

العائد الإقتصادي من ممارسة الترويح التجاري بمراكز الشباب بمحافظة المنوفية

*م. د / نعمة أبوزيد جمعة

المقدمة :

تعد الهيئات الشبابية والرياضية عنصر من العناصر المادية التي تمثل أحد مقومات الرياضة كمؤسسات اجتماعية أو نظام اجتماعي، فهي تجسد لمدي اهتمام الدولة بالرياضة وبالقيم وبالأدوار الاجتماعية للرياضة وكذلك مدي اهتمامها بالشباب ورعاية الرياضيين وتقديرهم ، فالهيئات الشبابية والرياضية هي الواقع المادي للمؤسسات التي تهتم بالرياضة مثلها في ذلك مثل المدرسة في مسئوليتها اتجاه التربية ومثل مراكز ومعامل الأبحاث.(15: 243)

ويري لارسون Larson أن تأثير كل من الجانب التجاري والاقتصادي يؤثر بشكل رئيسي علي مقدار وشكل أوقات الفراغ. إذ أن النجاح الاقتصادي يقرر إلي حد بعيد حجم ونوع الأفراد والمجتمعات التي تستفيد من مناشط وقت الفراغ. كما يشير حلمي إبراهيم إلي أن الولايات المتحدة الأمريكية قد جعلت الرياضة والترويح والسياحة من وسائل التقدم الاقتصادي وذلك في كل من المستوي القومي والاقليمي والمحلي. (12: 160)

مشكلة البحث :

قد وجدت الباحثة أن الأنشطة الترويحية لا ترقى بالمستوى المطلوب مما يتطلب الإستعانة بالأنشطة الترويحية التجارية لزيادة الدخل لمراكز الشباب كتأجير ملعب كرة القدم وتأجير صالات الأفراح وملاعب للاطفال وفصول محو الأمية .

هدف البحث :

هو تحديد العائد الاقتصادي من ممارسة الترويح التجاري بمراكز الشباب بمحافظة المنوفية من خلال التعرف على:

- 1- الأنشطة الترويحية التجارية التي تقدمها مراكز الشباب بمحافظة المنوفية .
- 2- العائد المادي من تقديم الأنشطة الترويحية التجارية بمراكز الشباب بمحافظة المنوفية
- 3- التسهيلات المقدمة من إدارة مراكز الشباب لدعم الأنشطة الترويحية التجارية .
- 4- تقديم نموذج لأنشطة الترويح التجاري بمراكز الشباب بمحافظة المنوفية .

التساؤلات :

- 1- ما هي الأنشطة الترويحية التجارية التي تقدمها مراكز الشباب بمحافظة المنوفية.
- 2- ما هو العائد الإقتصادي من تقديم الأنشطة الترويحية التجارية بمراكز الشباب بمحافظة المنوفية .
- 3- ما هي التسهيلات المقدمة من إدارة مراكز الشباب لدعم الأنشطة الترويحية التجارية .
- 4- ما هو النموذج المقترح للأنشطة الترويحية التجارية بمراكز الشباب بمحافظة المنوفية .

المصطلحات :

العائد الإقتصادي:

والمقصود بها كل العائد المادي والأرباح التي يتم الحصول عليها من كل ما يقابل المركز من أنشطه ترويحية تجارية

الترويج التجاري:

هو استمتاع الفرد بمناشط أوقات الفراغ في مقابل مبلغ من المال يدفعه للمشاركة في تلك المناشط.(12: 160)

الأخصائى الرياضى:

هو الشخص المعين بوزارة الشباب والرياضة أو أحد هيئاتها الحكومية والحاصل على بكالوريوس تربية رياضية ويقوم بالإشراف أو التدريب للأنشطة الرياضية للنشئ والشباب للوصول بهم إلى الشخصية المتكاملة بدنيا ونفسيا وإجتماعيا وصحيا أو الوصول بهم إلى أعلى المستويات الرياضية.(9)

القراءات النظرية :

أصبح العديد من الدول يطبق نظام الاقتصاد الحر ،مما يتيح الفرص للأفراد من المشاركة في العديد من مشروعات الترويج التجاري وذلك لمواجهة زيادة الطلب عليها لما تدر من ربح أو عائد مادي مقابل استمتاع المشاركين في مناشطهم . ولذا فقد انتشرت تلك المشروعات وكذلك تنوعت الخدمات التي تقدمها والمناشط التي توفرها ، التي من أهمها :-

1- السينما والمسرح : يتم تقديم الأعمال الكوميدية أو التراجيدية أو الاعمال المليودراما لتقابل ميول واهتمامات الجمهور وتزيد من إقبالهم علي مشاهدة هذه الأعمال الفنية والاستمتاع بها مقابل دفع رسم دخول إلي دور العرض .

2- الإذاعة والتلفزيون والقنوات الفضائية :-هما برامج إذاعية أو تليفزيونية أو برامج مقدمة عبر القنوات الفضائية مقابل مبلغ مادي وعليه أن عدد رسوم الاشتراك مقابل توفير الخدمة في أوقات الفراغ .

3- أندية الفيديو :- تقوم بتوفير العديد من الأفلام العربية و الأمريكية والأوربية والأسبوية لجمهورها وذلك بغرض البيع أو الاستفادة لمشاهدة هذه الأفلام . (12 : 161)

4- حدائق الحيوان :- يعمل المتخصصين في هذا المجال علي جعل حدائق الحيوان قربه الشبه من البيئة الطبيعية أو تماثل البيئة الطبيعية التي تعيش فيها الحيوانات إلي حد ما مما يجعلها قادرة علي جذب الكبار تماما كما تجذب الصغار مقابل دفع رسوم مادية عند زيارتها . (5 : 228)

5- دور الملاهي و السيرك:- تقدم برامجها للترويج عن جمهورها في أوقات الفراغ .ويتم التنافس التجاري بينهم لاستقطاب الجمهور للحضور إليها والاستمتاع بخدماتها ومناشطها مقابل دفع رسم ودخول إلي هذه الدور .

6- المؤتمرات :- تهدف الي عقد اللقاءات و الاجتماعات في كافة التخصصات والمجالات والتي من بينها مجال كل من الرياضة والفنون والثقافة والترويج وهي إما علي المستوي الدولي أو المحلي ويتطلب للاشتراك في أنشطتها دفع رسوم اشتراك .

7- أندية الهواة :- تعد هذه الاندية من مشروعات الترويج التجاري التي تهدف الي استثمار وقت الفراغ وبخاصة لدي من هم في مرحلة الشباب كأندية الموسيقى والرقص التي تقدم مقابل رسوم مالية تدفع لذلك .

المقاهي والمطاعم :- هي من الأماكن التي تقوم بتقديم المشروبات والمأكولات نظير دفع ثمن الحصول عليها ويسعد الأفراد والجماعات في وقت فراغهم بذلك لاستمتاعهم بالوقت وبالجو المحيط بهم من جمال الموقع مثل مشاهدة بعض البرامج التلفزيونية أو بعض القنوات الفضائية أو القراءة أو الحديث مع الآخرين أو وسائل الترفيه المختلفة .
(12: 161، 164)

اقتصاديات الهيئات الرياضية :-

وهي طريقة توزيع الموارد وإمكانيات الهيئات الرياضية لتحقيق أقصى إشباع ممكن لحاجات ورغبات أعضائه بما يحقق أهداف تكوينه وإنشائه وأهداف أعضائه من الاشتراك فيه، كما يؤثر النظام الاقتصادي الذي تنتهجه الدولة الموجودة بها الهيئة الرياضية على اقتصادها سواء كان هذا النظام اقتصاد السوق أو اقتصاد التخطيط المركزي الاشتراكي أو درجة ما بينهما.

و يمكن التعرف على اقتصاديات الهيئات الرياضية داخل أي نظام اقتصادي من خلال التعرف على بعض المحددات الرئيسة مثل:

- ملكية الهيئة الرياضية .
- تمويل الهيئات الرياضية.
- تنظيم الهيئات الرياضية.
- أهداف الهيئات الرياضية. (17)

- المشكلة الاقتصادية في المجال الرياضي:-

يمكن أن تظهر المشكلة الاقتصادية في المجال الرياضي في عدة أشكال منها :-
1 . المشكلة الاقتصادية بالنسبة للفرد :-

وهي عبارة عن المصادر المالية وإمكانيات الفرد المتاحة له لا تفي بإشباع حاجاته ورغباته ومتطلباته بممارسة الرياضة سواء علي مستوى الممارسة أو المنافسة .

2. المشكلة الاقتصادية بالنسبة للهيئات الرياضية غير الحكومية :-

وهي عبارة عن المصادر المالية وإمكانات الهيئة الرياضية المتاحة لها لا تفي لتحقيق أهدافها وتنفيذ برامجها سواء أكانت هذه الأهداف رياضية أو اجتماعية تخص الأعضاء .

3. المشكلة الاقتصادية للهيئات الرياضية الحكومية :-

يظهر هذا النوع من المشكلة الاقتصادية في نقص المصادر المالية والإمكانات المتاحة للهيئات الرياضية الحكومية (مجلس قومي للرياضة أو مجلس قومي للشباب) عن تلبية احتياجات هذه الهيئات من خلال تحقيق أهدافها وتنفيذ برامجها. (11: 36)

الدراسات المرتبطة:

الدراسات العربية :

1- قام أحمد حماد رضوان حماد (2016م) (2) بدراسة بعنوان "استثمار امكانات الهيئات الشبابية والرياضية بمحافظة الشرقية في ضوء التحولات الاقتصادية المعاصرة" بهدف التعرف علي واقع امكانات الهيئات الشبابية والرياضية التي يمكن استثمارها والتعرف علي التشريعات المنظمة للاستثمار واساليب جذب المستثمرين للاستثمار والتعرف علي التحولات الاقتصادية المعاصرة ودورها في استثمار امكانات الهيئات الرياضية والشبابية واستخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي تم اختيار عينة الدراسة بالطريقة العمدية من (27) هيئة شبابية بواقع (184) فرد يمثلوا (أعضاء مجالس الادارات المدربين التنفيذيين – المشرفيين الماليين) بمراكز الشباب وكذلك تم اختيار عينة العمدية من (21) هيئة رياضية بالطريقة العمدية بواقع (166) فرد يمثلوا (اعضاء مجالس الادارات – المدربين التنفيذيين – المشرفيين الماليين) بأندية محافظة الشرقية وكان من اهم النتائج يوجد بالهيئة بعض الاخصائيين المؤهلين لتنفيذ الانشطة المختلفة وتخصص الهيئة جزء بسيط من العائد المادي لتطوير امكاناتها من خلال وسائل الاعلام المختلفة، الاتجاهات نحو التأجير التمويلي للهيئة يساعد علي تحقيق معدلات اعلي في التنمية الاقتصادية .

