

تسويق المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام (B.O.T)

د. إسلام غلاب إبراهيم دودو *

1/1 مقدمة و مشكلة البحث :

يشهد العالم منذ العشرية الأخيرة من القرن العشرين اتجاها متصاعدا نحو التحرر الاقتصادي وفتح المجال للمبادرات الفردية وسياسة الخصخصة من جهة، ومن جهة أخرى تزايد العجز المالي في العديد من الدول، الأمر الذي أدى إلى تبني نظام البوت "BOT" كآلية تمويل تعاقدية، تقوم أساسا بالاعتماد على استثمارات القطاع الخاص - بالأخص الأجنبي منه- لإنشاء وتشغيل مشاريع البنية التحتية و الاستفادة من عائداتها طوال الفترة التعاقدية، بشكل يسمح له باسترجاع نفقاته و الحصول على العائد المطلوب من الأرباح، ليتم بعدها نقل ملكية المشروع للدولة المالكة له أصلا (8)

ويعد تسويق الكيانات الرياضية عموما و تسويق المنشآت الرياضية بصفة خاصة من أبرز القطاعات التي ينادى البعض بخصخصتها من أجل تطويرها والاستفادة من مكاسبها، وخاصة أنها قطاع مربح اقتصاديا بالفعل. (2 : 65)

وأصبح تسويق المنشآت الرياضية بحاجة إلى استثمار رؤوس أموال ضخمة ،وفى بعض الأنظمة تحولت الرياضة إلى تجارة، وبتعبير أدق أصبح للرياضة جانبها التجاري البارز، الذي تزداد أو تقل أهميته من مجتمع إلى آخر، وترتب على ذلك خضوع الرياضة بهذا القدر أو ذاك إلى ذات القوانين التي تخضع لها الصناعة والتجارة عموما. (7 : 3)

وتمشيا مع نهج الدولة السياسي والاقتصادي الهادف إلى تقوية الاقتصاد الوطني ودفع عجلة القطاع الخاص وتنوع مصادر الدخل وترشيد الإنفاق الجاري على الأنشطة والخدمات المختلفة ومن بينها مؤسسات النشاط الرياضي لما لها من مردود اقتصادي واجتماعي وسياسي واعلامى ، فانه لا بد من تقديم نموذج أفضل للعمل الوطني لتحقيق آمال وأهداف الوطن في الاستفادة من الرياضة في التنمية والاستفادة من برامج الخصخصة والخبرة الاقتصادية والإدارة العلمية في أن تعتمد الرياضة على التمويل الذاتي وتحويل هذه الموارد إلى الرياضة الجامعية وإعداد الفرق القومية باعتبارها القاعدة العريضة لكل المؤسسات العاملة في الدولة، وبالتالي تخفيف العبء على الموازنة العامة للدولة دون الإخلال بما نص عليه الدستور والقانون من واجبات ومسئوليات مطلوبة من مؤسسات النشاط الرياضي (12 : 35)

ويشير حسن الشافعى (2006) أن هناك العديد من مجالات الاستثمار الرياضى والتي يمكن تطبيقها داخل الهيئات الشبابية والرياضية ومن هذه المجالات تأجير الملاعب ، والصالات الرياضية الموجودة داخل الهيئات الشبابية والرياضية ، مما يودى الى تطوير وتحسين تلك الهيئات

وكان من الطبيعي أن تظهر آليات ومفاهيم جديدة في عالم الإدارة تبرز أهمية المتغير كعامل رئيسي ومؤثر لتحقيق الاستخدام الأمثل للموارد البشرية والمادى ومن تلك الاليات نظام (B.O.T)

الذى أدخل على اقتصاديات العالم المتقدم،والعالم النامي خلال العقدين الأخيرين(8 : 95)

و يذكر ماهر عطيه (2005) انه لوحظ فى الاونة الاخيرة عجز الكثير من الهيئات الرياضية عن الوفاء بالتزاماتها وخاصة المالية مما قد يهدد باستمرار نشاطها المحلى والدولى بسبب إعتماها فى مواردها على الدعم الحكومى المقدم لها فقط دون البحث فى كيفية استثمار امكاناتها المتاحة بما يكفل لها تحقيق تمويل ذاتى لممارسة أنشطتها . (14 : 48)

وفي ظل توجه الدولة نحو تخفيض الدعم المالى المقدم للمؤسسات لكي تسعي هذه المؤسسات إلي البحث عن مصادر تمويل جديدة دون الاعتماد علي الدعم الحكومى لتغطية تكاليف الصيانة والتطوير فى البنية الأساسية والتكنولوجية فقد أسترعي انتباه الباحث من خلال عملة وإطلاعه علي كافة القرارات والدوريات واللوائح المنظمة لعمل المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية وكافة أوجه الدعم المالى وإيرادات ومصروفات تلك المنشآت أتضح أن تلك المنشآت الرياضية تمتلك إمكانات كبيرة تتمثل فى ملاعب وصالات رياضية وحمامات سباحة ذات موقع جغرافى متميز ومع كل هذا يوجد قصور واضح فى إستثمار تلك المنشآت الرياضية، حيث بلغ عدد المنشآت المستثمرة بالاندية الرياضية بمحافظة المنوفية (6) ست منشآت فقط من إجمالى 75 منشأة رياضية بجميع الاندية الرياضية بمحافظة المنوفية حتى نهاية عام 2016 ، كما تبين أنها تعاني بصورة وأخرى من سبل تطويرها وحسن إستثمار لامكاناتها نتيجة لانخفاض الدعم المالى السنوي المقدم لهذه المنشآت كذلك عدم إتباع الاساليب الادارية الحديثة فى إدارة تلك المنشآت الرياضية لذا يحاول الباحث إلقاء الضوء عن سبل تسويق تلك المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام (B.O.T) أملا ان يتم إستثمار تلك المنشآت الرياضية على الوجه الاكمل و تحقيق الاستخدام الأمثل للموارد البشرية والمادية المتاحة بها .

