

واقع الأنشطة الإستثمارية والخطط الإعلامية بمنشآت الهيئة العامة لاستاد القاهرة الرياضى

أ.د.دينا حفنى عبد العزيز
أستاذ بقسم الإدارة الرياضية
- كلية التربية الرياضية
- جامعة حلوان

أ.م.د. عبير شلتوت
أستاذ مساعد بقسم الإدارة الرياضية
- كلية التربية الرياضية
- جامعة حلوان

مها شعيب

الهيئة العامة لاستاد القاهرة الرياضى

- مقدمة :-

إن المتتبع للحركة الرياضية المصرية ، يجدها فى تطور مستمر، مثلها مثل جميع المجالات التي تشكل قوى الدولة الشاملة ، التي تساهم فى دعم الأمن والإقتصاد الوطنى ، والشباب والرياضة دائماً وأبداً يشكلان ضلعان أساسيان فى تنمية ودعم الوطن ، وهذا ماتسعى وزارة الشباب والرياضة لتحقيقه من ضمن رسالتها أن تهتم بإدارة إقتصادية رشيدة للمنشآت الشبابية والرياضية وجذب موارد إضافية للتمويل ، و تطوير المنشآت الرياضية لإقامة المحافل الرياضية العالمية والأولمبية .

- مشكلة البحث :-

وفى ضوء توجيهات القيادة السياسية ، باتباع الأساليب الحديثة لتحقيق أفضل إستفادة ممكنة من موارد الدولة بإسلوب و فكر إستثمارى، وكذلك فى ضوء المتغيرات العالمية فى المجال الرياضى خلال السنوات الماضية وتحوله إلى قطاع منتج يسهم بشكل مباشر فى الدخل القومى، و فى ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠م ، أصدر رئيس الجمهورية قرار برقم ٢٢٣ لسنة ٢٠١٨ م بشأن إنشاء الهيئة العامة لإستاد القاهرة الرياضى ، والذي نص على إنشاء هيئة عامة إقتصادية تسمى " الهيئة العامة لإستاد القاهرة الرياضى " ، وتكون لها الشخصية الاعتبارية العامة ، ويكون مقرها محافظة القاهرة ، ويجوز لها إنشاء فروع داخل الدولة ، وتتبع وزير الشباب والرياضة ، وتهدف الهيئة إلى تحقيق الإستغلال الأمثل لمنطقة الإستاد الرياضى وتطويرها بشكل حضارى لتكون منطقة رياضية وخدمية وترفيهية متكاملة ، وتوفير أوجه الرعاية البدنية والرياضية للنشئ والشباب والكبار.(٢١)

وتبلغ مساحة الهيئة العامة لاستاد القاهرة الرياضى مليون متر مربع تقريبا (٢٢٥ فدان)
 وشتمل على أحد عشر موقعا وهم (الاستاد الرئيسى - ستاد الفروسية - ستاد الدراجات - ستاد
 الهوكى - مجمع السباحة - مجمع التنس - مجمع الإسكواش - مجمع الصالة المغطاة - الصالة
 المكشوفة - الملاعب الفرعية - ملاعب النجيل الصناعى) ومنهم القانونى والأولمبى ، والغير قانونى
 يتم التدريب عليه ، حيث يحتوى كل موقع على إمكانات ومنشآت خاصة به ، ومنشآت رياضية فى
 مختلف الألعاب و فندق للوفود الرياضية ، حيث تعتبر قرية رياضية صغيرة (قرية أولمبية) .

ومن خلال عمل الباحثة كنائب مدير بستاد الفروسية بالهيئة العامة لاستاد القاهرة الرياضى
 وهو واحد من أحد عشر موقع ، فقد لاحظت تدنى نسبة الإشغال الفعلى للمنشآت الرياضية حيث
 تصل إلى ٣٠ % نقلاً عن رباب أحمد (٢٠١٦) وهى تعد نسبة منخفضة مقارنة للإمكانات المتوفرة
 والموقع المتميز للهيئة ، وبعد الإطلاع على الموازنة المالية لعام ٢٠١٩ / ٢٠٢٠ فقد قدرت خسائر
 العام (عجز النشاط) للسنة المالية ٢٠١٩ / ٢٠٢٠ بمبلغ ٣٠٧٦٨٠٠٠ (فقط وقدره ثلاثون مليوناً
 وسبعمئة وثمانية وستون ألف جنيه) . (٢٢)

مما له بالغ الأثر فى إنخفاض الإيرادات وزيادة فى عجز الموازنة ، ما دفع الباحثة لإقامة
 الدراسة حتى تتعرف على الوضع الحالى للمنشآت الرياضية للهيئة العامة لاستاد القاهرة الرياضى
 للوقوف عند نقاط القوة و الضعف وعلاجها ، وتحديد نقاط القوة وتدعيمها والسعى إلى تحقيق التنمية
 المستدامة وإستثمار المنشآت الرياضية للهيئة العامة لاستاد القاهرة الرياضى بالوجه الأمثل فى ضوء
 قرار التغيير الذى أصدره رئيس الجمهورية .

هذا من ناحية ومن ناحية أخرى لاحظت الباحثة وجود تفاوت كبير فى العائد المادى من
 المنشآت الرياضية للهيئة العامة لاستاد القاهرة الرياضى حيث أن الهيئة العامة لاستاد القاهرة الرياضى
 بها أحد عشر موقعا يمكن تقسيمهم إلى ثلاث أقسام من حيث الإقبال :-

- إقبال ممتاز (مجمع السباحة - مجمع الصالة المغطاة - مجمع الاسكواش - مجمع التنس) .
- إقبال متوسط (ستاد الفروسية - الملاعب الفرعية - ملاعب النجيل الصناعى) .
- إقبال ضعيف (ستاد الهوكى - الصالة المكشوفة) .

