

" دور الشراكة بين المؤسسات الرياضية ومؤسسات المجتمع المدني

في النهوض بالرياضة المصرية "

م/٥٠ / احمد سعيد رجب شرف

م/٥٠ / احمد فاروق عبد القادر

م/٥٠ / السعدني خليل السعدني

المقدمة:

أصبحت الرياضة صناعة تمول من عدة مليارات من الدولارات وهي الآن جزءاً لا يتجزأ من مزيج الإتصالات بين شركات ومؤسسات المجتمع المدني والمؤسسات الرياضية، وينظر إليها علي أنها أحد الفرص الباقية في تطوير الأنشطة الرياضية وخصوصاً مع إرتفاع تكلفتها وتداخل التكنولوجيا الباهظة التكاليف في أجزائها. (٩:١٤)

وأصبحت الرياضة صناعة والصناعة تجارة، وأصبح ذلك هو القانون السائد عند رجال الإستثمار والإقتصاد وخصوصاً في المجال الرياضي، وتعد المنفعة المتبادلة بينهم قوة ضاربة حيث يستطيع المجال الرياضي من خلالها أن يغطي نشاطاته ويحقق إنجازاته في ظل توفير السيولة المادية اللازمة لإقامة نشاط رياضي مميز يتسم بالجدية وقوة الإحتكاك والتنافس، وفي المقابل فإن المستثمر يحقق معظم تطلعاته بالنشر الإعلاني المرتبط بقوة الحدث الذي يراعه والإقبال على منتجاته نتيجة الإعلام عنها في وسط غني بالجمهور سواء من داخل المدرجات أو من خلال شاشات التلفزيون. (١٩)

وتكامل المناشط الرياضية مع المصالح الإقتصادية أدى إلى إحتلال الرياضة مكانه رفيعة في الحياة الإجتماعية لا تقل أهميه عن تلك التي تنالها علاقة الرياضة بالسياسة، ولأن نظام الرياضة يقوم على دعائم إقتصادية في جوهرها مثل ميزانيات الأنشطة والبرامج والأدوات والأجهزة وأجور المدربين والإداريين والمكافآت وحوافز الرياضيين، فإن الغرض الأول للعلاقة بين الرياضة والإقتصاد يتصل بإعتماد الرياضة على الإقتصاد لتمويل مختلف الرياضات. (٦٩:٤)

وقد فطنت المؤسسات التجارية في أعقاب الحرب العالمية الثانية إلى أن الرياضة تمثل وسيلة دعاية ومجال إشهار واسع الإنتشار سواء كان ذلك بطرق مباشرة أو غير مباشرة، فضلاً عن كونها وسيلة رخيصة نسبياً، كما أن تزايد عدد الرياضيين وممارسي الرياضة خلال العقد السابع من هذا القرن قد أفرز سوقاً رابحه في مجال إنتاج وتسويق وإستهلاك الأجهزة والأدوات والملابس الرياضية، مما يدعوننا إلى تقرير أن الغرض الثاني للعلاقة بين الرياضة والإقتصاد يتصل برعاية المصالح التجارية والإستهلاكية للرياضة كمصدر للربح ووسيلة دعاية ناجحة. (٣: ١٣٢-١٣٣)

لذلك تقوم الدول على إختلاف أنظمتها الإقتصادية والسياسية سواء من أصحاب الأنظمة الشمولية (الإقتصاد الموجه) أو ممن كانوا من أصحاب الإقتصاد الحر بالاستفادة من الامكانيات المتاحة في المجتمع سواء المادية أو البشرية لإشباع حاجة المجتمع إلى ذلك النوع من النشاط وذلك بتقديم المساعدة والدعم كليا أو جزئياً للهئات والمؤسسات الرياضية الحكومية أو الأهلية أو التي تهتم بتقديم الخدمات الرياضية لتحقيق الهدف المرجو وفقاً للتخطيط العام للدولة. (٥: ٦٩)

* مدرس بقسم الإدارة الرياضية بكلية التربية الرياضية للبنين بالقاهرة - جامعة حلوان

** مدرس بقسم الإدارة الرياضية بكلية التربية الرياضية للبنين بالقاهرة - جامعة حلوان

*** مدرس بقسم الإدارة الرياضية بكلية التربية الرياضية للبنين بالقاهرة - جامعة حلوان

وتشكل الرياضة في بعض الأحيان دخلاً هاماً من مداخل الإقتصاد الوطني أن أستثمرت بالشكل الصحيح ولعل العديد من الدول المتقدمة لاحظت أن بعض أنواع الرياضة يمكن أن تكون أحد مقومات العمل السياحي، ومن أجل أن يكون العمل الرياضي متمشياً مع عمليات التطوير لابد من إعتبار الإستثمار أحد وسائل التطوير والتمويل للرياضة، ولتحقيق ذلك لابد من تسهيل عمليات وإجراءات الإستثمار ورفع القيود عنها، حتي تصل إلى وقت يكون الإستثمار هو الممول الأكثر أهمية لمعظم نفقات الرياضة. (٢١)

والحقيقة أن هناك خطأ كبيراً بين الملكية والإدارة في دولنا النامية، فالملكية يمكن أن يتم تقنينها ويمكن أن تمتلك الدولة -بأسم المجتمع- ما تراه يعود بالفائدة عليها، ويمكن ألا تقوم بالتملك في مجالات أخرى وتعطي فيها فرصاً للأفراد أو القطاع الخاص، أما الإدارة فيجب أن تكون نشاطاً آخر يقوم به مهنيون مؤهلون حسب كل نشاط إقتصادي، ويدور الحوار الآن حول دور القطاع العام والخاص "القطاع الأهلي" ويعتقد أن على الدولة أن تمتلك ما تراه مناسباً حسب معايير المردود الإقتصادي، كذلك أن تختص بالقيام بالأنشطة التي لا يرغب القطاع الخاص في الدخول إليها سواء بصورة مؤقتة أو طويلة مثل البنية التحتية أو الصناعات الإستراتيجية الكبرى المرتبطة بثروة المجتمع ككل، أما القطاع الخاص فنرى أنه يجب أن يتصدى للقيام بدوره في عملية إحداث التنمية الإقتصادية وأن تخلق ثقافة الإبداع والعمل والحافز المادي طويل الأجل، ولا يقتصر على أنشطة ذات مردود إقتصادي سريع، وفي كافة الأحوال فان العقبة الرئيسية في إحداث التنمية الإقتصادية ترتكز علي تأهيل الإدارة سواء في القطاع العام أو الخاص، أو من خلال القطاع المشترك ما بين العام والخاص وهو قطاع الأعمال الذي يتميز بالمبادرة والفعالية للإستفادة من الإمكانيات المتاحة لكلاً من القطاعين. (٢٢)

وقد سبقت بعض الدول العربية وفتحت المجال متسعاً أمام القطاع الخاص للإستثمار في الرياضة فبنل المسؤولين في دولة قطر مساع جادة حتى حصلوا على عقود بتمويل دورة الألعاب الآسيوية الخامسة، وقد ظفرت برعاية شركة (كيوتل) للإتصالات، والخطوط الجوية القطرية، وبنك قطر الوطني، وشركة سامسونج العالمية بمجموع ستة عشر مليون يورو منها مبالغ نقدية ومنها خدمات مقدمة من الشركات للدورة. (١٩)

وفي الإمارات تم توقيع عقد رعاية شركة الخطوط الجوية الإماراتية لنادي هامبورج الألماني بقيمة ٥ مليون يورو، وقضي العقد بإرتداء لاعبي فريق نادي هامبورج فانلات (قمصان) تحمل شعار طيران الإمارات، وتوزع لوحات داخل الملعب أثناء التدريب والمباريات تحمل نفس الشعار، وقد بلغت نسبة إشغال طيران الإمارات لخط السير دبي - هامبورج ٨٥% خلال الأسبوع الأول من تشغيل هذا الخط. (١٧)

كما أطلق نائب رئيس الإمارات ورئيس مجلس الوزراء وحاكم دبي إستراتيجية جديدة للحكومة الإتحادية بدبي والتي يأتي من ضمنها الجزء الخاص بقطاعي الشباب والرياضة الذي يقوم علي إستحداث نظم وأطر متطورة تواكب تطور الرياضة العالمية قائمة علي تطوير كافة الأطر التشريعية والقوانين واللوائح المنظمة للعمل الرياضي والشبابي في الدولة، والسعي لخلق شراكة مجتمعية مع جميع المؤسسات الحكومية والحكومة الإتحادية والمحلية والمجالس الرياضية بدبي، وبقية مؤسسات المجتمع المدني ومؤسسات القطاع الخاص لأهمية مساهمته بدعم القطاعين الشبابي والرياضي، وأيضاً السعي إلى خلق شراكة مالية يعتمد فيها على تحويل الإحتياجات إلى مصادر تمويل لإستكمال المنشآت الرياضية والشبابية في الدولة. (٢٣)

وفي السعودية نجح إتحاد كرة القدم السعودي في جذب إستثمارات ضخمة لكرة القدم السعودية تمثلت في شراكة شركة (موبيلي) للإتصالات في رعاية المنتخب الوطني السعودي المشارك في بطولة كأس العالم بألمانيا، وبموجب هذا العقد تقاسمت الشركة مع الإتحاد السعودي قيمة تكاليف الإعداد التي بلغت حوالي ٦ ملايين دولار. (٢٠)

وفي الأردن حظي الرالي الدولي بمسانده ذهبية من (جوردان أنفست Jordan Infest) وعلاماتها التجارية، الى جانب (شيري للسيارات الصينية Sherry) وستحصل هذه الشركات في المقابل على ترويج إعلامي محلي وإقليمي ودولي هائل، كما حظي الرالي برعاية رسمية من كابيتال بنك Capetal Bank وفنادق ماريوت العالمية Mariout، ومركز الملك حسين بن طلال للمؤتمرات، وفاست لينك Fast Link، وجريدة صوت الغد والرياضة) كما حظي الرالي برعاية القطاع العام مثل وزارة الأشغال العامة والإسكان، وهيئة تنشيط السياحة الأردنية، وبلدية عمان الكبرى، والمجلس الأعلى للشباب والرياضة. (٢٤)

وقد أصبحت الرياضة تمثل مكاناً هاماً في الإقتصاد الوطني حيث تحول هذا الإدراك إلى قناة تامة عندما أعلن أن دخل الرياضة في الولايات المتحدة الأمريكية عام ١٩٩٨/١٩٩٩م قد بلغ ٧٥ مليار دولار، وأن صناعة الرياضة قد إحتلت المرتبة الخامسة عشر في الإقتصاد الأمريكي متقدمة في ذلك علي كثير من الصناعات، وبلغت قيمة صناعة الأدوات الرياضية الأمريكية ١٥٠ مليار دولار، وفي إيطاليا أحتل دخل مباريات كرة القدم المركز الثاني في الإقتصاد الوطني الإيطالي، وفي اليابان بلغت القيمة الفعلية الإنتاجية للرياضة ٤٥٠٠ مليار ين ياباني فإحتلت بذلك المركز الخامس في الإقتصاد الوطني الياباني، وإرتفعت أسهم شركة أديداس Adidas العالمية بنسبة ٤,٨% بعد فوز فرنسا بكاس العالم لكرة القدم عام ١٩٩٨م. (٨ : ٨٤)

وتمر مصر الآن بمرحلة الإصلاح الإقتصادي والمبنى على الإنتقال التدريجي من إقتصاد التخطيط المركزي إلى إقتصاد السوق، وبالرغم من كل هذه الإصلاحات السياسية والإقتصادية التي تمر بها في الوقت الحالي إلا أنها لم تصل بعد للمجال الرياضي أو على الأقل لم تصل إليه بنفس السرعة التي وصلت بها للقطاعات الأخرى مع الوضع في الإعتبار أن المجال الرياضي من أيسرها تقبلاً للإصلاحات الإقتصادية بحكم الطبيعة الأهلية لأغلب تنظيماته مما أدى لتدهور الرياضة سواء على المستوى الترويحي أو التنافسي أو على مستوى المنظمات الرياضية أو الخدمات المقدمة من قبلها لأعضائها وروادها. (١ : ٣)

ولقد وضعت الدولة أقدامها على الطريق الصحيح للإصلاح الإقتصادي عندما شجعت الإستثمارات الخاصة وقدمت لها الإمتيازات في جميع المجالات، ويتعين الآن أن تكون هناك أيضاً فلسفة للدولة في مجال الرياضة حيث لا بديل عن قيام القطاع الخاص بدور رئيسي في تمويل الرياضة المصرية بعد أن أصبح العبء ثقیلاً وتكاليف الرياضة بمختلف عناصرها باهظة لا تستطيع أن تتحملها الدولة فقط، ومن دراسة الوضع الحالي للتمويل في المجال الرياضي نجد أن أسلوب الهيئات أو التبرعات من جانب رجال الأعمال أصبح أمر غير مجدى بالنسبة لتقدم الرياضة، وأيضاً توجد فلسفة سائدة في مجال التمويل الآن عرفت (بلجان تنمية الموارد) وهذه اللجان أثبتت فشلها لأنها أعتبرت رجال الأعمال خزائن للمال تحاول المؤسسات الرياضية السحب منها بشتى الطرق، وغالباً ما تستنفذ هذه الطرق والسبل بسرعة، وأصبح العديد من رجال الأعمال يحجمون عن الدخول في هذا المجال لعدم معرفة أين ستذهب أموالهم، ولأن العلاقة غير متوازنة بين رجال الأعمال والمؤسسات الرياضية، ولا تقوم علي المشاركة وتبادل المنفعة. (٢ : ٢)

كما نجد أن بعض من مؤسسات المجتمع المدني المصري شاركت في رعاية بعض الأحداث الرياضية التي تمثلت في رعاية شركة (فودافون) و (أتصالات) لدوري كرة القدم المصري، وشركة (بيبيسي) لدوري المهارات في كرة القدم بالتعاون مع وزارة التربية والتعليم والمجلس القومي للرياضة، وظهرت بعض أنواع الإستثمارات الخاصة المتمثلة في الأندية الرياضية مثل أندية وادي دجلة Wadi Degla، وأكاديمية سماش للنتس Smash، ورعاية شركة (TNT) لكأس الأمم الإفريقية من خلال الإتحاد الإفريقي.

وقد قامت مجموعات شركات (بهجت Bahgat Group) برعاية الفريق الوطني لكرة اليد في عام ١٩٩٨م مقابل مليون جنيه لمدة عام على أن تستغل الشركة الإعلانات على فاناتل الفريق الوطني الأول

للرجال في جميع المباريات الرسمية والودية، والإعلان علي ظهر تذاكر المباريات وأكشاك بيع التذاكر وإستغلال لاعبي الفريق الأول للرجال لأي مواد للدعاية في الوسائل الإعلامية، و قيام شركات (فودافون وكوكاكولا وجهينه وشيفورليه) برعاية الفريق الأول لكرة القدم بالنادي الأهلي على أن تستغل الشركة الإعلانات على صدر وظهر فانلات (قمصان) لاعبي الفريق الأول وأن يكون لها الحق في إستخدام صور لاعبي الفريق في دعائها أو أستخدام اللاعبين أنفسهم في الإعلانات التليفزيونيه، كما قامت شركة (أميرال Amiral) برعاية المنتخب الأول لكرة اليد عام ٢٠٠١م مقابل مليون جنيه مصري لمدة عام على أن تستغل الشركة الإعلانات على صدر وظهر فانلات المنتخب الوطني، وأن يكون لها الحق في إستخدام صور المنتخب الوطني لكرة اليد في دعائها، وعقد مؤتمر سنوي بحضور مجلس إدارة الإتحاد للإعلان عن رعاية الشركة للفريق. (٨: ١٣١ - ١٣٧)

وطالب الخبراء في المجال الرياضي في مصر بعض المطالب المتمثلة في "إستاد رياضي في كل محافظة، عودة الرياضية للمدارس والجامعات، توفير الملاعب، بناء الكوادر المؤهلة" وفي أغلب الظن أن هذه المطالب هي أمل عودة الرياضة والمحافظة على المكانة الدولية والقارية والأولمبية التي وصلت إليها الرياضة المصرية، مما دعي إلى أن تكون الرياضة بشكل عام ضمن أولويات المرحلة القادمة، وأن تصبح قوة إقتصادية دافعة للحركة المجتمعية، وأن تصبح المؤسسات الرياضية مؤسسات إقتصادية متكاملة حتي تضمن مواردها وتصبح قادرة على تنفيذ خططها وبرامجها التي تعود بالفائدة على جميع أفراد الشعب. (١٨) وقد أوصي تقرير لجنة تقصى الحقائق عن أداء البعثة المصرية في الدورة الأولمبية بكين ٢٠٠٨م الصادر بتشكيلها قرار رئيس مجلس الوزراء رقم (٢٢١٢) لسنة ٢٠٠٨م ما يلي:

- تشجيع المبادرات الرامية إلى الإستثمار في المجال الرياضي، وأنشاء الشركات الرياضية لإدارة الأندية ومراكز التدريب والترويج الرياضي.
- إتخاذ إجراءات جادة للشراكة وجذب الشركات الكبرى ورجال الأعمال لرعاية الأبطال الرياضيين والإتحادات الواعدة، التي يمكن أن تحقق نتائج طيبة في أولمبياد لندن ٢٠١٢م، وذلك بضوابط محددة. وفي الآونة الأخيرة عجزت كثيراً من الهيئات الرياضية عن الوفاء بالتزاماتها المالية مما أثر على نشاطها سواء المحلي أو الدولي، وهو ما تطالعنا به الصحف بين الحين والآخر بأزمه مالية تواجه الإتحادات والأندية الرياضية والمديونيات التي تعاني منها هذه الهيئات وتعجز عن سدادها بل تتفاقم بمرور الزمن مما يصعب معها بشدة تنفيذ الخطط والبرامج الموسوعة بهذه الهيئات، وبالتالي تعوقها عن تحقيق أهدافها. ولذا يجب أن يعرف المسؤولين عن الإدارة بالهيئات الرياضية أن حدوث الأزمات الإقتصادية شئ متوقع ويجب علينا الإستعداد والتصدي له مما يساعد في تقليل حجم الأثار السلبية الناتجة عن الأزمه، ويعتمد المسؤولين عن الهيئات الرياضية عند مواجهاتهم للأزمات الإقتصادية على رد فعل للموقف فقط وهو ما يؤدي إلى تفاقم هذه الأزمات وظهورها مرة أخرى في المستقبل بصوره أكبر.
- ولذا فإن التحدث عن أهمية تنمية الإقتصاد في المجال الرياضي يعتبر من أهم الموضوعات التي ينبغي أن نقف عليها، فأهمية الإقتصاد الرياضي يكمن في إيجاد قاعدة إقتصادية متينة نستطيع من خلالها تفعيل دور الإتحادات والأندية الرياضية في إستقطاب البطولات والمسابقات الرياضية المختلفة، وهذا بالتأكيد ينصب في تنمية الرياضة ويعود بالنفع الإيجابي على الإقتصاد الوطني، كما أن نمو الرياضة وإقتصادها مرتبط بدعم الشركات للمسابقات والفعاليات أو الأحداث الرياضية وهو يعود إيجابياً علي الشركات التي تستطيع من خلاله إبراز أسمها ومنتجها على الإعلانات واللافتات التجارية وظهورها عبر البث التلفزيوني.

