

العوامل المؤثرة علي تقديم الخدمات الرياضية الخاصة بالاستثمار الرياضي في مصر

## **Factors Affecting the Provision of Sports Services for Sports Investment in Egypt**

أسماء محمد عوض العوادلي

بكالوريوس في التربية الرياضية قسم الإدارة الرياضية و الترويج

## المستخلص

يهدف البحث إلي التعرف علي تصنيفات و مجالات أعمال الخدمات الرياضية التي تقدمها الشركات المشهورة بالعمل في المجال الرياضي في ضوء قانون الرياضة رقم ٧١ لسنة ٢٠١٧م - التعرف علي العوامل المؤثرة علي تقديم أعمال الخدمات الرياضية ، وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي و اشتمل مجتمع البحث علي شركات مزاوله أعمال الخدمات الرياضية وبلغ عددهم (٢٠) شركة وقد بلغ عدد عينة البحث الأساسية ( ١٣ ) بنسبة ٦٥ % و قد بلغ عدد العينة الاستطلاعية (٧) شركات بنسبة مئوية ٣٥,٠٠% من اجمالي عينة البحث، وتم اختيارهم بالطريقة العشوائية من مجتمع البحث ، على أن تكون هذه العينة من نفس مجتمع البحث ومن خارج عينته الأساسية ولها مواصفات العينة الأساسية، وذلك بهدف إيجاد المعاملات العلمية (الصدق - الثبات) لاستمارة الاستبيان و قد كانت أهم النتائج التي توصل اليها البحث معرفة تصنيفات الخدمات الرياضية في الإدارة والتسويق و التشغيل و إدارة الألعاب الرياضية و في الأندية الخاصة و الأكاديميات و الاندية الصحية و مراكز اللياقة البدنية - معرفة العوامل المؤثرة علي تقديم الخدمات الرياضية ، وكانت أهم التوصيات الخاصة بنتائج البحث هي إضافة مجالي الصناعة الرياضية و السياحة الرياضية لمجالات خدمات الاستثمار الرياضي في قانون الرياضة رقم ٧١ لسنة ٢٠١٧م - إصلاح الهيكل الإداري للمؤسسات الرياضية الاستثمارية - توفر قاعدة بيانات عن تدفق الاستثمار عامة وفي الاستثمار الرياضي خاصة - تسهيل إجراءات الحصول علي قروض تمويل المشروعات الاستثمارية - ضرورة وضوح عقود الاستثمار بين المؤسسة الرياضية و المستثمر وفقا لأحكام القانون الخاص بالاستثمار.

الكلمات المفتاحية : الخدمات الرياضية - الاستثمار الرياضي .

## Abstract

The importance of research in identifying the classifications of sports services provided by concerning companies in the field of sports , and how to invest them in the fruitful form of the sports institution in the light of the Sports law No. 71 of 2017 . Also, to the factors affecting the provision of sports services The researcher used the descriptive survey method The study sample consisted of (13) companies of percentage of 65.00% of the sample. main pilot study the random sample of the study society (companies engaged in sports services and the number of survey sample (7) companies of (35.00%) of the total sample. They were randomized from the research community (companies engaged in sports services), provided that this sample is from the same research community and outside its basic sample and has the basic sample specification, in order to find scientific transactions (validity – reliability) of the questionnaire for , The most important results of the research were the knowledge of sports services classifications in management, marketing, operation, sports management, private clubs, academies, health clubs and fitness centers and Know the factors affecting the provision of sports services , The most important of the research - Add the fields of sports industry and sports tourism to the areas of sports investment services in the Sports law No. 71 of 2017 - Reforming the administrative structure of sports institutions - Provides a database on the flow of investment in general and in sports investment in particular - Facilitating procedures for obtaining investment project financing loans - the necessity of clarity of investment contracts between the sports institution and the investor in accordance with the provisions of the law on investment.

**Keywords:** sports services - sports investment

يشير رمضان ( ٢٠٠٧ ) أن الرياضة إحدى أهم المجالات الاستثمارية المثمرة ، وهو ما أثبتته السنوات الأخيرة ، فإلى جانب كونها هواية فإنها ذات صلة وثيقة بالقطاع الاقتصادي ، لكونها تشارك في الدورة الاقتصادية سواء كمنتج أو شريك في الإنتاج أو قيمة مضافة . ويمكنها أن تكون مصدر هائل في العالم كله ، وهذا ما أدركته الدول الصناعية الكبرى، فأصبحت تتعامل مع الرياضة كصناعة حقيقة تستثمر فيها رؤوس أموال ضخمة ، بل أنها ترى أن إذا لم ترتبط بالاستثمار فإن ذلك سيؤدي الى زوالها ، وهذا الأمر انعكس بصورة إيجابية علي أوضاع الرياضة وأداء أنديةها و تفوقها فأصبحت الرياضة فيها من أنجح المشاريع الاستثمارية .

وأضاف حماد ( ٢٠١٦ ) " كما يجب سعي أي منظمة إلي تحقيق أهداف اقتصادية و اجتماعية و إنسانية من خلال تقديمها منتجات معينة إلي عملائها ، وقد تكون تلك المنتجات في شكل سلع أو خدمات أو أفكار أو أشخاص أو أماكن ، ويلزم للمنظمة تحقيق إشباع عملائها من خلال المنافع التي تحققها تلك المنتجات ، وتستطيع المنظمة تحقيق من خلال النشاط التسويقي بها " . ( ص ، ٥ )

### مشكلة البحث:

بداية أي إصلاح اقتصادي يبدأ من التشريع ورعايته لحاجات المجتمع وموازنته بين فكرة زيادة الاستثمارات و جذب رؤوس الأموال و فكرة الأمن القومي .

ويعد قانون الرياضة رقم "٧١" لسنة ٢٠١٧ م والصادر بتاريخ ٣١/٥/٢٠١٧ م بمثابة نقلة للرياضة المصرية و قدرتها علي التنافس مع الريادة العالمية وفي ضوء التحولات الاقتصادية في العالم .

١- لم يتطرق قانون الرياضة الجديد الصادر رقم ٧١ لسنة ٢٠١٧ م لتحديد مواصفات و طبيعية الخدمات الرياضية الوارد ذكرها في المادة (٧١) ، ( ٧٢ ) ، ( ٧٣ ) ، ( ٧٦ ) ، ( ٧٧ ) ، ( ٧٨ ) في الباب الثامن " الاستثمار في المجال الرياضي الإي من خلال التعريف فقط .

### هدف البحث :

١. التعرف علي تصنيفات و مجالات الخدمات الرياضية التي تقدمها الشركات المشهورة بالعمل في المجال الرياضي في ضوء قانون الرياضة رقم ٧١ لسنة ٢٠١٧ م.
٢. التعرف علي العوامل المؤثرة علي تقديم الخدمات الرياضية .

### تساؤلات البحث :

١. ما هي تصنيفات أعمال الخدمات الرياضية الخاصة بالاستثمار الرياضي ؟
٢. ما هي العوامل المؤثرة علي تقديم الخدمات الرياضية ؟

### مصطلحات البحث :

#### ١- الخدمات الرياضية :

"جميع الخدمات التي تقدم من خلال المجال الرياضي ، وتتخذ الخدمات الرياضية صورة الإدارة أو التسويق أو التشغيل أو إدارة الألعاب الرياضية أو إنشاء الأندية الخاصة أو الاكاديميات أو الأندية الصحية أو مراكز اللياقة البدنية" (قانون الرياضة رقم ٧١ مادة ١ ، ٢٠١٧)

#### ٢- الاستثمار الرياضي :

"جميع الاموال التي يتم انفاقها و استثمارها في المجالات المتعلقة بالنشاط الرياضي بغرض تحقيق الارباح " (قانون الرياضة رقم ٧١ مادة ١ ، ٢٠١٧)

٣- العوامل المؤثرة علي تقديم الخدمات الرياضية الخاصة بالاستثمار الرياضي في مصر :

المحددات التي من شأنها التأثير علي الخدمات الرياضية المقدمة للمنتفعين في المجال الرياضي الاستثماري في مصر " تعريف اجرائي للباحثة "

الدراسات المرتبطة :

أولا : الدراسات العربية :

١- دراسة : حجازي ، الشافعي (٢٠٠٩) بعنوان إستراتيجية التسويق الرياضي و الاستثمار بالمؤسسات الرياضية المختلفة وهدفت الدراسة إلي وضع إستراتيجية للتسويق الرياضي و الاستثمار بالمؤسسات الرياضية في ضوء التحولات الاقتصادية العالمية المعاصرة و استخدام الباحثان المنهج الوصفي ، إشمتمت العينة علي (٣٩٨) فردا من الإدارة العليا و (٥٠) مستثمر ورجال اعمال ، و استخدم الباحثان تحليل اللوائح و القوانين المنظمة للمؤسسات الرياضية المختلفة ، المقابلة الشخصية ، الإستبيان كأدوات جمع البيانات ، وكانت أهم النتائج إقتراح مشروع متكامل لعملية التسويق الرياضي و الاستثمار بالمؤسسات الرياضية و المختلفة .

٢- دراسة : مرسى (٢٠١١) بعنوان تفعيل آليات جذب رجال الأعمال للإستثمار في مجال الرياضة ، وهدفت الدراسة إلي نشر ثقافة الإستثمار في المجال الرياضي عند رجال الأعمال ، و تحديد العوامل المشجعة علي الإستثمار في المجال الرياضي ، و استخدمت الباحثة المنهج الوصفي ، إشمتمت عينة الدراسة علي (٨٥) من رجال اعمال و المستثمرين ، وكانت أهم النتائج أهمية الإستثمار في المجال الرياضية في رفع الكفاءة الاقتصادية للمؤسسة ، و صلاحية البنية الاساسية داخل المؤسسة .