هذا ما يدعوا للتساؤل عن أسباب هذا التفاوت بين مختلف المواقع بالهيئة حيث يعد هذا
 التفاوت فى نسبة الإقبال أحد بواعث إختيار مشكلة البحث ، وبالنسبة للباحث العلمى فى إختيار
 مشكلة البحث فقد لاحظت الباحثة إهتمام عدد من الباحثين بالهيئة العامة لاستاد القاهرة الرياضى

حيث تناولها كلاً من دينا حنفى (٢٠١٧) يهدف بناء مقياس الرشاقة الإستراتيجية بهيئة ستاد القاهرة الدولي من منظور الميزة التنافسية و رباب أحمد (٢٠١٦) بهدف وضع نموذج مقترح للتخطيط الإستراتيجى لإنشاء نظام إقتصادى بهيئة ستاد القاهرة و يحيى زكريا (٢٠١٤) بهدف صياغة إستراتيجية مقترحة لتطوير هيئة ستاد القاهرة الدولي و أشرف صبحى (٢٠١٢) بهدف صياغة تصور مقترح لإستراتيجية تطوير هيئة ستاد القاهرة الدولي و غيرهم ، ما دعى الباحثة لإجراء الدراسة الحالية فى محاولة للتعرف على أوجه القصور والضعف وتحديد نقاط القوة لمختلف الإمكانيات التى توفرها الهيئة العامة لاستاد القاهرة الرياضى للمستخدمين فى محاولة جادة لدراسة الواقع الفعلى بالهيئة بكافة متغيراته للتعرف على نقاط القوة والقصور ومعالجتها وتحديد نقاط القوة وتدعيمها حتى ينتهى لهذا الصرح الهائل من تحقيق أهدافه المنشودة للمجال الرياضى وتحقيق عوائده المرتفعة وتنميتها .

- منهج البحث :-

إستخدمت الباحثة المنهج الوصفى بأسلوبه المسحى و أسلوب دراسة الحالة نظراً لمناسبته لطبيعة البحث .

- مجتمع البحث :-

إشتمل مجتمع البحث على العاملين بالهيئة العامة لاستاد القاهرة الرياضى والبالغ عددهم (١٣٠) فرد موظف بعد إستبعاد فئة العمالة (السباكة - الزراعة - الخاصة بالملاعب - الأمن - الورشة - السائقين - الحياكة - التمرىض - المخازن - مراقبة الوقت - الأرشيف) ، وكذلك بعد إستبعاد العاملين الحاصلين على أجازة (مرضى ، رعاية طفل ، مرافقة زوج ،) .

- عينة البحث :-

تم إختيارها بأسلوب الحصر الشامل من مجتمع البحث حيث إشتملت على عدد (١٣٠) فرد موظف من أصحاب المؤهلات العليا بالهيئة العامة لاستاد القاهرة الرياضى (المجموعة النوعية لوظائف الهندسية - المجموعة النوعية لوظائف الزراعة - المجموعة النوعية لوظائف القانون - المجموعة النوعية لوظائف الخدمات الإجتماعية - المجموعة النوعية لوظائف الإعلام - المجموعة النوعية لوظائف التمويل والمحاسبة - المجموعة النوعية لوظائف التنمية الإدارية - المجموعة النوعية لوظائف الإحصاء الرياضية والحاسبات الإلكترونية - المجموعة النوعية لوظائف الأمن) مقسمة كما يلى :-

- عينة البحث الأساسية :-

تم إختيارها بالطريقة العشوائية من مجتمع البحث ، حيث إشمئت على عدد (١٠٠) فرد موظف من العاملين بالهيئة العامة لاستاد القاهرة الرياضى من أصحاب المؤهلات العليا .

- عينة البحث الأستطلاعية :-

تم إختيارها بالطريقة العشوائية من مجتمع البحث ، وخارج العينة الأساسية حيث إشمئت على عدد (٣٠) فرد موظف من أصحاب المؤهلات العليا للعاملين بالهيئة العامة لاستاد القاهرة الرياضى .

جدول (١)

التوصيف الكمى للمجتمع وعينتى البحث

| م | فئات مجتمع البحث | حجم المجتمع | حجم العينة الأساسية | حجم العينة الإستطلاعية | مجموع عينتى البحث | النسبة المئوية |
|---|---|-------------|---------------------|------------------------|-------------------|----------------|
| ١ | المجموعة النوعية لوظائف الهندسية | ١١ | ١٠ | ١ | ١١ | %١٠٠ |
| ٢ | المجموعة النوعية لوظائف الزراعة | ٧ | ٦ | ١ | ٧ | %١٠٠ |
| ٣ | المجموعة النوعية لوظائف القانون | ٦ | ٥ | ١ | ٦ | %١٠٠ |
| ٤ | المجموعة النوعية لوظائف الخدمات الإجتماعية (عدد ٣٧ أخصائى رياضى - عدد ٥ تخصصات أخرى) | ٤٢ | ٣٣ | ٩ | ٤٢ | %١٠٠ |
| ٥ | المجموعة النوعية لوظائف الإعلام | ١٣ | ٨ | ٥ | ١٣ | %١٠٠ |
| ٦ | المجموعة النوعية لوظائف التمويل والمحاسبة | ١٨ | ١٢ | ٦ | ١٨ | %١٠٠ |
| ٧ | المجموعة النوعية لوظائف التنمية الإدارية | ٢١ | ١٩ | ٢ | ٢١ | %١٠٠ |
| ٨ | المجموعة النوعية لوظائف الإحصاء الرياضية والحاسبات الإلكترونية | ١١ | ٧ | ٤ | ١١ | %١٠٠ |
| ٩ | المجموعة النوعية لوظائف الأمن | ١ | - | ١ | ١ | %١٠٠ |
| | المجموع | ١٣٠ | ١٠٠ | ٣٠ | ١٣٠ | %١٠٠ |

- أدوات جمع البيانات :-

استخدمت الباحثة الأدوات التالية لجمع بيانات الدراسة الحالية :-

- تحليل الوثائق والسجلات :-

حيث قامت الباحثة بفحص السجلات الدالة على حجم مجتمع البحث ومشمولاته بهدف تحديد عينة البحث الأساسية والإستطلاعية ، كما قامت الباحثة بتحليل العديد من رسائل الماجستير والدكتوراة والأبحاث المنشورة فى مجال متغيرات البحث وذلك بهدف إيجاد تأصيل نظرى لمتغيرات البحث وتصميم الإستبيان المقترح وتحديد وصياغة وأبعاده وعباراته .

