

خطة مقترحة لتحسين أساليب التمويل بالمنشآت الرياضية بمحافظات جنوب

الصعيد

الباحث/ علاء حامد عبد الظاهر محمد

أصبحت الإدارة المعاصرة تعرف كحركة فكرية سريعة على خلاف العصور السابقة، ولا زالت تتطور وتتجه إلى زيادة الاهتمام بالموارد البشرية لتغيير دوره داخل التنظيم ومن جانب آخر زيادة دورة المعرفة والمعلومات في أداء الأنشطة وزيادة استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والإتصال في إتمام العمل الإداري وخصائص الإدارة الحديثة تغيرت عما كانت في السابق من الناحية العملية تغيراً جذرياً. (٣٠: ١٤)

ويساعد التمويل المالي الأندية الرياضية على تحقيق أهدافها، إذ أنه لن تتحقق سبل النجاح لهذه الأندية إلا إذا تم توفير الموارد المالية اللازمة لإدارة أنشطتها ومن ثم تحقيق الأهداف المرجوة، لذا يجب عليها أن تعد لنفسها خطة تمويلية سليمة تتضمن توفير القدر الكافى من حجم ومصادر رأس المال التى تتيح لها إتخاذ قراراتها بحرية.(٦١ : ٧٧)

وتعد الصعوبات المالية التي تواجه الرياضة بمصر تتمثل فيما يلي: الاعتماد الكلي على الدعم الحكومي وقلة مصادر التمويل الذاتي، وضعف فرص الإستثمار للأموال والمنشآت الرياضية، وضعف فرص الملكية الخاصة للهيئات الرياضية، إستمرار سيطرة الدولة علي أوجه وأشكال التمويل للهيئات الرياضية من خلال سيطرتها علي إشارة البث التلفزيوني لنقل الأحداث الرياضية علي القنوات الأرضية بإعتبار عائد البث التلفزيوني أحد أهم المصادر المباشرة للهيئات الرياضية في زيادة مواردها من التمويل الذاتي، والتحكم المركزي في الهيئات الرياضية من خلال الجهة الحكومية المسؤولة عن الرياضة التي تعتبر المرجع الأول والأخير لتنفيذ قرارات الهيئات الرياضية، وخاصة

القرارات المالية والتي تدير جميع أنشطة الشباب والرياضة، وعدم إطلاق العنان والحرية للهيئات الرياضية في استثمار وتسويق أموالها ومنشأتها. (٢:١١)

وظهر التمويل وتطور بشكل ملحوظ وكان ضرورياً للتغلب على التحديات المختلفة التي تواجهها الأعمال الاستثمارية، مما يدفع المستثمرين ورجال الأعمال إلى البحث عن مصادر متعددة ومتنوعة، ومن هنا نستنتج أن للتمويل مفهومين من حيث النظرة الضيقة، تعنى كلمة التمويل مجموعة وسائل الاقتراض التي تعنى للمؤسسة استمرار نشاطها، أما من خلال النظرة الواسعة للتمويل هو مجمل العمليات التي من خلالها تقوم المؤسسة بتلبية كل متطلباتها من أموال وزيادات لاحقة للعقود، القروض بصفة عامة أو المنشآت أو المساهمة الممنوحة بسندات باهظة أو تطوعية من طرق الدولة، الخزينة العامة، الجماعات المحلية. (٨٧ : ٦٩)

والتمويل في المجال الرياضي هو عبارة عن عملية البحث عن موارد مادية للإنفاق على الأنشطة الرياضية وله ثلاث مصادر أساسية هي التمويل الحكومي، والتمويل الأهلي، والتمويل الذاتي وتعتبر أهم صور التمويل الذاتي هي التسويق الرياضي والاستثمار الرياضي، ويعتبر التسويق الرياضي هو المفتاح لتحقيق أهداف المؤسسة الرياضية ويشمل تحديد الإحتياجات والرغبات للسوق المستهدفة. (٧٤:٨٦)

ولقد حظي التمويل الذاتي بالهيئات الرياضية بقبول كبير بين مديري وأعضاء مجالس إدارة الهيئات وأهدافها المسؤولين عن الرياضة بالجهات المعنية وان كان ذلك على المستوى النظري، ولم يتم بعد على الصعيد العملي ، وحيث أن البيئة المعاصرة التي تتسم بالتعقيد وسرعة الحركة وتزايد المنافسة ، تؤكد على حتمية وضع خطة لزيادة التمويل الذاتي ، وحيث أن الهيئات التي تفشل في أن تخطط لزيادة مواردها غالبا ما تكون عرضة لفقدان فرصها في زيادة وتنوع خدماتها ، كما أنها تخاطر بعدم اللحاق بالتطور السريع في الرياضة والمتطلبات والاحتياجات المتغيرة للجماهير ، وتواجه

بتطورات غير متوقعة ، وقد يكون الثمن الذي تدفعه هذه الهيئات لعدم التخطيط لإدارة مواردها هو الركود والتفقر أو التوقف عن عدم تقديم أنشطتها.(٧٤:٦٩)

والتمويل الرياضي من أولويات الدراسات الإقتصادية والمالية والمصرفية والإدارية وغيرها من التخصصات التي تهتم بالتطورات الهيكلية التي شهدتها المجتمعات المتقدمة، وينصب اهتمام العائد الأقتصادي الرياضة المصرية خارج الاهتمامات الخاصة بتنمية الإقتصاد المصري، وتأمل الرياضة المصرية في الإنطلاق إلي توفير هامش من الربح يمكن أن يكون أحد الموارد المالية للدولة مثل الدول الأوربية التي يقدر الاستثمار بـ ٢٠% سنوياً من حجم إستثمارات بعض الدول. (٧٤:٦١)

كما أن أهم طرق التمويل الرياضي في المجال الرياضي تتمثل في ضرورة إستثمار المنشآت الرياضية وتأجير الصالات وحمامات السباحة والمحلات وغيرها من المشاريع التي تدر عائداً مادياً يدخل ضمن إيرادات ذاتيه، وإنشاء شركات تجارية باسم المؤسسة الرياضية صاحبة المنفعة، ومحاولة التوصل لخصخصة الأنشطة الرياضية التي تستطيع تحقيق الأرباح، وإنشاء قنوات رياضية تلفزيونية للأندية، وذلك من أجل توفير الموارد المالية اللازمة للإرتقاء بمستوى المؤسسات الرياضية، وبيع حقوق النقل والبت الإذاعي والتلفزيوني، ورعاية اللاعبين المحترفين والتعامل معهم بمفهوم استثماري وفقاً لإستراتيجيات إقتصادية في قطاع الإعلام الرياضي.(٩٤: ٢٠، ٢٢)

ومما لا شك فيه أن العلاقة التكاملية بين الأنشطة الرياضية والتمويل قد أدى إلى احتلال الرياضة مكانة رفيعة في الحياة الاجتماعية ولا تقل أهمية عن تلك التي تتألفها علاقة الرياضة بالسياسة ولأن نظام الرياضة يقوم على دعائم تمويلية تتمثل في ميزانيات الأنشطة والبرامج والأدوات والأجهزة لذا فإن العلاقة بين الرياضة والاقتصاد يتصل باعتمادها علي لتمويل مختلف أوجه النشاط بها كما يتصل برعاية المصالح التجارية والاستهلاكية للرياضة كمصدر للربح ووسيلة دعاية ناجحة قريبة ومحبية للمستهلكين.(٢٤: ٣١)

ثانياً: مشكلة البحث :

ومن خلال المقابلات الشخصية التي أجراها الباحث مع عدد من العاملين بالمنشآت الرياضية بأسوان ، لاحظ أن مراكز الشباب بأسوان تواجه معوقات مالية كبيرة من حيث الأجور ، وذلك نظراً لعدم وجود أسلوب متبع لتمويل ودعم الأنشطة بداخلها وعدم اللجوء إلى المصادر التمويلية الحديثة، وأنه لا توجد أموال كافية لتوفير الاحتياجات المالية المناسبة اللازمة للصرف على الخدمات التي تقدم بتلك مراكز الشباب للمستفيدين ، كما أن هناك عدم وعي من قبل إدارة المنشآت الرياضية بأسوان بأهمية توفير المال اللازم لسد احتياجات جميع الأنشطة داخل هذه المنشآت.

وذلك ما أشارت إليه نتائج العديد من الدراسات السابقة في مجال تمويل الرياضة مثل

دراسة كلاً من شريهان يحيى محمد (٢٠١١) (٢٦) يحيى بدر مبارك (٢٠١٠)

(٤٩) إيمان زكي إبراهيم، يحيى فكري محمد (٢٠٠٦) (٥)، فإنه لم يتطرق أحد إلي

دراسة التمويل بالمنشآت الرياضية بصفة خاصة ، وعدم وجود أسلوب مناسب متبع للصرف على تلك الأوجه من الأنشطة ، وعدم الاعتماد على الأساليب الحديثة للتمويل أو ضرورة وضع الخطط التمويلية المناسبة.

مما دفع الباحث إلي إجراء هذه الدراسة كحاشية منه لوضع خطة مقترحة لتحسين

مصادر التمويل بالمنشآت الرياضية بمحافظات جنوب الصعيد.

ثالثاً: أهمية البحث والحاجة إليه:

الأهمية النظرية:

- تكمن أهمية البحث النظرية في أنه لم تتعرض أي من المراجع أو البحوث أو الرسائل العلمية أو أي جهة متخصصة إلي محاولة دراسة أساليب التمويل في المنشآت الرياضية بمحافظات جنوب الصعيد.
- التعرف علي أنسب الطرق لتحسين أساليب التمويل في المنشآت الرياضية بمحافظات جنوب الصعيد.

- إلقاء الضوء من الناحية النظرية على أساليب التمويل بالمنشآت الرياضية لأستفادة الباحثين منها.
- وضع خطة مقترحة لتحسين أساليب التمويل المتبعة بالمنشآت الرياضية بصفة خاصة.
- الأستفادة من نتائج هذه الدراسة فى توجيه أنظار المسئولين فى إعداد الخطط التمويلية المناسبة التى تؤدى إلى تخفيف العبء المالى على الموازنة العامة للدولة.

رابعاً: هدف البحث:

يهدف البحث إلى وضع خطة مقترحة لتحسين مصادر التمويل فى المنشآت الرياضية بمحافظات جنوب الصعيد.

