

العائد الاقتصادي من تطوير المنشآت الرياضية المدرسية في ضوء الابتكار التسويقي

د/ سمير عبد اللطيف مصطفى محمد *

مقدمة البحث :

للإدارة دوراً حيوياً في توجيه المؤسسات والمنظمات الرياضية علي اختلاف مجالاتها وتخصصاتها نحو سبل التقدم والتطور وحل المشكلات، كما يعد تطوير الأساليب الإدارية في الفترة الأخيرة ضرورة حتمية حيث الأفكار والمفاهيم التي تعمل علي استمرار قدرتها علي خدمة المجتمع من عدة جوانب، حيث اتجهت الإدارة الرياضية نحو ممارسة أساليب إدارية مستحدثة لكي تستطيع مجابهة متطلبات المنظمات الرياضية المتنوعة لكي تستطيع المنافسة في السوق العالمي المفتوح الذي لا يقبل إلا التفوق والتميز، ويعتبر الابتكار في العصر الحالي ضرورة ملحة لجميع الأعمال التي تؤدي في العديد من المنشآت الرياضية، ومن المؤكد إن الالتزام بآتاحة الفرص للابتكار ينعكس بشكل إيجابي علي حالة الابتكار التسويقي بشكل عام.

وأصبحت الإدارة الحديثة جانباً أساسياً من جوانب النظام الإنتاجي في أي مجتمع وفي جميع مجالات الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والدينية والصحية والرياضية، وذلك لأنها تهدف إلي تنظيم العمل وتحقيق روح الفريق، وهي ضرورة حتمية لإدارة العمل بشكله الجماعي والتعاون والتنسيق بين مختلف وظائف العمل بشكل عام. (٥ : ١٩)

ويعد الابتكار التسويقي داخل المؤسسات المختلفة لا يتوقف عند حدود ابتكار فكرة جديدة وإنما يتعداها إلي وضع تلك الفكرة موضع التطبيق العملي، ويستغل الابتكار التسويقي الأفكار الجديدة بنجاح لكي تكون مفيدة وعملية للمؤسسة، والابتكار التسويقي لا يقتصر علي مجال تسويقي معين وإنما يتعدى ذلك أي مجال أو ممارسة تسويقية. (٩ : ٢٩)

كما أن تشكيل اقتصاد قائم علي الابتكار يتطلب تكيف المؤسسات مع مفاهيم الابتكار التسويقي مع ضرورة ادخال هذا المفهوم في قلب الأنشطة الاقتصادية الداخلية للمؤسسة واعتباره الأساس الذي تبني عليه الاستراتيجيات الاقتصادية القائمة علي استغلال الفرص الاقتصادية وتسويقها. (١٧ : ٨٧)

ويتسم العصر الحديث بالتقدم السريع في كل مجالات الحياة، ومع ازدياد التقدم ازادت الحاجة إلي علوم الإدارة لتحقيق أهداف هذا التقدم بغرض الوصول إلي التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وأصبح الاهتمام بالإدارة يعكس الاهتمام بتنظيم حياة الفرد في المجتمع الحديث،

* أستاذ مساعد بقسم الإدارة الرياضية والترويج- بكلية التربية الرياضية- جامعة بورسعيد

لذا فقد اتجهت أنظار العلماء والباحثون إلى التنظيم الإداري ومبادئه بهدف الوصول إلى النظام الأمثل الذي يحقق الأهداف في أسرع وقت. (٧:٧)

كما أن الإدارة من أهم الموضوعات التي تؤثر علي حياتنا وترتبط بتحديد الأهداف وكيفية الوصول إليها وتهتم بدرجة كبيرة بكيفية تجميع الكفاءات البشرية والموارد المالية والمادية واستخدامها الاستخدام الأمثل الفعال لتحقيق الأهداف المرجوة. (١ : ٤٦)

ويعتمد تطوير المنشآت الرياضية المدرسية بصفة أساسية علي التمويل الذاتي في توفير مواردها اللازمة لتحقيق أهدافها الاقتصادية، ولذلك فهي تعتبر مشروعات اقتصادية قائمة بذاتها ومسئولة عن توفير مواردها واحتياجاتها المالية من خلال عائداتها الاقتصادي عن طريق إيراداتها الذاتية المتنوعة.

ويعد التسويق بشكله العام من الوظائف الرئيسية الهامة لكافة المنشآت الاقتصادية أو الاجتماعية أو الخدمية أو الرياضية او غيرها، فقد تطورت هذه الوظيفة على مدار العشر السنوات السابقة إلى أن وصلت إلى المفهوم التسويقي المتكامل، والذي يتضمن بدوره عددا من الأنشطة والوظائف الفرعية التي تحتاج الاهتمام بها جميعاً والتنسيق فيما بينها في ضوء طبيعة المنشأة وطبيعة ما تقدمه وطبيعة السوق المستهدف، وقد ازاد الاهتمام في الآونة الأخيرة بدراسة وتطبيق المفاهيم التسويقية في معظم المؤسسات على اختلاف أنواعها. (١٣ : ١)

ويري الباحث أن أهمية التسويق الرياضي تزداد من خلال عولمة الاقتصاد وفتح الاسواق الجديدة علي المستوي المحلي والعالمي، مما يزيد من صعوبة العمل في مجال التسويق الرياضي وضرورة احتياجه للابتكار التسويقي في سبيل المحاولات المستمره لتطوير العائد الاقتصادي.

