

”جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين”

م.د/ تامر محمد سعيد العناني*

مقدمة البحث

لقد كان ميدان الخدمات الترويجية من الميادين غير المتاحة حتى وقت قريب بالنسبة للمسنين وأغفل بصفة عامة القيام به وتنميته، ولعل ذلك كان راجعاً إلى عدم الإلمام ببعض الجوانب المتصلة بخصائص مرحلة المسنين وأنواع النشاط الذي ثبت جدواه بالنسبة إليهم، وكذلك طرق وأدوات تنظيم الأنشطة الترويجية للمسن، كما أن معرفته بكل ما هو حادث له داخلياً وخارجياً وقدرته على معاونة نفسه فإنه سيسعى لتحقيق أفضل النتائج إن لم يكن بدنياً نظراً لحالته الصحية فنفسياً على الأقل. (١٥:٨٤)

وترى "فريدة أحمد الحرزوي" (٢٠٠٤م) أن رعاية المسنين تمثل أحد أهم الموضوعات التي شغلت ولا زالت اهتمام الدول، فلقد سنت الدولة القرارات والقوانين بشأن إنشاء عدد من الدور لرعاية المسنين، كمؤسسة اجتماعية يلقى فيها المسن الرعاية المتكاملة من مختلف الجوانب، وتهتم بالجانب الصحي بوجه خاص والذي يتمثل في الرعاية والمتابعة والفحوص الجماعية وتقييم الحالة النفسية والاجتماعية وتأثيرهما على المسن، أي أنها تقدم خدمة شاملة ودائمة.

(١١:١١٩، ١٢٠)

ويشير "محمد سيد فهمي، نورهان منير" (٢٠٠٣م) إلى أن دور المسنين تنقسم إلى دور للإقامة بدون مقابل وتقوم وزارة الشؤون الاجتماعية بتقديم إعانات ودعم لكل دار حسب سعة كل منها وعدد المسنين، وأخرى بمقابل قد يكون مرتفعاً حيث يتحدد سعر الإقامة في الدار تبعاً للخدمات المقدمة. (١٤:٧٨)

حيث تقدم دور المسنين للمقيمين بها العديد من البرامج والخدمات الاجتماعية والنفسية والصحية، بحيث أن برامج الرعاية الاجتماعية تبدأ منذ لحظة استقبال المسن من خلال دراسة الظروف الاجتماعية المحيطة به قبل دخوله الدار ثم العمل على توفير الحياة الكريمة داخل الدار والبرامج الترويجية التي تساعد على دمج المسن مرة أخرى مع المجتمع، فالخدمات الترويجية التي تقدمها دور المسنين لكبار السن المقيمين بها تعد أهم الوسائل الفعالة للتغلب على العديد من المشكلات التي يعاني منها المسن وخاصة مشكلة زيادة وقت الفراغ. (٥:٧)

ويضيف "عبد الله بن ناصر السدحان" (٢٠٠٠م) أن الخدمات والفعاليات داخل دور المسنين يشرف عليها جهاز وظيفي يضم كافة التخصصات الاجتماعية والنفسية والطبية للقيام بالأعمال والواجبات والمسؤوليات المنوطة به لخدمة المسنين المقيمين بالدور. (١١:٧٦)

كما يشير "ثابت عبد الرحمن إدريس" (٢٠٠٠م) إلى أن استمرار دور المسنين في تقديم خدماتها الترويجية يتوقف بالدرجة الأولى على مدى تقديم تلك الخدمات بالشكل الذي يتفق وتوقعات المسنين من هذه الخدمة، لذا فإن موضوع قياس "جودة الخدمة Service Quality" بصفة عامة من الموضوعات التي تصدت اهتمام الفكر الإداري بالرغم من الصعوبات التي تواجه الباحثين والمهتمين بهذا الموضوع عند تعريف جودة الخدمة وقياسها. (٢:٤٩٧)

* مدرس بقسم الترويج الرياضي بكلية التربية الرياضية للبنين-الهرم

ومن جانب آخر يشير كل من "بيليش، نيتو Bilish, Neto" (٢٠٠٠م) إلى أن هناك العديد من الآراء التي تنظر إلى الجودة على أنها ليست برنامجاً أو حدث وقتي ولكنها عملية مستمرة تهدف إلى الاستخدام الأمثل للموارد البشرية والمادية لصالح المنظمة الخدمية بشكل خاص، والمجتمع بشكل عام فضلاً عن الوفاء باحتياجات المستفيدين. (١٣:٢١)

ولقد عرف "بورتن، مارسون Borton, Marson" (١٩٩٩م) جودة الخدمة بأنها التعرف على احتياجات العملاء وتحقيق رغباتهم بشكل فعال يخلو من أي عيوب ومن أول مرة، فضلاً عن تحقيق الاستمرارية في تحسين الأداء (٦١:٢٠)

ويرى "الباحث" أنه على الرغم من أن جمهورية مصر العربية تعد من الدول الرائدة في المنطقة العربية والتي تولي اهتماماً بالمسنيين من خلال الزيادة المستمرة في إنشاء دور مراكز المسنيين. إلا أنه ينبغي أن لا يقتصر هذا الاهتمام على زيادة أعدادها فقط بل ينبغي توفير الدعم المالي المناسب ومن جانب آخر توفير مقاييس موضوعية للرقابة على مستوى الجودة للخدمات الترويجية للمسنيين للتأكد من تحقق رسالة دور المسنيين كمؤسسات خدمية توفر برامج وخدمات الرعاية المتكاملة للمسنيين.

مشكلة البحث وأهميته:

تعد البرامج الترويجية من الخدمات الهامة لجميع أفراد المجتمع وخاصة للمسنيين، لذا فهي تحتاج إلى عملية إدارية تتسم بالجودة من حيث القيادة ونوعية الأفراد الذين سيديرون البرامج والتي بدورها يجب أن تستغل كافة المنشآت والموارد المتاحة إضافة إلى الخبرة الإنسانية حتى يمكن تحقيق أهداف المؤسسة والأفراد (٤:١٩٧).

يرى "ثابت عبد الرحمن إدريس" (٢٠٠٥) أن تحديد الخصائص المميزة لعملية تقديم الخدمة يعتبر مدخلاً أساسياً عند معالجة قضية الجودة في المنظمات والمؤسسات الخدمية، وذلك لأن عدم الملموسية في الخدمة يجعل هناك جانب من الصعوبة عند قياس مستوى جودة الخدمة المقدمة، نظراً لأن الحكم على جودة هذا الجانب غير الملموس في الخدمة يتوقف بدرجة كبيرة على إدراكات واتجاهات وتوقعات المستفيدين من الخدمة. (١:٤٥١).

كما يرى "جرونز كريستيان Gronroos, Christian" (٢٠٠٠م) أن اختلاف مواصفات الخدمة وعدم نمطيتها سواء أكان سببه اختلاف رغبات المستفيدين من الخدمة أو اختلاف مقدمي الخدمة أنفسهم، يستوجب التعرف الدائم على الرغبات والاحتياجات الشخصية للمستفيدين، والعمل باستمرار على تطوير نظام تقديم الخدمة بما يتناسب مع الاحتياجات الفردية للمستفيد. فالفاعل والاتصال بين مقدم الخدمة ومتلقيها من شأنه أن يضيف بعداً سلوكياً هاماً عند تقديم الخدمة. (٢٣:٢٧).

يتفق كلاً من "أفرنتفيت Ovreteit" (١٩٩٩م)، "مك آدم، سولتير Mc Adam & Saulter" (٢٠٠٠م) على أن عملية قياس جودة الخدمات بصفة عامة تعد عملية صعبة نظراً للعديد من العوامل والأسباب أهمها عدم ملموسية الخدمة وتأثيرها بالبيئة المحيطة، فضلاً عن الاختلاف في خصائص الخدمة من خدمة لآخرى لم يمنع العديد من الباحثين في مجال جودة الخدمة من محاولة وضع معايير مشتركة يمكن تطبيقها على بعض المؤسسات الخدمية ذات النشاط المماثل، لتكون بمثابة العناصر الأساسية لتحقيق الحد الأدنى من الجودة في هذه الخدمات. (٢٧:١٣٢، ١٣٣) (٢٥:٦٥٢-٦٥٦).

لذا يرى "الباحث" أن نجاح أي مؤسسة خدمية واستمراريتها وخاصة دور المسنيين وذلك نظراً لتعاظم دورها في حياة المسنيين يتوقف على مدى تحقيقها الأهداف التي أنشأتها الدولة من أجلها، ولذلك فإن تلك المؤسسات تحتاج إلى أداة علمية تستطيع على أساسها الحكم على فاعلية أنشطتها والعمليات اللازمة لتحقيق أهدافها المنشودة، وتحديد ما إذا كان هناك تباين أو اختلاف بين النتائج المستهدفة وبين النتائج التي تحققت.

كما يرى "الباحث" أن هذا البحث يعد أول دراسة وذلك في حد علم الباحث يتناول موضوع تصميم أداة علمية يمكن الاعتماد عليها في قياس جودة الخدمات الترويجية بالأساليب الحديثة في الفكر الإداري بدور المسنين، لذا تعد هذه الدراسة نقطة البداية والتي يمكن لوزارة الشؤون الاجتماعية الاعتماد عليها في التخطيط لرفع مستوى جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين سواء (بدون مقابل - مقابل مادي).

المصطلحات والمفاهيم العلمية المستخدمة.

Elderly المسنين

يقصد بالمسنين في تلك الدراسة المرحلة العمرية الممتدة ما بعد ٦٠ عاماً والتي يتعرض خلالها الفرد إلى سلسلة من التغيرات والتي تتمثل في تباطؤ أو انحدار أو تقلص للأداء والأنشطة الفسيولوجية والنفسية والاجتماعية. (تعريف إجرائي)

Service الخدمة -

عبارة عن أداء Performance "أو مجهودات مبذولة" "Efforts" موجهة لإشباع حاجات معينة ووفقاً للرغبات المختلفة. (٤٥١:٢).

Quality الجودة-

تشير إلى تكامل الملامح والخصائص لمنتج أو خدمة ما بصورة تمكن من تلبية احتياجات ومتطلبات محددة أو معروفة ضمناً. (٩٦:٣).

Recreation Service Quality الترويجية الخدمات جودة - هي مدى ملائمة الخدمة الترويجية المقدمة لكبار السن المقيمين بدور المسنين لتوقعاتهم وحاجاتهم. (تعريف إجرائي).

هدف البحث.

يهدف البحث إلى التعرف على جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين من خلال:

- بناء مقياس لجودة الخدمات الترويجية بدور المسنين.

- التعرف على أهم الاشتراطات الواجب توافرها لتحقيق جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين.

فروض البحث

- المقياس المقترح ملائم لقياس جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين.

- تحديد أهم الاشتراطات الواجب توافرها لتحقيق جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين.

الدراسات المرتبطة

(أ) الدراسات العربية:

١- قام "محمود سيد هاشم" (٢٠٠٦م) (١٩) بدراسة عنونها "المشكلات التي تواجه البرامج الترويجية بدور المسنين"، واستهدفت الدراسة التعرف على تحديد أهم المشكلات التي تواجه تنفيذ البرامج الترويجية بدور المسنين في ضوء مفهوم الترويج لدى المسنين والإمكانات المادية والبشرية المتوفرة للأنشطة الترويجية بدور المسنين بالإمكانات من حيث القائمين على العمل ومدى تأهيلهم للتعامل مع هذه الفئة من المسنين فضلاً عن الأنشطة الترويجية المقدمة بالدور، ومعايير هذه الأنشطة ومدى مراعاته للمتغيرات الصحية والنفسية والاجتماعية المرتبطة بالمسن، واستخدم الباحث المنهج الوصفي، وتمثلت عينة الدراسة في (٣١٠) مسناً ومسنة بواقع (١٣٦) مسناً،

- (١٧٤) مسنة بدور المسنين بمحافظة القاهرة والجيزة، وأعتمد الباحث على استمارة الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات، وكان من أهم نتائج الدراسة تحديد أهم المشكلات التي تواجه تنفيذ البرامج الترويجية بدور المسنين.
- ٢- قام "محمد غريب حمادة" (٢٠٠٥) (١٨) بدراسة عنوانها "برامج الأنشطة الترويجية لكبار السن بأندية ومراكز المسنين بمحافظة قنا - دراسة تقييمية" واستهدفت الدراسة تقييم برامج الأنشطة الترويجية لكبار السن بأندية ومراكز المسنين بمحافظة قنا، من خلال التعرف على الأهداف الموضوعية، والإمكانات المتاحة، القيادات المؤهلة، الأنشطة الترويجية المتوفرة بدور وأندية المسنين، وأيضاً وضع برنامج ترويجي للمسنين يتم تطبيقه، واستخدم الباحث المنهج الوصفي، واشتملت الدراسة (١٦٢) فرداً بواقع (٣٤) من الخبراء في مجال الترويج الرياضي، (٥٥) من القادة والعاملين، وعينة من (٧٣) من المسنين الممارسين للأنشطة الترويجية بمراكز وأندية المسنين بمحافظة قنا، وأشارت أهم النتائج إلى قلة عدد أندية ومراكز المسنين في المدن والقرى، وعدم توفر الشروط الصحية في أندية ومراكز المسنين المقامة حالياً، كذلك عدم توفر متابعة دورية على أندية ومراكز المسنين، فضلاً عن عدم توفر برامج ترويجية جيدة بمراكز وأندية المسنين.
- ٣- قام "سلطان عبد الصمد الحضري" (٢٠٠٥م) (٧) بدراسة عنوانها "تصميم برامج الترويج لكبار السن بمركز الأمير سلمان بن عبد العزيز الاجتماعي بالرياض دراسة تحليلية" وهدفت الدراسة إلى تصميم برامج الترويج للمسنين بمركز الأمير سلمان بن عبد العزيز الاجتماعي بالرياض من خلال تحليل الأهداف الترويجية الموضوعية للمسنين، والإمكانات المادية والبشرية المتاحة للمسنين، الأنشطة الترويجية المتاحة للمسنين، المعوقات التي تحول دون تحقق أهداف البرامج الترويجية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب التحليلي لتحقيق أهداف بحثه، واعتمد الباحث على تصميم استمارة استبيان للتعرف على مدى تحقيق أهدافه، واشتملت الدراسة على عينة قوامها (٢٥٠) مسن بواقع ١٠٠ سيدة، ١٥٠ رجل، وأشارت أهم النتائج إلى أن أهم أهداف الممارسة للمسنين تتمثل في إقامة علاقات اجتماعية مع الأفراد، والوقاية من أمراض القلب، والتخلص من توترات الحياة اليومية، كما أظهرت النتائج توافر الإمكانات المادية والبشرية اللازمة للممارسة الترويجية للمسنين، كما أن المشي والتمارين والسباحة هي أفضل الأنشطة لدى المسنين، وتمثلت أهم معوقات البرنامج الترويجي في عدم استخدام الأدوات البديلة داخل وحدات الممارسة لتفعيل الممارسة بالبرنامج وكذلك الإصابة بمرض يحول دون ممارسة الأنشطة الرياضية بالبرنامج للمسنين.
- ٤- قام "محمد عبد المنعم محمد" (٢٠٠٤م) (١٦) بدراسة عنوانها "قياس جودة الخدمة في المنشآت الرياضية المركزية بوزارة التربية والتعليم" واستهدفت الدراسة التعرف على مستوى جودة الخدمة في المنشآت الرياضية المركزية بوزارة التربية والتعليم، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت العينة من المستفيدين بواقع (١٤٢٤) مستفيد، عينة الإدارة بواقع (١٧)، واعتمد الباحث على استمارة الاستبيان لقياس جودة الخدمة، وكان من أهم نتائج الدراسة وجود فروق دالة إحصائية بين توقعات المستفيدين لمستوى الخدمة المقدمة من المنشآت الرياضية قيد البحث وبين إدراكات الإدارة لهذه التوقعات، وجود فروق دالة إحصائية بين إدراكات الإدارة لتوقعات المستفيدين لمستوى الخدمة المقدمة من المنشآت الرياضية قيد البحث وبين إدراكات الإدارة للموصفات الخاصة بالخدمة، وجود فروق دالة إحصائية بين إدراكات الإدارة للموصفات الخاصة بالخدمة وبين مواصفات الخدمة المقدمة بالفعل، وجود فروق دالة إحصائية بين توقعات المستفيدين لمستوى الخدمة الممتازة وبين إدراكاتهم للأداء الفعلي للخدمة لتحديد مجالات القوة والضعف في هذه الخدمة.
- ٥- قامت "سهير أحمد محمد" (٢٠٠٠م) (٨) بدراسة عنوانها "احتياجات المسنين ومتطلباتهم في ضوء تحديات الألفية الثالثة رؤية مستقبلية" وهدفت الدراسة للتعرف على أهم تحديات الألفية الثالثة عالمياً ومحلياً ومتطلبات مواجهتها لرعاية المسنين ومدى تلبية مؤسسات رعاية المسنين لاحتياجاتهم، وطبقت هذه الدراسة على بعض دور المسنين بمحافظة الإسكندرية واستخدمت الباحثة استمارة استبيان طبقت على المسنين تسأل عن أسباب الالتحاق بدور المسنين، وأوجه الرعاية المقدمة للمسنين بالدور، والاحتياجات التي

يرغبون في تحقيقها مستقبلاً، واستمارة موجهة للمسؤولين تسال عن مدى الجهود المبذولة لمساعدة المسنين، والأنشطة الترويجية التي مارسونها. وتم التطبيق على عينة بلغت (٩٠) مسن و(٢٧) من المسؤولين وأسفرت نتائج الدراسة على أن ١٩,٧% من المسنين يعانون من ضعف في الحالة الصحية، وأن ٦٧% حالتهم الصحية متوسطة، وأن ١٣,٣% حالتهم الصحية جيدة. وهو ما يوضح احتياج المسنين للرعاية الصحية المناسبة، كما أكدت استجابات المسنين على نقص الأنشطة الترويجية المقدمة لهم داخل الدور.

