

تنمية السياحة الرياضية في "المثلث السياحي الذهبي" في الأردن: الواقع الحالي وآفاق التنمية المستقبلية

خالد مقابلة*

ملخص

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع السياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي الأردني وكيفية تنميتها من وجهة نظر السياح الذين يفضلون ممارسة النشاطات الرياضية واقتراح كيفية تطويرها وتفعلها. تكونت عينة الدراسة من (160) سائحاً من زوار المثلث السياحي الذهبي الأردني ممن يفضلون ممارسة النشاطات الرياضية تم اختيارهم بشكل غرضي للإجابة على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات. أظهرت النتائج أن السياح الرياضيين يثمنون جاذبية المكان والأمن السياحي وتوفر العديد من الخدمات التي يحتاجها السياح الرياضيين. جاء مجال توفر الخدمات في المرتبة الأولى قبل جودة خدمات السياحة الرياضية وتكاليفها من وجهة نظر عينة الدراسة، وتبين أن هناك ضعف في التنسيق بين الفعاليات المعنية بتنمية السياحة الرياضية في المملكة وتسويقها.

أوصت الدراسة بضرورة رسم سياسة واضحة لتنمية السياحة الرياضية وتسويقها بالتنسيق بين المؤسسات والفعاليات السياحية والرياضية، وإبراز أهمية جاذبية الأردن والأمن السياحي الأردني، وضرورة إعداد وتنفيذ استراتيجيات تسويقية فعالة للسياحة الرياضية في الأسواق المستهدفة، وتشجيع القطاع الأهلي على دعم ورعاية النشاطات الرياضية.

المقدمة

اصبحت الحياة الرياضية في المجتمع نشاطاً متنوعاً ومتداخلاً لما للرياضة من إبعاد اقتصادية واضحة ودور سياسي واجتماعي مؤثر. وثمة اهتمام متزايد بالرياضة تركز لحد بعيد على المنشأة والمباراة واهمل الإنسان والمجتمع. وتأثرت الرياضة خلال مسيرتها الطويلة بالميزات الاجتماعية الخاصة بكل مرحلة من المراحل التاريخية والحضارية. فمثلاً لم تكن الألعاب الأولمبية سوى تظاهرة دينية وثقافية تشارك فيها الطبقة المثقفة من المجتمع اليوناني. واستمر الحال في العصور الوسطى حيث كانت الرياضة حكراً على الطبقة الحاكمة من الاقطاعيين والفرسان. أما العصر الحديث فقد شهد انتشاراً واسعاً وتنوعاً ملحوظاً للألعاب الرياضية ضمن

© جميع الحقوق محفوظة لجمعية كليات الآداب في الجامعات الأعضاء في اتحاد الجامعات العربية 2010.

* قسم السياحة، كلية الآثار والانثروبولوجيا، جامعة اليرموك، إربد، الأردن.

كافة شرائح المجتمع بدعم من الجهات الرسمية والاهلية محليا واقليميا وعالميا. ومارس العرب رياضات اهمها ركوب الخيل والصيد والرمية والتي تحتاج لصفات سكان البادية من شجاعة واحتمال وخفة حركة وذلك. وحديثا عرف العرب مختلف انواع الرياضات بتشجيع من مختلف الجهات والهيئات الرسمية والاهلية لاسباب متنوعة. وازدادة مساهمات الدول العربية في الرياضة محليا وعربيا وعالميا من حيث التنظيم والاهتمام بتدريس مبادئها واصولها وفلسفتها في معاهدها وجامعاتها وتوفير البنية التحتية والفوقية والتشريعات المناسبة التي تضمن تطورها والارتقاء بها. وانتشر الاحتراف الرياضي على نطاق واسع حيث يتم الحديث عن "بورصة" تتداول اسعار اللاعبين وعن ارقام فلكية للصفقات الخاصة بهم. وانتشرت الرياضة الترويحية او رياضة اوقات الفراغ كنوع من انواع الرياضات الفردية او الجماعية التي يمارسها الهواة بقصد المتعة والاستجمام والترويح عن النفس وشغل اوقات الفراغ خاصة في ظل تناقص ساعات العمل وتوفر الوسائل الحديثة في الاتصالات والمواصلات وغيرها. (خضور، 1994: 3-55).

لقد دخلت السياحة في الأردن مجالات عديدة اقتصادية وحضارية وإعلامية. فعلى الصعيد الاقتصادي تعتبر السياحة ركيزة أساسية في دفع عجلة التنمية الاقتصادية في المملكة؛ فقد ارتفعت الإيرادات السياحية من (743.2) مليون دينار عام 2002 إلى حوالي (1.639) مليار دينار عام 2007 (وزارة السياحة والآثار، 2008) وهي بذلك تساعد في تحصيل العملات الأجنبية والحد من الفقر والبطالة وتوزيع التنمية على مختلف المناطق. وفي المجال الثقافي والحضاري تعتبر السياحة فرصة طيبة لالتقاء الشعوب وتفاعل الثقافات والحفاظ على الإرث الحضاري وتعزيز الانتماء والاعتزاز الوطني.

وقد حبا الله الأردن بتنوع كبير ضمن رقعته الجغرافية المحدودة من حيث الاعتدال في المناخ، والتباين في التضاريس، واحتوائه على كنوز سياحية كبيرة، مما ساهم في تطوير أنواع جديدة من السياحة كالسياحة التجارية، والتعليمية، وسياحة المؤتمرات، والسياحة الرياضية التي تتمثل بزيارة المناطق المختلفة للمشاركة في البطولات الرياضية المختلفة أو مشاهدتها.

ويعتبر المثلث السياحي الذهبي (العقبة والبتراء ووادي رم) الركيزة الأساسية للسياحة الأردنية من حيث تنوع وتكامل العرض السياحي من مياه وشواطئ دافئة ونظيفة وجبال ساحرة وصحراء تستهوي المغامرين، إضافة للمواقع التراثية الجذابة والمحميات الطبيعية.

فالسياحة من الوجهة الرياضية توفر فرصاً واسعة لممارسة الرياضات المختلفة التي تستغل عناصر الطبيعة أو تلك التي تحتاج في تنظيمها إلى التسهيلات والأجهزة والمعدات التي تكفل ممارستها. أما بالنسبة للرياضة فإنها من الوجهة السياحية تشبع رغبات الأفراد وتجعلهم يترددون

على الأماكن التي تحقق هذه الرغبة وتطيل مدة إقامتهم فيها وتجعلها أكثر إمتاعاً لسنوات طويلة، مما ينتج عنه تعزيز فرص التفاهم الدولي والسلام العالمي (الشافعي، 2004).

كما يشبع هذا النوع من السياحة الرغبة في ممارسة الرياضات والاشتراك في مسابقاتها أو الاستمتاع بمشاهدة بطولاتها. وتتنوع هذه الرياضات ما بين التزلج على الجليد أو الماء، وصيد الأسماك والحيوانات البرية، والغطس والتجديف، والسباحة والجري، والفروسية، وسباق السيارات والمراكب الشراعية، وركوب القوارب، وغيرها.

ونلاحظ انتعاش السياحة الرياضية في العديد من المقاصد التي تتمتع بميزات وتسهيلات وإمكانيات ومستوى معيشي مرتفع يسمح بإقامة المنشآت الرياضية الملائمة والقرى المتكاملة التي تستوعب وفود السائحين وتيسر لهم الظروف المشجعة من حيث الإيواء والطعام والشراب والترفيه والملاعب وغيرها مما يحتاجون إليه. (طاهر، 2001).

ولقد كان للتطور والازدهار الرياضي الذي شهدته الأردن في السنوات الماضية الأثر الأكبر في جذب الرياضيين المحليين والعرب والأجانب، وتشجيع السياحة الرياضية من خلال اهتمام المسؤولين بإقامة المنشآت السياحية من فنادق ومطاعم وملاهي مزودة بجميع الخدمات والمرافق والوسائل التي تلئم الاهتمامات الرياضية.

فقد تطورت لعبة كرة القدم في المملكة منذ عام 1925 حيث كانت وفقاً على طلبة مدرسة التجهيز الذين كانوا يمارسونها على اعتبار انها لعبة كيفما كانت الحال. ويشير البعض انها دخلت الاردن عن طريق افراد القوات البريطانية المتواجدين في الاردن في تلك الفترة. وفي عام 1928 تم تشكيل اول فريق لكرة القدم واجرى مباراة خارجية مع فريق نادي بردى السوري في دمشق باسم فريق الاردن. وتاسس نادي الاردن عام 1928 تلاه نادي الامير طلال ثم النادي الشركسي والنادي القوقازي في صويلح. وتم تشكيل الاتحاد الرياضي العام سنة 1948 تفرع منه عدة لجان متخصصة لتشرف على الالعاب الرياضية المختلفة تحولت فيما بعد الى اتحادات لبعض الالعاب وذلك للمشاركة بالدورة الرياضية العربية الاولى التي اقيمت عام 1953 في الاسكندرية. تشكل اول فريق كرة سلة في الاردن عام 1936 واقيمت اول مباراة خارجية بكرة السلة في عمان عام 1943. في عام 1953 تم تشكيل لجنة تحضيرية للاتحاد الرياضي الاردني. وتم تاسيس اول اتحاد رياضي اردني يشرف على جميع الالعاب الرياضية عن طريق لجان فرعية عام 1953 للمشاركة في الدورة العربية الاولى التي اقيمت في الاسكندرية عام 1953. وفي عام 1957 تم تأسيس الاتحاد الاردني لكرة السلة. كما اقامت الكلية العلمية الاسلامية في اذار 1948 اول بطولة محلية بكرة الطاولة، تلاها في كانون الاول 1955 اول بطولة عربية بكرة الطاولة في دمشق. ثم شارك الاردن ولاول مرة بفريق للسيدات عام 1956. وفي عام 1957 تم تأسيس اول اتحاد اردني لكرة

الطاولة. شارك الاردن لأول مرة في كرة اليد في الدورة العربية الثالثة التي اقيمت في الدار البيضاء في المغرب عام 1961. وتأسست مؤسسة رعاية الشباب بتاريخ 1966/10/16 بموجب قانون رعاية الشباب. وفي نهاية عام 1976 تم الغاء مؤسسة رعاية الشباب وحلت مكانها وزارة الثقافة والشباب برئاسة الشريف فواز شرف. وفي عام 1981 تم انشاء اتحاد رياضي للمعاقين (جنكات والدويري، 1999: 34-65).