كما أن التسويق في عصرنا الحالي لم يعد منهجاً تنحصر فعالياته ونشاطاته علي السلع والخدمات التي تمثل الاطار التقليدي والشائع للأنشطة التسويقية، بل أنه في ظل ثورة المعلومات والتطور التكنولوجي الهائل التي نشهدها في كافة مرافق الحياة أصبح أداة أساسية وفعالة في نجاح الفعاليات المتعلقة بتسويق الأفكار والمؤسسات، وتعد الديناميكية والتطور السريع صفات هامة في منهج التسويق والتي تمكنه من مواكبة كافة التغييرات والتطورات المتسارعة في الحياة المعاصرة، وتعتبر هذه الديناميكية عن الحيوية التي يتمتع بها هذا المنهج بالشكل الذي يجعله في مقدمة العلوم الإدارية في تطوير منطلقاته الأساسية لتكون أكثر قدرة علي مجاراة الظروف المختلفة المتغيرة، وإيجاد الحلول والبدائل الإستراتيجية لمواكبة التنافسية

المتصاعدة بين المؤسسات، إذ أنه في ظل المنافسة الشرسة فإن بقاء المؤسسات في السوق يتوقف علي قدرتها علي الإحتفاظ بالعملاء الحاليين، وإكتساب عملاء جدد وينطبق هذا علي المفهوم المعاصر للتسويق. (١١ : ١٥)

مشكلة البحث :

في ظل توجه الدولة نحو تخفيض الدعم المالي المقدم للمؤسسات وحثها علي البحث عن مصادر تمويل جديدة تقلل من الاعتماد علي الدعم الحكومي لتغطية تكاليف الصيانة والتطوير في البنية الأساسية والتكنولوجية فقد جذب انتباه الباحث ومن خلال طبيعة عمله أن المنشآت الرياضية المدرسية تمتلك إمكانات تتمثل في ملاعب وصالات رياضية وحمامات سباحة ووحدات للياقة البدنية والتأهيل الحركي ذات أهمية مميزة ومع كل هذا يوجد قصور واضح في إستثمار تلك المنشآت الرياضية، كما تبين أنها تعاني بصورة أو بأخرى من ضعف فرص تطويرها في ظل عدم إستثمار لإمكاناتها كذلك عدم إتباع الاساليب الادارية الحديثة في إدارة تلك المنشآت الرياضية لذا يحاول الباحث إلقاء الضوء علي سبل تسويق تلك المنشآت الرياضية المدرسية أملاً أن يتم إستثمارها علي الوجه الأكمل وتحقيق الاستخدام الأمثل للموارد البشرية والمادية المتاحة بها.

كما أن المدارس بها منشآت رياضية مجهزة لممارسة الأنشطة المختلفة من ملاعب وصالات رياضية وحمامات سباحة ولكن هناك ضعف في عملية التسويق من خلال عدم الاستفادة من هذه المنشآت لذلك يجب التوجه نحو استثمار وتسويق الإمكانيات والمنشآت الرياضية.

ومن خلال ما سبق يري الباحث أن هناك مجموعة من المشكلات والتحديات التي تواجه الابتكار التسويقي، وعدم توجيه أساليبه وممارساته في اتجاه تحقيق التطور في المنشآت الرياضية المدرسية والعائد الاقتصادي منها بصورة مستمرة، ويعتبر القصور في تحقيق فاعلية الابتكار التسويقي هو عدم استخدام اساليب الابتكار التسويقي والمرتبطة بعناصر المزيح التسويقي في استغلال الفرص التسويقية المتاحة، بالإضافة إلي عدم الاهتمام بتوفير التقنيات التكنولوجية الحديثة والتي يمكن أن تساعد في بناء القدرات والاستراتيجيات اللازمة لتحقيق فاعلية الابتكار التسويقي، وكذلك القصور في اجراء دراسات الجدوي الاقتصادية الخاصة بالمشروعات الابتكارية التسويقية مما يؤدي إلي ضعف العائد المادي لها.

حيث أن المنشآت الرياضية المدرسية تعتمد في تمويلها على التمويل الحكومي بشكل رئيسي، أما عن التمويل الذاتي فدوره ثانوي بالمقارنة بالتمويل الحكومي، حيث أن مدخلات

المنشآت الرياضية لا تكفي لنشاط واحد أو لبند مصرفي واحد من مصروفات المنشآت الرياضية، فالعائد أقل بكثير من التكلفة الفعلية للتشغيل، وفي نفس الوقت لاتؤدي المنشآت الرياضية الهدف الخدمي أيضا بالشكل الأكمل، كما وجد أيضا أن هناك قصور في تسويق المنشآت الرياضية المدرسية، وبالتالي ينعكس على الأداء من حيث النواحي المادية وعدم الاعتماد على خطة تسويقية مبنية على أسلوب علمي في عملية التسويق، وبالتالي فهي لم تحقق الهدف المادي منه بشكل عام، وأن الدعم الحكومي غير مناسب، وعدم الاستعانة بالبحوث والدارسات عند تخطيط أنشطة التسويق، وجمود التشريعات الذي يعرقل الارتقاء بالناحية الاقتصادية للمنشآت الرياضية، وعدم وجود إدارة تسويق في أغلب المنشآت الرياضية.

ومن هنا يسعى الباحث إلي تسليط الضوء علي تطوير المنشآت الرياضية المدرسية أملاً في تسويق هذه الوحدات لتحقيق العائد الاقتصادي المناسب لتقديم خدمات بمستوي عالي الجودة لخدمة المجتمع الخارجي.

أهمية البحث :

الأهمية العلمية :

يعد هذا البحث أحد الابحاث الوصفية التي تهدف إلى وصف وتفسير ظاهرة أو إكتشاف العلاقة بين هذه الظاهرة وغيرها من الظواهر أو إكتشاف الأسباب الكامنة وراء هذه الظاهرة، والتي ستعلق في البحث الحالي بإستثمار وتسويق الإمكانيات والمنشآت الرياضية المدرسية لخدمة المجتمع عامة والرياضة خاصة.

الأهمية التطبيقية :

تتمثل الأهمية التطبيقية للبحث المقترح في كونه يقدم نموذجاً لإستثمار وتسويق الإمكانيات والمنشآت الرياضية المدرسية وفرص إنجاح الأنشطة الرياضية والعمل على كيفية الاستفادة التامة من موارد التسويق في التمويل الذاتي للمنشآت الرياضية المدرسية للإرتقاء بالخدمات التي تقدمها وتطويرها وصيانتها والمحافظة عليها أطول فترة ممكنة وذلك لكي يستفيد بتلك النموذج القائمين على إدارة الأنشطة الرياضية المدرسية وغيرها من الجهات المسؤولة عن تفعيل الأنشطة الطلابية المدرسية.

