

واقع استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية من وجهة نظر المترددين على بعض مراكز الشباب بمحافظة الإسكندرية

1 أ.د/ حسام عبد العزيز محمد جوده

* د/ علاء علي عبد العزيز السروي

مقدمة ومشكلة البحث:

يُعدّ الاستثمار من أبرز العوامل الاقتصادية التي تسهم بفعالية في تحقيق التقدم الاقتصادي في مختلف الدول، وتعتمد التنمية الاقتصادية بشكل أساسي عليه. كما أصبح موضوع الاستثمار يحتل مكانة محورية ضمن أولويات الدراسات الاقتصادية والمالية والإدارية، فضلاً عن غيرها من التخصصات المعنية بالتطور والنمو. وقد رافق هذا التطور في أهمية الاستثمار تطوراً مماثل في أساليب دراسته، والتعرف على أنواعه ومجالاته المختلفة.

يذكر **حسن أحمد الشافعي (2006م)**، أن الاستثمار يُعدّ أصلاً تحتفظ به المؤسسة بهدف تنمية ثروتها من خلال الإيرادات المكتسبة الناتجة عنه، مثل توزيعات الأرباح، والفوائد، وعوائد الإيجار، أو من خلال زيادة قيمة أصل رأس المال، ويُعرف الاستثمار في المؤسسات الرياضية بأنه توظيف لرأس المال عبر تلك المؤسسات من خلال ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة، بما يتيح تحقيق تبادل المنافع بين المستثمرين الراغبين في استثمار أموالهم، وبين المؤسسات الرياضية الساعية إلى استثمار إمكاناتها المادية والبشرية، مثل اللاعبين، والإداريين، والجمهور. ويزخر المجال الرياضي بالعديد من فرص الاستثمار المباشر وغير المباشر، والتي تشمل مجالات متعددة مثل: تصنيع الأجهزة والأدوات والملابس الرياضية، والتجارة بها، والسياحة الرياضية، والبث التلفزيوني، والتشهير، والاحتراف، وتسويق المباريات، والشعارات، بالإضافة إلى الصحف والمجلات الرياضية المتخصصة. (13: 279)

ويرى **حسام حسن شحاتة (2008م)**، أن مفهوم الاستثمار في المجال الرياضي لا يعني بالضرورة خصخصة المؤسسات الرياضية وتحويل أهدافها إلى تحقيق أقصى قدر من الربح، بل يُقصد به إعادة هيكلة أسلوب إدارتها بما يتفق مع أهدافها الأساسية، وعلى رأسها تحقيق النهوض الرياضي. وقد أصبح من الضروري إرساء أسس راسخة للاستثمار في المؤسسات الرياضية، من أجل توفير التمويل اللازم لتلبية احتياجات هذه المؤسسات من خلال التدفقات النقدية الناتجة عن الاستثمارات المالية والعينية، ويُنظر إلى الاستثمار باعتباره منظومة من القرارات الاستراتيجية المتعلقة بتشغيل أصول المؤسسات الرياضية -سواء كانت مالية أو مادية أو بشرية- بغرض الحفاظ عليها وتمييزها، وذلك ضمن إطار من الأيديولوجية السائدة ووفق درجة مخاطرة محسوبة، بما يسهم في تحقيق عوائد مستقبلية متوقعة تدعم تحقيق الأهداف الرياضية والاقتصادية والاجتماعية، وتُحقق توازناً ديناميكياً مستداماً. (14: 4-6)

1 أستاذ الترويج الرياضي بقسم الترويج الرياضي - كلية التربية الرياضية - جامعة المنصورة

* مدرس بقسم الإدارة الرياضية والترويج الرياضي - كلية التربية الرياضية - جامعة العريش

ويشير كل من **محمد السنودي وآخرون (2016م)**، إلى أن الأنشطة الترويحية ضرورة مهمة في العصر الحديث، لأنها تهتم بتنمية الشخصية المتكاملة بدنياً، نفسياً، اجتماعياً، وعقلياً وتلبي حاجات الافراد ورغباتهم والنهوض بهم لمستوي أفضل، وتعد من أهم المجالات التي تسهم في استثمار الوقت الحر، حيث إنها مجال زاخر بالأنشطة المتنوعة مثل الانشطة الرياضية، الفنية، الاجتماعية، والثقافية التي تقابل ميول وحاجات الأفراد وتتناسب مع مراحل العمر المختلفة. (5: 31)

كما يذكر كل من **صبيحي محمد سراج ونهال البيلى صبح (2019م)**، أن استثمار الأنشطة الترويحية يُعدّ عملية إدارية تهدف إلى إشباع حاجات ورغبات المستفيدين، وذلك من خلال عملية تبادلية بين الجهات المسؤولة عن تسويق هذه الأنشطة، والمستفيدين الذين يحصلون عليها ويمارسونها، مقابل تقديم عائد مادي مناسب يوازي القيمة المقدمة من تلك الأنشطة. (21: 218)

لذا، يوضح كل من **حسن أحمد الشافعي (2006م)**، وأشرف محمود العجيلي (2004م)، أن العلاقة بين الرياضة والاقتصاد تُعد علاقة تفاعلية جوهرية داخل المجتمع، وتتمثل في أن الرياضة تعتمد بشكل كبير على مرتكزات اقتصادية تشمل ميزانيات الأنشطة والبرامج، وتكاليف الأدوات والتجهيزات، وأجور المدربين والإداريين، والمكافآت والحوافز الممنوحة للرياضيين، مما يُبرز الدور المحوري للاقتصاد في تمويل مختلف أوجه النشاط الرياضي، وفي بعض الانظمة الاقتصادية يتم توظيف موارد الدولة، كعائدات الضرائب في بناء المنشآت الرياضية والساحات ودعم الأنشطة الترويحية، على اعتبار أنها تسهم في جذب الفرق الرياضية المحترفة وتحقيق عوائد مالية من خلال حضور الجماهير للمباريات. ومن ناحية أخرى، الرياضة تمثل وسيلة فاعلة للدعاية والإعلان سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة، كما أسهم النمو المتواصل في أعداد الرياضيين وممارسي الأنشطة الرياضية في خلق سوق اقتصادية نشطة ومتنوعة لإنتاج وتسويق واستهلاك الأدوات والمستلزمات الرياضية، الأمر الذي جعل من رعاية المصالح التجارية والاستهلاكية المرتبطة بالرياضة مصدراً مهماً للربح وأداة دعائية فعالة. (6: 32)

وتُعد مراكز الشباب من أهم مؤسسات التي اهتمت الدولة بأنشائها لتقديم برامج وخدمات ثقافية صحية، اجتماعية، تربية، ترويحية، ويشير **ابراهيم ناصر (2013م)**، إلى أن مراكز الشباب تقوم بدور له قيمته في تنمية روح الوحدة، والوفاق بين جميع فئات المستفيدين، يوفر فرصاً للمستفيدين، كما يوفر فرصاً لتبادل الآراء والأفكار التي تزيل كثيراً من سوء الفهم والاختلاف. (1: 128)

ويذكر كل من **خالد محمود الزيود، ونايف محمود الزيود (2015م)**، ان دور الأندية الرياضية ومراكز الشباب لا يقتصر على ممارسة الأنشطة الرياضية واستثمار أوقاتهم وصقل شخصيتهم ومواهبهم فحسب بل إنها تلعب دوراً هاماً في تنمية الروابط الاجتماعية بينهم بالطريقة التي تغرس في نفوسهم الانتماء والولاء الوطني، ويعزز روح العطاء فيهم، من خلال البرامج والأنشطة المختلفة التي تسعى إلى

خدمة الشباب على اختلاف فئاتهم العمرية، وتكرس علاقتهم بالمجتمع، وبالشكل الذي يجعلهم يشبعون حاجاتهم الاجتماعية والثقافية والبدنية بقدر عالي من التفاعل والعطاء والتعاون. (16: 168)

ويشير المجلس القومي للشباب (2020م)، إلى أن مراكز الشباب تمتلك مصادر دخل متعددة، منها: الاشتراكات، رسوم العضوية، إيرادات الأنشطة، الإعلانات، الإيجارات، وتسويق الاسم والشعار، ورغم هذه الإمكانيات، تحتاج المراكز إلى تطوير في آليات الإدارة والاستثمار. (9: 21-22).

ومن خلال اطلاع الباحثان على بعض الدراسات السابقة عن الأنشطة الترويحية والاستثمار والتي ساهمت في تعضيد مشكلة البحث، مثل: دراسة حسام حسن شحاته (2008م) (14)، التي أشارت إلى عدم توافر المناخ الاستثماري وغياب الكوادر الإدارية المؤهلة، وضرورة دراسة جدوى الاستثمار لاتخاذ قرارات اقتصادية رشيدة، وكذلك دراسة أحمد حماد رضوان (2016م) (3)، والتي أكدت على أنه لا يوجد إدارة متخصصة بالاستثمار داخل الهيئات الشبابية والرياضية، لا تضع الهيئة خطط محددة المدة لاستثمار امكاناتها، لا يوجد نص قانوني يشجع المستثمرين على الاستثمار في الهيئة وعدم وجود تشريعات بقانون الاستثمار ينص على الاستثمار بالهيئات الشبابية والرياضية. وأيضاً دراسة كل من صبحي محمد سراج ونهال البيلى صبح (2019م) (21)، التي كشفت عن قلة الوعي بأهمية استثمار الأنشطة الترويحية وعدم وضوح أهدافها، عدم تفاعل الإعلام في جذب المستثمرين، مع ضرورة سن تشريعات داعمة للاستثمار في المنشآت الرياضية.

ويرى الباحثان أن مراكز الشباب تُعد مؤسسات رياضية ذات طابع اقتصادي، حيث تتحمل الدولة أعباء مالية كبيرة لدعمها، ومع ذلك فإن هذه الميزانيات لا تكفي لتغطية الاحتياجات، لاسيما مع وصول عددها إلى (4449) مركزاً على مستوى الجمهورية، منها (64) مركزاً في محافظة الإسكندرية.

ومن خلال الخبرة العملية لأحد الباحثين في مجال العمل بأحد مراكز الشباب، لاحظ العديد من المشكلات الاقتصادية التي تواجه هذه المراكز، أهمها: ضعف جودة الأنشطة الترويحية، وسوء إدارة المشروعات، وقصور في التمويل والتسويق، بالإضافة إلى ضعف واضح في استثمار الإمكانيات المتاحة.

وقد قام الباحثان بإجراء دراسة استطلاعية باستخدام المقابلة الشخصية شبه المقننة، على عينة مكونة من (25) متردد على بعض مراكز الشباب-مرفق (2)، بهدف التعرف على طبيعة الأنشطة الترويحية الرياضية المقدمة، تحديد أبرز المشكلات والتحديات، مستوى رضا المترددين عن مستوى الخدمات الترويحية الرياضية المقدمة، وقد تبين؛ ندرة تنوع الأنشطة، حيث أن معظم المراكز تركز على الأنشطة التقليدية، مع غياب برامج حديثة أو أنشطة مخصصة للفتيات وكبار السن، وجود مشكلات إدارية ومالية: متمثلة في ضعف التمويل، قلة الكوادر المؤهلة، وعدم وجود خطط تسويقية فعالة للأنشطة، ضيق المساحات المخصصة للأنشطة وعدم صيانة الأجهزة والملاعب، وأكد (80%) من المترددين أن مراكز الشباب لا تستغل إمكانياتها بشكل فعال، ولا توجد شراكات أو مصادر دخل إضافية مستغلة،

مقترحين ضرورة تنوع الأنشطة، تحسين البيئة الرياضية، إشراك المترددين والأعضاء في التخطيط، وتفعيل أدوات رقمية للتواصل والتسجيل.

لذا؛ ومع تحول مراكز الشباب تدريجياً إلى أماكن لقضاء وقت الفراغ دون استثمار فعلي في أنشطة بناءة، ظهرت الحاجة إلى إجراء هذه الدراسة للتعرف على واقع استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية من وجهة نظر المترددين على بعض مراكز الشباب بمحافظة الإسكندرية.

أهمية البحث والحاجة إليه: يُعد البحث الحالي ذا قيمة نظرية وتطبيقية كونه يتناول موضوعاً حيويًا يتمثل في استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية في مراكز الشباب بمحافظة الإسكندرية، باعتبارها مؤسسات محورية في بناء قدرات الشباب وتنمية مهاراتهم، وتعزيز مشاركتهم المجتمعية.

أولاً: أهمية البحث العلمية: يُسهم البحث في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بمجال استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية داخل مراكز الشباب، يعالج فجوة بحثية تتعلق بواقع الاستثمار في الأنشطة الترويحية من منظور المترددين على مراكز الشباب بمحافظة الإسكندرية، يوفر إطاراً مرجعياً يمكن الاستفادة منه في دراسات مستقبلية تتناول العلاقة بين الاستثمار الترويحي ومدى رضا المشاركين أو تأثيره الاجتماعي، يدعم التوجهات الأكاديمية نحو ربط الأنشطة الترويحية الرياضية بمفاهيم التنمية المستدامة، في ضوء أهداف رؤية مصر 2030م.

ثانياً: الأهمية التطبيقية: يمكن الاستفادة من نتائج البحث في تطوير سياسات الاستثمار داخل مراكز الشباب بما يحقق الاستغلال الأمثل للإمكانات المتاحة، مساعدة المسؤولين على تحسين جودة الأنشطة الترويحية بما يتناسب مع احتياجات ورغبات المترددين، يتيح لصناع القرار (مثل وزارة الشباب والرياضة) فرصة لتوجيه التمويل والدعم الفني نحو مراكز ذات إمكانات استثمارية عالية، يدعم جهود التسويق الرياضي للأنشطة كمصدر دخل للمركز، يسهم في تعزيز دور مراكز الشباب كمؤسسات تنموية فاعلة تخدم المجتمع وتُشجع على المشاركة الإيجابية من الفئات العمرية المختلفة.