2- قام محمود عبد العظيم عبدالسلام(2011)(13) : بدراسة بعنوان " دراسة تحليلية للاستثمار الرياضي في المؤسسات التعليمية والرياضية" بهدف التعرف علي واقع الاستثمار الرياضي في المؤسسات التعليمية والرياضية من خلال التعرف علي امكانية قيام بعض المدارس بالاستثمار في مجال الرياضة المدرسية بالمؤسسات التعليمية وامكانية قيام بعض الأندية ومراكز الشباب بالاستثمار في المؤسسات الرياضية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي ، واشتملت العينة علي (196) من أعضاء مجلس إدارة الأندية ومراكز الشباب وكذلك المدربين التنفيذيين ومديري الأنشطة بالنوادي

ومراكز الشباب بمحافظة الشرقية، (604) من أعضاء مجلس الآباء و مديري ووكلاء المدارس ومدرسي التربية الرياضية وتوجيه التربية الرياضية، ومن أهم نتائج الدراسة ضرورة دراسة وجمع المعلومات عن الأسواق ومعرفة الامكانيات المادية والبشرية وتحديد الأهداف قبل التخطيط للاستثمار، تسويق المنشآت الرياضية للمؤسسات التعليمية .

الدراسات الأجنبية :

- 1- قام " شيفليد هالان Sheffield Hallan " (2000) (3): بدراسة بعنوان "الآثار الاقتصادية للأحداث الرياضية الكبرى، دراسة حالة لمدينة شيلفيد الصناعية" وكان الهدف التعرف علي الدور الذي يمكن ان يلعبه الاستثمار للأحداث الرياضية في مساعدة عملية التنمية الاقتصادية في مساعدة عملية التنمية الاقتصادية في مدينة شيلفيد. واستخدم المنهج الوصفي والعينة بعض الأندية الرياضية بمدينة شيلفيد وادوات الدراسة المقابلة الشخصية- الإستبيان- تحليل الوثائق. ومن أهم النتائج العوائد المالية للأحداث الرياضية خلال عامي 1996 - 1998م في مدينة شيلفيد قدرت بحوالي 10,4 مليون جنيه إسترليني خلال فترة 21 يوم من هذه الأحداث .
- 2- قام "بليجات Appleagat" (1994) (8) : دراسة بعنوان "الأثر الاقتصادي لمراكز الأنشطة الرياضية التابعة لجامعة شمال كارولينا بتشابيل هيل " بهدف التعرف علي الأثر الاقتصادي في عملية اختيار الأفراد للأنشطة التي يمارسونها في مراكز الأنشطة الرياضية بجامعة كارولينا، ودراسة مدي استفادة الممارسين للأنشطة الرياضية من الخدمات التي تقدمها هذه المراكز. واستخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي وكانت العينة (450) فرد من المسجلين بالأعوام الدراسية بكليات الجامعة والممارسين للأنشطة الرياضية بهذه المراكز وعددهم (30) فردا، وأهم النتائج أن الأفراد الذين يتمتعون بمستوي اقتصادي مرتفع يمارسون (تنس أرضي، اسكواش ، بلياردو، سباحة، غطس) كل من يشتركون بهذه المراكز يتمتعون بمزايا عديدة تقدمها لهم هذه المراكز مثل فرصة عادلة للعب ،وأماكن للممارسين علي مستوي عالي، وادوات حديثة للتدريب .
- 3- دراسة " هاريس سيث Hars Seth " (2009م) (18) بعنوان " تسويق الأحداث

وقياس عائد الاستثمار الرياضي " واستهدفت الدراسة التعرف علي الأحداث العالمية في عام (2009م) والصادرة عن معهد تسويق الأحداث والجمعية العالمية لملتقي المحترفين واستخدم الباحث المنهج الوصفي معتمدا علي استمارة استبيان اداة لجمع بيانات ، واشتملت عينة الدراسة علي (942) مدير تسويق تنفيذي ، ومن أهم النتائج التي كشف عنها الدراسة ان (28%) توقعوا زيادة ميزانية تسويق الأحداث الرياضية خلال عام (2009م) .

إجراءات البحث:

أولاً: منهج البحث :

استخدمت الباحثة – المنهج الوصفي – الدراسات المسحية – بخطواته وإجراءاته نظرا لمناسبته لطبيعة البحث.

ثانياً: مجتمع البحث :

يتمثل مجتمع البحث من أعضاء مجلس إدارة والأخصائيين في مراكز الشباب بمحافظة المنوفية وعددهم (3172) فرداً، كما جاء عدد الأخصائيين (1004) فرداً، وعدد أعضاء مجلس الادارة (2168) فرداً.

ثالثاً : عينة البحث:

جدول (1)

توصيف مجتمع وعينة البحث

م	الفئة	عينة البحث				إجمالي المجتمع
		العينة الإستطلاعية		العينة الأساسية		
		العدد	%	العدد	%	
1	أعضاء مجلس الادارة	106		19		87
2	الأخصائيين	79		16		63
	الإجمالي	185		35		150

1- الإستبيان :

يعتبر الإستبيان هو أداة البحث الرئيسية لجمع البيانات المرتبطة بموضوع البحث فقد قامت الباحثة بعمل إستبيان عن مشكلة البحث وقامت ببناء الإستبيان وفقا للخطوات التالية :-

أ- تحديد محاور الإستبيان :

قامت الباحثة بإعداد إستمارة الإستبيان تضم المحاور المقترحة (مرفق 1) وعرضهما على السادة الخبراء حيث أبدوا الرأي بالموافقة عليها بالإجماع ، وتم عمل النسبة المئوية لكل محور من المحاور كما هو موضح بالجدول (2).

جدول (2)

النسبة المئوية لآراء الخبراء حول مناسبة محاور الإستبيان

ن = 10

م	المحاور	التكرار	النسبة المئوية
1	الأنشطة الترويجية التجارية	10	%100
2	المحور المادى	9	%90
3	محور التسهيلات	10	%100

تم تحديد المحاور الخاصة بالإستبيان والتي كانت الأهمية النسبية لها (100.00%) وذلك من خلال نتائج إستمارة إستطلاع رأي الخبراء، وقد إرتضت الباحثة نسبة لا تقل عن (80%) كحد أدنى لتحديد المحاور المبدئية للإستبيان.

1- تحديد العبارات الخاصة بمحاور إستمارة الإستبيان وصياغتها اللفظية:

- قامت الباحثة بصياغة العبارات الخاصة بكل محور من محاور الإستبيان وذلك من خلال المسح المرجعى للدراسات السابقة والمقابلات الشخصية لبعض القيادات من أعضاء مجلس الادارة والأخصائيين وشبكة المعلومات الدولية.

وقد تم عرض الإستبيان فى صورته الأولية مرفق (2) على عدد (10) خبراء من

أساتذة كلية التربية الرياضية وذلك لإبداء الرأي فى :

1- مدى مناسبة العبارات المقترحة أسفل كل محور.

2- إعادة صياغة أو تعديل فى العبارات .

3- مدى مناسب ميزان التقدير المقترح لموضوع الدراسة .

وبعد تفرغ البيانات الخاصة بعبارات الإستبيان المعروضة على الخبراء تم عمل النسبة

المئوية للوصول إلى عدد العبارات في صورتها وشكلها النهائي كما هو موضح بالجدول

(3)

جدول (3)

النسبة المئوية لإتفاق آراء السادة الخبراء على عبارات محاور

ن = 10

إستمارة الإستبيان قيد البحث

م	العبارات	التكرار	النسبة المئوية للموافقة %
أولا : الأنشطة الترويحية التجارية			
1	مركز الشباب يقوم بتأجير الملاعب الرياضية للأعضاء مقابل مبلغ من المال	9	90%
2	مركز الشباب يقدم برنامج تعليمية ترويحية للأعضاء مقابل إشتراك مادي.	8	80%
3	مركز الشباب يقوم بتأجير القاعات وصلالات الأفرح للأعضاء .	10	100%
4	مركز الشباب يعلن عن رحلات ترويحية مقابل إشتراك مادي.	10	100%
5	توجد بمركز الشباب حدائق ترفيهية تحتوى على ألعاب للأطفال يتم إستخدامها مقابل إشتراك مادي.	10	100%
6	يوجد بمركز الشباب صالات للجيم مقابل إشتراك مادي.	10	100%
7	توجد بمركز الشباب دراجات يتم تأجيرها للأعضاء.	10	100%
8	توجد بمراكز الشباب تربييزات لتنس الطاولة يتم تأجيرها للأعضاء .	10	100%
9	مركز الشباب به مخزن للادوات الرياضية يتم تأجيرها للأعضاء.	10	100%
10	توجد بمركز الشباب شاشات عرض تليفزيونى وسينمانى يتم عرضها الفلام والمباريات مقابل عائد مادي .	9	90%
11	يوجد بمركز الشباب حمام سباحة يتم الإشتراك به مقابل إشتراك مادي	8	80%
12	توجد بمركز الشباب أماكن لتناول المأكولات والمشروبات مقابل عائد مادي.	8	80%
13	توجد بمركز الشباب مدارس للتدريب على المهارات والهوايات المختلفة.	10	100%
14	ينظم مركز الشباب دورات رياضية يتم تحصيل رسم دخول للمشاهدة من المتفرجين .	8	80%
15	يعن المركز عن تنظيم معسكرات ومصايف للأعضاء مقابل رسم إشتراك.	9	90%
ثانيا : المحور المادي			
1	هل تحقق أنشطة الترويحية التجارية عائد مادي .	8	80%
2	هل تعطى الأنشطة الترويحية قيمة وتحقق فائض ربحي.	10	100%
3	يستفيد القائمين على الأنشطة الترويحية بالمركز إستفادة مادية .	9	90%
4	الأنشطة الترويحية بالمركز عامل هام فى زيادة عدد الأعضاء بالمركز .	10	100%
5	يعتمد المركز على العائد المادي من أنشطة الترويج التجارى ضمن موارده .	10	100%

