

**دراسة متطلبات مهنة الترويج الرياضي في ضوء احتياجات سوق العمل****السياحي****د / أحمد راشد حسن**

مدرس بقسم الترويج الرياضي - كلية التربية الرياضية - جامعة المنيا .

**المقدمة ومشكلة البحث :**

تعتمد إتاحة فرصة العمل في قطاع السياحة لطلاب كليات التربية الرياضية أثناء الإجازة الصيفية أو خريجها بصفة عامة والترويج الرياضي بصفة خاصة لا على خبرة نقلت إليه أو اكتسبها ممن سبقوه بالعمل في هذا القطاع، دون الرجوع إلي سند علمي وعملي أكاديمي مهني مانح لشهادة معترف بها في مجال هذا التخصص الهام (الترويج الرياضي السياحي) حيث يتم تقديمه كأحد مصوغات التعيين عند الطلب لشغل الوظيفة، وكذلك هناك قصور في الوصف المصحوب بالتوصيف الوظيفي من قبل القائمين علي إدارة المشروعات السياحية عندما تتاح فرص الاختيار للمتقدمين للعمل؛ ذلك لأنها مبنية علي الحاجة دون أسس علمية وقد تفتقر إلي الموضوعية أو الشفافية، بل قد يتم التعيين من خلال الخبرة الإدارية للمدير العام وكذلك مدير شؤون العاملين ومدير قسم الترويج من خلال الترشيح بشخص يسئل عن فرصة عمل وقد لا يمتلك المؤهلات لها وذلك من خلال العاملين في المجال أو الزملاء أو الأصدقاء

وبناء على ذلك يذكر **علي راشد (٢٠٠٢م)** أن كلية التربية الرياضية تعد بما فيها من أقسام علمية تخصصية كالترويج الرياضي وغيره مؤسسة جامعية تقوم على إعداد برامج مهنية هدفها تأهيل خريجها للقيام بالمهام والمسئوليات التي تفي باحتياجات المجتمع من كوادر بشرية متخصصة لسد حاجات أسواق العمل المختلفة . والتي من أهمها سوق العمل السياحي، المتطلب لعدد كبير من أصحاب المهن المتعددة كي يقوموا بدور أساسي في تحقيق معدلات التنمية، بالإضافة إلى إكسابهم المعارف والمعلومات والخبرات والمؤهلات لمزاولة المهنة كمحترف وصاحب رسالة. (٦ : ٢٥-٣٢).

وقد أوصت منة الله لطفى (٢٠١٤م) بضرورة تطوير التعليم الجامعي وذلك لتأهيل خريج جامعي قادر على أن يكون فاعلاً ومنتجاً في سوق العمل، وأكدت على أن هذا التطوير يشتمل على إعداد المقررات والمعارف والخبرات اللازمة لخريج التعليم الجامعي لتحقيق جودته (١١) : (٧٦).

لذا أصبح التأهيل الأكاديمي النظري منه والتطبيقي وكذلك التدريبي الميداني للدارس بالأقسام المختلفة للكلية . والتي من أهمها محور البحث الحالي المتمركز حول قسم الترويج الرياضي . متصلة بإتاحة مقررات تتوافق وتركز على متطلبات التأهيل للواقع النظري والعملية الفعلية للمهنة واحتياجاتها للتخصصات المتعددة خاصة التي يحتاج إليها القطاع السياحي. لذلك فوجود برنامج أكاديمي كمتطلب لإعداد وتأهيل متخصص في مجال الترويج الرياضي السياحي للعمل كمرشد، أو رائد أو مشرف أو اختصاصي أو استشاري أو مدير برامج الترويج يكون مؤهلاً علمياً وعملياً غير متوفر في الوقت الراهن، إلي جانب عدم وجود هيئة علمية مستقلة تابعة للنظام الحكومي مانحة لشهادة في هذا المجال كما هو الحال في المجال التدريبي من خلال الدراسات الأكاديمية الأولمبية المعترف بها أو دراسات تنمية الموارد البشرية من قبل المؤسسات القائمة عليها وقد يعزى ذلك إلى الاستحداث المهني في هذا المجال وأيضاً ندرة الأبحاث العلمية التي تطرقت إليه بالدراسة والاستقصاء وذلك في حدود علم الباحث وخبرته.

وفي هذا الصدد ترى تهاني عبد السلام (٢٠٠١م) أن مهنة اختصاصي الترويج الرياضي أصبحت تتطلب معرفة متخصصة وقدرات عالية ومهارات وخلفية أكاديمية معينة، ففي الدول التي اعترفت بأن اختصاصي الترويج الرياضي مهنة وقد حددت مستويات معينة للعمل بهذه المهنة اشترطت أن يكون العاملين في مجال الترويج الرياضي قد أتموا بنجاح أربع سنوات دراسية وحصلوا على درجة بكالوريوس التربية الرياضية في الترويج الرياضي بالإضافة إلى تمتعهم بالعديد من المهارات والخبرات التي تؤهلهم لهذه المهنة. (٣ : ٢٩٢-٢٩٣).

كذلك يشير كل من محمد الحماحي، أمين الخولي (٢٠٠١م) إلى أن اختصاصي الترويج الرياضي هو المسؤول عن تصميم بيئة العمل الترويحي، فهو الذي يبدع في طبيعة الممارسة الترويحية ويحدد أهداف تلك الممارسة التي يتبعها الممارس ليتم التفاعل بينه وبين طبيعة مواقف الممارسة المختلفة، وكذلك يحدد مسئوليات الأداء المراد إنجازها من قبل الممارس وأساليب الممارسة المختلفة وأساليب تقويم الأداء، وذلك يبرز أهمية تمتع اختصاصي الترويج الرياضي بكفايات مهنية وأدائية ومعرفية ووجدانية وإنتاجية تؤهله للقيام بمهنته على أكمل وجه (١٠) :

(١٩٧-١٩٦)

وتماشياً مع الظروف العصيبة التي تمر بها جمهورية مصر العربية في الوقت الراهن أصبح قطاع السياحة خاصة السياحة الترويحية التي تعتمد علي الشواطئ والاسترخاء والاستجمام وكذلك التي تمارس بها بعض الأنشطة الرياضية بصورة ترويحية في أشد الحاجة للبحث عن مجموعة وسائل يتحقق من خلالها تحسين الصورة عن مصر كمقصد سياحي يعمل علي جذب العديد من الأسواق السياحية العالمية المختلفة بشكل يتناسب مع أهميتها وقيمتها التنافسية، خاصة وأن مصر جاءت في الترتيب (٧٥) من بين (١٣٩) دولة من دول العالم علي مقياس التنافسية للسياحة والسفر العالمي (٢ : ١٦).