هدف البحث: يهدف البحث؛ إلى دراسة واقع استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية للمترددين على بعض مراكز الشباب بمحافظة الإسكندرية.

تساؤلات البحث:

- ما مفهوم استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية للمترددين على بعض مراكز الشباب بالإسكندرية؟
- ما أهداف استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية للمترددين على بعض مراكز الشباب بالإسكندرية؟
- ما إمكانات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية للمترددين على بعض مراكز الشباب بالإسكندرية؟
- ما مقومات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية للمترددين على بعض مراكز الشباب بالإسكندرية؟
- ما مجالات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية للمترددين على بعض مراكز الشباب بالإسكندرية؟

مصطلحات البحث:

- الاستثمار الرياضي: يعرفه حسن أحمد الشافعي (2006م)، بأنه "الاستفادة من كافة الإمكانيات المادية والبشرية في زيادة العائد الاقتصادي للهيئة الرياضية من خلال الأنشطة الرياضية المختلفة". (13: 19).

- الأنشطة الترويحية الرياضية: يعرفها حسام عبدالعزيز جوده (2017م)، بأنها "مجموعة من الممارسات البدنية والحركية البناءة تزاوّل في وقت الفراغ بصورة اختيارية تتناسب مع قدرات الفرد وميوله من أجل الحصول على الراحة النفسية والمتعة والارتقاء بمستوى اللياقة البدنية بشكل مستمر ومنظم". (15: 72)

ويعرفها الباحثان إجرائياً، بأنها "مجموعة من الممارسات الرياضية التي يُقبل عليها الأفراد في أوقات الفراغ، بهدف تحقيق فوائد متعددة تشمل الجوانب البدنية، النفسية، العقلية والاجتماعية، وتُسهم في إشباع ميولهم، وتُعزز شعورهم بالسعادة والرضا والسرور، مما ينعكس إيجابياً على جودة حياتهم وتوازنهم النفسي والجسدي".

- استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية: ويعرفها الباحثان إجرائياً: بأنها "عملية إدارية ذات أبعاد اقتصادية تهدف إلى الاستخدام الأمثل للإمكانيات البشرية والمادية المتوفرة داخل المؤسسات الشبابية والرياضية، من خلال تخطيط وتنظيم وتقديم أنشطة ترويحية رياضية متنوعة".

- مراكز الشباب: ينص قانون رقم (218) لسنة (2017م) (قانون تنظيم الهيئات الشبابية) الباب الثاني (مادة 17)، بأنها "كل هيئة مجهزة بالمباني والإمكانيات، تُقيمها الدولة أو وحدات الإدارة المحلية أو الأفراد، سواء منفردين أو متعاونين، في المدن أو القرى، بهدف تنمية الشباب في مختلف مراحلهم العمرية، واستثمار أوقات فراغهم في ممارسة الأنشطة الرياضية، والاجتماعية، والصحية، والترويحية وغيرها، وذلك تحت إشراف قيادة متخصصة، وتحدد لائحة النظام الأساسي اختصاصاتها".

الدراسات السابقة:

- دراسة كل من أشرف صبحي محمد وآخرون (2015م) (7)، بهدف معرفة آليات تطوير فرص الاستثمار بالأندية الرياضية بإقليم كردستان العراق، وكانت من أهم النتائج: لا توجد تشريعات وقوانين ولوائح خاصة تنظم كيفية الاستثمار داخل الأندية الرياضية، ولا توجد قرارات كافية على المستوى الوزاري أو المحافظات توجه المستثمرين للعمل في الأندية الرياضية.

- دراسة أحمد حماد رضوان (2016م) (3)، بهدف التعرف على واقع استثمار إمكانيات الهيئات الشبابية والرياضية التي يمكن استثمارها، وكانت من أهم النتائج: لا توجد إدارة متخصصة بالاستثمار داخل الهيئات الشبابية والرياضية، ولا تضع الهيئة خطاً محددة المدة لاستثمار إمكانياتها، ولا يوجد نص

قانوني يشجع المستثمرين على الاستثمار في هذه الهيئات، كما لا توجد تشريعات بقانون الاستثمار تنص على الاستثمار في الهيئات الشبابية والرياضية.

- دراسة كل من **شريف عبد المنعم محمد، محمد خلف الله محمود (2018م) (19)**، بهدف تحليل واقع استثمار المناشط الترويحية بقطاع شمال الصعيد، وكانت من أهم النتائج: تعتمد المناشط الترويحية على الدعم الحكومي كمصدر رئيسي للتمويل، مع ضعف استغلالها لمصادر التمويل الأخرى التي تُمكنها من تحقيق عائد اقتصادي مناسب، وضعف ثقافة الاستثمار لدى القائمين على العمل بالمناشط الترويحية وعدم اقتناعهم بأهميته، وضعف المعارف والمهارات المرتبطة بتخطيط الاستثمار في هذا المجال، كما يسهم تفعيل الاستثمار في تطوير المناشط الترويحية اقتصاديًا وفنيًا واجتماعيًا.

- دراسة **بسام صلاح محمد (2018م) (10)**، بهدف وضع استراتيجية مقترحة لاستثمار أنشطة ألعاب القوى الترويحية ذات الجذب السياحي في ضوء أبعاد التنمية المستدامة للسياحة الرياضية، وكانت من أهم النتائج: شملت متطلبات الاستثمار في السياحة الرياضية الاقتناع والوعي بأهمية الاستثمار في هذا المجال، تم وضع استراتيجية مقترحة لاستثمار أنشطة ألعاب القوى الترويحية في ضوء أبعاد التنمية المستدامة للسياحة الرياضية.

- دراسة كل من **صبحي محمد سراج ونهال البيلى صبح (2019م) (21)**، بهدف وضع استراتيجية لاستثمار الأنشطة الترويحية في ضوء الفجوات التسويقية بالمنشآت الرياضية بمحافظة كفر الشيخ، وكانت من أهم النتائج: يحقق الاستثمار في المنشآت الرياضية الكفاءة الاقتصادية، ويحصل الأخصائي الرياضي بالمنشآت على دورات تدريبية متخصصة، كما تتوفر برامج تدريبية لرفع كفاءة العاملين، وتتوفر بالمنشآت المقومات اللازمة لنجاح الاستثمار، إلا أنه توجد قلة في الوعي بأهمية استثمار الأنشطة الترويحية، ولا يعمل الإعلام على جذب المستثمرين، رغم وجود قوانين خاصة بالاستثمار الرياضي نتيجة وضوح هدف الدولة الاستثماري تجاه الرياضة، وأوصت الدراسة بضرورة سن تشريعات وقوانين محفزة على الاستثمار في المنشآت الرياضية.

- دراسة **محمد سيد أحمد (2019م) (34)**، بهدف التعرف على واقع أنشطة ومرافق وخدمات مراكز الشباب، وكذلك واقع التسويق الإلكتروني عبر صفحات التواصل الاجتماعي، وكانت من أهم النتائج: وجود قصور نسبي في البنية التحتية والتكنولوجية بمراكز الشباب، والحاجة إلى رفع السقف المالي المخصص للصيانة واستدامة المرافق، إلى جانب الحاجة لوضع خطط تسويقية ذات أهداف محددة وجدول زمنية لجذب الاستثمارات، كما يعد التسويق الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي بديلاً تسويقيًا مثاليًا.

- دراسة **أشرف صبحي محمد (2020م) (8)**، بهدف التعرف على واقع الدور التنموي والاقتصادي للمشروعات الاستثمارية المستحدثة بوزارة الشباب والرياضة وأثرها في الارتقاء بالمنظومة الرياضية

والشبابية، وكانت من أهم النتائج: نفي المشروعات الاستثمارية المستحدثة بأدوارها التنموية والاقتصادية في الارتقاء بالمنظومة الرياضية والشبابية وفق رؤية مصر 2030، والتوصية بضرورة موائمة أهداف المؤسسات والهيئات الرياضية مع الرؤية.

- دراسة (39)(2020) Farouk, A.، بهدف التعرف على مجالات الاستثمار الرياضي في عمان، وكانت من أهم النتائج: لا توجد اتجاهات واضحة لتطوير السياحة الرياضية، ولا توجد دراسات جدوى واضحة للاستثمار في المجال الرياضي، كما لا يتم استثمار رؤوس أموال الهيئات الرياضية في البنوك، ولا توجد أفكار لاستثمارها، مع ضرورة تحديد مجالات الاستثمار الرياضي في عمان.

- دراسة جمال مصطفى الزهير (2021م)(12)، بهدف التعرف على دور الاستثمار الرياضي بالمنشآت الرياضية في تحقيق التنمية المستدامة بدولة الكويت، وكانت من أهم النتائج: الاستثمار الرياضي قطاع حيوي يحتاج إلى إدارة واعية ومفتوحة على التغيرات الاقتصادية، ويسهم في تحقيق العديد من المنافع الاقتصادية والبشرية، وتتوافر بالكويت العديد من المقومات التي يمكن استثمارها، ويمكن تنمية قطاع الاستثمار الرياضي من خلال وضع الآليات المنظمة لذلك، ويسهم الاستثمار الرياضي في تحقيق التنمية المستدامة بأبعادها الاقتصادية والاجتماعية والصحية والثقافية.

- دراسة كل من يحيى محمد الجيوشي وآخرون (2022م)(38)، بهدف التعرف على العوائد الاقتصادية والاجتماعية للرياضة للجميع بالأندية ومراكز الشباب، وكانت من أهم النتائج: تحتاج الأندية ومراكز الشباب إلى تطوير نظم الاستثمار والتشريعات المنظمة بما يتوافق مع قانون الرياضة الجديد لتحقيق مردود اقتصادي، كما توجد حاجة إلى تطوير أساليب التسويق المستحدثة وخصخصة المشروعات لجذب التمويل، مع وجود قصور في دور الأندية ومراكز الشباب في زيادة المشروعات التنموية والاستثمارية، وأوصت الدراسة بإعادة صياغة اللوائح المالية وبحث وسائل تطوير مصادر التمويل وبناء شراكات اقتصادية عالمية.

- دراسة كل من محمد خلف الله محمود وشريف عبد المنعم محمد (2023م)(32)، بهدف وضع استراتيجية لاستثمار الأنشطة الترويحية في ضوء الفجوات التسويقية بالمنشآت الرياضية بمحافظة المنيا، وكانت من أهم النتائج: يعمل الاستثمار في المنشآت الرياضية على التخفيف عن الموازنة وتقليل الدعم الموجه، ويحقق الكفاءة الاقتصادية للمنشآت الرياضية، ويساعد في تهيئة بيئة إدارية وتنظيمية مناسبة، وتتوافر المقومات المساعدة على نجاح الاستثمار مثل الصالات المغلقة والملاعب المفتوحة، إلا أنه لا توجد ميزانية محددة للإصلاح والصيانة بشكل منتظم، ولا يوجد متخصصون في مجالات الاستثمار والتمويل والتسويق الرياضي، مع قلة الوعي بأهمية استثمار الأنشطة الترويحية، وضعف التمويل الحكومي أو الأهلي، وعدم توافر خطة تسويقية واضحة، والتوصية بسن تشريعات محفزة على الاستثمار واستغلال الأماكن الخالية بالمنشآت لإقامة مشروعات.

إجراءات البحث

منهج البحث: استخدم الباحثان المنهج الوصفي (الدراسات المسحية)، بخطواته وإجراءاته لمناسبته طبيعة البحث.

مجتمع البحث: يتحدد مجتمع البحث الحالي في المترددين على مراكز الشباب بمحافظة الإسكندرية، وبلغ إجمالي مراكز الشباب (64) مركز للعام الميلادي 2024/2023م.

عينة البحث: وقد قام الباحثان باختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية من المترددين على بعض مراكز الشباب بمحافظة الإسكندرية، وبلغ عدد مراكز الشباب المطبق عليها (17) مركز بنسبة مئوية (26.56%) بإجمالي عينة أساسية قوامها (628) متردد وعينة استطلاعية قوامها (47) متردد.

جدول (1): توصيف عينة البحث الأساسية والاستطلاعية

عينة البحث الاستطلاعية			عينة البحث الأساسية					
العدد	اسم المركز	م	العدد	اسم المركز	م	العدد	اسم المركز	م
15	مركز شباب أبو قير	1	45	مركز شباب العامرية	8	93	مركز شباب سموحه	1
20	مركز شباب المعمورة	2	18	مركز شباب الناصرية	9	29	مركز شباب الحرمين	2
12	مركز شباب طوسون	3	33	مركز شباب الدخيلة	10	49	مركز شباب البحري	3
			39	مركز شباب أبيس	11	44	مركز شباب السيوف	4
			29	مركز شباب العبور	12	31	مركز شباب القبارى	5
			77	مركز شباب النصر	13	15	مركز شباب عبد القادر	6
			58	مركز شباب الحرية	14	68	مركز شباب العجمى	7
47	المجموع		628				المجموع	

أداة جمع بيانات البحث: استعان الباحثان في جمع بيانات البحث بالاستبيان: -من اعداد الباحثان- عن (استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية)، وتضمن الإستبيان على بيانات أولية للمترددين على بعض مراكز الشباب بمحافظة الإسكندرية، تتضمن (الاسم، النوع)، ثم محاور استبيان استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية، وقام الباحثان بإعداد الاستبيان بالخطوات التالية:

- تحديد الهدف من الاستبيان؛ دراسة واقع استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية للمترددين على بعض مراكز الشباب بمحافظة الإسكندرية.