خامساً: تساؤلات البحث:

١. ما أساليب التمويل الموجودة فى المنشآت الرياضية بمحافظات جنوب الصعيد ؟

سادساً: بعض المصطلحات الواردة فى البحث:

التمويل الرياضى:

هو توفير الأموال اللازمة للمنظمة من المصادر المختلفة بتكلفة معقولة مع استخدام هذه الأموال أفضل استخدام ممكن بما يحقق أهداف الأطراف التى تتعامل مع المنظمة. (٢٣: ١٣)

التمويل الحكومي:

هو كل الإعانات المالية والعينية التى تدعم بها المنظمة الرياضية عن طريق المنظمات الحكومية التى تمتلكها الدولة وخاصة المجلس القومي للشباب والرياضة سواء أكانت مباشرة، مثل الإعانات المالية السنوية أو الإنشائية أو مكافآت لبعض الفرق الرياضية المتميزة أو ملابس وأدوات وأجهزة، أو غير مباشرة مثل الإعفاءات والتخفيضات المقررة للمنظمة الرياضية. (٩ : ١٥)

التمويل الأهلى:

يتضمن التمويل الأهلى كلا من التبرعات المالية والعينية التى تأتي للمنظمة الرياضية عن طريق الأفراد أو الشركات أو المؤسسات من داخل مصر أو خارجها بعد موافقة الجهة الإدارية، سواء كانت أموالاً سائلة أو ودائع تدر عائداً مادياً أو وصايا أو هبات أو إنشاءات أو إصلاح بعض منشأته وملاعبه ومرافقه. (١٣ : ١٢)

التمويل الذاتى:

يتضمن التمويل الذاتى كل الإيرادات التى تحققها المنظمة الرياضية عن طريق استثمار مرافقها ومنشأته أو نشاطاتها وسواء كان ذلك من حصائل الاشتراكات للأعضاء العاملين أو أسرهم أو رسوم العضوية أو بيع تذاكر دخول الزائرين إليها ودخل المباريات الرياضية التى ينظمها الفرق الرياضية على ملاعبها أو ما فى حكمها أو من دخل الحفلات أو عائدات الودائع المالية التى تمتلكها. (٨ : ٩)

التمويل المشترك:

هو ذلك اللون من التمويل الذى يجمع بين الإيرادات الذاتية للهيئة الرياضية والتبرعات الأهلية والإعانات الحكومية وتعتمد أغلب الهيئات الرياضية فى مصر على هذا النوع من التمويل كمصدر لتمويلها وأن اختلفت نسبته من هيئة لآخري. (٦ : ٢٢، ٢٣)

الأندية الرياضية:

تعرف الأندية الرياضية بأنها منظمات رياضية وترويجية، تهدف إلى الإسهام بدور إيجابي في التنمية الرياضية والاجتماعية لأفراد المجتمع، وإشباع احتياجات الأفراد ورغباتهم فيما يتصل بالرياضة. (٣٢)

الدراسات السابقة:-

١- دراسة شريهان يحيى محمد (٢٠١١) (١٦) بعنوان: " تفعيل آليات جذب رجال الأعمال للاستثمار في المجال الرياضي"، واستهدفت الدراسة التعرف على آليات ووسائل جذب رجال الأعمال للاستثمار في المجال الرياضي، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي للائمته بطبيعة الدراسة وقامت بتطبيق البحث على عينة من المستثمرين ورجال الأعمال الذين يسوقون منتجاتهم من خلال الرياضة في (٩) أندية بمحافظات مختلفة، وكانت أهم النتائج أن من أكثر المشروعات التي تحقق ربح ومكسب مادي من وجهة نظر المستثمرين ورجال الأعمال هي مشروعات الإنتاج والتوزيع كتصنيع الملابس والأدوات الرياضية، ومشروعات الإنشاء والتعمير وإنشاء الأندية والصالات متعددة الأغراض، كما استنتجت الدراسة عدم وجود أساليب وقرارات تجذب المستثمرين، وأيضا لا توجد إدارات مسئوليّة عن الاستثمار والتسويق والتمويل في معظم المؤسسات الرياضية، وكذلك صعوبة الإجراءات الإدارية الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي.

٢- دراسة يحيى بدر مبارك (٢٠١٠) (٣٠) بعنوان: إستراتيجية مقترحة لجذب رؤوس الأموال للاستثمار في الأندية الرياضية الكويتية واستهدفت الدراسة التعرف على الوضع الراهن للاستثمار بالأندية الرياضية لدولة الكويت ووضع إستراتيجية مقترحة لجذب رؤوس الأموال للاستثمار في الأندية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي متبعا الأسلوب المسحي وكانت عينة الدراسة اشتملت على (٢١٠) من

أعضاء مجالس إدارات الأندية ومجلس الأمة الكويتي وكانت أهم النتائج أن المنشآت الرياضية بدولة الكويت لا تستثمر الجانب المالي والبشري لدي البيئة المحيطة ولا تشجع رجال الأعمال والمستثمرين على الاستثمار ولا توجد تسهيلات إلى رجال الأعمال للاستثمار في المجال الرياضي ولا يوجد نص تشريعي يشجع على الاستثمار بالأندية الكويتية.

٣- دراسة **مثنى علي عريود الراشد** (٢٠١٠) (٢١) بعنوان: " استراتيجية مقدمة لتطوير التسويق الرياضي بدولة الكويت " واستهداف الدراسة التعرف علي تصميم استراتيجية الرياضة وله الكويت واستخدام الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي واستلمت عينة الدراسة علي ١٦٩ فرد من أعضاء مجالس إدارات الأندية والاتحادات واللجنة الأولمبية بدولة الكويت وكانت أهم النتائج أن المنشآت الرياضية بدولة الكويت لا تستثمر الجانب المالي والبشري لدي البيئة المحيطة ولا يتم تسويق المنشآت الرياضية داخل الأندية وأن هناك الكثير من المعوقات التي تحول دون استثمار وتسويق الأندية بدولة الكويت.

٤- دراسة **أحمد فتحى الأفندي** (٢٠٠٩) (٣) بعنوان: " الإدارة الاستراتيجية للتسويق بالاتحادات الرياضية المصرية - دراسة استشرافية، واستهدفت الدراسة تصميم نموذج للإدارة الاستراتيجية للتسويق بالاتحادات الرياضية المصرية فى ضوء استشراف مستقبل صناعه الرياضة فى مصر بشكل عام والتسويق بالاتحادات الرياضية المصرية بشكل خاص، واستخدم الباحث منهج الدراسات المستقبلية، وبلغت عينة الدراسة (١٤٤) فرد من المهتمين بالرياضة المصرية، وعدد ١٢ خبير من متخذى القرارات بالاتحادات الرياضية وخلصت نتائج الدراسة إلى رسم

سيناريوهات مستقبلية لصناعة الرياضة المصرية ٢٠١٣/٢٠٠٨ ومدى تأثيرها
بالبيئة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والقانونية والتشريعية.

٥- دراسة حسن أحمد الشافعي و علية عبد المنعم حجازي (٢٠٠٩)(١٠) بعنوان " إستراتيجية للتسويق الرياضي والاستثمار بالمؤسسات الرياضية المختلفة "، واستهدفت الدراسة وضع إستراتيجية للتسويق الرياضي والاستثمار بالمؤسسات الرياضية في ضوء التحولات الاقتصادية العالمية المعاصرة، واستخدام الباحثات المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي والتحليل الارتباطي المقارن، وكانت عينة البحث الذي تم اختيارها بالطريقة العشوائية وهي ٣٩٨ فرد من الإدارة العليا، ٥٠ مستثمر و رجل أعمال من كشوف السجلات التجارية، وكانت أدوات جميع البيانات هي تحليل اللوائح والقوانين المنظمة للمؤسسات الرياضية المختلفة وقانون قطاع الأعمال والاستثمار وحوافزه وقانون المشروعات الصغيرة، والمقابلة الشخصية، واستمارة الاستبيان، وكانت أهم النتائج اقتراح مشروع متكامل لعملية التسويق الرياضي والاستثمار بالمؤسسات الرياضية المختلفة.

٦- دراسة محمد أحمد عباس (٢٠٠٨م)(٢٢) بعنوان "دراسة تحليلية للاستثمار بالأندية الرياضية الخاصة في ج.م.ع"، وقد هدفت هذه الدراسة إلى تحليل الاستثمار بالأندية الرياضية الخاصة بمصر، ووضع تصور حول الاستثمار بالأندية الرياضية الخاصة بمصر، واستخدم الباحث المنهج الوصفي بأسلوب الدراسات المسحية، واشتملت عينة البحث على عدد من الخبراء في المجال الرياضي والمجال الاستثماري، والمسؤولين بالأندية الخاصة، وبعض قيادات المجلس القومي للرياضة، وخبراء أكاديميين، واستخدم الباحث المقابلة الشخصية

وتحليل الوثائق كأدوات لجمع البيانات، ومن أهم نتائج تلك الدراسة: أن الدولة لديها رؤية مستقبلية لتشجيع الاستثمار الرياضي وتعاملها إيجابي مع قضية الاستثمار في مجال الأندية الخاصة، يتطلب تشجيع الاستثمار في مجال الأندية الرياضية وضع تشريعات وقوانين ولوائح جديدة.

٧- دراسة سمير محمد صلاح (٢٠٠٨) (١٥) بعنوان: " جدوي الاستثمار الرياضي في مجال السياحة "، واستهدفت الدراسة التعرف علي الفروق بين استجابات أفراد عينة البحث المختارة بأندية القطاع الخاص والأهلي والحكومي في محاور جدوي الاستثمار الرياضي في مجال السياحة وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي واشتملت العينة علي ٢٤ من أعضاء مجالس الأندية الحكومية والأهلية و ٢٨٤ من الأجهزة الإدارية والفنية ومديرية النشاط، و ١٨ فرد من المستثمرين ورجال الأعمال، و ١٠٨ من أعضاء الأندية الرياضية، وكانت أهم نتائج الدراسة أن إدارة النادي تعجز عن مواجهة المصروفات المتزايدة لرياضة السباحة، وأن أشكال ومجالات الاستثمار محدودة بالنادي، وصعوبة تسجيل الشركات الخاصة بالاستثمار الرياضي في البورصة.

٨- دراسة "حسن أحمد عطية، دنيا محمد عبد العزيز" (٢٠٠٨م) (١١) بعنوان "التأجير التمويلي كمصدر استثمار الرياضي في المؤسسات الرياضية"، وهدفت إلى التعرف على متطلبات تطبيق التأجير التمويلي كمصدر للاستثمار الرياضي في المؤسسات الرياضية والأندية والاتحادات الرياضية، وقد استخدم الباحث في (١٦٨) من أعضاء مجالس إدارات الأندية الكبرى والاتحادات الرياضية والأندية، وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: أهمية التمويل بصفة عامة في المؤسسات

الرياضية لتوفير المال اللازم لها، أهمية جبر التمويل في المؤسسات الرياضية حيث يعمل التأجير التمويلي على استخدام آليات جديدة لتسهيل التمويل، التأجير التمويلي يحقق المرونة والاقتصاد والسيولة.