وقد بلغ الانتاج القائم للانشطة الرياضية في المملكة 10921 الف دينار والقيمة المضافة 5026 الف دينار كما بلغ عدد الطلبة الملتحقين بالجامعات الاردنية في تخصصات التربية الرياضية 2763 منهم 1548 من الاناث (دائرة الاحصاءات العامة، 2006).

وقد شهد القطاع الرياضي في المملكة تطورا واضحا من حيث البنية التحتية والفوقية والتشريعات والتنظيم والاداء. فانتشار المدن الرياضية المتكاملة في المدن الرئيسية، كما نجد التوسع الافقي والعمودي في النوادي والمراكز الرياضية وبيوت الشباب والمشاركة الاوسع من كافة شرائح المجتمع في النشاطات الرياضية والحضور الاردني في المباريات والنشاطات الرياضية الدولية. ويعزز هذا التطور الرياضي الواضح انتشار الجامعات في كافة ارجاء المملكة بما تمثله من اهتمام بتوفير الخدمات الرياضية لطلبتها، اضافة لاهتمام العديد منها بتدريس العلوم الرياضية. وللمجلس الاعلى للشباب دورا محوريا في تطوير وتعزيز وتبني المهارات الرياضية للشباب الاردني في كافة المحافظات من خلال استراتيجية مدروسة وهادفة.

أهمية الدراسة

تتبع أهمية الدراسة من حيث:

- (1) إثراء الجانب المعرفي حول واقع السياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي الأردني وكيفية تنميتها واستفادة كثير من المؤسسات الأردنية كوزارة السياحة الأردنية وهيئة تنشيط السياحة ووزارة التخطيط والتعاون الدولي وسلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة والمجلس الأعلى للشباب والإتحادات والنوادي الرياضية الأردنية وغيرها من نتائج هذه الدراسة للنهوض بهذا النمط السياحي الواعد.
- (2) أهمية المثلث السياحي الذهبي (العقبة، البتراء، وادي رم) من حيث التنوع والجذب السياحي، خاصة ما يرتبط بالسياحة الرياضية سواء كانت سياحة رياضات مائية أو صحراوية أو ثقافية أو سياحة مغامرة أو غيرها، خاصة بعد فوز البتراء كأحد عجائب الدنيا الثقافية السبع الجديدة.

- (3) كما وتتبع أهمية الدراسة من كون الرياضة تساهم مساهمة فعالة في دعم الكثير من القطاعات من حيث المساهمة الاقتصادية، إضافة لدورها الثقافي والاجتماعي والبيئي.
- (4) وتعد هذه الدراسة من الدراسات العلمية النادرة التي تناولت موضوع السياحة الرياضية في الأردن عموماً وفي المثلث السياحي الذهبي بشكل خاص.

مشكلة الدراسة

أخذ الاهتمام بمختلف أنواع الرياضات مساحة في الإستراتيجية الوطنية للمجلس الأعلى للشباب والاستراتيجية الوطنية للسياحة من أجل النهوض بالمستوى الرياضي الذي يظهر فيه اللاعبين والمتنافسون في مختلف المسابقات المحلية والإقليمية والدولية.

ولعل استضافة الأردن لمختلف الدورات والبطولات الرياضية كدورة الحسين الرياضية ودورة الوفاء للحسين خير مثال على هذا النجاح، حيث لاقت اهتماماً جماهيرياً وإعلامياً، لما حظيت به من الإعداد الجيد وتوافر الكفاءات المتمكنة لإخراجها بشكل حضاري متميز. ومنها كذلك رالي السيارات الذي ينظم سنوياً في الأردن، واعتبار مرحلة الأردن احد المراحل المكونة للرالي الدولي للسيارات، مما يوفر مساحة إعلانية دولية للترويج للأردن ومعالمة من خلال هذه المشاركات. هذا بالإضافة إلى سباق التحمل الذي أصبح الأردن مقصداً رئيسياً وفريداً لتنظيمه، خاصة في وادي عربة الذي يتبع حالياً لسلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة.

ومع التطور الملحوظ الذي شهدته المملكة في تنمية السياحة الرياضية وتسويقها، إلا أنها لازالت تواجه ضعفاً واضحاً في استغلال المواقع السياحية المتوفرة بالشكل الأمثل لجذب الوفود الرياضية أو إقامة اللقاءات والبطولات الرياضية في تلك الأماكن السياحة والربط بشكل واضح بين السياحة والرياضة، خاصة في منطقة العقبة والبتراء ووادي رم، الأمر الذي أثر سلباً على مساهمة الرياضة بإنعاش الجانب السياحي في الأردن، خاصة في ظل غياب استراتيجية وطنية واضحة المعالم لتنمية وتسويق السياحة الرياضية.

وتتمحور مشكلة الدراسة حول الإجابة على السؤالين الرئيسيين التاليين:

- ما هو واقع السياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي الأردني، وبالأخص ما يتعلق ببرامج التنمية والتسويق؟
- كيف يمكن النهوض بهذا النمط الخاص من السياحة وتنميته وتسويقه بالأساليب العلمية الحديثة وبما يعزز الصورة الذهنية للسياحة الأردنية ويضاعف من المنافع المتحققة لجميع الشركاء في عملية التنمية السياحية المستدامة؟

منهج الدراسة: استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم جمع البيانات الثانوية من مصادرها المختلفة واستخدم الاستبيان لجمع المعلومات الأولية الخاصة بالدراسة وتم تحليلها باستخدام نظام الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية.

مجتمع الدراسة: تكون مجتمع الدراسة من جميع السياح القادمين إلى المثلث السياحي الذهبي الأردني (العقبة، والبتراء، ووادي رم) بهدف ممارسة النشاطات الرياضية أو مشاهدتها خلال الفترة حزيران- أيلول 2007م، علما بأنه لا يوجد إحصاءات رسمية أو غيرها تبين أعداد السياح بهدف ممارسة النشاطات الرياضية في المملكة.

عينه الدراسة: تم اختيار 171 سائح بالطريقة الغرضية من السياح الأردنيين والعرب والأجانب المتواجدين في المثلث السياحي الذهبي الأردني خلال فترة الدراسة ممن يمارسون النشاطات الرياضية. وبعد تدقيق الاستبيانات التي تم استرجاعها تم اعتماد 160 استبيان واستبعاد 11 استبيان لعدم ملاءمتها للتحليل.

أداة الدراسة: بعد مراجعة الأبحاث والكتب والمراجع العلمية والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، تم تحديد فقرات الاستبيان بالصورة الأولية ومن ثم عرضها على مجموعة من الخبراء والمحكمين في السياحة والتربية الرياضية، حيث تمت إعادة صياغة الفقرات طبقاً لما أشار إليه الخبراء والمتخصصين حتى أصبح الاستبيان بصورته النهائية التي تم ترجمتها إلى اللغة الإنجليزية.

تم توزيع الاستبيانات في أماكن ممارسة النشاطات الرياضية بعد قيام أفراد عينة الدراسة بالاستفادة من الخدمات الرياضية المتوفرة في الموقع السياحي. بلغت حصيلة الجمع (160) استبيان من أصل (171) استبياناً منها (70) استبياناً باللغة العربية و(101) استبياناً باللغة الانجليزية، حيث تم استرجاع (60) استبياناً باللغة العربية و(100) استبياناً باللغة الإنجليزية. ومن ثم تم تفرغ البيانات وإدخالها في الحاسوب لمعالجتها إحصائياً.

ثبات أداة الدراسة: تم حساب معامل الثبات لكل محور من محاور الدراسة باستخدام أسلوب كرونباخ ألفا حيث بلغت قيمة ألفا 0.91 للفقرات الخاصة بتقييم الخدمات السياحية في الموقع السياحي و0.84 للعوامل الخاصة بتقييم توفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية و0.83 للعوامل الخاصة بتقييم أهمية عوامل السياحة الرياضية، وللأداة ككل بلغت قيمة ألفا 0.84.

أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى ما يلي:

(1) التعرف على الأبعاد التنموية والتسويقية الخاصة بالسياحة الرياضية في المملكة.

- (2) دراسة أهم العوامل التي تؤثر في رضا السياح الرياضيين القادمين للمملكة.
- (3) تحليل تقويم السياح الرياضيين للخدمات والتسهيلات الخاصة بالسياحة الرياضية في المملكة.
- (4) تقديم اقتراحات وآليات عمل تساهم في النهوض بالسياحة الرياضية وتعزيز مساهمتها في برامج التنمية المستقبلية في المملكة.

أسئلة الدراسة: تحاول هذه الدراسة الإجابة على التساؤلات التالية:

- (1) ما مدى تقويم السياح للخدمات السياحية في المثلث السياحي الذهبي الأردني؟
- (2) هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقويم السياح للخدمات السياحية في المثلث السياحي الذهبي الأردني تبعا لمتغيرات الجنس والجنسية وعدد مرات الزيارة والغرض الرئيسي من الزيارة؟
- (3) ما مدى توفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي الأردني من وجهة نظر السياح؟
- (4) هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقويم السياح لتوفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني تبعا لمتغيرات الجنس والجنسية وعدد مرات الزيارة والغرض الرئيسي من الزيارة؟
- (5) ما مدى تقويم السياح لأهمية العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي الأردني؟
- (6) هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقويم السياح لأهمية العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني تبعا لمتغيرات الجنس والجنسية وعدد الزيارة والغرض الرئيسي من الزيارة؟

المعالجة الإحصائية: تم استخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) وتم استخدام المعالجات الإحصائية التالية: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية بالإضافة إلى استخدام تحليل التباين الرباعي واختبار شيفيه للمقارنات البعدية.