٦- قام "رفعت عبد الباسط محمود" (٢٠٠٠م) (٦) بدراسة عنوانها "دراسة تقويمية للخدمات المقدمة للمسنين في المؤسسات الإيوائية" واستهدفت تلك الدراسة التعرف على الدور الذي تلعبه المؤسسات الإيوائية في إشباع احتياجات المسنين والمشكلات التي تواجه برامج الرعاية الفعالة للمسنين، واستخدم الباحث المنهج الوصفي "المسح الاجتماعي" ملائمته لطبيعة تلك الدراسة واعتمد الباحث على إعداد استمارة الاستبيان للتعرف على آراء المسنين في الخدمات المقدمة لهم في المؤسسات الإيوائية، واشتملت الدراسة على عينة قوامها (٨١) مسناً تم اختيارهم بالطريقة العشوائية من ثلاث مؤسسات إيوائية في ثلاث مناطق في محافظة القاهرة، وأشارت أهم النتائج إلى وجود مشكلات حادة ومتنوعة وعدم حصولهم على احتياجاتهم الفعلية كما أكدت على أهمية التماسك الأسري والذي يجب على المؤسسات تكريسه في برامجها من أجل هؤلاء المسنين.

(ب) الدراسات الأجنبية:

٧- قام "ستيوارت، فوجي موتو، هارادا، Stewart, W, Faujimoto and Harada" (٢٠٠٥م) (٢٨) بدراسة عنوانها "التغيرات العاطفية أثناء نشاط وقت الفراغ في برنامج خاص بالمجتمع" واستهدفت تلك الدراسة التعرف على التغيرات العاطفية لليابانيين من كبار السن أثناء برامج نشاط وقت الفراغ، واستخدم الباحثون المنهج الوصفي ملائمته لطبيعة تلك الدراسة، واشتملت عينة الدراسة على (٩٠) مسن ومسنة واعتمد الباحثون على مقياس الانفعال لكبار السن كوسيلة لجمع البيانات المرتبطة بتلك الدراسة، وكان من أهم نتائجها أن ممارسة نشاط وقت الفراغ لها تأثيراتها الإيجابية على كبار السن ولكن في بعض الأحيان يكون لها تأثير سلبي ينتج من انفعالات كبير السن نتيجة لارتفاع مستوى الممارسة.

٨- قام "كير أس Kerr,s.." (٢٠٠٣م) (٢٤) بدراسة عنوانها "دراسة تحليلية لجودة الخدمة بمراكز وقت الفراغ والأندية الرياضية الحكومية"، واستهدفت الدراسة فحص جودة الخدمات المقدمة وتصنيف مراكز وقت الفراغ والأندية الرياضية الحكومية وفقاً لمستويات الجودة، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها (١٣١) من الأعضاء والعاملين بمراكز وقت الفراغ والأندية الرياضية والحكومية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، واعتمدت الدراسة على المقابلة الشخصية، تحليل البيانات، الاستقصاء لجمع البيانات، وكان من أهم نتائجها تسجيل (٥) من مراكز وقت الفراغ والأندية الرياضية الحكومية مع مستوى جودة (LIP)، تسجيل نادي واحد مع (ISO 9002)، لا يوجد أندية أو مراكز تم تسجيلها مع (QUST).

٩- قام "شوماه Cho,M-H، جنجك Jun.J.K، شويج Cho, B.J" (٢٠٠٢م) (٢٢) بدراسة عنوانها "إتاحة فرصة الترويج والرياضات واللياقة البدنية للأفراد كبار السن في كوريا الجنوبية" واستهدفت تلك الدراسة القيام بمسح لمديري الخدمة الطبية والاجتماعية في مدينة تيجون جنوب كوريا وذلك لتوثيق إدراكهم فيما يخص إتاحة فرص الترويج والرياضات واللياقة البدنية للمسنين، واستخدم الباحثون المنهج الوصفي "الأسلوب المسحي" ملائمته لطبيعة تلك الدراسة كما اعتمدوا على تصميم استمارة استبيان تتضمن عوامل الترويج والرياضات واللياقة البدنية كوسيلة لجمع البيانات المرتبطة بتلك الدراسة، واشتملت الدراسة على عينة قوامها (٢) يمثلون مديري الخدمة الطبية والاجتماعية في تيجون، وأشارت أهم النتائج إلى أن هناك عدد محدد من فرص الترويج والرياضة واللياقة البدنية تم

تقديمها في أربعة مؤسسات مختلفة للخدمة الطبية والاجتماعية للمواطنين المسنين في تيجون، كما أكدت على أن النقص في فرص الترويح والرياضة واللياقة البدنية المتاحة يمكن أن يؤدي إلى ظاهرة الانسحاب والعزلة الاجتماعية للمسنين.

١٠ - قام " ماك جوين، مشيرا شلي **Mcguinn, K, Mosher, Ashley** " (٢٠٠٠) (٢٦) بدراسة عنوانها "الاشتراك في الأنشطة الترويحية وتأثيره في إدراك الرضا عن الحياة لدى كبار السن بدور الرعاية طويلة الأجل في ماساتشوستس"، وهدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الأنشطة الترويحية على إحساس المسنين القائمين بدور الرعاية بالرضا، واستخدم الباحثان المنهج الوصفي لملائمته لطبيعة الدراسة، واعتمد الباحثان على المقابلات الشخصية مع المقيمين بدور الإقامة للتعرف على أنشطتهم اليومية كوسيلة لجمع البيانات الخاصة بتلك الدراسة، واشتملت الدراسة على عينة قوامها (١٣٣) مسن في (٩٦) دار الرعاية طويلة الأجل، وأشارت أهم النتائج إلى أن الأنشطة الترويحية التي يختارها المسن بدافع ذاتي منه تساهم في تحقيق الرضا عن الحياة لدى المسنين المقيمين في دور الرعاية طويلة الأجل.

إجراءات البحث.

أولاً: منهج البحث.

استخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب التحليلي لملاءمته لتحقيق هدف البحث وطبيعة إجراءاته عن طريق وصف ما هو كائن وتحليله واستخلاص الحقائق.

ثانياً: مجتمع البحث.

تمثل مجتمع البحث في جميع الأطراف المعنية بالخدمات الترويحية متمثلتا في الخبراء المعنيين بالخدمات الترويحية للمسنين، والقائمين على الخدمات الترويحية سواء من حيث (تخطيط - تنفيذ) الخدمات الترويحية وكذلك المسنين المستفيدين من تلك الخدمات بدور المسنين (بمقابل مادي - بدون مقابل مادي) بمحافظة القاهرة والجيزة.

ثالثاً: عينة البحث.

بلغت عينة البحث (٢٠٩) فرداً، وقد بلغ قوام عينة البحث المستخدمة في المعاملات العلمية (٦٠) فرداً بنسبة (٢٨,٧١%) من إجمالي عينة البحث ومن خارج عينة البحث الأساسية، في حين بلغ قوام عينة البحث الأساسية (١٤٩) فرداً موزعة على النحو التالي كما هو موضح بمجدول (١) :

- المجموعة الأولى: واشتملت على الخبراء والقائمين على الخدمات الترويحية للمسنين واشتملت على (٥٧) بواقع (١١) خبيراً من الأساتذة في مجال الترويح ومجال علم النفس الرياضي والإدارة الرياضية بكلليات التربية الرياضية تم اختيارها بالطريقة العمدية، (٥) من القادة العاملين بالإدارة المركزية لبرامج التنمية البشرية التابعة للمجلس القومي للرياضة، (١٢) من مديري دور المسنين، (٢٩) أخصائي من العاملين بدور المسنين بمحافظة القاهرة والجيزة بنسبة (٣٨,٢٥%) من إجمالي عينة البحث الأساسية تم اختيارها بالطريقة العمدية الطبقية.

- المجموعة الثانية: المسنين المستفيدين من الخدمات الترويحية بدور المسنين (بمقابل مادي - بدون مقابل مادي) بمحافظة القاهرة والجيزة واشتملت على (٩٢) مسناً ومسنة على النحو التالي:-

• المسنين المستفيدين من الخدمات الترويحية بدور المسنين بدون مقابل مادي بمحافظة القاهرة والجيزة واشتملت على (٤٠) مسناً ومسنة، بواقع (١٤) مسناً، (٢٦) مسنة بنسبة (٢٦,٨٥%) من إجمالي عينة البحث الأساسية.

- المسنين المستفيدين من الخدمات الترويجية بدور المسنين بمقابل مادي بمحافظة القاهرة والجيزة واشتملت على (٥٢) مسناً ومسننة، بواقع (١٩) مسناً، (٣٣) مسننة بنسبة (٣٤,٩٩) من إجمالي عينة البحث الأساسية.

جدول (١)

التوصيف الإحصائي لأفراد عينة البحث الأساسية (ن=١٤٩)

المجموعة	عينة البحث		ن	مجن	%
الأولى	الخبراء من الأساتذة في مجال الترويج ومجال علم النفس الرياضي والإدارة الرياضية بكليات التربية الرياضية		١١	٥٧	٣٨,٢٥ %
	القادة العاملين بالإدارة المركزية لبرامج التنمية البشرية التابعة للمجلس القومي للرياضة		٥		
	مديري دور المسنين		١٢		
	الأخصائيين العاملين بدور المسنين		٢٩		
الثانية	المسنين المستفيدين من الخدمات الترويجية بدور المسنين بدون مقابل مادي	المسن	١٤	٤٠	٢٦,٨٥ %
		المسننة	٢٦		
	المسنين المستفيدين من الخدمات الترويجية بدور المسنين بدون مقابل مادي	المسن	١٩	٥٢	٣٤,٩٩ %
		المسننة	٣٣		
المجموع			١٤٩		

رابعاً: أدوات ووسائل جمع البيانات

اعتمد الباحث على مقياس جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين كوسيلة لجمع البيانات الخاصة بهذه الدراسة. (إعداد الباحث). مرفق (٤)

خامساً: خطوات بناء مقياس جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين.

١- تحديد الأبعاد الرئيسية للمقياس:

قام "الباحث" في البداية بتحديد الأبعاد الرئيسية للمقياس اعتماداً على المصادر الآتية: -

- تحليل المراجع والكتب العلمية المتخصصة في مجال المسنين وجودة الخدمات.
- الاطلاع على الدراسات والبحوث المرتبطة العربية والأجنبية في مجال المسنين وفي مجال بناء الاختبارات والمقاييس المرتبطة بموضوع البحث.
- الاطلاع على المقاييس المختلفة المرتبطة بالمسنين وكذلك جودة الخدمات.

- الرجوع إلى شبكة الإنترنت للتعرف على كل جديد يتعلق بموضوع البحث، وذلك بغية تحديد المفاهيم المستخدمة في البحث، والتعرف على الأبعاد الرئيسية لجودة الخدمات الترويجية بدور المسنين.

- استطلاع رأى الخبراء:

للتحقق من مدى صدق هذه الأبعاد كمكونات رئيسية لموضوع جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين، قام الباحث بتصميم استمارة لاستطلاع رأى الخبراء، اشتملت على الأبعاد الرئيسية المقترحة لمقياس جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين مع التعريف الإجرائي لكل منها مرفق (٢)، وعرضت الاستمارة من خلال المقابلة الشخصية على (١٣) خبيراً من الأساتذة المتخصصين في مجال الترويج ومجال علم النفس الرياضي والإدارة الرياضية بكليات التربية الرياضية، في الفترة من ٢٤/٤/٢٠١١م إلى ١١/٥/٢٠١١م مرفق (١)، وكانت الاستمارة تستهدف استطلاع رأى الخبراء في الآتي:

- معرفة مدى ارتباط البعد المقترح بالظاهرة موضوع البحث.
 - مدى مناسبة التعريف الإجرائي للأبعاد الرئيسية للهدف من البحث.
 - إضافة أي أبعاد أخرى أو دمج بعض الأبعاد بعضها مع بعض أو حذف بعضها.
- وكانت استجابة آراء الخبراء على استمارة استطلاع الرأي تتم وفق مقياس تقدير ثنائي (مناسب - غير مناسب).

جدول (٢)

الأهمية النسبية للأبعاد المقترحة للمقياس وفقاً لاستطلاع رأى الخبراء (ن=١٣)

البعد	مسمى البعد	عدد مرات الاتفاق	نسبة الاتفاق %
الأول	الجوانب الملموسة في الخدمات الترويجية بدور المسنين	١٣	١٠٠,٠٠%
الثاني	الثقة والاعتمادية في الخدمات الترويجية بدور المسنين	١٢	٩٢,٣١%
الثالث	الاتصالات فيما يرتبط بالخدمات الترويجية بدور المسنين	٥	٣٨,٤٦%
الرابع	الاستجابة فيما يرتبط بالخدمات الترويجية بدور المسنين	١٣	١٠٠,٠٠%
الخامس	تفهم الاحتياجات المرتبطة بالخدمات الترويجية بدور المسنين	٩	٦٩,٢٣%
السادس	الوصول للخدمات الترويجية بدور المسنين.	٦	٤٦,١٥%
السابع	المصداقية في الخدمات الترويجية بدور المسنين.	٨	٦١,٥٤%
الثامن	جدارة العاملين على الخدمات الترويجية بدور المسنين	١٢	٩٢,٣١%
التاسع	الآمان في الخدمات الترويجية بدور المسنين	٨	٦١,٥٤%
العاشر	التعاطف مع طالب الخدمات الترويجية بدور المسنين	١١	٨٤,٦٢%

توضح من جدول (٢) أن أبعاد المقياس المقترحة (الأول - الثاني - الرابع - العاشر) وتعديل صياغة البعد الثامن من (جدارة العاملين على الخدمات الترويجية بدور المسنين) إلى (ضمان جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين) قد حصلت وفقاً لاستطلاع رأي الخبراء على نسبة أكثر من (٧٠%) والتي تم قبولها، بينما تم استبعاد أبعاد المقياس المقترحة (الثالث - الخامس - السادس - السابع - التاسع) والتي حصلت على نسبة أقل من (٧٠%) وفقاً لاستطلاع رأي الخبراء.

٢- تحديد العبارات وميزان التقدير المقترح:

قام الباحث بتصميم استمارة لاستطلاع رأي الخبراء اشتملت على:-

- ميزان التقدير المقترح وعرضها على الخبراء مرفق (١) كما موضح بجدول (٣). وتم حساب الأهمية النسبية والقبول عند نسبة أكثر من (٧٠%) مرفق (٣).

جدول (٣)

الأهمية النسبية لميزان التقدير المقترح وفقاً لاستطلاع رأي الخبراء (ن=١٣)

م	الميزان	عدد مرات الاتفاق	نسبة الاتفاق %
الأول	ثلاثي (موافق بدرجة كبيرة - موافق بدرجة متوسطة - موافق بدرجة ضعيفة)	-	-
الثاني	رباعي (موافق بدرجة كبيرة جداً - موافق بدرجة كبيرة - موافق بدرجة متوسطة - موافق بدرجة ضعيفة)	١١	٨٤,٦٢%
الثالث	خماسي (موافق بدرجة كبيرة جداً - موافق بدرجة كبيرة - موافق بدرجة متوسطة - موافق بدرجة ضعيفة - موافق بدرجة ضعيفة جداً)	٢	١٥,٣٨%

يتضح من جدول (٣) أن ميزان التقدير الملائم لتلك الدراسة هو "ميزان التقدير الرباعي وفقاً لرأي الخبراء والذي حصل على نسبة أكثر من (٧٠%)".

- تحديد عدد مناسب من العبارات الخاصة بكل بعد من أبعاد المقياس المقترح التي تتناول موضوع جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين حيث راعى الباحث عند اختيار تلك العبارات أن يكون للعبارة معنى واحد محدد، استقلالية كل عبارة عن غيرها من عبارات المقياس، صياغة العبارات بطريقة تقريرية والابتعاد عن استخدام أسلوب نفي النفي، استبعاد العبارات البديهية والمعقدة. في الفترة من ٢٠١١/٧/٢٣ م إلى ٢٠١١/٧/٣١ م.

- حيث بلغ عدد عبارات المقياس المقترح في صورته الأولية مرفق (٣) على (١٧٠) عبارة، موزعة على أبعادها كما هو موضح بجدول (٤).

جدول (٤)

أبعاد المقياس وعدد عبارات كل بعد في صورته الأولية

عدد العبارات	مسمى البعد	البعد
٧٠	الجوانب الملموسة في الخدمات الترويجية بدور المسنين.	الأول
٢٤	الثقة والاعتمادية في الخدمات الترويجية بدور المسنين	الثاني
١٣	الاستجابة فيما يرتبط بالخدمات الترويجية بدور المسنين	الثالث
٢٩	ضمان جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين	الرابع
٣٥	التعاطف مع طالب الخدمات الترويجية بدور المسنين	الخامس
١٧١	المجموع	

يتضح من جدول (٤) أن مجموع عدد عبارات المقياس في صورته الأولية مرفق (٣) بلغ (١٧١) عبارة بواقع (٧٠) عبارة للبعد الأول، (٢٤) عبارة للبعد الثاني، (١٣) عبارة للبعد الثالث، (٢٩) عبارة بالنسبة للبعد الرابع، (٣٥) عبارة بالنسبة للبعد الخامس.

جدول (٥)

عبارات المقياس بعد استطلاع رأي الخبراء (ن=١٣)

عدد العبارات	مسمى البعد	البعد
٦٣	الجوانب الملموسة في الخدمات الترويجية بدور المسنين.	الأول
٢٢	الثقة والاعتمادية في الخدمات الترويجية بدور المسنين	الثاني
١٢	الاستجابة فيما يرتبط بالخدمات الترويجية بدور المسنين	الثالث
٢٨	ضمان جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين	الرابع
٢٩	التعاطف مع طالب الخدمات الترويجية بدور المسنين	الخامس
١٥٤	المجموع	

يتضح من جدول (٥) أن مجموع عدد عبارات المؤشر بعد استطلاع رأي الخبراء مرفق (١) بلغ (١٥٤) عبارة بعد استبعاد العبارات التي حصلت على نسبة أقل من (٧٠%).

- وقد استخدم الباحث ميزان التقدير الرباعي (موافق بدرجة كبيرة جداً - موافق بدرجة كبيرة - موافق بدرجة متوسطة - موافق بدرجة ضعيفة).