٩- دراسة احمد رشاد محمد (٢٠٠٧) (١) بعنوان: استراتيجية مقترحة للتسويق الرياضي لبطولات المبارزة، واستهدفت الدراسة تصميم استراتيجية تسويقية لبطولات المبارزة من خلال تطبيق دائرة الفكر التسويقي الاستراتيجي داخل اتحاد السلاح المصري استخدم الباحث المنهج الوصفي واشتمل عينة الدراسة على عينة قوامها ١٧ فرد لأعضاء مجلس الاتحاد والمدير ومسئول التسويق وخبراء التسويق بجمهورية مصر العربية، واستخلص الباحث عدم وجود وحدة إدارية للبحوث التسويقية بالمؤسسات الرياضية تعمل على تصميم استراتيجيات تسويقية تتناسب مع مخرجات التحليلات الدورية للوضع القائم وتقويمه.

١٠- دراسة محمد عبد العظيم محمود (٢٠٠٦) (٢٦) بعنوان: " خطة مقترحة لإدارة المؤسسات الرياضية في ضوء الاهداف التسويقية" واستهدفت الدراسة التعرف على اساليب إدارة المؤسسات الرياضية (المركز الأولمبي بالمعادي - الأكاديمية العربية للنقل البحري بالإسكندرية - التعرف على نقاط القوة والضعف في النظام الإداري بها، وتحليل للأساليب التسويقية التي يمكن تنفيذها في ضوء الإمكانيات المتاحة، وتم اختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية من الاساتذة والخبراء والعاملين في مجال التربية الرياضية، واستخدم الباحث في جمع البيانات استمارة استبيان وتوصلت نتائج الدراسة إلى عدم وجود إدارة للتسويق داخل المؤسسات الرياضية

وضرورة البحث عن مصادر لتمويل المؤسسات الرياضية وتقييم العمليات التسويقية داخل هذه المؤسسات.

١١- دراسة إيمان زكي إبراهيم، يحيى فكرى محمد (٢٠٠٦) (٤): "تقييم التمويل الذاتي فى الاتحادات الرياضية الأولمبية المصرية"، واستهدفت الدراسة التعرف على أهمية ومصادر التمويل الذاتي فى الاتحادات الرياضية المصرية وكذلك الضوابط القانونية ومعوقات التطبيق، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي واعتمدت فى جميع البيانات على الاستبيان وتحليل الوثائق والمقابلات الشخصية وكانت أهم النتائج ضرورة الابتعاد عن مخاطر الاعتماد على مصدر واحد للتمويل وهو الدعم الحكومى والعمل على زيادة فرص التمويل الذاتي للاتحادات الرياضية المصرية.

١٢- دراسة إيمان محمد أحمد (٢٠٠٦) (٥) بعنوان: " إستراتيجية مقترحه لاستثمار أنشطة الاتحاد المصري لكرة اليد بجمهورية مصر العربية، واستهدفت الدراسة التعرف على العناصر التى يمكن من خلالها وضع استراتيجية لاستثمار الاتحاد المصري لكرة اليد، وأيضاً التعرف على معوقات استثمار أنشطة الاتحاد المصري لكرة اليد، وتم اختيار عينة البحث بالطريقة العمدية العشوائية من أعضاء مجلس إدارة الاتحاد وأعضاء اللجان والمناطق والحكام والمدربين بالإداريين وعددهم (٣٩٣) فرد، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي لملائمته لطبيعة الدراسة، وكانت أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة أنه يمكن تحقيق أهداف الاتحاد بالإمكانات المادية والبشرية المتاحة فى حالة تسويقها بطريقة علمية وأنه لا يوجد خطة استراتيجية لتسويق إمكانات الاتحاد المادية والبشرية وهناك معوقات تتمثل فى قلة

الإمكانات والتمويل والتسويق وهناك معوقات قانونية وتشريعية وإدارية وفنية ومعوقات فى الوعي بالاستثمار الرياضي وفى الوعي بالسياسة الرياضية.

١٣- دراسة **محمد رجب احمد** (٢٠٠٦)(٢٥) بدراسة عنوانها "الخطة الإستراتيجية لتسويق البطولات والمباريات الرياضية" بهدف التعرف على واقع عملية التخطيط الإستراتيجي لتسويق البطولات والمباريات الرياضية بالأندية الرياضية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي (الدراسات المسحية والتحليلية) وكانت أهم النتائج التوصل إلى تصور لما ينبغي أن تكون عليه الخطة الاستراتيجية لتسويق البطولات والمباريات الرياضية من خلال تحليل الموقف التسويقي للنادي الرياضي، التعرف على السوق المستهدف، تحديد أهداف وإستراتيجيات التسويق، تصميم المزيج التسويقي المناسب للبطولات والمباريات الرياضية، وضع الموازنة المالية للخطة التسويقية.

١٤- دراسة **عطيه سعد الشبراخيتي** (٢٠٠٦) (١٧) بعنوان: " استثمار الأندية الرياضية لنشاط كرة القدم اقتصاديا " واستهدفت الدراسة التعرف على الفوائد الاقتصادية المتوقعة من استثمار نشاط رياضة كرة القدم المصرية اقتصاديا، واستخدم الباحث المنهج الوصفي وتم اختيار العينة من مجموعة من الأفراد أندية الدوري الممتاز لكرة القدم عن موسم ٢٠٠٤/٢٠٠٥ وشملت ٣٠ من أعضاء مجالس إدارات الأندية و ٦٠ من اللاعبين في الأندية، وكانت أهم نتائج الدراسة هي تعقد التشريعات والقوانين بما لا يتيح الفرصة للاستثمار وعدم تسهيل الإجراءات الإدارية لاستخراج تصاريح الاستثمار وضعف الاعتمادات المالية الحكومية الموجهة للأندية الرياضية.

١٥- دراسة "محمد محمد عبد القادر" (٢٠٠٥م)(٢٧) بعنوان: "نموذج لإدارة التسويق فى الأندية الرياضية"، وهدفت هذه الدراسة إلى وضع نموذج لإدارة التسويق متضمن الأهداف والوظائف والأنشطة والهيكل التنظيمي والتي يمكن تطبيقها فى الأندية الرياضية بهدف تسويق الخدمات التي تقدمها الأندية وذلك للعمل على تنمية مواردها، واستخدم الباحث المنهج الوصفي بأسلوب الدراسات المسحية، واختار الباحث عينة عمدية قوامها (٤٠) فرد من مديري الأندية ومديري إدارة التسويق، ورؤساء مجالس الإدارة بأندية الزمالك والأهلي والصيد وهلبوبوليس، واستعان الباحث بتحليل الوثائق والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات، وقد أشارت أهم نتائج تلك الدراسة إلى: أن تسويق النشاط الرياضي هو الوظيفة الأولى لإدارة التسويق مما يعكس محدودية النظر لوظائف إدارة التسويق وغموض مفهوم المزيج التسويقي وأهمية الاستعانة بأفراد متخصصين لإعداد الخطط التسويقية وأهمية القيام ببحوث التسويق للتعرف على المستهلك النهائي للخدمة من خلال شركات متخصصة.

١٦- دراسة "ماهر السيد محمد" (٢٠٠٥) (٢٠) بعنوان: " واقع التسويق الرياضي بالأندية الرياضية"، واستهدفت الدراسة التعرف على أهمية التسويق من النواحي الاقتصادية والاجتماعية فى المجال الرياضي، واستخدم الباحث المنهج الوصفي، وتم اختيار العينة بالطريقة العمدية من الأندية الرياضية وقوامها (١٢٢) فرد، وكانت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ضعف القدرة التسويقية لإدارة التسويق، عدم تشجيع رجال الأعمال على التبرع ورعاية الفرق الرياضية، وندرة المتخصصين المؤهلين فى مجال التمويل والتسويق الرياضي.

١٧- دراسة "أحمد فاروق عبد القادر" (٢٠٠٥م) (٢) بعنوان "العائد الاقتصادي والسياسي والاجتماعي للإنفاق الحكومي على الرياضة القيمة" واستهدفت الدراسة الكشف عن العائد الاقتصادي والسياسي والاجتماعي للإنفاق الحكومي على الرياضة القيمة، واستخدم الباحث المنهج الوصفي (الدراسات المسحية)، واشتملت العينة على الاتحادات الرياضية الأولمبية بجمهورية مصر العربية حيث بلغ عدد الاتحادات (٢٢) اتحاد أولمبي، حيث بلغ عدد العينة (٢٤٢) فرد ممثلين لهذه الاتحادات، واستخدم الباحث استمارة الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات، وكان من أهم النتائج إنخفاض مستوى الصرف على الأجهزة والأدوات فى المنشآت الرياضية.

١٨- دراسة "خالد حسن أحمد" (٢٠٠٥م) (١٢) بعنوان "دور التمويل الاهلي فى تحقيق أهداف النشاط الرياضى لبعض الأندية الكبرى فى جمهورية مصر العربية" واستهدفت الدراسة تحديد دور التمويل الأهلى فى تحقيق أهداف النشاط الرياضى لبعض الأندية الكبرى فى جمهورية مصر العربية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي، واشتملت العينة على مجموعة من الأندية الكبرى وصل عددها إلى (١٠) أندية تم اختيارهم بالطريقة العمدية وتتكون من (بعض أمناء الصندوق بالأندية الكبرى، مديري ومشرفي النشاط بالأندية الكبرى)، بلغ إجمالي حجم العينة الكلية على (١١٦) فردا، وكانت أهم النتائج عدم وجود الدعم المالي المناسب لتحقيق أهداف النشاط الرياضى، عدم الاهتمام بزيادة قاعدة الممارسين للنشاط الرياضى، إن مصدر التمويل الأهلى له أهمية كبيرة فى الوقت الراهن بالنسبة للأندية الكبرى وذلك نتيجة زيادة النفقات الخاصة بالنشاط الرياضى والإجراءات

الروتينية المعقدة التي تتم عند قيام إحدى الجهات الأهلية بعملية تمويل للنشاط الرياضي، عدد الملاعب لا يتناسب وأنواع النشاط الرياضي الممارس.

إجراءات البحث :

- منهج البحث :

أستخدم الباحث المنهج الوصفي (الدراسات المسحية) لملائمته لطبيعة الدراسة.

- مجتمع البحث :

يتكون مجتمع البحث وفقاً لطبيعة وأهداف البحث من العاملين في المنشآت الرياضية بمحافظات جنوب الصعيد.

- عينة البحث :

تم اختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية من العاملين في المنشآت الرياضية بمحافظات جنوب الصعيد وبلغ عددهم (٣٢٢) فرد ، وجدول رقم (١) يوضح ذلك:

جدول (١)

المجموع	العاملين بإدارة النشاط الرياضي	مديرين تنفيذيين	مجالس إدارات	توصيف العينة
١٠٠٠	٣٧٥	١٧٥	٤٥٠	المجتمع
٣٢٢	١٢٢	٥٠	١٥٠	عدد العينة

- أدوات جمع البيانات :

لجمع البيانات والمعلومات الخاصة بالدراسة الحالية أستخدم الباحث ما يلي :

١. المقابلة الشخصية .