وفي هذا الصدد يذكر يحيى الجيوشي (٢٠١٩م) أن مصر احتلت مكانتها السياحية الجديدة بها في ضوء ما تتمتع به من مزايا ومغريات سياحية عن طريق تكامل سياسة الدولة للسياحة مع السياسة العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية الراهنة في مصر، ويتضح هذا من التنسيق المستمر بين الأجهزة المختلفة بما يضمن تحقيق الأهداف القومية للتنمية السياحية. (١٣ : ٤٠١) ومما سبق يرى الباحث من واقع خبرته العملية والعلمية السابقة، أن هناك قصور في التأهيل الأكاديمي النظري منها والتطبيقي وكذلك التدريبي الميداني لطلاب كلية التربية الرياضية وخريجها خاصة قسم الترويج الرياضي بصورته النظرية والعملية والتطبيقية لا يأخذ بعين الاعتبار أهمية الإعداد الصحيح المقارن بالمدارس الفكرية العلمية الدولية المتطورة الحديثة بل ولا يراعي فيه التنسيق والتعاون والمساهمة من كليات أخرى مثل السياحة والفنادق، والألسن، واللغات والترجمة، والعلاج الطبيعي، والحاسب الآلي بما يُمكّن الطلاب والخريجين أو من هم يعملون فعلياً في المجال من خلال الخبرة من خريجي المؤهلات المتوسطة للسعي نحو مزاوله المهنة بأسلوب إبداعي ابتكاري متميز مبني علي أسس علمية صحيحة. مما يعطي الفرصة لسد احتياجات سوق العمل السياحي من الكوادر المصرية القادرة على القيام بواجباتها، مزودة وممثلة مواصفات عالية الجودة من الناحية القياسية لمتطلبات المهنة عالمياً؛ وذلك من خلال أساليب مستحدثة متطورة تقوم على البحث العلمي وتتوافق ومتغيرات الاحتياجات السوقية العالمية للسعي نحو المنافسة للحصول على الوظيفة لأهميتها في الحراك الاجتماعي وسد ثغرة من ثغرات البطالة والعمل.

وفي الوقت الذي يتم السعي فيه للنهوض بصناعة السياحة مرة أخرى في ظل التحديات والظروف الحالية التي مرت بها البلاد خلال أيام الربيع العربي الذي خلف جرح عميق في صدر تلك الصناعة نتيجة الصراعات العديدة التي واجهتها جميع المجالات الاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية والأمنية، بعد ثورتى "٢٥ يناير ٢٠١١م و٣٠ يونية ٢٠١٣م والأحداث

الروسية الأوكرانية" التي زعزت أركان تلك الصناعة وحدثت من نشاطها، إلا أن نهضتها بعد الاستقرار التي تمر به البلاد لن تقوم إلا على أكتاف وسواعد وأيدي أبنائها، ولما كان موضوع البحث مبني على دور الشباب الراغب في العمل بتلك الصناعة، وفي حدود علم الباحث لم ينل موضوع احتياج سوق العمل الترويحي الرياضي السياحي نوعية متطلبات المهنة من مواصفات للعاملين القائمين على برامج الأنشطة الترويحية فيه من البحث أهمية كبيرة واهتمام كافي من الباحثين، وذلك إن دل يدل على القصور، فكان من اللازم القيام بمثل هذه الدراسة محاولة لتغطية جانب من جوانب ذلك القصور .

### هدف البحث:

يهدف البحث إلى دراسة احتياجات سوق العمل السياحي الخاص بالمجال الترويحي في ضوء متطلبات مهنة الترويح وذلك من خلال التعرف على ما يلي:

١. المتطلب الأكاديمي المرتبط بالسمات الشخصية لمهنة الترويح الرياضي في ضوء احتياجات سوق العمل السياحي.
٢. المتطلب الأكاديمي المرتبط بالمؤهلات العلمية لمهنة الترويح الرياضي في ضوء احتياجات سوق العمل السياحي.
٣. المتطلب الأكاديمي المرتبط بالدورات والخبرات التدريبية لمهنة الترويح الرياضي في ضوء احتياجات سوق العمل السياحي.

### تساؤلات البحث :

١. ما المتطلب الأكاديمي المرتبط بالسمات الشخصية لمهنة الترويح الرياضي في ضوء احتياجات سوق العمل السياحي؟
٢. ما المتطلب الأكاديمي المرتبط بالمؤهلات العلمية لمهنة الترويح الرياضي في ضوء احتياجات سوق العمل السياحي ؟
٣. ما المتطلب الأكاديمي المرتبط بالدورات والخبرات التدريبية لمهنة الترويح الرياضي في ضوء احتياجات سوق العمل السياحي ؟

### الخطوات التنفيذية للبحث:

#### منهج البحث:

لقد استخدم الباحث المنهج الوصفي (أسلوب الدراسات المسحية) بخطواته وإجراءاته لملائمته لطبيعة الدراسة الحالية .

**مجتمع وعينة البحث :**

اشتمل مجتمع البحث على أعضاء هيئة التدريس بالجامعات والمعاهد المصرية وكذلك من الخبراء والمديرين والعاملين في المجال السياحي عامةً والمتخصصين في إعداد وتنفيذ برامج الترويج السياحية خاصةً ، وقام الباحث باختيار عينة البحث الأساسية بالطريقة العشوائية والتي تمثلت في عدد (٢٥٠) من أعضاء هيئة التدريس بالجامعات والمعاهد المصرية وكذلك من الخبراء والمديرين والعاملين في المجال السياحي عامةً والمتخصصين في إعداد وتنفيذ برامج الترويج السياحية خاصةً .

**أدوات جمع البيانات :**

لجمع البيانات الخاصة بالبحث الحالي استخدم الباحث استبانة احتياجات سوق العمل السياحي لمهنة الترويج الرياضي ولإعدادها تم اتباع الخطوات التالية : (إعداد الباحث)  
**١- القراءة والاطلاع:**

قام الباحث بالاطلاع على العديد من الدراسات والمراجع التي تناولت السياحة الترويجية ومتطلبات العمل في السوق السياحي كدراسة كلاً من يحيى الجيوشي (٢٠١٩م)، سارة إسماعيل (٢٠١٩م) وليد عبد الرزاق (٢٠١٢م) Falsom Meek (٢٠٠٤م)، Amy Hurd (٢٠٠١م)، تهاني عبد السلام (٢٠٠١م).

**٣. تحديد هدف الاستبانة:**

وقد تمثل هدف الاستبانة في التعرف على احتياجات سوق العمل السياحي لمهنة الترويج الرياضي.

**٣. تحديد أبعاد الاستبانة:**

بعد الاطلاع على الدراسات والبحوث العلمية وتحديد الهدف من الاستبانة قام الباحث بوضع مجموعة من الأبعاد للاستبانة وعددهم (٣) ويعرضه على مجموعة من الخبراء في مجال الدراسات السياحية والترويج الرياضي قوامها (٧) خبراء مرفق (١)، بحيث لا تقل مدة خبرتهم في المجال عن (١٠) عشرة سنوات (مرفق ١) وذلك لإبداء الرأي في مدى مناسبة هذه الأبعاد لموضوع البحث، وتراوحت النسبة المئوية لآراء الخبراء حول مدى مناسبة أبعاد الاستبانة ما بين (٧١٪ : ١٠٠٪)، وبناءً على آراء السادة الخبراء تم الموافقة على جميع أبعاد استبانة احتياجات سوق العمل السياحي لمهنة الترويج الرياضي لحصولهم على نسبة موافقة أعلى من (٧٠٪) من آراء السادة الخبراء.