هدف البحث :

يهدف البحث إلي تحقيق العائد الاقتصادي من تطوير المنشآت الرياضية المدرسية في ضوء الابتكار التسويقي، وذلك من خلال التعرف علي :

- ١- الجوانب القانونية لاستثمار المنشآت الرياضية المدرسية.
- ٢- الأساليب التسويقية للمنشآت الرياضية المدرسية.
- ٣- العائد الاقتصادي من تطوير المنشآت الرياضية المدرسية.

تساؤلات البحث :

- ١- ما هي الجوانب القانونية لاستثمار المنشآت الرياضية المدرسية ؟
- ٢- ما هي الأساليب التسويقية للمنشآت الرياضية المدرسية ؟
- ٣- ما هو العائد الاقتصادي من تطوير المنشآت الرياضية المدرسية ؟

أهم المصطلحات المستخدمة في البحث :

- العائد الاقتصادي :

هو مقدار الدخل النقدي وغير النقدي الذي ينتج عن الاستثمار أو الاستخدام الأمثل لكافة الامكانيات والموارد المتاحة والتي تسهم في عملية التنمية. (٦ : ٧)

- المنشآت الرياضية المدرسية :

مجموعة الأصول المدرسية الثابتة والتي تنشئها الدولة أو الأفراد أو الشخصيات الاعتبارية أو الهيئات، والتي يمكن من خلالها ممارسة الأنشطة الرياضية وتقديم الخدمات الترويحية للأفراد التابعين لعضويتها، وتضم مجموعة من المباني والخدمات والمرافق والملاعب والمساحات الخضراء. * (تعريف إجرائي)

- الابتكار التسويقي :

هو وضع الافكار الجديدة والمتطوره غير التقليدية موضع التطبيق الفعلي للممارسات التسويقية لزيادة الحصة السوقية والتي يمكن من خلالها أن تفتح بوابات الابداع والابتكار كاستخدام الوسائل التسويقية المتعددة في زيادة الانتاجية والتفاعل مع المستفيدين. (١٦ : ١٥)

منهج البحث :

استخدم الباحث المنهج الوصفي باستخدام الأسلوب المسحي، وذلك لملائمته لتحقيق هدف البحث ومناسبته لطبيعة إجراءاته بوصف ما هو كائن وتحليله واستخلاص الحقائق منه.

مجتمع البحث :

يتمثل مجتمع البحث في عدد (٣٤٦) فرد من مدراء المدارس بمحافظة بورسعيد ما بين التعليم الرسمي العربي والرسمي للغات والخاص والدولي، حيث بلغ عدد (١٦٢) مدرسة للمرحلة الابتدائية، (١١٦) مدرسة للمرحلة الإعدادية، (٤١) مدرسة تعليم ثانوي عام، (٢٧) مدرسة تعليم ثانوي فني.

عينة البحث :

قام الباحث بتحديد عينة البحث التي يمكن الاستفادة منها بالطريقة العمدية العشوائية من مدراء المدارس أو وكلائهم أو ما ينوب عنهم من الهيئة الإدارية وقوامها (١٥١) فرداً، بالإضافة إلي عدد (٣٠) فرداً من داخل مجتمع البحث، ومن خارج العينة الأساسية كعينة استطلاعية، كما هو موضح بالجدول رقم (١).

جدول (١)**توصيف عينة البحث**

٥	تصنيف المدارس وفقاً للمرحل التعليمية	المجتمع	عينة الدراسة الاستطلاعية	عينة الدراسة الأساسية
١	المرحلة الابتدائية	١٦٢	١٤	٧٢
٢	المرحلة الإعدادية	١١٦	٩	٥٩
٣	المرحلة الثانوية	٤١	٥	١١
٤	مرحلة التعليم الفني	٢٧	٢	٩
	المجموع	٣٤٦	٣٠	١٥١

يتضح من الجدول السابق توصيف عينة البحث من مدراء المدارس أو وكلائهم أو ما ينوب عنهم من الهيئة الإدارية وقوامها (١٥١) فرداً، بالإضافة إلي عدد (٣٠) فرداً من داخل مجتمع البحث.

أدوات جمع البيانات :

قام الباحث بتحليل الوثائق والسجلات الخاصة بتسويق المنشآت الرياضية المختلفة للوقوف على أهم المحاور التي تنظم العمل داخلها، لتصميم الاستبيان قيد البحث بإتباع الخطوات التالية :

١- تحديد هدف الاستبيان :

تمثل الهدف من الاستبيان في التعرف على كيفية تحقيق العائد الاقتصادي من تطوير المنشآت الرياضية المدرسية في ضوء الابتكار التسويقي.

٢- البحث والإطلاع :

قام الباحث بالإطلاع على العديد من الدراسات والمراجع العلمية العربية والأجنبية التي تناولت إدارة المنشآت الرياضية.

٣- تحديد محاور الاستبيان :

في ضوء الإطار النظري المرجعي للبحث، ومن خلال تحليل الاستبيانات المرتبطة بإدارة المنشآت الرياضية قام الباحث بتحديد (٣) محاور رئيسية، وبناء عليه إعداد استمارة لاستطلاع آراء مجموعة من الخبراء بلغ قوامهم (٧) خبراء من أساتذة الإدارة الرياضية،

وذلك لإبداء الرأي في مدى مناسبة محاور الاستبيان، وكذلك حذف أو إضافة أي محاور أخرى يرونها مناسبة، وجدول (٢) يوضح النسبة المئوية لآراء الخبراء حول محاور الاستبيان.