- ولقد أعطى الباحث ثلاث درجات للاستجابة ب (موافق بدرجة كبيرة جداً)، ودرجتان للاستجابة ب (موافق بدرجة كبيرة)، درجة واحدة للاستجابة ب (موافق بدرجة متوسطة)، صفر للاستجابة ب (موافق بدرجة ضعيفة).

سادساً: الدراسة الاستطلاعية.

قام "الباحث" بدراسة استطلاعية على مجموعة من أفراد المجتمع الأصلي ودون أفراد العينة في الفترة من ٢٠١١/٨/١٢م إلى ٢٠١١/٩/٧م وبلغ عددهم (٦٠) فرداً، من غير أفراد العينة الأساسية وقد توصل الباحث من خلال الدراسة إلى وضوح عبارات المقياس وإمكانية قراءتها وفهمها وأنها تمثل مختلف جوانب جودة الخدمات الترويجية التي ينبغي مراعاتها بدور المسنين، مناسبة الوقت

اللازم لاستيفاء عبارات المقياس بحيث لا يتضرر أي فرد من عينة البحث من طول الفترة التي يقضيها في ملء بيانات المقياس والإجابة على عباراته.

سابعاً: المعاملات العلمية. "تقنين المقياس المقترح"

(١) الصدق: للتحقق من الشروط العلمية للمقياس قام "الباحث" بحساب الصدق بالطرق التالية:

(١) صدق المحكمين: حيث تم عرض المقياس في صورته الأولية على عدد (١٣) خبيراً الأساتذة المتخصصين في مجال الترويج ومجال علم النفس الرياضي والإدارة الرياضية بكليات التربية الرياضية، وقد أشار الخبراء إلى أن المقياس المقترح صادق وأنه يعمل على قياس الجوانب المختلفة التي وضع من أجلها، كما هو موضح بجدول (٥).

(٢) صدق الاتساق الداخلي: قام الباحث باختبار صدق المقياس عن طريق إيجاد معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والمجموع الكلي للبعد، وبين درجة كل بعد والدرجة الكلية لأبعاد المقياس باستخدام طريقة "بيرسون Person"، وقد أرتضى الباحث مستوى دلالة (٠,٠٥) وقيمه (٠,٢٧٣)، مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي للمقياس. كما هو موضح من جدول (٦) جدول (١١)

جدول (٦) معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة مجموع البعد الأول الجوانب الملموسة

في الخدمات الترويجية بدور المسنين (ن=٦٠)

م	ر	م	ر	م	ر	م	ر
١	*٠,٥٩٣	١٧	*٠,٤١١	٣٣	*٠,٦٠٨	٤٩	*٠,٥٩٩
٢	٠,٥٧٦	١٨	*٠,٤٤٩	٣٤	*٠,٦١١	٥٠	*٠,٦٠٠
٣	*٠,٤٠١	١٩	*٠,٦٢٤	٣٥	*٠,٤٦٦	٥١	*٠,٥٩٧
٤	*٠,٦١٤	٢٠	*٠,٦٥٢	٣٦	*٠,٥٨٣	٥٢	*٠,٦٥٤
٥	*٠,٦٣٥	٢١	*٠,٦٧٧	٣٧	*٠,٥٧٣	٥٣	*٠,٦٢٣
٦	*٠,٦١١	٢٢	*٠,٦١٤	٣٨	*٠,٤٧٦	٥٤	*٠,٥٦٢
٧	*٠,٦٢٠	٢٣	٠,٢٣٥	٣٩	*٠,٦٤٣	٥٥	*٠,٦٣٢
٨	*٠,٤٥٤	٢٤	*٠,٦٥٧	٤٠	٠,٢١١	٥٦	*٠,٥٤٤
٩	*٠,٤٢٩	٢٥	*٠,٦٩٢	٤١	*٠,٤٩٨	٥٧	*٠,٦١٩
١٠	*٠,٦٢٣	٢٦	*٠,٦٢٧	٤٢	٠,٢٧٠	٥٨	*٠,٥٩٩
١١	*٠,٥٨٦	٢٧	٠,٢٣٣	٤٣	*٠,٦٣٢	٥٩	*٠,٥١٨
١٢	*٠,٦٠١	٢٨	*٠,٥٤٨	٤٤	*٠,٥٧٦	٦٠	*٠,٥٤٥
١٣	*٠,٥٩٧	٢٩	*٠,٦٤٢	٤٥	*٠,٥٦٤	٦١	*٠,٦١٢
١٤	*٠,٦٧٧	٣٠	*٠,٦٢٠	٤٦	٠,٢٢٢	٦٢	*٠,٤٣٣
١٥	*٠,٥٥٤	٣١	*٠,٦٠٨	٤٧	*٠,٦٥١	٦٣	*٠,٤٥٦
١٦	*٠,٥٦٨	٣٢	٠,٢١٣	٤٨	*٠,٦٦٧		

قيمة "ر" الجدولية عند مستوى دلالة مستوى (0,05) = 0,273.

يتضح من جدول (6) أنه يوجد ارتباط دال إحصائياً بين درجة كل عبارة ودرجة مجموع البعد الأول الجوانب الملموسة في الخدمات الترويجية بدور المسنين عند مستوى دلالة (0,05) مما يدل على صدق تمثيل العبارة للبعد فيما يقيسه، بينما تم استبعاد (6) عبارات ليصل بذلك عدد عبارات البعد الأول الجوانب الملموسة في الخدمات الترويجية بدور المسنين (75) عبارة.

جدول (7)

معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة مجموع البعد الثاني الثقة والاعتمادية

في الخدمات الترويجية بدور المسنين (ن=60)

م	ر	م	ر	م	ر	م	ر
64	*0,626	70	*0,658	76	*0,580	82	*0,692
65	0,479	71	*0,674	77	*0,600	83	*0,683
66	*0,688	72	*0,590	78	*0,217	84	*0,618
67	*0,443	73	*0,583	79	0,252	85	*0,601
68	*0,634	74	*0,569	80	*0,604		
69	*0,209	75	*0,561	81	*0,412		

قيمة "ر" الجدولية عند مستوى دلالة مستوى (0,05) = 0,273.

يتضح من جدول (7) أنه يوجد ارتباط دال إحصائياً بين درجة كل عبارة ودرجة مجموع البعد الثاني الثقة والاعتمادية في الخدمات الترويجية بدور المسنين. عند مستوى دلالة (0,05) مما يدل على صدق تمثيل العبارة للبعد فيما يقيسه، بينما تم استبعاد (3) عبارات ليصل بذلك عدد عبارات البعد الثاني الثقة والاعتمادية في الخدمات الترويجية بدور المسنين (19) عبارة.

جدول (8) : معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة مجموع البعد الثالث الاستجابة

فيما يرتبط بالخدمات الترويجية بدور المسنين (ن=60)

م	ر	م	ر	م	ر	م	ر
86	*0,634	89	*0,631	92	*0,444	95	*0,424
87	*0,660	90	*0,449	93	*0,471	96	*0,569
88	*0,663	91	*0,247	94	*0,469	97	*0,583

قيمة "ر" الجدولية عند مستوى دلالة مستوى (0,05) = 0,273.

يتضح من جدول (8) أنه يوجد ارتباط دال إحصائياً بين درجة كل عبارة ودرجة مجموع البعد الثالث الاستجابة فيما يرتبط بالخدمات الترويجية بدور المسنين. عند مستوى دلالة (0,05) مما يدل على صدق تمثيل العبارة للبعد فيما يقيسه، بينما تم استبعاد (عبارة) ليصل بذلك عدد عبارات البعد الثالث الاستجابة فيما يرتبط بالخدمات الترويجية بدور المسنين (11) عبارة.

جدول (٩)

معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة مجموع البعد الرابع ضمان

جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين (ن=٦٠)

م	ر	م	ر	م	ر	م	ر
٩٨	*٠,٦٨٤	١٠٥	*٠,٥٧٦	١١٢	*٠,٤١٨	١١٩	*٠,٤٤٨
٩٩	*٠,٦٢٤	١٠٦	*٠,٦١١	١١٣	*٠,٤٥٠	١٢٠	*٠,٣٦٨
١٠٠	*٠,٥٨٧	١٠٧	*٠,٦١٤	١١٤	*٠,٤٨٨	١٢١	*٠,٥٠٥
١٠١	*٠,٤٠٨	١٠٨	*٠,٥٩٦	١١٥	*٠,٢٣٤	١٢٢	*٠,٦٢٨
١٠٢	*٠,٤٣٦	١٠٩	*٠,٤٥٧	١١٦	*٠,٤٠٠	١٢٣	*٠,٣٨٤
١٠٣	*٠,٤٦٨	١١٠	*٠,٣٧٣	١١٧	*٠,٥١١	١٢٤	*٠,٤٩٨
١٠٤	*٠,٤١٩	١١١	*٠,٥٥٧	١١٨	*٠,٥٢٠	١٢٥	*٠,٤٠٢

قيمة "ر" الجدولية عند مستوى دلالة مستوى (٠,٠٥) = ٠,٢٧٣

يتضح من جدول (٩) أنه يوجد ارتباط دال إحصائياً بين درجة كل عبارة ودرجة مجموع البعد الرابع ضمان جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين. عند مستوى دلالة (٠,٠٥) مما يدل على صدق تمثيل العبارة للبعد فيما يقبسه، بينما تم استبعاد (عبارة) ليصل بذلك عدد عبارات البعد الرابع ضمان جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين (٢٧) عبارة.

جدول (١٠)

معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة مجموع البعد الخامس

التعاطف مع طالب الخدمات الترويجية بدور المسنين. (ن=٦٠)

م	ر	م	ر	م	ر	م	ر
١٢٦	*٠,٤٥٤	١٣٤	*٠,٤٨٩	١٤٢	*٠,٢٤١	١٥٠	٠,٢٣٧
١٢٧	*٠,٤٥٢	١٣٥	*٠,٥٥٨	١٤٣	*٠,٢٩٤	١٥١	*٠,٥٢٤
١٢٨	*٠,٥٢٨	١٣٦	*٠,٤٥٢	١٤٤	*٠,٢٥٥	١٥٢	*٠,٤٩٨
١٢٩	٠,٥١٦	١٣٧	*٠,٤٤٥	١٤٥	*٠,٥٥٥	١٥٣	*٠,٤٥٠
١٣٠	*٠,٤٠٠	١٣٨	*٠,٦١١	١٤٦	٠,٢٦٣	١٥٤	*٠,٤٥١
١٣١	*٠,٣٢٣	١٣٩	*٠,٤١٦	١٤٧	*٠,٤٧٠		
١٣٢	*٠,٣٩٣	١٤٠	*٠,٥١٢	١٤٨	*٠,٣٩٢		
١٣٣	*٠,٣٨٨	١٤١	٠,٢٥٨	١٤٩	*٠,٤٠٣		

قيمة "ر" الجدولية عند مستوى دلالة مستوى (٠,٠٥) = ٠,٢٧٣

يتضح من جدول (١٠) أنه يوجد ارتباط دال إحصائياً بين درجة كل عبارة ودرجة مجموع البعد الخامس التعاطف مع طالب الخدمات الترويجية بدور المسنين. عند مستوى دلالة (٠,٠٥) مما يدل على صدق تمثيل العبارة للبعد فيما يقيسه، بينما تم استبعاد (٥) عبارات ليصل ذلك عدد عبارات البعد الخامس التعاطف مع طالب الخدمات الترويجية بدور المسنين (٢٤) عبارة.

جدول (١١)

قيم معاملات الارتباط بين درجة كل بعد والدرجة الكلية لأبعاد المقياس المقترح (ن=٦٠)

البعد	مسمى البعد	قيمة معامل الارتباط
الأول	الجوانب الملموسة في الخدمات الترويجية بدور المسنين.	*٠,٦١٧
الثاني	الثقة والاعتمادية في الخدمات الترويجية بدور المسنين	*٠,٦٧٩
الثالث	الاستجابة فيما يرتبط بالخدمات الترويجية بدور المسنين	*٠,٦٣٢
الرابع	ضمان جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين	*٠,٦٤٥
الخامس	التعاطف مع طالب الخدمات الترويجية بدور المسنين	*٠,٦٢٢
	المجموع الكلي للمقياس	*٠,٦٣٩

قيمة "ر" الجدولية عند مستوى دلالة مستوى (٠,٠٥) = ٠,٢٧٣

يتضح من جدول (١١) أنه يوجد ارتباط دال إحصائي بين درجة مجموع كل بعد ودرجة المجموع الكلي للمقياس المقترح عند مستوى دلالة (٠,٠٥) مما يدل على صدق الاتساق الداخلي للمقياس المقترح.

(٢) الثبات

قام الباحث باستخدام التجزئة النصفية عن طريق "معامل ألفا Alpha" للثبات وفقاً للمعادلة الإحصائية لكلاً من "كودر Kuder وريتشاردسون Richardson" ويوضح جدول (١٢) معامل الثبات بطريقة ألفا

جدول (١٢)

قيمة معاملات ألفا Alpha لمحاور المقياس المقترح (ن=١٧)

البعد	مسمى البعد	قيمة معاملات ألفا Alpha
الأول	الجوانب الملموسة في الخدمات الترويجية بدور المسنين.	*٠,٦١٣
الثاني	الثقة والاعتمادية في الخدمات الترويجية بدور المسنين	*٠,٦٤١
الثالث	الاستجابة فيما يرتبط بالخدمات الترويجية بدور المسنين	*٠,٦١٩
الرابع	ضمان جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين	*٠,٦٣٥
الخامس	التعاطف مع طالب الخدمات الترويجية بدور المسنين	*٠,٦١٧
	المجموع الكلي للمؤشر	*٠,٦٢٥

قيمة "ر" الجدولية عند مستوى دلالة مستوى (٠,٠٥) = ٠,٢٧٣

يتضح من جدول (١٢) أن قيم المعاملات للثبات بطريقة "ألفا" تراوحت بين (٠,٦١٣ ، ٠,٦٤١) وذلك يؤكد على أن المقياس المقترح على درجة مقبولة من الثبات.

ثامناً: التطبيق الميداني للبحث

قام "الباحث" بتطبيق المقياس في صورته النهائية مرفق (٤) على عينة الدراسة الأساسية من الخبراء المعنيين بالخدمات الترويجية للمسنين، والقائمين على الخدمات الترويجية سواء من حيث (تخطيط - تنفيذ) الخدمات الترويجية وكذلك المسنين المستفيدين من تلك الخدمات بدور المسنين (بمقابل مادي - بدون مقابل مادي) بمحافظتي القاهرة والجيزة. في الفترة من ٢٣/٩/٢٠١١م إلى ١٠/١٢/٢٠١٢م وقد تم تفرغ البيانات في كشوف الحاسب الآلي لمعالجتها إحصائياً

تاسعاً: خطة البحث الإحصائية

اعتمد الباحث في خطة البحث الإحصائية لنتائج البحث على حساب ما يلي:

- معامل الارتباط بطريقة بيرسون لاختبار صدق المقياس.
- معامل ألفا (كورنباخ) لاختبار ثبات المقياس.
- التكرارات.
- الوزن النسبي
- اختبار كاي^٢.

ولقد ارتضى الباحث مستوى (٠,٠٥) لقبول وتفسير نتائج البحث.

جدول (١٣)

التكرارات والمجموع التقديري والوزن النسبي والترتيب لعبارات البعد الأول فيما يرتبط بالجوانب الملموسة في الخدمات الترويجية بدور المسنين (ن = ١٤٩)

كـ ٢	الترتيب	الوزن النسبي	المجموع التقديري	موافق	موافق	موافق	موافق	العبارات	م	
				بدرجة ضعيفة	بدرجة متوسطة	بدرجة كبيرة	بدرجة كبيرة جداً			
				ك	ك	ك	ك			
*٣٢,٥٦١	١٢	٨٢,١٠	٣٦٧	٠	١٠	٦٠	٧٩	يتسم المظهر الخارجي لدار المسنين بالذوق الجمالي	١	١
*١٨,٩٠٦	٩	٨٥,٦٨	٣٨٣	٠	٨	٤٨	٩٣	يتسم التصميم الداخلي لدار المسنين بالجاذبية وحسن المظهر	٢	٢
*٤٧,٥٢٨	٣٠	٧٤,٢٧	٣٣٢	٠	٢٤	٦٧	٥٨	يظهر العاملين على تقديم خدمات الرعاية الموازية للخدمات الترويجية بدار المسنين بمظهر مميز وجيد.	٣	٣
*٩٣,٥٩١	٨	٨٧,٤٧	٣٩١	٠	٠	٥٦	٩٣	يظهر أخصائي الترويج بدار المسنين بمظهر مميز وجيد	٤	٤
*١٨,٨٨٥	٣٢	٧١,٥٩	٣٢٠	٠	٣٣	٦١	٥٥	يوجد مكان محدد ومعلوم للأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية بدار المسنين	٥	٥
*٤٥,٧٤٣	١٠	٨٣,٤٥	٣٧٣	٠	١٧	٤٠	٩٢	يوجد مكان محدد ومعلوم لتقني الشكاوي والاستفسارات المرتبطة بالخدمات الترويجية بدار المسنين	٦	٦
*٥٢,٦٢٤	٢٢	٧٥,٦٢	٣٣٨	٠	١٨	٧٣	٥٨	تتوفر الخدمات الترويجية الرياضية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في كرة القدم.....	٧/١	٧