2/1 أهمية البحث والحاجة اليه :

تتبع أهمية البحث من حداثة مفاهيم إستثمار إمكانات المنشآت والهيئات الرياضية من جانب، والحاجة إلى الاستفادة من نظام ال(B.O.T) كأحد الوسائل المناسبة لتمويل مشاريع البنية الاساسية واستثمارها دون المساس بميزانية الاندية الرياضية وبالتالي تحقيق الاستخدام الامثل لتلك المنشآت الرياضية بما يمكنها من تحقيق الصرف الذاتى على أنشطتها من جانب وتطبيقاتها فى الاندية الرياضية من جانب آخر،

من هنا كانت أهمية هذه الدراسة فى التعرف علي سبل تسويق المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام (B.O.T) .

3/1 أهداف البحث :

يهدف البحث الى تسويق المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام (B.O.T) وذلك من خلال التعرف على :

1/1/3/1 الواقع الفعلي لامكانات المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية.

2/1/3/1 التشريعات المنظمة لتسويق المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام (B.O.T).

3/1/3/1 معوقات تسويق المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام (B.O.T).

4/1 تساؤلات البحث:

4/1 وفقا لموضوع البحث " تسويق المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام (B.O.T). " فقد وضع الباحث تساؤلاته كالتالى :

1/4/1 ما الواقع الفعلي لامكانات المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية ؟

2/4/1 ما هى التشريعات المنظمة لتسويق المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام (B.O.T) ؟

3/4/1 ما هى أهم معوقات تسويق المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام (B.O.T) ؟

5/1 المصطلحات المستخدمة في البحث:

– المنشأة الرياضية : على أنها ذلك المكان المجهز بالوسائل والإمكانات الرياضية والمخصص لممارسة الأنشطة الرياضية وتقديم الخدمات اللازمة لتحقيق الأهداف الرياضية حاضراً ومستقبلاً.(2): (17)

– نظام (BOT) : هو آلية التمويل والاستثمار الذي يتولى فيه القطاع الخاص بناء Build وتشغيل Operate أحد مشاريع البنية التحتية على أن يتم تحويله Transfer مرة أخرى للحكومة بعد فترة زمنية كافية يتم فيها استرداد رأس المال المستثمر وتحقيق معدّل عائد مناسب للمستثمر(3: 25)

الدراسات السابقة :

1-دراسة " عبد اللطيف، أنور وجدي علي " (2012) (3) موضوعها " واقع تطبيق نظام

(B.O.T) بالأندية الرياضية بمحافظة المنيا "، استهدفت الدراسة معرفة واقع تطبيق نظام

(B.O.T) بالاندية الرياضية بمحافظة المنيا وشملت عينة الدراسة على (32) فرداً بنسبة (39%) من نسبة مجتمع البحث واستخدم الاستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة وكانت اهم النتائج هو وضع نموذج مقترح لإستخدام نظام ال B.O.T علي الاندية الرياضية بمحافظة المنيا.

2- دراسة رضا محمد صالح محمد (2007)(10) موضوعها دور مشروعات B.O.T فى عملية التنمية الاقتصادية " دراسة خاصة من خدمات الموانى المصرية ، استهدفت الدراسة التعرف على تجربة التخصيصية في مصر بنظام BOT بصفة عامة وفى مجال الموانى بصفة خاصة (العين السخنة - شرق بور سعيد). واستخدم الاستبيان كادوات لجمع بيانات الدراسة وكانت اهم نتائجها هو أن مشروعات B.O.T واحد من اهم سبل تحقيق الاستثمارات الاقتصادية .

3- دراسة " سعيد معتمد محروس " (2012) (11) موضوعها " دراسة تقييمية لتسويق المنشآت الرياضية فى جامعة طنطا " ، استهدفت الدراسة التعرف على سبل تسويق المنشآت الرياضية فى جامعة طنطا واستخدم المقابلة والاستبيان كادوات لجمع بيانات الدراسة وكانت اهم نتائجها ان سبل تسويق المنشآت الرياضية فى جامعة طنطا يعتمد على إتباع الاساليب الادارية الحديثة نحو إستثمار امكانات تلك المنشآت الرياضية .

- الدراسة الميدانية (خطة وإجراءات البحث) :

أولاً : منهج البحث : استخدم الباحث المنهج الوصفى بالأسلوب المسحى بخطواته وإجراءاته وذلك لمناسبته لتحقيق أهداف البحث .