جدول (٢)

النسبة المئوية لآراء الخبراء حول محاور الاستبيان (ن = ٧)

م	المحاور	تكرار الموافقة	النسبة المئوية
١	الجوانب القانونية لاستثمار المنشآت الرياضية المدرسية.	٧	١٠٠%
٢	الأساليب التسويقية للمنشآت الرياضية المدرسية.	٦	٨٥,٧١%
٣	العائد الاقتصادي من تطوير المنشآت الرياضية المدرسية.	٧	١٠٠%

يتضح من الجدول السابق التكرار والنسبة المئوية لاستطلاع آراء الخبراء حول محاور الاستبيان، حيث تراوحت النسبة المئوية للمحاور المختاره بين (٨٥,٧١% : ١٠٠%)، وقد ارتضى الباحث نسبة موافقة لا تقل عن (٧٥%) لقبول المحور، وفي ضوء ذلك لم يتم حذف أي محور من محاور الاستبيان.

٤- إعداد الاستبيان في صورته الأولية :

قام الباحث بصياغة العبارات الخاصة بكل محور من محاور الاستبيان، وقد راعي عند الصياغة أن تكون واضحة وبسيطة وتعبر عن المحور الذي تنتمي إليه، وقد بلغت عدد عبارات الاستبيان (٥١) عبارة موزعة على المحاور المختلفة، وذلك على النحو التالي :

- المحور الأول: الجوانب القانونية لاستثمار المنشآت الرياضية المدرسية (١٥) عبارة.
- المحور الثاني: الأساليب التسويقية للمنشآت الرياضية المدرسية (٢١) عبارة.
- المحور الثالث: العائد الاقتصادي من تطوير المنشآت الرياضية المدرسية (١٥) عبارة.

المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان :

قام الباحث بحساب المعاملات العلمية للاستبيان على النحو التالي:

أ. الصدق: لحساب صدق الاستبيان استخدم الباحث الطريقتين التاليتين :

١- صدق المحتوى.

قام الباحث بعرض الصورة المبدئية للاستبيان والتي تحتوى على (٣) محاور متمثلة فى (٥١) عبارة على مجموعة من الخبراء بلغ قوامها (٧) أفراد من أساتذة الإدارة الرياضية، وذلك لإبداء الرأي في مدى ملائمة محاور الاستبيان فيما وضعت من أجله كما طلب منهم إبداء الرأي في العبارات الخاصة بكل محور ومدى مناسبة تلك العبارات للمحور الذي تمثله،

وذلك بوضع علامة (✓) أمام العبارة وتحت كلمة موافق إذا كانت العبارة مناسبة وتحت كلمة غير موافق إذا كانت العبارة غير مناسبة وتحت كلمة تعديل إذا كانت العبارة في حاجة إلى تعديل في صياغتها، وقد تم اختيار العبارات التي حصلت على نسبة ٧٠% فأكثر من مجموع آراء السادة الخبراء، وفي ضوء ذلك تم حذف عدد (٥) عبارات، وبذلك بلغ عدد عبارات الاستبيان في صورته النهائية (٤٦) عبارة، وجدول (٣) يوضح النسب المئوية لآراء السادة الخبراء على عبارات الاستبيان.

جدول (٣)

النسبة المئوية لاتفاق آراء الخبراء حول عبارات الاستبيان (ن = ٧)

أرقام العبارات والتكرارات والنسبة المئوية للموافقة																	المحاور		
																	العبارة	الجوانب	
																	١	٧	القانونية
																	٢	٣	لاستثمار
																	٣	٤٣	المنشآت
																	٤	٧١	الرياضية
																	٥	١٠٠	المدرسية
																	٦	١٠٠	الأساليب
																	٧	٧	التسويقية
																	٨	١٠٠	للمنشآت
																	٩	١٠٠	الرياضية
																	١٠	٤٣	المدرسية
																	١١	١٠٠	العائد
																	١٢	٧	الاقتصادي
																	١٣	١٠٠	من
																	١٤	١٠٠	تطوير
																	١٥	١٠٠	المنشآت
																	١٦	١٠٠	الرياضية
																	١٧	١٠٠	المدرسية
																	١٨	١٠٠	
																	١٩	١٠٠	
																	٢٠	١٠٠	
																	٢١	١٠٠	

يتضح من الجدول السابق آراء السادة للتعرف على مدى مناسبة وصياغة العبارات وكفايتها للمحاور المستخدمة وتحقيقاً للهدف الموضوع، وقد بلغ عدد العبارات النهائية في ضوء آراء السادة الخبراء (٤٦) عبارة، وجدول (٤) يوضح ذلك.

جدول (٤)
آراء الخبراء حول عبارات الاستبيان (ن = ٧)

م	المحاور	عدد العبارات المبدئية	عدد العبارات المستجده	أرقام العبارات المستجده	عدد العبارات النهائية
١	الجوانب القانونية لاستثمار المنشآت الرياضية المدرسية.	١٥	١	١٣	١٤
٢	الأساليب التسويقية للمنشآت الرياضية المدرسية.	٢١	٣	١٣، ١٩، ٧	١٨
٣	العائد الاقتصادي من تطوير المنشآت الرياضية المدرسية.	١٥	١	٤	١٤
	الإجمالي	٥١	٣	—	٤٦

يتضح من الجدول السابق آراء السادة للتعرف على مدى مناسبة وصياغة العبارات وكفايتها للمحاور المستخدمة وتحقيقها للهدف الموضوع، كما طلب منهم حذف أو إضافة أو تعديل صياغة أي عبارة من عبارات الاستبيان.
١ - صدق التكوين الفرضي " الاتساق الداخلي "

للتحقق من صدق الاستبيان قام الباحث بحساب صدق التكوين الفرضي باستخدام الاتساق الداخلي وذلك عن طريق تطبيق استمارة الاستبيان على عينة الدراسة الاستطلاعية في الفترة من ٢٠٢٢/١١/٢م إلي ٢٠٢٢/١١/١١م، علي عينة عشوائية قوامها (٣٠) فرداً من مجتمع البحث ومن غير عينة البحث الأساسية، وذلك بهدف التأكد من مدي وضوح ومناسبة عبارات الاستبيان، وكذلك مدي فهم معني العبارات لدي المفحوصين، وقام الباحث بحساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة ومجموع درجات المحور الذي تنتمي إليه، وجداول (٥) يوضح ذلك.

