

تقييم الامكانيات الخاصة بالخدمات الترويحية في بعض المؤسسات الرياضية بمحافظة الدقهلية

م /علياء باسم رزق

أ.د/ حسام عبد العزيز جوده

معيدة بقسم الترويج الرياضي_ كلية التربية الرياضية -
جامعة المنصورة

استاذ الترويج الرياضي بقسم الترويج الرياضي -كلية التربية الرياضية -
جامعة المنصورة

أ.د/محمد كمال السموندي

استاذ الترويج الرياضي بقسم الترويج الرياضي -كلية التربية الرياضية -جامعة المنصورة

ملخص البحث:

يهدف البحث إلى تقييم الامكانيات الخاصة بالخدمات الترويحية لبعض المؤسسات الرياضية بمحافظة الدقهلية ، وتم استخدام المنهج الوصفي(الدراسات المسحية) على عينة بلغت(٧٧٣) متردد بالطريقة العشوائية، وتم استخدام المقابلة الشخصية واستمارة استبيان كأدوات لجمع البيانات.

وكانت من أهم النتائج: توفر المؤسسات الرياضية اماكن لانتظار السيارات، تتناسب اسعار الخدمة الترويحية مع المترددين علي المؤسسة الرياضية، يتصف مقدمي الخدمات الترويحية بالمؤسسات الرياضية بحسن المظهر، تهتم المؤسسات الرياضية بتوفير مسؤل علاقات عامة، قلة اهتمام المؤسسات الرياضية بتوفير الادوات المناسبة للمترددين عليها لممارسة الخدمات الترويحية، ضعف اهتمام المؤسسات الرياضية بعمل تخفيضات، نظام تقسط للاشتراك في الخدمات الترويحية او عروض للاشتراك بالخدمات الترويحية ، ندرة اهتمام المؤسسات الرياضية بتوفير مقدمي خدمات ترويحية مؤهلين لاداء وظائفهم ويراعو الفروق الفردية بين المترددين ، تفاوت اهتمام المؤسسات الرياضية بتوفير وحدة رعاية طبية او طبيب مختص وتكتفي بتوفير صندوق اسعافات اولية .

الكلمات المفتاحية:الامكانيات، الخدمات الترويحية، المؤسسات الرياضية.

المقدمة ومشكلة البحث:

تقدم المؤسسة الرياضية مجموعة من الخدمات الترويحية بشكل مثالي علي أوسع نطاق ممكن ليزيد من الاختيارات والبدائل وتلبية بعض الاحتياجات الترويحية للمتريدين عليه، وترتكز علي عدة عوامل منها الهدف المراد تحقيقه، الاحتياجات والمتطلبات لأعضائها والامكانات المتاحة.(٢٠،٢١:٣٩)

والمؤسسات الرياضية تتكون من مجموعة متنوعة من الخدمات الترويحية والامكانات المتكاملة التي تقوم بخدمة المتريدين عليها، المؤسسة الرياضية "هي مؤسسة ينشئها المجتمع لخدمة القطاع الرياضي من كافة الجوانب بحيث يكون لها هيكل تنظيمي يتفق مع حجم هذه المؤسسة وأهدافها بما يعود بالنفع لخدمة ذلك المجتمع متمشيا مع أهدافه". وهي عبارة عن نظام مفتوح له مدخلات ومخرجات ينتج عنها عائد محسوب، تتكون من ابعاد رئيسية هي، الهدف لكل مؤسسة هدف يناط به إنجازها، الهيكل: وهو الايطار الذي ينظم الخدمات الترويحية والإجراءات التي تؤدي لتحقيق الهدف، الامكانات: هي الأجهزة والمعدات والمعرفة الفنية اللازمة لاداء الأنشطة المختلفة، المتريدين: هم الذين يستغلون وظائف وهدف المؤسسة.(٢٣:٢٤) (٢٩:١)

الخدمات الترويحية ماهي إلا نوع من العلاقة بين المؤسسة الرياضية والمتريدين لأنها تتطلب اتصال مستمر بينهم، وكثيراً ما تكون الخدمة الترويحية عنصراً رئيسياً في المنافسة بين المؤسسات الرياضية حيث تهدف الي زيادة رضا المتريدين عن المؤسسة الرياضية مما يؤدي الي تفضيلهم لمؤسسة رياضية عن مؤسسة رياضية أخرى وزيادة ترددهم عليها أي أن الخدمة الترويحية أحد عناصر الجذب الرئيسية للمؤسسة الرياضية.(٣٠،٣١-٣٢)

تُعد الخدمات الترويحية مصطلح مكون من لفظين هما؛ خدمة Service تعني مجهوداً أو مجهودات هادفة يقصد بها تحقيق فائدة أو منفعة أو إيقاف ضرر محتمل الوقوع، أما لفظ ترويح Recreation تعني النشاط البناء والممارس في وقت الفراغ بالاختيار الحر دون توفير عائد مادي بهدف اكتساب الخبرات البدنية والنفسية والعقلية والاجتماعية لإحداث التوازن والتكامل للأفراد حتى يتم إعدادهم لحياتهم العامة(٢٩ : ٢)،(٣٣:).

كما أن الخدمات الترويحية أحد أهم الخدمات التي يجب أن تقدمها المؤسسات الرياضية للمتريدين عليها بشكل مُرضي، وتعتبر من أكثر الخدمات جاذبية لدي المتريدين باعتبارها خدمات اختيارية تعود عليهم بالكثير من الفوائد، لذلك فإن توفيرها بأشكالها المتنوعة وسهولة الحصول عليها وضمان الأمن والسلامة أثناء الاستفادة منها من العوامل التي يجب أخذها في الاعتبار لتقديم خدمة مُرضية تتمتع بجودة عالية، وتشتمل الخدمات الترويحية

علي العديد من البرامج والأنشطة التي تقدم للمتريدين علي المؤسسة، وفي جميع الحالات لابد من وجود برنامج ترويحي متماسك يلبي الاحتياجات الأساسية للمتريدين علي المؤسسة لإشباع الرغبات والميول واحتياجات المتريدين.(٨:٢٣) (٩:١١،٩٤)

ويُعد تقييم الخدمات الترويحية من أهم المجالات التي ينبغي الاهتمام بها لما لها من أهمية في تحسين مستوى الخدمات الترويحية وزيادة الاقبال عليها وهي الوسيلة الوحيدة للتحقق من أن الخدمات الترويحية المقدمة تسير نحو الأفضل لتحقيق المؤسسة الرياضية لأهدافها، وتساعد عملية التقييم مقدمي الخدمات

بالمؤسسات الرياضية للإشراف الكامل عليها وذلك من خلال اختيار القيادات المتخصصة والاستعانة بمقدمي الخدمات مؤهلين لأداء وظائفهم، الامكانيات المعلوماتية: من خلال الدعاية والإعلان عن الخدمات الترويحية التي يتم تقديمها في المؤسسة الرياضية واصدار مطبوعات عن أهمية المناشط المختلفة للترويج. (٤٦:٢)، (٢٧، ١١٥-١٢٠)

التقييم عبارة عن الاجراءات العملية التي تهدف الي تقدير ما تبذله المؤسسات الرياضية من جهد لتحقيق الخدمات الترويحية الاهداف المرجوه في ضوء ما اتفق عليه من معايير وما وضع من تخطيط مسبق، والحكم علي مدي فاعلية هذه الجهود وما يصادفها من صعوبات وعقوبات في التنفيذ بقصد تحسين وتطوير الخدمات الترويحية والوصول بها الي تحقيق الأهداف المرجوه. (١٠:٥، ١٢)

ويمر المجتمع المصري بتطور شامل في كل مجالات الحياة السياسية والاجتماعية والفكرية والرياضية،

ولاشك أن المؤسسات الرياضية مقبلة على مواجهة تطورات وتحديات كبيرة تستلزم إعداد الأجيال القادمة خير إعداد ليكونوا قادرين على تقدم المجتمع في المستقبل.

ويرتبط مستقبل أي مجتمع بكيفية قضاء أفراده لوقت الفراغ وحسن استثماره بطريقة ايجابية، كما أن وجود تفاوت بالامكانيات الخاصة بالخدمات الترويحية يؤثر سلبياً على الأفراد، ولذلك تكون الامكانيات الخاصة بالخدمات الترويحية لها أهمية عظيمة في إقبال المترددين علي ممارسة الخدمات الترويحية .

ونظراً لأن ممارسة الخدمات الترويحية تمثل اهتمامات جميع الأفراد خاصة بعد تزايد وقت الفراغ وانتشار المؤسسات الرياضية وتعدد الحاجات والرغبات

الترويحية والمترددين من الوقوف علي مواطن القوة ل يتم تعزيزها ،ومواطن الضعف ل يتم تقويتها. (١٦:٤٩)

ولتحقيق الخدمات الترويحية للهدف التي وضعت من أجله ولضمان تلبية احتياجات المترددين يجب أن تكون المؤسسات الرياضية علي علم بما يجب ان تكون عليه الامكانيات الخاصة بالخدمات الترويحية ،ولذلك يلزم علي المؤسسة الرياضية توفير الامكانيات اللازمة وتحسن استخدامها، حيث ان الامكانيات تعمل علي توفير الوقت والجهد لدي المترددين وتؤثر إيجابيا علي جذب المترددين تجاه المؤسسة الرياضية لممارسة الخدمات الترويحية. (١٥:١)، (٢١: ٢٥)

ولاشباع احتياجات المترددين من الخدمات الترويحية لابد من توفر المؤسسة الرياضية التي تساعد علي تحقيق هدف الخدمات الترويحية وذلك من خلال توفر الإمكانيات الصالحة للاستخدام، فالنقص في الإمكانيات من أسباب وجود خدمات ترويحية هزلية، والإمكانيات هي "كل ما يمكن أن يساهم في تحقيق هدف معين حالي أو مستقبلي من تسهيلات وملاعب وأجهزة وأدوات وميزانية وظروف مناخية وجغرافية ومعلومات وكوادر متخصصة متبعين الأسلوب العلمي للتخطيط والإدارة والتقييم لتحقيق تلك الأهداف. (٣٠:٢٩-١)، (٢٤: ٢١).

وتتضمن الامكانيات الخاصة بالخدمات الترويحية المفترض توافرها بالمؤسسات الرياضية، امكانيات مادية (مكتبة بها مختلف الكتب الثقافية، حجرات تبديل الملابس، دورات مياه وادشاش-حجرات لحمام الساونا- صالة للتدريب وللتسخين قبل اللعب، قاعات صغيرة لالقاء الدروس، أماكن انتظار سيارات، قطع تذاكر، مداخل ومخارج المدرجات، دورات المياه للجنسين، بوفيه، المخازن والاسعافات الأولية، امكانيات بشرية: وهي عنصر هام متصل بكل الخدمات الترويحية

التعرف على إمكانات (المادية، المالية، البشرية، المعلوماتية) الخاصة بالخدمات الترويحية لدى المؤسسات الرياضية واتضح من خلال استمارة المقابلة الشخصية وجود نقص بالإمكانات الموجودة بالمؤسسات الرياضية وعدم حداتها وعدم مناسبتها للمتريدين (مرفق ب).

