

التخطيط السياحي ودوره في تنمية السياحة الرياضية "دراسة عينة عشوائية من شركات السفر والسياحة في مدينة كربلاء المقدسة"

م.م. طه مهدي محمود
م.م. حسين محمد علي اسد

المقدمة:

ارتبط ظهور التخطيط السياحي وتطوره وأهميته ببروز السياحة كظاهرة حضارية وسلوكية لها ابعادها الاقتصادية والاجتماعية، لذلك اصبحت السياحة المعاصرة نشاط انساني ذات اهمية كبيرة لم تحظ بهما في أي عصر من العصور السابقة، حيث نجم عن النشاطات السياحية الكثيفة نتائج وآثار اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية وعمرانية كان لها الاثر الواضح في حياة المجتمعات والشعوب في عصرنا الحاضر، الأمر الذي استدعى توجيه الاهتمام إلى ضرورة تنظيم وضبط وتقييم هذه النشاطات للوصول إلى الأهداف المنشودة والمرغوبة بشكل سريع وناضج وقد ترتبت على ذلك اعتماد أسلوب التخطيط السياحي كعلم متخصص يتناول بالدراسة والتحليل والتفسير جميع الأنشطة السياحية ويعمل على تطويرها.

1. أهمية البحث:

جاءت أهمية البحث نتيجة لتزايد الاهتمام العالمي والعربي بالتنمية السياحية والتخطيط السياحي بكافة مستوياته وأشكاله، وأهمية إتباع سياسة تخطيطية جيدة من شأنها المحافظة على البنية الثقافية والاجتماعية والاقتصادية وعلى الموارد الطبيعية والبيئية على ان تبقى صالحة للأجيال القادمة.

2. مشكلة البحث:

يساهم التخطيط السياحي في تنمية سياحة شاملة ومستدامة من خلال الإستغلال الأمثل لمقومات وعوامل الجذ السياحي وفق منهج علمي لتنظيم وإدارة النشاط السياحي بجميع عناصره وأنماطه، إن التخطيط السياحي يساعد في توحيد الجهود وتنسيق عملها، ومن خلال التخطيط السليم والمناسب يمكن تحقيق عائدات سياحية دائمة.

لذا ارتأى الباحثون دراسة التخطيط السياحي ودوره في تنمية نوع من أنواع السياحة ألا وهو السياحة الرياضية للدور الأساسي في تنمية وتطوير الأنشطة الاقتصادية بقبالة إهمال التخطيط من القائمين على تنمية وإستدامة الأنشطة السياحية المرتبطة بالأنشطة الرياضية، وهنا مكمن مشكلة البحث.

3. اهداف البحث:

- التعرف على الاطر النظرية للتخطيط السياحي.
- التعرف على الاطر النظرية للتنمية السياحية.
- التعرف على دور التخطيط السياحي في تنمية السياحة الرياضية.
- التعرف على أهمية ودور التخطيط لدى القائمين على السياحة.

4. فرضية البحث:

هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التخطيط السياحي وتنمية السياحة الرياضية.

5. عينة الدراسة واستمارة الاستبيان:

أستخدم في الدراسة عينة عشوائية من مدراء ومسؤولي الأقسام في دوائر السياحة وأصحاب شركات السفر والسياحة في مدينة كربلاء المقدسة مكونة من (60) شخصا، حيث تم توزيع إستمارة الإستبيان عليهم

لمعرفة آرائهم حول موضوع الدراسة، تم إهمال (6) إستمارات لعدم صلاحيتها، وبذلك تكون عينة الدراسة من (54) شخصاً.

6. منهجية البحث:

إستخدم المنهج المسحي بطريقة الإستبيان (المفتوح المقيد) وهو أحد وسائل جمع المعلومات عن مشكلة الدراسة، وتضمن الإستبيان (10) أسئلة بمقياس ليكرت الثلاثي.

المبحث الأول الإطار النظري والمفاهيمي للتخطيط السياحي

أولاً: مفهوم التخطيط السياحي:

لم يتبلور مفهوم التخطيط السياحي بشكل واضح ومحدد إلا بعد الحرب العالمية الثانية، حيث تطورت حركة السفر الدولية بشكل سريع وكثيف، وتزايدت أعداد السياح إلى جانب تنوع أشكال السياحة والاستجمام، وتعددت المناطق السياحية واختلفت وظائفها وخصائصها، وقد أدى كل هذا إلى زيادة الاهتمام بالسياحة والأنشطة السياحية، وظهرت الحاجة لضبط وتوجيه هذه النشاطات من أجل الحد من آثارها السلبية على المجتمع والبيئة، وتحقيق أقصى درجات النفع الاقتصادي، خصوصاً بعد أن أصبح يُنظر إلى السياحة على أنها صناعة ومصدر دخل أساسي في كثير من دول العالم⁽¹⁾.

فالتخطيط السياحي نوع من أنواع التخطيط التنموي: "وهو عبارة عن مجموعة من الإجراءات المرورية المقصودة والمنظمة والمشروعة التي تهدف إلى تحقيق استغلال واستخدام أمثل لعناصر الجذب السياحي المتاحة والكامن وتحقيق أقصى درجات المنفعة الممكنة، مع متابعة وتوجيه وضبط لهذا الاستغلال لإيصاله إلى دائرة المرغوب والمنشود، ومنع حدوث أي نتائج أو آثار سلبية ناجمة عنه"⁽²⁾.

كما يُعرّف التخطيط السياحي بأنه: "رسم صورة تقديرية مستقبلية للنشاط السياحي في دولة معينة وفي فترة زمنية محددة، ويقضي ذلك حصر الموارد السياحية في الدولة من أجل تحديد أهداف الخطة السياحية وتحقيق تنمية سياحية سريعة ومنظمة من خلال أعداد وتنفيذ برنامج متناسق يتصف بشمول فروع النشاط السياحي ومناطق الدولة السياحية"⁽³⁾.

يهدف التخطيط السياحي إلى تحقيق تنمية سياحية شاملة ومستدامة في أبعادها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من خلال الاستغلال الأمثل للموارد السياحية ومقومات وعوامل الجذب السياحي، ذلك لإعداد وتوفير مواقع سياحية وفقاً للمعايير الدولية.

ينبغي ألا ينظر إلى التخطيط السياحي على أنه ميدان مقصور على الجهات الرسمية، وإنما يجب أن ينظر إليه على أنه برنامج عمل مشترك بين الجهات الحكومية والقطاع الخاص والافراد، لذا يجب أن يكون التخطيط السياحي عملية مشتركة بين جميع الجهات المنظمة للقطاع السياحي وبين الجهات الحكومية المشرفة على هذا القطاع، ومقدمي الخدمات السياحية (المؤسسات ورجال الأعمال)، والمستهلكين لهذه الخدمات (السياح)، والمجتمع المضيف للسياحة بدءاً من مرحلة صياغة الأهداف المراد تحقيقها وانتهاء بمرحلة التنفيذ والتطبيق لبرنامج الخطة الحكومية.

ثانياً: أهمية التخطيط السياحي:

للتخطيط السياحي دوراً بالغ الأهمية في تطوير النشاط السياحي، وذلك لكونه منهج علمي لتنظيم وإدارة النشاط السياحي بجميع عناصره وأنماطه، فهو يوفر إطار عمل مشترك لاتخاذ القرارات في إدارة الموارد السياحية ويزود الجهات المسؤولة بالأساليب والاتجاهات التي يجب أن تسلكها، مما يسهل عملها ويوفر كثيراً من الجهد الضائع، حيث أن التخطيط السياحي يساعد على توحيد جهود جميع الوحدات المسؤولة عن تنمية القطاع السياحي وتنسيق عملها، ويقلل من ازدواجية القرارات والأنشطة المختلفة، مما يساعد على إنجاز الأهداف العامة والمحددة لهذا النشاط، لهذا فإن التخطيط السياحي يتأثر بالتقلبات السياسية والاجتماعية والطبيعية أكثر من تأثره بعوامل الإنتاج والقوى الاقتصادية المختلفة⁽⁴⁾.

