

نموذج مقترح لتطبيق حق الامتياز التجاري (الفرنشايز) بالمؤسسات الرياضية
***د/ أحمد حسني السيد خليل**
****د/ عمرو محمد حامد زاهر**

المخلص:

يهدف هذا البحث إلى وضع نموذج مقترح لتطبيق حق الامتياز التجاري (الفرنشايز) بالمؤسسات الرياضية، وقد تم إجراء البحث على عينة قوامها (٢٨١) فرداً من طرفي العلاقة التعاقدية لعقد الامتياز التجاري (مانح الحق "مؤسسات رياضية" تتمثل في "أعضاء مجالس الادارات, المديرين, العاملين"- الممنوح له الحق "مستثمرين رياضيين") بمحاظفة الدقهلية، من مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة، وتم اختيار العينة بالطريقة العشوائية البسيطة، واشتملت أدوات البحث على استمارة البيانات الأولية العامة للعينة، واستبيان حق الامتياز التجاري (الفرنشايز) بالمؤسسات الرياضية بمحاوره، وتم جمع البيانات باستخدام تحليل الوثائق والاستبيانات، وتم تصنيف وتبويب وجدوله البيانات التي تم جمعها وتحليلها إحصائياً وإتباع أساليب إحصائية مناسبة من خلال برنامج Spss، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي لتناسبه مع طبيعة البحث.

وصولاً لأهم نتائج البحث والتي تؤكد على: يعد نظام حق الامتياز التجاري أحد أهم آليات الاستثمار للمؤسسات الرياضية من خلال تحقيق المزيد من الأرباح، وزيادة القيمة السوقية داخل السوق الرياضي، ويعد الامتياز التجاري هو عقد يمنح بمقتضاه المؤسسة الرياضية، حق استخدام حقوق الملكية الفكرية (الاسم التجاري، العلامة التجارية، براءة الاختراع، حقوق الملكية الفكرية) للمستثمر، لا توجد فروق بين متوسطات درجات مانح حق الامتياز التجاري "المؤسسات الرياضية" والممنوح له حق الامتياز التجاري "المستثمر الرياضي" في استبيان حق الامتياز التجاري.

وقد أوصي البحث الحالي على: ضرورة عقد مؤتمرات وندوات مخصصة لنشر ثقافة الاستثمار بنظام حق الامتياز التجاري داخل سوق الرياضة المصري، والعمل على سن تشريع بقانون الرياضة المصري يختص بتنظيم التعاقد بنظام حق الامتياز التجاري بما يتلائم مع اقتصاديات الرياضة، وإجراء مزيد من الدراسات والأبحاث حول سبل التسويق والاستثمار بنظام حق الامتياز التجاري داخل سوق الرياضة بجمهورية مصر العربية.

* أستاذ مساعد بقسم الادارة الرياضية- كلية التربية الرياضية- جامعة المنصورة.

** مدرس بقسم الادارة الرياضية- كلية التربية الرياضية- جامعة المنصورة.

مقدمة البحث:

يعود تاريخ مصطلح حق الامتياز التجاري Franchise الفرنسي الأصل إلى العصور الوسطى عندما كانت تمنح الممالك حق الامتياز للتجار وأصحاب الأعمال لإقامة أسواق ومراكز تجارية لأنشطتهم على أراضي ومدن المملكة مقابل حقوق وامتيازات يحصل عليها الملك لقاء ذلك، أما في العصر الحديث وتحديداً بعد الثورة الصناعية وما تبعها من تطور للنماذج التجارية، إذ بدأ نظام الفرنشايز أو حق الامتياز يظهر كنموذج عمل تجاري رسمي في الأوساط الاقتصادية. (٦ : ٩١٢، ٩١٣)

ويعتبر الامتياز التجاري محور اهتمام عالمي ملحوظ في الفترة الأخيرة، واتجهت كثير من الدول اليوم بتوجيهاتها السياسية والاقتصادية إلى منح هذا الحق وذلك إما لتحقيق أكبر قدر من الكفاءة أو للتقليل من المشروعات الخاسرة أو لدوافع أخرى وخاصة في صناعة الرياضة مع اهتمام المؤسسات والهيئات الرياضية، حيث تشير إدارة الجمعية المصرية لشباب الأعمال أن حجم الفرنشايز في مصر عام ٢٠٢١م وصل لـ ٨٠ مليار جنيه استثمار مباشر، و ٩٠ مليار جنيه استثمار غير مباشر، بإجمالي ١٧٠ مليار جنيه استثمارات حالياً في الفرنشايز مابين العلامات الأجنبية التي تستثمر في مصر أو العلامات المصرية. (١ : ٤٦٦)

والفرنشايز أو حق الامتياز التجاري عبارة عن منظومة متكاملة من الإنتاج والتسويق والتوزيع للسلع والخدمات الذي يقوم علي اتفاق يمنح فيه مشروع أو علامة تجارية قائمة ترخيص لطرف ثاني بالعمل وممارسة النشاط التجاري باستخدام اسم العلامة التجارية الأولى ذاته، سواء باستخدام الاسم ذاته أو نظام التصنيع أو التوزيع أو الإنتاج أو المبيعات أو هذه العناصر مجتمعة. وهذا يكون مقابل حصول العلامة التجارية الأساسية على نسبة من الأرباح والعائدات أو قيمة معينة مقدمة لقاء منح حق الامتياز أو الاثنتين معاً، يسمى الطرف الأول أو العلامة التجارية الأساسية مانح حق الامتياز أو franchisor ، ويسمى الطرف الثاني مالك الامتياز أو franchisee. (٨ : ٣٠٧)

وأصبحت الرياضة سلعة لها قيمتها وصناعة لها كيانها، كما أصبحت من أكبر الأعمال التجارية، والعلامة التجارية التي تمثل الأندية الرياضية على سبيل المثال تعتبر في الدول المتقدمة أصل هام من الأصول التي تمتلكها ولذلك فهي تهتم بإدارتها اهتماماً كبيراً ويتم دورياً تحليل العلامات المنافسة ووضع أهداف للعلامة التجارية وتعظيم مساهمة العلامة من خلال مصادرها المختلفة بمعنى رفع مستوى الوعي بالعلامة والحفاظ على حقوق الهيئة

المالكة لهذه العلامة التجارية، حيث أن رفع مستوى ادراك العملاء لجودة منتجات العلامة تكون صورة ذهنية ايجابية عن العلامة التجارية للمؤسسة وترفع مستوى الولاء للعلامة، حيث وجود علامات قوية في السوق تحقق ميزة تنافسية للمنظمة خاصة في ظل التحديات الحالية التي يمر بها الاقتصاد العالمي والمحلي لذلك من الأهمية ان تواكب التشريعات والقوانين ظروف السوق العالمية والمحلية لتكون العلامة التجارية من اهم مصادر التمويل الذاتي للرياضة. (٥ : ٢)

حيث بدأت العديد من الهيئات والمؤسسات الرياضية العربية بالبدا في منح حق الامتياز التجاري مثل نادي الهلال السعودي والذي أشار نادي الهلال في بيان رسمي إلى أن هذه الخطوة الاستثمارية غير مسبوقه على مستوى الأندية السعودية، وذلك في إطار تعزيز الجوانب الاستثمارية للنادي، امتدادًا لخطواته السابقة في هذا المجال، ويتضمن حق الامتياز منح الشركة إنشاء وتشغيل المراكز الرياضية، واستخدام اسم وشعار وهوية نادي الهلال، إضافة إلى الترويج والتسويق للمشروع عبر منصات النادي المختلفة، وأشار مجلس إدارة نادي الشباب أن النادي فتح المجال للاستثمار الرياضي بنظام الامتياز التجاري وذلك من خلال اكااديميات النادي الرياضية. وأن النادي منح حقوق الامتياز لـ ٨ من الجهات ستقوم بتشغيل هذه الاكااديميات وفق شروط محددة على أن يكون للنادي الحق في اختيار أي لاعب من أي اكااديمية، وأشار رئيس نادي الشباب إلى أن الخطة الموضوعه تنص على منح حقوق الامتياز لـ ٢٥ مؤسسة او جهة راغبة في مختلف مدن المملكة. (١٥)

ويوجد العديد من المزايا التي يحصل عليها المرخص له، أهمها القدرة على استثمار شهر علامة أو شعار مانح الترخيص، بالإضافة إلى القدرة على استثمار الظواهر قصيرة المدى في الرياضة مثل الفوز بأحد الأحداث الرياضية، فتكون هناك فرض للمبيعات في الفترة التي تلي الفوز بالبطولة مباشرة، ومن أحد أهم الفوائد الجديرة بالذكر هي القدرة على استثمار اقتصاديات المجال الرياضي، أي استخدام التجهيزات بشكل أفضل وإدارة خطوط إنتاج بلا انقطاع، وبالتالي فإن متوسط تكلفة الإنتاج ستخفض، وأخيرا يمكن للمرخص له الاستفادة من الحصول على مستوى مرتفع من الربح بسبب نقطة السعر الجديدة التي يتم الوصول إليها من خلال إضافة قيمة الشعار المشهور. (٤ : ٢٣٣)

مشكلة البحث:

تلعب الدولة المصرية دورا كبيرا في حق الامتياز التجاري من خلال قيام جهاز تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة في مصر بتنفيذ ١٢ ندوة تعريفية عن مشروعات الفرشاي

لعدد ١٠٤ مستفيد، وتنفيذ ملتقى لشركات الفرانشايز بالتعاون مع وزارة الشباب والرياضة لتشجيع الشباب على الدخول في مجال العمل الحر، حيث ضم الملتقى عدد ١٥ شركة ذات علامة تجارية معروفة، كما قام بترشيح ١٣ شركة جديدة وضمها إلى محفظة الشركات المانحة للعلامة التجارية، فضلاً عن تسجيل ٣٠٤ استمارة لعملاء راغبين في مشروعات الفرانشايز من خلال المكاتب الإقليمية والموقع الإلكتروني لبوابة الفرانشايز خلال ٢٠٢٠م.

وقد أكدت نتائج دراسة كلا من "سعد شلبي وناجي إسماعيل (٢٠١٣م) (٤) وماهر عطية" (٢٠١٠م) (٩)، على أن الأندية المصرية والاتحاد المصري لكرة القدم تسعى إلى التركيز على تيارات العوائد المالية عند إدارة برامج التراخيص باستخدام العلامة التجارية في مجال كرة القدم بينما تركز الأندية الإماراتية والاتحاد الوطني الإماراتي علي بناء الهوية وتعزيز الصورة داخل سوق كرة القدم الإماراتي، علاوة على ذلك عدم وجود تشريعات خاصة تساعد وتوضح تطبيق عقود نظام الفرانشايز في المجال الرياضي لتسويق المنتجات الرياضية في مصر.