- المقابلة الشخصية :-

حيث أجرت الباحثة العديد من المقابلات الشخصية الفردية غير المقننة مع المسؤولين العاملين بالهيئة العامة لاستاد القاهرة الرياضى للمساعدة فى تصميم أبعاد الإستبيان المقترح والتأكد من إكمال بنود الأبعاد والعبارات ومناسبة صياغتها ومدى ملائمتها للفئات الوظيفية التى سوف يتم تطبيق الإستبيان عليها .

- الإستبيان :-

حيث قامت الباحثة بتصميم إستبيان لجمع بيانات الدراسة الحالية بعنوان " واقع الأنشطة الإستثمارية والخطط الإعلامية بمنشآت الهيئة العامة لاستاد القاهرة الرياضى " (من تصميم الباحثة).

جدول (٢)

المسح المرجعى لإستبيان واقع الأنشطة الإستثمارية والخطط الإعلامية بمنشآت

الهيئة العامة لاستاد القاهرة الرياضى

| الموضوع | الدراسات المرجعية |
|---|--|
| واقع الأنشطة الإستثمارية والخطط الإعلامية بمنشآت الهيئة العامة لاستاد القاهرة الرياضى . | زينب دسوقى أحمد (٢٠١٩م) - مى محمد (٢٠١٧ م) - رباب أحمد (٢٠١٦) - رحاب أحمد (٢٠١٤م) - يحيى زكريا (٢٠١٣م) ، أحمد السيد (٢٠١٤ م) . دينا حفنى (2017 - Dina Hefny) |

جدول (٣)

معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات إستبيان : واقع الأنشطة الإستثمارية والخطط الإعلامية بمنشآت الهيئة العامة لاستاد القاهرة الرياضى والدرجة الكلية الذى تنتمى اليه (ن = ٣٠)

| م | العبارات | معامل الارتباط |
|----|--|----------------|
| 1 | تهدف الهيئة إلى تنمية مواردها الذاتية بمختلف المنشآت الرياضية . | *.٨١٤ |
| 2 | تسعى الهيئة إلى إدارة وتشغيل المنشآت الرياضية بأسلوب إقتصادي . | *.٨٨٣ |
| 3 | تسعى الهيئة إلى إستثمار جميع إمكاناتها المتوفرة على هامش إقامة الدورات والبطولات الرياضية . | *.٧٧٥ |
| 4 | توفر الهيئة تسهيلات لتشجيع المستثمرين على الإستثمار وإقامة المشروعات . | *.٨٤٧ |
| 5 | تسعى الهيئة إلى ضرورة إستقطاب المؤسسات الرياضية لإقامة البطولات والاحتفالات مقابل خصم مادي . | *.٨٥٤ |
| 6 | توجد خريطة للإستثمار للمنشآت الرياضية توضح المنشآت التى يمكن الإستثمار فيها . | *.٦٢١ |
| 7 | يتم الإستعانة بخبراء ومكاتب الإستثمار فى خطط وبرامج التسويق للمنشآت الرياضية . | *.٨٩٤ |
| 8 | توجد خطة واضحة لتحديد إحتياجات المنشآت الرياضية من الإعتمادات المالية الإستثمارية بما يحقق أعلى عائد إقتصادي . | *.٩١١ |
| 9 | تهدف إدارة الهيئة إلى إستثمار المساحات غير المستغلة . | *.٨٤١ |
| 10 | توجد شبكة علاقات قوية وفعالة بين الهيئة والإتحادات المحلية والدولية لإستضافة الأحداث والمعسكرات التدريبية . | *.٧٩١ |

تابع جدول (٣)

معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات إستبيان : واقع الأنشطة الإستثمارية والخطط الإعلامية بمنشآت الهيئة العامة لاستاد القاهرة الرياضى والدرجة الكلية الذى تنتمى اليه (ن = ٣٠)

| م | العبارات | معامل الارتباط |
|----|--|----------------|
| 11 | تهتم الهيئة بتعديل وتطوير الخطط التسويقية بشكل دائم للتغلب على ضعف الموارد الذاتية للمنشأة . | *.٩٦١ |
| 12 | تسعى الهيئة إلى تحقيق التبادل النفعى بين المؤسسات الرياضية و المستفيدين من الجماهير . | *.٨١٠ |
| 13 | تقوم الهيئة بدراسة السوق بشكل جيد من حيث رغباته وإحتياجاته . | *.٨٥٠ |
| 14 | يتم الإعلان عن البرنامج والخطط المنفذة للعاملين والمستفيدين من أنشطة الهيئة بمختلف القنوات الإعلامية . | *.٨٣٠ |
| 15 | يتم دعم الإعلام عن البرامج التطويرية ونشر أخبارها فى وسائل الإعلام (المسموعة والمقروءة) . | *.٨٤٤ |
| 16 | تعمل الهيئة على توفير الخطط التسويقية التى تساعد على تحقيق زيادة حجم الإستثمار . | *.٩٣٦ |
| 17 | يوجد موقع إلكترونى خاص بالمنشأة يساعد على زيادة فاعلية التسويق وسهولة الإتصال . | *.٥٨٣ |
| 18 | توجد خطة لتسويق التذاكر والإعلانات بالمنشآت الرياضية . | *.٨٩٣ |

| | | |
|--------|----|---|
| ٠.٧٣٣* | 19 | يتم الإعلان عن الأحداث الرياضية التي تستضيفها الهيئة ومدى نجاحها في تنظيم الحدث على موقع الهيئة . |
| ٠.٩٤١* | 20 | تهتم الهيئة بالدعاية واستخدام وسائل الإعلام الإلكتروني لتشجع الشركات الراعية والمسوقة للرياضة على الإستثمار بها |
| ٠.٨٨٢* | 21 | تحدد مساحة يومية في لوحة الإعلانات لتحديد أوقات و أماكن إقامة الأنشطة الرياضية و أنواعها داخل المنشآت . |
| ٠.٨٧٩* | 22 | يتم التعاقد مع الشركات الإستثمارية لتغطية إحتياجات المنشآت مقابل الدعايا و الإعلان لها في المباريات و البطولات و الإحتفالات . |

قيمة ر الجدولية عند مستوى دلالة ٠.٠٥ = ٠.٣٦١

يتضح من جدول (٣) ما يلي :- أن معامل الارتباط بين كل عبارة من العبارات والمجموع الكلى قد تراوحت ما بين (٠.٥٨٣ إلى ٠.٩٦١) وبمقارنة قيمة (ر) المحسوبة بقيمة (ر) الجدولية يتضح وجود ارتباط دال إحصائيا بين جميع العبارات والمجموع الكلى للبعد وبذلك يصبح عدد العبارات (٢٢) عبارة والنتائج تدل على أن العبارات تتسم بدرجة عالية من الصدق .