٣- دراسة : الجمال (٢٠١٣) بعنوان نموذج اقتصادي للرياضة المصرية : نهج مقارن لبعض النماذج الدولية وهدفت الدراسة إلي وضع نموذج اقتصادي للرياضة في جمهورية مصر العربية و استخدم الباحث المنهج الوصفي و تم اختيار عينة عشوائية من بين الأفراد المكونين لفئات مجتمع الدراسة حيث بلغ عدد ١٨٦ فرد من الاكاديميين بكليات التربية الرياضية و القيادات و العاملين بوزارة الدولة لشئون الرياضة و استخدم الباحث المقابلة الشخصية و التحليل المقارن كأدوات جمع البيانات ، وكانت أهم النتائج ضرورة تبني القانون الرياضي فلسفة جديدة في ادارة و تمويل الحركة الرياضية المصرية .

٤- دراسة : حماد (٢٠١٦) بعنوان إستثمار إمكانات الهيئات الشبابية و الرياضية بمحافظة الشرقية في ضوء التحولات الاقتصادية المعاصرة ، وهدفت الدراسة إلي إستثمار إمكانات الهيئات الشبابية و الرياضية بمحافظة الشرقية في ضوء التحولات الاقتصادية وذلك من خلال التعرف على واقع إمكانات الهيئات الشبابية و الرياضية التي يمكن إستثمارها و أساليب جذب المستثمرين للإستثمار و استخدم الباحث المنهج الوصفي

و تم اختيار عينة البحث العمدية من (٢٧) هيئة شبابية بالطريقة العمدية لواقع (١٨٤) فردا يمثلوا ( اعضاء مجالس الإدارات - المدربين التنفيذيين - المشرفين الماليين ) بمراكز الشباب . وكذلك تم اختيار عينة البحث العمدية من (٢١) هيئة رياضية بالطريقة العمدية لواقع ( ١٦٦ ) فردا يمثلوا ( اعضاء مجالس الادارات - المدربين التنفيذيين - مرافقين الحسابات ) بأندية محافظة الشرقية وقد إستخدم الباحث الإستبيان كأداة لجمع البيانات ، وكانت أهم النتائج أن تعتمد الهيئة علي نفسها في دعم الأنشطة الممارسة لها و خلال استثمار امكانتها . ضرورة إستحداث إدارة متخصصة

بالاستثمار داخل مديرية الشباب و الرياضية بمحافظة الشرقية ، سرعة إصدار قانون يشجع المستثمر علي الاستثمار بالهيئات الشبابية و الرياضية ، تسهيل إجراءات إستخراج التصاريح الخاصة بالاستثمار بالهيئات الشبابية و الرياضية .

ثانيا : الدراسات الأجنبية :

٥- دراسة : (2002) Andreoff بعنوان تمويل الرياضة في اوروبا نحو تحولات القرن الواحد و العشرين ، وهدفت الدراسة الي التعرف علي مشروعات التمويل الرياضي الأكثر إنتشارا في اوروبا ، واستخدم الباحث المنهج الوصفي ، واشتملت العينة علي عدد (١٢) دولة اوروبية ( المانيا ، سويسرا ، بلجيكا ، الدنمارك ، فرنسا ، إيطاليا ، المجر ، السويد ، اسبانيا ، البرتغال ، المملكة المتحدة ) ، واستخدم الإستبيان كأداة لجمع البيانات ، وكانت أهم النتائج هي أن بلغت مشروعات التمويل الرياضي من خلال الرعاية و الاعلانات التليفزيونية (٢٤,٥) مليون دولار في بلجيكا و (٢٦,٨) مليون دولار في المجر ، ( ١,٢٦,٢ ) مليون دولار في إيطاليا .

٦- دراسة : (2004) Lim and Others بعنوان أوليات الاستثمار المالي للرياضة في كوريا ، وهدفت الدراسة الي اختيار عوامل الاستثمار المالي في رفع مستوي الرياضة في كوريا و توضيح أولويات الاستثمار ، واستخدم الباحثون المنهج الوصفي ، إشتملت العينة علي (٣٠) متخصص في الإدارة الرياضية ، واستخدم الباحثون التحليل الهيكلي كأداة لجمع البيانات ، وكانت أهم النتائج الاستثمار في الرياضات الترفيهية و البرامج الرياضية و التدريبية كما أن الاستثمار في مجال الرياضي أصبح سمة اساسية في كل دول العالم بإعتبار أن تطبيق نظم الإحتراف حولت الرياضة إلى صناعة ربحية لها تأثيرها علي الدخل القومي و إرتباطها بالحياة الاجتماعية و السياسية .

ثالثا : التعليق علي الدراسات السابقة

من خلال إستعراضنا للدراسات المرتبطة العربية و الاجنبية ذات علاقة مباشرة و غير مباشرة بموضوع الدراسة ، حيث توصلت الدراسات المرتبطة الي مجموعة من النتائج التي ساعدت الباحثة في إثراء دراستها ، بالإضافة الي ما ورد بها من المعلومات أعانت الباحثة في إعداد المحتوي النظري و إجراءات الدراسة .

١- استخدمت الباحثة (٦) دراسة سابقة تضمنت ( ٤ ) دراسة عربية ، (٢) دراسة أجنبية .

٢- أجريت الدراسات خلال الفترة الزمنية ما بين ( ٢٠٠٢ - ٢٠١٦ ) .

٣- إستخدم الباحثون في جميع الدراسات المرتبطة المنهج الوصفي اتفقت كل الدراسات المرتبطة علي التنوع في الأدوات المستخدمة نظرا لإختلاف طبيعة دراسة و تنوعت الأدوات ما بين المقابلة الشخصية ، الإستبيان ، تحليل الوثائق و بعض الدراسات استخدمت أكثر من أداة في الدراسة الواحدة .

مدي الإستفادة من الدراسات المرتبطة :

لقد إستفادت الباحثة من الإطار النظري و الدراسات المرجعية في توجيه الدراسة الحالية من حيث النقاط التالية :

- ١ . تحديد موضوع البحث من خلال قراءات و إطلاع الباحثة .
- ٢ . التعرف علي الموضوعات النظرية الخاصة بموضوع البحث .
- ٣ . التعرف علي المراجع الحديثة المرتبطة بموضوع البحث .
- ٤ . التعرف علي الدراسات العربية و الأجنبية المرتبطة بموضوع البحث .
- ٥ . بناء أداة جمع البيانات بما يتناسب مع طبيعة البحث .
- ٦ . مناقشة و تفسير النتائج من حيث أوجه الإتفاق و الإختلاف مع نتائج البحث .

## إجراءات البحث:

### منهج البحث:

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي لملاءمته لطبيعة وإجراءات البحث.

### أولاً : مجتمع البحث:

اشتمل مجتمع البحث علي شركات مزاوله أعمال الخدمات الرياضية وفقاً للإحصاءات الصادرة من وزارة الشباب والرياضة لعام (٢٠١٨م)، وبلغ عددهم (٢٠) شركة .

### ثانياً : عينة البحث:

بلغ إجمالي عينة البحث (٢٠) شركة موزعين كالتالي :

#### عينة البحث الأساسية

بلغ عدد عينة البحث من شركات مزاوله أعمال الخدمات الرياضية (١٣) ، حيث قام الباحثة بإختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية من مجتمع البحث (شركات مزاوله أعمال الخدمات الرياضية).

#### عينة البحث الاستطلاعية

و بلغ عدد العينة الاستطلاعية (٧) شركات ، وتم اختيارهم بالطريقة العشوائية من مجتمع البحث (شركات مزاوله أعمال الخدمات الرياضية)، على أن تكون هذه العينة من نفس مجتمع البحث ومن خارج عينته الأساسية ولها مواصفات العينة الأساسية، وذلك بهدف إيجاد المعاملات العلمية (الصدق - الثبات) لاستمارة الاستبيان.

جدول (١): توصيف عينة البحث الأساسية.

العينة	العدد	النسبة المئوية
العينة الأساسية.	١٣	٦٥,٠٠%
العينة الاستطلاعية.	٧	٣٥,٠٠%
إجمالي عينة البحث.	٢٠	١٠٠%

ثالثاً: أدوات البحث (أدوات جمع البيانات).

استخدمت الباحثة الأدوات الآتية في الحصول علي البيانات والمعلومات اللازمة لتحقيق أهداف البحث و الإجابة علي تساؤلاتها:

### ١- تحليل البيانات و المسح المرجعي :

قامت الباحثة بتحليل مجموعة من التشريعات الرياضية المتمثل في قانون الرياضة رقم ٧١ لسنة ٢٠١٧م ( الباب الأول ، الفصل الأول ، مادة ١ ).

كما قامت الباحثة بإجراء مسح للدراسات المتخصصة التي توافرت لديها موضوع الاستثمار بصفة عامة و المطبقة في المجال الرياضي بصفة خاصة مثل دراسة رضوان (٢٠١٦) ، شحاته (٢٠٠٨) ، الشبراخيتي (٢٠٠٦) .

## ٢- المقابلة الشخصية :

قامت الباحثة بإجراء مقابلات شخصية مفتوحة مع الشخصيات العاملة في وزارة الشباب و الرياضة في الإدارة العامة للإستثمار وعددهم (٢) ، كما قامت الباحثة بإجراء مقابلة شخصية مع المستثمرين في المجال الرياضي أصحاب شركات الخدمات الرياضية المشهورة في العمل بالمجال الرياضي و عددهم (١٤) مستثمر رياضي .