تبرز أهمية التخطيط السياحي من خلال مجموعة من المزايا التي تتطلب الأخذ بأسلوب التخطيط السياحي على كل المستويات نذكر ما يأتي⁽⁵⁾:

1- سفيان منذر الدليمي: أثر تخطيط التنمية السياحية في الحياة الاجتماعية والاقتصادية، في إقليم العراق الشمالي، رسالة ماجستير (غير منشورة)، مركز التخطيط الحضري والإقليمي، جامعة بغداد، 2005، ص38.

2- عبد الإله أبو عياش وحميد عبد النبي الطائي: التخطيط السياحي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2010، عمان، ص45.

3- عبد الإله أبو عياش وحميد عبد النبي الطائي (2010): المصدر نفسه، ص47.

4- عثمان محمد غنيم: تخطيط استخدام الأرض الريفي والحضري، ط2، دار صفاء للنشر والتوزيع عمان، 2008، ص19.

5- سفيان منذر الدليمي: أثر تخطيط التنمية السياحية في الحياة الاجتماعية والاقتصادية، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، ص66.

1. يساعد تخطيط التنمية السياحية على تجديد وصيانة الموارد السياحية والاستفادة منها بشكل يناسب الوقت الحاضر والمستقبل.
 2. يساعد التخطيط السياحي على تكاملية وربط القطاع السياحي مع القطاعات الأخرى وعلى تحقيق أهداف السياسات العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية على كل مستوياتها.
 3. يوفر أرضية مناسبة لأسلوب اتخاذ القرار لتنمية السياحة في القطاعين العام والخاص من خلال دراسة الواقع الحالي والمستقبلي مع الأخذ بعين الاعتبار الأمور السياسية والاقتصادية التي تقررها الدولة لتطوير السياحة وتنشيطها.
 4. يوفر المعلومات والبيانات والإحصائيات والخرائط والمخططات والتقارير والاستبيانات ويضعها تحت يد طالبيها.
 5. يساعد على زيادة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من خلال تطوير القطاع السياحي، وتوزيع ثمار تنميته على افراد المجتمع، كما يقلل من سلبيات السياحة.
 6. يساعد على وضع الخطط التفصيلية لرفع المستوى السياحي لبعض المناطق المتميزة والمتخلفة سياحياً.
 7. يساعد على وضع الأسس المناسبة لتنفيذ الخطط والسياسات والبرامج التنموية المستمرة عن طريق إنشاء الأجهزة والمؤسسات لإدارة النشاط.
 8. يساهم في استمرارية تقويم التنمية السياحية ومواصلة التقدم في تطوير هذا النشاط والتأكيد على الايجابيات وتجاوز السلبيات في الأعوام اللاحقة.
- اثبتت التجارب في العديد من دول العالم انه يمكن تحقيق عائدات سياحية دائمة من خلال اعتماد التخطيط السليم والمناسب، ويمكن لهذه العائدات ان تتضاعف في حال استمرار التخطيط الواعي والناجح الذي يسعى لتحقيق مجموعة من الاهداف أهمها:
1. تحديد اهداف التنمية السياحية القصيرة والبعيدة المدى، وكذلك رسم السياسات السياحية ووضع إجراءات تنفيذها.
 2. ضبط وتنسيق التنمية السياحية التلقائية والعشوائية.
 3. تشجيع القطاعين العام والخاص على الاستثمار في مجال التسهيلات أينما كان ذلك ضرورياً.
 4. مضاعفة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية للنشاطات السياحية لأقصى حد ممكن وتقليل كلفة الاستثمار والادارة لأقل حد ممكن.
 5. الحيلولة دون تدهور المواد السياحية وحماية النادر منها.
 6. صنع القرارات المناسبة وتطبيق الاستخدامات المناسبة في مواضع السياحة.
 7. تنظيم الخدمات العامة وتوفيرها بالشكل المطلوب في المناطق السياحية.
 8. المحافظة على البيئة من خلال وضع وتنفيذ الإجراءات العلمية المناسبة.
 9. توفير التمويل من الداخل والخارج اللازم لعمليات التنمية السياحية.
 10. تنسيق النشاطات السياحية مع الأنشطة الاقتصادية الأخرى بشكل تكاملي.
- ثالثاً: خصائص التخطيط السياحي:**

يمتاز التخطيط السياحي الجيد بأنه يركز على المنتج السياحي (Tourist) وكذلك على عمليات الترويج والتسويق بأسلوب يحقق التوازن بين الاهداف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية ضمن إطار التنمية السياحية الشاملة والمستدامة، والتخطيط السياحي الجيد لا بد أن تتوفر فيه كذلك عدة مواصفات أخرى أهمها (6):

1. تخطيط مرن (Flexible)، مستمر (Continuous)، وتدرجي (Incremental)، يقبل اجراء أي تعديل إذا تطلب الأمر بناء على المتابعة المستمرة والتغذية الراجعة.
2. تخطيط شامل لجميع جوانب التنمية السياحية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، البيئية، السكانية، ... الخ.
3. تخطيط تكاملي، تعامل فيه السياحة على أنها نظام متكامل، حيث كل جزء مكمل للجزء الأخرى، وكل عنصر يؤثر ويتأثر ببقية العناصر.
4. تخطيط مجتمعي، بمعنى انه يسمح بمشاركة جميع الجهات ذات العلاقة في عملية التخطيط بمراحلها المختلفة.
5. تخطيط بيئي يحول دون تدهور عناصر الجذب السياحية الطبيعية والتاريخية، ويعمل على توفير الإجراءات اللازمة لصيانتها بشكل مستمر، ويضمن المحافظة عليها لأطول فترة زمنية ممكنة.
6. تخطيط واقعي وقابل للتنفيذ، أي ان لا تتجاوز أهدافه حدود الإمكانيات والطموح ولا تخرج عن دائرة ما هو متاح وكامن من موارد طبيعية ومالية وبشرية.
7. تخطيط مرحلي منظم، يتكون من مجموعة الخطوات والنشاطات المتتابعة والمتسلسلة.
8. تخطيط يتعامل مع السياحة على انها نظام له مدخلات وعمليات ومخرجات محددة، ويمكن التأثير في هذه التكوينات وتوجيهها.

رابعاً: المستويات المكانية للتخطيط السياحي:

يمكن ممارسة التخطيط السياحي في مستويات رئيسة ثلاثة تتمثل (7): (بالمستوى المحلي، المستوى الاقليمي والمستوى الوطني)، الا ان اولويات التخطيط السياحي والبرامج والمشاريع السياحية واجراءات تنفيذ هذه الخطط تختلف بين مستوى مكاني واخر بين هذه المستويات، كما انها تحتاج الى تكاملية بين اهداف وسياسات واستراتيجيات التخطيط السياحي على المستويات المكانية المختلفة.

يكون التخطيط السياحي في المستوى المكاني المحلي متخصصاً وتفصيلاً أكثر منه في المستويات المكانية الأخرى، وتسبق كثير من الخطط التنموية في هذا المستوى المكاني دراسات الجدوى الاقتصادية الأولية، وكذلك دراسات لتقييم المردودات البيئية والاجتماعية والثقافية وتقييم برامج التنمية والهيكل الادارية والمالية المناسبة للتنفيذ.

اما في المستوى المكاني الوطني فأن التخطيط السياحي يهتم بالأهداف الوطنية ودراسة المقومات السياحية، فضلاً عن التركيز على المستويين الاقليمي والمحلي، وتنحصر وظيفة هيئات التخطيط السياحي في هذا المستوى على رسم سياسات استعمالات الارض للأغراض السياحية ضمن إطار الموازنة بين الطلبات المتنافسة على الارض للاستخدامات والانشطة الاقتصادية والاجتماعية المتعددة، بالإضافة الى مهام التنسيق بين الهيئات والمؤسسات القطاعية المعنية بعمليات التخطيط.

اما فيما يتعلق بالتخطيط السياحي في المستوى المكاني الاقليمي فأن وظائفه تتمثل في التخطيط لتنمية المشاريع السياحية وتوفير خدمات البنى التحتية وكذلك وضع اساليب ادارية لتحسين وتطوير الخدمات المقدمة للسائح في المناطق السياحية.