**٤- صياغة عبارات الاستبانة:**

قام الباحث بوضع مجموعة من العبارات للمقياس وقد بلغ عدد العبارات (٤٤) عبارة، وقد روعي عند صياغة العبارات، أن يكون للعبارة معنى واحد محدد وان تكون لغة كل عبارة صحيحة، والابتعاد عن العبارات الصعبة، وتجنب استعمال الكلمات التي تحمل أكثر من معنى.

#### ٥. الصورة المبدئية للمقياس:

قام الباحث بعرض تلك العبارات على مجموعة من الخبراء في مجال الدراسات السياحية والترويج الرياضي قوامها (٧) خبراء بحيث لا تقل مدة خبرتهم في المجال عن (١٠) عشرة سنوات (مرفق ١) وذلك لأبداء الرأي في مدى مناسبة العبارات للمقياس (مرفق ٢)، وتراوحت النسبة المئوية لآراء الخبراء حول مدى مناسبة عبارات الاستبانة ما بين (٧١٪ : ١٠٠٪) وبالتالي تم الموافقة على جميع العبارات لحصولها على نسبة اتفاق أعلى من (٧٠٪) والتي ارتضاها الباحث كنسبة اتفاق مقبولة، فأصبحت بذلك عدد عبارات الاستبانة (٤٤) عبارة.

#### ٦- تصحيح المقياس:

- لتصحيح المقياس قام الباحث باختيار ميزان تقدير ثلاثي وتم تصحيح المقياس كالتالي:
- العبارات في اتجاه البعد: موافق (٣) ثلاث درجات، إلى حد ما (٢) درجتان، غير موافق (١) درجة واحدة
  - العبارات عكس اتجاه البعد: موافق (١) درجة واحدة، إلى حد ما (٢) درجتان، غير موافق (٣) ثلاث درجات

#### ٧- المعاملات العلمية لاستبانة :

قام الباحث بحساب المعاملات العلمية للاستبانة على النحو التالي :

أ. الصدق :

لحساب صدق الاستبانة استخدم الباحث الطرق التالية :

( ١ ) صدق المحتوى :

قام الباحث بعرض الاستبانة على مجموعة من الخبراء في مجال الدراسات السياحية والترويج الرياضي قوامها (٧) خبراء (مرفق ١)، وذلك لإبداء الرأي في ملاءمة الاستبانة فيما وضعت من أجله سواء من حيث المحاور والعبارات الخاصة بكل محور ومدى مناسبة تلك العبارات للمحور الذي تمثله، والجدول التالي (١) يوضح النسبة المئوية لآراء الخبراء على عبارات الاستبانة

## جدول (١)

## النسبة المئوية لآراء الخبراء على عبارات الاستبانة (ن = ٧)

الدورات والخبرات التدريبية			المؤهلات العلمية			السمات الشخصية		
النسبة المئوية	تكرارها	رقم العبارة	النسبة المئوية	تكرارها	رقم العبارة	النسبة المئوية	تكرارها	رقم العبارة
%٨٦	٦	٢٢	%١٠٠	٧	١٧	%١٠٠	٧	١
%١٠٠	٧	٢٣	%٨٦	٦	١٨	%١٠٠	٧	٢
%١٠٠	٧	٢٤	%٨٦	٦	١٩	%٨٦	٦	٣
%٧١	٥	٢٥	%١٠٠	٧	٢٠	%١٠٠	٧	٤
%١٠٠	٧	٢٦	%٧١	٥	٢١	%١٠٠	٧	٥
%١٠٠	٧	٢٧				%٧١	٥	٦
%٨٦	٦	٢٨				%٨٦	٦	٧
%١٠٠	٧	٢٩				%١٠٠	٧	٨
%١٠٠	٧	٣٠				%١٠٠	٧	٩
%١٠٠	٧	٣١				%٨٦	٦	١٠
%١٠٠	٧	٣٢				%٨٦	٦	١١
%٧١	٥	٣٣				%٧١	٥	١٢
%١٠٠	٧	٣٤				%١٠٠	٧	١٣
%١٠٠	٧	٣٥				%١٠٠	٧	١٤
%٨٦	٦	٣٦				%٧١	٥	١٥
%١٠٠	٧	٣٧				%٨٦	٦	١٦
%١٠٠	٧	٣٨						
%٧١	٥	٣٩						
%٨٦	٦	٤٠						
%١٠٠	٧	٤١						
%٧١	٥	٤٢						
%١٠٠	٧	٤٣						
%١٠٠	٧	٤٤						

يتضح من جدول (١) أن النسبة المئوية لآراء الخبراء حول عبارات الاستبانة في صورته المبدئية تراوحت ما بين (٧١% : ١٠٠%) ، وبذلك تم الموافقة على جميع العبارات لحصولها على نسبة أعلى من ٧٠% من اتفاق الخبراء .

## (٢) صدق الاتساق الداخلي :

لحساب صدق الاتساق الداخلي للاستبانة قام الباحث بتطبيقه على عينة قوامها (٣٠) فرداً من مجتمع البحث ومن غير العينة الأصلية للبحث، وقد تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبانة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، كما تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للاستبانة، وقد تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل محور والدرجة الكلية للاستبانة، والجدول (٢) ، (٣) ، (٤) توضح النتيجة على التوالي.

## جدول (٣)

معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبانة ودرجة المحور المنتمية إليه (ن = ٣٠)

الدورات والخبرات التدريبية		المؤهلات العلمية		السمات الشخصية	
معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة
٠.٧٤	٢٢	٠.٧٤	١٧	٠.٨٧	١
٠.٤٩	٢٣	٠.٩٠	١٨	٠.٦٥	٢
٠.٧٦	٢٤	٠.٧٧	١٩	٠.٨٠	٣
٠.٦٨	٢٥	٠.٧٤	٢٠	٠.٧٦	٤
٠.٥٥	٢٦	٠.٧٩	٢١	٠.٦٧	٥
٠.٦٧	٢٧			٠.٧٧	٦
٠.٦٨	٢٨			٠.٧٤	٧
٠.٦٦	٢٩			٠.٨١	٨
٠.٦٤	٣٠			٠.٧٣	٩
٠.٦٧	٣١			٠.٧١	١٠
٠.٦٧	٣٢			٠.٧٦	١١
٠.٥٣	٣٣			٠.٦٢	١٢
٠.٦٣	٣٤			٠.٦٩	١٣
٠.٧٩	٣٥			٠.٧٨	١٤
٠.٧٣	٣٦			٠.٨٠	١٥
٠.٥٩	٣٧			٠.٨٤	١٦
٠.٧٨	٣٨				
٠.٧١	٣٩				
٠.٧٩	٤٠				
٠.٧٠	٤١				
٠.٨٢	٤٢				
٠.٨٥	٤٣				
٠.٨٦	٤٤				

قيمة (ر) الجدولية عند مستوي دلالة (٠.٠٥) = ٠.٣٦١

يتضح من جدول (٢) أن معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبانة ودرجة المحور المنتمية إليه تراوحت ما بين (٠.٤٩ : ٠.٩٠) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً مما يشير إلى أن عبارات المحاور تتسم بدرجة مقبولة من الصدق.

