

الألعاب الشعبية مدخل إستراتيجى لتنمية السياحة الرياضية

فى جمهورية مصر العربية

* د/ رانيا مرسى ابو العباس عبد العزيز

المقدمة ومشكلة البحث:

تلعب السياحة دوراً حيوياً فى دفع عملية التنمية الإقتصادية والإجتماعية فى الدول التى تتوافر بها عوامل الجذب السياحى، ويعتبر الدخل السياحى من عوامل النمو الإقتصادى الذى يسهم بشكل كبير فى تقدم ورقى الدول. (٢٧): (٢٨)

وتتعدد أنواع السياحة نظراً لتنوع رغبات وإحتياجات السائحين، وقد إتفق كلاً من "عبد القادر حماد، ناصر عيد" (٢٠٠٧م) على تقسيم أنواع السياحة إلى عدة أنواع هى السياحة الثقافية، السياحة الدينية، السياحة الترفيهية، السياحة العلاجية، السياحة الإقتصادية، سياحة المؤتمرات، السياحة الرياضية. (١٨:١٨٨)

وتعتبر السياحة الرياضية من أهم أنواع السياحة التى تساهم بشكل فعال فى تنشيط حركة السياحة الداخلية والخارجية، وعاملاً مهماً من عوامل الجذب السياحى. (٩٨:٢)

ويذكر "أحمد سعد الشريف" (٢٠٠٠م) أن فلسفة السياحة الرياضية تعتمد على توجيهين الأول الترويج السياحى فى مواسم الركود، والآخر هو التنشيط لرياضة معينة وإستغلالها فى هذه المواسم الراكدة سياحياً، وبالتالي إستقطاب هواة هذه الرياضات للمشاركة فيها، بالإضافة إلى تنظيم رحلات خاصة لزيارة الأماكن السياحية التاريخية لمزيد من الزيارات المستقبلية، مما يعزز مفهوم السياحة الرياضية. (٥: ٣٦، ٣٥)

وعرف "أشرف سمير الميدانى" (٢٠٠٥م) السياحة الرياضية بأنها إنتقال الفرد بصفة مؤقتة من البلد الذى يقيم فيه على سبيل الإعتياد إلى بلد

* أستاذ مساعد بقسم الادارة الرياضية والترويج بكلية التربية الرياضية - جامعة أسيوط

آخر، بغرض المشاركة في المناسبات الرياضية وما يصاحبها من نشاطات مختلفة. (٤٤:٧)

وتعتبر التنمية السياحية من أهم التحديات التي تواجهها مصر، خاصة بعد ثورة يناير ٢٠١١م وما تبعها من تغيرات وأحداث أثرت على السياحة المصرية، وقد تم توقيع بروتوكول تعاون بين وزارتي الرياضة والسياحة في عام ٢٠١٣م، تضمن إعداد سياسات للتنمية وترويج الأنشطة والمشروعات الرياضية ذات الطابع السياحي، ووضع مصر على خريطة السياحة الرياضية وتجديد الأنشطة والأحداث الرياضية الكبرى، ذلك إلى جانب تنظيم المسابقات الرياضية، كما تضمن البروتوكول وضع خطة إستراتيجية تنتهي بمشروع وطني يدعم الإقتصاد في مجال السياحة الرياضية، بالإضافة إلى الترويج الدعائي المشترك لدعم الأنشطة السياحية والأحداث الرياضية. (٤٠)

وتعد مصر واحدة من أبرز مناطق الجذب السياحي بين دول العالم نظراً، لما تتمتع به من موروثات حضارية ومقومات ثقافية متعددة، وقد صنفت وكالة "Bloom" الأسبانية الإستشارية في تقريرها الصادر عام (٢٠١٥م) مصر في المرتبة الثانية بالنسبة لإفريقيا، والسابع والعشرين عالمياً من حيث الإقبال السياحي. (٣٤:١٥)

ويرى "محمد يسرى إبراهيم" (١٩٩٣م) أن تعميق وتأسيس مفهوم التربية السياحية لدى المجتمع لن يتأتى، إلا بإبراز أهمية التراث الشعبى من خلال الإحتفالات الشعبية وإقامة المهرجانات الدولية والمحلية التي تبرز هذا التراث وخصوصياته الثقافية، كما يحدث بالنسبة للفرق الشعبية فى أسوان والأقصر فى الموسم السياحي وتعميم هذه الأعمال فى مختلف الأقاليم السياحية، حتى نحفز الناس ونبرز تميزهم وتفردهم بمقومات ثقافية لها أثرها فى الجذب السياحي. (٦٥:٢٢)

وتشكل الألعاب الشعبية أحد أهم عناصر التراث الشعبى، وجزءاً مهماً من ذاكرة ووجدان أى مجتمع، فهى إنعكاس للبيئة الطبيعية، والثقافة المجتمعية والحضارية السائدة، وتؤدى الألعاب الشعبية دوراً هاماً فى نقل التراث الخاص

بالجماعة إلى الممارسة مما يؤدي إلى الحفاظ عليها بما تحتويه من قيم وعادات، ومفردات ثقافية متعددة، وترجع أهمية اللعب إلى أنه يكسب الأطفال الخبرة، ووسيلة لإستنفاد الطاقة الزائدة لدى الشباب، ويساعد الكبار على قضاء أوقات فراغهم إلى جانب قضاء جزءاً من واجباتهم الإجتماعية داخل مجتمعاتهم. (١٠٩:٩)

وتؤكد منظمة اليونسكو (٢٠١٤م) على تعزيز وتطوير هذا النوع من الألعاب التقليدية والرياضية والحفاظ عليها، والتأكد من أنها تشكل جزءاً لا يتجزأ من إستراتيجيات التنمية الوطنية، كما أنها تعزز الهدف النهائي للرياضة من أجل السلام والتنمية. (٣٩)

وتعد الألعاب الشعبية ظاهرة من أقدم مظاهر النشاط البشرى، ولم تخل أنشطة أى شعب من الشعوب من هذه الألعاب، حيث أنها تعبر عن الطابع الخاص بكل شعب وعن عاداته، وتقاليده، وقيمه التي غالباً ما تتأثر بالظروف البيئية لهذا الشعب. (١٣:٢٣)

وتحتل الألعاب الشعبية مكانة كبيرة فى الحياة حيث أنها لا تقتصر على أوقات الفراغ، ولا تنقيد بوقت معين من النهار أو الليل، ولقد كان للقدماء المصريين السبق فى إبتكار الكثير من الألعاب الشعبية، حيث كشفت أثارنا المصرية عن العديد من الألعاب الشعبية التي لا تزال نمارسها الآن، فهي تعكس تراث الأجداد بشكل أوضح، وتعد مزيج رائع بين الحركة والمضمون الذى تعبر عنه. (١٣:٤)

ويعرف "محمد محمود الخوالده" (٢٠٠٧م) الألعاب الشعبية بأنها الألعاب التي تمارس فى كل البيئات بأنواعها العديدة، وبصورة عفوية وتلقائية، ولا يرجع فضل تنظيمها إلى مؤسسة أو أحد بعينه ، بل يرجع ذلك إلى تقليد إجتماعى يتناقله العامة جيلاً بعد جيل. (١٥:٢١)

وتتعدد أنواع الألعاب الشعبية فيذكر عبد التواب يوسف نقلا عن حسين

قدورى (١٩٩٦م) إن الألعاب الشعبية تنقسم إلى:

١- الألعاب التقليدية.

٢- الألعاب التي تنمي القدرات الفنية

٣- ألعاب القدرات الذهنية.

٤- ألعاب الحظ. (٢٨:١٧)

وتقسمها الإدارة المركزية للرياضة للجميع بوزارة الشباب والرياضة

(٢٠٠٢م) إلى:

١- ألعاب هادئة ٢- ألعاب بسيطة ٣- ألعاب التنافس (٤:٣٠)

بينما يقسمها حسام محسب (٢٠١٠م) إلى:

١- ألعاب المناسبات. ٢- ألعاب تنافسية.