## ٣- الاستبيان:

من أجل تحقيق أهداف البحث وجمع بياناته قامت الباحثة بإعداد استمارة استبيان وفق الخطوات التالية:

- قامت الباحثة بمراجعة الدراسات السابقة و الأدبيات و التي استطاعت الحصول عليها و المتعلقة بموضوع البحث في مختلف التخصصات.

- بناءً على مراجعة الأبحاث السابقة تم تحديد المحاور والفقرات بصورتها الأولية.

- بعد إعداد الصياغة الأولية للأداة تم عرضها على مجموعة من الخبراء في مجال الإدارة الرياضية ، يوضح ذلك ، وقد طلب من الخبراء استطلاع رأيهم في مدى مناسبة المحاور والعبارات المندرجة تحت كل محور وتحقيقها لأهداف البحث، ورد منها (١٠) استمارات؛ حيث طلب من الخبراء إبداء الرأي حول درجة الموافقة على المحاور والعبارات المقترحة من الباحثة بوضع علامة صح امام رأيه ، وان كانت هناك محاور أو عبارات أخرى يرون تعديلها، أو إضافتها، أو حذفها، وقد اشترطت الباحثة أن تتوافر الشروط التالية عند اختيار الخبراء:

- أن يكون الخبير على درجة أستاذ أو أستاذ مساعد بكليات التربية الرياضية بجمهورية مصر العربية.
- أن يكون متخصصاً في مجال الإدارة الرياضية بكلية التربية الرياضية.

وعلى أثر تنقيح الإستبيان بناءً على مقترحات الخبراء خاصة فيما يتعلق بتعديل وحذف وإضافة عدد من عبارات الاستبانة، وتحسين أسلوب الصياغة لبعض العبارات، ودمج العبارات المتماثلة، وتبسيط العبارات المركبة، أصبحت الإستبيان في صورتها النهائية تشتمل على المحاور الآتية :

١- المحور الأول: صور وأشكال الخدمات الرياضية، وأشتمل على(٣) ابعاد فرعية.

٢- المحور الثاني: العوامل المؤثرة علي تقديم الخدمات الرياضية، وأشتمل على(٩) عبارات.

رابعا : المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان:

## ١- الصدق:

قامت الباحثة باستخدام نوعين من الصدق هما:

## أ- صدق المحكمين:

لقد قامت الباحثة بالتأكد من صدق المحكمين و ذلك بعرض الأداة على (٧) خبراء من ذوي الخبرة والاختصاص في مجال الإدارة الرياضية من أعضاء هيئة التدريس وذلك بقصد التأكد من صدق الاستبيان، وقد طلب منهم تحكيم الإستبيان من حيث:

- التأكد من كفاية وشمولية وموضوعية العبارات الخاصة بكل محور.
- التأكد من سلامة صياغة و وضوح المحاور والعبارات.
- إعادة صياغة أو تعديل أو حذف المحاور والعبارات التي تحتاج إلى ذلك.

وبعد جمع الأداة والاطلاع على ملاحظات الخبراء، تم تعديل صياغة بعض فقرات المحاور وحذف بعضها الآخر، وهي التي لم تحصل على نسبة موافقة (٧٠%) فأكثر من آراء الخبراء، وقد تم بناء الصورة الأولية للأداة المقترحة، ثم عرضت على نفس الخبراء، وبلغت نسبة الاتفاق على (١٠٠%)، مما يدل على أن الأداة تتمتع بدرجة عالية من صدق المحكمين، والجدول (٢) التالي يوضح ذلك:

جدول (٢): درجة اتفاق الخبراء على المحاور المقترحة لاستمارة الاستبيان. ن = ١٠

المحاور	الابعاد الفرعية	عدد الموافقين	النسبة المئوية للموافقة
١ صور وأشكال الخدمات الرياضية.	(٣)	١٠	١٠٠%
٢ العوامل المؤثرة على تقديم الخدمات الرياضية.	-	١٠	١٠٠%

جدول (٣): عدد محاور وعبارات استمارة الاستبيان قبل وبعد العرض على السادة الخبراء.

م	عدد المحاور		عدد العبارات		
	قبل العرض	بعد العرض	المحذوفة	المضافة	المعدلة
٢ الأول	٥٥	٥٥	١٥	٥	١٠
٣ الثاني	١٤	١٤	٩	٣	٥
الإجمالي	٦٩	٦٩	٢٤	٨	١٥

ب- صدق الاتساق الداخلي:

اختبرت الباحثة صدق استمارة الاستبيان بتطبيقها على عينة استطلاعية من نفس مجتمع البحث ومن خارج عينته الأساسية بلغ قوامها (٧) شركات من شركات مزاولة أعمال الخدمات الرياضية، وتم التحقق من الصدق باستخدام صدق الاتساق الداخلي بذلك بإيجاد كل من:

أ- معامل الارتباط بين كل عبارة ومجموع المحور المنتمئة إليه والمجموع الكلي للاستمارة.

ب- معامل الارتباط بين مجموع كل محور والمجموع الكلي للاستمارة.



جدول (٤) قيمة معامل الارتباط بين درجة كل عبارة ومجموع المحور المنتمبة إليه والمجموع الكلي للاستمارة للمحور الاول (صور وأشكال الخدمات الرياضية): البعد الأول: صور و أشكال الخدمات الرياضية في الإدارة.

ن = ٧

م	العبارات	معامل الارتباط	
		العبارة والمحور	العبارة والمجموع الكلي
١	توجد سلطة للمتابعة من الإدارة العليا بالمؤسسة الرياضية علي تقديم الخدمات الرياضية.	٠,٨٣	٠,٨٤
٢	توجد خطط ( قصيرة المدى ) لتحقيق الخدمات الرياضية علي أعلى مستوى يمكن الوصول اليه.	٠,٨٧	٠,٩٠
٣	توجد خطط (متوسطة المدى) لتحقيق الخدمات الرياضية علي اعلي مستوى يمكن الوصول اليه.	٠,٨٣	٠,٨٤
٤	توجد خطط (طويلة المدى) لتحقيق الخدمات الرياضية علي اعلي مستوى يمكن الوصول اليه.	٠,٩٤	٠,٩١
٥	يوجد جهاز إداري مستقل لتحديد الخدمات الرياضية و كيفية تطبيقها.	٠,٧٢	٠,٧٦
٦	توجد معايير موضوعية لقياس مستوى تقديم الخدمات الرياضية.	٠,٨٩	٠,٩١
٧	تضع معدلات لتقديم الخدمات الرياضية المناسبة و تستخدم كمعايير رقابية لقياس نتائج تقديم الخدمات الرياضية.	٠,٨٧	٠,٩٠
٨	يوجد لوائح داخلية تنظم شكل و طبيعية وكيفية تقديم الخدمات الرياضية.	٠,٨٣	٠,٨١
٩	تعدد المستويات الإدارية المسؤولة عن الرقابة علي تقديم الخدمات الرياضية تساعد علي تقويم الخدمات الرياضية.	٠,٧٧	٠,٨١
١٠	يتم إختيار القادة المسئولي عن ادارة الخدمات الرياضية علي اساس امتلاكهم قدرا من الصفات الشخصية المؤهلة للقيادة.	٠,٨٧	٠,٩١

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = (٠,٧١٤).

تابع جدول (٤): قيمة معامل الارتباط بين درجة كل عبارة ومجموع المحور المنتميه إليه والمجموع الكلي للاستثمار للمحور الاول (صور وأشكال الخدمات الرياضية): البعد الثاني: صور و أشكال الخدمات الرياضية في التسويق و التشغيل و إدارة الألعاب الرياضية

م	العبارات	معامل الارتباط	
		العبارة والمحور الكلي	العبارة والمجموع الكلي
١١	التعاقد مع شركات الملابس الرياضية مقابل الدعاية لها.	٠,٧٧	٠,٨١
١٢	بيع حقوق إستغلال العلامة التجارية للمنظمة.	٠,٧٥	٠,٧٨
١٣	إعداد أفلام وصور عن المؤسسة الرياضية.	٠,٧٨	٠,٨١
١٤	المؤتمرات الصحفية لإبراز أهم المشروعات.	٠,٨٢	٠,٨٦
١٥	الصحف والقنوات التلفزيونية الخاصة.	٠,٨٣	٠,٨٨
١٦	شعارات وأعلام المؤسسة الرياضية.	٠,٨٤	٠,٨٦
١٧	وضع شروط تعاقدية للتغطية التلفزيونية.	٠,٨٩	٠,٩١
١٨	إحتكار حقوق بث الأحداث الرياضية.	٠,٩٢	٠,٩٤
١٩	عقد إتفاقيات مع المؤسسات الإعلامية للدعاية للبطولات والأحداث الرياضية بالمؤسسة الرياضية.	٠,٨٩	٠,٩١
٢٠	الإهتمام بتوقيت الإعلان "وقت الذروة" وكثافة المشاهدة.	٠,٧٨	٠,٨٢
٢١	جذب إهتمام المستثمرين الرياضيين وتشجيع الاستثمار الرياضي.	٠,٨٥	٠,٨٩
٢٢	فتح العديد من منافذ بيع التذاكر مما يبسر على الجماهير.	٠,٨٩	٠,٩٢
٢٣	دعوة كبار المسؤولين مما يحفز الإقبال الجماهيري.	٠,٧٧	٠,٧٩
٢٤	تحديد أسعار التذاكر بما يتناسب مع أهمية الحدث الرياضي.	٠,٨١	٠,٨٤
٢٥	التعاقد للبث المباشر أو المسجل للبطولات أو الإحداث.	٠,٩٢	٠,٩٤
٢٦	التعاقد لعقد الندوات أو التحليلات أو الأحاديث الرياضية المرتبطة.	٠,٨٩	٠,٩٤
٢٧	الإهتمام بالتعاقد مع المؤسسات لممارسة النشاط الرياضي على ملاعب النادي في غير أوقات الممارسة.	٠,٨٢	٠,٨٤

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = (٠,٧١٤).