كما أن العلاقة بين الرياضة والإقتصاد تتصل برعاية المصالح التجارية والإستهلاكية أو بمفهوم آخر هي الجسر الخفي الذي تمر من خلاله الشركات لترويج إعلاناتها و سلعها للمشاهدين والمتابعين للمباريات والأحداث الرياضية المختلفة، ومما لا شك فيه بأن الرياضة أصبحت تحتاج إلي جهود كبيره حتي تخطو نحو النمو الإقتصادي ولن يأتي ذلك إلا من خلال دعم شركات القطاع الخاص الذي يجب أن يتفاعل مع الرياضة من خلال تمويل الدورات والبطولات والمسابقات والأحداث الرياضيه المختلفة، وخلق بنية إقتصادية تساعد على دعم مسيرة الرياضة وتساهم في نمو الإقتصاد الرياضي وتشجع إقامة الدورات والبطولات والمسابقات والأحداث الرياضيه المختلفة. (٢٥)

وقد أصبحت الخصخصة منهجاً وأسلوباً إعتادت عليه كثير من الدول المتقدمة والنامية أيضا بهدف التخلص من الأعباء المالية المتزايدة على القطاع العام والعمل على تحقيق الكفاءة الإقتصادية والإنتاجية مع ملاحظة أن الخصخصة لم تحل كافة المشاكل غير أنها أعطت القطاع الخاص دوراً أكبر في عمليات الإحتراف والإستثمار وطرح موضوع الخصخصة كعنصر من عناصر تحديث الرياضة، ولكن يمكن إعتبار الخصخصة حالة منتشرة في العالم الرأسمالي، لاسيما وأنها فلسفة إقتصادية ذات إستراتيجية تحول القطاعات التي لا ترتبط بالسياسات العليا في الدولة من القطاع العام إلى القطاع الخاص، والآلية التي يمكن أن تستند عليها في خصخصة الرياضة تتجه إلى أسلوبين :

الأول: تلقائي وهو تشجيع المبادرة الفردية من خلال تشجيع القطاع الخاص دون المساس بالقطاع العام. الثاني: هو الهيكلي والذي يعني تقليص حجم القطاع العام بنقل ملكية المشروع أو إدارته إلى القطاع الخاص، نستشف بذلك دافعين للخصخصة أولهما نتيجة تضخم القطاع العام وصعوبة تحمل المزيد من الأعباء المالية، وثانيهما الوصول إلى قناعة تؤكد أن إدارة الأنشطة الممكن خصصتها ومنها الرياضية تحتاج إلى مهارات تجارية وإدارية تقودها نحو التطور والإزدهار على الصعيد الإقتصادي الذي بنموه سيعود بالنفع على الجانب الرياضي في المؤسسات الرياضية ويفعلها بشكل إيجابي.

وعلي مجالس إدارات المؤسسات الرياضية المطالبة بإستثمار المال وزيادته لتحقيق النجاح وخاصة مع وجود البنية التحتية الرياضية الملائمة التي تتيح أن تدار بحسابات الربح والخسارة مع إتاحة الفرصة لرجال الأعمال بالإنخراط في مجال الإستثمار في الأندية وخروجها من تحت عباءة أنظمة وقوانين الرياضة الحالية كالنموذج المعمول به في كثير من الدول المتقدمة، وهو غير موجود بسبب أن القطاع الرياضي يعتمد كثيراً على التمويل الحكومي وبسبب التشريعات والقوانين التي لا تسمح بذلك، وإذا ما كانت الشركات الكبرى تفكر في الإستثمار بالخصخصة في الرياضة فيما لو أصبحت واقعاً في رياضتنا المحلية تتمثل في آليات الرعاية فيجب أن تزيد خبرتنا في النطاق التسويقي الرياضي أكبر من الجانب الإداري وإنتقال الرياضة من مدعومة إلى مربحة ممكن أن يؤدي إلى الخصخصة ولكن عندما تكون مدعومة فلا يمكن خصصتها لأنها بذلك تعتبر حلقة إقتصادية مفرغه.

ولذا نجزم بأن الرؤية غير واضحة على مستوى مصر، ونؤكد علي ضرورة طرح قضايا كثيرة للتداول الإعلامي كالإحتراف والخصخصة في الوقت الذي لم يطرح فيه بعد مفهوم الشراكة بين القطاعين العام والخاص وتعضيد فلسفة إستثمار رجال الأعمال فيها. (٢٦)

وفي محاولة للشراكة مع الدول المتقدمة رياضياً وقع المجلس القومي للرياضة بروتوكول تعاون مع إيطاليا هدف إلي تشجيع تبادل الخبرات والزيارات والإستفادة من المنح الدراسية وبرامج التدريب وتبادل الكوادر الرياضية وتبادل تكنولوجيا المعلومات والأبحاث الرياضية، وتبادل الزيارات بين الفرق الوطنية والدورات التدريبية والمباريات الرسمية وإقامة المعسكرات التدريبية بالتعاون مع الإتحادات، وفي مجال

الإستثمار الرياضي تم الاتفاق على التعاون في فتح آفاق في صناعة الأدوات والملابس الرياضية وإدارة المنشآت الرياضية وتشجيع رجال الأعمال الايطاليين على الإستثمار في مجال الرياضة المصرية، كما أقام المجلس القومي للرياضة مؤتمر دولي لتشجيع الإستثمار في المجال الرياضي بمصر شارك فيه عدد من خبراء التسويق الرياضي بأوروبا تم خلاله إستعراض التجارب الناجحة بالأندية الأوروبية الشهيرة مثل ريال مدريد وبرشلونة الإسبانيين حول كيفية تسويق العلامات التجارية للأندية، ومدى الإستفادة من حقوق الملكية الفكرية وإستخدام إسم وشعار الهيئات، ودراسة تجارب هذه الأندية في الجوانب التسويقية والإستثمار الرياضي وحجم إستثماراته وموارده.

مشكلة البحث:

وقد لاحظ الباحثين عدم وجود إستراتيجية للوصول بالهيئات الرياضية إلى إقتصاديات السوق والتي تجعلها تعتمد بصورة أساسية على مواردها في تحسين صناعة الرياضة وإعداد الإبطال الرياضيين على المستويات العالمية، مع الملاحظة أنه في الآونة الأخيرة عجزت الكثير من الهيئات الرياضية عن الوفاء بالتزاماتها المادية مما هدد النشاط الرياضي داخلها بالتوقف، كما لاحظ الباحثين أنه بالرغم من المناداه بإستقلال المؤسسات الرياضية عن الدولة، إلا أن هناك العديد من القوانين التي تعيق تحويلها إلى مؤسسات رياضية تدار بشكل إقتصادي، وبالتالي فإن العلاقة يجب أن يحكمها تشريع يخص الإستثمار ويشجع المشاركة والإستثمار والتمويل الخاص في المجال الرياضي بإعتباره مجالاً إستثمارياً مهم يستحق نفس التشجيع الذي يحظى به المستثمرين في المجالات الأخرى، وهذا ما أوصت به العديد من الدراسات السابقة بضرورة زيادة حجم أكبر الإستثمارات الخاصة في الهيئات الرياضية بما يتناسب مع الدور التنموي للرياضة والإستفادة من الخبرات الأجنبية المتقدمة في هذا المجال ومحاولة التيسير من قبل المؤسسات المالية في إتاحة القروض اللازمة للمشاريع الخاصة بالإستثمار في المجال الرياضي.

كما تلاحظ للباحثين بأنه لم تحظى الرياضة بمصر بثقة مشاركة القطاع الخاص ورجال الأعمال والمستثمرين نتيجة عدم وجود أنظمه واضحة لحقوق الشراكة، فكثير من الأحيان ينسحب الممول وبالتالي تتعرض البطولات للفشل وتلغي في بعض الأحيان، مما عجل بإخفاء النماذج التي ظهرت في الإستثمار والرعايه الرياضية وعلى الجانب الأخر عدم قناعة بعض رجال الأعمال بجدوى المشاركة في رعاية الأحداث الرياضية نتيجة تفيد القوانين واللوائح وسيطرة الجهة الحكومية المطلقة على الإذن بالإستثمار في المجال الرياضي، وهنا يجب أن يكون هناك نظام ترعاه الدول وتكون له لائحة تؤمن حقوق الجهة المنظمة، وأيضا تحفظ حقوق الشريك وصاحب الإستثمارات.

ويرى الباحثين أن مشاركة القطاع الخاص ومؤسسات المجتمع المدني بالإستثمار والمشاركة في المجال الرياضي أهم البدائل لتوفير الموارد والتمويل، وهذا ما دفع الباحثين لإجراء هذه الدراسة لتوضيح دور الشراكة بين المؤسسات الرياضية ومؤسسات المجتمع المدني في إحداث التنمية الإقتصادية والإستثمارية للنهوض بالرياضة المصرية.

أهداف البحث:

١. تحديد مفاهيم وأهداف وأهمية الشراكة بين مؤسسات المجتمع المدني والمؤسسات الرياضية.
٢. الوقوف على المتغيرات العالمية والإقليمية التي تؤدي لاحتية الشراكة بين مؤسسات المجتمع المدني والمؤسسات الرياضية.
٣. الوقوف على واقع المؤسسات الرياضية المصرية إقتصادياً والمشكلات التي تعوق آليات الشراكة بين مؤسسات المجتمع المدني والمؤسسات الرياضية.

٤. إيجاد آليات للشراكة الحقيقية بين مؤسسات المجتمع المدني والمؤسسات الرياضية تستطيع من خلالها كل جهة تحقيق أهدافها والإستفادة منها بما يخدم المصلحة العامة.

تساؤلات البحث:

١. هل توجد مفاهيم وأهداف واضحة للشراكة في المجال الرياضي.
٢. ما هي المتغيرات العالمية والإقليمية المؤثرة علي الشراكة في المجال الرياضي.
٣. ما هو واقع المؤسسات الرياضية المصرية إقتصادياً.
٤. ما هي مشكلات ومعوقات الشراكة في المجال الرياضي.
٥. ما هو دور المؤسسات التمويلية والإقتصادية والإستثمارية في مجال الشراكة الرياضية .
٦. ما هي آليات ومداخل التكامل والشراكة في المجال الرياضي.

الدراسات السابقة:

أولاً : الدراسات العربية:

١- قام اشرف محمود حسين العجيلي ١٩٩٦م، بدراسة عنوانها "معوقات الإستثمار في المجال الرياضي في جمهورية مصر العربية" وهدفت إلى معرفة المعوقات التي تقابل المستثمرين للإستثمار في المجال الرياضي، وأهم صور الإستثمار في المجال الرياضي، وقد إستخدم الباحث المنهج الوصفي، وعينة بلغ عددهم (٣٠) مستثمر، وإستمارة إستبيان لجمع البيانات، وأستخدم المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والنسبة المئوية، ومعامل الارتباط، كمعالجات إحصائية، ومن أهم النتائج عدم وجود تشريعات تخص المجال الرياضي ضمن مجالات الإستثمار، عدم وجود ما ينص علي حرية الإستثمار بالقوانين المنظمة للرياضة في مصر، عدم تطبيق أساليب تحفيز وتشجيع القطاع الخاص للإستثمار في الرياضة كما يحدث في المجالات الأخرى، عدم اقتناع المؤسسات الماليه بالرياضة والعائد الذي يتحقق من خلال الإستثمار فيها، وقد أوصت الدراسة بضرورة توضيح الدولة للهدف الذي تسعى لتحقيقه من خلال الرياضة، وتعديل القانون المنظم للهيئات الرياضية علي أساس إطلاق حق هذه الهيئات في تنشيط مصادر إيراداتها الذاتية بما يتناسب مع إتجاهات الدولة في الوقت الحالي. (٢)

٢- قام حلمي ابراهيم ١٩٩٥م، بدراسة عنوانها "عرض عام لمشاكل تمويل وتسويق الرياضة في الولايات المتحدة الأمريكية" وهدفت إلى التعرف على أنواع تمويل وتسويق البرامج الرياضية والترويجية بين أفراد المجتمع الأمريكي، وقد إستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتناولت الدراسة أهم طرق تمويل الرياضة والمشاكل الناجمة عنها وأيضاً طرق التسويق والمشاكل الناجمة عنها ومن أهم وسائل التمويل: الأوقاف، والأسهم، والمنح، والكرنفال، والقرعة، ومن خلال هذه الوسائل يمكن لأي مؤسسه رياضية في الولايات المتحدة الأمريكية الحصول على مصدر تمويلي يساعد على تنفيذ برامجها الرياضية، وقد تناولت الدراسة بعض وسائل وطرق التسويق وأيضاً التعرض لمشاكلها وأهمها، السوق الخيرية، الإعلانات، الرعاية، الجماعه المعضده، ومن أهم نتائج هذه الدراسة، تتوقف طرق التسويق على القدره الشرائيه للفرد ولذا فهي قابلة للصعود والهبوط ولا يمكن الإعتماد عليها كمصدر ثابت للتمويل، تتوقف طرق التمويل والتسويق على مدى وعي الأفراد والهيئات لأهمية الرياضة في حياة الفرد، ميزانية الهيئات الرياضية لا تستطيع ملاحقة التطور السريع في تكنولوجيا الرياضة، هناك حاجه إلى وجود متخصصين في وسائل التمويل والتسويق في المؤسسات الرياضية. (٦)

٣- قام كلاً من ساري احمد، سها أديب ١٩٩٥م، بدراسة عنوانها "أساليب التسويق من خلال الأنشطة الرياضية كما يراها رجال الأعمال في الأردن" وهدفت إلى التعرف على إتجاه رجال الأعمال نحو

الإعداد والتنظيم ومستوى النشاط الرياضي الذي يرغبون بالتسوق من خلاله، ومعرفة رأيهم نحو أنواع الأنشطة والرياضات التي يرونها أكثر فعالية في تسويق مؤسساتهم، وآرائهم نحو أساليب التسويق من خلال الأنشطة الرياضية، وقد أوضحت النتائج بالنسبة لآراء رجال الأعمال نحو الإعداد والتنظيم والمستوى الفني الذي يرغبونه بالتسوق فيه وجد أن أعلى النسب المئوية جاءت لدعم لقاءات المنتخب الوطني على المستوى الدولي وذلك لما تحظى به اللقاءات الدولية باهتمام وسائل الإعلام المختلفة وخاصة التلفزيونات والنقل المباشر عبر الأقمار الصناعية وكذلك إنتشار المحطات الفضائية في معظم دول العالم وجاءت أقل النسب المئوية بالنسبة لمستويات البطولات الرياضية مستويات الدرجة الثانية والثالثة وبالنسبة لرجال الأعمال نحو أنواع الأنشطة التي يرونها أكثر فعالية في تسويق مؤسساتهم وجد أن أعلى هذه الأنشطة هي كرة القدم وذلك لكونها الأكثر نقلاً على شاشات التلفزيون ومتابعة من قبل رجال الصحافة والإعلام في الأردن وجاءت أقل أنواع الأنشطة جذباً للتسويق من خلالها هي الجمباز، الريشه الطائر، الدراجات ويعود ذلك لقلّة إنتشارها وقلة شعبيتها وعدم وجود دوري منتظم وبطولات تنافسية جماهيرية لهذه الرياضات، وبالنسبة لآراء رجال الأعمال نحو أساليب التسويق من خلال الأنشطة الرياضية جاءت أعلى النسب لصالح الدعاية من خلال نقل المباريات في التلفزيون الأكثر رغبة لدى رجال الأعمال وتلاها الدعاية في الملاعب وفي الصفحات الرياضية وكتابة أسم الشركة على الأجهزة الرياضية في الصالات والملاعب، وقد أوصى الباحثان بضرورة تزويد الشركات والمؤسسات التي تدعم النشاط الرياضي بالبرامج والبطولات بوقت كاف لتتمكن من وضعها على ميزانياتها والتخطيط لدعم هذه الأنشطة وأيضاً إستقطاب الشركات من خلال إقامة البطولات العربية والآسيوية والدولية والتي لها دور في الترويج والدعاية والإعلان لهذه الشركات، والسعي لرفع مستوى الأداء الفني للفرق الرياضية على مختلف مستوياتها لإستقطاب رجال الأعمال لدعم الأنشطة الرياضية. (٧)

ثانياً : الدراسات الأجنبية:

١- قام ميلينا بارينت، وجان هارفي Milena M.Parent;Jean Harvey ٢٠٠٩م بدراسة عنوانها "تحو نموذج إداري للشراكة المجتمعية في الأنشطة الرياضية والبدنية" وهدفت إلي وضع نموذج للمبادرات المجتمعية للشراكة الرياضية، إستخدام الباحثان المنهج الوصفي والإستبيان كأداة لجمع البيانات وعينه مكونه من ٣٠٠ فرد، وكانت من أهم النتائج تزايد شعبية مفهوم الشراكة في البرامج القائمة على أساس النشاط البدني، وتوصلت الدراسة إلي أن النموذج المقترح للشراكة المجتمعية في الأنشطة الرياضية والبدنية يتضمن ثلاثة أجزاء هي تشكيل شراكة بين دولتين أو أكثر من خلال المنظمات الرياضية، ضرورة تشكيل كيان نظامي لإدارة وتقييم الشراكة وتشمل أساسيات الشراكة وهي "غرض المشروع، والبيئه المحيطة، وطبيعة الشركاء، والتخطيط للشراكة، كما تشمل جوانب سمات الشراكة والإتصال وصنع القرار، وتقييم الشراكة يشمل نوع التقييم وتحديد مدي النجاح والفعالية. (١٠)

