

## معوقات استخدام نظام حق الامتياز التجاري بمراكز الشباب بمحافظة بنى سويف

\* د/ إسما عيل محمد هاشم علي

### مقدمة ومشكلة البحث:

ضمن المتغيرات والتطورات الاقتصادية التي يشهدها العالم في عصر العولمة، لاسيما الحد من دور الحكومات في المجالات الاقتصادية، حيث أصبحت الحكومات تعني بالدرجة الأولى بالأعمال الاقتصادية إلي جانب وضع الضوابط، مع سن التشريعات والقوانين المناسبة لحماية المصالح الاقتصادية للمجتمع، وفي ضوء ذلك جاء الاهتمام بنظام الامتياز التجاري وبإشكاله المختلفة، ولقد أدت بعض الجهات الشبابية والرياضية إلى إقبال واسع وكبير من قبل الدول المتقدمة والنامية والتي تسعى دائما إلى تطوير البنية التحتية وتحديث مرافقها، ووجدت هذه الدول في الامتياز التجاري خير سبيل في تحقيق هذا الغرض.

ومن هذا المنطلق يري الباحث بان التغيرات التي تحدث داخل المجتمع دائما تدفع جميع الجهات الشبابية والرياضية والتي تعتمد وبصورة أساسية على الإعانات المقدمة من الجهات المختلفة إلى البحث والعمل على استغلال مواردها وبصورة جيدة وفي أسرع وقت، مشكلة التمويل لا تكمن في ضعف الموارد لكن تكمن في كثر عدد الهيئات التي تعتمد على الإعانات لدرجة يصعب معها تلبية احتياجاتها من الدعم.

ويذكر "رفعت محمد" (٢٠٠٠م) بان الأمور المتوقعة من تطبيق اتفاق الملكية الفكرية سوف يكون له أثاره المستقبلية على الصناعات في الدول النامية بصفة عامة وخاصة في مجال صناعة الرياضة حيث أصبحت مجال اقتصادي يضم محاور المنظومة الرياضية الاقتصادية، من تسويق وتمويل

\* مدرس بقسم الإدارة الرياضية والترويج-كلية التربية الرياضية-جامعة بنى سويف.

ورعاية واستثمار في مختلف المجالات، وخاصة في مجال لم يتطرق إليه من الباحثين وهو المعوقات والمشكلات التي تواجه الامتياز التجاري عند تطبيقه في المؤسسات والهيئات الرياضية وكيفية التغلب عليها. (١٣ : ٣)

ويؤكد الباحثين بان الامتياز التجاري محور اهتمام عالمي ملحوظ في الفترة الأخيرة، واتجهت كثير من الدول اليوم بتوجهاتها السياسية والاقتصادية إلى منح هذا الحق وذلك إما لتحقيق اكبر قدر من الكفاءة أو للتقليل من المشروعات الخاسرة أو لدوافع أخرى وخاصة في صناعة الرياضة مع اهتمام المؤسسات والهيئات الرياضية.

ويوضح "أمير احمد التونى، محمد جلال محمد" (٢٠٠٠م) بأن التمويل هو توفير الأموال اللازمة للمنظمة من المصادر المختلفة وبتكلفة معقولة مع استخدام هذه الأموال أفضل استخدام ممكن بما يحقق أهداف الأطراف التي تتعامل مع المنظمة. (٣ : ١٣)

ويؤكد "حسام رضوان كامل" (٢٠٠٠م) أن التمويل الرياضي بمفهومه العام هو مجموعة الموارد المالية أو العينية التي تحصل عليها الهيئة الرياضية سواء كانت إيرادات ذاتية أو تبرعات أهلية أو إعانات حكومية. (٤٣ : ٧)

وبالنظر إلى الهيئات والمؤسسات الرياضية يوضح "عبد الله فرغلي" (٢٠٠٣م) بأن مراكز الشباب تعد منظومة تربوية متكاملة لها مدخلاتها المتمثلة في الموارد البشرية والمالية والإدارية والشبابية وهناك عدد من العمليات التحويلية الأولية التي تتحقق من خلال مشاركة الشباب في تلك الأنشطة المختلفة ليكون هناك مخرجات من المنتج الشبابي ذو الشخصية السوية والتي تسهم بدور فعال في التنمية المستدامة. (١١٧ : ١٠)

ويشير "حسن احمد الشافعي" (٢٠٠٢م) بأن مراكز الشباب تعتبر في تطبيق أحكام قانون الهيئات الرياضية (٩٧) هو كل هيئة مجهزة بالمباني

والإمكانات تقيمها الدولة أو المجالس المحلية أو الأفراد منفردين أو متعاونين في المدن أو القرى بقصد تنمية الشباب في مراحل العمر المختلفة واستثمار أوقات فراغهم في ممارسة الأنشطة الترويحية والاجتماعية والرياضية وما يتصل بها تحت إشراف قيادة متخصصة. (٨: ١٦٣)

ويؤكد "مصطفى حسين باهي" (٢٠٠٦) أن المنظمات التي تهتم بالأنشطة الرياضية تحتاج جميعها إلى مصدرين أساسيين في العملية الإدارية هي المصادر البشرية والمصادر المالية. (١٩: ٢٩)

بينما يذكر "تبيه العلقامي" (١٩٩٧م) إلى أن المشكلات المالية التي تعاني منها مراكز الشباب هي نقص الموارد المخصصة لصيانة الأجهزة والأدوات والمنشآت، نقص الموارد الخاصة بتمويل الأنشطة، نقص الموارد المخصصة لتوفير الأجهزة والأدوات الرياضية، نقص الموارد المخصصة لاستحداث مجالات نشاط جديد. (٢٢: ١٨٤)

ويرى "حسام الدين عبد الغنى" (١٩٩٣م) أن الامتياز التجاري هو أسلوب مبتكر ابتدعته حاجات التجارة العالمية لزيادة حجم المشروع وتوسيع دائرة نشاطه، وذلك بالترخيص لمشروع أو عدة مشروعات أخرى بيع المنتجات أو تقديم الخدمات، وذلك بإتباع شكل معين ونظام تجارى يخص المشروع المملوك للمرخص. (٨: ١٢)

ويوضح "مصطفى العدوى" (٢٠١١م) أن نظام الامتياز التجاري يحقق مصالح المانح والممنوح له الامتياز، بما فيه من تطوير وتنمية آليات الاستثمار، بإفادة المانح من الانتشار في أسواق مختلفة ومتنوعة ما كان يصل إليها دون استثمار أموال طائلة، ومن ناحية أخرى إفادة الحاصل على الامتياز من سمعة وشهرته المانح وما يقدمه من خدمات أو منتجات محققا بذلك أرباحا ما كان ليحققها بمفرده في وقت وجيز، لذا ليس من المستغرب أن تغطي مجالات منح الامتياز قطاعات عريضة من الأنشطة المختلفة

كالتعليم، الصحة، وخدمات النظافة والصيانة، والمطاعم، وغيرها من القطاعات الأخرى. (٤٥:١٦)

ويسعى الباحث إلى تطوير مراكز الشباب وزيادة مصادر التمويل بها في تصور منهم لاستخدام حق الامتياز التجاري لتعزيز الأنشطة بمراكز الشباب، في محاولة منهم للتخلص من الاعتماد على مصدر واحد للتمويل وهو الدعم الحكومي، وان يصبح الاعتماد الأكبر على التمويل الذاتي من خلال استخدام نظام حق الامتياز التجاري بمراكز الشباب.