تابع جدول (٤): قيمة معامل الارتباط بين درجة كل عبارة ومجموع المحور المنتمية إليه والمجموع الكلي للاستمارة للمحور الأول (صور وأشكال الخدمات الرياضية): البعد الثالث: صور و أشكال الخدمات الرياضية في الأندية الخاصة والأكاديميات والأندية الصحية ومراكز اللياقة البدنية

م	العبارات	معامل الارتباط	العبارة	العبارة والمجموع الكلي
٢٨	تقوم الإدارة بتصميم الخدمات وفقا لمواصفات تتطابق مع توقعات العملاء.	٠,٧٨	٠,٨٤	
٢٩	يوجد كارت تسجيل للحالة الصحية للممارسين.	٠,٧٧	٠,٨١	
٣٠	تخضع لنظافة دورية.	٠,٨١	٠,٨٤	
٣١	تتوافر بيئة صحية للمشاركين.	٠,٨٧	٠,٩٢	
٣٢	يوجد فريق عمل مؤهل لتقديم الخدمة الرياضية علي اعلي مستوى ممكن.	٠,٨٤	٠,٨٧	
٣٣	العاملين ذو مؤهل عالي سواء خريجي تربية رياضية او علاج طبيعي.	٠,٨٩	٠,٩١	
٣٤	تتسع لممارسة أنواع مختلفة من الأنشطة الرياضية.	٠,٩٢	٠,٩٣	
٣٥	جيدة الإضاءة و التهوية.	٠,٨٩	٠,٩١	
٣٦	يجب أن يكون هناك مخارج للطوارئ.	٠,٧٩	٠,٨١	
٣٧	يتوافر لوحات إرشادية توضح كيفية استخدام الأجهزة والأدوات الموجودة.	٠,٨٢	٠,٨٤	
٣٨	توجد أجهزة علاجية وإسعافات أولية.	٠,٨٤	٠,٨٦	
٣٩	جميع المرافق صالحة للاستخدام.	٠,٩١	٠,٩٣	
٤٠	يوجد حجرات تغيير الملابس.	٠,٨٨	٠,٨٩	
٤١	يوجد كارت متابعة للحالات المرضية الخاصة.	٠,٧٦	٠,٧٨	
٤٢	توجد وسائل تسلية للممارسين مثل ( موسيقى - شاشة عرض).	٠,٨٤	٠,٨٦	
٤٣	يقوم العاملون بالصالة بدراسة وتحليل شكاوى العملاء	٠,٨٩	٠,٩٢	
٤٤	تتوفر بها ساونا / جاكوزي / المساج / وحدات متجانسة يطلق عليها spa.	٠,٧٩	٠,٨٢	
٤٥	يوجد عيادات للكشف الطبي / التأهيل / العلاج الطبيعي / التغذية للرياضيين.	٠,٨٢	٠,٨٦	

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = (٠,٧١٤).

يتضح من جدول (٤) أن معاملات الارتباط دالة إحصائياً بين درجة كل عبارة ومجموع المحور المنتمية إليه والمجموع الكلي للاستمارة لمحور صور وأشكال الخدمات الرياضية، حيث أن قيمة (ر) المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) مما يدل على صدق عبارات المحور.

جدول (٥): قيمة معامل الارتباط بين درجة كل عبارة ومجموع المحور المنتمية إليه والمجموع الكلي للاستثمار

للمحور الثاني (العوامل المؤثرة علي تقديم الخدمات الرياضية) ن = ٧

م	العبارات	معامل الارتباط	العبارة والمحور الكلي
١	إستقرار الأوضاع السياسية الداخلية في الدولة.	٠,٨٩	٠,٩٢
٢	إستقرار الاوضاع الاقتصادية و المالية في الدولة.	٠,٧٦	٠,٧٩
٣	إستقرار النظام الإداري داخل المؤسسات الرياضية.	٠,٨٢	٠,٨٤
٤	وجود متخصصين ذو كفاءة عالية للعمل بالمجال الاستثماري بالمؤسسة الرياضية.	٠,٨٩	٠,٩٢
٥	وضوح مفهوم الخدمات الرياضية لدي العاملين بالمؤسسات الرياضية.	٠,٩٠	٠,٩٢
٦	وجود أساليب تحفز و تشجع المستثمرين من رجال الاعمال علي الاستثمار في المجال الرياضي.	٠,٧٨	٠,٨٣
٧	ضرورة وضوح عقود الاستثمار بين المؤسسة الرياضية و المستثمرين وفقا للحكام الخاصة بقانون الاستثمار وقانون الرياضة.	٠,٨٤	٠,٨٦
٨	ضرورة وجود إدارة متخصصة بالاستثمار داخل المؤسسات الرياضية.	٠,٩١	٠,٩٣

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = (٠,٧١٤).

يتضح من جدول (٥) أن معاملات الارتباط دالة إحصائياً بين درجة كل عبارة ومجموع المحور المنتمية إليه والمجموع الكلي للاستثمار لمحور العوامل المؤثرة علي تقديم الخدمات الرياضية، حيث أن قيمة (ر) المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) مما يدل على صدق عبارات المحور.

جدول (٦): قيمة معامل الارتباط بين المحاور والمجموع الكلي للاستثمار الاستبيان.

م	المحور	معامل الارتباط بين المحور والمجموع الكلي
١	صور وأشكال الخدمات الرياضية.	٠,٩٣
٢	العوامل المؤثرة علي تقديم الخدمات الرياضية.	٠,٩٦

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = (٠,٧١٤).

يتضح من جدول (٦) أن معاملات الارتباط تراوحت ما بين (٠,٩٥) ، (٠,٩٦) وهي دالة إحصائياً بين درجة كل محور والمجموع الكلي للاستثمار الاستبيان قيد البحث، حيث أن قيمة (ر) المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) مما يدل على صدق استمارة الاستبيان.

قامت الباحثة باستخدام التجزئة النصفية للتأكد من ثبات استمارة الاستبيان، وذلك عن طريق معامل ألفا Alpha للثبات، وفقاً للمعادلة الإحصائية لكل من كيودر Kuder وريتشاردسون Richardson، حيث يمثل معامل ألفا Alpha متوسط المعاملات الناتجة عن تجزئة الاختبار إلى أجزاء بطرق مختلفة، ولذلك فإنه يمثل معامل الارتباط بين أي جزئين من أجزاء الاستبيان.

جدول (٧): قيمة معامل الثبات ألفا Alpha لمحاور استمارة الاستبيان والمجموع الكلي للاستمارة.  $n=7$

م المحور	قيمة معامل الثبات ألفا Alpha
١ صور وأشكال الخدمات الرياضية.	٠,٩٥
٢ العوامل المؤثرة علي تقديم الخدمات الرياضية.	٠,٩٦
٣ استمارة الأستبيان ككل.	٠,٩٢

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية  $(0,05) = (0,714)$ .

ومما سبق يتضح أن استمارة الاستبيان (قيد البحث) تم التحقق من المعاملات العلمية الخاصة بها (الصدق، الثبات)، مما يؤهلها بأن تكون أداة قياس مناسبة وفاعلة لهذا البحث ويمكن تطبيقها بثقة عالية.

رابعاً : الأساليب الإحصائية المستخدمة في البحث:

قامت الباحثة باستخدام حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) في إجراء الأسلوب الإحصائي المناسب مع المنهج المستخدم وعدد العينة الأساسية الخاصة بالبحث، لتطبيق المعالجات الإحصائية الآتية:

١- النسبية المئوية.

٢- معامل ارتباط سبيرمان.

٣- معامل ثبات ألفا Alpha.

٤- الوزن الترجيحي.

٥- الأهمية النسبية.

- عرض ومناقشة نتائج التساؤل الأول: "ما تصنيف الخدمات الرياضية الخاصة بالاستثمار الرياضي؟"

جدول (٨): الوزن الترجيحي والأهمية النسبية لاستجابات عينة البحث حول عبارات المحور الاول

(البعد الأول: صور و أشكال الخدمات الرياضية في الإدارة).

(ن = ١٣ )

م	العبرة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		الوزن الترجيحي	الأهمية النسبية
		ك	%	ك	%	ك	%		
١	توجد سلطة للمتابعة من الإدارة العليا بالمؤسسة الرياضية علي تقديم الخدمات الرياضية.	١٢	٩٢,٣١	١	٧,٦٩	٠	٠,٠٠	٢٥,٠٠	٩٦,١٥
٢	توجد خطط ( قصيرة المدى ) لتحقيق الخدمات الرياضية علي أعلى مستوي يمكن الوصول اليه.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠	١٠٠,٠٠
٣	توجد خطط (متوسطة المدى) لتحقيق الخدمات الرياضية علي اعلي مستوي يمكن الوصول اليه.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠	١٠٠,٠٠
٤	توجد خطط (طويلة المدى) لتحقيق الخدمات الرياضية علي اعلي مستوي يمكن الوصول اليه.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠	١٠٠,٠٠
٥	يوجد جهاز إداري مستقل لتحديد الخدمات الرياضية و كيفية تطبيقها.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠	١٠٠,٠٠
٦	توجد معايير موضوعية لقياس مستوي تقديم الخدمات الرياضية.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠	١٠٠,٠٠
٧	تضع معدلات لتقديم الخدمات الرياضية المناسبة و تستخدم كمعايير رقابية لقياس نتائج تقديم الخدمات الرياضية.	١٢	٩٢,٣١	١	٧,٦٩	٠	٠,٠٠	٢٥,٠٠	٩٦,١٥
٨	يوجد لوائح داخلية تنظم شكل و طبيعة وكيفية تقديم الخدمات الرياضية.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠	١٠٠,٠٠
٩	تعدد المستويات الإدارية المسؤولة عن الرقابة علي تقديم الخدمات الرياضية تساعد علي تقويم الخدمات الرياضية.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠	١٠٠,٠٠
١٠	يتم إختيار القادة المسئولي عن ادارة الخدمات الرياضية علي اساس امتلاكهم قدرا من الصفات الشخصية المؤهلة للقيادة.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠	١٠٠,٠٠

يتضح من جدول (٨) الوزن الترجيحي والأهمية النسبية لاستجابات عينة البحث في عبارات المحور الأول (تصنيف الخدمات الرياضية الخاصة بالاستثمار الرياضي)، حيث تراوحت الأهمية النسبية للعبارات ما بين (٤٢,٣١%) إلى (١٠٠,٠٠%).