- قام الباحثان بالإطلاع على بعض الكتب والدراسات السابقة المرتبطة بمتغيرات البحث في مجال الإدارة الرياضية والترويج الرياضي لتحديد الصورة الأولى لمحاور الاستبيان؛ مثل: تهاني عبدالسلام (2001م)(11)، أحمد أبو بكر (2003م)(2)، محمد السيد خميس واحمد حسني السيد (2017م)(33)، صبحي محمد سراج ونهال البيلى صبح (2019م)(21)، مروة عيد عاشور (2019م)(35)، Jay S. (2021)(40).

- تحديد (5) محاور للاستبيان، تشتمل على (مفهوم استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية، أهداف استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية، إمكانات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية، مقومات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية، مجالات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية)، مرفق (3).
- تم عرض البيانات الأولية ومحاور الاستبيان في صورتها الأولية على بعض من السادة الخبراء المتخصصين في مجالي الإدارة الرياضية والترويج الرياضي، والبالغ عددهم (7) خبراء مرفق (1).

جدول (2): النسب المئوية لآراء الخبراء في المحاور الأولية لاستبيان استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية (ن=7)

رقم المحور	المحاور	آراء السادة الخبراء	
		عدد الموافقة	النسبة المئوية
1	المحور الأول: مفهوم استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية	6	85.71%
2	المحور الثاني: أهداف استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية	7	100.00%
3	المحور الثالث: إمكانات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية	7	100.00%
4	المحور الرابع: مقومات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية	5	71.43%
5	المحور الخامس: مجالات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية	7	100.00%

- وافق السادة الخبراء على محاور الاستبيان بنسب مئوية تتراوح من (71.43%) الي (100.00%).
- تم صياغة مجموعة من العبارات تحت كل محور من محاور إستبيان استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية في صورته الأولية، بلغت (60) عبارة موزعة على (5) محاور، مرفق (4).
- تم عرض عبارات الإستبيان في صورتها الأولية على بعض من السادة الخبراء المتخصصين في مجالي الإدارة الرياضية والترويج الرياضي، والبالغ عددهم (7) خبراء مرفق (4).

جدول (3): النسب المئوية لآراء الخبراء في العبارات الأولية لاستبيان استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية (ن=7)

رقم العبارة	المحور الأول: مفهوم استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية		المحور الثاني: أهداف استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية		المحور الثالث: إمكانات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية		المحور الرابع: مقومات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية		المحور الخامس: مجالات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية	
	عدد الموافقة	النسبة المئوية	عدد الموافقة	النسبة المئوية	عدد الموافقة	النسبة المئوية	عدد الموافقة	النسبة المئوية	عدد الموافقة	النسبة المئوية
1	7	100.00%	7	100.00%	7	100.00%	7	100.00%	7	100.00%
2	7	100.00%	6	85.71%	7	100.00%	6	85.71%	7	100.00%
3	6	85.71%	5	71.43%	6	85.71%	5	71.43%	6	85.71%
4	7	100.00%	4	57.14%	5	71.43%	6	85.71%	5	71.43%
5	5	71.43%	7	100.00%	7	100.00%	7	100.00%	7	100.00%
6	7	100.00%	3	42.86%	6	85.71%	7	100.00%	6	85.71%
7	5	71.43%	6	85.71%	6	85.71%	5	71.43%	7	100.00%
8	6	85.71%	7	100.00%	7	100.00%	7	100.00%	6	85.71%
9	7	100.00%	6	85.71%	6	85.71%	7	100.00%	5	71.43%

%100.00	7	%100.00	7	%71.43	5	%71.43	5	%100.00	7	10
%100.00	7	%71.43	5	%100.00	7	%71.43	5	%57.14	4	11
%100.00	7	%85.71	6	%85.71	6	%85.71	6	%42.86	3	12

- وافق السادة الخبراء على عبارات استبيان استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية بنسب مئوية تتراوح من (71.43%) الي (100.00%)، مع حذف (4) عبارات، وهم العبارتين (11، 12) في محور مفهوم استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية وعبارة (4) في محور أهداف استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية وعبارة (6) في محور مقومات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية.

- وبذلك تتكون عبارات الاستبيان من (56) عبارة موزعة على (5) محاور في صورتها الثانية، مرفق (5).

- تم وضع ميزان تقدير ليكرت الثلاثي لاستجابات المترددين (موافق، إلى حد ما، غير موافق) لقياس شدة الاستجابة لكل عبارة وإتاحة مساحة لعينة البحث للتعبير عن الرأي بشكل مرن.

المعاملات العلمية لاستبيان استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية:

أولاً: الصدق: قام الباحثان باستخدام صدق الإتساق الداخلي من خلال إيجاد معامل الارتباط بين درجة العبارة مع الدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، ومعامل الارتباط بين درجة العبارة مع الدرجة الكلية للاستبيان، ومعامل الارتباط بين الدرجة الكلية للمحور مع الدرجة الكلية للاستبيان، وتبين الجداول التالية قيم معاملات الارتباط المحسوبة ومستوياتها المعنوية.

جدول (4): قيم معاملات الارتباط بين العبارة مع المحور في استبيان استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية (ن=47)

رقم العبارة	المحور الأول: مفهوم استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية		المحور الثاني: أهداف استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية		المحور الثالث: امكانات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية		المحور الرابع: مقومات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية		المحور الخامس: مجالات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية	
	قيمة (ر)	مستوى المعنوية	قيمة (ر)	مستوى المعنوية	قيمة (ر)	مستوى المعنوية	قيمة (ر)	مستوى المعنوية	قيمة (ر)	مستوى المعنوية
1	*0.415	0.004	0.716	0.000	*0.651	0.000	*0.422	0.003	*0.832	0.000
2	*0.626	0.000	0.315	0.031	*0.431	0.002	*0.687	0.000	*0.876	0.000
3	*0.656	0.000	0.138	0.353	*0.560	0.000	*0.585	0.000	*0.888	0.000
4	*0.665	0.000	0.627	0.000	*0.469	0.001	*0.635	0.000	*0.913	0.000
5	0.258	0.080	0.582	0.000	*0.530	0.000	*0.724	0.000	*0.858	0.000
6	*0.854	0.000	0.724	0.000	*0.528	0.000	*0.819	0.000	*0.914	0.000
7	*0.536	0.000	0.486	0.001	*0.670	0.000	*0.408	0.004	*0.785	0.000
8	*0.784	0.000	0.501	0.000	*0.488	0.001	0.247	0.094	*0.727	0.000
9	*0.519	0.000	0.590	0.000	*0.493	0.000	*0.302	0.039	*0.754	0.000
10	*0.846	0.000	0.540	0.000	*0.652	0.000	*0.641	0.000	*0.948	0.000
11			0.582	0.000	*0.497	0.000	*0.597	0.000	*0.918	0.000
12					*0.403	0.005			*0.879	0.000

* قيمة (ر) الجدولية دالة عند مستوى معنوية (0,05)

جدول (5): قيم معاملات الارتباط بين العبارة مع الدرجة الكلية لاستبيان استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية
(ن=47)

رقم العبارة	المحور الأول: مفهوم استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية		المحور الثاني: أهداف استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية		المحور الثالث: امكانات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية		المحور الرابع: مقومات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية		المحور الخامس: مجالات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية	
	قيمة (ر)	مستوى المعنوية	قيمة (ر)	مستوى المعنوية	قيمة (ر)	مستوى المعنوية	قيمة (ر)	مستوى المعنوية	قيمة (ر)	مستوى المعنوية
1	*0.316	0.031	*0.373	0.010	*0.413	0.004	*0.684	0.000	0.684	0.000
2	*0.571	0.000	*0.401	0.005	*0.435	0.002	*0.714	0.000	0.734	0.000
3	*0.587	0.000	0.77	0.608	*0.441	0.002	*0.604	0.000	0.724	0.000
4	*0.639	0.000	*0.775	0.000	*0.465	0.001	*0.526	0.000	0.870	0.000
5	0.036	0.808	*0.606	0.000	*0.537	0.000	*0.732	0.000	0.879	0.000
6	*0.764	0.000	*0.543	0.000	*0.555	0.000	*0.835	0.000	0.801	0.000
7	*0.551	0.000	*0.373	0.010	*0.408	0.004	*0.686	0.000	0.683	0.000
8	*0.730	0.000	*0.678	0.000	*0.428	0.003	0.114	0.455	0.643	0.000
9	*0.457	0.001	*0.315	0.031	*0.493	0.000	*0.397	0.006	0.749	0.000
10	*0.740	0.000	*0.314	0.031	*0.326	0.025	*0.591	0.000	0.827	0.000
11			*0.606	0.000	*0.418	0.003	*0.449	0.002	*0.845	0.000
12					*0.418	0.003			*0.756	0.000

* قيمة (ر) الجدولية دالة عند مستوى معنوية (0,05)

جدول (6): قيم معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية للمحور مع الاستبيان استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية
(ن=47)

رقم المحور	المحاور	قيمة (ر)	مستوى المعنوية
1	المحور الأول: مفهوم استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية	*0.906	0.000
2	المحور الثاني: أهداف استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية	*0.721	0.000
3	المحور الثالث: امكانات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية	*0.458	0.001
4	المحور الرابع: مقومات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية	*0.912	0.000
5	المحور الخامس: مجالات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية	*0.893	0.000

* قيمة (ر) الجدولية دالة عند مستوى معنوية (0,05)

يتبين من جداول (4)، (5)، (6): وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة كل عبارة مع الدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، كما توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة كل عبارة مع الدرجة الكلية لاستبيان استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية، وكذلك وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الدرجة الكلية للمحور مع الدرجة الكلية لاستبيان استثمار الأنشطة الترويحية، حيث أن قيمة (ر) المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (0,05).

بينما لا توجد علاقة إرتباطية في عبارة (5) في محور مفهوم استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية وعبارة (3) في محور أهداف استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية وعبارة (8) في محور مقومات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية، حيث أن قيمة (ر) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (0,05)، مما يدل على صدق الاستبيان.

ثانياً: الثبات: قام الباحثان باستخدام معامل ألفا لكرونباخ لحساب الثبات من خلال إيجاد التجانس بين درجات عبارات كل محور وكذلك الدرجة الكلية لعبارات الاستبيان، كما يتبين من الجدول التالي:

جدول (7): قيم الثبات لمحاور واستبيان استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية (ن=47)

رقم المحور	المحاور	الثبات	
		عدد العبارات	قيمة ألفا
1	المحور الأول: مفهوم استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية	10	*0.942
2	المحور الثاني: أهداف استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية	11	*0.827
3	المحور الثالث: امكانات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية	12	*0.845
4	المحور الرابع: مقومات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية	11	*0.871
5	المحور الخامس: مجالات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية	12	*0.967
	استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية	56	*0.943

* قيمة مرتفعة

يتبين من جدول (7)، وجود قيم ثبات مرتفعة في المحاور واستبيان استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية، حيث أن قيمة (ألفا) المحسوبة في الاستبيان بلغت (0.943)، مما يدل على ثبات الاستبيان.

عدد عبارات استبيان استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية: قام الباحثان بإعداد الاستبيان في صورته الأولية بعدد (60) عبارة موزعة على (5) محاور مرفق (4)، وبناء على آراء الخبراء تم حذف (4) عبارات ليكون (56) عبارة، ثم ايجاد وحساب المعاملات العلمية وتم استبعاد (3) عبارات ليكون الإجمالي في صورته النهائية (53) عبارة، بواقع (9) عبارات للمحور الأول، (10) عبارات للمحور الثاني، (12) عبارة للمحور الثالث، (10) عبارات للمحور الرابع و(12) عبارات للمحور الخامس، بحد أدنى (53) درجة وحد أقصى (159) درجة وفق ميزان تقدير للاستجابات ليكرت الثلاثي بدرجات متتابعة (3، 2، 1) لجميع العبارات مرفق (6).

الدراسة الاستطلاعية:

قام الباحثان بإجراء دراسة استطلاعية على عينة قوامها (47) متردد على بعض مراكز الشباب بمحافظة الاسكندرية، من خارج عينة الدراسة الأساسية ومن داخل مجتمع البحث، وذلك في (3) مراكز شباب محافظة الإسكندرية، وذلك في الفترة من (2023/09/08) إلى (2023/09/21)، واستهدفت الدراسة الاستطلاعية التعرف على مدى وضوح ومناسبة صياغة العبارات لمستوى فهم العينة، وكذلك

إجراء المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان، وقد أظهرت نتائج الدراسة الاستطلاعية وضوح التعليمات الخاصة بجمع البيانات، ومناسبة صياغة العبارات في استمارة الاستبيان ووضوحها.

الدراسة الأساسية (الميدانية):

قام الباحثان بتطبيق استبيان استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية على عينة أساسية بلغ قوامها (628) من مترددي (14) مركز شباب بمحافظة الاسكندرية من داخل مجتمع البحث، وذلك في الفترة من (2023/10/07م) إلى (2023/11/17م)، وبعد الانتهاء من عملية التطبيق تم جمع ثم تنظيم وتصنيف البيانات وجدولتها لإجراء بعض المعالجات الإحصائية المناسبة لطبيعة البحث.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في البحث: قام الباحثان باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (*SPSS. V.25*) لإجراء: النسب المئوية، معامل الارتباط البسيط، معامل ألفا كرونباخ، الدرجة التقديرية، الوزن النسبي، وقد تم إيجاد قيمة المستوى التقديري لميزان تقدير ليكرت الثلاثي: مستوى منخفض (33.33% : 55.33%)، مستوى متوسط (55.67% : 77.67%)، مستوى مرتفع (78.00% : 100.00%).