ثانياً: مجتمع وعينة البحث:

أ-مجتمع البحث:

يمثل مجتمع البحث أعضاء الجهاز الإشرافي داخل الاندية الرياضية بمحافظة المنوفية والمتمثل فى رئيس وأعضاء مجلس إدارة الاندية الرياضية وعددهم 580 عضو مجلس إدارة (30 رئيس مجلس إدارة- 550 عضو مجلس إدارة)، والجهاز التنفيذي داخل الاندية الرياضية والمتمثل فى مديري الاندية الرياضية وعددهم 30 مديراً للاندية الرياضية .

ب-عينة البحث : قام الباحث بتطبيق استمارة استبيان البحث علي بعض الاندية الرياضية بمحافظة المنوفية بإدارتها التسع التابعة لها وقد شملت العينة علي ما يلي :

_ عينة عشوائية عمدية تمثل 10 % من مديري بعض الاندية الرياضية وعددهم (5) مديراً

- عينة عشوائية عمدية تمثل 10% من أعضاء مجالس الإدارات بعض الاندية الرياضية بمحافظة المنوفية وعددهم 5 رئيس مجلس إدارة، 50 عضو مجلس إدارة. وبذلك بلغت عدد أفراد عينة البحث

الكلية (60) فرداً هم الذين تم تطبيق استمارة الاستبيان عليهم ، وقد تم استبعاد (15) فرداً من عينة البحث وهم الذين لم يستكملوا الإجابة علي جميع عبارات استمارة الاستبيان، أو الذين رأى الباحث عدم إهتمامهم عند ملء الاستمارات ، هذا بخلاف (15) استمارة استبيان خاصة بأفراد عينة التقنين. ليصبح إجمالي عينة البحث الفعلية (45) فرداً ، والجدول رقم (1) يوضح توصيف توزيع مجتمع وعينة البحث الاساسية .

جدول (1)

توصيف توزيع مجتمع وعينة البحث الاساسية

| عدد العينة | عينة البحث | مجتمع البحث |
|------------|---|--|
| 45 | عينة عشوائية عمدية من رئيس وأعضاء مجلس إدارة بعض الاندية الرياضية وبعض مديري الاندية الرياضية | يمثل مجتمع البحث جميع أعضاء الجهاز الإشرافي داخل الاندية الرياضية بمحافظة المنوفية والمتمثل في رئيس وأعضاء مجلس إدارة الاندية الرياضية والجهاز التنفيذي داخل الاندية الرياضية والمتمثل في مديري الاندية الرياضية |
| 45 | - | الاجمالي |

ثالثاً: أدوات جمع البيانات:

المقابلة الشخصية مع:

➤ مدير إدارة الخدمات بمديرية الشباب والرياضة بمحافظة المنوفية وذلك للوقوف علي العدد النهائي والكلية لعينة البحث.

➤ وكيل المديرية للرياضة بمحافظة المنوفية وذلك بهدف معرفة سبل تسويق المنشآت الرياضية وحصر أعداد تلك المنشآت الرياضية .

استمارة استبيان :

استخدم الباحث في جمع بيانات البحث استمارة استبيان من إعداد الباحث وقد إتبع الخطوات التالية في إعدادها.

1. القراءات النظرية للمراجع العلمية والدراسات السابقة بموضوع البحث.
 2. مسح كامل لكافة الاستبيانات التي تم تصميمها من قبل الباحثين السابقين والتي تم استخدامها في دراسات سابقة وكذلك مضمون كل محور من المحاور وكل مفردة من المفردات.
 3. تم تحديد المحاور الافتراضية وعددها (3) محاور مرفق رقم (1) وهى:
 - الواقع الفعلي لامكانات المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية.
 - التشريعات المنظمة لتسويق المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام (B.O.T).
 - معوقات تسويق المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام (B.O.T).
- وقد تم عرض المحاور الافتراضية على الخبراء وعددهم (5) خبراء من أساتذة الإدارة الرياضية وذلك لإضافة أو حذف أو تعديل أى محور من تلك المحاور مستخدماً فى ذلك مقياس ثلاثياً للتقدير (هام جداً - متوسط الأهمية - غير هام) حيث أجمع الخبراء على أن المحور الأول هام جداً بنسبة 95% وأجمع الخبراء أيضاً على أن المحور الثانى هام جداً بنسبة 97% والثالث هام جداً بنسبة 96%.

ثم قام الباحث بصياغة مجموعة من العبارات لكل محور حيث بلغت العبارات (27) عبارة تم عرضها على الخبراء لإبداء الرأى فيها .

وقد قام الباحث باستبعاد العبارات التى أتفق الخبراء على عدم أهميتها، وتعديل العبارات التى أتفق الخبراء على أنها متوسطة الأهمية، وبلغت عدد العبارات التى تم حذفها (5) عبارة مرفق رقم (2). (صدق المحكمين للاستمارة).