٢- قام مايكل مونديلو Michael Mondello (٢٠٠٦م) بدراسة عنوانها "آثار المعلومات المؤثرة إقتصادياً على سلوك الرعايه الرياضيين العاملين في مجتمعات صغيره الى متوسطه الحجم" وأشارت الدراسة إلي أن برامج تسويق الرياضات التي تعطي فوائد إقتصادييه جيده، موجوده منذ عدة سنوات في الإتحادات الرياضية الوطنيه، وفي برامج التنميه المجتمعيه، وتشير الأبحاث إلى ندرة ترتيب الرعايه للرياضات في مجتمعات صغيره ومتوسطه الحجم، والأعمال في المجتمعات المجاوره، وقد طبقت الدراسة نظريه التبادل كما هو موصوف في مجال إدارة الأعمال في جمع معلومات التأثير الإقتصادي لتتضمن دقة مبالغ الإنفاق للفرق الرياضية المنافسه في منطقه بنساكولا بفلوريدا، وقد قيمت الدراسة معلومات التأثير

الإقتصادي على مواقف رعاية الرياضات المحتملين للوصول إلى فهماً أفضل لعمليات صنع وإتخاذ القرار، وقد وجدت فروقاً داله إحصائياً بين المجموعات مظهره مواقف أكثر دقه حول الإحتمالات الكامله للرعاه كداله في إمكانية الوصول إلى معلومات التأثير الإقتصادي ونموذج للمزايا الإقتصادي للرعايه والتأكيد على المزايا التجاريه، وقد قارنت الدراسه نتائجها مع دوافع التبرع وحب الأعمال الخيريه في الرياضه، وآخرين يعرفون الرعايه كإستثمار تجاري قابل للإستغلال وتتناول الدراسه نتائج متنوعه بخصوص فوائد برامج الرعايه الرياضييه، كذلك تحديد كيف تتفاعل أبعاد الرعايه مع عملية التبادل عند مستوي رعايه الرياضات بالمجمعات الصغيره ومتوسط الحجم. (١١)

٣- قام سيموندس **Simmonds** ٢٠٠٦م ببحث عنوانه " تطوير الشركه في مجال الرياضه والترفيه" وهدفت إلي كيفية تطوير الشركات الإقتصادي بين القطاعين العام والخاص في مجال الرياضه والترفيه في المملكه المتحده، وكيف يمكن أن تنجح في التطبيق العملي، وإمكانية تحديد الشركاء المحتملين لأنشطه الرياضيه والترفيهيه في إنجلترا، إستخدام الباحث المنهج الوصفي الدراسات التحليليه والإستبيان وتحليل الوثائق والسجلات كأدوات لجمع البيانات وعينه مكونه من ١٥٥ فرد من رؤساء الإتحادات المعنيه بالرياضه والأنشطه الترفيهيه وخبراء في مجال الإقتصاد الرياضي، وبعد دراسة على نطاق واسع للخلفيه الإقتصادي والسياسيه للشركات وإعداد "مبادرة التمويل من القطاع الخاص" في سياق تطوير الرياضه والترفيه، وكان من أهم النتائج أن الشركات الإقتصادي التي تساعد في تمويل رأس المال يمكن أن تستخدم في تطوير المرافق والمنشآت الرياضييه، ويجب أن تكون الشركات الإقتصادي إلزاميه للشركت والمؤسسات الإقتصادي الخاصه التي يمكن أن توفر عائدات رأس المال والتمويل اللازم لأنشطه الرياضيه والترفيهيه، ويجب أن توضح أدوار الشركه والمبادئ ذات الصله بين كل طرف من الهيئات والمؤسسات الشركه، ويجب وضع نظام للتغلب علي جميع المشاكل المحتمله للشركه، وإعادة استخدام التبرعات الخيريه لأنشطه الرياضيه إيجابياً، وإقامة شركت للتنمية تكون ذا فائده للممارسين في كل من القطاعين الخاص والعام وفي المرافق الرياضييه والترفيهيه. (١٢)

٤- قام ديفيد ستوتلر **David Stotlar** ٢٠٠٣م، بدراسه عنوانها "تقييم الرعايه دراسة حاله للنظريه والتطبيق" بإستخدام طرق كيفية لدراسة حاله حيث قام الباحث بتقييم الرعايه الرياضييه بشمال أمريكا لأكبر راعي للرياضه فيها وهو شركة بيبسي- كولا، وقارن بين هذه الممارسات ليضيف الماده العلميه المستخلصه إلي نتائج الدراسه، وقد تكونت دراسة حاله من الرياضات " كرة البيسبول والجولف" والبيانات التي جمعت من خلال لقاءات رسميه مع مديري حسابات التسويق للشركه الراعيه، وتركزت علاقه رعايه الرياضه والجوانب الإقتصادي بغرض وضع نموذج تقييم الرعايه، وأشارت النتائج الى أن الهدف الأساسي لشركة بيبسي- كولا من الرعايه الرياضييه هو زيادة حجم مستخدمي بيبسي كولا من المستهلكين، وزيادة عدد مخارج منتجاتها، وبالنهايه زيادة حجم مبيعاتها، ولهذا الهدف هي تستخدم تقييم دقيق وفعال قائم علي تقارير المبيعات، والمنتج في أسواقها المحليه ومقارنته بالتكلفه المصاحبه، وكان من أهم النتائج تحتاج بيبسي لتحسين تقييمها لأهدافها الأساسي والثانويه من الرعايه في الرياضه. (١٣)

٥- قامت نورا ريفون **Nora Rifon** ٢٠٠٣م بدراسه بعنوان "دراسة حاله لرعايه مسابقات الفورميولا SAE" تقوم شركت الأعمال الخاصه بإستخدام طرق غير تقليديه للإعلان، ولم تجد أفضل من المسابقات والأحداث الرياضييه والمتنافسين لأهتمام الرعايه، وسباقات السيارات تنلقي الجزء الأكبر من مبالغ رعايه الرياضات ولقد ركزت أبحاثاً سابقه على رعايه حلبات السباق للمحترفين وركزت هذه الدراسه على الفوائد التي يتلقاها فريق سباق فورميولا SAE لجامعة ولاية ميتشيجان من جراء الرعايه، والفوائد العائده

علي رعايته، إضافة الى إدراكات المستهلكين نوى مختلف العلاقات مع الفريق، و لقد جمعت بيانات كيفية من خلال لقاءات شخصية، وإستبيانات لأعضاء الفريق والآباء والرعاة والخريجين وممثلي الجامعة، وقد توصلت النتائج للعديد من الفوائد التي يتلقاها ويتوقعها كل من الفريق والرعاة، وما هو أكثر أهمية إدراكات المستهلكين التي كشفت عن أهمية إهتمام المحليين وينظر إليهم كأفضل الملائمين للفريق واحتياجاتهم. (١٤)

٦- قام بسام عبد الله ٢٠٠١م بدراسة عنوانها "تحليل للرعايات الرياضية المشتركة للرياضة في البحرين" كان الغرض من هذه الدراسة هو تحليل رعاية الشركات للرياضة في البحرين من عام ١٩٩٥م إلى عام ٢٠٠٠م حيث تمت صياغة سبعة أسئلة بحثية بواسطة الباحث، وتكونت عينة الدراسة من (٧٧) شركة قاموا برعاية الأنشطة الرياضية في البحرين من عام ١٩٩٥م إلى عام ٢٠٠٠م، وأعيد إجمالي (٧٧) إستبياناً بنسبه مئويه قدرها (٨٦,٥%) من (٨٩) إستبياناً كانت قد أرسلت في البدايه، وقد حصل علي نتائج الدراسة من بيانات البحث وقسمت الإدارة البحثية إلى ست فئات هي الشركات التي ترعي أنشطه رياضييه و أنشطة رياضية برعاية شركات، أهداف ودوافع الشركات، أساليب مستخدمه لدعم رعاية الرياضييه، تقييم فعالية برامج الرعايه الرياضييه، نوايا الشركات المستقبلية، كما كانت الشركات في صناعة الخدمات والسلع هي أهم المصادر التي دعمت أنشطة الرياضييه في البحرين خلال فترة الدراسة، ونصف الشركات تقريباً تقوم بتشغيل نشاطها في السوق المحلي والباقي يقومون بنشاطهم في السوق الدولي، ولقد كان معظم الرعاة في العمل بالبحرين لأكثر من (١٥) عاماً وكان أكثر من ثلثي الشركات ترعي الرياضييه في البحرين خلال العشر سنوات الماضييه، وبدا أن رعاية الحدث هو أكثر الأنواع شيوعاً، وكانت مستويات الرياضييه المتقدمه المفضله لدى الرعاة هي "كرة القدم، الكره الطائره، الجولف، البولينج، التنس، سباق الخيل" وهي أكثر أنواع الرياضييات التي تقبل الشركات التجاريه علي رعايتها. (١٥)

٧- قام جان آدمز Jane Adams ١٩٩٧م بدراسة عنوانها "الرعايه الرياضييه في بريطانيا" هدفت الدراسة إلي القيام بتحليل شامل لمعهد الرعايه الرياضييه في بريطانيا وأوضحت أن الرعايه الرياضييه في بريطانيا تقدر بـبليون جنيه إسترليني، ومن هنا يتضح أهمية الرعايه الرياضييه فيما تخلقه من آلاف فرص العمل ومدى تأثيرها في تحسين مستوى الرياضييه في بريطانيا وقد أظهرت الدراسة بعض الخدمات الأساسية التي يقدمها معهد الرعايه الرياضييه وتتخلص في "إظهار عوامل الجذب للشركات الراعيه والضامنه سواء للرياضه المحليه أو العالميه، وإعطاء الشركات الراعيه الحق في الإتصال بصانعي القرار سواء علي المستوى الرسمي أو الأهلي، تقديم مستوى معين من الخدمات الإعلاميه للشركات الراعيه، عمل الأبحاث العلميه الخاصه بالناحيه التمويليه والرعايه الماليه، إعطاء الفرص لصغار الشركات للتمتع بمميزات عضويه المعهد بأسعار يمكن أن تتحملها هذه الشركات، إصدار نشره شهريه تتضمن تحليلاً للنواحي الرياضييه الإقتصادييه وتقديم بيان موجز عن تطورات السوق المتصله بهذا المجال، وقد أظهرت الدراسة ان هناك بعض الشركات الراعيه من جنسيات مختلفه وان كانت الغالبية العظمى من الشركات البريطانيه. (١٦)

إجراءات البحث:

- منهج البحث:

إستخدم الباحثين المنهج الوصفي بخطواته وإجراءاته وذلك لملاءمته لطبيعة الدراسة وتحقيق أهدافها.

- مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع بحث الدراسة في الآتي :-

١- المجتمع الوثائقي: يشمل كل ما يرتبط من مراجع وكتب ودراسات علميه مرتبطه ومشابهه بموضوع الدراسة والمرتبطة به.

٢- المجتمع البشري: يشمل مجتمع البحث المسؤولين عن الرياضة في الدولة (جمهورية مصر العربية) بداية من أعضاء المجلس القومي للرياضة والاساتذة الجامعيين المتخصصين في التربيه البدنيه والرياضه وأعضاء مجالس إدارات من المؤسسات والهيئات الرياضيه الاهليه والخاصه والنوعيه ومن مؤسسات وقطاعات المجتمع المدني بما يشمله من حكوميه وخاصه.

- عينة البحث:

١- عينة البحث الأساسية: إختار الباحثين عينة البحث بالطريقه الطبقيه العشوائيه من مجتمع البحث والمسؤولين عن النهوض بمستوى الرياضة المصريه حيث كانت حجم العينة الأساسي (٣٥٨) من أفراد مجتمع البحث ويوضح الجدول رقم (١) توصيف لعينة البحث على مجتمع البحث.

جدول رقم (١)

توصيف لعينة البحث على مجتمع البحث

العدد	عينة البحث	الفئه
٤٨	الخبراء في مجال الرياضة والتمويل والإستثمار والإقتصاد والتسويق.	الفئه الأولى
٩٨	أعضاء مجالس إدارة اللجنة الأولمبيه والإتحادات والأنديه الرياضيه.	الفئه الثانيه
١١٢	الإداريين والمدربين والحكام واللاعبين بالهيئات الرياضيه .	الفئه الثالثه
٣٨	أقسام التسويق والرعايه الرياضيه بالشركات المهتمه بالمجال الرياضى.	الفئه الرابعه
٢١	الشركات المتخصصه في مجال تسويق ورعايه الأحداث الرياضيه .	الفئه الخامسه
٤١	الإعلاميين والقانونيين المهتمين بالمجال الرياضى.	الفئه السادسه
٣٥٨	المجموع	

٢- عينة البحث الاستطلاعيه "عينة التقنين": قام الباحثين بإجراء دراسته إستطلاعيه "عينة التقنين" قوامها (٥٠) فرد يمثلون فئات العينه المحدده، ومن خارج العينة الأساسي وتم إختيارهم بالطريقه الطبقيه العشوائيه لكي تمثل فئات عينة البحث، ويوضح الجدول رقم (٢) توصيف لعينة البحث الإستطلاعيه "عينة التقنين".

جدول رقم (٢)

توصيف لعينة البحث الإستطلاعيه "عينة التقنين"

العدد	عينة البحث	الفئه
٨	الخبراء في مجال الرياضة والتمويل والإستثمار والإقتصاد والتسويق.	الفئه الأولى
١٠	أعضاء مجالس إدارة اللجنة الأولمبيه والإتحادات والأنديه الرياضيه .	الفئه الثانيه
١٤	الإداريين والمدربين والحكام واللاعبين بالهيئات الرياضيه .	الفئه الثالثه
٧	أقسام التسويق والرعايه الرياضيه بالشركات المهتمه بالمجال الرياضى.	الفئه الرابعه
٦	الشركات المتخصصه في مجال تسويق ورعايه الأحداث الرياضيه.	الفئه الخامسه
٥	الإعلاميين والقانونيين المهتمين بالمجال الرياضى.	الفئه السادسه
٥٠	المجموع	

- وسائل جمع البيانات:

إستخدم الباحثين في جمع المعلومات والبيانات الأدوات الآتية :

١- تحليل اللوائح والقوانين والمراجع والدراسات المرتبطه: قام الباحثين بإجراء تحليل لبعض المراجع والأبحاث والدراسات المرتبطه والمؤتمرات في مجال الشركاه الرياضيه بالإضافة إلى البحث على شبكة المعلومات على المستوى المحلى والدولي وذلك للوصول إلى نتائج تحقق أهداف البحث، وللاستفاده بها في تصميم إستماره الإستبيان المطبقه على عينة البحث.

٢- المقابلات الشخصيه: أجرى الباحثين مقابلات شخصيه مع العديد من أفراد مجتمع البحث إرتكزت على أهمية الشركاه بين المؤسسات الرياضيه ومؤسسات المجتمع المدني في إحداث التميمه الإقتصاديه والإستثماريه للنهوض بالرياضه المصريه بالإضافة إلى معرفه أهمية الشركاه الرياضيه ومشكلاتها

وعوائقها ومعرفة دور المؤسسات التمويلية والإقتصادية والإستثمارية في مجال الشراكة الرياضية وما هي آليات تنفيذ ومداخل الشراكة والتكامل في المجال الرياضي، بهدف الوصول إلى تحديد محاور البحث وتصميم استمارة الإستبيان و تحقيق أهداف البحث .

٣- استمارة الإستبيان: من خلال تحليل الباحثين للوائح والقوانين والمراجع والدراسات المرتبطة في مجال الشراكة الرياضية والبحث على شبكة المعلومات على المستوى المحلي والدولي ومن خلال المقابلات الشخصية مع بعض الخبراء وعينة البحث توصل الباحثين إلى وضع المحاور الأساسية لموضوع الدراسة تشمل على ستة محاور يمكن من خلالها تحديد دور الشراكة بين المؤسسات الرياضية ومؤسسات المجتمع المدني في النهوض بالرياضة المصرية، وسوف يتناول الباحثين مراحل تطور وتعديل إستمارة الإستبيان حتى التوصل إلى الشكل النهائي لها والتي تم تطبيقها على العينة الأساسية .

أ- إستمارة الإستبيان في صورتها المبدئية: قام الباحثين بوضع ستة محاور مقترحة مع توضيح مفهوم كل محور ووضع العبارات الإفتراضية لكل محور والتي اشتملت علي (١٧٩) عبارة-مرفق رقم ٢- وتم صياغتهم في قائمه مبدئية للعرض علي الخبراء لإبداء الرأي في مدى مناسبة المحاور والعبارات المقترحة ومدى ملائمة هذه العبارات في قياس الأغراض التي وضعت من أجلها مع وضع المقترحات الخاصة بالمحاور والعبارات، وكذا مدى مناسبة ميزان التقدير المقترح (موافق،إلي حد ما،غير موافق) وذلك لأخذ رأي الخبراء وعددهم (١٠) خبراء-مرفق رقم (١)- لإبداء الرأي في مدى مناسبة كل محور وعباراته لتحقيق أهداف البحث وإضافة أو تعديل للمحاور والعبارات، وقام الباحثين بعرض الإستماره في صورتها المبدئية بالمحاور والعبارات على الخبراء لإبداء الرأي، وحددت نسبة ٨٥% فأكثر من آراء الخبراء لقبول المحاور والعبارات للحصول على أكبر درجه من الرضاء والإقتناع بمدى قياس المحور لما يهدف له، وبعد عرض إستمارة الإستبيان على الخبراء لإبداء الرأي في المحاور والعبارات ومناسبتها لأهداف البحث وفي نطاق النسبه التي إرتضاها الباحثين لقبول المحاور والعبارات لم يستبعد أي محور بعد الإجماع عليها من قبل الخبراء بنسبة تزيد عن ٨٥ % كما روعي رأي الخبراء في إضافة أو حذف أو تعديل أو إعادة صياغة أو ترتيب لبعض العبارات ونقل بعض العبارات من محور إلى آخر، وبعد إجراء التعديلات في المحاور والعبارات وبعد دمج بعض العبارات ونقل عبارات إلى محاور أخرى وإستبعاد (٢١) عبارة أصبحت الإستمارة في صورتها الأولىه تحتوى على ستة محاور وعدد (١٥٨) عبارة، ويوضح الجدول رقم (٣) المحاور الرئيسييه وعدد عبارات كل محور بعد العرض على الخبراء.