ومن خلال اطلاع الباحث على العديد من المراجع العلمية والدراسات المرتبطة المتخصصة فيء مجال الإدارة الرياضية بصفة عامة والامتياز التجاري بصفة خاصة تم ملاحظة بان النظام الاقتصادي الجديد يبرز دور الهيمنة الاقتصادية بوضوح من خلال المشاركة في دعم الأنشطة الرياضية باختلاف مجالاتها ومع بروز العلاقة القوية الواضحة بين الرياضة والاقتصاد أصبح للقطاع الخاص دور أكثر فعالية وتأثير من ذي قبل برعاية ودعم الأنشطة الرياضية مما زاد من أهمية الامتياز التجاري وعلاقته بالمجال الرياضي، وبناءً على ذلك وغيره وجد الباحث أن هناك حاجة ملحة ضرورية إلى توسيع وتنويع قنوات إيرادات مراكز الشباب ويهدف البحث الحالي إلى التعرف على المعوقات والمشكلات التي تواجه القطاع الخاص في الامتياز التجاري وإلقاء الضوء عليها وكيفية تلاشيها ولفت نظر مراكز الشباب إلى دور وأهمية الامتياز التجاري والاستفادة منه وتكون رؤية مستقبلية لتحسين نظام حق الامتياز.

ونظراً لندرة الأبحاث في المجال الرياضي في كيفية التعرف على المعوقات التي تواجه الامتيازات التجارية والتغلب عليها، كوسيلة فنية للحصول على التمويل المادي مع تقديم الخدمات والأنشطة المتنوعة حيث إن معظم الدراسات المرتبطة بالبحث تتحدث عن التسويق والاستثمار ولن تنوه

عن الامتياز التجاري وكيفية استغلاله والشروط القانونية لعقوده فحق الامتياز "الفرنشايز" يعتبر نظام كوسيلة فنية لتسويق المؤسسة وتقديم الخدمات بجانب الترخيص باسم الهيئة واستخدم حق من حقوق الملكية.

#### أهداف البحث:

يهدف البحث إلى التعرف على

- ١- المعوقات التي تواجه الامتياز التجاري وتأثيره على تنفيذ الأنشطة الشبابية وكيفية التغلب عليها.
- ٢- التعرف على العائد من استخدام حق الامتياز التجاري بمراكز الشباب.

#### فروض البحث:

- ١- ما هي المعوقات التي تواجه الامتياز التجاري وتأثيره على تنفيذ الأنشطة داخل الهيئات والمؤسسات الرياضية؟
  - ٢- ما هو العائد من استخدام نظام حق الامتياز التجاري بمراكز الشباب؟
- المصطلحات العلمية المستخدمة في البحث :

#### - عقد الامتياز :

يعرفه "منصور عبد العزيز" (٢٠٠٢م) هو عبارة عن نظام يسمح للمرخص له باستعمال الاسم التجاري أو العلامة التجارية أو علامة الخدمة أو المعرفة الفنية أو أي حقوق ملكية صناعية مملوكة للمرخص، وبالتالي عمل المرخص له لا يعتبر عمل فرعي لعمل المرخص وإنما يكون عمل مستقل تحت الاسم التجاري لصاحب الامتياز الأصلي الذي يعرف بالمرخص

(٢١: ٣٣)

## الدراسات السابقة: أولاً - الدراسات العربية:

م	اسم الباحث	العنوان	الهدف	إجراءات البحث					
				المنهج	العينة	الأداة			
١	ماهر محمد السيد عطية (٢٠١٠) (١٦)	الترويج لنظام الفرنشايز لتسويق المنتجات والخدمات الرياضية محلياً وعالمياً في ظل عولمة الإعلام الرياضي	١- التعرف على مفهوم التسويق الرياضي والترويج كعناصر أساسي من عناصره وفلسفته وأهميته وأساليبه المستخدمة في تسويق المنتجات والخدمات الرياضية محلياً وعالمياً ٢- تحديد مفهوم وأنواع الفرنشايز كوسيلة فنية مبتكرة لتسويق وتقديم المنتجات والخدمات الرياضية محلياً وعالمياً وتحديد الالتزامات لكل طرفي العقد	الوصفي أسلوب الدراسات المسحية	تمت بالطريقة العددية وعددهم (١٣٠) فرد من رؤساء وأعضاء مجالس إدارات، المجالس القومية للرياضة والاتحادات الرياضية والأندية	الاستبيان المقابلة الشخصية المفتوحة			
٢	احمد نظمى عبدالله (٢٠١٥) (٢)	وضع استراتيجية تسويقية للأندية الرياضية من وجهه النظر الاستثمارية	تحليل الموقف التسويقي للأندية ووضع تصور لما ينبغي ان تكون عليه الاستراتيجية التسويقية للأندية ٣- رقابة وتسويق الاستراتيجية التسويقية للأندية ض	المنهج الوصفي	خبراء في مجال التسويق وخبراء اكاديميين من كلية التربية الرياضية، اعضاء مجالس ادارات اندية، اعضاء قسم التسويق والاستثمار	استمارة استبيان المقابلة الشخصية			
٣	ماجد عبد العظيم قابيل (٢٠١٦م) (١٦)	نحو معايير اقتصادية لقياس الكفاءة الاقتصادية للمشاريع التي تدار بنظام الفرنشايز (الامتياز التجاري) ودورها في جذب الاستثمارات الأجنبية بجمهورية مصر العربية	١- التعرف على مستوى درجة الكفاءة الاقتصادية التي تعمل من خلالها مشاريع الفرنشايز في جمهورية مصر العربية ٢- تحديد درجة المساهمة لهذه المشاريع في الاستثمار الأجنبي المباشر والمباشر بمصر	الوصفي	عينة من مشاريع الفرنشايز العاملة داخل مصر ممثلة في صاحب الامتياز (٧٧) والمنسوج (١٣٤) وعينة من المديرين والعمالين والفنيين بمجال الفرنشايز قوامها (٧٥) وعدد الإجابات المقفولة ١٤ ليصبح إجمالي العينة (٣٠٠) فرد	الاستبيان			
						١- عدم وجود شبكة للمعلومات خاصة بالتسويق الرياضي على الحاسب الآلي وتساعد على تدفق المعلومات ٢- عدم استعانة المنظمات الرياضية بخبراء استشاريين في نظم المعلومات ٣- توافر شرط أساسي وهو رقابة الجودة للمنتج الرياضي من قبل المرخص حتى لا يحدث غش أو خداع وكحماية للمستفيد الرياضي في نظام الفرنشايز ٤- عدم وجود تشريعات خاصة تساعد وتوضح تطبيق عقود نظام الفرنشايز في المجال الرياضي لتسويق المنتجات الرياضية في مصر			

م	اسم الباحث	العنوان	استهدفت الدراسة التعرف على	إجراءات البحث			أهم النتائج
				المنهج	العينة	الأداة	
٤	السعدني خليل السعدني ونادي احمد على عبد الحميد (٢٠١٧م) (٤)	وظائف العلامة التجارية وعلاقتها بترخيص الاستعمال فى الرياضى (الاتجاه التقليدي والحديث) من خلال الترخيص بالاستعمال والتفرقة مع بعض العقود المشابهة، ومن خلال وظائف وأهمية العلامة التجارية وحماية استخدامها في الهياكل والمؤسسات الرياضية	الوصفي أسلوب الدراسات المسحية	تمت بالطريقة العشوائية لعدد (١١٧) فرد من أعضاء مجالس إدارات الاتحادات الرياضية، والأندية الرياضية، والمستثمرون من واقع سجل الغرفة التجارية بمحافظة القاهرة	الاستبيان	اتفقت عينة البحث على أن الترخيص باستعمال العلامة التجارية معناه. ١- أن يخول صاحب العلامة لغيره استعمال العلامة خلال مدة معينة في مقابل اجر معلوم مع بقاءه محتفظا بملكيتها . ٢- لا ينشئ للمرخص له سوى حق شخصي في استعمال العلامة ولا يمس حق الملكية	

