

مستوى ثقافة الخدمات الترويحية وعلاقته ببعض المتغيرات لدى أخصائي النشاط الرياضي بمحافظة الدقهلية

أ.م.د / حسام عبد العزيز جوده

أستاذ مساعد بقسم الترويج الرياضي -

كلية التربية الرياضية - جامعة المنصورة

م / ياسمين عبد النبي محمد

معيدة بقسم الترويج الرياضي - كلية التربية الرياضية

جامعة المنصورة

أ.م.د / حمدينوعمر السيد

أستاذ مساعد بقسم الترويج الرياضي - كلية التربية الرياضية - جامعة المنصورة

ملخص البحث:

أخصائي النشاط الرياضي بمحافظة الدقهلية، استخدم الباحثون المنهج الوصفي لمنالمتة لطبيعة البحث علي عينة قوامها (١٧٠) أخصائي أنشطة رياضية من العاملين بالأندية الرياضية بمحافظة الدقهلية ، حيث تم تقسيم عينة البحث إلي (٤٠) أخصائي نشاط عينة إستطلاعية و (١٣٠) عينة دراسة أساسية ، تم اختيارهم بالطريقة العشوائية من أندية محافظة الدقهلية و اللتي شملت (٩) أندية مقسمين علي خمسة مراكز بالمحافظة و هي (شربين، المنصورة، طلخا، دكرنس، بني عبيد) ، ومن ادوات جمع البيانات مقياس ثقافة الخدمات الترويحية (إعداد الباحثون)، وقد اسفرت نتائج البحث عن:

ارتفاع معدل إستجابات عينة أخصائي الأنشطة الرياضية علي محاور إستبيان ثقافة الخدمات الترويحية ، حيث تراوحت النسبة المئوية لإستجابات العينة لمحاور ثقافة الخدمات الترويحية ما بين (٧٥.٣٠%) إلى (٨٤.٣٥%).

- ارتفاع معدل ثقافة الخدمات الترويحية لدي أخصائي الأنشطة الرياضية العاملين بأندية محافظة الدقهلية .

- عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين إستبيان ثقافة الخدمات الترويحية و متغير المؤهل الدراسي لأخصائي النشاط ، حيث تراوحت قيمة (ت) المحسوبة بين (٠.٦١ : ٢.٧٦)، حيث إن قيمة (ت) المحسوبة أقل من قيمة (ت) الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) ،

- وجود فروق دالة احصائياً بين الدرجات الوظيفية المختلفة لأخصائي النشاط الرياضي و إستبيان ثقافة الخدمات الترويحية ، حيث تراوحت قيمة (ف) المحسوبة بين (٠.٨١ : ٩.٢٢)، حيث أن قيمة (ف) المحسوبة أعلى من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) .

- عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين إستبيان ثقافة الخدمات الترويحية و متغير المؤهل الدراسي لأخصائي النشاط ، حيث تراوحت قيمة (ت) المحسوبة بين (٠.٦١ : ٢.٧٦)، حيث إن قيمة (ت) المحسوبة أقل من قيمة (ت) الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥)

مقدمة البحث:

إلى سلوكيات و ممارسات تؤدي بصورة منتظمة .
(٢٠:٢١١)

و يري الباحثون أن ممارسة الخدمات الترويحية تعد من أهم العوامل التي تساعد علي النهضة الحضارية و الثقافية و الرياضية و الاجتماعية للمجتمع، حيث تعمل علي تنمية المستفيدين بشكل متكامل في مختلف الجوانب سواء رياضياً أو فكرياً أو إجتماعياً أو ثقافياً أو صحياً.

ويشير محمد الحماحمي وعايدة عبد العزيز (٢٠٠٩) على ضرورة أن تعمل الأندية على تنوع برامجها وخدماتها التي تقدمها لجمهورها أو لاعضاءها حتى تتناسب مع جميع المراحل العمرية وتشبع الميول والدوافع والإهتمامات والحاجات المختلفة لأعضائها نحو مناشطها، كما تقوم بتقديم العديد من الخدمات والوظائف نحو المجتمع فهي تعد من أهم المؤسسات الاجتماعية التي تهدف من خلال برامجها التربوية إلى تنمية أعضائها من الجوانب البدنية والنفسية والعقلية والاجتماعية وإلى إتاحة الفرص لهم لإشباع ميولهم وحاجاتهم والإستمتاع بوقت فراغهم . (١١:٢١٠).

كما يري محمد خميس (٢٠٠٦)، ضرورة حرص الأخصائيين علي تقديم الخدمات الترويحية بتسهيل مشاركة المستفيدين في الأنشطة الترويحية و ذلك لدرهم الفعال في زيادة درجات الرضا عن الحياة . (١٣:١٦)

لذى يرى الباحثون من الأهمية التعرف على مستوى ثقافة الخدمات الترويحية لدى أخصائي الأنشطة الترويحية الرياضية في الاندية الرياضية خاصة ان المجتمع يمر بحالة تجدد و تغير ثقافي بشكل مستمر ويتفق ذلك مع ما يشير إليه , r , Shevlen (٢٠١٢)، والتي توصلت

يذكر خالد أبو شعيرة (٢٠٠٩)، أن الثقافة هي كل ما صنعة الأنسان عبر التاريخ من أشياء ووسائل و مظاهر للحياة و البيئة الاجتماعية التي تحيط به ، كما لها دور و أثر فعال في توجيه سلوك المستفيدين داخل المجتمعات . (٦:١٨)

وتذكرهبة مخيمر (٢٠٠٨) أن هذه الثقافة تتمركز حول المعرفة و القيم و الإتجاهات و المفاهيم والتي تتصل بصورة مباشرة بالمشاركة و الممارسة للأنشطة الترويحية ، من خلال تكوين فلسفة ذاتية ، للأفراد حول كيفية قضاء أوقات الفراغ بشكل إيجابي يتناسب ثقافياً وفق فن و أسلوب الحياة في مجتمع دائم التغير و التجدد . (١٥:٢٥)

كما يري كل من محمد الحماحمي و عايدة عبد العزيز (٢٠٠٩)، الترويح من أهم المجالات التي تسهم في إستثمار وقت الفراغ لكافة المراحل العمرية كما يعمل علي تنمية الشخصية المتكاملة، حيث أنه مليء بالأنشطة المتنوعة الفنية و الرياضية و الثقافية و الاجتماعية و التي تشبع ميول و إحتياجات المستفيدين و تتناسب مع كل المراحل السنوية ، فالترويح ضرورة من ضروريات الحياة و يتميز هذا النوع بتحقيق السعادة و السرور للمستفيدين من الخدمات الترويحية . (١١:١١٩).

ويشير popke (٢٠٠١)، أن الخدمات الترويحية من أهم جوانب الإعداد الثقافي للمستفيدين في مختلف المراحل العمرية ، كما أكدوا علي أهمية نشر الخدمات الترويحية بين الفئات المختلفة التي تكون المجتمع، مما يؤدي إلي إحتواء الأفكار و المفاهيم حول قيم و أهداف الممارسة للأنشطة الترويحية لتشكل حيزاً في ثقافتهم الرياضية مما يساعد علي بناء القاعدة الأساسية لتشكيل البنية الثقافية الرياضية و توجيهها

الرياضية بمحافظة الدقهلية ، وكذلك تحديد الجوانب التي يجب التركيز عليها لتنميتها لدى الأخصائيين مما يساعد في توجيه المستفيدين من ممارسة الأنشطة الترويحية الرياضية التي تتناسب مع قدراتهم وميولهم واحتياجاتهم والذي يؤدي إلى استثمار وقت الفراغ بطريقة إيجابية مما يسهم في تقدمهم وبالتالي تقدم المجتمع ككل .

لدى يرى الباحثون من الأهمية التعرف على المستوي الثقافية و الوعي الترويحي الرياضي لدى أخصائي الأنشطة الترويحية الرياضية في الاندية الرياضية خاصة ان المجتمع يمر بحالة تجدد و تغير ثقافي بشكل مستمر ، حيث ظهرت الضرورة الملحة الي أن يكون لدى اخصائي الترويح و الأنشطة الرياضية بالاندية خلفية ثقافية ترويحوية نظرية و تطبيقية متجددة حول كيفية تصميم البرامج والأنشطة الترويحية للفئات المختلفة حتي تستطيع تلك المؤسسات الرياضية من تقديم خدماتها علي اكمل وجة .

و بعد الاطلاع علي المراجع العلمية و المصادر المعرفية المختلفة والمتنوعة، وفي حدود علم الباحثون وجد أن هناك ندرة في الأبحاث التي تناولت مشكلة التجدد و التنوع الثقافي الترويحي لدي أخصائي الأنشطة الترويحية والرياضية بالاندية، مما دفع الباحثون إلي إجراء هذه الدراسة .

هدف البحث :

يهدف البحث إلى قياس مستوى ثقافة الخدمات الترويحية وعلاقته ببعض المتغيرات لدى أخصائي النشاط الرياضي بمحافظة الدقهلية وذلك من خلال عدة أهداف فرعية :

- التعرف على مستوى ثقافة الخدمات الترويحية لأخصائي النشاط الرياضي بمحافظة الدقهلية ؟

إلى أن كفاءة العاملين بالاندية الرياضية لها علاقة كبيرة برضا المستفيدين من الخدمات الرياضية . (٢١:١٠٩) كما يرى حسن فاروق (٢٠٠٥) أنه عندما يقوم أخصائي الأنشطة بتشكيل الوعي الترويحي الرياضي لدي الافراد فهو لا يعطيهم معارف ومعلومات عن الترويح الرياضي واهمية استثمار وقت الفراغ فقط ولكن المقصود كيفية توصيل المعلومات والمعارف للأفراد والإستفادة منها . (٤:١٨).

و يضيف حسام جودة (٢٠٠٨)، إن إرتفاع مستوى ثقافة الوعي الترويحي الرياضي لدى أخصائي الأنشطة من أهم العوامل التي تكسب المستفيدين النمو الشامل والمنتز ، وتساعد على النجاح في الحياه العملية والعلمية. (٣:٥)

وفي ضوء ما سبق تكمن مشكلة البحث الحالي في وجود إختلاف في مفهوم الثقافة الترويحية لدى أخصائيين الترويح و الأنشطة الرياضية بالاندية و القائمين علي تقديم الخدمات الترويحية للمستفيدين، لذلك يجب زيادة أنواع الخدمات الترويحية وإيجاد راند ترويحي متخصص حيث أصبحت الحاجة ماسة إلى تطوير دور المؤسسات الرياضية المختلفة لتحقيق مبداء الإستمرارية والتطوير .

كما يرى الباحثون أن ذلك يرجع ان تفهم القائمين على تقديم الخدمات الترويحية الرياضية بالاندية الرياضية لأحتياجات واهتمامات المستفيدين من تلك الخدمات والسعى نحو التغلب على نواحي القصور التي تواجههم مما يتيح لأكبر عدد ممكن من الافراد الاستمتاع بالمشاركة في مختلف الأنشطة التي تقدمها الاندية الرياضية .

لدى يرى الباحثون من الأهمية التعرف على مستوي الثقافة و الوعي الترويحي الرياضي لدى أخصائي الأنشطة الترويحية الرياضية في الاندية

الشخصية والإستبيان كأداة جمع البيانات ، وجاءت أهم النتائج تفعيل دور المؤسسات الترويحية لتحقيق رضا المستفيدين من الخدمات الترويحية .

قام صابر عبد الغنى (٢٠٠١م) (٨) بدراسة بهدف التعرف علي الخدمات الترويحية في الجمعيات الأهلية ومراكز الشباب بمحافظة القاهرة، استخدم الباحث المنهج الوصفي، تمثلت عينة البحث في (٣٣) مركز شباب وجمعية أهلية و (٣٣٠) من الممارسين واستخدم الاستبيان والمقابلة الشخصية ودراسة الحالة كأدوات لجمع البيانات، وجاءت أهم النتائج: لا يقوم أعضاء مجلس الإدارة بتذليل العقبات التي تواجه ممارسة الأنشطة، الميزانية المخصصة للأنشطة الترويحية غير مناسبة، الأنشطة الترويحية المقدمة لا تناسب رغبات وميول الأعضاء واستعدادهم، لا يوجد مشرف متخصص لكل نشاط، عدم وضع خطة للأنشطة الترويحية.

قام Kaiser (٢٠٠٢م) (١٨) ، بدراسة بهدف بناء وتطوير الخدمات الترويحية والرياضية للعارضين التجاريين في مدينة كلف ، استخدم المنهج الوصفي ، وتمثلت عينة البحث في ٣٥٠ فرد ، وإستخدم الإستبيان كأداة لجمع البيانات ، وجاءت أهم النتائج إجمالى الممارسين ٢٥,٨٠ ألف و ٢٢% ممارسة للأنشطة ٩٠ممارسة للالعاب الفردية والدفاع عن النفس و ٧٥% إجمالى عدد المراكز في المناطق لخضراء .