المبحث الثاني

الإطار النظري والمفاهيمي للتنمية السياحية والسياحة الرياضية

أولاً: مفهوم التنمية السياحية:

يجد المتتبع لتأريخ التنمية السياحية على الصعيد العالمي والإقليمي انه طرأ تطور مستمر وواضح عليها بوصفها واحدة من أبرز العمليات التي يجب الاهتمام بها في مناطق الجذب السياحي، وكان هذا التطور في المفهوم والمحتوى استجابة واقعية لطبيعة المشكلات التي تواجهها المجتمعات، وانعكاساً حقيقياً للخبرات الدولية التي تراكت عبر الزمن في هذا المجال، وبما أن السياحة هي مصدر جذب مستديم، لذا وجب تنميتها

بشكل مستمر.

وهناك مجموعة غير قليلة من التعريفات التي توضح مفهوم التنمية السياحية: فقد عرفت بأنها "نشاط حيوي وحركي متغير يؤثر في سلوك الفرد وتصرفاته ذو تأثير في المجتمع نتيجة لاحتكاك الفرد بثقافات الآخرين وذو تأثير اقتصادي بالغ الأهمية" (8). وعرفت بأنها "النشاطات والفاعليات التي ترمي إلى إشباع الحاجات البشرية بشكل مباشر أو غير مباشر عن طريق الاستثمار السياحي الأمثل وبما يؤمن الحصول على وتائر متصاعدة في النمو" (9). وقد عرفت أيضاً بأنها "مجموع النشاطات العلمية والإعلامية والاقتصادية والثقافية التي تحرك مؤشرات النمو السياحي نحو الأمام في الوقت الذي تعطي ثمارها من خلال الإيرادات السياحية" (10). وعرفت بأنها "العملية التي تقود إلى استخدام واستثمار الموارد السياحية لتحسين الحياة المعاشية" (11). في حين عرفت بأنها "إحدى الوسائل المهمة في تنمية الأقاليم والأماكن ذات الجذب السياحي، اقتصادياً واجتماعياً وعمرانياً، لا سيما الأقاليم التي لا تملك مقومات فاعلة مقارنة بما تملكه من المقومات السياحية في حال التخطيط لتنميتها واستثمارها بصورة عقلانية لغرض رفع المستوى المعاشي لأفراد ذلك المجتمع" (12). وكذلك عرفت بأنها "عملية تسعى إلى دفع عوامل الإنتاج في القطاع السياحي نحو النمو في معدل أسرع من معدل نموها الطبيعي وذلك عن طريق الاستخدام والاستفادة القصوى من مقومات بناء السياحة بشرية كانت أم طبيعية، ومن ثم استخدامها بالطريقة المثلى لتطوير الخدمات السياحية المقدمة" (13). وكذلك عرفت بأنها "عملية التغيير المقصود الذي يستهدف زيادة الوعي السياحي وجذب أكبر عدد ممكن من السائحين بشكل متطور ومستمر، من خلال الاستثمار الأمثل للموارد السياحية" (14). وكذلك عرفت بأنها "استغلال الإمكانيات الطبيعية والبشرية مجتمعة أو منفردة وتوزيعها لتحقيق الموازنة الإقليمية وتغطية الطلب السياحي القائم الداخلي والخارجي" (15).

إن مصطلح التنمية السياحية يمثل مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة المتوازنة في الموارد السياحية، وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي، هي عملية مركبة معقدة ومتشعبة تضم عناصر عديدة متداخلة ومتصلة بعضها مع البعض وتقوم على محاولة علمية وتطبيقية للوصول إلى الاستغلال الأمثل لعناصر الإنتاج السياحي الأولية في إطار طبيعي وحضاري والمرافق الأساسية العامة والسياحية من خلال التقدم العلمي والتكنولوجي، وربط كل ذلك بعناصر البيئة واستخدامات الطاقة المتجددة وتنمية مصادر الثروة البشرية للقيام بدورها الطبيعي المرسوم في برامج التنمية، وتحقيق التوسع والمرونة في تضافر القطاعات الإنتاجية والخدمية المختلفة (16).

ثانياً: أهداف التنمية السياحية:

تعد السياحة دعامة من دعومات التنمية الشاملة، لاشتمالها على أنشطة عديدة تتفاعل مع غيرها من العوامل الاقتصادية الأخرى، وتختلف أهداف التنمية السياحية باختلاف المكان والزمان، فالدول تختلف فيما بينها بالنسبة إلى أهداف التنمية السياحية، وكذلك تختلف هذه الأهداف من زمن إلى آخر حتى بالنسبة إلى الدول نفسها، فتحدد نوعية السائح المطلوب، على سبيل المثال، من حيث قدرته المادية ومستواه الاجتماعي وبالتالي سلوكه الإنفاقي، تعالجها الدول المختلفة بأساليب متباينة، نظراً لاختلاف هذه الدول من حيث مكونات عرضها السياحي، وإمكاناتها التنموية، وموقعها الجغرافي بالنسبة إلى الأسواق المصدرة للسائحين، وظروفها الداخلية من اقتصادية، واجتماعية، وعمرانية، وغير ذلك من متغيرات أخرى. إن أهداف التنمية السياحية نوعان: أهداف عامة، وأهداف خاصة:

- 8- إنعام حنا: التخطيط للتنمية السياحية في العراق، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، 1980م، ص29.
- 9- الياس الخوري: السياحة في لبنان والعالم، ط1، دون دار نشر، بيروت، 1985م، ص17.
- 10- حسن علي شرقي: نظرية القدرات الإدارية، ط1، دار الأمل للنشر والتوزيع، عمان، 1997م، ص22.
- 11- نبيل الروبي: مجموعة الدراسات السياحية، اقتصاديات السياحة، ط1، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1986م، ص8.
- 12- محمد إبراهيم الزهاوي: إمكانية تنمية النشاط السياحي في إقليم الانبار، رسالة ماجستير مقدمة إلى مركز التخطيط الحضري والإقليمي، 2001م، ص4.
- 13- مهنا الحداد: الأردن والسياحة ومشكلات وهموم على الساحة، ط1، جامعة اليرموك، الأردن، 1997م، ص129.
- 14- عبد الكريم، أكرم، وقت الفراغ وأثره على تنمية النشاطات السياحية والترفيهية، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، 2002م، ص4.
- 15- صلاح عبد الوهاب: تخطيط الموارد الاقتصادية، ط1، مطابع دار الشعب، القاهرة، 1988م، ص142.
- 16- منال شوقي: محاضرات في التنمية السياحية، ط1، دار الوفاء لعنيد الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2013م، ص9.

1. الأهداف العامة (17):

- تعد الأهداف العامة عن كل ما تعمل التنمية السياحية في الدولة على تحقيقه بصفة عامة، ومن أمثلتها:
- تحقيق نمو سياحي متوازن، بحيث لا يترتب عليه خلل في الاقتصاد القومي.
- المحافظة على تنمية نصيب الدولة من الأسواق السياحية في مواجهة المنافسة الدولية.
- زيادة الدخل الإجمالي زيادة كبيرة.
- خلق الرواج الاقتصادي عن طريق الإنفاق السياحي، وما يستتبعه من توافر فرص عمل.
- الحصول على أكبر قدر ممكن من العملات الأجنبية اللازمة لدفع عجلة التنمية الشاملة لتوفير العملات الصعبة.

إن للأهداف العامة خصائص يجب أن تتوافر نجملها فيما يأتي (18):

- أن تكون أهدافاً شاملة: بمعنى أن تشكل كل ما يراد تحقيقه من نتائج.
- أن تكون أهدافاً واقعية: بمعنى إنها وإن كانت أهدافاً طموحة، إلا أنه يمكن إدراكها وتحقيقها عن طريق الاستخدام الأمثل للموارد الفنية، والمادية، والبشرية المتاحة.
- أن تكون أهدافاً مرنة: حتى تتسع بقدر الإمكان لاحتواء أي مشكلة طارئة لم يحسب حسابها عند وضع خطة التنمية.