عرض وتفسير ومناقشة النتائج:

- مفهوم استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية للمترددين على بعض مراكز الشباب بمحافظة الإسكندرية.

جدول (8): الدرجة التقديرية والوزن النسبي لعبارات مفهوم استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية للمترددين على بعض مراكز الشباب بمحافظة الاسكندرية (ن=628)

رقم العبارة	العبارات	التكرارات			الدرجة التقديرية	الوزن النسبي	المستوى التقديري
		موافق	إلى حد ما	غير موافق			
1	يُشير مفهوم الاستثمار في الترويج إلى تقديم خدمات رياضية بمقابل يعود بالنفع على المركز والمجتمع.	434	161	33	87.95%	مرتفع	
2	يُعد الاستثمار في الأنشطة الترويحية مؤشراً على كفاءة الإدارة في استغلال الموارد.	381	219	28	85.40%	مرتفع	
3	يُسهّم الاستثمار في الأنشطة الترويحية في تحويل مراكز الشباب إلى وحدات إنتاجية ذات أثر مجتمعي.	325	232	71	80.15%	مرتفع	
4	يُعزّز استثمار الأنشطة الترويحية من فاعلية البرامج المقدمة ويزيد من مردودها على المستفيدين.	330	244	54	81.32%	مرتفع	
5	يُمكّن استثمار الأنشطة الترويحية أحد المداخل الرئيسية لتحقيق الاستقلال المالي للمراكز.	340	196	92	79.83%	مرتفع	
6	يُعزّز مفهوم الاستثمار الترويحي أهمية جودة الخدمات كعنصر جاذب للمشاركين والداعمين.	320	271	37	81.69%	مرتفع	
7	يُساعد الاستثمار في الأنشطة الترويحية على تحسين صورة المركز في أذهان أفراد المجتمع.	398	191	39	85.72%	مرتفع	
8	يُسهّم استثمار الأنشطة الترويحية في تنمية الموارد الذاتية للمراكز وتقليل الاعتماد على الدعم الحكومي	382	200	46	84.50%	مرتفع	

مرتفع	79.41%	1496	95	198	335	يُعد استثمار الأنشطة الترويحية مؤشراً على وعي المركز بالتحولات الاقتصادية والاجتماعية المعاصرة.	9
-------	--------	------	----	-----	-----	---	---

يتضح من جدول (8)، أن أفراد عينة البحث أبدوا اتفاقاً مرتفعاً على جميع عبارات هذا المحور، إذ تراوحت الأوزان النسبية بين (79.41%) و(87.95%)، وهو ما يشير إلى إدراك المترددين على مراكز الشباب بمحافظة الإسكندرية لأهمية مفهوم استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية من جوانب متعددة. وقد جاءت العبارة رقم (1) في المرتبة الأولى بوزن نسبي (87.95%) ومستوى (مرتفع)، وهو ما يعكس وعي المترددين بأن الاستثمار في الأنشطة الترويحية ليس مجرد نشاط ترفيهي، وإنما يحقق مردوداً اقتصادياً واجتماعياً لكل من المركز والمجتمع المحلي، والعبارة رقم (7) في المرتبة الثانية بوزن نسبي (85.72%) ومستوى (مرتفع)، مما يدل على إدراك المترددين لأثر الاستثمار الترويحي في تعزيز السمعة والصورة الذهنية الإيجابية لمراكز الشباب، وهو جانب مهم في جذب مزيد من المشاركين والداعمين، والعبارة رقم (2) بوزن نسبي (85.40%) ومستوى (مرتفع) في المرتبة الثالثة، مما يعكس قناعة أفراد العينة بأن استثمار الأنشطة الترويحية يُعد مظهراً من مظاهر الحوكمة الرشيدة والإدارة الفعالة لموارد مراكز الشباب.

أما العبارة رقم (8)، فقد جاءت بوزن نسبي (84.50%) ومستوى (مرتفع) في المرتبة الرابعة، وهو ما يعكس تطلّع المترددين إلى مزيد من الاستقلال المالي لمراكز الشباب من خلال استثمارات مدروسة، والعبارة رقم (6) بوزن نسبي (81.69%) ومستوى (مرتفع) في المرتبة الخامسة، مما يبيّن الوعي بأهمية الربط بين الاستثمار وجودة الخدمات المقدمة، والعبارة رقم (4) بوزن نسبي (81.32%) ومستوى (مرتفع) في المرتبة السادسة، وهو ما يشير إلى وعي المترددين بدور الاستثمار في تحسين جودة البرامج الترويحية وجعلها أكثر جاذبية وتأثيراً، والعبارة رقم (3) بوزن نسبي (80.15%) ومستوى (مرتفع) في المرتبة السابعة، مما يشير إلى اتفاق غالبية أفراد العينة على أهمية الاستثمار الترويحي في تحقيق أبعاد إنتاجية ومجتمعية لمراكز الشباب، والعبارة رقم (5) بوزن نسبي (79.83%) ومستوى (مرتفع) في المرتبة الثامنة، وهو ما يُعبّر عن إدراك المترددين لأهمية الاستثمار الترويحي كأداة لتقليل الاعتماد على الدعم الحكومي وضمان الاستدامة المالية للمراكز.

بينما جاءت العبارة رقم (9) في المرتبة الأخيرة، بوزن نسبي (79.41%) ومستوى (مرتفع)، وهو ما يعكس تطلّع المترددين إلى مزيد من الاستقلال المالي لمراكز الشباب من خلال استثمارات مدروسة. وقد يرجع ذلك إلى أن عينة البحث تمتلك وعياً كبيراً حول مفهوم الاستثمار في الأنشطة الترويحية الرياضية، إذ لم يُعد يُنظر إلى الاستثمار في الأنشطة الترويحية من منظور تقليدي (الجانب المالي) فقط، بل أصبح يُنظر إليه كمفهوم شامل متعدد الأبعاد، يسهم في تحسين الأداء المؤسسي، وتحقيق التوازن بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية، ورفع كفاءة البرامج، ودعم الاستقلال المالي، وتحسين صورة المركز في المجتمع.

ويتفق ذلك مع نتائج دراسات كل من **محمد خلف الله محمود وشريف عبد المنعم محمد (2023م) (32)**، ودراسة **أشرف صبحي محمد (2020م) (8)**، في أن الاستثمار في المنشآت الرياضية يسهم في تخفيف العبء عن الموازنة العامة وتقليص الدعم الحكومي، ويحقق الكفاءة الاقتصادية، كما يهيئ بيئة إدارية وتنظيمية ملائمة تدعم نجاح العمل، ويسهم في الارتقاء بالمنظومة الرياضية والشبابية في ضوء الخطط التنموية مثل رؤية مصر 2030.

كما يتفق ذلك مع نتائج دراسة كل من **يحيى محمد الجيوشي وآخرين (2022م) (38)**، التي أكدت أهمية تنمية الاستثمار الرياضي، وتطوير أساليب تسويق مبتكرة، والتوجه نحو خصخصة بعض المشروعات الرياضية بهدف استقطاب مصادر تمويل جديدة من رعاة جدد لدعم الأندية ومراكز الشباب وأنشطتها.

ويتفق كذلك مع نتائج دراسة **جمال مصطفى الزهير (2021م) (12)**، و**حسام حسن شحاته (2008م) (14)**، من اعتماد الأنشطة الترويحية على الدعم الحكومي، وضعف استغلال مصادر التمويل المتنوعة، إلى جانب ضعف ثقافة الاستثمار لدى العاملين في هذا المجال، والحاجة إلى دراسات جدوى تضمن اتخاذ قرارات اقتصادية رشيدة وحماية الموارد المتاحة.

ويتفق أيضاً مع نتائج دراسة **أحمد مصطفى مطاوع (2008م) (5)**، التي بينت توافر الخبرات الإدارية والمالية والتسويقية في مجال الاستثمار الرياضي، وأوصت بضرورة توفير برامج تدريبية لزيادة الوعي بالرياضة والاستثمار، والاستفادة من التكنولوجيا الحديثة، واعتبار الاستثمار الرياضي مدخلاً للتمويل الذاتي.

كما يتفق ذلك مع ما توصلت إليه دراسات **أحمد محمد عفيفي (2013م) (4)**، **Fullerton**، **Sam and Merz, G. Russell (2008م) (40)**، **عبير السيد أحمد ورائيا مرسي أبو العباس (2006م) (25)**، **دعاء محمد عابدين (2005م) (17)**، و**سعيد محمد المصري (2002م) (18)**، والتي أجمعت على أن الاستثمار الرياضي يُعد عملية اجتماعية تُلبي احتياجات ورغبات الأفراد، وتساهم في تصميم أنشطة ترويحية تُشغل أوقات الفراغ وتحقق رضا المستفيدين.

ويتفق ذلك مع ما ذكره **حسن أحمد الشافعي (2006م) (13)**، و**عمر وأحمد جبر، ومحمد صبحي حسنين (2013م) (27)**، بأن الاستثمار والتسويق يساهمان في تحسين الوضع الاقتصادي للمؤسسات الرياضية، ويساعدان مراكز الشباب على تقديم خدمات ذات جودة عالية وتحقيق رضا المستفيدين، ومع ما ذكره **كمال الدين عبد الرحمن درويش ومحمد صبحي حسنين (2004م)** من أن التسويق الرياضي يُعد أحد أبرز مصادر التمويل وأساساً لدعم المؤسسات الرياضية، خاصة في ظل تراجع الدعم الحكومي. (29: 234)

ويختلف ذلك مع نتائج دراسة محمد خلف الله محمود وشريف عبد المنعم محمد (2023م) (32)، وصبحي محمد سراج ونهال الببلي صبح (2019م) (21)، والتي اشارت إلى ضعف الوعي بأهمية استثمار الأنشطة الترويحية، وعدم وضوح أهدافها، وغياب الخطط التسويقية اللازمة للاستثمار، إضافة إلى افتقار القيادات الإدارية للأفكار المبتكرة لجذب المستثمرين، ودراسة أحمد حماد رضوان (2016م) (3) والتي أشارت إلى غياب إدارات متخصصة بالاستثمار داخل الهيئات الشبابية والرياضية، وعدم وضع خطط زمنية محددة لاستثمار الإمكانيات المتاحة، فضلاً عن غياب التشريعات القانونية التي تحفز الاستثمار في هذه الهيئات.

- أهداف استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية للمتريدين على بعض مراكز الشباب بمحافظة الإسكندرية.

جدول (9): الدرجة التقديرية والوزن النسبي لعبارات أهداف استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية للمتريدين على بعض مراكز الشباب بمحافظة الإسكندرية (ن=628)

رقم العبارة	العبارات	التكرارات			الدرجة التقديرية	الوزن النسبي	المستوى التقديري
		موافق	إحياناً	غير موافق			
1	يسهم استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية في تحقيق عوائد مالية تدعم استدامة المركز.	441	158	29	1668	88.54%	مرتفع
2	يهدف الاستثمار إلى تعزيز مشاركة الشباب في الأنشطة الترويحية بما يتماشى مع اهتماماتهم.	330	261	37	1549	82.22%	مرتفع
3	يسهم الاستثمار في تحسين كفاءة استخدام البنية التحتية المتوفرة بالمركز.	363	191	74	1545	82.01%	مرتفع
4	يهدف الاستثمار إلى إدماج ذوي الاحتياجات الخاصة في الأنشطة الترويحية.	314	217	97	1473	78.18%	مرتفع
5	يسهم استثمار الأنشطة الترويحية في تقديم خدمات متنوعة تلبي احتياجات فئات المجتمع المختلفة.	384	209	35	1605	85.19%	مرتفع
6	يسهم الاستثمار في دعم دور المركز كمؤسسة تربية وتنموية إلى جانب دوره الترفيهي.	341	256	31	1566	83.12%	مرتفع
7	يسهم استثمار الأنشطة الترويحية في الحد من السلوكيات السلبية الناتجة عن أوقات الفراغ.	377	218	33	1600	84.93%	مرتفع
8	يُعد تنوع مصادر الدخل أحد الأهداف الأساسية لاستثمار الأنشطة الترويحية الرياضية	484	113	31	1709	90.71%	مرتفع
9	يُمكن للاستثمار أن يدعم تمويل تطوير المرافق والمنشآت الرياضية بالمركز.	463	138	27	1692	89.81%	مرتفع
10	يُمكن أن يُحقق الاستثمار عوائد تستخدم في تدريب وتطوير العاملين بالمركز.	314	217	97	1473	78.18%	مرتفع

يتضح من جدول (9)، أن جميع عبارات هذا المحور قد حصلت على مستوى تقديري مرتفع، إذ تراوحت الأوزان النسبية بين (78.18%) و(90.71%)، ويعكس ذلك إدراكاً ووعياً متقدماً لدى المتريدين بدور الاستثمار الترويحي في تطوير مراكز الشباب وتعزيز وظائفها المختلفة.