كا ٢	الترتيب	الوزن النسبي	المجموع التقديري	موافق	موافق	موافق	موافق	العبارات	م	العبارات
				بدرجة ضعيفة	بدرجة متوسطة	بدرجة كبيرة	بدرجة كبيرة جداً			
				ك	ك	ك	ك			
*٢١,٧٩٢	١٧	٧٨,٩٧	٣٥٣	٠	١٦	٦٢	٧١	الكرة الطائرة	٧/٢	٨
*٤٨,٨٤٣	١١	٨٣,٠٠	٣٧١	٠	١٥	٤٦	٨٨	كرة السلة	٧/٣	٩
*٨٧,٦٣٢	١٤	٨١,٤٣	٣٦٤	٠	٩	٦٥	٧٥	تنس طاولة	٧/٤	١٠
*٢٩,١١٥	٣٥	٧٠,٤٧	٣١٥	٠	٢٦	٨٠	٤٣	الريشة الطائرة	٧/٥	١١
٣,٢٣٢	٥١	٥٤,١٤	٢٤٢	١٧	٤٦	٦٢	٢٤	التنس الأرضي	٧/٦	١٢
*٢٠,٧٣١	٢٧	٧٥,١٧	٣٣٦	٦	١٥	٦٣	٦٥	تنس المضرب الخشبي	٧/٧	١٣
*٦٨,٠٠٦	٢١	٧٥,٨٤	٣٣٩	٦	١٢	٦٦	٦٥	كرة السرعة	٧/٨	١٤
٥,٠٥١	٤٥	٦٦,٠٠	٢٩٥	١٤	٢٠	٧٠	٤٥	البلياردو	٧/٩	١٥
*٢١,٨٨٣	٥٥	٢٩,٧٥	١٣٣	٥٦	٦١	٢٤	٨	الجولف	٧/١٠	١٦
٠,٠٠٠	١	١٠٠,٠	٤٤٧	٠	٠	٠	١٤٩	المشي	٧/١١	١٧
*٩٤,٢٢٣	٣٧	٦٩,٨٠	٣١٢	٧	١٦	٨٢	٤٤	السباحة	٧/١٢	١٨
*٧٥,٨٩٢	٤٤	٦٦,٢٢	٢٩٦	٨	٢٢	٨٣	٣٦	الكريكت	٧/١٣	١٩
٣,٣٩٦	٤٨	٦٢,٦٤	٢٨٠	١٣	٣٢	٦٤	٤٠	الدراجات	٧/١٤	٢٠

كـ ٢	الترتيب	الوزن النسبي	المجموع التقديري	موافق	موافق	موافق	موافق	العبارات	م	
				بدرجة ضعيفة	بدرجة متوسطة	بدرجة كبيرة	بدرجة كبيرة جداً			
				ك	ك	ك	ك			
٠٠,٠٠	١ مكرر	١٠٠	٤٤٧	٠	٠	٠	١٤٩	التمرينات بجميع أنواعها (تمرينات لياقة بدنية - تمرينات هوائية ...).	٧/١٥	٢١
*٨٨,١٤٤	١٦	٧٩,٦٤	٣٥٦	٠	٧	٧٧	٦٥	الرقص بجميع أنواع (شعبى - جماعي ...).	٧/١٦	٢٢
٠٠,٠٠	١ مكرر	١٠٠	٤٤٧	٠	٠	٠	١٤٩	تتوفر الخدمات الترويجية الثقافية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في مشاهدة البرامج التلفزيونية	٨ ٨/١	٢٣
٠٠,٠٠	١ مكرر	١٠٠	٤٤٧	٠	٠	٠	١٤٩	القراءة (المجلات - الجرائد).	٨/٢	٢٤
*٩٤,٨٥٩	٢٣	٧٥,٣٩	٣٣٧	٢	١١٤	٧٦	٥٧	حضور الندوات	٨/٣	٢٥
*٧٨,٦٢١	٤٠	٦٨,٦٨	٣٠٧	١٠	٢٠	٧٠	٤٩	قراءة الشعر	٨/٤	٢٦
٧,٥٣٢	٢٣ مكرر	٧٥,٣٩	٣٣٧	١	١٢	٨٣	٥٣	قراءة القصص	٨/٥	٢٧
*٥٧,٩٦٤	١٣	٨١,٦٦	٣٦٥	٠	٥	٧٢	٧٢	الاشتراك في المسابقات الدينية	٨/٦	٢٨
*٩٠,٠١٠	٣٣	٧١,٣٧	٣١٩	٢	١٨	٨٦	٤٣	الاستماع للبرامج الإذاعية	٨/٧	٢٩
*٣١,٢٢٢	٤٢	٦٧,٧٩	٣٠٣	١١	١٩	٧٣	٤٦	مشاهدة السينما	٨/٨	٣٠
*١٣,١١٦	٤٩	٥٧,٠٥	٢٥٥	٢١	٣٠	٦٩	٢٩	استخدام الحاسب الآلي (الكمبيوتر)	٨/٩	٣١
٧,١١٢	٥٠	٥٥,٠٣	٢٤٦	٢٥	٣١	٦٤	٢٩	استخدام الانترنت	٨/١٠	٣٢

ك ٢	الترتيب	الوزن النسبي	المجموع التقديري	موافق	موافق	موافق	موافق	العبارات	م	
				بدرجة ضعيفة	بدرجة متوسطة	بدرجة كبيرة	بدرجة كبيرة جداً			
				ك	ك	ك	ك			
*٤٥,٠٨٧	٢٣ مكرر	٧٥,٣٩	٣٣٧	٠	٩	٩٢	٤٨	تتوافر الخدمات الترويحية الاجتماعية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في الحفلات الاجتماعية	٩ ٩/١	٣٣
*٢٦,١١١	٥٢	٤٣,٦٢	١٩٥	٢٥	٦٥	٤٧	١٢	حفلات الشاي	٩/٢	٣٤
٠٠,٠٠	١ مكرر	١٠٠	٤٤٧	٠	٠	٠	١٤٩	مجالسة الأسرة	٩/٣	٣٥
*٦١,٣٢٥	١٩	٧٧,٤١	٣٤٦	١	١٢	٧٤	٦٢	النزهات والرحلات الجماعية	٩/٤	٣٦
*٢٤,٦٠٥	١٤ مكرر	٨١,٤٣	٣٦٤	٠	٠	٨٣	٦٦	ألعاب المائدة (الورق - الشطرنج - الدومينو)	٩/٥	٣٧
*٣٥,١٢٢	٢٧ مكرر	٧٥,١٧	٣٣٦	١	١٤	٨٠	٥٤	تبادل الزيارات بين كبار السن من نزلاء الدار وغيرها من الدور الأخرى	٩/٦	٣٨
*٦٢,٦٨١	١٨	٧٨,٣٠	٣٥٠	٠	٦	٨٥	٥٨	تتوافر الخدمات الخلوية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في الرحلات الخلوية.	١٠ ١٠/١	٣٩
*٢٣,٥٠٨	٧	٨٨,٨١	٣٩٧	٠	٢	٤٦	١٠١	زيارة الحدائق والمنتزهات	١٠/٢	٤٠
*٥٤,٧٠١	٣١	٧٢,٢٦	٣٢٣	٠	٢٢	٨٠	٤٧	تنسيق الحدائق	١٠/٣	٤١

كـ ٢	الترتيب	الوزن النسبي	المجموع التقديري	موافق	موافق	موافق	موافق	العبارات	م	
				بدرجة ضعيفة	بدرجة متوسطة	بدرجة كبيرة	بدرجة كبيرة جداً			
				ك	ك	ك	ك			
*٣١,٣٥٤	٥٦	١٠,٧٤	٤٨	١٠١	٤٨	٠	٠	صيد الأسماك	١٠/٤	٤٢
٢,٠٧٢	٥٧	٧,٣٨	٣٣	١١٦	٣٣	٠	٠	صيد الطيور	١٠/٥	٤٣
*٢٩,٥٥١	٢٠	٧٦,٩٦	٣٤٤	٠	٨	٨٧	٥٤	تتوافر الخدمات الفنية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في	١١	٤٤
								الرسم	١١/١	
*٩٩,٥٢٥	٤٦	٦٤,٨٨	٢٩٠	١١	٢٠	٨٤	٣٤	النسج	١١/٢	٤٥
*٢٥,٤١٦	٣٤	٧١,١٤	٣١٨	١	٣٢	٦٢	٥٤	الحفر على الخشب	١١/٣	٤٦
*١٦,٥٧٢	٤٣	٦٦,٨٩	٢٩٩	٧	٢٦	٧٥	٤١	أشغال الجلد (أكياس النقود - إطارات الصور	١١/٤	٤٧
*٥٠,١٥٥	٤١	٦٨,٠١	٣٠٤	٥	٢٣	٨٢	٣٩	أشغال المعادن (سلات المهملات - أساور	١١/٥	٤٨
٠,٠٠	مكرر ١	١٠٠	٤٤٧	٠	٠	٠	١٤٩	أشغال الإبرة (كنافاه - خياطة	١١/٦	٤٩
*٢٢,٣٨٦	٤٧	٦٤,٤٣	٢٨٨	٧	٣٨	٦٢	٤٢	تشكيل الورق (الأقنعة - الخرائط	١١/٧	٥٠
*٦١,٥٣٨	٣٥ مكرر	٤٠,٤٧	٣١٥	٧	٢٢	٦٧	٥٣	أعمال الزجاج (ارسم على الزجاج - الزجاج المعشق	١١/٨	٥١
٢,٨٩٣	٥٣	٤٠,٩٤	١٨٣	٣٦	٥٤	٤٨	١١	أشغال الشمع (الأقنعة - الأشكال	١١/٩	٥٢
*٤٥,٧٠٢	٣٧ مكرر	٦٩,٨٠	٣١٢	٦	٢١	٧٥	٤٧	أشغال القش (السلال - الأطباق اللوحات	١١/١٠	٥٣

كـ ٢	الترتيب	الوزن النسبي	المجموع التقديري	موافق	موافق	موافق	موافق	العبارات	م	
				بدرجة ضعيفة	بدرجة متوسطة	بدرجة كبيرة	بدرجة كبيرة جداً			
				ك	ك	ك	ك			
*٥١,٧٧٧	٢٣ مكرر	٧٥,٣٩	٣٣٧	٣	١٤	٧٣	٥٩	أشغال الحبال (المكرميات -	١١/١١	٥٤
٥,٢١٣	٥٤	٣٥,١٢	١٥٧	٤٢	٦٦	٣٢	٩	التصوير	١١/١٢	٥٥
*١٦,٩٠٥	٣٩	٦٩,١٣	٣٠٩	٠	٣٧	٦٤	٤٨	الطباعة على القماش	١١/١٣	٥٦
*٥٤,٤٣٩	٢٩	٧٤,٧٢	٣٣٤	٣	١٦	٧٢	٥٨	العزف الموسيقي.	١١/١٤	٥٧

يتضح من جدول (١٣) أن الوزن النسبي لأهم الاشتراطات الواجب توافرها فيما يرتبط بالجوانب الملموسة للخدمات الترويجية لتحقيق جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين، تراوحت بين (٧,٣٨%، ١٠٠,٠٠%)، وأن أهم الاشتراطات الواجب توافرها فيما يرتبط بالجوانب الملموسة للخدمات الترويجية لتحقيق جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين جاءت بالترتيب التالي:

- تتوافر الخدمات الترويجية الرياضية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في المشي وجاءت في المرتبة الأولى وحصلت على وزن نسبي (١٠٠,٠٠%).
- تتوافر الخدمات الترويجية الرياضية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في التمرينات بجميع أنواعها (تمرينات لياقة بدنية - تمرينات هوائية...)، وجاءت في المرتبة الأولى "مكرر" وحصلت على وزن نسبي (١٠٠,٠٠%).
- تتوافر الخدمات الترويجية الثقافية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في مشاهدة البرامج التلفزيونية. وجاءت في المرتبة الأولى "مكرر" وحصلت على وزن نسبي (١٠٠,٠٠%).
- تتوافر الخدمات الترويجية الثقافية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في القراءة (المجلات - الجرائد...)، وجاءت في المرتبة الأولى "مكرر" وحصلت على وزن نسبي (١٠٠,٠٠%).
- تتوافر الخدمات الترويجية الاجتماعية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في مجالسة الأسرة وجاءت في المرتبة الأولى "مكرر" وحصلت على وزن نسبي (١٠٠,٠٠%).
- تتوافر الخدمات الفنية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في أشغال الإبرة (كنافاه - خياطة...) وجاءت في المرتبة الأولى "مكرر" وحصلت على وزن نسبي (١٠٠,٠٠%).
- تتوافر الخدمات الخلوية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في زيارة الحدائق والمتنزهات. وجاءت في المرتبة السابعة وحصلت على وزن نسبي (٨٨,٨١%).
- يظهر أخصائي الترويج بدار المسنين بمظهر مميز وجيد. وجاءت في المرتبة الثامنة وحصلت على وزن نسبي (٨٧,٤٧%).
- يتسم التصميم الداخلي لدار المسنين بالجاذبية وحسن المظهر. وجاءت في المرتبة التاسعة وحصلت على وزن نسبي (٨٥,٦٨%).
- يوجد مكان محدد ومعلوم لتلقي الشكاوي والاستفسارات المرتبطة بالخدمات الترويجية بدار المسنين. وجاءت في المرتبة العاشرة وحصلت على وزن نسبي (٨٣,٤٥%).
- تتوافر الخدمات الترويجية الرياضية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في كرة السلة. وجاءت في المرتبة الحادية عشر وحصلت على وزن نسبي (٨٣,٠٠%).
- يتسم المظهر الخارجي لدار المسنين بالذوق الجمالي. وجاءت في المرتبة الثانية عشر وحصلت على وزن نسبي (٨٢,١٠%).

- تتوافر الخدمات الترويجية الثقافية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في الاشتراك في المسابقات الدينية. وجاءت في المرتبة الثالثة عشر وحصلت على وزن نسبي (٨١,٦٦%).
- تتوافر الخدمات الترويجية الرياضية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في تنس طولة. وجاءت في المرتبة الرابعة عشر وحصلت على وزن نسبي (٨١,٤٣%).
- تتوافر الخدمات الترويجية الاجتماعية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في ألعاب المائدة (الورق - الشطرنج - الدومينو...) وجاءت في المرتبة الرابعة عشر "مكرر" وحصلت على وزن نسبي (٨١,٤٣%).
- تتوافر الخدمات الترويجية الرياضية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في الرقص بجميع أنواعه (شعبي - جماعي...) وجاءت في المرتبة السادسة عشر وحصلت على وزن نسبي (٧٩,٦٤%).
- تتوافر الخدمات الترويجية الرياضية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في الكرة الطائرة. وجاءت في المرتبة السابعة عشر وحصلت على وزن نسبي (٧٨,٩٧%).
- تتوافر الخدمات الخلوية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في الرحلات الخلوية. وجاءت في المرتبة الثامنة عشر وحصلت على وزن نسبي (٧٨,٣٠%).
- تتوافر الخدمات الترويجية الاجتماعية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في الزهات والرحلات الجماعية. وجاءت في المرتبة التاسعة عشر وحصلت على وزن نسبي (٧٧,٤١%).
- تتوافر الخدمات الفنية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في الرسم. وجاءت في المرتبة العشرين وحصلت على وزن نسبي (٧٦,٩٦%).
- تتوافر الخدمات الترويجية الرياضية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في كرة السرعة. وجاءت في المرتبة الواحد والعشرين على وزن نسبي (٧٥,٨٤%).
- تتوافر الخدمات الترويجية الرياضية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في كرة القدم وجاءت في المرتبة الثانية والعشرين وحصلت على وزن نسبي (٧٥,٦٢%).
- تتوافر الخدمات الترويجية الثقافية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في حضور الندوات. وجاءت في المرتبة الثالثة والعشرين وحصلت على وزن نسبي (٧٥,٣٩%).
- تتوافر الخدمات الترويجية الثقافية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في قراءة القصص. وجاءت في المرتبة الثالثة والعشرين "مكرر" وحصلت على وزن نسبي (٧٥,٣٩%).
- تتوافر الخدمات الترويجية الاجتماعية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في الحفلات الاجتماعية. وجاءت في المرتبة الثالثة والعشرين "مكرر" وحصلت على وزن نسبي (٧٥,٣٩%).
- تتوافر الخدمات الفنية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في أشغال الحبال (المكروميات -...) وجاءت في المرتبة الثالثة والعشرين "مكرر" وحصلت على وزن نسبي (٧٥,٣٩%).

- تتوافر الخدمات الترويجية الرياضية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في تنس المضرب الخشبي. وجاءت في المرتبة السابعة والعشرين وحصلت على وزن نسبي (٧٥,١٧%).
 - تتوافر الخدمات الترويجية الاجتماعية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في تبادل الزيارات بين كبار السن من نزلاء الدار وغيرها من الدور الأخرى. وجاءت في المرتبة السابعة والعشرين "مكرر" وحصلت على وزن نسبي (٧٥,١٧%).
 - تتوافر الخدمات الفنية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في العزف الموسيقي. وجاءت في المرتبة التاسعة والعشرين وحصلت على وزن نسبي (٧٤,٧٢%).
 - يظهر العاملين على تقديم خدمات الرعاية الموازية للخدمات الترويجية بدار المسنين بمظهر مميز وجيد. وجاءت في المرتبة الثلاثين وحصلت على وزن نسبي (٧٤,٢٧%).
 - تتوافر الخدمات الخلوية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في تنسيق الحدائق. وجاءت في المرتبة الواحدة والثلاثين وحصلت على وزن نسبي (٧٢,٢٦%).
 - يوجد مكان محدد ومعلوم للأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية بدار المسنين. وجاءت في المرتبة الثانية والثلاثين وحصلت على وزن نسبي (٧١,٥٩%).
 - تتوافر الخدمات الترويجية الثقافية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في الاستماع للبرامج الإذاعية. وجاءت في المرتبة الثالثة والثلاثين وحصلت على وزن نسبي (٧١,٣٧%).
 - تتوافر الخدمات الفنية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في الحفر على الخشب. وجاءت في المرتبة الرابعة والثلاثين وحصلت على وزن نسبي (٧١,١٤%).
 - تتوافر الخدمات الترويجية الرياضية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في الريشة الطائرة. وجاءت في المرتبة الخامسة والثلاثين وحصلت على وزن نسبي (٧٠,٧٤%).
 - تتوافر الخدمات الفنية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في أعمال الزجاج (رسم على الزجاج - الزجاج المعشق.....) وجاءت في المرتبة الخامسة والثلاثين "مكرر" وحصلت على وزن نسبي (٧٠,٧٤%).
- يرى "الباحث" ضرورة توافر مجموعة من الاشتراطات في الجوانب الملموسة للخدمات الترويجية بدور المسنين كأحد الأبعاد الهامة لتحقيق جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين والتي تظهر في حداثة وجاذبية التصميم الداخلي والخارجي لدار المسنين؛ ومظهر المناسب لجميع العاملين بدار المسنين. ووجد مكان محدد ومعلوم لتلقي الشكاوي والاستفسارات المرتبطة بالخدمات الترويجية بدار المسنين، فضلاً عن ضرورة توفير الأنشطة الترويجية المتنوعة ما بين أنشطة ثقافية ورياضية وفنية واجتماعية وخلوية واجتماعية تتواءم مع ميول واتجاهات كبار المسنين من الجنسين وتراعي مستوى الحالة الصحية والنفسية والاجتماعية وغيرها من المتغيرات المؤثرة في حياة المسنين، فتتوافر تلك الاشتراطات يجعل من دار المسنين مكان ملائم لتقديم الخدمات الترويجية للمسنين، كما أن غياب بعضها وعدم تحققها يؤدي بالضرورة إلى وجود

مشكلات تعوق تحقيق دور كبار السن لدورها ورسالتها نحو المسنين، حيث أكد كلاً من "محمود سيد هاشم" (٢٠٠٦م) (١٩)، "أحمد محمد غريب" (٢٠٠٥م) (١٨)، على أن عدم توافر الأنشطة الترويجية المتنوعة والمتعددة بالكم والكيف ومستوى الممارسة، وعدم تنظيم تلك الأنشطة الترويجية المفضلة ببرامج ترويجية يمكن للمسّن ممارستها بدار المسنين تعد من المشكلات التي تواجه دور المسنين سواء بأجر أو بدون أجر.