90%	9	العائد الإقتصادي من أنشطة الترويج التجاري يعطى مصاريف التشغيل والصيانه.	6
100%	10	يساعد العائد الإقتصادي من نشاط الترويج التجاري المركز على تقديم برامج.	7
80%	8	يتم التفتيش والرقابة على الأنشطة الترويحية التجارية من الجهات الرقابية .	8
100%	10	مجلس إدارة المركز حريص على إستمرار أنشطة الترويج التجاري كأحد مصادر المركز.	9
100%	10	تحقق أنشطة الترويج التجاري بالمركز إنتعاش إقتصادي يعود بالفائدة على المركز .	10

ثالثا : محور التسهيلات

100%	10	مجلس إدارة مركز الشباب يساعد على إقامة أنشطة الترويج التجاري .	1
90%	9	مجلس إدارة مركز الشباب يقدم إقتراحات مفيدة لأنشطة الترويج التجاري .	2
100%	10	مجلس إدارة المركز على وعى بأهمية ممارسة الأنشطة الترويحية للأعضاء.	3
100%	10	اللوائح والقوانين المنظمة للعمل في مراكز الشباب تساعد على ممارسة الترويج التجاري.	4
100%	10	يقوم بالإشراف على الأنشطة الترويحية التجارية قيادات واعية.	5
80%	8	يوجد مستوى منخفض في الترويج يتولى تنظيم النشاط الترويجي التجاري بالمركز.	6
100%	10	يتم تجهيز الملاعب والصالات الخاصة بالنشاط الترويحي تجهيز جيد.	7
80%	8	يتم توفير الأدوات والأجهزة اللازمة للنشاط الترويحية التجاري.	8
100%	10	يتم عمل الصيانه اللازمة للادوات ومعدات الترويج اليجاري .	9
90%	9	قيمة المشاركة المادية في أنشطة الترويج التجاري مقبولة وفي حدود الإمكانيات .	10
90%	9	تشجع القيادات الموجودة في نطاق المركز إقامة أنشطة الترويج التجاري	11
80%	8	تستفيد أنشطة الترويج التجاري بالمركز من الدعم الخاص بالنشاط بالمركز.	12
100%	10	يتم تطوير النشاط الترويحي التجاري كل فترة زمنية .	13
90%	9	تحقق أنشطته الترويج التجاري رغبات وإحتياجات الأعضاء	14

يتضح من جدول (3) نسبة آراء السادة الخبراء في كل عبارة من عبارات الاستبيان ، حيث تراوحت نسبة الموافقة علي العبارات ما بين (80.00 % - 100.00%) من مجموع آراء السادة الخبراء ، وقد أرتضت الباحثة بنسبة موافقة لا تقل عن (80%) من مجموع آراء السادة الخبراء ، وقد بلغ عدد العبارات التي أرتضتها الباحثة (39) عبارة .
والجدول التالي يوضح عدد عبارات الإستبيان في صورته المبدئية وعدد العبارات المحذوفة وأرقامها وفقاً لإستطلاع رأي السادة الخبراء.

جدول (4)

عدد عبارات الإستبيان في صورته المبدئية وعدد العبارات المحذوفة وأرقامها وفقاً لنسبة آراء الخبراء

م	المحاور	عدد العبارات	عدد العبارات المحذوفة	عدد عبارات المحور بعد إستبعاد العبارات المحذوفة	أرقام العبارات المحذوفة
1	الأنشطة الترويحية التجارية	15	-	15	-
2	المحور المادى	10	-	10	-
3	محور التسهيلات	14	-	14	-
	الإجمالي	39	-	39	-

ويتضح من جدول (4) عدد عبارات الإستبيان في صورته المبدئية ، وعدد العبارات المحذوفة من كل محور، وعدد عبارات المحور بعد إستبعاد العبارات المحذوفة، وأرقام العبارات المحذوفة، وذلك وفقاً لنسبة إتفاق آراء السادة الخبراء، وبذلك يصبح إجمالي عدد عبارات الإستبيان (39) عبارة.

طريقة تصحيح الإستبيان:

وقد إتفق السادة الخبراء علي أن يكون ميزان تقدير الدرجات لإستمارة الإستبيان ثلاثي

التقدير كالتالي:

◀️ أوافق : ثلاث درجات.

◀️ إلي حد ما : درجتان.

◀️ لا أوافق : درجة واحدة.

خامساً: الدراسة الإستطلاعية:

كان الهدف من هذه الدراسة هو التأكد من المعاملات العلمية (الصدق، الثبات) لإستمارة الإستبيان ، حيث قامت الباحثة بوضع الصورة الأولية لإستمارة الإستبيان لتطبيقها علي العينة الإستطلاعية والتي قوامها (19) عضو مجلس إدارة (16) أخصائي حيث تم إختيارهم بطريقة عشوائية من مجتمع البحث وخارج عينة الدراسة.

سادساً : المعاملات العلمية للإستبيان:

1- صدق إستمارة الإستبيان قيد البحث:

▪ صدق المُحكّمين (صدق المضمون):

- قامت الباحثة بإستخدام صدق المُحكّمين (صدق المضمون) ، حيث تم عرض إستمارة إستبيان دراسة " العائد الإقتصادي من ممارسة الترويج التجارى بمراكز الشباب بمحافظة

- المنوفية " في صورتها الميدنية مرفق (1) على مجموعة الخبراء (المُحكَمين) والبالغ عددهم (10) ، والموضحة أسمائهم بالمرفق (2) ، وإعتبرت الباحثة نسبة إتفاق السادة الخبراء علي عبارات الإستبيان معياراً لصدقه عن طريق المحددات التالية :
- 1- مدى مناسبة المحاور المقترحة لموضوع البحث .
 - 2- مدى مناسبة العبارات المقترحة أسفل كل محور .
 - 3- حذف أو صياغة أى عبارة بناء على رأى السادة المحكمين .
 - 4- مدى مناسبة ميزان التقدير المقترح لموضوع الدراسة .
- صدق الإتساق الداخلي:

كما قامت الباحثة بحساب صدق إستمارة الإستبيان قيد البحث من خلال إستخدام طريقة صدق الإتساق الداخلي ، حيث قامت الباحثة بحساب قيمة معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة علي حدة والدرجة الكلية للإستبيان، وحساب قيمة معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة علي حدة والدرجة الكلية للمحور التابعة له، وحساب قيمة معاملات الارتباط بين درجة كل محور علي حدة والدرجة الكلية للإستبيان علي عينة الدراسة الإستطلاعية والتي قوامها (19) عضو مجلس إدارة (16) أخصائي والجدول (5,6,7,8,9) توضح ذلك

جدول (5)

مُعاملات الارتباط ما بين كل عبارة والدرجة الكلية للإستبيان

ن = 35

معامل الارتباط	معامل الارتباط	م
*0.564	مركز الشباب يقوم بتأجير الملاعب الرياضية للأعضاء مقابل مبلغ من المال .	1
*0.653	مركز الشباب يقدم برنامج تعليمية ترويحية للأعضاء مقابل إشتراك مادي.	2
*0.574	مركز الشباب يقوم بتأجير القاعات وصلات الأفراح للأعضاء .	3
*0.630	مركز الشباب يعلن عن رحلات ترويحية مقابل إشتراك مادي.	4
*0.632	توجد بمركز الشباب حدائق ترفيهية تحتوى على ألعاب للأطفال يتم إستخدامها مقابل إشتراك مادي.	5
*0.645	يوجد بمركز الشباب صالات للجيم مقابل إشتراك مادي.	6
*0.663	توجد بمركز الشباب دراجات يتم تأجيرها للأعضاء.	7
*0.534	توجد بمراكز الشباب ترابيزات لتنس الطاولة يتم تأجيرها للأعضاء .	8
*0.564	مركز الشباب به مخزن للادوات الرياضية يتم تأجيرها للأعضاء.	9
*0.556	توجد بمركز الشباب شاشات عرض تليفزيونى وسينمائي يتم عرضها للفلام والمباريات مقابل عائد مادي .	10
*0.610	يوجد بمركز الشباب حمام سباحة يتم الإشتراك به مقابل إشتراك مادي	11
*0.670	توجد بمركز الشباب أماكن لتناول المأكولات والمشروبات مقابل عائد مادي.	12
*0.533	توجد بمركز الشباب مدارس للتدريب على المهارات والهوايات المختلفة .	13
*0.546	ينظم مركز الشباب دورات رياضية يتم تحصيل رسم دخول للمشاهدة من المتفرجين .	14
*0.623	يعلن المركز عن تنظيم معسكرات ومصايف للأعضاء مقابل رسم إشتراك.	15
*0.549	هل تحقق أنشطة الترويحية التجارية عائد مادي .	16
*0.578	هل تعطى الأنشطة الترويحية قيمة وتحقق فائض ربحي.	17
*0.598	يستفيد القائمين على الأنشطة الترويحية بالمركز إستفادة مادية .	18
*0.663	الأنشطة الترويحية بالمركز عامل هام في زيادة عدد الأعضاء بالمركز .	19
*0.617	يعتمد المركز على العائد المادي من أنشطة الترويج التجاري ضمن موارده .	20

*0.584	العائد الإقتصادي من أنشطة الترويج التجاري يعطى مصاريف التشغيل والصيانه.	21
*0.600	يساعد العائد الإقتصادي من نشاط الترويج التجاري المركز على تقديم برامج.	22
*0.535	يتم التفتيش والرقابة على الأنشطة الترويحية التجارية من الجهات الرقابية .	23
*0.636	مجلس إدارة المركز حريص على استمرار أنشطة الترويج التجاري كأحد مصادر المركز.	24
*0.622	تحقق أنشطة الترويج التجاري بالمركز إنتعاش إقتصادي يعود بالفائدة على المركز .	25