الدراسات السابقة

يمكن النظر للسياحة الرياضية على أنها السفر للمشاركة في النشاطات الرياضية أو مشاهدة نشاطاتها وتشجيع اللاعبين محليا او خارج حدود البلد (De Knop and Standeven, 1998). ويتميز قطاع السياحة الرياضية بالتعقيد وتداخل العديد من القطاعات في نشاطاته وتدني مرونة عناصره الرئيسية، مما يحد من سرعة الاستجابة لأذواق العملاء، إضافة لصفاته الخدمية مثل عدم

القابلية للمس والتخزين وسرعة التلف، والموسمية والتغيرات المستمرة في رغبات وأنواق العملاء وتنوع السوق السياحي (Augustyn, 1996: 436-454). وتقع السياحة الرياضية ضمن تصنيف السفر للمشاركة في الحدث الرياضي أو لمشاهدته. وعليه فإن السياحة الرياضية يمكن أن تعرف بأنها زيارة الأماكن السياحية من خلال المشاركة في الأنشطة الرياضية أو مشاهدتها. ويمكن أن تكون السياحة الرياضية سلبية أو ايجابية. فسياح الرياضة السلبية هم الذين قدموا لمشاهدة البطولات والدورات الرياضية واجازاتها، أما سياح الرياضة الايجابية فهم الذين يشاركون في الأنشطة الرياضية واجازاتها، حيث تكون الرياضة هي الهدف الرئيسي من الرحلة (Hall, 1998).

وهناك نوعان من أجازات الأنشطة الرياضية: إجازة الأنشطة الرياضية الفردية، وإجازة الأنشطة الرياضية الجماعية المشتركة حيث تكون هناك عدة أشكال من الرياضة (نوادي رياضية، أو مخيم تدريبي). وهذان النوعان من الرياضة يعرفان من خلال المشاركة في رياضة منظمة خلال الإجازة على شكل مجموعات مثل: الألعاب الشاطئية، أو من خلال الرياضات الخاصة أو المستقلة كالمشي أو لعب الغولف (De Knop and Standeven, 1998).

وفي العصر الروماني كان الأباطرة يرعون مباريات القتال حتى الموت، لنفس الغرض الذي تسعى لتحقيقه المؤسسات السياحية والرياضية حاليا من حيث استقطاب احترام الجمهور وتحقيق الأهداف المنشودة من خلالهم (Ukman, 1984).

هناك صعوبة في تحديد حجم صناعة السياحة الرياضية نظرا لتداخل النشاطات والفعاليات والقطاعات وتنوعها. فالبعض يركز على حجم الإنفاق على تسويق النشاطات الرياضية والمعدات والتجهيزات الرياضية في تحديد حجم الصناعة. وما من شك في أن حجم الصناعة كبير ومتنامي ومؤثر، إلا أن القدرة على تحديد الإطار العام والأبعاد المحددة لها يساعد في تحديد وقياس أثارها الفعلية في المقصد السياحي (Shannon, 1999).

ومع تزايد الطلب على مقاصد سياحية جديدة وتنوع وتغير وتطور وتعقيد حاجات وأنواق السياح العالميين، والتحديات التي خلقتها السياحة الجماهيرية للمواقع الأثرية، وتنوع العرض السياحي وتطور السلوك الشرائي للسياح، توجهت العديد من المقاصد للاعتماد على استراتيجيات إدارية وتسويقية بشكل علمي منظم باستخدام المدخل الشمولي في الإدارة والتسويق بحثا عن التميز والفرادة من خلال توقع حاجات السياح وتوفيرها بشكل منافس (Franch, 2002).

ومع تطور السياحة العالمية وزيادة الاعتماد على الرحلات الجماعية المنظمة، أصبح منظمو الرحلات السياحية يتمتعون بالنفوذ في السوق السياحي العالمي والسيطرة على عملية التوزيع السياحي العالمي. وهكذا أصبح لزاما على المقاصد السياحية أن تسوق خدماتها من خلال منظمو

الرحلات السياحية الذين أصبح لهم كبير الأثر في استقطاب وتنظيم وإدارة السياحة الرياضية ونشاطاتها (Della Corte, 2004; Alvino, 2003).

ومن ناحية أخرى يؤكد باحثون على الجانب الاقتصادي للأحداث الرياضية في دراساتهم حول عمليات قضاء أوقات الفراغ. ويشير العديد منهم إلى أن الأثر الاقتصادي للأحداث الرياضية الرئيسية ذا أهمية خاصة عند العمل على جذب الاستثمارات في قطاع الرياضة. وبنفس الاتجاه يؤكد العديد منهم أن العوائد الاقتصادية المتوقعة قد حفزت العديد من المدن على المشاركة في حقل السياحة الرياضية (McMahon and Yeoman, 2004). ومن أجل زيادة هذه العوائد هناك ضرورة لإجراء تعاون مستمر بين المؤسسات الرياضية والسياحية. ومن المؤكد انه من خلال العمل التعاوني تستطيع المؤسسات تخفيض كلفة التسويق وبنفس الوقت زيادة حضور جمهور الرياضة من خلال تعزيز دور الرياضة خلال المواسم المختلفة (Graham, et al., 2001). كما أن الفوائد الاقتصادية للسياحة الرياضية للمدن المضيفة كبيرة جداً خاصة إذا تم نقل الأحداث الرياضية عبر وسائل الاعلام، أو كانت نوعية الأحداث الرياضية جيدة وقادرة على جذب عدد كبير من المشاهدين، هذا بالإضافة إلى أن السياحة الرياضية يمكن أن يكون لها أبعادا سياسية خاصة لتلك الحكومات الداعمة لها (Masterman, 2004).

فمثلا بلغ الإنفاق على رعاية النشاطات الرياضية 2.5 بليون دولار أمريكي عام 1990 (Schlossberg, 1991). كما أن كل دولار يُنفق على رعاية النشاطات الرياضية يقابله إنفاق خمسة دولارات على جوانب تسويقية أخرى مثل الإعلانات والترويج في الصحف والتلفاز. وقد قدرت النفقات على تسويق النشاطات الرياضية بحوالي 15 بليون دولار أمريكي عام 1991م منها حوالي 23.52 بليون دولار في الولايات المتحدة الأمريكية لوحدها (Eisenhart, 1988). فالسياحة الرياضية تحقق منافع اقتصادية للمقصد السياحي من خلال طول مدد الإقامة للاعبين والكوادر الفنية والإدارية والمشجعين، وزيادة إنفاقهم، وتكرار زيارتهم. وتعتبر السياحة الرياضية أحد أهم عوامل الجذب السياحي الحديث التي تحقق التنوع والتغيير في مصادر الجذب السياحي للدولة، إلا أن المجال الرياضي الذي كان منذ القدم أحد الوسائل الهامة للتعرف والترويج عن النفس وإظهار القوة والقدرة الجسمانية أصبح الآن أحد الوسائل السياحية التي يتهافت عليها الافراد من كل صوب. ويشير طاهر (2001) إلى أن تحقيق فوائد السياحة الرياضية للدولة يتم عن طريق الإعلام المباشر وغير المباشر قبيل وأثناء وبعد الحدث الرياضي، وتوعية الشعوب رياضياً وسياحياً، والتعبئة العامة للفنادق وأماكن الإقامة على اختلافها، وازدياد الحركة والقوة الشرائية في البلاد. وتشغيل مرافق الدولة من وسائل نقل وترفيه وغيرها.

وعندما حظرت الولايات المتحدة الأمريكية ظهور الإعلانات التلفزيونية للسجائر على الشاشة الصغيرة في عام 1971، وجدت شركات الدخان ملائها في رعاية النشاطات الرياضية، خاصة

سباقات السيارات ومسابقات التنس (Cornwell, 1989: 289-293). وضمن اولمبيات لوس انجيلوس عام 1984 أصبحت بداية التسويق السياحي الفعلي بتحويل النشاطات الرياضية إلى تجارة ربحية (Schlossberg, 1996) حيث كانت الاولمبيات الأولى التي تعتمد على موارد مالية من القطاع الخاص بدلا من الاعتماد على الموارد المالية الحكومية. وبينما كانت الاولمبيات السابقة تمثل خسائر للمدن المنظمة، أصبحت الاولمبيات مصدر ربح لها، رغم انتقاد العديد لمستوى الإعلانات التجارية لهذه النشاطات الرياضية.

ومع التطور والنمو السريع في النشاطات الرياضية، أصبح هناك توسع وتنوع كبير في النشاطات التي يمكن ممارستها وتسويقها من وجهة نظر سياحية (Ritchie and Adair, 2004). وقد ساعدت زيادة الاهتمام والتغطية الإعلامية العالمية للأحداث والنشاطات السياحية الرياضية على الوصول إلى كل من السياحة والرياضة لشرائح واسعة من الجماهير العالمية (Hudson, 2003). فمثلا حظيت مباريات الغولف العالمية في أمريكا الشمالية وأوروبا واليابان وغيرها باهتمام إعلامي عالمي واسع جعل منها نشاطا عالميا له سوقه الخاص. وساعد هذا في الحد من الموسمية السياحية في العديد من المقاصد السياحية والتي كانت تسوق نفسها اعتمادا على شواطئها الدافئة لتصبح تعتمد على التسويق لغايات ممارسة رياضة الغولف، مما ساعد في إطالة الموسم السياحي وتعظيم المنافع السياحية المتحققة للمقصد. وهنا تعتمد الإستراتيجية على جذب لاعبي الغولف الذين ينفقون مبالغ كبيرة ويقيمون لفترات زمنية طويلة. ومن المقاصد السياحية الأخرى التي نجحت في هذه السياسة على سبيل المثال قبرص والبرتغال وتونس والمغرب وسريلانكا والفلبين (Readman, 2003: 165-201).