### ثانيا: الدراسات الأجنبية

م	اسم الباحث	العنوان	الهدف	إجراءات البحث			أهم النتائج
				المنهج	العينة	الأداة	
٥	جيانج جونكاى (٢٠١٣) Jianag Juncal (٢٤)	البحث عن المستهلك واستراتيجيات التسويق التنافسية	التعرف على مدى التفاعل بين البحث عن معلومات المستهلكين واستراتيجيات التسويق التنافسية لدى الشركات	المنهج الوصفي	مجموعة من المتمردين وأصحاب الشركات الموجودين بالسوق	المقابلة استطلاع الرأي	أظهرت أن كيفية ضمان ما طبقة الأسعار mpg يوتر على أن تنتزع قرارات بحث للمستهلكين ضمان جودة المنتج يزيد من زيادة الإقبال والاستهلاك
٦	شانك م. د Shank. md (٢٠٠٣م) (٢٦)	التسويق الرياضي والاحتياجات الاستراتيجية	تحديد الاستراتيجية الأساسية للتسويق الرياضي	المنهج الوصفي	مجموعة من عينة التسويق تم اختيارهم بالطريقة العشوائية	الاستبيان	توصلت الدراسة الى ان اهم الاحتياجات الاستراتيجية للتسويق : ١- توافر هيئة العمل من اجل استراتيجية التسويق الرياضي. ٢- التخطيط لاختيار القرارات التسويقية. ٣- تخطيط المزيج التسويقي الرياضي والاهتمام بالسوق الرياضي

م	اسم الباحث	العنوان	الهدف	إجراءات البحث		
				المنهج	العينة	الأداة
٧	ودمير اندرون Widimir andreeff (٢٠٠٢م) (٢٧)	تمويل الرياضة في أوروبا نحو تحولات القرن الواحد والعشرين	التعرف على مشروعات التمويل الرياضي الاكثـر انتشارا في أوروبا	المنهج الوصفي	عدد (١٢) دولة اوربية (المانيا- سويسرا- بلجيكا- ايطاليا- المجر- السويد- اسبانيا- البرتغال - المملكة المتحدة)	الاستبيان
					١- بلغت مشروعات التمويل الرياضي من خلال الرعاية والإعلانات التلفزيونية ٢٤.٥ مليون دولار في بلجيكا و٢٦.٨ مليون في المجر و١٢٦.٢ مليون دولار في ايطاليا. ٢- بلغت مصروفات الرياضة في المجر ٨٩.١ مليون دولار وفي الدنمارك ٤٦٧.٤ مليون دولار في ايطاليا في المانيا ١٤٩.٥٤٣ مليون دولار	

### إجراءات الدراسة:

#### منهج البحث:

تحقيقاً لأهداف البحث وللإجابة على تساؤلاته استخدم الباحثين المنهج الوصفي "الأسلوب المسحي" وذلك لمناسبته لطبيعة البحث.

#### مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع البحث في جميع القيادات والعاملين بمديرية الشباب والرياضة ببني سويف بإدارات النشاط، وإدارة الهيئات، والتفتيش المالي والإداري، والشئون القانونية، ومديري الإدارات الفرعية ورؤساء أقسام الإدارات المذكورة بعالية، ورؤساء مجالس ادارات مراكز الشباب، وامين الصندوق ومديري مراكز الشباب بمحافظة بني سويف.

#### عينة الدراسة:

نظرا لان هذا البحث مر بعدة مراحل متعددة (دراسة استطلاعية أولي- دراسة استطلاعية ثانية- دراسة أساسية) فقد قسم الباحثين عينة البحث كما هو موضح في الجدول التالي :



## جدول رقم (١) الدراسة الاستطلاعية الاولى والثانية والدراسة الاستطلاعية

الدراسة الأساسية	الدراسة الاستطلاعية الثانية	الدراسة الاستطلاعية الأولى	الوصف
تم تطبيق الدراسة علي عينة قوامها ١٧٠ فرد	تم تطبيق الدراسة علي عينة قوامها ٣٠ فرد	عرض الاستمارة علي مجموعة الخبراء بغرض تحديد المتغيرات قيد الدراسة الخاصة والمناسبة	عدد العينة
مديرية الشباب والرياضة ببني سويف	أخصائي ورؤساء ومديري مراكز الشباب بالمديرية الشباب والرياضة	لا اهداف الدراسة	الهيئة
٢٠٢٠/١/١م حتى ٢٠٢٠/١/٣٠م	١٢/٢٢ حتى - ٢٠١٩/١٢/٣١م		تاريخ التنفيذ

جدول (١) يوصف العينة ومجتمع البحث وتاريخ التنفيذ لكل من الدراسة الاستطلاعية الأولى والثانية وكذلك الدراسة الأساسية.

### وسائل جمع البيانات :

- استخدام الباحث لجمع البيانات الوسائل الآتية :

### أولاً: المراجع العلمية والدراسات المرتبطة :

استعان الباحث بالمراجع العلمية والدراسات المرتبطة بموضوع البحث والتي تناولت المعوقات التي تواجه عقود الامتيازات التجارية والعائد من تطبيقها داخل الهيئات الرياضية ودورها في تنفيذ النشاط.

### ثانياً: استمارة تسجيل البيانات :

قام الباحث بتصميم استمارة للتحليل لتحقيق أهداف البحث مرفق (١)

### - خطوات تصميم الاستمارة:

#### ١- تحديد الهدف:

تم تحديد هدف الاستمارة في جمع معلومات كمية عن عقود الامتيازات التجارية:

#### ١- المعوقات التي تواجه الامتيازات التجارية.

٢- العائد من تطبيق الامتيازات التجارية داخل الهيئات الرياضية ودورها في تنفيذ النشاط.

## ٢- المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان:

تم حساب صدق الاستمارة بطريقتين:

- **صدق المحتوي:** اعتمد الباحث على صدق المحكمين وذلك للتعرف على مدى مناسبة المحاور والعبارات ومدى وضوحها حيث تم حذف بعض البارات وتعديل البعض الآخر وفقا لآراء الخبراء وارتضى الباحث العبارات التي حصلت على نسبة اتفاق أعلى من ٨٠%.

- **صدق الاتساق الداخلي:** تم حساب صدق الاتساق الداخلي عن طريق حساب معامل الارتباط بين العبارات في المحو مع المجموع الكلي للمحور والتي تندرج تحته العبارة ويستخدم معامل الارتباط في الكشف عن العلاقة بين أي متغيرين.

وتم التحقق من صدق الاستبيان عن طريق استخدام صدق الاتساق الداخلي كمؤشر على صدق الاستبيان عن طريق إيجاد الارتباط الثنائي بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، وذلك بتطبيق الاستبيان على (٣٠) فردا والجدول (٢) يوضح هذه النتائج.