قام حسن فاروق (٢٠٠٥م) (٤)، بدراسة بهدف تحديد متطلبات الإعداد المهني الذي أعدته بعض كليات التربية الرياضية للاخصائى الترويحي من خلال التعرف على: متطلبات الإعداد الأكاديمية (النظرية والعملية)، استخدم الباحث المنهج الوصفي، على عينة بلغ قوامها (١٤٧) فرد تضمنت أعضاء هيئة التدريس بكلية التربية الرياضية بنات جامعة الإسكندرية وكلية التربية الرياضية بنين بنين حلوان و عدددهم (٢٠) والمسئولين

- التعرف على طبيعة العلاقة بين مستوى ثقافة الخدمات الترويحية ومتغيرات النوع ، والمؤهل العلمي ، والدرجة الوظيفية لدى أخصائي النشاط الرياضي بمحافظة الدقهلية ؟

- التعرف على دلالة الفروق بين النوع والمؤهل العلمى والدرجة الوظيفية لدى أخصائي النشاط الرياضي بمحافظة الدقهلية ؟

مصطلحات البحث :

ثقافة الخدمات الترويحية:

هي جميع الأنشطة الترويحية الرياضية والصحية والاجتماعية التي تقوم الأندية بتوفيرها للمستفيدين المترددين ولجميع فئات المجتمع بصفة عامة بهدف تحقيق أهداف التربية السليمة لجميع الفئات المستهدفة (٨ : ٨).

أخصائي النشاط الرياضي : (١)

هو الفرد المسئول عن تطبيق خطط و برامج الأنشطة الرياضية في مديريات الشباب والرياضة، الأندية، مراكز الشباب و الجامعات و من خريجي كليات التربية الرياضية .

الأندية الرياضية :

هيئة رياضية تكونها جماعة من الأفراد الطبيعيين أو الاعتباريين، مجهزة بالمباني و الملاعب و الأمكانات لنشر الممارسة الرياضية . (١٠ : ٤)

الدراسات المرجعية :

قام Machy Crompton (٢٠٠٠م) (١٩) ، بدراسة بهدف قياس جودة الخدمات الترويحية ، استخدم المنهج الوصفي ، وتمثلت عينة البحث في ٢٤٨ من المستفيدين والمديرين، وإستخدم المقابلة

(١) تعريف إجرائي.

حيث بلغت عينة الدراسة (٢١٧) مؤسسة ثقافية تم اختيارهم بالطريقة العمدية، إستخدم المقياس كأداة لجمع البيانات من تصميم الباحثة، وكانت أهم النتائج وجود قصور في نشر الثقافة الترويحية، و قصور في دور الهيئات الثقافية في المساهمة في رفع والثقافي و الترويحي للمستفيدين ، مشاركة السيدات أكبر من الرجال في الخدمات الترويحية .

قامت هبة مخيمر (٢٠١٥م) (١٥)، بدراسة بهدف بناء نموذج مقترح للمنتج الترويحي لمراكز الخدمة العامة بجامعة المنصورة ، إستخدمت الباحثة المنهج الوصفي، بلغت عينة الدراسة (٢٢٥) تم اختيارهم بالطريقة العمدية، إستخدمت المقياس كأداة لجمع البيانات من تصميمها، وكانت أهم النتائج النموذج المقترح للمنتج الترويحي لمراكز الخدمة العامة بجامعة المنصورة له تأثير جيد في تفعيل البرامج الترويحية.

قام حمدينو عمر (٢٠١٧م) (٥)، بدراسة بهدف بناء مقياس الوعي الترويحي الرياضي ، لأخصائي الانشطة بمراكز الشباب في محافظة الدقهلية ، وإستخدم الباحث المنهج الوصفي ، وتمثلت أدوات جمع البيانات في الاستبيان والمقابلة الشخصية ، تم تطبيق الدراسة على عينة بلغت (٤٦٦) مركز شباب قرية ومدينة وموزعين على (١٧) مركز وقد قام الباحث باختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية من (٩) مراكز بنسبة مئوية (٩٤,٥٢%) وبالطريقة العمدية من (٤١٥) أخصائي بنسبة مئوية (٥٠,٠٦%)، وقد روعي في إختيار العينة أخصائي النشاط المثبت ، أخصائيين ذو مؤهلات دراسية وسنوات خدمية مختلفة ، التقسيم الديموغرافي لمراكز الشباب ، تحتوى على ذكور وأناث ، كانت أهم النتائج أن عبارات المقياس الوعي الترويحي الرياضي تتميز بالقدرة على التميز في إستجابات أفراد العينة ، يتمتع مقياس الوعي الترويحي الرياضي بمعاملات علمية

عن المؤسسات الترويحية بمحافظة الإسكندرية و عددهم (٤٢) أخصائي نشاط ترويحي وطالبات شعبة الترويح وعددهم (٨٥) طالبة، واستخدم الباحث استمارة الاستبيان والمقابلة الشخصية كأوات البيانات، وكان من أهم النتائج التي توصل إليها الباحث ما يلي: عدم كفاية المقررات النظرية والتطبيقية ومجالات التدريب الميداني بالنسبة للطلاب للعمل لمزاولة مهنة الأخصائي الترويحي.

قام محمد خميس (٢٠٠٦م) (١٣)، بدراسة بهدف قياس مدى الرضا عن الخدمات الترويحية بالوحدات ذات الطابع الخاص بجامعة المنصورة ، إستخدم الباحث المنهج الوصفي، بلغت عينة الدراسة (٤٦٩) تم اختيارهم بالطريقة العمدية، إستخدم المقياس كأداة لجمع البيانات من تصميمه، وكانت أهم النتائج أن هناك انخفاض في مستوى الرضا عن توافر خدمات ترويحية لذوى الاحتياجات الخاصة ، ارتفاع مستوى الرضا عن قدرات مقدمو الخدمات الترويحية من الأخصائيين والمشرفين.

قام Shevlan (٢٠١٢م) (٢١) ، بدراسة بهدف تقييم أداء الخدمات الترويحية الاجتماعية والرياضية بالجامعات العامة ، إستخدم الباحث المنهج الوصفي، بلغت عينة الدراسة (٣٢٧) تم اختيارهم بالطريقة العمدية، إستخدم المقابلة الشخصية، المقياس كأداة لجمع البيانات من تصميمه، وكانت أهم النتائج إن الخدمات الترويحية المقدمة بالتعليم العالى تساهم في رفع الرضا، ضرورة قيام مديري التعليم العالى بالجامعات بتعديل وتطوير الخدمات الترويحية المستقبلية .

قامت أسماء مصطفى (٢٠١٤م) (١)، بدراسة بهدف التعرف علي واقع الخدمات الترويحية في الهيئات الثقافية ، إستخدمت الباحثة المنهج الوصفي،

مجتمع وعينة البحث :

يتحدد مجتمع البحث في الأندية الرياضية بمحافظة الدقهلية، و البالغ عددها (٣٤) نادي، موزعين علي (١٧) مركز بالمنصورة ، حيث بلغ الإجمالي عدد (١١٩٣) أخصائي نشاط.

و لقد قام الباحثون بإختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية، من (٥) مراكز: (المنصورة، طلخا، شربين، بني عبيد، دكرنس) بنسبة مئوية بلغت (٢٦.٤٧%) من إجمالي مجتمع البحث، وبالطريقة العمدية من (١٧٠) أخصائي نشاط رياضي، حيث بلغ حجم عينة الدراسة الأساسية (١٣٠) أخصائي رياضي بنسبة مئوية (٧٦.٤٧%) والدراسات الإستطلاعية تم تطبيقها علي عدد (٤٠) أخصائي نشاط رياضي بنسبة مئوية (٢٣.٥٢%)، داخل مجتمع البحث و من خارج العينة الأساسية، و تم تطبيق الدراسة الإستطلاعية في (٧) أندية شملت (٤) مراكز و هي المنصورة، طلخا، دكرنس، و السنبلوين، من خلال تطبيق أداة جمع البيانات، للتعرف علي مدي وضوح التعليمات و مناسبة صياغة المفردات لمستوي فهم و إدراك العينة .

عالية ، إرتفاع مستوى الوعي الترويجي الرياضي لدى أخصائي الأنشطة بمراكز الشباب في محافظة الدقهلية .

أوجه الإستفادة من الدراسات المرجعية :

- إعداد وتصميم البحث المناسبة لطبيعة الدراسة الحالية .
- التعرف على ما توصلت إليه الدراسات المرجعية السابقة من نتائج.
- إستخدام بعض نتائج و توصيات الدراسات السابقة في تأكيد مشكلة البحث .
- توثيق نتائج الدراسة الحالية عند مناقشة النتائج.

إجراءات البحث :

منهج البحث:

تم استخدام المنهج الوصفي (المسحي، الإرتباطي) بخطواته وإجراءاته لملائمة لطبيعة البحث .

جدول (١)

بيان عددي و نسبي للعينة قيد البحث

(ن = ١٧٠)

م	الدراسة	الوصف	العينة	النسبة المئوية
١	الأستطلاعية	المعاملات العلمية	٤٠	٢٣.٥٢ %
٢	الأساسية	التطبيق الميداني	١٣٠	٧٦.٤٧ %
	الإجمالي		١٧٠	١٠٠ %

جدول (٢)

توصيف عينة البحث الأساسية

(ن = ١٣٠)

المتغيرات	البيان	العدد	النسبة المئوية
متغير النوع	ذكر	٨٢	%٦٣.٠٨
	أنثى	٤٨	%٣٦.٩٢
متغير المؤهل الدراسي	بكالوريوس	٦٣	%٤٨.٤٦
	دراسات عليا	٦٧	%٥١.٥٤
متغير الدرجة الوظيفية	درجة أولى	٥٤	%٤١.٥٤
	درجة ثانية	٤٦	%٣٥.٣٨
	درجة ثالثة	٣٠	%٢٣.٠٨
العينة الأساسية	الإجمالي	١٣٠	%١٠٠.٠

للباحثون التوصل لأحدث البيانات والمعلومات والدراسات والأبحاث العلمية الخاصة بموضوع البحث، والتي كان من شأنها أن تخدم الإطار النظري والمنهجي ومتمن البحث .

المقابلات الشخصية :

قام الباحثون بإجراء المقابلات الشخصية من خلال تصميم إستمارة مقابلة شخصية شبة مقننة تحتوي علي عدة مجموعة من الأسئلة المباشرة عن الترويج الرياضي وثقافة الخدمات الترويحية، وذلك مع عدد (١٧) أخصائي نشاط رياضي من الأندية الرياضية بمحافظة الدقهلية ، و من داخل مجتمع البحث و خارج العينة الأساسية، لقد إستعان الباحثون بنتائج المقابلة الشخصية عند بناء مقياس ثقافة الخدمات الترويحية لأخصائي النشاط الرياضي .

مقياس ثقافة الخدمات الترويحية الرياضية لأخصائي النشاط الرياضي:

تحديد الهدف من المقياس :

يهدف المقياس إلى التعرف على مستوى ثقافة الخدمات الترويحية لدى أخصائي النشاط الرياضي بمحافظة الدقهلية .

وسائل و أدوات جمع بيانات البحث :

استخدم الباحثون الوسائل والأدوات التي تساعد على تحقيق هدف البحث للتعرف على مستوى ثقافة الخدمات الترويحية وعلاقته ببعض المتغيرات لدى أخصائي النشاط بمحافظة الدقهلية ، وهي على النحو التالي :

الأدوات التي أسفرت عنها القراءات النظرية والدراسات المرجعية :

قام الباحثون بإجراء مسح للدراسات المتخصصة التي توافرت لديهم، والاطلاع على المراجع العلمية المتخصصة وخاصة ذات الصلة بموضوع البحث، وهما دراسة علي حسن فاروق (٢٠٠٥) (٤)، هبة مخيمر (١٥) ، أسماء مصطفى (٢٠١٤) (١)، حمدينو عمر (٢٠١٧) (٥)، Popke (٢٠٠١) (٢٠)، Kaiser (2002) (١٨) Shevlen , r (٢٠١٢) (٢١) .

الشبكة العالمية للمعلومات :

قام الباحثون بالبحث في شبكة المعلومات الدولية سواء في كل من (البينة العربية، أو البينة الأجنبية)، ووحدة المكتبة الرقمية بالمكتبة المركزية، وأكاديمية البحث العلمي وبنك المعرفة المصري؛ بما أتاح

أبعاد لثقافة الخدمات الترويجية بشكل عام وتفاوت نسبة الاتفاق المرجعي عليها بشكل كبير وجاء ترتيبها كما هو موضح بجدول (٣).