٢. الاستبيانات وتشمل:-

- استمارة استبيان للتعرف على أساليب التمويل المتبعة في المنشآت

الرياضية في المنشآت الرياضية بمحافظات جنوب الصعيد.

استمارة الاستبيان: أساليب التمويل المتبعة في المنشآت الرياضية في المنشآت الرياضية بمحافظة جنوب الصعيد:

يهدف التعرف علي أساليب التمويل المتبعة في المنشآت الرياضية في المنشآت الرياضية بمحافظة جنوب الصعيد ، بعد تحديد الهدف قام الباحث بالخطوات التالية :

١- تحديد المحاور الرئيسية للاستبيان:

قام الباحث بتحديد محاور استمارة أساليب التمويل المتبعة في المنشآت الرياضية بمحافظة جنوب الصعيد في صورتها المبدئية من خلال الإطلاع علي بعض المراجع والدراسات المتخصصة في الإدارة والإدارة الرياضية والاستثمار والتمويل الرياضي ٢- عرض المحاور علي الخبراء:

تم عرض محاور أساليب التمويل المتبعة في المنشآت الرياضية بمحافظة جنوب الصعيد علي السادة الخبراء وعددهم (١٠) خبير في صورتها المبدئية مرفق (١) وقد لجأ الباحث إلي السادة الخبراء للتعرف علي :

- مدي مناسبة وكفاية المحاور الرئيسية.

- تعديل أو حذف ما يراه الخبير من محاور رئيسية.

وبعد عرض الاستمارة علي السادة الخبراء قام الباحث بحساب النسبة المئوية

لأراء السادة الخبراء حول المحاور الرئيسية المناسبة وفقا للجدول التالي :

جدول (١٣)

الدرجة المقدره والنسبة المئوية لأمرأ السادة الخبراء وفي محاور
استمارة أساليب التمويل أساليب التمويل المتبعة في المنشآت
الرياضية بأسوان (ن = ١٠)

م	المحور	التكرار	النسبة المئوية
١	دور المنشآت الرياضية والشبابية كأحد مصادر التمويل المتبعة.	٩	٩٠ %
٢	دور التمويل الحكومي والأهلي كأحد مصادر التمويل المتبعة.	٨	٨٠ %
٣	دور الوعي في التسويق الرياضي .	٦	٦٠ %
٤	دور الجهات الإدارية والرقابية علي المنشآت الرياضية.	٥	٥٠ %
٥	دور النواعي الفنية الخاصة بخبراء التمويل .	٣	٣٠ %
٦	دور الشركات الراعية والمدارس الرياضية .	٤	٤٠ %
٧	دور اللوائح المالية والقوانين الخاصة بالمنشآت الرياضية.	٥	٥٠ %
٨	دور الاستثمار بالمنشآت الرياضية كأحد مصادر التمويل .	٦	٦٠ %

يتضح من الجدول السابق (١٣) أن النسبة المئوية لأراء السادة الخبراء حول المحاور الرئيسية لاستمارة أساليب التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية قد تراوحت ما بين (٣٠% : ١٠٠%) ولقد ارتضى الباحث نسبة ٧٠% فأكثر من أراء السادة الخبراء ، وعلي هذا قد تم التوصل إلي عدد ٢ محور لاستمارة أساليب التمويل المتبعة في المنشآت الرياضية بمحافظات جنوب الصعيد في صورتها النهائية. مرفق (٤) وهما:

١- دور المنشآت الرياضية والشبابية كأحد مصادر التمويل المتبعة.

٢- دور التمويل الحكومي والأهلي كأحد مصادر التمويل المتبعة.

وقد تم حذف باقي المحاور لأنها لم تحظى بالنسبة المطلوبة وهي (٧٠%)

فأكثر من أراء السادة الخبراء.

٣- إعداد عبارات الاستبيان :

فى ضوء نتائج آراء الخبراء حول المحاور المقترحة قام الباحث بدراسة كل محور على حدة وذلك لتحديد العبارات الخاصة بكل محور مسترشدا ببعض المراجع العلمية والدراسات المرتبطة .

وتم إعداد استمارة الاستبيان فى صورتها المبدئية تم عرضها على السادة الخبراء وذلك للتأكد من صلاحية استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والتعرف على مدى مناسبة العبارات المقترحة للمحاور وحذف العبارات غير المناسبة وأيضاً إضافة أية عبارات أخرى مقترحة تكون غير مدرجة بالاستمارة والجدول (١٤) يوضح النسبة المئوية لآراء الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة .

جدول (١٤)

معاملات الارتباط بين عبارات المحور الأول (لاستمارة أساليب التمويل المتبعة فى المنشآت الرياضية بمحافظة جنوب الصعيد ومجموع المحور (ن=١٠)

م	العبارات	التكرار	النسبة المئوية
	المحور الأول: دور المنشآت الرياضية كأحد مصادر التمويل:		
١	مراكز الشباب تهدف إلى إقامة البطولات المحلية والدولية.	١٠	١٠٠%
٢	مراكز الشباب تعمل على الإستثمار المالى والبشرى لموارد البيئة المحيطة .	٩	٩٠%
٣	الأماكن الشاغرة المنشآت الرياضية لا تستغل لزيادة التمويل والتسويق والاستثمار .	١٠	١٠٠%
٤	المنشآت الرياضية تستغل العائد المادى لأعمال الصيانة والتجديدات.	٨	٨٠%
٥	لا يوجد المنشآت الرياضية نظام يعمل على جذب الأفراد والمستثمرين.	١٠	١٠٠%
٦	يوجد بالمنشآت الرياضية إداريون متخصصون فى التسويق.	٧	٧٠%
٧	أعداد الأخصائيين الرياضيين لا يتناسب مع أعداد المتدربين داخل المنشآت الرياضية.	١٠	١٠٠%
٨	يتم استغلال الملاعب داخل المنشآت الرياضية لأكثر من نشاط رياضي.	٨	٨٠%
٩	السعة الاستيعابية بالمنشآت الرياضية محددة لاستغلالها الجيد أثناء عمل الأنشطة والمباريات.	١٠	١٠٠%
١٠	الملاعب المفتوحة المنشآت الرياضية لا يتم تسويقها لزيادة التمويل .	٧	٧٠%
١١	يفضل فى اختيار مديري المنشآت الرياضية أشخاص لديهم رؤية فى زيادة التمويل الذاتي.	١٠	١٠٠%
١٢	يحصل الإداريين على مكافآت رمزية مقابل أعمالهم .	٤	٤٠%
	المحور الثانى : دور التمويل الحكومى والأهلى كأحد مصادر التمويل:		

١٠٠%	١٠	لا يوجد نص تشريعى بمراكز الشباب لزيادة قيمة التمويل الحكومى .	١
٨٠%	٨	لا توجد عدالة فى توزيع الدعم المالى بين المنشآت الرياضية على مستوى الجمهورية.	٢
١٠٠%	١٠	يوجد اهتمام من القيادات العليا بوزارتي الشباب والرياضة بالمشاكل المالية للمنشآت الرياضية.	٣
٨٠%	٨	يوجد تضخم بالجهاز الإداري بمراكز الشباب يعمل على أستنزاف التمويل الحكومى والأهلى.	٤
١٠٠%	١٠	القوانين الموجودة أو اللائحة التنظيمية لا تحدد قيمة التمويل المالى الحكومى للمنشآت الرياضية.	٥
١٠٠%	١٠	نظراً لأتجاه الدولة لخصخصة الهيئات العامة يقل الدعم الحكومى عام بعد عام للمنشآت الرياضية.	٦
٩٠%	٩	يفضل فى أختيار مديري المنشآت الرياضية أشخاص لديهم رؤية فى زيادة التمويل الذاتى .	٧
١٠٠%	١٠	ضرورة الموازنة بين قيمة إيجار المنشآت الرياضية والظروف الأقتصادية لكل محافظة	٨
٧٠%	٧	الدعم المقدم من رجال الأعمال والمستثمرين فى البيئة المحيطة بالمنشآت الرياضية لا يفى بالاحتياجات المالية .	٩

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٠٥ = ٠.٣٠٦ .

يتضح من الجدول (١٤) أن النسبة المئوية لأراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة للاستبيان تراوحت ما بين (٤٠ % : ١٠٠ %) وفي ضوء ذلك ارتضى الباحث نسبة ٧٠ % فأكثر وتم استبعاد العبارات التي لم تحصل علي هذه النسبة بالإضافة إلي تعديل وصياغة بعض العبارات بناء علي أراء السادة الخبراء حيث انه تم حذف عبارة واحدة رقم (١٢) (يحصل الإداريين علي مكافآت رمزية مقابل أعمالهم) من المحور الأول (دور المنشآت الرياضية كأحد مصادر التمويل في المنشآت الرياضية بمحافظات جنوب الصعيد).

وجداول رقم (١٥) يوضح عدد عبارات الاستبيان الخاص باستمارة أساليب التمويل المتبعة بالمنشآت الرياضية بأسوان قبل وبعد العرض علي الخبراء .

جدول (١٥)

عدد عبارات الاستبيان الخاص بأساليب التمويل في المنشآت الرياضية بمحافظة جنوب الصعيد قبل وبعد العرض علي الخبراء

م	المحاور	عدد العبارات قبل العرض علي الخبراء	حذف	إضافة	عدد العبارات بعد العرض علي الخبراء
١	دور المنشآت الرياضية والشبابية كأحد مصادر التمويل بالمنشآت الرياضية.	١٢	١	-	١١
٢	دور التمويل الحكومي والأهلي كأحد مصادر التمويل بالمنشآت الرياضية.	٩	-	-	٩
	المجموع	٢١	١	-	٢٠

٤- الدراسة الاستطلاعية للاستبيان الثاني:

لاختبار وضوح عبارات الاستبيان قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية وتطبيق استمارة الاستبيان الخاصة بأساليب التمويل بالمنشآت الرياضية علي عينة قوامها (٣٠) فرد من مجتمع البحث ومن خارج عينة البحث الأساسية في الفترة من ٢٠٢١/١/٢ إلي ٢٠٢١/١/١٦ وتم اختيارها بالطريقة العشوائية وذلك بغرض:

- التأكد من صحة صياغة العبارات مع تعديل العبارات الغامضة.
- التعرف علي المشكلات التي يمكن أن تواجه الباحث أثناء التطبيق.
- إيجاد المعاملات العلمية للاستمارة (الصدق ، والثبات).

وقد أظهرت نتائج الدراسة الاستطلاعية أن الاستبيان جاء مناسباً من حيث الصياغة واللغة المستخدمة ولم تظهر أي مشكلات أو تعليقات توجي بالغموض وعدم الفهم.