## جدول (٣)

معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبانة ودرجة المحور المنتمية إليه (ن = ٣٠)

معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة
٠.٧١	٣١	٠.٧٧	١٦	٠.٨٢	١
٠.٦٧	٣٢	٠.٧٩	١٧	٠.٦٨	٢
٠.٥٣	٣٣	٠.٧٨	١٨	٠.٧٧	٣
٠.٥٧	٣٤	٠.٦١	١٩	٠.٧٦	٤
٠.٧٢	٣٥	٠.٧٣	٢٠	٠.٧٠	٥
٠.٧٥	٣٦	٠.٧١	٢١	٠.٦٨	٦
٠.٥٧	٣٧	٠.٧٢	٢٢	٠.٦١	٧
٠.٧٥	٣٨	٠.٦٥	٢٣	٠.٧٦	٨
٠.٥٥	٣٩	٠.٧١	٢٤	٠.٧٤	٩
٠.٧٠	٤٠	٠.٧١	٢٥	٠.٦٥	١٠
٠.٥٣	٤١	٠.٦٦	٢٦	٠.٦٢	١١
٠.٧٢	٤٢	٠.٧٤	٢٧	٠.٧١	١٢
٠.٧٦	٤٣	٠.٦٧	٢٨	٠.٧٢	١٣
٠.٨١	٤٤	٠.٧٥	٢٩	٠.٦٩	١٤
		٠.٦٢	٣٠	٠.٧٨	١٥

قيمة (ر) الجدولية عند مستوي دلالة (٠.٠٥) = ٠.٣٦١

يتضح من جدول (٣) أن معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة تراوحت ما بين (٠.٥٣ : ٠.٨٢) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً مما يشير إلى أن تمتع الاستبانة بدرجة مقبولة من الصدق .

## جدول (٤)

معاملات الارتباط بين درجة كل محور والدرجة الكلية للاستبانة (ن = ٣٠)

معامل الارتباط	الاستبانة	م
٠.٩٦	السمات الشخصية	١
٠.٩٢	المؤهلات العلمية	٢
٠.٩٦	الدورات والخبرات التدريبية	٣

قيمة (ر) الجدولية عند مستوي دلالة (٠.٠٥) = ٠.٣٦١

يتضح من جدول (٤) أن معاملات الارتباط بين درجة كل محور والدرجة الكلية للاستبانة تراوحت ما بين (٠.٩٢ : ٠.٩٦) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً مما يشير إلى صدق الاستبانة..

ب . الثبات :

لحساب ثبات الاستبانة استخدم الباحث معامل ألفا لكرونباخ وذلك بتطبيقها على عينة قوامها (٢٠) فرداً من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأصلية ، والجدول التالي (٥) يوضح ذلك .

## جدول (٥)

معاملات الثبات باستخدام معامل ألفا لكرونباخ للاستبانة (ن = ٣٠)

معامل الفا	الاستبانة
٠.٩٤	السمات الشخصية
٠.٨٤	المؤهلات العلمية
٠.٩٥	الدورات والخبرات التدريبية
٠.٩٦	الدرجة الكلية

يتضح من جدول (٥) أن معاملات ألفا لمحاور الاستبانة تراوحت ما بين (٠.٨٤ : ٠.٩٥) ، كما بلغ معامل الفا للاستبانة ككل (٠.٩٦)، وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً مما يشير إلى ثبات الاستبانة .

## خطوات البحث :

أ . الدراسة الاستطلاعية :

قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية لأداة جمع البيانات للتأكد من صدقها وثباتها حيث قام بتطبيقها على عينة من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأساسية وعددهم (٣٠) أعضاء هيئة التدريس بالجامعات والمعاهد المصرية وكذلك من الخبراء والمديرين والعاملين في المجال السياحي عامةً والمتخصصين في إعداد وتنفيذ برامج الترويج السياحية خاصةً ، في الفترة من ٢٠٢٢/١/١م إلى ٢٠٢٢/١/١٥م وذلك بغرض التعرف على مدى مناسبتها للتطبيق على عينة البحث.

ب . تطبيق أداة البحث :

بعد تحديد العينة واختبار أداة جمع البيانات والتأكد من صدقها وثباتها قام الباحث بتطبيقها على جميع أفراد العينة قيد البحث وكانت فترة التطبيق من ٢٠٢٢/١/١٧م إلى ٢٠٢٢/٢/١٨م.

ج . تصحيح الاستمارة :

بعد الانتهاء من التطبيق قام الباحث بتصحيح الاستبانة طبقاً للتعليمات الموجودة والموضحة، وبعد الانتهاء من عملية التصحيح قام الباحث برصد الدرجات وذلك تمهيداً لمعالجتها إحصائياً .

الأسلوب الإحصائي المستخدم :

بعد جمع البيانات وجدولتها تم معالجتها إحصائياً ، ولحساب نتائج البحث استخدم الباحث الأساليب الإحصائية الآتية : النسبة المئوية، معامل الارتباط، معامل الفا لكرونباخ، الدرجة

المقدرة, مربع كا, وقد ارتضى الباحث مستوى دلالة عند (٠.٠٥) , كما استخدم برنامج Spss لحساب بعض المعاملات الإحصائية .

**عرض النتائج ومناقشتها وتفسيرها :**

**الإجابة على التساؤل الأول والذي ينص على :**

١. ما المتطلب الأكاديمي المرتبط بالسمات الشخصية لمهنة الترويج الرياضي في ضوء احتياجات سوق العمل السياحي ؟

جدول (٦)

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء العينة بالنسبة لعبارات المحور الأول : السمات الشخصية (ن) = (٣٥٠)