تحديد الأبعاد المقترحة لبناء المقياس :
لتحديد الأبعاد المقترحة لبناء المقياس قامت الباحثون بإجراء مسح مرجعي شامل للمراجع العلمية والدراسات المرجعية، وقد أظهر المسح المرجعي (٨)

جدول (٣)

المسح المرجعي المرتبط بأبعاد ثقافة الخدمات الترويجية

م	المراجع	مفهوم الخدمات الترويجية	خصائص الخدمات الترويجية	مصادر الخدمات الترويجية	مجالات الخدمات الترويجية	أنواع الخدمات الترويجية	أهداف الخدمات الترويجية	الامكانيات	معايير مقدموا الخدمات الترويجية
١	محمود إسماعيل	✓	✓	-	-	✓	✓	-	✓
٢	كمال درويش و أمين الخولي	✓	✓	-	-	-	✓	-	✓
٣	آيات فتح الله	-	-	-	-	-	-	✓	✓
٤	فؤاد عساف و محمود عبد المجيد	✓	✓	✓	-	-	✓	-	-
٥	محمد الحماحمي	✓	✓	✓	-	✓	-	-	-
٦	علاء الدين متولى	-	✓	-	-	-	-	-	✓
٧	إيناس غانم	✓	✓	-	-	✓	-	-	-
٨	أحمد عبدالله ومحمد نعيم	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓
٩	خالد حسن	✓	-	-	✓	-	-	✓	-
١٠	أحمد مظر	✓	✓	-	-	-	-	✓	-
١١	هبة مخيمر	-	-	✓	-	-	-	✓	-
١٢	إجلال حافظ	✓	-	-	-	✓	✓	-	-
١٣	شيماء طارق	-	-	✓	-	-	✓	-	✓
١٤	حسن الشافعي	✓	✓	-	-	✓	✓	-	-
١٥	شرين فرحات	-	-	-	✓	-	-	-	✓
١٦	أسماء مصطفى	✓	✓	-	-	✓	✓	✓	-
١٧	ضحى سعيد	-	-	-	-	-	-	✓	✓
١٨	محمود نجيب	✓	✓	-	-	✓	✓	-	-
١٩	محمد السمهودي	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-
٢٠	محمد خميس	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓
٢١	مصطفى أبو العطا	✓	✓	-	-	✓	✓	✓	-
٢٢	مروة عاشور	✓	✓	-	-	✓	✓	✓	-
٢٣	أسماء مصطفى	-	-	-	-	✓	✓	-	✓
٢٤	Kalves	✓	✓	-	-	✓	✓	-	✓
٢٥	Kaiser	✓	✓	-	-	✓	✓	-	✓
٢٦	Gabriela Szabó	✓	-	-	-	-	-	✓	✓
٢٧	Enas Mohamed	✓	✓	-	-	-	-	✓	✓
٢٨	Kerr	-	✓	-	-	-	✓	✓	✓
	المجموع الكلي	١٩	١٧	٨	٤	١٥	١٩	٩	١٤
	النسبة المئوية	٧٩,١٦%	٧٠,٨٣%	٣٣,٣٣%	١٦,٦٦%	٦٢,٥%	٧٩,١٦%	٣٧,٥%	٥٧,٥%

جدول (٤)

ترتيب أبعاد مقياس ثقافة الخدمات الترويحية وفقاً للمسح المرجعي

م	اسم البعد	التكرار	الترتيب	النسبة المئوية
١	مفهوم الخدمات الترويحية	١٩	١	٧٩.١%
٢	أهداف الخدمات الترويحية	١٩	٢	٧٩.١%
٣	خصائص الخدمات الترويحية	١٧	٣	٧٠.٨%
٤	أنواع الخدمات الترويحية	١٥	٤	٦٢.٥%
٥	معايير مقدموا الخدمات الترويحية	١٤	٥	٥٧.٥%
٦	الإمكانيات	٩	٦	٣٧.٥%
٧	مصادر الخدمات الترويحية	٨	٧	٣٣.٣%
٨	مجالات الخدمات الترويحية	٤	٨	١٦.٦%

تم عرض الأبعاد المقترحة لمقياس ثقافة الخدمات الترويحية و العبارات الخاصة بكل بعد و التي تكونت من (٨٠) عبارة مقسمين علي (٨) محاور علي مجموعة من المحكمين المختصين في مجال علم الترويح الرياضي وعددهم (٩) محكمين للوصول إلي الصورة النهائية للمقياس و التي تتناسب مع تحقيق أهداف البحث، و لقد إرتضى الباحثون البقاء علي المحاور التي تحوز نسبة ٧٥ % فأكثر. مرفق (٤) بناء علي آراء الخبراء تم قبول العبارات الحاصلة علي نسبة موافقة (٧٥%) فأكثر وعددها (٥٤) عبارته منها عدد (٧) عبارات تم تعديل صياغتها، وتم حذف مجموعة من العبارات (العبارات المظلمة) وعددها (٢٦) عبارته، حيث استقر الرأي علي عدم ملاءمتها لمحاور المقياس في صورته النهائية مرفق (٥)، كما يتضح في جدول (٨).

و يتضح من جدول (٤) حصول مفهوم الخدمات الترويحية علي (٧٩.١%) لتتبادل مع أهداف الخدمات الترويحية (٧٩.١%) لتكون أعلي نسبة في ترتيب أبعاد مقياس ثقافة الأنشطة الترويحية والذي يتكون من (٨) أبعاد ويحصل البعد الخاص بمجالات الخدمة الترويحية علي (١٦.٦%) و هي أقل نسبة مئوية في أبعاد المقياس وفقاً للمسح المرجعي .

عرض أبعاد المقياس على السادة المحكمين:

تم عرض هذه الأبعاد الثمانية على مجموعة من المحكمين المختصين في مجال علم الترويح الرياضي وعددهم (٩) محكمين ، وذلك للتأكد من مناسبتها لمقياس ثقافة الخدمات الترويحية ، وتحديد الأهمية النسبية لكل بعد من هذه الأبعاد. مرفق (٣)

مقياس ثقافة الخدمات الترويحية في صورته الأولية :

جدول (٦)

النسبة المئوية لآراء الخبراء نحو الصورة الأولية لأبعاد المقياس

(ن = ٩)

م	أبعاد المقياس	موافق	غير موافق	%	تعديل صياغة
١	مفهوم الخدمات الترويجية	٩	-	١٠٠.٠٠	
٢	أهداف الخدمات الترويجية	٩	-	١٠٠.٠٠	
٣	خصائص الخدمات الترويجية المقدمة للمستخدمين	٩	-	١٠٠.٠٠	
٤	أنواع ومجالات الخدمات الترويجية المقدمة للمستخدمين	٩	-	١٠٠.٠٠	
٥	مقدمو الخدمات الترويجية	٨	١	٨٨.٨٩	
٦	مراحل تقديم الخدمة الترويجية	٥	٤	٥٥.٥٦	
٧	أبعاد ثقافة جودة الخدمة الترويجية	٥	٤	٥٥.٥٦	
٨	رضا المستخدمين من الخدمة الترويجية	٥	٤	٥٥.٥٦	

أبعاد المقياس وبعضها وبين الدرجة الكلية لكل بعد والدرجة الكلية للمقياس وذلك على عينة قوامها (٤٠) أخصائي نشاط و من داخل مجتمع البحث كما هو موضح بجدول رقم (٨).

بعد أن قام الباحثون بتطبيق عبارات المقياس على عينة الدراسة الاستطلاعية توصلوا إلى أن عدد عبارات المقياس أصبحت (٥٤) عبارة، بعد أن تم استبعاد (٢٦) عبارة وبذلك أصبح المقياس جاهز للتطبيق على عينة الدراسة الأساسية، تم الوصول للصورة النهائية لمقياس ثقافة الخدمات الترويجية و العبارات الخاصة بكل بعد و التي تكونت من (٥٤) عبارة مقسمين علي (٥) أبعاد و اللتي أقرها المحكمين المختصين في مجال علم الترويج الرياضي . مرفق (٥)

يتضح من جدول (٦) أنه تم الإتفاق بنسبة (١٠٠%) من إجمالي عدد الخبراء على عدد (٤) محاور وتعديل صياغة عدد (١) محور بنسبة (٨٨.٨٩%) ليصبح بذلك إجمالي عدد المحاور المتفق عليها (٥) محاور لمقياس ثقافة الخدمات الترويجية لأخصائي النشاط بالأندية الرياضية ، كما تم الموافقة بنسبة (٥٥.٥٦%) على عدد (٣) محاور وهي نسب أقل من نسبة (٧٥%) ولذا فقد تم إستبعادها تماما من الصورة النهائية للمقياس مرفق (٣) .

مقياس ثقافة الخدمات الترويجية في صورته النهائية :

وقد استخدم الباحثون صدق الاتساق الداخلي لحساب صدق عبارات وأبعاد المقياس من خلال إيجاد معامل الارتباط فيما بين كل من بين العبارات والدرجة الكلية للبعد الذي تمثله والدرجة الكلية للمقياس، وبين

جدول (٨)

معاملات الارتباط بين درجة كل محور والدرجة الكلية للمقياس

(ن = ٤٠)

المحاور	المتوسط	الإنعريف المعياري	المحور الأول	المحور الثاني	المحور الثالث	المحور الرابع	المحور الخامس	المقياس
مفهوم الخدمات الترويحية	٢.٠٥	٠.٥٤		٠.٩٢١	٠.٩٤١	٠.٩٧٨	٠.٩٦٢	٠.٩٢١
أهداف الخدمات الترويحية	٢.٥٠	٠.٦٠			٠.٩٨٤	٠.٩١٤	٠.٩٧٦	٠.٩٥١
خصائص الخدمات الترويحية المقدمة للمستخدمين	٢.٣٥	٠.٤٧				٠.٩٤٤	٠.٩٩١	٠.٩٧٩
أنواع الخدمات الترويحية المقدمة للمستخدمين	٢.٠٩	٠.٥٢					٠.٩٨٨	٠.٩٨١
مقدمو الخدمات الترويحية	٢.٤٥	٠.٤٦						٠.٩٦٣
المقياس	٢.٣٠	٠.٥١						

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى دلالة معنوية (٠.٠٥) = ٠.٢٦٤

قام الباحثون بعد تحديد عينة البحث وبناء أداتي جمع البيانات ، تم وضع برنامج زمني لإجراء البحث ، جمع البيانات عن أخصائي النشاط ، يتضمن الدراسة الإستطلاعية و الأساسية من جمع ، تصنيف ، تفرغ ومعالجة البيانات، حساب معامل الصدق و الثبات ، المعالجة الإحصائية للبيانات ، و عرض و مناقشة و تفسير النتائج ، خلال الفترة الزمنية من ٥/١٠/٢٠٢٠ حتى ٢٠/٥/٢٠٢١ ، كما هو موضح بجدول رقم (٩) .

يتضح من جدول (٨) وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين المحاور والمقياس حيث تراوحت قيمة (ر) المحسوبة ما بين (٠.٩٨٨ : ٠.٩٢١) وجميع القيم أكبر من قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) مما يدل على صدق الإتساق الداخلي لمحاور المقياس.

خطوات تطبيق البحث :

جدول رقم (٩)

خطوات تطبيق البحث

م	الإجراءات	التاريخ	الهدف	العينة	مكان التطبيق
١	الدراسة الإستطلاعية	من ٢٠٢٠/١٠/٥ م إلى ٢٠٢٠/١٠/١٨ م	حساب معامل الصدق و الثبات	٤٠ أخصائي نشاط	الأندية الرياضية
٢	الدراسة الأساسية	من ٢٠٢١/١/٢٥ م إلى ٢٠٢١/٣/٢٧ م	جمع البيانات لأخصائي النشاط	١٣٠ أخصائي نشاط	
٣	جمع بيانات الدراسة	من ٢٠٢١/٤/١ م إلى ٢٠٢١/٤/١٤ م	تصنيف البيانات و تفرغها و جدولتها		
٤	تصنيف البيانات و تفرغها	من ٢٠٢١/٤/٢٠ م إلى ٢٠٢١/٤/٢٩ م	المعالجات الإحصائية للبيانات		
٥	المعالجات الإحصائية	من ٢٠٢١/٥/١ م إلى ٢٠٢١/٥/٢٠ م	عرض، تفسير و مناقشة النتائج		

جدول (١٠)

عدد عبارات استبيان ثقافة الخدمات الترويجية

(ن = ١٣٠)

م	المعاور	عدد العبارات	ملحوظة
١	مفهوم الخدمات الترويجية	٦	جميع عبارات المفهوم
٢	اهداف الخدمات الترويجية	١٢	جميع عبارات الأهداف
٣	خصائص الخدمات الترويجية المقدمة للمستفيدين	١١	جميع عبارات الخصائص
٤	انواع الخدمات الترويجية المقدمة للمستفيدين	٩	عبارات الخدمات الرياضية والخدمة العامة فقط
٥	مقدموا الخدمات الترويجية	١٦	جميع عبارات المتطلبات
٦	الاستبيان ككل	٥٤	الإجمالي

النسبة الترجيحية، معامل الارتباط بطريقة بيرسون،
اختبار ت ، اختبار ف F، تحليل التباين أحادي الاتجاه
One Way Anova، أقل فرق معنى L.S.D.

عرض نتائج البحث ومناقشتها:

المعالجات الإحصائية:

استخدم الباحثون المعاملات الإحصائية التالية:

المتوسط الحسابي، الوسيط، الانحراف المعياري،
كا^٢، التكرارات، النسبة المئوية، الدرجة الترجيحية،

جدول (١١)

استجابات عينة الدراسة حول ثقافة الخدمات الترويجية

(ن = ١٣٠)

م	المعاور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	المجموع	الترتيب	المستوى
١	مفهوم الخدمات الترويجية	١٤.٤٢	١.٦١	٨٠.١١%	١٨٧٥	٣	مرتفع
٢	اهداف الخدمات الترويجية	٣٤.٥٤	٢.٩٢	٨٢.٢٤%	٤٤٩٠	٢	مرتفع
٣	خصائص الخدمات الترويجية	٢٧.٨٥	٢.٧٩	٧٥.٣٠%	٣٦٢٠	٥	متوسط
٤	انواع الخدمات الترويجية	٢١.١٥	١.٨٥	٧٨.٣٣%	٢٧٤٩	٤	مرتفع
٥	مقدموا الخدمات الترويجية	٤٥.٥٥	٣.٣٨	٨٤.٣٥%	٥٩٢٢	١	مرتفع
٦	الاستبيان ككل	١٤٣.٥١	٦.٥٢	٨٢.٤٨%	١٨٦٥٦		مرتفع

بخصائص الخدمات الترويجية المقدمة للمستفيدين في
المرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرها (٧٥.٣٠%)
بمستوى متوسط.