تابع جدول (5)

مُعاملات الإرتباط ما بين كل عبارة والدرجة الكلية للإستبيان ن = 35

معامل الإرتباط	معامل الإرتباط	م
*0.611	مجلس إدارة مركز الشباب يساعد على إقامة أنشطة الترويج التجاري .	26
*0.626	مجلس إدارة مركز الشباب يقدم إقتراحات مفيدة لأنشطة الترويج التجاري .	27
*0.725	مجلس إدارة المركز على وعى بأهمية ممارسة الأنشطة الترويحية للأعضاء .	28
*0.581	الوائح والقوانين المنظمة للعمل في مراكز الشباب تساعد على ممارسة الترويج التجاري .	29
*0.615	يقوم بالإشراف على الأنشطة الترويحية التجارية قيادات واعية.	30
*0.559	يوجد مستوى منخفض في الترويج يتولى تنظيم النشاط الترويجي التجاري بالمركز.	31
*0.588	يتم تجهيز الملاعب والصالات الخاصة بالنشاط الترويحي تجهيز جيد.	32
*0.699	يتم توفير الأدوات والأجهزة اللازمة للنشاط الترويحية التجاري.	33
*0.620	يتم عمل الصيانه اللازمة للادوات ومعدات الترويج التجاري .	34
*0.694	قيمة المشاركة المادية في أنشطة الترويج التجاري مقبولة وفي حدود الإمكانيات.	35
*0.550	تشجع القيادات الموجودة في نطاق المركز إقامة أنشطة الترويج التجاري	36
*0.560	تستفيد أنشطة الترويج التجاري بالمركز من الدعم الخاص بالنشاط بالمركز.	37
*0.613	يتم تطوير النشاط الترويحي التجاري كل فترة زمنية .	38
*0.552	تحقق أنشطته الترويج التجاري رغبات واحتياجات الأعضاء	39

* قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (0.05) ، د . ح (38) = (0.325)

يوضح جدول (5) أن قيم معاملات الإرتباط للعبارات دالة عند مستوي معنوية (0.05)

، حيث تراوحت قيم معامل الإرتباط بين (0.526 – 0.725).

جدول (6)

مُعاملات الإرتباط كل عبارة من عبارات محور " الأنشطة الترويحية التجارية " مع الدرجة الكلية

للمحور ن = 35

معامل الإرتباط	العبارات	م
*0.660	مركز الشباب يقوم بتاجير الملاعب الرياضية للأعضاء مقابل مبلغ من المال .	1
*0.574	مركز الشباب يقدم برنامج تعليمية ترويحية للأعضاء مقابل إشتراك مادي.	2
*0.644	مركز الشباب يقوم بتاجير القاعات وصالات الأفراح للأعضاء .	3
*0.662	مركز الشباب يعلن عن رحلات ترويحية مقابل إشتراك مادي.	4

*0.577	توجد بمركز الشباب حدائق ترفيهية تحتوي على ألعاب للأطفال يتم إستخدامها مقابل إشتراك مادي.	5
*0.564	يوجد بمركز الشباب صالات للجيم مقابل إشتراك مادي.	6
*0.834	توجد بمركز الشباب دراجات يتم تأجيرها للاعضاء.	7
*0.575	توجد بمراكز الشباب تراكات لتتنس الطاولة يتم تأجيرها للاعضاء .	8
*0.568	مركز الشباب به مخزن للادوات الرياضية يتم تأجيرها للاعضاء.	9
*0.537	توجد بمركز الشباب شاشات عرض تليفزيوني وسينمائي يتم عرضها للفلام والمباريات مقابل عائد مادي .	10
*0.578	يوجد بمركز الشباب حمام سباحة يتم الإشتراك به مقابل إشتراك مادي	11
*0.568	توجد بمركز الشباب أماكن لتناول المأكولات والمشروبات مقابل عائد مادي.	12
*0.577	توجد بمركز الشباب مدارس للتدريب على المهارات والهوايات المختلفة .	13
*0.672	ينظم مركز الشباب دورات رياضية يتم تحصيل رسم دخول للمشاهدة من المتفرجين .	14
*0.834	يعلن المركز عن تنظيم معسكرات ومصايف للاعضاء مقابل رسم إشتراك.	15

* قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (0.05) ، د . ح (38) = (0.325)

يوضح جدول (12) أن قيم معاملات الإرتباط للعبارات دالة عند مستوى معنوية (0.05) ، حيث تراوحت قيم معامل الإرتباط بين (0.537 - 0.834).

جدول (7)

مُعاملات الإرتباط كل عبارة من عبارات محور " المادي " مع الدرجة الكلية للمحور

ن = 35

م	العبارات	معامل الإرتباط
1	هل تحقق أنشطة الترويحية التجارية عائد مادي .	*0.528
2	هل تعطى الأنشطة الترويحية قيمة وتحقق فائض ربحي.	*0.544
3	يستفيد القانمين على الانشطة الترويحية بالمركز إستفادة مادية .	*0.673
4	الأنشطة الترويحية بالمركز عامل هام في زيادة عدد الأعضاء بالمركز .	*0.526
5	يعتمد المركز على العائد المادي من أنشطة الترويج التجاري ضمن موارده .	*0.537
6	العائد الإقتصادي من أنشطة الترويج التجاري يعطي مصاريف التشغيل والصيانه.	*0.594
7	يساعد العائد الإقتصادي من نشاط الترويج التجاري المركز على تقديم برامج.	*0.613
8	يتم التفتيش والرقابة على الأنشطة الترويحية التجارية من الجهات الرقابية .	*0.587
9	مجلس إدارة المركز حريص على إستمرار أنشطة الترويج التجاري كأحد مصادر المركز.	*0.783
10	تحقق أنشطة الترويج التجاري بالمركز إنتعاش إقتصادي يعود بالفائدة على المركز .	*0.562

* قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (0.05) ، د . ح (38) = (0.325)

يوضح الجدول رقم (7) أن قيم معاملات الارتباط للعبارات دالة عند مستوى معنوية (0.05)، حيث تراوحت قيم معامل الارتباط بين (0.528 – 0.783).

جدول (8)

مُعاملات الارتباط كل عبارة من عبارات محور " التسهيلات " مع الدرجة الكلية للمحور

ن = 35

م	العبارات	معامل الارتباط
1	مجلس إدارة مركز الشباب يساعد على إقامة أنشطة الترويج التجاري .	*0.578
2	مجلس إدارة مركز الشباب يقدم إقتراحات مفيدة لأنشطة الترويج التجاري .	*0.556
3	مجلس إدارة المركز على وعى بأهمية ممارسة الأنشطة الترويحية للأعضاء .	*0.680
4	اللوائح والقوانين المنظمة للعمل في مراكز الشباب تساعد على ممارسة الترويج التجاري .	*0.747
5	يقوم بالإشراف على الأنشطة الترويحية التجارية قيادات واعية.	*0.450
6	يوجد مستوى منخفض في الترويج يتولى تنظيم النشاط الترويجي التجاري بالمركز.	*0.481
7	يتم تجهيز الملاعب والصالات الخاصة بالنشاط الترويحي تجهيز جيد.	*0.621
8	يتم توفير الأدوات والأجهزة اللازمة للنشاط الترويحية التجاري.	*0.461
9	يتم عمل الصيانه اللازمة للادوات ومعدات الترويج الجارى .	*0.456
10	قيمة المشاركة المادية في أنشطة الترويج التجاري مقبولة وفي حدود الإمكانيات .	*0.544
11	تشجع القيادات الموجودة في نطاق المركز إقامة أنشطة الترويج التجاري	*0.802
12	تستفيد أنشطة الترويج التجاري بالمركز من الدعم الخاص بالنشاط بالمركز.	*0.564
13	يتم تطوير النشاط الترويحي التجاري كل فترة زمنية .	*0.723
14	تحقق أنشطته الترويج التجاري رغبات وإحتياجات الأعضاء	*0.621

* قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (0.05) ، د . ح (38) = (0.325)

يوضح الجدول رقم (8) أن قيم معاملات الارتباط للعبارات دالة عند مستوى معنوية (0.05)، حيث تراوحت قيم معامل الارتباط بين (0.611 – 0.701).

2- صدق الإتساق الداخلى بين كل محور والمجموع الكلى لإستمارة الإستبيان:

جدول (9)

معامل الارتباط بين كل محور والمجموع الكلى لإستمارة الإستبيان

ن = 35

المحور	معامل الارتباط مع المجموع الكلى للإستمارة
الأول	*0.940
الثانى	*0.688
الثالث	*0.741

ر " الجدولية عند د.ح (18 ، 0.05) = 0.444

يتضح من جدول (9) أن قيم معاملات الارتباط بين كل عبارة والمجموع الكلى لإستمارة الإستبيان لكل من (أعضاء مجلس الادارة ، الاخصائيين) هي قيم دالة إحصائياً مما يدل على أنها ذات معاملات صدق عالية .

2- ثبات الإستمارة قيد البحث:

قامت الباحثة بإيجاد معامل ثبات محاور الإستبيان وعددهم (3) محاور وعباراتهم وعددها (39) عبارة بإستخدام طريقتين هما طريقة التجزئة النصفية لإستجابات عينة الدراسة الإستطلاعية علي الإستبيان بإستخدام معادلة سبيرمان وبراون Spearman & Brown لإيجاد معامل الارتباط بين العبارات الزوجية والعبارات الفردية ، وكذلك إيجاد الثبات لإستمارة الإستبيان بإستخدام معامل ألفا كرونباخ Cronbach`s alpha . الثبات بإستخدام التجزئة النصفية:

قامت الباحثة بإيجاد معامل ثبات عبارات الإستبيان وعددها (39) عبارة بإستخدام طريقة التجزئة النصفية لإستجابات عينة الدراسة الإستطلاعية علي الإستبيان بإستخدام معادلة سبيرمان وبراون Spearman & Brown لإيجاد معامل الارتباط بين العبارات الزوجية والعبارات الفردية.