٣- ألعاب القرعة والتخمين. ٤- ألعاب الصيد

٥- ألعاب ورقية. ٦- ألعاب القمار.

٧- ألعاب مهارية ٨- ألعاب مائية

٩- ألعاب المهذ. ١٠- ألعاب المحاكاة.

١١- ألعاب غنائية (٢٨:١٣)

وقد أدركت الدولة المصرية متمثلة في وزارة الشباب والرياضة

أهمية تلك الألعاب، وأقامت بعض مهرجانات الألعاب الشعبية في عدد من

المحافظات، وهي من المشروعات التي توليها الوزارة اهتماماً، لما لها من أهمية

في إحياء التراث الثقافي والشعبي المرتبط بالألعاب الرياضية من خلال

الإهتمام بإحياء الألعاب الشعبية والدعوة لممارستها، بالإضافة إلى استثمار

الطاقات في أنشطة رياضية ترويحية بناءة على مدار العام بالمدن والقرى

المختلفة. (٦٠،٥٩: ١٠)

وتعد الألعاب الشعبية التراثية من الوسائل الناجحة المستخدمة في الكثير

من الدول في التنشيط السياحي، ويشير **Popescu & Corbos** (٢٠١٢م)

إلى أهمية مهرجانات الألعاب الشعبية في تشجيع السياحة والفنون والتراث

الشعبي، وإشباع الإحتياجات الأساسية للسائحين من المتعة والترفيه من خلال

الإشتراك في فعاليتها، حيث إنها تعبر عن أصالة وتراث الشعب.

(٢٧،٢٦: ٣٧)

وترى الباحثة أن للموروث الشعبي دوراً لا يستهان به في حياة الشعوب، فهو جزءاً أساسياً من الهوية والثقافة والانتماء، ويتنوع هذا الموروث ما بين تقاليد وعادات، وأعراف، وأغانى، وألعاب، ويختلف من شعب لآخر بل ومن بيئة لآخرى داخل المجتمع الواحد، ليكون في النهاية موروث يشكل ثقافة الأمة ويميزها عن غيرها من الأمم، وتتميز مصر بتراثها الشعبي الثرى، وألعابها الشعبية المميزة، والتي تعتبر من أهم عوامل الجذب السياحي، إذا ما تم إستغلالها وتوجيهها بالشكل الصحيح.

وتكمن المشكلة حالياً في قلة الإهتمام والوعى بقيمة التراث الشعبي والثقافى، والنظرة إليه على إنه ليس مهماً في عملية التنمية السياحية وليس جزءاً أصيلاً منها، مما قد يكون أحد الأسباب في إندثار كثير من العابنا الشعبية، ومصر بها العديد من هذه الألعاب التي تعبر عن تراثها الحضارى والثقافى والإجتماعى.

لذا ترى الباحثة أن سياحة الألعاب الشعبية كمنشأ ثقافى تراثى ورياضى لم ينل القدر الكافى من الإهتمام، حيث يمكن تنشيطه كمنط سياحى جديد، وخاصة أن وزارة الشباب والرياضة تنظم سنوياً مهرجانات للألعاب الشعبية بعدد من محافظات مصر مما قد يسهم فى الإهتمام بهذه المهرجانات بإعتبارها نواة لنوع جديد من أنواع السياحة الرياضية فى مصر إذا توافرت لها التخطيط العلمى والإمكانات المناسبة حيث تتنوع هذه الألعاب وتختلف وفقاً للبيئة الشعبية التى تمارس فيها وخاصة التى تقام فى الأماكن السياحية والتى يهتم بحضور فعاليتها العديد من رواد السياحة الداخلية والخارجية، وهذا ما دفع الباحثة إلى بناء إستراتيجية للألعاب الشعبية كمدخل لتنمية السياحة الرياضية فى جمهورية مصر العربية، مما قد يساهم فى التنمية السياحية والاقتصادية لمصر، ووضع الألعاب الشعبية على الخريطة السياحية لمصر.

هدف البحث:

يهدف البحث إلى دراسة الألعاب الشعبية كمدخل إستراتيجى لتنمية السياحة الرياضية فى جمهورية مصر العربية .

تساؤلات البحث:

- ما واقع سياحة الألعاب الشعبية فى جمهورية مصر العربية ؟
- ما الألعاب الشعبية ذات الجذب السياحى فى جمهورية مصر العربية ؟
- ما الإستراتيجية المقترحة للألعاب الشعبية لتنمية السياحة الرياضية فى جمهورية مصر العربية ؟

إجراءات البحث:

المنهج:

إستخدمت الباحثة المنهج الوصفى "الدراسات المسحية" لمناسبته وطبيعته هذا البحث.

مجتمع وعينة البحث:

يتمثل مجتمع وعينة البحث فى :

- الخبراء المتخصصين فى الإدارة الرياضية والترويج الرياضى والتعبير الحركى بكليات التربية الرياضية وتم اختيارهم بالطريقة العشوائية وبلغ عددهم (١١) خبيراً . مرفق (١)
- العاملين فى مجال السياحة والسياحة الرياضية وتم إختيارهم بالطريقة العشوائية، وبلغ عددهم (٤٢) فرد.
- العاملين فى مجال التعبير الحركى والألعاب الشعبية وتم إختيارهم بالطريقة العشوائية وبلغ عددهم (٢٠) فرد.
- الأخصائيين الرياضيين بمديريات الشباب والرياضة والمسؤولين عن تنفيذ مهرجانات الألعاب الشعبية وتم إختيارهم بالطريقة العشوائية وبلغ عددهم (٦٠) فرد.
- رواد السياحة الخارجية والداخلية الممارسين للألعاب الشعبية وتم إختيارهم بالطريقة العشوائية وبلغ عددهم (٤٥) سائح خارجى، (٢٠٠) سائح داخلى.

أدوات جمع البيانات:

قامت الباحثة بتصميم إستمارتين إستبيان كما يلي:

- ١- الإستبيان الخاص بتحديد واقع سياحة الألعاب الشعبية فى ج.م.ع.

٢- الإستبيان الخاص بالتعرف على الألعاب الشعبية ذات الجذب السياحي.
١- الاستبيان الأول : بهدف التعرف على واقع سياحة الألعاب الشعبية في جمهورية مصر العربية.

- تحديد محاور الإستبيان :

قامت الباحثة بالإطلاع على بعض المراجع العلمية والدراسات والبحوث المرتبطة بالسياحة الرياضية والألعاب الشعبية والترويج (١)، (٢)، (٤)، (٦)، (١٠)، (١٦)، (٢٦)، (٢٧)، (٣٧) وتوصلت إلى عدد من المحاور تم عرضها علي السادة الخبراء مرفق (١) وذلك للتأكد من مدي مناسبة المحاور لهدف البحث وأيضاً للتعديل أو الحذف أو الإضافة ، وجدول (١) يوضح النسبة المئوية لآراء الخبراء

جدول (١)

النسبة المئوية لآراء الخبراء في محاور استبيان الواقع الفعلي لسياحة الألعاب الشعبية ن = ١١

م	المحور	موافق	الي حد ما	غير موافق	الدرجة المقدره	النسبة المئوية
١-	أهداف سياحة الألعاب الشعبية	١١	٠	٠	٥٥	%١٠٠.٠٠٠
٢-	الإمكانات المادية والبشرية	١٠	١	٠	٥٣	%٩٦.٣٦
٣-	برامج سياحة الألعاب الشعبية	٩	٢	٠	٥١	%٩٢.٧٣
٤-	الإعلام والتسويق لسياحة الألعاب الشعبية	٩	١	١	٤٩	%٨٩.٠٠٩
٥-	معوقات الجذب لسياحة الألعاب الشعبية	١١	٠	٠	٥٥	%١٠٠.٠٠٠