٥- المعاملات العلمية للاستمارة:

صدق الاستمارة:

استخدم الباحث صدق الاتساق الداخلي لحساب معامل الصدق للاستبيان وذلك بهدف التحقق من صدق استمارة الاستبيان، حيث تم تطبيق الاستبيان على مجموعة قوامها (٣٠) فرد من مجتمع البحث ومن خارج عينة البحث الأساسية.

جدول (١٦)

معاملات الارتباط بين عبارات المحور الأول دور المنشآت الرياضية كأحد مصادر التمويل

في الهيئات الرياضية والشبابية : ومجموع المحور

(ن=٣٠)

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ر المحسوبة
١	مراكز الشباب تهدف إلى إقامة البطولات المحلية والدولية.	٣.١٣	١.٦٦	٠.٨١
٢	مراكز الشباب تعمل على الإستثمار المالى والبشرى لموارد البيئة المحيطة.	٣.٤٧	١.٦٣	٠.٨٢
٣	الأماكن الشاغرة بمراكز الشباب لا تستغل لزيادة التمويل والتسويق والاستثمار.	٣.٤٠	١.٥٢	٠.٨٠
٤	بالمنشآت الرياضية تستغل العائد المادى لأعمال الصيانة والتجديدات.	٣.٤٠	١.٦١	٠.٨٢
٥	لا يوجد بالمنشآت الرياضية نظام يعمل على جذب الأفراد والمستثمرين.	٣.٢٧	١.٦٤	٠.٨٣
٦	يوجد بالمنشآت الرياضية إداريون متخصصون فى التسويق.	٣.٤٠	١.٦١	٠.٨٢
٧	أعداد الأخصائين الرياضيين لا يتناسب مع أعداد المتدربين داخل بالمنشآت الرياضية.	٣.٢٧	١.٥٥	٠.٧٥
٨	يتم استغلال الملاعب داخل بالمنشآت الرياضية لأكثر من نشاط رياضي.	٣.٤٧	١.٥٥	٠.٧٢
٩	السعة الاستيعابية بالمنشآت الرياضية محددة لاستغلالها الجيد أثناء عمل البطولات والمباريات.	٣.٤٠	١.٤٣	٠.٦٧
١٠	الملاعب المفتوحة بالمنشآت الرياضية لا يتم تسويقها محلياً وعالمياً لزيادة التمويل.	٣.٠٧	١.٦٢	٠.٦٧
١١	يفضل في اختيار مديري بالمنشآت الرياضية أشخاص لديهم رؤية في زيادة التمويل الذاتي.	٣.٦٠	١.٥٠	٠.٧١

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٠٦

يتضح من جدول رقم (١٦) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الأول والدرجة الكلية له تراوحت ما بين (٠.٦٧ : ٠.٨٣) (وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوي (٠.٠٥) مما يشير إلي الاتساق الداخلي للمحور.

جدول (١٧)

معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثاني: دور التمويل الحكومي والأهلي كمصدر من مصادر التمويل ومجموع المحور

(ن=٣٠)

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ر المحسوبة
١	لا يوجد نص تشريعي من قانون الهيئات الرياضية لزيادة قيمة التمويل الحكومي بالمنشآت الرياضية.	٣.٦٧	١.٥٢	٠.٧٩
٢	لا توجد عدالة فى توزيع الدعم المالى بين المنشآت الرياضية على مستوى الجمهورية .	٣.٥٣	١.٥٧	٠.٨٤
٣	يوجد أهتتمام من القيادات العليا بوزارتي الرياضة والشباب بالمشاكل المالية بالمنشآت الرياضية	٣.٣٣	١.٦٧	٠.٨٢
٤	يوجد تضخم بالجهاز الإداري بالمنشآت الرياضية يعمل على أستنزاف التمويل الحكومي والأهلي.	٣.٤٠	١.٥٢	٠.٨١
٥	القوانين الموجودة أو اللانحة التنظيمية تحدد قيمة التمويل المالى الحكومي بالمنشآت الرياضية.	٣.٤٧	١.٥٥	٠.٨١
٦	نظراً لأتجاه الدولة لخصخصة الهيئات العامة يقل الدعم الحكومي عام بعد عام بالمنشآت الرياضية.	٣.٤٧	١.٥٥	٠.٧٤
٧	يفضل فى أختيار مديري المنشآت الرياضية أشخاص لديهم رؤية فى زيادة التمويل الذاتى.	٣.٦٠	١.٥٠	٠.٧٣
٨	ضرورة الموازنة بين قيمة إيجار المنشآت الرياضية والظروف الأقتصادية لكل محافظة.	٣.٤٠	١.٥٢	٠.٧١
٩	الدعم المقدم من رجال الأعمال والمستثمرين فى البيئة المحيطة لا يفى بالاحتياجات المالية.	٣.٦٠	١.٥٠	٠.٧١

قيمة ر الجدولية عند مستوى $0.05 = 0.44$

يتضح من جدول رقم (١٧) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثاني والدرجة الكلية له تراوحت ما بين ($0.71 : 0.84$) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوي (0.05) مما يشير إلي الاتساق الداخلي للمحور .

- ثبات الاستبيان :

استخدم الباحث طريقة التطبيق واعادة التطبيق لحساب معامل الثبات لاستمارة الاستبيان، وتم التطبيق على عدد (٣٠) فرد من مجتمع البحث وخارج عينة البحث الأساسية، وذلك بفواصل زمنية قدره (١٥) يوماً و جدول (١٨) يوضح ذلك:

جدول (١٨)

معامل الارتباط بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني لمحاور
استمارة الاساليب (ن=٣٠)

قيمة ر	التطبيق الثاني		التطبيق الأول		المحاور	م
	ع	م	ع	م		
٠.٩٩	١٣.٠٠	٣٥.٩٣	١٣.٢٧	٣٦.٨٧	المحور الأول	١
٠.٩٨	١٠.٦٠	٣٠.٤٠	١٠.٧٣	٣١.٤٧	المحور الثاني	٢
٠.٩٩	٢٣.٣٨	٦٦.٣٣	٢٣.٨٢	٦٨.٣٣	الاستمارة ككل	٣

قيمة ر الجدولية عند مستوى $0.05 = 0.306$

يتضح من جدول رقم (١٨) أن معامل الارتباط بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني تراوحت ما بين ($0.98 : 0.99$) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوي (0.05) مما يشير إلي ثبات الاستمارة .

- تطبيق الاستبيان الثاني في صورته النهائية :

بعد إجراء المعاملات العلمية للاستبيان والتحقق من صدق العبارات وثباتها وذلك باستبعاد العبارات غير الصادقة) إستقر الاستبيان في صورته النهائية (مرفق ٥) والمشمول علي (٢٠) عبارة لعدد (٢) محور.

- الدراسة الأساسية:

قام الباحث بتطبيق الاستبيان الثاني في صورته النهائية علي أفراد عينة البحث الأساسية من العاملين، وذلك خلال الفترة من ٢٠/١/٢٠٢١ م إلي ٢٠/٢/٢٠٢١م، وفقا لميزان التقدير الثلاثي (أوافق - إلي حد ما - لا أوافق).

الإجابة على التساؤل الثاني:-

استمارة أساليب التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية:
المحور الأول: دور المنشآت الرياضية كأحد مصادر التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية:

جدول (٥٨)

الدرجة المقدره والنسبة المئوية لاستجابات العينة في المحور الأول دور المنشآت الرياضية كأحد مصادر التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية

مكاتب الاستبيان (ن=)	الإدارة المركزية (٢٠=ن)		محافظة أسوان (٥٨=ن)		محافظة الأقصر (٥٥=ن)		محافظة قنا (٩٥=ن)		محافظة سوهاج (٨٤=ن)		العبارات
	م	%	م	%	م	%	م	%	م	%	
٧٤	٦٨.٠٠	٣٤	٨٢.٧٦	٢٤٠	٨٠.٣٦	٢٢١	٧٤.٧٤	٣٥٥	٧٧.٦٢	٣٢٦	المنشآت الرياضية تهدف إلى إقامة البطولات المحلية والدولية
٨٠	٨٠.٠٠	٤٠	٧١.٧٢	٢٠٨	٧٣.٨٢	٢٠٣	٧٣.٨٩	٣٥١	٧٠.٩٥	٢٩٨	المنشآت الرياضية تعمل على الإستثمار المالي والبشرى لدى البيئة المحيطة.
٦٨	٧٦.٠٠	٣٨	٦٦.٩٠	١٩٤	٨٣.٢٧	٢٢٩	٧٥.٥٨	٣٥٩	٧٤.٢٩	٣١٢	الأمكان الشاغرة في المنشآت الرياضية لا تستغل لزيادة التمويل والتسويق والاستثمار
٧٠	٨٤.٠٠	٤٢	٦١.٣٨	١٧٨	٧٧.٤٥	٢١٣	٧١.٣٧	٣٣٩	٧٧.١٤	٣٢٤	المنشآت الرياضية تستغل العائد المادي لأعمال الصيانة والتجديدات.
٦٦	٦٤.٠٠	٣٢	٦٨.٢٨	١٩٨	٨٧.٦٤	٢٤١	٧٣.٨٩	٣٥١	٧٢.٣٨	٣٠٤	لا يوجد بالمنشآت الرياضية نظام يعمل على جذب الأفراد والمستثمرين.
٧٠	٦٨.٠٠	٣٤	٧٥.١٧	٢١٨	٧٩.٦٤	٢١٩	٧١.٣٧	٣٣٩	٦٦.٦٧	٢٨٠	يوجد بالمنشآت الرياضية أفراد (أداريين) متخصصين في تسويق المنشآت الرياضية.
٦٤	٧٢.٠٠	٣٦	٦٦.٩٠	١٩٤	٧٧.٤٥	٢١٣	٧٣.٠٥	٣٤٧	٧١.٤٣	٣٠٠	أعداد الأخصائيين الرياضيين لا يتناسب مع أعداد المتدربين داخل المنشآت الرياضية.
٧٢	٨٤.٠٠	٤٢	٦٦.٩٠	١٩٤	٨٣.٢٧	٢٢٩	٧٢.٦٣	٣٤٥	٧٤.٢٩	٣١٢	يتم استغلال الملاعب داخل المنشآت الرياضية لأكثر من نشاط رياضي.