### جدول (٢)

معاملات الارتباط بين درجات عبارات المحور الأول معوقات استخدام نظام حق الامتياز التجاري والدرجة الكلية (ن = ٣٠)

م	العبارة	معامل الارتباط بالمحور
١	وضوح القوانين والتشريعات التي تنظم هذا القطاع الحيوي	٠.١٢٩
٢	توافر المعلومات فيما يتعلق بفرص الامتياز التجاري	٠.٧٧٨
٣	وجود الأيدي العاملة المهنية المدربة علي أهم الوظائف التشغيلية والتقنية	٠.٨٤٦
٤	الاختلاف الثقافي الذي يتعارض بين مورثا الثقافي وتوجهات بعض أعمال نظام الامتياز التجاري	٠.٦٦٧
٥	وجود جهات أو مؤسسات خاصة بنظام الامتياز التجاري	٠.٨٤٥

تابع جدول (٢)  
معاملات الارتباط بين درجات عبارات المحور الأول معوقات استخدام نظام  
حق الامتياز التجاري والدرجة الكلية (ن = ٣٠)

م	العبارة	معامل الارتباط بالمحور
٦	وجود خبرات قانونية ومالية متخصصة في نظام حق الامتياز التجاري	٠.٧٦٩
٧	توافر بيان بالأنشطة المتاحة للاستثمار بها بنظام حق الامتياز التجاري	٠.٥٩٧
٨	معرفة بعض المستثمرين المحليين بنظام حق الامتياز التجاري	٠.٤٨٢
٩	الأنظمة المعمول بها في الاستثمار قديمة	٠.٧٦٥
١٠	وجود تشريعات متعلقة بحماية حقوق الملكية	٠.٦٣٢
١١	تواكب أنظمة القطاع المصرفي لمتطلبات الاستثمار	٠.٤٣٠
١٢	توجد جهة مسؤولة بوزارة الشباب والرياضة عن تنمية المنشآت الصغيرة	٠.٥٢٢
١٣	توجد إدارة متخصصة بوزارة الشباب والرياضة في نظام الامتياز التجاري	٠.٣٦٢
١٤	تفضيل المستهلكين بصفة عامة للماركات المشهور والمعروفة في قطاع كبير من المواد الاستهلاكية ومراكز الخدمة	٠.٦٧٥
١٥	يوجد معرفة لدي المستثمرين المحليين بخصوص المعلومات والبيانات الخاصة بإمكانيات وأنواع الأنشطة المتعامل بها من خلال هذا النشاط	٠.٥٣١
١٦	يوجد معرفة لدي بعض الممنوحين فيما يتعلق بأهمية شمول وتكامل دراسات جدوى المشاريع لجميع أوجه النشاط	٠.٧٩٣
١٧	التعرف علي الحقوق والالتزامات الواجب التأكد عليها من طرفي التعاقد	٠.٤٦٤
١٨	معرفة الجهات الرسمية المسؤولة عن تنظيم واعتماد عقود الامتياز التجاري	٠.٥٦٨
١٩	الإلمام بشروط ومتطلبات وإجراءات الحصول علي عقد الامتياز التجاري	٠.٠٩٤

\* قيمة "ر" الجدولية عند مستوى (٠.٠٥) = ٠.٣٦١

يتضح من جدول (٢) إن قيم معاملات الارتباط لعبارات المحور الثاني جاءت دالة إحصائياً عند مستوي (٠.٠٥) فيما عدا العبارة رقم ١، ١٩ وبذلك أصبح عدد عبارات المحور الأول (١٧) عبارة علي درجة مقبولة من الصدق

## جدول (٣)

معاملات الارتباط بين درجات عبارات المحور الثاني العائد من استخدام نظام حق الامتياز التجاري بمراكز الشباب والدرجة الكلية (ن=٣٠)

م	العبارة	معامل الارتباط بالمحور
١	يمكن هذا النظام مراكز الشباب من الاستفادة المالية والتسويقية والإدارية للمؤسسات	٠.٦٠٥
٢	يعد نظام حق الامتياز التجاري واحدا من أهم آليات الاستثمار اللامحدود في العصر الحالي	٠.٦٠١
٣	يحقق نظام الامتياز بمراكز الشباب القدرة علي تلبية رغبات الأعضاء وتنفيذ برامج الأنشطة المتنوعة	٠.٥٥١
٤	يجعل نظام الامتياز التجاري مراكز الشباب أماكن جذب للجمهور من خلال الخدمات التي يقدمها	٠.٥٤٣
٥	يساعد الامتياز التجاري علي تأهيل وتدريب الموظفين ورفع الكفاءة التقنية لهم	٠.٤٣٥
٦	يحقق الامتياز التجاري بمراكز الشباب عائد كبير بما يساعدها في تنفيذ الأنشطة المختلفة بها	٠.٣٨٤
٧	فرصة حقيقية لتمكين الشباب من توظيف قدراتهم التسويقية	٠.٤٦٦
٨	يقلل من نسب السيولة المسربة للخارج وزيادة الاستثمار في المشاريع المتوسطة والمبنية علي العلامة التجارية الناجحة	٠.٤٧٤
٩	يعد احد أهم الطرق لتوسيع المشروع أيا كان نشاطه التجاري في التغذية أو البيع بالتجزئة أو التطبيقات الالكترونية...الخ	٠.٤٤١
١٠	يساعد علي تفادي المشاكل الورقية وتفاذي مشاكل جلب الموظفين	٠.٤٣٢
١١	يساعد علي توفير الوقت والجهد المالي والتنافس	٠.٤٠٩
١٢	يساعد في تطوير العملية الإدارية بمراكز الشباب	٠.٣٦٢
١٣	يساهم في تنمية وتنوع المصادر المالية بمراكز الشباب	٠.٤١٥
١٤	يعتبر مناخ خصب للاستثمار داخل مراكز الشباب لارتفاع مؤهلات نجاح تطبيقه عالميا	٠.٤٥٩
١٥	التعامل مع آليات البيئة الداخلية والخارجية	٠.٥٢٧
١٦	خلق فرص توظيف وعمل للأعضاء بالمركز	٠.٥٣٣
١٧	الدعم المقدم من منح الامتياز في عدة صور	٠.٢٦٥

\* قيمة "ر" الجدولية عند مستوى (٠.٠٥) = ٠.٣٦١

يتضح من جدول (٣) إن قيم معاملات الارتباط لعبارات المحور الثالث جاءت دالة إحصائيا عند مستوي (٠.٠٥) فيما عدا العبارة رقم ١٧ وبذلك أصبح عدد عبارات المحور الثاني (١٦) عبارة علي درجة مقبولة من الصدق.

جدول رقم (٤)  
قيم معاملات الارتباط بين درجة كل محور والدرجة الكلية للاستبيان

المحور	مسمى المحور	قيمة الارتباط
الأول	المعوقات التي تواجه الامتياز التجاري	٠.٧٧١
الثاني	العائد من استخدام الامتياز التجاري	٠.٧٦٥

قيمة "ر" الجدولية عند درجة حرية (٢٨) ومستوى (٠.٠٥) = (٠.٣٦١)  
يتضح من جدول رقم (٤) أن قيم معاملات الارتباط بين محاور الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان جاءت دالة إحصائياً عند مستوي دلالة ٠.٠٥ مما يدل على إن الاستبيان على درجة مقبولة من الصدق.  
الثبات :

ولتحقيق ثبات الاستبيان، قام الباحث باستخدام معامل (الفاكرونباخ)، وكانت نتيجة حساب معاملات الثبات على النحو الآتي:

جدول (٥)  
قيم معامل ألفا Alpha لمحاور الاستبيان

المحور	مسمى المحور	قيمة معامل ألفا Alpha
الأول	المعوقات التي تواجه الامتياز التجاري	٠.٧٣٩
الثاني	العائد من استخدام الامتياز التجاري	٠.٧٩١

قيمة "ر" الجدولية عند درجة حرية (٢٨) ومستوى (٠.٠٥) = (٠.٣٦١)  
يتضح من جدول رقم (٥) أن قيم المعاملات للثبات بطريقة "الفا" تتراوح بين (٠.٧٣٩، ٠.٧٩١) وذلك يشير إلي أن الاستبيان على درجة مقبولة من الثبات.  
المعاملات العلمية :

تمت المعالجة الإحصائية لنتائج البحث على النسب المئوية لتكرارات آراء مجموعة عينة البحث والثبات بطريقة الفاكرونباخ.