كما يتفق مع ما سبق "ثابت عبد الرحمن إدريس" (٢٠٠٠م) في أن استمرار دور المسنين في تقديم خدماتها الترويجية يتوقف بالدرجة الأولى على مدى تقديم تلك الخدمات بالشكل الذي يتفق وتوقعات المسنين من هذه الخدمة. (٤٩٧:٢).

جدول (١٤) التكرارات والمجموع التقديري والوزن النسبي والترتيب لعبارات البعد الثاني فيما يرتبط بالثقة والاعتمادية في الخدمات الترويجية بدور المسنين (ن=١٤٩)

٢ ك	الترتيب	الوزن النسبي	المجموع التقديري	موافق	موافق	موافق	موافق	العبارة	م	العبارات
				بدرجة ضعيفة	بدرجة متوسطة	بدرجة كبيرة	بدرجة كبيرة جدا			
				ك	ك	ك	ك			
*٢٢,١٢١	١٦	٦٢,٦٤	٢٨٠	٨	٤٢	٥٩	٤٠	تعمل إدارة الدار والعاملين على تقديم خدماتها الترويجية على أتم وجه.	١	٥٨
*٥٤,٥٦١	١١	٧٦,٢٩	٣٤١	٠	١٢	٨٢	٥٥	تقوم إدارة الدار بالإعلان عن مواعيد تقديم خدماتها الترويجية بصورة ملائمة.	٢	٥٩
*٢٨,٦٢٦	٧	٨٥,٠١	٣٨٠	٠	٧	٥٣	٨٩	تعمل إدارة الدار على تقديم خدماتها الترويجية في الوقت المحدد وفق المجال الزمني المعلن.	٣	٦٠
٠٠,٠٠	١	١٠٠	٤٤٧	٠	٠	٠	١٤٩	توفر إدارة الدار عوامل الأمان والسلامة في كل ما يرتبط بالخدمات الترويجية وبرامج الرعاية الموازية.	٤	٦١
٠٠,٠٠	١ مكرر	١٠٠	٤٤٧	٠	٠	٠	١٤٩	توفر إدارة الدار أخصائيين على مستوى تأهيل عالي للعمل مع كبار السن.	٥	٦٢
*١١,٩٢	١٤	٧٥,٦٢	٣٣٨	٠	٢٠	٦٩	٦٠	كفاءة ودقة الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية بالدار يقوي شعور كبار السن بالثقة الكاملة فيهم.	٦	٦٣

كـ	الترتيب	الوزن النسبي	المجموع التقديري	موافق	موافق	موافق	موافق	العبارات	م	
				بدرجة ضعيفة	بدرجة متوسطة	بدرجة كبيرة	بدرجة كبيرة جدا			
				ك	ك	ك	ك			
*١٧,٠٤٢	١٨	٥٢,١٣	٢٣٣	٢٧	٣٩	٥٥	٢٨	يقوم الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية بالدار بكل أي مشكلة تواجهني.	٧	٦٤
- *٥٨,٦٣٢	٨	٨٠,٣١	٣٥٩	٠	٧	٧٤	٦٨	يحرص الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية بالدار على..... تقديم الخدمات الترويجية في الموعد الذي يناسبني	٨ ٨/١	٦٥
*٤٧,٥٦٦	٦	٨٥,٤٦	٣٨٢	٠	٢	٦١	٨٦	مراعاة العوامل (المعرفية - النفسية - الخبرة) لكبار السن والمؤثرة على الممارسة الترويجية الفعالة.	٨/٢	٦٦
*٤٢,٠٠١	١٠	٧٧,١٨	٣٤٥	٠	١٦	٧٠	٦٣	تقسيم كبار السن الممارسين للأنشطة الترويجية بالدار لجماعات متجانسة من حيث (السن - الجنس - الحالة الصحية).	٨/٣	٦٧
*١٢,١١٣	١٥	٧٠,٢٥	٣١٤	٢	٢٢	٨٣	٤٢	مراعاة ميول كبار السن الممارسين للأنشطة الترويجية بتقديم أنشطة ترويجية متنوعة.	٨/٤	٦٨

كـ	الترتيب	الوزن النسبي	المجموع التقديري	موافق	موافق	موافق	موافق	العبارات	م	
				بدرجة ضعيفة	بدرجة متوسطة	بدرجة كبيرة	بدرجة كبيرة جدا			
				ك	ك	ك	ك			
*٢٤,٩٢٥	١٧	٥٣,٦٩	٢٤٠	١٦	٤٩	٦١	٢٣	تنمية روح الجماعة لدى كبار السن الممارسين للأنشطة الترويجية بالدار من خلال الاهتمام بالأنشطة الترويجية الجماعية..	٨/٥	٦٩
٦,٧٢٨	١٩	٤٦,٥٣	٢٠٨	٢٦	٥٥	٥١	١٧	اختيار الأسلوب المناسب للتعامل مع كبار السن الممارسين للأنشطة الترويجية بالدار لتحقيق التفاعل الإيجابي..	٨/٦	٧٠
*٣٧,٩٨٣	١٢	٧٦,٠٦	٣٤٠	٠	٠	١٠٧	٤٢	استخدام أساليب مشوقة تثير دافعية كبار السن نحو الممارسة الترويجية.	٨/٧	٧١
*٢٤,٠٩٥	١٣	٧٥,٨٤	٣٣٩	٠	١٠	٨٨	٥١	تقديم المعلومات لكبار السن عن أهمية الممارسة الترويجية من مختلف الجوانب.	٨/٨	٧٢
*٤٤,٤٥٦	٤	٨٨,٣٧	٣٩٥	٠	٠	٥٢	٩٧	التواجد المستمر مع كبار السن خلال الممارسة الترويجية.	٨/٩	٧٣
*٢٣,١٠٩	٥	٨٧,٧٠	٣٩٢	٠	٠	٥٥	٩٤	مشاركة كبار السن في اختيار الأنشطة الترويجية.	٨/١٠	٧٤
٠٠,٠٠	١ مكرر	١٠٠	٤٤٧	٠	٠	٠	١٤٩	توجيه كبار السن نحو الأنشطة الترويجية التي تناسب حالتهم الصحية.	٨/١١	٧٥
*٢٢,٢٢٩	٩	٧٨,٩٧	٣٥٣	٠	١١	٧٢	٦٦	توفير فرص الممارسة الترويجية المتكافئة لكبار السن.	٨/١٢	٧٦

قيمة "كا" عند مستوى (٠,٠٥) = ٧,٨٢

يتضح من جدول (١٤) أن الوزن النسبي لأهم الاشتراطات الواجب توافرها فيما يرتبط بالثقة والاعتمادية في الخدمات الترويجية لتحقيق جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين، تراوحت بين (٥٣,٥٦٤,٠%)، وأن أهم الاشتراطات الواجب توافرها بالثقة والاعتمادية في الخدمات الترويجية لتحقيق جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين جاءت بالترتيب التالي:

- توفر إدارة الدار عوامل الأمان والسلامة في كل ما يرتبط بالخدمات الترويجية وبرامج الرعاية الموازية. وجاءت في المرتبة الأولى وحصلت على وزن نسبي (١٠٠,٠٠%).

- توفر إدارة الدار أخصائيين على مستوى تأهيل عالي للعمل مع كبار السن. وجاءت في المرتبة الأولى "مكرر" وحصلت على وزن نسبي (١٠٠,٠٠%).

- يحرص الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية بالدار على توجيه كبار السن نحو الأنشطة الترويجية التي تناسب حالتهم الصحية. وجاءت في المرتبة الأولى "مكرر" وحصلت على وزن نسبي (١٠٠,٠٠%).

- يحرص الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية بالدار على التواجد المستمر مع كبار السن خلال الممارسة الترويجية. وجاءت في المرتبة الرابعة وحصلت على وزن نسبي (٨٨,٣٧%).

- مشاركة كبار السن في اختيار الأنشطة الترويجية. وجاءت في المرتبة الخامسة وحصلت على وزن نسبي (٨٧,٧٠%).

- يحرص الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية بالدار على مراعاة العوامل (المعرفية - النفسية - الخبرة) لكبار السن والمؤثرة على الممارسة الترويجية الفعالة.. وجاءت في المرتبة السادسة وحصلت على وزن نسبي (٨٥,٤٦%).

- تعمل إدارة الدار على تقديم خدماتها الترويجية في الوقت المحدد وفق المجال الزمني المعلن. وجاءت في المرتبة السابعة وحصلت على وزن نسبي (٨٥,٠١%).

- يحرص الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية بالدار على تقديم الخدمات الترويجية في الموعد الذي يناسبني. وجاءت في المرتبة الثامنة وحصلت على وزن نسبي (٨٠,٣١%).

- يحرص الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية بالدار على توفير فرص الممارسة الترويجية المتكافئة لكبار السن. وجاءت في المرتبة التاسعة وحصلت على وزن نسبي (٧٨,٩٧%).

- يحرص الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية بالدار على تقسيم كبار السن الممارسين للأنشطة الترويجية بالدار لجماعات متجانسة من حيث (السن - الجنس - الحالة الصحية....). وجاءت في المرتبة العاشرة وحصلت على وزن نسبي (٧٧,١٨%).

- تقوم إدارة الدار بالإعلان عن مواعيد تقديم خدماتها الترويجية بصورة ملائمة. وجاءت في المرتبة الحادية عشر وحصلت على وزن نسبي (٧٦,٢٩%).

- يحرص الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية بالدار على استخدام أساليب مشوقة تثير دافعية كبار السن نحو الممارسة الترويجية. وجاءت في المرتبة الثانية عشر وحصلت على وزن نسبي (٧٦,٠٦%).

- يحرص الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية بالدار على تقديم المعلومات لكبار السن عن أهمية الممارسة الترويجية من مختلف الجوانب. وجاءت في المرتبة الثالثة عشر وحصلت على وزن نسبي (٧٥,٨٤%).

- كفاءة ودقة الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية بالدار يقوي شعور كبار السن بالثقة الكاملة فيهم. وجاءت في المرتبة الرابعة عشر وحصلت على وزن نسبي (٧٥,٦٢%).

- يحرص الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية بالدار على مراعاة ميول كبار السن للمارسين للأنشطة الترويجية بتقديم أنشطة ترويجية متنوعة. وجاءت في المرتبة الخامسة عشر وحصلت على وزن نسبي (٧٠,٢٥%).

يرى "الباحث" ضرورة توافر مجموعة من الاشتراطات في فيما يرتبط بالثقة والاعتمادية في الخدمات الترويجية كأحد الأبعاد الهامة لتحقيق جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين وذلك بتقديم الخدمات الترويجية بدار المسنين في الوقت المحدد والمعلن عنه بكفاءة من خلال الوفاء بالوعود للمسنين وبالتالي تدعيم أواصر الثقة في جميع العاملين بدار المسنين. وذلك لن يتحقق إلا من خلال حرص الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية بالدار على توفير عوامل الأمان والسلامة في النشاط ومكان الممارسة ومراعاة العوامل المعرفية والنفسية وخبرة المسن مع توفير الدعم للمسن بإعطاءه المعلومات الكافية عن النشاط وتأثيره على حالته العامة، واستخدام أسلوب ملائم في التعامل مع المسن لقيمته في المجتمع والحرص على التواجد بالقرب من المسن خلال الممارسة الأمر الذي يقوي شعور كبار السن بالثقة الكاملة فيهم. فتوافر تلك الاشتراطات يجعل من دار المسنين مكان ملائم لتقديم الخدمات الترويجية للمسنين، كما أن غياب بعضها وعدم تحققها يؤدي بالضرورة إلى وجود مشكلات تعوق تحقيق دور كبار السن لدورها ورسالتها نحو المسنين.

يؤكد "كمال درويش، محمد الحماحي" على أن تصميم البرنامج الترويجي يجب أن يخطط له في ضوء بعض المعايير العلمية ومن أهمها مقابلة احتياجات وميول الأفراد المشاركين في البرنامج وكذلك تنوع الأنشطة ما بين أنشطة رياضية وثقافية واجتماعية وخلوية بحيث يسمح البرنامج بتوفير الفرص المتكافئة لجميع الأفراد المشاركين في أنشطة متعددة.

(١٣ : ١٧٧-١٧٩)

كما يتفق مع ما سبق "خليفة ببهاني" في أن تخطيط البرامج الترويجية لكبار السن يتطلب من هو على دراية تامة بالخصائص النفسية والبدنية والاجتماعية الاقتصادية والصحية لهؤلاء الأفراد، وذلك حتى يتمكن من وضع الأنشطة الترويجية المتنوعة والتي يمكنها أن تحقق التوافق بين الحالة العامة لكبار السن واحتياجاتهم من أنشطة تتوافق مع طبيعتهم. (٤:١٣٦).

كما يؤكد "ماك جوين، مشيرا شلي Mcguinn,K,Mosher,Ashley" (٢٠٠٠م) (٢٦) إلى أن الأنشطة الترويجية التي يختارها المسن بدافع ذاتي منه تساهم في تحقيق الرضا عن الحياة لدى المسنين المقيمين في دور الرعاية طويلة الأجل.

جدول (١٥)

التكرارات والمجموع التقديري والوزن النسبي والترتيب لعبارات البعد الثالث فيما يرتبط بالاستجابة فيما يرتبط بالخدمات الترويجية بدور المسنين (ن=١٤٩)

ك	الترتيب	الوزن النسبي	المجموع التقديري	موافق	موافق	موافق	موافق	العبارات	م	
				بدرجة ضعيفة	بدرجة متوسطة	بدرجة كبيرة	بدرجة كبيرة جدا			
				ك	ك	ك	ك			
*١٣,٠٦	٦	٧٧,١٨	٣٤٥	٠	١١	٨٠	٥٨	توفر إدارة الدار وسيلة مناسبة لتقديم الشكاوي والاستفسارات المتقدمة من كبار السن وزويهم.	١	٧٧
*٨٢,٦٥٨	١١	٤٩,٦٦	٢٢٢	٢١	٥٦	٥٠	٢٢	تتم إدارة الدار بالشكاوي والاستفسارات المتقدمة من كبار السن وزويهم.	٢	٧٨
*٣٨,٤٤٢	٦ مكرر	٧٧,١٨	٣٤٥	٠	١٤	٧٤	٦١	تستجيب إدارة الدار لحل مشكلات كبار السن وزويهم بصورة فورية.	٣	٧٩
*٤٦,٠٣٦	٣	٨٠,٠٩	٣٥٨	٠	١٢	٦٥	٧٢	يعمل كل العاملين بدار المسنين على تلبية رغبات واحتياجات كبار السن.	٤	٨٠
*٤٩,٧١٢	٢	٩٠,٣٨	٤٠٤	٠	٠	٤٣	١٠٦	تعمل إدارة الدار على تطوير وتحسين خدماتها الترويجية وبرامج الرعاية الموازية باستمرار لإرضاء كبار السن.	٥	٨١

ك	الترتيب	الوزن النسبي	المجموع التقديري	موافق	موافق	موافق	موافق	العبارات	م	
				بدرجة ضعيفة	بدرجة متوسطة	بدرجة كبيرة	بدرجة كبيرة جدا			
				ك	ك	ك	ك			
*٣٣,٦٥٦	٤	٧٩,٤٢	٣٥٥	٠	٦	٨٠	٦٣	تبذل إدارة الدار أقصى جهد لتقديم خدماتها الترويجية وبرامج الرعاية الموازية في أحسن صورة.	٦	٨٢
*١٩,٩٩١	٩	٧٣,٦٠	٣٢٩	٠	٢٢	٧٤	٥٣	إعلام كبار السن بمواعيد للحصول على الخدمات الترويجية بدار المسنين بصورة مناسبة.	٧	٨٣
*٤٩,٢١٦	٥	٧٧,٦٣	٣٤٧	٢	٨	٧٨	٦١	سرعة إدارة الدار في تلبية احتياجات جميع كبار السن المقيمين بدار المسنين.	٨	٨٤
*٥٣,١١٤	١٠	٧٣,١٥	٣٢٧	٤	١٨	٧٢	٥٥	الاستعداد التام من الأخصائيين القائمين على الخدمات لمعاونة كبار السن المقيمين بدار المسنين في جميع الأوقات.	٩	٨٥
*٦٣,٧٦٨	٨	٧٥,١٧	٣٣٦	٠	٢١	٦٩	٥٩	تعمل إدارة الدار على التغلب على المواقف المفاجأة غير المعتادة والتي قد تحدث أثناء الممارسة الترويجية.	١٠	٨٦
*١٨,٠٠	١	٩٦,٢٠	٤٣٠	٠	٠	١٧	١٣٢	يحصل كبار السن المقيمين بدار المسنين على الخدمات الترويجية بسهولة.	١١	٨٧

قيمة "كا" عند مستوى (0,05) = ٧,٨٢

يتضح من جدول (١٥) أن الوزن النسبي لأهم الاشتراطات الواجب توافرها فيما يرتبط بالاستجابة لتحقق جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين، تراوحت بين (٤٩,٦٦%، ٩٦,٢٠%)، وأن أهم الاشتراطات الواجب توافرها فيما يرتبط بالاستجابة لتحقق جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين جاءت بالترتيب التالي:

- يحصل كبار السن المقيمين بدار المسنين على الخدمات الترويجية بسهولة. وجاءت في المرتبة الأولى وحصلت على وزن نسبي (٩٦,٢٠%).