م	العبارات	الاستجابة			الدرجة المقدرة	النسبة المئوية %	قيمة كا <sup>٢</sup>
		موافق	إلى حد ما	غير موافق			
١.	حسن المظهر	٢٥٠	-	-	٧٥٠	١٠٠.٠٠	٥٠٠.٠٠
٢.	لباقة الحديث	٢٤٤	٦	-	٧٤٤	٩٩.٢٠	٤٦٤.٨٦
٣.	متمتع بروح سحة	٢٤٥	٥	-	٧٤٥	٩٩.٣٣	٤٧٠.٦٠
٤.	وجه بشوش ومبتسم	٢٤١	٩	-	٧٤١	٩٨.٨٠	٤٤٧.٩٤
٥.	متعاون	٢٤٦	٤	-	٧٤٦	٩٩.٤٧	٤٧٦.٣٨
٦.	صادق وأمين	٢٤٤	٦	-	٧٤٤	٩٩.٢٠	٤٦٤.٨٦
٧.	يتمتع د سن الترحيب والمعاملة	٢٤٦	٤	-	٧٤٦	٩٩.٤٧	٤٧٦.٣٨
٨.	رحب الصدر	٢٣٦	١٤	-	٧٣٦	٩٨.١٣	٤٢٠.٧٠
٩.	يتجنب التذمر والضيق	٢٢٩	١٩	٢	٧٢٧	٩٦.٩٣	٣٨٣.٦٧
١٠.	تقبل النقد	٢٢٢	٢٥	٣	٧١٩	٩٥.٨٧	٣٤٩.٠٢
١١.	هادئ	٢٤٧	٣	-	٧٤٧	٩٩.٦٠	٤٨٢.٢٢
١٢.	يتسم بالاتزان النفسي	٢٣٤	١٦	-	٧٣٤	٩٧.٨٧	٤١٠.١٤
١٣.	ستمع جيد للشكاوى والمقترحات	٢٣٣	١٦	١	٧٣٢	٩٧.٦٠	٤٠٤.٥٥
١٤.	دائم التشجيع والتحفيز	٢٣٢	١٨	-	٧٣٢	٩٧.٦٠	٣٩٩.٧٨
١٥.	يوفر مناخ هادئ وجاذب لعملائه	٢٢٠	٢٥	٥	٧١٥	٩٥.٣٣	٣٣٨.٦٠
١٦.	لديه مقدرة التحكم في انفعالاته يتجنب التوتر والعصبية	٢٢٤	٢٢	٤	٧٢٠	٩٦.٠٠	٣٥٨.١١
		الدرجة الكلية للمحور			١١٧٧٨	٩٨.١٥	

قيمة (كا) الجدولية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) = ٥.٩٩

يتضح من جدول (٦) ما يلي :

- تراوحت النسبة المئوية لآراء عينة البحث في عبارات المحور الأول : السمات الشخصية

ما بين (٩٥.٣٣% : ١٠٠.٠٠%) ، كما بلغت النسبة المئوية للمحور (٩٨.١٥%) .

- توجد فروق دالة إحصائية بين آراء عينة البحث في جميع العبارات وفي اتجاه الموافقة .

ويرى الباحث أن السمات الشخصية من أهم المتطلبات التي تؤهل خريج تخصص الترويج

الرياضي للعمل في السوق السياحي, حيث أن العمل السياحي ذو طبيعة مميزة يتعامل فيه

اختصاصي الترويج الرياضي السياحي بمرونة واتزان تسمح بقبول السائح ورضاءه, كما أن تمتع

اختصاصي الترويج الرياضي السياحي بالهدوء وتقبل النقد بصدور رحب والتعاون والأمانة وحسن

المظهر ولباقة الحديث تؤهله للنجاح في ميدان العمل السياحي وتبوأ مكانة مميزة بين العاملين في المجال السياحي.

وتتفق النتائج مع ما توصلت إليه دراسة شيماء طارق (٢٠٠٩م) (٥) في أن الحد الأدنى من معايير اختيار العاملين في مجال الترويج الرياضي أن يتسم بالاتزان النفسي وتقبل النقد والتمتع بروح المرح، ومن أهمها أن يتصف بالإبداع والابتكار .

وفي هذا الصدد توصل عمرو هلاي (٢٠١٦م) (٧) إلى أن الإعداد المهني قبل التخرج ضرورة حيث أنه هو النشاط التعليمي الذي يهدف إلى إكساب الطالب المعلومات والمهارات المهنية التي تهيئه للحياة العملية تتفق مع الاستعدادات والميول من ناحية ومع متطلبات سوق العمل من ناحية أخرى، فيجب على الجامعة أن تقوم بتطوير برامجها الدراسية لتواكب التغيرات المستمرة في سوق العمل.

وبذلك يكون قد تم الإجابة عن التساؤل الأول والذي ينص على : ما المتطلب الأكاديمي المرتبط بالسمات الشخصية لمهنة الترويج الرياضي في ضوء احتياجات سوق العمل السياحي؟  
الإجابة على التساؤل الثاني والذي ينص على :

٢. ما المتطلب الأكاديمي المرتبط بالمؤهلات العلمية لمهنة الترويج الرياضي في ضوء احتياجات سوق العمل السياحي ؟

جدول (٧)

الدرجة المقدره والنسبة المئوية لآراء العينة بالنسبة لعبارات المحور الثاني : المؤهلات العلمية (ن = ٣٥٠)

م	العبارات	الاستجابة			الدرجة المقدره	النسبة المئوية %	قيمة كا <sup>٢</sup>
		موافق	إلى حد ما	غير موافق			
١٧.	غير متعلم وخبرة في المجال .	٣١	٤٦	١٧٣	٤٧.٧٣	١٤٦.٠٧	
١٨.	تعليم متوسط (دبلوم) وخبرة في المجال .	٤٣	١٧٠	٣٧	٦٧.٤٧	١٣٥.٤٢	
١٩.	تعليم عالي (بكالوريوس أو ليسانس): بكالوريوس تربية رياضية تخصص ترويج رياضي. بكالوريوس تربية رياضية بصفة عامة . بكالوريوس أو ليسانس من كليات غير التربية الرياضية.	٢١٧	٢٨	٥	٩٤.٩٣	٣٢٤.٧٨	
٢٠.	يجيد الإنجليزية ويسعي لإجادة غيرها من اللغات .	٢٣٢	١٨	-	٩٧.٦٠	٣٩٩.٧٨	
٢١.	مستخدم جيد للأجهزة الإلكترونية مثل: الكمبيوتر، والموبايل ، وأجهزة العرض المتقدمة ، ..... إلخ.	٢٤١	٩	-	٩٨.٨٠	٤٤٧.٩٤	
الدرجة الكلية للمحور					٣٠.٤٩	٨١.٣١	

قيمة (كا) الجدولية عند مستوي دلالة (٠.٠٥) = ٥.٩٩

يتضح من جدول (٧) ما يلي :

- تراوحت النسبة المئوية لآراء عينة البحث في عبارات المحور الثاني : المؤهلات العلمية ما بين (٤٧.٧٣% : ٩٨.٨٠%) ، كما بلغت النسبة المئوية للمحور (٨١.٣١%) .

- توجد فروق دالة إحصائياً بين آراء عينة البحث في العبارة (١٧) وفي اتجاه عدم الموافقة، كما توجد فروق دالة إحصائياً بين آراء عينة البحث في العبارة (١٨) وفي اتجاه الموافقة التي حد ما، كما توجد فروق دالة إحصائياً بين آراء عينة البحث في العبارات (١٩ ، ٢٠ ، ٢١) وفي اتجاه الموافقة.