كما أوصت دراسات كل من "منير علي (٢٠١٩) (١١)، حسام مبارك وأحمد الحسيني (٢٠١٨م) (٢)، السعدني خليل، نادي أحمد (٢٠١٧م) (٥)، ناجي إسماعيل وسعد شلبي" (٢٠١٣م) (٤) إلي ضرورة اجراء دراسات حول مدركات الجمهور والمستهلكين للعلامات التجارية لكل من الأندية والاتحادات الوطنية، وضرورة الاهتمام بالعلامة التجارية كجانب اتصالي بالجمهور من خلال المنتجات والخدمات التي يقدمها النادي، بالإضافة إلى وضع تشريع لحماية العلامة التجارية بالهيئات الرياضية "مانحة الحقوق" وللشركات التجارية "الممنوح لها الحقوق"، وضرورة العمل على تطوير صيغ التعاقد في الامتياز التجاري وإيجاد نظام مفصل لممارسته والعمل على نشر ثقافة وصناعة الامتياز التجاري.

وإن اتفاقات التراخيص الرياضية والمبيعات التجارية تشكل جزء هاماً من المزيج التسويقي الرياضي حيث تحقق عوائد كبيرة لصالح ملاك الحقوق (مانحي التراخيص) وأصحاب الامتياز (المرخص لهم) على حد سواء. (١٢: ٢٢٣)

وقد نتج عن نمو المبيعات للمنتجات والسلع المرخصة جني مكاسب مالية قد تكون مفاجئة للعديد من الاتحادات و الأندية الرياضية التي تعمل في صناعة كرة القدم، حيث يحصل مانحي الحقوق والتراخيص على نسبة مئوية من العائد الذي يتم جمعه من خلال بيع البضائع المرخصة التي تحمل شعاراتهم وعلاماتهم التجارية والتي تمثل في المتوسط (٣١%) من إجمالي العوائد (٤: ٢٣٤)

كل هذا دفع الباحثان إلي دراسة كيفية تطبيق نظم حق الامتياز التجاري في المجال الرياضي، وتوضيح اسباب استخدام مصطلح الامتياز التجاري كمرادف لمصطلح الفرانشايز، نظرا لأنه ليس نوعاً من عقود التراخيص التجارية وإن كان ينطوي على واحد أو أكثر منها، كترخيص العلامة التجارية، حيث الامتياز التجاري (الفرانشايز Franchising) هو أسلوب مبتكر ابتدعته حاجات التجارة لزيادة حجم المشروع وتوسيع دائرة نشاطه، وذلك بالترخيص لمشروع، أو عدة مشروعات أخرى ببيع المنتجات، أو تقديم الخدمات، وذلك باتباع شكل معين ونظام تجاري معين يخص المشروع المملوك للمرخص، ويعتمد هذا الأسلوب بصفة أساسية على استعمال المرخص له اسم المرخص التجاري وعلامته التجارية إن وجدت، وهو يختلف عن الترخيص باستخدام العلامة التجارية في أنه يعتمد كلياً على السمعة التجارية للمشروع المرخص، وطريقة بيع المنتجات أو الخدمات أو عرضها، تلك التي يقدمها هذا المشروع معتمداً على المعرفة الفنية للمرخص.

هدف البحث:

يهدف البحث إلى وضع نموذج مقترح لتطبيق حق الامتياز التجاري (الفرانشايز) بالأندية الرياضية، وذلك من خلال الإجابة على تساؤلات البحث التالية.

تساؤلات البحث:

١. ما عوائد تطبيق حق الامتياز التجاري "الفرانشايز" لطرفي التعاقد "المؤسسة الرياضية - المستثمر"؟
٢. ما الطبيعة القانونية لحق الامتياز التجاري "الفرانشايز" لطرفي التعاقد "المؤسسة الرياضية - المستثمر"؟
٣. ما طبيعة العلاقة التعاقدية بين طرفي عقد الامتياز التجاري "الفرانشايز" "المؤسسة الرياضية - المستثمر"؟
٤. ما صور حق الامتياز التجاري "الفرانشايز" لطرفي التعاقد "المؤسسة الرياضية - المستثمر"؟
٥. ما معوقات تطبيق حق الامتياز التجاري "الفرانشايز" لطرفي التعاقد "المؤسسة الرياضية - المستثمر"؟

مصطلحات البحث:

- حق الامتياز التجاري:

"علاقة بين طرفين يقوم بمقتضاه أحد الطرفين والذي يُسمى مانح الامتياز بمنح الطرف الآخر والذي يُسمى ممنوح الامتياز الحق ببدء العمل أو عمل مشروع تحت الاسم

أو العلامة والشهرة التجارية التي ترتبط بمنتج المانح، من خلال وتزويد الممنوح له بالسلع، وإكسابه المعرفة العلمية، بما في ذلك المعرفة الفنيّة وما يرتبط بها، وفي المقابل يجب على الممنوح له استثمار تلك المعرفة، والاستفادة من العلامة التجارية والسلع مقابل التزامه بدفع مبلغ مالي، والمحافظة على السريّة، وتجنّب المنافسة". (٨ : ٣٦٥)

- المرخص:

"هو صاحب الحقوق وهو المسئول عن منح تراخيص الملكية الفكرية في النطاق الجغرافي". (تعريف اجرائي)

- المرخص له:

"هو صاحب الحق الوحيد في استغلال العلامات التجارية في انتاج منتجات وسلع تحمل العلامة التجارية في النطاق الجغرافي المعين" (تعريف اجرائي)
الدراسات المرجعية:

١- دراسة "أحمد محمد، إسماعيل محمد، وجية أحمد" ٢٠٢٠م (٢) بعنوان "معوقات استخدام نظام حق الامتياز التجاري بمراكز الشباب بمحافظة بني سويف"، وهدفت الدراسة إلى القيام بدراسة معوقات استخدام نظام حق الامتياز التجاري بمراكز الشباب بمحافظة بني سويف، المنهج المستخدم المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من (١٧٠) من العاملين بالأندية الرياضية، ولجمع بيانات الدراسة أستخدم الاستبيان كأداة من أدوات جمع البيانات، وكانت أهم نتائج الدراسة لا يوجد إدارة متخصصة بحق الامتياز التجاري بوزارة الشباب والرياضة.

٢- دراسة "السعدني خليل، نادي أحمد" ٢٠١٧م (٥) بعنوان "وظائف العلامة التجارية وعلاقتها بترخيص الاستعمال في المؤسسات الرياضية"، هدف الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين وظائف العلامة التجارية وترخيص استعمال العلامة التجارية في المؤسسات الرياضية، المنهج المستخدم المنهج الوصفي، عينة الدراسة عينة عشوائية مكونة من ٤٠ فرد من اعضاء مجلس ادارة الاتحادات والاندية والمستثمرين من واقع سجلات الغرفة التجارية بالقاهرة، ولجمع بيانات الدراسة أستخدم الاستبيان كأداة من أدوات جمع البيانات، وكانت أهم النتائج العلامة التجارية ذات اهمية اقتصادية للهيئات الرياضية لتنمية اتجاه اقتصادية صناعة الرياضة بمصر، ويحق للهيئة الرياضية بتسويق منتجاتها وعلامتها التجارية من خلال لاعبيها في وسائل الاعلام المختلفة.

٣- دراسة "سعد شلبي، ناجي اسماعيل" ٢٠١٣م (٤) بعنوان "إدارة اتفاقات برامج الترخيص باستخدام العلامات التجارية في صناعة كرة القدم المصرية والإماراتية" دراسة مقارنة"، وهدفت الدراسة إلى مقارنة الإجراءات التي تتبعها الاتحادات الوطنية وأندية كرة القدم في جمهورية مصر العربية والإمارات العربية المتحدة، المنهج المستخدم المنهج الوصفي، عينة الدراسة ٢٥٤ فرد من العاملين بالاتحادات الرياضية والاندية الرياضية المصرية والاماراتية، ولجمع بيانات الدراسة استخدم الاستبيان كأداة من أدوات جمع البيانات، وكانت من أهم النتائج تلعب طبيعة الأسواق التي تعمل بها الأندية والاتحادات الوطنية لكرة القدم دورا رئيسيا في إدارة اتفاقات برامج التراخيص باستخدام العلامات التجارية في مجال كرة القدم.

٤- دراسة Hamilal et al (٢٠١٠) (١٣) بعنوان "العلاقة بين الحكم في نادي برشلونة واستراتيجية الاداء التجاري في الفترة من (٢٠٠٠م : ٢٠٠٨م)"، وهدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين الحكم في نادي برشلونة واستراتيجية الاداء التجاري في الفترة من (٢٠٠٠م : ٢٠٠٨م)، المنهج المستخدم المنهج الوصفي، عينة الدراسة ٢٤٥ نادي رياضي، ولجمع بيانات الدراسة استخدم تحليل المحتوى، وكانت من أهم النتائج أن نادي برشلونة قد اتبع استراتيجية تجارية أدت الي ارتفاع العوائد إلى ٩٤ مليون يورو خلال موسم ٢٠٠٦/٢٠٠٧م كما قام بتمديد صفقة لتصنيع الأدوات والملابس الرياضية المرخصة مع شركة NICK حيث نص العقد على شكل التوزيع المشترك للإيرادات يكون بواقع (٥٠ - ٥٠) لكل من الشركة والنادي حيث حصلت الشركة على الترخيص بترويج جميع السلع والبضائع التي تحمل شعار نادي برشلونة.

٥- دراسة "ماهر عطية" ٢٠١٠م (٩) بعنوان "الترويج لنظام الفرانشايز لتسويق المنتجات والخدمات الرياضية محليا وعالميا في ظل عولمة الاعلام الرياضي"، وهدفت الدراسة إلى تحديد مفهوم وأنواع الفرانشايز كوسيلة مبتكرة لتسويق وتقديم المنتجات والخدمات الرياضية محليا وعالميا وتحديد الالتزامات لكلا طرفي العقد، المنهج المستخدم المنهج الوصفي، عينة الدراسة ١٣٠ فرد من رؤساء وأعضاء مجالس إدارات المجلس القومي للرياضة والاتحادات الرياضية والأندية الرياضية، ولجمع بيانات الدراسة استخدم الاستبيان والمقابلة الشخصية كأداة من أدوات جمع البيانات، وكانت من أهم النتائج عدم وجود تشريعات خاصة تساعد وتوضح تطبيق عقود نظام الفرانشايز في المجال الرياضي لتسويق المنتجات الرياضية في مصر.

٦- دراسة Hans boure and Necola sour (٢٠٠٥) (١٤) بعنوان "القيمة التسويقية للعلامة التجارية المبنية على اساس العميل في المجال المهني للفرق الرياضية"، وهدفت الدراسة إلى ترشيح نموذج لتقييم العلامة التجارية في المجال الرياضي على اساس رد فعل العميل "الجمهور" واستجابته كوسيلة للنمو الاقتصادي، المنهج المستخدم المنهج الوصفي، عينة الدراسة ٢٤٥ نادي رياضي، ولجمع بيانات الدراسة أستخدم تحليل المحتوي، وكانت من أهم النتائج أن العلامة التجارية تسمح لأرقام الاداء الاقتصادي بالنمو وان تسويق البضائع هي ابرز امتدادات العلامة التجارية في رياضة الفرق.