- تعمل إدارة الدار على تطوير وتحسين خدماتها الترويجية وبرامج الرعاية الموازية باستمرار لإرضاء كبار السن. وجاءت في المرتبة الثانية وحصلت على وزن نسبي (٩٠,٣٨%).

- يعمل كل العاملين بدار المسنين على تلبية رغبات واحتياجات كبار السن. وجاءت في المرتبة الثالثة وحصلت على وزن نسبي (٨٠,٠٩%).

- تبذل إدارة الدار أقصى جهد لتقديم خدماتها الترويجية وبرامج الرعاية الموازية في أحسن صورة. وجاءت في المرتبة الرابعة وحصلت على وزن نسبي (٧٩,٤٢%).

- سرعة إدارة الدار في تلبية احتياجات جميع كبار السن المقيمين بدار المسنين. وجاءت في المرتبة الخامسة وحصلت على وزن نسبي (٧٧,٦٣%).

- توفر إدارة الدار وسيلة مناسبة لتقديم الشكاوي والاستفسارات المقدمة من كبار السن وزويهم. وجاءت في المرتبة السادسة وحصلت على وزن نسبي (٧٧,١٨%).

- تستجيب إدارة الدار لحل مشكلات كبار السن وزويهم بصورة فورية. وجاءت في المرتبة السادسة "مكرر" وحصلت على وزن نسبي (٧٧,١٨%).

- تعمل إدارة الدار على التغلب على المواقف المفاجأة غير المعتادة والتي قد تحدث أثناء الممارسة الترويجية. وجاءت في المرتبة الثامنة وحصلت على وزن نسبي (٧٥,١٧%).

- إعلام كبار السن بمواعيد الحصول على الخدمات الترويجية بدار المسنين بصورة مناسبة. وجاءت في المرتبة التاسعة وحصلت على وزن نسبي (٧٣,٦٠%).

- الاستعداد التام من الأخصائيين القائمين على الخدمات لمعاونة كبار السن المقيمين بدار المسنين في جميع الأوقات. وجاءت في المرتبة العاشرة وحصلت على وزن نسبي (٧٣,١٥%).

يرى "الباحث" ضرورة توافر مجموعة من الاشتراطات فيما يرتبط بالاستجابة لتحقق جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين كأحد الأبعاد الهامة لتحقيق جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين وذلك بالاستجابة الفورية لاحتياجات كبار السن والرد الفوري على استفساراتهم، والاستعداد للتعاون من جانب الإدارة والإخصائيين العاملين بدار المسنين، وسرعة الاستجابة عند حدوث أي مشكلة. فتوافر

تلك الاشتراطات يجعل من دار المسنين مكان ملائم لتقديم الخدمات الترويجية للمسنين، كما أن غياب بعضها وعدم تحققها يؤدي بالضرورة إلى وجود مشكلات تعوق تحقيق دور كبار السن لدورها ورسالتها نحو المسنين، ويؤكد على ذلك "خليفة ببهاني" في أن البرامج الترويجية لكبار السن تعد من الخدمات الهامة لأي مجتمع، لذا فهي تحتاج إلى عملية إدارية ممتازة من حيث القيادة ونوعية الأفراد الذين سيديرون البرامج والتي بدورها يجب أن تستغل كافة المنشآت والموارد المتاحة إضافة إلى الخبرة الإنسانية حتى يمكن تحقيق حاجات المسنين. (١٩٧:٤).

جدول (١٦) التكرارات والمجموع التقديري والوزن النسبي والترتيب لعبارات البعد الرابع فيما يرتبط
بضمان جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين (ن=١٤٩)

كـا	الترتيب	الوزن النسبي	المجموع التقديري	موافق	موافق	موافق	موافق	العبارات	م	
				بدرجة ضعيفة	بدرجة متوسطة	بدرجة كبيرة	بدرجة كبيرة جدا			
				ك	ك	ك	ك			
*٣٤,٣٢٨	١٧	٧٣,٣٨	٣٢٨	٠	٢٠	٧٩	٥٠	يوجد بدار المسنين فريق عمل مؤهل لتقديم الخدمات الترويجية وخدمات الرعاية الموازية لكبار السن تتمثل في مسئول تخطيط برامج لكبار السن.	١ ١/١	٨٨
*٥٢,٥٥٣	١٨	٧٢,٩٣	٣٢٦	٠	١٣	٩٥	٤١	أخصائي رياضي ذو خبرة في مجال الترويج الرياضي لكبار السن.	١/٢	٨٩
*٣٢,٥٤١	٦	٩١,٥٠	٤٠٩	٠	٠	٣٨	١١١	أخصائي نفسي	١/٣	٩٠
*٣٣,٧٠٥	٥	٩٢,٣٩	٤١٣	٠	٠	٣٤	١١٥	أخصائي اجتماعي	١/٤	٩١
*٧٥,٠٠٧	١٣	٧٦,٩٦	٣٤٤	٠	١٠	٨٣	٥٦	أخصائي ثقافي	١/٥	٩٢
*٢٨,٥٦٠	١٩	٧٢,٢٦	٣٢٣	٢	١٧	٨٤	٤٦	أخصائي للمعاقين من كبار السن.	١/٦	٩٣

* ٨٨,٤١٤	٢٠	٧١,٣٧	٣١٩	٢	١٤	٩٤	٣٩	أخصائي تغذية	١/٧	٩٤
* ٤٤,٦٩٧	١٥	٧٤,٥٠	٣٣٣	٠	٢٠	٧٤	٥٥	مسئول العلاقات العامة	١/٨	٩٥
٠٠,٠٠	١	١٠٠	٤٤٧	٠	٠	٠	١٤٩	طبيب معالج	١/٩	٩٦
* ١٧,٦٦١	٨	٨٩,٤٩	٤٠٠	٠	٠	٤٧	١٠٢	تتوافر التجهيزات الملائمة لتقديم الخدمات الترويجية بدار المسنين والمتمثلة في..... مساحات خاصة بالممارسة تناسب أعداد كبار السن الممارسين للأنشطة الترويجية.	٢ ٢/١	٩٧
* ١٧,٩٣٠	٩	٨٧,٩٢	٣٩٣	٠	١٥	٢٤	١١٠	ممشى لمساعدة المسن على التجول بالدار.	٢/٢	٩٨
٤,٣٥٠	٤	٩٣,٧٤	٤١٩	٠	٠	٢٨	١٢١	إضاءة كافية ليلاً تسمح للممارسين من كبار السن بالممارسة في أي وقت من اليوم.	٢/٣	٩٩
٤,١٠٠	١٠	٨٥,٢٤	٣٨١	٠	٠	٦٦	٨٣	مساحات خضراء كافية لممارسة أنشطة الترويج المختلفة في الطبيعة.	٢/٤	١٠٠
* ١٨,٢٦٩	١٦	٧٤,٠٥	٣٣١	٠	١٢	٩٢	٤٥	أماكن خاصة للراحة أثناء الممارسة لأنشطة الترويجية.	٢/٥	١٠١
٠٠,٠٠	١ مكرر	١٠٠	٤٤٧	٠	٠	٠	١٤٩	أرضية مستوية آمنة للوقاية من التعرض للإصابة.	٢/٦	١٠٢
٠٠,٠٠	١ مكرر	١٠٠	٤٤٧	٠	٠	٠	١٤٩	عوامل الأمان والسلامة في الأدوات والأجهزة التي يستخدمها الممارسين من كبار السن خلال الممارسة.	٢/٧	١٠٣
* ٨٧,٢١٩	١٤	٧٥,٨٤	٣٣٩	٠	١٦	٧٦	٥٧	الأدوات والتجهيزات التي تستثير دافعية كبير السن	٢/٨	١٠٤

								للمشاركة بفاعلية.		
*٥٨,٢٥٥	٢٤	٥٣,٠٢	٢٢٧	١٧	٥٣	٥٣	٢٦	استخدام الأدوات البديلة داخل وحدات الممارسة لتفعيل الممارسة الترويجية.	٢/٩	١٠٥
*٩٥,٢٩٢	١١	٨٤,١٢	٣٧٦	٠	٣	٦٥	٨١	وسائل الإرشاد (اللوحات - الصور - الرسومات) التي توجه الممارسين من كبار السن خلال الممارسة الترويجية	٢/١٠	١٠٦
*٣٧,٣٨٨	٧	٩٠,٨٣	٤٠٦	٠	٧	٢٧	١١٥	قاعات مجهزة بدار المسنين يتقابل فيها كبار السن المقيمين بالدار مع أقاربهم	٢/١١	١٠٧
*١٠,٤١١	١٢	٧٩,٦٤	٣٥٦	٠	١٢	٦٧	٧٠	مكان مناسب وآمن لانتظار السيارات خاص بكبار السن	٢/١٢	١٠٨
*١٧,٢٠١	٢٣	٥٣,٤٧	٢٣٩	١١	٥٥	٦٥	١٨	تتميز الخدمات الترويجية بدار المسنين بأنها... توضع وفق أسس علمية	٣/٣١	١٠٩
٢,٠٩٩	٢٥	٥٠,٣٤	٢٢٥	٨	٧٩	٤٠	٢٢	مناسبة لقدرات كبار السن البدنية	٣/٢	١١٠
*١١,٨٨٢	٢٥ مكرر	٥٠,٣٤	٢٢٥	٢٠	٥٦	٥٠	٢٣	متنوعة بين أنشطة ترويجية جماعية وفردية	٣/٣	١١١
١,٦٦٦	٢٧	٤٨,٧٧	٢١٨	٢٠	٥٦	٥٧	١٦	مناسبة لاحتياجات كبار السن	٣/٤	١١٢
*٦٣,٥٤٩	٢١	٥٣,٩٢	٢٤١	١٢	٥٨	٥٤	٢٥	مناسبة لميول ورغبات كبار السن	٣/٥	١١٣
*٨٧,٩٠٠	٢٢	٥٣,٦٩	٢٤٠	٢٠	٤٨	٥١	٣٠	شمولها على أنشطة ترويجية (رياضية - اجتماعية - فنية - ثقافية - خلوية)	٣/٦	١١٤

قيمة "كا" عند مستوى (0,05) = ٧,٨٢

- يتضح من جدول (١٦) أن الوزن النسبي لأهم الاشتراطات الواجب توافرها فيما يرتبط بضمان تحقق جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين، تراوحت بين (٤٩,٦٦%، ٩٦,٢٠%)، وأن أهم الاشتراطات الواجب توافرها فيما يرتبط بضمان تحقق جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين جاءت بالترتيب التالي:
- يوجد بدار المسنين طبيب معالج. وجاءت في المرتبة الأولى وحصلت على وزن نسبي (١٠٠,٠٠%).
 - تتوافر بدار المسنين أرضية مستوية آمنة للوقاية من التعرض لإصابة. وجاءت في المرتبة الأولى "مكرر" وحصلت على وزن نسبي (١٠٠,٠٠%).
 - تتوافر بدار المسنين عوامل الأمان والسلامة في الأدوات والأجهزة التي يستخدمها الممارسين من كبار السن خلال الممارسة. وجاءت في المرتبة الأولى "مكرر" وحصلت على وزن نسبي (١٠٠,٠٠%).
 - تتوافر بدار المسنين إضاءة كافية ليلاً تسمح للممارسين من كبار السن بالممارسة في أي وقت من اليوم. وجاءت في المرتبة الرابعة وحصلت على وزن نسبي (٩٣,٧٤%).
 - يوجد بدار المسنين أخصائي اجتماعي. وجاءت في المرتبة الخامسة وحصلت على وزن نسبي (٩٢,٣٩%).
 - يوجد بدار المسنين أخصائي نفسي. وجاءت في المرتبة السادسة وحصلت على وزن نسبي (٩١,٥٠%).
 - تتوافر بدار المسنين قاعات مجهزة يتقابل فيها كبار السن المقيمين بالدار مع أقاربهم وجاءت في المرتبة السابعة وحصلت على وزن نسبي (٩٠,٨٣%).
 - تتوافر بدار المسنين مساحات خاصة بالممارسة تناسب أعداد كبار السن الممارسين للأنشطة الترويجية. وجاءت في المرتبة الثامنة وحصلت على وزن نسبي (٨٩,٤٩%).
 - تتوافر بدار المسنين "ممشى" لمساعدة المسن على التجول بالدار. وجاءت في المرتبة التاسعة وحصلت على وزن نسبي (٨٧,٩٢%).
 - تتوافر بدار المسنين مساحات خضراء كافية لممارسة أنشطة الترويج المختلفة في الطبيعة وجاءت في المرتبة العاشرة وحصلت على وزن نسبي (٨٥,٢٤%).
 - تتوافر بدار المسنين وسائل الإرشاد (اللوحات - الصور - الرسومات) التي توجه الممارسين من كبار السن خلال الممارسة الترويجية. وجاءت في المرتبة الحادية عشر وحصلت على وزن نسبي (٨٤,١٢%).
 - تتوافر بدار المسنين مكان مناسب وآمن لانتظار السيارات خاص بدار كبار السن. وجاءت في المرتبة الثانية عشر وحصلت على وزن نسبي (٧٩,٦٤%).

- يوجد بدار المسنين أخصائي ثقافي. وجاءت في المرتبة الثالثة عشر وحصلت على وزن نسبي (٧٦,٩٦%).
 - تتوافر بدار المسنين الأدوات والتجهيزات التي تستثير دافعية كبير السن للمشاركة بفاعلية. وجاءت في المرتبة الرابعة عشر وحصلت على وزن نسبي (٧٥,٨٤%).
 - يوجد بدار المسنين مسئول العلاقات العامة. وجاءت في المرتبة الخامسة عشر وحصلت على وزن نسبي (٧٤,٥٠%).
 - تتوافر بدار المسنين أماكن خاصة للراحة أثناء الممارسة لأنشطة الترويحية. وجاءت في المرتبة السادسة عشر وحصلت على وزن نسبي (٧٤,٠٥%).
 - يوجد بدار المسنين مسئول تخطيط برامج لكبار السن. وجاءت في المرتبة السابعة عشر وحصلت على وزن نسبي (٧٣,٣٨%).
 - يوجد بدار المسنين أخصائي رياضي ذو خبرة في مجال الترويج الرياضي لكبار السن. وجاءت في المرتبة الثامنة عشر وحصلت على وزن نسبي (٧٢,٩٣%).
 - يوجد بدار المسنين أخصائي للمعاقين من كبار السن. وجاءت في المرتبة التاسعة عشر وحصلت على وزن نسبي (٧٢,٢٦%).
 - يوجد بدار المسنين أخصائي تغذية. وجاءت في المرتبة العشرين وحصلت على وزن نسبي (٧١,٣٧%).
- يرى "الباحث" ضرورة توافر مجموعة من الاشتراطات فيما يرتبط بضمان تحقق جودة الخدمات الترويحية بدور المسنين كأحد الأبعاد الهامة لتحقيق جودة الخدمات الترويحية بدور المسنين وذلك من خلال معرفة وخبرة العاملين بدور المسنين، وقدرتهم على كسب ثقة كبار السن من خلال توفر القدرة لدى الأخصائيين على توفير الأمان الكافي المحيط بمكان تقديم الخدمات الترويحية والتصرف في المواقف الاستثنائية التي قد يتعرض لها كبار السن خلال الممارسة الترويحية، وذلك لن يتحقق إلا من خلال توافر فريق عامل مؤهل لتقديم الخدمات الترويحية وخدمات الرعاية الموازية لكبار السن يشمل مسئول تخطيط برامج لكبار السن، أخصائي رياضي أخصائي نفسي، أخصائي اجتماعي، أخصائي ثقافي، أخصائي للمعاقين من كبار السن، أخصائي تغذية، مسئول العلاقات العامة، طبيب معالج والتجهيزات الخاصة بالممارسة والرعاية وذلك لتوفير البيئة المناسبة للمسن المقيم بالدار، فتوافر تلك الاشتراطات يجعل من دار المسنين مكان ملائم لتقديم الخدمات الترويحية للمسنين، كما أن غياب بعضها وعدم تحققها يؤدي بالضرورة إلى وجود مشكلات تعوق تحقيق دور كبار السن لدورها ورسالتها نحو المسنين، وتؤكد "فريدة عبد الحميد (٢٠٠١م) (١٢) " على أن ارتفاع مستوى مكان الإقامة وتوفير سبل الرعاية الشاملة له تأثير إيجابي على ارتفاع نسبة التوافق الاجتماعي يؤثر أيضاً إيجابياً على التوافق الاجتماعي للمسن.

ويتفق مع ما سبق "ستيوارت، فوجي موتو، هارادا. Stewart, W, Fujimoto and Harada, M." (٢٨) (٢٠٠٥م) في ضرورة توافر القيادة المؤهلة للعمل مع قطاع كبار السن وذلك لأن ممارسة مناشط وقت الفراغ لها تأثيراتها الإيجابية على كبار السن إذا أحسن تخطيطها وتنظيمها فضلا عن مراعاتها لقدرات واستعدادات المسن وذلك لأنه في بعض الأحيان يكون لها تأثير سلبي ينتج من انفعالات كبير السن نتيجة لارتفاع مستوى الممارسة.

