	45.9	364	54.1	1294.00
٣٩	مراعاة الفروق الفردية بين الممارسين طبقاً للسن والنوع؟	357	53.0	317	47.0	1388.00
٤٠	تتنوع الأنشطة والخدمات الرياضية بالمنشأة؟	318	47.2	356	52.8	1310.00

تابع جدول (١٢)

الدرجة الترجيحية والوزن النسبي للمزيج الخاص بالخدمات السياحية الرياضية (ن = ٦٧٤)

المحور الثالث: المزيج الخاص بالخدمات السياحية الرياضية.						
م	العبارات	راضى		غير راضى		الدرجة الترجيحية
		ك	النسبة%	ك	النسبة%	
٤١	أشعر بالرضا عن مستوى الخدمات الرياضية بالمنشأة؟	386	57.3	288	42.7	1446.00

60.03	1214.00	60.0	404	40.0	270	٤٢ تلبى الأنشطة والخدمات الرياضية بالمنشأة رغبات ذوى الاحتياجات الخاصة من الجنسين وفق مواعيد محددة؟
71.60	1448.00	42.6	287	57.4	387	٤٣ تهتم إدارة المنشأة بمدى ملائمة الوقت المخصص مع طبيعة الخدمة الرياضية المقدمة للممارسين؟
62.90	1272.00	55.6	375	44.4	299	٤٤ تراعى الخدمات الرياضية المقدمة بالمنشأة عادات وتقاليد الدول المختلفة؟
71.41	1444.00	42.9	289	57.1	385	٤٥ تتناسب أسعار الخدمات الرياضية لمقدمة بالمنشأة مع امكاناتى المادية؟
65.65	1328.00	51.5	347	48.5	327	٤٦ تتناسب رسوم الاشتراك مع العائد من الخدمة المقدمة؟
يتسم موقع المنشأة السياحية بالآتى:-						
74.38	1504.00	38.4	259	61.6	415	٤٧ قربها من سكنى؟
72.50	1466.00	41.2	278	58.8	396	٤٨ توافر وسائل الانتقال من والى المنشأة؟

تابع جدول (١٢)
الدرجة الترجيحية والوزن النسبى للمزيج الخاص بالخدمات السياحية
الرياضية (ن = ٦٧٤)

المحور الثالث: المزيج الخاص بالخدمات السياحية الرياضية.						
م	العبارات	راضى		غير راضى		الدرجة الترجيحية النسبى %
		ك	النسبة %	ك	النسبة %	
٤٩	تتمتع المنشأة السياحية بمركز متميز وسعة جيدة وبعدها عن مصادر التلوث والازدحام؟	375	55.7	299	44.3	70.42

65.77	1330.00	51.3	346	48.7	328	٥٠ تتوافر لدى المعلومات الكافية عن المنشأة وخدماتها الرياضية المختلفة من خلال وسائل الدعاية والاعلان؟
64.88	1312.00	52.6	355	47.4	319	٥١ أستطيع الاتصال بالمنشأة بوسائل متعددة؟
تتنوع وسائل الدعاية والاعلان عن الخدمات الرياضية المقدمة بالمنشأة من خلال:						
64.98	1314.00	52.5	354	47.5	320	٥٢ استخدام الاعلام المسموع والمرئى والنشرات الاعلانية داخل وخارج المنشأة؟
69.43	1404.00	45.8	309	54.2	365	٥٣ موقعها على شبكة الانترنت؟
62.90	1272.00	55.6	375	44.4	299	٥٤ استخدام وسائل تكنولوجيا حديثة للإعلان؟
توجد لافتات ارشادية واعلانية عن الخدمات الرياضية المقدمة فى البيئة:-						
65.77	1330.00	51.4	346	48.6	328	٥٥ الداخلية للمنشأة؟
56.08	1134.00	65.9	444	34.1	230	٥٦ الخارجية للمنشأة؟

من جدول (١٢) يتضح أن:

- عبارة يتسم موقع المنشأة السياحية بقربها من سكنى جاءت فى الترتيب الأول بنسبة (74.33%) وقد يرجع ذلك إلى اهتمام إدارة المنشأة السياحية بتوفير مكان الإقامة عن قرب من امكانات المنشأة بصفة عامة حتى يسهل الوصول الى أى مكان داخل المنشأة السياحية بسهولة ويسر دون التعرض لأى معوقات قد تقف حائلاً بينهم وبين المكان المراد الوصول إليه.