إجراءات البحث:

المنهج المستخدم:

سوف يستخدم الباحثان المنهج الوصفي، الاسلوب المسحي لتناسبه مع طبيعة البحث.

مجتمع وعينة البحث:

مجتمع البحث:

- يتحدد مجتمع البحث من طرفي العلاقة التعاقدية لعقد الامتياز التجاري (مانح الحق "مؤسسات رياضية" - الممنوح له الحق "مستثمرين رياضيين") وذلك على النحو التالي:
 ١. مانح حق الامتياز التجاري "الفرنشايز": يتحدد من أعضاء مجالس الادارات والمديرين والعاملين بالمؤسسات الرياضية التالية:
 - مؤسسات غير ربحية: "أندية رياضية، مراكز شباب".
 - مؤسسات ربحية: "مراكز لياقة بدنية، أكاديميات رياضية، عارضي السلع الرياضية"
 ٢. الممنوح له حق الامتياز التجاري "الفرنشايز": يتحدد من مجموعة من المستثمرين الرياضيين.

عينة تقنين أدوات البحث:

تم تحديد عينة التقنين والتي بلغ عددها (٥٠) فرداً تم اختيارهم بطريقة عشوائية من خارج عينة البحث الأساسية وممثلة لمجتمع البحث في الفترة من (٢٠٢١/١٢/٠٥) م الي (٢٠٢١/١٢/٢١) م، ويوضح جدول (١) تصنيف عينة التقنين.

عينة البحث الأساسية وحدودها:

قام الباحث باختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية، وبلغ حجم العينة التي طبق عليها الاستبيان (٢٩٤) فرداً من طرفي العلاقة التعاقدية لعقد الامتياز التجاري (مانح الحق

"مؤسسات رياضية" تتمثل في "أعضاء مجالس الادارات, المديرين, العاملين" - الممنوح له الحق "مستثمرين رياضيين" بمحافظة الدقهلية، وتم استبعاد (١٣) استمارة لعدم استيفائها شروط التطبيق والتسرب من عينة البحث، وبذلك بلغ حجم العينة (٢٨١) فرداً، ويوضح جدول (١) تصنيف عينة الدراسة الأساسية.

- الحدود البشرية: تتكون من طرفي العلاقة التعاقدية لعقد الامتياز التجاري (مانح الحق "مؤسسات رياضية" تتمثل في "أعضاء مجالس الادارات, المديرين, العاملين" - الممنوح له الحق "مستثمرين رياضيين" بمحافظة الدقهلية، وتم اختيارهم بطريقة عشوائية، وتم الالتزام بالمبادئ التوجيهية الأخلاقية أثناء إجراء البحث.
- الحدود المكانية: تم التطبيق الميداني على عينة من طرفي العلاقة التعاقدية لعقد الامتياز التجاري (مانح الحق "مؤسسات رياضية" أعضاء مجالس الادارات, المديرين, العاملين" - الممنوح له الحق "مستثمرين رياضيين" بمحافظة الدقهلية.
- الحدود الزمنية: تم التطبيق الميداني لأدوات البحث في صورتها النهائية من (٢٠٢٢/٠١/٠٦م) إلى (٢٠٢٢/٠٢/١٠م).

جدول (١)

بيان عددي ونسبي لعينة التقنين والأساسية قيد البحث

م	طرفي عقد الامتياز التجاري		العينة الأساسية			عينة التقنين		إجمالي العينة الأساسية			
			مجالس ادارات	مديرين	عاملين	ن	%				
										ن	%
١	مؤسسات غير ربحية	أندية رياضية	٢٠	١٢	٣١	١٢٢	٢٠%	١٠	٤٣.٤%		
٢			١٦	١٤	٢٩					٥	١٠%
٣	مؤسسات ربحية	مراكز لياقة بدنية	٦	١٢	٢٣	١٠١	١٨%	٩	٣٥.٩%		
٤			٤	٨	٢١					٧	١٤%
٥			٦	٣	١٨					٨	١٦%
٦	الممنوح له حق الامتياز التجاري	مستثمرين رياضيين	٥٨	٥٨	٥٨	٥٨	٢٢%	١١	٢٠.٦%		
	الإجمالي		٢٨١	٢٨١	٢٨١	٢٨١	١٠٠%	٥٠	١٠٠%		

أدوات جمع البيانات:

١. استبيان البيانات الأساسية للعينة.
٢. استبيان "حق الامتياز التجاري". من إعداد الباحث، مرفق (٤).

خطوات إعداد أدوات جمع البيانات:

أولاً: استمارة البيانات الأولية العامة لعينة البحث: تم إعداد استمارة البيانات الأولية بهدف الحصول على بعض المعلومات لتحديد بعض الخصائص الفنية والاجتماعية والاقتصادية لعينة البحث، وقد اشتملت على البيانات التالية: (أطراف العلاقة التعاقدية - المستوى الوظيفي).

ثانياً: حق الامتياز التجاري: قام الباحث بالاطلاع على بعض أدوات جمع البيانات في الكتب العلمية والأبحاث والدراسات المرتبطة بحق الامتياز التجاري ثم قام الباحث بتحديد عدد (٥) محاور للاستبيان وهم (عوائد تطبيق حق الامتياز التجاري - الطبيعة القانونية لحق الامتياز التجاري - طبيعة العلاقة التعاقدية بين طرفي عقد الامتياز التجاري - صور حق الامتياز التجاري - معوقات تطبيق حق الامتياز التجاري)، ثم قام الباحث بوضع العبارات المناسبة لكل محور من محاور الاستبيان وعددهم (٧٦) عبارة، ثم تم وضع مقياس لتحديد استجابات عينة البحث وفقاً للتقدير الثلاثي (نعم - إلى حد ما - لا) على مقياس متصل (٣-٢-١) للعبارات.

خطوات البحث:

بعد تحديد عينة البحث وإعداد أدوات جمع البيانات قام الباحث بتطبيق أدوات البحث على عينة التقنين قوامها (٥٠) فرد من طرفي العلاقة التعاقدية لعقد الامتياز التجاري (مانح الحق "مؤسسات رياضية" تتمثل في "أعضاء مجالس الإدارات، المديرين، العاملين" - الممنوح له الحق "مستثمرين رياضيين") بمحافظة الدقهلية من خارج عينة الدراسة الأساسية ومن داخل مجتمع البحث في الفترة من (٢٠٢١/١٢/٠٥م) الي (٢٠٢١/١٢/٢١م)، واستهدفت التعرف على مدى وضوح ومناسبة صياغة المفردات لمستوى فهم العينة وإجراء المعاملات العلمية، وقد أظهرت نتائجها وضوح التعليمات الخاصة بأدوات جمع البيانات، ومناسبة صياغة المفردات لمستوى فهم العينة، ثم تم إجراء المعاملات العلمية الخاصة بإيجاد صدق وثبات استمارة الاستبيان.

المعاملات العلمية للاستبيان:

- حساب معامل الصدق:

استعان الباحثان بالطرق الآتية لحساب معامل صدق الاستبيان وهي:

١- صدق المحكمين:

قام الباحثان بعرض محاور الاستبيان المقترح، وكذلك عبارات كل محور من المحاور، على (١٠) من أساتذة الإدارة الرياضية وأساتذة إدارة الأعمال بكلية التجارة من الخبراء في المجال مرفق (١) لإبداء الرأي حول مناسبة وكفاية المحاور والعبارات ومناسبة صياغتها لعينة البحث، ويوضح مرفق (٥) آراء السادة المحكمين.

٢- صدق الاتساق الداخلي:

للتحقق من مدى ملائمة عبارات استبيان حق الامتياز التجاري، قام الباحثان بتطبيق الاستبيان على عينة تقنين قوامها (٥٠) فرد من طرفي العلاقة التعاقدية لعقد الامتياز التجاري (مانح الحق "مؤسسات رياضية" تتمثل في "أعضاء مجالس الادارات, المديرين, العاملين" - الممنوح له الحق "مستثمرين رياضيين") بمحافظة الدقهلية، من خارج عينة الدراسة الأساسية ومن داخل مجتمع البحث، واستخدم الباحثان صدق الاتساق الداخلي لحساب صدق محاور وعبارات الاستبيان من خلال إيجاد معامل الارتباط بين العبارات ومحاورها، وبين المحاور والاستبيان ككل، كما يتضح من الجدول رقم (٢) (٣).

جدول (٢)

معامل الارتباط بين محاور وعبارات استبيان حق الامتياز التجاري (ن = ٥٠)

المحور الأول		المحور الثاني		المحور الثالث		المحور الرابع		المحور الخامس	
العبارات	الارتباط	العبارات	الارتباط	العبارات	الارتباط	العبارات	الارتباط	العبارات	الارتباط
١	**٠.٤٢١	١٥	**٠.٣٨٨	٢٩	*٠.٢٩١	٤٨	٠.١٧٩	٦٣	**٠.٦٥٢
٢	**٠.٣٥٤	١٦	**٠.٦١٤	٣٠	**٠.٥١٢	٤٩	**٠.٤٢٣	٦٤	**٠.٥٩١
٣	**٠.٣٦١	١٧	*٠.٢٨٥	٣١	*٠.٢٧٩	٥٠	*٠.٣٢٨	٦٥	**٠.٣٧٨
٤	**٠.٤٨٢	١٨	*٠.٣١٧	٣٢	**٠.٥٤٩	٥١	**٠.٤٩٦	٦٦	**٠.٤٦٢
٥	**٠.٣٩٦	١٩	**٠.٤٦٢	٣٣	**٠.٤٣٣	٥٢	**٠.٣٨٨	٦٧	**٠.٣٧٤
٦	*٠.٢٧٩	٢٠	**٠.٤٧٢	٣٤	*٠.٢٨٥	٥٣	**٠.٥١٦	٦٨	**٠.٤٧٢
٧	**٠.٣٧٧	٢١	**٠.٤١١	٣٥	٠.١٨٤	٥٤	**٠.٣٩٩	٦٩	**٠.٤١٩
٨	**٠.٣٦٥	٢٢	*٠.٣٦٤	٣٦	**٠.٦١٠	٥٥	**٠.٤٠١	٧٠	*٠.٣٥٧
٩	*٠.٣٠١	٢٣	**٠.٤٤٤	٣٧	**٠.٥١٤	٥٦	**٠.٦٦١	٧١	**٠.٣٩٤
١٠	**٠.٤٢٢	٢٤	*٠.٢٩٩	٣٨	**٠.٤٦٥	٥٧	*٠.٣١٠	٧٢	**٠.٥٧٥
١١	**٠.٤٣٦	٢٥	**٠.٣٧١	٣٩	**٠.٤٩١	٥٨	**٠.٤٤٤	٧٣	*٠.٢٧٩
١٢	**٠.٤٥١	٢٦	**٠.٤٩٥	٤٠	**٠.٤٧٦	٥٩	*٠.٢٩١	٧٤	**٠.٢٩٠
١٣	**٠.٤٦٥	٢٧	**٠.٥٤٢	٤١	**٠.٣٩٤	٦٠	**٠.٥٣٤		
١٤	**٠.٥٠١	٢٨	**٠.٤١٣	٤٢	*٠.٣٥٥	٦١	**٠.٦٠٨		
				٤٣	**٠.٣٧٤	٦٢	**٠.٤١١		
				٤٤	*٠.٢٧٧				
				٤٥	**٠.٣٦٩				
				٤٦	**٠.٤٥٩				
				٤٧	**٠.٤١٨				

(*) قيمة (ر) الجدولية عند (٠.٠٥) = ٠.٢٧٦ (***) قيمة (ر) الجدولية عند (٠.٠١) = ٠.٣٦١

يتضح من الجدول (٢): وجود علاقة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠٥) بين محاور استبيان حق الامتياز التجاري، والعبارات الخاصة به، عدا العبارات رقم (٤٨, ٣٥)، حيث كانت قيمة معامل الارتباط المحسوبة أقل من القيمة الجدولية عند مستوى معنويه (٠.٠٥)، وبذلك يمكن الاستناد إلى صدق الاتساق الداخلي بين محاور وعبارات الاستبيان ودرجة المحور التي ينتمي إليها.