جدول (٥)

معامل الارتباط بين عبارات الاستبيان ومجموع المحور الذي تنتمي إليه العبارة (ن = ٣٠)

المحاور	أرقام العبارات والمتوسط والانحراف والارتباط بين درجة كل عبارة ومجموع درجات المحور الذي تنتمي إليه														
	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩	١٠	١١	١٢	١٣	١٤	
الجوانب القانونية	العبارة	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩	١٠	١١	١٢	١٣	١٤
	المتوسط	٢,٨٦٧	٣,٢٢٤	٣,٥١٤	٣,٨٤٤	٣,٩٣٦	٣,٧٦٦	٣,٩٤٧	٣,٣٢٣	٣,٥١٤	٣,٨٧٤	٣,٩٧٧	٣,٩٧٧	٣,٨٨٧	٣,٦٥٥
	الانحراف	٠,٦٥٩	٠,٦٧٣	٠,٦٥٩	٠,٨٥١	٠,٨٧١	٠,٧٩٢	٠,٨٧١	٠,٨٨٦	١,٢٣٦	٠,٨١٤	١,١٧٧	٠,٨٤٩	٠,٧٨٨	٠,٦٤٠
المنشآت الرياضية المدرسية	العبارة	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩	١٠	١١	١٢	١٣	١٤
	المتوسط	٠,٧٤١	٠,٧٤٩	٠,٧٨٠	٠,٨٦٤	٠,٨٩١	٠,٨١١	٠,٨٤٤	٠,٩٢٧	٠,٨١١	٠,٦٤٩	٠,٦٨٩	٠,٦٩٣	٠,٨٧٦	٠,٦٩٩
	الانحراف	٠,٦٥٩	٠,٦٧٣	٠,٦٥٩	٠,٨٥١	٠,٨٧١	٠,٧٩٢	٠,٨٧١	٠,٨٨٦	١,٢٣٦	٠,٨١٤	١,١٧٧	٠,٨٤٩	٠,٧٨٨	٠,٦٤٠
الأساليب التسويقية	العبارة	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩	١٠	١١	١٢	١٣	١٤
	المتوسط	٢,٦٣٧	٢,٧٤٠	٢,٩١٤	٣,٨٥٥	٣,١٠٤	٣,١١١	٢,٩٦٠	٣,٢١١	٣,٢٠٩	٢,٨٧٥	٢,٨٨٩	٢,٧٤٤	٣,١١٤	٣,٢٢٧
	الانحراف	٠,٦٤٩	٠,٥٧٤	٠,٨١٤	١,١١٤	٠,٩٤٧	١,٢٢١	١,٠٧٨	٠,٨٦٣	٠,٧٤١	٠,٧٥٢	٠,٥٧٧	٠,٦١٤	٠,٧٤٠	٠,٦٢٢
العائد الاقتصادي	العبارة	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩	١٠	١١	١٢	١٣	١٤
	المتوسط	٢,٧١٠	٢,٧٦٩	٢,٦٦٩	٢,٢٤٩	٢,٨٥٩	٢,٧٠٩	٢,٩٧٧	٢,٩٧٥	٢,٨٧٧	٢,٨٣٦	٢,٨٦٩	٣,٢٢٩	٣,١٢٩	٢,٩٧٧
	الانحراف	٠,٤٨٨	٠,٥٦٣	٠,٨٠١	٠,٦٣٢	٠,٥٤٠	٠,٥٧٣	٠,٦٣٧	٠,٧٦٧	٠,٨٨٤	٠,٦٩٧	٠,٨٣٦	٠,٧٩٤	٠,٧٩٤	٠,٥٨٨
المنشآت الرياضية المدرسية	العبارة	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩	١٠	١١	١٢	١٣	١٤
	المتوسط	٠,٧١١	٠,٥٧٤	٠,٦٨١	٠,٩٠٧	٠,٧٢١	٠,٧٠٩	٠,٧٨٦	٠,٦٤٧	٠,٦٣٧	٠,٦٧٣	٠,٩٧٧	٠,٩٢٠	٠,٨٤١	٠,٧٦٩
	الانحراف	٠,٦٥٩	٠,٦٧٣	٠,٦٥٩	٠,٨٥١	٠,٨٧١	٠,٧٩٢	٠,٨٧١	٠,٨٨٦	١,٢٣٦	٠,٨١٤	١,١٧٧	٠,٨٤٩	٠,٧٨٨	٠,٦٤٠

قيمة " ر " الجدولية عند درجة حرية (٢٨) ومستوي دلالة معنوية (٠,٠٥) = ٠,٣٦١.

يتضح من الجدول السابق أنه توجد علاقة ارتباطية داله احصائياً بين عبارات الاستبيان ومجموع المحاور الذي تنتمي إليه العبارة، مما يدل علي صدق عبارات الاستبيان.

جدول (٦)

معامل الارتباط بين المحاور والمجموع الكلي للاستبيان (ن = ٣٠)

م	المحاور	معامل الارتباط
١	الجوانب القانونية لاستثمار المنشآت الرياضية المدرسية.	٠,٨٢٣
٢	الأساليب التسويقية للمنشآت الرياضية المدرسية.	٠,٧٦٥
٣	العائد الاقتصادي من تطوير المنشآت الرياضية المدرسية.	٠,٧٩٤

قيمة "ر" الجدولية عند درجة حرية (٢٨) ومستوي دلالة معنوية (٠,٠٥) = ٠,٣٦١. يتضح من الجدول السابق معامل الارتباط بين مجموع درجات كل محور والدرجة الكلية للاستبيان حيث تراوحت بين (٠,٧٦٥ : ٠,٨٢٣) وبمقارنة بقيمة (ر) الجدولية يتضح وجود ارتباط دال احصائياً بين المحاور والمجموع الكلي للاستبيان، مما يدل علي وجود درجة عالية من الصدق.

ب- الثبات :

تم التحقق من ثبات الاستبيان عن طريق حساب معامل الثبات ألفا لكرونباخ والتجزئة النصفية، كما هو موضح بجدول (٧).