وقد جاءت العبارة رقم (8) في المرتبة الأولى بوزن نسبي بلغ (90.71%) ومستوى (مرتفع)، مما يدل على إدراك واضح لأفراد العينة بأن تنوع مصادر الدخل يُمثل هدفاً استثمارياً رئيسياً، ويُعد ركيزة

أساسية لتقليل الاعتماد على الدعم الحكومي وتحقيق الاستقلال المالي والإداري لمراكز الشباب، والعبارة رقم (9) في المرتبة الثانية بوزن نسبي (89.81%) ومستوى (مرتفع)، مما يُشير إلى وعي مرتفع لدى العينة بأهمية الاستثمار كوسيلة لتمويل تطوير المرافق والمنشآت الرياضية، وهو ما يعكس إدراكهم لارتباط الاستثمار بتحسين البنية التحتية وتجويد الخدمات المقدمة، والعبارة رقم (1) فقد جاءت في المرتبة الثالثة بوزن نسبي (88.54%) ومستوى (مرتفع)، مما يُبرز إدراك أفراد العينة لأهمية استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية في تحقيق عوائد مالية تدعم استدامة المراكز الشبابية، ويُعد ذلك مؤشراً على مطلب مجتمعي لتبني نماذج التمويل الذاتي، والعبارة رقم (5) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي (85.19%) ومستوى (مرتفع)، مما يُشير إلى أن الاستثمار يُنظر إليه كوسيلة لتقديم خدمات متنوعة تلبي احتياجات فئات المجتمع، ويُعزز بذلك البعد الشمولي لأنشطة المراكز.

وجاءت العبارة رقم (7) في المرتبة الخامسة بوزن نسبي (84.93%) ومستوى (مرتفع)، وهو ما يعكس وعي العينة بدور الاستثمار الترويحي في تحقيق أهداف وقائية وتربوية، لا سيما في الحد من السلوكيات السلبية المرتبطة بأوقات الفراغ من خلال توفير بدائل إيجابية للشباب، والعبارة رقم (6) في المرتبة السادسة بوزن نسبي (83.12%) ومستوى (مرتفع)، مما يدل على إدراك العينة لأهمية الاستثمار كأداة لتعزيز الدور التربوي والتنموي لمراكز الشباب إلى جانب دورها الترفيهي، وهو ما يعكس تصوراً متقدماً لوظيفة هذه المراكز، والعبارة رقم (2) في المرتبة السابعة بوزن نسبي (82.22%) ومستوى (مرتفع)، مما يُظهر اقتناع المترددين بأن الاستثمار يُسهم في تعزيز مشاركة الشباب في الأنشطة الترويحية بما يتماشى مع اهتماماتهم وميولهم، وهو ما يعزز التفاعل المجتمعي مع أنشطة المراكز، والعبارة رقم (3) فقد جاءت في المرتبة الثامنة بوزن نسبي (82.01%) ومستوى (مرتفع)، مما يشير إلى أن الاستثمار يُسهم في تحسين كفاءة استخدام البنية التحتية المتوفرة بالمراكز، عبر توظيفها في برامج وأنشطة تحقق عائداً اقتصادياً ومجتمعياً.

وفي المرتبة الأخيرة، جاءت العبارتان (4) و(10) بالتساوي، بوزن نسبي (78.18%) ومستوى (مرتفع) لكل منهما، وهو ما يشير إلى أن مفهومي إدماج ذوي الاحتياجات الخاصة وتوظيف العوائد الاستثمارية في تدريب وتطوير العاملين بالمركز لا يزالان أقل حضوراً في الوعي الاستثماري العام لدى المترددين، ويستدعي ذلك تعزيز التوعية بأهمية هذين البعدين الاجتماعي والمهني في عملية الاستثمار الترويحي.

وقد يرجع ذلك إلى إدراك عينة البحث بأن استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية لا يُعد نشاطاً اقتصادياً بحثاً، بل يُمثل وسيلة لتحقيق أهداف تكاملية تشمل: تعزيز الاستدامة المالية، تحسين جودة الخدمات، توسيع الشمول المجتمعي، رفع كفاءة الموارد، والقيام بأدوار وقائية وتربوية، كما تُظهر النتائج أن بعض الأهداف مثل: الدمج المجتمعي لذوي الاحتياجات الخاصة، وتطوير الكوادر البشرية، لم تحظَ

بالأولوية ذاتها مقارنة بالأهداف المالية والتنظيمية، مما يُعد مؤشراً مهماً لتوجيه استراتيجيات التطوير المستقبلية لمراكز الشباب.

ويتفق ذلك مع نتائج دراسات ضياء محمد دويدار (2007م) (22)، في ضرورة أن يكون تحقيق الكسب المادي أحد أهداف مراكز الشباب، ودراسة كل من شريف عبد المنعم محمد ومحمد خلف الله محمود (2018م) (19)، في أهمية تفعيل الاستثمار لما له من دور في تطوير المناشط الترويحية اقتصادياً وفنياً واجتماعياً، رغم ما أظهرته من ضعف ثقافة الاستثمار لدى القائمين على العمل بالمناشط الترويحية، وعدم اقتناعهم بأهميته، إضافة إلى ضعف المعارف والمهارات والقدرات المرتبطة بتخطيط الاستثمار في هذا المجال.

كما يتفق ذلك مع نتائج دراسات عبد العزيز عبد الفتاح الشبراوي (2017م) (24)، بأن الأنشطة الترويحية الرياضية تستهدف تنمية مواهب الممارسين واستثمار أوقات فراغهم بشكل ممتع وبناءً. دراسات كل من محمد خلف الله محمود وشريف عبد المنعم محمد (2023م) (32)، وصبحي محمد سراج ونهال البيلى صبح (2019م) (21)، في توافر المقومات والمنشآت التي تساعد على نجاح الاستثمار الرياضي، من بنية أساسية تشمل الصالات المغلقة والملاعب المفتوحة، ويتفق ذلك مع ما أوصت به دراسة عبد العزيز عبد الفتاح الشبراوي (2017م) (24)، بضرورة توفير الإمكانيات والأجهزة والأدوات اللازمة للمناشط الترويحية داخل مراكز الشباب، وزيادة عدد المرافق المختلفة لتناسب مع أعداد المترددين عليها، إلى جانب الاهتمام بالملاعب والمرافق بما يثير رغبة المترددين على مراكز الشباب في ممارسة الأنشطة.

ويختلف ذلك مع نتائج دراسات عبد العزيز عبد الفتاح الشبراوي (2017م) (24)، في وجود قصور في بعض الإمكانيات المادية والبشرية لأنشطة الترويح الرياضي، ودراسة وليد طه مسعد (2006م) (37)، في عدم وضوح أهداف النشاط الرياضي والترويحي، وعدم تناسب الإمكانيات المتاحة مع أعداد الممارسين وغير الممارسين للأنشطة الرياضية والترويحية، ودراسة محمد سيد أحمد (2019م) (34)، في وجود قصور نسبي في البنية التحتية والتكنولوجية لمرافق وأنشطة وخدمات مراكز الشباب في جمهورية مصر العربية. بينما أشارت دراسة كل من محمد خلف الله محمود وشريف عبد المنعم محمد (2023م) (32) إلى أن الأخصائيين الرياضيين بالمنشآت الرياضية حاصلون على دورات تدريبية متخصصة، مع وجود برامج تدريبية تهدف إلى رفع كفاءة العاملين في تلك المنشآت، وهو ما يبرز تبايناً في النتائج حول مدى توافر وتأهيل الكوادر البشرية.

- إمكانات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية للمترددين على بعض مراكز الشباب بمحافظة الإسكندرية.

جدول (10): الدرجة التقديرية والوزن النسبي لعبارات امكانات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية للمتريدين على بعض مراكز الشباب بمحافظة الاسكندرية (ن=628)

رقم العبارة	العبارات	التكرارات			الدرجة التقديرية	الوزن النسبي	المستوى التقديري
		موافق	إحياناً	غير موافق			
1	تتوفر في المركز مساحات مناسبة يمكن استغلالها في أنشطة ترويحية قابلة للاستثمار.	386	41	201	1441	76.49%	متوسط
2	يملك المركز مرافق رياضية (ملاعب - قاعات) يمكن استخدامها كمورد اقتصادي.	311	34	283	1284	68.15%	متوسط
3	يحتوي المركز على أجهزة وأدوات رياضية تصلح للاستخدام الاستثماري.	313	45	270	1299	68.95%	متوسط
4	الكوادر البشرية العاملة بالمركز تمتلك كفاءة تؤهلها لإدارة الاستثمار الترويحي.	302	278	48	1510	80.15%	مرتفع
5	البنية التحتية للمركز قادرة على استيعاب تطوير الأنشطة الترويحية الاستثمارية.	292	225	111	1437	76.27%	متوسط
6	يملك المركز موقعاً إلكترونياً أو وسائل رقمية تساعد في تسويق الأنشطة الترويحية.	311	220	97	1470	78.03%	مرتفع
7	يلقى المركز دعماً من المجتمع المحلي يساعد في تطوير مشروعات استثمارية في الترويج.	144	203	281	1119	59.39%	متوسط
8	لدى المركز شراكات مع جهات أو مؤسسات أخرى يمكن توظيفها في دعم الاستثمار.	99	230	299	1056	56.05%	متوسط
9	تتوفر بالمركز قاعات أو مساحات يمكن تأجيرها للجهات الخارجية بما يدعم الاستثمار.	334	84	210	1380	73.25%	متوسط
10	يملك المركز القدرة على تنظيم فعاليات ترفيهية مدفوعة القيمة.	186	204	238	1204	63.91%	متوسط
11	مركز مجهز لتقديم أنشطة ترفيهية رياضية تستهدف شرائح عمرية متنوعة.	94	136	398	952	50.53%	منخفض
12	توجد خطط مستقبلية بالمركز لتوسيع أنشطته الترويحية ذات العائد الاقتصادي.	72	132	424	904	47.98%	منخفض

يتضح من جدول (10)، تنوع استجابات المشاركين حول إمكانات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية داخل مراكز الشباب بمحافظة الإسكندرية، حيث حصلت بعض العبارات على مستوى تقديري مرتفع، بينما جاءت الغالبية في المستوى المتوسط، وهو ما يُشير إلى تباين إدراك المتريدين بشأن مدى جاهزية هذه المراكز للاستثمار الترويحي والرياضي.

وقد جاءت العبارة رقم (4) في المرتبة الأولى بوزن نسبي (80.15%) ومستوى (مرتفع)، مما يدل على ثقة المتريدين العالية في الكوادر البشرية العاملة بالمركز واعتبارها مؤهلة لإدارة الاستثمار الترويحي، وتُبرز هذه النتيجة الوعي بأهمية العنصر البشري كأحد العوامل الحاسمة لتحويل الإمكانيات إلى فرص استثمارية حقيقية، تلتها العبارة رقم (6) في المرتبة الثانية بوزن نسبي (78.03%) ومستوى (مرتفع)، مما يشير إلى إدراك المتريدين لأهمية امتلاك المركز مواقع إلكترونية تساعد في تسويق الأنشطة الترويحية، إلا أن هذه النتيجة قد تعكس في ذات الوقت فجوة بين الإدراك والواقع الفعلي إذا لم تكن هناك منصات رقمية مفعلة بشكل كاف.

وجاءت العبارة رقم (1) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي (76.49%) ومستوى (متوسط)، مما يعبر عن تقييم جيد نسبياً لتوفر المساحات المناسبة داخل المراكز والتي يمكن استغلالها في أنشطة ترويحية

قابلة للاستثمار، إلا أن هذا التقييم المتوسط قد يشير إلى عدم استغلال هذه المساحات بالشكل الأمثل، والعبارة رقم (5) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي (76.27%) ومستوى (متوسط)، مما يعكس مستوى متوسط من الثقة في قدرة البنية التحتية للمراكز على استيعاب تطوير الأنشطة الترويحية الاستثمارية، وهو ما قد يعكس وجود بعض التحديات المرتبطة بالبنية الأساسية لهذه المراكز،

بينما العبارة رقم (9) فجاءت في المرتبة الخامسة بوزن نسبي (73.25%) ومستوى (متوسط)، مما يشير إلى إدراك بوجود قاعات أو مساحات قابلة للتأجير تدعم الاستثمار، لكن قد يظل هناك قصور في تفعيل هذه الإمكانيات بصورة احترافية تحقق عوائد اقتصادية ملموسة، والعبارة رقم (3) في المرتبة السادسة، بوزن نسبي (68.95%) ومستوى (متوسط)، وهو ما يعكس إدراكًا إيجابيًا لدى العينة بأن المركز يمتلك أجهزة وأدوات رياضية قابلة للاستخدام الاستثماري، يمكن من خلالها تقديم خدمات تدريبية أو تنظيم برامج رياضية مدفوعة.

بينما سجلت العبارة رقم (2) في المرتبة السابعة بوزن نسبي (68.15%) ومستوى (متوسط)، مما يشير إلى إدراك المترددين بوجود مرافق رياضية مثل الملاعب والقاعات التي يمكن استخدامها كمورد اقتصادي، إلا أن هذا التقدير المتوسط قد يُعزى إلى ضعف استراتيجيات الاستثمار الفعلي لهذه المرافق، والعبارة رقم (10) في المرتبة الثامنة بوزن نسبي (63.91%) ومستوى (متوسط)، مما يدل على ضعف في القدرات التنظيمية والتسويقية للمراكز لتنفيذ فعاليات ترفيهية مدفوعة، وهو ما يستدعي تطوير مهارات الكوادر وتوفير أدوات تنظيمية احترافية، والعبارة رقم (7) في المرتبة التاسعة، بوزن نسبي (59.39%) ومستوى (متوسط)، مما يشير إلى تدني مستوى الدعم المجتمعي لمشروعات الاستثمار الترويحي داخل مراكز الشباب، ما يبرز الحاجة إلى تعزيز التواصل المجتمعي وتشجيع مشاركة الفئات المحلية في دعم أنشطة المراكز، والعبارة رقم (8) في المرتبة العاشرة بوزن نسبي (56.05%) ومستوى (متوسط)، وهو ما يعكس ضعفًا في تفعيل الشراكات مع جهات أو مؤسسات أخرى لدعم الاستثمار الترويحي، مما يستدعي بناء شراكات مؤسسية استراتيجية ومستدامة،

بينما سجلت العبارة رقم (11) في المرتبة الحادية عشر بوزن نسبي (50.53%) ومستوى (منخفض)، مما يشير إلى قصور في تجهيز المراكز لتقديم أنشطة ترفيهية ورياضية تستهدف شرائح عمرية متنوعة، وهو ما يتطلب تطوير استراتيجيات لاستهداف شرائح المجتمع المختلفة.