جدول (٣)

معامل الارتباط بين محاور الاستبيان والاستبيان ككل حق الامتياز التجاري (ن = ٥٠)

م	المحاور	الاستبيان
١	المحور الاول: عوائد تطبيق حق الامتياز التجاري "الفرنشايز" لطرفي التعاقد "المؤسسة الرياضية - المستثمر".	**٠.٤٩٧
٢	المحور الثاني: الطبيعة القانونية لحق الامتياز التجاري "الفرنشايز" لطرفي التعاقد "المؤسسة الرياضية - المستثمر".	**٠.٥٢٦
٣	المحور الثالث: طبيعة العلاقة التعاقدية بين طرفي عقد الامتياز التجاري "الفرنشايز" "المؤسسة الرياضية - المستثمر".	**٠.٥١٧
٤	المحور الرابع: صور حق الامتياز التجاري "الفرنشايز" لطرفي التعاقد "المؤسسة الرياضية - المستثمر".	**٠.٦٣٢
٥	المحور الخامس: معوقات تطبيق حق الامتياز التجاري "الفرنشايز" لطرفي التعاقد "المؤسسة الرياضية - المستثمر".	**٠.٥٧٣

(*) قيمة (ر) الجدولية عند (٠.٠٥) = ٠.٢٧٦

(**) قيمة (ر) الجدولية عند (٠.٠١) = ٠.٣٦١

ويتضح من جدول (٣) وجود علاقة دالة إحصائياً عند مستوى معنويه (٠.٠٥) بين محاور الاستبيان والاستبيان ككل حق الامتياز التجاري.

- حساب معامل الثبات:

سوف يستخدم الباحثان طريقتين لحساب الثبات:

- طريقه الفا كرونباخ.

- طريقه التجزئة النصفية.

١- طريقه الفا كرونباخ:

استخدم الباحثان معامل ألفا كرونباخ ودلالة الاتساق الداخلي لحساب معامل ثبات محاور الاستبيان، حيث قام الباحث بتطبيق الاستبيان على عينة التقنين وقوامها (٥٠) فرداً من طرفي العلاقة التعاقدية لعقد الامتياز التجاري (مانح الحق "مؤسسات رياضية" تتمثل في أعضاء مجالس الادارات، المديرين، العاملين" - الممنوح له الحق "مستثمرين رياضيين")

بمحافظة الدقهلية من داخل مجتمع البحث ومن خارج العينة الأساسية، وتم حساب معامل الثبات لمحاوَر الاستبيان كما يتضح من الجدول رقم (٤):

جدول (٤)

اختبار معامل ارتباط الفا كرو نباخ لاستبيان حق الامتياز التجاري (ن = ٥٠)

م	المحور	الثبات
١	عوائد تطبيق حق الامتياز التجاري "الفرنشايز" لطرفي التعاقد "المؤسسة الرياضية-المستثمر"	٠.٦٢٨
٢	الطبيعة القانونية لحق الامتياز التجاري "الفرنشايز" لطرفي التعاقد "المؤسسة الرياضية - المستثمر"	*٠.٦٧٧
٣	طبيعة العلاقة التعاقدية بين طرفي عقد الامتياز التجاري "الفرنشايز" "المؤسسة الرياضية - المستثمر"	٠.٦٥٣
٤	صور حق الامتياز التجاري "الفرنشايز" لطرفي التعاقد "المؤسسة الرياضية-المستثمر".	٠.٥٨٩
٥	معوقات تطبيق حق الامتياز التجاري "الفرنشايز" لطرفي التعاقد "المؤسسة الرياضية-المستثمر".	٠.٦٥١
	استبيان حق الامتياز التجاري.	٠.٨٦١

* دال

ويتضح من الجدول رقم (٤) ثبات محاور الاستبيان، حيث تراوحت قيم الثبات بطريقة ألفا كرونباخ بين ٠.٤٦٩ : ٠.٧٨٩ وهي معاملات مرتفعة للثبات لاستبيان حق الامتياز التجاري، وكان معامل الاتساق الداخلي لكل محور دال مما يشير لارتفاع معامل ثبات محاور الاستبيان.

٢- طريقة التجزئة النصفية لحساب ثبات الاستبيان:

استخدم الباحثان معامل ارتباط التجزئة النصفية ومعادلة ارتباط سيبرمان- براون وجتمان لحساب معامل ثبات محاور الاستبيان، وذلك بتطبيقهما على عينة التقنين وقوامها (٥٠) فرداً من طرفي العلاقة التعاقدية لعقد الامتياز التجاري (مانح الحق "مؤسسات رياضية" تتمثل في "أعضاء مجالس الادارات، المديرين، العاملين" - الممنوح له الحق "مستثمرين رياضيين") بمحافظة الدقهلية من داخل مجتمع البحث ومن خارج عينة الدراسة الأساسية، وتم حساب معامل الثبات لمحاوَر الاستبيان، كما يتضح من الجدول رقم (٥):

جدول (٥)

اختبار معامل ارتباط التجزئة النصفية لاستبيان حق الامتياز التجاري (ن = ٥٠)

م	المحور	سبيرمان - براون	ارتباط جتمان
١	عوائد تطبيق حق الامتياز التجاري "الفرنشايز" لطرفي التعاقد "المؤسسة الرياضية - المستثمر"	٠.٦٥٥	٠.٦٥٣
٢	الطبيعة القانونية لحق الامتياز التجاري "الفرنشايز" لطرفي التعاقد "المؤسسة الرياضية - المستثمر"	٠.٦١٢	٠.٦١٠
٣	طبيعة العلاقة التعاقدية بين طرفي عقد الامتياز التجاري "الفرنشايز" "المؤسسة الرياضية - المستثمر"	٠.٥١٩	٠.٥١٧
٤	صور حق الامتياز التجاري "الفرنشايز" لطرفي التعاقد "المؤسسة الرياضية - المستثمر".	٠.٥٩٧	٠.٥٩٦
٥	معوقات تطبيق حق الامتياز التجاري "الفرنشايز" لطرفي التعاقد "المؤسسة الرياضية - المستثمر".	٠.٦٦٧	٠.٦٦٥
	استبيان حق الامتياز التجاري.	٠.٨١١	٠.٨٠٨

ويتضح من الجدول رقم (٥) أن معامل ارتباط التجزئة النصفية لاستبيان حق الامتياز التجاري هو (٠.٨١١) لسبرمان - براون و(٠.٨٠٨) عند جتمان وبعد إجراء المعاملات العلمية لأدوات جمع البيانات، تم حذف العبارات الغير داله ليصبح إجمالي عبارات استمارة استبيان حق الامتياز التجاري (٧٢) عبارة موزعه على (٥) محاور في الصورة النهائية، مرفق (٧).

الدراسة الأساسية:

بعد الاطمئنان للمعاملات العلمية الخاصة بالصدق والثبات قام الباحثان بتطبيق استمارة الاستبيان على عينة البحث الأساسية وذلك في الفترة من (٢٠٢٢/٠١/٠٦م) الي (٢٠٢٢/٠٢/١٠م). وبعد الانتهاء من تطبيق الاستبيان تم تجميعه وتنظيمه وتقريغ البيانات وجدولتها لإجراء المعالجات الإحصائية المناسبة.

المعالجات الإحصائية:

تمت المعالجات الإحصائية لبيانات البحث باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، وقد استخدم الباحث المعاملات الإحصائية التالية:

- التكرارات.
- المتوسط الحسابي.
- الانحراف المعياري.
- معامل الارتباط الخطي البسيط "بيرسون".
- معامل ارتباط الفا كرونباخ.
- المعالجات الإحصائية المناسبة.

عرض وتفسير ومناقشة النتائج:

تحقيقاً لهدف البحث ورداً على ما طرح من تساؤلات وفي حدود عينة البحث والمنهج المستخدم، يعرض الباحث ما توصل إليه من نتائج مصنفة على النحو التالي:
عرض ومناقشة نتائج التساؤل الأول:

- ما عوائد تطبيق حق الامتياز التجاري "الفرنشايز" لطرفي التعاقد "المؤسسة الرياضية - المستثمر؟

تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وكا ٢ لعوائد تطبيق حق الامتياز التجاري "الفرنشايز" لطرفي التعاقد "المؤسسة الرياضية - المستثمر، ويوضح ذلك جدول رقم (٦):

جدول (٦)

توزيع نسبي لاستجابات عينة البحث نحو عوائد تطبيق حق الامتياز التجاري "الفرنشايز" (ن=٢٨١)

م	نعم	إلى حد ما	لا	متوسط حسابي	انحراف معياري	كا
عوائد تطبيق حق الامتياز التجاري "الفرنشايز" للمانح "المؤسسة الرياضية"						
١	١٧١	٩٨	١٢	٢.٥٦٥٨	٠.٥٧٦٤٢	*١٣٥.٢
٢	١٥٨	٩٤	٢٩	٢.٤٥٩١	٠.٦٧٥٥٤	*٨٨.٨
٣	١٨٥	٧٠	٢٦	٢.٥٦٥٨	٠.٦٥٧٤٦	*١٤٣.٩
٤	١٣٣	١٢٢	٣٦	٢.٣٤٥٢	٠.٦٩٥٦٩	*٥٥.٦
٥	١٤٢	١٠٠	٣٩	٢.٣٦٦٥	٠.٧١٥٢٦	*٥٧.٢
٦	١٨٨	٧٦	١٧	٢.٦٠٨٥	٠.٦٠٠٤٢	*١٦١.٠
٧	١٤٤	١١٢	٢٥	٢.٤٢٣٥	٠.٦٥٠٨٤	*٨٠.٩
عوائد تطبيق حق الامتياز التجاري "الفرنشايز" للممنوح له "المستثمر"						
٨	١٩٦	٦٣	٢٢	٢.٦١٩٢	٠.٦٢٧٥١	*١٧٦.٦
٩	١٦٠	١٢٦	٣٥	٢.٤٨٤٠	٠.٦٤٩٦٦	*٩٨.٩
١٠	١٢٠	١٢٦	٣٥	٢.٣٠٢٥	٠.٦٧٩٥٢	*٥٥.٣
١١	١٨٨	٧٥	١٨	٢.٦٠٥٠	٠.٦٠٦٩٦	*١٥٩.٨
١٢	٢٠٦	٧١	٤	٢.٧١٨٩	٠.٤٨١٠٣	*٢٢٦.٠
١٣	١٢٢	١٣٢	٢٧	٢.٣٣٨١	٠.٦٤٦٠٩	*٧١.٧
١٤	١٣٧	١١٦	٢٨	٢.٣٨٧٩	٠.٦٦٢٠٣	*٧١.٤