ويبدو أن هناك فجوة بين الدول الغنية المصدرة للسياح والدول النامية التي تبحث عن الاستفادة من السياحة من حيث طبيعة فهم حاجات ورغبات السياح وتوفير ما يحتاجونه بدلا من الاعتماد على السياحة التقليدية الجماهيرية (Palmer, 2004). وبالتالي لا بد من فهم طبيعة الزائر وسلوكه في المقصد السياحي على اعتبارها إحدى التحديات المهمة التي تواجه مدراء المقاصد السياحية الرياضية، واعتبار سلوك الزائر خليط من الخصائص المادية، والمشاعر والانفعالات، وفهم سلوك السائح الرياضي بالشكل المطلوب (Millington, et al., 2000). وتبين نظرية السلوك المخطط له على أنه يمكن تنبؤ سلوك السائح بناءً على اتجاهات ومعايير موضوعية، ويتم تقييم سلوكيات السياح بناءً على الكلفة والفائدة، وأيضاً بناءً على المخرجات السلبية والإيجابية التي يمكن أن تتولد نتيجة هذه السلوكيات التي يمكن أن تمارسها الأسواق السياحية (Ajzen and Driver, 1992).

هناك العديد من الدراسات التي تناولت تجارب العديد من الدول في مجال السياحة الرياضية. ففي دراسة تحليل النشاطات الترويجية لسياحة المغامرات في اسكتلندا توصلت الدراسة إلى أن وسائل الترويج الجيدة قادرة على جذب الزوار والسياح إلى المناطق المسوق لها بشكل جيد (Page, et al., 2006). وفي دراسة زيادة ولاء الزبائن في منتجعات التزلج في اليونان بينت الدراسة انه يمكن التنبؤ بدرجة التعلق بالمكان بشكل كبير من خلال التفاعل بين الزائر والمكان ومن خلال أبعاد نوعية الخدمة المقدمة (Alexandris, et al., 2006). وفي دراسة في منطقة الكاريبي أظهرت نتائج الدراسة وجود نقاط قوة وضعف في البنية التحتية، كما أشارت أيضاً إلى عدم وجود تركيز موجه نحو السياسات والمسائل النظرية والتشغيلية المرتبطة بالسياحة الرياضية (Sinclair, 2001). وفي دراسة حول سياحة الغوص في استراليا توصلت الدراسة إلى أن تقديم نوعية جيدة وعلى مستوى عالٍ تعتبر من أهم العوامل المساهمة في توجه هؤلاء السياح إلى مقاصد الغطس (O'Neil, 2001). كما أوضحت دراسة أخرى بأن (77.7% من الاستراليين منخرطون بشكل أو بآخر في النشاطات الرياضية، وان الرياضة تساهم في توظيف حوالي 2% من الأيدي العاملة (www.draft.gov.au/aib/sport.html). وقد قدرت نسبة السياح القادمين بهدف ممارسة النشاطات الرياضية بحوالي 5-10% من مجمل زوار المملكة المتحدة عام 2002 (www.emda.org.uk).

تحليل البيانات ومناقشة النتائج

وصف أفراد عينة الدراسة

يتضح من الجدول (1) أن معظم أفراد عينة الدراسة (66.3%) هم من فئة الذكور. وقد يعود ذلك لتوجه اهتمامات الذكور نحو الرياضة وإشباع ميولهم ورغباتهم بممارسة الأنشطة الرياضية بدرجة أكبر من الإناث خاصة إذا اقتضت المشاركة والمبيت خارج المنزل أو السفر خارج البلد الأصلي، إضافة إلى ملائمة العديد من النشاطات الرياضية للذكور أكثر منها للإناث كما هو الحال في سباق الدراجات والغوص واليات السيارات وسباقات التحمل. كما يظهر من الجدول أن معظم أفراد عينة الدراسة هم من الجنسيات الأوروبية بنسبة مئوية بلغت (42.0%) وأقلها الأردنية بنسبة (8.8%).

ويبين الجدول أن (44.4%) من أفراد العينة زاروا الموقع لأول مرة، بينما تكررت زيارة (55.6%) من أفراد العينة. ففي غالب الحالات نلاحظ أن الأردنيين والعرب من زوار المثلث السياحي الذهبي يرغبون بقضاء أوقات الفراغ أو مشاهدة المناظر الطبيعية بدلا من ممارسة النشاطات الرياضية.

والنسبة المرتفعة لتكرار الزيارة يعود في الغالب لكون المثلث السياحي الذهبي الأردني من المعالم السياحية الجاذبة والتي تستقطب العديد من السياح لزيارتها، حيث يتمتع الزائر بجمال المكان وجاذبيته في كل زيارة يقوم بها، ولا يكاد أي برنامج سياحي للمملكة يخلو من زيارة البتراء التي تم تتويجها كأحد عجائب الدنيا الثقافية السبع الجديدة فضلا عن كونها العاصمة السياحية للمملكة. كما أن وجود العقبة كمنفذ بحري وحيد للمملكة على البحر الأحمر بشواطئها الدافئة، وفرادة وادي رم في مجال سياحة المغامرة وقرب هذه المواقع من بعضها البعض وتكامل ميزاتهما وتوفير الخدمات والتسهيلات المطلوبة فيها يساهم في تكرار الزيارة لها. (51.3%) من عينة الدراسة زاروا الموقع بغرض ممارسة النشاطات الرياضية، و(35.6%) لقضاء وقت الفراغ، و(21.9%) لزيارة المواقع الأثرية، و(1.3%) للعلاج. وهذه الفئة الأخيرة جاءت بنسبة متدنية نتيجة لطبيعة المكان إذ يغلب عليه طابع التشويق والمغامرة. وهذا التنوع في أهداف الزيارة يمنح فرصاً واسعة لترويج السياحة الرياضية وجذب الشرائح المختلفة من السياح إلى المنطقة. ولا بد من التذكير هنا أن الاستبيان قد تم توزيعه في مناطق ممارسة النشاطات الرياضية في منطقة الدراسة مما زاد من نسبة الإجابات الخاصة بممارسة النشاطات الرياضية كغرض رئيسي للزيارة. كما تعزز هذه الإجابات ما جاء في الدراسات السابقة من علاقة تبادلية وترابط وثيق بين الرياضة والسياحة.

تعرف (44.4%) من العينة على الموقع من خلال الإنترنت، و(21.9%) من خلال التلفاز، وأقلها عبر الراديو بنسبة (2.5%). وهذا يؤكد الدور المتنامي للشبكة العنكبوتية في مجال ترويج الخدمات السياحية العالمية. وقد سعت المملكة بخطى حثيثة لاستخدام شبكة الانترنت في القطاع السياحي الرسمي والأهلي استجابة للتنافس العالمي المتزايد في هذا الإطار. وتسعى هيئة تنشيط السياحة الأردنية بالتعاون مع الفعاليات والمنظمات السياحية الى ترويج السياحة الأردنية بمختلف المحافل من خلال الانترنت والإعلانات المنظمة في التلفاز والصحف والمجلات والمشاركة في المعارض السياحية.

كما يبين الجدول أن النشاط السياحي الرياضي يغلب عليه طابع الرحلات الفردية غير المنظمة بنسبة (39.4%)، يليها المؤسسات الخاصة (13.8%)، وأقلها المؤسسات الرياضية والاتحادات بنسبة (3.8%). وتبرز هنا مشكلة أن معظم النشاطات الرياضية التي يتم تنظيمها في المملكة تأتي ضمن جهود غير منظمة وغياب واضح لشركات السياحة والسفر في تنظيم النشاطات الرياضية في المملكة.

ويبين الجدول (2) أن أكثر الرياضات التي يرغب السياح بممارستها في المنطقة تتمثل برياضة الغوص والسباحة وسباقات التحمل والغطس وتسلق الجبال، وأقلها الرياضات الكروية والطائرات الورقية والرياضات المائية الكروية. وتشهد مدينة العقبة تطورا كبيرا في الآونة الأخيرة

تنمية السياحة الرياضية في "المثلث السياحي الذهبي" في الأردن: الواقع الحالي وآفاق التنمية المستقبلية

في رياضة الغوص والغطس حيث تم إنشاء العديد من المراكز المتخصصة والمجهزة بأحدث التسهيلات والمعدات والكوادر البشرية المطلوبة. كما أن هناك غياب واضح في استغلال تنظيم النشاطات الرياضية الكروية التقليدية والمائية وغيرها في المنطقة لاستغلال المقومات السياحية المتوفرة وبالتالي مضاعفة المنافع المتحققة من السياحة الرياضية.

جدول (1): توزيع أفراد العينة تبعا لمتغيرات الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	المتغير	النسبة المئوية	التكرار	المتغير
وسيلة التعرف على الموقع			الجنس		
2.5%	4	الراديو	66.2%	106	ذكر
44.5%	71	الانترنت	33.8%	54	أنثى
5.6%	9	الصحف والمجلات	الجنسية		
21.9%	35	التلفاز	42.0%	67	الأوروبية
10.0%	16	الأقارب والأصدقاء	28.6%	46	الأمريكية
6.9%	11	المنشورات السياحية	20.6%	33	العربية
5.6%	9	الكتب والأدلة السياحية	8.8%	14	الأردنية
3.1%	5	أخرى	عدد الزيارات للأردن		
الجهة المنظمة			44.4%	71	مرة واحدة
4.4%	7	وكالات سياحية	25.0%	40	مرتان
3.8%	6	نقابات واتحادات	1.9%	3	ثلاث مرات
13.8%	22	مؤسسة خاصة	28.7%	46	أكثر من 3 مرات
12.5%	20	مؤسسة حكومية	الهدف الرئيسي من الزيارة		
3.8%	6	مؤسسة رياضية	35.6%	57	قضاء أوقات الفراغ
39.4%	63	رحلة فردية غير منظمة	12.5%	20	مشاهدة المناظر الطبيعية
22.3%	36	غير ذلك	10.0%	16	التسوق
			21.9%	35	زيارة المواقع الأثرية
			1.3%	2	العلاج
			3.8%	6	المشاركة بالمؤتمرات
			1.9%	3	زيارة الأقارب
			51.3%	82	ممارسة النشاطات الرياضية
			6.9%	11	أخرى