ويرجع الباحث دلالة الفروق في اتجاه عدم الموافقة في العبارة رقم (١٧) "غير متعلم وخبرة في المجال"، إلى إدراك العينة قيد البحث لضرورة أن يكون الاختصاصي الذي يعمل في سوق العمل السياحي مؤهلاً وعلى قدر عال من الثقافة والمعرفة العلمية التي تسمح له بسهولة التعامل مع السائح وتقديم خدمة ترويحية سياحية متميزة، كما يفسر الباحث اتجاه دلالة الفروق في العبارة رقم (١٨) "تعليم متوسط (دبلوم) وخبرة في المجال" إلى طبيعة العمل في المجال السياحي التي تتطلب قدرات ثقافية وعلمية ومهنية متقدمة لا يمكن أن تتحقق بشكل كبير لدى أصحاب المؤهل المتوسط، ويدرك أيضاً السادة الخبراء عينة البحث مدى أهمية أن يمتحن مهنة الترويج الرياضي السياحي اختصاصيين على مستوى علمي مناسب.

وبشأن ذلك توضح ليلي زهران (٢٠٠٦م) أن عملية الإعداد المهني من المنطلق التربوي تشتمل على توفير قوى بشرية مؤهلة تأهيلاً متوازناً بمهارات وقدرات وخبرات ومعلومات تلاحق المتغيرات السريعة بالمجتمع نتيجة انفتاحه على العالم الخارجي، وما يترتب على ذلك من آثار إيجابية وسلبية تتطلب التصدي والتفاعل والمواجهة (٨ : ٥٧).

وتتفق النتائج مع ما ذكرته دراسة سارة إسماعيل (٢٠١٩م) (٤) في أهمية إكساب اختصاصي الترويج الرياضي المعارف والمعلومات والتي تسهم في تشكيل البنية المعرفية لاختصاصي الترويج الرياضي، والتي تساعد في التعرف على أحدث الدراسات والتجارب والأبحاث العلمية في مجال (تخطيط- تنفيذ) البرامج الترويحية.

وبذلك يكون قد تم الإجابة عن التساؤل الثاني والذي ينص على : ما المتطلب الأكاديمي المرتبط بالمؤهلات العلمية لمهنة الترويج الرياضي في ضوء احتياجات سوق العمل السياحي؟  
الإجابة على التساؤل الثالث والذي ينص على :

٣. ما المتطلب الأكاديمي المرتبط بالدورات والخبرات التدريبية لمهنة الترويج الرياضي في ضوء احتياجات سوق العمل السياحي ؟

## جدول (٨)

الدرجة المقدرية والنسبة المئوية لآراء العينة بالنسبة لعبارات المحور الثالث: الدورات والخبرات التدريبية (ن = ٣٥٠)

م	العبارات	الاستجابة			الدرجة المقدرية	النسبة المئوية %	قيمة كا <sup>٢</sup>
		موافق	إلى حد ما	غير موافق			
٢٢.	يراعي علميا فروق مستويات اللياقة البدنية للممارسين	٢٣٧	١٣	-	٧٣٧	٩٨.٢٧	٤٢٦.٠٦
٢٣.	دارس للمراحل السنوية على اختلافها من الطفولة حتى الشيخوخة	٢٥٠	-	-	٧٥٠	١٠٠.٠٠	٥٠٠.٠٠
٢٤.	لديه علم وخبرة في تحديد النواحي الصحية والمرضية	٢٢٨	١٣	٩	٧١٩	٩٥.٨٧	٣٧٦.٨١
٢٥.	علي وعي ثقافي بسمات وصفات العملاء حسب جنسياتهم المختلفة	٢١٦	١٨	١٦	٧٠٠	٩٣.٣٣	٣١٦.٨٣
٢٦.	يجدد ويبدع ويبتكر في خدمات الأنشطة المقدمة	٢٢٠	٢٧	٣	٧١٧	٩٥.٦٠	٣٣٩.٦٦
٢٧.	يلبي رغبة المشاركين عامة وذوي الإعاقة خاصة ويحقق احتياجاتهم	٢٣٨	١٢	-	٧٣٨	٩٨.٤٠	٤٣١.٤٦
٢٨.	يتميز بوضع الحلول والبدائل والخيارات للمشكلات التي تواجه المشاركة	٢٣١	١٨	١	٧٣٠	٩٧.٣٣	٣٩٤.٢٣
٢٩.	يجيد الإعلان عن نوعية وأسلوب تقديم الخدمة المتوفرة	٢١٢	٢٦	١٢	٧٠٠	٩٣.٣٣	٢٩٩.١٧
٣٠.	يدعم سبل تقديم الخدمة بكم وأفر من المعلومات والمعارف عنها	٢٠٣	٤٢	٥	٦٩٨	٩٣.٠٧	٢٦٥.٩٨
٣١.	يجتهد في استثمار المنشآت والملاعب يلا نهارا	٢٣٦	١٤	-	٧٣٦	٩٨.١٣	٤٢٠.٧٠
٣٢.	يجيد الصيانة الدورية للمنشآت والملاعب والمختبرات والأجهزة والأدوات	٢٠٨	١٧	٢٥	٦٨٣	٩١.٠٧	٢٨٠.١٤
٣٣.	يملك مهارات القياس والاختبار والتقييم	٢٠٤	٣٩	٧	٦٩٧	٩٢.٩٣	٢٦٨.٢٣
٣٤.	يهتم بعوامل الأمان والسلامة	٢٤٠	١٠	-	٧٤٠	٩٨.٦٧	٤٤٢.٤٠
٣٥.	يتقن الإسعافات الأولية	٢٣٩	١١	-	٧٣٩	٩٨.٥٣	٤٣٦.٩٠
٣٦.	يجيد خفض التكلفة وتقليل الإنفاق بأداء رضي لتحقيق الربحية	١٩٣	٣٠	٢٧	٦٦٦	٨٨.٨٠	٢١٦.٥٤
٣٧.	لم نبدأ إداريا في التعامل مع فريق العمل والإدارة العليا	٢٣٢	١٨	-	٧٣٢	٩٧.٦٠	٣٩٩.٧٨
٣٨.	يجتهد في نقل ثقافة المجتمع المحلي لعملائه	١٨٣	٢٥	٤٢	٦٤١	٨٥.٤٧	١٨٠.٥٤
٣٩.	ثقافته توفر له الإمام بعبادات وتقاليد المجتمعات الوافدة	٢٣١	١٩	-	٧٣١	٩٧.٤٧	٣٩٤.٦٦
٤٠.	يملك حرفة تسويق الخدمة التي يقدمها بطرق متعددة	١٩٨	٣٣	١٩	٦٧٩	٩٠.٥٣	٢٣٧.٨٥
٤١.	لم بجودة الخدمة ويمتلك الخبرة عند تقديمها ليحقق السعادة والرضا	٢٣٥	١٥	-	٧٣٥	٩٨.٠٠	٤١٥.٤٠
٤٢.	يهتم بتصميم قواعد بيانات للتواصل مع عملاءه لاحتمالية العودة	١٩٦	٤٦	٨	٦٨٨	٩١.٧٣	٢٣٧.١٥
٤٣.	يتجنب حدوث المشكلات سرع في حلها دون تصعيدها	٢٤٤	٦	-	٧٤٤	٩٩.٢٠	٤٦٤.٨٦
٤٤.	يملك معارف وفنون ومهارات الاسترخاء والتأمل والراحة لعملائه	٢٢٤	٢٥	١	٧٢٣	٩٦.٤٠	٣٥٩.٦٢
الدرجة الكلية للمحور					١٦٤٢٣	٩٥.٢١	

قيمة (كا) الجدولية عند مستوي دلالة (٠.٠٥) = ٥.٩٩

يتضح من جدول (٨) ما يلي :

- تروحت النسبة المئوية لأراء عينة البحث في عبارات المحور الثالث : الدورات والخبرات التدريبية ما بين (٨٥.٤٧% : ١٠٠.٠٠٠%) ، كما بلغت النسبة المئوية للمحور (٩٥.٢١%).