جدول (10)

ثبات التجزئة النصفية للإستبيان ن = 35

معامل الارتباط	العبارات الزوجية		العبارات الفردية		العبارات
	ع	س	ع	س	
*0.977	22.218	103.200	22.755	105.225	الإستبيان

* قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (0.05) ، د . ح (38) = (0.325)
يتضح من جدول (10) أن هناك ارتباط دال إحصائياً بين عبارات المقياس ككل مما يدل على ثبات المقياس.

▪ الثبات بإستخدام معامل ألفا كرونباخ Cronbach`s alpha :
وقد كانت قيمة معامل ألفا كرونباخ لعبارات الإستبيان والتي عددها (39) عبارة هو (0.9798).

جدول (11)

مُعامل الثبات بإستخدام ألفا كرونباخ لعبارات الإستبيان ن = 35

م	معامل الارتباط	معامل ألفا
1	مركز الشباب يقوم بتأجير الملاعب الرياضية للأعضاء مقابل مبلغ من المال .	*0.9796
2	مركز الشباب يقدم برنامج تعليمية ترويحية للأعضاء مقابل اشتراك مادي.	*0.9795
3	مركز الشباب يقوم بتأجير القاعات وصلالات الأفراح للأعضاء .	*0.9796
4	مركز الشباب يعن عن رحلات ترويحية مقابل اشتراك مادي.	*0.9795
5	توجد بمركز الشباب حدائق ترفيحية تحتوي على ألعاب للاطفال يتم إستخدامها مقابل اشتراك مادي.	*0.9795
6	يوجد بمركز الشباب صالات للجيم مقابل اشتراك مادي.	*0.9795
7	توجد بمركز الشباب دراجات يتم تأجيرها للأعضاء.	*0.9795
8	توجد بمراكز الشباب ترابيزات لتنس الطاولة يتم تأجيرها للأعضاء .	*0.9796
9	مركز الشباب به مخزن للدراجات الرياضية يتم تأجيرها للأعضاء.	*0.9796
10	توجد بمركز الشباب شاشات عرض تليفزيوني وسينمائي يتم عرضها الفلام والمباريات مقابل عند مادي .	*0.9796
11	يوجد بمركز الشباب حمام سباحة يتم الاشتراك به مقابل اشتراك مادي .	*0.9796
12	توجد بمركز الشباب أماكن لتناول المأكولات والمشروبات مقابل عند مادي.	*0.9795
13	توجد بمركز الشباب مدارس للتدريب على المهارات والهوايات المختلفة .	*0.9796
14	ينظم مركز الشباب دورات رياضية يتم تحصيل رسم دخول للمشاهدة من المنفرجين .	*0.9796
15	يعن المركز عن تنظيم مصكرات ومصايف للأعضاء مقابل رسم اشتراك.	*0.9794

تابع جدول (11)

مُعامل الثبات بإستخدام ألفا كرونباخ لعبارات الإستبيان ن = 35

م	معامل الارتباط	معامل ألفا
1	هل تحقق أنشطة الترويحية التجارية عند مادي .	*0.9796
2	هل تعطى الأنشطة الترويحية قيمة وتحقق فائض ربحي.	*0.9796
3	يستفيد القانمين على الأنشطة الترويحية بالمركز إستفادة مادية .	*0.9796
4	الأنشطة الترويحية بالمركز عامل هام في زيادة عدد الأعضاء بالمركز .	*0.9796
5	يعتمد المركز على العائد المادي من أنشطة الترويج التجاري ضمن موارده .	*0.9795
6	العائد الإقتصادي من أنشطة الترويج التجاري يعطي مصاريف التشغيل والصيانته.	*0.9796
7	يساعد العائد الإقتصادي من نشاط الترويج التجاري المركز على تقديم برامجه.	*0.9795

*0.9796	8	يتم التفتيش والرقابة على الأنشطة الترويحية التجارية من الجهات الرقابية .
*0.9796	9	مجلس إدارة المركز حريص على إستمرار أنشطة الترويج التجاري كأحد مصادر المركز.
*0.9796	10	تحقق أنشطة الترويج التجاري بالمركز إنتعاش إقتصادي يعود بالفائدة على المركز .

تابع جدول (11)

مُعامل الثبات بإستخدام ألفا كرونباخ لعبارات الإستبيان ن = 35

م	معامل الارتباط	معامل ألفا
1	مجلس إدارة مركز الشباب يساعد على إقامة أنشطة الترويج التجاري .	*0.9796
2	مجلس إدارة مركز الشباب يقدم إقتراحات مفيدة لأنشطة الترويج التجاري .	*0.9796
3	مجلس إدارة المركز على وعى بأهمية ممارسة الأنشطة الترويحية للأعضاء .	*0.9795
4	اللوائح والقوانين المنظمة للعمل في مراكز الشباب تساعد على ممارسة الترويج التجاري .	*0.9796
5	يقوم بالإشراف على الأنشطة الترويحية التجارية قيادات واعية.	*0.9795
6	يوجد مستوى منخفض في الترويج يتولى تنظيم النشاط الترويجي التجاري بالمركز.	*0.9796
7	يتم تجهيز الملاعب والصالات الخاصة بالنشاط الترويجي تجهيز جيد.	*0.9796
8	يتم توفير الأدوات والأجهزة اللازمة للنشاط الترويحية التجاري.	*0.9795
9	يتم عمل الصيانه اللازمة للادوات ومعدات الترويج التجاري .	*0.9796
10	قيمة المشاركة المادية في أنشطة الترويج التجاري مقبولة وفي حدود الإمكانيات .	*0.9796
11	تشجع القيادات الموجودة في نطاق المركز إقامة أنشطة الترويج التجاري	*0.9797
12	تستفيد أنشطة الترويج التجاري بالمركز من الدعم الخاص بالنشاط بالمركز.	*0.9796
13	يتم تطوير النشاط الترويجي التجاري كل فترة زمنية .	*0.9796
14	تحقق أنشطته الترويج التجاري رغبات وإحتياجات الأعضاء	*0.9796

* قيمة (معامل ألفا كرونباخ) للإستبيان = (0.9798)

ويتضح من جدول (11) معامل ألفا كرونباخ لعبارات الإستبيان " العائد الإقتصادي من ممارسة الترويج التجاري بمراكز الشباب بمحافظة المنوفية " ، وقد تراوحت قيمة معامل ألفا كرونباخ ما بين (0.9794- 0.9797) وهي قيم لا تزيد عن معامل ألفا كرونباخ للإستبيان والتي كانت (0.9798) ، مما يدل علي ثبات عبارات الإستبيان.

جدول (12)

مُعامل الثبات بإستخدام ألفا كرونباخ لعبارات محور الإستبيان ن = 35

المحور	معامل ألفا كرونباخ
الأول	*0.9284
الثاني	*0.9265
الثالث	*0.9319

* قيمة (معامل ألفا كرونباخ) للإستبيان = (0.9798)

ويتضح من جدول (12) معامل ألفا كرونباخ لمحاور (الإستبيان) وقد تراوحت قيمة معامل ألفا كرونباخ ما بين (0.9265- 0.9319) وهي قيم لا تزيد عن معامل ألفا كرونباخ للإستبيان والتي كانت (0.9798) ، مما يدل علي ثبات الإستبيان.

عرض ومناقشة النتائج

أولاً- 1- عرض نتائج التساؤل الأول:

عرض نتائج إستجابات أفراد عينة البحث لعبارات محور "ما هي الأنشطة الترويحية التجارية التي تقدمها مراكز الشباب بمحافظة المنوفية ؟"

جدول (13)

التكرار و النسبة المئوية وقيمة (كا2) وترتيب العبارات لإستجابات أفراد عينة البحث لعبارات

ن = 150

محور " الأنشطة الترويحية التجارية "

رقم العبارة	البيان	أوافق		أوافق إلى حدما		لا أوافق		عدد	المجموع التقديري	الوزن النسبي	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%				
1	مركز الشباب يقوم بتأجير الملاعب الرياضية للأعضاء مقابل مبلغ من المال .	123	%82	20	%13.33	7	%4.67	161.56	416	%92.44	6
2	مركز الشباب يقدم برنامج تعليمية ترويحية للأعضاء مقابل إشتراك مادي.	95	%63.33	22	%14.67	33	%22	61.96	362	%80.44	14
3	مركز الشباب يقوم بتأجير القاعات وصالات الأفرح للأعضاء .	133	%88.67	10	%6.67	7	%4.67	206.76	426	%94.67	2
4	مركز الشباب يعلن عن رحلات ترويحية مقابل إشتراك مادي .	119	%79.33	23	%15.33	8	%5.33	145.08	411	%91.33	7
5	توجد بمركز الشباب حدائق ترفيهية تحتوي على ألعاب للأطفال يتم إستخدامها مقابل إشتراك مادي.	128	%85.33	14	%9.33	8	%5.33	182.88	420	%93.33	3
6	يوجد بمركز الشباب صالات للجمم مقابل إشتراك مادي.	129	%86.00	12	%8.00	9	%6.00	187.32	420	%93.33	3م
7	توجد بمركز الشباب دراجات يتم تأجيرها للأعضاء.	101	%67.33	16	%10.67	33	%22.00	80.92	386	%81.78	12
8	توجد بمراكز الشباب ترابيزات لتنس الطاولة يتم تأجيرها للأعضاء .	128	%85.33	12	%8.00	10	%6.67	182.56	418	%92.89	5
9	مركز الشباب به مخزن للادوات الرياضية يتم تأجيرها للأعضاء.	114	%76.00	29	%19.33	7	%4.67	127.72	407	%90.44	8
10	توجد بمركز الشباب شاشات عرض تليفزيوني وسينمائي يتم عرضها الفلام والمباريات مقابل عائد مادي .	84	%56.00	21	%14.00	45	%3.00	40.44	339	%75.33	15
11	يوجد بمركز الشباب حمام سباحة يتم الإشتراك به مقابل إشتراك مادي	121	%80.67	11	%7.33	18	%12.00	151.72	403	%89.55	11
12	توجد بمركز الشباب أماكن لتناول المأكولات والمشروبات مقابل عائد مادي.	136	%90.67	9	%6.00	5	%3.33	222.04	431	%95.78	1
13	توجد بمركز الشباب مدارس للتدريب على المهارات والهوايات المختلفة .	116	%77.33	24	%16.00	10	%6.67	132.64	406	%90.22	9
14	ينظم مركز الشباب دورات رياضية يتم تحصيل رسم دخول للمشاهدة من المتفرجين.	103	%68.67	9	%6.00	38	%25.33	92.68	365	%81.11	13
15	يعلن المركز عن تنظيم معسكرات ومصايف للأعضاء مقابل رسم إشتراك.	113	75.33	28	18.67	9	%6.00	122.68	404	%89.78	10
	الإجمالي							1972.21	6014	%90.58	

قيمة كا2 عند مستوى دلالة (0.05) = 5.991

يتضح من جدول (13) أن التوصيف الإحصائي لإستجابات أفراد عينة البحث حول المحور الأول (الأنشطة الترويحية التجارية) يشير إلى أن إستجابات العينة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.05) وتراوح الوزن النسبي بين (75.33% : 95.78%). كما يتضح من جدول (13) أن إستجابات عينة البحث فى العبارتان (3,12) وهى (90,67% , 88,67%) وهى نسب مرتفعة , حيث أن مركز الشباب يقوم بتأجير القاعات وصالات الأفرح للأعضاء وايضا توجد بمراكز الشباب أماكن لتناول المأكولات والمشروبات مقابل عائد مادي.