٢- مناقشة نتائج التساؤل الأول الخاصة بالبعد الأول:

بدراسة النتائج المدرجة بالجدول (٨)، والخاصة بآراء عينة البحث حول تصنيف الخدمات الرياضية الخاصة بالاستثمار الرياضي، يتضح الآتي: أوضحت نتائج جدول (١٠) أن العبارات التي حصلت علي أعلى أهمية نسبية رقم (٢)، (٣)، (٤)، (٥)، (٦)، (٨)، (٩)، (١٠)، و بلغت (١٠٠%)، ونصت العبارات علي:

- توجد خطط ( قصيرة المدى ) لتحقيق الخدمات الرياضية علي أعلى مستوى يمكن الوصول اليه.
- توجد خطط (متوسطة المدى) لتحقيق الخدمات الرياضية علي اعلي مستوى يمكن الوصول اليه.
- توجد خطط (طويلة المدى) لتحقيق الخدمات الرياضية علي اعلي مستوى يمكن الوصول اليه.
- يوجد جهاز إداري مستقل لتحديد الخدمات الرياضية و كيفية تطبيقها.
- توجد معايير موضوعية لقياس مستوى تقديم الخدمات الرياضية.
- يوجد لوائح داخلية تنظم شكل و طبيعية وكيفية تقديم الخدمات الرياضية.
- تعدد المستويات الإدارية المسئولة عن الرقابة علي تقديم الخدمات الرياضية تساعد علي تقويم الخدمات الرياضية.
- يتم تطوير أساليب المعايير الرقابية و تضم الرقابة و نظم المعلومات كلما حدث تطوير للخدمات الرياضية.
- يوجد نظام رقابي في المؤسسات الرياضية للتأكد من ان الخدمات الرياضية المدرجة بخطة المؤسسة الرياضية تتم في التوقيت المحدد لها.

أما العبارة التي حصلت على أقل أهمية نسبية لاستجابات عينة البحث رقم (١)، (٧)، وحصلت هذه العبارات على أهمية نسبية بلغت علي التوالي (٩٦,١٥%)، ونصت علي الآتي:

- توجد سلطة للمتابعة من الإدارة العليا بالمؤسسة الرياضية علي تقديم الخدمات الرياضية.
- تضع معدلات لتقديم الخدمات الرياضية المناسبة و تستخدم كمعايير رقابية لقياس نتائج تقديم الخدمات الرياضية.
- يشير السيد (٢٠٠٥) ؛ عطية (٢٠٠٥) الي انه لا بد من وجود جهاز إداري مستقل متخصص في عمليات الاستثمار والتسويق والتمويل داخل المؤسسات الرياضية وقادر علي وضع الخطط لإستثمار كل الخدمات الرياضية الموجودة داخل المؤسسة الرياضية.

ويتفق ذلك مع ما اشار اليه كل من الخضري (٢٠٠٢)، الشافعي (٢٠٠٦)، حسين (٢٠٠٤)، الي انه من المهم وجود تنسيق بين أقسام الإدارة بالمؤسسات الرياضية في وضع الخطط و الرقابة علي تنفيذ برامج الخدمات الرياضية لتحقيق الإستثمار الأمثل في كل صور واشكال الخدمات الرياضية بالمؤسسة الرياضية.

وتشير الباحثة الي انه من الأهمية العمل علي تحديد المتطلبات والإحتياجات الضرورية من الجانب الإداري لكي يتم تحقيق للإستثمار في مجال الخدمات الرياضية كوضع خطط طويلة و متوسطة وقصيرة لإستثمار الخدمات الرياضية علي أعلى مستوى يمكن الوصول اليه، وكذلك وجود جهاز إداري مستقل لتحديد الخدمات الرياضية و كيفية تطبيقها.

تابع جدول (٨): الوزن الترجيحي والأهمية النسبية لاستجابات عينة البحث حول عبارات المحور الأول  
(البعد الثاني: صور و أشكال الخدمات الرياضية في التسويق و التشغيل و إدارة الألعاب الرياضية)

م	العبارة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		الوزن الترجيحي	الأهمية النسبية
		ك	%	ك	%	ك	%		
١١	التعاقد مع شركات الملابس الرياضية مقابل الدعاية لها.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠	١٠٠,٠٠
١٢	بيع حقوق إستغلال العلامة التجارية للمنظمة.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠	١٠٠,٠٠
١٣	إعداد أفلام وصور عن المؤسسة الرياضية.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠	١٠٠,٠٠
١٤	المؤتمرات الصحفية لإبراز أهم المشروعات.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠	١٠٠,٠٠
١٥	الصحف والقنوات التلفزيونية الخاصة.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠	١٠٠,٠٠
١٦	شعارات وأعلام المؤسسة الرياضية.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠	١٠٠,٠٠
١٧	وضع شروط تعاقدية للتغطية التلفزيونية.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠	١٠٠,٠٠
١٨	إحتكار حقوق بث الأحداث الرياضية.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠	١٠٠,٠٠
١٩	عقد إتفاقيات مع المؤسسات الإعلامية للدعاية للبطولات والأحداث الرياضية بالمؤسسة الرياضية.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠	١٠٠,٠٠
٢٠	الإهتمام بتوقيت الإعلان "وقت الذروة" وكثافة المشاهدة.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠	١٠٠,٠٠
٢١	جذب إهتمام المستثمرين الرياضيين وتشجيع الاستثمار الرياضي.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠	١٠٠,٠٠
٢٢	فتح العديد من منافذ بيع التذاكر مما يبسر على الجماهير.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠	١٠٠,٠٠
٢٣	دعوة كبار المسؤولين مما يحفز الإقبال الجماهيري.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠	١٠٠,٠٠
٢٤	تحديد أسعار التذاكر بما يتناسب مع أهمية الحدث الرياضي.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠	١٠٠,٠٠
٢٥	تسويق حقوق الإعلان للراغبين أثناء إقامة المباراة أو الحدث.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠	١٠٠,٠٠
٢٦	التعاقد لعقد الندوات أو التحليلات أو الأحاديث الرياضية المرتبطة.	١٢	٩٢,٣١	١	٧,٦٩	٠	٠,٠٠	٢٥,٠٠	٩٦,١٥
٢٧	الإهتمام بالتعاقد مع المؤسسات لممارسة النشاط الرياضي على ملاعب النادي في غير أوقات الممارسة.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠	١٠٠,٠٠



## مناقشة نتائج التساؤل الأول الخاصة بالبعد الثاني :

أوضحت نتائج جدول (٨) أن العبارات التي حصلت علي أعلى أهمية نسبية رقم (١٦)،(١٧)، (١٨)، (١٩)،(٢٠)،(٢١)،(٢٢)،(٢٣)،(٢٤)،(٢٥)،(٢٦)،(٢٧)،(٢٨)،(٢٩)،(٣٠)،(٣٣)،(٣٤)،(٣٥)،(٣٦)،(٣٧)،(٤٢)،(٤٣)،(٤٦)،(٤٧) و بلغت (١٠٠%)، و نصت العبارات علي الآتي:

- التعاقد مع شركات الملابس الرياضية مقابل الدعاية لها.
- إعداد أفلام وصور عن المؤسسة الرياضية.
- المؤتمرات الصحفية لإبراز أهم المشروعات.
- الصحف والقنوات التلفزيونية الخاصة.
- شعارات وأعلام المؤسسة الرياضية.
- وضع شروط تعاقدية للتغطية التلفزيونية.
- إحتكار حقوق بث الأحداث الرياضية.
- عقد إتفاقيات مع المؤسسات الإعلامية للدعاية للبطولات والأحداث الرياضية بالمؤسسة الرياضية.
- الإهتمام بتوقيت الإعلان "وقت الذروة" وكثافة المشاهدة.
- جذب إهتمام المستثمرين الرياضيين وتشجيع الاستثمار الرياضي.
- دعوة كبار المسؤولين مما يحفز الإقبال الجماهيري.
- تحديد أسعار التذاكر بما يتناسب مع أهمية الحدث الرياضي.
- تسويق حقوق الإعلان للراغبين أثناء إقامة المباراة أو الحدث.
- مراعاة الإستعانة بالمختصين في تسويق اللاعبين احترافهم مما يضمن عائد كبير.
- الإهتمام بتقديم تسهيلات خاصة من الضرائب لرجال الأعمال نظير رعايتهم للاعبين الأبطال
- الإهتمام بجذب انتباه رجال الأعمال الرعاة لتبني فريق أو لاعب مع تشكيل لجنة مختصة لإحتراف اللاعبين مع التأمين ضد الإصابات والحوادث.
- الإهتمام بالتعاقد مع المؤسسات لممارسة النشاط الرياضي على ملاعب النادي في غير أوقات الممارسة.
- تسويق برامج التدريب الرياضي المبني على أسس علمية وقواعد تربية هادفة لتحقيق أهدافها.
- تسجيل موقع المؤسسة الرياضية على موقع الانترنت.
- إستخدام صور وأسماء وأرقام اللاعبين.