جدول رقم (٣)

توصيف استمارة الإستبيان في صورتها الأولىه قبل وبعد العرض على الخبراء

م	المحاور	عدد عبارات قبل العرض	عدد عبارات بعد العرض	نسبة التغير
١	مفاهيم وأهداف وأهمية الشراكة في المجال الرياضي.	٤٤	٣٩	٥
٢	المتغيرات العالمية والإقليمية وحتمية الشراكة في المجال الرياضي.	٢٥	٢٢	٣
٣	واقع المؤسسات الرياضية المصرية إقتصاديا.	٢٦	٢٢	٤
٤	مشكلات وعوائق الشراكة في المجال الرياضي.	٢٥	٢١	٤
٥	دور المؤسسات التمويلية والإقتصادية والإستثمارية في مجال الشراكة الرياضية.	٢٨	٢٦	٢
٦	الليات ومداخل التكامل والشراكة في المجال الرياضي .	٣١	٢٨	٣
	المجموع	١٧٩	١٥٨	٢١

میزان التقدير:

قام الباحثين باقتراح ميزان التقدير مع إستمارة الإستبيان التي عرضت على الخبراء من ميزان ثلاثي يتكون من موافق (٢) درجة وإلى حد ما (١) درجة وغير موافق (٠) صفر درجة، وبعد العرض على الخبراء والموافق عليه تم إختيار ميزان التقدير بنسبة (٩٠ %) من آراء الخبراء .

- المعاملات العلمية لإستمارة الإستبيان:

تم إيجاد المعاملات العلمية لاستمارة الإستبيان وذلك من خلال (حساب معامل الصدق/وحساب معامل الثبات) للتأكد من المعاملات العلمية لإستمارة الإستبيان وتم الإعتماد على الآتي:-

أولاً : صدق إستمارة الإستبيان: أعتد الباحثين في إختبار صدق إستمارة الإستبيان على ما يلي:

١- صدق المحتوى "المحكمين":

تم عرض إستمارة الإستبيان أثناء إعدادها وقبل تطبيقها في شكلها الأولى على مجموعه من الخبراء "صدق المحكمين" والمتخصصين في المجال الأكاديمي والتطبيقي في التربيه البدنيه والرياضه وخاص بالإداره الرياضيه وعددهم (١٠) خبراء (مرفق ١) وذلك لإضافه أو حذف أو تعديل للمحاور والعبارات التي تم عرضها عليهم للوصول إلي الشكل الأولى الذي تم تطبيقه على العينه الإستطلاعيه "عينه التقنين" وتم عرض الإستماره على الخبراء بالمقابلته الشخصيه من الباحثين.

وبعد عرض الإستماره على الخبراء وتدوين المقترحات لكل المحاور والعبارات تم حذف وإستبعاد العبارات التي تقل النسبة المئوية لها عن ٨٥% من رأي الخبير وعددهم (٢١) عبارته، ودمج لبعض العبارات وإعادة صياغة لبعض العبارات الأخرى ونقل لبعض العبارات من محاور إلى محاور أخرى تتناسب مع طبيعة قياسها للمحور، وإعادة ترتيب بعض العبارات داخل المحور الواحد، حتى تم التوصل إلي الصياغه النهائيه للمحاور والعبارات في شكلها الأولى وعددهم (١٥٨) عبارة موزعه علي المحاور الستة لاستمارة الإستبيان.

٢- صدق الاتساق الداخلي:

قام الباحثين بتطبيق الإستماره بعد تعديل الخبراء علي عينه إستطلاعيه "عينه التقنين" قوامها (٥٠) فرداً تم إختيارهم بالطريقه الطبقيه العشوائيه ممثله لمجتمع البحث وخارج العينه الأساسيه.

قام الباحثين بإختيار صدق الإستماره عن طريق إيجاد معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والمجموع الكلي للمحور الذي تمثله، وبذلك يتحقق صدق التكوين الفرضي للإستماره على أساس أن الدرجات الفرعيه تعد مؤشراً جيداً للدرجة الكلية ويتضح ذلك بالجداول أرقام (١٠/٩/٨/٧/٦/٥/٤) .

جدول رقم (٤)
معاملات قيم الارتباط بين درجة كل عبارته والمجموع الكلي لدرجات المحور الأول
" مفاهيم وأهداف وأهمية الشراكة في المجال الرياضي "

(ن = ٥٠)

رقم العبارة	قيمة الارتباط	رقم العبارة	قيمة الارتباط	رقم العبارة	قيمة الارتباط
١	٠,٧٦١	٢٧	٠,٧١٤		
٢	٠,٦٧٤	٢٨	٠,٧٣٨	١٥	
٣	٠,٤٤٧				
٤	٠,٧٦١	٣٠	٠,٤٦٧		
٥	٠,٧٦١	٣١	٠,٤٠٨	١٨	
		٣٢	٠,٦٠٣		
٧	٠,٤٧١	٣٣	٠,٣٦٤	٢٠	٠,٧٤٠
٨	٠,٧٦١	٣٤	٠,٧٠٧	٢١	٠,٦٥٥
٩	٠,٨١٦	٣٥	٠,٨٠٦	٢٢	٠,٤٣٦
١٠	٠,٦٥٩	٣٦	٠,٥٣٨	٢٣	٠,٣٧٢
١١	٠,٦٥٢	٣٧	٠,٧٤١	٢٤	٠,٦٢٨
١٢	٠,٧٣٢	٣٨	٠,٨٥٢	٢٥	٠,٤٩٢
		٣٩	٠,٤٢٣		

قيمة "ر" الجدوليه عند درجة حريه (٤٨) ومستوى (٠,٠٥) = (٠,٢٨٨)

يتضح من جدول رقم (٤) أن جميع قيم معاملات الارتباط للعبارات المنتميه للمحور الأول تراوحت بين (٠,٠٧٩ ، ٠,٨٥٢) وقد تم حذف العبارات التي لم تحقق مستوي دلالة عند (٠,٠٥) وهي العبارات ارقام (٦، ١٩، ١٧، ١٦، ١٤، ١٣، ٢٦، ٢٩) وبذلك يبلغ عدد عبارات المحور الاول (٣١) عبارة.

جدول رقم (٥)

معاملات قيم الارتباط بين درجة كل عبارته والمجموع الكلي لدرجات المحور الثاني
" المتغيرات العالميه والإقليميه وحتمية الشراكة في المجال الرياضي "

(ن = ٥٠)

رقم العبارة	قيمة الارتباط	رقم العبارة	قيمة الارتباط
٤٠	٠,٤٣٦	٥١	٠,٧٧٢
٤١	٠,٧٠٧	٥٢	٠,٤١٥
		٥٣	٠,٥٣٥
٤٣	٠,٥٦٦	٥٤	٠,٤٠٨
٤٤	٠,٤٨٤	٥٥	٠,٥٤٢
٤٥	٠,٧٧٢	٥٦	٠,٥٦٦
٤٦	٠,٨٣٢		
٤٧	٠,٨٧٤	٥٨	٠,٤٨٤
٤٨	٠,٥٦٦	٥٩	٠,٤٤١
٤٩	٠,٤٠٨	٦٠	٠,٦٠٣
		٦١	٠,٦٥٥

قيمة "ر" الجدوليه عند درجة حريه (٤٨) ومستوى (٠,٠٥) = (٠,٢٨٨)

يتضح من جدول (٥) أن جميع قيم معاملات الارتباط للعبارات المنتميه للمحور الثاني تراوحت بين (٠,١٧٤ ، ٠,٨٧٤) وقد تم حذف العبارات التي لم تحقق مستوي دلالة عند (٠,٠٥) وهي العبارات ارقام (٥٧، ٤٢، ٥٠) وبذلك يبلغ عدد عبارات المحور الثاني (١٩) عبارة.

جدول رقم (٦)

معاملات قيم الارتباط بين درجة كل عبارته والمجموع الكلي لدرجات المحور الثالث
" واقع المؤسسات الرياضية المصريه اقتصادياً "

(ن = ٥٠)

رقم العباره	قيمة الارتباط	رقم العباره	قيمة الارتباط
٦٢	٠,٨١٦	٧٣	٠,٦٨٠
٦٣	٠,٨٠٢	٧٤	٠,٥٦٦
٦٤	٠,٧٩١	٧٥	٠,٤٠٨
٦٥	٠,٦٣٥	٧٦	٠,٥٤٤
٦٦	٠,٨٦٧	٧٧	٠,٥٣٥
٦٧	٠,٦٦١	٧٨	٠,٤٠١
٦٨	٠,٧٥٩	٧٩	٠,٤٧١
٦٩	٠,٧٨٤	٨٠	٠,٧٦١
٧٠	٠,٥٥٢	٨١	٠,٧٧٠
٧١	٠,٧٠٧		
٧٢	٠,٤٨٩		

قيمة "ر" الجدوليه عند درجة حريه (٤٨) ومستوى (٠,٠٥) = (٠,٢٨٨)

يتضح من جدول رقم (٦) أن جميع قيم معاملات الارتباط للعبارات المنتميه للمحور الثالث تراوحت بين (٠,٢١٤ ، ٠,٨٦٧) وقد تم حذف العبارات التي لم تحقق مستوي دلالة عند (٠,٠٥) وهي العبارات ارقام (٨٢ ، ٨٣) وبذلك يبلغ عدد عبارات المحور الثالث (٢٠) عبارة.

جدول رقم (٧)

معاملات قيم الارتباط بين درجة كل عبارته والمجموع الكلي لدرجات المحور الرابع
"مشكلات وعوائق الشركاه في المجال الرياضي"

(ن = ٥٠)

رقم العباره	قيمة الارتباط	رقم العباره	قيمة الارتباط
٨٦	٠,٥١٢	٩٥	٠,٧٢٦
٨٧	٠,٦١٩	٩٦	٠,٦٣٣
٨٨	٠,٧٩٩	٩٧	٠,٨٠٨
٨٩	٠,٤٩٥	٩٨	٠,٥٧٨
٩٠	٠,٥١١	٩٩	٠,٧٢٩
٩١	٠,٧٠٠	١٠٠	٠,٧٦٥
٩٢	٠,٧٨٩	١٠٢	٠,٦٤٦
٩٣	٠,٦٤٩	١٠٣	٠,٧٣٥
٩٤	٠,٧٥٦	١٠٤	٠,٦٥٤

قيمة "ر" الجدوليه عند درجة حريه (٤٨) ومستوى (٠,٠٥) = (٠,٢٨٨)

يتضح من جدول رقم (٧) أن جميع قيم معاملات الارتباط للعبارات المنتميه للمحور الرابع تراوحت بين (٠,١٨٩ ، ٠,٨٠٨) وقد تم حذف العبارات التي لم تحقق مستوي دلالة عند (٠,٠٥) وهي العبارات ارقام (٨٤، ٨٥، ٩٢، ١٠١، ١٠٤) وبذلك يبلغ عدد عبارات المحور الرابع (١٧) عبارة.

جدول رقم (٨)

معاملات قيم الارتباط بين درجة كل عبارة والمجموع الكلي لدرجات المحور الخامس " دور المؤسسات التمويلية والإقتصادية والإستثمارية في مجال الشراكة الرياضيه "

(ن = ٥٠)

رقم العبارة	قيمة الارتباط	رقم العبارة	قيمة الارتباط
١٠٥	٠,٧٦٤	١١٨	٠,٦٦٣
		١١٩	٠,٦٨٤
١٠٧	٠,٦٨١	١٢٠	٠,٧٥٦
١٠٨	٠,٦٠٢	١٢١	٠,٦٠١
١٠٩	٠,٧٥١	١٢٢	٠,٦٠٣
١١٠	٠,٧٣٠	١٢٣	٠,٨٩٩
		١٢٤	٠,٧١١
١١٢	٠,٦٥٩	١٢٥	٠,٧١٤
١١٣	٠,٨٩٩	١٢٦	٠,٦٣٤
١١٤	٠,٦٠١	١٢٧	٠,٦١٥
١١٥	٠,٧٦٤	١٢٨	٠,٨٦٣
١١٦	٠,٧١٨	١٢٩	٠,٦٧٤
١١٧	٠,٦٨١	١٣٠	٠,٧٤٦

قيمة "ر" الجدوليه عند درجة حريه (٤٨) ومستوى (٠,٠٥) = (٠,٢٨٨)

يتضح من جدول رقم (٨) أن جميع قيم معاملات الارتباط للعبارات المنتميه للمحور الخامس تراوحت

بين

(٠,٢١٨ ، ٠,٨٩٩) وقد تم حذف العبارات التي لم تحقق مستوي دلالة عند (٠,٠٥) وهي العبارات ارقام (١٠٦،١١١) وبذلك يبلغ عدد عبارات المحور الخامس (٢٤) عبارة .

جدول رقم (٩)

معاملات قيم الارتباط بين درجة كل عبارة والمجموع الكلي لدرجات المحور السادس " أليات ومداخل التكامل والشراكة في المجال الرياضي "

(ن = ٥٠)

رقم العبارة	قيمة الارتباط	رقم العبارة	قيمة الارتباط
١٣١	٠,٧٣٤	١٤٥	٠,٧٢٥
		١٤٦	٠,٧٣٦
١٣٣	٠,٧٧٨	١٤٧	٠,٧١١
١٣٤	٠,٦٢٤	١٤٨	٠,٦٩٨
١٣٥	٠,٥٩٦	١٤٩	٠,٥٧٢
١٣٦	٠,٧٤٣	١٥٠	٠,٥١٤
١٣٧	٠,٧١٤	١٥١	٠,٧٠٤
١٣٨	٠,٦١٥	١٥٢	٠,٧٢٢
١٣٩	٠,٥٦٨	١٥٣	٠,٥٥٠
١٤٠	٠,٦١٦	١٥٤	٠,٦٢٦
		١٥٥	٠,٧٠٥
١٤٢	٠,٤٤٦	١٥٦	٠,٧١٧
١٤٣	٠,٧٤٣		
١٤٤	٠,٥٢٦	١٥٨	٠,٦٥١

قيمة "ر" الجدوليه عند درجة حريه (٤٨) ومستوى (٠,٠٥) = (٠,٢٨٨)

يتضح من جدول رقم (٩) أن جميع قيم معاملات الارتباط للعبارات المنتمية للمحور السادس تراوحت بين (٠,٢٢٥ ، ٠,٧٧٨) وقد تم حذف العبارات التي لم تحقق مستوي دلالة عند (٠,٠٥) وهي العبارات أرقام (١٣٢ ، ١٤١ ، ١٥٧) وبذلك يبلغ عدد عبارات المحور الخامس (٢٥) عبارة.
ثانياً : ثبات إستمارة الإستبيان :

قام الباحثين بإستخدام التجزئه النصفية عن طريق "معامل ألفا Alpha" للثبات وفقاً للمعادله الإحصائية لكلاً من "كودر Kuder وريتشاردسون Richardson" حيث يمثل "معامل ألفا Alpha" متوسط المعاملات الناتجة عن تجزئه الإختبار إلى أجزاء بطرق مختلفه ، ولذلك فإنه يمثل معامل الارتباط بين أي جزئين من أجزاء الإستبيان ويوضح جدول (١٠) معامل الثبات بطريقة ألفا.

جدول رقم (١٠)

قيم معامل ألفا Alpha لمحاور الإستبيان (ن=٥٠)

المحور	مسمى المحور	عدد العبارات	قيم معامل ألفا Alpha
الأول	مفاهيم وأهداف وأهمية الشراكة في المجال الرياضي .	٣١	٠,٨٦٥
الثاني	المتغيرات العالمية والإقليمية وحتمية الشراكة في المجال الرياضي.	١٩	٠,٨١١
الثالث	واقع المؤسسات الرياضية المصرية إقتصادياً.	٢٠	٠,٧٩٨
الرابع	مشكلات وعوائق الشراكة في المجال الرياضي .	١٧	٠,٦٨٩
الخامس	دور المؤسسات التمويلية والإقتصادية والإستثمارية في مجال الشراكة الرياضية.	٢٤	٠,٧٤١
السادس	آليات ومداخل التكامل والشراكة في المجال الرياضي .	٢٥	٠,٦٩٤
المجموع		١٣٦	

قيمة "ر" الجدوليه عند درجة حريه (٤٨) ومستوى (٠,٠٥) = (٠,٢٨٨)

يتضح من جدول رقم (١٠) أن قيم المعاملات للثبات بطريقة " ألفا " تتراوح بين (٠,٦٨٩ ، ٠,٨٦٥) وذلك يؤكد على أن الإستبيان على درجة مقبولة من الثبات.

ومن خلال العرض السابق للجدول أرقام (٤/٥/٦/٧/٨/٩/١٠) الموضحة لإيجاد المعاملات العلمية لإستمارة الإستبيان من خلال معامل الصدق ومعامل الثبات فقد تم إستبعاد العبارات الغير داله إحصائياً حتى أصبحت الإستماره في صورتها النهائية تحتوى على (١٣٧) عبارة ويوضح الجدول رقم (١١) الإستمارة في صورتها النهائية بعد إجراء المعاملات العلميه (مرفق ٢).

جدول رقم (١١)

توصيف لإستمارة الإستبيان في صورتها النهائية بعد إجراء المعاملات العلمية

م	المحاور	عدد العبارات قبل التطبيق الإسطلاحي	عدد العبارات المستعمده	عدد العبارات النهائية
١	مفاهيم وأهداف وأهمية الشراكة في المجال الرياضي.	٣٩	(٦,١٣,١٤,١٦,١٧,١٩,٢٦,٢٩)	٣١
٢	المتغيرات العالمية والإقليمية وحتمية الشراكة في المجال الرياضي.	٢٢	(٥٧, ٥٠, ٤٢)	١٩
٣	واقع المؤسسات الرياضية المصرية إقتصادياً.	٢٢	(٨٣, ٨٢)	٢٠
٤	مشكلات وعوائق الشراكة في المجال الرياضي .	٢١	(١٠١, ٩٢, ٨٥, ٨٤)	١٧
٥	دور المؤسسات التمويلية والإقتصادية والإستثمارية في مجال الشراكة الرياضية.	٢٦	(١١١, ١٠٦)	٢٤
٦	آليات ومداخل التكامل والشراكة في المجال الرياضي.	٢٨	(١٥٧, ١٤١, ١٣٢)	٢٥
	المجموع	١٥٨		١٣٦

ويتضح من الجدول رقم (١١) الإستبيان في صورته النهائية أشتمل على (١٣٦) عبارة مرفق رقم (٢).