يتضح من جدول (١) إن نسبة آراء الخبراء في محاور الإستبيان تراوحت ما بين (%٨٩.٠٠٩ : %١٠٠) ، وفي ضوء ما وضعته الباحثة من نسبة لقبول رأى الخبراء وهي نسبة ٧٠% فأكثر يتضح من الجدول السابق قبول جميع المحاور المقترحة. مرفق (٢)

- إعداد عبارات الإستبيان :

في ضوء نتائج آراء الخبراء حول المحاور المقترحة، قامت الباحثة بتحديد العبارات الخاصة بكل محور، مسترشدة بالمراجع والدراسات السابقة (١)، (٣)، (٤)، (٦)، (١١)، (١٢)، (١٤)، (١٥)، (٢٦)، (٣٤)، (٣٦)، (٣٨) وتم إعداد إستمارة الإستبيان في صورتها المبدئية، وعرضها على السادة الخبراء مرفق (١) وذلك للتعرف على مدى مناسبة صياغة العبارات وكفايتها للمحاور، وجدول (٢) يوضح النسبة المئوية لآراء الخبراء فى العبارات المقترحة وتوصلت الباحثة الى أن النسبة المئوية لآراء الخبراء حول عبارات محاور الإستبيان قد تراوحت ما بين (٤٥% : ١٠٠%) وقد إرتضت الباحثة قبول العبارات التى حصلت على نسبة ٧٠% فأكثر من آراء الخبراء، وعلى ذلك تم حذف عدد (٣) عبارات من محور الأهداف ليصبح عدد عبارات المحور (١٤) عبارة، وتم حذف عدد (٤) عبارات من محور الإمكانيات ليصبح عدد عبارات المحور (١٦) عبارة، وتم حذف عدد (٣) عبارات من محور البرامج ليصبح عدد عبارات المحور (١٧) عبارة، ومن محور الإعلام والتسويق تم حذف عدد (٢) عبارة ليصبح عدد عبارات المحور (١٥) عبارة، وتم حذف عدد (٢) عبارة من محور المعوقات ليصبح عدد عبارات المحور (١٦) عبارة. مرفق (٣)

- المعاملات العلمية للإستبيان:

وذلك في الفترة الزمنية ١٠/١٢/٢٠١٦م إلى ٣٠/١٢/٢٠١٦م.

* صدق الإستبيان:

إستخدمت الباحثة صدق الإتساق الداخلي ، حيث قامت بتطبيق الإستبيان على مجموعة قوامها (٧) فرد من مجتمع البحث ومن خارج عينة البحث الأساسية وتوصلت الباحثة الى ان معاملات الارتباط تراوحت ما بين (٠.٧٥ : ٠.٩٣) وهى معاملات إرتباط دالة إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥ مما يشير إلى صدق العبارات. كماى تراوح معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية لمحور الإمكانيات المادية والبشرية لسياحة الألعاب الشعبية ما بين (٠.٧٦ : ٠.٩٦) وهى معاملات إرتباط دالة إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥ مما يشير إلى صدق العبارات، كما تراوحت معامل الإرتباط بين درجة

كل عبارة والدرجة الكلية لمحور برامج سياحة الألعاب الشعبية ما بين (٠.٧٥: ٠.٩٩) وهى معاملات إرتباط دالة إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥ مما يشير إلى صدق العبارات، كما تراوحت معاملات الإرتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية لمحور الإعلام والتسويق لسياحة الألعاب الشعبية ما بين (٠.٧٧: ٠.٩٤) وهى معاملات إرتباط دالة إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥ مما يشير إلى صدق العبارات، بينما كانت معاملات الإرتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية لمحور معوقات سياحة الألعاب الشعبية تراوحت ما بين (٠.٧٦: ٠.٩٥) وهى معاملات إرتباط دالة إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥ مما يشير إلى صدق العبارات

*ثبات الإستبيان:

استخدمت الباحثة طريقة التطبيق وإعادة التطبيق لحساب معامل الثبات، وتم التطبيق على عدد (٧) أفراد من مجتمع البحث وخارج عينة البحث الأساسية، وتوصلت لباحثة الى أن هناك علاقة إرتباط بين التطبيقين الاول والثانى فى عبارات محاور الإستبيان حيث كانت قيمة (ر) المحسوبة اكبر من قيمة (ر) الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ مما يدل على ثبات جميع عبارات المحور.

٢ - الإستبيان الثانى:

بهدف التعرف على الألعاب الشعبية ذات الجذب السياحى فى جمهورية مصر العربية.

- تحديد الألعاب الشعبية:

قامت الباحثة بتحليل المراجع العلمية والدراسات والبحوث المرتبطة والألعاب الشعبية (٤)، (٩)، (١٠)، (١٣)، (١٧)، (٢١)، (٢٢)، (٢٨)، (٢٩)، (٣٠)، (٤١) وتوصلت إلى عدد من الألعاب الشعبية الأكثر إنتشاراً كألعاب تنافسية حركية، وتم عرضها علي السادة الخبراء مرفق (١)، وذلك للتأكد من مدى مناسبتها لهدف البحث وأيضاً للتعديل أو الحذف أو الإضافة وتوصلت الباحثة الى إن نسبة آراء الخبراء تراوحت ما بين (٨٥.٤٥%:

١٠٠%) وإرترضت الباحثة نسبة (٧٠%) لقبول الألعاب الشعبية وبذلك تم قبول جميع الألعاب .

- المعاملات العلمية للإستبيان

فى الفترة من ٢٠/١/٢٠١٧م الى ٥/٢/٢٠١٧م.:

* **صدق الإستبيان:** إستخدمت الباحثة صدق الإتساق الداخلى، حيث قامت بتطبيق الإستبيان على مجموعة قوامها (٧) أفراد من مجتمع البحث ومن خارج عينة البحث الأساسية وترواحت معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للألعاب الشعبية ذات الجذب السياحى فى جمهورية مصر العربية ما بين ٠.٧٣ : ٠.٩٩ وهى قيمة اكبر من قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ مما يدل على ثبات العبارات

* **ثبات الإستبيان:** استخدمت الباحثة طريقة التطبيق وإعادة التطبيق لحساب معامل الثبات، وتم التطبيق على عدد (٧) أفراد من مجتمع البحث وخارج عينة البحث الأساسية، ان هناك علاقة ارتباطية بين التطبيقين الاول والثانى فى عبارات محاور الاستبيان حيث كانت قيمة (ر) المحسوبة أكبر من قيمة (ر) الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ مما يدل على ثبات جميع الألعاب الشعبية المقترحة.

- **تصميم الإستبيان:** قامت الباحثة بتصميم الاستبيان باللغة العربية والانجليزية وذلك للعرض على السائحين المصريين والعرب والاجانب. مرفق (٤).

- **تطبيق إستبيانات البحث:** قامت الباحثة بتطبيق الإستبيان الأول والخاص واقع سياحة الألعاب الشعبية والإستبيان الثانى والخاص الألعاب الشعبية ذات الجذب السياحى فى جمهورية مصر العربية فى الفترة الزمنية من ١٥/٢/٢٠١٧م إلى ١٠/٣/٢٠١٧م، وتم تصحيح الإستبيان وفق ميزان تقدير ثلاثى (موافق= ٥ درجات ، موافق الى حد ما=٣ درجات ، غير موافق=١ درجة).