جدول (٧)

قيمة معامل الثبات لاستمارة الاستبيان (ن = ٣٠)

م	المحاور	التجزئة النصفية	
		جتمان	براون
١	الجوانب القانونية لاستثمار المنشآت الرياضية المدرسية.	٠,٩١٨	٠,٩١١
٢	الأساليب التسويقية للمنشآت الرياضية المدرسية.	٠,٨٥٢	٠,٨٤٩
٣	العائد الاقتصادي من تطوير المنشآت الرياضية المدرسية.	٠,٨٩٧	٠,٨٧٤

قيمة "ر" الجدولية عند درجة حرية (٢٨) ومستوي دلالة معنوية (٠,٠٥) = ٠,٣٦١. يتضح من الجدول السابق أن قيم معامل الثبات ألفا لكرونباخ والتجزئة النصفية لمحاور الاستبيان دالة احصائياً عند مستوي دلالة (٠,٠٥) علي جميع محاور الاستبيان، مما يدل علي وجود درجة عالية من الثبات.

تطبيق البحث :

بعد إتمام المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان والتأكد من صدقها وثباتها، قام الباحث بتطبيقها في صورتها النهائية (ملحق ٣) علي عينة البحث وقوامها (١٥١) فرد من مدراء

المدارس أو وكلائهم أو ما ينوب عنهم من الهيئة الإدارية، وذلك في الفترة من ٢٠/١١/٢٠٢٢م إلي ٩/١٢/٢٠٢٣م.

عرض ومناقشة النتائج :

تحقيقاً لهدف البحث وتساؤلاته ، يتناول الباحث عرض النتائج علي النحو التالي :
أ- عرض ومناقشة النتائج التي تجيب علي التساؤل الأول / ما هي الجوانب القانونية لاستثمار المنشآت الرياضية المدرسية ؟

جدول (٨)

التكرارات والنسبة المئوية ومربع كاي لآراء عينة الدراسة الأساسية في عبارات محور الجوانب القانونية لاستثمار المنشآت الرياضية المدرسية (ن = ١٥١)

م	العبارات	نعم	إلي حد ما	لا	الوزن النسبي	الأهمية النسبية	قيمة كا
١	تلتزم إدارة المدرسة بعدم اصدار لوائح يترتب عليها نقص الإيرادات والأرباح خلال فترة التعاقد.	١١٧	٢٨	٦	٣٥١	٨٣,٦٥	١١٤,٣٧
٢	تلتزم إدارة المدرسة بعدم التعاقد مع مستثمر أخر بالعمل في نفس النشاط خلال فترة التعاقد.	١٢٢	٢٧	٢	٣٦٦	٨٦,٤٤	١١٧,٦٧
٣	يتم إبرام العقود مع المستثمرين من قبل إدارة المدرسة وفقاً لإحكام قانون الاستثمار.	١٠٧	٣٦	٨	٣٢١	٧٧,٣٩	١٠٩,١٧
٤	يحق للجهات الرقابية بالمدرسة المتابعة الفنية والإدارية والمالية والأمنية خلال فترة التعاقد.	١١٢	٣٢	٧	٣٣٦	٧٩,٩٧	١١٢,٣٣
٥	يحق للمستثمر التمتع بكافة الضمانات والحوافز المنصوص عليها في قوانين الاستثمار المنظمة للنشاط الاقتصادي.	٨٩	٤٩	١٣	٢٦٧	٧٦,٦٣	١٠٣,٧٩
٦	يحق للمستثمر اللجوء إلي الجهات المختصة لفض المنازعات في حالة وجود خلافات بين أطراف التعاقد.	٨٣	٥٧	١١	٢٤٩	٧١,٨٥	٩٧,٦٦
٧	يحق للمستثمر خلال فترة التعاقد تغطية التكاليف ونفقات التشغيل وتحقيق العائد المناسب.	١٢٥	٢٥	١	٣٧٥	٨٩,١٣	٧٣,٤١
٨	يحق للمستثمر خلال فترة التعاقد وضع خطة التشغيل المناسبة للحصول علي إيرادات كافية.	١٢٢	٢٨	١	٣٦٦	٨٧,٤٠	٦٨,٤٩
٩	يخضع المستثمر لكافة الضوابط والقوانين المنظمة للاستثمار في المنشآت الرياضية المدرسية.	٩٨	٥٠	٣	٢٩٤	٦٩,٣٣	٥٥,٦٤

تابع جدول (٨)

التكرارات والنسبة المئوية ومربع كاي لآراء عينة الدراسة الأساسية في عبارات محور الجوانب القانونية لاستثمار المنشآت الرياضية المدرسية (ن = ١٥١)

م	العبارات	نعم	إلى حد ما	لا	الوزن النسبي	الأهمية النسبية	قيمة كاي
١٠	يلتزم المستثمر بإعادة تسليم المنشآت في نهاية فترة التعاقد إلي إدارة المدرسة في حالة جيدة.	٧٩	٥٨	١٤	٢٣٧	٧٦,٦٣	٩٤,١٩
١١	يلتزم المستثمر بالتعليمات الفنية والأمنية الخاصة بالمدرسة خلال فترة التعاقد.	١٢٧	٢٢	٢	٣٨١	٩٠,١١	٨٠,٨٣
١٢	يلتزم المستثمر ببناء المشروعات وتشغيلها وفقا للمواصفات والضوابط التي تحددها المدرسة.	٩٢	٤٥	١٤	٢٧٦	٧٥,٨٤	١٠٦,٤١
١٣	يلتزم المستثمر بتنفيذ المشروعات في الزمن المحدد بواسطة الإدارة المختصة بالمدرسة.	٨٩	٥٣	٩	٢٦٧	٧٣,٩٥	١٠٢,٨٤
١٤	يلتزم المستثمر وإدارة المدرسة "طرفي التعاقد" بمراعاة مبدأ نظرية الظروف الطارئة.	٩٥	٣٩	١٧	٢٨٥	٧٧,١٤	١٠٨,٦٩