تطبيق الإستهيبان على عينة البحث الأساسية:

بناءً على النتائج التي أستخلصها الباحثين من الدراسة الإستطلاعية وإجراء التعديل النهائي للإستهيبان فقد تم تطبيق الإستهيبان على عينة البحث وقوامها (٣٥٨) فرداً بالمقابلات الشخصية طبقاً لفئات عينة البحث. - معالجة البيانات إحصائياً:

إستخدم الباحثين المعالجات الإحصائية الملائمة لطبيعة بيانات البحث وذلك من خلال البرنامج الإحصائي SPSS ويشمل التالي (المتوسط الحسابي/قيمة كا^٢/معامل الارتباط/معامل ألفا Alpha للثبات وفقاً للمعادلة الإحصائية لكلاً من "كودر Kuder وريتشاردسون Richardson" تحليل التباين بإستخدام قيمة "ف" المحسوبة/ دلالة الفروق بين مجموعات البحث بإستخدام إختبار أقل فرق معنوي (LSD).

عرض ومناقشة وتفسير نتائج البحث :

قام الباحثين بعرض نتائج البحث في مجموعه من الجداول التي تم التوصل إليها بعد المعالجة الإحصائية التي تمت للبيانات الخام بعد تطبيق أدوات جمع البيانات (مقابلات شخصية وإستهيبان) للوصول إلى الشكل النهائي للإستهيبان المطبق على عينة البحث الأساسية، وتم عرض هذه الجداول بما يحقق أهداف البحث وقام الباحثين بعرض نتائج البحث التي توصل إليها تبعاً لترتيب محاور إستمارة الإستهيبان التي قاموا بتطبيقها على عينة البحث والموضحة في الجداول أرقام (١٢/١٣/١٤/١٥/١٦/١٧/١٨/١٩/٢٠/٢١/٢٢) وفقاً للآتي:-

جدول رقم (١٢)

تحليل التباين بين آراء فئات عينة البحث في محاور إستمارة الإستهيبان

المحاور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
مفاهيم وأهداف وأهمية الشراكة في المجال الرياضي.	بين المجموعات	٦٥,٩٢٢	٥	١٣,١٨٤	٣,٢٠٠	دال
	داخل المجموعات	١٤٥٠,٠٦٧	٣٥٢	٤,١٢٠		
	المجموع	١٥١٥,٩٨٩	٣٥٧			
المتغيرات العالمية والإقليمية وحتمية الشراكة في المجال الرياضي.	بين المجموعات	٥٥,٨٨٤	٥	١١,١٧٧	٧,٨٦٥	دال
	داخل المجموعات	٥٠٠,٢٣٩	٣٥٢	١,٤٢١		
	المجموع	٥٥٦,١٢٣	٣٥٧			
واقع المؤسسات الرياضية المصرية إقتصادياً.	بين المجموعات	٣١,٧٥٣	٥	٦,٣٥١	٣,٥٨١	دال
	داخل المجموعات	٦٢٤,١٧٢	٣٥٢	١,٧٧٣		
	المجموع	٦٥٥,٩٢٥	٣٥٧			
مشكلات وعوائق الشراكة في المجال الرياضي.	بين المجموعات	٧٨,٨١٠	٥	١٥,٧٦٢	١٠,٩٥٥	دال
	داخل المجموعات	٥٠٦,٤٥٤	٣٥٢	١,٤٣٩		
	المجموع	٥٨٥,٢٧٤	٣٥٧			
دور المؤسسات التمويلية والإقتصادية والإستثمارية في مجال الشراكة الرياضية .	بين المجموعات	٦٣,٠٩٨	٥	١٢,٦٢٠	٩,٢٤٩	دال
	داخل المجموعات	٤٨٠,٢٥٦	٣٥٢	١,٣٦٤		
	المجموع	٤٥٣,٣٦٣	٣٥٧			
آليات ومدائل التكامل والشراكة في المجال الرياضي.	بين المجموعات	٤٣,٥١١	٥	٨,٧٠٢	٤,٢٠٨	دال
	داخل المجموعات	٧٢٧,٩٣٣	٣٥٢	٢,٠٦٨		
	المجموع	٧٧١,٤٤٤	٣٥٧			

قيمة ف الجدوليه عند مستوي (٠,٠٥) = ٢,٤١

يتضح من جدول رقم (١٢) أن قيمة ف المحسوبة داله إحصائياً عند مستوي (٠,٠٥) مما يدل على أن هناك فروق بين عينة البحث في جميع محاور الإستهيبان وسوف يستخدم الباحثين إختبار أقل فرق معنوي LSD لإيجاد الفروق بين عينة البحث طبقاً للآتي:-

جدول رقم (١٣)
دلالة الفروق بين فئات عينة البحث على المحور الأول
"مفاهيم وأهداف وأهمية الشراكة في المجال الرياضي"
باستخدام اختبار اقل فرق معنوي LSD

المجموعات	المتوسط الحسابي	الخبراء في مجال الرياضة والتمويل	أعضاء اللجنة الأولمبية والاتحادات والأندية الرياضية	الإداريين والمدربين والحكام واللاعبين	امتياز التسويق والرعاية	الشركات المتخصصة في مجال تسويق	الإعلاميين والقانونيين
الخبراء في مجال الرياضة والتمويل والاستثمار والاقتصاد والتسويق.	٥٦,٨١		٠,٦٩٠	*٠,٩١٩	*١,١٠٢	*١,٩٥٥	*٠,٩٥٨
اعضاء مجالس إدارة اللجنة الأولمبية والاتحادات والأندية الرياضية .	٥٦,١٢			٠,٢٢٩	٠,٤١١	*١,٢٦٥	١,٢٦٨
الإداريين والمدربين والحكام واللاعبين بالهيئات الرياضية .	٥٥,٨٩				٠,١٨٢	*١,٠٣٥	٠,٣٩٢
اقسام التسويق والرعاية الرياضية بالشركات المهتمه بالمجال الرياضي.	٥٥,٧١					٠,٨٥٣	٠,١٤٣
الشركات المتخصصة في مجال تسويق ورعاية الأحداث الرياضية .	٥٤,٨٥						٠,٩٩٦
الإعلاميين والقانونيين المهتمين بالمجال الرياضي.	٥٥,٨٥						

يتضح من جدول رقم (١٣) ما يلي:

توجد فروق داله إحصائياً بين عينة الخبراء في مجال الرياضة والتمويل والاستثمار والاقتصاد والتسويق، وكل من الإداريين والمدربين والحكام واللاعبين بالهيئات الرياضية، وأقسام التسويق والرعاية الرياضية بالشركات المهتمه بالمجال الرياضي، والشركات المتخصصة في مجال تسويق ورعاية الأحداث الرياضية، والإعلاميين والقانونيين المهتمين بالمجال الرياضي لصالح عينة الخبراء، كما توجد فروق بين عينة الإداريين والحكام والمدربين واللاعبين والشركات المتخصصة في مجال تسويق ورعاية الأحداث الرياضية لصالح عينة الإداريين والحكام والمدربين واللاعبين، كما توجد فروق بين أعضاء مجالس إدارات اللجنة الأولمبية والاتحادات والأندية الرياضية والشركات المتخصصة في مجال تسويق ورعاية الأحداث الرياضية لصالح أعضاء مجالس إدارات اللجنة الأولمبية والاتحادات والأندية الرياضية، ويرجع ذلك لتعمق العينات التي تحتوي علي مستويات إداريه والمثمله في خبراء الرياضة والتمويل والاستثمار والاقتصاد والتسويق، والإداريين والحكام والمدربين واللاعبين، وأعضاء مجالس إدارات اللجنة الأولمبية والاتحادات والأندية الرياضية في مفاهيم وأهداف وأهمية الشراكة الرياضية وبعد هذا المفهوم نسبياً عن باقي العينات لحدائة الموضوع وقلة الدراسات المرتبطه به وإنتشار مفهوم الرعاية الرياضي القائم علي الرعاية الماليه والمميزات الدعائيه مثل النقل التلفزيوني والإهتمام بالرياضات الأكثر شعبيه وإهتمام إعلامي، بدلاً من مفهوم الشراكة القائم علي المشاركة الإقتصادية الإيجابية نحو تنظيم الأحداث الرياضي والذي يقوم علي كيان نظامي قادر علي تفعيل دور الشراكة المجتمعيه في الرياضة وتحديد الشركاء المحتملين لأنواع الرياضات المختلفه، والتي قد يكون دورها إزامياً نحو الشراكة بين المؤسسات الرياضي ومؤسسات المجتمع المدني وهو ما يفقده الوسط الرياضي المصري ولا تنص عليه القوانين واللوائح المنظمه في الرياضة أو الاستثمار، وهذا ما يتفق مع رأي ساري حمدان ، سها أديب (٧) أن رجال الأعمال يهتمون بأنواع الأنشطة التي يرونها أكثر فعاليه في تسويق مؤسساتهم التجاريه وهي كرة القدم وذلك لكونها أكثر الأنشطة نقلاً على شاشات التلفزيون ومتابعة من قبل رجال الصحافه والإعلام، كما يتفق مع رأي بسام عبد الله (١٥) أن رعاية الحدث الرياضي الوقتي هو أكثر الأنواع شيوعاً في الرعاية الرياضي، والمستويات الرياضي المنتشره إعلامياً هي المفضله لدى الرعاه وتقبل الشركات التجاريه على رعايتها مثل "كرة القدم، الكره الطائره، الجولف، البولينج، التنس، سباق الخيل" كما يتفق مع رأي ميلينا بارينت، وجان هارفي Milena M.Parent;Jean Harvey

(١٠) في ضرورة تشكيل كيان نظامي لإدارة وتقييم الشركاء وتشمل أساسيات الشركاء " غرض المشروع، البيئة المحيطة، وطبيعة الشركاء، والتخطيط للشركاء، كما تشمل جوانب وسمات الشركاء والاتصال وصنع القرار، وتقييم الشركاء يشمل نوع التقييم وتحديد مدي النجاح والفعالية " كما يتفق مع رأي سيموندس Simmonds (١٢) بأنه يجب أن تكون الشركات الإقتصادية إلزامية للشركات والمؤسسات الإقتصادية الخاصة التي يمكن أن توفر عائدات رأس المال والتمويل اللازم للأنشطة الرياضية والترفيهية.

جدول رقم (١٤)

دلالة الفروق بين فئات عينة البحث على المحور الثاني
"المتغيرات العالمية والإقليمية وحتمية الشركاء في المجال الرياضي"
باستخدام اختبار أقل فرق معنوي LSD

المجموعات	المبريط الحسائي	الخبراء في مجال الرياضة والتمويل	أعضاء اللجان الأولمبية والإتحادات والأندية الرياضية	الإداريين والمدربين والحكام واللاعبين	أقسام التسويق والرعاية	الشركات المتخصصة في مجال تسويق	الإعلاميين والقانونيين
الخبراء في مجال الرياضة والتمويل والإستثمار والإقتصاد والتسويق.	٣٥,٣١	٠,٣٥٣	٠,١٢١	٠,٢٣٣	٠,٢٤٨	٠,٢٤٨	
أعضاء مجالس إدارة اللجنة الأولمبية والإتحادات والأندية الرياضية .	٣٤,٩٥		٠,١٢١	٠,١١٩	٠,٦٠١	٠,٦٠١	
الإداريين والمدربين والحكام واللاعبين بالهيئات الرياضية .	٣٥,٠٨			٠,٠١٤	٠,٥٣٨	٠,٤٨٠	
أقسام التسويق والرعاية الرياضية بالشركات المهتمة بالمجال الرياضي .	٣٥,٠٧				٠,٥١٠	٠,٤٨٢	
الشركات المتخصصة في مجال تسويق ورعاية الأحداث الرياضية .	٣٦,٦١					٠,٠٥٨	
الإعلاميين والقانونيين المهتمين بالمجال الرياضي.	٣٥,٥٦						

يتضح من جدول رقم (١٤) ما يلي:

توجد فروق داله إحصائيا بين عينة الخبراء في مجال الرياضة والتمويل والإستثمار والإقتصاد والتسويق وعينة الشركات المتخصصة في مجال تسويق ورعاية الأحداث الرياضية، لصالح عينة الشركات المتخصصة في مجال تسويق ورعاية الأحداث الرياضية، كما توجد فروق بين أعضاء مجالس إدارات اللجنة الأولمبية والإتحادات والأندية الرياضية والشركات المتخصصة في مجال تسويق ورعاية الأحداث الرياضية، وعينة الإعلاميين والقانونيين المهتمين بالمجال الرياضي لصالح الشركات المتخصصة في مجال تسويق ورعاية الأحداث الرياضية وعينة الإعلاميين والقانونيين المهتمين بالمجال الرياضي، كما توجد فروق بين عينة الإداريين والحكام والمدربين واللاعبين بالهيئات الرياضية والشركات المتخصصة في مجال تسويق ورعاية الأحداث الرياضية والإعلاميين والقانونيين المهتمين بالمجال الرياضي، كما توجد فروق بين عينة الإداريين والحكام والمدربين واللاعبين بالهيئات الرياضية والشركات المتخصصة في مجال تسويق ورعاية الأحداث الرياضية والإعلاميين والقانونيين المهتمين بالمجال الرياضي، كما توجد فروق بين عينة أقسام التسويق والرعاية الرياضية بالشركات المهتمة بالمجال الرياضي، وعينة الشركات المتخصصة في مجال تسويق ورعاية الأحداث الرياضية لصالح عينة الشركات المتخصصة في مجال تسويق ورعاية الأحداث الرياضية، كما توجد فروق بين عينة الشركات المتخصصة في مجال تسويق ورعاية الأحداث الرياضية والإعلاميين والقانونيين المهتمين بالمجال الرياضي، ويرجع ذلك لتعمق العينات المهتمة بالمتغيرات العالمية والإقليمية وحتمية الشركاء في المجال الرياضي مثل عينة الشركات المتخصصة في مجال تسويق ورعاية الأحداث الرياضية، وهي التي يقع عليها العبء الأكبر في دراسة السوق المحلي والدولي وتكييف المتغيرات العالمية والمحلية مع واقع المؤسسات والهيئات الرياضية المصرية، ووضع أفضل الأساليب لأقناعات المؤسسات المالية بأهمية الممارسه الرياضية والرياضه في حياة الفرد وبالتالي الإقبال على الإستثمار في المجال الرياضي، كما يقع عليها العبء في إختيار أفضل الأساليب لحفز وتشجيع القطاع الخاص على الإستثمار في الرياضة بما يتوافق

وآليات القوانين المعمول بها حالياً في الرياضة والإستثمار، كما أنها تعمل علي توعية الوسط الرياضي بالتلاحق السريع في تكنولوجيا الرياضة، وتساهم في إعداد المتخصصين في التمويل والتسويق والرعاية لأمداد وعينة الإعلاميين والقانونيين المهتمين بالمجال الرياضي ، وهذا ما يتفق مع رأي أشرف العجيل (٢) أن من أهم المعوقات التي تواجه الإستثمار في الرياضة عدم تطبيق أساليب تحفيز وتشجيع القطاع الخاص للإستثمار في الرياضة كما يحدث في المجالات الأخرى ، وعدم اقتناع المؤسسات الماليه بالرياضة والعائد الذي يتحقق من خلال الإستثمار فيها ، كما يتفق مع رأي حلمي إبراهيم (٦) بأنه تتوقف طرق التمويل والتسويق في الرياضة على مدى وعى الأفراد والهيئات لأهمية الرياضة فى المجتمع، كما أن ميزانية الهيئات الرياضييه لا تستطيع ملاحقة التطور السريع فى تكنولوجيا الرياضة، وأن هناك حاجة ملحه إلى وجود متخصصين فى وسائل التمويل والتسويق فى المؤسسات الرياضييه.