وقد يرجع ذلك إلى إستجابات عينة البحث
المرتفعة في البعد الخاص بمقدموا الخدمات الترويجية
إلى ارتفاع الوعي الترويجي لدي مقدمو الخدمات
الترويجية و إيماناً منهم بدورهم الهام في تشكيل

من خلال جدول رقم (١١) يتضح أن النسبة
المئوية لمعاور ثقافة الخدمات الترويجية قد تراوحت ما
بين (٧٥.٣٠%) إلى (٨٤.٣٥%).

والبعد الخاص بمقدموا الخدمات الترويجية جاء
في المرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرها (٨٤.٣٥%)
بمستوى مرتفع، بينما جاء المحور الثالث الخاص

و يرجع البعد الخاص بأهداف الخدمات الترويحية بنسبة مئوية (٨٢.٢٤%)، و يرجع ذلك إلي أهمية الدور الذي تلعبه المشاركة في الخدمات الترويحية و ما يعمل علي تحقيقه من أهداف بالغة الأهمية و الخطورة، حيث تطورت أهداف المشاركة في الأنشطة الترويحية و لم يعد الترويح مجرد نشاط هامشي بل أصبح من أهم الركائز التي تدل علي تقدم الشعوب، كما تعد من أهم مقومات النهضة الحضارية و الثقافية للمجتمع، كما لها من دور فعال و مؤثر في تنمية الشخصية المتكاملة بدنياً و صحياً و إجتماعياً و نفسياً، و دورها في تنمية الحس الوطني و الإلتزام من خلال المشاركة في مختلف الأنشطة الترويحية .

ويتفق ذلك مع نتائج دراسة حمدينو عمر (٢٠١٧) على أهمية ممارسة الأنشطة الترويحية الرياضية لما لها من فوائد و أهداف مثمرة و هادفة فلها تأثير إيجابي علي الجوانب (النفسية و الإجتماعية و البدنية و الصحية) كما أنها تؤدي إلى تكامل و توازن الشخصية ، منح الشعور بالسعادة و السرور ، إشباع الدافع للمنافسة و المغامرة مما يشعر بالاستقرار و الأمان . (٥:٢٦٤)

كما يتفق مع كلاً من محمد الحماحمي و عايدة عبد العزيز (٢٠٠٦) على ضرورة أن تعمل الأندية على تنوع برامجها وخدماتها التي تقدمها لجمهورها أو لاعضاؤها حتى تتناسب مع جميع المراحل العمرية و تشبع الميول و الدوافع و الإهتمامات و الحاجات المختلفة لأعضائها نحو مناشطها، كما تقوم بتقديم العديد من الخدمات و الوظائف نحو المجتمع فهي تعد من أهم المؤسسات الإجتماعية التي تهدف من خلال برامجها التربوية إلى تنمية أعضائها من الجوانب البدنية و النفسية و العقلية و الإجتماعية و إلى إتاحة الفرص لهم لإشباع ميولهم و حاجاتهم و الإستمتاع بوقت فراغهم . (١١:٢١٠).

الشخصية المتكاملة للمستفيدين من الخدمات الترويحية ، و ثققتهم بأهمية الدور الثقافي و الحضاري الذي يقومون به في تشكيل و ترسيخ البنية الثقافية و الترويحية و الرياضية لمرتادي الأندية الرياضية ، كما يرجع الباحثون تلك النتائج إلي أن مقدموا الخدمات الترويحية من أهم العوامل و الركائز الأساسية المؤثرة في تقديم الخدمات الترويحية بكفاءة فلولاً المستوي الثقافي المرتفع في تقديم الخدمات الترويحية و التي يقدمها الأخصائي الرياضي ، لما كان له هذا الدور البارز في تكوين و ترسيخ الميول و الإتجاهات الثقافية و الرياضية و الترويحية لدي المستفيدين من تقديمه للخدمات الترويحية بكفاءة ، هذا بالإضافة إلي أدوار الهامة و المتعددة في تحسين جودة الحياة للمستفيدين .

كما يتفق ذلك مع ما يشير إليه و Shevlen , r (٢٠١٢)، و التي توصلت إلى أن كفاءة العاملين بالاندية الرياضية لها علاقة كبيرة برضا المستفيدين من الخدمات الرياضية . (٢١:٦٥).

و هذا يتفق مع نتائج دراسة حمدينو عمر (٢٠١٧) ، و التي كانت من أهم نتائجها أن عبارات المقياس الوعي الترويحي الرياضي تتميز بالقدرة على التميز في إستجابات أفراد العينة ، يتمتع مقياس الوعي الترويحي الرياضي بمعاملات علمية عالية ، إرتفاع مستوى الوعي الترويحي الرياضي لدى أخصائي الأنشطة بمرآكز الشباب في محافظة الدقهلية ، (٥:٢٦٣)

كما يتفق مع دراسة حسام جودة (٢٠٠٨)، و التي تشير ان إرتفاع مستوى ثقافة الوعي الترويحي الرياضي لدى أخصائي الأنشطة من أهم العوامل التي تكسب المستفيدين النمو الشامل و المتزن ، و تساعد على النجاح في الحياه العملية و العلمية . (٣:٤٦)

المعارف والمفاهيم لنمو شخصيته ، وتضيف لة المعاني و القيم الفنية والجمالية والثقافية والمعرفية . (٥:١٨).
وجأت إستجابات عينة البحث حول البعد الخاص بأنواع الخدمات الترويحية بنسبة مئوية (٧٨.٣٣%) ، و يرجع الباحثون ذلك إلي أهمية ما يقدمه أخصائي النشاط من أنواع متعددة للخدمات الترويحية و اللتي يجب أن تتناسب مع إحتياجات و متطلبات المستخدمين مع التنوع و التطوير و التجديد الدائم لنوعية الخدمات الترويحية المقدمة .

و هذا يتفق مع دراسة هبة مخيمر (٢٠١٥) ، أنه لكي تحقق الخدمات الترويحية أهدافها لابد أن تقدم بجودة و كفاءة تتناسب مع توقعات المستخدمين منها و تلبي إحتياجاتهم ، و يأتي ذلك من خلال التقويم و التطوير المستمر . (٥:١٥)

كما يتفق مع دراسة هشام ربيع (٢٠١٥) ، و التي كانت أهم نتائجها الاهتمام بنوعية و كفاءة الخدمات الترويحية المقدمة للمستخدمين و تطويرها و تنميتها باستمرارية . (٩:١٦)

وجأت إستجابات عينة البحث حول خصائص الخدمات الترويحية بنسبة مئوية (٧٥.٣٠%) وهي نسبة متوسطة و يرجع الباحثون ذلك إلي أن خصائص الخدمات الترويحية ترتبط بالجودة والأستمرارية و العرض و التنوع و هو ما يتطلبه أندية عالية الجودة و اللتي تستطيع الإنفاق لتحقيق أفضل خصائص للأنشطة الترويحية المقدمة و اللتي تتأثر بالبيئة و المجتمع و المستوي المادي و الإقتصادي للمستخدمين أيضاً .

و هذا يتفق مع كل من محمد الحماحمي و عايدة عبد العزيز (٢٠٠٩) ، الترويج من أهم المجالات التي تسهم في إستثمار وقت الفراغ لكافة المراحل العمرية كما يعمل علي تنمية الشخصية المتكاملة، حيث أنه

وترجع إستجابات عينة البحث حول البعد الخاص بمفهوم الخدمات الترويحية بنسبة مئوية (٨٠.١١%) ، وقد يرجع ذلك إلي تفهم أخصائي النشاط لمفهوم الخدمات الترويحية و لإعدادة الجيد من قبل المؤسسات التربوية المسنولة عن إعدادة و تأهيلة و للقيام بهذا الدور الهام في المجتمع ، وإمتلاك أخصائي الأنشطة العديد من المعلومات و المعارف المتعلقة بالأنشطة الترويحية الرياضية ، كما يرجع الباحثون ذلك إلي إرتفاع مستوى ثقافة الوعي الترويحي الرياضي لدى أخصائي الأنشطة بالمفاهيم المرتبطة بالمجال و أن لديهم وعي بمفهوم و أهداف الترويج الرياضي و إدراك كامل لقيمتة و أهميته في الحياة العصرية .

وهذا يتفق مع دراسة حسام جودة (٢٠٠٨) حيث يري أن الإتصال المعرفي المرتبط بالترويج الرياضي بين أخصائي الأنشطة و الشباب نتيجة المشاركة في الأنشطة الترويحية التي تعود على الشباب بالسعادة و السرور و تشبع رغباتهم و ميولهم و تتيح لهم الفرصة للتعبير عن الذات من أهم الأهداف اللتي تقدمها المشاركة في الخدمات الترويحية و هو تشكيل البنية المعرفية للمستخدمين من خلال التواصل مع أخصائي النشاط الترويحي ذو المعرفة اللذي يستطيع التأثير في ميول و إتجاهات المستخدمين نحو الأفضل . (٤٩:٣)

كما يتفق مع دراسة حمدينو عمر (٢٠١٧) ، الذي أشار إلي إرتفاع مستوى الوعي الترويحي الرياضي لدى أخصائي الأنشطة بمراكز الشباب في محافظة الدقهلية . (٢٧١:٥)

وهذا يتفق مع وليد عبد الرزاق (٢٠٠١) ، أن الوعي الترويحي كم هائل من المعارف و المعلومات أو هو المعرفة الترويحية و التنوير الترويحي، اللذي يكسب الفرد مجموعة من

التي تؤثر بشكل مباشر علي الخدمات الترويحية و التي يجب أن تتناسب مع إحتياجات و متطلبات المستفيدين مع التنوع و التطوير و التجديد الدائم لنوعية الخدمات الترويحية المقدمة لكل ما هو حديث .

و يتفق ذلك مع دراسة محمد عبد السلام (٢٠٠٤)، أنة يجب الإعتماد علي المؤهلين دراسياً و ثقافياً وذوي الخبرات والكفاءات في إدارة الأنشطة الترويحية ، حيث أصبحت الحاجة ماسة إلى تطوير دور المؤسسات المختلفة لتحقيق الإستمرارية والتطوير في المناشط الترويحية . (٨٤:١٤).

كما تتفق مع دراسة صابر عبد الغني (٢٠٠١)، و التي هدفت إلى تحليل المعوقات التي تحول دون تقديم الخدمات الترويحية الرياضية ببعض الأندية الرياضية و كانت أهم النتائج إفتقارها إلى بنية تنظيمية و معرفية و ثقافية وظيفية ذات كفاءة و طبيعة بنائية واضحة المعالم . (١٠٢:٨)

ويري إسلام الشامي (٢٠١٦) أن أهمية الثقافة والوعي الترويحي تتمثل في المعارف والمعلومات ، أو هو المعرفة الترويحية، الذي تكسب الفرد مجموعة من المعارف والمفاهيم لنمو شخصيته ، كما تضيف المعاني والقيم الفنية والجمالية لأسلوب حياة . (١٦:٢)

مليء بالأنشطة المتنوعة الفنية و الرياضية و الثقافية و الاجتماعية و التي تشبع ميول و إحتياجات الأفراد و تتناسب مع كل المراحل السنية ، فالترويح ضرورة من ضروريات الحياة و يتميز هذا النوع بتحقيق السعادة و السرور للبشر . (١١٩:١١)

كما يتفق مع كل من كلاً من محمد الحامى وعايدة عبد العزيز (٢٠٠٦) على ضرورة أن تعمل الأندية على تنوع برامجها وخدماتها التي تقدمها لجمهورها أو لاعضائها حتى تتناسب مع جميع المراحل العمرية وتشبع الميول والدوافع والإهتمامات والحاجات المختلفة لأعضائها نحو مناشطها، كما تقوم بتقديم العديد من الخدمات والوظائف نحو المجتمع فهي تعد من أهم المؤسسات الاجتماعية التي تهدف من خلال برامجها التربوية إلى تنمية أعضائها من الجوانب البدنية والنفسية والعقلية والاجتماعية وإلى إتاحة الفرص لهم لإشباع ميولهم وحاجاتهم والإستمتاع بوقت فراغهم . (٢١٠:١١).