- المعاملات الإحصائية المستخدمة:

إستعانت الباحثة المعاملات الإحصائية التالية:معامل الارتباط - الدرجة المقدره - النسبة المئوية

عرض و مناقشة النتائج :

سوف تقوم الباحثة بعرض النتائج ومناقشتها على النحو التالي:
 أولاً: بالنسبة للتساؤل الأول: ما واقع سياحة الألعاب الشعبية في جمهورية مصر العربية؟

جدول (٢)

النسبة المئوية لآراء الخبراء في عبارات إستبيان واقع سياحة الألعاب الشعبية ن=١١

محور معوقات الجذب لسياحة الألعاب الشعبية		محور الاعلام والتسويق لسياحة الألعاب		محور برامج سياحة الألعاب الشعبية		محور الامكانيات المادية والبشرية		محور أهداف سياحة الألعاب الشعبية		المحور العبارة
%	الدرجة المقدرة	%	الدرجة المقدرة	%	الدرجة المقدرة	%	الدرجة المقدرة	%	الدرجة المقدرة	
60.00	33	100.00	55	34.55	19	96.36	53	89.09	49	١
96.36	53	100.00	55	89.09	49	89.09	49	100.00	55	٢
100.00	55	89.09	49	96.36	53	85.45	47	85.45	47	٣
89.09	49	96.36	53	100.00	55	81.82	45	89.09	49	٤
85.45	47	85.45	47	78.18	43	67.27	37	81.82	45	٥
81.82	45	78.18	43	85.45	47	89.09	49	56.36	31	٦
81.82	45	81.82	45	81.82	45	89.09	49	92.73	51	٧
85.45	47	56.36	31	89.09	49	100.00	55	78.18	43	٨
89.09	49	81.82	45	96.36	53	96.36	53	85.45	47	٩
92.73	51	81.82	45	45.45	25	92.73	51	63.64	35	١٠
89.09	49	96.36	53	100.00	55	65.45	36	81.82	45	١١
89.09	49	100.00	55	85.45	47	85.45	47	85.45	47	١٢
100.00	55	89.09	49	78.18	43	96.36	53	85.45	47	١٣
92.73	51	96.36	53	78.18	43	100.00	55	81.82	45	١٤
100.00	55	81.82	45	74.55	41	96.36	53	60.00	33	١٥
96.36	53	52.73	29	96.36	53	49.09	27	89.09	49	١٦
52.73	29	85.45	47	100.00	55	92.73	51	89.09	49	١٧
89.09	49			41.82	23	96.36	53			١٨
				78.18	43	100.00	55			١٩
				85.45	47	52.73	29			٢٠

يتضح من جدول (٢) إن النسبة المئوية لآراء عينة البحث في محور الأول تراوحت بين (٥٣.٧٧% : ٨٦.٢٣%)، كما تراوحت نسبة آراء الخبراء في المحور الثاني بين (٣٠% : ٧٨.٠٥%) في حين أن نسبة المحور الثالث

تراوحت بين (٤٠.٦٦% : ٧٠.٤٩%) ونسبة آراء الخبراء فى المحور الرابع تراوحت بين (٤٠.٠% : ٦٥.٩٠%)، أما المحور الخامس فتراوحت نسبة آراء الخبراء بين (٦٨.٢٠% : ٨٤.٢٦%)

يشير جدول (٢) إلى أن النسبة المئوية لآراء عينة البحث فى "محور الأهداف" تراوحت بين (٥٣.٧٧% : ٨٦.٢٣%) وترى الباحثة إن ذلك يرجع إلى وعى عينة البحث إلى دور الألعاب الشعبية فى التنمية السياحية، وذلك على الرغم من أن النتائج تشير إلى الحاجة بأن تكون تلك الأهداف واضحة ومحددة وواقعية، كما تشير النتائج إلى حصول العبارتين رقم (٦،٧) على أعلى نسبة مئوية فى محور الأهداف حيث ترى عينة البحث إن من أهم أهداف سياحة الألعاب الشعبية إحياء الألعاب الشعبية التراثية، وإحترام الثقافة الشعبية المصرية، ويتفق ذلك مع نتائج دراسة **محمد عمر عبد الرسول (٢٠٠٤م) (٢٠)** إن الألعاب الشعبية تعمل على إحياء التراث الثقافى والشعبى للمجتمع، وبالإضافة لذلك تشير نتائج العبارة (٥) إلى دور سياحة الألعاب الشعبية فى إستثمار المقومات الفنية والمهرجانات التى تقيمها وزارة الشباب والرياضة، وترى الباحثة أن هناك حاجة إلى تغيير فلسفة وإتجاهات المجتمع والإهتمام بسياحة الألعاب الشعبية، وتحديد أهدافها من منظور إقتصادى يتناسب مع مقومات الدولة ككل وكل منطقة على حدة، وتشير نتائج العبارة (١٢) إلى ضرورة الإهتمام بمشاركة المستقيدين فى صياغة أهداف سياحة الألعاب الشعبية، حيث تعد السياحة أحد القطاعات الاقتصادية التى يمكن للألعاب الشعبية أن تلعب دوراً محورياً فى تنميتها وتطويرها من خلال دورها كعامل جذب سياحى وقدرتها على جذب السائحين سواء بغرض المشاركة فيها أو الإستمتاع بمشاهدتها، وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة **Crompton & Lee (٢٠٠٠م) (٣٢)** حيث توصلت إلى إن أهداف السياحة يجب أن تحدد من قبل وضع البرامج الخاصة بها حتى يتسنى للدولة إستثمار المقومات المختلفة التى تذخر

بها، وإنه كلما زاد عدد المشاركين في الأنشطة من خارج المنطقة كلما كان العائد الاقتصادي من السياحة أكبر، ويتضح من نتائج العبارات (٤، ٣، ٢) تأكيد عينة البحث على أن من ضمن أهداف سياحة الألعاب الشعبية استثمار وقت الفراغ وإتاحة فرص للعمل وزيادة الدخل القومي، ويتفق ذلك مع ما أشار إليه أبو بكر عوني (٢٠١١م) (٢) من أن السياحة الرياضية تعمل على زيادة فرص العمل، وتشغيل العمالة، وإنعاش المنشآت المختلفة ولا بد وأن يتوفر أهداف وسياسات عامة للسياحة الرياضية، وتكوين منظمة دولية للسياحة الرياضية تتمثل أهدافها في دعم حرية السفر والتنقل لدول العالم المختلفة من أجل التنافس الرياضي.

وقد تراوحت النسبة المئوية لآراء عينة البحث في "محور الإمكانيات المادية والبشرية" بين (٢٥.٥٧% : ٥٧.٠٨%) وتشير هذه النتائج إلى ضعف الاستثمارات الموجهة من قبل كلاً من وزارة السياحة، ووزارة الشباب والرياضة، وكذلك ضعف الميزانية المخصصة لإقامة المهرجانات والأنشطة الخاصة بـسياحة الألعاب الشعبية، وترجع الباحثة ذلك إلى عدم الإهتمام الكافي من الدولة بهذا النوع من السياحة، وعدم توفير الإمكانيات المادية، وعدم الإهتمام بالكوادر البشرية المتخصصة وصلها ويتضح هذا من النتائج السلبية لعينة البحث في عبارات (٨، ٩، ١٠، ١٦)، وهذا يتفق مع نتائج دراسة أميرة عبد الحميد عبد الظاهر (٢٠١٠م) (١١) أن هناك معوقات في الإمكانيات البشرية والمادية حيث لا يتوفر إحصائيين لتنظيم برامج الأنشطة السياحية، ولا يوجد إحصائيين في الدعاية والأعلان، كذلك معوقات خاصة بالإمكانيات تتمثل في عدم وجود الإسلوب التنظيمي للمكان، وذلك على الرغم من إنتشار سياحة مهرجانات الألعاب الشعبية الناجحة والثابتة على مستوى الكثير من دول العالم الأجنبية والعربية، وتعزو الباحثة هذا إلى عدم وضوح أهداف سياحة الألعاب الشعبية لدى المسؤولين وبالتالي الإفتقار إلى التخطيط السليم لتوفير الإمكانيات،

فى حين تشير نتائج العبارات (١٤،٧،٦،٥،٤) إلى تقديم مديريات الشباب والرياضة بالمحافظات التسهيلات والمنشآت اللازمة لتنفيذ مهرجانات ومسابقات الألعاب الشعبية، ولكن ينقصها نشر الوعى السياحى لهذه الألعاب على المستوى المحلى والخارجى، وأيضاً عدم توفر خريطة سياحية للأماكن التى يمكن ممارسة الألعاب الشعبية بها وأنواع تلك الألعاب، وفى حين إن الألعاب الشعبية تتميز بأنها لا تحتاج إلى أدوات معقدة أو ملاعب وملابس خاصة ويمكن ممارستها بأبسط الإمكانيات، ويتفق هذا مع نتائج دراسة **مدحت محمود على (١٩٩٨م) (٢٣)** فى بساطة الألعاب الشعبية وسهولة نشرها وممارستها مما يجعلها مؤهلة لأن تحتل مكانة بارزة كنوع من أنواع السياحة الرياضية.