قيمة كاي عند مستوي دلالة معنوية (٠,٠٥) = ٥,٩٩

يتضح من جدول (٨) أن هناك فروق دالة احصائياً بين استجابة أفراد عينة البحث وفقاً للتكرارات الأكبر والاستجابة بنعم لجميع عبارات المحور الأول (الجوانب القانونية لاستثمار المنشآت الرياضية المدرسية)، حيث تراوحت قيمة كاي لاستجابات عينة البحث ما بين (٥٥,٦٤، ١١٧,٦٧)، وتضمن هذا المحور علي عدد (١٠ عبارات) سجلت النسبة المئوية لهم (٧٥%) فأكثر، وجاءت في المرتبة الأولى العبارة رقم (١١) حيث سجلت نسبة إجمالية في الأهمية النسبية لاستجابات أفراد العينة قدرها (٩٠,١١%)، يليها العبارة رقم (٧) حيث سجلت نسبة قدرها (٨٩,١٣%)، يليها العبارة رقم (٨) حيث سجلت نسبة قدرها (٧٨,٤٠%)، يليها العبارة رقم (٢) حيث سجلت نسبة قدرها (٨٦,٤٤%)، يليها العبارة رقم (١) حيث سجلت نسبة عينة قدرها (٨٣,٦٥%)، يليها العبارة رقم (٤) حيث سجلت نسبة قدرها (٧٩,٩٧%)، يليها العبارة رقم (٣) حيث سجلت نسبة قدرها (٧٧,٣٩%)، يليها العبارة رقم (١٤) حيث سجلت نسبة قدرها (٧٧,١٤%)، يليها العبارة رقم (١٠) حيث سجلت نسبة قدرها (٧٦,٦٣%)، ثم جاءت العبارة رقم (١٢) حيث سجلت نسبة إجمالية في الأهمية النسبية لاستجابات أفراد العينة قدرها (٧٥,٨٤%).

وهذا يشير لاتفاق أفراد العينة باختلاف الفروق الفردية بينهم من خلال استجاباتهم بنسب مئوية ظهرت فيما تقدم من خلال الأهمية النسبية لعبارات محور **(الجوانب القانونية لاستثمار المنشآت الرياضية المدرسية)**، ويعزو الباحث ذلك إلي أهمية تحويل المنشآت الرياضية المدرسية إلي وحدات ذات طابع خاص لزيادة فرص التطوير في ضوء الابتكار التسويقي، وكذلك وضع أهداف استثمارية وتسويقية لتلك المنشآت حتي يكون هناك سياسات واضحة لجذب الاستثمار ووضع هيكل تنظيمي للعمل الاستثماري بالمدارس.

وتؤكد دراسة معتز الرمادي (٢٠١٢م) (١٤) التي تتناول نموذج مقترح لتمويل النشاط الرياضي بالجامعات المصرية علي قدرة النشاط الرياضي علي توفير مصادر تمويل مختلفة بدلاً من الاعتماد بشكل أساسي علي التمويل الحكومي وتشكيل عبء علي كاهل الدولة.

وهذا يتفق مع دراسة كل من Tang Ji-lan، (١٨) (٢٠٠٨م) LI Bian-ying (٢٠١٠م) (١٩)، YI Jian-dong (٢٠١١م) (٢٠) حيث يرى الباحثين أن برامج الإصلاح الاقتصادي هي مجموعة من السياسات تهدف إلى إعادة تخصيص الموارد لغرض رفع الكفاءة الإنتاجية وذلك في إطار تحرير الاقتصاد القومي والاعتماد على آليات السوق والحد من دور الدولة في الحياة الاقتصادية، ومن ثم يجب الاهتمام بالقطاع الرياضي كقطاع استثماري يعد من مقومات الاقتصاد المصري، وإدراج المجال الرياضي ضمن مجالات الاستثمار الأخرى، كذلك يجب الاهتمام بالقطاع الخاص وتحفيزه من خلال إعفاء ضريبي وجمركي عند الاستثمار في المؤسسة الرياضية، وإزالة كل العقبات والمعوقات التي تقابل القطاع الخاص من معوقات قانونية وسياسية وإدارية حتى يتم تحقيق أهدافه من عملية الاستثمار.

ويري الباحث أن إبرام العقود مع المستثمرين من قبل إدارة المدارس وفقاً لأحكام قانون الاستثمار يؤدي إلي توفير فرص عمل جديدة وزيادة دخل القائمين علي المنشآت الرياضية المدرسية والتحول من مفهوم الخدمة العامة إلي مفهوم الربحية التجارية.

ويشير أحمد محمد غنيم (٢٠٠٥م) (٤) علي أنه لا يمكن لأي منظمة مهما تباينت ظروفها أن تحقق أهدافها أو تحافظ علي نجاحها الا إذا توافرت لها إدارة فعالة، فأهمية الإدارة تتبع بإعتبارها متطلباً رئيسياً لقيام المنظمة باستثمار ما لديها من موارد مادية وبشرية بغية تحقيق الأهداف المرجوه ، وهذا ما يقال عن أهمية الإدارة بالنسبة للمنظمة يمكن أن يقال أيضاً بالنسبة للأفراد والجماعات والمجتمعات.

وهذا يتفق مع ما اشارت إليه فاطمة العاصي (٢٠١٥م) (١٢) حيث تتميز الخدمة بمجموعة من الخصائص تجعلها تختلف بعض الشيء عن السلع مما يؤثر على احتياجاتها

التسويقية ويجعلها تحتاج إلى جهود تسويقية من نوع خاص، ومن الطبيعي أن الخدمة تختلف عن السلعة في مجموعة من الخصائص التي تتفرد بها الخدمة والتي يجب على أي منظمة تعمل بها حتى تستطيع أن تقدم الخدمة بشكل فعال وذات تأثير على المستهلكين.