أما العبارة التي حصلت على أقل أهمية نسبية لاستجابات عينة البحث رقم (٤٣)، (٣٨)، وحصلت هذه العبارات على أهمية نسبية بلغت علي التوالي (٤٢,٣١%)، (٦٩,٢٣%)، ونصت علي الآتي:

- الإهتمام بتشفير المباريات لزيادة الإقبال الجماهيري على المباريات.
- الإهتمام بإنشاء محلات تجارية بالأندية وتأجيرها للجمهور.

وتشير الباحثة الي ان الاستثمار الحقيقي هي القدرة علي توظيف كل اشكال وصور الخدمات الرياضية في التسويق و التشغيل و إدارة الألعاب الرياضية بصورة تحقق مردود مربح علي قدر كبير من الدراسة والتخطيط مما يرفع من قيمة المؤسسة الرياضية اقتصادياً ويعمل علي تطويرها والسعي علي توفير السيولة المالية المطلوبة لتغطية متطلبات العمل ولمواجهة أي صعوبات أو أزمات تتعرض لها المؤسسة الرياضية.

كما يوضح الشافعي ( ٢٠٠٦ ) أن مجالات الاستثمار العام في المجال الرياضي هي إنشاء مركز علاج طبيعي وحمامات سباحة وقاعات انترنت وصلات لألعاب الأطفال وروضة للأطفال ومحطة تزويد الوقود ومجمع تجاري.

ويتفق ذلك مع ما اشار اليه كل من كل من العيساوي (٢٠٠٢) ؛ و الشافعي (٢٠٠٦) ؛ و مرسي (٢٠١١) أن هناك العديد اشكال وصور الخدمات الرياضية في التسويق و التشغيل و إدارة الألعاب الرياضية التي تعمل علي تحسين كفاءة المؤسسة من جميع الجوانب إدارياً واقتصادياً واجتماعياً مثل انشاء وجود مجمع تجاري، و التعاقد مع شركات الملابس الرياضية مقابل الدعاية لها، و بيع حقوق إستغلال العلامة التجارية للمؤسسة وغيرها وكل ذلك يحتاج الي فريق عمل متخصص علي درجة عالية من الكفاءة يستطيع استغلال كافة صور واشكال الخدمات الرياضية في المؤسسة الرياضية لتحقيق عائد مادي كبير.

تابع جدول (٨): الوزن الترجيحي والأهمية النسبية لاستجابات عينة البحث حول عبارات المحور الأول(البعد الثالث: صور و أشكال الخدمات الرياضية في الأندية الخاصة والأكاديميات والأندية الصحية ومراكز اللياقة البدنية).

م	العبرة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		الأهمية النسبية
		ك	%	ك	%	ك	%	
٢٨	تقوم الإدارة بتصميم الخدمات وفقا لمواصفات تتطابق مع توقعات العملاء.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠
٢٩	يوجد كارت تسجيل للحالة الصحية للممارسين.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠
٣٠	تخضع لنظافة دورية.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠
٣١	تتوافر بيئة صحية للمشاركين.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠
٣٢	يوجد فريق عمل مؤهل لتقديم الخدمة الرياضية علي اعلي مستوي ممكن.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠
٣٣	العاملين ذو مؤهل عالي سواء خريجي تربية رياضية او علاج طبيعي.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠
٣٤	تتسع لممارسة أنواع مختلفة من الأنشطة الرياضية.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠
٣٥	جيدة الإضاءة و التهوية.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠
٣٦	يجب أن يكون هناك مخارج للطوارئ.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠
٣٧	يتوافر لوحات إرشادية توضح كيفية إستخدام الأجهزة والأدوات الموجودة.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠
٣٨	توجد أجهزة علاجية وإسعافات أولية.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠
٣٩	جميع المرافق صالحة للاستخدام.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠
٤٠	يوجد حجرات تغيير الملابس.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠
٤١	يوجد كارت متابعة للحالات المرضية الخاصة.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠

تابع جدول (٨): الوزن الترجيحي والأهمية النسبية لاستجابات عينة البحث حول عبارات المحور الأول(البعد الثالث): صور و أشكال الخدمات الرياضية في الأندية الخاصة والأكاديميات والأندية الصحية ومراكز اللياقة البدنية).

م	العبارة	موافق						
		موافق	إلى حد ما	غير موافق	الوزن	الأهمية النسبية	الترجيحي النسبية	
		ك	ك	ك	%	%	%	
٤٢	توجد وسائل تسلية للممارسين مثل ( موسيقى - شاشة عرض).	١٣	١٠٠,٠٠٠	٠	٠,٠٠٠	٠	٢٦,٠٠٠	١٠٠,٠٠٠
٤٣	يقوم العاملون بالصالة بدراسة وتحليل شكاوى العملاء	١٣	١٠٠,٠٠٠	٠	٠,٠٠٠	٠	٢٦,٠٠٠	١٠٠,٠٠٠
٤٤	تتوفر بها ساونا / جاكوزي / المساج / وحدات متجانسة يطلق عليها spa.	١٣	١٠٠,٠٠٠	٠	٠,٠٠٠	٠	٢٦,٠٠٠	١٠٠,٠٠٠
٤٥	يوجد عيادات للكشف الطبي / التأهيل / العلاج الطبيعي / التغذية للرياضيين.	١٣	١٠٠,٠٠٠	٠	٠,٠٠٠	٠	٢٦,٠٠٠	١٠٠,٠٠٠

مناقشة نتائج التساؤل الأول الخاصة بالبعد الثالث:

أوضحت نتائج جدول (١٠) أن جميع عبارات البعد الثالث حصلت علي أهمية نسبية بلغت (١٠٠%)، ويتفق ذلك مع ما أشار اليه دراسة كل من الخولي (٢٠٠٥) ، إبراهيم (٢٠٠٦) والتي أشارت نتائجها إلى توافر إدارة فعالة للعنصر البشري واهتمام مسؤولي والأندية الصحية ومراكز اللياقة البدنية بالمشاكل التي يمكن أن تكون بين المدربين والمستفيدين .

وتختلف هذه النتائج مع بعض نتائج دراسة كل من محمد (١٩٩٥) ؛ سامي (٢٠٠٠) ؛ عبد العال (٢٠٠٣) والتي أشارت نتائجها إلى عدم وجود إدارة خاصة بتسويق صور و أشكال الخدمات الرياضية في الأندية الخاصة والأكاديميات والأندية الصحية ومراكز اللياقة البدنية.

وفي هذا الصدد يشير كل من سميث ، ستيوارت (٢٠٠١) ، و شوهو (٢٠٠٤) إلى ضرورة النظر بعين الاعتبار إلى حاجات ورغبات المستفيد من الخدمات وتحديد من هم المستهلكين وماذا يريدون؟، والتركيز على الأبحاث الخاصة بالمستفيد الرياضي للمساعدة في تحسين الخدمة وتحقيق الأداء الأمثل كما يجب إعداد دراسات عن كيفية الحفاظ على المستفيدين الحاليين وزيادة عدد المستفيدين المرتقبين.

ويتفق هذا مع كل من عبد الرازق ، عبد الفتاح (٢٠٠٤) في أن هناك مجموعة من العوامل يجب توافرها داخل الأندية الخاصة والأكاديميات والأندية الصحية ومراكز اللياقة البدنية وهي:

- أن تكون جيدة الإضاءة و التهوية.
- يتوافر لوحات إرشادية توضح كيفية استخدام الأجهزة والأدوات الموجودة.
- أن تتوفر فيها المواصفات القانونية للأمن والسلامة.
- توجد أجهزة علاجية وإسعافات أولية.
- تتسع لممارسة أنواع مختلفة من الأنشطة الرياضية.
- الصيانة الدورية على الأقل مرة كل أسبوع من قبل المتخصصين.

- يوجد عيادات للكشف الطبي / التأهيل / العلاج الطبيعي / التغذية للرياضيين.

وبناءً على ما سبق تري الباحثة أن التساؤل الأول تم الأجابة عليه والذي ينص على: " ما تصنيف الخدمات الرياضية الخاصة بالاستثمار الرياضي؟"

٢- عرض ومناقشة نتائج التساؤل الثاني: "ما هي العوامل المؤثرة على تقديم الخدمات الرياضية؟"

جدول (٩): الوزن الترجيحي والأهمية النسبية لاستجابات عينة البحث حول عبارات

المحور الثاني (العوامل المؤثرة على تقديم الخدمات الرياضية). (ن= ١٣ )

م	العبرة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		الوزن الترجيحي	الأهمية النسبية
		ك	%	ك	%	ك	%		
١	إستقرار الأوضاع السياسية الداخلية في الدولة.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠	١٠٠,٠٠
٢	إستقرار الاوضاع الاقتصادية و المالية في الدولة.	١٢	٩٢,٣١	١	٧,٦٩	٠	٠,٠٠	٢٥,٠٠	٩٦,١٥
٣	إستقرار النظام الإداري داخل المؤسسات الرياضية.	١٢	٩٢,٣١	١	٧,٦٩	٠	٠,٠٠	٢٥,٠٠	٩٦,١٥
٤	وجود متخصصين ذو كفاءة عالية للعمل بالمجال الاستثماري بالمؤسسة الرياضية.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠	١٠٠,٠٠
٥	وضوح مفهوم الخدمات الرياضية لدي العاملين بالمؤسسات الرياضية.	١٢	٩٢,٣١	١	٧,٦٩	٠	٠,٠٠	٢٥,٠٠	٩٦,١٥
٦	وجود أساليب تحفز و تشجع المستثمرين من رجال الاعمال علي الاستثمار في المجال الرياضي.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠	١٠٠,٠٠
٧	ضرورة وضوح عقود الاستثمار بين المؤسسة الرياضية و المستثمرين وفقا للاحكام الخاصة بقانون الاستثمار وقانون الرياضة.	١٣	١٠٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢٦,٠٠	١٠٠,٠٠
٨	ضرورة وجود إدارة متخصصة بالاستثمار داخل المؤسسات الرياضية.	١٢	٩٢,٣١	١	٧,٦٩	٠	٠,٠٠	٢٥,٠٠	٩٦,١٥

يتضح من جدول (٩) الوزن الترجيحي والأهمية النسبية لاستجابات عينة البحث في عبارات المحور الثاني (العوامل المؤثرة على تقديم الخدمات الرياضية)، حيث تراوحت الأهمية النسبية للعبارات ما بين (٩٦,١٥%) إلى (١٠٠,٠٠%).