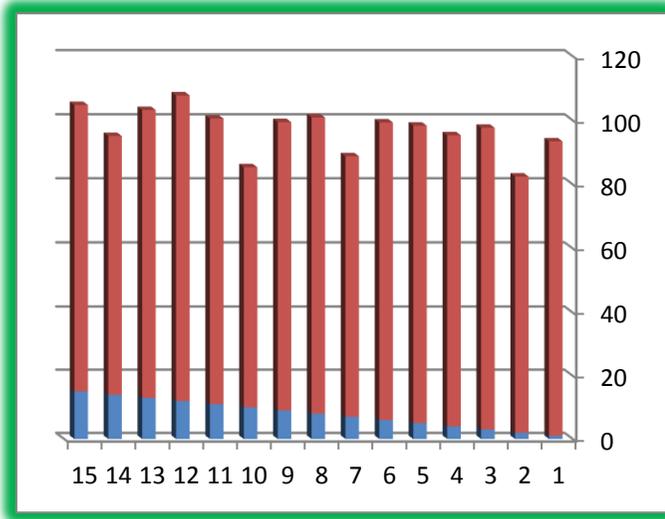
وتعزو الباحثة انه بذلك يوضح الأنشطة الترويحية التجارية التي تقدمها مراكز الشباب لزيادة الدخل لإستثمار مواردها لتطوير منشآتها..

وهذا ما أكده محمد الحماحي وعائدة مصطفى (12: 164,165) من ضرورة العمل علي توفير البرامج والخدمات المتنوعة من قبل مؤسسات الترويج التجاري لإتاحة الفرص للأفراد والجماعات من ذوي الميول المشتركة لإشباع ميولهم وحاجاتهم وبما يتفق مع مستواهم الاقتصادي والاجتماعي.

كما حصلت العبارتان (2,10) وهى (56,00% , 63,33%) وهى نسب ضعيفة.

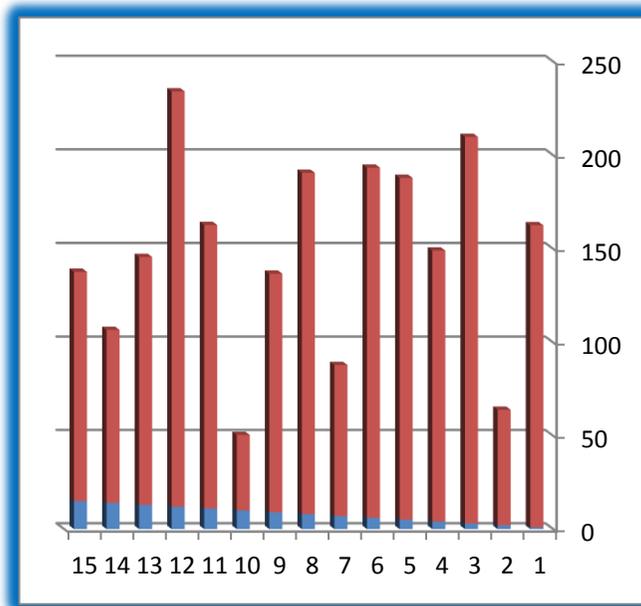
حيث أشارت العبارتان إلى أنه لا توجد بمركز الشباب شاشات عرض تليفزيونى وسينمائى يتم عرضها مباريات مقابل عائد مادي وأيضا مركز الشباب لا تقدم برامج تعليمية ترويحية للأعضاء مقابل إشتراك مادي. وتعزو الباحثة ذلك إلى أن إمكانيات مراكز الشباب لاتساعدها على تقديم خدماتها وإلي قلة العائد المادي التي تحصل عليه المؤسسة لتلبية احتياجاتها ووجود قصور في اللوائح والقوانين الموجودة داخل المنشأة التي لا تشجع الاستثمار ولا توضح للمستثمرين كيفية الاستثمار في هذه المنشآت .

وهذا ما أكدته دراسة عبده عطية 2013 (10) عن وجود قصور في القوانين واللوائح التي تشجع المستثمرين علي الاستثمار داخل هذه المنشآت الرياضية وأكدت علي ضرورة أن تهدف هذه المنشآت الرياضية علي الاستثمار المالي والبشري واستثمار موارد البيئة. وهذا ما أكدته دراسة معتز سليمان 2012 (14) علي أن النشاط الرياضي قادر علي الوفاء باحتياجاته إذا فتح المجال للاستثمار لزيادة العائد الاقتصادي لهذه المؤسسات.



شكل (1)

الوزن النسبي لكل عبارة من عبارات محور "الأنشطة الترويحية التجارية"



شكل (2)

كما المحسوبة لكل عبارة من عبارات محور "الأنشطة الترويحية التجارية"

2- عرض نتائج التساؤل الثاني :

عرض نتائج إستجابات أفراد عينة البحث لعبارات محور "ما هو العائد المادي من تقديم الأنشطة الترويحية التجارية بمراكز الشباب بمحافظة المنوفية؟"

جدول (14)

التكرار والنسبة المئوية وقيمة (كا2) وترتيب العبارات لإستجابات أفراد عينة البحث لعبارات

ن = 150

"المحور المادي"

ترتيب العبارات	البيان	أوافق		إلى حد ما		لا أوافق		كا2	المجموع التقريبي	الوزن النسبي	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%				
1	هل تحقق أنشطة الترويحية التجارية عند مادي .	123	82.00%	16	10.67%	11	7.33%	160.12	412	91.56%	4
2	هل تغطي الأنشطة الترويحية قيمة وتحقق فائض ربحي.	102	68.00%	33	22.00%	15	10.00%	84.36	387	86.00%	10
3	يستفيد القاتمين على الأنشطة الترويحية بالمركز إستفادة مادية .	122	81.33%	21	14.00%	7	4.67%	157.48	415	92.22%	1
4	الأنشطة الترويحية بالمركز عامل هام في زيادة عدد الأعضاء بالمركز .	115	76.67%	21	14.00%	14	9.33%	127.24	401	89.11%	7
5	يعتمد المركز على العائد المادي من أنشطة الترويج التجاري ضمن موارده .	123	82.00%	16	10.67%	11	7.33%	160.12	412	91.56%	4
6	العائد الإقتصادي من أنشطة الترويج التجاري يعطي مصاريف التشغيل والصيانة.	108	72.00%	33	22.00%	9	6.00%	106.68	399	88.67%	8
7	يساعد العائد الإقتصادي من نشاط الترويج التجاري المركز على تقديم برامج.	122	81.33%	19	12.67%	9	6.00%	156.52	413	91.78%	2
8	يتم التفتيش والرقابة على الأنشطة الترويحية التجارية من الجهات الرقابية .	122	81.33%	19	12.67%	9	6.00%	156.52	413	91.78%	2
9	مجلس إدارة المركز حريص على إستمرار أنشطة الترويج التجاري كأحد مصادر المركز.	117	78.00%	15	10.00%	18	12.00%	134.76	399	88.67%	8
10	تحقق أنشطة الترويج التجاري بالمركز إنتعاش إقتصادي يعود بالفائدة على المركز .	120	80.00%	13	8.67%	17	11.33%	147.16	403	89.56%	6
	الإجمالي							1370.22	4054	90.09%	

قيمة كا2 عند مستوى دلالة (0.05) = 5.991

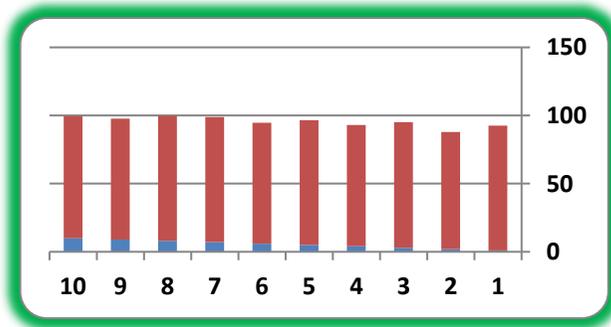
يتضح من جدول (14) أن التوصيف الإحصائي لأفراد عينة البحث حول المحور الثاني (المحور المادي) يشير إلى أن إستجابات العينة دالة إحصائياً عند مستوي معنوية (0.05) وتراوح الوزن النسبي بين (86.00% : 22.92%).

كما يتضح من جدول (14) أن إستجابات عينة البحث فى العبارات (1, 3, 5, 7, 8, 9, 10, 4) وهى (82.00%, 82.00%, 81.33%, 81.33%, 81.33%, 81.33%, 80.00%, 78.00%, 76.67%) جاءت بنسب مرتفعة كما حصلت

العبارتان (1 , 5) على نسب مرتفعة حيث انه تحقق أنشطة الترويحية التجارية عائد مادي , يعتمد المركز على العائد المادي من أنشطة الترويج التجاري ضمن موارده, وتعزو الباحثة ذلك ان الأنشطة الترويحية التجارية تحقق لمراكز الشباب العائد المادي الذي يلبي إحتياجاتها وتستثمر مواردها المتاحة .