٧٦	٦٨.٠٠	٣٤	٦٤.٨٣	١٨٨	٧٩.٦٤	٢١٩	٧٣.٠٥	٣٤٧	٧٥.٢٤	٣١٦	السعة الاستيعابية للمنشأة محددة لاستغلالها الجيد أثناء عمل البطولات والمباريات.
٧٠	٧٢.٠٠	٣٦	٦٨.٢٨	١٩٨	٨٠.٣٦	٢٢١	٧٣.٤٧	٣٤٩	٧٠.٩٥	٢٩٨	الملاعب المفتوحة فى المنشآت الرياضية لا يتم تسويقها محلياً وعالمياً لزيادة التمويل.
٨٠	٨٤.٠٠	٤٢	٦٦.٢١	١٩٢	٨٥.٤٥	٢٣٥	٧٧.٢٦	٣٦٧	٧٤.٢٩	٣١٢	يفضل فى اختيار مديري المنشآت الرياضية أشخاص لديهم رؤية فى زيادة التمويل الذاتى
٧٩٠	٧٤.٥٥	٤١٠	٦٩.٠٣	٢٢٠٢	٨٠.٧٦	٢٤٤٣	٧٣.٦٧	٣٨٤٩	٧٣.٢٠	٣٣٨٢	مجموع المحور

يتضح من الجدول السابق (٥٨) أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث فى مجموع المحور الأول لاستمارة استبيان أساليب التمويل فى الهيئات الرياضية والشبابية بمحافظة سوهاج تراوحت ما بين (٦٦.٦٧:٧٧.٦٢)، ومحافظة قنا تراوحت ما بين (٧١.٣٧: ٧٧.٢٦)، ومحافظة الأقصر تراوحت ما بين (٧٣.٨٢: ٨٧.٦٤)، ومحافظة أسوان تراوحت ما بين (٦١.٣٨: ٨٢.٧٦)، أما فى الإدارة المركزية فقد تراوحت النسبة المئوية ما بين (٦٤: ٨٤)، ومكاتب الإستثمار تراوحت ما بين (٦٤: ٨٠)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين (٦٩.٠٣: ٨٠.٧٦).

كما يتضح من نتائج الجدول رقم (٥٨) أن النسبة المئوية لإستجابات عينة البحث فى مجموع المحور الأول قد تراوحت ما بين (٦٤ : ٨٤ %)، وكانت أعلى نسبة لمجموع المحور بمحافظة الأقصر (٧٦.٨٩%) ، وأقلها فى النسبة المئوية لمجموع المحور كانت للإدارة المركزية للإستثمار بواقع (٧١.٥٦ %)، وهذا يدل على درجة الإستجابة العالية وهى تدل على أن المنشآت الرياضية بمحافظات الصعيد والإدارة المركزية للإستثمار ومكاتب الإستثمار تستغل جزء من العائد المادى من التمويل والموارد فى أعمال الصيانة والتجديدات بها، بالإضافة إلى أن هذه المنشآت تهدف إلى إقامة البطولات المحلية والدولية ولكن ضعف الإمكانيات بها يكون عائق فى إقامة البطولات بالإضافة لعوامل أخرى مثل عدم وجود فنادق وأماكن كافية لإستضافة البطولات.

يتضح أيضاً من نتائج الجدول رقم (٥٨) أنه يجب أن يكون أعداد الأخصائيين يتناسب مع أعداد المتدربين داخل المنشآت الرياضية، وضرورة أن يكون مديري المنشآت متخصصين ولديهم رؤية لزيادة التمويل الذاتي.

ويرى الباحث أن نتائج هذا المحور تتفق مع دراسة خالد السيد أحمد (٢٠٠٨) (٢٢)، ودراسة مثنى على الراشد (٢٠١٠) (٥٢)، في ضرورة أستغلال المنشآت الرياضية وأستثمارها لتحقيق أعلى عائد من التمويل الذاتي بها وتشجيع المستثمرين وعمل التسهيلات اللازمة لإستغلال الأماكن الشاغرة بها.

كما يرى الباحث أن المصادر المقترحة لزيادة تمويل المنشآت الرياضية والشبابية في الآتي:-

- إيجار الملاعب بالأندية والمنشآت الرياضية عن طريق مشاركة الشركات المتخصصة وأستغلال الأماكن الشاغرة لتأجيرها.
- القيام بتوسعة رأسية وأفقية للمنشآت الرياضية من خلال نظام B.O.T (الخصخصة الجزئية) برعاية وزارتي الرياضة والشباب.
- ضرورة دعم هذه المنشآت وتجهيزها لإقامة البطولات المحلية والدولية بما يتناسب مع التطور الحديث حتى تحقق العائد المرجو منها.

المحور الثاني: دور التمويل الحكومي والأهلي كمصدر من مصادر التمويل:-

جدول (٥٩)

الدرجة المقدره والنسبة المئوية لاستجابات العينة في المحور الثاني دور التمويل الحكومي والأهلي كمصدر من مصادر التمويل

العبارات	محافظة سوهاج (ن=٨٤)		محافظة قنا (ن=٩٥)		محافظة الأقصر (ن=٥٥)		محافظة أسوان (ن=٥٨)		الإدارة المركزية (ن=٢٠)		مكاتب الإستثم (ن=٠)
	%	م	%	م	%	م	%	م	%	م	
لا يوجد نص تشريعي من قانون الهيئات الرياضية لزيادة قيمة التمويل الحكومي للمنشآت الرياضية.	٣١٢	٧٤.٢٩	٣٦٥	٧٦.٨٤	٢٢٧	٨٢.٥٥	٢٤٦	٨٤.٨٣	٣٤	٦٨.٠٠	٨٤

٠	٨٠	٤٨.٠٠	٢٤	٧٥.١٧	٢١٨	٦٧.٢٧	١٨٥	٧٠.٩٥	٣٣٧	٧٠.٠٠	٢٩٤	لا توجد عدالة في توزيع الدعم المالي بين المنشآت الرياضية على مستوى الجمهورية.
٠	٧٦	٦٨.٠٠	٣٤	٦٨.٩٧	٢٠٠	٧١.٦٤	١٩٧	٧٤.٧٤	٣٥٥	٧١.٤٣	٣٠٠	يوجد اهتمام من القيادات العليا بوزارتي الرياضة والشباب بالمشاكل المالية بالمنشآت الرياضية
٠	٦٤	٧٦.٠٠	٣٨	٧١.٠٣	٢٠٦	٧٥.٢٧	٢٠٧	٧٤.٣٢	٣٥٣	٧٠.٤٨	٢٩٦	يوجد تضخم بالجهاز الإداري بالمنشآت يعمل على استنزاف التمويل الحكومي والأهلي.
٠	٧٠	٧٢.٠٠	٣٦	٦٣.٤٥	١٨٤	٧٦.٧٣	٢١١	٦٩.٦٨	٣٣١	٧٢.٨٦	٣٠٦	القوانين الموجودة أو اللانحة التنظيمية لا تحدد قيمة التمويل المالي الحكومي للمنشآت
٠	٧٦	٨٤.٠٠	٤٢	٦٥.٥٢	١٩٠	٧٩.٦٤	٢١٩	٧٧.٦٨	٣٦٩	٧٢.٨٦	٣٠٦	نظراً لاتجاه الدولة لخصخصة الهيئات العامة يقل الدعم الحكومي عام بعد عام للمنشآت الرياضية.
٠	٧٢	٨٠.٠٠	٤٠	٧٥.٨٦	٢٢٠	٨٠.٣٦	٢٢١	٧٦.٤٢	٣٦٣	٧٧.٦٢	٣٢٦	يفضل في اختيار مديري المنشآت أشخاص لديهم رؤية في زيادة التمويل الذاتي
٠	٨٠	٧٦.٠٠	٣٨	٧٧.٢٤	٢٢٤	٧٩.٦٤	٢١٩	٧٧.٢٦	٣٦٧	٧٣.٣٣	٣٠٨	ضرورة الموازنة بين قيمة إيجار المنشآت الرياضية والظروف الاقتصادية لكل محافظة.
٠	٧٦	٧٢.٠٠	٣٦	٦٨.٩٧	٢٠٠	٧٨.٩١	٢١٧	٧٦.٤٢	٣٦٣	٧٣.٣٣	٣٠٨	الدعم المقدم من رجال الأعمال والمستثمرين في البيئة المحيطة بالمنشآت لا يفي بالاحتياجات المالية
٣	٦٧٨	٧١.٥٦	٣٢٢	٧٢.٣٤	١٨٨٨	٧٦.٨٩	٢١١	٧٤.٩٢	٣٢٠.٣	٧٢.٩١	٢٧٥٦	مجموع المحور

يتضح من الجدول السابق (٥٩) أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث في مجموع المحور الثاني لاستمارة استبيان أساليب التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية بمحافظة سوهاج تراوحت ما بين (٧٠:٧٧.٦٢)، ومحافظة قنا تراوحت ما بين (٦٩.٦٨ : ٧٧.٦٨)، ومحافظة الأقصر تراوحت ما بين (٦٧.٢٧ : ٨٢.٥٥)، ومحافظة أسوان تراوحت ما بين (٦٣.٤٥ : ٨٤.٨٣)، أما في الإدارة المركزية فقد تراوحت النسبة المئوية ما بين (٤٨ : ٨٤) ومكاتب الإستثمار تراوحت ما بين (٦٤ : ٨٤)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور ما بين (٦٨.٩٧ : ٧٨.٩١).

يتضح من نتائج الجدول رقم (٥٩) أن النسبة المئوية لإستجابات عينة البحث في مجموع المحور الأول قد تراوحت ما بين (٦٠ : ٨٤%)، وكانت أعلى أستجابة

للعبارة رقم(١) بمحافظة أسوان بأنه يجب أن تحدد أسعار خدمات المنشآت الرياضية على أسس وطرق علمية وكانت أعلى نسبة لمجموع محور التمويل فى محافظة قنا بنسبة (٧٨.٨٩%)، واقلها للإدارة المركزية للإستثمار بنسبة (٧١%).

ويرى الباحث من خلال نتائج جدول (٥٩) أنه لا يوجد عدالة فى توزيع الدعم الحكومى بين الأندية الكبرى وأندية الصعيد على الرغم من أن المنشآت الرياضية والأندية بالصعيد تحتاج إلى الدعم الأكثر نظراً لقلّة الموارد بها وأن هذه الأندية لا تستطيع الصرف على الفرق الرياضية وتطوير المنشآت، كما أن مصادر التمويل الذاتى داخل الأندية والمنشآت الرياضية لا تكفى لتطوير المنشآت والأندية لإستضافة البطولات الكبرى.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة أحمد فاروق عبد القادر (٢٠٠٠)(٤)، ودراسة عطيه سعد الشبراخيتي (٢٠٠٦)(٤١)، ودراسة خالد السيد أحمد (٢٠٠٨)(٢٢) فى أن القوانين واللوائح بالأندية والمنشآت الرياضية فى حاجة إلى تعديل وتطوير يسمح بإطلاق حرية الإستثمار لزيادة التمويل الذاتى لهذه الأندية والمنشآت الرياضية.