هدف البحث:

يهدف البحث إلي: تقييم الامكانات الخاصة بالخدمات الترويحية لبعض المؤسسات الرياضية بمحافظة الدقهلية، وذلك من خلال الإجابة علي التساؤل التالي: ما واقع الإمكانيات الخاصة بالخدمات الترويحية في بعض المؤسسات الرياضية بمحافظة الدقهلية.

الدراسات المرجعية:

الدراسات المرجعية العربية :

- دراسة مروة عاشور (٢٠١٩م) (٣٤)، بهدف خطة لتفعيل الخدمات الترويحية بالوحدات ذات الطابع الخاص بجامعة المنصورة، استخدمت الباحثة المنهج الوصفي-الاسلوب المسحي، علي عينة عشوائية عددها (١١٠٠) من المتريدين و(٨٠) للعاملين بالوحدة، واستخدمت استبيان كأداة لجمع البيانات، وكانت اهم النتائج لا تقوم الوحدة بالاعلان المسبق عن ايام العطلات الرسمية وفترات الصيانة لا تساعد الميزانيات المخصصة لكل وحدة علي شراء الادوات والاجهزة والملابس الرياضية بشكل كافي ولا تقوم الوحدة بأنشطة تسويقية بشكل كافي ولا تتعدد اساليب التواصل لتقديم الخدمة الترويحية.

- دراسة محمد إسماعيل (٢٠١٩م) (٢٥)، بهدف استراتيجية مقترحة لتفعيل الأنشطة الترويحية بأندية محافظة الدقهلية، استخدم المنهج الوصفي

والتي لا تشبعها البرامج التقليدية للأنشطة الترويحية، حيث أن توفر الامكانات تسهل علي المتريدين ممارسة الخدمات الترويحية، وتفضيلهم مؤسسة عن مؤسسة اخري.

وتوصلت نتاج دراسة عبد الرحمن مجاهد (٢٠١١م) (١٥) أن الامكانات من أهم العوامل لنجاح الخدمات الترويحية وكلما قلت الامكانات قلت فرص تحقيق الخدمات الترويحية لأهدافها، ونتائج دراسة محمود السيد، هاني جمال (٢٠١٧م) (٢٥) الامكانات البشرية تحتاج الي تحديث بما يتواكب مع التقدم العلمي لتفعيل القدرات الابتكارية للعاملين، عدم وجود امكانات مالية محددة من قبل ادارات المديرية والتي يمكن من خلالها وضع خطط لتطوير القدرات الابتكارية للموارد البشرية.

كما أوصت دراسة كل من محمد الذهبي (٢٠٠٥م) (٢٢)، ومحمد خميس (٢٠٠٦م) (٢٣)، وحسام جوده (٢٠٠٨م) (٨)، وعبد الرحمن مجاهد (٢٠١١م) (١٥)، بضرورة الاهتمام بالامكانات والأنشطة الرياضية والعمل علي تقويمها وتطويرها مما دفع فريق البحث لإجراء هذه الدراسة.

وقد لاحظ فريق البحث بشكل دوري ومنتظم من خلال إشرافهم علي التدريب الميداني ببعض المؤسسات الرياضية بمحافظة الدقهلية، وجود تفاوت بالإمكانات الخاصة بالخدمات الترويحية مما أدى الي ندرة الخدمات الترويحية التي تتناسب مع احتياجات ميول ورغبات المتريدين.

لذا تم إجراء دراسة استطلاعية عن طريق المقابلة الشخصية شبة المقننة مع (١٥) متريدين علي بعض المؤسسات الرياضية بمحافظة الدقهلية بهدف

- دراسة مصطفى ابو العطا (٢٠١٣م) (٣٥)، بهدف دراسة تحليلية لجودة الخدمات الترويحية المائية بمحافظة جنوب سيناء، تم استخدام المنهج الوصفي، لعينة بلغ عددها ٢٤٣ مترددا علي الكره السياحية ومقدمي الخدمة، وتم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وكانت من اهم النتائج ضرورة الاستخدام الامثل لما هو متاح من الامكانات المادية والبشرية لزيادة تحسين الخدمات المقدمة للمستفيدين.
- دراسة امل عبد المرضي (٢٠١٢م) (٨)، بهدف التخطيط لتسويق خدمات الوحدات ذات الطابع الخاص بجامعة حلوان، تم استخدام المنهج الوصفي بالاسلوب المسحي، لعينة بلغ عددها ٦٣ من العاملين بالوحدات ذات الطابع الخاص، وتم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وكانت اهم النتائج وحدات الطابع الخاص بالجامعات لم تحقق الاهداف التي وضعت من اجلها.
- دراسة نور الدين بوعنان (٢٠١٠م) (٣٦)، بهدف جودة الخدمات وأثرها علي رضا العملاء دراسة ميدانية بالتطبيق علي بعض الشركات السياحية، تم استخدام المنهج الوصفي، لعينه عددها ٤٠ من عملاء شركات السياحة، واستخدم الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وكانت اهم النتائج ضعف عملية الاتصال بين شركات السياحة وعمالها وعدم وجود اماكن كافية لتوقف السيارات وعدم توفر العاملين المؤهلين لمد العميل بالمعلومات التي يطلبها وعدم رضا العملاء علي ثمن الخدمات المقدمة.
- دراسة محمد خميس (٢٠٠٦م) (٢٩)، بهدف مدي الرضا عن الخدمات الترويحية بالوحدات ذات الطابع الخاص بجامعة المنصورة، تم استخدام بالاسلوب المسحي، اختار العينة بالطريقة العمدية العشوائية الاستطلاعية ٧٠ فرد مستفيد والاساسية ٦٥٠ فرد مستفيد، استخدم الاستبيان وتحليل المحتوي والوثائق، وكانت اهم النتائج وضع استراتيجيه لتفعيل الأنشطة الترويحية بأندية محافظات الدقهلية اليات تنفيذها وأساليب تقويما.
- دراسة عبد الرحمن مجاهد (٢٠١٨م) (١٩)، بهدف واقع تطبيق نموذج AIDA للإعلان عن الخدمات الرياضية المقدمة بالأندية (بالتطبيق علي عينة من العاملين)، استخدمت الباحثة المنهج الوصفي-الاسلوب المسحي واختيرت عينة استطلاعية قوامها (٣٠) وعينة أساسية قوامها (٢٣٢) من العاملين بالأندية الرياضية بمحافظة الدقهلية، استخدم الباحث استبيان (تطبيق نموذج AIDA للإعلان عن الخدمات الرياضية) كأداة لجمع البيانات، وكانت اهم النتائج ان أعضاء الأندية لديهم رغبة في التعرف علي الخدمات الجديدة ومتابعتها باستمرار كما تقدم الإعلانات للأعضاء معرفة سبب الاشتراك في الخدمة الرياضية المقدمة.
- دراسة هبة مخيمر (٢٠١٥م) (٣٧)، بهدف نموذج مقترح للمنتج الترويحي لمراكز الخدمة العامة بجامعة المنصورة، تم
- استخدام المنهج الوصفي بالاسلوب المسحي، لعينه يبلغ عددها ٢٢٥ من مقدمين ومستفيدين الخدمات الترويحية المختلفة بمراكز الخدمة العامة، وتم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وكانت من اهم النتائج ضرورة العمل علي وتطوير وصيانة الملاعب والمرافق وتعيين مسؤل تسويقي ومسؤل للعلاقات العامة.

المخصصة للأنشطة الترويحية وعدم تناسبها مع رغبات المترددين وعدم مراعات الفروق الفردية وعدم وجود مشرفين متخصصين للأنشطة الترويحية.

- دراسة عدلة عيسى، خليفة بهبهاني (٢٠٠٠م) (٢٠)، بهدف تقويم المراكز الرياضية الترويحية النسائية بدولة الكويت، تم استخدام المنهج الوصفي بالاسلوب المسحي، لعينة بلغ عددها (١٣) مشرفا (٢٧١) مترددة، وتم استخدام تحليل الوثائق والمقابلة الشخصية والاستبيان كأدوات لجمع البيانات، وكانت من اهم النتائج البرامج الترويحية لا تناسب حاجات وميول ورغبات المتردات والقصور الواضح في الادوات والامكانات المادية والبشرية ونقص عدد المشرفين والاختصاصين .

الدراسات المرجعية الأجنبية:

- دراسة Albayrak T and Ebru (٢٠١٧م) K(٤٤)، بهدف تقييم جودة الخدمات الترويحية بأحد فنادق أنطاليا بتركيا، تم استخدام الباحث المنهج الوصفي، بلغت عينة البحث (٣٥٦) سائح، استخدم مقياس (Servqual) لقياس جودة الخدمة الترويحية، أظهرت النتائج: رضا المقيمين بالفندق عن الخدمات الترويحية المقدمة بالإضافة الرضا العام عن الإقامة بالفندق.
- دراسة Chiu L and Cheah (٢٠١٤م) S(٤٣)، بهدف تقييم جودة الخدمة الرياضية والترويحية في الفنادق والمنتجعات بماليزيا، تم استخدام المنهج الوصفي، بلغت عينة البحث (٤٥٠) فرد من المقيمين في الفنادق والمنتجعات الواقعة في المناطق الساحلية لماليزيا، واستخدم مقياس (Servqual) لقياس جودة

المنهج الوصفي ،علي عينة عشوائية قوامها (٤٦٩) من المترددين علي الوحدات ذات الطابع الخاص بجامعة المنصورة المقدمة للخدمات الترويحية والبالغ عددها (٥) وحدات للذكور والإناث، واستخدم الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات ،واهم النتائج ارتفاع مستوى الرضا عن الخدمات الترويحية الرياضية المقدمة بالوحدات وتنوعها ومراعاتها لعادات وتقاليد المجتمع وانخفاض مستوى الرضا عن توافر خدمات ترويحية لذوي الاحتياجات الخاصة من الجنسين، ووسائل وأساليب الدعاية والاعلان (المرئي والمسموع والمقروء) عن الخدمات الترويحية المقدمة بالوحدات وارتفاع مستوى الرضا عن مقدمي الخدمات الترويحية.