وبذلك توصل الباحث إلى الشكل النهائى لاستمارة الاستبيان الخاصة بالبحث مرفق رقم (3) ليصبح عدد العبارات (24) عبارة لكل محاور استمارة الاستبيان النهائية (المحورالاول 10 عبارات، المحور الثانى 6 عبارة ،المحور الثالث 8 عبارات) وقد قام الباحث باستخدام مقياساً ثلاثياً للتقدير باستمارة الاستبيان النهائية وكان عبارة عن (نعم - إلى حد ما - لا) وتقدر كالاتى (2-1- صفر).

-الدراسة الاستطلاعية :

قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية علي عينة عشوائية قوامها(18) من رؤساء وأعضاء مجلس إدارة بعض الأندية الرياضية وبعض مديري الأندية الرياضية بمحافظة المنوفية ، وكان الهدف من إجراء الدراسة الاستطلاعية التعرف علي مدى فهم عينة البحث للعبارات التي يتضمنها الإستبيان ووضوح تعليمات الإستبيان والتعرف علي زمن تطبيق الإستبيان .

وقد وافق الخبراء على أسلوب تصحيح عبارات الاستبيان ثم قام الباحث بحساب معامل الثبات لاستمارة الاستبيان لعينة التقنين قوامها (15) من رؤساء وأعضاء مجلس إدارة بعض الأندية الرياضية وبعض مديري الأندية الرياضية بمحافظة المنوفية وهم من غير عينة الدراسة الأصلية عن طريق استخدام معامل ألفا كرونباخ لعبارات كل محور من محاور استمارة الاستبيان.

جدول (2)

الثبات لعبارات محور الواقع الفعلي لامكانات المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية.

ن = 15

| الثبات | العبارة |
|--------|---------|
| 0.97 | 1 |
| 0.96 | 2 |
| 0.96 | 3 |
| 0.96 | 4 |
| 0.96 | 5 |
| 0.97 | 6 |
| 0.97 | 7 |
| 0.97 | 8 |
| 0.96 | 9 |
| 0.97 | 10 |

يتضح من جدول (3) وجود ارتباط قوي بين عبارات محورالواقع الفعلي لامكانات المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية. . حيث انحصرت قيمة معامل الارتباط باستخدام ألفا كرونباخ بين 0.97:0.96 مما يدل على تمتع المحور بدرجة ثبات عالية.

جدول (3)

الثبات لعبارات محورالتشريعات المنظمة لتسويق المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام (B.O.T).

ن = 15

| الثبات | العبارة |
|--------|---------|
| 0.93 | 1 |
| 0.94 | 2 |
| 0.93 | 3 |
| 0.94 | 4 |

| | |
|------|---|
| 0.93 | 5 |
| 0.94 | 6 |

يتضح من جدول (4) وجود ارتباط قوي بين عبارات محور التشريعات المنظمة لتسويق المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام (B.O.T). حيث انحصرت قيمة معامل الارتباط باستخدام ألفا كرونباخ بين 0.94:0.93 مما يدل على تمتع المحور بدرجة ثبات عالية.

جدول (4)

الثبات لعبارات محور معوقات تسويق المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام (B.O.T).

ن = 15

| الثبات | العبرة |
|--------|--------|
| 0.96 | 1 |
| 0.97 | 2 |
| 0.96 | 3 |
| 0.97 | 4 |
| 0.96 | 5 |
| 0.97 | 6 |
| 0.96 | 7 |
| 0.96 | 8 |

يتضح من جدول (5) وجود ارتباط قوي بين عبارات محور معوقات تسويق المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام (B.O.T). حيث انحصرت قيمة معامل الارتباط باستخدام ألفا كرونباخ بين 0.97:0.96 مما يدل على تمتع المحور بدرجة ثبات عالية.

1- تم تطبيق استمارة الاستبيان على أفراد عينة البحث الأساسية وذلك من خلال المقابلة الشخصية في الفترة من 2016/12/15 إلى 2017/2/15.

2- تم جمع الاستمارات وتفريغها وتحليلها وفقاً للمعالجات الإحصائية المناسبة لهدف البحث.

- عرض نتائج البحث ومناقشتها:

في حدود منهج وإجراءات هذا البحث يعرض الباحث ما توصل إليه من نتائج مصنفة وفقاً لموضوع البحث والذي يسعى إلى تسويق المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام (B.O.T) وفقاً للأهداف على النحو التالي:

جدول رقم (3)

آراء عينة البحث في عبارات محور الواقع الفعلي لامكانات المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية في ضوء الوزن النسبي