- المعالجات الإحصائية المستخدمة بالبحث :-

- الإحصاء الوصفي (المتوسط الحسابي ، الإنحراف المعياري ، معامل الإلتواء) .
- قيم ارتباط بيرسون .
- التكرارات والنسبة المئوية .
- الدرجة المقدره .
- الوزن النسبي (الوزن الترجيحي)

- عرض ومناقشة النتائج :-

- عرض النتائج :-

جدول (٤)

التكرارات والأهمية النسبية و(كا٢) لعبارات إستبيان : واقع الأنشطة الإستثمارية والخطط الإعلامية بمنشآت الهيئة العامة لاستاد القاهرة الرياضي لدى عينة البحث (ن=١٠٠)

| الترتيب | كا٢ | % | المجموع | غير موافق | | غير موافق | | موافق بدرجة | | موافق | | موافق بدرجة | | العبارات | م |
|---------|-------|------|---------|-------------|----|-------------|----|-------------|----|-------------|----|-------------|---|--|---|
| | | | | بدرجة كبيرة | | بدرجة قليلة | | متوسطة | | بدرجة كبيرة | | كبيرة جداً | | | |
| | | | | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | | |
| ٥ | ١١١.٢ | ٦٠ | ٣٠٠ | ٧.٠ | ٧ | ١٣.٠ | ١٣ | ٦٢.٠ | ٦٢ | ٩.٠ | ٩ | ٩.٠ | ٩ | تهدف الهيئة إلى تنمية مواردها الذاتية بمختلف المنشآت الرياضية | ١ |
| ٦ | ٩٥.٨ | ٥٨.٢ | ٢٩١ | ١١.٠ | ١١ | ١٣.٠ | ١٣ | ٥٩.٠ | ٥٩ | ٨.٠ | ٨ | ٩.٠ | ٩ | تسعى الهيئة إلى إدارة وتشغيل المنشآت الرياضية بأسلوب اقتصادي | ٢ |
| ٣ | ٧٠.٠ | ٦٠.٦ | ٣٠٣ | ١١.٠ | ١١ | ١٠.٠ | ١٠ | ٥٣.٠ | ٥٣ | ١٧.٠ | ١٧ | ٩.٠ | ٩ | تسعى الهيئة إلى استثمار جميع إمكاناتها المتوفرة على هامش إقامة الدورات والبطولات الرياضية | ٣ |
| ٨ | ٢٧.٣ | ٥٣.٤ | ٢٦٧ | ١٤.٠ | ١٤ | ٣٥.٠ | ٣٥ | ٣٠.٠ | ٣٠ | ١٢.٠ | ١٢ | ٩.٠ | ٩ | توفر الهيئة تسهيلات لتشجيع المستثمرين على الإستثمار وإقامة المشروعات. | ٤ |
| ١٠ | ٤١.٣ | ٥٣ | ٢٦٥ | ١٤.٠ | ١٤ | ٣٠.٠ | ٣٠ | ٤٠.٠ | ٤٠ | ٩.٠ | ٩ | ٧.٠ | ٧ | تسعى الهيئة إلى ضرورة إستقطاب المؤسسات الرياضية لإقامة البطولات والإحتفالات مقابل خصم مادي . | ٥ |
| ٧ | ١٠٥.١ | ٥٥.٤ | ٢٧٧ | ١١.٠ | ١١ | ١٦.٠ | ١٦ | ٦٠.٠ | ٦٠ | ١١.٠ | ١١ | ٢.٠ | ٢ | توجد خريطة للإستثمار المنشآت الرياضية توضح المنشآت التي يمكن الإستثمار فيها . | ٦ |
| ٢٠ | ٨٥.٨ | ٣٨.٨ | ١٩٤ | ٣٥.٠ | ٣٥ | ٤٩.٠ | ٤٩ | ٧.٠ | ٧ | ٥.٠ | ٥ | ٤.٠ | ٤ | يتم الإستعانة بخبراء ومكاتب الإستثمار في خطط وبرامج التسويق للمنشآت الرياضية | ٧ |
| ١٢ | ٦١.٣ | ٤٦.٦ | ٢٣٣ | ١٧.٠ | ١٧ | ٤٧.٠ | ٤٧ | ٢٦.٠ | ٢٦ | ٦.٠ | ٦ | ٤.٠ | ٤ | توجد خطة واضحة لتحديد إحتياجات المنشآت الرياضية من الإعتمادات المالية الإستثمارية بما يحقق أعلى عائد إقتصادي . | ٨ |

تابع جدول (٤)

التكرارات والأهمية النسبية و(٢كا) لعبارات إستبيان : واقع الأنشطة الإستثمارية والخطط الإعلامية بمنشآت الهيئة العامة لاستاد القاهرة الرياضى لدى عينة البحث (ن=١٠٠)