- دراسة محمد الذهبي (٢٠٠٥م) (٢٨)، بهدف بناء مقياس لتقويم الأنشطة الطلابية بجامعة المنصورة من منظور ترويحي، تم استخدام المنهج الوصفي، لعينة بلغ عددها (١٠٢٢) طالب وطالبة ،تم استخدام المقابلة الشخصية والمقياس كأدوات لجمع البيانات ،وكانت أهم النتائج إدراك الطلاب لأهمية ممارسة الأنشطة الترويحية والطلاب المشاركين بالكليات العلمية أكثر فهما لأهداف الأنشطة الطلابية .
- دراسة صابر عبد الغني (٢٠٠١م) (١٧)، بهدف الخدمات الترويحية في الجمعيات الاهلية ومراكز الشباب بمحافظة القاهرة ،دراسة مقارنة تم استخدام المنهج الوصفي المقارن ،لعينة ٣٣ مركز شباب وجمعية اهلية و ٣٣٠ ممارس ،تم استخدام تحليل الوثائق ودراسة الحالة والمقابلة الشخصية والاستبيان كأدوات لجمع البيانات ،وكانت اهم النتائج لا يقوم اعضاء مجلس الادارة بتزليل العقبات للمترددين وعدم مناسبة الميزانية

والاجهاد البدني وتمثل الفوائد في قلة التوتر لدي الطلاب.

إجراءات البحث:

منهج البحث:

استخدم فريق البحث المنهج الوصفي (الأسلوب المسحي) بخطواته وإجراءاته.

مجتمع وعينة البحث: يتحدد مجتمع البحث الحالي بالمتريدين علي المؤسسات الرياضية بمحافظة الدقهلية وإدارات المؤسسات الرياضية بمحافظة الدقهلية وعددها (٣٥) نادي و(٨) مركز شباب بالمدن و(٤٢٣) مركز شباب بالقري و(٣) مراكز تنمية شبابية للعام ٢٠٢١/٢٠٢٢م.

وقد قام فريق البحث باختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية الطبقية من المتردين علي المؤسسات الرياضية بمحافظة الدقهلية، وبلغت العينة الأساسية (٧٧٣) متردد والعينة الإستطلاعية (٥٥) متردد.

وقد روعي في اختيار العينة ان تكون من جميع قطاعات محافظة الدقهلية، حتي تمثل العينة خصائص مجتمع البحث الاصلي وان تشمل علي المتردين (ذكر، انثي) ومن جميع الفئات العمرية .

الخدمة، وجاءت اهم النتائج: الخدمات الرياضية والترويحية التي تقدمها الفنادق والمنتجعات جاءت مرضية للمستفيدين منها، توجد فروق غير دالة احصائياً بين الذكور والاناث في جودة الخدمات الرياضية والترويحية.

• دراسة (Min Haeng cho 2007م) (٤٦)، بهدف دوافع المشاركة في النشاط البدني خلال وقت الفراغ لدي الشباب بكوريا الجنوبية، بهدف التعرف علي القوة المدركة للحافز ومستوي النشاط البدني خلال أوقات فراغ الشباب، واستخدم الباحث المنهج الوصفي، واستخدم الباحث مقياس دوافع المشاركة في النشاط البدني، وطبقت الدراسة علي عينة قوامها (١٣٠٠) شاب، وكان من اهم النتائج ان قوة الدافع وراء المشاركة بالنشاط البدني كان فعالا ويرتبط بشكل إيجابي نحو المشاركة النشطة .

• دراسة (Barrows Patti 2002م) (٤٠)، بهدف التعرف على المعوقات والدوافع والفوائد المرتبطة بممارسة النشاط الترويحي، واشتملت العينة على (٣٤٦) طالب وطالبة منهم (١٢١) طالب، (١٢٥) طالبة، واستخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي، واستخدم الاستبيان والمقابلة الشخصية كأداة لجمع البيانات وكانت اهم النتائج ما يلي: تتمثل الدوافع في المتعة والتخلص من الانفعالات، وتتمثل المعوقات في ضيق الوقت المتاح للنشاط

جدول (١) بيان عددي ونسبي للعينة قيد البحث ن- ٧٧٣

م	التغيرات	العدد	النسبة المئوية %
١	النوع	٥٢٢	٦٧,٥%
		٢٥١	٣٢,٥%
٢	السن	٤٣٨	٥٦,٧%
		٢٠٤	٢٦,٤%
٣	المؤسسة	١٣١	١٦,٩%
		٤٩٣	٦٣,٨%
٤	القطاع	١١٢	١٤,٥%
		١٦٨	٢١,٧%
		٢١١	٢٧,٣%
		١٠٣	١٣,٣%
		٢٨٢	٣٦,٥%
		١٧٧	٢٢,٩%

أدوات جمع بيانات البحث

استعان فريق البحث في جمع بيانات البحث، بما يلي:

- استمارة الاستبيان: من اعداد فريق البحث عن (واقع الامكانيات الخاصة بالخدمات الترويجية في المؤسسات الرياضية بمحافظة الدقهلية) ، وقد تم إعدادها بناء على ما تم التوصل إليه فريق البحث من بيانات ومعلومات من الخطوات السابقة. وتضمنت استمارة الاستبيان على بيانات شخصية للمتريدين علي المؤسسات الرياضية بمحافظة الدقهلية- عينة البحث- تشمل على(الاسم، الفئة العمرية، المؤسسة، القطاع) ومحاور واقع الامكانيات الخاصة بالخدمات الترويجية

وقام فريق البحث بإعداد استمارة الاستبيان بالخطوات التالية:

١. تحديد الهدف من استمارة الاستبيان؛ التعرف علي واقع الامكانيات الخاصة بالخدمات الترويجية .

٢. قام فريق البحث بالإطلاع على بعض المراجع العلمية والدراسات المرجعية ذات الصلة بمتغيرات البحث في مجال الترويج الرياضي لتحديد محاور استمارة الاستبيان؛ مثل محمد الحماحي، عايدة عبد العزيز(١٩٩٨م) (٢١)، تهاني عبد السلام(٢٠٠١م) (٧)، ابراهيم نزيه(٢٠٠٤م) (٣)، ابراهيم عبد، المقصود، حسن الشافعي(٢٠٠٤م) (٢)، محمد خميس(٢٠٠٦م) (٢٣)، فتحى محمد(٢٠٠٧م) (١٨)، احمد مطر(٢٠١٢م) (٥)، محمد(٢٠١٦) (٣٩) Barcelona، محمد خميس، احمد حسني.(٢٠١٧م) (٢٤)

٣. تحديد (٥) محاور لاستمارة الاستبيان، تتضمن (الامكانيات المادية، الامكانيات المالية، الامكانيات البشرية، الامكانيات المعلوماتية، الامكانيات الطبيعية)، مرفق (د).

٤. تم عرض البيانات الشخصية ومحاور استمارة الاستبيان في صورتها الأولية على بعض من السادة الخبراء المتخصصين في مجالات الترويج وأوقات الفراغ، المؤسسات الرياضية، مرفق (أ).

جدول (٢)

النسبة المئوية لأراء الخبراء في محاور استمارة استبيان واقع الامكانيات الخاصة بالخدمات الترويجية ن=٧٧٣

م	المحاور	موافق	غير موافق	تعديل صياغة	دمج	النسبة المئوية
١	الامكانيات المادية	٧	٠	٠	٠	١٠٠%
٢	الامكانيات المالية	٦	١	٠	٠	٨٥%
٣	الامكانيات البشرية	٧	٠	٠	٠	١٠٠%
٤	الامكانيات المعلوماتية	٥	٢	٠	٠	٧١%
٥	الامكانيات الطبيعية	٢	٥	٠	٠	٢٨%

المعلوماتية)، وعدم الموافقة علي محور (الامكانيات الطبيعية) حيث حصل علي نسبة (٢٨%)

١. تم صياغة مجموعة من العبارات تحت كل محور من محاور استمارة الاستبيان في صورتها الأولية، بلغت (٣٠) عبارة، مرفق (ه).

- يتبين من جدول (٢)، وافق السادة الخبراء على محاور استمارة استبيان واقع الامكانيات الخاصة بالخدمات الترويجية بنسبة مئوية تتراوح من (٧١%) الي (١٠٠%) وهم: (الامكانيات المادية)، (الامكانيات المالية)، (الامكانيات البشرية)، (الامكانيات

٢. تم عرض عبارات إستمارة الإستبيان في صورتها الأولى على (٧) من السادة الخبراء المتخصصين في مجالات الترويج الرياضي، الادارة الرياضية، مرفق (أ).

جدول (٣):

النسبة المئوية لموافقة السادة الخبراء على مقياس واقع الامكانات الخاصة بالخدمات الترويجية (ن=٧٧٣)

النسبة المئوية	م	النسبة المئوية	م	النسبة المئوية	م	النسبة المئوية	م
الامكانات المعلوماتية		الامكانات البشرية		الامكانات المادية		الامكانات المادية	
%١٠٠٠٠٠	٢٤	%١٠٠٠٠٠	١٣	%٨٥٠٠٠	٩	%٧١٠٠٠	١
%٨٥٠٠٠	٢٥	%١٠٠٠٠٠	١٤	%٧١٠٠٠	١٠	%١٠٠٠٠٠	٢
%٧١٠٠٠	٢٦	%١٠٠٠٠٠	١٥	%١٠٠٠٠٠	١١	%١٠٠٠٠٠	٣
%١٠٠٠٠٠	٢٧	%٨٥٠٠٠	١٦	%١٠٠٠٠٠	١٢	%٠٠٠٠٠	٤
%٨٥٠٠٠	٢٨	%١٠٠٠٠٠	١٧	-	-	%٨٥٠٠٠	٥
%١٠٠٠٠٠	٢٩	%١٠٠٠٠٠	١٨	-	-	%١٠٠٠٠٠	٦
%٨٥٠٠٠	٣٠	%٨٥٠٠٠	١٩	-	-	%٧١٠٠٠	٧
-	-	%٢٨٠٠٠	٢٠	-	-	%٨٥٠٠٠	٨
-	-	%١٠٠٠٠٠	٢١	-	-	-	-
-	-	%١٠٠٠٠٠	٢٢	-	-	-	-
-	-	%٧١٠٠٠	٢٣	-	-	-	-

- تم وضع ميزان تقدير ليكرت الثلاثي (نعم ، إلى حد ما، لا) لقياس شدة الإستجابة لكل عبارة ولإتاحة مساحة لعينة البحث للتعبير عن الرأي بشكل مرن.

أولاً:الصدق: تم إستخدام صدق الإتساق الداخلي من خلال إيجاد معامل الارتباط بين درجة العبارة مع الدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، ويبين جدول (٤) قيم معاملات الارتباط المحسوبة لعبارات استمارة استبيان واقع الامكانات الخاصة بالخدمات الترويجية

يتبين من جدول (٣)، موافقة السادة الخبراء على عبارات استمارة استبيان واقع الامكانات الخاصة بالخدمات الترويجية بنسبة مئوية من (٧١%) الي (١٠٠%)، مع حذف مجموعة عبارات بلغت (٢) عبارة، عبارة (٤) في (محور الامكانات المادية)، وعبارة (٢٠) في (محور الامكانات البشرية)

وبذلك تتكون عبارات الاستبيان من (٢٨) عبارة موزعة على (٤) محاور في صورتها الثانية (المعالجات الاحصائية) ملحق (و)، جدول (٣).