## ٢ - مناقشة نتائج التساؤل الثاني:

بدراسة النتائج المدرجة بالجدول (٩)، والخاصة بآراء عينة البحث حول تحديد العوامل المؤثرة علي تقديم الخدمات الرياضية، يتضح الآتي:

أوضحت نتائج جدول (١١) أن العبارات التي حصلت علي أعلى أهمية نسبية رقم (١)، (٤)، (٦)، (٧)، و بلغت (١٠٠%)، و نصت العبارات علي الآتي:

- إستقرار الأوضاع السياسية الداخلية في الدولة.

- وجود متخصصين ذو كفاءة عالية للعمل بالمجال الاستثماري بالمؤسسة الرياضية.

- وجود أساليب تحفز و تشجع المستثمرين من رجال الاعمال علي الاستثمار في المجال الرياضي.

- ضرورة وضوح عقود الاستثمار بين المؤسسة الرياضية و المستثمرين وفقا للاحكام الخاصة بقانون الاستثمار وقانون الرياضة.

أما العبارة التي حصلت علي أهمية نسبية أقل لاستجابات عينة البحث رقم (٢)، (٣)، (٥)، وحصلت هذه العبارات علي أهمية نسبية بلغت (٩٦,١٥%)، ونصت علي الآتي:

- إستقرار الاوضاع الاقتصادية و المالية في الدولة.

- إستقرار النظام الإداري داخل المؤسسات الرياضية.

- وضوح مفهوم الخدمات الرياضية لدي العاملين بالمؤسسات الرياضية.

ويتفق ذلك مع ما أشار اليه كل من درويش ، عبد المعز ( ٢٠٠٠ ) ؛ الشافعي ( ٢٠٠٦ ) أن من اهم العوامل المؤثرة علي تقديم الخدمات الرياضية هي الأستقرار في الأوضاع السياسية و الاقتصادية و المالية و الإدارية داخليا وخارجياً.

ويتفق ذلك مع ما توصلت اليه دراسة عطية ( ٢٠٠٥ ) ، التي أشارت وجود متخصصين ذو كفاءة عالية للعمل بالمجال الاستثماري بالمؤسسة الرياضية وعلي تدريبهم وتأهيلهم بما يحقق النجاح للمشروع الاستثماري.

كما أشار الشافعي ( ٢٠٠٦ ) " الي ان التأهيل العلمي للمتخصصين في المجال الاستثماري تساعد علي نجاح تلك المجال ومن الضروري أن يكون المتخصصين في الاستثمار علي درايه كافيه بكل ماهو جديد في مجال الاستثمار الرياضي مما يساعد علي اخذ قرارات ناجحة وسليمة " . ( ص ، ٢٣ )

كما يتفق كلاً من الشافعي ( ٢٠٠٦ ) ؛ السندواي ( ٢٠٠٣ ) أن من أهم العوامل المؤثرة علي تقديم الخدمات الرياضية ضرورة وجود تشريعات خاصة تنظم عمل الاستثمار الرياضي بالمؤسسات الرياضية، وتحديد مصادر التمويل للمؤسسات الرياضية بطريقة فعالة، وكذلك وجود حوافز تشجيعية للإستثمار الرياضي و تنمية الوعي بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي للمستثمرين و المسؤولين في مجالات التربية البدنية و الرياضية من خلال المؤسسات الرياضية، و تحديد سياسة واضحة للإستثمار بالمؤسسات الرياضية، وايضا تحديد أشكال و أنواع الاستثمار الرياضي بالمؤسسات الرياضية للتعرف على دور كل من الجماهير و المستفيدين على نوع النشاط الرياضي و الإستقرار الإداري و النتائج، و وجود جهاز إداري للإستثمار و التسويق الرياضي بالمؤسسات الرياضية، ووضع القوانين و اللوائح و القرارات التي تشجع وتحفز الاستثمار الرياضي بالمؤسسات الرياضية، و اهتمام وسائل الإعلام المختلفة بأهمية دور الاستثمار في المجال الرياضي بالمؤسسات الرياضية في الإرتقاء بمستوي الرياضة وزيادة الدخل القومي.

وفي هذا الصدد أشار كل من هندي ، لبد (٢٠٠٤)، الي ضرورة توفير آليات لجذب المستثمرين في مجال الخدمات الرياضية ومنها اقتناع الدولة بجدوي الاستثمار في المجال الرياضي واعتماد القرار السياسي للاستثمار بالمؤسسة الرياضية بشكل أكبر واعداد جهاز وزاري مستقل للاستثمار في المؤسسات الرياضية واستحداث نظم لإدارة المعلومات واعداد برامج تسويقية اعلامية وتحديد وكالات التسويق المسئولة عنها، وكذلك إعداد البرامج الزمنية والموازنات التقديرية اللازمة لتحويل المؤسسة الرياضية لهيئات اقتصادية وكذلك تصميم أطار تشريعي ملائم ووجود حوافز جاذبة.

ويتفق ذلك مع نتائج دراسة كل من عبد السلام (٢٠٠٨) ؛ الجاويش (٢٠١٤) ؛ الجمال (٢٠١٣م) ؛ حماد (٢٠١٠).

كما تري الباحثة ان من اهم العوامل المؤثرة علي تقديم الخدمات الرياضية هي الاستقرار في السياسات التي تتبعها الدولة في المجالات السياسية والاقتصادية والمالية والنظام القانوني وتنظيم القواعد والإجراءات التي تستهدف حماية المستثمر والعقود والمعاملات بين الأطراف داخل المؤسسة الرياضية بوضع نظام قضائي لفض المنازعات بسرعة وعدالة.

## الإستنتاجات و التوصيات

### الإستنتاجات :

إستنتاجات المحور الأول الخاص بتصنيف الخدمات الرياضية بالاستثمار الرياضي و من خلال نتائج إستنتاجات عينة البحث في الرأي بالموافقة ( نعم ) و في الرأي المحايد ( الي حد ما ) وفي الرأي بالرفض ( لا ) يتضح التالي :

١- تتضح صور و أشكال الخدمات الرياضية في الإدارة :-

- توجد سلطة للمتابعة من الإدارة العليا بالمؤسسة الرياضية علي تقديم الخدمات الرياضية
- تعدد المستويات الإدارية المسئولة عن الرقابة علي تقديم الخدمات الرياضية تساعد علي تقويم الخدمات الرياضية

٢- صور و أشكال الخدمات الرياضية في التسويق و التشغيل و إدارة الألعاب الرياضية :-

- التعاقد مع شركات الملابس الرياضية مقابل الدعاية لها
- بيع حقوق إستغلال العلامة التجارية للمنظمة
- فتح العديد من منافذ بيع التذاكر مما يبسر على الجماهير
- الإهتمام بإنشاء محلات تجارية بالأندية وتأجيرها للجماهير
- الإهتمام بالتعاقد مع شركات متخصصة في الدعاية والإعلان لإستغلال الأماكن المناسبة لتسويق الخدمات الرياضية.

٣- صور و أشكال الخدمات الرياضية في الأندية الخاصة و الاكاديميات و الأندية الصحية و مراكز اللياقة البدنية :-

- العاملين ذو مؤهل عالي سواء خريجي تربية رياضية او علاج طبيعي
- تتسع لممارسة أنواع مختلفة من الأنشطة الرياضية
- أن تكون الأجهزة مطابقة للمواصفات القانونية الدولية

- يوجد عيادات للكشف الطبي / التأهيل / العلاج الطبيعي / التغذية للرياضيين

إستنتاجات المحور الثاني الخاص العوامل المؤثرة علي تقديم الخدمات الرياضية ومن خلال نتائج إستنتاجات عينة البحث في الرأي بالموافقة ( نعم ) و في الرأي المحايد ( الي حد ما ) وفي الرأي بالرفض ( لا ) يتضح التالي :

- إستقرار الأوضاع السياسية الداخلية و الاوضاع الاقتصادية و المالية في الدولة.
- وجود متخصصين ذو كفاءة عالية للعمل بالمجال الاستثماري بالمؤسسة الرياضية.
- وجود أساليب تحفز و تشجع المستثمرين من رجال الأعمال علي الاستثمار في المجال الرياضي .
- ضرورة وضوح عقود الاستثمار بين المؤسسة الرياضية و المستثمرين وفقا للاحكام الخاصة بقانون الاستثمار وقانون الرياضة .

#### التوصيات :

في ضوء ما أسفرت عنه الإستنتاجات التي تم التوصل إليها توصي الباحثة بما يلي :

- (١) إضافة مجالي الصناعة الرياضية و السياحة الرياضية لمجالات خدمات الاستثمار الرياضي في قانون الرياضة رقم ٧١ لسنة ٢٠١٧ م .
- (٢) إصلاح الهيكل الإداري للمؤسسات الرياضية الاستثمارية .
- (٣) إقناع البنوك بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي .
- (٤) توفر قاعدة بيانات عن تدفق الاستثمار عامة وفي الاستثمار الرياضي خاصة .
- (٥) تسهيل إجراءات الحصول علي قروض تمويل المشروعات الاستثمارية .
- (٦) ضرورة وضوح عقود الإستثمار بين المؤسسة الرياضية و المستثمر وفقا لأحكام القانون الخاص بالاستثمار .