* قيمة (كا) الجدولية عند (٠.٠٥) = ٥.٩٩٠

أوضحت نتائج جدول (٦) أن قيمة (كا) المحسوبة أكبر من الجدولية (٥.٩٩٠)، لجميع العبارات الخاصة بالمحور، حيث تراوحت قيمة (كا) المحسوبة ما بين (٥٥.٦: ٢٢٦.٠)، مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية في كل العبارات، ومن نتائج المحور

يتضح ان هناك فروق ذات دلالة احصائية عند مستوي (٠.٠٥) لصالح الاختيار (نعم) بالنسبة لجميع عبارات المحور عدا عبارات (١٠, ١٤) لصالح الاختيار (إلى حد ما) حيث كانت (كا) المحسوبة أكبر من الجدولية مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية. وأوضحت نتائج جدول (٦) حصول العبارة رقم (١٢) على أعلى متوسط بنسبة (٩٠.٣%) وتتص على " يوفر حق الامتياز التجاري للمستثمر الكثير من الوقت والجهد الذي تحتاجه المشاريع حديثة الانشاء", كما حصل العبارة رقم (١٠) على أقل متوسط بنسبة (٧٦.٦%) وتتص على " حق الامتياز التجاري للمستثمر كسب شريحة واسعة من الجمهور المستهدف على علم ودراية بعلامة تجارية موجودة بالفعل".

واتفقت نتائج المحور مع دراسة منير علي (٢٠١٩م) (١١) والتي تشير إلى أن الامتياز التجاري يحقق فرص استثمارية جديدة ويؤدي إلى إقامة وتشغيل مشروعات جديدة نتيجة الخبرة المكتسبة من المانحين، وتحقق مجالات عمل للحاصلين علي حقوق الامتياز التجاري، كما يواجه المرخص والمرخص له مشكلة تتعلق بالمسؤولية إذا أصيب المستهلك بضرر لذا يجب تحديد المسؤوليات بشكل واضح في عقد الامتياز التجاري.

ويعزي الباحثان ذلك إلى أن الامتياز التجاري في المجال الرياضي يحقق العديد من المنافع والفوائد سواء لمانح الامتياز التجاري أو لمالك حق الامتياز فضلاً عن ذلك، فإن الامتياز التجاري أساساً وجد لغرض وغاية معينة، إذ كثيراً ما يكون الامتياز حاجة للمشروع ومنه يمكن تحقيق العديد من المنافع مثل ما يحدث مع سلسلة جيم جولدز، كما يرجع الباحثان ذلك إلى أن نقص رأس المال وعدم توفر ما يكفي للتوسع من أبرز ما يعيق المشاريع الرياضية عن أسواق جديدة، وهنا ترى الكثير من المشاريع في منح حق الامتياز خياراً جيداً للتوسع دون الحاجة للإنفاق والاستثمار في وحدات أو فروع جديدة للمشروع، إذ سيكون مشتري أو مالك حق الامتياز هو المسؤول عن تأمين رأس المال اللازم، في حين سيحصل المشروع على العائد من جراء ذلك دون الحاجة لأي شكل من الأصول المالية. وبذلك يكون الباحثان قد حققا الإجابة عن التساؤل الأول للبحث.

عرض ومناقشة نتائج التساؤل الثاني:

- ما الطبيعة القانونية لحق الامتياز التجاري "الفرنشايز" لطرفي التعاقد "المؤسسة الرياضية - المستثمر"؟

تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وكا ٢ للطبيعة القانونية لحق الامتياز التجاري "الفرنشايز" لطرفي التعاقد "المؤسسة الرياضية - المستثمر"، ويوضح ذلك جدول رقم (٧).

جدول (٧)
توزيع نسبي لاستجابات عينة البحث نحو الطبيعة القانونية لحق الامتياز التجاري
"الفرنشايز" (ن=٢٨١)

م	نعم	إلى حد ما	لا	متوسط حسابي	انحراف معياري	كا
١٥	١٣٧	١٠٦	٣٨	٢.٣٥٢٣	٠.٧٠٧٤١	*٤٥.٧
١٦	٧٢	١٢٥	٨٤	١.٩٥٧٣	٠.٧٤٥١٩	*١٦.٤
١٧	١٤٥	١١٠	٢٦	٢.٤٢٣٥	٠.٦٥٦٣٠	*٧٩.٨
١٨	٨٦	١٣٢	٧٢	٢.٠٤٩٨	٠.٧٤٩٥٣	*١٤.٨
١٩	٧٢	١١٨	٩١	١.٩٣٢٤	٠.٧٥٩٩٧	*١١.٤
٢٠	١١٢	١٠٧	٦٢	٢.١٧٧٩	٠.٧٦٧٨٩	*١٦.١
٢١	١٦٠	١٢٦	٣٥	٢.٤٨٤٠	٠.٦٤٩٦٦	*٩٨.٩
٢٢	١١٤	١٠٥	٦٢	٢.١٨٥١	٠.٧٧٠٨٥	*١٦.٤
٢٣	١٨٦	٧٥	٢٠	٢.٥٩٠٧	٠.٦٢٠٨٧	*١٥٢.٦
٢٤	١١١	١٣٣	٣٧	٢.٢٦٣٣	٠.٦٧٧٤٨	*٥٤.٠
٢٥	١٤٦	١٠٤	٣١	٢.٤٠٩٣	٠.٦٨١٢٢	*٧٢.٣
٢٦	١٦٤	٩٦	٢١	٢.٥٠٨٩	٠.٦٣٣١٠	*١٠٩.٢
٢٧	١٤٢	١٠٤	٣٥	٢.٣٨٠٨	٠.٦٩٧٥٩	*٦٢.٨
٢٨	١٣٩	١٠٩	٣٣	٢.٣٧٧٢	٠.٦٨٦٦٤	*٦٣.٨

* قيمة (كا) الجدولية عند (٠.٠٥) = ٥.٩٩٠

أوضحت نتائج جدول (٧) أن: قيمة (كا) المحسوبة أكبر من الجدولية (٥.٩٩٠)، لجميع العبارات الخاصة بالمحور، حيث تراوحت قيمة (كا) المحسوبة ما بين (١١.٤: ١٥٢.٦)، مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية في كل العبارات، ومن نتائج المحور يتضح ان هناك فروق ذات دلالة احصائية عند مستوي (٠.٠٥) لصالح الاختيار (نعم) بالنسبة للعبارات (١٥، ١٧، ٢٠، ٢٢، ٢٣، ٢٥، ٢٦، ٢٧، ٢٨)، وأيضاً لصالح الاختيار (إلى حد ما) بالنسبة للعبارات (١٦، ١٨، ١٩، ٢١، ٢٤) حيث كانت (كا) المحسوبة أكبر من الجدولية مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية.

وأوضحت نتائج جدول (٧) حصول العبارة رقم (٢٣) على أعلى متوسط بنسبة (٨٦.٣%) وتتص على "يعد عقد الامتياز التجاري عقد رضائي يكفي لانعقاده تراضي الطرفين" المؤسسة الرياضية - المستثمر، كما حصل العبارة رقم (١٩) على أقل متوسط بنسبة (٦٤.٣%) وتتص على "عقد الامتياز التجاري عقد معاوضة ملزم للجانبين إذ يفرض على كل من المؤسسة الرياضية والمستثمر التزامات متبادلة بينهم"

واتفقت نتائج البحث الحالي مع دراسة عبدالهادي محمد (٢٠١٠م) (٧) أن الطبيعة القانونية لعقد الامتياز التجاري تمتاز بطبيعة خاصة، مما يستوجب عدم الخلط بينة وبين غيرة

من العقود فهو وإن كان عقداً من العقود التجارية، إلا أن له خصوصيته ودوره في المجال التجاري، فهو من العقود ذات الطبيعة المعقدة أو المركبة، ويمكن اعتباره عقد إطار يتضمن عدة اتفاقيات بين طرفي العقد، لذا حرص القانون المقارن على النص على أهم التزاماتها إلا وهو التزام المانح بالإفصاح والإعلام، ولم يترك ذلك للسلطة التقديرية للمانح، أو حتى بعض المبادئ القانونية كمبدأ حسن النية في التعاقد.

ويعزي الباحثان ذلك إلا أنه لا يوجد نظام خاص ينظم عقد الامتياز التجاري داخل جمهورية مصر العربية، وإنما يستمد هذا العقد مشروعيته من حيث عدم مخالفته لأي من أنظمة القانون المصري التي تبيح إبرام أي عقد شريطة عدم مخالفته لأي من مبادئ الشريعة الإسلامية أو القانون المصري، كما أن الدستور المصري كفل حرية إبرام العقود الخاصة ما لا يخالف القانون المصري.