جدول (٤): قيم معاملات الارتباط بين العبارة في استمارة الاستبيان واقع الامكانات الخاصة بالخدمات الترويجية (ن=٧٧٣)

قيمة الارتباط (ر)	م	قيمة الارتباط (ر)	م	قيمة الارتباط (ر)	م	قيمة الارتباط (ر)	م
الامكانات المعلوماتية		الامكانات البشرية		الامكانات المادية		الامكانات المادية	
*.٠٥٥٩	٢٢	*.٠٥٣٣	١٢	*.٠٥١٣	٨	*.٠٤٠٨	١
*.٠٣٤٩	٢٣	*.٠٥٧٨	١٣	*.٠٥٠٧	٩	*.٠٦٩٤	٢
*.٠٣٤٧	٢٤	*.٠٦٦٢	١٤	*.٠٦٥٢	١٠	*.٠٥٩١	٣
*.٠٣٥٠	٢٥	*.٠٤١٨	١٥	*.٠٥٢٣	١١	*.٠٣٨٧	٤
*.٠٤٧٨	٢٦	*.٠٣٩٣	١٦	-	-	*.٠٦٧٣	٥
*.٠٤٢٤	٢٧	*.٠٥٧١	١٧	-	-	*.٠٥٤١	٦
*.٠٣٥٥	٢٨	*.٠٦٠٥	١٨	-	-	*.٠٥٧٦	٧
-	-	*.٠٤٤٥	١٩	-	-	-	-
-	-	*.٠٢١٤	٢٠	-	-	-	-
-	-	*.٠٢٦١	٢١	-	-	-	-

بينما لا توجد علاقة ارتباطية وليس لها دلالات إحصائية في العبارتين (٢٠،٢١) حيث أن قيمة (ر) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (٠،٠٥)، مما يدل على صدق المقياس.

ثانياً: الثبات: استخدم فريق البحث معامل ألفا لكرونباخ لحساب الثبات من خلال إيجاد التجانس بين درجات

عبارات كل محور وكذلك الدرجة الكلية لعبارات استمارة الاستبيان، كما موضح بالجدول التالي:

جدول (٥):

قيم ثبات استبيان واقع الامكانات الخاصة بالخدمات الترويحية في المؤسسات الرياضية بمحافظة الدقهلية

(ن=٥٥)

عدد المفردات	قيمة ألفا	عدد المفردات	قيمة ألفا	عدد المفردات	قيمة ألفا	عدد المفردات	قيمة ألفا	عدد المفردات	قيمة ألفا
٧	*٠,٨٢٧	٤	*٠,٧٦٠	١٠	*٠,٧٧٣	٧	*٠,٧٥٣	٢٨	*٠,٨٨١
الامكانات المادية		الامكانات المالية		الامكانات البشرية		الامكانات المعلوماتية		الامكانات الخاصة بالخدمات الترويحية	

* قيمة مرتفعة

وبناءً على آراء السادة الخبراء تم حذف (٢) عبارة ليكون إجمالي عدد العبارات (٢٨) عبارة، ثم حساب المعاملات العلمية وتم استبعاد (٢) عبارة ليكون إجمالي عدد عبارات استمارة استبيان واقع الامكانات الخاصة بالخدمات الترويحية في صورته النهائية (٢٦) عبارة بواقع (٧) عبارات للمحور الأول و(٤) عبارة للمحور الثاني و(٨) عبارة للمحور الثالث و(٧) عبارات للمحور الرابع ، بحد أدنى (٢٦) درجة وحد أعلى (٧٨) درجة وفق ميزان تقدير ليكرت الثلاثي بدرجات (٣، ٢، ١) لجميع العبارات مرفق (٥).

يتبين من جدول (٥)، وجود قيم ثبات مرتفعة في الدرجة الكلية لعبارات استبيان واقع الامكانات الخاصة بالخدمات الترويحية في المؤسسات الرياضية بمحافظة الدقهلية بلغت (٠,٨٨١)، وقيم ثبات مرتفعة في درجة عبارات كل محور تتراوح بين (٠,٧٥٣) و(٠,٨٢٧)، حيث أن قيمة (ألفا) المحسوبة أكبر من (٠,٧٠٠)، مما يشير إلى ثبات استبيان واقع الامكانات الخاصة بالخدمات الترويحية في المؤسسات الرياضية بمحافظة الدقهلية ومحاوره.

عدد عبارات استمارة الاستبيان: تم إعداد استمارة الاستبيان في صورته الأولية بعدد عبارات (٣٠) عبارة موزعة على (٤) أبعاد (مرفق ج)،

جدول (٦):

عدد عبارات استمارة استبيان واقع الامكانات الخاصة بالخدمات الترويجية

م	الابعاد	المفردات
١	الامكانات المادية	٧ : ١
٢	الامكانات المالية	١١ : ٨
٣	الامكانات البشرية	١٩ : ١٢
٤	الامكانات المعلوماتية	٢٠ : ٢٦
	استمارة استبيان واقع الامكانات الخاصة بالخدمات الترويجية	٢٦ : ١

- يتبين من جدول (٦)، أن إجمالي عدد العبارات بلغ (٢٦) عبارة في استمارة استبيان واقع الامكانات الخاصة بالخدمات الترويجية
- الدراسة الأساسية: قام فريق البحث بتطبيق استمارة الاستبيان على عينة أساسية، بلغ عددها (٧٧٣) متردد، من داخل مجتمع البحث، وذلك في الفترة من (٢٠٢٢/١٢/٢٠) إلى (٢٠٢٣/٢/١٥)م، وبعد الانتهاء من عملية التطبيق تم جمع وتنظيم وتصنيف البيانات وجدولتها لإجراء المعالجات الإحصائية المناسبة.
- الأساليب الإحصائية: تمت المعاملات العلمية والمعالجات الإحصائية لبيانات البحث باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) الإصدار (٢١) لإجراء:
- النسب المئوية.
 - معامل الارتباط البسيط لبيرسون.
 - معامل ألفا كرونباخ.
 - الدرجة المقدرة
 - الوزن النسبي.
 - معادلة كاي تربيع.
- وقد قام فريق البحث بتحديد درجة القطع والتي تعد النقطة التي إذا وصل إليها المفحوص (المتردد على المؤسسات الرياضية) فإنه يجتاز العبارة، المحور والاستبيان الذي استجاب عليه وأن النسب المئوية (الوزن النسبي) هي الحد الفاصل بين مستوى الاستجابات في أداة البحث، كما يبين جدول (٧) ثلاث مستويات تبعاً لميزات تقدير ليكرت الثلاثي.

جدول (٧): المستوى التقديري لعبارات استبيان الامكانات الخاصة بالخدمات الترويجية في المؤسسات

الرياضية بمحافظة الدقهلية

م	الوزن النسبي	المستوى/القرار
١	٣٣.٣٣ : ٥٥.٣٣%	منخفض
٢	٥٥.٦٧ : ٧٧.٦٧%	متوسط
٣	٧٨.٠٠ : ١٠٠.٠٠%	مرتفع

- عرض وتفسير ومناقشة النتائج:
- ما الامكانات المادية الخاصة بالخدمات الترويجية لبعض المؤسسات الرياضية بمحافظة الدقهلية؟

جدول (٨) التكرارات والدرجة المقدره والوزن النسبي وقيمة كا تربيع لاستجابات أفراد عينة البحث

لعبارات المحور الاول (الامكانات المادية) ن = ٧٧٣

م	العبارات	نعم		الخدمات		لا		الدرجة المقدره	الوزن النسبي	قيمة(كا) ^٢	مستوى الدلالة	القرار المستوي
		%	ك	%	ك	%	ك					
١	يتوفر داخل المؤسسة الرياضية منفذ لبيع ادوات الخدمات الترويجية	٢١٠	٢٧,٢	٢٣٢	٣٠	٣٣١	٤٢,٨	١٤٢٥	٦١,٤٥	٣٢,٢٥	٠,٠٠٠	متوسط
٢	توفر المؤسسة الرياضية للادوات المناسبة للمتريدين	٢٥٣	٣٢,٧	٣١٨	٤١,١	٢٠٢	٢٦,١	١٥٩٧	٦٨,٨٧	٢٦,٢٤	٠,٠٠٠	متوسط
٣	تنتم الادوات المتاحة بالمؤسسة الرياضية بالحدائة ومناسبتها للمتريدين	٢٢٤	٢٩	٣٦٤	٤٧,١	١٨٥	٢٣,٩	١٥٨٥	٦٨,٣٥	٦٨,٧٧	٠,٠٠٠	متوسط
٤	يتوفر بالمؤسسة وحدة رعاية طبية	٢٥٥	٣٣	٢٥٧	٣٣,٢	٢٦١	٣٣,٨	١٥٤٠	٦٦,٤١	٠,٠٧	٠,٩٦	متوسط
٥	يوجد بكل وحدة صندوق اسعافات اولية للتعامل مع الاصابات	٣٩١	٥٠,٦	٢٢٠	٢٨,٥	١٦٢	٢١	١٧٧٥	٧٦,٥٤	١١٠,٠٠	٠,٠٠٠	متوسط
٦	يتوفر اماكن لانتظار السيارات والدراجات قريبة من المؤسسة الرياضية	٣٣٦	٤٣,٥	٢٤٤	٣١,٦	١٩٣	٢٥	١٦٨٩	٧٢,٨٣	٤٠,٧٧	٠,٠٠٠	متوسط
٧	يتوفر صندوق للشكاوي والاقتراحات بالمؤسسة الرياضية	٢٨٣	٣٦,٦	٢١٠	٢٧,٢	٢٨٠	٣٦,٢	١٥٤٩	٦٦,٨٠	١٣,٢٥	٠,٠٠٠	متوسط

* قيمة (كا^٢) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) = (٥,٩٩١)

بمحافظة الدقهلية براحة المتريدين عليها حيث يسهلون عليهم القوم والانتظار والحرص علي تواجدهم لأطول فترة ممكنه داخل المؤسسة الرياضية دون القلق علي سياراتهم ويجاد وسيلة المواصلات في اقرب مكان ، وتسهيل دخول وخروج المتريدين من المؤسسة الرياضية ، واهتمام ادارات المؤسسات الرياضية بأراء المتريدين عليها وتلبية احتياجاتهم ومشاركتهم في تقويم خدمات المؤسسة الرياضية الامر الذي يعمل علي زيادة الاقبال علي ممارسة الخدمات الترويجية داخل المؤسسة الرياضية.