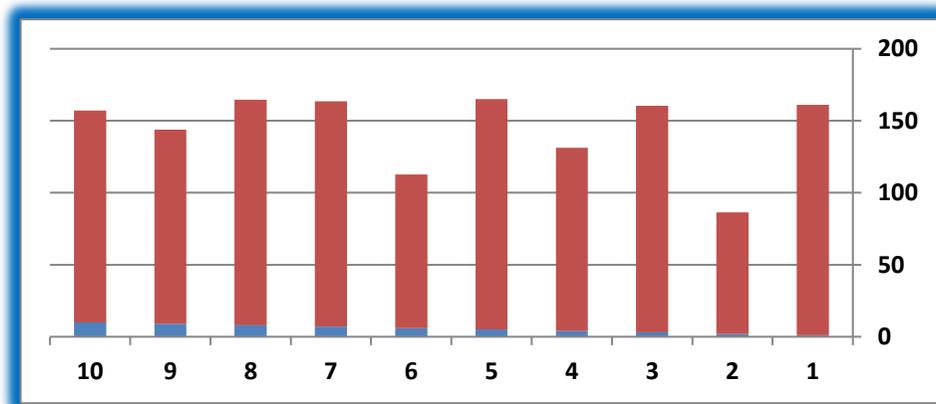
وهذا ما أكدته دراسة معنز سليمان 2012(14) علي أن النشاط الرياضي قادر علي الوفاء باحتياجاته إذا فتح المجال للاستثمار لزيادة العائد الاقتصادي لهذه المؤسسات. كما حصلت العبارتان (2,6) وهي (72.00% , 68.00%) على نسب متوسطة حيث ان العائد الإقتصادي من أنشطة الترويج التجاري لا يعطى بنسبة كافية مصاريف التشغيل والصيانه, وأيضا أن الأنشطة الترويحية تعطي قيمة وتحقق فائض ربحي. بنسبة متوسطة . وتعزو الباحثة ذلك إلى أن مراكز الشباب لا تهتم بإستثمار مواردها جيدا وضرورة الإهتمام بالوقت الذي تقدم فيه أنشطة الترويج التجاري بما يتناسب مع أوقات فراغ الممارسين وضرورة الاهتمام بوضع آليات ووسائل تساعد على جذب المستثمرين للاستثمار في المجالات المختلفة

وهذا ما يؤكده حسن الشافعي 2006م (7) من أن الاستثمار يساعد في زيادة رأس مال الفرد ورفع الكفاءة الاقتصادية وتحقيق أقصى عائد للمؤسسات وإصلاح الهيكل الإداري . وهذا ما أكده حسن أحمد الشافعي 2006م (6) من ضرورة وجود حوافز و ضمانات لجذب الاستثمار الوطني والأجنبي وتوفير مكاتب لخدمة الاستثمار الرياضي وغيره وتوفير الادارة المتخصصة في التمويل والاستثمار .



شكل (3)

الوزن النسبي لكل عبارة من عبارات المحور المادي



شكل (4)

2) المحسوبة" لكل عبارة من عبارات المحور المادي

3- عرض نتائج التساؤل الثالث :

عرض نتائج إستجابات أفراد عينة البحث لعبارات محور "ما هي التسهيلات المقدمة

من إدارة مراكز الشباب لدعم الأنشطة التجارية بمحافظة المنوفية ؟"

جدول (15)

التكرار و النسبة المئوية وقيمة (كا2) وترتيب العبارات لإستجابات أفراد عينة البحث لعبارات "

محور التسهيلات "

ن = 150

رقم العبارة	العبارة	أوافق		إلى حد ما		لا أوافق		كا2	التصنيف	الوزن النسبي	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%				
1	مجلس إدارة مركز الشباب يساعد على إقامة أنشطة الترويج التجاري .	130	86.67%	16	10.67%	4	2.67%	193.44	426	94.67%	2
2	مجلس إدارة مركز الشباب يقدم اقتراحات مفيدة لأنشطة الترويج التجاري .	103	68.67%	31	20.67%	16	10.67%	86.52	387	86.00%	12
3	مجلس إدارة المركز على وعي بأهمية ممارسة الأنشطة الترويجية للأعضاء .	129	86.00%	11	7.33%	10	6.67%	187.24	419	93.11%	3
4	اللوائح والقوانين المنظمة للعمل في مراكز الشباب تساعد على ممارسة الترويج التجاري .	120	80.00%	27	18.00%	3	2.00%	152.76	417	92.67%	4
5	يقوم بالإشراف على الأنشطة الترويجية التجارية قيادات واعية.	116	77.33%	16	10.67%	18	12.00%	130.72	398	86.44%	9
6	يوجد مستوى منخفض في الترويج يتولى تنظيم النشاط الترويجي التجاري بالمركز.	106	70.67%	26	17.33%	18	12.00%	94.72	388	86.22%	11
7	يتم تجهيز الملاعب والصالات الخاصة بالنشاط الترويجي تجهيز جيد.	105	70.00%	39	26.00%	6	4.00%	101.64	399	88.67%	6
8	يتم توفير الأدوات والأجهزة اللازمة للنشاط الترويجية التجاري.	107	71.33%	27	18.00%	16	10.67%	98.68	391	86.89%	8

9	130	86.675%	19	12.67%	1	0.67%	195.24	429	95.33%	1	تم عمل الصيانه اللازمه للادوات ومعدات الترويح الجارى .
10	108	72.00%	23	15.33%	19	12.67%	101.08	389	86.44%	9م	قيمة المشاركة المادية فى أنشطة الترويح التجارى مقبولة وفى حدود الإمكانيات .
11	116	77.33%	27	18.00%	7	4.67%	134.68	409	90.89%	5	تشجع القيادات الموجودة فى نطاق المركز إقامة أنشطة الترويح التجارى
12	94	62.67%	18	12.00%	38	25.33%	62.08	356	79.11%	14	تستفيد أنشطة الترويح التجارى بالمركز من الدعم الخاص بالنشاط بالمركز .
13	111	74.00%	27	18.00%	12	8.00%	113.88	399	88.67%	6م	يتم تطوير النشاط الترويحى التجارى كل فترة زمنية .
14	99	66.00%	35	23.33%	16	10.67%	75.64	383	85.11%	13	تحقق أنشطته الترويح التجارى رغبات واحتياجات الأعضاء
							1654.71	5590	88.73%		الإجمالى

قيمة كا² عند مستوى دلالة (0.05) = 5.991

يتضح من جدول (15) أن التوصيف الإحصائي لإستجابات أفراد عينة البحث حول المحور الثالث (محور التسهيلات) يشير إلى أن إستجابات العينة دالة إحصائياً عند مستوي معنوية (0.05) وتراوح الوزن النسبي بين (79.11 % : 95.33 %) .

كما يتضح من جدول (15) أن إستجابات عينة البحث فى العبارتان (1,9) وهى (86.675%)

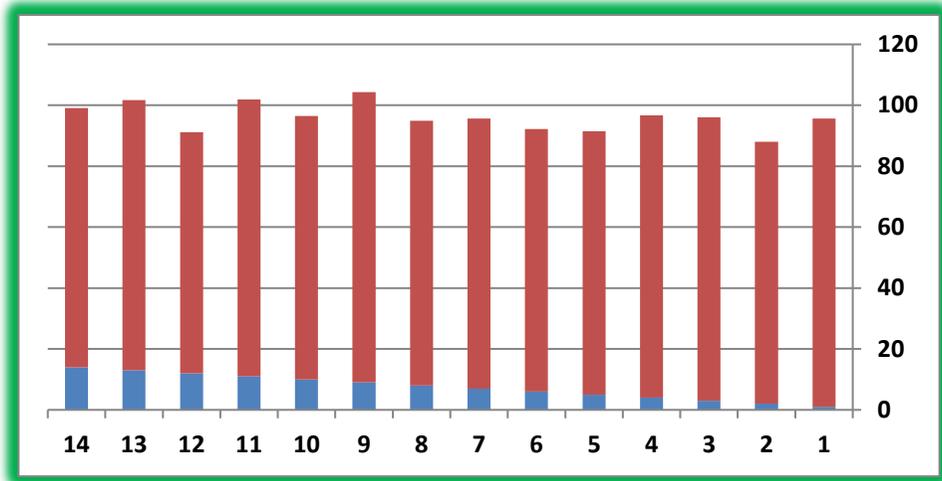
وهى نسبة مرتفعة حيث أشارت العبارتان إلى ان مجلس إدارة مركز الشباب يساعد على إقامة أنشطة الترويح التجارى , ويتم عمل الصيانه اللازمه للادوات ومعدات الترويح التجارى . وتعزو الباحثة ذلك إلى أن أنشطة الترويح التجارى تزيد من العائد المادى لمراكز الشباب وذلك يساعدها على عمل الصيانه على الأدوات وإستغلال مواردها جيدا . وهذا ما أكدته دراسة نجلاء فوزي 2012(16) من إمكانية تنفيذ الأنشطة الرياضية ووضعها فى السيرة الذاتية للمنشأة لتحسين الجودة والإقبال علي ممارستها.

وهذا ما أكدته دراسة بسنت بدر 2017(4) من ضرورة استخدام الترويح كنشاط تسويقي بالمنشأة الرياضية ودمجه مع أساليب التسويق الحديثة.

كما حصلت العبارتان (14,12) وهى (62.67% , 66.00%) وهى نسبة متوسطة حيث أشارت العبارتان إلى أن أنشطة الترويح التجارى بالمركز تستفيد من الدعم الخاص بالنشاط بالمركز بنسبة متوسطة , وأن أنشطة الترويح التجارى تحقق رغبات واحتياجات الأعضاء بنسب متوسطة.