وبذلك يكون الباحثان قد حققا الإجابة عن التساؤل الثاني للبحث.
عرض ومناقشة نتائج التساؤل الثالث:

• ما طبيعة العلاقة التعاقدية بين طرفي عقد الامتياز التجاري "الفرنشايز" المؤسسة الرياضية - المستثمر؟

تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وكا ٢ لطبيعة العلاقة التعاقدية بين طرفي عقد الامتياز التجاري "الفرنشايز" المؤسسة الرياضية - المستثمر، ويوضح ذلك جدول رقم (٨):

جدول (٨)

توزيع نسبي لاستجابات عينة البحث نحو طبيعة العلاقة التعاقدية بين طرفي عقد الامتياز التجاري "الفرنشايز" (ن=٢٨١)

م	نعم	إلى حد ما	لا	متوسط حسابي	انحراف معياري	كا
التزامات مانح حق الامتياز التجاري "الفرنشايز" المؤسسة الرياضية						
٢٩	١٥٠	١٠٥	٢٦	٢.٤٤١٣	٠.٦٥٨١٤	*٨٤.١
٣٠	١٥١	١٠٢	٢٨	٢.٤٣٧٧	٠.٦٦٨٥٨	*٨١.٨
٣١	١٣٥	١١٧	٢٩	٢.٣٧٧٢	٠.٦٦٥٥١	*٦٨.٦
٣٢	١٣٩	١٠٤	٣٧	٢.٣٦٤٣	٠.٧٠٥٤٤	*٥٧.٥
٣٣	١٣١	١١٦	٣٤	٢.٣٤٥٢	٠.٦٨٥٣٥	*٥٨.٢
٣٤	٥٣	١١٩	١٠٩	١.٨٠٠٧	٠.٧٣٣٩٧	*٢٧.٠
٣٥	١٢٣	١٢١	٣٧	٢.٣٠٦٠	٠.٦٩٠٩٦	*٥١.٤
٣٦	١٤٢	١١٤	٢٥	٢.٤١٦٤	٠.٦٤٩٩٦	*٧٩.٦

تابع جدول (٨) توزيع نسبي لاستجابات عينة البحث نحو طبيعة العلاقة التعاقدية بين طرفي عقد الامتياز التجاري "الفرنشايز" (ن=٢٨١)

م	نعم	إلى حد ما	لا	متوسط حسابي	انحراف معياري	كا
التزامات الممنوح له حق الامتياز التجاري "الفرنشايز" "المستثمر"						
٣٧	١٣٩	٩٧	٤٥	٢.٣٣٤٥	٠.٧٣٨١٣	*٤٧.٣
٣٨	١٢٤	١١٣	٤٤	٢.٢٨٤٧	٠.٧٢٠١٨	*٤٠.١
٣٩	١٢٩	١٢١	٣١	٢.٣٤٨٨	٠.٦٧٠٣٥	*٦٣.٢
٤٠	١٣٦	١٠٦	٣٩	٢.٣٤٥٢	٠.٧١٠٩٢	*٥٢.٦
٤١	١٤٠	١٠٨	٣٣	٢.٣٨٠٨	٠.٦٨٧٢٧	*٦٤.٤
٤٢	١١١	١١٧	٥٣	٢.٢٠٦٤	٠.٧٣٦٨٦	*٢٦.٦
٤٣	١٠٩	١٣٣	٣٩	٢.٢٤٩١	٠.٦٨٢٨٦	*٥٠.٩
٤٤	١٣٤	١٠٥	٤٢	٢.٣٢٧٤	٠.٧٢١٨٠	*٤٧.٢
٤٥	١٥٦	٨٩	٣٦	٢.٤٢٧٠	٠.٧٠٩٠١	*٧٧.٢
٤٦	١٤٢	١٠٤	٣٥	٢.٣٨٠٨	٠.٦٩٧٥٩	*٦٢.٨

* قيمة (كا) الجدولية عند (٠.٠٥) = ٥.٩٩٠

أوضحت نتائج جدول (٨) أن قيمة (كا) المحسوبة أكبر من الجدولية (٥.٩٩٠)، لجميع العبارات الخاصة بالمحور، حيث تراوحت قيمة (كا) المحسوبة ما بين (٢٧.٠): (٨٤.١)، مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية في كل العبارات، ومن نتائج المحور يتضح ان هناك فروق ذات دلالة احصائية عند مستوي (٠.٠٥) لصالح الاختيار (نعم) بالنسبة لجميع عبارات المحور عدا عبارات (٣٤، ٤٢، ٤٣) لصالح الاختيار (إلى حد ما) حيث كانت (كا) المحسوبة أكبر من الجدولية مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية.

وأوضحت نتائج جدول (٨) حصول العبارة رقم (٢٩) على أعلى متوسط بنسبة (٨١.٣%) وتنص على "يلتزم مانح الامتياز التجاري بنقل المعرفة الفنية للممنوح له فيما يتعلق ببيع وتقديم المنتجات للمستهلك الرياضي"، كما حصل العبارة رقم (٣٤) على أقل متوسط بنسبة (٦٠%) وتنص على "يلتزم مانح حق الامتياز التجاري بأن يكشف للممنوح له خلال المفاوضات التي تسبق إبرام العقد بكافة المعوقات والاحطار التي قد تواجهه"

واتفقت نتائج البحث الحالي مع دراسة محمد سادات (٢٠١٣م) (١٠) التي تشير أن عقد الامتياز التجاري (الفرنشايز) من العقود غير المسماة التي لا تخضع لتنظيم قانوني يحكمها، كما أنه يعد من عقود المعاوضه الملزمة للجانبين، ويتشابه مع عقود العمل والشركات

ونقل والترخيص باستخدام العلامة التجارية وتتحدد آثار عقد الامتياز في مجموعة من الالتزامات العقدية التي تكفل ضمان استمرارية العقد وتحقيق أهدافه، وتتمثل تلك الالتزامات في الالتزام قبل التعاقد بالإعلام، والالتزام بنقل المعرفة الفنية والذي يتيح للمرخص له حسن استغلالها، كذلك الالتزام بتقديم المساعدة الفنية التي تسمح للمرخص له بممارسة نشاط مماثل، والالتزام بالمحافظة علي السرية والالتزام بدفع المقابل.

ويعزي الباحثان ذلك إلى أن عقد الامتياز التجاري هو الوثيقة القانونية التي تحدد الشروط والأحكام لمشروع الفرنشايز والتي سيعمل بموجبها طرفاً الاتفاق مانح حق الامتياز والمالك، إذ لا يمكن الحصول على حق امتياز تجاري لأي مشروع رياضي دون وثيقة قانونية تثبت ذلك وتسمى عقد الامتياز التجاري، وتختلف عقود الفرنشايز أو الامتياز التجاري عن عقود التوزيع أو الوكالة التجارية، إذ أن عقد الامتياز التجاري يكون مرتكزاً بالأساس على استخدام اسم العلامة التجارية، أي الملكية الفكرية والصناعية للمنتج أو الخدمة، عادة ما يكون هناك إطار عام لنموذج عقد الامتياز التجاري يحدد من قبل هيئات وجهات قانونية أو تنص عليه قوانين الامتياز التجاري المعمول بها في البلد، وضمن هذا الإطار يمكن لطرفي الاتفاق تحديد الشروط والأحكام لشراكتهم وواجبات والتزامات كل طرف تجاه الآخر.

لذا يري الباحثان ضرورة وضع الجهات المختصة عن قوانين الامتياز التجاري والتي غالباً ما تكون ممتثلة بوزارة الاقتصاد أو دوائر الاستثمار والتجارة أو وزارة الشباب والرياضة، بوضع قوانين تنظم العقود من هذا النوع مع الحرص على توفير أكبر قدر من المرونة التي تسمح لطرفي العقد صياغة بنود الاتفاق بما يتلاءم مع معاييرهم وسياساتهم الاستثمارية وما يلائم العلامة التجارية.

وبذلك يكون الباحثان قد حققا الإجابة عن التساؤل الثالث للبحث.

عرض ومناقشة نتائج التساؤل الرابع:

- ما صور حق الامتياز التجاري "الفرنشايز" لطرفي التعاقد "المؤسسة الرياضية - المستثمر"؟

تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وكا ٢ لصور حق الامتياز التجاري "الفرنشايز" لطرفي التعاقد "المؤسسة الرياضية - المستثمر"، ويوضح ذلك جدول رقم (٩):

جدول (٩)

توزيع نسبي لاستجابات عينة البحث نحو صور حق الامتياز التجاري "الفرنشايز" (ن=٢٨١)

م	نعم	إلى حد ما	لا	متوسط حسابي	انحراف معياري	كا
امتياز الإنتاج						
٤٧	٩٤	١٣٠	٥٧	٢.١٣١٧	٠.٧٢٢٤٢	*٢٨.٤
٤٨	١٨٢	٧٧	٢٢	٢.٥٦٩٤	٠.٦٣٤٩٨	١٤١.١
٤٩	٨٩	١٤٣	٤٩	٢.١٤٢٣	٠.٦٨٧٤٠	*٤٧.٥
٥٠	١٢١	١٢٧	٣٣	٢.٣١٣٢	٠.٦٧١٩٩	*٥٩.١
امتياز التوزيع						
٥١	١٥٧	١٠٢	٢٢	٢.٤٨٠٤	٠.٦٣٨٤٨	*٩٨.٣
٥٢	١٤٢	٩٧	٤٢	٢.٣٥٥٩	٠.٧٢٨٠٤	*٥٣.٥
٥٣	١٤٥	١١٠	٢٦	٢.٤٢٣٥	٠.٦٥٦٣٠	*٧٩.٨
٥٤	١٣٣	١١٨	٣٠	٢.٣٦٦٥	٠.٦٦٨٨١	*٦٦.١
٥٥	١٤٣	١٠٧	٣١	٢.٣٩٨٦	٠.٦٧٩٧٠	*٦٩.٨
٥٦	١٤٠	١٠٢	٣٩	٢.٣٥٩٤	٠.٧١٣٨٩	*٥٥.٥
امتياز صيغة العمل						
٥٧	١٣٢	١١٠	٣٩	٢.٣٣١٠	٠.٧٠٧٦٦	*٥٠.٤
٥٨	١٢٦	١٢٥	٣٠	٢.٣٤١٦	٠.٦٦٣٣٣	*٦٤.٩
٥٩	١٤٢	١٠٤	٣٥	٢.٣٨٠٨	٠.٦٩٧٥٩	*٦٢.٨
٦٠	١٣٣	١٠٧	٤١	٢.٣٢٧٤	٠.٧١٦٨٤	*٤٨.٠

* قيمة (كا) الجدولية عند (٠.٠٥) = ٥.٩٩٠

أوضحت نتائج جدول (٩) أن: قيمة (كا) المحسوبة أكبر من الجدولية (٥.٩٩٠)، لجميع العبارات الخاصة بالمحور، حيث تراوحت قيمة (كا) المحسوبة ما بين (٢٨.٤ : ١٤١.١)، مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية في كل العبارات، ومن نتائج المحور يتضح ان هناك فروق ذات دلالة احصائية عند مستوي (٠.٠٥) لصالح الاختيار (نعم) بالنسبة لجميع عبارات المحور عدا عبارات (٤٧، ٤٩، ٥٠) لصالح الاختيار (إلى حد ما) حيث كانت (كا) المحسوبة أكبر من الجدولية مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية.

وأوضحت نتائج جدول (٩) حصول العبارة رقم (٤٨) على أعلى متوسط بنسبة (٨٥.٣%) وتتص على " يلتزم المستثمر المرخص له باتباع كافة تعليمات وخبرات والمعايير القياسية الخاصة بالمؤسسة الرياضية عند انتاج وتقديم المنتج"، كما حصل العبارة رقم (٤٧) على أقل متوسط بنسبة (٧١%) وتتص على " تتيح المؤسسة الرياضية الترخيص للمستثمر بإنتاج وتقديم نفس المنتجات التي تقدمها المؤسسة".