جدول (2): توزيع إجابات أفراد العينة تبعا للرياضات التي يرغب الشخص بممارستها*

النسبة المئوية	التكرار	الرياضات	النسبة المئوية	التكرار	الرياضات
10.0%	16	تزلج على الماء	20.0%	32	تسلق الجبال
6.9%	11	سباق القوارب	15.0%	24	المناطيد
3.1%	5	الطائرات الورقية	26.9%	43	رياضة الخيول والهجن
5.0%	8	الرياضات المائية الكروية	15.6%	25	سباق السيارات
0.6%	1	الرياضات الكروية	35.6%	57	الغوص
18.8%	30	مشاهدة النشاطات الرياضية	22.5%	36	الغطس
13.8%	22	أخرى	28.1%	45	السباحة

* يمكن للسائح اختيار أكثر من إجابة

ما مدى تقويم السياح للخدمات السياحية في المثلث السياحي الذهبي الأردني؟

للإجابة عن السؤال الأول المتعلق بتقويم السياح للخدمات في المثلث السياحي الذهبي تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لأجزاء مجال الخدمات السياحية في الموقع السياحي والمجموع الكلي لها، كما في جدول رقم (3). ويلاحظ أن تقويم السياح لتوفر الخدمات جاء في المرتبة الأولى، متبوعاً بجودة وكفاءة الخدمات، وفي المرتبة الثالثة والأخيرة تكاليف هذه الخدمات. وهذا لا شك يحتاج لمراجعة موضوعية لجميع هذه الجوانب، خاصة وأن المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة اقل من المأمول لجميع المجالات الثلاثة.

جدول (3): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح للخدمات السياحية في الموقع السياحي

المجال	عدد الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
تقويم السياح للخدمات من حيث توفرها	10	3.88	0.75
تقويم السياح للخدمات من حيث الجودة والكفاءة	8	3.79	0.87
تقويم السياح للخدمات من حيث التكاليف	6	3.46	1.21
المجموع الكلي	24	3.71	0.72

وفيما يلي عرض للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع الفقرات ولكل فقرة من فقرات مجال تقويم الخدمات السياحية في الموقع السياحي على حد:

تقويم الخدمات السياحية في الموقع السياحي من حيث توفرها

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات هذا المجال والمجموع الكلي لها. يبين الجدول رقم (4) أن "توفر الأمن في الموقع" قد احتلت المرتبة الأولى تلتها في المرتبة الثانية فقرة "توفر وسائل النقل والمواصلات"، وجاءت فقرة "توفر المعدات والتقنيات اللازمة لممارسة النشاطات الرياضية" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.66). وهنا لا بد من ضرورة استغلال عوامل القوة المتمثلة بالأمن وتوفير الخدمات المطلوبة من إقامة وطعام وشراب ونقل ومواصلات واتصالات وتعزيزها من خلال برامج ترويج السياحة الرياضية، والحد من تأثير نقاط الضعف المتمثلة بتوفر النشاطات الرياضية المرغوبة وتوفير التسهيلات والمعدات وإجراءات السلامة الخاصة بممارسة النشاطات الرياضية ومحاولة تحويلها إلى عوامل قوة تساهم في تنمية السياحة الرياضية في المنطقة ومضاعفة المنافع المتحققة منها.

جدول (4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح للخدمات السياحية من حيث توفرها

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجال
0.99	4.09	توفر وسائل النقل والمواصلات
1.05	3.90	توفر خدمات الطعام والشراب
0.98	3.93	توفر خدمات الاتصال
0.95	4.00	توفر خدمات الإقامة
1.01	3.92	توفر خدمات الترفيه
0.98	4.11	توفر الأمن في الموقع
1.07	3.77	توفر المعلومات المتعلقة بالموقع السياحي
1.02	3.74	توفر النشاطات الرياضية
1.06	3.66	توفر المعدات والتقنيات اللازمة لممارسة النشاطات الرياضية
1.00	3.72	توفر إجراءات السلامة المرتبطة بممارسة النشاطات الرياضية
0.75	3.88	المجموع الكلي

تقويم الخدمات السياحية في الموقع السياحي من حيث الجودة والكفاءة.

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات هذا الجزء والمجموع الكلي لها كما في الجدول (5). يظهر من الجدول أن فقرة "جاذبية الموقع السياحي" احتلت المرتبة الأولى تلتها فقرة "نوعية خدمات الإقامة" ثم فقرة "جودة خدمات الأظعمة". وجاءت فقرة "فعالية التنسيق بين الجهات المختصة بتنظيم النشاطات الرياضية" في المرتبة الأخيرة من وجهة نظر السياح الرياضيين. ولا بد هنا من الاستفادة من جاذبية الموقع وجودة الخدمات المقدمة فيه وتعظيم فوائدها، وكذلك خلق أجواء من التناغم والتنسيق بين الجهات المعنية بتنمية وتسويق السياحة الرياضية، وعلى رأسها المجلس الأعلى للشباب وهيئة تنشيط السياحة ووزارة السياحة والنوادي والاتحادات الرياضية وجمعية السياحة الوافدة وغيرها من الجمعيات والمؤسسات السياحية لتحقيق منفعة مشتركة لجميع أصحاب المصالح في تنمية السياحة الرياضية.

جدول (5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح للخدمات السياحية من حيث الجودة والكفاءة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجال
1.01	3.80	جودة خدمات الأظعمة
1.00	3.86	نوعية خدمات الإقامة
1.02	4.05	جاذبية الموقع السياحي
1.00	3.71	مستوى تنظيم النشاطات الرياضية
0.93	3.75	خبرة الجهات المنظمة للنشاطات الرياضية
1.05	3.76	كفاءة المدربين والمختصين في الأنشطة الرياضية
1.03	3.63	فعالية التنسيق بين الجهات المختصة بتنظيم النشاطات الرياضية
1.08	3.76	كفاءة العاملين
0.87	3.79	المجموع الكلي/جودة وكفاءة الخدمات

تقويم الخدمات السياحية من حيث التكاليف.

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات هذا الجزء والمجموع الكلي لها كما في جدول (6)، حيث جاءت المتوسطات الحسابية لجميع الفقرات متقاربة لحد بعيد. ويظهر من الجدول أن أعلى متوسط حسابي كان لفقرة "تكاليف المواصلات" وتأتي فقرة "تكاليف خدمات الإقامة" في المرتبة الثانية يليها "تكاليف الطعام والشراب". وفي المرتبة الأخيرة كانت فقرة "تكاليف استخدام الأجهزة والمعدات الرياضية". ويلاحظ في العادة أن السياح ينظرون إلى

تنمية السياحة الرياضية في "المثلث السياحي الذهبي" في الأردن: الواقع الحالي وآفاق التنمية المستقبلية

الأسعار على أنها مرتفعة على اعتبار أن الخدمات السياحية تتسم بارتفاع الأسعار في جميع المقاصد السياحية عالمياً، مع الأخذ بالاعتبار التباين النسبي لأسعار المقاصد السياحية. ولا بد من محاولة التغيير في إدراك الزوار حول أسعار خدمات السياحة الرياضية، خاصة ما يتعلق بتكاليف استخدام الأجهزة والمعدات من قبل الرياضيين.

جدول (6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح للخدمات السياحية من حيث التكاليف.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجال
1.23	3.44	تكاليف الطعام والشراب
1.15	3.52	تكاليف خدمات الإقامة
1.11	3.63	تكاليف المواصلات
1.15	3.41	تكاليف ممارسة النشاطات الرياضية
1.28	3.39	تكاليف استخدام الأجهزة والمعدات الرياضية
1.13	3.41	رسوم دخول المواقع السياحية
1.01	3.46	المجموع الكلي/تكاليف الخدمات

هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقويم السياح للخدمات السياحية في المثلث السياحي الذهبي الأردني تبعاً لمتغيرات الجنس، والجنسية، وعدد مرات الزيارة، والغرض من الزيارة؟

للإجابة عن السؤال الثاني المتعلق بوجود فروقات دالة إحصائية في تقويم السياح للخدمات السياحية تبعاً لمتغيرات الدراسة، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة تقويم السياح للخدمات السياحية في المواقع السياحية تبعاً لمتغيرات الجنس، والجنسية، وعدد مرات الزيارة، والغرض من الزيارة.

يظهر من التحليل أن المتوسطات الحسابية لدرجة تقويم السياح للخدمات السياحية للذكور والإناث كانت متقاربة حيث بلغ المتوسط الحسابي للذكور (3.78) وللإناث (3.68). كما أن المتوسطات الحسابية لدرجة تقويم السياح للخدمات السياحية (من حيث توفرها وكفاءتها وتكاليفها) تبعاً لمتغير الجنسية بلغت أعلاها للجنسية الأوروبية (4.15) تلاها الأمريكية (4.11) ثم العربية (3.63) وأخيراً الأردنية (3.34). يظهر من الجدول رقم (16) أن المتوسطات الحسابية لدرجة تقويم السياح للخدمات السياحية تبعاً لمتغير عدد مرات الزيارة إلى الأردن بلغت أعلاها في حالة أكثر من ثلاث زيارات (3.91) تلاها ثلاث زيارات (3.86) ثم مرتان (3.78) وأقلها زيارة واحدة (3.20). ومن حيث الغرض الرئيسي من الزيارة تراوحت المتوسطات

الحسابية بين (3.43 و 4.22) وكان أبرزها للعينة التي زارت المثلث السياحي الأردني بغرض ممارسة النشاطات الرياضية (4.22) تلاها قضاء أوقات الفراغ (4.12) ثم زيارة المواقع الأثرية (4.07) ومشاهدة المناظر الطبيعية (4.04) والتسوق (3.93) والمشاركة بالمؤتمرات (3.82) وزيارة الأقارب (3.70) والعلاج (3.43) وفي المرتبة الأخيرة أغراض أخرى غير المذكورة أعلاه (3.09).