ثانياً: الدراسات الاستطلاعية :

قام الباحث بإجراء دراستين استطلاعتين بغرض التعرف على متغيرات الدراسة والصعوبات التي قد تواجهه أثناء إجراء الدراسة الأساسية لمحاولة تلافيها والتغلب عليها.

### الدراسة الاستطلاعية الأولى :

حيث قام الباحث بعرض الاستثمارة على السادة الخبراء مرفق (٢) وذلك بغرض تحديد المتغيرات قيد الدراسة الخاصة والمناسبة لأهداف الدراسة في الفترة من الأحد الموافق ٢٠١٩/١٢/١م وحتى الاثنين ٢٠١٩/١٢/١٦م.

### أهداف الدراسة الاستطلاعية الأولى :

- تحديد المتغيرات الخاصة بعقود الامتيازات التجارية
- التعرف على الصعوبات التي قد تواجه الباحث خلال الملاحظة.
- الاستغناء عن الزيادات داخل الاستثمارة

### الدراسة الاستطلاعية الثانية :

وتم إجراء الدراسة من يوم الأحد بتاريخ ٢٠١٩/١٢/٢٢ إلى الثلاثاء ٢٠١٩/١٢/٣١ وشملت عينة الدراسة (٣٠) فرد من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأصلية كان الهدف منها حساب المعاملات العلمية للاستثمارة

### أهداف الدراسة الاستطلاعية الثانية :-

- حساب المعاملات العلمية للاستثمارة
- تفادي سلبيات الدراسة الاستطلاعية الأولى والتي كانت مركزة في كثرة البيانات في كل استثمارة
- التأكد من صلاحية استثمارة تسجيل البيانات وسهولة استخدامها وإمكانية متابعة العينة وتسجيلها.
- التعود على استخدام الاستثمارة وتدريب الأيدي المساعدة.

### ثالثاً: الدراسة الأساسية :

قام الباحث بتطبيق الدراسة على عينة قوامها (١٧٠) فرد وتم إجراء هذه الدراسة في الفترة من الأربعاء ٢٠٢٠/١/١م حتى الخميس ٢٠٢٠/١/٣٠م.

## المعالجات الإحصائية:

تمت المعالجة الإحصائية لنتائج البحث على النسب المئوية لتكرارات  
أراء مجموعة عينة البحث والثبات بطريقة الفا كرونباخ.  
عرض النتائج ومناقشتها:

### جدول (٦)

التكرارات والأهمية النسبية وكا ٢ لعبارات المحور الأول معوقات استخدام  
نظام حق الامتياز التجاري (ن = ١٧٠)

م	العبارة	أوافق		أوافق إلي حد ما		غير موافق		مجموع الدرجات المقدرة	الأهمية النسبية	كا
		ك	%	ك	%	ك	%			
١	توافر المعلومات فيما يتعلق بفرض الامتياز التجاري	٠	٠.٠	٦	٣.٥	١٦٤	٩٦.٥	١٧٦	٣٤.٥	٤٦٤.٢
٢	وجود الأيدي العاملة المهنية المدربة علي أهم الوظائف التشغيلية والتقنية	٢	١.٢	٨	٤.٧	١٦٠	٩٤.١	١٨٢	٣٥.٧	٤٣٠.٥
٣	الاختلاف الثقافي الذي يتعارض بين مورثا الثقافي وتوجهات بعض أعمال نظام الامتياز التجاري	١٥٥	٩١.٢	١٣	٧.٦	٢	١.٢	١٨٧	٣٦.٧	٢٧٦.٤
٤	وجود جهات أو مؤسسات خاصة بنظام الامتياز التجاري	٥	٢.٩	٢٥	١٤.٧	١٤٠	٨٢.٤	٢٠٥	٤٠.٢	٢٩٢.٨
٥	وجود خبرات قانونية ومالية متخصصة في نظام حق الامتياز التجاري	٢	١.٢	٢٣	١٣.٥	١٤٥	٨٥.٣	١٩٧	٣٨.٦	٣٢٨.٨
٦	توافر بيان بالأنشطة المتاحة للاستثمار بها بنظام حق الامتياز التجاري	٠	٠.٠	٢٢	١٢.٩	١٤٨	٨٧.١	١٩٢	٣٧.٦	٣٥١.٨
٧	معرفة بعض المستثمرين المحليين بنظام حق الامتياز التجاري	٤	٢.٤	١٢	٧.١	١٥٤	٩٠.٦	١٩٠	٣٧.٣	٣٨٤.١
٨	الأنظمة المعمول بها في الاستثمار قديمة	١٥٨	٩٢.٩	١١	٦.٥	١	٠.٦	١٨٣	٣٥.٩	٢٩٠.٩
٩	وجود تشريعات متعلقة بحماية حقوق الملكية	٢	١.٢	١٠.٨	٦٣.٥	٦٠	٣٥.٣	٢٨٢	٥٥.٣	٥٣.١
١٠	تواكب أنظمة القطاع المصرفي لمتطلبات الاستثمار	٧	٤.١	٦٠	٣٥.٣	١٠٣	٦٠.٦	٢٤٤	٤٧.٨	١١٩.٥

تابع جدول (٦)  
التكرارات والأهمية النسبية وكما ٢ عبارات المحور الأول معوقات استخدام  
نظام حق الامتياز التجاري (ن = ١٧٠)

م	العبارة	أوافق		أوافق إلي حد ما		غير موافق		مجموع الدرجات المقدره	الأهمية النسبية	ك
		%	ك	%	ك	%	ك			
١١	توجد جهة مسؤولة بوزارة الشباب والرياضة عن تنمية المنشآت الصغيرة	٦٥	٣٨.٢	٧٣	٤٢.٩	٣٢	١٨.٨	٣٧٣	٧٣.١	٢٢.٦
١٢	توجد إدارة متخصصة بوزارة الشباب والرياضة في نظام الامتياز التجاري	٣	١.٨	٨	٤.٧	١٥٩	٩٣.٥	١٨٤	٣٦.١	٤٢١.٣
١٣	تفضيل المستهلكين بصفة عامة للماركات المشهور والمعروفة في قطاع كبير من المواد الاستهلاكية ومراكز الخدمة	١٤٤	٨٤.٧	٢٢	١٢.٩	٤	٢.٤	٢٠٠	٣٩.٢	٢٣٢.٧
١٤	يوجد معرفة لدى المستثمرين المحليين بخصوص المعلومات والبيانات الخاصة بإمكانية وأنواع الأنشطة المتعامل بها من خلال هذا النشاط	١١	٦.٥	٢٧	١٥.٩	١٣٢	٧٧.٦	٢١٩	٤٢.٩	٢٣٧.٦
١٥	يوجد معرفة لدى بعض الممنوحين فيما يتعلق بأهمية شمول وتكامل دراسات جنوي المشاريع لجميع أوجه النشاط	١٤	٨.٢	٣٠	١٧.٦	١٢٦	٧٤.١	٢٢٨	٤٤.٧	٢٠٢.٣



تابع جدول (٦)  
التكرارات والأهمية النسبية وكا ٢ لعبارات المحور الأول معوقات استخدام  
نظام حق الامتياز التجاري (ن = ١٧٠)

م	العبرة	أوافق		أوافق إلي حد ما		غير موافق		مجموع الدرجات المقدره	الأهمية النسبية	كا
		%	ك	%	ك	%	ك			
١٦	التعرف علي الحقوق والالتزامات الواجب التأكد عليها من طرفي التعاقد	١.٢	٣١	١٨.٢	١٣٧	٨٠.٦	٢٠.٥	٤٠.٢	٢٨١.١	
١٧	معرفة الجهات الرسمية المسؤولة عن تنظيم واعتماد عقود الامتياز التجاري	٥.٩	١٩	١١.٢	١٤١	٨٢.٩	٢٠.٩	٤١.٠	٢٩٠.١	