- توجد فروق دالة إحصائية بين أراء عينة البحث في جميع العبارات وفي اتجاه الموافقة . ويرى الباحث أن الدورات والخبرات التدريبية التي تعمل على تأهيل وتنمية قدرات اختصاصي مهنة الترويج الرياضي للعمل في قطاع السياحة وفقاً لاحتياجات سوق العمل يجب أن تتضمن التأهيل البدني يلائم الظهور بمظهر بدني وصحي لائق، كما يجب أن يشتمل على دراسة خصائص الأفراد في جميع المراحل السنية حيث أن مهنة الترويج الرياضي في القطاع السياحي تشتمل على كافة المراحل السنية التي تشمل الأطفال والشباب وكبار السن والسيدات، بالإضافة إلى ضرورة تمتعه بالخبرات التدريبية في حلول المشكلات التي تتعرض لها الأجهزة والأدوات التي يستخدمها في أنشطته الترويجية، وفنون ومهارات توفير الاسترخاء والتأمل والراحة للسياح.

وفي هذا الصدد تذكر إيمان السعيد (٢٠١٢م) (١) أن الترويج الرياضي في صورته التربوية وفلسفته الحديثة والتي تتميز بالحركة والفاعلية والتنوع، ميدانا هاما من ميادين رعاية الموارد البشرية وعنصراً هاما في ميادين التربية لكونه يستهدف إعداد المواطن الصالح بصورة شاملة ومتكاملة من الجوانب البدنية والصحية والعقلية والاجتماعية والنفسية لمسيرة تطورات العصر الحديث ومشكلاته.

كما توصل يحيى الجبوشي (٢٠١٩م) (١٣) إلى وضع إطار عام ورؤية مرجعية للدبلومة المهنية في السياحة الترويجية والتي تتضمن (المقررات الدراسية- المحتوى العلمي لتلك المقررات الاجبارية والاختيارية- عدد الساعات المقترح- المعايير الأكاديمية- مواصفات الخريج الحاصل على تلك الدبلومة)، حيث حرص من خلال دراسته على تطبيق واعتماد الدبلومة المهنية المتخصصة في مجال السياحة الترويجية من خلال المجالس العلمية المتخصصة، والتي تتفق مع ضرورة التأهيل وتنمية الخبرات التدريبية لدى اختصاصي الترويج وهذا ما يتفق مع الدراسة الحالية.

كما تتفق النتائج مع ما توصلت إليه دراسة وليد عبد الرازق (٢٠١٢م) (١٢) Meek Falsom (٢٠٠٤م) (١٤)، ودراسة Hurd, Amy (٢٠٠١م) (١٥) في استخلاص المعايير العالمية لإعداد المهني لاختصاصي الترويج تمثل في الآتي : الإلمام بجوانب الترويج والاطلاع على المستجدات من موضوعاته، الإعداد للقيام بالواجبات المهنية والإدارية، الإلمام بدرجة جيدة بالألعاب الشائعة، الإلمام بطريقة تصميم وحدات الممارسة الترويجية وكذلك الأساليب الفعالة لتنفيذها، الإلمام بأساليب ووسائل القياس والتقييم) تقويم البرنامج- اختبارات المهارات - اختبارات نفسه- فحوص طبية (تنمية القدرة على توصيل المعلومات والاتصال الفعال - معرفة القدرات الفسيولوجية لمختلف المراحل السنية وحدود تلك القدرات، والقدرة على "خلق مواقف ممارسة مبتكرة- إثارة الحماس"، القدرة على تكوين عالقات إيجابية بالمجتمع المحيط.

وبذلك يكون قد تم الإجابة عن التساؤل الثالث والذي ينص على: ما المتطلب الأكاديمي

المرتبط بالدورات والخبرات التدريبية لمهنة الترويج الرياضي في ضوء احتياجات سوق العمل

السياحي؟

**الاستنتاجات والتوصيات :**

**أولاً الاستنتاجات :**

في ضوء هدف البحث وتساؤلاته والنتائج التي تم التوصل إليها يستنتج الباحث ما يلي

١. المتطلب الأكاديمي المرتبط بالسمات الشخصية لمهنة الترويج الرياضي في ضوء احتياجات سوق العمل السياحي تشتمل على ما يلي :

- حسن المظهر
- لباقة الحديث
- متمتع بروح سمحة
- وجه بشوش ومبتسم
- متعاون
- صادق وأمين
- يتمتع بد سن الترحيب والمعاملة
- رحب الصدر
- يتجنب التذمر والضيق
- م تقبل النقد
- هادئ
- يتسم بالاتزان النفسي
- م ستمتع جيد للشكاوى والمقترحات
- دائم التشجيع والتحفيز
- يوفر مناخ هادئ وجاذب لعملائه
- لديه مقدرة التحكم في انفعالاته يتجنب التوتر والعصبية

٢. المتطلب الأكاديمي المرتبط بالمؤهلات الأكاديمية لمهنة الترويج الرياضي في ضوء احتياجات سوق العمل السياحي تشتمل على ما يلي :

- تعليم عالي ( بكالوريوس أو ليسانس ) حيث يكون حاصل على بكالوريوس تربية رياضية تخصص ترويج رياضي, بكالوريوس تربية رياضية بصفة عامة, بكالوريوس أو ليسانس من كليات غير التربية الرياضية.
- يجيد الإنجليزية ويسعي لإجادة غيرها من اللغات .
- مستخدم جيد للأجهزة الإلكترونية مثل: الكمبيوتر، والموبايل، وأجهزة العرض المتقدمة، إلخ.