وانتفتت نتائج البحث الحالي مع دراسة Hamilal et al (٢٠١٠) (١٣) والتي تشير أن نادي برشلونة قد اتبع استراتيجية تجارية أدت الي ارتفاع العوائد, كما قام بتمديد صفقة لتصنيع الأدوات والملابس الرياضية المرخصة مع شركة NICK حيث نص العقد على شكل التوزيع المشترك للإيرادات يكون بواقع (٥٠ - ٥٠) لكل من الشركة والنادي حيث حصلت الشركة على الترخيص بترويج جميع السلع والبضائع التي تحمل شعار نادي برشلونة. وانتفتت كذلك مع دراسة السعدني خليل ونادي أحمد (٢٠١٧م) (٥) والتي تشير إلى أنه تتعدد أنواع وصور الفرشاييز ومنها فرشاييز التصنيع والانتاج والذي يشمل على نقل المعرفة الفنية لتصنيع المنتجات أو تجميعها من المرخص إلى المرخص له, وأن عقد الفرشاييز هو عقد من عقود التوزيع يتضمن التزامات متبادلة لتنظيم عمليات البيع والشراء المتعاقبة.

ويعزي الباحثان ذلك إلى إن تعدد صور حق الإمتياز التجاري تساعد المستثمرين لاقتحام السوق الرياضي، حيث تختلف هذه الأنواع تبعاً لطريقة التصنيف، حيث يمكن ان تكون وفقاً لـ: طبيعة النشاط التجاري، الظروف الاقتصادية في منطقة الامتياز المستهدفة، جغرافية منطقة الامتياز المستهدفة والتوجهات الحكومية لدعم الأعمال الصغيرة والمتوسطة في منطقة الامتياز المستهدفة، وبشكل عام يمكن تصنيف الامتياز التجاري للأنواع عديدة تساهم في تحقيق النمو الاقتصادي داخل المجال الرياضي بشكل كبير. وبذلك يكون الباحثان قد حققا الإجابة عن التساؤل الرابع للبحث.

عرض ومناقشة نتائج التساؤل الخامس:

• ما معوقات تطبيق حق الامتياز التجاري "الفرشاييز" لطرفي التعاقد "المؤسسة الرياضية - المستثمر"؟

تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وكا ٢ لمعوقات تطبيق حق الامتياز التجاري "الفرشاييز" لطرفي التعاقد "المؤسسة الرياضية- المستثمر"، ويوضح ذلك جدول رقم (١٠):

جدول (١٠)

توزيع نسبي لاستجابات عينة البحث نحو معوقات تطبيق حق الامتياز التجاري "الفرشاييز" (ن=٢٨١)

م	نعم	إلى حد ما	لا	متوسط حسابي	انحراف معياري	كا
٦١	١٣٨	١٢٧	١٦	٢.٤٣٤٢	٠.٦٠٠٦٩	*٩٧.٢
٦٢	١٣٣	١٠٧	٤١	٢.٣٢٧٤	٠.٧١٦٨٤	*٤٨.٠
٦٣	١٢٣	١٠٨	٥٠	٢.٢٥٩٨	٠.٧٤١٧١	*٣١.٧
٦٤	١٢٢	١٣٠	٢٩	٢.٣٣١٠	٠.٦٥٥٢٦	*٦٧.٣

تابع جدول (١٠) توزيع نسبي لاستجابات عينة البحث نحو معوقات تطبيق حق الامتياز التجاري "الفرنشايز" (ن=٢٨١)

م	نعم	إلى حد ما	لا	متوسط حسابي	انحراف معياري	كا
٦٥	١١٠	١٢٢	٤٩	٢.٢١٧١	٠.٧٢١٥٠	*٣٢.٧
٦٦	١١٠	١١٦	٥٥	٢.١٩٥٧	٠.٧٤٢١٩	*٢٤.١
٦٧	٩٢	١٣٣	٥٦	٢.١٢٨٠	٠.٧١٥٦١	*٣١.٦
٦٨	٩١	١٣٥	٥٥	٢.١٢٨١	٠.٧١٠٦٠	*٣٤.٢
٦٩	١٢٢	١٠٩	٥٠	٢.٢٥٦٢	٠.٧٤٠٥٤	*٣١.٤
٧٠	١٣٢	١٠٤	٤٥	٢.٣٠٩٦	٠.٧٣٢٠٨	*٤٢.١
٧١	١١٩	١٠٣	٥٩	٢.٢١٣٥	٠.٧٦٨٠٩	*٢٠.٦
٧٢	١٢٥	١١٩	٣٧	٢.٣١٣٢	٠.٦٩٢٩٣	*٥١.٦

* قيمة (كا) الجدولية عند (٠.٠٥) = ٥.٩٩٠

أوضحت نتائج جدول (١٠) أن: قيمة (كا) المحسوبة أكبر من الجدولية (٥.٩٩٠)، لجميع العبارات الخاصة بالمحور، حيث تراوحت قيمة (كا) المحسوبة ما بين (٢٠.٦): (٩٧.٢)، مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية في كل العبارات، ومن نتائج المحور يتضح ان هناك فروق ذات دلالة احصائية عند مستوي (٠.٠٥) لصالح الاختيار (نعم) بالنسبة للعبارات (٦١، ٦٢، ٦٣، ٦٩، ٧٠، ٧١، ٧٢)، وأيضاً لصالح الاختيار (إلى حد ما) بالنسبة للعبارات (٦٤، ٦٥، ٦٦، ٦٧، ٦٨) حيث كانت (كا) المحسوبة أكبر من الجدولية مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية.

وأوضحت نتائج جدول (١٠) حصول العبارة رقم (٦١) على أعلى متوسط بنسبة (٨١%) وتنص على "ضعف ثقافة الاستثمار بنظام حق الامتياز التجاري داخل سوق الرياضة المصرية"، كما حصل العبارة رقم (٦٧) على أقل متوسط بنسبة (٧٠.٦%) وتنص على "ضعف ثقافة الاستثمار بنظام حق الامتياز التجاري لدى المستثمرين في المجال الرياضي".

واتفقت نتائج البحث الحالي مع دراسة أحمد محمد وإسماعيل محمد ووجية أحمد ٢٠٢٠م (٢) والتي تشير إلى أنه لا توجد جهة مسئولة بوزارة الشباب والرياضة عن تنمية المنشآت الصغيرة كما لا توجد إدارة متخصصة بوزارة الشباب والرياضة في نظام الامتياز التجاري، كما ان لا يوجد معرفة لدى المستثمرين المحليين بخصوص المعلومات والبيانات الخاصة بإمكانيات وأنواع الأنشطة المتعامل بها من خلال هذا النشاط وعدم وجود خبرات قانونية ومالية متخصصة في نظام حق الامتياز التجاري.

ويعزي الباحث ذلك عدم وعي الكثير من المستثمرين في المجال الرياضي بنظم حق الامتياز التجاري، رغم سعي الدولة بتنظيم المؤتمرات والندوات لنشر ثقافة الاستثمار باستخدام حق الامتياز التجاري نظراً للتحديات المتشابكة والمتغيرات المتلاحقة في المجتمع الرياضي إلا ان هناك حالة من التخوف من الاقدام علي استخدام هذا الاسلوب التجاري. وبذلك يكون الباحثان قد حققا الإجابة عن التساؤل الخامس للبحث.

عرض ومناقشة نتائج التساؤل السادس:

هل توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات عينه البحث في استبيان حق الامتياز التجاري بمحاوره تبعاً لـ (أطراف العلاقة التعاقدية) "؟".

تم حساب قيمة (ت) بين متوسط درجات عينه البحث من مانح حق الامتياز التجاري "المؤسسات الرياضية" والممنوح له حق الامتياز التجاري "المستثمر الرياضي" في استبيان حق الامتياز التجاري. ويوضح ذلك جدول (١١):

جدول (١١)

الفروق بين أطراف العلاقة التعاقدية في حق الامتياز التجاري "الفرنشايز" (ن=٢٨١)

المحاور	أطراف العلاقة التعاقدية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الفروق بين المتوسطات	قيمة (ت)	مستوى الدلالة																																														
عوائد حق الامتياز	المانح (ن=٢٢٣)	٣٤.٨٢	٣.٢٥٤	٠.١٩١	٠.٤٠٧	غير دال																																														
	الممنوح له (ن=٥٨)	٣٤.٦٣	٢.٩٠٢				الطبيعة القانونية	المانح (ن=٢٢٣)	٣١.٣٣	٤.٥٤٩	٠.٦٨١	١.٠١٨	غير دال	الممنوح له (ن=٥٨)	٣٠.٦٥	٤.٤٩٦	العلاقة التعاقدية	المانح (ن=٢٢٣)	٤١.٦٠	٥.٩٩٧	٠.٧٧٣-	٠.٩١٠-	غير دال	الممنوح له (ن=٥٨)	٤٢.٣٧	٥.٠١٥	صور حق الامتياز	المانح (ن=٢٢٣)	٣٢.٣٨	٤.٢١٠	٠.٨٩٠-	١.٤٩٢-	غير دال	الممنوح له (ن=٥٨)	٣٣.٢٧	٣.٣٠٨	معوقات التطبيق	المانح (ن=٢٢٣)	٢٧.٠٥	٣.٩٢٢	٠.٢٦٩-	٠.٤٧٦-	غير دال	الممنوح له (ن=٥٨)	٢٧.٣٢	٣.٤٩٠	الدرجة الكلية	المانح (ن=٢٢٣)	١٦٧.٢	١٤.٣٠٩	١.٠٦٠-	٠.٥١٢-
الطبيعة القانونية	المانح (ن=٢٢٣)	٣١.٣٣	٤.٥٤٩	٠.٦٨١	١.٠١٨	غير دال																																														
	الممنوح له (ن=٥٨)	٣٠.٦٥	٤.٤٩٦				العلاقة التعاقدية	المانح (ن=٢٢٣)	٤١.٦٠	٥.٩٩٧	٠.٧٧٣-	٠.٩١٠-	غير دال	الممنوح له (ن=٥٨)	٤٢.٣٧	٥.٠١٥	صور حق الامتياز	المانح (ن=٢٢٣)	٣٢.٣٨	٤.٢١٠	٠.٨٩٠-	١.٤٩٢-	غير دال	الممنوح له (ن=٥٨)	٣٣.٢٧	٣.٣٠٨	معوقات التطبيق	المانح (ن=٢٢٣)	٢٧.٠٥	٣.٩٢٢	٠.٢٦٩-	٠.٤٧٦-	غير دال	الممنوح له (ن=٥٨)	٢٧.٣٢	٣.٤٩٠	الدرجة الكلية	المانح (ن=٢٢٣)	١٦٧.٢	١٤.٣٠٩	١.٠٦٠-	٠.٥١٢-	غير دال	الممنوح له (ن=٥٨)	١٦٨.٢	١٢.٧٧٤						
العلاقة التعاقدية	المانح (ن=٢٢٣)	٤١.٦٠	٥.٩٩٧	٠.٧٧٣-	٠.٩١٠-	غير دال																																														
	الممنوح له (ن=٥٨)	٤٢.٣٧	٥.٠١٥				صور حق الامتياز	المانح (ن=٢٢٣)	٣٢.٣٨	٤.٢١٠	٠.٨٩٠-	١.٤٩٢-	غير دال	الممنوح له (ن=٥٨)	٣٣.٢٧	٣.٣٠٨	معوقات التطبيق	المانح (ن=٢٢٣)	٢٧.٠٥	٣.٩٢٢	٠.٢٦٩-	٠.٤٧٦-	غير دال	الممنوح له (ن=٥٨)	٢٧.٣٢	٣.٤٩٠	الدرجة الكلية	المانح (ن=٢٢٣)	١٦٧.٢	١٤.٣٠٩	١.٠٦٠-	٠.٥١٢-	غير دال	الممنوح له (ن=٥٨)	١٦٨.٢	١٢.٧٧٤																
صور حق الامتياز	المانح (ن=٢٢٣)	٣٢.٣٨	٤.٢١٠	٠.٨٩٠-	١.٤٩٢-	غير دال																																														
	الممنوح له (ن=٥٨)	٣٣.٢٧	٣.٣٠٨				معوقات التطبيق	المانح (ن=٢٢٣)	٢٧.٠٥	٣.٩٢٢	٠.٢٦٩-	٠.٤٧٦-	غير دال	الممنوح له (ن=٥٨)	٢٧.٣٢	٣.٤٩٠	الدرجة الكلية	المانح (ن=٢٢٣)	١٦٧.٢	١٤.٣٠٩	١.٠٦٠-	٠.٥١٢-	غير دال	الممنوح له (ن=٥٨)	١٦٨.٢	١٢.٧٧٤																										
معوقات التطبيق	المانح (ن=٢٢٣)	٢٧.٠٥	٣.٩٢٢	٠.٢٦٩-	٠.٤٧٦-	غير دال																																														
	الممنوح له (ن=٥٨)	٢٧.٣٢	٣.٤٩٠				الدرجة الكلية	المانح (ن=٢٢٣)	١٦٧.٢	١٤.٣٠٩	١.٠٦٠-	٠.٥١٢-	غير دال	الممنوح له (ن=٥٨)	١٦٨.٢	١٢.٧٧٤																																				
الدرجة الكلية	المانح (ن=٢٢٣)	١٦٧.٢	١٤.٣٠٩	١.٠٦٠-	٠.٥١٢-	غير دال																																														
	الممنوح له (ن=٥٨)	١٦٨.٢	١٢.٧٧٤																																																	