ويرجع إستجابات عينة البحث حول مقياس ثقافة الخدمات الترويحية بنسبة مئوية (٨٢.٤٨%)، و يرجع الباحثون ذلك إلى أهمية ثقافة الخدمات الترويحية بالنسبة لأخصائي النشاط ، حيث يؤثر المستوى الثقافي لمقدم الخدمات الترويحية علي جودة الخدمة و نوعيتها و إستمراريتها و الحفاظ عليها و مدي إرضاء المستفيدين و غيرها من العوامل

جدول (١٢)

معاملات الارتباط بين مستوى ثقافة الخدمات الترويجية ومتغير النوع لدى
أخصائي النشاط الرياضي

(ن=١٣٠)

م	المعاور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ر	الاحتمال Sig. (p.value)	الدالة
١	مفهوم الخدمات الترويجية	١٤.٤٢	١.٦١	٠.٠٨٦	٠.٣٢٩	غير دال
٢	اهداف الخدمات الترويجية	٣٤.٥٤	٢.٩٢	٠.٢٦٧	٠.٠٠٢	دال
٣	خصائص الخدمات الترويجية المقدمة للمستخدمين	٢٧.٨٥	٢.٧٩	٠.١٥٣	٠.٠٨٣	غير دال
٤	انواع الخدمات الترويجية المقدمة للمستخدمين	٢١.١٥	١.٨٥	٠.٠١٧	٠.٨٤٤	غير دال
٥	مقدموا الخدمات الترويجية	٤٥.٥٥	٣.٣٨	٠.٠٨٣	٠.٣٤٦	غير دال
٦	الاستبيان ككل	١٤٣.٥١	٦.٥٢	٠.٢١٢	٠.٣٥٦	دال

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى دلالة معنوية (٠.٠٥) = ٠.٢٦٤

الترويجية أخصائي أو أخصائية فإن ذلك يؤثر في أهداف الخدمات الترويجية، كما يؤثر في ثقافة الخدمات الترويجية خاصة بعد التطور في الخدمات الترويجية التي تقدمها الأندية الرياضية و دخول العنصر النسائي بقوة في تقديم الخدمات الترويجية للمستخدمين و بذلك تكون هناك ثقافة و وعي بالأهداف الترويجية للسيدات بصورة قد تتساوي مع الرجال، هذا بالإضافة إلى تأثير المستخدمين من الخدمات الترويجية بالنوع وفقاً للعديد من العوامل .

و هذا يتفق مع دراسة دراسة شيماء طارق (٢٠٠٩م) في ارتفاع الخلفية النظرية لأخصائي الترويج الرياضي مع تفوق الإناث عن الذكور في مستوى الثقافة البدنية . (١٨٧:٧).

كما تتفق مع دراسة أسماء مصطفى (٢٠٠٢م)، و التي تري أن نسبة المشاركة بالمراكز الثقافية و الترويجية للإناث بمحافظة الأسكندرية تفوق نسبة مشاركة الرجال . (١١٢:١)

يتضح من جدول(١٢) وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين المحور الثاني و هو أهداف الخدمات الترويجية و المقياس ككل و النوع ، حيث تراوحت قيمة (ر) المحسوبة ما بين(٠.٠١٢ : ٠.٢٦٧) و كانت قيمة المحور الثاني و قيمة المقياس ككل أكبر من قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) مما يدل على وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين ثقافة الخدمات الترويجية والنوع في محور أهداف الخدمات الترويجية و للأستبيان ككل ، بينما كانت قيمة (ر) المحسوبة لباقي المحاور أقل من قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) مما يدل على عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين ثقافة الخدمات الترويجية و النوع لأربعة من المحاور خاصة بالمقياس

ويرجع إستجابات عينة البحث في وجود علاقة دالة إحصائياً بين متغير النوع و ثقافة الخدمات الترويجية في المحور الخاص بأهداف الخدمات الترويجية و المقياس ككل إلي أن ثقافة الخدمات الترويجية تتأثر بالنوع، سواء كان مقدم الخدمات

و هذا يتفق مع دراسة حمدينو عمر (٢٠١٧م) ، و التي كانت أهم نتائجها عدم وجود إختلافات دالة إحصائياً في العلاقة بين الوعي الترويحي و النوع ، كما أن عبارات المقياس الوعي الترويحي الرياضي تتميز بالقدرة على التميز في إستجابات أفراد العينة ، يتمتع مقياس الوعي الترويحي الرياضي بمعاملات علمية عالية ، إرتفاع مستوى الوعي الترويحي الرياضي (زكور-إنث) لدى أخصائي الأنشطة بمراكز الشباب في محافظة الدقهلية . (٢٧٠:٥)

كما تتفق مع دراسة شيفلان Shevlan (٢٠١٢م) (٢٠)، التي كانت أهم نتائجها عدم تأثر الخدمات الترويحية بالنوع .

ويرجع الباحثون إستجابات عينة البحث في عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين متغير النوع و ثقافة الخدمات الترويحية في باقي محاور مقياس ثقافة الخدمات الترويحية إلي إن بقية المحاور كمفهوم الخدمات الترويحية، خصائص الخدمات الترويحية، أنواع الخدمات الترويحية، مقدموا الخدمات الترويحية إلي أن هذه المحاور الخاصة بالمقياس و ما تحتوية من عبارات كانت أكثر شمولية في التركيز علي ثقافة الخدمات الترويحية من حيث نوعيتها و خصائصها و مفهومها، ما لم يرتبط بشكل أكثر دقة في تحديد العلاقة بين ثقافة الخدمات الترويحية بالنوع ، فالهدف العام للمقياس هو قياس ثقافة الخدمات الترويحية لأخصائي النشاط الرياضي .

جدول (١٣)

دلالة الفروق في مستوى درجات أفراد العينة وفقاً لمتغير النوع لدى أخصائي النشاط الرياضي

(ن=١٣٠)

المحاور معايير الاستبيان	وحدة القياس	ذكر (٨٢)		انثى (٤٨)		قيمة ت	الاحتمال Sig. (p.value)
		س	ع±	س	ع±		
مفهوم الخدمات الترويحية	درجة	١٤.٣٢	١.٦٨	١٤.٦٠	١.٤٨	٠.٩٨	٠.٣٢٩
اهداف الخدمات الترويحية	درجة	٣٣.٥٢	٢.٦٧	٣٥.١٣	٣.٠٧	٣.١٤	٠.٠٠٢
خصائص الخدمات الترويحية	درجة	٢٨.١٧	٢.٤٩	٢٧.٢٩	٣.١٩	١.٧٥	٠.٠٨٣
أنواع الخدمات الترويحية	درجة	٢١.١٧	١.٧٩	٢١.١٠	١.٩٧	٠.١٩	٠.٨٤٤
مقدمو الخدمات الترويحية	درجة	٤٥.٧٧	٣.٣٦	٤٥.١٩	٣.٤١	٠.٩٥	٠.٣٤٦
الاستبيان ككل	درجة	١٤٤.٥٦	٥.٥٤	١٤١.٧٠	٧.٦٥	٢.٤٥	٠.٠١٦

* قيمة (ت) الجدولية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) = (١.٩٧)

المحسوبة لباقى المحاور و للمقياس ككل أقل من قيمة (ت) الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) مما يدل على عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين ثقافة الخدمات الترويحية و النوع لأربعة من المحاور الخاصة بالمقياس .

ويعزو الباحثون إستجابات عينة البحث في وجود علاقة دالة إحصائياً بين متغير النوع و ثقافة الخدمات

يتضح من جدول (١٣) وجود علاقة دالة إحصائياً بين المحور الثاني و هو أهداف الخدمات الترويحية، و المقياس ككل و النوع ، حيث تراوحت قيمة (ت) المحسوبة بين (٠.١٩ : ٣.١٤)، و كانت قيمة المحور الثاني أكبر من قيمة (ت) الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) مما يدل على وجود علاقة إرتباطية دالة إحصائياً ، بينما كانت قيمة (ت)

التربوية المسنولة عن إعداد أخصائي النشاط و اللذي تمكن من تحقيق هدفه و هو ارتفاع معدل الوعي الثقافي لدي الأخصائيين الرياضيين بغض النظر عن النوع، و كذلك حرص الهيئات و المؤسسات التربوية و الثقافية و الرياضية علي تقديم كل ما هو جديد من خلال الدورات التنموية و صقل خبرات العاملين بها مما أدي إلي عدم وجود فروق دالة إحصائياً في بقية محاور مقياس الثقافة الترويحية ، كما إن بقية المحاور كانت أكثر شمولية في التركيز علي ثقافة الخدمات الترويحية لأخصائي النشاط الرياضي ، فالهدف العام للمقياس هو قياس ثقافة الخدمات الترويحية لأخصائي النشاط الرياضي و هذا ما تم التركيز عليه في بناء المقياس مع عدم إهمال إرتباط مستوي ثقافة الخدمات الترويحية بالنوع ، و هذا يدل علي صدق المقياس في تحقيقه لهدفه مع عدم إغفال العلاقة بين بين ثقافة الخدمات الترويحية و النوع. و هذا يدل علي صدق المقياس و موضوعيته في تحقيقه لأهدافه ، كما يدل علي عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين المحاور و المقياس ككل و النوع .

و يتفق هذا مع دراسة حمدينو عمر (٢٠١٧م) (٥)، إرتفاع مستوى الوعي الترويحي الرياضي لدى أخصائي الأنشطة بمراكز الشباب و الأندية، كما تتفق مع دراسة Shevlan شيفلان (٢٠١٢)(٢١) ، اللتي كانت أهم نتائجها عدم تأثر الخدمات الترويحية بالنوع.

كما تتفق مع دراسة إيناس محمد ، محمد خميس (٢٠٠٦م)، و اللتي تري أن مقدمو الخدمات الترويحية يتميزون بالوعي الترويحي بغض النظر عن النوع ، و محمد عبد السلام (٢٠٠٤م) ، و الذي يري أن الكفايات المهنية لأخصائي النشاط الترويحي تتشكل دون تمييز في الجنس. (١٣:١٦٦) ، (١٤:١٨)

الترويحية في المحور الخاص بأهداف الخدمات الترويحية إلي أن الأناث يكونون أكثر خبرة ووعياً بأهداف الخدمات الترويحية عن الذكور، و ذلك وفقاً لطبيعة المجتمع المصري حيث أن الإناث يبدؤون في ممارسة الأنشطة الترويحية باكراً عن الذكور، كما يرجع الباحثون ذلك للعادات و التقاليد بالمجتمع و التي تساعد السيدات على ممارسة الخدمات الترويحية ، و لكن هذا لا ينفي المشاركة القوية للذكور في الإشراف و التوجيه في مجال الترويح و الترفية ، خاصة بعد التطور في الخدمات الترويحية التي تقدمها المؤسسات الترويحية و الأندية الرياضية و دخول العنصر النسائي بقوة في تقديم الخدمات الترويحية للمستفيدين و اعتماد المرأة علي نفسها و نزولها إلي سوق العمل و النجاح فيه ، كما يرجع الباحثون تفوق الذكور عن الإناث إلي إهتمامهم بالإلتحاق بدورات التنمية و ثقل الخبرات المهنية و حرصهم الدائم علي التجديد و التطوير لمواكبة سوق العمل و الإلتحاق بالوظائف .

ويؤكد محمد السمنودي (٢٠١٦م) على أن أهداف الخدمات الترويحية تحددتها أهداف المجتمع ومتطلباته وإحتياجاته لحل مشكلاته بحيث لا يكون الترويح بمعزل عن هذه المتطلبات والإحتياجات والمشكلات الأمر الذي يتطلب توجيه المستفيدين إلى أنواع الأنشطة الترويحية التي تخدم أهداف المجتمع(١٢:١٠)

ويعزو الباحثون إستجابات عينة البحث في عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين متغير النوع و ثقافة الخدمات الترويحية في باقي محاور مقياس ثقافة الخدمات الترويحية إلي أن هناك نظام موضوعي منهجي تربوي يقوم به المتخصصين من المؤسسات

جدول (١٤)

معاملات الارتباط بين مستوى ثقافة الخدمات الترويحية و متغير المؤهل الدراسي لدى
أخصائي النشاط الرياضي

(ن = ١٢٠)

م	المعاور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ر	الاحتمال Sig. (p.value)	الدالة
١	مفهوم الخدمات الترويحية	١٤.٤٢	١.٦١	٠.٢١٠	٠.٥٤١	غير دال
٢	اهداف الخدمات الترويحية	٣٤.٥٤	٢.٩٢	٠.٢٦٦	٠.٧١٧	غير دال
٣	خصائص الخدمات الترويحية	٢٧.٨٥	٢.٧٩	٠.٢٧٠	٠.٨٨٥	غير دال
٤	انواع الخدمات الترويحية	٢١.١٥	١.٨٥	٠.٢٧٢	٠.١٧٩	غير دال
٥	مقدموا الخدمات الترويحية	٤٥.٥٥	٣.٣٨	٠.٢٦٧	٠.٠٠٧	دال
٦	الاستبيان ككل	١٤٣.٥١	٦.٥٢	٠.٢٧٧	٠.٠٦٧	غير دال

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى دلالة معنوية (٠.٠٥) = ٠.٢٦٤

تطبيقية و تربية عملية وفق نظام ثقافي مترابط يربط العلوم المختلفة ببعضها البعض لتصب في بوتقة واحدة و هي إعداد خريج مؤهل لسوق العمل المتطور و النجاح و التأثير فية ، كما يرجع الباحثون ذلك أيضاً لحصول العديد من خريجي كليات التربية الرياضية علي درجة الماجستير و الدكتوراة لتأهيلهم أكاديمياً وعلمياً و ثقافياً و بالتالي يؤسس البنية الأساسية الثقافية و المعلوماتية و النظرية و التطبيقية بشكل راسخ .