2. الأهداف الخاصة (19):

إن هذه الأهداف تمثل نتائج واضحة المعالم، يتعين الوصول إليها وتحقيقها بشكل ينير الطريق لمسارات واضحة للعمل، يسهل معها وضع جدول زمني لتنفيذ الأعمال المطلوبة لتحقيق هذه الأهداف، فهذه الأهداف الخاصة هي في الواقع تفصيل وتحديد للأهداف العامة بوضع نسب مئوية مطلوب تحقيقها سنوياً، أو كل نصف سنة، أو أقل. ومن أمثلتها:

- زيادة حجم حركة السياحة الدولية خلال الخطة الخمسية بنسبة لا يقل معدلها السنوي عن (15%).
- زيادة معدل الإنفاق اليومي للسائح الأجنبي بنسبة (10%).
- زيادة معدل الإقامة لكل جنسية من الجنسيات بنسبة لا يقل معدلها عن (7.5%) سنوياً.
- زيادة الدخل السياحي الإجمالي بنسبة لا يقل عن (20%) سنوياً.

ثالثاً: عناصر التنمية السياحية:

تتكون التنمية السياحية من عناصر عديدة أهمها (20):

1. عناصر الجذب السياحي: وتشمل العناصر الطبيعية مثل: أشكال سطح الأرض، والمناخ، والحياة، والغابات، وعناصر من صنع الإنسان: كالمتنزهات، والمواقع الأثرية التاريخية.
2. النقل بأنواعه المختلفة: البري، البحري، والجوي.
3. أماكن النوم سواء التجاري منها كالفنادق و(الموتيلات) وأماكن النوم الخاصة مثل: بيوت الضيافة وشقق الإيجار.
4. التسهيلات المساندة بجميع أنواعها: كالإعلان السياحي، والإدارة السياحية، والأشغال اليدوية، والبنوك.
5. خدمات البنية التحتية: كالمياه والكهرباء والاتصالات.

ويضاف إلى هذه العناصر جميعها الهيئات والجهات المنفذة للتنمية، فالتنمية السياحية تنفذ عادة من قبل القطاع العام أو الخاص أو الاثنين معاً، وعادة ما يتحدد دور الأجهزة الحكومية في التنمية السياحية في

17- فؤاد نشوى: التنمية السياحية، مصدر سابق، ص10.

18- منال شوقي: محاضرات في التنمية السياحية، مصدر سابق، ص37.

19- فؤاد نشوى: التنمية السياحية، مصدر سابق، ص11.

20- محمد عمر مؤمن: التخطيط السياحي، ط1، المكتب الجامعي الحديث، 2009م، الإسكندرية، ص114.

الأمر الآتية (21):

1. تقديم التسهيلات بأنواعها (الأمنية، الصحية، ...).
2. حملات الدعاية والتسويق لجذب التمويل الخارجي.
3. تقديم الحوافز لتشجيع القطاع الخاص على الاستثمار.
4. تحديد الأهداف الوطنية للتنمية السياحية، ودمجها ضمن الخطط الشاملة...
5. توزيع فرص التنمية بين الأقاليم من خلال التخطيط الإقليمي.
6. توافر خدمات ومرافق البنية التحتية والنقل، وتطويرها لتلائم المتطلبات الحديثة.
7. وضع السياسات التي من شأنها تشجيع السياحة الداخلية والعالمية، وجذب الاستثمار الخارجي.

رابعاً: مفهوم السياحة الرياضية (22):

تعد السياحة الرياضية اليوم أكبر ظاهرة اجتماعية في العالم، وهناك توقعات بان تصبح السياحة أكبر صناعة في لعالم في بدايات القرن الحالي.

ان السياحة الرياضية في شكلها الدولي هي وليد القرنين العشرين والحادي والعشرين رغم ان الرياضة كاحتفالات قومية واقليمية ترجع الى قرون عديدة. كما يقول woody (1949):

"كانت الرياضة في بداية لخدمة المعتقدات الدينية ووسيلة للاستعداد للحياة، ومع ذلك شكلت مكونا اساسيا للوجود البشري. فالإنسان الاول كان في حاجة للبقاء وتحقيق النصر لما يواجه من صعاب متوقعة وغير متوقعة، ولذلك كان يقوم بأداء اشكال من المباريات والرياضات.

ان الرياضة نمت حقيقة من جوانب سحرية وشعوذة للمعتقدات البدائية، وبمرور الوقت تم نسيان الرض الاصلي من المباريات، وبدا الناس يشاركون في الرياضة من اجل المتعة والاثارة والترويح والتسلية والقوة."

هناك التقاء بين الرياضة والسياحة وهو في تزايد هائل، والفوائد المتبادلة واضحة. وفي السنوات العشر الماضية ظهرت تطورات فلسفية تضيف لحقيقة هذا التزاوج فيما بينها وهي:

ان السياحة اصبحت واضحة جلية ودخلت مجال التسويق، والمثال على ذلك المباريات في الأولمبياد والبطولات العالمية. هناك موجة هائلة نحو الرياضة من خلال السياحة، ويتضح ذلك في الدول المتقدمة حيث يبحث افرادها من كل المستويات العمرية عن الانشطة البدنية مما يدفعهم الى المشاركة في النشاط الرياضي، ويوجد تبادل مزوج بين السياحة الرياضية في تنمية الصداقات الفردية والقومية والدولية. والاشكال المختلفة للسياحة يمكن تحديدها فيما يلي"

- سياحة المغامرة (خبرات واقعية)
- السياحة الثقافية (التعرف على انماط الحياة)
- السياحة البحرية (انشطة متعلقة بالماء)
- سياحة الاحتفالات (الاحتفالات والاعياد والمناسبات المتنوعة)
- سياحة المتعة بعيدا عن اماكن العمل)
- السياحة البيئية (" ايكوتورزم – ecotourism " خبرات من المناظر القريبة)
- سياحة تعليمية (زيارة مواقع التعلم)
- سياحة برية (متعلقة بالطبيعة)
- السياحة الرياضية (تركز على النشاط البدني)

خامساً: السياحة الرياضية والدافعية (23):

21- بنيتا سعد: التخطيط السياحي والتنمية في الأردن، ورقة عمل مقدمة لندوة السياحة في الأردن، آفاق وتطلعات، المنعقدة في جامعة عمان الأهلية في الفترة 25-26/4/1998، عمان، 1998م، ص 16.

22- خليفة بهبهاني: السياحة الرياضية، ط1، الكويت، الشويخ، فور فيلمز للطباعة، 2007، ص 31.

23- خليفة بهبهاني (2007): المصدر السابق، ص 79.

ان الدافعية للحصول على اجازة لا يمكن تفسيرها مباشرة على انها الحاجة للحصول على استراحة، وهذا التفسير البسيط يخفف في مراعاة الاسباب الثقافية والاجتماعية والنفسية وعن لماذا يشعر الفرد بضرورة الحصول على استراحة، كذلك يقال هذا التفسير البسيط في كل اكتشاف ما الدافعية تركز على الحاجة للهروب من البيئة الحالية او الرغبة في الهروب الى بيئة اخرى (او بالتأكيد مزيج من الاثنين معا). وأكثر من ذلك فليس هناك وضوح لدى السياح أنفسهم عما إذا كانوا مدركين لماذا يقومون بالسفر، فلدَى البعض منهم فان الدافعية للسياحة تنتج من حاجات عميقة نفسية غالبا غير مدركة بواسطة السائحين أنفسهم، في حين نضرة متساوية اخرون لكل من الدافعية والغرض من رحلة او اختيار الاجازة، بالإضافة لذلك فهناك غموض حول ما إذا كانت المداخل الدافعة للسياحة يجب ان تركز على الدوافع التي يتم التعبير عنها بواسطة المسافرين او الدافع الاساسي الذي يدفعهم لذلك، وعلّه فقد يعبر السائح عن سبب السفر على انه رغبة في التذليل او ارضاء رغبة، ولكن ربما الحاجة الى هذا الارضاء تنبع من قضايا تقدير الذات التي حدثت بسبب خبرات سلبية في الطفولة، تشبه الحاجات الى المتعة بجبل الجليد لتوضيح طبقات من الدوافع المختلفة ، حيث قمة الجبل الجليدي (اي جزء المرئي) تمثل دوافع يتم التعبير عنها، في حين ان الغالبية العظمى من الجبل الجليدي غير مرئي اسفل الخط الماء تشبه الظاهرة مثل هؤلاء الذين يبحثون عن عوامل التطبيع الاجتماعية والشخصية، ومن المدهش ان هذه الدوافع المختبئة يصعب تحديدها لكل الاسباب المتناقضة للسفر والتي ترتبط بصورة نوعية بتاريخ حياة الافراد انفسهم، وفي اي حالة فهي اسباب عميقة الجذور يصعب ادركها بمن يعانون منها، ولذلك ليس مستغربا ان تأتي دوافع السياحة في الدراسات السابقة تميل لتتصيف اسبابا السفر على انها هروب من داء او هروب الى معين، وادى هذا الى تنويعه من كل من المقترحات المتشابهة والمتعارضة ثقافيا واجتماعيا ونفسيا عن ما الذي يدفع الافراد والجماعات للسفر، وهناك ثمانية اسباب اساسية للسفر:

الترويح والتوازن والتكامل الاجتماعي، الهروب، التواصل، الحرية، تجديد الذات، تأكيد الذات، السعادة، وتوسيع العقل، كما أنه هنالك اربعة فئات كبيرة: قد تضم بلا شك اسبابا أكثر نوعية داخل الشخص، دوافع الحالة الاقتصادية والاجتماعية، والهبة والاحترام.

إن معظم اجازات الافراد تمثل انسجاما بين دوافعهم المتعددة سواء أصبح دافعا واحدا هو السائد او ان الدوافع يمكن ان يكون على الاقل هو شعور بالإرضاء والارتياح، ولذلك فان الأبحاث عن الدافعية السياحة توضح مئات الاسباب الشعورية واللاشعورية لنمو السفر مما يؤكد تعقد مجال هذه الدراسة، ولذلك فان هناك اقتراحات بان الدوافع لا تعمل بصورة مستقلة بل هي مزيج من الدوافع او الباعث الاولى والثانوي للسياحة.

ان الرياضة تعاني من تعداد المداخل (الاساليب) الى الدافعية، فبعضها قد يكون (استعادة، هروب ، تجديد الذات) وهي ايضا مستخدمة في نظريات السياحة، ولكن هناك دوافع شديدة النوعية خاصة بالرياضة مثال: الحاجة الى التنافس، والرغبة في احراز النصر، وفرص للتنمية مستويات المهارة الحالية، وهذه الدوافع ترتبط بسلوك الانجاز، واختبار القلق، وتوقع التقدير ، والاساليب المعرفية، والمعرفة الاجتماعية، ومما يزيد التعقيد هو ان التفسيرات للدافعية في الرياضة لا تركز فقط على افعال المشاركين الايجابية بل تهدف كذلك لتفسير دوافع المشاهد الرياضي ، وقد حدد فان (wann واخرون 2001) ثمانية دوافع للمتفرجين على الرياضة شيوعا وهي ترتبط بالاتي: الانتساب الجماعي، والاسرة، واسباب جمالية، وتقديرات الذات ، ودوافع اجتماعية، والهروب، والمتعة، والتقليل من الضغوط. وعلى النقيض من ذلك فان الزيارات الى مناطق جذب مرتبطة بالرياضة قد تركز على دوافع مثل الحج، والحنين الى الوطن او التعلم.

وقد يبدو من الافضل تجنباً لهذه الفروق في تفسير الدوافع للمشاركة ايجابيا (لاعب مثلا) او سلبيا (متفرج) ان نركز على الدوافع الاساسية التي ذكرناها والتي اوضحتها الدراسات السابقة وهي: ان المشاركة في الرياضة اما تنافسية او ترويحية، وان مثل هذه المشاهدة قد تم تحقيقها سلبا او ايجابيا. وبالطبع فهذا تبسيط لأسباب عديدة من اجلها يشارك الناس في الرياضة ولكنها على اية حال نقطة بداية للشرح الدوافع الاولية والثانوية للسفر المرتبطة بالرياضة.

سادساً: الدوافع المساندة في السياحة الرياضية (24):

ان محاولة التحديد الدقيق للمسافرين للسياحة الرياضية تعوقها العديد من الصعوبات، وسبق توضيح ذلك من تعدد دوافع المشاركة في الرياضة والسياحة. كذلك نجد ان هذه الدوافع تتغير بمرور الوقت وتغطي مجالات واسعة ومتباينة.

ففي مجال السياحة الرياضية يمكن بسهولة وصف الطبيعة المتعددة لمسافرين لهذا الغرض، مثال السائح الرياضي الذي يسافر الى بطولة كرة القدم الاوربية 2004 قد يريد ان يرى فريقه المتنافس ويستمتع بطقس الصيف الرائع او يشارك في احتفالات ثقافية او يستفيد فريقه من الضيافة المحلية، وهذه الدوافع مجتمعة توضح ان من غير الواقعي تحديد الروابط معظم الدوافع التي لا حصر لها الموجودة في كل من الرياضية والسياحية. وقد يكون من الافضل تناول رؤية اوسع عن كل من الرياضة والسياحة بان تقترح بان هناك ثنائية دافعية "كلاهما متعاون ومتبادل". وقد ركز (1999de knop) على العاقبة بينهما بملاحظة ان طبيعية السياحة الرياضية هي عن خبرة المكان، وهذا التفسير عن العلاقة بين الرياضة والسياحة يميل أكثر ناحية نظرية الجغرافية من النظرية الفسيولوجية التي تعالج طريقة التعاون بين الرياضة والسياحة.

أن الفكرة الذي اقترحها في الاصل كل من هي ان السائحين الرياضيين يمكن تصنيفهم بناء على اسباب اولية وثانوية للسفر، وأكثر من ذلك وبالإشارة الى دراسات ترى ان الدافعية هي داخلية وخارجية، وترى ان الدوافع الثانوية لها أثر قوي على الدوافع الاولية.

لذلك يجب النظر الى الدوافع الثانوية على انها مرتبة الثانية او انها اقل اهمية عن الاولية ولكن الدوافع الثانوية مصدر لأثراء الدوافع الاولية، مثال لذلك : في حين انم الدوافع الاولى قد يكون لعب الغولف فان خبرة اللعب سيتم تعزيزها بعدد من المؤشرات في السببين التي سيتم فيها اللعب ، وقد تمثل المناخ ، والمناظر، وعناصر اجتماعية ،وجود الملعب او عددا اخر من العوامل تصيف الى خبرة ككل للعب الغولف وهي خبرة تختلف كلية عن الخبرة العودة للوطن، هذا المثال يوضح انه لدى بعض الافراد (في هذه الحالة السائحين الرياضيين المشاركين ايجابيا) فان السياحة الرياضية تقدم لهم فرصة الاستمتاع بأفضل ما في المجالين . كما اوضح Rayen (2003) "ان ايجاد شيء تحب ان تفعله، بالطبع، يخلق كلا من المعنى والمتعة " ما أفضل ان تشارك في نشاط مفضل لك في مكانك المفضل او في مكن كنت تريد ان تذهب اليه

ورغم ذلك يشير الى الدوافع الرياضية والسياحية السلبية على الخبرات المرتبطة بالرياضية والعكس. فمثل هذه الاسئلة بالطبع تركز على الخبرة أكثر من الدوافع، ولكنها مع ذلك تخلق اعتبارات هامة لكل من المدير والباحث في ركل من السياحة والرياضة.

سابعا: الرياضة كقطاع نام في الصناعة السياحية (25).