وأخيرًا، جاءت العبارة رقم (12) في المرتبة الأخيرة، بوزن نسبي (47.98%) ومستوى (منخفض)، وهو ما يدل على غياب الخطط المستقبلية لتوسيع الأنشطة الترويحية ذات العائد الاقتصادي داخل المراكز، ما يؤكد الحاجة إلى تبني رؤية استراتيجية طويلة الأجل تضمن استدامة الاستثمار وتحويل المراكز إلى كيانات اقتصادية واجتماعية قادرة على خدمة المجتمع المحلي.

وقد يرجع ذلك إلى وجود إمكانات جيدة داخل مراكز الشباب، لكنها لا تُستثمر بالشكل الكافي، إلى جانب ضعف في التسويق الرقمي والدعم المجتمعي، وغياب خطط واضحة للتطوير، وهو ما يجعل تقييم المترددين يميل غالباً إلى المتوسط، ويبرز الحاجة لتحديث الإدارة والبنية التحتية لتحقيق استثمار ترويجي مستدام.

يتفق ذلك مع نتائج دراسة **يحيى محمد الجيوشي وآخرين (2022م)** (38) التي أشارت إلى وجود قصور في دور الأندية ومراكز الشباب في زيادة عدد المشروعات التنموية والاستثمارية الخاصة بالرياضة للجميع في القطاعين العام والخاص.

ويتفق كذلك مع نتائج دراسات كل من **محمد خلف الله محمود وشريف عبد المنعم محمد (2023م)** (32)، و**صبحي محمد سراج ونهال الببلي صبح (2019م)** (21)، في توافر المقومات المادية والبنية الأساسية بالمنشآت الرياضية من صالات مغلقة وملاعب مفتوحة، فضلاً عن استخدام الأجهزة والأدوات الرياضية بشكل منظم، ومطابقتها للمواصفات العالمية وتناسبها مع أعداد المترددين، إلى جانب وجود برامج تدريبية لرفع كفاءة العاملين، مما يُعزز فرص نجاح الاستثمار الرياضي، ودراسة كل من **شريف عبد المنعم محمد، محمد خلف الله محمود (2018م)** (19) في ضعف استغلال المنشآت الترويحية لمصادر التمويل المختلفة لتحقيق العائد الاقتصادي المناسب.

ويتفق ذلك مع ما أوصت به دراسة **عبد العزيز عبد الفتاح الشبراوي (2017م)** (24)، بضرورة توفير الإمكانيات والأجهزة والأدوات اللازمة للمنشآت الترويحية داخل مراكز الشباب، وزيادة عدد المرافق المختلفة بها لتناسب مع أعداد المترددين، إلى جانب الاهتمام بالملاعب والمرافق بما يسهم في جذب رواد تلك المراكز وتحفيزهم على المشاركة، ودراسة **كل من يحيى محمد الجيوشي وآخرين (2022م)** (38)، التي أوصت بإعادة صياغة اللوائح المالية الخاصة بمراكز الشباب المصرية بهدف تطوير مصادر التمويل، وبناء شراكات اقتصادية عالمية لدعم التنمية من خلال الرياضة، وكذلك مع دراسة **جمال مصطفى الزهير (2021م)** (12)، في إمكانية تنمية قطاع الاستثمار الرياضي من خلال وضع آليات تنظيمية واضحة لذلك.

ويختلف ذلك مع نتائج دراسات **عدلة عيسى وخليفة بهباني (2000م)** (26)، و**عبد العزيز عبد الفتاح الشبراوي (2017م)** (24)، و**مرودة عيد عاشور (2019م)** (35)، في وجود قصور واضح في الأدوات والإمكانات المادية والبشرية اللازمة للأنشطة الترويحية، حيث أشارت الأخيرة إلى أن نقص الأدوات والأجهزة الرياضية يقلل من تميز الخدمات الترويحية بالوحدات ذات الطابع الخاص، مؤكدة ضرورة توفير برامج تتناسب مع ذوي الاحتياجات الخاصة والتعرف على احتياجاتهم، ودراسة **عادل نور عبد الحليم (2000م)** (23)، في عدم توافر أماكن كافية لممارسة الأنشطة الترويحية، ودراسة **محمد سيد أحمد (2019م)** (34)، التي كشفت عن وجود قصور نسبي في البنية التحتية والتكنولوجية لمرافق

وأشطة وخدمات مراكز الشباب في مصر، ودراسة كل من شريف عبد المنعم محمد، محمد خلف الله محمود (2018م) (19)، في ضعف ثقافة الاستثمار لدى القائمين على العمل بالمنشآت الترويحية وعدم اقتناعهم بأهميته، بالإضافة إلى قلة المتخصصين في مجال الاستثمار بالمنشآت الترويحية، ودراسة كل من محمد خلف الله محمود وشريف عبد المنعم محمد (2023م) (32) من أن هناك قصوراً في توافر قيادات مؤهلة ومتخصصة في مجال تسويق واستثمار الأنشطة الترويحية، رغم إمكانية استغلال مساحات المنشآت الرياضية لتطوير الملاعب.

- مقومات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية للمتريدين على بعض مراكز الشباب بمحافظة الإسكندرية.

جدول (11): الدرجة التقديرية والوزن النسبي لعبارات مقومات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية للمتريدين على بعض مراكز الشباب بمحافظة الإسكندرية (ن=628)

رقم العبارة	العبارات	التكرارات			الدرجة التقديرية	الوزن النسبي	المستوى التقديري
		موافق	إحياناً	غير موافق			
1	يملك المركز رؤية واضحة نحو الاستثمار في الأنشطة الترويحية الرياضية.	381	185	62	1575	83.60%	مرتفع
2	يوجد اهتمام من إدارة المركز بتحديث البرامج الترويحية لتناسب أغراض الاستثمار	373	168	87	1542	81.85%	مرتفع
3	اللوائح والأنظمة الإدارية بالمركز لا تُعيق فرص الاستثمار في الأنشطة الترويحية.	363	233	32	1587	84.24%	مرتفع
4	هناك مرونة في استخدام مرافق المركز لأغراض اقتصادية دون التأثير على الخدمة المجانية	336	235	57	1535	81.48%	مرتفع
5	تُشكل بيئة المركز عامل جذب للمستثمرين والداعمين للأنشطة الترويحية	388	146	94	1550	82.27%	مرتفع
6	البرامج الترويحية المقدمة بالمركز تتميز بالتنوع والتجديد بما يناسب الاستثمار	376	165	87	1545	82.01%	مرتفع
7	تتوفر بالمركز بنية تحتية مناسبة تُمكن من تنفيذ أنشطة ترويحية قابلة للاستثمار	433	137	58	1631	86.57%	مرتفع
8	تتوافر قيادة إدارية واعية بأهمية الاستثمار داخل مراكز الشباب	365	161	102	1519	80.63%	مرتفع
9	هناك استعداد من المتريدين لدفع مقابل مالي للمشاركة في أنشطة ذات جودة عالية.	261	223	144	1373	72.88%	متوسط
10	الأنشطة الحالية بالمركز تمتلك مقومات تؤهلها للتحويل إلى برامج ذات عائد.	274	301	53	1477	78.40%	مرتفع

يتضح من جدول (11)، تنوع استجابات المتريدين حول مقومات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية داخل مراكز الشباب بمحافظة الإسكندرية، حيث حصلت بعض العبارات على مستوى تقديري مرتفع، في حين حصلت عبارة واحدة فقط على مستوى متوسط، ويُعد ذلك مؤشراً إيجابياً على إدراك المشاركين لتوافر بيئة ملائمة لانطلاق مبادرات استثمارية تقوم على مقومات بشرية وإدارية وبنية تحتية داعمة.

وقد جاءت العبارة رقم (7) في المرتبة الأولى بوزن نسبي (86.57%) ومستوى (مرتفع)، مما يعكس إدراكاً مرتفعاً من المتريدين بأن البنية التحتية لمراكز الشباب تُعد من أبرز المقومات الجاهزة

لنفعيل الاستثمار، وهو ما يشير إلى وجود أساس مادي قوي يُمكن الانطلاق منه لتقديم خدمات ترويجية ذات عائد اقتصادي.

وسجلت العبارة رقم (3) في المرتبة الثانية بوزن نسبي (84.24%) ومستوى (مرتفع)، مما يعكس رضا المترددين عن الإطار التنظيمي والتشريعي داخل المراكز، واعتبارهم أن اللوائح والأنظمة الإدارية لا تُشكل عائقًا أمام فرص الاستثمار، بل تُوفر بيئة قانونية مناسبة لانطلاق المشروعات الاستثمارية، والعبارة رقم (1) فقد جاءت في المرتبة الثالثة بوزن نسبي (83.60%) ومستوى (مرتفع)، مما يشير إلى أن المترددين يلمسون وجود رؤية استراتيجية واضحة نحو الاستثمار، وهو ما يُعد الأساس النظري لأي تخطيط استثماري فعّال، والعبارة رقم (5) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي (82.27%) ومستوى (مرتفع)، مما يدل على أن المترددين يرون في بيئة المركز التنظيمية والجغرافية والاجتماعية عامل جذب للمستثمرين والداعمين، وهو ما يُمثل عنصرًا أساسيًا في نجاح أي مشروع استثماري، والعبارة رقم (6) فقد جاءت في المرتبة الخامسة بوزن نسبي (82.01%) ومستوى (مرتفع)، مما يعكس أن البرامج الترويجية المقدمة بالمراكز تُدرك كأشطة متنوعة ومتجددة، قابلة للتطوير والتسويق كخدمات استثمارية تلبية اهتمامات مختلف الشرائح المجتمعية، والعبارة رقم (2) في المرتبة السادسة بوزن نسبي (81.85%) ومستوى (مرتفع)، مما يدل على أن الإدارة تُبدي اهتمامًا بتحديث البرامج الترويجية بما يتوافق مع متطلبات الاستثمار، وهو ما يعكس مرونة في التفكير والتخطيط الإداري، والعبارة رقم (4) فقد جاءت في المرتبة السابعة بوزن نسبي (81.48%) ومستوى (مرتفع)، مما يشير إلى وجود توازن إداري في إمكانية استخدام مرافق المركز لأغراض اقتصادية دون الإخلال بالخدمات المجانية المقدمة للجمهور، وهو ما يُمثل نموذجًا عمليًا لمفهوم (الاستثمار العادل).

أما العبارة رقم (8)، فقد جاءت في المرتبة الثامنة، بوزن نسبي (80.63%) ومستوى (مرتفع)، مما يعكس ثقة المترددين في وعي القيادة الإدارية داخل المراكز بأهمية الاستثمار، وهو ما يُعزز فرص تحويل الرؤى الاستراتيجية إلى تطبيقات عملية قابلة للتنفيذ، والعبارة رقم (10) في المرتبة التاسعة، بوزن نسبي (78.40%) ومستوى (مرتفع)، مما يدل على إدراك المترددين بأن الأنشطة الحالية بالمراكز تمتلك بالفعل مقومات تؤهلها للتحويل إلى برامج ذات عائد اقتصادي، وهو ما يعكس وجود قاعدة صلبة يمكن البناء عليها لتنفيذ مشروعات استثمارية دون الحاجة للبدء من الصفر.

بينما جاءت العبارة رقم (9) في المرتبة الأخيرة، بوزن نسبي (72.88%) ومستوى (متوسط)، مما يشير إلى وجود تردد نسبي للمترددين تجاه دفع مقابل مالي للمشاركة في أنشطة ذات جودة عالية، ويُبرز ذلك تحديًا مجتمعيًا يتمثل في ضرورة الوعي بقيمة الخدمات وأثرها المباشر في تطوير المرافق وتحسين المحتوى المقدم.

وقد يرجع ذلك إلى إدراك عينة البحث بدرجة مرتفعة لوجود مقومات حقيقية وملموسة يمكن من خلالها تفعيل استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية، ومن أبرز هذه المقومات: وجود رؤية إدارية داعمة، وتوافر بنية تحتية مؤهلة، ووجود برامج متنوعة قابلة للتطوير، ومرونة تنظيمية وتشريعية، إضافة إلى بيئة داخلية جاذبة. ومع ذلك، فإن درجة الاستعداد لدى المترددين لدفع مقابل مالي لا تزال أقل نسبيًا، وهو ما يبرز الحاجة إلى بناء ثقافة استهلاكية رياضية جديدة تقوم على مبدأ القيمة مقابل الخدمة.