كما تراوحت النسبة المئوية لآراء عينة البحث فى "محور برامج سياحة الألعاب الشعبية" بين (٤٠.٦٦% : ٧٠.٤٩%) وتشير إلى وجود قصور فى هذا المحور حيث تشير النسب المئوية لعبارات (١٣،١٠،٦،٢،١) إلى ضعف الدور الذى تقوم به الوزارات المعنية السياحة والشباب والرياضة والثقافة فى إعداد برامج وأنشطة خاصة بسياحة الألعاب الشعبية أو فى التنسيق فيما بينهم مما يدل على عدم الإهتمام الكافى من قبل الدولة ببرامج سياحة الألعاب الشعبية وجدواها، كما أن هذه البرامج لا تستثير دوافع السائحين نحو ممارسة تلك الأنشطة ولا تستند على أسس علمية فى وضعها وتحتاج إلى التعاون مع المؤسسات الأكاديمية مثل كليات التربية الرياضية، ويظهر ذلك فى آراء عينة البحث فى عبارتى (١٧،٧) وأشارت إلى عدم الإهتمام بإجراء أبحاث لتطوير سياحة الألعاب الشعبية وضعف مشاركة كليات التربية الرياضية فى التخطيط لبرامجها، كما تشير آراء عينة البحث فى العبارات (١١،٩،٥،٤) إلى عدم مراعاة الأسس العلمية فى تخطيط برامج سياحة الألعاب الشعبية بما يتوافق مع احتياجات السياحة الخارجية أو الداخلية، كذلك عدم التنوع فى برامج سياحة الألعاب الشعبية وفق حاجات ورغبات السائحين، وترى الباحثة إنه بالرغم من

رصيد مصر الكبير من الألعاب الشعبية إلا أن الإهتمام بها وبإعداد برامجها ونشرها على خريطة مصر السياحية يشوبها بعض القصور وتحتاج إلى التوجيه الجيد، وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة كلاً من أشرف سمير، ميرفت على (٢٠٠٨م) (٧)، دراسة جمال محمد، مؤمن عبد العزيز، بسام صلاح على (٢٠١٣م) (١٢)، دراسة حمدينو عمر (٢٠١٦م) (١٤) حيث أكدت جميعها على وجود قصور واضح في تخطيط برامج السياحة الرياضية وفي التنوع في أنشطتها، وتشير نتائج العبارة (١٥) الى ضعف وزارة الشباب والرياضة في الإهتمام بتشجيع ممارسة الألعاب الشعبية، في حين تشير نتائج العبارة (١٦) إنه توجد متابعة ورقابة جيدة من قبل مديريات الشباب والرياضة على مهرجانات الألعاب الشعبية التي تقام بمختلف المحافظات، ولكنها بحاجة إلى الإهتمام بها من الناحية السياحية سواء الخارجية أو الداخلية ، وترى عينة البحث من خلال نتائج العبارة (١٧) أن هناك ضعف في مساهمة كليات التربية الرياضية في صياغة برامج سياحة الألعاب الشعبية.

وترواحت النسبة المئوية لآراء عينة البحث في "محور الاعلام والتسويق لسياحة الألعاب الشعبية" بين (٣٥.٠٨% : ٦٥.٩٠%) ويشير ذلك إلى ضعف الإهتمام الإعلامي بسياحة الألعاب الشعبية حيث أشارت نتائج العبارات (١،٢،٣،٤،٦،٧) إلى عدم وجود نشرات وخدمات إعلامية بمهرجانات ومسابقات الألعاب الشعبية، كذلك عدم الإهتمام بإلقاء الضوء الإعلامي على التراث القومي ونشر الوعي نحو ممارسة الألعاب الشعبية، ويذكر مصطفى عبد القادر (٢٠٠٣م) إن السياحة من القطاعات الأكثر تائراً بالإعلان حيث تهدف إلى توليد الرغبة في زيارة البلد السياحي لدى أكبر عدد ممكن من السائحين. (٢٤:٣١)

وتعزو الباحثة ذلك إلى قلة مهرجانات ومسابقات الألعاب الشعبية التي تقام في مصر التي تستقطب الإعلاميين، وترى الباحثة ضرورة إستخدام وسائل

متنوعة في الإعلام عن أنشطة سياحة الألعاب الشعبية، بحيث تتناسب مع مختلف الإمكانيات وتوفر عدالة التوزيع لأكبر قدر ممكن من المستفيدين مثل البريد الإلكتروني والمطبوعات وحقوق الرعاية وإستغلال الأحداث الرياضية، هذا بالإضافة إلي ضرورة الإهتمام بالوعي السياحي لدي الأفراد من خلال حملات توعية وإصدار كتيبات توضح أهمية سياحة الألعاب الشعبية.

وتشير نتائج عبارات (٨،٩،١١،١٢،١٣،١٤،١٥) إلى عدم وجود إستراتيجيات واضحة ومحددة لتسويق الألعاب الشعبية، كما أن ضعف الميزانية المتوفرة لتسويق سياحة الألعاب الشعبية أدى إلى قلة مشاركة السائحين في الأنشطة السياحية لمهرجانات ومسابقات الألعاب الشعبية، وذلك نتيجة لضعف برامج التسويق ، كما إن قلة مصادر التمويل وضعف مشاركة رجال الأعمال والهيئات الخاصة أثر بشكل سلبي في الترويج لسياحة الألعاب الشعبية ، وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة كلاً من أميرة عبد الحميد (٢٠١٠م) (١١)، دراسة منى عبد العزيز (٢٠١٢م) (٢٥)، دراسة وليد أمين (٢٠١٦م) (٣١) حيث أكدت هذه الدراسات على عدم وجود إستراتيجية واضحة وشاملة لتسويق السياحة الرياضية.

وترى الباحثة ضرورة الاهتمام بفتح مجالات جديدة للاستثمار في سياحة الألعاب الشعبية والتي يمكن من خلالها تشجيع الهيئات الخاصة ورجال الأعمال للاستثمار في هذا المجال وتوفير مصادر تمويل يمكن من خلالها تطوير سياحة الألعاب الشعبية.