ويتفق ذلك مع نتائج دراسة هبة مخيم (٢٠١٥) (٢٩)، في ضرورة عقد اجتماعات بشكل دوري لمناقشة المشكلات التي تواجه المتريدين اثناء ممارسة الخدمات الترويجية بالمؤسسات الرياضية. ويتفق ذلك مع نتائج دراسة مروة عاشور (٢٠١٩) (٢٦) في توفر اماكن لانتظار السيارات مما يسهل علي المتريدين ممارسة الخدمات الترويجية.

يتضح من جدول (٨): تتراوح الدرجة المقدره لعبارات المحور الاول (الامكانات المادية) ما بين (١٥٤٠ - ١٧٧٥)، كما تتراوح الوزن النسبي لعبارات الاول (الامكانات المادية) ما بين (٦٦,٤١% - ٧٦,٥٤%)، كما حصلت عبارات (١,٢,٣,٤,٥,٦,٧) في المحور الاول (الامكانات المادية) علي قرار ومستوي متوسط ، وجود تباين في استجابات عينة البحث نحو عبارات (٥,٦,٧) لصالح الاستجابة (نعم)، حيث أن قيمة (كا^٢) المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠٥).

وقد يرجع ذلك الي اهتمام ادارات المؤسسات الرياضية بمحافظة الدقهلية بتوفير عوامل الامن والسلامة للمتريدين عليها والتعامل مع الاصابات بشكل سريع وشعور المتريدين بالامان داخل المؤسسة الرياضية اثناء الاستمتاع بالخدمات الترويجية المقدمة ، واهتمام ادارات المؤسسة الرياضية

وتتفق نتائج دراسة كل من محمد الذهبي (٢٠٠٥م) (٢٢)، محمد خميس (٢٠٠٦م) (٢٣)، حسام جوده (٢٠٠٨م) (٨)، عبد الرحمن مجاهد (٢٠١١م) (١٥)، بضرورة الاهتمام بالامكانات والانشطة الرياضية والعمل علي تقويمها و تطويرها.

تختلف نتائج هذه الدراسة مع دراسة مصطفى ابو العطا (٢٠١٣م) (٢٧) التي تشير الي ضرورة استخدام الأمتل لما هو متاح من الامكانات المادية والبشرية لزيادة تحسين الخدمات الترويحية المقدمة للمتريدين للوصول بها الي اعلي درجات الجودة، والاهتمام بعملية التقويم المستمرة .

- وجود تباين في استجابات عينة البحث نحو عبارة (١) لصالح الاستجابة (لا)، حيث أن قيمة المحسوبة (كأ) أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى (٠,٠٥).

وقد يرجع ذلك الي عدم اهتمام ادارات المؤسسات الرياضية بتسهيل توفير ادوات الخدمات الترويحية للمتريدين عليها مما يعمل علي تقليل اقبال المتريدين علي ممارسة الخدمات الترويحية بالمؤسسات الرياضية

تتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة عدلة عيسي، خليفة بهبهاني (٢٠٠٠م) (١٧) والتي اشارت الي ان هناك قصور واضح في الادوات والامكانات اللازمة للممارسة بالمركز .

وتختلف هذه الدراسة مع ما اشار اليه سيد عبد الحميد (٢٠٠٣م) (١٢) الي ان من ضمن اساليب الجذب في بعض المؤسسات الرياضية هي توفير العديد من الامكانات المادية والبشرية داخل المؤسسة الرياضية

ويختلف ذلك مع نتائج دراسة نور الدين بوغان (٢٠١٠) (٢٨) ف عدم توفر اماكن كافية لتوقف السيارات وطول فترة الرد علي شكاوي المتريدين، مما يصعب من اداء الخدمة الترويحية بالمؤسسات الرياضية .

- وجود تباين في استجابات عينة البحث نحو عبارات (٣،٢) لصالح الاستجابة (إلى حد ما) ، حيث أن قيمة المحسوبة (كأ) المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠٥).

وقد يرجع ذلك الي قلة اهتمام ادارات المؤسسات الرياضية بمحافظة الدقهلية بتميز الخدمة الترويحية، حيث ان المتريدين غير راضين بشكل كافي عن مناسبة اعداد الادوات لاعدادهم وغير راضين عن حداثة الادوات، وهذا يدل علي عدم حرص ادارة المؤسسات علي مواكبة كل ما هو حديث حيث تعمل ادارة المؤسسة علي تقديم الخدمة بما هو متاح فقط دون الاهتمام برضا المتريدين عليها، وبالتالي فان نقص الادوات والاجهزة الرياضية يقلل من تميز الخدمات الترويحية بالمؤسسات الرياضية، حيث توفير عدد اجهزة وادوات وفقا لرغبة المتريدين يزيد من حجم المتريدين علي ممارسة الخدمات الترويحية بالمؤسسات الرياضية.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة عدلة عيسي، خليفة بهبهاني (٢٠٠٠م) (١٧) والتي اشارت الي ان هناك قصور واضح في الادوات والامكانات اللازمة للممارسة بالمؤسسة الرياضية، نقص اعداد الادوات مع اعداد المتريدين .

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة مروة عاشور (٢٠١٩م) (٢٦) التي تشير الي نقص الادوات والاجهزة الرياضية يقلل من تميز الخدمات الترويحية بالمؤسسات الرياضية.

ويتفق ذلك مع نتائج دراسة كل من عدلة عيسي، خليفة بهبهاني(٢٠٠٠م)(١٧) في عدم تناسب حاجات وميول ورغبات المترددات والقصور الواضح في الادوات والامكانات المادية والبشرية ونقص عدد المشرفين والاختصاصيين والميزانية المحددة للمصرف محدودة

ويتفق ذلك مع نتائج دراسة مروة عاشور(٢٠١٩م)(٢٦) في ضرورة توفير حجرة للاسعافات الاولية واخرى للعلاج الطبيعي. ما الامكانات المالية الخاصة بالخدمات الترويحية لبعض المؤسسات الرياضية بمحافظة الدقهلية؟

- وجود تباين في استجابات عينة البحث نحو العبارة (٤) الامكانات المادية حيث أن قيمة المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية عند مستوى (٠,٠٥).

وقد يرجع ذلك الي اختلاف اهتمام ادارات المؤسسات الرياضية بصحة المترددين عليها والحفاظ علي حياتهم واختلاف نسب توافر الطبيب المختص والاجهزة والادوات اللازمة لاجراءات الكشف الطبي علي المترددين بالمؤسسات الرياضية واختلاف نسب التنسيق بين المؤسسات الرياضية والمراكز الطبية المجاورة لاجراء الفحوصات علي المترددين علي المؤسسة الرياضية .

جدول(٩) التكرارات والدرجة المقدرة والوزن النسبي وقيمة كا تربيع لاستجابات أفراد عينة البحث

عبارات المحور الثاني (الامكانات المالية) ن= ٧٧٣

م	العبارات	نعم		الي حد ما		لا		الدرجة المقدرة	الوزن النسبي	قيمة(كا) ٢	مستوى الدلالة	القرار المستوي
		%	ك	%	ك	%	ك					
٨	تسديد رسوم الالتحاق بواسطة(الفيزا كارد ،السداد النقدي)	٣٨,٢	٢١٩	٢٨,٣	٢٥٩	٣٣,٥	٢٥٩	١٥٨٢	٦٨,٢٢	١١,٢٢	٠,٠٠٠	متوسط
٩	يوجد نظام التقسيط في السداد للاشتراك في الخدمات الترويحية بالمؤسسة الرياضية	٢٤,٧	١٩٢	٢٤,٨	٣٩٠	٥٠,٥	٣٩٠	١٣٤٧	٥٨,٠٩	١٠,١٩٥	٠,٠٠٠	متوسط
١٠	تتناسب اسعار الخدمات الترويحية مع الامكانيات المالية للمترددين	٤١,١	٣١٨	٣٦,٧	١٧١	٢٢,١	١٧١	١٦٩٣	٧٣,٠١	٤٥,٩٧	٠,٠٠٠	متوسط
١١	توفر المؤسسة تخفيضات للخدمات الترويحية المقدمة بها	٢٨,٣	٢١٩	٤٢,٦	٣٢٩	٢٩,١	٢٢٥	١٥٤٠	٦٦,٤١	٢٩,٦٩	٠,٠٠٠	متوسط

* قيمة (كا) الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = ٥,٩٩١

المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى (٠,٠٥).

وقد يرجع ذلك الي بساطة ومرونة الاجراءات الادارية لتقديم الخدمات الترويحية،وتناسب اجراءات الاشتراك في الخدمات الترويحية مع طبيعة وظروف المترددين لتسهيل الاقبال علي ممارسة الخدمات الترويحية، وان الخدمة الترويحية المقدمة تطابق حاجات وتوقعات المشاركين بتكلفة مناسبة والذي يحقق رضا المترددين، ووعي ادارات المؤسسات

يتضح من جدول (٩):تتراوح الدرجة المقدرة لعبارات المحور الثاني (الامكانات المالية) ما بين (١٣٤٧ - ١٦٩٣)، كما تراوح الوزن النسبي لعبارات الثاني (الامكانات المالية) ما بين (٥٨,٠٩% - ٧٣,٠١%). حصلت عبارات (٨،١٠،٩،٨) في المحور الثاني (الامكانات المالية) علي قرار ومستوي متوسط وجود تباين في استجابات عينة البحث نحو عبارات (٨،١٠) لصالح الاستجابة (نعم)، حيث أن قيمة

كل ما هو جديد وتوسيع قاعدة الممارسة الترويحية لديهم، ووجود ادارات مؤسسات ترويحية اخري لا تهتم بعمل تخفيضات للخدمات الترويحية مما يعمل علي محدودية الممارسة الترويحية علي الممارسة التقليدية فقط.

ويتفق ذلك مع نتائج دراسة Machy-crompton (1990) (٣٥) التي تشير الي تفعيل دور المؤسسات الخدمية لتحقيق رضا المستفيدين من الخدمات الترويحية.

وجود تباين في استجابات عينة البحث نحو عبارة (٩) لصالح الاستجابة (لا) في العبارة ، حيث أن قيمة المحسوبة (كا٢) أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى (٠,٠٥).

وقد يرجع ذلك الي عدم اهتمام ادارات المؤسسات الرياضية بتسهيل المشاركة في الخدمات الترويحية علي المترددين بها وقلة اهتمامهم بتوسيع قاعدة المشاركة في الخدمات الترويحية بالمؤسسة الرياضية مما يعمل علي

محدودية الممارسة علي الخدمات الترويحية التقليدية دون الاقبال لممارسة كل ما هو جديد .