جدول (١٧) : التكرارات والمجموع التقديري والوزن النسبي والترتيب لعبارات البعد الخامس المرتبطة
بالتعاطف مع طالب الخدمات الترويجية بدار المسنين (ن=١٤٩)

كـا	الترتيب	الوزن النسبي	المجموع التقديري	موافق	موافق بدرجة	موافق	موافق بدرجة	العبارات	م	
				بدرجة ضعيفة	متوسطة	كبيرة	كبيرة جدا			
				ك	ك	ك	ك			
*٥٨,٣٢٢	١٦	٧٥,٦٢	٣٣٨	٠	١٦	٧٧	٥٦	تضع إدارة الدار مصلحة كبار السن المقيمين بدار المسنين في المقدمة.	١	١١٥
*٧٤,٠٢٥	١٤	٧٩,٨٧	٣٥٧	٠	٥	٨٠	٦٤	يعمل كل أخصائي من العاملين بدار المسنين على خدمة كبار السن	٢	١١٦
٠٠,٠٠	١	١٠٠	٤٤٧	٠	٠	٠	١٤٩	يتقن الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية بالدار فن التعامل مع كبار السن.	٣	١١٧
٠٠,٠٠	١ مكرر	١٠٠	٤٤٧	٠	٠	٠	١٤٩	يتسم الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية بالذوق والأدب وحسن الخلق..	٤	١١٨
*١٤,٢٥١	٧	٩٨,٤٣	٤٤٠	٠	٠	٧	١٤٢	يتعامل الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية في جو يسوده الحب والمودة والصدقة.	٥	١١٩
٠٠,٠٠	١ مكرر	١٠٠	٤٤٧	٠	٠	٠	١٤٩	يحترم الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية طلبات ورغبات كبار السن.	٦	١٢٠
٠٠,٠٠	١ مكرر	١٠٠	٤٤٧	٠	٠	٠	١٤٩	يعرف كل فرد من الأخصائيين القائمين على تقديم	٧	١٢١

كـا	الترتيب	الوزن النسبي	المجموع التقديري	موافق بدرجة ضعيفة	موافق بدرجة متوسطة	موافق بدرجة كبيرة	موافق بدرجة كبيرة جدا	العبارات	م
				ك	ك	ك	ك		
								الخدمات الترويجية دوره في تقديم المساعدة في حالة حدوث أي مشكلة.	
٠٠,٠٠	١ مكرر	١٠٠	٤٤٧	٠	٠	٠	١٤٩	يشعر كل مسن بالاحترام والمكانة الأدبية خلال تعامله مع جميع الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية.	٨
*١١,٦٠٠	١٩	٥٩,٥١	٣٦٦	٤	٤٧	٧٥	٢٣	يتميز الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية بالعطف وتفهم المشكلات لكبار السن خلال الممارسة الترويجية.	٩
*٦٨,٥٤٢	٢٣	٣٩,٨٢	١٧٨	٤٦	٤٧	٣٧	١٩	تضع دار المسنين مصلحة كبار السن في المقدمة من خلال توفيرها خدمات ترويجية تهدف إلى تطوير الحالة الصحية.	١٠ ١٠/١
*١٧,٨٥٩	٢٠	٤٨,٣٢	٣١٦	٢٠	٦٢	٤٧	٢٠	الوقاية من البدانة والتخلص من الوزن الزائد.	١٠/٢
*١٤,٣٢٨	١٢	٨٢,٩٩	٣٧١	٠	٤	٦٨	٧٧	التغلب على ظاهرة نقص الحركة.	١٠/٣
*٩١,٨٢١	٢١	٤٧,٤٣	٢١٢	٣٠	٤٧	٥١	٢١	الوقاية من الإصابة بأمراض القلب والدورة الدموية.	١٠/٤
*٧٤,٦٠٥	٢٤	٣٤,٠٠	١٥٢	٤٨	٥٩	٣٣	٩	تنمية اللياقة البدنية.	١٠/٥
*٥٩,٦١٢	٩	٩٠,٣٨	٤٠٤	٠	٨	٢٧	١١٤	الاسترخاء والراحة.	١٠/٦
٠٠,٠٠	١ مكرر	١٠٠	٤٤٧	٠	٠	٠	١٤٩	استثمار وقت الفراغ.	١٠/٧

كـا	الترتيب	الوزن النسبي	المجموع التقديري	موافق بدرجة ضعيفة	موافق بدرجة متوسطة	موافق بدرجة كبيرة	موافق بدرجة كبيرة جدا	العبارات	م	
				ك	ك	ك	ك			
*٣٨,٨٨٨	١٦ مكرر	٧٥,٦٢	٣٣٨	٠	١١	٨٧	٥١	إقامة علاقات مع الأعضاء من ذوي الاهتمامات والميول المشتركة.	١٠/٨	١٣١
*٧٥,٧٠٠	٢٢	٤٢,٥١	١٩٠	٣٤	٥٤	٤٧	١٤	تنمية الإحساس بحب الطبيعة وحياة الخلاء.	١٠/٩	١٣٢
*٥٢,٨٥١	٨	٩٧,٠٩	٤٣٤	٠	٠	١٣	١٣٦	بعث التفاؤل وزيادة الشعور بالإقبال على الحياة بسعادة	١٠/١٠	١٣٣
*٩٥,٢٠٣	١٠	٨٦,١٣	٣٨٥	٠	٠	٦٢	٨٧	الشعور بالاطمئنان	١٠/١١	١٣٤
*٦٩,١٢٦	١٠ مكرر	٨٦,١٣	٣٨٥	٠	٠	٦٢	٨٧	التخلص من الشعور بالعزلة الاجتماعية	١٠/١٢	١٣٥
*٤١,٦٤٤	١٣	٨٠,٧٦	٣٦١	٠	٧	٧٢	٧٠	تحقيق الرضا النفسي	١٠/١٣	١٣٦
*٣٦,٢٠٣	١٥	٧٧,٤١	٣٤٦	٠	٧	٨٧	٥٥	تنمية قوة الإرادة	١٠/١٤	١٣٧
*١٩,٤١٤	١٨	٧٤,٩٤	٣٣٥	٠	١٤	٨٤	٥١	الوقاية من بعض الأمراض النفسية	١٠/١٥	١٣٨

قيمة "كا" عند مستوى (٠,٠٥) = ٧,٨٢

قيمة كا² عند مستوى (٠,٠٥) = ٧,٨٢.

يتضح من جدول (١٧) أن الوزن النسبي لأهم الاشتراطات الواجب توافرها فيما يرتبط بالتعاطف مع طالب الخدمات الترويجية لتحقيق جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين، تراوحت بين (٣٤,٠٠%)، (١٠٠,٠٠%)، وأن أهم الاشتراطات الواجب توافرها فيما يرتبط بضمان تحقق جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين جاءت بالترتيب التالي:

- يتقن الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية بالدار فن التعامل مع كبار السن. وجاءت في المرتبة الأولى وحصلت على وزن نسبي (١٠٠,٠٠%).
- يتسم الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية بالذوق والأدب وحسن الخلق، وجاءت في المرتبة الأولى مكرر وحصلت على وزن نسبي (١٠٠,٠٠%).
- يعرف كل فرد من الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية دوره في تقديم المساعدة في حالة حدوث أي مشكلة. وجاءت في المرتبة الأولى مكرر وحصلت على وزن نسبي (١٠٠,٠٠%).
- يشعر كل مسن بالاحترام والمكانة الأدبية خلال تعامله مع جميع الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية. وجاءت في المرتبة الأولى مكرر وحصلت على وزن نسبي (١٠٠,٠٠%).
- تضع دار المسنين مصلحة كبار السن في المقدمة من خلال توفيرها خدمات ترويجية تهدف إلى استثمار وقت الفراغ. وجاءت في المرتبة الأولى مكرر وحصلت على وزن نسبي (١٠٠,٠٠%).
- يتعامل الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية في جو يسوده الحب والمودة والصدقة. وجاءت في المرتبة السابعة وحصلت على وزن نسبي (٩٨,٤٣%).

- تضع دار المسنين مصلحة كبار السن في المقدمة من خلال توفيرها خدمات ترويجية تهدف إلى بعث التفاؤل وزيادة الشعور بالإقبال على الحياة بسعادة. وجاءت في المرتبة الثامنة وحصلت على وزن نسبي (٩٧,٠٩%).

- تضع دار المسنين مصلحة كبار السن في المقدمة من خلال توفيرها خدمات ترويجية تهدف إلى الاسترخاء والراحة. وجاءت في المرتبة التاسعة وحصلت على وزن نسبي (٩٠,٣٨%).

- تضع دار المسنين مصلحة كبار السن في المقدمة من خلال توفيرها خدمات ترويجية تهدف إلى الشعور بالاطمئنان. وجاءت في المرتبة العاشرة وحصلت على وزن نسبي (٨٦,١٣%).

- تضع دار المسنين مصلحة كبار السن في المقدمة من خلال توفيرها خدمات ترويجية تهدف إلى التخلص من الشعور بالعزلة الاجتماعية. وجاءت في المرتبة العاشرة "مكرر" وحصلت على وزن نسبي (٨٦,١٣%).

- تضع دار المسنين مصلحة كبار السن في المقدمة من خلال توفيرها خدمات ترويجية تهدف إلى التغلب على ظاهرة نقص الحركة. وجاءت في المرتبة الثانية عشر وحصلت على وزن نسبي (٨٢,٩٩%).

- تضع دار المسنين مصلحة كبار السن في المقدمة من خلال توفيرها خدمات ترويجية تهدف إلى تحقيق الرضا النفسي. وجاءت في المرتبة الثالثة عشر وحصلت على وزن نسبي (٨٠,٧٦%).

- يعمل كل أخصائي من العاملين بدار المسنين على خدمة كبار السن. وجاءت في المرتبة الرابعة عشر وحصلت على وزن نسبي (٧٩,٨٧%).

- تضع دار المسنين مصلحة كبار السن في المقدمة من خلال توفيرها خدمات ترويجية تهدف إلى تنمية قوة الإرادة. وجاءت في المرتبة الخامسة عشر وحصلت على وزن نسبي (٧٧,٤١%).

- تضع إدارة الدار مصلحة كبار السن المقيمين بدار المسنين في المقدمة. وجاءت في المرتبة السادسة عشر وحصلت على وزن نسبي (٧٥,٦٢%).

- تضع دار المسنين مصلحة كبار السن في المقدمة من خلال توفيرها خدمات ترويجية تهدف إلى إقامة علاقات مع الأعضاء ذوي الاهتمامات والميول المشتركة. وجاءت في المرتبة السادسة عشر "مكرر" وحصلت على وزن نسبي (٧٥,٦٢%).

- تضع دار المسنين مصلحة كبار السن في المقدمة من خلال توفيرها خدمات ترويجية تهدف إلى الوقاية من بعض الأمراض النفسية. وجاءت في المرتبة الثامنة عشر وحصلت على وزن نسبي (٧٤,٩٤%).

يرى "الباحث" ضرورة توافر مجموعة من الاشتراطات فيما يرتبط بالتعاطف مع طالب الخدمات الترويجية كأحد الأبعاد الهامة لتحقيق جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين وذلك من خلال وضع مصلحة كبار السن بالدار في مقدمة اهتمامات الإدارة وأخصائي الترويج العاملين بها، وتوفير العناية الشخصية لكل مسن مع احترام العادات والتقاليد والمفاهيم الثقافية السائدة لديهم، وذلك لن يتحقق إلا من خلال توفير الأنشطة الترويجية والبيئة الداعمة للتغلب على العديد من المشكلات التي يعاني منها المسنين سواء المرتبطة باستثمار وقت الفراغ والتخلص من الشعور بالعزلة الاجتماعية وبالتالي تحقيق الرضا النفسي والشعور بالاطمئنان وبعث التفاؤل وزيادة الشعور بالإقبال للمسسن على الحياة بسعادة. فتوافر تلك الاشتراطات يجعل من دار المسنين مكان ملائم لتقديم الخدمات الترويجية للمسنين، كما أن غياب بعضها وعدم تحققها يؤدي بالضرورة إلى وجود مشكلات تعوق تحقيق دور كبار السن لدورها ورسالتها نحو المسنين.

ويتفق كلاً من "محمد على محمد" (٢٠٠٠م)، "عبد الحميد عبد المحسن" (٢٠٠٣م) إلى أن المسن يعاني من زيادة وقت الفراغ بدرجة كبيرة مقترن بجزيرة محدودة في استثماره، بالإضافة إلى ما يواجه كبار السن

من مشكلات تتمثل في الضعف العام وعدم الأمان الاقتصادي والشعور بعدم النفع والعزلة، لذا يجب العمل على توفير فرص ملائمة لاستمتاع كبار السن بأوقات فراغهم والعمل قدر المستطاع على التقليل من مشاعر العزلة الاجتماعية التي تظهر خلال هذه المرحلة العمرية بالذات وعموماً فإن أنشطة وقت الفراغ خلال هذه المرحلة تتحدد في ضوء عامل السن من جهة ونظرة المجتمع إلى ما ينبغي أن يمارس من نشاط في هذا السن من جهة أخرى، (١٧: ٢٥٨ - ٢٦٠) (٩: ١٢٣، ١٢٤).

الاستنتاجات:

في ضوء هدف البحث وفي إطار المنهج العلمي المستخدم، وفي نطاق عينة البحث، وكذلك التحليل الإحصائي، وعرض نتائج البحث وتفسيرها مناقشتها، تمكن "الباحث" من التوصل إلى النتائج التالية:

١ - بناء مقياس لجودة الخدمات الترويجية بدور المسنين. وتراوح معامل صدقه بين (٠,٦١٧، ٠,٦٧٩)، ومعامل ثباته (٠,٦١٣، ٠,٦٤١) وذلك يؤكد على أن المقياس المقترح على درجة مقبولة من الصدق والثبات، واشتمل على (٥) محاور بواقع (١٣٨) عبارة موزعة كالآتي:

- البعد الأول "الجوانب الملموسة في الخدمات الترويجية بدور المسنين" واشتمل على (٥٧) عبارة.
 - البعد الثاني "الثقة والاعتمادية في الخدمات الترويجية بدور المسنين" واشتمل على (١٩) عبارة.
 - البعد الثالث "الاستجابة فيما يرتبط بالخدمات الترويجية بدور المسنين" واشتمل على (١١) عبارة.
 - البعد الرابع "ضمان جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين" واشتمل على (٢٧) عبارة.
 - البعد الخامس "التعاطف مع طالب الخدمات الترويجية بدور المسنين" واشتمل على (٢٤) عبارة.
- ٢ - تمثلت الاشتراطات الواجب توافرها لتحقيق جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين فيما يلي:-

أولاً: فيما يرتبط بالجوانب الملموسة في الخدمات الترويجية بدور المسنين " وتمثلت في :

- ضرورة أن تتوفر الخدمات الترويحية الرياضية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في (المشي - التمرينات بجميع أنواعها (تمرينات لياقة بدنية - تمرينات هوائية) - تنس طاولة - كرة السلة - الرقص بجميع أنواعه (شعبي - جماعي..)) - الكرة الطائرة - كرة السرعة - كرة القدم - تنس المضرب الخشبي).
- تتوفر الخدمات الترويحية الثقافية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في (مشاهدة البرامج التليفزيونية - القراءة (المجلات - الجرائد..)) - المسابقات الدينية - حضور الندوات - قراءة القصص - الاستماع للبرامج الإذاعية).
- تتوفر الخدمات الترويحية الاجتماعية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في (مجالسة الأسرة - ألعاب المائدة (الورق - الشطرنج - الدومينو...)) - النزهات والرحلات الجماعية - الحفلات الاجتماعية - تبادل الزيارات بين كبار السن من نزلاء الدار وغيرها من الدور الأخرى).
- تتوفر الخدمات الفنية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في (أشغال الإبرة (كنافاه - خياطة) - الرسم - أشغال الحبال (المكروميات-...)) - العزف الموسيقي - الحفر على الخشب - أعمال الزجاج (رسم على الزجاج - الزجاج المعشق..).
- تتوفر الخدمات الخلوية الملائمة بدار المسنين والمتمثلة في زيارة الحدائق والمتنزهات - الرحلات الخلوية - تنسيق الحدائق).
- يظهر أخصائي الترويح بدار المسنين بمظهر مميز وجيد.
- يتسم التصميم الداخلي لدار المسنين بالجاذبية وحسن المظهر.
- يوجد مكان محدد ومعلوم لتقي الشكاوي والاستفسارات المرتبطة بالخدمات الترويحية بدار المسنين.
- يتسم المظهر الخارجي لدار المسنين بالذوق الجمالي.
- يظهر العاملين على تقديم خدمات الرعاية الموازية للخدمات الترويحية بدار المسنين بمظهر مميز وجيد.

- يوجد مكان محدد ومعلوم للأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية بدار المسنين.

ثانياً: فيما يرتبط بالثقة والاعتمادية في الخدمات الترويجية بدور المسنين " وتمثلت في:

- توفر إدارة الدار عوامل الأمان والسلامة في كل ما يرتبط بالخدمات الترويجية وبرامج الرعاية الموازية.

- توفر إدارة الدار أخصائيين على مستوى تأهيل عالي للعمل مع كبار السن.

- يحرص الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية بالدار على (توجيه كبار السن نحو

الأنشطة الترويجية التي تناسب حالتهم الصحية - التواجد المستمر مع كبار السن خلال الممارسة

الترويجية - مراعاة العوامل (المعرفية - النفسية - الخبرة) لكبار السن والمؤثرة على الممارسة الترويجية

الفعالة - تقديم الخدمات الترويجية في الموعد الذي يناسبني - توفير فرص الممارسة الترويجية المتكافئة

لكبار السن - تقسيم كبار السن الممارسين للأنشطة الترويجية بالدار لجماعات متجانسة من حيث

(السن - الجنس - الحالة الصحية..) - استخدام أساليب مشوقة تثير دافعية كبار السن نحو الممارسة

الترويجية - تقديم المعلومات لكبار السن عن أهمية الممارسة الترويجية من مختلف الجوانب - مراعاة ميول

كبار السن الممارسين للأنشطة الترويجية بتقديم أنشطة ترويجية متنوعة).