| م | العبارات | موافق بدرجة كبيرة جداً | | موافق بدرجة كبيرة | | موافق بدرجة متوسطة | | غير موافق بدرجة قليلة | | غير موافق بدرجة كبيرة | | المجموع | % | ٢كا | الترتيب |
|----|---|------------------------|-----|-------------------|-----|--------------------|-----|-----------------------|-----|-----------------------|-----|---------|------|-------|---------|
| | | ك | | % | | ك | | % | | ك | | | | | |
| | | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | | | | | | |
| ٩ | تهدف إدارة الهيئة إلى استثمار المساحات غير المستغلة . | ٦ | ٦٠ | ١٠ | ١٠٠ | ٧٠ | ٧٠ | ٨ | ٨٠ | ٦ | ٦٠ | ٣٠٢ | ٦٠.٤ | ١٥٦.٨ | ٤ |
| ١٠ | توجد شبكة علاقات قوية وفعالة بين الهيئة والإتحادات المحلية والدولية لإستضافة الأحداث والمعسكرات التدريبية | ٨ | ٨٠ | ١٣ | ١٣٠ | ٦٢ | ٦٢ | ١٢ | ١٢٠ | ٥ | ٥٠ | ٣٠٧ | ٦١.٤ | ١١٢.٣ | ٢ |
| ١١ | تهتم الهيئة بتعديل وتطوير الخطط التسويقية بشكل دائم للتغلب على ضعف الموارد الذاتية للمنشأة . | ٧ | ٧٠ | ٥ | ٥٠ | ١٧ | ١٧٠ | ٤٤ | ٤٤٠ | ٢٧ | ٢٧٠ | ٢٢١ | ٤٤.٢ | ٥١.٤ | ١٣ |
| ١٢ | تسعى الهيئة إلى تحقيق التبادل النفعي بين المؤسسات الرياضية و المستفيدين من الجماهير . | ٤ | ٤٠ | ٦ | ٦٠ | ٥٩ | ٥٩٠ | ١٤ | ١٤٠ | ١٧ | ١٧٠ | ٢٦٦ | ٥٣.٢ | ١٠٠.٩ | ٩ |
| ١٣ | تقوم الهيئة بدراسة السوق بشكل جيد من حيث رغباته واحتياجاته | ٣ | ٣٠ | ٥ | ٥٠ | ٦٠ | ٦٠٠ | ١٨ | ١٨٠ | ١٤ | ١٤٠ | ٢٦٥ | ٥٣ | ١٠٧.٧ | ١١ |
| ١٤ | يتم الإعلان عن البرنامج والخطط المنفذة للعاملين والمستفيدين من أنشطة الهيئة بمختلف القنوات الإعلامية . | ٢ | ٢٠ | ٤ | ٤٠ | ٩ | ٩٠ | ٢٤ | ٢٤٠ | ٦١ | ٦١٠ | ١٦٢ | ٣٢.٤ | ١١٩.٩ | ٢٢ |
| ١٥ | يتم دعم الإعلام عن البرامج التطويرية ونشر أخبارها فى وسائل الإعلام (المسموعة والمقروءة) . | ٤ | ٤٠ | ٣ | ٣٠ | ٩ | ٩٠ | ٢١ | ٢١٠ | ٦٣ | ٦٣٠ | ١٦٤ | ٣٢.٨ | ١٢٥.٨ | ٢١ |
| ١٦ | تعمل الهيئة على توفير الخطط التسويقية التى تساعد على تحقيق زيادة حجم الإستثمار . | ٤ | ٤٠ | ٤ | ٤٠ | ١٠ | ١٠٠ | ٥٠ | ٥٠٠ | ٣٢ | ٣٢٠ | ١٩٨ | ٣٩.٦ | ٨٢.٨ | ١٨ |
| ١٧ | يوجد موقع إلكترونى خاص بالمنشأة يساعد على زيادة فاعلية التسويق وسهولة الإتصال | ٢٠ | ٢٠٠ | ٣١ | ٣١٠ | ٢٥ | ٢٥٠ | ١٦ | ١٦٠ | ٨ | ٨٠ | ٣٣٩ | ٦٧.٨ | ١٥٠.٣ | ١ |

تابع جدول (٤)

التكرارات والأهمية النسبية و(كا٢) لعبارات إستبيان : واقع الأنشطة الإستثمارية والخطط الإعلامية بمنشآت الهيئة العامة لاستاد القاهرة الرياضى لدى عينة البحث (ن=١٠٠)

| الترتيب | كا٢ | % | المجموع | غير موافق | | غير موافق | | موافق بدرجة | | موافق | | موافق بدرجة | | العبارات | م |
|---------|------|------|---------|-------------|----|-------------|----|-------------|----|-------------|---|-------------|---|---|----|
| | | | | بدرجة كبيرة | | بدرجة قليلة | | متوسطة | | بدرجة كبيرة | | كبيرة جداً | | | |
| | | | | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | | |
| ١٥ | ٧٣.٩ | ٤٢.٦ | ٢١٣ | ٢٨.٠ | ٢٨ | ٥٠.٠ | ٥٠ | ١١.٠ | ١١ | ٣.٠ | ٣ | ٨.٠ | ٨ | توجد خطة لتسويق التذاكر والإعلانات بالمنشآت الرياضية | ١٨ |
| ١٩ | ٦٤.٩ | ٣٩.٤ | ١٩٧ | ٤٢.٠ | ٤٢ | ٣٧.٠ | ٣٧ | ١٠.٠ | ١٠ | ٤.٠ | ٤ | ٧.٠ | ٧ | يتم الإعلان عن الأحداث الرياضية التي تستضيفها الهيئة ومدى نجاحها فى تنظيم الحدث على موقع الهيئة . | ١٩ |
| ١٧ | ٦٩.٥ | ٤٠.٢ | ٢٠١ | ٣٢.٠ | ٣٢ | ٤٦.٠ | ٤٦ | ١٥.٠ | ١٥ | ٣.٠ | ٣ | ٤.٠ | ٤ | تهتم الهيئة بالدعاية وإستخدام وسائل الإعلام الإلكترونى لتشجع الشركات الراعية والمسوقة للرياضة على الإستثماريها | ٢٠ |
| ١٦ | ٦١.١ | ٤٠.٨ | ٢٠٤ | ٤٠.٠ | ٤٠ | ٣٨.٠ | ٣٨ | ٩.٠ | ٩ | ٤.٠ | ٤ | ٩.٠ | ٩ | تحدد مساحة يومية فى لوحة الإعلانات لتحديد أوقات و أماكن إقامة الأنشطة الرياضية و أنواعها داخل المنشآت . | ٢١ |
| ١٤ | ٣٩.٦ | ٤٣.٨ | ٢١٩ | ٣١.٠ | ٣١ | ٣٤.٠ | ٣٤ | ٢٥.٠ | ٢٥ | ٥.٠ | ٥ | ٥.٠ | ٥ | يتم التعاقد مع الشركات الإستثمارية لتغطية إحتياجات المنشآت مقابل الدعايا و الإعلان لها فى المباريات و البطولات و الإحتفالات . | ٢٢ |
| الثالث | | ٤٩.٠ | ٥٣٨٨ | | | | | | | | | | | الدرجة الكلية للبعد | |

قيمة (كا٢) عند مستوي (٠,٠٥) = (٩.٤٩)