ومن خلال ما سبق يرى الباحث أن من المصادر المقترحة لزيادة التمويل

هى:-

- وضع قوانين ولوائح تنظيمية ومالية لزيادة التمويل الأهلى والذاتى.
- تسهيل إجراءات الحصول على الموافقات والتصاريح للإستثمار والتمويل فى مجال المنشآت الرياضية.
- إعادة توزيع الدعم المالى الحكومى بين الأندية الكبيرة أو المنشآت الرياضية الكبرى والأندية والمنشآت الرياضية الصغرى وخاصة محافظات الصعيد.
- سرعة إصدار قانون الإستثمار فى الرياضة ليسانع على تبنى رجال الأعمال والرعاة للمنشآت الرياضية والفرق الرياضية بما يتيح الإستثمار الأمثل للمنشآت الرياضية خاصة أنها تحتل أماكن حيوية بالمحافظات.

ويتضح من نتائج أستمارة دور التمويل الحكومي والأهلى كمصدر من مصادر التمويل أن ترتيب المحاور الإستمارة تنازلياً قد أحتل محور التمويل الحكومي والأهلى الترتيب الأول لمجموع المحور بنسبة تتراوح ما بين (٦٨.٩٧ : ٧٨.٩١ %) ، وقد أحتل محور دور المنشآت الرياضية كمصدر من مصادر التمويل الترتيب الثانى بمجموع محور بنسبة تتراوح ما بين (٦٩.٠٣ : ٨٠.٧٩ %) .

الخطة المقترحة لتحسين أساليب التمويل في المنشآت الرياضية بأسوان

المحتوى	المحور
تعتبر هذه الخطة أحد الخطوات والوسائل التى تحاول التعرف على كيفية تمويل المنشآت الرياضية بأسوان على أسس وطرق علمية حديثة وذلك للوقوف على نواحي القصور والضعف من أجل إزالة المعوقات وإيجاد مصادر تمويل ذاتى عن طريق تنمية الموارد الذاتية لهذه المنشآت	رؤية الخطة
تسعى الخطة إلى تحديد سبل جذب المستثمرين للإستثمار الأمتل لهذه المنشآت، مما يساعد فى تغطية الجامعة لنفاقتها الذاتية ، وبما يتفق مع الإتجاه العام والسياسة العامة للدولة نحو التمويل والإستثمار وتشجيعه .	رسالة الخطة

<ul style="list-style-type: none">- العمل على أستغلال المنشآت الرياضية بأسوان ، بما يحقق عائد اقتصادي يمكن توظيفه في تطوير وتحسين المنشآت الرياضية.- العمل على جعل المنشآت الرياضية بأسوان من المنشآت المتميزة عن طريق جذب رؤوس الأموال والمستثمرين وتغطية نفقاتها، وتحقيق ميزة تنافسية.- وضع المنشآت الرياضية بأسوان على خريطة المنافسة مع الجامعات العربية والعالمية.- وضع إستراتيجية شاملة لأستثمار المنشآت الرياضية بأسوان.- تحديد ما يلزم من أماكن مادية وبشرية لأستثمار المنشآت الرياضية بأسوان.- فتح فرص الاستثمار المحلي والأجنبي للمنشآت الرياضية بأسوان لما تتمتع به الجامعة من موقع جغرافي متميز.- تخفيف العبء على الدولة والاتجاه إلى الاعتماد على التمويل الذاتي بدلاً من الاعتماد على الدعم الحكومي بشكل كامل.	<p>أهداف الخطة</p>
<ul style="list-style-type: none">- نشر الثقافة التمويلية والأستثمارية للمنشآت الرياضية بأسوان .- الاهتمام بإعداد برامج وأنشطة في مختلف الرياضات لجذب المستثمرين لأستثمار المنشآت الرياضية بأسوان .- دعم وتطوير الأماكن الشاغرة بالمنشآت الرياضية وأستغلالها في عملية الأستثمار .- تطوير الجوانب الإدارية والجوانب الفنية والجوانب التخطيطية والتنظيمية للعاملين بالمنشآت الرياضية.	<p>السياسة العامة للخطة</p>

تابع الخطة المقترحة لأستثمار المنشآت الرياضية بجامعة أسوان

المحتوى	المحور
- البنية التحتية للمنشآت الرياضية.	مقومات الخطة
- كوادر بشرية على دراية وخبرة بإدارة المنشآت الرياضية.	
- توافر الموارد مالية.	
- مقومات طبيعية وجغرافية.	
- إنشاء إدارة للأستثمار الرياضي بالمنشآت الرياضية.	
- إنشاء إدارة خاصة بالمنشآت الرياضية بأسوان.	
- إنشاء قسم خاص للتخطيط للبرامج والأنشطة بالمنشآت الرياضية.	
- التسويق والأعلان عن المنشآت الرياضية بأسوان (إدارة العلاقات العامة).	
- الدعم والأستثمار للمنشآت الرياضية بأسوان.	

<ul style="list-style-type: none">- التخطيط السليم والعلمي لأستثمار المنشآت الرياضية بأسوان.- الاستعانة بالدراسات العلمية والبحوث والاستفادة من الخبرات في مجال المنشآت الرياضية.- وضع خطة لإعداد كوادر بشرية متخصصة في مجال التمويل والأستثمار الرياضي.- استقدام ودعوة الخبراء المتخصصين في مجال الأستثمار للاستفادة من خبراتهم العلمية والعملية.- وضع خطط للأستثمار قصير الأجل وطويل الأجل لأستغلال المنشآت الرياضية.- التركيز على صناعة السوق التنافسية بين المستثمرين لتحقيق أقصى استفادة ممكنة في من المنشآت الرياضية.- استخدام مستحدثات تكنولوجيا المعلومات في تصميم موقع إلكتروني للمنشآت الرياضية بأسوان وربطها بشبكة الإنترنت لمعرفة الأماكن التي يمكن الإستثمار فيها ، مع توفير كافة المعلومات عن المنشآت الرياضية.- إعداد قوانين خاصة بالإستثمار الرياضي في اللائحة الداخلية للجامعة تكفل تحقيق الإستثمار الأمثل لهذه المنشآت.- العمل على مرونة الخطط الموضوعية لأستثمار المنشآت الرياضية ، ومشاركة العاملين بالمنشآت الرياضية في عملية التخطيط ، مما يساعد على التنفيذ الجيد للخطط والبرامج الموضوعية.- وضع خطط زمنية لأستثمار أماكن المنشآت أفضل أستثمار للنهوض بها وتحديثها وذلك من خلال جدول زمني.- تنظيم دورات صقل لتأهيل الإمكانات البشرية بالمنشآت الرياضية في النواحي الإستثمارية .- العمل على عقد مؤتمرات وندوات تجمع رجال الرياضة والأستثمار سعياً لترسيخ مفهوم الأستثمار بالجامعة ، لتحقيق أقصى استفادة ممكنة والارتقاء بالمنشآت الرياضية بالجامعة.- إزالة المعوقات أمام المستثمرين وتسهيل الإجراءات الإدارية والفنية.	<p>آليات تنفيذ الخطة</p>
--	------------------------------

١- إعداد تقارير بصفة دورية ومستمرة عن الوضع الحالي (الإيجابيات والسلبيات) للمنشآت الرياضية وما تحتاج إليه المنشآت من أماكن لتوفيره.

١- تتم المتابعة باستخدام الأسلوب العلمي للتعرف على نقاط القوة ونقاط الضعف ومعرفة أوجه القصور حيث يمكن أن يستدل على مدى نجاح الخطة من خلال:
• إنشاء لجنة للمتابعة والتقييم تختص بمقارنة النتائج بالأهداف الموضوعية.

وسائل
المتابعة
والتقويم

• مدى مناسبة الإمكانيات والمنشآت وعددها لمتطلبات وإحتياجات الأفراد والمستفيدين والمستثمرين . ٢- العمل على حل المشكلات التي تواجه عملية التنفيذ أول بأول. جامعة أسوان.	جهة التنفيذ
---	-------------

الاستنتاجات:-

الخاصة بأساليب التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية :

- أ- دور المنشآت الرياضية كأحد مصادر التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية:
- المنشآت الرياضية تهدف لإقامة البطولات المحلية والدولية وأنها يجب أن تعمل على الاستثمار المالي والبشري لموارد البيئة المحيطة.
 - المنشآت الرياضية تستغل جزء من العائد المادي لأعمال الصيانة والتجديدات.
 - اللوائح المنظمة للعمل بالمنشآت لا تساعد على جذب المستثمرين.
 - لا يوجد إداريون متخصصون في تسويق المنشآت الرياضية وان أعداد الأخصائيين الرياضيين لا يتناسب مع أعداد المتدربين داخل المنشآت الرياضية.
- ب- دور التمويل الحكومي والأهلي كمصدر من مصادر التمويل :
- لا يوجد عدالة في توزيع الدعم الحكومي بين الأندية الكبرى وأندية الصعيد .
 - القوانين واللوائح في الأندية والمنشآت الرياضية تحتاج إلى تعديل لأنها لا تواكب التطور الحادث في الرياضة والتطور في صناعة الرياضة وإطلاق حرية الاستثمار والتسويق الرياضي ووضع لوائح وقوانين تساعد على زيادة التمويل الذاتي.
 - مصادر التمويل الذاتي والحكومي داخل الأندية والمنشآت لا تكفي للصرف على صيانة المنشآت والتطوير المستثمر والتمارين في المنشآت لمواكبة التطور الحادث في الرياضة.

- استنتج الباحث من خلال نتائج أستمارة دور التمويل الحكومي والأهلي كمصدر من مصادر التمويل أن ترتيب المحاور الإستمارة تنازليا قد أحتل محور التمويل الحكومي والأهلي الترتيب الأول لمجموع المحور بنسبة تتراوح ما بين (٦٨.٩٧% : ٧٨.٩١%)، وقد أحتل محور دور المنشآت الرياضية كمصدر من مصادر التمويل الترتيب الثاني بمجموع محور بنسبة تتراوح ما بين (٦٩.٠٣ : ٨٠.٧٩%).

التوصيات:-

١- ضرورة تطبيق الخطة المقترحة لتمويل المنشآت الرياضية والشبابية والتي توصلت إليها الدراسة على جميع المؤسسات الرياضية.

٢- ضرورة العمل على استثمار المنشآت الرياضية والشبابية الواقعة في نطاق المحافظات وخاصة الصعيد، واستثمار مرافقها أو تأجيرها وتسويقها محليا وعالميا وخاصة لما تملكه محافظات الصعيد من مواقع متميزة تساعد على جذب الاستثمار والسياحة.

٣- يجب أن تعمل الدولة على تشجيع رجال الأعمال والمستثمرين للاستثمار في الأندية والمنشآت الرياضية والشبابية مع إعطائهم التسهيلات اللازمة وتهيئة مناخ التمويل والاستثمار لجذب رؤوس الأموال الداخلية والخارجية للاستثمار في المنشآت الرياضية.