ان التنمية ونمو زمن المتعة والاجازة والحرفة والمهن في السنوات السابقة ال 40 الماضية يمكن تقسيمها الى اربعة مراحل:

1. فترة ما قبل الحرب العالمية الثانية وحتى نهاية الخمسينات، وكانت هذه الفترة قاصرة على المتعة واجازة للترويح واسترخاء بعد عمل شاق، فالناس كانوا يجلسون بالمنزل، ويذهبون الى شاطئ البحر، او المناطق الريفية او الجبال ليس للسياحة او المشي او التجوال ولكن اساسا للراحة.
2. فترة الستينات: تتسم هذه بالفترة بالاستهلاك. والتحول او التنقل أصبح أكبر بسبب التحسن في المنزل في وسائل النقل، واتسمت السياحة بترك المنزل والراحة والاكل الجيد.
3. نهاية الستينات وحتى الثمانينات: ظهرت اتجاهات اخرى ان مفاهيم النمو والنشاط والمشاركة الاجتماعية والمتعة. والصدقة و آراء الذات اصبحت امورا محورية في المجتمع، بمعنى اخر أصبح الفرد ذو التوجه للترويح يريد المشاركة بطريقة ايجابية، وان يلاحظ بدقة، وان يستمتع بطرية واعية. واصبحت الرياضة اثناء الاجازات امرا شعبيا وشائعا، وكانت الرياضية الاساسية هي المشي والسباحة، ولكن وهناك ايضا رياضات جديدة مثل ركوب البحر والتنس.

4. التسعينات: وتتسم التسعينات بأنشطة الترويج، والفوائد المتبادلة بين الاقتصاد والمتعة، وبين الرياضة والسياحة أصبحت واضحة، وظهر مفهوم السياحة الرياضية، ان السياحة تقدم قدرا هائلا من البرامج ذات التوجه الرياضي، ان الرياضة غالبا يتم ممارستها في مزيج من السياحة (مثال: ركوب الدراجات وجولات المشي).

وفي مقياس الدافعية تصبح كل من المشاركة والاهمية في مكانة عالية حيث تلعب الرياضة دورا محوريا هاما في تشكيل هوية الشخص، وعلى اية حال ففي حين تفترض هيئة السياحة في انجلترا ان السياح الرياضة عن قناعة ودافعية هم من الرياضيين الصفوة او القمة فان هؤلاء المشاركين احيانا يشاركون في أنشطة غير تنافسية وهنا يصعب تطبيق مفهوم الرياضي القمة لان لديه مستوى عاليا من الالتزام في السياحة الرياضية أكثر من الرياضة نفسها.

ان افتراض ان المشاركين بالدافعية هم من رياضي القمة يجعلها نسأل هل هذا الدافع ينطبق على المشاهدين؟ هذا امر صعب ولذلك فأننا نفضل التركيز في السياحة الرياضية على المشاركة والاهمية، ولو أردنا توزيع مشاهدة كرة القدم على مقياس الدافعية فنجد في نهاية المقياس بالنسبة لمن يعشق كرة القدم سنجد اعداد كبيرة جدا، ولكن من يريد مشاهدة مباراة حية لكرة القدم عدد قليل جدا. بالمثل سنجد هناك مشاهدين لكرة القدم ولكن لا تعتبر كرة القدم بالنسبة لهم جزءا هاما في حياتهم، اي ان مشاهد الكرة ذات اهمية سلبية للبعض وايجابيه للبعض الاخر، وفي نهاية مقياس الدافعية نجد ان المشاركين كمتفرجين لكرة القدم امر هام وخاصة لمن يعتبرون كرة القدم جزءا هاما في حياتهم. تنمية الرياضة (26):

لان أثر السياحة على الرياضة يحدث حقيقة على المستوى الفردي فقد اخترنا ان نركز في هذا الفصل على أثر السياحة على تنمية الرياضة الفردية بدلا من أثر السياحة على تنمية الرياضة ككل. اي التطور التاريخي للرياضة، ومن الواضح عبر الزمان ان الاتجاهات في تنمية الرياضة الفردية تؤثر على التطور التاريخي الكلي للرياضة.

ويركز النموذج الكندي لتنمية الرياضة على كلا من: الرياضة الترويحية، ورياضة المنافسة المنظمة، والاداء الرياضي العالي لأنها ثلاثة مراحل لتنمية الرياضة وفي بريطانيا العظمى فان نموذج في تقسيم مجلس الرياضة هو انه لا يرى المنافسة على انها مكون اساسي اما للرياضة ذاتها او على انها طموح لتحسين الاداء. ولذلك فان هذا النموذج يناسب تعريفنا للرياضة ويتجنب المشكلات المتضمنة في نماذج تركز على الراحل. تنمية النشاط الرياضي على اساس المصادر السياحية المتوفرة (27):

ان توفر اراضي وبحار وفضاء في الهواء يمكن ان تكون مصدرا لتنمية الرياضة. حيث ارتبطت المصادر الطبيعية بالجمال وذلك في القرن 19. وفي السنوات الحالية ومع حيث تحديات الهواء واليابس والماء ادى بالتحسيس لإعادة تحديد حدود الخبرات الرياضية بل واختراع رياضات جديدة او تنمية رياضة قديمة. والمكتشف الاسطوري الشهير سيرادموند هيلاري عندما تم سؤاله لماذا تسلق الجبال ارست فكان جوابه: "لأنها هناك". بمعنى اخر ان وجود مثل هذه الاشكال الارضية المتميزة على كوكبنا تمثل كلا من التحدي الشخصي والفرصة للتحرك نحوها.

ومثل المصادر النوعية الطبيعية موجودة وتمثل تحديا للناس (غالبا لان السياح البعيدين عن بيئتهم الطبيعية يرغبون في التغلب على هذه المصاعب). وهي نفس المصادر الجغرافية التي تجعل هذه المقاصد جذابة للسياح وهي تؤدي كذلك الى تنمية الرياضة في عالمنا المعاصر.

ان الترحل وبخاصة لأسفل التل لم تظهر ببساطة لأنها من اشكال الرياضة وتمثل نوعا من التحدي لمن يقوم بذلك. ان الترحل على المنحدرات بدرجة 60 او أكبر يضمن السقوط من قمم عالية والطيران في الهواء. ان الجبال الالب الاوربية، وجبال الروكي الامريكية، وجبال الانديز في امريكا الجنوبية، وجبال الالب الجنوبية في نيوزلندا تجتذب المغامرين. والترحل من كل العالم لهذا الشكل من اشكال التنمية الرياضية.

وهناك جدل حول ما إذا كانت الرغبة في التغلب وهزيمة تلك التحديات الطبيعية لذلك أو التطور في الأدوات اللازمة لذلك، أو أن التطور التكنولوجي وتطور الأجهزة هو المصدر لهذه التنمية.

بلا شك فهناك دور متبادل بين المظاهر الطبيعية والتقدم التكنولوجي وحتى أوائل الثمانينات كانت دراجات السباق ذات البدلات قاصرة على الأراضي الصالحة لراكبي الدراجات وعندما ابتكر في مصنع مخصص للدراجات في كاليفورنيا ووصلت الابتكار الجديد لدراجات الجبال، وفتحت الجبال لارتداد المناظر الطبيعية الوعرة، ووصلت هذه الدراجات إلى مصانع داويان وأصبح من الممكن التغلب على وعورة السطح والتي كانت الوسيلة الوحيدة للتعامل معها في الأقدام فقط لمن يستطيع من السياح.

ولكن الآن وبعد اختراع دراجات الجبال ظهرت على أجندة الأولمبياد: أن وجود التيارات الهوائية الدافئة الصاعدة كان الأساس للعديد من الرياضات الهوائية. وقد تم تسجيل أرقام قياسية جديدة في كل من السباق والارتفاع في نيومكسيكو، في كاليفورنيا أصبحت مناطق مرغوبة لتوفر الظروف التي تتحدى هواة رياضة (الانزلاق من التعلق العالي)

ويستطيع الآن لاعبو الرياضة السفر مئات بل الآلاف الأميال عبر الكرة الأرضية بحثاً عن أفضل تيارات الهواء صاعدة لكي يتحقق لهم الصعود لأعلى وتحقيق أرقام قياسية في الارتفاع عن سطح الأرض.