كما تتفق مع نتائج دراسة حسام جودة (٢٠٠٨)، و الذي يري ان ارتفاع مستوى ثقافة الوعي الترويحي الرياضي لدى أخصائي الأنشطة من أهم العوامل التي تكسب المستفيدين النمو الشامل والمرتز ، كما تتفق مع شيماء طارق (٢٠٠٩) ، و اللتي تري أنه يكون لدى الأخصائي الترويحي خلفية نظرية و عملية عن تصميم البرامج والأنشطة الترويحية للفئات المختلفة .
(٢٠٥:٣)(١٨٩:٧)

و يرجع الباحثون إستجابات عينة البحث في عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين المحور الأول

يتضح من جدول (١٤) وجود علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين المحور الخامس و بين ثقافة الخدمات الترويحية و المؤهل الدراسي، حيث تراوحت قيمة (ر) المحسوبة ما بين (٠.٢١٠ : ٠.٢٧٧) حيث كانت قيمة المحور الخامس أكبر من قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) مما يدل على وجود علاقة إرتباطية دالة إحصائياً ، بينما كانت قيمة (ر) المحسوبة للمحور الأول و الثاني و الثالث و الرابع و الإستهيبان ككل أقل من قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) مما يدل على عدم وجود علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين ثقافة الخدمات الترويحية و المؤهل الدراسي .

و يرجع الباحثون إستجابات عينة البحث في وجود علاقة دالة إحصائياً بين متغير المؤهل الدراسي و ثقافة الخدمات الترويحية و هو مقدموا الخدمات إلي نجاح الأعداد الأكاديمي للطلاب بكليات التربية الرياضية و المسنولة عن إعداد أخصائي النشاط، حيث يخضع الطالب المؤهل أكاديمياً لدراسات مواد و مقررات و مناهج نظرية و عملية

إختيار البرامج والمناشط التي يقوم النادي بتنظيمها حتى ينجح في تحقيق أهدافه وكذلك يجب مراعاة العديد من المتغيرات في إختيارها من أهمها كفاءة القائمين علي تنفيذ و تطبيق البرامج و الأنشطة، ويتفق في ذلك دراسة حمدينو عمر (٢٠١٧)، و الذي حرص في إختيار عينة الدراسة أن تكون من أخصائي النشاط المؤهلين دراسياً. (٢٦٥:١١)(٢١٤:٥)

و يري حسن فاروق (٢٠٠٥)، أنه يجب الإعتماد علي المؤهلين دراسياً و ثقافياً و ذلك يرجع ان تفهم القائمين على تقديم الخدمات الترويجية الرياضية لأحتياجات واهتمامات المستفيدين من تلك الخدمات والسعى نحو التغلب على نواحي القصور التي تواجههم مما يتيح لأكبر عدد ممكن من الافراد الاستمتاع بالمشاركة في مختلف الانشطة التي تقدمها المؤسسة الرياضية. (١٩:٤)

و الثاني و الثالث و الرابع و الأستبيان و المؤهل الدراسي و ثقافة الخدمات الترويجية ، لأحتياج خريجي كليات التربية الرياضية إلي مزيد من التدريب العملي و وضع برامج و مناهج علمية حديثة مقننة تأهله لسوق العمل الذي يتميز بالتجدد و التطور الدائم ، و إحتياج أخصائي النشاط الرياضي إلي العديد من الدورات التتموية و ثقل الخبرات ليوكب كل ما هو جديد و حتي تتكون لديه بنية معلوماتية و نظرية و معرفية و ثقافية و تطبيقية قوية كما يشير ذلك إلي أهمية التجدد و التطوير المستمر للمنظومة الرياضية و أهمية التعلم مدي الحياة ، و من هنا يبرز دور و أهمية وجود متخصص مؤهل أكاديمياً و ثقافياً لتأدية هذه المهنة عن دراية علمية و دراسة أكاديمية .

و هذا يتفق مع كل من كلاً من محمد الحماحمي وعايدة عبد العزيز (٢٠٠٩)، على أنه من الضروري

جدول (١٥)

دلالة الفروق في مستوى درجات أفراد العينة وفقاً لمتغير المؤهل الدراسي لدى أخصائي النشاط الرياضي

(ن = ١٣٠)

القياس	وحدة القياس	بكالوريوس (٦٣)		دراسات عليا (٦٧)		قيمة ت	الاحتمال Sig.
		س	ع±	س	ع±		
مفهوم الخدمات الترويجية	درجة	١٤.٣٣	١.٥٦	١٤.٥١	١.٦٦	٠.٦١	٠.٥٤١
اهداف الخدمات الترويجية	درجة	٣٤.٦٣	٢.٩٨	٣٤.٤٥	٢.٨٨	٠.٣٦	٠.٧١٧
خصائص الخدمات الترويجية	درجة	٢٧.٨١	٢.٨٩	٢٧.٨٨	٢.٨٢	٠.١٥	٠.٨٨٥
انواع الخدمات الترويجية	درجة	٢٠.٩٢	١.٨٩	٢١.٣٦	١.٧٩	١.٣٥	٠.١٧٩
مقدمو الخدمات الترويجية	درجة	٤٤.٧٣	٣.٤٧	٤٦.٣٣	٣.١٢	٢.٧٦	٠.٠٠٧
الاستبيان ككل	درجة	١٤٢.٤٣	٧.٦٨	١٤٤.٥٢	٥.٠٥	١.٨٥	٠.٠٦٧

* قيمة (ت) الجدولية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) = (١.٩٧)

وجود فروق دالة إحصائياً ، بينما كانت قيمة (ت) المحسوبة للمحور الأول و الثاني و الثالث و الرابع و الأستبيان ككل أقل من قيمة (ت) الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) مما يدل على عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين هذه المحاور و المؤهل الدراسي .

يتضح من جدول (١٥) وجود فروق دالة إحصائياً بين المحور الخامس و متغير المؤهل الدراسي، حيث تراوحت قيمة (ت) المحسوبة بين (٠.٦١ : ٢.٧٦)، حيث كانت قيمة (ت) الجدولية (١.٩٧) عند مستوى معنوية (٠.٠٥) مما يدل على

ما هو جديد أو محاولة تطوير نفسة ثقافياً ، و بالتالي فهو يفتقر إلي بنية أساسية ثقافية و معلوماتية و نظرية و تطبيقية و من هنا يبرز دور و أهمية وجود متخصص مؤهل أكاديمياً و ثقافياً لتأدية هذه المهنة عن دراية علمية و دراسة أكاديمية تلبي إحتياجات المستفيدين .

وهذا يتفق مع محمد الحماحي و عايدة عبد العزيز (٢٠٠٩) ، حيث أن الخدمات الترويحية أصبحت حق اصيل من حقوق المواطن ينبغي أن يحظى به في وقت فراغة و لم تعد مجرد خدمة إجتماعية فقط تقدم للمواطن في المجتمع بل هي أيضاً وسيلة لخدمة المجتمع و لرفع كفاءة أفرادة و تحقيق الزيادة في معدلات التنمية و تؤدي إلى إرتفاع مستوى هذا المواطن و إستنارته و تحسين نوعيته مما يؤدي بالتالي إلى تحسين إستثمار الثروة القومية البشرية كما و نوعاً و من هنا يجب الأهتمام بإعداد متخصص للأنشطة الترويحية مؤهل أكاديمياً و ثقافياً ذو كفاءة عالية . (٥٠:١١)

ويتفق ذلك مع دراسة هبة مخيمر (٢٠٠٨)(١٥) أن هذه الثقافة تتمركز حول المعرفة و القيم و الإتجاهات و المفاهيم و اللتي تتصل بصورة مباشرة بالمشاركة و الممارسة للأنشطة الترويحية ، من خلال تكوين فلسفة ذاتية ، للأفراد حول كيفية قضاء أوقات الفراغ بشكل إيجابي يتناسب ثقافياً وفق فن و أسلوب الحياة.

لدى يرى الباحثون من الأهمية التعرف على المستوي الثقافي و الوعي الترويحي الرياضي لدى أخصائي الأنشطة الترويحية الرياضية في الاندية الرياضية خاصة ان المجتمع يمر بحالة تجدد و تغير ثقافي بشكل مستمر ، ويتف ذلك مع ما يشير إليه شيفلين , r , Shevlen (٢٠١٢) ، و التي توصلت إلى أن كفاءة العاملين بالاندية الرياضية لها علاقة كبيرة

و يرى الباحثون أن ممارسة الأنشطة الترويحية تعد من أهم العوامل اللتي تساعد علي النهضة الحضارية و الثقافية و الرياضية و الاجتماعية للمجتمع، حيث تعمل علي تنمية الأفراد و الجماعات بشكل متكامل في مختلف الجوانب سواء رياضياً أو فكرياً أو إجتماعياً أو ثقافياً أو صحياً، و يرجع الباحثون إستجابات عينة البحث في وجود فروق دالة إحصائياً بين متغير المؤهل الدراسي و محور مقدموا الخدمات الترويحية إلى نجاح الأعداد الأكاديمي للطلاب بكلبات التربية الرياضية و المسئولة عن إعداد أخصائي النشاط، حيث يخضع الطالب المؤهل أكاديمياً لعملية تربوية وفق نظام ثقافي مترابط يربط العلوم المختلفة ببعضها البعض لتصب في بوتقة واحدة و هي إعداد خريج مؤهل لسوق العمل المتطورو النجاح و التأثير فية ، كذلك تمنح كليات التربية الرياضية لأخصائي الترويح الرياضي درجات متنوعة في الماجستير و الدكتوراة و اللتي تثقله بشكل أكبر و تعطية خبرة كبيرة و معارف و معلومات ثقافية جديدة .

وهذا يتفق مع نتائج دراسة حسام جودة (٢٠٠٨) ، و اللذي يرى ان إرتفاع مستوى ثقافة الوعي الترويحي الرياضي لدى أخصائي الأنشطة من أهم العوامل التي تكسب المستفيدين النمو الشامل و المتزن ، كما تتفق معة شيماء طارق (٢٠٠٩) ، و اللتي تري أنه يكون لدى الأخصائي الترويحي خلفية نظرية و عملية عن تصميم البرامج و الأنشطة الترويحية للفئات المختلفة . (٢٠٥:٣) (١٨٧:٧)

و يرجع الباحثون إستجابات عينة البحث في عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين متغير المؤهل الدراسي و المحور الأول و الثاني و الثالث و الرابع و الأستبيان ككل، إلي الأختلاف الثقافي الكبير لدي مقدمو الخدمات الترويحية و نقص الدورات التخصصية التنموية و عدم إهتمام الخريج بمعرفة كل

برضا المستفيدين من الخدمات الرياضية .
(٢٠٩:٢١)

ولكن المقصود كيفية توصيل المعلومات والمعارف
للأفراد والإستفادة منها . (١٨:٤).

كما يرى حسن فاروق (٢٠٠٥) أنه عندما يقوم
أخصائي الأنشطة بتشكيل الوعي الترويحي الرياضي
لدى الأفراد فهو لا يعطيهم معارف ومعلومات عن
الترويج الرياضي واهمية إستثمار وقت الفراغ فقط
و يضيف حسام جودة (٢٠٠٨)، ان إرتفاع
مستوى ثقافة الوعي الترويحي الرياضي لدى أخصائي
الأنشطة من أهم العوامل التي تكسب المستفيدين النمو
الشامل والمتزن ، وتساعد على النجاح في الحياه
العملية والعلمية. (٥:٣)

جدول (١٦)

معاملات الإرتباط بين مستوى ثقافة الخدمات الترويجية بمتغير الدرجة الوظيفية لدى أخصائي النشاط الرياضي

(ن=١٢٠)

م	المعاور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ر	الاحتمال Sig. (p.value)	الدلالة
١	مفهوم الخدمات الترويجية	١٤.٤٢	١.٦١	٠.١٠٩	٠.٢١٦	غير دال
٢	اهداف الخدمات الترويجية	٣٤.٥٤	٢.٩٢	٠.١٥٢	٠.٠٨٤	غير دال
٣	خصائص الخدمات الترويجية	٢٧.٨٥	٢.٧٩	٠.٣٤٩	٠.١٨٠	دال
٤	انواع الخدمات الترويجية	٢١.١٥	١.٨٥	٠.١٥٧	٠.٠٧٤	غير دال
٥	مقدموا الخدمات الترويجية	٤٥.٥٥	٣.٣٨	٠.١٢٨	٠.١٤٨	غير دال
٦	الاستبيان ككل	١٤٣.٥١	٦.٥٢	٠.٣٥٥	٠.٢١٥	دال

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى دلالة معنوية (٠.٠٥) = ٠.٢٦٤

علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين المحور الأول و الثاني
و الرابع و الخامس و الدرجة الوظيفية .

و يرجع الباحثون إستجابات عينة
البحث في وجود فروق دالة إحصائياً بين متغير
الدرجة الوظيفية ومحور خصائص الخدمات الترويجية
إلي إنها ترتبط بشخصية مقدميها ومدى خبرتهم و
قدرتهم علي تقديم الخدمات الترويجية التي تناسب مع
إحتياجات و متطلبات المستفيدين ، كما يعد مقدموا
الخدمات الترويجية من أهم العوامل و الركائز الأساسية
المؤثرة في تقديم الخدمات الترويجية بكفاءة .