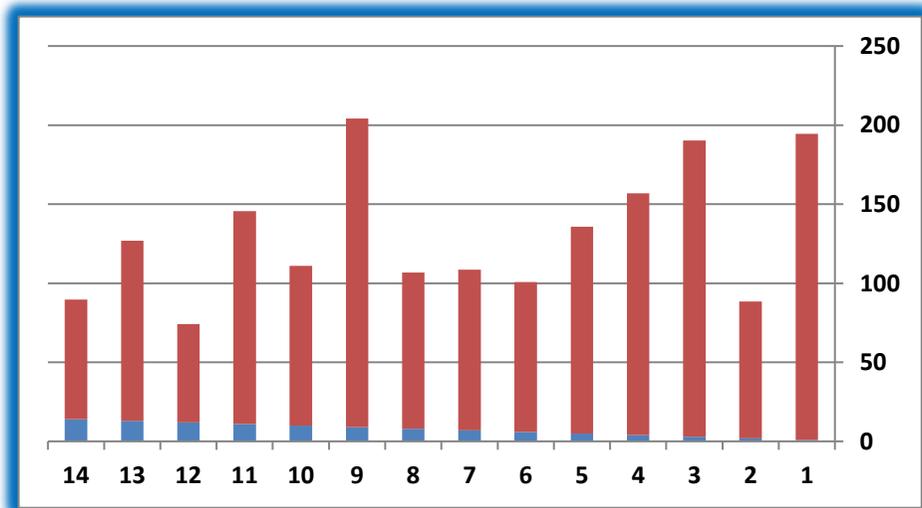
وتعزو الباحثة ذلك إلى أن الدعم الحكومى للمؤسسات الرياضية لا يكفي لتلبية احتياجاتها وتطوير إمكانياتها عجزها عن سد احتياجات العاملين بها.

وهذا ما أكدته دراسة عبده عطية (2013) (10) من وجود قصور في القوانين واللوائح الموجودة حيث أنها لا تساعد علي زيادة التمويل الذاتي ولا تشجع علي استثمار المنشآت الرياضية والشبابية وعدم وجود قوانين توضح للمستثمرين كيفية الاستثمار في المنشآت .



شكل (5)

الوزن النسبي لكل عبارة من عبارات محور التسهيلات



شكل (6)

"كالمحسوبة" لكل عبارة من عبارات محور التسهيلات

- الإستخلاصات والتوصيات :

- أولا : الإستخلاصات:

- مركز الشباب يقوم بتاجير القاعات وصالات الأفراح للأعضاء .
- توجد بمركز الشباب أماكن لتناول المأكولات والمشروبات مقابل عائد مادي.
- تحقق أنشطة الترويحية التجارية عائد مادي.
- يعتمد المركز على العائد المادي من أنشطة الترويج التجاري ضمن موارده .
- يساعد العائد الإقتصادي من نشاط الترويج التجاري المركز على تقديم برامجه.
- يتم التفتيش والرقابة على الأنشطة الترويحية التجارية من الجهات الرقابية .
- مجلس إدارة مركز الشباب يساعد على إقامة أنشطة الترويج التجاري .
- مجلس إدارة المركز على وعى بأهمية ممارسة الأنشطة الترويحية للأعضاء .

- ثانيا : التوصيات :

- في ضوء أهداف البحث والمنهج المتبع فيه والنتائج التي تم استخلاصها وفي ضوء عينة البحث وما توصلت إليه الباحثة في التحليل الإحصائي توصي الباحثة بما يلي :
- يجب العمل علي استغلال النشاط الترويحي الاستغلال الأمثل لما يحققه من دخل مادي.
 - يجب توفير عدد أكثر من الصالات الموجودة بالمؤسسة للأنشطة المختلفة.
 - ضرورة الاعتماد علي مصادر التمويل الذاتي للحصول على أموال تساعد المؤسسة علي تحقيق أهدافها.
 - يجب وضع قوانين ولوائح تشجع علي الاستثمار داخل المؤسسة .
 - يجب استخدام الترويج التجاري كنشاط تسويقي بالمؤسسة.
 - ضرورة الاهتمام بتنمية الموارد المادية والبشرية.
 - العمل علي زيادة المنشآت الترويحية لما تحققه من دخل مادي.
 - ضرورة الاهتمام بتطوير وتحسين الأدوات الترويحية بصفة مستمرة .
 - اعطاء المؤسسة فرص عمل للشباب مقابل تقديم خدمات .
 - الحرص علي توفير أدوات ترويحية كافية لممارسة النشاط .

- تصور مقترح للترويج التجاري بالمؤسسات الرياضية

العنوان :-

تصور مقترح للترويج التجاري بالمؤسسات الرياضية .

الرؤية :-

رؤية توضح أهمية الترويج التجاري لرفع العائد الاقتصادي بالمؤسسات الرياضية وذلك من خلال :

- مشاركة رأس المال الحر في توفير العديد من مشروعات الترويج التجاري التي تتطلب تكلفة مالية مرتفعة .

- العمل علي تطوير العديد من الخدمات المقدمة من مؤسسات الترويج التجاري واستحداث العديد من المناشط للاستمتاع بوقت الفراغ .

- توفير البرامج والخدمات المتعددة من قبل مؤسسات الترويج التجاري .

- الإشراف علي البرامج المقدمة في الترويج التجاري .

- الارتفاع بالتذوق الجمالي .

- اشباع الميول والدوافع المرتبطة بالترويج .

- زيادة القدرة علي الانجاز .

- وضع قوانين ولوائح تشجع علي الاستثمار داخل المؤسسة .

الرسالة :-

- التخطيط الجيد من قبل الدولة لمشروعات الترويج التجاري .

- اهتمام الدولة بتوفير ودعم كل من المسارح القومية ودور السينما والمعارض والمتاحف والمؤسسات الرياضية .

- سن القوانين وإصدار التشريعات المرتبطة بتأسيس مؤسسات الترويج التجاري .

- تشجيع الانجازات باثابات المتنوعة .

- دعوة العاملين للمشاركة في لغة اتخاذ القرار .

- مواكبة التقدم بدرجة تتناسب مع الامكانيات المتاحة .

- تدعيم روح الابتكار والتنافس .

- تحقيق الرفاهية للأفراد عن طريق تحسين خدمات وقت الفراغ .

إجراءات تحقيق الرؤية :-

- التسويق للبرامج الترويحية لزيادة الموارد بالمؤسسة وجذب الممارسين .
- توفير عدد أكثر من الصالات الموجودة بالمؤسسة للأنشطة المختلفة .
- استخدام الترويج التجاري كنشاط تسويقي بالمؤسسة .
- استخدام أساليب التسويق من الإعلام والبيع الشخصي .
- استغلال النشاط الترويحي الاستغلال الأمثل .
- اللقاءات والاجتماعات والندوات بصفة دورية .
- تنمية الموارد المالية والبشرية .

- المراجع :

1- أحمد إسماعيل حجي (2005م): " الإدارة التعليمية والإدارة المدرسية "، دارالفكر

العربي ، القاهرة.

2- أحمد حماد رضوان : استثمار امكانات الهيئات الشبابية والرياضية بمحافظة الشرقية في ضوء التحولات الاقتصادية المعاصرة، رسالة دكتوراة، جامعة بنها، كلية التربية الرياضية 2016م.

3- الشيماء عادل منصور : متطلبات تحقيق التسويق التربوي كمدخل للتمويل الذاتي لأنشطة جامعة المنصورة ، رسالة ماجستير جامعة المنصورة، كلية التربية 2016.

4- بسنت علي محمود بدر : دراسة مقارنة بين الأساليب الترويحية للأنشطة التسويقية الرياضية، رسالة ماجستير، جامعة الإسكندرية، كلية التربية الرياضية 2017م

5-تهاني عبد السلام محمد : الترويج والتربية الترويحية، القاهرة، دار الفكر العربي 2001م.

6- حسن أحمد الشافعي : الاستثمار والتسويق في التربية البدنية الرياضية ، الاسكندرية ، دار الوفاء 2006 م.

7- ----- : التمويل والتأجير التمويلي في التربية البدنية والرياضية ، الاسكندرية، دار الوفاء 2006م.

- 8- دليل منشآت الشباب : وزارة الشباب والرياضة بجمهورية مصر العربية الإصدار الثاني. والرياضة
- 9- صبرى أبو العز محمد : بناء مقياس الرضا الوظيفي للأخصائيين الرياضيين بمديريات الشباب والرياضة , رسالة ماجستير غير منشورة , كلية التربية الرياضية , جامعة بنها.
- 10- عبده محمود عبد الحليم : استراتيجية مقترحة لاستثمار المنشآت الرياضية بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات جنوب الصعيد، رسالة دكتوراة، جامعة أسيوط، كلية التربية الرياضية 2013م
- 11- كمال الدين عبد الرحمن : اقتصاديات الرياضة ، القاهرة ، مكتبة الأنجلو درويش وآخرون المصرية ، 2013 م.
- 12- محمد محمد الحماحمي
عايدة عبد العزيز مصطفى : الترويج بين النظرية والتطبيق، مركز الكتاب للنشر، القاهرة 1998.
- 13- محمود عبد العظيم عبد السلام : دراسة تحليلية للاستثمار الرياضي في المؤسسات التعليمية والرياضية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة الزقازيق 2011.
- 14- معتز علي حسن سليمان : نموذج مقترح لتمويل النشاط الرياضي بالجامعات المصرية، رسالة دكتوراه، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة، 2012م.
- 15- نبيل حسن (د. ت) : الملاعب والكرة الأولمبية تخطيط وتصميم معماري وانشاء الموسوعة المعمارية الجزء الثالث، دار الراتب الجامعية ببيروت لبنان
- 16- نجلاء فوزي أبو العنين : تقويم المنشآت الرياضية في التعليم الجامعي بالمجتمعات العمرانية الجديدة في ضوء معايير الجودة، رسالة دكتوراه، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة حلوان، القاهرة، 2012م.
- 17- نعمان عبد الغني : : الاقتصاد والرياضة ، بحث علمي منشور ، الأكاديمية الدولية لتكنولوجيا الرياضة 2010 م.

18- Harris Seth : Event Mktg . weighs investment Return , Meeting News , vol 33, Issue8, p12 ,2019.