إن الانزلاق وهي رياضة الطيران بدون قوة محرك من ماكينة إنما تتوقف كذلك على قدرة الكطيار على إيجاد واستخدام هذه التيارات الصاعدة الساخنة.

وربما حديثة أيضاً وهي التزلج الهوائي وأكثر منها هي Sky Surfing وهي تستخدم لوحة تشبه

لوحة التزلج على الجليد وظهرت لمستخدميها مهارات معقدة مثل الدرجة واللف والمغزلي والشقبة. ورغم أن أدوات التقنية أمر لا مفر منه إلا أنه بدون وجود تلك الظاهرة الطبيعية وهي التيارات الهوائية الساخنة الصاعدة ما كانت قد ظهرت هذه الرياضات. إن الرياضات اليابس والبحر والهواء مستمرة في ابلتطور كنتيجة لهذه المصادر الطبيعية في العالم. وعلى نفس هذه المصادر تعتمد السياحة.

لذلك فإن المفتاح للحفاظ على العلاقة بين الرياضة والسياحة لا بد وأن يستمر وذلك من خلال الحفاظ على البيئة التي تعتمد كل من الرياضة والسياحة عليها لحدوث التنمية.

إن المصادر التاريخية والثقافية التي صنعها الإنسان هي جوانب حيوية للسياحة فهناك العديد من الدول والمدن تسعى لجذب السياح بتوفير الراحة وسهولة الوصول لاماكن خصبة سواء من حيث السطح أو المناخ مثل المنحدرات الصناعية للتزلج، أو حمامات السباحة، والتسلق الصناعي على حوائط من صنع الإنسان (كما في الملاهي) والاستاد والضمار والملاعب لا تقدم فقط مواضع لمشاركة السياح بل في بعض الحالات تؤدي إلى حقيقة إلى تنمية شكل جديد من أشكال الرياضة.

وابتكار فكرة الجدران الصناعية للتسلق والتي أصبحت متوفرة في أماكن بالمدن يسهل الوصول إليها وليس بالضرورة التوجه إلى هذه الأماكن بعيدة وسية من حيث الظروف المناخية والطقس، مما يؤدي إلى سرعة نمو وانتشار هذه الرياضة والتي يشارك فيها الرجال والسيدات في أي سن.

وفي العديد من الدراسات لكل من Collins and Jackson (2001) وصفوا "مطالب السياحة

الرياضية" بالمتعة من خلال أبحاث تجريبية، وهذه النموذج اتخذ مفهومه الأساسي من "مجلس التنمية الرياضية في إنجلترا" فهو نموذج ينتقل من مستوى تمهيدي، إلى المشاركة والإداء إلى مستوى امتياز والصفوة ومجلس السياحة الرياضية يبدأ من مجرد رغبة الشخص بالاستمتاع بالمشاركة الرياضية في الإجازات العامة ثم انتقل إلى مستويات مختلفة: مثل المناسبات المنتظمة ثم الالتزام بتقديم البرامج وانتهت بالسائح الرياضي العاشق للمشاركة.

المبحث الثالث الإطار العملي: عرض وتحليل النتائج ومناقشتها

جدول (1)

اتفق	%	محايد	%	لا أتفق	%
50	92.59%	3	5.55%	1	1.58%

جدول (1) يبين إجابات عينة عن البحث (يعد التخطيط ضرورة ملحة لأي نشاط إقتصادي) فقد كانت النسبة الأعلى بإجابة أتفق بنسبة 92.59% ومن ثم أجابه محايد النسبة 5.55% والنسبة أجابه لا أتفق كانت 1.58% مما يشير إلى إن (للتخطيط السياحي دورا بالغاً في تطوير الأنشطة الإقتصادية كونه منهجاً علمياً للتنظيم لجميع عناصرها وأنماطها).

جدول (2)

اتفق	%	محايد	%	لا أتفق	%
37	87.4%	6	11.11%	1	1.85%

جدول (2) يبين إجابات عينة عن عبارة (مستقبل السياحة مرتبط بالتخطيط السياحي) فقد كانت النسبة الأعلى بإجابة أتفق بنسبة 87.4% ومن ثم إجابة محايد النسبة 11.11% والنسبة أجابه لا أتفق كانت 1.85% مما يشير إلى إن (تخطيط التنمية السياحية يساعد على تجديد وصيانة الموارد السياحية والاستفادة منها بشكل يناسب الوقت الحاضر والمستقبل).

جدول (3)

اتفق	%	محايد	%	لا أتفق	%
42	77.77%	9	16.66%	3	5.55%

جدول (3) يبين إجابات عينة عن عبارة (تعد الرياضية أكبر ظاهرة اجتماعية في العالم) فقد كانت النسبة الأعلى بإجابة أتفق بنسبة 77.77% ومن ثم إجابة محايد النسبة 16.66% ونسبة إجابة لا أتفق كانت 5.55% من يشير إلى إن (التخطيط مرن، مستمر، وتدريجي، يتقبل اجراء أي تعديل إذا تطلب الأمر بناء على المتابعة المستمرة والتغذية الراجعة).

جدول (4)

اتفق	%	محايد	%	لا أتفق	%
47	87.4%	3	5.55%	4	7.4%

جدول (4) يبين إجابات عينة البحث عن عبارة (يعتمد التخطيط على المعلومات والبيانات الدقيقة) فقد كانت النسبة الأعلى بإجابة أتفق بنسبة 87.4% ويلاحظ تقارب إجابات المحايد والتي كانت النسبة 5.55% وإجابات لا أتفق بنسبة 7.4% مما تشير إلى أن التخطيط (يتعامل مع السياحة على انها نظام له مدخلات وعمليات ومخرجات محددة، ويمكن التأثير في هذه التكوينات وتوجيهها).

جدول (5)

اتفق	%	محايد	%	لا أتفق	%
38	70.37	10	18.52%	6	11.11%

جدول (5) يبين إجابات عينة البحث عن عبارة (التنمية السياحية مرتبطة بوجود التربية الفعلية الإجتماعية) فقد كانت النسبة الأعلى أتفق بنسبة 70.37% ويلاحظ تقارب إجابات المحايد والتي كانت بنسبة 18.52% وإجابات لا أتفق بنسبة 11.11% من ويشير إلى السياحة (نشاط حيوي وحركي متغير يؤثر في سلوك الفرد وتصرفاته ذو تأثير في المجتمع نتيجة لاحتكاك الفرد بثقافات الآخرين وذو تأثير اقتصادي بالغ الأهمية).

جدول (6)

اتفق	%	محايد	%	لا أتفق	%
50	92.6	3	5.55	1	1.85

جدول (6) يبين إجابات عينة البحث عن عبارة (تعد الرياضة أكبر ظاهرة اجتماعية في العالم) النسبة الأعلى بإجابة أتفق ينسب (92.6%) ومن ثم إجابة محايد النسبة (5.55) والنسبة إجابة لا أتفق كانت (1.85%) مما يشير إلى أن السياحة رياضية تعد (أكبر ظاهرة اجتماعية في العالم ويتوقع إن تصبح السياحة أكبر صناعة في العالم في بدايات القرن الحالي).

جدول (7)

اتفق	%	محايد	%	لا أتفق	%
36	66.66	10	18.51	9	16.66

جدول (7) يبين إجابات عينة البحث عن عبارة (معظم مطالب الرياضية هي من أجل المشاهدة أكثر من المشاركة) فقد كانت النسبة الأعلى بإجابة أتفق بنسبة (66.66%) ويلاحظ تقارب إجابات المحايد والتي كانت بنسبة (18.51) وإجابات لا أتفق بنسبة (16.66) مما يؤكد إلى أن "التفسيرات للدافعية في الرياضة لا تركز فقط على افعال المشاركين الايجابية بل تهدف كذلك لتفسير دوافع المشاهد الرياضي ، وقد حددوا ثمانية دوافع للمتفرجين على الرياضة شيوعا وهي ترتبط بالاتي: الانتساب الجماعي، والاسرة، واسباب جمالية، وتقديرات الذات ، ودوافع اجتماعية، والهروب ، والمتعة، والتقليل من الضغوط".