وتراوحت النسبة المئوية لآراء عينة البحث في "محور معوقات الجذب لسياحة الألعاب الشعبية" بين (٦٨.٢٠% : ٨٤.٢٦%) حيث أشارت آراء عينة البحث إلى تعدد المعوقات التي تؤثر على نجاح سياحة الألعاب الشعبية في جذب السائحين، وكانت من أهمها العبارة (١) والتي أشارت إلى عدم وجود خطة واضحة للتوسع في نشر مهرجانات ومسابقات الألعاب الشعبية ، والعبارة (٤) أشارت إلى عدم وجود فلسفة محددة لسياحة الألعاب الشعبية في

مصر، كما أشارت النتائج إلى إقتصار الإهتمام الإعلامي بسياحة الآثار في مقابل عدم الإهتمام الإعلامي بباقي أنواع السياحة، وأيضاً ينصب الإهتمام من قبل الجهات المسؤولة عن الألعاب الشعبية الأكثر إنتشاراً كالتحطيب، كما إن قلة مساهمة رجال الأعمال في الإستثمار في الألعاب الشعبية من المعوقات المؤثرة على سياحة الألعاب الشعبية، وكذلك إنخفاض مستوى المعيشة وإرتفاع أسعار النقل والمواصلات، وقلة برامج السياحة الداخلية، كما تشير النتائج إلى تأثير العوامل الأمنية والتغيرات السياسية على السياحة بصفه عامة والسياحة الرياضية بصفة خاصة، وتشير النتائج إلى ضعف القوانين والتشريعات الجاذبة للإستثمار في مجال سياحة الألعاب الشعبية، وترى الباحثة أنه من الضروري الإهتمام بوجود نصوص تشريعية وقوانين تشجع وتحمي الإستثمار في مجال السياحة الرياضية وسياحة الألعاب الشعبية .

وأشارت النتائج إلى أن من أهم المعوقات التي تواجه سياحه الألعاب الشعبية عدم الإهتمام بممارستها في المدارس بمختلف المراحل التعليمية ، وذلك على الرغم من الفوائد الترويحية والاجتماعية والبدنية والنفسية لممارسة الألعاب الشعبية ، ويشير كلاً من كمال درويش، أمين الخولى (١٩٩٩م) إلى ان الألعاب الشعبية تعمل على تكوين الشخصية الناضجة حيث تتيح الفرصة لتنمية الإستعدادات، والقدرات، ومتابعة الإحتياجات الأساسية لجميع الأفراد. (٣٥:١٩)

وبذلك تكون الباحثة قد أجابت على التساؤل الأول والذي ينص على

" ما واقع سياحة الألعاب الشعبية في جمهورية مصر العربية؟"

ثانياً بالنسبة للتساؤل الثاني: ما الألعاب الشعبية ذات الجذب السياحي في جمهورية مصر العربية ؟

جدول (٣)

الدرجة المقدره والنسبة المئوية لآراء عينة البحث حول الألعاب الشعبية ذات الجذب السياحي

السياحة الخارجية ن=١٠٧		السياحة الداخلية ن=٣٦٣		العبارات	
النسبة %	الدرجة المقدرة	النسبة %	الدرجة المقدرة		
100.00	535	100.00	1310	التحطيب	١
92.15	493	100.00	1310	الحكشة	٢
84.30	451	90.53	1186	نطة الانجليز	٣
94.02	503	99.08	1298	شد الحبل	٤
70.47	377	87.33	1144	شبر شبرين	٥
72.34	387	88.24	1156	السبع طوبات	٦
73.08	391	90.23	1182	الحجلة	٧
68.22	365	86.11	1128	الغراب النوحى	٨
66.73	357	89.24	1169	كيكا على العالى	٩
71.21	381	94.05	1232	صياد السمك	١٠
74.58	399	90.23	1182	الطبق الطائر	١١
95.51	511	93.28	1222	سباقات الخيل	١٢
84.30	451	80.61	1056	سباقات الهجن	١٣
69.35	371	85.19	1116	التريك تراك	١٤
72.34	387	95.11	1246	الاستغماية	١٥
68.60	367	91.30	1196	عسكر وحرامية	١٦
65.61	351	88.24	1156	القط والفأر	١٧
58.13	311	77.25	1012	حبة ملح	١٨
68.60	367	94.50	1238	الثعلب فات	١٩
55.14	295	65.95	864	الكبة	٢٠
60.00	321	73.59	964	عنكب شد واركب	٢١
54.02	289	74.05	970	انزل ولا تزلزل	٢٢
74.58	399	88.24	1156	نط الحبل	٢٣

تابع جدول (٣)
الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لأراء عينة البحث حول الألعاب الشعبية ذات
الجذب السياحي

السياحة الخارجية ن=١٠٧		السياحة الداخلية ن=٣٦٣		العبارات	
النسبة %	الدرجة المقدرة	النسبة %	الدرجة المقدرة		
58.50	313	90.38	1184	القطة العمياء	٢٤
44.30	237	62.29	816	ابونا ضربونا	٢٥
52.15	279	78.47	1028	مساكة الملك	٢٦

56.26	301	81.68	1070	البحر المالح	٢٧
64.11	343	87.18	1142	السيجا	٢٨
50.28	269	89.01	1166	البلى	٢٩
62.24	333	72.52	950	تسلق النخيل	٣٠
43.18	231	89.31	1170	كهربا	٣١
40.56	217	77.10	1010	ثبت صنم	٣٢
67.10	359	84.73	1110	الغراب النوحى	٣٣
61.12	327	76.49	1002	ياوور يا مولع	٣٤
43.18	231	66.11	866	الطاب	٣٥
66.75	12499	87.58	39007	المجموع	

يتضح من جدول (٣) إن النسبة المئوية لآراء عينة البحث فى الألعاب الشعبية الجاذبة لرواد السياحة الداخلية تراوحت بين (٦٢.٢٩% : ١٠٠%).

يتضح من جدول (٣) إن النسبة المئوية لآراء عينة البحث فى الألعاب الشعبية الجاذبة لرواد السياحة الداخلية تراوحت بين (٦٢.٢٩% : ١٠٠%) وقد حصلت الألعاب الشعبية التالية والمرتبة تنازلياً على إهتمام وجذب رواد السياحة الداخلية بشكل أكبر من قبل رواد السياحة الداخلية حيث تراوحت نسبتها المئوية بين (٩٠.٣٨% : ١٠٠%) وهذه الألعاب هى (التحطيب، الحكشة، شد الحبل، الإستغماية، صياد السمك، التعلب فات، سباقات الخيل، الحجلة، عسكر وحرامية، القطة العمياء).

بينما حصلت الألعاب الشعبية التالية على إهتمام أقل من رواد السياحة الداخلية وذلك وفقاً لآراء عينة البحث، حيث تراوحت نسبتها المئوية بين (٦٢.٢٩% : ٦٦.١١%) وهذه الألعاب هى (ابونا ضربونا، الكبة، الطاب).

وتراوحت النسبة المئوية لآراء عينة البحث فى الألعاب الشعبية الجاذبة لرواد السياحة الخارجية على نسبة مئوية (٤٠.٥٦% : ١٠٠%) وقد حصلت الألعاب الشعبية التالية والمرتبة تنازلياً على إهتمام وجذب رواد السياحة الخارجية بشكل أكبر حيث تراوحت نسبتها المئوية بين (٨٤.٣٠% : ١٠٠%)

وهذه الألعاب هي (التحطيب، سباقات الخيل، شد الحبل، نطة الإنجليز، سباقات الهجن)

بينما حصلت الألعاب الشعبية التالية على إهتمام أقل من رواد السياحة الخارجية وذلك وفقاً لآراء عينة البحث، حيث تراوحت نسبتها المئوية بين (٤٠.٥٦% : ٤٣.١٨%) وهذه الألعاب هي (ثبت صنم، كهربا، آبونا ضربونا، الكبة، الطاب).

وقد حصل التحطيب على المرتبة الأولى بنسبة (١٠٠%) وكان أكثر الألعاب الشعبية جذباً لرواد السياحة الخارجية والداخلية، ويتفق ذلك مع ما أشارت إليه هيئة اليونسكو من إنتشار التحطيب عالمياً حيث درجته اليونسكو على قائمة التراث العالمي للتحطيب. (٤٣)

وتشير الباحثة إلى أن التباين في آراء رواد السياحة الداخلية والخارجية يرجع إلى التشابه والإختلاف بين أصول بعض الألعاب في الكثير من دول العالم، وهذا أدى إلى إختلاف الميول بين السياح.