يتضح من جدول(١٦) وجود علاقة إرتباطية دالة
إحصائياً بين المحور الثالث و الأستبيان ككل و الدرجة
الوظيفية و النوع ، حيث تراوحت قيمة (ر) المحسوبة
ما بين(٠.١٠٩ : ٠.٣٥٥) و كانت قيمة المحور الثالث
و قيمة الأستبيان ككل أكبر من قيمة (ر) الجدولية عند
مستوى معنوية (٠.٠٥) مما يدل على وجود علاقة
إرتباطية دالة إحصائياً بين خصائص الخدمات
الترويجية و الدرجة الوظيفية ، بينما كانت قيمة (ر)
المحسوبة لباقي المحاور أقل من قيمة (ر) الجدولية
عند مستوى معنوية (٠.٠٥) مما يدل على عدم وجود

الرياضية ، فأخصائي النشاط ذو الدرجة الأولى يكون مسنول عن القيادة و التخطيط و التنظيم و المتابعة و الأشراف و التقويم و التطوير و المتابعة للخدمات الترويحية المقدمة للمستفيدين و التأكد من إرضاء العميل ، و أخصائي الدرجة الثانية يقوم بتنفيذ ما يضعه المسنول من خطط و أنشطة و يقوم بتنفيذها و كتابة التقارير عن مستوى الخدمة و عن مستوى رضي المستفيدين و عن وجود أي خلل أو خطأ في تنفيذ البرامج و الخدمات ، أما أخصائي الدرجة الثالثة فيكون مسنول عن التنفيذ المباشر للبرنامج و للأنشطة بشكل و إتصال مباشر مع المستفيدين بمساعدة أخصائي الدرجة الثانية، و هو ما يعرف بالنظام الهرمي في القيادة ، لذا يرجع الباحثون عدم وجود فروق دالة إحصائياً إلى أن كل فرد في المنظومة له منصفة المنوط بأعمال و واجبات ملتزم بها .

و هذا يتفق مع دراسة شيماء طارق (٢٠٠٩) في أن يكون لدى الأخصائي خلفية نظرية و عملية عن تصميم البرامج والأنشطة الترويحية للفئات المختلفة . (٢٠٥:٧)

و هذا يتفق مع دراسة إسلام الشامي (٢٠١٦) ، التي هدفت تصنيف الهيكل التنظيمي و الوظيفي المناسب و مستوى الخدمات الترويحية المقدمة و القدرة المؤسسية علي التخطيط و التنظيم و التنفيذ و التقويم و التطوير . (١٠٨:٢)

و هذا يتفق مع دراسة محمد خميس (٢٠٢٠)، و الذي يري أن أخصائي الترويج الرياضي هو المسنول عن تهيئة الموقف المناسب و بيئة المتفاعلة لممارسة الخدمات الترويحية، فهو الذي يبذل في طبيعة و كيفية أداء الخدمة للمستفيدين، كما يحدد أهداف تلك الخدمات ليتم التفاعل بينه وبين طبيعة مواقف الممارسة المختلفة للأنشطة الترويحية ، و كلما ارتفعت درجة الوظيفة كلما كان قادراً علي تخطيط و تنظيم و إدارة الخدمات الترويحية بشكل أفضل لما أكتسبه من خبرات و ما مر به من مواقف و إحتكاك سواء في مجال تقديم الخدمات الترويحية أو في مجال التعامل مع المستفيدين ، كما يتمتع بكفايات معرفية تؤهله للقيام بدوره على أكمل وجه . (٥:١٣)

كما يتفق ذلك مع مع دراسة Shevlen , r ، (٢٠١٢م)، والتي توصلت إلى أن كفاءة العاملين بالاندية الرياضية لها علاقة كبيرة برضا المستفيدين من الخدمات الرياضية . (٦٥:٢١)

و يرجع الباحثون إستجابات عينة البحث في عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين متغير الدرجة الوظيفية و المحور الأول و الثاني و الرابع و الخامس لأستبيان الثقافة الترويحية، إلي وجود إختلاف في مفهوم الثقافة الترويحية لدى أخصائيين النشاط وفقاً للعديد من العوامل و اللتي يعد أهمها الدرجة الوظيفية و وضعة في المنظومة اللتي تشرف و تدير الخدمات الترويحية

جدول (١٧)

دلالة الفروق في مستوى استجابات عينة الدراسة وفقاً لمتغير الدرجة الوظيفية لدى
أخصائي النشاط الرياضي

(ن = ١٣٠)

المحاور	التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة (ف)	الاحتمال .Sig
مفهوم الخدمات الترويجية	بين المجموعات	٤.٢٢٩	٢	٢.١١٥	٠.٨١	٠.٤٤٧
	داخل المجموعات	٣٣٣١.٥٠١	١٢٧	٢.٦١٠		
	المجموع	٣٣٥.٧٣١	١٢٩			
اهداف الخدمات الترويجية	بين المجموعات	٢٥.٦٨١	٢	١٢.٨٤١	١.٥٢	٠.٢٢٤
	داخل المجموعات	١٠٧٦.٦٢٦	١٢٧	٨.٤٧٧		
	المجموع	١١٠٢.٣٠٨	١٢٩			
خصائص الخدمات الترويجية المقدمة للمستفيدين	بين المجموعات	١٢٤.٣٠٦	٢	٦٢.١٥٣	٨.٩٦	٠.١٨٠
	داخل المجموعات	٨٨٠.٦١٧	١٢٧	٦.٩٣٤		
	المجموع	١٠٠٤.٩٢٣	١٢٩			
انواع الخدمات الترويجية المقدمة للمستفيدين	بين المجموعات	١١.٠١٧	٢	٥.٥٠٩	١.٦٢	٠.٢٠١
	داخل المجموعات	٤٣١.٢٠٦	١٢٧	٣.٣٩٥		
	المجموع	٤٤٢.٢٢٣	١٢٩			
مقدموا الخدمات الترويجية	بين المجموعات	٣٥.٤٨٨	٢	١٧.٧٤٤	١.٥٧	٠.٢١٢
	داخل المجموعات	١٤٣٦.٦٣٥	١٢٧	١١.٣١٢		
	المجموع	١٤٧٢.١٢٣	١٢٩			
الاستبيان ككل	بين المجموعات	٦٩٥.٥٩١	٢	٣٤٧.٧٩٥	٩.٢٢	٠.٢١٥
	داخل المجموعات	٤٧٩٠.٩٠١	١٢٧	٣٧.٧٢٤		
	المجموع	٥٤٨٦.٤٩٢	١٢٩			

قيمة ف الجدولية عند $٠.٠٥ = ٢.٧٧$

من الاستبيان ثقافة الخدمات الترويجية حيث أن قيمة (ف) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥)، وهذا يدل على عدم وجود فروق دالة احصائياً بين الدرجات الوظيفية المختلفة و المحاور رقم (١)، (٢)، (٤)، (٥)، الأمر الذي دعا الباحثون إلى استخدام المقارنات البعدية باستخدام اختبار أقل فرق معنوى باستخدام L.S.D للتعرف على اتجاه الفروق.

و يرجع الباحثون إستجابات عينة البحث في وجود فروق دالة إحصائياً بين متغير الدرجة الوظيفية

يتضح من جدول (١٧) وجود فروق دالة احصائياً بين الدرجات الوظيفية المختلفة في محاور الاستبيان (٣) و الأستبيان ككل ، حيث تراوحت قيمة (ف) المحسوبة بين (٠.٨١:٩.٢٢) حيث أن قيمة (ف) المحسوبة أعلى من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥)، وهذا يدل وجود فروق دالة احصائياً بين الدرجات الوظيفية المختلفة و خصائص الخدمات الترويجية و الأستبيان ككل ، كما يتضح وجود فروق غير دالة إحصائياً في المحور رقم (١)، (٢)، (٤)، (٥)

ويرجع الباحثون إستجابات عينة البحث في عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين متغير الدرجة الوظيفية والمحور الأول والثاني والرابع والخامس لأستبيان الثقافة الترويحية، إلى الأختلاف في الأدوار والواجبات التي يلعبها كل أخصائي نشاط وفقاً لدرجة الوظيفة ، حيث يرى الباحثون أن محور مفهوم الأنشطة الترويحية و أهدافها وأنواعها والقانون بتقديهما يعتبر من الأشياء الأولية المتعارف عليها لدى أخصائي النشاط الرياضي و مقدمو الخدمات الترويحية باختلاف درجاتهم الوظيفية حيث لا ترتبط بما يقوم به من أعمال أو واجبات أو أعباء وظيفية و بالتالي فإنها لا تعبر بشكل واضح عن القدرة الوظيفية لأخصائي النشاط و لكنها تعبر بشكل أكبر عن بنية المعرفة و الثقافية و الأكاديمية .

كما يتفق ذلك مع ما يشير إليه شيفلين Shevlen , r (٢٠١٢)، والتي توصلت إلى أن كفاءة العاملين بالنادية الرياضية لها علاقة كبيرة برضا المستفيدين من الخدمات الرياضية . (٢٠٩:٢١)

و هذا يتفق مع نتائج دراسة حمدينو عمر (٢٠١٧)، و التي كانت من أهم نتائجها أن عبارات المقياس الوعي الترويحي الرياضي تتميز بالقدرة على التميز في إستجابات أفراد العينة ، يتمتع مقياس الوعي الترويحي الرياضي بمعاملات علمية عالية ، إرتفاع مستوى الوعي الترويحي الرياضي لدى أخصائي الأنشطة بمراكز الشباب في محافظة الدقهلية . (١٦٦:٥)

كما يتفق مع دراسة حسام جودة (٢٠٠٨)، و التي تشير ان إرتفاع مستوى ثقافة الوعي الترويحي الرياضي لدى أخصائي الأنشطة من أهم العوامل التي تكسب المستفيدين النمو الشامل والمتزن ، وتساعد على النجاح في الحياه العملية والعلمية ، و تتفق مع

و محور خصائص الخدمات الترويحية إلى إنها ترتبط بوجود إختلاف في مفهوم الثقافة الترويحية لدى أخصائيين النشاط وفقاً للعديد من العوامل و التي يعد أهمها الدرجة الوظيفية و وضعة في المنظومة التي تشرف و تدير الخدمات الترويحية الرياضية ، فأخصائي النشاط ذو الدرجة الأولى يكون مسنول عن مهام و واجبات محددة تختلف عن المهام و الواجبات المكلف بها أخصائي الدرجة الثانية ، المهام و الواجبات المكلف بها أخصائي الدرجة الثالثة فيما يعرف بالهيكل التنظيمي الإداري للمؤسسة و المنشأة الرياضية و لذا فإن من واجبات أخصائي الدرجة الأولى أن يكون مسنول عن خصائص الخدمات الترويحية ، و التي تشمل التنوع في تقديم الخدمات و تسويق الخدمات ، الحرص علي سلامة تنفيذ الخدمات الترويحية ، التأكد من جودة الخدمات ، التأكد من إرضاء المستفيدين و غيرها من المهام التي تختلف عن الأخصائي المختلفين عنة في المرتبة و الدرجة الوظيفية .

و يتفق ذلك مع دراسة صابر عبد الغني (٢٠٠٩)، أنه يجب الإعتماد علي المؤهلين دراسياً و ثقافياً و ذوي الخبرات و الكفاءات في إدارة الأنشطة الترويحية ، حيث أصبحت الحاجة ماسة إلى تطوير دور المؤسسات المختلفة لتحقيق الإستمرارية و التطوير في المناشط الترويحية . (٨٢:٨)

كما تتفق مع دراسة Popke (٢٠٠١) ، حيث هدف لإعادة استكشاف و صياغة كيفية إدارة و تطوير ثقافة الترويج الرياضي لتكون أكثر جاذبية و مجدية للأشخاص، و إستحداث تنظيم مؤسسي لإدارة الخدمات الترويحية و كانت أهم النتائج أن الوحدات الترويحية ذات الجودة التنظيمية و الإدارية هيكلياً و مؤسسياً تؤدي إلى تقديم أفضل خدمات ترويحية . (٥٤:٢٠)

نتائج دراسة شيماء طارق (٢٠٠٩) في أن يكون لدى الأخصائي خلفية نظرية و عملية عن تصميم البرامج والأنشطة الترويجية. (٤٦:٣) (١٨٧:٧)

جدول (١٨)

اتجاه الفروق بين متوسطات استجابات عينة البحث في محور الخصائص والاستبيان ككل وفقاً لمتغير الدرجة الوظيفية

(ن=١٣٠)

المحور	الدرجة الوظيفية	المتوسط الحسابي	الفروق بين المتوسطات		
			الأولى (٥٤)	الثانية (٤٦)	الثالثة (٣٠)
خصائص الخدمات الترويجية	الأولى	٢٨.٩٣		*١.٤٧	*٢.٤٣
	الثانية	٢٧.٤٦			٠.٩٦
	الثالثة	٢٦.٥٠			
الاستبيان ككل	الأولى	١٤٥.٨٣		*٢.٦٨	*٥.٩٦
	الثانية	١٤٣.١٥			*٣.٢٨
	الثالثة	١٣٩.٨٧			

* دال

ويرجع الباحثون ذلك إلى أن كفاءة أخصائيين الترويج في توفير المساعدة المهنية للمستفيدين من الخدمات الترويجية بأعلى مستوى لن يتم إلا من خلال الاهتمام بالإعداد المهني له حتى يستطيع أداء دوره فيرفع من مكانة المهنة ويصبح لها وضعاً مميزاً بين المهن والتخصصات الأخرى العاملة في المؤسسات الترويجية المختلفة؛ فضلا عن اهتمام المؤسسات الترويجية بإعداد دورات تدريبية للأخصائيين الترويجيين العاملين بالمجال لصقل مهاراتهم المهنية بما يتناسب مع مواكبة العصر حتى يقفوا على أحدث أساليب التعامل مع المستفيدين من الخدمات الترويجية وتبادل خبرات الممارسة بينهم في هذا المجال على مختلف المستويات.