قيمة كا الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) = (٥.٩٩)

يتضح من جدول (٦) بان النسب المئوية للتكرارات والأهمية النسبية لمحور المعوقات التي تواجه نظام حق الامتياز التجاري واستجابات عينة البحث قد انحصرت ما بين (٧٣.١%، ٣٤.٥%)، كما جاءت قيم كا ٢ دالة إحصائياً عند مستوي (٠.٠٥) على جميع العبارات ولصالح التكرار الأعلى وبالتالي هي تلزم مراكز الشباب بتحديد آليات محددة لمعرفة تلك المعوقات والمشكلات التي تواجه البرامج والأنشطة داخل مراكز الشباب والعمل على تجاوزها.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى تجاهل وإغفال تطبيق بعض المحاور المرتبطة بمواجهة المعوقات التي تواجه الامتياز التجاري داخل مراكز الشباب والمرتبطة بتطبيق برامج الأنشطة المختلفة مما يؤثر فيما بعد علي انخفاض الجودة مع استمرار العمل بدون ذلك يؤثر بشكل سلبي على الناتج النهائي المرجو تحقيقه، معوقات ومشكلات الامتياز التجاري في مراكز الشباب واليات التغلب عليها قيام بعض المتخصصين باستغلال الهيئة

المانحة، ويجب تفعيل الدور الرقابي في مكافحة استغلال حق الامتياز وإنشاء إدارة متخصصة لحماية المؤسسات والهيئات وتسهيل عملية منح حق الامتياز مع تنسيق العمل مع الجهات الرقابية للتصدي للأفراد والهيئات المستغلين وهذا ما يتفق مع دراسة كلا من "أميرة فؤاد احمد (٢٠٠١م) (٣) ودراسة **جانج هيوم كيم Jung Heom Kim** (٢٠٠٤م) (٢٠)، دراسة **جاكسون نيوتن Jackson Newton** (٢٠٠٤م) (١٩)، دراسة **أحمد نظمي عبدالله** (٢٠١٥م).

ويذكر "محمد بن دليم القحطاني" (٢٠١٧م) بالرغم من توفر مقومات نجاح نظام الفرنشايز بالمملكة، إلا أنه يعاني بعض المعوقات التي يجب تذليلها حتى يمكن تفعيل النظام على نطاق اوسع، ولعل أهمها: إصدار قانون قائم بذاته يعمل على تنظيم العلاقة والواجبات والتزامات بين طرفي العقد "المانح والممنوح"، وإنشاء جمعيات خاصة بنظام الفرنشايز لتشجيع وترويج العمل به وسد الخلل الكبير في المعلومات المتوافرة كما وكيفا عنه بالمملكة، وإنشاء بنك معلومات خاص بجميع المتعاملين بنظام الفرنشايز، يتضمن أهم المعلومات الخاصة بهذه الصناعة مثل رأس المال، العاملين، المواد الخام المحلية أو المستوردة المستخدمة، والمبيعات والارباح... إلخ، وتوفير خبرات قانونية ومالية متخصصة في نظام الفرنشايز لمساعدة المستثمرين الجدد والقائمين في صناعة الفرنشايز، وتوفير قوائم وبيانات بالأنشطة المتاحة للاستثمار بهذا النظام. (٩٨)

كما اتفقت آراء عينة البحث على العبارات التي حققت نسبة أقل من ٥٠% والتي تعني عدم موافقة عينة البحث عليها وهي العبارات أرقام (١، ٢، ٣، ٤، ٥، ٦، ٧، ٨، ١٠، ١٢، ...، ١٧) وحصول هذه العبارات على نسبة أقل من ٥٠% والتي توضح الاختلاف الثقافي بين الموروث الثقافي وتوجيهات بعض أعمال نظام حق الامتياز والأنظمة المعمول بها في حق الامتياز قديمة بالإضافة إلى تواكب أنظمة القطاع المصرفي لمتطلبات

الاستثمار ولا يمكن إغفال بعض الممنوحين فيما يتعلق بأهمية شمول وتكامل دراسات الجدوى لمشاريع أوجه النشاط المختلفة وتفضيل بعض المستهلكين بصفة عامة لماركات مشهورة ومعرفة قطاع كبير من المواد الاستهلاكية ومراكز الخدمة، وهذا ما يتفق مع دراسة "احمد كمال محمود عوض" (٢٠٠٨م) (١)، ودراسة جيانج جونكاي "Jianag Juncal" (٢٠١٣م).  
ويذكر "محمود أحمد الكندري" (٢٠١٠م) أن آليات عمل المانح تتلخص في توثيق الخبرات في أدلة العمل ودراسة السوق، والوصول إلى الانتشار المطلوب، وبناء الهيكل الداخلي والخارجي، ودراسة الطلبات المقدمة له وتحديد أهميتها، ودراسة الارباح التي يحصل عليها سواء المادية والادبية، والاشترك في هيئات ومنظمات حق الامتياز (الفرنشايز)، واعداد بيان الشفافية، ودراسة الموقع والدول المستهدفة، وعمل خطة للانتشار الجغرافي، واعداد نماذج العقود، والاجتماعات والمداولات مع الممنوحين. (٢٧)

### جدول (٧)

التكرارات والأهمية النسبية وكا ٢ عبارات المحور الثاني العائد من استخدام نظام حق الامتياز التجاري بمراكز الشباب (ن = ١٧٠)

م	العبارة	أوافق		أوافق إلي حد ما		غير موافق		مجموع الدرجات المقدرة	الأهمية النسبية	كا
		ك	%	ك	%	ك	%			
١	يمكن هذا النظام مراكز الشباب من الاستفادة المالية والتسويقية والإدارية للمؤسسات	١٥٢	٨٩.٤	١٥	٨.٨	٣	١.٨	٤٨٩	٩٥.٩	٢٦٢.٣
٢	يعد نظام حق الامتياز التجاري واحدا من أهم آليات الاستثمار اللامحدود في العصر الحالي	٦١	٣٥.٩	٩٨	٥٧.٦	١١	٦.٥	٣٩٠	٧٦.٥	٧٣.٨

تابع جدول (٧)  
التكرارات والأهمية النسبية وكا ٢ عبارات المحور الثاني العائد من استخدام  
نظام حق الامتياز التجاري بمراكز الشباب (ن = ١٧٠)

م	العبارة	أوافق		أوافق إلي حد ما		غير موافق		مجموع الدرجات المقدرة	الأهمية النسبية	كا
		ك	%	ك	%	ك	%			
٣	يحقق نظام الامتياز بمراكز الشباب القدرة على تلبية رغبات الأعضاء وتنفيذ برامج الأنشطة المتنوعة	١٢٢	٧١.٨	٤٢	٢٤.٧	٦	٣.٥	٤٥٦	٨٩.٤	١٦٦.٠
٤	يجعل نظام الامتياز التجاري مراكز الشباب أماكن جذب للجمهور من خلال الخدمات التي يقدمها	١٣٠	٧٦.٥	٢٨	١٦.٥	١٢	٧.١	٤٥٨	٨٩.٨	١٦٥.٥
٥	يساعد الامتياز التجاري علي تأهيل وتدريب الموظفين ورفع الكفاءة التقنية لهم	١٤٥	٨٥.٣	١٨	١٠.٦	٧	٤.١	٤٧٨	٩٣.٧	٢٢٥.٠
٦	يحقق الامتياز التجاري بمراكز الشباب عائد كبير بما يساعدها في تنفيذ الأنشطة المختلفة بها	١٥٣	٩٠.٠	١٥	٨.٨	٢	١.٢	٤٩١	٩٦.٣	٢٦٩.٥
٧	فرصة حقيقية لتمكين الشباب من توظيف قدراتهم التسويقية	١٣٩	٨١.٨	٢٢	١٢.٩	٩	٥.٣	٤٧٠	٩٢.٢	٢٠٠.٠
٨	يقلل من نسب السيولة المسربة للخارج وزيادة الاستثمار في المشاريع المتوسطة والمبنية علي العلامة التجارية الناجحة	١٢٨	٧٥.٣	٣٠	١٧.٦	١٢	٧.١	٤٥٦	٨٩.٤	١٦٠.٤