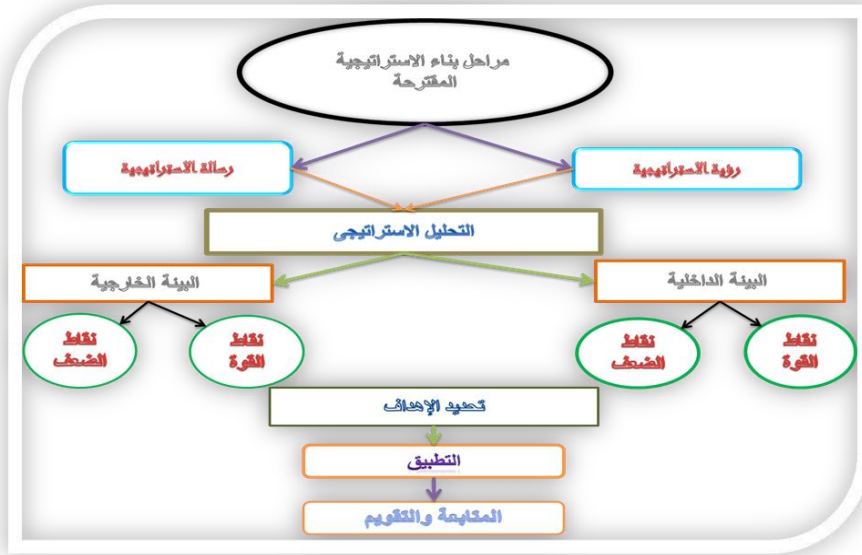
وتعزو الباحثة تنوع الألعاب الشعبية لتعدد البيئات الشعبية في الأقاليم المصرية، حيث أن الألعاب الشعبية جزء مهم من تاريخ وتراث المصريين ينبغي جمعه وتسجيله، والحفاظ عليه، ذلك لأن الألعاب الشعبية أكثر الفنون الشعبية إلتصاقاً بالبيئة والعادات والتقاليد. (١٠٧:٩)

وتحتل الألعاب الشعبية مكانة كبيرة في الحياة، ولقد كان للقدماء المصريين السبق في إبتكار الكثير من الألعاب الشعبية فقد كشفت آثارنا المصرية عن العديد من الألعاب الشعبية التي لا تزال نمارسها حتى الآن فهي تعكس مثل بقية عناصر التراث الشعبي تراث الأجداد. (١٣:٤)

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة كلاً من دراسة محمد عمر (٢٠٠٤م) (٢٠)، دراسة هدى حسنى (٢٠١٦م) (٢٨)، دراسة وائل عبد الرؤف (٢٠١٤م) (٢٩).

وبذلك تكون الباحثة قد أجابت على التساؤل الثانى والذى ينص على

"ما الألعاب الشعبية ذات الجذب السياحى فى جمهورية مصر العربية؟"
 ثالثاً: بالنسبة للتساؤل الثالث: ما الإستراتيجية المقترحة للألعاب الشعبية كمدخل لتنمية السياحة الرياضية فى جمهورية مصر العربية ؟ مرفق من خلال الإجابة على التساؤلات السابقة وفي حدود مجتمع وعينة البحث ومن خلال عرض ومناقشة النتائج وتحليلها، توصلت الباحثة إلى وضع إستراتيجية مقترحة للألعاب الشعبية لتنمية السياحة الرياضية فى جمهورية مصر العربية، على النحو التالي:



شكل (١) مراحل بناء إستراتيجية سياحة الألعاب الشعبية

١- رؤية الإستراتيجية : تسعى إلى إثراء التراث الشعبى المصرى والتأكيد على دور الألعاب الشعبية التقليدية فى التنمية السياحية فى جمهورية مصر العربية.

٢- رسالة الإستراتيجية : تسعى إلى وضع الألعاب الشعبية التقليدية على خريطة السياحة الرياضية وتحقيق الريادة السياحية وجذب السائحين من داخل مصر وخارجها.

وبذلك تكون الباحثة قد أجابت على التساؤل الثالث والذي ينص على " ما الإستراتيجية المقترحة للألعاب الشعبية كمدخل لتنمية السياحة الرياضية فى جمهورية مصر العربية ؟"
الإستنتاجات:

فى ضوء أهداف وتساؤلات البحث وفى حدود العينة والمنهج المستخدم ومن خلال عرض ومناقشة النتائج توصلت الباحثة إلى :-

- ١- إن الألعاب الشعبية ثابتة ومستمرة الوجود ومن أهم أهدافها الحفاظ على الموروث الشعبى .
- ٢- عدم وجود خطة قومية للإهتمام برياضة الألعاب الشعبية وعدم توفير ميزانية مخصصة لها.
- ٣- ضعف إستثمار مؤسسات الدولة لإمكاناتها فى تنشيط ودعم رياضة الألعاب الشعبية.
- ٤- ان الجهات المسؤلة لا تعمل على نشر الوعى برياضة الألعاب الشعبية لدى المختصين ولدى المواطنين.
- ٥- هناك قصور فى برامج الألعاب الشعبية ولا تغطي كافة الجمهورية كما إنها لا تستثير دوافع السائحين نحو ممارسة تلك الأنشطة.
- ٦- المقومات السياحية المتاحة فى ج.م.ع. تؤهلها لتصبح من أهم الدول فى رياضة الألعاب الشعبية.
- ٧- لا تستند برامج الألعاب الشعبية على أسس علمية فى وضعها وتحتاج إلى التعاون مع المؤسسات الأكاديمية مثل كليات التربية الرياضية.

- ٨- تعد المعوقات المرتبطة بالإمكانيات الإقتصادية والإعلامية والتسويقية من أهم معوقات سياحة الألعاب الشعبية.
- ٩- هناك قصور فى برامج إعداد وتدريب الكوادر البشرية التى تعمل فى مجال سياحة الألعاب الشعبية.
- ١٠- ضعف القوانين والتشريعات الجاذبة للإستثمار فى السياحة الرياضية.
- ١١- تتأثر السياحة عامة والسياحة الرياضية بشكل خاص بالمتغيرات الأمنية والسياسية فى ج.م.ع.
- ١٢- إن الألعاب الشعبية الأكثر جذباً لدى رواد السياحة الخارجية والتى تساهم فى تشكيل دوافعهم نحو زيارة مصر هي (التحطيب، سباقات الخيل، شد الحبل، نطة الإنجليز، سباقات الهجن)
- ١٣- إن الألعاب الشعبية الأكثر جذباً لدى رواد السياحة الداخلية والتى تساهم فى تشكيل دوافعهم نحو ممارستها هي (التحطيب، الحكشة، شد الحبل، الإستغماية، صياد السمك، التعلب فات، سباقات الخيل، الحجلة، عسكر وحرامية، القطة العمياء).

التوصيات :

فى ضوء نتائج البحث وفى حدود العينة توصى الباحثة بما يلي :

- ١- تطبيق الإستراتيجية المقترحة من خلال وزارة السياحة ووزارة الشباب والرياضة ووزارة الثقافة.
- ٢- الإعداد لمهرجان دولى سنوى لسياحة الألعاب الشعبية التقليدية لإحياءها فى ج.م.ع.
- ٣- نشر الوعى السياحى نحو سياحة الألعاب الشعبية ووضع أهداف لها كمنظور اقتصادى يتناسب مع مقومات الدولة ككل وكل منطقة على حده.
- ٤- ترسيخ ثقافة الألعاب الشعبية من خلال إقامة مؤتمرات وملتقيات من أجل الحفاظ عليها كموروث تاريخى.