حق الامتياز التجاري "الفرنشايز"

يتضح من جدول (١١) لا توجد فروق بين متوسطات درجات مانح حق الامتياز التجاري "المؤسسات الرياضية" والممنوح له حق الامتياز التجاري "المستثمر الرياضي" في استبيان حق الامتياز التجاري.

ويعزي الباحثان ذلك إلى أن نظام حق الامتياز التجاري قائم على تحقيق منافع متبادلة بين طرفي العلاقة التعاقدية سواء للمؤسسة الرياضية مانحة الحق أو المستثمر الممنوح له حق الامتياز، فهي تتميز بأنها أشبه بمجتمع تعاوني يقوم على أساس من المصالح المشتركة بشكل يحقق فرص استثمارية جديدة، بالإضافة إلى أن عقد الامتياز التجاري من العقود التبادلية الملزمة للطرفين حيث يترتب عليه مجموعة من الالتزامات على عاتق طرفي العلاقة.

واتفقت نتائج البحث الحالي مع دراسة منير علي (٢٠١٩م) (١١) والتي تشير أن نجاح المرخص له يتوقف بشكل كبير على قدرة المرخص ونجاحه في تشغيل مجال جديد أو مشاريع جديدة تحت نظام الامتياز بشكل يضمن استمرارية العمل ونجاحه.

واختلفت نتائج البحث الحالي مع دراسة سعد شلبي وناجي اسماعيل (٢٠١٣م) (٤) والتي تشير إلى أن هناك اختلاف بين عينة البحث عند صياغة اتفاقيات الترخيص باستخدام العلامة التجارية. وبذلك يكون الباحثان قد حققا الإجابة عن التساؤل السادس للبحث.

نتائج البحث وتوصياته:

أولاً: نتائج البحث:

انطلاقاً من نتائج هذا البحث وفي ضوء المنهج المستخدم وفي حدود العينة وأداة جمع البيانات، يستخلص الباحث ما يلي:

١. يعد نظام حق الامتياز التجاري أحد أهم آليات الاستثمار للمؤسسات الرياضية من خلال تحقيق المزيد من الأرباح، وزيادة القيمة السوقية داخل السوق الرياضي.
٢. يحقق حق الامتياز التجاري الاستفادة التسويقية والمالية للمؤسسات الرياضية وامكانية التوسع في أسواق جديدة دون الحاجة للاستثمار في موارد وأصول المؤسسة.
٣. يتيح حق الامتياز التجاري احتمالية نجاح أعلى لصالح المستثمرين كونهم يتعاملون مع نموذج قائم بالفعل.
٤. يعد الامتياز التجاري هو عقد يمنح بمقتضاه المؤسسة الرياضية، حق استخدام حقوق الملكية الفكرية (الاسم التجاري، العلامة التجارية، براءة الاختراع، حقوق الملكية الفكرية) للمستثمر.
٥. يعد عقد الامتياز التجاري عقد معاوضة ومحدد وملزم للجانبين إذ يفرض على كل من المؤسسة الرياضية والمستثمر التزامات متبادلة بينهم.

٦. يعد عقد الامتياز التجاري عقد رضائي يكفي لانعقاده تراضي الطرفين.
٧. يلتزم مانح الامتياز التجاري بنقل المعرفة الفنية والتدريب والتعليم وتقديم المساعدة التقنية واستخدام (الاسم التجاري, العلامة التجارية, براءة الاختراع, حقوق الملكية الفكرية) للممنوح له.
٨. يلتزم مانح حق الامتياز التجاري بأن يكشف للممنوح له خلال المفاوضات التي تسبق ابرام العقد بكافة المعوقات والاحطار التي قد تواجهه.
٩. يلتزم الممنوح له الامتياز التجاري خلال فترة العقد أن يدفع للممنوح القيمة المالية المتفق عليه وطريقة الدفع.
١٠. يلزم على الممنوح له حق الامتياز التجاري السرية حول المعلومات المتعلقة بالامتياز التجاري سواء كانت تتعلق بالمستندات أو شكل ومواصفات المنتجات ونظام العمل وكيفية التشغيل.
١١. يجب أن يلتزم الممنوح له حق الامتياز التجاري بمعايير الجودة في الأنشطة التي يحصل عليها.
١٢. تشجع المؤسسات الرياضية امتياز الانتاج من خلال اتفاق يحق للمستثمر بموجبه بإنتاج منتجات وفقاً لتعليمات المؤسسة الرياضية ويقوم ببيعها تحت العلامة التجارية لها.
١٣. يعد امتياز التوزيع أحد صور امتياز الفرنشايز عن طريق اتفاق يحق للمستثمر بموجبه ببيع منتجات معينة في متجر يحمل الاسم أو العلامة التجارية للمؤسسة.
١٤. يوجد ضعف في ثقافة الاستثمار بنظام حق الامتياز التجاري داخل سوق الرياضة المصرية.
١٥. يوجد خوف لدى المستهلك الرياضي من ضعف جودة المنتجات المقدمة من قبل المستثمر "الممنوح له" الحاصل على حق الامتياز التجاري من قبل المؤسسة الرياضية.
١٦. لا توجد فروق بين متوسطات درجات مانح حق الامتياز التجاري "المؤسسات الرياضية" والممنوح له حق الامتياز التجاري "المستثمر الرياضي" في استبيان حق الامتياز التجاري.

ثانياً: توصيات البحث:

استناداً إلى ما تم التوصل إليه من نتائج البحث, وفي ضوء تساؤلات البحث, يوصي الباحث بما يلي:

١. عقد مؤتمرات وندوات مخصصة لنشر ثقافة الاستثمار بنظام حق الامتياز التجاري داخل سوق الرياضة المصري.
٢. الاستعانة بالخبراء المتخصصين في الجوانب المالية والقانونية في نظام حق الامتياز التجاري داخل السوق الرياضي.
٣. إنشاء قسم داخل ادارات التسويق تكون مختصة بالاستثمار في حق الامتياز التجاري داخل المؤسسات الرياضية على اختلاف انواعها سواء هادفة للربح أو غير هادفة للربح.
٤. إنشاء ادارة داخل وزارة الشباب والرياضة تختص بتشجيع فرص الاستثمار في حق الامتياز التجاري.
٥. قيام المؤسسات الرياضية بحملات ترويجية لنشر خدماتها بنظام الاستثمار في حق الامتياز التجاري على كافة الأصعدة المحلية والعالمية.
٦. ضرورة التزام المستثمر المرخص له باتباع كافة تعليمات وخبرات والمعايير القياسية الخاصة بالمؤسسة الرياضية عند انتاج وتقديم المنتج.
٧. وجوب العمل على تطوير صيغ التعاقد في نظام الامتياز التجاري وإيجاد نظام مفصل لممارسته بشكل يحمي اطراف العلاقة التعاقدية.
٨. سن تشريع بقانون الرياضة المصري يختص بتنظيم التعاقد بنظام حق الامتياز التجاري بما يتلائم مع اقتصاديات الرياضة.
٩. اجراء مزيد من الدراسات والأبحاث حول سبل التسويق والاستثمار بنظام حق الامتياز التجاري داخل سوق الرياضة بجمهورية مصر العربية.
١٠. تطبيق النموذج المقترح لحق الامتياز التجاري "الفرنشايز" بالمؤسسات الرياضية.

ثالثاً: النموذج المقترح:

٩. **ماهر عطية:** الترويج لنظام الفرانشايز لتسويق المنتجات والخدمات الرياضية محليا وعالميا في ظل عولمة الاعلام الرياضي, رسالة دكتوراه , كلية التربية الرياضية, جامعة طنطا, ٢٠١٠م.
١٠. **محمد سادات:** الجوانب القانونية لعقد الفرانشايز, مجلة البحوث القانونية والاقتصادية, ع ٥٤, كلية الحقوق, جامعة المنصورة, مصر, ٢٠١٣م.
١١. **منير علي:** "الجوانب القانونية لعقد الامتياز التجاري (الفرانشايز)", مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية, مج ٣, ع ٥٤, المركز القومي للبحوث, غزة, فلسطين, ٢٠١٩م.

ثانياً: المراجع باللغة الانجليزية:

12. **Blachshaw, I:** sport marketing Agreements: Legal, Fiscal and Practical Aspects, Netherlands, Springer, 2012.
13. **Hamila, s et al:** The model of governance at FC Barcelona: balancing member democracy, commercial strategy, corporate social responsibility and sporting performance, London Routledge.2010.
14. **Hans H, Bauer And Nicola E , Sauer:** Customer –Based Brand Equity In The Team Sport , Industry , Operation Alization And Impact On The Economic Success Of Sport Team . European Journal Of Marketing Vol ,39 ,2005.
15. <https://franchising.sa/article/٢٠٢/dyadas-mtajr-alamtyaaz-tdam-mbyaaatna/>