- مشاركة كبار السن في اختيار الأنشطة الترويجية.

- تعمل إدارة الدار على تقديم خدماتها الترويجية في الوقت المحدد وفق المجال الزمني المعلن.

- تقوم إدارة الدار بالإعلان عن مواعيد تقديم خدماتها الترويجية بصورة ملائمة.

- كفاءة ودقة الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية بالدار يقوي شعور كبار السن بالثقة

الكاملة فيهم.

ثالثاً: فيما يرتبط "لاستجابة لتحقيق جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين:" وتمثلت في:

- يحصل كبار السن المقيمين بدار المسنين على الخدمات الترويجية بسهولة.

- تعمل إدارة الدار على تطوير وتحسين خدماتها الترويجية وبرامج الرعاية الموازية باستمرار لإرضاء كبار السن.

- يعمل كل العاملين بدار المسنين على تلبية رغبات واحتياجات كبار السن.

- تبذل إدارة الدار أقصى جهد لتقديم خدماتها الترويجية وبرامج الرعاية الموازية في أحسن صورة.

- سرعة إدارة الدار في تلبية احتياجات جميع كبار السن المقيمين بدار المسنين.

- توفر إدارة الدار وسيلة مناسبة لتقديم الشكاوي والاستفسارات المقدمة من كبار السن وزويهم.

- تستجيب إدارة الدار لحل مشكلات كبار السن وزويهم بصورة فورية.

- تعمل إدارة الدار على التغلب على المواقف المفاجأة غير المعتادة والتي قد تحدث أثناء الممارسة الترويجية.

- إعلام كبار السن بمواعيد الحصول على الخدمات الترويجية بدار المسنين بصورة مناسبة.

- الاستعداد التام من الأخصائيين القائمين على الخدمات لمعاونة كبار السن المقيمين بدار المسنين في جميع الأوقات.

رابعاً: فيما يرتبط " بضمان تحقق جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين لاستجابة لتحقيق جودة

الخدمات الترويجية بدور المسنين " وتمثلت في:

- يتقن الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية بالدار فن التعامل مع كبار السن.

- يتسم الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية بالذوق والأدب وحسن الخلق.

- يحترم الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية طلبات ورغبات كبار السن.

- يعرف كل فرد من الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية دوره في تقديم المساعدة في حالة حدوث أي مشكلة.

- يشعر كل مسن بالاحترام والمكانة الأدبية خلال تعامله مع جميع الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية.

- تضع دار المسنين مصلحة كبار السن في المقدمة من خلال توفيرها خدمات ترويجية تهدف إلى (استثمار وقت الفراغ - بعث التفاؤل وزيادة الشعور بالإقبال على الحياة بسعادة - الاسترخاء والراحة - الشعور بالاطمئنان - التخلص من الشعور بالعزلة الاجتماعية - التغلب على ظاهرة نقص الحركة - تهدف إلى تنمية قوة الإرادة - تحقيق الرضا النفسي - إقامة علاقات مع الأعضاء من ذوي الاهتمامات والميول المشتركة - الوقاية من بعض الأمراض النفسية).

- يتعامل الأخصائيين القائمين على تقديم الخدمات الترويجية في جو يسوده الحب والمودة والصدقة.
- يعمل كل أخصائي من العاملين بدار المسنين على خدمة كبار السن.

التوصيات:

في ضوء ما تم استنتاجه يوصي الباحث بما يلي:

- الاستفادة من المقياس المقترح في تقويم جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين للوقوف على نقاط القوة والضعف لضمان تحقيق رسالتها الخدمية للمسنين.

- مساعدة المسنين على تحديد احتياجاتهم بأنفسهم وإتاحة الفرص لهم لاستغلال مهاراتهم وخبراتهم التي اكتسبوها في حياتهم استغلالاً كاملاً بما يعود بالفائدة عليهم وعلى المجتمع، وتعزيز روح المبادرة لديهم، وتدريبهم على الاعتماد على أنفسهم ومساعدتهم على القيام بأنشطة تناسب ومستوى قدراتهم وإمكاناتهم.

- إن توافر القيادات المتطوعة للعمل مع المسنين يعد من العوامل الهامة التي تسهم في تفعيل الممارسة داخل البرنامج الترويجي وكذلك توفير مجال أكبر من الأشراف الدقيق للمسنين خلال الممارسة بالبرنامج.

- ضرورة العمل على إعداد أخصائيين على مستوى علمي ومهني جيد بما يتلاءم مع طبيعة التغيرات التي تحدث في عمليات النمو الاجتماعي والانفعالي والنفسي لهم وتقدير الاحتياجات الفعلية والمستقبلية للمسن.
- ضرورة مراعاة الاتجاهات العلمية الحديثة نحو المسنين من خلال تحويل الاهتمام بالمسن من توفير الرعاية الطبية فقط إلى توجيه الاهتمام لاحتياجات كبير السن والعمل على إشباعها.
- وضع آلية للتوسع وتطوير دور رعاية المسنين على المستوى القومي بجمهورية مصر العربية كما هو متاح لمرحلي الطفولة والشباب وما يتم في الوقت الحاضر بالنسبة للمرأة والعمل على تحقيقه انطلاقاً من ترسيخ قيم العدل والمساواة والتي تنادي بها قوانين حقوق الإنسان.
- ضرورة أن تسرع كليات التربية الرياضية للبنين والبنات بوضع سياسة إعداد الكوادر الفنية المتخصصة للعمل في مجال رعاية المسنين وذلك بتخريج أخصائي كبار السن.
- دعوة القطاع الخاص لتحمل مسؤولياته في دعم الخدمات والبرامج المقدمة لرعاية المسنين وتوفير مختلف التسهيلات الخاصة لهم وعلى النحو الذي يعكس امتنان ووفاء المجتمع لكبار السن وتقديره لعطائهم.
- تشجيع إجراء وتمويل الدراسات الميدانية حول صحة المسنين الجسمية والنفسية، وجمع كل ما يتعلق باحتياجاتهم ومشكلاتهم الصحية من معلومات وتحليل هذه المعلومات ووضعها تحت أنظار أصحاب القرار السياسي لمساعدتهم على اتخاذ القرارات وسن القوانين المناسبة في شأن رعاية المسنين.
- تأكيد وتأصيل القيم والتعاليم الدينية التي تحث على البر بالوالدين ولاسيما من خلال تضمين المناهج في مختلف مراحل التعليم العام موضوعات حول التعريف بكبار السن، وإبراز مكانتهم وحقوقهم في الأسرة، وضرورة الوفاء لهم إيماناً بدورهم في حياتنا.

- التأكيد على مبدأ العدالة والمساواة في تقديم الخدمات الصحية إلى المسنين والعمل على إنشاء نظام شامل للتأمين الصحي والاجتماعي يغطي مختلف قطاعات المسنين بمن فيهم المزارعون والحرفيون، ممن لا تغطيهم نظم التأمين القائمة بالدولة.
- تنظيم دورات تدريبية متقدمة للعاملين مع كبار السن لزيادة خبراتهم ورفع كفاءة أدائهم في خدمة هذه الفئة العمرية وذلك من خلال اضطلاعهم على كل ما هو جديد وتطوير معارفهم بشأن كل ما هو مرتبط بسبل تحقيق جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين.
- تبادل التجارب والخبرات مع بعض الدول العربية والعالمية التي توفر الدعم والرعاية لكبار السن والاضطلاع على الأنظمة والمواثيق واللوائح الداخلية التي تنظم وتحكم عمل المؤسسات العاملة في هذا المجال الرسمية منها والأهلية والاستفادة منها في دعم وترسيخ العمل مع كبار السن.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

١. ثابت عبد الرحمن إدريس: قياس جودة الخدمة باستخدام مقياس الفجوة بين (الإدراكات - التوقعات) " دراسة منهجية بالتطبيق على الخدمة الصحية بدولة الكويت، إنتاج علمي، المجلة العربية للعلوم الإدارية، المجلد الثامن، العدد ١١، الكويت، علمي، نوفمبر ٢٠٠٥م.
٢. ثابت عبد الرحمن إدريس: المدخل الحديث في الإدارة، الإسكندرية، الدار الجامعية، ٢٠٠٠م.
٣. حرفوش السعيد مدني: إدارة الجودة الشاملة "عودة إلى الإصلاح الإداري"، ط ٢، القاهرة، مكتبة زهراء الشرق، ٢٠٠٠م.
٤. خليفة بمبهايني: أوقات الفراغ والترويح مفاهيم وإدارة، الكويت، مطبعة الفيصل، ٢٠٠٤م.
٥. دور الرعاية الاجتماعية: نشرة موجزة، وزارة العمل والشؤون الاجتماعية، القاهرة، ١٩٩٧.
٦. رفعت عبد الباسط محمود: دراسة تقييمية للخدمات المقدمة للمسنين في المؤسسات الإيوائية، إنتاج علمي، مجلة أسيوط لعلوم وفنون التربية الرياضية، الجزء الثاني، كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط، ٢٠٠٠م.

٧. سلطان عبد الصمد إسماعيل: تصميم برامج الترويج لكبار السن بمركز الأمير سلمان بن عبد العزيز

الاجتماعي بالرياض دراسة تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين بالقاهرة،
جامعة حلوان، ٢٠٠٥م.

٨. سهير أحمد محمد: احتياجات المسنين ومتطلباتهم في ضوء تحديات الألفية الثالثة - رؤية مستقبلية"،

المؤتمر الإقليمي العربي الأول لرعاية المسنين، المسنون في العالم العربي الواقع والمأمول في مطلع الألفية
الثالثة، إنتاج علمي، الجزء الثاني، جامعة حلوان، ٢٠٠٠م.

٩. عبد الحميد عبد المحسن عبد الحميد: الخدمة الاجتماعية في مجال رعاية المسنين في الوطن العربي
"النظرية والممارسة"، القاهرة، دار النهضة الشرق، ٢٠٠٣م.

١٠. عبد الله بن ناصر السدحان: تحلي الأبناء عن الوالدين دراسة ميدانية، إنتاج علمي، مجلة جامعة
الإمام محمد بن سعود الإسلامية، عماده البحث العلمي، العدد (٢٧) الرياض، المملكة العربية
السعودية، ٢٠٠٠م.

١١. فريدة أحمد الحرزاوي: نحو حياة أفضل لكبار السن، القاهرة، ٢٠٠٤م.

١٢. فريدة إسماعيل عبد الحميد: أثر العوامل الاجتماعية على التوافق الاجتماعي للمسنات (دراسة
ميدانية بمدينة الرياض)، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب جامعة الملك سعود، الرياض،
٢٠٠١م.

١٣. كمال الدين عبد الرحمن درويش، محمد محمد الحماحي: رؤية عصرية للترويح وأوقات الفراغ، القاهرة، مركز الكتاب للنشر، ٢٠٠٢م.

١٤. محمد سيد فهمي، نورهان منير: الرعاية الاجتماعية للمسنين، ط ٢، الإسكندرية، المكتب الاجتماعي الحديث، ٢٠٠٣م.

١٥. محمد عبد المحسن المالكي: التحديات التي تواجه المسنين في المجتمع المعاصر "رؤية إرشادية تكاملية"، إنتاج علمي، مجلة الشؤون الاجتماعية، العدد ٧٦، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، ٢٠٠٢م.

١٦. محمد عبد المنعم محمد: قياس جودة الخدمة في المنشآت الرياضية المركزية بوزارة التربية والتعليم، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، ٢٠٠٤م.

١٧. محمد على محمد: المجتمع والثقافة والشخصية، (المدخل إلى علم الاجتماع)، ط ٤، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٠م.

١٨. محمد غريب حمادة: برامج الأنشطة الترويحية لكبار السن بأندية ومراكز المسنين بمحافظة قنا - دراسة تقويمية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية بالسادات، جامعة المنوفية، ٢٠٠٥م

١٩. محمد سيد هاشم: المشكلات التي تواجه البرامج الترويحية بدور المسنين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، ٢٠٠٦م.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

- 20- Barton,J., &Marson,B.,: Service Quality: An introduction ,Provice of British Columbia Publications ,1999.
- 21 - Bilish,F., Note A.,: Total Quality Management Macro Function Model for Ranks . Total Quality Management, vol ,1 INo. 1,2000.
- 22- Cho, N-H; Jun,J.K; Cho, B.J , Anailability of recreation, sports and fitness opportunities for elderly people in south kored, world , leisure Journal, 2002.
- 23- Gronroos, Christian: Service management and marketing ,Maxwell international edition, Lexington Books Massachusetts, Toronto,2000.
- 24- Kerr,S.,: An Investigation In to Sector Sport and Leisure Centers ,Dissertation submitted as part requirement for the degree of Master of Science in sport management University of Northumbria,2000.
- 25- Mc Adam, R., &Saulter,R.,: Quality Management Frameworks in the Public Sector Total Quality Management, Vol. 11,No 4/5 &pp652-656,2000.
- 26- Mc Guinn, - K; Mosher Ashley, P.M. , Participation in recreational Activities and its effect on perception of life satisfaction in residential settings, 2000.
- 27- Ovretveit ,J.,: What is Quality in Health Services , Health Services Management June ,pp. 132-133,1999.
- 28- Stewart, W.; Fujimoto, J. Harada, H Emational changes during leisure a ctivity in a comnunity program, leisir journal Article,2005.

"جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين"

*م.د/ تامر محمد سعيد العناني

استهدف البحث التعرف على جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين من خلال بناء مقياس لجودة الخدمات الترويجية بدور المسنين وتطبيقه للتعرف على أهم الاشتراطات الواجب توافرها لتحقيق جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين.

بلغت عينة البحث (٢٠٩) فرداً، وقد بلغ قوام عينة البحث المستخدمة في المعاملات العلمية (٦٠) فرداً بنسبة (٢٨,٧١%) من إجمالي عينة البحث ومن خارج عينة البحث الأساسية، في حين بلغ قوام عينة البحث الأساسية (١٤٩) فرداً موزعة على (المجموعة الأولى) واشتملت على الخبراء والقائمين على الخدمات الترويجية للمسنين واشتملت على (٥٧) بواقع (١١) خبيراً من الأساتذة في مجال الترويج وعلم النفس الرياضي والإدارة الرياضية بكليات التربية الرياضية تم اختيارها بالطريقة العمدية، (٥) من القادة العاملين بالإدارة المركزية لبرامج التنمية البشرية التابعة للمجلس القومي للرياضة، (١٢) من مديري دور المسنين، (٢٩) أخصائي من العاملين بدور المسنين بمحافظة القاهرة والجيزة تم اختيارها بالطريقة العمدية التطبيقية، (المجموعة الثانية) المسنين المستفيدين من الخدمات الترويجية بدور المسنين (بمقابل مادي - بدون مقابل مادي) بمحافظة القاهرة والجيزة واشتملت على (٩٢) مسناً بواقع (٤٠) مسناً ومسنة

* مدرس بقسم الترويج الرياضي بكلية التربية الرياضية للبنين - الهرم

بدور المسنين بدون مقابل مادي، (٥٢) مسناً ومسنة بدور للمسنين بمقابل مادي، واعتمد الباحث على مقياس جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين المقترح كوسيلة لجمع البيانات الخاصة بهذا البحث، وكان من أهم نتائجها بناء مقياس جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين. وتراوح معامل صدقه بين (٠,٦١٧، ٠,٦٧٩)، ومعامل ثباته (٠,٦١٣، ٠,٦٤١) وذلك يؤكد على أن المقياس المقترح على درجة مقبولة من الصدق والثبات، واشتمل على (٥) محاور بواقع (١٣٨) عبارة موزعة على (٥) أبعاد، فضلاً عن تحديد أهم الاشتراطات الواجب توافرها لتحقيق جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين فيما يرتبط بـ (الجوانب الملموسة في الخدمات الترويجية بدور المسنين - الثقة والاعتمادية في الخدمات الترويجية بدور المسنين - الاستجابة فيما يرتبط بالخدمات الترويجية بدور المسنين - ضمان جودة الخدمات الترويجية بدور المسنين - التعاطف مع طالب الخدمات الترويجية بدور المسنين).

Second, the Abstract in English

"Quality Recreational Services centers for the Elderly"

Targeted research to identify the Quality of the Leisure Services centers Elderly by building a measure of the Quality of Recreational services the centers of the Elderly and its application to identify the most important requirements to be met to verify the Quality of services Recreational centers of the Elderly.

The sample search (209) people, have the strength of the research sample used in scientific transactions (60) individuals by (28.71%) of the total sample, and outside of the core sample, while the strength of the core sample (149) members distributed (Group I) and included experts and Leisure Services for the Elderly and included (57) by (11) experts from professors in the field of recreation and field sports psychology and sports management faculties of Physical Education was chosen way intentional, (5) of leaders working central administration-of development programs Human of the National Council of Sports, (12) of the managers centers Elderly, (29) Specialist staff centers Elderly Cairo and Giza was chosen way intentional class, (Group II) Elderly beneficiaries of the Leisure Services centers Elderly (a fee - without a fee) Cairo and Giza and included (92) sensed by (40) sensed and an Elderly centers Elderly without charge, (52) an Elderly and Elderly centers Elderly are paid, and the researcher on the Quality scale Leisure Services centers Elderly

proposed as a means of data collection for this research, it was the most important results in building Quality scale Leisure Services centers Elderly. And ranged coefficient sincerity between (0.617, 0.679), and the coefficient firmness (0.613, 0.641) and this confirms that the measure proposed an acceptable degree of validity and reliability, and included (5) axes by (138) is distributed (5) dimensions, as well as identifying the most important requirements to be met to achieve the service Quality Recreational centers Elderly in erly - confidence and reliability in the Recreational Servicconnection with (b concrete aspects in Recreational Services centers Eldes centers Elderly - respond with associated services Recreational centers Elderly - to ensure Quality of services Recreational centers Elderly - sympathy with student services Recreational centers for the Elderly .