جدول رقم (١٥)

دلالة الفروق بين فئات عينة البحث على المحور الثالث

" واقع المؤسسات الرياضييه المصريه إقتصاديا "

باستخدام إختبار أقل فرق معنوي LSD

المجموعات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الانحراف المعياري	الانحراف المعياري	الانحراف المعياري	الانحراف المعياري
الخبراء فى مجال الرياضة والتمويل والإستثمار والإقتصاد والتسويق.	٢٢,٤٧	٠,٥٨٢	٠,٥٩٢	٠,٣١٠	٠,٣٣٦	٠,٠٣٣٠
أعضاء مجالس إدارة اللجنة الأولمبيه والإتحادات والأندية الرياضييه.	٢٣,٠٦		٠,٠١٠٢	٠,٢٧١	٠,٩١٨	٠,٥٤٩
الإداريين والمدربين والحكام واللاعبين بالهيئات الرياضييه.	٢٣,٠٧			٠,٢٨٢	٠,٩٢٨	٠,٥٥٩
أقسام التسويق والرعايه الرياضييه بالشركات المهتمه بالمجال الرياضي.	٢٢,٧٨				٠,٦٤٦	٠,٢٧٧
الشركات المتخصصه فى مجال تسويق ورعايه الأحداث الرياضييه.	٢٢,١٤					٠,٣٦٩
الإعلاميين والقانونيين المهتمين بالمجال الرياضي.	٢٢,٥١					

يتضح من جدول رقم (١٥) ما يلي:

توجد فروق داله إحصائيا بين عينة الخبراء فى مجال الرياضة والتمويل والإستثمار والإقتصاد والتسويق وعينة أعضاء مجالس إدارات اللجنة الأولمبيه والإتحادات والأندية الرياضييه لصالح عينة أعضاء مجالس إدارات اللجنة الأولمبيه والإتحادات والأندية الرياضييه، كما توجد فروق بين عينة الخبراء فى مجال الرياضة والتمويل والإستثمار والإقتصاد والتسويق وعينة الإداريين والحكام والمدربين واللاعبين بالهيئات الرياضييه لصالح عينة الإداريين والحكام والمدربين واللاعبين بالهيئات الرياضييه، كما توجد فروق بين أعضاء مجالس إدارات اللجنة الأولمبيه والإتحادات والأندية الرياضييه والشركات المتخصصه فى مجال تسويق ورعايه الأحداث الرياضييه، وعينة الإعلاميين والقانونيين المهتمين بالمجال الرياضي لصالح عينة أعضاء مجالس إدارات اللجنة الأولمبيه والإتحادات والأندية الرياضييه، كما توجد فروق بين عينة الإداريين والحكام والمدربين واللاعبين بالهيئات الرياضييه والشركات المتخصصه فى مجال تسويق ورعايه الأحداث الرياضييه والإعلاميين والقانونيين المهتمين بالمجال الرياضي لصالح عينة الإداريين والحكام والمدربين واللاعبين بالهيئات الرياضييه، ويرجع ذلك إلي الفهم الواضح من العينات التي تشمل مستويات إدارية إلي واقع المؤسسات الرياضييه المصريه إقتصاديا حيث أنهم أكثر قدره علي فهم الوسط الإقتصادي المحيط بالهيئات والمؤسسات الرياضييه المصريه من حجم وأشكال إستثمارات الرياضة والخطط والبرامج المرتبطه بتحقيقها وطرق وآليات التسويق القادره علي إحداث التنمية الإقتصادية المرجوه وربطها بآليات ماليه ورؤيه

مستقبله في كيفية الإستثمار في إطار الفكر الإقتصادي للدولة وهذا ما يتفق مع رأي اشرف العجيلي ١٩٩٦م (٢) من عدم تطبيق أساليب تحفيز وتشجيع القطاع الخاص للإستثمار في الرياضة كما يحدث في المجالات الأخرى ، وعدم إقتناع المؤسسات المالية بالرياضة والعائد الذي يتحقق من خلال الإستثمار فيها ، وضرورة توضيح الدولة للهدف الذي تسعى لتحقيقه من خلال الرياضة ، وإطلاق حق الهيئات الرياضية في تشييط مصادر إرادتها الذاتية بما يتناسب مع إتجاهات الدولة في الوقت الحالي، كما يتفق مع رأي ميلينا بارينت ، وجان هارفي Milena M.Parent; Jean Harvey ٢٠٠٩م (١٠) ضرورة تشكيل شراكة بين دولتين أو أكثر من خلال المنظمات الرياضية ، وتشكيل كيان نظامي لإدارة وتقييم الشراكة وتشمل أساسيات الشراكة وهي " غرض المشروع، والبيئة المحيطة، وطبيعة الشركاء، والتخطيط للشراكة، كما تشمل جوانب وسمات الشراكة والإتصال وصنع القرار، وتقييم الشراكة يشمل نوع التقييم وتحديد مدي النجاح والفعاليه بهدف زيادة قدرة الهيئات الرياضية علي التمويل الذاتي وهو ما يفتقده الوسط الرياضي المصري ، كما يتفق مع رأي سيموندس Simmonds ٢٠٠٦م (١٢) بأنه يجب أن تكون الشراكات الإقتصادية إلزاميه للشركات والمؤسسات الإقتصادية الخاصة حتي توفر عائدات رأس المال والتمويل اللازم للأنشطة الرياضية وضرورة إعادة أستخدام التبرعات الخيرية للأنشطة الرياضية إيجابياً بما يعود بنفع مادي مباشر علي الهيئات الرياضية.

جدول رقم (١٦)

دلالة الفروق بين فئات عينة البحث على المحور الرابع
"مشكلات وعوائق الشراكة في المجال الرياضي"
باستخدام إختبار أقل فرق معنوي LSD

المحاور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	الاسم	الدرجة	الاسم	الدرجة	الاسم
الخبراء في مجال الرياضة والتمويل والإستثمار والإقتصاد والتسويق.	٤٠,٤١	٠,٤٤٥	٠,٠٥٩	١,٠٤٨	٠,٧٧٣	٠,٤٨٥		
أعضاء مجالس إدارة اللجنة الأولمبية والإتحادات والأندية الرياضية.	٤٠,٨٥	٠,٤٤٦	٠,٤٨٨	٠,٣٣٣	٠,٠٠٥			
الإداريين والمدربين والحكام واللاعبين بالهيئات الرياضية.	٤٠,٤١	٠,٤٤٦	٠,٤٨٨	٠,٣٣٣	٠,٠٠٥			
أقسام التسويق والرعاية الرياضية بالشركات المهتمه بالمجال الرياضي.	٣٩,٣٦	٠,٤٤٦	٠,٤٨٨	٠,٣٣٣	٠,٠٠٥			
الشركات المتخصصة في مجال تسويق ورعاية الأحداث الرياضية.	٤١,١٩	٠,٤٤٦	٠,٤٨٨	٠,٣٣٣	٠,٠٠٥			
الإعلاميين والقانونيين المهتمين بالمجال الرياضي.	٤٠,٩٠	٠,٤٤٦	٠,٤٨٨	٠,٣٣٣	٠,٠٠٥			

يتضح من جدول رقم (١٦) ما يلي:

توجد فروق داله إحصائياً بين عينة الخبراء في مجال الرياضة والتمويل والإستثمار والإقتصاد والتسويق وعينة أعضاء مجالس إدارات اللجنة الأولمبية والإتحادات والأندية الرياضية لصالح عينة أعضاء مجالس إدارة اللجنة الأولمبية والإتحادات والأندية الرياضية، كما توجد فروق بين عينة الخبراء في مجال الرياضة والتمويل والإستثمار والإقتصاد والتسويق وعينة أقسام التسويق والرعاية الرياضية بالشركات المهتمه بالمجال الرياضي لصالح عينة الخبراء في مجال الرياضة والتمويل والإستثمار والإقتصاد والتسويق، كما توجد فروق بين عينة الخبراء في مجال الرياضة والتمويل والإستثمار والإقتصاد والتسويق وعينة الشركات المتخصصة في مجال تسويق ورعاية الأحداث الرياضية لصالح عينة الشركات المتخصصة في مجال تسويق

ورعاية الأحداث الرياضييه ، كما توجد فروق بين أعضاء مجالس ادارت اللجنه الأولمبيه والإتحادات والأنديه الرياضييه وعينه الإداريين والمدربين والحكام واللاعبين بالهيئات الرياضييه لصالح عينة أعضاء مجالس إدارة اللجنه الأولمبيه والإتحادات والأنديه الرياضييه، كما توجد فروق بين عينة أعضاء مجالس مجالس إدارة اللجنه الأولمبيه والإتحادات والأنديه الرياضييه وعينة أقسام التسويق والرعايه الرياضييه بالشركات المهتمه بالمجال الرياضي لصالح أعضاء مجالس إدارة اللجنه الأولمبيه والإتحادات والأنديه الرياضييه ، كما توجد فروق بين عينة الإداريين والحكام والمدربين واللاعبين بالهيئات الرياضييه بالشركات المهتمه بالمجال الرياضي لصالح عينة الإداريين والحكام والمدربين واللاعبين بالهيئات الرياضييه ، كما توجد فروق بين عينة أقسام التسويق والرعايه الرياضييه بالشركات المهتمه بالمجال الرياضي وعينة الشركات المتخصصة في مجال تسويق ورعاية الأحداث الرياضييه وعينه الإعلاميين والقانونيين المهتمين بالمجال الرياضي لصالح عينة الشركات المتخصصة في مجال تسويق ورعاية الأحداث الرياضييه وعينه الإعلاميين والقانونيين المهتمين بالمجال الرياضي، ويرجع ذلك إلى الفهم الواضح من العينات التي تشمل مستويات إداريه إلى فهم مشكلات وعواقب الشراكه في المجال الرياضي نتيجة التعمق في فهم المستوى الفني للفرق الرياضييه في الألعاب المختلفه، وإلمامها بطبيعة البيئه التنظيميه للرياضه التي لا تساعد على الإستثمار المستمر والمستقر وضعف التوجه الإستراتيجي لديها بضرورة الشراكه علي أساس تكاملي؛ فضلاً عن إقرارها بعدم وجود تشريعات تقنن الإستثمار في المجال الرياضي وسيطرة الجهه الحكوميه المطلقه على الإذن بالإستثمار فيه ضمن آليات التخطيط المركزي والمركزية المطلقه في الرقابه علي الهيئات الرياضييه وآلياتها التي أدت إلي عزوف المستثمرين عن الإستثمار في المجال الرياضي والتي أدت إلي تضال الفرص في أن تحظى الرياضه المصريه بثقه رجال الاعمال والإستثمار في المجال الرياضي، وإطلاعها علي ضعف العمالة الموجوده في المؤسسات الرياضييه من حيث مؤهلاتها وخبراتها وضعف التناسق بين أهداف المنظمات الرياضييه وبين مستويات أداء العاملين بها واستخدامها الهامشي لتقنيات المعلومات والاتصالات والحاسبات والاكتفاء بالجانب المظهري في امتلاكها وأهمال استثمار القدرات الفكرية والطاقات الذهنيه للعاملين بها نتيجة الاعتماد علي الفكر المركزي في التخطيط والإداره، وخبراتها في التعامل مع مؤسسات القطاع المدني في الإستثمار التي أيدت إجماعها علي القيام بدورها في عملية إحداث التنميه الإقتصادييه في المجال الرياضي لأسباب مختلفه وإقتصار دورها علي الأنشطة ذات المرودود الإقتصادي السريعه نتيجة الفجوه الكبيره بين تقدير المطلوب وتقدير الممكن ومطالب الهيئات الرياضييه من المستثمرين التي تعد أحد أسباب إجماع القطاع الخاص علي الشراكه الإقتصادييه مع المؤسسات الرياضييه، وهذا ما يتفق مع رأي مع رأي أشرف العجيلي ١٩٩٦م (٢) عدم وجود ما ينص علي حرية الإستثمار بالقوانين المنظمه للرياضه في مصر، عدم تطبيق أساليب تحفيز وتشجيع القطاع الخاص للإستثمار في الرياضه كما يحدث في المجالات الأخرى، عدم اقتناع المؤسسات الماليه بالرياضه والعائد الذي يتحقق من خلال الإستثمار فيها، ورأي ميلينا بارينت ، وجان هارفي Milena M.Parent; Jean Harvey ٢٠٠٩م (١٠) في ضرورة تشكيل كيان نظامي لإدارة وتقييم الشراكه وتشمل أساسيات الشراكه وهي "غرض

المشروع، والبيئة المحيطة، وطبيعة الشركاء، والتخطيط للشراكة، كما تشمل جوانب وسمات الشركاء والإتصال وصنع القرار، وتقييم الشركاء يشمل نوع التقييم وتحديد مدي النجاح والفعاليه، ورأي سيموندس Simmonds ٢٠٠٦م (١٢) بأنه يجب أن توضح أدوار الشركاء والمبادئ ذات الصلة بين كل طرف من الهيئات والمؤسسات الشريكه، ويجب وضع نظام للتغلب علي جميع المشاكل المحتملة للشركاء، ورأي بسام عبد الله ٢٠٠١م (١٥) في أن رعاية الحدث الرياضي الوقتي هو أكثر الأنواع شيوعاً، وإقبال الرعاية علي الرياضات المفضله لدى الرعاه هي "كرة القدم، الكره الطائر، الجولف، البولنج، التنس، سباق الخيل" وهي أكثر أنواع الرياضات التي تقبل الشركات التجاريه على رعايتها.

جدول رقم (١٧)

دلالة الفروق بين فئات عينة البحث على المحور الخامس
" دور المؤسسات التمويلية والإقتصادية والإستثماريه في مجال الشركاء الرياضييه "
باستخدام إختبار اقل فرق معنوي LSD

المجموعات	المتوسط الحسابي	الخبراء في مجال الرياضيه والتمويل	أعضاء اللجنة الأولمبيه والاتحادات الأنديه الرياضييه	الإداريين والمدربين والحكام واللاعبين	أقسام التسويق والرعايه	الشركات المتخصصه في مجال تسويق	الإعلاميين والقانونيين
الخبراء في مجال الرياضيه والتمويل والإستثمار والإقتصاد والتسويق.	٤٢,٦٤		١,٢٨٢	٠,٩٧٠	٠,٤٥٩	١,٠٢٠	٠,٦٢٢٥
أعضاء مجالس إدارة اللجنه الأولمبيه والاتحادات والأنديه الرياضييه .	٤٣,٩٢			٠,٣١٢	٠,٨٢٣	٠,٢٦١	٠,٦٦٠
الإداريين والمدربين والحكام واللاعبين بالهيئات الرياضييه.	٤٣,٦١				٠,٥١٠	٠,٠٠٥	٠,٣٤٧
أقسام التسويق والرعايه الرياضييه بالشركات المهتمه بالمجال الرياضي.	٤٣,١٠					٠,٥٦١	٠,١٦٣
الشركات المتخصصه في مجال تسويق ورعايه الأحداث الرياضييه.	٤٣,٦٦						٠,٣٩٨
الإعلاميين والقانونيين المهتمين بالمجال الرياضي.	٤٣,٢٦						

يتضح من جدول رقم (١٧) ما يلي:

توجد فروق داله إحصائياً بين عينة الخبراء في مجال الرياضيه والتمويل والإستثمار والإقتصاد والتسويق وكلاً من عينة أعضاء مجالس إدارات اللجنه الأولمبيه والاتحادات والأنديه الرياضييه وعينة الإداريين والحكام والمدربين واللاعبين بالهيئات الرياضييه، وعينة الشركات المتخصصه وعينة الإعلاميين لصالح عينة أعضاء مجالس إدارات اللجنه الأولمبيه والاتحادات والأنديه الرياضييه وعينة الإداريين والحكام والمدربين واللاعبين بالهيئات الرياضييه وعينة الشركات المتخصصه في مجال تسويق ورعايه الأحداث الرياضييه وعينة الإعلاميين والقانونيين المهتمين بالمجال الرياضي، كما توجد فروق بين أعضاء مجالس إدارات اللجنه الأولمبيه والاتحادات والأنديه الرياضييه وعينة أقسام التسويق والرعايه الرياضييه بالشركات المهتمه بالمجال الرياضي وعينة الإعلاميين والقانونيين المهتمين بالمجال الرياضي لصالح أعضاء مجالس إدارة اللجنه الأولمبيه والاتحادات والأنديه الرياضييه، كما توجد فروق بين عينة الإداريين والحكام والمدربين واللاعبين بالهيئات الرياضييه وعينة أقسام التسويق والرعايه الرياضييه بالشركات المهتمه بالمجال الرياضي

لصالح عينة الإداريين والمدربين والحكام واللاعبين بالهيئات الرياضية، ويرجع ذلك إلى تعمق المستويات الإدارية المختلفة في فهم دور المؤسسات التمويلية والإقتصادية والإستثمارية في مجال الشراكة الرياضية من حيث وجوب مشاركة القطاع الخاص في الإستثمار الرياضي وأنه أصبح أهم البدائل لتوفير الموارد والتمويل وضرورة التوسع في آليات التأمين على المنشآت واللاعبين والمدربين والحكام، ويتوقف ذلك على تطوير نظام الإدارة في المؤسسات الرياضية ورفع الكفاءة والقدرة التنافسية على أسس إقتصادية وضرورة تحسين الهياكل التمويلية للمؤسسات الرياضية من خلال زيادة كفاءة التشغيل والإستخدام الأمثل للموارد المتاحة وتحديد الأهداف والإختيار الإستراتيجي للبدائل التمويلية كأحد الأدوار المهمة للشريك التمويلي وضرورة تشجيع الشركات التجارية والإستثمارية على الشركة والرعاية مع الهيئات والمؤسسات الرياضية وإقامة منشآت رياضية جديدة مصممة بفكر إستثماري وأهمية الإستفادة من حقوق البث التلفزيوني في البطولات التي تشترك فيها وإنشاء مراكز تجارية إستثمارية لمنتجات مختلفة داخل الهيئات والمؤسسات الرياضية والبدء في الإستثمار في مجال إنشاء قنوات فضائية رياضية للهيئات والمؤسسات الرياضية وضرورة إنشاء مصانع إنتاجية للملابس والأدوات والأجهزة الرياضية وإنتاج الاعلانات والتجارية وظهورها عبر الاعلانات التلفزيونية لإبراز أسم المستثمر ومنتجاته مع خلق بيئة تنافسية بين الهيئات الرياضية لتحسين مستوى الفرق الرياضية والخدمات دون الإعتماد فقط على استغلال العلامة التجارية للهيئات والمؤسسات الرياضية وإستغلال اللاعبين بطريقه إقتصادية في الدعايه والاعلان والتسويق للمستثمر في المجال الرياضي وتسويق اللاعبين بأحدث وسائل التسويق الحديث للحصول على أفضل عائد مادي ممكن والإهتمام بقطاع الناشئين في جميع الألعاب لتنمية الموارد بإستمرار من بيع اللاعبين المتميزين وإنشاء تجمعات سكنية بأسم الهيئات والمؤسسات الرياضية وعرضها للجمهور وتخصص الأندية في بعض اللعاب الرياضية مما يتيح لها التميز والتفرد فيها مما يجعلها تدر دخلاً مادياً من عوائد الإحتراف أو بيع لاعبيها وتطوير آليات الإحتراف الرياضي للإستفادة من عائده المادي والعمل على إستضافة بطولات عالمية ذات مستوي فني عالي تساعد على تطوير مجالات الرعاية والشراكة والتوسع في إنشاء شركات رياضية مساهمة تدر عائداً مادياً على الهيئات الرياضية وتطوير آليات الدعايه الإعلانية للمباريات لزيادة نسبة المشاهدة والحصول على أعلى عائد ممكن والعمل على زيادة المستوى الفني للفرق الرياضية مما يساعد على زيادة الدخل من خلال عائد بيع تذاكر المباريات والبث التلفزيوني وحقوق الرعاية ومكافآت البطولات في حالة الفوز بها، وهذا يتفق مع رأي كلاً أشرف العجيلي ١٩٩٦م (٢) من ضرورة إطلاق حق الهيئات الرياضية في تنشيط مصادر إيراداتها الذاتية بما يتناسب مع إتجاهات الدولة في الوقت الحالي، حلمي ابراهيم ١٩٩٥م (٦) من أنه تتوقف طرق التمويل والتسويق على مدى وعي الأفراد والهيئات لأهمية الرياضة في حياة الفرد، وأن ميزانية الهيئات الرياضية لا تستطيع ملاحقة التطور السريع في تكنولوجيا الرياضة، هناك حاجة إلى وجود متخصصين في وسائل التمويل والتسويق في المؤسسات الرياضية، ورأي ساري احمد، سها أديب ١٩٩٥م (٧) بضرورة تزويد الشركات والمؤسسات التي تدعم النشاط الرياضي بالبرامج والبطولات بوقت كاف لتتمكن من وضعها على ميزانياتها والتخطيط لدعم هذه الأنشطة وأيضاً إستقطاب الشركات من خلال إقامة البطولات العربية والآسيوية والدولية والتي لها دور في الترويج والدعايه والإعلان لهذه الشركات، والسعي لرفع مستوى الأداء الفني للفرق الرياضية على مختلف مستوياتها لإستقطاب رجال الأعمال لدعم الأنشطة الرياضية، ورأي مايكل مونديلو **Michael Mondello** ٢٠٠٦م (١١) من أن الرعاية الرياضية إستثمار تجاري قابل للإستغلال، ورأي سيموندس **Simmonds** ٢٠٠٦م (١٢) من ضرورة إعادة استخدام التبرعات الخيرية للأنشطة الرياضية إيجابياً، وضرورة إقامة شراكات للتنمية تكون ذا فائدة للممارسين في كل من القطاعين الخاص والعام وفي المرافق الرياضية والترفيهية، ورأي ديفيد ستوتلر **David Stotlar** ٢٠٠٣م (١٣) من