تختلف نتائج هذه الدراسة مع ما اشار اليه Parasuraman A et al (1988): ضرورة توفير التسهيلات المادية والمعدات المستخدمة في انتاج وتقديم الخدمة الترويحية .

ما الامكانات البشرية الخاصة بالخدمات الترويحية لبعض المؤسسات الرياضية بمحافظة الدقهلية؟

الرياضية لاهمية العلاقة الانسانية عند التعامل مع المشاركات لاكتساب ثقتهم في المؤسسة الرياضية من خلال سهولة النظام المتبع عند دفع وتجديد نظام الاشتراك من خلال تسديد رسوم الالتحاق بواسطة السداد النقدي يزيد من بساطة الاجراءات الادارية لتفعيل زيادة ممارسة الخدمات الترويحية.

ويتفق ذلك مع ما اشار اليه Borton,Marson (1999) (٣٢) ان الاجراءات الادارية الفعالة هي تعرف الادارة علي احتياجات العملاء وتحقيق رغباتهم بشكل فعال يخلو من اي عيوب ومن اول مرة فضلا عن تحقيق الاستمرارية في تحسين الاداء.

ويتفق ذلك مع نتائج دراسة محمد خميس (٢٠٠٦م) (٢٣) حيث يشير الي ان الشعور بالرضا نتيجة مترتبة علي جودة الخدمة ، كما ان المشارك يكون راضيا عندما تقدم له الخدمة بجودة تتفق مع توقعاته او تفوق عليها، بينما يكون غير راضي عندما تفوق توقعاته مستوي الاداء، التي وضحت تناسب اسعار الخدمات الترويحية بالمؤسسات الرياضية مع امكانيات المترددين عليها.

وجود تباين في استجابات عينة البحث نحو عبارات (١١) لصالح الاستجابة إلى حد ما في العبارة، حيث أن قيمة المحسوبة (كا٢) أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى (٠,٠٥).

وقد يرجع ذلك الي وجد ادارات مؤسسات رياضية تهتم بعمل تخفيضات علي الخدمات الترويحية المقدمة بها مما يساهم في اقبال المترددين علي ممارسة

جدول (١٠) التكرارات والدرجة المقدره والوزن النسبي وقيمة كا تربيع لاستجابات أفراد عينة البحث

لعبارات المحور الثالث (الامكانيات البشرية) ن = ٧٧٣

القرار	مستوى	كا	الوزن النسبي	الدرجة المقدره	لا		الى حد ما		نعم		العبارات	٤
					ك	%	ك	%	ك	%		
متوسط	٠,٢٠	٣,١٩	٦٧,٩٢	١٥٧٥	٣٠,٤	٢٣٥	٣٥,٤	٢٧٤	٣٤,٢	٢٦٤	توفر المؤسسة الرياضية اخصائين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة بالمؤسسة (اخصائين اجتماعيين ، اخصائين نفسيين ، اخصائين رياضيين)	١٢
متوسط	٠,٠٠٠	١٤٢,٨	٧٧,٩٦	١٨٠٨	١٩	١٤٧	٢٨,١	٢١٧	٥٢,٩	٤٠٩	يتصف مقدمي الخدمات الترويجية بالمؤسسة الرياضية بحسن المظهر	١٣
مرتفع	٠,٠٠٠	١٤٧,٦	٧٨,٥٣	١٨٢١	١٤,٧	١١٤	٣٤,٩	٢٧٠	٥٠,٣	٣٨٩	توجد متابعة من الادارة لاداء مستوي مقدمي الخدمة والاحصائين داخل المؤسسة الرياضية	١٤
مرتفع	٠,٠٠٠	١٦٦,٦	٧٨,١٨	١٨١٣	٢٠,٦	١٥٩	٢٤,٣	١٨٨	٥٥,١	٤٢٦	يتوفر بالمؤسسة الرياضية مسؤل علاقات عامة	١٥
متوسط	٠,٠٠٠	٢٧,٤	٧٠,٣٨	١٦٣٢	٢٤,٧	١٩١	٣٩,٥	٣٠٥	٣٥,٨	٢٧٧	يراعي مقدمي الخدمات الترويجية للفروق الفردية بين المترددين	١٦
متوسط	٠,٠٠٠	١١٣,٨	٧٣,٧٨	١٧١١	١٦	١٢٤	٤٦,٦	٣٦٠	٣٧,٤	٢٨٩	مقدمي الخدمات الترويجية مؤهلين لاداء وظائفهم	١٧
مرتفع	٠,٠٠٠	١٥٥,٣	٧٨,٥٣	١٨٢١	١٣,١	١٠١	٣٨,٣	٢٩٦	٤٨,٦	٣٧٦	يجيب مقدمي الخدمات علي جميع استفسارات المترددين	١٨
متوسط	٠,٠٠٠	٧٨,٧	٧٥,٢٠	١٧٤٤	١٩,١	١٤٨	٣٦,١	٢٧٩	٤٤,٨	٣٤٦	يسعي مقدمي الخدمات الترويجية بسرعة واهتمام لحل مشكلات المترددين وتلبية احتياجاتهم الترويجية	١٩

* قيمة (كا) الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = ٥,٩٩١

المشكلات التي تواجه المترددين علي المؤسسات الرياضية والعمل علي حلها في اسرع وقت ممكن ، واهتمام ادارات المؤسسات الرياضية بتوطيد علاقتهم مع ادارات المؤسسات الاخرى

يتفق ذلك مع نتائج دراسة احمد عبد الهادي (٢٠٠٣م) (٤) في ضرورة حسن مظهر واناقة مقدمو الخدمات الترويجية لجذب المترددين ، ومع ما اشارة له تهناني عبد السلام (٢٠٠١م) (٧) نقلا عن روس ان من اهم سمات الشخصية لمقدمي الخدمات الترويجية هو التحدث واللياقة في الكلام والشخصية المرحة وحسن المظهر، وتتفق مع ما أشار اليه Cabe (١٩٨٥) (٣٦) الي تأثير مستوي جودة الخدمات الترويجية بكل من اتجاهات وسلوك اشخاص مقدمو الخدمة .

ويختلف ذلك مع نتائج دراسة (صابر عبد الغني) (٢٠٠١) (١٤) في عدم قيام اعضاء مجلس الادارة بتذليل العقبات التي تواجه ممارسة الانشطة .

يتضح من جدول (١٠): تتراوح الدرجة المقدره لعبارات المحور الثالث (الامكانيات البشرية) ما بين (١٥٧٥ - ١٨٢١)، كما تتراوح الوزن النسبي لعبارات المحور الثالث (الامكانيات البشرية) ما بين (٦٧,٩٢% - ٧٨,٥٣%).

حصلت عبارات (١٨,١٥,١٤) علي قرار ومستوي مرتفع، بينما حصلت عبارات (١٩,١٧,١٦,١٣) وجود تباين في استجابات عينة البحث نحو عبارات (١٣,١٤,١٥,١٨,١٩) لصالح الاستجابة (نعم)، حيث أن قيمة (كا) المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى (٠,٠٥).

وقد يرجع ذلك الي اهتمام مقدمو الخدمات الترويجية بالمؤسسات الرياضية بمظهرهم واناقتهم لجذب المترددين للخدمات الترويجية بالمؤسسات الترويجية، وتفهم الادارة الي اهمية التعامل مع الشكاوي بشكل ايجابي وسريع مما يزيد من حل

ويتفق ذلك مع نتائج دراسة مروة عاشور (٢٠١٩م) (٢٦) في نقص الادوات والاجهزة الرياضية يقلل من تميز الخدمات الترويحية بالوحدات ذات الطابع الخاص.

وجود فروق غير دالة إحصائياً في استجابات عينة البحث نحو العبارة (١٢)، حيث أن قيمة المحسوبة (كأ) أقل من قيمتها الجدولية عند مستوى (٠,٠٥).

وقد يرجع ذلك الي تفاوت اهتمام ادارات المؤسسات الرياضية بمحافظة الدقهلية لتوفير خدمات ترويحية للفئات الخاصة ودمجهم مع المجتمع وذلك حتي يتم ترسيخ مبادئ التعاون المستمر بين هذه الفئة الخاصة والمجتمع عامة لازالة الافكار السلبية العالقة في اذهان المجتمع وأفراده تجاه ذوي الاحتياجات الخاصة والتي تحول دون دمجهم ضمن فئات المجتمع المختلفة.

ويتفق ذلك مع نتائج دراسة مروة عاشور (٢٠١٩ م) (٢٦) في ضرورة توفير برامج تناسب ذوي الاحتياجات الخاصة والتعرف علي احتياجاتهم.

ويتفق ذلك مع نتائج دراسة محمد اسماعيل (٢٠١٩م) (٢٠) والتي توصي بتقديم ادارات الاندية لخدمات ترويحية تتناسب مع احتياجات الفئات الخاصة بأشكالها المختلفة من الجنسين وفق مواعيد محددة.

- ما الامكانيات المعلوماتية الخاصة بالخدمات الترويحية لبعض المؤسسات الرياضية بمحافظة الدقهلية؟

ويختلف ذلك مع نتائج دراسة نور الدين بو عنان (٢٠١٠م) (٣٦) في طول فترة الرد علي شكاوي العملاء، وكذلك عدم رضا العملاء عن ثمن الخدمات المقدمة، ودراسة هبه مخيمر (٢٠١٥) (٢٩) والتي اشارة الي ضرورة عقد اجتماعات بشكل دوري لمناقشة المشكلات التي تواجه العاملين اثناء العمل.

ويختلف ذلك مع نتائج دراسة مروة عاشور (٢٠١٩) (٢٦) في عدم تعامل الادارة مع شكاوي بشكل ايجابي وسريع وعدم العمل علي حلها في اسرع وقت ممكن.

وجود تباين في استجابات عينة البحث نحو عبارات (١٦، ١٧) لصالح الاستجابة (إلى حد ما)، حيث أن قيمة المحسوبة (كأ) أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى (٠,٠٥).

وقد يرجع ذلك الي اقل اهتمام ادارات المؤسسات الرياضية بمحافظة الدقهلية بتميز الخدمة الترويحية، حيث ان المترددين غير راضين بشكل كافي عن مناسبة اعداد الادوات لاعدادهم وغير راضين عن حداثة الادوات، وهذا يدل علي عدم حرص ادارة المؤسسات علي مواكبة كل ما هو حديث حيث تعمل ادارة المؤسسة علي تقديم الخدمة بما هو متاح فقط دون الاهتمام برضا المترددين عليها، وبالتالي فان نقص الادوات والاجهزة الرياضية يقلل من تميز الخدمات الترويحية بالمؤسسات الرياضية، حيث توفير عدد اجهزة وادوات وفقا لرغبة المترددين يزيد من حجم المترددين علي ممارسة الخدمات الترويحية بالمؤسسات الرياضية.