ن=45

| الترتيب | لا | | إلى حد ما | | نعم | | العبارة | م |
|---------|-----|----|-----------|----|-----|----|---|----|
| | % | ك | % | ك | % | ك | | |
| 7 | 50% | 20 | 35% | 15 | 15% | 10 | يتم إستثمار إمكانات المنشآت الرياضية بالاندية الرياضية بالاسلوب العلمى . | 1 |
| 6 | 55% | 23 | 25% | 17 | 20% | 15 | تضع الاندية الرياضية خطط محددة المدة لإستثمار إمكانات المنشآت الرياضية. | 2 |
| 3 | 4% | 3 | 4% | 3 | 92% | 39 | تتناسب إمكانات المنشآت الرياضية بالاندية الرياضية مع متطلبات سوق الاستثمار الرياضى . | 3 |
| 4 | 53% | 21 | 23% | 11 | 24% | 13 | تخصص الاندية الرياضية جزء من مواردها المالية لتطوير المنشآت الرياضية بها. | 4 |
| 8 | 52% | 20 | 38% | 17 | 10% | 7 | توجد قاعدة بيانات لكل امكانات المنشآت الرياضية بالاندية الرياضية المتاحة . | 5 |
| 1 | 1% | 1 | 1% | 1 | 98% | 43 | يوجد بالاندية الرياضية ملاعب قانونية وصلات رياضية تسمح بممارسة الانشطة الرياضية بها. | 6 |
| 5 | 51% | 23 | 28% | 17 | 21% | 15 | توجد قاعدة بيانات لكل الامكانات البشرية المتاحة داخل المنشآت الرياضية بالاندية الرياضية . | 7 |
| 10 | 97% | 41 | 2% | 3 | 1% | 1 | توجد إدارة مختصة بإستثمار وتسويق المنشآت الرياضية بالاندية الرياضية . | 8 |
| 2 | 1% | 1 | 2% | 3 | 97% | 41 | يقتصر الدعم المالى للمنشآت الرياضية بالاندية الرياضية على الدعم الحكومى . | 9 |
| 9 | 91% | 36 | 2% | 3 | 7% | 6 | توجد قاعدة بيانات لكل امكانات المنشآت الرياضية بالاندية الرياضية المتاحة . | 10 |

يتضح من جدول (3) أن نسبة تكرار نعم انحصر بين 1:98 لمحور الواقع الفعلي لامكانات المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية. بينما جاءت نسبة إلى حد ما 1:38 وكانت نسبة تكرار لا 1:97

تشير نتائج جدول (3) أن نسبة (0.98%) من عينة البحث يروا أن واقع إمكانات المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية يتمثل في وجود ملاعب قانونية وصالات رياضية بالأندية الرياضية تسمح بممارسة الأنشطة الرياضية بها ، يليه إقتصار الدعم المالى للمنشآت الرياضية بالأندية الرياضية على الدعم الحكومى ونسبة (97%) ثم تناسب إمكانات المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية مع متطلبات سوق الاستثمار الرياضى . ونسبة (92%) ثم تخصيص الأندية الرياضية جزء من مواردها المالية لتطوير المنشآت الرياضية بها. ونسبة (24%) يليها وجود قاعدة بيانات لكل الامكانات البشرية المتاحة داخل المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية . ونسبة (21%) ثم رسم الأندية الرياضية خطط محددة المدة لإستثمار إمكانات المنشآت الرياضية بها ونسبة (20%) يليها إستثمار إمكانات المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بالاسلوب العلمى ونسبة (15%) ثم وجود قاعدة بيانات لكل امكانات المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية ونسبة (10%) ثم وجود قاعدة بيانات لكل امكانات المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية . ونسبة (7%) وأخيرا وجود إدارة مختصة بإستثمار وتسويق المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية . ونسبة (1%)

وبذلك يرى الباحث ان العبارات التى تدل على الرأى بالموافقة تشير إلى وجود واقع جاذب لإستثمارالمنشآت الرياضية بالأندية الرياضية حيث يوجد بالأندية ملاعب قانونية وصالات رياضية وكوادر بشرية مؤهلون لتنفيذ الأنشطة المختلفة بها وهذا ما يبحث عنه كل مستثمر يرغب فى التعاقد مع إدارة الأندية الرياضية للاستفادة من منشآتها الرياضية بما يحقق له عائدا إقتصاديا كبير وهذا يتفق مع ما أكده حسن الشافعى (2006) حيث أشار إلى ان محددات الاستثمار والتسويق داخل الهيئات الرياضية ترتبط الى حد كبير بالمتوفر من الإمكانيات داخل تلك الهيئات من منشآت وصالات وملاعب وكوادر بشرية تجعلها جاذبة للاستثمار والمستثمرين.

ويتفق ذلك مع ما توصلت اليه عدد من الدراسات منها دراسة أحمد ماهر (2004) ⁽¹⁾ ، ماهر عطيه (2005)(14)، أحمد مصطفى (2008) ⁽⁴⁾، محمد الجاويش (2014)(15) ، أحمد رضوان (2016)⁽²⁾

جدول رقم (4)

آراء عينة البحث في عبارات محور التشريعات المنظمة لتسويق المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام (B.O.T) في ضوء الوزن النسبي

ن=45

| الترتيب | لا | | إلى حد ما | | نعم | | العبرة | م |
|---------|--------|---------|-----------|---------|--------|---------|---|---|
| | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | | |
| 3 | %77 | 30 | %8 | 5 | %15 | 10 | يسمح قانون الهيئات الرياضية الحال بتسويق المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بنظام (B.O.T) . | 1 |
| 4 | %56 | 25 | %24 | 13 | %10 | 7 | توجد لوائح وتشريعات قانونية تتيح إدارة المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بنظام (B.O.T) | 2 |
| 1 | %6 | 5 | %15 | 10 | %79 | 35 | يتم وضع عقود إدارة المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بنظام (B.O.T) وفقا لأحكام القانون الخاص بالاستثمار. | 3 |
| 5 | %69 | 28 | %23 | 12 | %8 | 5 | توجد لوائح داخلية تقدم تسهيلات لجذب المستثمرين لإدارة المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بنظام (B.O.T) . | 4 |
| 6 | %87 | 38 | %6 | 3 | %7 | 4 | توجد لوائح تنظم عملية استثمار إمكانات المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية . | 5 |
| 2 | %8 | 6 | %18 | 10 | %74 | 29 | المحاكم المختصة تفصل فى النزاعات الخاصة فى استثمار إمكانات المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بنظام (B.O.T) . | 6 |