تابع جدول (٧)  
التكرارات والأهمية النسبية وكا ٢ لعبارات المحور الثاني العائد من استخدام  
نظام حق الامتياز التجاري بمراكز الشباب (ن = ١٧٠)

م	العبارة	أوافق		أوافق إلي حد ما		غير موافق		مجموع الدرجات المقدرة	الأهمية النسبية	كا
		ك	%	ك	%	ك	%			
٩	يعد احد أهم الطرق لتوسيع المشروع أيضا كان نشاطه التجاري في التغذية أو البيع بالتجزئة أو التطبيقات الالكترونية...الخ	١٢١	٧١.٢	٢٥	١٤.٧	٢٤	١٤.١	٤٣٧	٨٥.٧	١١٠.٨
١٠	يساعد علي تفادي المشاكل الورقية وتفادي مشاكل جلب الموظفين	١٣٨	٨١.٢	٢٢	١٢.٩	١٠	٥.٩	٤٦٨	٩١.٨	١٩٣.٨
١١	يساعد علي توفير الوقت والجهد المالي والتنافس	٤٧	٢٧.٦	١٠٥	٦١.٨	١٨	١٠.٦	٣٦٩	٧٢.٤	٥٤.٣
١٢	يساعد في تطوير العملية الإدارية بمراكز الشباب	١١٤	٦٧.١	٤٠	٢٣.٥	١٦	٩.٤	٤٣٨	٨٥.٩	١١٦.٥
١٣	يساهم في تنمية وتنوع المصادر المالية بمراكز الشباب	١٣٦	٨٠.٠	٣١	١٨.٢	٣	١.٨	٤٧٣	٩٢.٧	٢١٢.٩
١٤	يعتبر مناخ خصب للاستثمار داخل مراكز الشباب لارتفاع مؤهلات نجاح تطبيقه عالميا	١٤٤	٨٤.٧	٢١	١٢.٤	٥	٢.٩	٤٧٩	٩٣.٩	٢٢٩.٠
١٥	التعامل مع آليات البيئة الداخلية والخارجية	١٢٩	٧٥.٩	٣٠	١٧.٦	١١	٦.٥	٤٥٨	٨٩.٨	١٦٦.١
١٦	خلق فرص توظيف وعمل للأعضاء بالمركز	١٥٢	٨٩.٤	١٦	٩.٤	٢	١.٢	٤٩٠	٩٦.١	٢٦٦.١

قيمة كا الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) = (٥.٩٩)

يتضح من جدول (٦) إن النسب المئوية لاستجابات عينة البحث على المحور الثاني قد انحصرت ما بين (٧٢.٤%، ٩٦.٣%)، كما جاءت قيم

كا دالة إحصائية عند مستوي (٠.٠٥) على جميع العبارات ولصالح التكرار الأعلى

يعزو الباحث ارتفاع النسبة المئوية والخاصة باستجابات عينة البحث لعبارات المحور الثاني إلى إفادة الممنوح من اسم المانح وعلامته وشهرته وخبرته، مما يُعزز ثقة المانح والممنوح، واستقلال الممنوح له بوصفه مستثمراً ومالكاً للمشروع، كذلك تجنب الخسائر بحيث يضمن النجاح كنتيجة طبيعية للدعم الفني والإداري والتسويقي، واسم الشهرة الذي يحصل عليه من المانح، فيعد نظام الامتياز التجاري من الحلول التي تساعد على الإنماء الاقتصادي بالنسبة للجهة الممنوح لها، إذ يسهم هذا النوع من الاستثمار بتشغيل الأيدي العاملة المحلية، فيعد وسيلة ناجحة لحل أزمة البطالة.

وهذا ما اتفق عليه كلا من "طلال محمد (٢٠٠٨م) (١١)، بدر العتيبي (٢٠٠٨م) (٥)، مصطفى العدوي" (٢٠١١م) (١٦) بأن نظام الامتياز التجاري يحقق مصالح المانح والممنوح له الامتياز، بما فيه من تطوير وتنمية آليات الاستثمار، بإفادة المانح من الانتشار في أسواق مختلفة ومتنوعة ما كان يصل إليها دون استثمار أموال طائلة، ومن ناحية أخرى إفادة الحاصل على الامتياز من سمعة وشهرته المانح وما يقدمه من خدمات أو منتجات محققا بذلك أرباحا ما كان ليحققها بمفرده في وقت وجيز.

يري الباحث بان مراكز الشباب باعتبارها وجهة لوزارة الشباب والرياضة بشكل عام تمكن المستفيد من تمييز منتجات وخدمات الهيئة المقدمة وتعتبر علامة ضمانا للجودة المتواصلة وتساعد على الترابط والمعرفة لدي المستفيد من الخدمة كما ترفع من قيمة الهيئة الاقتصادية بزيادة رأس المال في اتجاه تقديم الخدمات والانشطة المتنوعة وتميز الهيئة بخدماتها المتكاملة بما لا يسمح للهيئات الأخرى من استغلال العلامة التجارية وهذا

ما أكدته من قبل دراسة كلا من دراسة "شانك Shank m d" (٢٠٠٢م) (٢١)، دراسة "ولدماير اندروف Wldimir andreff" (٢٠٠٢م) (٢٢). وتشير كلا من "زينب سليمان، رانيا حسنين" (٢٠٠٩م) أنه من خلال نظام الفرشايذ يحصل الممنوح على نشاط مؤسس بشكل جيد، وفريق عمل لإدارة المشروع، وتحقيق وفورات انتاج كبيره نظرا للشراء بأسعار اقل، كما يقوم المانح بتقديم نظم واساليب التشغيل والادارة والرقابة الفعالة، سواء ما يتعلق بالموارد البشرية المدربة أو تقنيات الرقابة على جودة المدخلات والعمليات والمخرجات والخطط التفصيلية للإنتاج والتسويق من خلال نظام معلومات مرتبط بالشركة الام والبيئة الجغرافية والتسويقية للممنوح، مما يساعد على نمو وانتشار المنتج او الخدمة. (٤١)

**الاستنتاجات :**

في حدود مشكلة البحث وأهميته وفي ضوء هدفه وتساؤلاته وطبيعة العينة وفي إطار المعالجات الإحصائية وتفسير النتائج ومناقشتها تمكن الباحث من التوصل إلى :

- ١- لا تقوم الهيئات الشبابية لتسجيل كافة الحقوق الفكرية المرتبطة بها.
- ٢- لا يوجد إدارة لحماية التسويق واستثمار موارده بالهيئات الشبابية.
- ٣- لا يوجد تنسيق مع الجهات الرقابية لحماية الهيئة والمؤسسة من استغلال حقوقها الفكرية.
- ٤- لا يوجد مواقع إلكترونية لتسويق الأنشطة التي تمارس داخل مراكز الشباب.
- ٥- لا يوجد تصور واضح للجمهور عن نشاط مراكز الشباب وأهدافها ومنتجاتها.
- ٦- عدم وجود ثقافة رياضية مرتبطة بعملية التسويق داخل مراكز الشباب.
- ٧- لا يوجد إدارة متخصصة بحق الامتياز التجاري بوزارة الشباب والرياضة.