يتضح من جدول (٤) ما يلى :- ان النسب المئوية لإستجابات عينة البحث قد إنحصرت ما بين (٣٢.٤ % ، ٦٧.٨ %) وجاءت جميع قيم مربع كا دالة إحصائيا عند مستوى دلالة ٠.٠٥ على العبارات ولصالح الإستجابة ب موافق بدرجة كبيرة جداً على العبارة (٢٢) ، بينما جاءت قيم مربع كا دالة إحصائيا عند مستوى دلالة ٠.٠٥ على العبارات ولصالح الإستجابة ب موافق بدرجة كبيرة على العبارة (١٧) ، بينما جاءت قيم مربع كا دالة إحصائيا عند مستوى دلالة ٠.٠٥ على العبارات ولصالح الإستجابة ب موافق بدرجة متوسطة على العبارات (١، ٢، ٣، ٥، ٦، ١٣، ١٢، ١٠، ٩) ، بينما جاءت

قيم مربع كا دالة إحصائيا عند مستوى دلالة ٠.٠٥ على العبارات ولصالح الإستجابة ب غير موافق بدرجة قليلة على العبارات (٧،٤،٨،١١،١٦،١٨،٢٠) ، بينما جاءت قيم مربع كا دالة إحصائيا عند مستوى دلالة ٠.٠٥ على العبارات ولصالح الاستجابة ب غير موافق بدرجة كبيرة على العبارات (١٥،١٩،٢١،١٤) .

- مناقشة النتائج :-

- أوضحت نتائج الدراسة في مجال التعرف على واقع الأنشطة الإستثمارية والخطط الإعلامية بمنشآت الهيئة العامة لاسناد القاهرة الرياضى كما يوضحها جدول (٤) ، أنه تراوحت النسبة المئوية لإستجابات أفراد العينة على العبارات بين (٦٧.٨%) إلى (٣٢.٤%) حيث حصلت العبارة (١٧) على الترتيب الأول بنسبة مئوية (٦٧.٨%) والتي تنص على (يوجد موقع إلكترونى خاص بالمنشأة يساعد على زيادة فاعلية التسويق وسهولة الإتصال) ، كما حصلت العبارة (١٠) على الترتيب الثانى بنسبة مئوية (٦١.٤%) والتي تنص على (توجد شبكة علاقات قوية وفعالة بين الهيئة والإتحادات المحلية والدولية لإستضافة الأحداث والمعسكرات التدريبية) ، بينما العبارة (٣) على الترتيب الثالث بنسبة (٦٠.٦%) والتي تنص على (تسعى الهيئة إلى إستثمار جميع إمكاناتها المتوفرة على هامش إقامة الدورات والبطولات الرياضية) ، كما جاءت العبارة (١٤) على الترتيب الأخير بنسبة مئوية (٣٢.٤%) والتي تنص على (يتم الإعلان عن البرنامج والخطط المنفذة للعاملين والمستفيدين من أنشطة الهيئة بمختلف القنوات الإعلامية) ، كما حصلت العبارة (١٥) على الترتيب الواحد والعشرين (قبل الأخير) بنسبة مئوية (٣٢.٨%) والتي تنص على (يتم دعم الإعلام عن البرامج التطويرية ونشر أخبارها فى وسائل الإعلام (المسموعة والمقروءة) ، كما حصلت العبارة (٧) على الترتيب العشرين بنسبة مئوية (٣٨.٨%) والتي تنص على (يتم الإستعانة بخبراء ومكاتب الإستثمار فى خطط وبرامج التسويق للمنشآت الرياضية) .

- و تتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة زينب دسوقى (٢٠١٩م) والتي كانت من أهم نتائجها عدم تغطية وسائل الاعلام المختلفة لجميع البطولات والمسابقات التى تحضنها المحافظة لتسويقها فى السوق الرياضى ، عدم الإستعانة بالخبراء العالميين بالنهوض بالسياحة الرياضية بالمحافظة .

- كما تتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة دينا حفى (٢٠١٧م) والتي كان من أهم نتائجها لا يوجد بالهيئة موقع الكترونى خاص بها يساعد على زيادة فاعلية وسرعة الإتصال ، لا تهتم الهيئة

بالدعاية وإستخدام وسائل الإعلام الإلكترونية لتشجع الشركات الراعية والمسوقة للرياضة على الإستثمار بها .

- و تتفق الدراسة الحالية مع نتائج دراسة مى محمد (٢٠١٧م) والتي كانت من أهم نتائجها يوفر مدير الشؤون التعليمية بالمدرسة موقعاً على الإنترنت يسهل عمليات التعليم لتلاميذ المدرسة ، لا تهتم إدارة المدرسة بوضع خطة لتطوير المنشآت الرياضية الحالية بالمدرسة على المدى المتوسط .

- كما تتفق الدراسة الحالية مع نتائج دراسة رباب أحمد (٢٠١٦م) والتي كانت من أهم نتائجها الإتصال عبر شبكة الإنترنت من خلال موقع الهيئة وعرض صورة للهيئة والمواقع العاملة بها ، كما توجد منطقة الإتحادات واللجنة الأولمبية المصرية مما يتيح سهولة الإتصال ، و تيسير الإجراءات الإدارية داخل وخارج الهيئة والتعاون مع الوزارات المختلفة ، الترويج لإقامة أنشطة ثقافية أو معارض يسهم فى تنمية موارد الهيئة ، و الإستفادة المثلى من إمكانيات الهيئة المادية والبشرية فى إنشاء نظام إقتصادى ، عدم الترويج الجيد لجميع الأنشطة والخدمات المقدمة للهيئة ، عدم توافر خبرات محترفة فى مجال العمل الإدارى والفنى بشكل كافي لتحقيق الأهداف الإستثمارية ، عدم ظهور الموقع الإلكتروني لهيئة ستاد القاهرة بالمظهر اللائق وعدم تحديث البيانات بصورة مستمرة .

- كما تتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة أحمد السيد (٢٠١٤م) والتي كان من أهم نتائجها ضرورة وجود نظام إعلامى بالملاعب والمنشآت الرياضية يعمل على جذب الهيئات والأفراد لممارسة الأنشطة الرياضية

- وتختلف الدراسة الحالية مع نتائج دراسة رباب أحمد (٢٠١٦م) والتي كانت من أهم نتائجها الأهتمام بالجانب الإعلامى عن طريق الترويج للأنشطة الرياضية وجذب الجمهور للممارسة الرياضية ، التوعية من خلال الجانب الإعلامى بأهمية الإستثمار لأحداث تطوير بالهيئة .