يتضح من جدول (4) أن نسبة تكرار نعم انحصر بين 7:79 لمحور التشريعات المنظمة لإدارة المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام (B.O.T) بينما جاءت نسبة إلى حد ما 6:23 وكانت نسبة تكرار لا 6:87

تشير نتائج جدول (4) أن نسبة (79%) من عينة البحث يروا أن من أهم التشريعات المنظمة لإدارة المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام (B.O.T) يتمثل فى هو أن وضع عقود إدارة المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بنظام (B.O.T) يكون وفقا لأحكام القانون الخاص بالاستثمار. يليها أن المحاكم المختصة تفصل فى النزاعات الخاصة فى استثمار إمكانات المنشآت الرياضية بالأندية بنظام (B.O.T) وبنسبة (74%) ويليها أن قانون الهيئات الرياضية يسمح بتسويق

المنشآت الرياضية بالاندية بنظام (B.O.T) وبنسبة (15%) ثم وجود لوائح وتشريعات قانونية تتيح إدارة المنشآت الرياضية بالاندية الرياضية بنظام (B.O.T) وبنسبة (10%) ثم وجود لوائح داخلية تقدم تسهيلات لجذب المستثمرين لإدارة المنشآت الرياضية بالاندية الرياضية بنظام (B.O.T) . وبنسبة (8%) وأخيرا وجود لوائح تنظم عملية استثمار إمكانات المنشآت الرياضية بالاندية الرياضية وبنسبة (7%)

ويرى الباحث أن العبارات التي تدل على الرأى بالرفض تشير إلى أنه يجب وجود قرارات وزارية بتشريعات تتيح لاستثمار إمكانات المنشآت الرياضية بالاندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام (B.O.T) بما يسمح بجذب المستثمرين لاستثمار امكاناتها وبالتالي تطوير وصيانة مرافقها حيث إن قانون الهيئات الرياضية الحالى التى تتبع له الاندية الرياضية مازل يحجم عملية تسويق إمكانات الاندية الرياضية مما إنعكس بالسلب على مستوى خدمات تلك المنشآت الرياضية بسبب قصور الدعم المالى المقدم لها واعتمادها على الدعم المالى الحكومى المخصص لها من قبل ميزانية وزارة الشباب والرياضة وهذا ما أشارت له نتائج دراسة ماهر عطيه (2005) عن واقع تسويق امكانات الاندية الرياضية المتواضع .

ويتفق ذلك مع ما توصلت اليه عدد من الدراسات منها دراسة رضا صالح (2007)(10)، وائل السيد (2008) (16)، سعيد محروس (2012) (11)، ، عبد اللطيف، أنور وجدي علي " (2012) (3) ، محمد الجاويش (2014)(15) ، أحمد رضوان (2016) (2)

آراء عينة البحث فى عبارات محور معوقات تسويق المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام (B.O.T). في ضوء الوزن النسبي

ن=45

| الترتيب | لا | | إلى حد ما | | نعم | | العبرة | م |
|---------|--------|---------|-----------|---------|--------|---------|--|---|
| | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | | |
| 4 | %1 | 2 | %4 | 4 | %95 | 39 | لا يوجد تشريعات تتيح تسويق المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بنظام (B.O.T). | 1 |
| 6 | %8 | 5 | %12 | 9 | %80 | 31 | عدم إقتناع بعض المستثمرين بمدى الفائدة التى سيحققونها من إدارة تسويق المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بنظام (B.O.T). | 2 |
| 3 | %1 | 1 | %3 | 4 | %96 | 40 | جمود لوائح وقوانين إدارة إمكانات المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية | 3 |
| 1 | %1 | 1 | %1 | 2 | %98 | 42 | كثرة الاجراءات الروتينية المعقدة التى لا تتيح إستثمار المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بنظام (B.O.T). | 4 |
| 5 | %2 | 3 | %10 | 5 | %88 | 37 | إنخفاض الوعى الثقافى بمزايا إدارة تسويق المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بنظام (B.O.T). | 5 |
| 8 | %97 | 40 | %1 | 2 | %2 | 3 | قلة إمكانات المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية . | 6 |
| 2 | %2 | 3 | %1 | 1 | %97 | 41 | قصور دور الاعلام المرئى والمسموع والمكتوب عن إستثمار المنشآت الرياضية بنظام (B.O.T). | 7 |
| 7 | %10 | 8 | %12 | 9 | %78 | 28 | صعوبة تحديد المدى الزمنى الذى ستستغرقه إدارة المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بنظام (B.O.T) لتعود بالمكاسب المادية على المستثمرين. | 8 |