٣. المتطلب الأكاديمي المرتبط بالدورات والخبرات التدريبية لمهنة الترويج الرياضي في ضوء احتياجات سوق العمل السياحي تشتمل على ما يلي :

- يراعي علميا فروق مستويات اللياقة البدنية للممارسين
- دارس للمراحل السنية على اختلافها " من الطفولة حتى كبار السن
- لديه علم وخبرة في تحديد النواحي الصحية والمرضية .
- علي وعي ثقافي بسمات وصفات العملاء حسب جنسياتهم المختلفة
- يجدد ويبدع ويبتكر في خدمات الأنشطة المقدمة .
- يلبي رغبة المشاركين عامة وذوي الإعاقة خاصة ويحقق احتياجاتهم
- يتميز بوضع الحلول والبدائل والخيارات للمشكلات التي تواجه المشاركة

- يجيد الإعلان عن نوعية وأسلوب تقديم الخدمة المتوفرة
- يدعم سبل تقديم الخدمة بكم وافر من المعلومات والمعارف عنها.
- يجتهد في استثمار المنشآت والملاعب ليلاً ونهاراً
- يجيد الصيانة الدورية للمنشآت والملاعب والمختبرات والأجهزة والأدوات
- يمتلك مهارات القياس والاختبار والتقويم .
- يهتم بعوامل الأمن والسلامة .
- يتقن الإسعافات الأولية .
- يجيد خفض التكلفة وتقليل الإنفاق بأداء م رضى لتحقيق الربحية .
- لم فنياً وإدارياً في التعامل مع فريق العمل والإدارة العليا
- يجتهد في نقل ثقافة المجتمع المحلي لعملائه .
- ثقافته توفر له الإلمام بعادات وتقاليد المجتمعات الوافدة
- يمتلك حرفة تسويق الخدمة التي يقدمها بطرق متعددة
- لم بجودة الخدمة ويمتلك الخبرة عند تقديمها ليحقق السعادة والرضا
- يهتم بتصميم قواعد بيانات للتواصل مع عملاءه لاحتمالية العودة .
- يتجنب حدوث المشكلات ويحسرها في حلها ويحسرها في حلها .
- يمتلك معارف وفنون ومهارات الاسترخاء والتأمل والراحة لعملائه .

### ثانياً التوصيات :

في ضوء هدف البحث وتساؤلاته والنتائج التي تم التوصل إليها يوصي الباحث بما يلي

١. الاستعانة بالمتطلبات الأكاديمية المرتبطة بالسمات الشخصية لمهنة الترويج الرياضي في ضوء احتياجات سوق العمل السياحي قيد البحث لضرورة تقديم خدمة سياحية متميزة، وجذب المزيد من الراغبين في الترويج السياحي الرياضي.
٢. الاستعانة بالمتطلبات الأكاديمية المرتبطة بالمؤهلات الأكاديمية لمهنة الترويج الرياضي في ضوء احتياجات سوق العمل السياحي قيد البحث لضرورة تقديم خدمة سياحية متميزة، وجذب المزيد من الراغبين في الترويج السياحي الرياضي.
٣. الاستعانة بالمتطلبات الأكاديمية المرتبطة بالدورات والخبرات التدريبية لمهنة الترويج الرياضي في ضوء احتياجات سوق العمل السياحي قيد البحث لضرورة تقديم خدمة سياحية متميزة، وجذب المزيد من الراغبين في الترويج السياحي الرياضي.
٤. الاهتمام بتنمية قدرات طلاب كلية التربية الرياضية الذين يمثلون قاعدة الخريجين العاملين في سوق العمل السياحي في مجال مهنة الترويج الرياضي.
٥. إجراء المزيد من الدراسات التي تستهدف دراسة المتطلبات المهنية الأخرى للعمل في ميدان الترويج الرياضي السياحي في ضوء احتياجات سوق العمل.

### قائمة المراجع

#### أولاً: المراجع باللغة العربية :

١. إيمان رفعت السعيد (٢٠١٢م) : فاعلية برنامج إعداد اختصاصي الترويج الرياضي للمهنة، بحث علمي منشور، المجلة العلمية للتربية البدنية والرياضة، ٦٤ع، كلية التربية الرياضية، جامعة حلوان.

٢. الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء (٢٠١١م) : عدد السائحين في مصر خلال عام ٢٠١٠/٢٠١١م.
٣. تهناني عبد السلام محمد (٢٠٠١م) : الترويح والتربية الترويحية، دار الفكر العربي، القاهرة.
٤. سارة إسماعيل محمد (٢٠١٩م) : تصميم برنامج بكالوريوس التربية الرياضية تخصص ترويح رياضي بكلية التربية الرياضية للبنات جامعة حلوان في ضوء احتياجات سوق العمل، بحث علمي منشور، ٨٦٤، ج ١، المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان.
٥. شيماء طارق نعيم (٢٠٠٩م) : معايير اختيار العاملين في مجال الترويح، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية.
٦. علي راشد محمد (٢٠٠٢م) : خصائص المعلم العصري، دار الفكر العربي، القاهرة.
٧. عمرو محمد هلال (٢٠١٦م) : تصميم برنامج أكاديمي مقترح لمرحلة البكالوريوس لقسم الترويح الرياضي بكلية التربية الرياضية جامعة دمياط في ضوء احتياجات سوق العمل، رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان.
٨. ليلي عبد العزيز زهران (٢٠٠١م) : الأصول العلمية والفنية لبناء المنهاج في التربية الرياضية، ط٧، دار زهران للنشر والتوزيع، القاهرة.
٩. محمد صبحي حسنين، أمين أنور الخولى (٢٠٠١م) : برامج الصقل والتدريب أثناء الخدمة للعاملين في التربية البدنية والرياضة، دار الفكر العربي، القاهرة.
١٠. محمد محمد الحماحي، أمين أنور الخولى (٢٠٠١م) : أسس بناء برامج التربية الرياضية، الطبعة الثالثة، دار الفكر العربي، القاهرة.
١١. منة الله محمد لطفي (٢٠١٤م) : مشروعات تطوير التعليم الجامعي بمصر "دراسة مقارنة في ضوء عالمية التعليم الجامعي"، رسالة دكتوراه غير منشورة، مكتبة معهد الدراسات التربوية، جامعة القاهرة.
١٢. وليد احمد عبد الرازق (٢٠١٢م) : رؤية مستقبلية للترويح الرياضي"، اللجنة العلمية الدائمة المختصة لترقى الأساتذة والأساتذة المساعدين، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان.
١٣. يحيى محمد الجيوشي (٢٠١٩م) : رؤية مرجعية لاستحداث دبلومة مهنية في مجال السياحة الترويحية بكلية التربية الرياضية للبنين جامعة حلوان، بحث علمي منشور، ٨٥٤، ج ٢، المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان.
١٤. Falsom Meek (٢٠٠٤) : **Global Standards in the Professional Preparation for a Recreation Specialist**, Paper presented at the Annual Meeting of the American Educational Research Association, Chicago, ٢٠٠٤.
١٥. Hurd, Amy Renne (٢٠٠١) : **"An Analysis Study of The Perceived Competencies of Chief Executive Officers in Public Parks and Recreation Agencies"**, Ph.D. dissertation, Indiana University, U.S, ٢٠٠١.

### ثالثاً مراجع شبكة المعلومات العنكبوتية :

١٦. [https://platform.almanhal.com/Files/٢/١٢٩٥٠٨\\_١/١/٢٠٢٢\\_٨٠٠٠\\_pm](https://platform.almanhal.com/Files/٢/١٢٩٥٠٨_١/١/٢٠٢٢_٨٠٠٠_pm)
١٧. [https://search.mandumah.com/Record/٧٢٨٣٣\\_١/١/٢٠٢٢\\_٨٠٣](https://search.mandumah.com/Record/٧٢٨٣٣_١/١/٢٠٢٢_٨٠٣)