- وجاءت عبارة توجد لافتات ارشادية واعلانية عن الخدمات الرياضية المقدمة فى البيئة الخارجية للمنشأة فى الترتيب الأخير بنسبة (٥٦.٠٨%) وقد يرجع ذلك إلى ضعف اهتمام ادارة المنشأة السياحية

بالدعاية والاعلان والتسويق للخدمات والانشطة السياحية الرياضية خارج المنشأة السياحية مما يؤثر على عملية التسويق للخدمات الرياضية داخل المنشأة بالإضافة إلى إغفال الإدارة عن أهمية الدور الذى تلعبه اللافتات الإرشادية والإعلانية عن الخدمات الرياضية المقدمة فى البيئة الخارجية وارتباطها المباشر بزيادة الايرادات المادية لها، حيث يشير كلاً من ماريا فيريرا، بيدرو جوفيا **Maria Ferreira, Pedro Gouveia** (٢٠٠٧م) و **محمد الحماحمى** (٢٠٠٤م) الى ضرورة مراعاة عملية الترويج للمشروعات عبر الوسائل المختلفة للإعلان والدعاية والاعلام داخل وخارج المنشآت السياحية التى تقدم خدمات رياضية وذلك بغرض جذب السائحين الى الاستمتاع بالأنشطة الرياضية التى يتم تقديمها من قبل المنشأة، أن لوسائل الدعاية والاعلان دور كبير فى الوصول الى الأهداف المنشودة وأنها تعد أداة تسويقية فاعلة وتعد عملية هامة جدا فى صناعة السائح لقراره ولها القدرة على التأثير على رضا السائح ومن خلالها يمكن تكوين صورة تساعد المنشآت السياحية الرياضية على تحديد قطاعات السوق واختيار الصورة التى تناسب أسواقها عن طريق المزيج التسويقى الأنسب فالتسويق له دور مهم فى عملية صنع القرار. (٢٣)، (١١):

(١٦٩)

إستخلاصات البحث:

- في ضوء نتائج آراء عينة البحث وما أسفرت عنه النتائج السابقة وتحليلها يمكن أن تتحدد أهم الاستخلاصات فيما يلي:
- يجيد مقدموا الخدمات السياحية الرياضية التعامل مع مختلف جنسيات السائحين الوافدين إلى جمهورية مصر العربية.

- مقدموا الخدمات السياحية الرياضية على مستوى من الكفاءة والمهارة والخبرة المناسبة لطبيعة الخدمة الرياضية المقدمة.
- المنشآت السياحية الرياضية توفر أماكن لحفظ أدوات ومهمات السائحين طوال فترة ممارسة النشاط الرياضى.
- يتفاعل مقدمى الخدمات السياحية الرياضية مع السائحين الممارسين للخدمات الرياضية.
- يوجد مرونة فى قواعد المشاركة فى ممارسة الأنشطة الرياضية بالمنشأة السياحية.
- أماكن ممارسة الأنشطة السياحية الرياضية قريبة من مكان إقامة السائحين.
- تهتم إدارة المنشأة السياحية الرياضية بتوفير الوقت الكافى والمناسب لممارسة الخدمات الرياضية المختلفة.

توصيات البحث:

- فى ضوء المنهج المستخدم وهدف البحث وفى إطار العينة التى تم إجراء الدراسة عليها، يتقدم الباحث بالتوصيات التالية للمسؤولين عن المنشآت السياحية (فنادق/ قرى/ منتجعات/ شواطئ سياحية) وهم:
وزارة السياحة/ وزارة الاستثمار/ هيئة تنشيط السياحة:
- تشكيل إدارة خاصة بالخدمات الترويحية السياحية بوزارة السياحة تعمل على وضع خطط وبرامج للأنشطة الترويحية السياحية بالمنشآت السياحية.
- مجالس إدارات المنشآت السياحية:
- الاهتمام بتفعيل خدمات السياحة الرياضية.

- السعى الدائم لعلاج نقاط الضعف وتفعيل نقاط القوة لخدمات الأنشطة السياحية الرياضية المقدمة للسائحين.
- الاهتمام بالتحديث المستمر لمزيج الخدمات الترويحية السياحية بالمنشآت السياحية وتنويع أساليب الترويج لها من خلال (الإعلانات/ المطبوعات/ الانترنت/ شاشات العرض الداخلية/ شاشات العرض الخارجية) بما يشبع احتياجات السائحين من شتى الجنسيات.

العاملين بالخدمات الترويحية:

- ضرورة صقل مهارات وقدرات العاملين اللغوية خاصة فى اللغة الروسية والألمانية والإنجليزية والتشيكية والسلوفاكية والبولندية والايطالية وكذلك المهارات الترويحية من خلال الدورات التدريبية وورش العمل وما شابه ذلك.
- توفير فترات معايشة للعاملين بكبرى المنشآت السياحية بالعالم لاكتساب الخبرات فى ادارة خدمات الأنشطة الترويحية السياحية.

((المراجع))

المراجع باللغة العربية:

- ١- إبراهيم نزيه: تطبيق أسلوب الفجوة في قياس جودة الخدمة بمراكز الشباب، رسالة دكتوراه، القاهرة، جامعة حلوان، كلية التربية الرياضية بالهرم، ٢٠٠٤م.
- ٢- أميرة عبد الحميد: دراسة مسحية لأنشطة السياحة الترويحية بمحافظة الإسكندرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية، ٢٠١١م.