يتضح من جدول (5) أن نسبة تكرار نعم انحصر بين 2:98 لمحور معوقات تسويق المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام (B.O.T). بينما جاءت نسبة إلى حد ما 12:1 وكانت نسبة تكرار لا 10:1

تشير نتائج جدول (5) أن نسبة (98%) من عينة البحث يروا أن من معوقات تسويق المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام (B.O.T) يتمثل فى كثرة الاجراءات الروتينية المعقدة التى لا تتيح إستثمار المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام (B.O.T)

، يليه قصور دور الاعلام المرئى والمسموع والمكتوب عن إستثمار المنشآت الرياضية بنظام (B.O.T). وبنسبة (97%) ثم جمود لوائح وقوانين إدارة إمكانات المنشآت الرياضية بالاندية الرياضية وبنسبة (96%) ثم وجود تشريعات تتيح تسويق المنشآت الرياضية بالاندية الرياضية بنظام (B.O.T). وبنسبة (95%) يليها إنخفاض الوعى الثقافى بمزايا إدارة المنشآت الرياضية بالاندية الرياضية بنظام (B.O.T) . وبنسبة (88%) ثم عدم إقتناع بعض المستثمرين بمدى الفائدة التى سيحققونها من إدارة المنشآت الرياضية بالاندية الرياضية بنظام (B.O.T). وبنسبة (80%) ثم صعوبة تحديد المدى الزمنى الذى ستستغرقه إدارة المنشآت الرياضية بالاندية الرياضية بنظام (B.O.T) لتعود بالمكاسب المادية على المستثمرين وبنسبة (78%) وأخيرا قلة إمكانات المنشآت الرياضية بالاندية الرياضية وبنسبة (2%) وبذلك يرى الباحث إلى أن العبارات التى تدل على الرأى بالموافقة تشير إلى أن هناك مجموعة من المعوقات الرئيسية التى تعرقل إدارة المنشآت الرياضية بالاندية الرياضية بنظام (B.O.T) و أهمها عدم وجود تشريعات تتيح تسويق المنشآت الرياضية بالاندية الرياضية بنظام (B.O.T) وعدم إقتناع المستثمرين بمدى الفائدة التى سيحققونها من إدارة تسويق المنشآت الرياضية بالاندية الرياضية بنظام (B.O.T) وكذلك إنخفاض الوعى الثقافى بمزايا إدارة المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام (B.O.T)

ويتفق ذلك مع ما توصلت اليه عدد من الدراسات منها دراسة أحمد ماهر (2004) (1) رضا صالح (2007) (10)، وائل السيد (2008) (16)، سعيد محروس (2012) (11)، عبد اللطيف، أنور وجدي علي " (2012) (3)، محمد الجاويش (2014) (15)، أحمد رضوان (2016) (2)

إستنتاجات البحث :

- في ضوء اجراءات ونتائج البحث تمكن الباحث من التوصل الي الاستخلاصات التالية :
- 1- لا توجد إدارة مختصة بإستثمار وتسويق المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية.
 - 2- لا يتم إستثمار إمكانات المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بالاسلوب العلمى .
 - 3- لا تضع الأندية الرياضية خطط محددة المدة لإستثمار إمكانات المنشآت الرياضية.
 - 4- يقتصر الدعم المالى للمنشآت الرياضية بالأندية الرياضية على الدعم الحكومى .
 - 5- لا توجد لوائح تنظم عملية إستثمار إمكانات المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية .
 - 6- لايسمح قانون الهيئات الرياضية الحالى بتسويق المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بنظام (B.O.T) .
 - 7- لاتوجد لوائح داخلية بالأندية تقدم تسهيلات لجذب المستثمرين لإدارة المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بنظام (B.O.T) .

- 8- عدم إقتناع بعض المستثمرين بمدى الفائدة التي سيحققونها من إدارة المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بنظام (B.O.T).
- 9- جمود لوائح وقوانين إدارة إمكانات المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية .

التوصيات : في ضوء نتائج البحث يوصي الباحث بما يلي:

1. ضرورة إصدار تشريعات بقوانين تنظم إدارة استثمار تسويق إمكانات المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بنظام (B.O.T) .
2. ضرورة عرض إمكانات المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية على المواقع الالكترونية الخاصة بها بما يحقق الدعاية والاعلان عنها امام المستثمرين .
3. ضرورة تحفيز القيادات بوزارة الشباب والرياضة على تطوير خطط التمويل الذاتى من خلال تسويق إمكانات المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بنظام (B.O.T) .
4. ضرورة تسهيل إجراءات تسويق إمكانات المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بنظام (B.O.T).
5. ضرورة توفير قاعدة بيانات لكل الامكانات البشرية والمادية المتاحة داخل المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية.
6. ضرورة تخصيص وحدة مستقلة متخصصة بإستثمار وتسويق إمكانات المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بنظام (B.O.T) .
7. ضرورة إسناد إدارة المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية إلى قيادات إدارية تتمتع بمستوى تعليمى عال وثقافة إدارية تمكنها من حسن إدارة تسويق وجذب المستثمرين لإستثمار المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية.
8. ضرورة عقد الأندية الرياضية الندوات واللقاءات الداعمة لتبنى ثقافة نظم التمويل الذاتى وسبل الاستثمار لامكاناتها المتاحة بنظام (B.O.T).