ويتفق ذلك مع نتائج دراسات كل من **يحيى محمد الجيوشي وآخرين (2022م) (38)** في حاجة الأندية ومراكز الشباب إلى تطوير نظم الاستثمار والتشريعات المنظمة للاستثمار الرياضي في ضوء قانون الرياضة الجديد، بما يضمن تحقيق مردود اقتصادي فعال، إضافة إلى ضرورة تنمية عمليات الاستثمار وتبني أساليب تسويق مبتكرة للأنشطة، دراسة **محمد خلف الله محمود وشريف عبد المنعم محمد (2023م) (32)**، في توافر مقومات نجاح الاستثمار الرياضي داخل المنشآت الرياضية، مثل توافر البنية الأساسية المتمثلة في الصالات المغلقة والملاعب المفتوحة، واتساع مساحات المنشآت بما يسمح بتطوير الملاعب وتحسين الخدمات.

وتتفق مع نتائج دراسات كل من **صبي محمد سراج ونهال البيلى صبح (2019م) (21)**، في أهمية وجود تشريعات وقوانين محفزة للاستثمار الرياضي، وتوافر المقومات الأساسية المساعدة داخل المنشآت، ودراسة **أشرف صبحي محمد وآخرون (2015م) (7)** في عدم وجود تشريعات أو لوائح واضحة تنظم كيفية الاستثمار داخل المؤسسات، ودراسة **حسام حسن شحاته (2018م) (14)** في غياب استثمار حقيقي للمناخ الاستثماري في المجال الرياضي، ودراسة **جمال مصطفى الزهير (2021م) (12)** في أن الاستثمار الرياضي يُعد قطاعًا حيويًا يتطلب توافر مقومات مادية وتشريعية وإدارية واعية، منفتحة على التغيرات في المجال الاقتصادي، مؤكدة على ضرورة وضع آليات منظمة لتنمية قطاع الاستثمار الرياضي وتحقيق أهدافه الاقتصادية والاجتماعية.

ويختلف ذلك مع نتائج دراسات كل من **شريف عبد المنعم محمد، محمد خلف الله محمود (2018م) (19)**، في ضعف استغلال المناشط الترويحية لمصادر التمويل المختلفة، مما يحدّ من قدرتها على تحقيق العائد الاقتصادي المطلوب، إلى جانب قصور واضح في معارف ومهارات وقدرات القائمين على تلك الأنشطة فيما يخص تخطيط الاستثمار الرياضي، ودراسة كل من **محمد خلف الله محمود وشريف عبد المنعم محمد (2023م) (32)** في افتقار المنشآت إلى قيادات مؤهلة ومتخصصة في مجالي التسويق والاستثمار الترويحي، وهو ما ينعكس سلبيًا على جذب المستثمرين وتطوير الأداء الاستثماري، ودراسة **أحمد حماد رضوان (2016م) (3)**، والتي بينت غياب نصوص قانونية وتشريعات واضحة بقانون الاستثمار المصري تنص صراحة على دعم وتشجيع الاستثمار في الهيئات الشبابية والرياضية، مما يشكل عائقًا مؤسسيًا أمام تنمية هذا القطاع الحيوي.

- مجالات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية للمتريدين على بعض مراكز الشباب بمحافظة الإسكندرية.

جدول (12): الدرجة التقديرية والوزن النسبي لعبارات مجالات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية للمتريدين على بعض مراكز الشباب بمحافظة الإسكندرية (ن=628)

رقم العبارة	العبارات	التكرارات			الدرجة التقديرية	الوزن النسبي	المستوى التقديري
		موافق	إحياناً	غير موافق			
1	يُمثل تأجير الملاعب والصالات الرياضية مصدرًا رئيسًا للاستثمار داخل مركز الشباب.	390	152	86	1560	82.80%	مرتفع
2	يمكن استثمار الأنشطة الرياضية النسائية في استقطاب فئة جديدة من المشاركات.	378	150	100	1534	81.42%	مرتفع
3	تمثل الرحلات الترفيهية والرياضية مصدرًا مهمًا لدخل المركز عند تنظيمها مقابل رسوم	377	159	92	1541	81.79%	مرتفع
4	تسويق الأنشطة الرياضية على وسائل التواصل الاجتماعي يُعد مجالًا استثماريًا مهمًا.	403	128	97	1562	82.91%	مرتفع
5	يمكن استثمار البرامج الرياضية الترفيهية من خلال تحصيل رسوم اشتراك رمزية.	420	107	101	1575	83.60%	مرتفع
6	تعد الأنشطة الترفيهية للفئات الخاصة (ذوي الهمم) مجالًا استثماريًا ذا بعد اجتماعي واقتصادي.	416	129	83	1589	84.34%	مرتفع
7	يُمكن استثمار المساحات الإعلانية داخل المركز (مثل اللافتات والمطبوعات) لدعم الموارد المالية.	441	161	26	1671	88.69%	مرتفع
8	استضافة فعاليات من مؤسسات خارجية داخل المركز من المجالات الممكنة للاستثمار الترويحي.	423	175	30	1649	87.53%	مرتفع
9	تأجير القاعات والمرافق الداخلية للمركز يعتبر من مجالات الاستثمار الفعالة.	397	186	45	1608	85.35%	مرتفع
10	تمثل الأكاديميات الرياضية مثل (أكاديميات كرة القدم أو الجمباز أو السباحة) فرصة استثمارية واعدة بالمركز.	382	165	81	1557	82.64%	مرتفع
11	قائمة معارض أو بازارات بالتزامن مع الأنشطة الترويحية يُمثل مجالًا استثماريًا داعمًا.	387	160	81	1562	82.91%	مرتفع
12	استثمار المناسبات القومية والمحلية في تنظيم فعاليات رياضية ترفيهية مدفوعة يُعد مجالًا ناجحًا.	396	145	87	1565	83.07%	مرتفع

يتضح من جدول (12)، أن جميع العبارات جاءت ضمن المستوى التقديري المرتفع، حيث تراوحت الأوزان النسبية بين (81.42%) و(88.69%)، وهذا يشير إلى أن لدى المتريدين على مراكز الشباب بمحافظة الإسكندرية إدراكًا مرتفعًا وإيجابيًا تجاه مفهوم الاستثمار في الأنشطة الترويحية والرياضية، وهو مؤشر قوي على توافر مناخ مناسب لتبني مشروعات استثمارية داخل هذه المراكز، وعلى الرغم من ارتفاع جميع الأوزان النسبية، يُلاحظ وجود تفاوت دقيق بين العبارات، مما يكشف عن اختلاف في درجة النضج العملي والواقعية لدى المتريدين بشأن إمكانية تنفيذ هذه المجالات على أرض الواقع.

وقد جاءت العبارة رقم (7) في المرتبة الأولى بوزن نسبي (88.69%) ومستوى (مرتفع)، مما يدل على أن أفراد العينة يدركون أن استثمار المساحات الإعلانية داخل المركز (مثل اللافتات والمطبوعات)

يُعد من أكثر مجالات الاستثمار أهمية وسهولة في التطبيق، نظرًا لما يتيح من موارد مالية مباشرة دون الحاجة إلى استثمارات إضافية ضخمة، والعبارة رقم (8) في المرتبة الثانية بوزن نسبي (87.53%) ومستوى (مرتفع)، مما يشير إلى إدراك جيد لدى المترددين لأهمية استضافة فعاليات من مؤسسات خارجية كأحد مجالات الاستثمار الترويجي، كونها تُعزز من موارد المركز وتعظم استغلال البنية التحتية القائمة.

وجاءت العبارة رقم (9) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي (85.35%) ومستوى (مرتفع)، مما يعكس وعياً واضحاً بأهمية تأجير القاعات والمرافق الداخلية كأحد مسارات الاستثمار الفعالة، ويُظهر استعداداً لدى المترددين للاستفادة من هذه الإمكانيات في تحقيق موارد إضافية، والعبارة رقم (6) فقد جاءت في المرتبة الرابعة بوزن نسبي (84.34%) ومستوى (مرتفع)، مما يدل على إدراك مرتفع لأهمية الأنشطة الترفيهية الموجهة للفئات الخاصة (ذوي الهمم)، ليس فقط كفرص استثمارية وإنما أيضاً كبعد اجتماعي وإنساني يعزز من دور المركز المجتمعي، والعبارة رقم (5) في المرتبة الخامسة بوزن نسبي (83.60%) ومستوى (مرتفع)، مما يعكس تقبلاً جيداً من المترددين لفكرة استثمار البرامج الرياضية الترفيهية من خلال تحصيل رسوم اشتراك رمزية، وهو مؤشر إيجابي لإمكانية تطبيق هذا المجال بشكل أوسع مستقبلاً.

أما العبارة رقم (12) فقد جاءت في المرتبة السادسة بوزن نسبي (83.07%) ومستوى (مرتفع)، مما يشير إلى وعي المترددين بأهمية استثمار المناسبات في تنظيم فعاليات رياضية مدفوعة كأحد المجالات الواعدة لتعزيز الإيرادات، والعبارة رقم (4) في المرتبة السابعة بوزن نسبي (82.91%) ومستوى (مرتفع)، مما يعكس إدراكاً متزايداً لدور تسويق الأنشطة الرياضية عبر وسائل التواصل الاجتماعي كأداة استثمارية مهمة، رغم أنه قد يظل بحاجة إلى مزيد من التطوير الاحترافي لاستغلاله على الوجه الأمثل، والعبارة رقم (11) في المرتبة الثامنة بوزن نسبي (82.91%) ومستوى (مرتفع)، مما يعكس تقديراً مرتفعاً من المترددين لإقامة معارض بالتزامن مع الأنشطة الترويجية كفرصة استثمارية داعمة رغم كونها موسمية أو محدودة التكرار، والعبارة رقم (1) في المرتبة التاسعة بوزن نسبي (82.80%) ومستوى (مرتفع)، مما يشير إلى إدراك المترددين بأهمية تأجير الملاعب والصالات الرياضية كمصدر رئيسي للاستثمار بمركز الشباب، وهو من المجالات الأكثر شيوعاً وقابلية للتطبيق الفعلي، والعبارة رقم (10) في المرتبة العاشرة بوزن نسبي (82.64%) ومستوى (مرتفع)، مما يعكس وعياً جيداً بأهمية إنشاء الأكاديميات الرياضية (مثل أكاديميات كرة القدم أو الجمباز أو السباحة) كفرصة استثمارية واعدة، رغم ما قد يتطلبه ذلك من تجهيزات خاصة وإدارة متخصصة، والعبارة رقم (3) في المرتبة الحادية عشر بوزن نسبي (81.79%) ومستوى (مرتفع)، مما يدل على إدراك مرتفع لدور الرحلات الترفيهية والرياضية كمصدر مهم لدخل المركز، إلا أن ترتيبها المتأخر نسبياً قد يشير إلى تحديات تتعلق بالتنظيم أو الإقبال على هذه الأنشطة.

أما العبارة رقم (2) فقد جاءت في المرتبة الأخيرة، بوزن نسبي بلغ (81.42%) ومستوى (مرتفع)، مما يعكس إدراكاً مرتفعاً نسبياً لإمكانية استثمار الأنشطة الرياضية النسائية في استقطاب فئة جديدة من المشاركات، إلا أن ترتيبها الأخير ربما يرتبط بتحديات ثقافية أو لوجستية تحول دون الاستغلال بالقدر الكافي حتى الآن.

وقد يرجع ذلك الارتفاع إلى وعي المترددين بمراكز الشباب بفرص استثمار الأنشطة الترويحية والرياضية، مما يعكس إدراكهم لأهمية هذه الأنشطة كمورد اقتصادي، كما توجد فجوة بين هذا الوعي النظري والتطبيق العملي، لا سيما في المجالات التي تتطلب تخطيطاً أو تطوير كوادر بشرية، والتي تحتاج إلى تفعيل الاستثمار بشكل عملي من خلال تحسين التسويق الرقمي، وتأهيل العاملين إدارياً وفنياً، فضلاً عن إشراك المترددين في تصميم وتقييم الخدمات لضمان ملاءمتها ورضاهم.

كما يرى الباحثان أن الاستثمار الحقيقي لا يقتصر على البنية التحتية وحدها، بل يشمل كذلك الأفكار المبتكرة والكوادر المؤهلة، مع ضرورة معالجة المعوقات الثقافية والتنظيمية، ووضع خطة استراتيجية متكاملة تهدف إلى تعظيم الموارد المالية لمراكز الشباب مع الحفاظ على دورها الاجتماعي والخدمي، بما يسهم في تحويلها إلى كيانات اقتصادية واجتماعية نشطة ومستدامة تخدم المجتمع المحلي. ويتفق ذلك مع نتائج دراسات كل من **عبد العزيز عبد الفتاح الشبراوي (2017م) (24)** في ضرورة الاهتمام بالملاعب والمرافق بما يثير الشغف لدى المترددين على مراكز الشباب، ودراسة كل من **محمد خلف الله محمود وشريف عبد المنعم محمد (2023م) (32)** في أهمية استغلال الأماكن الخالية في المنشآت الرياضية لإقامة مشروعات تساهم في زيادة دخل المنشآت مثل صالات اللياقة البدنية، والفنادق، وقاعات الحاسب الآلي، وأماكن انتظار السيارات، ودراسة **محمد سراج ونهال البيلي صبح (2019م) (21)**، في توافر البنية الأساسية في المنشآت الرياضية، والتي تتضمن الصالات الرياضية المغلقة والملاعب المفتوحة المزودة بالإضاءة، باعتبارها مقومات أساسية لجذب الاستثمار وتطوير الخدمات الرياضية والترويحية.

كما تتفق هذه النتائج مع ما ذكره **محمد سيد أحمد (2019م) (34)**، في أن التسويق الإلكتروني وخاصة عبر صفحات التواصل الاجتماعي، يُعد البديل التسويقي الأمثل لتسويق أنشطة وخدمات ومرافق مراكز الشباب في مصر، مع التأكيد على الحاجة إلى وضع خطط تسويقية محددة الأهداف والجدول الزمني، لدعم توجه مراكز الشباب نحو جذب الاستثمارات الرياضية.