- ٣- **أيمن ربيع**: بناء إستراتيجية للسياحة الترويحية الرياضية بالمملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة، ٢٠٠٤م.
- ٤- **حسن الطافش**: ادارة الفنادق والمنتجعات السياحية، ط١، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، ٢٠٠٦م.
- ٥- **خليفة بهبهاني**: السياحة الرياضية، ط١، شركة مجموعة فورفيلمز للطباعة، الكويت، ٢٠٠٧م.
- ٦- **سعد حلابو**: الفنادق العائمة والمنتجعات السياحية، ط١، مجموعة النيل العربية، القاهرة، ٢٠٠١م.
- ٧- **سميحة بلحسن**: تأثير جودة الخدمات علي تحقيق رضا الزبون (دراسة حاله)، رسالة دكتوراه غير منشورة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وجامعة قاصدي مرباح، الجزائر، ٢٠١٢م.
- ٨- **عبد الحميد فتحي**: دراسة مسحية للأنشطة الترويحية فى القرى السياحية لمحافظة البحر الأحمر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية، الإسكندرية، ٢٠٠٦م.
- ٩- **كارل سيول، بول بروان**: زبائن مدى الحياة، ط١، السعودية، الرياض، مكتبة جرير، ١٩٩٦م.
- ١٠- **كمال درويش، وآخرون**: الإدارة الرياضية، القاهرة، مركز الكتاب للنشر، ١٩٩٣م.
- ١١- **محمد الحماحمى، عايدة عبد العزيز**: الترويج بين النظرية والتطبيق، ط٣، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، ٢٠٠٤م.
- ١٢- **محمد السمنودى**: الترويج وأوقات الفراغ، مكتبة المنار، المنصورة، ٢٠١٥م.

- ١٣- **محمد حافظ:** تنشيط المبيعات السياحية، ط، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١٠م.
- ١٤- **محمد خميس:** مدى الرضا عن الخدمات الترويحية بالوحدات ذات الطابع الخاص بجامعة المنصورة، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة المنصورة، ٢٠٠٦م.
- ١٥- **مصطفى أبو العطا:** دراسة تحليلية لجودة الخدمات الترويحية المائية بمحافظة جنوب سيناء، رسالة ماجستير، جامعة حلوان، كلية التربية الرياضية للبنين، ٢٠١٣م.
- ١٦- **هبة مخيمر:** نموذج مقترح للمنتج الترويحي لمراكز الخدمة العامة بجامعة المنصورة، رسالة ماجستير، جامعة المنصورة، كلية التربية الرياضية للبنين، ٢٠١٥م.
- ١٧- **ولاء الملاح:** دراسة لواقع السياحة الترويحية بمحافظة الإسكندرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية، ٢٠١١م.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- 18- Gronroos, & Christian:** Service Management, Maxwell International Edition, Lexington Book Massachusetts, Toronto, 1990.
- 19- Hakan Yaman:** Travel Medicine in Turkey: Current State and Implications for the Future, Journal of Travel Medicine, J Travel Med; 10:68-69, Turkey, 2003

- 20- Jeffrey Wilks:** Scuba Diving and Snorkeling Safety on Australia's Great Barrier Reef, Journal of Travel Medicine, Volume 7, Number 5, J Travel Med; 7:283-289, Australia, 2000
- 21- John Tuppen:** The Restructuring of Winter Sports Resorts in the French Alps, Problems, Processes and Policies: Int. J. Tourism Res, 2, 327-344, France, 2000
- 22- K. J. Jithendran and Tom Baum:** Human Resources Development and Sustainability - The Case of Indian Tourism , Int. J. Tourism Res. 2, 403-421, England, 2000
- 23- Maria João Ferreira Custódio¹ and Pedro M. D. C. B. Gouveia:** Evaluation of the Cognitive Image of a Country/Destination by the Media during the Coverage of Mega-events, the case of UEFA EURO 2004TM in Portugal, Int. J. Tourism Res. 9, 285-296, DOI: 10.1002/jtr.615, Portimão, Portugal. 2007
- 24- Weed ,Marins:** Gammon , Katzman: "Sport Tourism Increasing Part Subjectes Exist in France" , France, 2003
- ثالثاً: مراجع الشبكة الدولية للمعلومات (الإنترنت):**
- 25-**<http://www.almasryalyoum.com/node/745506> Saterdag , 11- 11 - 2012 , 5:35 pm.

26-<http://ar.wikipedia.org/wiki/2010> Saturday , 11- 11 – 2012 , 3:00 pm.

27 - [http://www.capmas.gov.eg/pdf/EgyptinFigures2014/pages / arabic%20link.htm](http://www.capmas.gov.eg/pdf/EgyptinFigures2014/pages/arabic%20link.htm), Tuesday10-3-2015, 4:17pm.

28- <http://www.dotmsr.com/details> Tuesday10-3-2015 , 4:30pm.

29-<http://www.tourism.gov.eg/Sunday22-2-2015> 9:53pm.