

الفصل الخامس

٥/٠ الإستنتاجات والتوصيات

٥/١ الإستنتاجات

٥/٢ التوصيات

الفصل الخامس

١/٥ الاستنتاجات والتوصيات

١/٥ الاستخلاصات:

في ضوء نتائج البحث وفي حدود العينة التي أجري عليها الاستبيان البحث توصل الباحث للاستخلاصات التالية:

المحور الأول مفهوم الترويج التجاري لعينة الريف جاءت على النحو التالي:

- احتلت عبارة إنه نشاط يمارسه الشباب وفقا لاختياراته وميوله في المرتبة الأولى لمفهوم الترويج التجاري.
- احتلت عبارة هو نشاط فردي وجماعي يمارسه الشباب في أنشطة الترويج التجاري في المرتبة الثانية .
- احتلت عبارة أن الترويج التجاري هو وسيلة لإشباع الميول للأنشطة الترويجية في المرتبة الثالثة.
- احتلت عبارة إنه كسر للروتين اليومي وذلك لمفهوم الترويج التجاري في المرتبة الرابعة.
- احتلت عبارة إنه مجال يتيح التزود بالخبرات الجديدة النافعة للحياة في المرتبة قبل الأخيرة.
- واحتلت عبارة إنه وقاية للمراهقين الشباب من الانحراف في المرتبة الأخيرة.

المحور الأول مفهوم الترويج التجاري لعينة المدن جاءت على النحو التالي:

- احتلت عبارة أنه نشاط يعود على الشباب بالمتعة في المرتبة الأولى لمفهوم الترويج التجاري.
- احتلت عبارة أنه يجلب الشعور بالسعادة عند إستخدام القدرات العقلية في أنشطة الترويج التجاري في المرتبة الثانية .
- احتلت عبارة أن الترويج التجاري هو وسيلة لتجديد الطاقة والحيوية للشباب في المرتبة الثالثة.
- احتلت عبارة إنه كسر للروتين اليومي وذلك لمفهوم الترويج التجاري في المرتبة الرابعة.
- احتلت عبارة إنه مجال يقتصر على مشاهدة البرامج في وقت الفراغ في المرتبة قبل الأخيرة.

- إحتلت عبارة إن الترويج التجاري مجال يخفض التوتر العصبي الذي يصاب به الفرد بسبب ضغوط الحياة في المرتبة قبل الأخيرة.

- وإحتلت عبارة إن الترويج التجاري يكون بإستثمار أوقات الفراغ بالعائد المادي في المرتبة الأخيرة.

ويرى الباحث أن عينة المدن والريف لديهم إدراك معرفي بمفهوم الترويج التجاري ولكن ليس لديهم إدراك معرفي عن كيفية شغل وقت فراغها بأنشطة إيجابية وليس لديهم أماكن تستقطبهم لهذه الأنشطة.

وهناك وعي لدى عينة المدن عن مفهوم الترويج التجاري أكثر من عينة الريف .

المحور الثاني الخدمات التي تقدمها المقاهي لجذب الشباب لعينة الريف جاءت على النحو التالي:

- إحتلت المرتبة الأولى لعب الدومينو وذلك ضمن الخدمات التي تجذب الشباب.

- وإحتلت المرتبة الثانية إن المقهى توفير وسائل المشاهدة المرئية (التلفزيون - الدش -) وذلك ضمن الخدمات التي تجذب الشباب.

- وإحتلت المرتبة الثالثة تدخين الشيشة وذلك ضمن الخدمات التي تجذب الشباب.

- وإحتلت المرتبة الرابعة لعب الطاولة وذلك ضمن الخدمات التي تجذب الشباب.

- وإحتلت المرتبة الخامسة لعب الورق وذلك ضمن الخدمات التي تجذب الشباب.

- إحتلت ألعاب الإنترنت في المرتبة قبل الأخيرة.

- وأحتلت عبارة توفير الصحف والمجلات في المرتبة الأخيرة.

المحور الثاني الخدمات التي تقدمها المقاهي لجذب الشباب لعينة المدن جاءت على النحو التالي:

- إحتلت المرتبة الأولى لعب تنس الطاولة وذلك ضمن الخدمات التي تجذب الشباب.

- وإحتلت المرتبة الثانية إن المقهى توفر وسائل المشاهدة المرئية (التلفزيون - الدش -) وذلك ضمن الخدمات التي تجذب الشباب.