و هذا يتفق مع دراسة محمد خميس (٢٠٠٦)، و الذي يري أن أخصائي الترويج الرياضي هو المسئول عن تهيئة الموقف المناسب و بيئة المتفاعلة لممارسة

من خلال الجدول السابق (١٨)، يتضح أن الفروق بين متوسطات الدرجات الوظيفية الأولى و الثانية تراوحت من (٣.٣٢ : ١.٤) ، و يتضح أن هناك إتجاه دال معنوياً بين متوسط استجابات عينة البحث و محور خصائص الخدمات الترويجية و الاستبيان ككل و موظفي الدرجة الأولى و الثانية و وجود إختلاف معنوى بين الدرجة الوظيفية الأولى والثانية والثالثة وكانت الإختلافات لصالح الدرجة الوظيفية الأولى تليها الدرجة الوظيفية الثانية .

و يرجع الباحثون ذلك إلي أن أخصائي النشاط من الدرجة الوظيفية الأولى و الثانية أكثر خبرة و دراية بتوقعات العملاء ، و لدية الخبرة الكافية للإرتقاء بمستوي الخدمات المقدمة للمستفيدين و العمل علي تقييم مدي ملائمة الخدمات المقدمة لرغبات و احتياجات المستفيدين .

- تتمثل إرتفاع مستوى الثقافة الترويحية للأخصائي النشاط يعتبر من أهم العوامل التي يجب أن يكتسبها المستفيدين من الخدمات الترويحية .
- تتمثل أهداف الخدمات الترويحية نحو تطوير المشاركة في الخدمات الترويحية وتحقيق التنمية الشاملة والمتكاملة للمستفيدين بالاندية الرياضية.
- تتمثل الخدمات الترويحية حق أساسي من حقوق المستفيدين من الخدمات لتحسين الثروه القومية للبشرية .
- أخصائي النشاط يقوم بتشكيل الوعي الترويحي للمستفيدين من الخدمات الترويحية وأهمية وإستثمار وقت الفراغ .
- أخصائي النشاط هو المسئول عن تهيئة الموقف المناسب والبيئة السليمة لممارسة الخدمات الترويحية للمستفيدين .

توصيات البحث :

- في ضوء نتائج البحث وانطلاقاً من الإستنتاجات التي تم التوصل إليها، يوصى الباحثون بما يلي:
- تطبيق الإستبيان المقترح لثقافة الخدمات الترويحية علي مختلف أخصائي النشاط العاملين بمجالات الترويج بالاندية الرياضية لقياس المستوي الثقافي للخدمات الترويحية
- تطوير الأستبيان المقترح لثقافة الخدمات الترويحية ليشمل فئات متعددة من العاملين و الدارسين لمجال الترويج الرياضي مثل مدرسين التربية الرياضية و طلاب التربية الرياضية و طلاب الدراسات العليا بقسم الترويج الرياضي و العاملين بالاندية الصحية و الترفيهية و العاملين بالإعلام الترويحي .

الخدمات الترويحية، فهو الذي يبديع في طبيعة و كيفية أداء الخدمة للمستفيدين، كما يحدد أهداف تلك الخدمات ليتم التفاعل بينه وبين طبيعة مواقف الممارسة المختلفة للأنشطة الترويحية ، و كلما إرتفعت درجة الوظيفة كلما كان قادراً علي تخطيط و تنظيم و إدارة الخدمات الترويحية بشكل أفضل لما أكتسبه من خبرات و ما مر به من مواقف و إحتكاك سواء في مجال تقديم الخدمات الترويحية أو في مجال التعامل مع المستفيدين ، كما يتمتع بكفايات معرفية تؤهله للقيام بدوره على أكمل وجه . (٥:١٢)

إستخلاصات البحث :

انطلاقاً من نتائج هذا البحث و في ضوء منهج البحث وفي حدود العينة وأداة جمع البيانات توصل الباحثون إلى الإستخلاصات التالية:

- أن مقياس ثقافة الخدمات الترويحية لأخصائي النشاط الرياضي يحدد مستوى ثقافة الأخصائيين وذلك لما يحتويه المقياس من معلومات ومعارف متنوعة .
- تتمثل الخدمات الترويحية في جميع الأنشطة الرياضية والإجتماعية والنفسية من أجل تحقيق التربية السليمة للمستفيدين.
- تتمثل خصائص الخدمات الترويحية بأنها معنوية ومتنوعة وتتميز بسهولة عملية إنتاج الخدمة للمستفيدين .
- تتمثل ثقافة أخصائي النشاط الرياضي على زيادة تنوع الخدمات الترويحية المقدمة للمستفيدين بالاندية الرياضية .
- تتمثل كفاءة الأخصائيين الرياضيين بالتأثير الكبير على رضا المستفيدين من الخدمات الترويحية بالاندية الرياضية بمحافظة الدقهلية .

ماجستير ، كلية التربية الرياضية للبنات ، جامعة الإسكندرية ، ٢٠٠٢م.

٢. إسلام الشامي: إستراتيجية تطوير الخدمات الترويجية بالمنشآت لوزارة الشباب والرياضة، رسالة دكتوراة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، ٢٠١٦م.

٣. حسام جوده : دراسة تقييمية للثقافة الترويجية لطلاب جامعة المنصورة ، رسالة ماجستير ، كلية التربية الرياضية ، جامعة المنصورة ، ٢٠٠٨م.

٤. حسن فاروق : متطلبات الإعداد المهني للأخصائي الترويجي ، رسالة ماجستير ، غير منشورة جامعة الاسكندرية ، كلية التربية الرياضية للبنات ، ٢٠٠٥م.

٥. حمدينو عمر : بناء مقياس الوعي الترويجي الرياضي لأخصائي الأنشطة بمراكز الشباب في محافظة الدقهلية ، المجلة العلمية لعلوم التربية البدنية والرياضية ، العدد الثامن والعشرون ، كلية التربية الرياضية ، جامعه المنصورة ، ٢٠١٧م.

٦. خالد محمود أبو شعيرة : الثقافة وعناصرها ، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع ، الأردن ٢٠٠٩م.

٧. شيماء طارق : معايير اختيار العاملين في المجال الرياضي ، رسالة ماجستير ، كلية التربية الرياضية للبنات ، جامعة حلوان ، ٢٠٠٩م.

٨. صابر عبد الغنى : الخدمات الترويجية في الجمعيات الأهلية ومراكز الشباب بمحافظة القاهرة،

- وضع برامج لصف لخبيرات أخصائي النشاط و خريجي كليات التربية الرياضية و العاملين في المجال الترويجي بصفة عامة مع تنمية الجانب الثقافي و المعرفي الخاص بالخدمات الرياضية.

- إجراء ورش عمل بصورة دورية لتنمية الجوانب الثقافية و العملية الخاصة بتطبيق الخدمات الترويجية لأخصائي النشاط الرياضي .

- إعطاء حوافز لأخصائي الأنشطة الرياضية المتقدمين للدراسات العليا لأخذ الماجستير و الدكتوراة و دعمهم مادياً و معنوياً بقدر الإمكان .

- الاهتمام بنشر الوعي الثقافي بصفة عامة و الوعي الثقافي الترويجي لطلاب المدارس في مختلف المراحل التعليمية .

- عمل ندوات ثقافية لأخصائي النشاط و إطلاعهم علي كل ما هو جديد في مجال الخدمات الترويجية .

- زيادة الوعي المجتمعي بثقافة الخدمات الترويجية من خلال وسائل الإعلام المختلفة .

- إجراء دورات تنمية لأخصائي النشاط و تتكون من الجوانب النظرية و العملية الخاصة بالخدمات الترويجية .

- إجراء بحوث في مجال الرياضة بصفة عامة و في مجال الترويج بصفة خاصة حتي نستطيع خلق مواطن صالح قادر على الإنتاج و العطاء و التقدم بالمجتمع.

قائمة المراجع

المراجع العربية

١. أسماء مصطفى : واقع الخدمات الترويجية في الهيئات الثقافية بمحافظة الاسكندرية ، رسالة

دكتوراه، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة
بنها، ٢٠١٥م.

١٧. وليد عبد الرازق : الوعي الترويحي الرياضي
لدى معلمى التربية البدنية لتلاميذ المرحلة
الإعدادية بمحافظة القاهرة ، رسالة دكتوراه ،
كلية التربية الرياضية بنين ، جامعة حلوان ،
٢٠٠١م.

المراجع الأجنبية:

18. Kaiser, S.: Struktur and Entwicklung Kommer-zieller sport An bieter an Beispiel der Stadt Kolim .In:Hoych,H.,(Hrsg):Finanzierung der sport, Aachen, 2002.
- 19 . Machy C "Measure The Quality of Recreational Services" Texas A&M University, 2000.
20. Popke : Anew Trend to the Ministry of Sport for theProgrammesin centers of Recreation and Fitness educational Research and Improvement, Washington, D. g April 2001.
21. Shevlen , r : An indicator to estimate to estimate the sportif , social and recreational services in the public universities , A Compartive Examination , journal-of- park- and recreation – administration , USA,2012.

(دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير، كلية التربية
الرياضية للبنين، جامعة حلوان، ٢٠٠١م

٩. فؤد عساف ومحمد عبد المجيد: دور التربية
الترويحية في نشر الوعي الثقافى بين طلبة
المدرسة الثانوية، في وجهة نظر معلمى التربية
الرياضية بمحافظة غزة وسبل تطويره ، مجلة
الجامعة الإسلامية ، مجلة ١، ع(١٧) كلية
التربية ، جامعة غزة ، ٢٠٠٩م.

١٠. قانون الرياضة المصرية رقم (٧١) لسنة
٢٠١٧م.

١١. محمد الحماحمى وعائدة عبدالعزيز: الترويج
بين النظرية والتطبيق، (ط-٦)، القاهرة، مركز
الكتابة للنشر، ٢٠٠٩م.

١٢. محمد السمنودى وآخرون: الترويج وأوقات
الفرغ، مكتبة شجرة الدر، المنصورة، ٢٠١٦م.

١٣. محمد خميس: مدى الرضا عن الخدمات
الترويحية بالوحدات ذات الطابع الخاص بجامعة
المنصورة، رسالة ماجستير، كلية التربية
الرياضية، جامعة المنصورة، ٢٠٠٦م.

١٤. محمد محمد عبد السلام: تصميم قائمة للكفايات
المهنية لأخصائى الرياضة للجميع، رسالة
ماجستير، غير منشورة، مكتبة كلية التربية
الرياضية للبنين، جامعة حلوان، ٢٠٠٤م.

١٥. هبة مخيمر : الخدمات الترويحية بمركز الخدمة
العامة بكلية التربية الرياضية جامعة المنصورة ،
رسالة ماجستير ، كلية التربية الرياضية ، جامعة
المنصورة ، ٢٠١٥م.

١٦. هشام ربيع: تصميم مقياس لجودة الخدمات
الترويحية الرياضية بشرم الشيخ، رسالة

ABSTRACT

The level of the culture of recreational services and its relationship to some variables among the sports activity specialist in Dakahlia Governorate

MA Researcher/ Yasmin Abdelnabi Mohamed

Prof.Dr. Hossam Abdelaziz Gouda

Prof.Dr. Hamdeno elsaid Omar

2

The aim of the research is to measure the level of the culture of recreational services and its relationship to some variables among the sports activity specialist in Dakahlia Governorate. The researchers used the descriptive approach to suit the nature of the research on a sample of (170) sports activities specialist working in sports clubs in Dakahlia Governorate, where the research sample was divided into (40) specialist activity survey sample and (130) a basic study sample, they were chosen randomly from the clubs of Dakahlia governorate, which included (9) clubs divided into five centers in the governorate, which are (Sinblawein, Mansoura, Talkha, Dikirnis, Aga), and from Data collection tools: Recreational services culture scale (prepared by researchers). The search results resulted in:

The high rate of responses of the sports activities specialist sample to the axes of the recreational services culture questionnaire, where the percentage of the sample responses to the axes of the recreational services culture ranged between (75.30%) to (84.35%).

The high rate of recreational services culture among the sports activities specialist working in the Dakahlia Governorate clubs.

- There are no statistically significant differences between the recreational services culture questionnaire and the educational qualification variable for the activity specialist, where the calculated (t) value ranged between (0.61: 2.76), as the calculated (t) value is less than the tabular (t) value at a significant level (0.05) ,

- There are statistically significant differences between the different job grades of the sports activity specialist and the recreational services culture questionnaire, where the calculated (F) value ranged between (9.22: 0.81), as the calculated (F) value is higher than its tabular value at the level of significance (0.05).
- There are no statistically significant differences between the recreational services culture questionnaire and the educational qualification variable for the activity specialist, where the calculated (t) value ranged between (0.61: 2.76), as the calculated (t) value is less than the tabular (t) value at a significant level (0.05)