وبغرض الكشف عن الفروق بين المتوسطات الحسابية السابقة في درجة تقويم السياح للخدمات السياحية في المثلث السياحي الأردني تبعا لمتغيرات الجنس، والجنسية، وعدد مرات الزيارة، والغرض من الزيارة، تم تطبيق تحليل التباين الرباعي (4-Way-ANOVA) كما في الجدول رقم (7). يظهر من الجدول عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية لدرجة تقويم السياح للخدمات السياحية تبعا لمتغيرات (الجنس، والجنسية، وعدد الزيارات)، ووجود فروق دالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية لدرجة تقويم السياح للخدمات السياحية تبعا لمتغير (الهدف من الزيارة)، حيث بلغت قيمة (ف) لمتغير الغرض من الزيارة (2.96) بدلالة إحصائية (0.00). وبغرض الكشف عن مواقع الفروق تم تطبيق اختبار (Scheffe) للمقارنات البعدية لمتغير الغرض من الزيارة حيث تبين أن مواقع الفروق على متغير الغرض من الزيارة كانت بين (ممارسة النشاطات الرياضية وكل من العلاج وزيارة الأقارب) لصالح ممارسة النشاطات الرياضية، حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (4.22) بينما بلغ لهدف العلاج (3.43) ولهدف زيارة الأقارب (3.70). كما تبين وجود فروق بين (مشاهدة المناظر الطبيعية وكل من أهداف العلاج وزيارة الأقارب)، وكانت الفروق لصالح مشاهدة المناظر الطبيعية بمتوسط حسابي بلغ (4.04) في حين بلغ المتوسط الحسابي لأهداف العلاج (3.43) ولأهداف زيارة الأقارب (3.70). بينما لا توجد فروق دالة إحصائية عند بقية المقارنات.

ما مدى توفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي الأردني من وجهة نظر السياح؟

للإجابة عن السؤال الثالث المتعلق بتوفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم أفراد عينة الدراسة لفقرات مجال توفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني، والمجموع الكلي لها كما في الجدول رقم (8).

تنمية السياحة الرياضية في "المثلث السياحي الذهبي" في الأردن: الواقع الحالي وآفاق التنمية المستقبلية

جدول (7): نتائج تحليل التباين الرباعي (4-Way ANOVA) لكشف الفروق في درجة تقويم السياح لمجال الخدمات السياحية تبعا لمتغيرات الجنس، والجنسية، وعدد مرات الزيارة، والغرض من الزيارة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
الجنس	0.97	1	0.97	1.92	0.16
الجنسية	5.57	3	1.85	0.92	0.52
عدد مرات الزيارة	3.17	7	0.45	0.90	0.50
الغرض من الزيارة	11.96	8	1.49	2.96	* 0.00
نسبة الخطأ	66.01	131	0.50		
المجموع الكلي	87.68	150			

* ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)

يظهر من الجدول (8) أن الفقرة الخاصة بعامل "الشعور بالأمن" احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.31) وانحراف معياري (0.96). ثم جاءت الفقرة الخاصة بـ "سمعة الأردن بين دول العالم" بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.18) وانحراف معياري بلغ (1.12). وكانت الفقرة الخاصة بتقويم العوامل من حيث "فعالية تسويق النشاطات الرياضية" قد احتلت المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (2.23) وانحراف معياري (0.84). أما المجموع الكلي لدرجة توفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية فبلغ (3.49). وهذا يشير إلى درجة متوسطة في توفر العوامل المرتبطة بالسياحة الرياضية.

هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقويم السياح لتوفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي الأردني تبعا لمتغيرات الجنس، والجنسية، وعدد مرات الزيارة، والغرض من الزيارة؟

للإجابة عن السؤال الرابع حول وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقويم السياح لتوفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية تبعا لمتغيرات الدراسة، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتوفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي الأردني تبعا لمتغيرات الجنس والجنسية وعدد مرات الزيارة والغرض من الزيارة. تبين أن المتوسطات الحسابية لدرجة تقييم السياح لتوفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية للذكور والإناث كانت متقاربة حيث بلغ المتوسط الحسابي للذكور (3.66) وللإناث (3.56). ومن حيث الجنسية حصلت الجنسية الأمريكية على متوسط حسابي بلغ (3.91)، تلاها الجنسية الأوروبية

مقابلة

بمتوسط حسابي (3.77)، ثم الأردنية بمتوسط حسابي (3.32) وفي النهاية الجنسية العربية بمتوسط حسابي (3.28). ومن حيث تكرار الزيارة، بلغ أعلى متوسط حسابي للزيارة (3) ثلاث مرات فأكثر) حيث بلغ (3.6)، ثم جاء المتوسط الحسابي لعدد الزيارات ثلاث مرات (3.34)، ثم زيارتان (3.25) ثم زيارة واحدة (3.00). كان أعلى متوسط حسابي لهدف ممارسة النشاطات الرياضية (4.05)، ثم جاء المتوسط الحسابي لهدف قضاء أوقات الفراغ (3.80)، ثم لهدف مشاهدة المناظر الطبيعية (3.73) ثم زيارة المواقع الأثرية، والمشاركة في المؤتمرات، وزيارة الأقارب، والتسوق، والعلاج، والأغراض الأخرى بمتوسطات حسابية بلغت (3.72)، (3.68)، (3.54)، (3.50)، (3.26) و(3.11) على التوالي. وبغرض الكشف عن الفروق بين المتوسطات الحسابية السابقة في درجة تقويم العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي الأردني تبعا لمتغيرات الجنس، والجنسية، وعدد مرات الزيارة، والغرض من الزيارة، تم تطبيق تحليل التباين الرباعي كما في الجدول (9).

جدول (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لفقرات مجال توفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية

العامل	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الشعور بالأمن	4.31	0.96
سمعة الأردن بين الدول	4.18	1.12
توفر البنية التحتية	3.90	1.05
الأجهزة والمعدات اللازمة لممارسة النشاطات الرياضية	2.43	0.94
ملائمة التجهيزات الرياضية للمعايير العالمية	2.32	0.82
القدرة على تنظيم النشاطات الرياضية على المستوى العالمي	2.30	0.83
اهتمام الجهات الرسمية بدعم النشاطات الرياضية	3.48	1.17
الدعم والرعاية المالية للنشاطات الرياضية	3.60	1.01
فعالية تسويق النشاطات الرياضية	2.23	0.84
التسهيلات والخدمات الرياضية	3.66	1.13
الحضور الأردني الفاعل في النشاطات الرياضية	3.61	1.02
الوعي الرياضي للمواطن الأردني	3.61	0.99
التسهيلات على المعابر والحدود للرياضيين	3.74	1.00
التميز والفرادة بين دول الإقليم	3.70	1.15
مستوى النظافة	3.81	0.92
مستوى الضيافة	3.73	1.12

تنمية السياحة الرياضية في "المثلث السياحي الذهبي" في الأردن: الواقع الحالي وآفاق التنمية المستقبلية

العامل	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
التعامل مع الحالات الطارئة	4.08	0.86
الخدمات الطبية الرياضية	3.72	1.00
مستوى الإعلام الرياضي	3.63	0.98
جودة الخدمات الصحية	3.75	0.85
المجموع الكلي	3.49	0.67

جدول (9): نتائج تحليل التباين الرباعي لكشف الفروق في درجة تقويم السياح لمجال توفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية تبعاً لمتغيرات الجنس، والجنسية، وعدد الزيارات، والغرض من الزيارة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
الجنس	0.96	1	0.96	0.51	0.47
الجنسية	1.27	3	0.42	0.56	0.86
عدد الزيارات إلى الأردن	2.45	7	0.35	1.86	0.08
الهدف من الزيارة	9.96	8	1.24	6.62	0.00 *
نسبة الخطأ	24.64	131	0.188		
المجموع	39.28	150			

* ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a = 0.05)

يظهر من الجدول عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية لدرجة تقويم السياح لتوفر عوامل السياحة الرياضية في الأردن تبعاً لمتغيرات (الجنس، والجنسية، وعدد الزيارات إلى الأردن) ووجود فروق بين المتوسطات الحسابية لدرجة تقويم السياح لتوفر عوامل السياحة الرياضية تبعاً لمتغير (الهدف من الزيارة) حيث بلغت قيمة (ف) لمتغير الهدف من الزيارة (6.62) بدلالة إحصائية (0.00) وهي قيمة دالة إحصائية لمتغير الهدف من الزيارة. وبغرض الكشف عن مواقع الفروق تم تطبيق اختبار (Scheffe) للمقارنات البعدية لمتغير الهدف من الزيارة. يوضح ذلك الجدول أن مواقع الفروق على متغير الهدف من الزيارة كانت بين (ممارسة الأنشطة الرياضية وكل من العلاج والتسوق) لصالح ممارسة الأنشطة الرياضية، حيث بلغ المتوسط الحسابي لممارسة الأنشطة الرياضية (4.05) بينما بلغ لهدف العلاج (3.26) ولهدف التسوق (3.50). كما تبين وجود فروق بين (قضاء أوقات الفراغ وكل من العلاج والتسوق)، وكانت الفروق لصالح قضاء أوقات الفراغ حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (3.80) في حين بلغ

المتوسط الحسابي لأهداف العلاج (3.26) ولأهداف التسوق (3.50)، بينما لا توجد فروق دالة إحصائية عند بقية المقارنات.

ما مدى تقويم السياح لأهمية العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني؟

للإجابة عن السؤال الخامس المتعلق بتقويم السياح لأهمية العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم أفراد العينة لفقرات مجال أهمية العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي الأردني، والمجموع الكلي لها، كما في الجدول (10).

يظهر من الجدول أن الفقرة الخاصة بعامل "فعالية تسويق النشاطات الرياضية" والفقرة الخاصة بعامل "مستوى الإعلام الرياضي" جاءتا بالمرتبة الأولى وبمتوسط حسابي (4.25)، أما أقل المتوسطات الحسابية فقد بلغت (3.65) وكانت للفقرة الخاصة بتقويم أهمية العوامل من حيث "التسهيلات على المعابر والحدود للرياضيين". وقد بلغ المجموع الكلي لدرجة أهمية عوامل السياحة الرياضية (3.96). وهذا يشير إلى درجة مرتفعة في أهمية العوامل لتطوير السياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي الأردني.

هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقويم السياح لأهمية العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي الأردني تبعا لمتغيرات الجنس، والجنسية، وعدد مرات الزيارة، والغرض من الزيارة؟

للإجابة عن السؤال السادس المتعلق بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقويم السياح لأهمية العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي الأردني تبعا لمتغيرات الدراسة، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة تقويم السياح لأهمية العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني تبعا لمتغيرات الجنس، والجنسية، وعدد مرات الزيارة، والغرض من الزيارة. جاءت المتوسطات الحسابية لدرجة تقويم السياح لأهمية عوامل السياحة للذكور والإناث متقاربة حيث بلغ المتوسط الحسابي للذكور (3.98) وللإناث (3.93). كما أن المتوسطات الحسابية لدرجة تقويم السياح لأهمية عوامل السياحة الرياضية تبعا لمتغير الجنسية بلغت أعلاها في حالة الجنسية الأوروبية (4.37) تلاها الأمريكية (4.20) ثم العربية (4.06) والأردنية (3.15). ومن حيث عدد مرات الزيارة، فقد جاءت في المرتبة الأولى (أربع مرات فأكثر) بمتوسط حسابي (4.12) تلاها (ثلاث مرات) بمتوسط حسابي (3.98) ثم (مرتان) بمتوسط حسابي (3.8) وفي النهاية (مرة واحدة) بمتوسط حسابي (2.65).

تنمية السياحة الرياضية في "المثلث السياحي الذهبي" في الأردن: الواقع الحالي وآفاق التنمية المستقبلية

ومن حيث الغرض الرئيسي من الزيارة تبين أن أعلى متوسط حسابي كان لهدف ممارسة النشاطات الرياضية حيث بلغ (4.40)، ثم جاء المتوسط الحسابي لهدف مشاهدة المناظر الطبيعية وبلغ (4.06)، ثم لهدف زيارة المواقع الأثرية حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.01). ثم زيارة الأقارب (3.96)، فالتسوق (3.95) فقضاء أوقات الفراغ (3.77) فالمشاركة في المؤتمرات (3.65) فالعلاج (3.22) وفي النهاية الأغراض الأخرى (3.09).

جدول (10): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لفقرات مجال أهمية عوامل السياحة الرياضية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العامل
1.03	4.03	الشعور بالأمن
1.05	3.73	سمعة الأردن بين دول العالم
1.17	3.81	توفر البنية التحتية
0.95	4.09	الأجهزة والمعدات اللازمة لممارسة النشاطات الرياضية
1.11	4.06	ملائمة التجهيزات الرياضية للمعايير العالمية
1.08	4.13	القدرة على تنظيم النشاطات الرياضية على المستوى العالمي
0.99	4.02	اهتمام الجهات الرسمية بدعم النشاطات الرياضية
1.08	4.16	الدعم والرعاية المالية للنشاطات الرياضية
0.99	4.25	فعالية تسويق النشاطات الرياضية
1.07	4.00	التسهيلات والخدمات الرياضية
1.16	3.98	الحضور الأردني الفاعل في النشاطات الرياضية
1.03	3.96	الوعي الرياضي للمواطن الأردني
1.08	3.65	التسهيلات على المعابر والحدود للرياضيين
1.08	3.95	التميز والفرادة بين دول الإقليم
1.07	3.94	مستوى النظافة
1.13	3.93	مستوى الضيافة
1.06	3.89	التعامل مع الحالات الطارئة
1.07	3.91	الخدمات الطبية الرياضية
0.99	4.25	مستوى الإعلام الرياضي
1.12	3.83	نوعية الخدمات الصحية
0.84	3.96	المجموع

وبغرض الكشف عن الفروق بين المتوسطات الحسابية السابقة في درجة تقييم السياح لأهمية العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي الأردني تبعا لمتغيرات الجنس، والجنسية، وعدد مرات الزيارة، والغرض من الزيارة، تم تطبيق تحليل التباين الرباعي (4- Way ANOVA) كما في الجدول (11).

جدول (11): نتائج تحليل التباين الرباعي لتقييم السياح لمجال أهمية عوامل السياحة الرياضية تبعا لمتغيرات الدراسة.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)
الجنس	3.52	1	3.52	0.00
الجنسية	11.27	3	3.75	1.32
عدد الزيارات	6.8	7	0.97	1.38
الهدف من الزيارة	5.49	8	0.68	0.96
نسبة الخطأ	93.17	131	0.71	
المجموع	120.25	150		

يظهر من الجدول عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية لدرجة تقييم السياح لأهمية عوامل السياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني تبعا لمتغيرات (الجنس، والجنسية، وعدد الزيارات إلى الأردن، والهدف من الزيارة).

نتائج الدراسة

- (1) معظم أفراد العينة من الجنسيات الأوروبية الذين تكررت زيارتهم للمملكة بهدف ممارسة النشاطات الرياضية.
- (2) اعتبرت عينة الدراسة أن الانترنت هي الوسيلة الأساسية للتعرف على الموقع السياحي.
- (3) يغلب على الرحلات السياحية الطبيعية الفردية غير المنظمة مع دور محدود للمؤسسات والاتحادات الرياضية وغياب واضح لشركات السياحة والسفر.
- (4) أكثر الرياضات التي يرغب السياح بممارستها تتمثل برياضة الغوص والسباحة وسباقات التحمل والغطس وتسلق الجبال، وأقلها الرياضات الكروية والطائرات الورقية والرياضات الكروية المائية.
- (5) جاء تقييم أفراد العينة مرتفعاً لعوامل الشعور بالأمن، وتوفر وسائل النقل، وتوفر خدمات الإقامة، وجاذبية المكان، ونوعية خدمات الإقامة والطعام، وأقلها توفر التقنيات والمعدات اللازمة لممارسة النشاطات الرياضية.

- (6) ضمن مجالات الدراسة الرئيسية الثلاث، احتل توفر الخدمات الخاصة بالسياحة الرياضية المرتبة الأولى تلاها جودة الخدمات ثم تكاليفها من وجهة نظر عينة الدراسة.
- (7) احتلت جاذبية الموقع السياحي ونوعية خدمات الإقامة وجودة خدمات الأطعمة المراتب الأولى، واحتلت عملية التنسيق بين الجهات المختصة بتنظيم النشاطات الرياضية المرتبة الأخيرة.
- (8) من حيث تكاليف الخدمات، جاءت تكاليف المواصلات بالمرتبة الأولى تلاها تكاليف الطعام والشراب وفي المرتبة الأخيرة تكاليف استخدام الأجهزة والمعدات الرياضية.
- (9) من حيث العوامل الخاصة بالنشاطات الرياضية جاء الشعور بالأمن في المرتبة الأولى تلاها سمعة الأردن بين دول العالم، وفي المرتبة الأخيرة فعالية تسويق النشاطات الرياضية.
- (10) لا يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين تقويم السياح لتوفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية تبعاً لمتغيرات الجنس والجنسية وعدد مرات الزيارة، بينما يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية تبعاً للغرض الرئيسي من الزيارة لصالح ممارسة الأنشطة الرياضية.
- (11) من العوامل الهامة لتنمية السياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي الأردني من وجهة نظر عينة الدراسة تسويق النشاطات الرياضية ورفع مستوى الإعلام الرياضي وتوفير الدعم والرعاية المالية لإقامة النشاطات الرياضية في الأماكن السياحية.
- (12) لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تقويم السياح لأهمية عوامل السياحة الرياضية تبعاً لمتغيرات الدراسة.

التوصيات

من أهم التوصيات والمقترحات التي تقدمها الدراسة:

- (1) التأكيد على أهمية تعزيز أهمية السياحة الرياضية ضمن السياسات والإستراتيجيات الخاصة بالمؤسسات السياحية والرياضية في المملكة، والبعد عن التركيز على الأنماط السياحية التقليدية وتعزيز التوجه نحو السياحة البديلة وعلى رأسها السياحة الرياضية لما يتوفر في المملكة من غنى وتنوع فريد في مقوماتها.
- (2) تعزيز التنسيق والتعاون بين الجهات السياحية الرسمية والأهلية من جهة والمؤسسات والمجلس الأعلى للشباب والاتحادات الرياضية لتعظيم المنافع المتحققة من السياحة الرياضية في المملكة من خلال تعظيم التكامل بين السياحة والرياضة.

- (3) زيادة الاهتمام بتسويق النشاطات السياحية الرياضية في الأسواق السياحية والاستفادة من التميز والتكامل المتوفر في إطار السياحة الرياضية، والتأكيد على دور المؤسسات الإعلامية في ترويج نشاطات السياحة الرياضية محليا وإقليميا وعالميا.
- (4) تشجيع القطاع الأهلي على دعم ورعاية النشاطات الرياضية واستضافة الدورات الرياضية ومساندة الرياضة والرياضيين بالتنسيق مع الجهات المعنية في القطاعين السياحي والرياضي.
- (5) دراسة وتحليل المقومات السياحية الرياضية في المملكة وترويجها باستخدام الأساليب والأدوات العلمية المناسبة، خاصة الشبكة العنكبوتية التي أصبحت في متناول الجميع والأكثر استخداما في العديد من الأسواق السياحية.
- (6) إبراز عوامل الأمن السياحي وجاذبية الأردن كمقصد سياحي وتنوع المقومات السياحية الرياضية ضمن برامج تنمية وتسويق السياحة الرياضية في المملكة.
- (7) مضاعفة الاهتمام بالرياضيين الأردنيين وتشجيع المؤسسات والنوادي الاتحادات الرياضية على بناء علاقات بناءة مع مثيلاتها خارج الأردن، خاصة في الوطن العربي.
- (8) التأكيد على ضرورة إدماج شركات السياحة والسفر ومؤسسات الضيافة في تخطيط وإدارة النشاطات الرياضية في المملكة للوصول إلى أفضل النتائج الخاصة بالسياحة الرياضية.
- (9) زيادة التركيز على تنمية وترويج السياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي نظرا لتوفر وتنوع المقومات والخدمات السياحية من مقومات وخدمات خاصة بالسياحة المائية وسياحة المغامرة والسياحة الثقافية، ولما حققته كل من العقبة والبتراء ووادي رم من سمعة سياحية عالمية. فالبتراء ورم تم تسجيلها على قائمة التراث العالمي من قبل اليونسكو، والعقبة هي المنفذ البحري الوحيد للمملكة على البحر الأحمر وتتميز بشواطئها الدافئة وشعبها المرجانية الجذابة.
- (10) تعزيز جودة خدمات السياحة الرياضية من خلال توطيد أواصر التعاون بين الفعاليات المعنية باستغلال مقومات السياحة الرياضية في المملكة والنهوض بمستواها وتحقيق المزيد من المنافع لكافة الشركاء في تنميتها وتسويقها.
- (11) التنسيق بين كافة الجهات المعنية، وعلى رأسها المجلس الأعلى للشباب وهيئة تنشيط السياحة بتنمية وتسويق السياحة الرياضية في المملكة للحد من إدراك عينة الدراسة لارتفاع تكاليف بعض الخدمات الخاصة بالسياحة الرياضية تشجيعا للرياضة والرياضيين.
- (12) توفير الخدمات السياحية التي يحتاجها المواطن السائح وبما يتناسب مع امكانياته وقدراته في المواقع الجاذبة للرياضة والرياضيين.