## التوصيات :

في ضوء أهداف البحث واستنتاجاته يوصي الباحث بما يلي :

- ١- عقد مؤتمرات ودورات لتعريف العاملين في الهيئات الشبابية بالأهمية الاقتصادية لعقود الامتياز التجاري وكيفية الاستفادة منها في زيادة الدخل المادي بمراكز الشباب.
- ٢- وضع تشريعات بقانون مراكز الشباب تختص بعقود الامتيازات التجارية بكافة أنواعها وكيفية تلائمها مع الوضع الاقتصادي للمجتمع.
- ٣- نشر ثقافة الامتياز التجاري وتوعية القيادات التنفيذيين ورؤساء مجالس الإدارات ومديري المراكز وذلك للحفاظ على حقوق الهيئة.
- ٤- إنشاء إدارات وأقسام تكون مختصة بالاستثمارات والتسويق الرياضي داخل المديریات والإدارات المرتبطة بها.
- ٥- إنشاء إدارات وأقسام تكون مختصة بحق الامتياز التجاري داخل وزارة الشباب والرياضة والمديریات المرتبطة بها.
- ٦- دراسة الاتجاهات العلمية من الأبحاث السابقة والمرتبطة بالاستثمارات والتسويق ودورها في كيفية حماية المؤسسات والهيئات الشبابية.

## (( المراجع ))

### أولاً: المراجع العربية :

- ١- احمد كمال محمود عوض الله (٢٠٠٨م): خطة مقترحة لحماية تسويق واستثمار العلامة التجارية للمنظومة الرياضية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين بالهرم، جامعة حلوان.
- ٢- أحمد نظمي عبدالله (٢٠١٥م): وضع استراتيجية تسويقية للاندية الرياضية من وجهة النظر الاستثمارية، رسالة دكتوراه (غير منشورة)، كلية التربية الرياضية، جامعة حلوان.



- ٣- أمير احمد التونسي ومحمد جلال محمد (٢٠٠٠م): التمويل والإدارة المالية (النظرية والتطبيق)، مكتبة المنشية، أسبوط.
- ٤- السعدني خليل السعدني، نادي احمد علي (٢٠١٧م): وظائف العلامة التجارية وعلاقتها بتراخيص الاستعمال في المؤسسات الرياضية، بحث منشور، المجلة العلمية للتربية الرياضية، العدد ٥٥ يوليو ٢٠١٧، جامعة الاسكندرية.
- ٥- أميرة فؤاد احمد مهران (٢٠٠١م): إدارة الأسماء والعلامات المميزة واثرها على الاستراتيجيات التسويقية للشركات المصرية (دراسة مقارنة)، كلية التجارة، جامعة القاهرة
- ٦- بدر العتيبي (٢٠٠٨م): الامتياز التجاري بوابة المستقبل للمنشآت الصغيرة والمتوسطة، مجلة رواد الأعمال لمنطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا، عدد يوليو.
- ٧- حسام رضوان كامل (٢٠٠٠م): اقتصاديات الاتحادات الرياضية الاولمبية المصرية (دراسة تحليلية)، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين ن جامعة حلوان، القاهرة.
- ٨- حسام الدين عبد الغني الصغير (١٩٩٣م): الترخيص باستعمال العلامات التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة.
- ٩- حسن احمد عطية الشافعي (٢٠٠٢م): الخصخصة الإدارية والقانونية في التربية البدنية والرياضة، مكتبة الإشعاع الفني، الإسكندرية.
- ١٠- حسن احمد عطية الشافعي (٢٠٠٩): التربس- الويبو- الفرنايز في التربية البدنية والرياضة، ط ١، دار الوفاء للطباعة والنشر، الاسكندرية.

- ١١- عبد الله فرغلي احمد (٢٠٠٣م): منظومة مراكز الشباب التربوية، الطبعة الاولى، مركز الكتاب للنشر.
- ١٢- طلال محمد بادكوك (٢٠٠٨م): ماضي وحاضر ومستقبل صناعة الامتياز التجاري في المملكة العربية السعودية، مؤتمر معرض الامتياز التجاري الأول في المملكة العربية السعودية، الرياض.
- ١٣- رفعت محمد الصغير (٢٠٠٠م) : نقل التكنولوجيا في ظل اتفاقية حقوق الملكية الفكرية لدولة أوروغواي وأثرها على القطاع الزراعي في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة وإدارة الأعمال، جامعة القاهرة.
- ١٤- زينب سليمان، رانيا حسنين (٢٠٠٩م): الامتياز التجاري (الفرنشايز) مستقبل المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، القاهرة، وزارة التجارة والصناعة، الادارة المركزية لبرامج دعم القدرة التنافسية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة.
- ١٥- ماجد عبد العظيم قابيل (٢٠١٦م) : نحو معايير اقتصادية لقياس الكفاءة الاقتصادية للمشاريع التي تدار بنظام الفرنشايز (الامتياز التجاري) ودورها في جذب الاستثمارات الأجنبية بجمهورية مصر العربية، بحث منشور، مجلة البحوث الادارية، اكااديمية السادات للعلوم الادارية، مركز البحوث والاستشارات والتطوير، مج ٤٣ العدد ٤.
- ١٦- ماهر محمد السيد عطية (٢٠١٠م) : الترويج لنظام الفرنشايز لتسويق المنتجات والخدمات الرياضية محليا وعالميا في ظل عولمة الإعلام الرياضي، رسالة دكتوراه، كلية التربية الرياضية، جامعة طنطا.

١٧- محمد بن دليم القحطاني (٢٠١٧م): مقومات تأهل المنظمات السعودية للفرنشايز "دراسة ميدانية على الشركات الوطنية الممنوعة"، المجلة العربية للإدارة، مج ٣٧، ع ١ مارس ٢٠١٧.

١٨- محمود أحمد الكندري (٢٠١٠م): أهم المشكلات العلمية التي يواجهها عقد الامتياز التجاري، مجلة الحقوق، الكويت، مج ٢٤، ع ٤، ٢٠١٠.

١٩- مصطفى حسين باهي (٢٠٠٦م): سيكولوجية الإدارة الرياضية، مكتبة الانجلو المصرية.

٢٠- مصطفى العدوي (٢٠١١م): القانون الواجب التطبيق على عقود الامتياز التجاري "دراسة مقارنة"، مجلة حلوان للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد ٢٥، القاهرة.

٢١- منصور عبد العزيز المنتصر (٢٠٠٢م): العلامة التجارية وأحكامها في الفقه والنظام، رسالة دكتوراه، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.

٢٢- نبيه عبد الحميد العلقامي (١٩٩٧م): مقدمة في السياسات الإدارية (مراكز الشباب)، مركز الكتاب للنشر.

### ثانياً: المراجع الأجنبية

23- Jackson- E Newton Jr (2004): Sport Sponsor Ships Match Up Effect On Consumer Based Brand Equity, Florida-State-University, U.S.A

24- Jian. Junca (2013): Essys on consumer search and organization , 16 (4) pp, 550-556 , Cited 1 time.

- 25- Jung Heom Kim (2004):** An investigation Of Promotional Events And Other Factors That Affect The Attendance On Sporting Events Impartial Fulfillment Of The Requirements For The Degree Of Doctor Of Philosophy The University Of Minnerstory, June,
- 26- Shank m d (2002):** Sport marketing (strategic respective) upper saddle river , n j prentice hii
- 27- Wldimir andreff (2002):** Sport financing in Europe towards a transformation in the 21 century 2002