- كما تختلف الدراسة الحالية مع نتائج دراسة رباب أحمد (٢٠١٤م) والتي كانت من أهم نتائجها الدعايا والإعلان عن المنشأة الرياضية كافية .

- كما تختلف نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة يحيى زكريا (٢٠١٤م) والتي كان من أهم نتائجها أنه يتم دعم الإعلام عن البرامج التطويرية لهيئة ستاد القاهرة الدولى ونشر أخبارها فى وسائل الإعلام (المسموعة والمقروءة) .

- وترى الباحثة حصول العبارة (١٧) فى الترتيب الأول والتي تنص على (يوجد موقع إلكترونى خاص بالمنشأة يساعد على زيادة فاعلية التسويق وسهولة الإتصال) يدل ذلك على إهتمام الهيئة

- بوجود موقع إلكتروني بالمنشأة حيث إن التسويق الإلكتروني من خلال المواقع الإلكترونية يسهم بشكل كبير في عملية التسويق وذلك لسهولة الوصول إلى المستفيد أينما كان وبأسرع وقت إلى جانب إنخفاض تكاليف التسويق الإلكتروني عن نظائره من أنواع التسويق الأخرى ، ولكن لاحظت الباحثة الإنخفاض النسبي هذه العبارة ويرجع ذلك إلى عدم تفعيل الموقع الإلكتروني بالصورة المرضية للعاملين لذلك يجب تحديث البيانات بصفة دائمة والإهتمام بظهور الموقع الإلكتروني بصورة لائقة بحجم الهيئة.
- كما ترى الباحثة حصول العبارة (١٠) في الترتيب الثاني والتي تنص على (توجد شبكة علاقات قوية وفعالة بين الهيئة والإتحادات المحلية والدولية لإستضافة الأحداث والمعسكرات التدريبية) إنما يدل على أهمية التعاون البناء بين الهيئات المختلفة لإستخدام الإمكانيات المتاحة بأفضل شكل لزيادة العائد المادي من خلال السعي لإستضافة مختلف الفاعليات الرياضية .
- كما ترى الباحثة حصول العبارة (٣) في الترتيب الثالث والتي تنص على (تسعى الهيئة إلى إستثمار جميع إمكانياتها المتوفرة على هامش إقامة الدورات والبطولات الرياضية) إنما يدل على رغبة الهيئة في تسويق للإمكانيات المتاحة و ذلك لجذب المستثمرين مما يؤدي إلى زيادة الدخل المادي ، وذلك من خلال إستغلالها وإتاحتها بالشكل الأمثل خلال الأحداث الرياضية .
- كما ترى الباحثة حصول العبارة (١٤) في الترتيب الأخير والتي تنص على (يتم الإعلان عن البرنامج والخطط المنفذة للعاملين والمستفيدين من أنشطة الهيئة بمختلف القنوات الإعلامية) إنما يرجع ذلك لأهمية وجود قناة إعلامية يتم عرض بها فاعليات الهيئة بإستمرار بالإضافة إلى عدم التفعيل المستمر لموقع الهيئة .
- كما ترى الباحثة حصول العبارة (١٥) في الترتيب الواحد والعشرين والتي تنص على (يتم دعم الإعلام عن البرامج التطويرية ونشر أخبارها في وسائل الإعلام (المسموعة والمقروءة) إنما يرجع ذلك لضرورة نشر الوعي عن دور الهيئة في المجتمع بالتواجد الإعلام المستمر ، كما أن العملية الإعلامية تحتاج إلى دعم مادي وهو غير متوفر بالهيئة .
- كما ترى الباحثة حصول العبارة (٧) في الترتيب العشرين والتي تنص على (يتم الإستعانة بخبراء ومكاتب الإستثمار في خطط وبرامج التسويق للمنشآت الرياضية) إنما يرجع ذلك لأهمية الإستفادة بخبرات المتخصصين للتطوير و زيادة الإنتاجية ، ولكن هذا في نفس الوقت يحتاج إلي نفقات عالية غير متاحة ، ولكن هذا في نفس الوقت يحتاج إلى نفقات عالية غير متاحة .

- الإستنتاجات :-

- من خلال معالجة البيانات وتحليلها ومناقشتها توصلت الباحثة للإستنتاجات التالية :-
- أولاً : بالنسبة لنقاط القوة بالهيئة :-
- يوجد موقع إلكترونى خاص بالمنشأة يساعد على زيادة فاعلية التسويق وسهولة الإتصال .
 - تتوافر شبكة علاقات قوية وفعالة بين الهيئة والإتحادات المحلية والدولية لإستضافة الأحداث والمعسكرات التدريبية .
 - تسعى الهيئة إلى إستثمار جميع إمكاناتها المتوفرة على هامش إقامة الدورات والبطولات الرياضية .
 - تهدف إدارة الهيئة إلى إستثمار المساحات غير المستغلة .
 - تهدف الهيئة إلى تنمية مواردها الذاتية بمختلف المنشآت الرياضية .
 - تسعى الهيئة إلى إدارة وتشغيل المنشآت الرياضية بأسلوب إقتصادى .
 - توجد خريطة للإستثمار المنشآت الرياضية توضح المنشآت التى يمكن الإستثمار فيها .

ثانياً : بالنسبة لنقاط الضعف بالهيئة :-

- الهيئة غير مهتمة بالإعلان عن البرنامج والخطط المنفذة للعاملين والمستفيدين من أنشطة الهيئة بمختلف القنوات الإعلامية .
- لا يتم دعم الإعلام عن البرامج التطويرية ونشر أخبارها فى وسائل الإعلام (المسموعة والمقروءة)
- لا يتم الإستعانة بخبراء ومكاتب الإستثمار فى خطط وبرامج التسويق للمنشآت الرياضية .
- لا تهتم الهيئة بالإعلان عن الأحداث الرياضية التى تستضيفها ومدى نجاحها فى تنظيم الحدث على موقع الهيئة .
- لا تعمل الهيئة على توفير الخطط التسويقية التى تساعد على تحقيق زيادة حجم الإستثمار .
- الهيئة غير مهتمة بالدعاية وإستخدام وسائل الإعلام الإلكترونى لتشجيع الشركات الراعية والمسوقة للرياضة على الإستثمار بها .
- لا يتم تحديد مساحة يومية فى لوحة الإعلانات لتحديد أوقات و أماكن إقامة الأنشطة الرياضية و أنواعها داخل المنشآت .