جدول (١١) التكرارات والدرجة المقدرة والوزن النسبي وقيمة كا تربيع لاستجابات أفراد عينة البحث

عبارات المحور الرابع (الامكانات المعلوماتية) ن = ٧٧٣

القرار	مستوى الدلالة المستوى	(كا)	الوزن النسبي	الدرجة المقدرة	لا		الى حد ما		نعم		العبارات	م
					%	ك	%	ك	%	ك		
متوسط	٠,١١	٤,٤	٦٥,٢٠	١٥١٢	٣٤,٣	٢٦٥	٣٥,٨	٢٧٧	٢٩,٩	٢٣١	تقدم ادارة المؤسسة الرياضية مطبوعات دورية لتوعية المترددين عن الخدمات والانشطة الترويجية المتوفرة	٢٠
متوسط	٠,٠٠٠	٤٠,٤	٦٨,٥٦	١٥٩٠	٢٥,٤	١٩٦	٤٣,٦	٣٣٧	٣١	٢٤٠	تقدم المؤسسة الرياضية عروض متنوعة للانشطة الترويجية المقدمة	٢١
متوسط	٠,٠٠٠	٢٦,٦	٧١,٦٧	١٦٦٢	٢٥,٢	١٩٥	٣٤,٥	٢٦٧	٤٠,٢	٣١١	يتعرف المترددين علي بنود اللاحة المالية الخاصة بالاتحاق في الانشطة الترويجية	٢٢
متوسط	٠,٠٠٠	٤٣,٧	٧٣,١٣	١٦٩٦	٢٣,٤	١٨١	٣٣,٨	٢٦١	٤٢,٨	٣٣١	تتعدد وسائل الدعاية للخدمة الترويجية المقدمة	٢٣
متوسط	٠,٠٠٠	١١,٩	٦٩,٩٤	١٦٢٢	٢٩,١	٢٢٥	٣٢	٢٤٧	٣٨,٩	٣٠١	تنوع وسائل حجز المترددين للانشطة الترويجية بالمؤسسة الرياضية	٢٤
مرتفع	٠,٠٠٠	١٦٠,٢	٧٨,٣١	١٨١٦	١٩,٥	١٥١	٢٦	٢٠١	٥٤,٥	٤٢١	تعرض الادارة علي المترددين شروط الاتحاق بالانشطة الترويجية المختلفة	٢٥
متوسط	٠,٠٠٠	٩١,٤	٧٥,٨٩	١٧٦٠	٢٠,٨	١٦١	٣٠,٧	٢٣٧	٤٨,٥	٣٧٥	تخطر ادارة المؤسسة الرياضية المتردد مسبقا بموعدا الخدمة الترويجية، موعدا تعديلها	٢٦

* قيمة (كا) الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = ٥,٩٩١

الخدمات الترويجية، وذلك لاختار المترددين بجميع البيانات الخاصة بالخدمات الترويجية واختارهم مسبقا بتعديل مواعيد الخدمة الترويجية، وتوافر وسائل الاتصال بين المترددين علي المؤسسات الرياضية ووعي ادارة النادي بأهمية توفير وتنوع وسائل الاتصال بين الاعضاء وادارة الخدمات الترويجية بالمؤسسة الرياضية لتسهيل عملية الاشتراك في الخدمات الترويجية

ويتفق ذلك مع ما اشار اليه (Borton (1999 (٣٢) تعرف الادارة علي احتياجات العملاء وتحقيق رغباتهم بشكل فعال يخلو من اي عيوب ومن اول مرة فضلا عن تحقيق الاستمرارية في تحسين الاداء

وتختلف نتائج هذه الدراسة مع دراسة محمد اسماعيل (٢٠١٩ م) (٢٠) والتي تشير الي عدم وعي ادارة الاندية بأهمية توفير وتنوع وسائل الاتصال بين الاعضاء وادارة الانشطة بالنادي

يتضح من جدول (١١): تتراوح الدرجة المقدرة لعبارات المحور الثاني (الامكانات المعلوماتية) ما بين (١٥١٢ - ١٨١٦)، كما تتراوح الوزن النسبي لعبارات الاول (الامكانات المعلوماتية) ما بين (٦٥,٢٠ % - ٧٨,٣١ %).

وجود تباين في استجابات عينة البحث نحو عبارات (٢٢، ٢٣، ٢٤، ٢٥، ٢٦) لصالح الاستجابة (نعم) في العبارات، حيث أن قيمة (كا) المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى (٠,٠٥).

حصلت عبارة (٢٥) في المحور الرابع (الامكانات المعلوماتية) علي قرار ومستوي مرتفع، بينما حصلت العبارات (٢٠، ٢١، ٢٢، ٢٣، ٢٤، ٢٦) علي قرار ومستوي متوسط.

وقد يرجع ذلك الي ان ادارات المؤسسات الرياضية بمحافظة الدقهلية تعمل علي مزيج من البيانات والمعلومات وطرق نشرها، مما يعمل علي زيادة الرضا عن عرض الكثير من المشاركات في

ويتفق ذلك مع نتائج دراسة عبد الرحمن مجاهد (٢٠١٨) (١٦) في رغبة أعضاء الأندية في التعرف علي الخدمات الجديدة كما تقدم الإعلانات لأعضاء معرفة سبب الاشتراك في الخدمة الرياضية المقدمة

إستخلاصات البحث:

إنطلاقاً من نتائج هذا البحث، توصل فريق البحث إلى الإستخلاصات التالية:

- توفر المؤسسات الرياضية اماكن لانتظار السيارات
- تتناسب اسعار الخدمة الترويحية مع المترددين علي المؤسسة الرياضية .
- يتصف مقدمي الخدمات الترويحية بالمؤسسات الرياضية بحسن المظهر .
- تهتم المؤسسات الرياضية بتوفير مسؤل علاقات عامة .
- قلة اهتمام المؤسسات الرياضية بتوفير الادوات المناسبة للمترددين عليها لممارسة الخدمات الترويحية
- ضعف اهتمام المؤسسات الرياضية بعمل تخفيضات ،نظام تقسط للاشتراك في الخدمات الترويحية او عروض للاشتراك بالخدمات الترويحية .
- ندرة اهتمام المؤسسات الرياضية بتوفير مقدمي خدمات ترويحية مؤهلين لاداء وظائفهم وبراعو الفروق الفردية بين المترددين .
- تفاوت اهتمام المؤسسات الرياضية بتوفير وحدة رعاية طبية او طبيب مختص وتكتفي بتوفير صندوق اسعافات اولية.

- وجود فروق دالة إحصائياً في استجابات عينة البحث نحو عبارات المحور الرابع (الامكانيات المعلوماتية) لصالح الاستجابة إلى حد ما في العبارة (٢١)، حيث أن قيمة المحسوبة كا^٢ أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى (٠,٠٥).

وقد يرجع ذلك الي تفاوت نسب الاهتمام بين ادارات المؤسسات الرياضية في عمل عروض متنوعة للانشطة الترويحية المقدمة بها فيوجد ادارات تهتم بعمل عروض متنوعة للانشطة الترويحية المقدمة بها ممايساهم في اقبال المترددين بها علي ممارسة كل ماهو جديد وتوسيع قاعدة الممارسة الترويحية لديهم ،ووجود ادارات مؤسسات ترويحية اخري لا تهتم بعمل عروض للانشطة الترويحية المقدمة بها مما يعمل علي محدودية الممارسة الترويحية للمترددين عليها علي الممارسة التقليدية فقط

ويتفق ذلك مع ما اشار اليه (1992)

Singer (٣٨)، Julius (1990) (٣٤) في ضرورة العمل علي توفير تسهيلات للمترددين علي المؤسسات الرياضية للاشتراك في الخدمات الترويحية

- وجود فروق غير دالة إحصائياً في استجابات عينة البحث نحو العبارة (٢٠) والتي تنص علي تقدم ادارة المؤسسة الرياضية مطبوعات دورية لتوعية المترددين عن الخدمات والانشطة الترويحية المتوفرة، حيث أن قيمة المحسوبة (كا)^٢ أقل من قيمتها الجدولية عند مستوى (٠,٠٥).

وقد يرجع ذلك الي تفاوت نسب اهتمام ادارات المؤسسات الرياضية لعمل مطبوعات دورية لتوعية المترددين عن الخدمات والانشطة الترويحية المقدمة مما يعمل علي محدودية الممارسة الترويحية للمترددين عليها علي الممارسة التقليدية فقط

توصيات البحث:

في ضوء نتائج هذا البحث، يقدم فريق البحث مجموعة من المقترحات مصنفة؛ كالتالي:

الإستعانة بإستمارة الإستبيان واقع الامكانات الخاصة بالخدمات الترويجية بالمؤسسات الرياضية

بالنسبة للامكانات المادية :توفر المؤسسات الرياضية منفذ لبيع الادوات الخاصة بالخدمات الترويجية والمتابعة الدورية من إدارة المؤسسات الرياضية علي صندوق الشكاوي وصندوق الاسعافات الاولية والعمل علي تطويرهم وتوسيع أماكن انتظار السيارات .

بالنسبة للامكانات المالية : توفير المؤسسات الرياضية نظام التقسيط وعمل عروض علي الخدمات الترويجية ،متابعة كل جديد في اساليب تسديد رسوم الائتحاق والمستحدث منها ،القيام بأستطلاع رأي دوري للمتريدين علي تناسب اسعار الخدمات الترويجية مع المتريدين عليها .

بالنسبة للامكانات البشرية:توفير المؤسسات الرياضية أخصائين ومقدمي خدمة ترويجية للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة، مراعاة مقدمي الخدمات الترويجية للفروق الفردية بين المتريدين وعمل متابعة دورية من الادارة علي مقدمي الخدمات الترويجية،وضع برامج ودورات لصقل مهارات مقدمي الخدمات الترويجية وتأهيلهم والارتقاء بمستواهم .