((المراجع))

أولا : المراجع باللغة العربية

1. أحمد ماهر محمد حامد :النظام القانونى لعقد البوت b.o.t (الانشاء- التملك- التشغيل- نقل الملكية) رسالة دكتوراه . كلية الحقوق . جامعة الزقازيق فرع بنها ، 2004
2. أحمد حماد رضوان : إستثمار إمكانات الهيئات الشبابية والرياضية بمحافظة الشرقية فى ضوء التحولات الاقتصادية المعاصرة ، رسالة دكتوراه، كلية التربية الرياضية للبنين جامعة بنها ، 2016
3. أنور وجدي علي ، عبد اللطيف " واقع تطبيق نظام (B.O.T) بالأندية الرياضية بمحافظة المنيا ، مجلة علوم الرياضة ، كلية التربية الرياضية للبنين جامعة حلوان ، 2012
4. أحمد مصطفى مطاوع :محددات الاستثمار فى الاندية الرياضية ، رسالة ماجستير غير منشورة،كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان، 2008
5. أشرف محمود العجلى : الازمات الرياضية فى الهيئات الرياضية الاهلية ، رسالة دكتوراه كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان 2004
6. جمال مصطفى الزهير : معوقات إقتصاديات بعض الاندية الرياضية بدولة الكويت ، رسالة دكتوراه غير منشوره، كلية التربية الرياضية للبنين جامعة الاسكندرية ، 2010
7. حسن أحمد الشافعى : الاستثمار والتسويق فى التربية البدنية والرياضة ، دار الوفا للنشر والطباعة ، الاسكندرية ، 2006م
8. حسن أحمد الشافعى : التمويل والتأجير التمويلي فى التربية البدنية والرياضة ، دار الوفا للنشر والطباعة ، الاسكندرية ، 2005م
9. حسن أحمد الشافعى : الخصخصة الادارية والقانونية فى التربية البدنية والرياضة ، دار الوفا للنشر والطباعة ، الاسكندرية ، 2006م
10. رضا محمد صالح : دور مشروعات الbot فى عملية التنمية الاقتصادية دراسة خاصة عن خدمات الموانى المصرية،رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية التجارة ، جامعة قناة السويس. 2007
11. سعيد معتمد محروس : دراسة تقويمية لتسويق المنشآت الرياضية فى جامعة طنطا ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة طنطا ، 2012
12. على الشريف ، محمد فريد :إقتصاديات الإدارة ، دار الجامعة ، الاسكندرية ، 2001

13. كمال درويش ، محمد صبحى حسانين : موسوعة متجهات الادارة الرياضية فى مطلع القرن الجديد ، الجودة والعلومة فى إدارة أعمال الرياضة ، دار الفكر للنشر ط1، (القاهرة ، 2004 م
14. ماهر محمد عطيه : واقع التسويق الرياضى بالاندية الرياضية ، رسالة ماجستير غير منشوره ، كلية التربية الرياضية ، جامعة طنطا ، 2005
15. محمد صبرى الجاويش : إستراتيجية مقترحة لاستثمار الامكانات والمنشآت التابعة للجنة الاولمبية المصرية فى ضوء بعض الاساليب الاقتصادية الحديثة ،رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنين جامعة حلوان ، 2014
16. وائل محمد السيد : المشكلات القانونية التى تثير عقود b.o.t وما يماثلها دراسة مقارنة ، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الحقوق ،جامعة عين شمس. 2008

ثانيا : المراجع باللغة الأجنبية

17. Christian MICHON, le marketer (les nouveaux fondements du marketing), Pearson Education France, Paris, 2003.
18. Delpy;-L;Bosett;HA: Sport management And Markting via the world wide (Morgantown;va)2013.
19. F.Wzbster, « social aspercts of marketing » ,prentice hall, 2008.
20. George Karilis: City And Sport Marketing Strategy (The Case Of Athens) 2004 , The Sport Journal , Volume 6 , Number 2 , SPRING 2003
21. John R. Johnson : Promotioon For Sport Directors , Human kinetics,United states, 2014
22. L.L. Berry ,A. Parasuraman ,Marketing Services ,Competing through Quality ,The Free Press, New York,2009.
23. M. Benoun, « marketing, savoir et savoir- faire », Economica , Paris, 2ème édition, 2012.
24. nigel Pop And Other: Sport Marketing In Internet, WWW.CBPP UAA.Alaska,edu/Him,2016.

25. P. Kotler & B. Dubois, « marketing management » ; publi- union ; Paris
10ème édition ; 2015.

ثالثا : مراجع شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)

26. <http://www.about-goal-setting.com/KM-library1/index.htm1>.

27. American Productivity & Quality Center (APQC) (2000) Successfully
Implementing marketing management [http://www.apqc.org/
proposal/6506TTT](http://www.apqc.org/proposal/6506TTT)