ضرورة تركيز علاقة رعاية الرياضه والجوانب الإقتصاديه بغرض وضع نموذج تقييم الرعاية، وكما اشار إلى أن الهدف الأساسي لشركة بيبسي- كولا من الرعاية الرياضيه هو زيادة حجم مستخدمي بيبسي كولا من المستهلكين، وزيادة عدد مخرج منتجاتها، وبالنهاية زيادة حجم مبيعاتها، ولهذا الهدف هي تستخدم تقييم دقيق وفعال قائم علي تقارير المبيعات، والمنتج في أسواقها المحليه ومقارنته بالتكلفه المصاحبه، ورأت نورا ريفون Nora Rifon ٢٠٠٣م (١٤) في نتائج دراستها التي أكدت على الفوائد التي يتلقاها فريق سباق فورميولا SAE لجامعة ولاية ميتشيجان من جراء الرعاية، والفوائد العائده علي رعايتها، إضافة الى ادراكات المستهلكين ذوى مختلف العلاقات مع الفريق، وقد توصلت للعديد من الفوائد التي يتلقاها ويتوقعها كل من الفريق والرعا، وما هو أكثر أهمية إدراكات المستهلكين التي كشفت أهمية إهتمام المحليين وينظر إليهم كأفضل الملازمين للفريق واحتياجاتهم، ورأي جان آدمز Jane Adams ١٩٩٧م (١٦) أن الرعاية الرياضيه في بريطانيا تقدر ببليون جنيه إسترليني، ويتضح أهميتها فيما تخلقه من آلاف فرص العمل وتأثيرها في تحسين مستوى الرياضه وقد أظهرت أن بعض الخدمات الأساسية التي يقدمها معهد الرعاية الرياضيه وتتخلص في إظهار عوامل الجذب للشركات الراعيه والضامنه سواء للرياضه المحليه أو العالميه، وإعطاء الشركات الراعيه الحق في الاتصال بصانعي القرار سواء على المستوى الرسمي أو الأهلي.

جدول رقم (١٨)

دلالة الفروق بين فئات عينة البحث على المحور السادس
"آليات ومدائل التكامل والشراكة في المجال الرياضي"
باستخدام إختبار أقل فرق معنوي LSD

المجموعات	المتوسط الحسابي	الخبراء في مجال الرياضه والتمويل	الاسماء الامنيه والاندية الرياضيه	الإداريين والمدربين والحكام واللاعبين	أقسام التسويق والرعايه	الشركات المتخصصة في مجال تسويق	الإعلاميين والقانونيين
الخبراء في مجال الرياضه والتمويل والاستثمار والإقتصاد والتسويق.	٣٧,٦٠	٠,٠٤٨	٠,٢٣٨	١,٠٧٧*	٠,٥٠٨	٠,٥٧٩	
أعضاء مجالس إدارة اللجنة الأولمبيه والإتحادات والأنديه الرياضيه .	٣٧,٦٥		٠,٢٨٧	١,١٢٦*	٠,٥٥٧	٠,٦٢٨*	
الإداريين والمدربين والحكام واللاعبين بالهيئات الرياضيه.	٣٧,٣٦			٠,٨٣٩*	٠,٢٧٠	٠,٣٤١	
أقسام التسويق والرعايه الرياضيه بالشركات المهتمه بالمجال الرياضي.	٣٦,٥٢				٠,٥٦٨	٠,٤٩٨	
الشركات المتخصصة في مجال تسويق ورعايه الأحداث الرياضيه.	٣٧,٠٩					٠,٠٧٨	
الإعلاميين والقانونيين المهتمين بالمجال الرياضي.	٣٧,٠٢						

يتضح من جدول رقم (١٨) ما يلي:

توجد فروق داله إحصائياً بين عينة الخبراء في مجال الرياضه والتمويل والاستثمار والإقتصاد والتسويق وعينة أقسام التسويق والرعايه الرياضيه بالشركات المهتمه بالمجال الرياضي لصالح عينة الخبراء في مجال الرياضه والتمويل والاستثمار والإقتصاد والتسويق ، كما توجد فروق بين أعضاء مجالس إدارات اللجنة الأولمبيه والإتحادات والأنديه الرياضيه وعينة أقسام التسويق والرعايه الرياضيه بالشركات المهتمه بالمجال الرياضي وعينة الإعلاميين والقانونيين المهتمين بالمجال الرياضي لصالح أعضاء مجالس إدارة اللجنة الأولمبيه والإتحادات والأنديه الرياضيه، كما توجد فروق بين عينة الإداريين والحكام والمدربين

واللاعبين بالهيئات الرياضية وعينة أقسام التسويق لصالح عينة الإداريين والمدربين والحكام واللاعبين بالهيئات الرياضية ، ويرجع ذلك لتفهم العينات التي تحتوي علي مستويات إداريه لآليات ومدائل التكامل والشراكة في المجال الرياضي من حيث أنه يجب ان تعطى الدوله دوراً أكبر للقطاع العام في الشراكة مع المؤسسات الرياضية وتعيد صياغة أهداف المؤسسات الرياضية لتشمل بعداً استثماري من خلال دراسة الوضع الحالي للمؤسسات الرياضية بما يشمل الوضع المالي والاقتصادي وإجراء دراسات الجدوى الإقتصادية والتسويقية والبيئية لأنشطة المؤسسات الرياضية لتحديد الحجم الأمثل للنشاط الرياضي من خلال دراسة المناخ السياسي والقانوني والاقتصادي والتشريعي والمالي للمؤسسات الرياضية وتحديد دور القطاع الخاص ومساهمة في عمليات التنمية الرياضية وتعديل التشريعات والقوانين المنظمه للعمل بالمؤسسات الرياضية بما يتماشى مع أهداف الشراكة الإقتصادية بحيث ينتج عن ذلك إعداد برنامج متكامل للشراكة يحفظ لكل جهة أهدافها الاستراتيجية ويحقق الغايات المرجوه من هذه الشراكة وبالتالي إيجاد معايير ومؤشرات واضحة لدى الدوله لقياس أداء المؤسسات الرياضية قائمه علي حجم الانجاز وجودته وسرعة تحقيقه بكفاءة والاعتماد علي الاختيار الصحيح للتقنيات الحديثه والتطور العلمي والتوظيف السليم لها والفهم العميق للإمكانات واستثمارها لتحقيق إنجاز إداري سريع كأحد مداخل الشراكة الإقتصادية مع مؤسسات المجتمع المدني تحدد بها الرؤية الواضحة والأهداف المحددة والتصميم علي التطوير والقدرة علي اكتشاف الفرص والتقدير الصحيح لأهمية النتائج كأساس للتكامل والشراكة بين المؤسسات الرياضية ومؤسسات القطاع الخاص وبالتالي إعادة صياغة قانون الهيئات الرياضية لمواكبة التغيرات الحديثه في ظل نظام الاحتراف ودراسة الأبعاد الإقتصادية للرياضه مع وضع تشريعات وقوانين لتلك الأبعاد تتمشى مع نظام الاحتراف الرياضي وتضمن إضافة الأنشطة الرياضية ضمن قوانين الإستثمار، وهذا ما يتفق مع رأي حلمي إبراهيم ١٩٩٥م (٦) من أنه تتوقف طرق التمويل والتسويق على مدى وعى الأفراد والهيئات لأهمية الرياضة في حياة الفرد ، ورأي ساري احمد، سها أديب ١٩٩٥م (٧) من ضرورة السعي لرفع مستوى الأداء الفني للفرق الرياضية على مختلف مستوياتها لإستقطاب رجال الأعمال لدعم الأنشطة الرياضية، ورأي مايكل مونديلو Michael Mondello ٢٠٠٦م (١١) من أن الرعايه الرياضية إستثمار تجاري قابل للإستغلال، ورأي سيموندس Simmonds ٢٠٠٦م (١٢) من ضرورة إقامة شراكات للتنمية تكون ذا فائده للممارسين في كل من القطاعين الخاص والعام وفي المرافق الرياضية ، ورأي نورا ريفون Nora Rifon ٢٠٠٣م (١٤) التي أكدت على الفوائد العائده علي الرعايه ، إضافة الى ادراكات المستهلكين ذوى مختلف العلاقات مع الفرق، ورأي جان آدمز Jane Adams ١٩٩٧م (١٦) والذي أوضح ضرورة إظهار عوامل الجذب للشركات الراعيه والضامنه سواء للرياضه المحليه أو العالميه ، وإعطاء الشركات الراعيه الحق في الاتصال بصانعي القرار سواء على المستوى الرسمي أو الأهلي.

الإستخلاصات والتوصيات:

قام الباحثين بوضع النتائج التي توصلوا إليها من عرض نتائج البحث ومناقشتها وتفسيرها في صورة عدد من الإستخلاصات تحقق الأهداف التي سعي البحث لتحقيقها ، كما وضعوا عدد من التوصيات بناءً علي الإستخلاصات التي توصلوا إليها.

إستخلاصات البحث:

في ضوء أهداف البحث وإجراءاته من حيث المنهج وعينة البحث وعددها وخصائصها، وفي حدود المعلومات والبيانات التي توصل إليها الباحثين، وبناءً على المعالجه الإحصائية التي أجريت والتفسيرات التي أهدتي إليها الباحثين أستخلص ما يلي:

أولاً: الإستخلاصات المرتبطة بال محور الأول " مفاهيم وأهداف وأهمية الشراكة في المجال الرياضي "
حيث تتضح في النقاط الآتية :

١- مفاهيم الشراكة في المجال الرياضي :

- هي الدخول في الأنشطة والمجالات الرياضية بصورة طويلة المدى وتقديم خدمات ترتبط بتأسيس البنية التحتية للرياضة من منشآت وملاعب وأدوات.

- هي القطاع المشترك الذي يهدف إلى إحداث التّميّه الإقتصادي الرياضي المطلوبه بحيث تعمل المؤسسات الرياضية علي تحقيق أهداف الشريك الإقتصادي بأي شكل لضمان إستمراره في الشراكة فيما بينهم .

- هي مزيج يجمع المؤسسات الحكومية ومؤسسات المجتمع المدني والقطاع الخاص والمؤسسات الرياضية لدعم قطاع الرياضة من النواحي الماليه والفنيه والإداريه .

- تحقيق أقوى الصلات ما بين خطط التّميّه الإقتصادي بمؤسسات المجتمع المدني وبين المؤسسات الرياضية وتبني سياسه فعاله طويله الأجل للقضاء تدريجياً على العجز الدائم والمتكرر في موازنات المؤسسات الرياضية .

- الشراكة تعمل على توسيع قاعدة المستفيدين من خدمات الشركات من خلال أنشطة المؤسسات الرياضية للحفاظ على البقاء والاستمرار وتهتم ببناء قواعد للبيانات وتكنولوجيا المعلومات الرياضي لتكون أساساً ومرتكزاً لعمليات التطوير .

- تساهم الشراكة في وجود كيانات رياضية خاصه تسهم في تطوير الرياضة المصريه كما تعمل علي رفع مستوى الكفاءه التسويقيه للمؤسسات الرياضيّه .

- التشريعات والقوانين الرياضيّه الحاليه تعطي فرصاً للأفراد والقطاع الخاص في تملك كيانات رياضية .

- تعمل على المساهمة في تطوير آليات الطب الرياضي من خلال المؤسسات الإقتصاديّه الطبيه .

- تعمل علي زيادة درجه الاستقرار النفسي و التكيف الاجتماعي للمتعاملين مع الوسط الرياضي .

- هي سعي مؤسستين أو أكثر لتكوين علاقه تكامليه تبادليه لتعظيم الإفادة من الموارد المشتركه .

٢- أهمية الشراكة في المجال الرياضي :

- تزيد من درجه الالتزام والحرص نحو حقوق الشريك وتعتبر مدة التعاقد بين الشركيين مقياساً لدرجة الإلتزام بالحقوق والواجبات كما أن تجديد تعاقد الشركين مقياساً لدرجة نجاح عمليات الشراكة .

- إدارة الرياضة يجب أن تكون نشاطاً آخر يقوم به مهنيون مؤهلون بعيدون كل البعد عن آليات التملك .

- تعمل علي الإيفاء بمتطلبات سوق العمل في المؤسسات الرياضيّه .

- كما تسعى إلي تحديد المهام، واختيار القيادات، وتوفير المستلزمات، وتوزيع المسئوليات، وتطوير العمليات ومتابعة وتحليل الأداء للوصول إلي أفضل النتائج .

٣- أهداف الشراكة في المجال الرياضي :

- تهدف الشراكة إلي تصنيف الشركاء من حيث درجة الإلتزام بالحقوق والواجبات .

- تهدف الشراكه إلي تأمين مركزاً تنافسياً للشركاء داخل السوق من خلال تقديم خدمات للعملاء ترضي رغباتهم وتتفوق على ما يطرحه منافسيها .
- تهدف عمليات الشراكه إلي إعادة البناء الشاملة للمؤسسات الرياضية اعتماداً علي معايير الجوده والتميز و تقدير فرص التميز وتقدير مواعيد التنفيذ ومن ثم اختيار البديل الأكثر احتمالاً للتنفيذ.
- تهدف الشراكه إلي تشجيع آليات السياحة الرياضييه وخاصة سياحة البطولات والمؤتمرات الرياضييه .
- تهدف لتحقيق حافز مادي طويل الأجل ولا تقتصر على تحقيق حافز ذات مردود إقتصادي سريع .
- تهدف إلي رفع مستوى كفاءة الأداء الإداري بالمؤسسات الرياضييه وإعادة النظر في الهياكل التنظيميه .
- تهدف الشراكه إلي زيادة مساحات الحيز الإعلامي المرتبط بالمؤسسات الرياضييه محلياً ودولياً .
- تهدف الشراكه إلي زيادة العقود الاعلانيه لشركات الدعاية المرتبطة بالمؤسسات الرياضييه .
- ثانياً : الإستخلاصات المرتبطة بالمحور الثاني "المتغيرات العالميه والإقليميه وحتمية الشراكه في المجال الرياضي" حيث تتضح في النقاط الآتية:-**
- المنافسه التي يشهدها العالم في سباق التميز وضرورة المساهمه المجتمعيه عامل حيوي لحتمية الشراكه .
- الإتجاه العالميه في الإهتمام بالرياضيه يعطي بعداً إستراتيجياً لحتمية الشراكه مع مؤسسات المجتمع المدني
- أدي الإهتمام العالميه بصناعة الرياضيه لفتح المجال أمام الإستثمار في مجالات صناعة الرياضيه المصريه
- المتغيرات العالميه أدت إلي حتميه قيام الدوله بتقديم تسهيلات وحوافز للإستثمار في مجال الرياضيه .
- تطور الإقتصاد الوطني وزيادة قدرته التنافسيه الإقليميه والدوليه عامل أساسي لزيادة كفاءة إقتصاديّات الرياضيه.
- الإعتماد علي الإطلاع المستمر على التجارب والخبرات الدوليه للإستفاده منها في تطوير العمل.
- بطء تحول الإقتصاد المصري إلي آليات السوق، نتج عنه تحول أشد بطناً في آليات إقتصاديّات الرياضيه نحوها.
- تعتمد علي نقل التجارب الناجحه للدول المتقدمه رياضياً وتوفيق أوضاعها لتلائم البيئه المصريه .
- المتغيرات العالميه أدت إلي حتميه تنميه وتطوير المنشآت الرياضييه الحاليه وتطوير نظم إدارتها وتشغيلها وتحويلها إلي كيانات منتجيه .
- تعمل الشراكه علي تطوير صناعة الأدوات الرياضييه وتشجيع المستثمرين لخوض هذا المجال .
- تساهم الشراكه في نقل الخبرات الأجنبيه الناجحه في مجال نظم الإدارة والتشغيل في المؤسسات الرياضييه.
- عولمة الإعلام أدت إلي حتميه تطوير نظم وآليات حقوق البث التلفزيوني للأحداث الرياضييه المصريه .
- مواكبة التغيرات الإقتصاديّات العالميه تقتضي أن يقوم القطاع الخاص بدور فعال في إحداث التنميه الإقتصاديّات في المجال الرياضي.
- الإعتماد علي آليات التخطيط المركزي لا يدعم فرص الشراكه بين المؤسسات الرياضييه والمؤسسات الحكوميه.
- التطور المتلاحق في إقتصاديّات المؤسسات الرياضييه العالميه أدي إلي توسيع الفجوه بينها وبين المؤسسات الرياضييه المصريه .
- إعتماد المؤسسات الرياضييه العالميه علي تقنيات المعلومات الحديثه أحد العوامل التي أدت لتحقيق إنجازات إداريه سريعه .

- المتغيرات السياسية ومواقف القوي العالمي الإيجابي نحو مصر يؤكد احتمالية الشراكة مع مؤسساتها الإقتصادية لأحداث الدفع المرجوه للمؤسسات الرياضية المصرية مستقبلاً .
- الإمكانيات والقدرات المحلية والجهاديه للرياضة المصرية تؤهلها للشراكة مع مؤسسات إقتصادية محلية وعالمية .

- رعاية المصالح التجاريه هي هدف الشريك الإقتصادي لترويج إعلاناته وسلعه للمشاهدين والمتابعين للمباريات والأحداث الرياضية المختلفه .