استنتاجات البحث: انطلاقاً من نتائج هذا البحث، توصل الباحثان إلى الاستنتاجات التالية:

- ماهية استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية

- وعي مرتفع بأهمية الاستثمار في الأنشطة الترويحية كأداة اقتصادية واجتماعية.

- الاستثمار يُحسن الموارد المالية وصورة المراكز في المجتمع.
 - استمرار بعض التحديات مثل ضعف الثقافة الاستثمارية وغياب الخطط والتشريعات.
 - أهداف استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية
 - ارتفاع الوعي بدور الاستثمار في تحقيق عوائد مالية وتنمية مراكز الشباب.
 - تصدر الأهداف المالية مثل تنويع الدخل وتطوير المرافق أولويات الاستثمار.
 - ضعف الاهتمام النسبي بدمج ذوي الاحتياجات الخاصة وتطوير العاملين رغم أهميتهما.
 - إمكانات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية
 - وجود إمكانات استثمارية جيدة لكنها غير مفعلة بالكامل.
 - الكوادر البشرية والوسائط الرقمية من أبرز الإمكانيات المتاحة.
 - غياب الخطط المستقبلية وضعف تقديم أنشطة تناسب جميع الفئات يمثل تحدياً.
 - مقومات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية
 - توافر أغلب المقومات الاستثمارية بمراكز الشباب بمستوى مرتفع.
 - البنية التحتية واللوائح تدعم الاستثمار ولا تعيقه.
 - الاستعداد المالي لدى المترددين متوسط ويمثل تحدياً أمام الاستثمار.
 - مجالات استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية
 - وعي مرتفع بأهمية الاستثمار في الأنشطة الترويحية والرياضية.
 - المساحات الإعلانية واستضافة الفعاليات وتأجير المرافق من أبرز المجالات الاستثمارية.
 - استثمار الأنشطة الرياضية النسائية ما زال منخفضاً بسبب معوقات ثقافية أو تنظيمية.
- توصيات البحث: في ضوء نتائج هذا البحث، يقدم الباحثان مجموعة من المقترحات موجهة إلى المسؤولين بمراكز الشباب ومديرية الشباب والرياضية ووزارة الشباب والرياضية وهيئة الاستثمار والجهات المستفيدة، مصنفة كالتالي:

- الاستعانة باستبيان (استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية)، لدراسة واقع استثمار الأنشطة الترويحية الرياضية للمتريدين على بعض مراكز الشباب بجمهورية مصر العربية.
- نشر الوعي بأهمية الاستثمار الترويحي والرياضي كمورد اقتصادي واجتماعي لمراكز الشباب، من خلال: إقامة العديد من ورش العمل، الندوات، والاعانات والدعاية.
- تنوع مصادر الدخل، من خلال: استثمار المساحات الإعلانية، تأجير المرافق، تأجير الملاعب، واستضافة فعاليات خارجية.
- تدريب وتأهيل الكوادر البشرية على مفاهيم الاستثمار والتسويق وإدارة الموارد بكفاءة، من خلال: إقامة دورات صقل للعاملين والمشرفين.
- إعداد خطط واستراتيجيات للاستثمار تتكامل مع رؤية مصر وتقلل الاعتماد على الدعم الحكومي.
- تفعيل التسويق الإلكتروني كأداة أساسية للترويج للأنشطة وجذب الموارد المالية.
- تطوير استغلال الإمكانيات المتاحة من بنية تحتية ومساحات وأدوات استثمارية غير مفعلة.
- تعزيز الشراكات مع القطاع الخاص والمجتمع المدني لدعم الاستثمار في المراكز.
- دمج ذوي الاحتياجات الخاصة في الأنشطة الاستثمارية وتطوير برامج موجهة لهم تجمع بين البعد الاقتصادي والاجتماعي.
- توجيه عوائد الاستثمار لتطوير المرافق وتحسين جودة الخدمات المقدمة للمستفيدين، بما يحقق الاستفادة المالية والاجتماعية.

المراجع العلمية:

أولاً: المراجع باللغة العربية:

- 1 إبراهيم ناصر (2013م) : **التربية المدنية (المواطنة)**، مكتبة الرائد العلمية، عمان.
- 2 أحمد أبو بكر (2003م) : أثر جودة الخدمة المصرفية على القدرة التنافسية للبنوك دراسة تطبيقية على البنوك التجارية المصرفية، رسالة دكتوراه، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، القاهرة.
- 3 أحمد حماد رضوان : استثمار إمكانات الهيئات الشبابية والرياضية بمحافظة الشرقية في ضوء التحولات الاقتصادية المعاصرة، رسالة دكتوراه، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة بنها. (٢٠١٦م)
- 4 أحمد محمد عفيفي : الدور التسويقي الخدمي للنادي في القرن الواحد والعشرين، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة طنطا. (2013)
- 5 أحمد مصطفى مطاوع : محددات الاستثمار في الاندية الرياضية، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة. (2008م)
- 6 أشرف محمود العجيلي : الازمات الاقتصادية في الهيئات الرياضية الاهلية، رسالة دكتوراه، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان. (2004م)
- 7 أشرف صبحي محمد، : آليات تطوير فرص الاستثمار في الأندية الرياضية بإقليم كردستان العراق، **المجلة العلمية لعلوم التربية البدنية والرياضية**، كلية التربية الرياضية، جامعة المنصورة، العدد الرابع والعشرون المجلد الأول. (٢٠١٥م)
- 8 أشرف صبحي محمد : الدور التنموي والاقتصادي للمشروعات الاستثمارية المستحدثة بوزارة الشباب والرياضة والشبابية في ضوء رؤية مصر 2030، **المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة**، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان. (2020م)
- 9 المجلس القومي للشباب : لائحة المجلس القومي للشباب. (2020م)
- 10 بسام صلاح : استراتيجية مقترحة لاستثمار أنشطة ألعاب القوى الترويحية ذات الجذب السياحي في ضوء أبعاد التنمية المستدامة للسياحة الرياضية، رسالة دكتوراه، كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط. محمد (2014م)
- 11 تهاني عبد السلام محمد : **الترويج والتربية الترويحية**، دار الفكر العربي، القاهرة.

- (2001م)
- 12 جمال مصطفى الزهير : دور الاستثمار الرياضي بالمنشآت الرياضية في تحقيق التنمية المستدامة بدولة الكويت، مجلة اسيوط وفنون التربية الرياضية، (2021م) كلية التربية الرياضية، جامعة اسيوط، كلية التربية الرياضية.
- 13 حسن أحمد الشافعي : الاستثمار والتسويق في التربية البدنية والرياضية، الموسوعة العلمية لاقتصاديات الرياضة، دار الوفاء للطباعة والنشر، (2006م) الإسكندرية.
- 14 حسام حسن : نظام مقترح للاستثمار في بعض الأندية الرياضية المصرية، رسالة شحاته(2008م) دكتوراه، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية.
- 15 حسام عبد العزيز جوده : دور التنظيم الذاتي في ممارسة الأنشطة الترويحية الرياضية لدى المترددين على الملاعب المفتوحة، المجلة العلمية لعلم التربية البدنية والرياضة، كلية التربية الرياضية، جامعة المنصورة، عدد(28).
- 16 خالد محمود الزيود، ونايف : دور الأندية الرياضية في إشباع حاجات الشباب الرياضية والاجتماعية والثقافية، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الكويت. (2015م) محمود الزيود
- 17 دعاء محمد عابدين : استراتيجية تسويقية خدمية للاتحاد الرياضي المصري للرمية بالقوس والسهم، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية. (2005)
- 18 سعيد محمد المصري : إدارة تسويق الأنشطة الخدمية المفاهيم الاستراتيجية، الدار الجامعية، الإسكندرية. (2002م)
- 19 شريف عبد المنعم محمد، : دراسة تحليلية لواقع استثمار المناشط الترويحية بقطاع شمال الصعيد، بحث منشور، المجلة العلمية لعلم وفنون الرياضة، كلية التربية الرياضية للبنات - جامعة حلوان، مجلد (19)، عدد (2018) (19).
- 20 صابر عبد الغني : الخدمات الترويحية في الجمعيات الأهلية ومراكز الشباب بمحافظة الدقهلية (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان. (2001م)
- 21 صبحي محمد سراج ونهال : إستراتيجية مقترحة لاستثمار الأنشطة الترويحية في ضوء الفجوات التسويقية بالمنشآت الرياضية محافظة كفر الشيخ، المجلة العلمية (2019م) البيلي صبح

- لعلوم التربية البدنية والرياضية، كلية التربية الرياضية، جامعة المنصورة، العدد (35).
- 22 ضياء محمد دويدار : تصور مقترح للاستثمار بمراكز الشباب كمدخل لتحقيق التمويل الذاتي، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان. (2007)
- 23 عادل نور عبد الحليم : تقويم الأنشطة الترويحية بمراكز الشباب بمحافظة القاهرة، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة حلوان. (2000م)
- 24 عبد العزيز عبد الفتاح : ثقافة الأنشطة الترويحية الرياضية لدى الشباب بمراكز الشباب، بحث منشور، مجلة بحوث التربية الرياضية، كلية التربية الرياضية جامعة الزقازيق، مجلد (58)، عدد (108).
- 25 عبير السيد أحمد ورائيا : أساليب مقترحة لتسويق العروض الرياضية والفنية بالجامعات المصرية، بحث منشور، مجلة أسيوط لعلوم وفنون التربية الرياضية، جامعة أسيوط. (2006م)
- 26 عدلة عيسى وخليفة : تقويم المراكز الرياضية الترويحية النسائية بدولة الكويت، المجلة العلمية للتربية البدنية والرياضية، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية، المجلد (61).
- 27 عمرو أحمد جبر، ومحمد صبحي حسنين (2013م) : اقتصاديات الرياضة" الرعاية والتسويق والتمويل"، مركز الكتاب للنشر، القاهرة.
- 28 قانون تنظيم الهيئات الشبابية : قانون رقم 218 لسنة 2017 (قانون تنظيم الهيئات الشبابية) الباب الثاني (مادة 17).
- 29 كمال الدين عبد الرحمن درويش، محمد صبحي حسانين (2004م) : موسوعة متجهات إدارة الرياضة في مطلع القرن الجديد، مجلد (3)، التسويق والاتصالات الحديثة وديناميكية الأداء البشرى في إدارة الرياضة، دار الفكر العربي، القاهرة.
- 30 المجلس القومي للشباب : لائحة المجلس القومي للشباب. (2020م)
- 31 محمد السمودي وآخرون : الترويج واوقات الفراغ، مكتبة شجرة الدر، المنصورة. (2016م)
- 32 محمد خلف الله محمود وشريف عبد المنعم محمد : إستراتيجية مقترحة لاستثمار الأنشطة الترويحية في ضوء الفجوات التسويق بالمنشآت الرياضية محافظة المنيا، بحث منشور، المجلة

- (2023م) **العلمية لعلوم وفنون الرياضة، كلية التربية الرياضية للبنات -**
جامعة حلوان، مجلد (73)، عدد (4).
- 33 محمد السيد خميس واحمد : جودة الخدمات الترويحية وعلاقتها بولاء الاعضاء للأندية
الرياضية في محافظة الدقهلية، مجله علوم الرياضية، كلية التربية
الرياضية، جامعة المنيا، المجلد (5)، العدد30.
- 34 محمد سيد أحمد : التسويق الالكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودوره في
مجالات الاستثمار لمنشآت مراكز الشباب بجمهورية مصر العربية،
(2019م)
المجلة العلمية للبحوث والدراسات في التربية الرياضية، كلية
التربية الرياضية، جامعة بورسعيد، مجلد (37)، عدد (37)
- 35 مروة عيـد : خطة لتفعيل الخدمات الترويحية بالوحدات ذات الطابع الخاص
بجامعة المنصورة، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة
المنصورة. (2019م)
- 36 هبه السيد : نموذج مقترح للمنتج الترويحي لمراكز الخدمة العامة بجامعة
المنصورة، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة
المنصورة. (2015م)
- 37 وليد طه مسعد (2006م) : تقويم برامج الأنشطة الرياضية والترويحية بالمدن الجامعية بجامعة
قناة السويس، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية
للبنين - جامعة بنها.
- 38 يحيى محمد الجيوش، أحمد : العوائد الاقتصادية والاجتماعية للرياضة للجميع بالأندية ومراكز
الشباب، بحث منشور، المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة،
كلية التربية الرياضية للبنين - جامعة حلوان، عدد (94)، مجلد (4).
محمد عبد المحسن، محمد
محسن محمد محمود أبو
العلا (2022م)

ثانياً: المراجع باللغة الأجنبية:

- 39 Farouk, Ahmed (2020) : Areas of Investment in Omani Sport. Malaysian Journal of Public Health
Medicine, 20.P.19-39
- 40 Fullerton, Sam and Merz, G. Russell (2008) : The four domains of sports marketing: a conceptual framework, Sport
marketing quarterly: preferred journal of the Sport Marketing Association.
- Morgantown, W Va.: Fitness Information Technology Inc., ISSN 1061-
6934, ZDB-ID 1180282-0. - Vol. 17.2008, 2, p. 90-108
- 41 Jay, S. (2021) : Foundations of Recreational Service Management, McFarland &
Company, Inc., Publishers Jefferson, North Carolina. United States of
America.