## المراجع

أولاً: المراجع العربية

إبراهيم، رامي. (٢٠٠٦). *متطلبات إدارة الجودة الشاملة بالأندية الصحية في محافظتي القاهرة والجيزة*. (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية التربية الرياضية للبنين بالهرم، جامعة حلوان.

Ibrahim, Ramy. (2006). *Total Quality Management Requirements in Health Clubs in Cairo and Giza Governorates*. Master thesis, Faculty of Physical Education for Boys in Haram. Helwan University.

الجاويش، محمد. (٢٠١٤). *استراتيجية مقترحة لاستثمار الامكانات والمنشآت التابعة للجنة الأولمبية المصرية في ضوء بعض الاساليب الاقتصادية الحديثة*. (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان.

Al-Gawesh, Mohamed. (2014). *A proposed strategy to exploit the capabilities and facilities of the Egyptian Olympic Committee in light of some modern economic methods*. Master thesis, Faculty of Physical Education for Boys. Helwan University.

الجمال، اكرامي. (٢٠١٣). " نموذج اقتصادي للرياضة المصرية" نهج مقارن لبعض النماذج الدولية. (رسالة ماجستير)، كلية التربية الرياضية، جامعة حلوان.

Al-Gamal, Ekrami. (2013). *Economic Model of Egyptian Sports. A Comparative Study to Some International Models*. Master thesis, Faculty of Physical Education for Boys. Helwan University.

الخضري، محسن. (٢٠٠٢). *المناخ الاستثماري المستهدف، الإدارة و استراتيجيات التنمية*. القاهرة: دار الفكر العربي.

Al-Khodary, Mohsen, (2002). *Targeted investment climate, management and development strategies*. Cairo: Alfeker Alaraby Publish House.

الخولي، كمال. (٢٠٠٥). *تقويم الأندية الصحية بفنادق القاهرة الكبرى*. (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة بنها.

Al-kholy, Kamal, (2005). *Evaluation of health club in Cairo Hotels*. Master thesis, Faculty of Physical Education for Boys. Benha University.

السندواي، علي. (٢٠٠٣). " تحليل الوضع الراهن للاستثمار في الأندية الرياضية بدولة البحرين". (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة البحرين.

AL-sendawy, Ali. (2003). *Analysis of current situation of investment in sports clubs in Bahrain*. Master thesis, Bahrain University.

السيد، خالد. (٢٠٠٥). *المشكلات التمويلية والإدارية التي تواجه إدارات النشاط الرياضي ببعض الأندية الرياضية*. (رسالة دكتوراه)، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة الزقازيق.

Elsaid, Khaled, (2005). *Funding and administrative problems facing sports activity departments in some sports clubs*. Ph.D thesis, Faculty of Physical Education for Boys, Zagazig University.

الشافعي، حسن. (٢٠٠٦). *الاستثمار والتسويق في التربية البدنية والرياضية*. (الموسوعة العلمية لاقتصاديات الرياضة). الإسكندرية: دار الوفاء للطباعة والنشر.



El-sShafee, Hassan. (2006). *Investment and marketing in physical and sports education (Scientific Encyclopedia of Sports Economics)*. Alexandria: Alwafaa publish house.

العجيلي، أشرف. (١٩٩٩). معوقات الاستثمار في المجال الرياضي في جمهورية مصر العربية. (رسالة ماجستير غير منشورة). كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان.

Al-Egeely Ashraf. (1999). *Obstacles to investment in sports in the Arab Republic of Egypt*. Master thesis, Faculty of Physical Education for Boys, Helwan University.

العيساوي، كاظم. (٢٠٠٢). دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات، كلية الأقتصاد والعلوم الإدارية. جامعة الزرقاء الأهلية، عمان.

El-Essawy, Kazem. (2002). *Feasibility studies and evaluation of projects, Faculty of Economics and Administrative Sciences*. Zarkaa University.

حجازي، عليّة، حسن أحمد. (٢٠٠٩). إستراتيجية للتسويق الرياضي و الاستثمار بالمؤسسات الرياضية المختلفة. الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطابعة و النشر.

Hegazy, Alis & Hassan, Ahmed. (2009). *Strategy for sports marketing and investment in various sports institutions*. Alexandria: Alwafaa publish house.

حسين، عزة. (٢٠٠٤). إسهامات رجال أعمال لتحمل المسؤولية الاجتماعية لتنمية المجتمع المحلي دراسة مطبقة علي جمعية رجال الأعمال بمدينة بورسعيد. (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية التجارة، جامعة بورسعيد.

Hussain, Azza. (2004). *Contributions of businessmen to assume social responsibility for community development*. Master thesis, Faculty of Commerce, Port Said University.

حماد، أحمد. (٢٠١٦م). استثمار إمكانات الهيئات الشبابية و الرياضية بمحافظة الشرقية في ضوء التحولات الاقتصادية المعاصرة. (رسالة دكتوراه)، كلية التربية الرياضية، جامعة بنها.

Hamad, Ahmed. (2016). *Investing the potential of youth and sports organizations in Sharkia governorate in light of the contemporary economic transformations*. Ph.D thesis, Faculty of Physical Education, Benha University.

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

Darweesh, Kamal & Abdel Mooz, Ashraf. (2000). *National sports organizations (concept, history, evolution, organization)*. Cairo: Friends publish house.

رمضان، زياد. (٢٠٠٧). مبادئ الاستثمار (المالي و الحقيقي). ط٤، عمان، الأردن: دار وائل للنشر.

Ramadan, Ziad. (2007). *Principles of investment (financial and authentic)*. Oman: Wael publish house.

سامي، ولي. (٢٠٠٠). تقويم أساليب تسويق أنشطة الترويج الرياضي في بعض المؤسسات والأندية. (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان.

Samy, Wly. (2000). *Evaluation of marketing methods of sports recreation activities in some institutions and clubs*. Master thesis, Faculty of Physical Education, Helwan University.

سليم، أماني. (٢٠٠٣). *دراسة طرق التخطيط في مجال تسويق البطولات بالأندية الرياضية بمصر*. (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية التربية الرياضية، جامعة طنطا.

Seleem, Amany. (2003). *Studying planning methods in marketing of championships in sports clubs in Egypt*. Master thesis, Faculty of Physical Education, Tanta University.

عبد الرازق، مدحت، و عبد الفتاح، أحمد. (٢٠٠٤). *الأندية الصحية (صحة ولياقة - إنقاص وزن - بناء الجسم)*. القاهرة: دار الفكر العربي.

Abdel Razek, Medhat & Abdel Fatah, Ahmed. (2004). *Health Clubs (Health & Fitness - Weight Loss - Body Building)*. Cairo, Alfekr Alaraby publish house.

عبد السلام، سمير. (٢٠٠٨). *جدوي الاستثمار الرياضي في مجال السياحة*. (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية التربية الرياضية، جامعة الزقازيق.

Abdel Salam, Sameer. (2008). *The feasibility of sports investment in tourism*. Faculty of Physical Education, Zagazig University.

عبد العال، سيد. (٢٠٠٣). *أساليب الجذب في بعض المؤسسات الترويحية الاستثمارية*. (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان.

Abdel Aal, Said. (2003). *Attraction methods in some recreational investment institutions*. Master thesis, Faculty of Physical Education for Boys, Helwan University

عطية ، ماهر. (٢٠٠٥). *واقع التسويق الرياضي بالأندية الرياضية*. (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية التربية الرياضية، جامعة طنطا.

Atia, Maher. (2005). *Reality of sports marketing in sports clubs*. Master thesis, Faculty of Physical Education, Tanta University.

محمد ، حلمي. (١٩٩٥). *عرض عام لمشاكل تمويل وتسويق الرياضة في الولايات المتحدة، بحث منشور، المؤتمر العلمي "التنمية البشرية واقتصاديات الرياضة"*. كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان.

Mohamed, Helmy. (1995). *Overview of sports funding and marketing problems in the United States, published research, scientific conference "human development and the economics of sports"*. Faculty of Physical Education for Boys, Helwan University

مرسي ، شريهان. (٢٠١١). *تفعيل النيات جذب رجال الاعمال للاستثمار في المجال الرياضي*. (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية التربية الرياضية، جامعة طنطا.

Morsy, Sherhan. (2011). *Activating techniques of attracting businessmen to invest in sports*. Master thesis, Faculty of Physical Education, Tanta University.

هندي، منير، و لبد، السعيد. (٢٠٠٤). *الإدارة المالية*. القاهرة: دار المعارف.

Hendy, Mouneer & Lebda, Elsaid. (2004). *Financial management*. Cairo: Maaref publish house.

ثانيا: المراجع الأجنبية

Andreoff , W. (2002). *Sport Financing in Europe, Towards transformation in the 21st century*.

**Cho, W. J. (2004).** *An exploration of the marketing concept in the Korean leisure sport industry: Market orientation, service orientation, and organizational performance* (Doctoral dissertation, The University of New Mexico).

**Lim, B. J., Rho, H. D., Kim, T. J., Chung, U. K., Kang, S., & Park, J. K. (2004).** Priorities of financial investments in mass sport in Korea. *Journal of Sport Management, 8*(1), 57-62.

**Smith, A., & Stewart, B. (2001).** " Beyond Number Crunching:" Applying Qualitative Techniques in Sport Marketing Research. *The Qualitative Report, 6*(2), 1-17.