ثالثاً: الإستخلاصات المرتبطة بالمحور الثالث " واقع المؤسسات الرياضية المصرية إقتصادياً " حيث تتضح في النقاط الآتية :-

- لا تتلائم حجم إستثمارات الرياضة المصرية مع أهميتها الإقتصادية .
- لا توجد خطط وبرامج زمنية لتوفير التمويل لأعمال المؤسسات الرياضية .
- لا تتوافر البيانات الكافية من المؤسسات الرياضية المصرية التي تساعد على إجراء دراسات الجدوى السليمه.
- يصعب تحديد أشكال الإستثمار في الرياضة المصرية نتيجة عدم إستقرارها.
- تواجه عمليات التسويق في الرياضة المصرية تحديات وصعوبات تحد من فاعليتها.
- ضعف القدره علي تحديد التوقعات للمشاركات الرياضية المصرية علي المستوى العالمي تحد من قدرتها علي جذب الشركاء الإقتصاديين.
- تعزف مؤسسات القطاع الخاص عن القيام بدورها في إحداث التتيمه الإقتصادي في المجال الرياضي نتيجة عدد هائل من المعوقات في إدارة الهيئات الرياضية .
- توجد آليات ماليه طويلة الأجل في المؤسسات الرياضية المصرية تجهل الإداره طرق توظيفها والإستفاده منها.
- ضعف قدرات الإداره في المؤسسات الرياضية يقلل من فرص إحداث التتيمه الإقتصادي لمواكبة المتغيرات الإقتصادي العالميه .
- تحجم الكوادر والقيادات الإداريه والإقتصادي التميزه عن العمل في مجال إدارة الرياضة المصرية .
- البيئه الرياضي الحاليه تستوعب فكرة الإستثمار في الهيئات والمؤسسات الرياضية .
- يشهد المجال الرياضي المصري تحسن ملحوظ في آليات التسويق والإستثمار.
- المستثمرين لديهم رغبه في إستثمار أموالهم بالهيئات والمؤسسات الرياضية .
- المستثمر المصري لديه رؤية مستقبلية في كيفية الإستثمار في الهيئات والمؤسسات الرياضية .
- يركز المستثمر على الجانب المادي فقط دون النظر للجانب الفني للرياضه .
- تطور الرياضة في مصر مرتبط بزيادة فرص الإستثمار داخل الهيئات والمؤسسات الرياضية .
- الإستثمار في الهيئات والمؤسسات الرياضية يزيد من الإهتمام بالمستوى الفني للألعاب الرياضية .
- الإستثمار الرياضي يواكب الفكر الإقتصادي للدوله .
- يساعد الإستثمار في الهيئات والمؤسسات الرياضية على زيادة فرص العمل.
- حقق الإستثمار الرياضي جدوى إقتصادي في الهيئات والمؤسسات الرياضية التي أسست على الفكر الإستثماري.

رابعاً: الإستخلاصات المرتبطة بالمحور الرابع " مشكلات وعوائق الشراكة في المجال الرياضي " حيث تتضح في النقاط الآتية :-

- ضعف المستوى الفني للفرق الرياضية في الألعاب المختلفه .
- عدم وجود بيئه تنظيمية للرياضه تساعد على الإستثمار المستمر والمستقر .
- عدم وجود تشريعات تقنن الإستثمار في المجال الرياضي.

- ضعف العماله الموجوده في المؤسسات الرياضيه من حيث مؤهلاتها وخبراتها.
 - إجمام مؤسسات القطاع المدني علي القيام بدورها في عملية إحداث التميمه الإقتصادييه في المجال الرياضي.
 - إقتصار دور القطاع الخاص على تلك الأنشطة التي تؤدي إلى مردود إقتصادي سريع.
 - ضعف التناسق بين أهداف المنظمات الرياضيه وبين مستويات أداء العاملين.
 - تعدد صور إهدار الموارد غير المتجدده مما يعني عدم الوصول للأهداف الموضوعه في الوقت المناسب.
 - الإستخدام الهامشي لتقنيات المعلومات والإتصالات والحاسبات والإكتفاء بالجانب المظهري في إمتلاكها.
 - ضعف التوجه الإستراتيجي لدي الهيئات الرياضيه بضرورة الشراكه علي أساس تكاملي.
 - إهمال إستثمار القدرات الفكرية والطاقات الذهنية للعاملين بالمؤسسات الرياضيه نتيجة الإعتماد علي الفكر المركزي في التخطيط والإدارة.
 - الإهتمام الضيق بمشكلات المؤسسات الرياضيه وعدم إدراك المتغيرات الخارجيه وأهميه التخطيط الإستراتيجي لها.
 - الفجوه بين تقدير المطلوب وتقدير الممكن أحد أسباب إجمام القطاع الخاص علي الشراكه مع المؤسسات الرياضيه .
 - المركزيه في الرقابه تعمل على عزوف المستثمرين عن الإستثمار في المجال الرياضي.
 - لم تحظى الرياضه المصريه بثقه رجال الأعمال والإستثمار نتيجة عدم وجود أنظمة. واضحه لحقوق الراعي.
 - عدم قناعة بعض رجال الأعمال بجدوى المشاركة في رعاية الأحداث الرياضيه نتيجة تقييد القوانين واللوائح.
 - سيطرة الجهه الحكوميه المطلقه على الإذن بالإستثمار في المجال الرياضي.
- خامساً : الإستخلاصات المرتبطه بالمحور الخامس " دور المؤسسات التمويلييه والإقتصادييه والإستثماريه في مجال الشراكه الرياضيه " حيث تتضح في النقاط الآتية :-**
- مشاركة القطاع الخاص في الإستثمار الرياضي بات من أهم البدائل لتوفير الموارد والتمويل.
 - التوسع في آليات التأمين على المنشآت واللاعبين والمدربين والحكام.
 - تطوير نظام الإدارة في المؤسسات الرياضيه ورفع الكفاءه والقدرة التنافسيه على أسس إقتصادييه .
 - تحسين الهياكل التمويلييه للمؤسسات الرياضيه من خلال زيادة كفاءة التشغيل والاستخدام الامثل للموارد المتاحة.
 - تحديد الأهداف والإختيار الإستراتيجي للبدائل التمويلية أحد الأدوار المهمه للشريك التمويلي.
 - تشجيع الشركات التجاريه والإستثماريه الأخرى لرعاية الهيئات والمؤسسات الرياضيه .
 - إقامة منشآت رياضيه جديده مصممه بفكر إستثماري.
 - الإستفادة من حقوق البث التلفزيوني في بعض البطولات التي تشترك فيها.
 - إنشاء مراكز تجاريه إستثماريه لمنتجات مختلفه داخل الهيئات والمؤسسات الرياضيه .
 - الإستثمار في مجال إنشاء قنوات فضائيه رياضيه للهيئات والمؤسسات الرياضيه .
 - إنشاء مصانع إنتاجيه للملابس والأدوات والأجهزه الرياضيه .
 - إنتاج الإعلانات واللافقات التجاريه ، وظهورها عبر الاعلانات التلفزيونيه لإبراز أسم المهتمين ومنتجاته .

- خلق بيئة تنافسية بين الهيئات الرياضية لتحسين مستوى الفرق الرياضيه والخدمات.
 - تعتمد فقط على إستغلال العلامه التجاريه للهيئات والمؤسسات الرياضيه بأفضل الطرق الإقتصاديّه .
 - إستغلال اللاعبين بطريقة إقتصاديّه فى الدعاية والإعلان والتسويق للمستثمر فى المجال الرياضى.
 - تسويق اللاعبين بأحدث وسائل التسويق الحديثه للحصول على أفضل عائد مادي ممكن.
 - الإهتمام بقطاع الناشئين فى جميع الألعاب لتنمية الموارد باستمرار من بيع اللاعبين المتميزين.
 - إنشاء تجمعات سكنيه بأسم الهيئات والمؤسسات الرياضيه وعرضها للجمهور.
 - تخصص الأندية فى بعض اللعاب الرياضيه مما يتيح لها التميز والتفرد فيها مما يجعلها تدر دخلاً مادياً من عوائد الإحتراف أو بيع لاعبيها.
 - تطوير آليات الإحتراف الرياضى للإستفاده من عائده المادي.
 - العمل على إستضافة بطولات عالميه ذات مستوي فني عالي تساعد على تطوير مجالات الرعايه .
 - التوسع فى إنشاء شركات رياضيه مساهمه تدر عائداً مادياً على الهيئات الرياضيه .
 - تطوير آليات الدعايه الإعلاميه للمباريات لزيادة نسبة المشاهده والحصول على أعلى عائد ممكن.
 - زيادة المستوى الفنى للفرق الرياضيه يساعد على زيادة الدخل من خلال بيع تذاكر المباريات والبتث التليفزيونى وحقوق الرعايه ومكافآت البطولات العالميه والدوليه فى حالة الفوز بها.
- سادساً : الإستخلاصات المرتبطة بالمحور السادس " آليات ومداخل التكامل والشراكه فى المجال الرياضى "**
- حيث تتضح فى النقاط الآتية:-**

- يجب أن تعطى الدولة دوراً أكبر للقطاع العام فى الشراكه مع المؤسسات الرياضيه .
- إعادة صياغة أهداف المؤسسات الرياضيه لتشمل بعداً إستثمارياً.
- دراسة الوضع الحالى للمؤسسات الرياضيه بما يشمل الوضع المالى والإقتصادي.
- إجراء دراسات الجدوى الإقتصاديّه والتسويقيه والبيئيه لأنشطة المؤسسات الرياضيه لتحديد الحجم الأمثل للنشاط الرياضى.
- إعادة دراسة المناخ السياسى والقانونى والإقتصادي والتشريعى والمالى للمؤسسات الرياضيه .
- تحديد دور القطاع الخاص ومساهمته فى عمليات التنميه الرياضيه .
- تعديل التشريعات والقوانين المنظمه للعمل بالمؤسسات الرياضيه بما يتماشى مع أهداف الشراكه الإقتصاديّه.
- إعداد برنامج متكامل للشراكه يحفظ لكل جهة أهدافها الإستراتيجيه ويحقق الغايات المرجوه منها.
- إيجاد معايير ومؤشرات واضحه لدى الدوله لقياس أداء المؤسسات الرياضيه قائمه على حجم الإنجاز وجودته وسرعة تحقيقه بكفاءة.
- الإعتماد على الإختيار الصحيح للتقنيات الحديثه والتطور العلمى والتوظيف السليم لها والفهم العميق للإمكانات وإستثمارها لتحقيق إنجاز إدارى سريع أحد مداخل الشراكه.
- الرؤيه الواضحه والأهداف المحدده والتصميم على التطوير والقدرة على إكتشاف الفرص والتقدير الصحيح لأهميه النتائج أساس للتكامل والشراكه بين المؤسسات الرياضيه ومؤسسات القطاع الخاص.
- يجب إعادة صياغة قانون الهيئات الرياضيه لمواكبة التغيرات الحديثه فى ظل نظام الإحتراف ودراسة الأبعاد الإقتصاديّه الرياضيه مع وضع تشريعات وقوانين لتلك الأبعاد تتمشى مع نظام الإحتراف الرياضى.
- تعديل التشريعات والقوانين الرياضيه لإضافة الأنشطه الرياضيه ضمن قوانين الإستثمار.

- يجب أن يشجع قانون الهيئات الرياضية المستثمرين علي إنشاء أندية خاصة تهتم بالرياضة التنافسيه ،
- يجب وضع ضوابط تشريعية وقانونية بين الأندية والمستثمرين في القطاع الخاص تضمن حقوق كبل طرف عند التعاقد مع لاعبين محترفين أو رعاية لاعبين ناشئين حتى وصولهم إلي الإحتراف الداخلي أو الخارجي أو إعارتهم أو عند رعاية الفرق الرياضييه وإستثمارها.
- المناخ الرياضي المصري في ضوء تشريعاته والمتمثلة في قانون الهيئات الخاصه للشباب والرياضه يسمح بتطبيق نظام الإستثمار في الهيئات والمؤسسات الرياضييه .
- توجد رؤية مستقبلية من جانب الدوله لتشجيع الإستثمار الرياضي في الهيئات والمؤسسات الرياضييه ،
- التشريعات والقوانين واللوائح الرياضييه الموضوعه من قبل الدوله والمعمول بها حالياً تفرض قيوداً علي الإستثمار .
- تطبيق الإستثمار في مجال الرياضة يفرض علي الدوله تعديل التشريعات والقوانين واللوائح.
- التشريعات والقوانين واللوائح الحاليه الخاصه بالرياضه تتيح فرصاً كافية للإستثمار في الهيئات والمؤسسات الرياضييه .
- قانون الإستثمار الحالي يتيح فرصاً كافية لإضافة الإستثمار الرياضي كأحد مجالات الإستثمار في مصر .
- يسمح قانون الهيئات الحالي للهيئات والمؤسسات الرياضييه بإستغلال مواردها بما تراه مناسباً لامكانياتها.
- الرقابه من الجبهه الإداريه علي أنشطة المؤسسات الرياضييه تجعلها غير قادره علي إستثمار مواردها.
- يجب تسهيل عمليات وإجراءات الإستثمار ورفع القيود عنها حتى تصل الي وقت يكون الإستثمار هو الممول الاكثر أهمية في معظم نفقات الرياضة .

توصيات البحث:

- نشر وتعميق مفاهيم الشراكه في المجال الرياضي و أبرز أهميتها و أهدافها .
- الإعتماد علي الإطلاع المستمر على التجارب والخبرات الدولييه الناجحه للإستفاده منها في تطوير العمل و توفيق أوضاعها لتلاءم البيئه المصريه .
- تعديل التشريعات والقوانين واللوائح الحاليه الخاصه بالرياضه حتى تتيح فرصاً كافية للإستثمار في الهيئات والمؤسسات الرياضييه وبما يتماشى مع أهداف الشراكه الإقتصادييه .
- محاولة كسب ثقة رجال الأعمال و أقناعتهم بجدوى الأستثمار في الرياضة من خلال أنظمه واضحه لحقوق الرعايه و تحرير الرياضة من سيطره الحكوميه .
- إعادة صياغة أهداف المؤسسات الرياضييه لتشمل بعداً أستثمارياً.
- فرض شراكه إقتصادييه من الدوله بين المؤسسات الرياضييه ومؤسسات المجتمع المدني تكون نقطه بداية لتحقيق التوصل بينهم.
- الإعتماد علي المستويات الإداريه المختلفه في صياغة مشروعات الشراكه الإقتصادييه بين المؤسسات الرياضييه ومؤسسات المجتمع المدني حيث أنها أكثر المستويات تعمقاً وفهماً لمفاهيم الشراكه وآلياتها.

المراجع

أولاً : المراجع باللغة العربية:

- ١- اشرف عبد المعز عبد الرحيم: تقويم إقتصاديات الأندية الرياضية المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، امعة حلوان، ١٩٩٦م.
- ٢- اشرف محمود حسين العجيلي : معوقات الإستثمار في المجال الرياضي في جمهورية مصر العربية ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان ، ١٩٩٦م .
- ٣- امين أنور الخولي : الرياضة والمجتمع ، المجلس الوطنى للثقافة والفنون والاداب ، سلسلة عالم المعرفة ، العدد ٢١٦، الكويت ، ديسمبر، ١٩٩٦م .
- ٤- اليونسكو : الرياضة مظاهرها السياسية والاجتماعية والتربوية ، تعريب عبدالحميد سلامة ، الدار العربية للكتاب ، طرابلس ، ١٩٨٦م .
- ٥- حسن احمد الشافعى: التنظيم الدولى للعلاقات الرياضية ، منشأة المعارف، الاسكندرية ، ١٩٨١م.
- ٦- حلمى ابراهيم : عرض عام لمشاكل تمويل وتسويق الرياضة فى الولايات المتحدة الأمريكية ، المؤتمر العلمى الدولى "الرياضة والعولمة" ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان ، ١٩٩٥م .
- ٧- بساري احمد حمدان ، سهى أديب : أساليب التسويق من خلال الأنشطة الرياضية كما يراها رجال الأعمال فى الأردن ، المؤتمر العلمى التنمية البشرية و اقتصاديات الرياضة ، كلية التربية الرياضية بنين ، جامعة حلوان ، ١٩٩٥م.
- ٨- كمال درويش ، محمد صبحي حسائين : التسويق والاتصالات الحديثة وديناميكية الأداء البشري فى الإدارة الرياضية ، موسوعة متجهات ادارة الرياضة فى مطلع القرن الجديد ، المجلد الثالث ، دار الفكر العربى، القاهرة ٢٠٠٤م.

ثانياً : المراجع باللغة الإنجليزية:

- 9- Douglas-Dwight: The dynamics of sport sponsorship, Connecticut Uuniv, U.S.A, 2000.
- 10-Milena M. Parent a; Jean Harvey a: Towards a Management Model for Sport and Physical Activity Community-based Partnerships , Research Centre for Sport in Canadian Society, University of Ottawa, Ottawa, Canada, European Sport Management Quarterly, Volume 9, Issue 1 March 2009 , pages 23 – 45.
- 11-Mondello-Michael: The Effect Of Economic Impact Information On The Attitudes Of Potential Sports Sponsors Operating In mid-size and small communities, Florida-State-University, U.S.A, 2004.
- 12-Simmonds, B.: Developing partnerships in sport and leisure, Longman Group United Kingdom Limited, April 2006.
- 13-Stotlar-David-k: Sponsorship Evaluation, case study of theory and application, university of Northern Colorado, U.S.A, 2003.

- 14-Rifon-Nora-J:A Case Study Of Formula SAE Sponsorship, Michigan-State-University, U.S.A, 2003.
- 15-Qambar -Bassam-Abdulla: An Analysis Of Corporate Sport Sponsorships In Bahrain, United States Sport Academy, U.S.A, 2001
- 16-Jane Adams : sports sponsorship in Brittan , the institute of sports sponsorship , November , 1997 .

ثالثاً: مراجع الشبكة الدولية الإنترنت:

- 17-www.alkhaleej.ae
- 18-www.arabsport.com.
- 19-www.elaph.com.
- 20-www.fasf,ku.com.
- 21-www.thawra.alwehada.sy.
- 22-www.alarabonline.org/index.asp
- 23-www.alittihad.ae/details.php.
- 24-www.alanbat.net/news/Viewoldnews.asp.
- 25-www.sportsoman.com/ar/articledetails.asp.
- 26- www.albayan.ae/servlet/Satellite-