جدول (8)

اتفق	%	محايد	%	لا أتفق	%
38	70.37	12	22.22	4	7.4

جدول (8) يبين إجابات عينة البحث عن عبارة (الملاح الطبيعية والتجهيزات الرياضية هي من أكثر الفئات وضوحا في مناطق الجذب السياحي) بأن النسبة الأعلى بإجابة أتفق بنسبة (70.37%) ومن ثم إجابة محايد النسبة (22.22) والنسبة إجابة لا أتفق فقد كانت (7.4%) مما يدل على ان المصادر السياحية (التي صنعها الانسان هي جوانب حيوية للسياحة فهناك العديد من الدول والمدن تسعى لجذب السياح بتوفر الراحة وسهولة الوصول لاماكن سياحية مثل المنحدرات الصناعية للتزلح، او حمامات السباحة، والتسلق الصناعي التي تؤدي الى حقيقة الى تنمية شكل جديد من اشكال الرياضة).

جدول (9)

اتفق	%	محايد	%	لا أتفق	%
42	77.77	6	11.11	6	11.11

جدول (9) يبين إجابات عينة البحث عن عبارة (الأحداث الرياضية هي المكون الأساس للسياحة الرياضية) فقد كانت النسبة الأعلى أتفق بنسبة 77.77% ويلاحظ تساوي إجابات المحايد وإجابات لا أتفق والتي كانت بنسبة (11.11%) ويؤكد ذلك (ان السياحة الرياضية اصبحت واضحة جلية ودخلت مجال التسويق، والمثال على ذلك المباريات في الأولمبياد والبطولات العالمية).

جدول (10)

اتفق	%	محايد	%	لا أتفق	%
13	24.70	40	74.70	1	1.85

جدول (10) يبين إجابات عينة البحث عن عبارة (السياحة الرياضية هي الرياضة التنافسية) فقد كانت النسبة الأعلى بإجابة محايد 74.70% ثم إجابة أتفق والتي كانت بنسبة 24.70% وإجابات لا أتفق بنسبة 1.85% مما يشير الى أن الإقبال على السياحة الرياضية ليس بهدف المنافسة بل من أجل الترويح وتكوين الصداقات والتقليل من ضغوط الحياة اليومية ويتضح ذلك في "الدول المتقدمة حيث يبحث افرادها من كل المستويات العمرية عن الانشطة البدنية مما يدفعهم الى المشاركة في النشاط الرياضي، ويوجد تبادل مزدوج بين السياحة الرياضية في تنمية الصداقات الفردية والقومية والدولية".

الاستنتاجات والتوصيات:

أولاً: الاستنتاجات:

من خلال النتائج توصل الباحثون الى أن التخطيط:

1. ضرورة ملحة لأي نشاط إقتصادي.
2. مستقبل السياحة مرتبط بالتخطيط السياحي.
3. يتسم التخطيط بالمرونة وإختيار البدائل.
4. يعتمد التخطيط على المعلومات والبيانات الدقيقة.
5. التنمية السياحية مرتبطة بوجود التربية الفعلية الإجتماعية.
6. تعد الرياضة أكبر ظاهرة اجتماعيه في العالم.
7. معظم مطالب الرياضة هي من اجل المشاهدة أكثر من المشاركة.
8. الملامح الطبيعية والتجهيزات الرياضية هي من أكثر الفئات وضوحا في مناطق الجذب السياحي.
9. الأحداث الرياضية هي المكون الأساس للسياحة الرياضية.
10. لا ينظر للسياحة الرياضية على كونها مقترنة بالرياضة التنافسية.

ثانياً: التوصيات:

من خلال الإستنتاجات يوصي الباحثون بما يلي:

1. الإعتقاد على التخطيط من أجل سياحة مستدامة.
2. الإعتقاد على البحث العلمي من أجل الحصول على البيانات الدقيقة بهدف التخطيط السليم.
3. توفير الملاعب والتجهيزات الرياضية في مناطق الجذب السياحي.
4. التنقيف بأن السياحة الرياضية هي ليست الرياضة التنافسية فقط.
5. جعل الأنشطة الرياضية سلوك مجتمع ومن ثم العمل على إقترانها بالسياحة.

المصادر

1. إنعام حنا: التخطيط للتنمية السياحية في العراق، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، 1980.
2. الياس الخوري: السياحة في لبنان والعالم، ط1، دون دار نشر، بيروت، 1985.
3. بنيتا سعد: التخطيط السياحي والتنمية في الأردن، ورقة عمل مقدمة لندوة السياحة في الأردن، آفاق وتطلعات، المنعقدة في جامعة عمان الأهلية في الفترة 25-26/4/1998، عمان، 1998.
4. حسن علي شرقي: نظرية القدرات الإدارية، ط1، دار الأمل للنشر والتوزيع، عمان، 1997.
5. خليفة بهبهاني: السياحة الرياضية، ط1، الكويت، الشويخ، فور فيلمز للطباعة، 2007.
6. سفيان منذر الدليمي: أثر تخطيط التنمية السياحية في الحياة الاجتماعية والاقتصادية، في إقليم العراق الشمالي، رسالة ماجستير (غير منشورة)، مركز التخطيط الحضري والإقليمي، جامعة بغداد، 2005.
7. صلاح عبد الوهاب: تخطيط الموارد الاقتصادية، ط1، مطابع دار الشعب، القاهرة، 1988.
8. عبد الإله ابو عياش و حميد عبد النبي الطائي: التخطيط السياحي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2010، عمان، ص45.
9. عبد الكريم، أكرم، وقت الفراغ وأثره على تنمية النشاطات السياحية والترفيهية، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، 2002.
10. عثمان محمد غنيم: تخطيط استخدام الارض الريفي والحضري، ط2، دار صفاء للنشر والتوزيع عمان، 2008.
11. محمد إبراهيم الزهاوي: إمكانية تنمية النشاط السياحي في إقليم الانبار، رسالة ماجستير مقدمة إلى مركز التخطيط الحضري والإقليمي، 2001.
12. محمد عمر مؤمن: التخطيط السياحي، ط1، المكتب الجامعي الحديث، 2009م، الإسكندرية.
13. منال شوقي: محاضرات في التنمية السياحية، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2013م.
14. مهنا الحداد: الأردن والسياحة ومشكلات وهموم على الساحة، ط1، جامعة اليرموك، الأردن، 1997م.
15. نبيل الروبي: التخطيط السياحي، ط1، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1987.
16. نبيل الروبي: مجموعة الدراسات السياحية، اقتصاديات السياحة، ط1، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1986.

ملحق (1)

الإستبانة تحية طيبة...

يروم عدد من الباحثين دراسة البحث الموسوم "التخطيط السياحي ودوره في تنمية السياحة الرياضية" في محافظة كربلاء المقدسة، لذا يرجى التفضل بالإجابة عن أسئلة هذه الإستبانة خدمة للحركة العلمية والسياحية، وأن جميع الإجابات ستكون في خدمة البحث وأهدافه ومحاولة منا للوصول الى أفضل الحلول الممكنة.
مع التقدير

ت	السؤال	أنتفق	محايد	لا أنتفق
1	يعد التخطيط ضرورة ملحة لأي نشاط إقتصادي.			
2	مستقبل السياحة مرتبط بالتخطيط السياحي.			
3	يتسم التخطيط بالمرونة وإختيار البدائل.			
4	يعتمد التخطيط على المعلومات والبيانات الدقيقة.			
5	التنمية السياحية مرتبطة بوجود التربية الفعلية الإجتماعية.			
6	تعد الرياضة أكبر ظاهرة اجتماعيه في العالم.			
7	معظم مطالب الرياضة هي من أجل المشاهدة أكثر من المشاركة.			
8	الملاح الطبيعية والتجهيزات الرياضية هي من أكثر الفئات وضوحا في مناطق الجذب السياحي.			
9	الأحداث الرياضية هي المكون الأساس للسياحة الرياضية.			
10	السياحة الرياضية هي الرياضة التنافسية.			