بالنسبة للامكانات المعلوماتية: توفير المؤسسات الرياضية عروض متنوعة للخدمات الترويجية وعمل مطبوعات دورية لتوعية المتريدين عن الخدمات الترويجية المتاحة ،الحرص علي استخدام أحدث الوسائل المستحدثة لتوعية المتريدين بشروط

الائتحاق واخبارهم بمواعيد الخدمة مسبقا قبل تقديمها

وضرورة الاستعانة بخبراء تسويق

قائمة مراجع البحث:

أولاً: المراجع باللغة العربية:

١. إبراهيم عبد المقصود،حسن الشافعي :الموسوعة العلمية للإدارة الرياضية ٧- .الامكانات والمنشآت في المجال الرياضي ،دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر ،الاسكندرية،٢٠٠٤م.
٢. إبراهيم عبد المقصود،حسن الشافعي :الموسوعة العلمية للإدارة الرياضية ٢-التخطيط في المجال الرياضي ،دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر ،الإسكندرية،٢٠٠٣م.
٣. إبراهيم عبد المقصود،حسن الشافعي :الموسوعة العلمية للإدارة الرياضية ٦-العلاقات العامة-التنمية الإدارية-التسويق المويل في المجال الرياضي السياحة مصدر لتمويل الرياضة،دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر ،الإسكندرية،٢٠٠٤م.
٤. إبراهيم نزية :تطبيق أسلوب الفجوة في قياس جودة الخدمة بمراكز الشباب ،رسالة ماجستير غير منشورة ،كلية التربية الرياضية للبنين بالهرم ،جامعة حلوان ،٢٠٠٤م.
٥. احمد حسين،علي الجمل :معجم المصطلحات التربوية المعروفة في المناهج وطرق التدريس ،ط٢،عالم الكتب ،القاهرة ،١٩٩٩م.
٦. احمد عبد الهادي:إدارة التسويق ،اكاديمية الدلتا للعلوم ،معهد الدلتا العالي للحاسبات ،المنصورة ،٢٠٠٣م.

٧. احمد مطر: تقويم بعض الأنشطة الترويحية بالمجلس القومي للشباب بجمهورية مصر العربية، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة المنصورة، ٢٠١٢م.
٨. أمل عبد المرضي: التخطيط لتسويق خدمات الوحدات ذات الطابع الخاص جامعة حلوان، انتاج علمي، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، ٢٠١٢م.
٩. تهاني عبد السلام: الترويج والتربية الترويحية، دار الفكر العربي، جامعة القاهرة، ٢٠٠١م.
١٠. حسام جوده: دراسات تقويمية للثقافة الترويحية لطلاب جامعة المنصورة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة المنصورة، ٢٠٠٨م.
١١. حسن الشافعي: الاستثمار والتسويق في التربية البدنية والرياضية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، ٢٠٠٦م.
١٢. حمدينو عمر: دور السياحة الرياضية في تنمية الجذب السياحي لجمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة المنصورة، ٢٠٠٦م.
١٣. دانيال كوفيل: إدارة المؤسسات الرياضية، قسم الترجمة بدار الفاروق، دار الفاروق للاستثمارات الثقافية، الجيزة، ٢٠١٥م.
١٤. زكي حسن، بهاء محمود: التقويم التربوي في المجال الرياضي، المكتبة المصرية، الاسكندرية، ٢٠٠٦م.
١٥. سيد عبد الحميد: اساليب الجذب في بعض الوحدات الترويحية الاستثمارية، رسالة
- ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين بالهرم، جامعة حلوان، ٢٠٠٣م.
١٦. شارف حسام الدين: السياسة الوطنية نحو المنشآت الرياضية ودورها في تفعيل المنافسة، ٢٠٠٩/٢٠١٠، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلوة، الجزائر، ٢٠١٠م.
١٧. صابر عبد الغني: الخدمات الترويحية في الجمعيات الاهلية ومراكز الشباب لابقافظة الدقهلية، (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان ٢٠٠١م.
١٨. عبد الرحمن مجاهد: تقويم الامكانات الرياضية في القرية الاولمبية بجامعة المنصورة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة المنصورة، ٢٠١١م.
١٩. عبد الرحمن مجاهد: واقع تطبيق نموذج AIDA لإعلان عن الخدمات الرياضية المقدمة بالاندية (بالنظير علي عينة من العاملين)، بحث منشور، مجلة أسبوط لعلوم وفنون التربية الرياضية، المجلد (٣)، العدد (٤٧)، كلية التربية الرياضية جامعة المنصورة، ٢٠١٨م.
٢٠. عدلة عيسي، خليفة بهبهاني: تقويم المراكز الرياضية الترويحية النسائية بدولة الكويت، المجلة العلمية للتربية البدنية والرياضية، العدد (١٩)، كلية التربية الرياضية للبنين بالهرم، جامعة حلوان، يوليو، ٢٠٠٠م.
٢١. عفاف درويش: الامكانات في التربية الرياضية، منشأه المعرف، الاسكندرية، ١٩٩٨م.

٢٢. فتحي محمد: جغرافية الخدمات (الاطار النظري وتجارب عربية)، ط٢، دارالماجد للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٧م.
٢٣. فتوح رضا: جودة الخدمات الترويحية وعلاقتها بالرضا عن الحياة لدى الشباب في المجتمعات العمرانية الجديدة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة المنصورة، ٢٠١٨م.
٢٤. كريم الحكيم، عبد الرحمن مجاهد، احمد حسني: إدارة المؤسسات الرياضية، دار الفردوس للطباعة، كلية التربية الرياضية، جامعة المنصورة، ٢٠١٨م.
٢٥. محمد اسماعيل: استراتيجية مقترحة لتفعيل الأنشطة الترويحية بأندية محافظة الدقهلية، بحث منشور، مجلة أسبوط لعلوم وفنون التربية الرياضية كلية التربية الرياضية، المجلد (١)، العدد (٥٠)، جامعة أسبوط، ٢٠١٩م.
٢٦. محمد الحماحي، عايدة عبد العزيز: الترويج بين النظرية والتطبيق، ط٥، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، ٢٠٠٧م.
٢٧. محمد السنودي واخرون: مدخل الترويج الرياضي، مكتبة شجرة الدر، المنصورة، ٢٠٢١م.
٢٨. محمد الذهبي: بناء مقياس لتقويم الأنشطة الطلابية بجامعة المنصورة من منظور ترويحي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة المنصورة، ٢٠٠٥م.
٢٩. محمد خميس: مدي الرضا عن الخدمات الترويحية بالوحدات ذات الطابع الخاص بجامعة المنصورة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة المنصورة، ٢٠٠٦م.
٣٠. محمد خميس، احمد حسني: جودة الخدمات الترويحية وعلاقتها بولاء الاعضاء للأندية الرياضية في محافظة الدقهلية، مجله علوم الرياضية، العدد ٣٠، كلية التربية الرياضية، جامعة المنيا، ٢٠١٧م.
٣١. محمود السيد، هاني جمال: دراسة تحليلية لاستثمار الموارد البشرية كمؤشر لتفعيل القدرات الابتكارية للعاملين بمدريات الشباب والرياضة، المجلة الدولية لعلوم وفنون الرياضة (باللغة الانجليزية)، كلية التربية الرياضية للبنات بالجزيرة، جامعة حلوان، العدد (فبراير) رقم البحث (٣٠٤) لسنة ٢٠١٧، ٢٠١٨م.
٣٢. محمود صادق بازراعة: إدارة التسويق، المكتبة الاكاديمية، القاهرة، ٢٠٠١م.
٣٣. مرفت مصطفى: مقدمة في الخدمة الاجتماعية، المعهد العالي للخدمة الاجتماعية، جامعة المنصورة، ٢٠٢١م.
٣٤. مروة عاشور: خطة لتفعيل الخدمات الترويحية بالوحدات ذات الطابع الخاص بجامعة المنصورة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة المنصورة، ٢٠١٩م.
٣٥. مصطفى ابو العطا: دراسة تحليلية لجودة الخدمات الترويحية المانية بمحافظة جنوب سيناء، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنين بالهرم، جامعة حلوان، ٢٠١٣م.
٣٦. نور الدين بوعنان: جودة الخدمات واثرها علي رضا العملاء، رسالة ماجستير غير منشورة،

- forward”Managing Services Quality, 1998.
44. Cabe,W.:Improving Quality and Cutting Costs in a service Oragnization,Quality Progress,Vol.(18),No.(16),1985.
45. Chiu, L. and Cheah, S.: Assessing Sport and Recreation Programmes’ Service Quality at Hotels and Resorts: Towards enhancing customer participation, Journal of Tourism and Hospitality Management, Vol.(2), No. (1), 2014.
46. Julius:The conceptual structure of a thesaurus for the park ,Recreational Leisure Service Profession,1990.
47. Machy,c.:”Measure The Quality of Recreational Services”Texas A&M University,1990
48. Min,H.:The strength of motivation and physical activity level during leisure time among youth in south korea , LARNet,the cyber journal Pendidikan ,jil(2009)
49. Parasuraman, A.: A conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research, The Journal of Marketing, 1985.
- جامعة بوضياف المسيلة ،كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية ،الجزائر ،٢٠١٠م.
٣٧. هبة مخيمر: نموذج مقترح للمنتج الترويحي لمراكز الخدمة العامة بجامعة المنصورة ،رسالة ماجستير ،جامعة المنصورة ،كلية التربية الرياضية ،٢٠١٥
- ثانياً: المراجع باللغة الأجنبية:
38. Albayrak, T. and Ebru, K. : Assessing Recreational Activities’ Service Quality in
39. Hotels: An Examination of Animation and Spa, Wellness Services, Journal of
40. Quality Assurance in Hospitality, Tourism, Vol.(18), No.(2), 2017.
41. Barcelona, R., Wells, M., Arthur-Banning, S.: Recreational Sport: Program Design, Delivery, and Management, Human Kinetics, United States of America , 2016.
42. Barrows ,p.:Exeris participation and the relation ship to depressive symptoms-
tology,matives,barriers,and
perceived benefits of exercise participation in college students,Texas-tech-
university,2003.
43. Borton,M.:”Continuous Important in public service-Away

ثالثا الشبكة العالمية للمعلومات INTERNET :

51. Valdosta state University college of
education:faculty evaluation
process,from
<http://education.valdosta.edu/coii/2009>.

50. Singer,R.:Physical Activity and
Psychological Benefits,A Position
Statement or the International
society of Sport
Psychology(IssP),the Sport
Psychologist,1992

ABSTRACT

Assessing the Facilities of Recreational Services for Some Sports Institutions in Dakahlia Governorate

Researcher: Aliaa Basem Rezk

Supervisors: Prof. Hossam Abdelaziz Gouda,

Prof. Mohamed Kamal El-Samanoudy

The research aims to evaluate the facilities of recreational services for some sports institutions in Dakahlia Governorate. The descriptive approach (survey studies) was used on a sample of 773 individuals selected randomly.

Personal interviews and questionnaires were utilized as data collection tools. The main findings were: sports institutions provide parking spaces, recreational service prices are affordable, recreational service providers are well-groomed, sports institutions prioritize public relations executives, there is a lack of appropriate tools for recreational service users, lack of interest by sports institutions in offering discounts, installment plans or promotions for recreational services, there is a shortage of recreational service providers who are qualified to perform their jobs and take into account the individual differences among visitors, and sports institutions differ in providing medical care or specialized doctors, some only provide basic first aid kits.

Keywords: Facilities, Recreational Services, Sports Institutions.