- وإحتلت المرتبة الثالثة لعب الشطرنج وذلك ضمن الخدمات التي تجذب الشباب.

- وإحتلت المرتبة الرابعة لعب الطاولة وذلك ضمن الخدمات التي تجذب الشباب.

- وإحتلت المرتبة الخامسة لعب الورق وذلك ضمن الخدمات التي تجذب الشباب.

- إحتل تدخين الشيشة في المرتبة قبل الأخيرة.

- وإحتلت عبارة خلق فرص عمل في المرتبة الأخيرة.

ويرى الباحث أن مشاركة عينة المدن مشاركة سلبية تجاه إختيارها للخدمات المقدمة في المقاهي ،أما مشاركة عينة الريف فهي مشاركة سلبية وتلحق الأذى بالفرد والمجتمع أي مشاركة هدامه.

المحور الثالث أسباب ارتياد المقاهي لعينة الريف جاءت على النحو التالي:

- احتلت عبارة ليس لدي مكان غير المقهى للذهاب إليه في المرتبة الأولى أسباب إرتياد الشباب للمقهى.
- احتلت عبارة مشاهدة مباريات كرة القدم غير المذاعة تلفزيونيا في المرتبة الثانية .
- احتلت مشاهدة البرامج والقنوات الفضائية المشفرة المشترك بها المقهى في المرتبة الثالثة.
- احتلت عبارة اللعب بوسائل الترفية المختلفة مع الأصدقاء في المرتبة الرابعة.
- احتلت عقد لقاءات مع الشباب للاتفاق على مصالح في المرتبة قبل الأخيرة.
- واحتلت عبارة قراءة الصحف والمجلات في المرتبة الأخيرة.

المحور الثالث أسباب ارتياد المقاهي لعينة المدن جاءت على النحو التالي:

- احتلت عبارة ليس لدي مكان غير المقهى للذهاب إليه في المرتبة الأولى أسباب إرتياد الشباب للمقهى.
 - احتلت عبارة مشاهدة مباريات كرة القدم غير المذاعة تلفزيونيا في المرتبة الثانية .
 - احتلت مشاهدة البرامج والقنوات الفضائية المشفرة المشترك بها المقهى في المرتبة الثالثة.
 - احتلت عبارة اللعب بوسائل الترفية المختلفة مع الأصدقاء في المرتبة الرابعة.
 - احتلت عبارة أنه ليس لديه ما يفعله في المرتبة قبل الأخيرة.
 - واحتلت عبارة إنه لا يوجد أماكن للذهاب إليها غير المقهى في المرتبة الأخيرة.
- تساوت الأسباب التي تجذب الشباب للمقاهي في كل من المدن والريف و كانت في مقدمتها إنها ليس لديها مكان للذهاب إليه مما يدل على قلة الإمكانيات المتاحة ووسائل جذب للشباب من هيئات ومؤسسات وأنشطة ترويحية مما يؤدي إلى ذهابهم إلى المقهى.

المحور الرابع الأضرار الناتجة عن الجلوس في المقهى لعينة الريف جاءت على النحو التالي:

- احتلت عبارة إنحرافات في القوام في المرتبة الأولى ضمن أضرار الجلوس في المقهى.
- احتلت عبارة انتقال العدوى عن طريق شرب الشيشة في المرتبة الثانية .
- احتلت الإصابة بأمراض الجهاز التنفسي في المرتبة الثالثة.

- احتلت عبارة إهدار المال في غير موضعة في المرتبة قبل الأخيرة.
 - احتلت عبارة إدمان الجلوس في المقهى في المرتبة قبل الأخيرة.
 - احتلت عبارة عزوف الشباب عن التخطيط الجيد لمستقبلهم وحياتهم في المرتبة قبل الأخيرة.
 - واحتلت عبارة مصاحبة قرناء السوء في المرتبة الأخيرة.
- المحور الرابع الأضرار الناتجة عن الجلوس في المقهى لعينة المدن جاءت على النحو التالي:
- احتلت مشاهدة الأفلام المخلة بالإباحية في المرتبة الأولى ضمن أضرار الجلوس في المقهى.
 - احتلت عبارة إصابة الرواد بحالة من اللامبالاه (التبلد) في المرتبة الثانية .
 - احتلت عبارة التأثير بالعادات والتقاليد السيئة في المرتبة الثالثة.
 - احتلت عبارة ظهور بعض المتاعب الجسمية والنفسية والصحية في المرتبة قبل الأخيرة.
 - واحتلت عبارة تعاطي المكيفات في المرتبة الأخيرة.
- وجد الباحث أن عينة المدن أكثر وعي وإدراك من عينة الريف في معرفتها وإدراكها لإضرار الجلوس في المقاهي .