- ٥- أحمد سعد الشريف (٢٠٠٠م): مقال "على مسؤوليتهم السياحية والرياضية"، مجلة الرياضة والشباب، العدد ١١٠٢، دبي، سبتمبر.
- ٦- أديب برهوم، نبيلة سليمان، علا محمود (٢٠١٣م): دور المهرجانات الثقافية في تحسين كفاءة التسويق السياحي، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد ٣٥ العدد ٥.
- ٧- أشرف سمير الميداني، ميرفت على خفاجة (٢٠٠٨م): دور السياحة الرياضية في التنمية السياحية، المؤتمر الإقليمي الرابع للمجلس الدولي للصحة والتربية البدنية والترويج والرياضة والتعبير الحركي لمنطقة الشرق الأوسط، كلية التربية الرياضية بنين، جامعة الإسكندرية.
- ٨- أشرف سمير الميداني (٢٠٠٥م): السياحة الرياضية في مصر، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، ط١، الاسكندرية.
- ٩- الثقافة الشعبية (٢٠١٢م): مجلة فصلية علمية متخصصة، السنة الخامسة العدد التاسع عشر، البحرين.
- ١٠- المجلس القومي للرياضة (٢٠١٠م): الخطة التنفيذية ٢٠٠٩م، ٢٠١٠م، الإدارة العامة للتخطيط والمتابعة.
- ١١- أميرة عبد الحميد عبد الظاهر (٢٠١٠م): دراسة مسحية للأنشطة السياحية الترويحية بمحافظة الإسكندرية، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية.
- ١٢- جمال محمد على، مؤمن عبد العزيز عبدالحميد، بسام صلاح محمد على (٢٠١٣م): دراسة تقييمية للسياحة الرياضية في محافظات

- صعيد مصر، مؤتمر علوم الرياضة في قلب الربيع العربي
٢، الغردقة، نوفمبر.
- ١٣- حسام محسب (٢٠١٠م): الألعاب الشعبية المصرية، مجلة الهلال،
العام ١٨، العدد فبراير، القاهرة.
- ١٤- حمدينو عمر السيد (٢٠١٦م): قياس رضا المستفيدين من خدمات
السياحة الرياضية بجمهورية مصر العربية، مجلة أسيوط
لعلوم وفنون التربية الرياضية، مصر العدد ٤٢، الجزء ٢.
- ١٥- صلاح زين الدين (٢٠١٦م): دراسة لفرص وتحديات التنمية السياحية
المستدامة في مصر، المؤتمر العلمي الدولي الثالث بعنوان
القانون والسياحة، كلية الحقوق، جامعة طنطا.
- ١٦- طارق عبد الفتاح الشريعي (٢٠٠٩م): تنمية المبيعات السياحة في ظل
الأزمة الاقتصادية العالمية، مؤسسة حورس العالمية،
القاهرة.
- ١٧- عبد التواب يوسف (١٩٩٦م): "الطفل العربي والفن الشعبي"، الدار
المصري اللبنانية، القاهرة.
- ١٨- عبد القادر حماد، ناصر عيد (٢٠٠٧م): مدخل إلى الجغرافيا السياحية،
دار لبازجي للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة.
- ١٩- كمال درويش، امين الخولى (١٩٩٩م): أصول الترويج وأوقات الفراغ
مدخل العلوم الإنسانية، دار الفكر العربي، القاهرة.
- ٢٠- محمد عمر عبد الرسول (٢٠٠٤م): دور الألعاب الشعبية في تفعيل برامج
الرياضة للجميع بمراكز الشباب بمحافظة الفيوم، رسالة
ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنين بالقاهرة، جامعة
حلوان.

- ٢١- محمد محمود الخوالده (٢٠٠٧م): اللعب الشعبي عند الاطفال ودلالاته التربويه فى شخصياتهم، ط٢، دار العلوم، عمان.
- ٢٢- محمد يسرى إبراهيم (١٩٩٣م): التربية السياحية والتنمية الشاملة، علم الإنسان وقضايا المجتمع، الكتاب السابع، القاهرة.
- ٢٣- مدحت محمود على (١٩٩٨م): العاب الاطفال الشعبية المصرية المركز القومى لثقافة الطفل، مدينة الفنون بالهرم، القاهرة.
- ٢٤- مصطفى عبد القادر (٢٠٠٣م): دور الاعلان فى التسويق السياحى، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع بيروت.
- ٢٥- منى عبد العزيز عيسى (٢٠١٢م): إستراتيجية مقترحة للسياحة الرياضية وتأثيرها على التنمية البشرية والتنمية الإقتصادية بدولة الكويت، رسالة دكتوراة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة الاسكندرية.
- ٢٦- مها منير ايوب (٢٠١٤م): بناء إستراتيجية وطنية مقترحة لواقع السياحة الرياضية فى الاردن، رسالة ماجستير ،كلية الدراسات العليا،الجامعة الاردنية.
- ٢٧- نبيل الروبى (١٩٨٧): التخطيط السياحى، مؤسسة الثقافة الجامعية، الاسكندرية.
- ٢٨- هدى حسنى احمد (٢٠١٦م): دراسة ايكولوجية الألعاب الشعبية فى المجتمع المصرى، رسالة دكتوراة، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الاسكندرية.
- ٢٩- وائل عبد الرؤف جلال (٢٠١٤م): توثيق الألعاب الشعبية فى شمال الصعيد، رسالة دكتوراة، كلية التربية الرياضية، جامعة المنيا.

٣٠- وزارة الشباب والرياضة (٢٠٠٢م): "قطوف من الألعاب البيئية والشعبية في مصر"، الإدارة المركزية للرياضة للجميع، مركز المعلومات والتوثيق، القاهرة.

٣١- وليد امين عباس (٢٠١٦م): تقويم أداء العاملين في مجال السياحة الرياضية بالقرى السياحية ببعض محافظات جمهورية مصر العربية، المجلة العلمية للتربية البدنية والرياضة العدد، ٧٧، مصر.

ثانياً: المراجع الأجنبية

32- **Crompton J.Lee S: (2000):** The Economic Impact of 30 Sports Tournament, Festivals, and Spectator Events in Seven U.S. Cities. Journal of park and Recreation Administration, pp 107-126.

33- **Daniels, Margaret ,Norman, William and Henry ; (2004):** Estimating Income Effects of A sport Tourism Event. Annals of Tourism Research, 80-199.

34- **Development of Cities.** Recommendations for Urban Areas in Romania, Informatica Economică Vol. 16, No. 4, pp19-30

35-**Graham Hankinson, (2005)** "Destination brand images: a business tourism perspective", Journal of Services Marketing, Vol. 19 Iss: 1, pp.24 – 32

- 36- Kreilkamp, E.:** ausullr kungen freizeit sportlicher Emtwic klungen auf den tourismus mit aktudlen Daten ausdem golf sport in, Dreyer, A, (Hrsg) tourismus und sport wesbaden 2002.
- 37- Mohammed I. Eraqi, (2006)** "Tourism services quality (TourServQual) in Egypt: The viewpoints of external and internal customers", Benchmarking: An International Journal, Vol. 13 Iss: 4, pp.469 – 49
- 38- Popescu,R., Corbos, R., (2012),** The Role of Festivals and Cultural Events in the Strategic
- 39- Preuss ,H ,Messung, M,** Ausland Tuslands Tourise beiden olympischen Spielen in Sydney 2000 in Dreyer, A, (Hrsg) tourismus und sport wesbaden 2002.
- 40- Yan,H,& Bramwell,B.:** Cultural Tourism,Ceremony and the state in China, Annals of Tourism Research 35,2008,969-989.
- 41-<http://www.unesco.org/new/ar/social-and-human-sciences/themes/physical-education-and-sport/traditional-sports-and-games٢٠١٤/>
- 42-<http://www.tourism.gov.eg/default.aspx>, 2am ,3/3/2013.
- 43-<http://www.almasryalyoum.com/news/details/>