٣- يجب أن تعمل الدولة على إزالة كل المعوقات التي تواجه المستثمرين في الجوانب القانونية والتشريعية والجوانب الإدارية والفنية وتسهيل الإجراءات والتصاريح اللازمة لتشجيع المستثمرين على الاستثمار في المنشآت الرياضية والشبابية.

المراجع

- أولاً: المراجع باللغة العربية:-
- ١- أحمد رشاد محمد: إستراتيجية مقترحة لتسويق البطولات المبارزة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة بنها، ٢٠٠٧ م .
 - ٢- أحمد فتحي الأفندي: الإدارة الإستراتيجية للتسويق بالاتحادات الرياضية المصرية، دراسة استشرافية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة بنها، ٢٠٠٩ م.
 - ٣- أشرف محمود حسين: معوقات الإستثمار في المجال الرياضي في ج.م.ع، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة حلوان، القاهرة، ١٩٩٩ م
 - ٤- أشرف محمود حسين: الأزمات الاقتصادية في الهيئات الرياضية الأهلية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة، ٢٠٠٤ م.
 - ٥- إيمان زكي محمد، يحيى فكرى محمد: تقويم التمويل الذاتي في الاتحادات الرياضية الأولمبية، المصرية، مجلة نظريات وتطبيقات كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة الإسكندرية، العدد ٥٩، ٢٠٠٦ م.
 - ٦- إيمان محمد أحمد: إستراتيجية مقترحة لاستثمار أنشطة الاتحاد المصري لكرة اليد بجمهورية مصر العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط، ٢٠٠٦ م.
 - ٧- المجلس القومي للرياضة: لائحة القواعد المنظمة لإدارة وتشغيل المنشآت الرياضية وملحقاتها، ٢٠٠٧ م.
 - ٨- المجلس القومي للرياضة: لائحة النظام الأساسي للأندية الرياضية، ٢٠٠٨ م.

٩- جمال محمد على: الحديث فى الإدارة الرياضية، دار الفكر العربي، القاهرة،
٢٠٠٩م.

١٠- حسام حسن شحاته: نظام مقترح لخصخصة بعض الأندية الرياضية فى
جمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية،
جامعة المنيا ٢٠٠٣م.

١١- حسام حسن شحاته: نظام مقترح للاستثمار فى بعض الأندية الرياضية
المصرية، رسالة دكتوراه، كلية التربية الرياضية، جامعة الإسكندرية،
٢٠٠٨م .

١٢- حسام رضوان كامل: اقتصاديات الاتحادات الرياضية الأولمبية المصرية، دراسة
تحليلية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية، للبنين،
جامعة حلوان، القاهرة، ٢٠٠٠م.

١٣- حسن أحمد الشافعي: الاستثمار والتسويق فى التربية البدنية والرياضية ()
الموسوعة العلمية لاقتصاديات الرياضة)، دار الوفاء للطباعة والنشر،
الإسكندرية، ٢٠٠٦م .

١٤- حسن أحمد الشافعي: الخصخصة الإدارية والقانونية فى التربية البدنية
والرياضية، مكتبة الإشعاع الفني، الإسكندرية، ٢٠٠٢م .

١٥- حسن أحمد الشافعي: دراسات الجدوى والمشروعات الصغيرة فى التربية البدنية
والرياضية، دار الوفاء للطباعة والنشر، الإسكندرية، ٢٠٠٦م .

١٦- حليلة زيد محمد: تقييم الإستثمارات القطاع الخاص فى مجال التعليم واتجاهات
تطويره بدولة الإمارات، القاهرة، ٢٠٠٥م .

- ١٧- خالد إبراهيم عبد العاطي: أساليب مقترحة لتسويق البطولات الرياضية بجمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة، ٢٠٠٠م.
- ١٨- خالد السيد أحمد: تقييم مصادر تمويل الأندية الرياضية لمحافظة الشرقية، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة بنها، ٢٠٠٨م.
- ١٩- خالد طلعت السيد: المشكلات التمويلية التي تواجه إدارات النشاط الرياضي ببعض الأندية الرياضية، رسالة دكتوراه، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة الزقازيق، فرع بنها، ٢٠٠٥ م .
- ٢٠- زكي محمد حسن: المنشآت الرياضية، ط١، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ٢٠١١م.
- ٢١- سامي محمد السيسي: أثر التحرير الاقتصادي في مجال الاستثمار في القطاع الزراعي المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الزراعة، جامعة القاهرة، ١٩٩٨م.
- ٢٢- سعد أحمد شلبي: أسس إدارة التسويق الرياضي، المكتبة العصرية، المنصورة، ٢٠٠٥م.
- ٢٣- سمير عبد الحميد: إدارة الهيئات الرياضية، النظريات الحديثة وتطبيقاتها، منشأة المعارف، القاهرة، ١٩٩٩ م .
- ٢٤- سمير محمد عبد السلام: جدوى الإستثمار الرياضي في مجال السباحة، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة الزقازيق، ٢٠٠٨ م .

٢٥- سيد محمد السيد: تمويل الرياضة فى القطاع الأهلى، دراسة تحليلية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة، ٢٠٠٤م.

٢٦- شريهان يحيى محمد: تفعيل آليات جذب رجال الأعمال للاستثمار فى المجال الرياضى، رسالة ماجستير غير منشور، كلية التربية الرياضية، جامعة طنطا ٢٠١٢م .

٢٧- ضياء الدين محمد العزب: محاضرات فى المنشآت الرياضية الدورة الأولى لإعداد الأخصائيين الرياضيين بالملاعب المفتوحة، المركز الأولمبى بالمعادي، القاهرة، ٢٠١٠م .

٢٨- عبد الغفار حنفي، رسمية قراقص: أساسيات الإستثمار والتمويل، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، ٢٠٠٠م .

٢٩- عطيه سعد الشبراخيتي: استثمار الأندية المصرية لنشاط رياضة كرة القدم اقتصاديا، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة الزقازيق، ٢٠٠٦م.

٣٠- علي عباس السندواي: تحليل الوضع الراهن للاستثمار فى الأندية الرياضية بدولة البحرين، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة البحرين، ٢٠٠٣م .

٣١- عمرو أحمد الجمال: التمويل وعلاقته باتخاذ القرار فى بعض الاتحادات الرياضية بجمهورية مصر العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة، ١٩٩٩م.

٣٢- عمرو محمد إبراهيم، حازم كمال الدين: أساليب تسويق مدراس السباحة فى الأندية المصرية، مجلة كلية التربية الرياضية، العدد ٣، جامعة المنصورة، ٢٠٠٤م.

٣٣- فريد شوشة: الإدارة الإستراتيجية، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٩.

٣٤- كمال درويش، أشرف عبد المعز: المنظمات الرياضية الأهلية (المفهوم، التاريخ، التطور، التنظيم)، مكتبة الأصدقاء، القاهرة، ٢٠٠٠م .

٣٥- كمال عبد الجابر عبد الحافظ: خطة مقترحة لتسويق القرية الأولمبية بجامعة أسيوط فى ضوء الفجوات التسويقية، مجلة كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط، ٢٠٠٦م.

٣٦- كمال عبد الرحمن درويش، محمد صبحي حسنين: موسوعة متجهات الرياضة فى مطلع القرن الجديد، ج٣، دار الفكر العربي، القاهرة، ٢٠٠٤م .

٣٧- ماهر محمد السيد عطيه: واقع التسويق الرياضي بالأندية الرياضية، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة طنطا، ٢٠٠٥م .

٣٨- مثنى علي عربود الراشد: إستراتيجية مقترحة لتطوير التسويق الرياضي بدولة الكويت، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة بنها ٢٠١٠م.

٣٩- محسن أحمد الخصري: المناخ الإستثماري المستهدف، الإدارة واستراتيجيات التنمية، القاهرة، ٢٠٠٢م.

٤٠- محمد رجب جبريل: الخطة الإستراتيجية لتسويق البطولات والمباريات الرياضية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة، ٢٠٠١م.

- ٤١- محمد عبد العظيم محمود: خطة مقترحة لإدارة المؤسسات الرياضية وفقاً للأهداف التسويقية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط، ٢٠٠٦م.
- ٤٢- مسعد سيد عويس: الأدوار المستخدمة والمستحدثات للأنشطة الرياضية، دراسة منشورة، الإدارة العامة للبحوث الرياضية، المجلس الأعلى للشباب، ج.م.ع، ٢٠٠٠م.
- ٤٣- معتز مصطفى عبد الجواد: مدخل إداري معاصر لإستثمار المؤسسات الرياضية، رسالة دكتوراه، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٨م .
- ٤٤- معجم اللغة العربية: المعجم الوجيز، المطابع الأميرية، القاهرة، ١٩٩٧م .
- ٤٥- منير إبراهيم هندي، السعيد محمد لبددة: الإدارة المالية كلية التجارة، جامعة طنطا، ٢٠٠٤م.
- ٤٦- نائل البابلي، إبراهيم محمد: موسوعة الإستثمار، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٩٤م.
- ٤٧- هشام عبد الحفيظ السباعي: دور نظم المعلومات في دعم مناخ الإستثمار، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية المعهد القومي للإدارة العليا، القاهرة، ٢٠٠٤م .
- ٤٨- وزارة الإستثمار: قانون ضمانات وحوافز الإستثمار ولأئحته التنفيذية، القاهرة، ١٩٩٤م.
- ٤٩- يحيى بدر مبارك فاتح: إستراتيجية مقترحة لجذب رؤوس الأموال للإستثمار في الأندية الرياضية الكويتية، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة بنها، ٢٠١٠م .

ثانياً: المراجع باللغة الإنجليزية:

- 50- **Athanasios Kriemadis**,: Stratigic Marketing planning in greek professional sports, 16 th Easm conference " Management the Heart of sport" 10- 13. September, Heidelberg, Germany, 2008.
- 51- **Beniot seguin, Kenneth Teed and Norman O. Reilly**: National sports organizations and, Sponsrship: An identifiiction of the best practices int . J . Sport Management and Marketing, Vol 1, Nos / 12/ 2005.
- 52- **Bill Gerrard**: A resource –utilization model of organizational efficiency in professional sports teams, JSM, 17 (3) July, 2003.
- 53- **David, Larimore & George, Chitiyo**: Non Economic Societal Impact of Intercollegaiat Athletics, The Sport Journal, Volume 10 Number 2, Spring, published by United States Sport Academy, 2007.
- 54- **Kenet, P.A, and Athers**: Market segmentation in the sport indury, international. Sort Journal (1) refs 16, (1997).
- 55- **Mclean, D. J., Jonson, R. C. A.**,: Techniques for Aqtioning public recreation services journal for park and recveation, Administration champaign, 111, 15 (3) Refsm 27, 1997.