٢/٥ التوصيات:

- في ضوء النتائج و الإستنتاجات يوصي الباحث بالآتي:-
- سن القوانين وإصدار التشريعات المرتبطة بتأسيس مؤسسات الترويج التجاري وكذلك تقنين الضرائب المقررة على مشروعاتها وفقاً لنوع الخدمات والبرامج التي تقدمها.
 - توفير الدولة كافة التسهيلات اللازمة لتأسيس مشروعات الترويج التجاري ومد المرافق الأساسية للعديد من المناطق التي يمكن إقامة تلك المشروعات.
 - التخطيط الجيد من قبل الدولة لمشروعات الترويج التجاري وذلك على مستوى المدن والريف مع إعطاء أولوية خاصة للمناطق السياحية، وذلك في ضوء استراتيجية تتبناها الدولة لدعم مشروعات الترويج والسياحة.
 - فرض الرقابة من قبل أجهزة الدولة المعنية بذلك على المشروعات و البرامج التي تديرها مؤسسات الترويج التجاري غير الخاضعة لإدارة الدولة والتي تتبع أنظمة الاستثمار الحر (القطاع الخاص) وذلك للتأكد من نوعية وجودة الخدمات التي تقدمها لجمهورها.
 - توسع الدولة في مشروعات الترويج التجاري لجذب الشباب نحو أنشطة ترويجية إيجابية.

- زيادة الوعي بوسائل الإعلام المختلفة والهيئات الحكومية ومراحل التعليم المختلفة عن أهمية الترويج والترويج التجاري بصفة خاصة وكيفية استثمار وقت الفراغ بصورة تعود على الفرد والمجتمع بالنفع .
 - الإهتمام بدراسة مرحلة الشباب حيث أنها اكبر مرحلة عطاء للإنسان وعدم دراسة هذه المرحلة يؤدي لتكوين آراء وأفكار سلبية نحو الترويج.
 - العمل على عودة المقهى لدورة القديم حيث تعقد بها ندوات ثقافية وسياسية تهتم بمشاكل المجتمع وذلك عن طريق الاعتراف بها كمكان للترويج ومحاولة الإشراف عليها لتكون كمركز ترويجي.
 - إهتمام الدولة بالحدائق العامة ومراكز الشباب والمساحات الخضراء وإنشاء أنشطة ترويج تجاري تعود على الفرد والمجتمع بالفائدة والنفع.
 - إنشاء مقهى للترويج وأوقات الفراغ تحت إشراف وزارة الشباب لتقديم أنشطة إيجابية موجهة حتى يمكن الإشراف على الأنشطة المقدمة داخل هذا المقهى لتكون ذات طابع خاص يتناسب مع اتجاهات ورغبات المترددين ، بحيث تكون أنشطة موجهة بطريقة غير مباشرة لاستثمار أوقات الفراغ الضائعة في المظاهر الأخرى، ويقترح الباحث تطبيق هذا المشروع على خمسة مراكز كتجربة أولية ثم يبدأ بعد ذلك تعميمه، مع مراعاة ما يلي:
 - منع التدخين والمشروبات الكحولية داخل المقهى.
 - يكون العمل بالمقهى وفقاً للساعات التي يتم تحديدها من قبل وزارة الشباب .
 - يكون للمقهى علامة مميزة "شعار" حتى يمكن التعرف عليها في جميع أنحاء الجمهورية .
 - يعين مشرفين لإدارة هذا المكان حيث أنه ليس بمثابة مقهى عادي، ولكن مقهى يتلاقى فيه الشباب والافراد مما يجب على المشرفين عليه أن يكونوا مؤهلين علمياً وتربوياً حتى يمكنهم التعامل مع الشباب.
 - تحديد نسبة للعاملين والمشرفين على المقهى من العائد المادي أو الربح الذي يتحقق من الخدمات المقدمة من خلاله.
- أوجه النشاط المقترح تقديمها:**
- برامج وفقرات القنوات الفضائية من المباريات ومسابقات في المجال الترويجي الثقافي والفني .
 - القراءة.
 - ألعاب الكمبيوتر والإنترنت.
 - إنشاء دوري بين المقاهي في المسابقات الفنية و الثقافية والالعاب الترفيهيه.