- 13) ضرورة الاهتمام بالتسويق الجيد للمنتج الأردني من السياحة الرياضية ووضع خطط وسياسات تسويقية وإعلامية لاجتذاب السياح من مختلف الأسواق السياحية من عشاق مختلف أنواع الرياضات وتشجيعهم على زيارة المثلث السياحي الذهبي الأردني وممارسة هواياتهم طوال العام. ويمكن في هذا السياق استغلال المشاركة والدعم الملكي الواضح للرياضة والرياضيين.
- 14) العمل على جذب الاستثمارات والدعم المالي لإقامة المشروعات الخاصة بتوفير امكانات الترويج والرياضة.
- 15) إقامة المهرجانات والمناسبات الرياضية بالقرب من المناطق السياحية والأثرية في المثلث السياحي الذهبي الأردني لجذب الشباب الرياضي في العالم للاشتراك بها وجذباً لهواة مشاهدة مثل هذه المناسبات.
- 16) العمل على إتاحة الفرصة للرياضيين للتمتع ببعض المميزات أثناء انعقاد المناسبات والمهرجانات الرياضية، وفي مقدمتها زيارة المتاحف والمناطق السياحية برسوم تشجيعية بالتنسيق مع وزارة السياحة والآثار وهيئة تنشيط السياحة والمجلس الأعلى للشباب، حيث أن ذلك يعتبر أحد المتغيرات والمحفزات لتكرار الزيارة والبقاء لأطول مدة ممكنة بعد انتهاء المناسبة الرياضية.
- 17) إعداد وتنفيذ برامج توعية سياحية بهدف التعريف بالسياحة الرياضية وأبعادها وتعزيزها كمفهوم وممارسة من خلال تصميم برامج سياحية تتناسب مع حاجات الشباب الأردني وإمكانياته وتشجيع الشباب على المشاركة بمثل هذا النوع من السياحة.
- 18) العمل على دعم وتطوير المكاتب السياحية الأردنية في الخارج وخاصة في الدول التي تقع على قمة الدول المصدرة للسياحة إلى الأردن وإلزامها بالقيام بتشجيع السياحة الرياضية وإدراجها ضمن برامجها السياحية.

Developing Sport Tourism in the "Golden Tourism Triangle" in Jordan: Current Situation and Future Development Prospects

Khalid M.A. Magablih, *Department of Tourism, Yarmouk University, Irbid, Jordan.*

Abstract

This study sought to investigate the existing status of sport tourism in the "Golden Tourism Triangle" in Jordan, and how to develop it from the point of view of tourists willing to practice sport activities. A purposive study sample of 160 sport tourists in the research area were selected to answer the questionnaire as a main study tool.

The study showed that tourists appreciate the attractiveness and safety of the destination as well as the availability of facilities and services needed by tourists. Tourists placed the availability of tourism services of prime importance, followed by the quality and cost of tourism services. It also revealed the weakness of coordination among the organizations and institutions responsible for sport tourism development and marketing.

The study suggested the necessity of formulating a clear policy for developing and marketing sport tourism in coordination with the concerned institutions and activities. In addition, the study proposed emphasizing the importance of the attractiveness and safety of Jordan as a tourist destination, the need for formulating and implementing effective marketing strategies for sport tourism in targeted markets, and encouraging the private sector to support and sponsor sport activities.

وقبل في 2009/1/26

قدم البحث للنشر في 2008/5/22

المراجع

جنكات، سمير والدويري، لطف الله. (1999). الرواد: الرياضة والشباب في الاردن، روادها ومؤسسوها، وزارة الثقافة والشباب /عمان.

خضور، اديب. (1994). الاعلام الرياضي: دراسة علمية للتحرير الرياضي في الصحافة والاذاعة والتلفزيون، المكتبة العلمية دمشق - سورية.

دائرة الاحصاءات العامة، الكتاب الاحصائي السنوي، العدد 57، عمان - الاردن، 2006م.

- الشافعي، حسن. (2004). *الموسوعة العلمية للإدارة الحديثة*. دار الوفاء للنشر، الإسكندرية.
- طاهر، عادل. (2001). *الرياضة والسياحة*. المجلس الدولي للتربية البدنية والرياضية، القاهرة، مصر.
- مديرية الإحصاء والمعلومات، وزارة السياحة والآثار، عمان، الأردن، 2007 م.
- Ajzen, I. and Driver, B.L. (1992). Application of the Theory of Planned Behavior to Leisure Choice , *Journal of leisure Research*, 24(3):207-225.
- Alexandris, K., Kouthari, C. and Melgdis, A. (2006). Increasing Customers' Loyalty in a Skiing Resort: The Contribution of Place Attachment and Service Quality", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(5): 414-425.
- Alvino, F. (2003). *Scelte di valore e politiche di sviluppo delle aziende tour operating*, Giappichelli, Torino.
- Augustyn, M. (1996). "Opportunities for Co-operative Sport Tourism Marketing", in Pigeassou, C, Ferguson, R. (Eds), *The World of Sport Management and Sport Management Throughout the World*, Montpellier.
- Cornwell, T.B. (1989). "Tattooed Women and Tractor Pulls: Sports Marketing Examined", in Gordon, Kellerman (Eds), *Advances in Marketing, Proceedings of the Southwest Marketing Association*.
- De Knop, P. and Standeven, J. (1998). "Sport Tourism: A New Area of Sport Management", *European Journal for Sport Management*, 5(1):30-45.
- Della Corte, V. (2004). *La Gestione Strategica e le Scelte di Governo di un'impresa Tour Operator*, Cedam, Padova.
- Eisenhart, T. (1988), "Sporting Chances Zap Competitors", *Business Marketing*, pp. 92-97.
- Franch, M. (Ed.) (2002). *Destination Management, Governare il Turismo tra Locale e Globale*, Giappichelli, Torino,.
- Graham, S., Neirotti, L. and Goldblatt, J. (Eds) (2001). *The Ultimate Guide to Sports Marketing*, McGraw-Hill, NY.
- Hall, C.M. (1998). *Imaging Tourism and Sports Events Fever: the Sydney Olympics and the Need for a Social Character for Mega – events*, in Gratton, C. and I.P.Henry (eds.), *Sport in the City: The Role of Sport in the Economic and Social Regeneration*, London: Routledge, PP. 166-183.
- Hudson, S. (2003). *Sport and Adventure Tourism*, Haworth, New York, NY,.
- Masterman, G. (2004). "Sport Events: A New Planning Process", *Sport and Leisure Operations Management*, London,183-198.

- McMahon- Bealtie, U. and Yeoman, I. (Eds.) (2004). *Sport and Leisure Operations Management*, Thomson Learning , London.
- Millington, K., Locke, T. and Locke, A. (2000). "Adventure Travel", *Travel and Tourism Analyst*, 4: 65-97.
- O'Neil, p.W., Martin, A., Martin, M. and Ronald, G. (2000). "Diving into Service Quality – the Dive Tour Operator Perspective", *Managing Service Quality*, 10(3):131-140.
- Page, S., Steele, W. and Gunell, J. (2006). "Analyzing the promotion of A adventure Tourism", Scotland , *Journal of Sport Tourism* , 11:51-76.
- Palmer, C. (2004). "More than just a game: the consequences of golf tourism", in Petrick, J.F. (2002)," Experience Use History as A Segmentation Tool to Examine Golf Travelers' Satisfaction, Perceived Value and Repurchase Intentions", *Journal of Vacation Marketing*,8(4):332-342.
- Readman, M. (2003), "*Golf Tourism*", in Hudson, S. (Eds), Sport and Adventure Tourism, Haworth, New York, NY.
- Ritchie, B. and Adair, D. (Eds) (2004). *Sport Tourism: Interrelationships, Impacts and Issues*, Channel View, Clevedon.
- Schlossberg, H. (1991). "Sports Marketing", *Journal of Promotion Management*, 1(1):119-122.
- Schlossberg, H. (1996). *Sports Marketing: Global Marketing Perspectives*, Human Kinetics, Cambridge.
- Shannon, J.R. (1999). "Sports Marketing: An Examination of Academic Marketing Publications, *Journal of Services Marketing*, 13 (6):517-535
- Sinclair, D. (2005). "Sport Education: A Priority for Caribbean Sport Tourism", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(6):536-548.
- Ukman, L. (1984). "*The Special Event: Finding its Niche*", Public Relations Journal, p.21.
- www.draft.gov.au/aib/sport.html (accessed on 20/2/2008)
- www.emda.org.uk/uploaddocuments/EastMidlandsSportsTourism-FinalReport.pdf (accessed on 20/2/2008).