- التوصيات :- فى ضوء إستنتاجات البحث وطبيعة العمل بالهيئة العامة لستاد القاهرة الرياضى توصى الباحثة بالتوصيات التالية :-
- أن ترسم السياسات المتبعة بالهيئة بطريقة تسهم فى جذب الإستثمارات وضرورة الإستفادة من الخبرات والتجارب الدولية لدعم أنشطة وخطط وبرامج الهيئة .
- إعداد قاعدة بيانات شاملة و مؤمنة بالهيئة و توفير نظم الكترونية بالهيئة تسهم فى سرعة إتمام مختلف التعاقدات إلكترونياً .
- توفير نظام معلومات بالهيئة يسهم فى سرعة تزويد المستخدمين بكافة البيانات والمعلومات التى يحتاجونها بدقة والإعلان عن الأحداث الرياضية التى تستضيفها الهيئة والإعلان عن مدى نجاحها فى تنظيم الحدث على موقع الهيئة .
- توفير أنظمة إلكترونية متطورة ومنافسة بالهيئة لتنظيم الأحداث الرياضية (شاشات عرض - شاشات نتائج - لوحات إرشادية - تفتيش حقائب الجمهور - ...) .
- أهمية تصميم نظام معلومات يربط بين الهيئة ومؤسسات المجتمع المدنى ذات العلاقة والإهتمام المشترك .
- بناء نظم حديثة بالهيئة لحجز التذاكر والدفع بطرق مختلفة .
- إستحداث نظام أرشفة إلكترونية بالهيئة لكافة الأنشطة والتقارير والقرارات .
- ضرورة زيادة التعاون المثمر بين قطاعات الحكومية المعنية بالموافقات على المشروعات الإستثمارية وتقليص الإجراءات .
- إنشاء إدارة التسويق داخل الهيئة وذلك لإستغلالها فى تسويق الحقوق التجارية للهيئة والترويج للأنشطة الرياضية والثقافية والإجتماعية داخل الهيئة .
- ضرورة تطوير البنية التحتية للمنشآت الرياضية الخاصة بالهيئة بما يتطالب من تطوير مناسب للعملية الإستثمارية .
- تطوير التقنيات الحديثة فى التجهيزات الخاصة بالنشاط الرياضى بما يتفق مع المتطلبات العالمية .
- ضرورة إيجاد شراكة مع مؤسسات إعلامية متخصصة للدعاية والإعلان عن الهيئة بما تقدمه من خدمات للمجتمع .
- الإستعانة بخبراء ومكاتب إستشارية للإنشاءات الهندسية الخاصة بالمواقع الرياضية خلال عمليات التطوير والتحديث .

المراجع

- المراجع باللغة العربية :-

- ١- أحمد السيد محمود (٢٠١٤ م) : آليات تطوير إدارة المنشآت الرياضية بجمهورية مصر العربية ، المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة ، جامعة حلوان ، كلية التربية الرياضية للبنات .
- ٢- رباب أحمد عبد الفتاح (٢٠١٦م) : نموذج مقترح للتخطيط الإستراتيجي لإنشاء نظام إقتصادي بهيئة ستاد القاهرة ، رسالة دكتوراة ، كلية التربية الرياضية للبنات ، جامعة حلوان.
- ٣- رحاب أحمد محمد أبو زيد (٢٠١٤م) : تقويم المنشآت ببعض الجامعات الحكومية ودورها فى خدمة المجتمع والبيئة ، رسالة ماجستير ، كلية التربية الرياضية للبنات ، جامعة حلوان .
- ٤- زكى محمد محمد (٢٠١٢م) : المنشآت الرياضية الأسس الفلسفية - المبادئ العامة - التخطيط - التقويم المدرب والمنشأة الرياضية - الأرجونومكس والمنشأة الرياضية) ، دار الكتاب الحديث .
- ٥- زينب دسوقى أحمد(٢٠١٩م) : إستراتيجية مقترحة لإستثمار الإمكانيات والمنشآت الرياضية للنهوض بالسياحة الرياضية بمحافظة البحر الأحمر ، رسالة دكتوراة ، كلية التربية الرياضية للبنات ، جامعة حلوان .
- ٦- قانون رقم ١٢٥ لسنة ٢٠١٩ بربط موازنة الهيئة العامة لاستاد القاهرة الرياضى للسنة المالية ٢٠١٩ / ٢٠٢٠ م .
- ٧- قرار رئيس جمهورية مصر العربية رقم ٢٢٣ لسنة ٢٠١٨ بشأن إنشاء الهيئة العامة لاستاد القاهرة الرياضى .
- ٨- ليلى السيد فرحات (٢٠٠٣م) : القياس والأختبارات فى التربية الرياضية ، مركز الكتاب للنشر ، القاهرة .
- ٩- محمد السيد على (٢٠٠٢م) : تكنولوجيا التعليم والوسائل التعليمية ، دار الفكر العربى ، القاهرة .
- ١٠- محمد صبحى حسانين (٢٠٠١م) القياس والتقويم فى التربية البدنية والرياضية ، دار الفكر - القاهرة .

١١- مى محمد صبرى حسانين (٢٠١٧م) : تقويم المنشآت والإمكانات الرياضية بمدرستى الموهوبين رياضيا فى ضوء معايير الجودة ، رسالة دكتوراة ، كلية التربية الرياضية للبنات ، جامعة حلوان .

١٢- يحيى زكريا محمد (٢٠١٤م) : إستراتيجية مقترحة لتطوير هيئة ستاد القاهرة الدولى ، رسالة ماجستير ، كلية التربية الرياضية للبنات ، جامعة بنها .

- المراجع باللغة الاجنبية :-

13- Analytical study of the strategic agility at Cairo International Stadium from the perspective of competitive advantage: دينا حفى (2017 - Dina Hefny Abdel Aziz)

- المواقع الإلكترونية :-

- موقع الهيئة العامة لاستاد القاهرة الرياضى .