ب- عرض ومناقشة النتائج التي تجيب على التساؤل الثاني / ما هي الأساليب التسويقية للمنشآت الرياضية المدرسية؟

جدول (٩)

التكرارات والنسبة المئوية ومربع كا لآراء عينة الدراسة الأساسية في عبارات محور الأساليب التسويقية للمنشآت الرياضية المدرسية (ن = ١٥١)

م	العبارات	نعم	لا	لا	الوزن النسبي	الأهمية النسبية	قيمة كا
١	اتخاذ القرارات المناسبة في ضوء متغيرات الطلب للأنشطة التسويقية للمنشآت الرياضية بالمدارس.	١٢٣	٢٦	٢	٣٦٩	٨٠,٥٥	٨٤,٤٧
٢	استخدام شاشات كبيرة لعرض الدعاية والاعلان داخل المنشآت الرياضية المدرسية.	١١٤	٣٣	٤	٣٤٢	٧٨,٧٧	٧٧,٦٩
٣	استخدام شبكة المعلومات الدولية في الاعلان عن المنشآت الرياضية المدرسية وتسويقها.	١١٩	٢٥	٧	٣٥٧	٧٩,١٩	٧٩,٣٣
٤	استخدام كافة وسائل الاعلام لتسويق واستثمار المنشآت الرياضية المدرسية.	١٠٤	٣٧	١٠	٣١٢	٧٤,٨٥	٧٢,٤٥
٥	استضافة البطولات المحلية والاقليميه والدولية داخل المنشآت الرياضية المدرسية.	١٣٠	٢١	٠	٣٩٠	٩٢,٠٩	٨٥,٩٧
٦	اقامة حفلات وعروض فنية داخل المنشآت الرياضية المدرسية بهدف الدعاية والاعلان.	٩٣	٥٠	٨	٢٧٩	٧٢,٨٥	٦٧,٣٦
٧	الاستفادة من الخبرات التسويقية للمسؤولين عن الامكانات والمنشآت الرياضية بالمدارس لزيادة امكانية وجود ممول.	٨٩	٤٥	١٧	٢٦٧	٦٤,٢٣	٦٢,٧٧
٨	الاعتماد على التسويق الالكتروني في زيادة قاعدة الممارسين داخل المنشآت الرياضية المدرسية	١١٩	٢٩	٣	٣٥٧	٨١,٧٥	٨٥,٦٩
٩	التعاقد مع كبري شركات المتخصصة لانتاج الملابس والأدوات والأجهزة الرياضية مقابل الدعاية والاعلان	١٠٢	٣٠	١٩	٣٠٦	٧٤,٢٥	٧١,٢٣
١٠	تأجير المنشآت الرياضية المدرسية لاقامة البطولات المختلفة.	٧٩	٤٩	٢٣	٢٣٧	٥١,٦٩	٥٦,٧٠
١١	تحليل الارباح من عوائد التكلفة للتسويق والاستثمار بالمنشآت والامكانات الرياضية بالمدرسة.	١١٩	٣٢	٠	٣٥٧	٨٤,٠٠	٦٥,٧٧

تابع جدول (٩)

التكرارات والنسبة المئوية ومربع كا لآراء عينة الدراسة الأساسية في عبارات محور
الأساليب التسويقية للمنشآت الرياضية المدرسية (ن = ١٥١)

م	العبارات	نعم	إي حد ما	لا	الوزن النسبي	الأهمية النسبية	قيمة كا
١٢	تخصيص منافذ لبيع الملابس والأدوات الرياضية لكبري الشركات العالمية داخل المدارس.	١٢٩	٢٢	٠	٣٨٧	٩١,٨٨	٨٣,٧٦
١٣	تصميم برامج وأنشطة رياضية وثقافية واجتماعية بهدف جذب رجال الاعمال للرعاية والتمويل.	١١١	٣٣	٧	٣٣٣	٧٧,٦٩	٧٥,٩١
١٤	تطوير المنتجات التسويقية للمنشآت الرياضية المدرسية	٨١	٥١	١٩	٢٤٣	٥٣,٠٠	٥٦,٦٩
١٥	تطوير المنشآت الرياضية بالمدرسة بما يلبي احتياجات المستفيدين لجذب أكبر عدد من الممارسين.	٩٠	٤٨	١٣	٢٧٠	٧٠,٦٦	٦٣,٧٥
١٦	توفير أماكن للدعاية والاعلان عن المنشآت الرياضية في أماكن مميزة بالمدارس.	٧٦	٤٨	٢٧	٢٢٨	٤٨,٥٢	٥٣,٦٥
١٧	مراجعة الاسـتراتـيجيات التسويقية والاستثمارية بشكل دوري ومستمر.	٨٨	٤٥	١٨	٢٦٤	٦١,٥٥	٦٠,٢١
١٨	وضع لوائح مرنة قائمة علي آليات التسويق الحديثة للمنشآت الرياضية بالمدارس.	٩٣	٤٩	٩	٢٧٩	٧٢,٨٥	٦٦,٥٤

قيمة كا ٢١ عند مستوي دلالة معنوية (٠,٠٥) = ٥,٩٩

يتضح من جدول (٩) أن هناك فروق دالة احصائياً بين استجابة أفراد عينة البحث وفقاً للتكرارات الأكبر والاستجابة بنعم لجميع عبارات المحور الثاني (الأساليب التسويقية للمنشآت الرياضية المدرسية)، حيث تراوحت قيمة كا لاستجابات عينة البحث ما بين (٥٣,٦٥، ٨٥,٩٧)، وتضمن هذا المحور علي عدد (٨ عبارات) سجلت النسبة المئوية لهم (٧٥%) فأكثر، وجاءت في المرتبة الأولى العبارة رقم (٥) حيث سجلت نسبة إجمالية في الأهمية النسبية لاستجابات أفراد العينة قدرها (٩٢,٠٩%)، ويليهما العبارة رقم (١٢) حيث سجلت نسبة قدرها (٩١,٨٨%)، ويليهما العبارة رقم (١١) حيث سجلت نسبة قدرها (٨٤,٠٠%)، ويليهما العبارة رقم (٨) حيث سجلت نسبة قدرها (٨١,٧٥%)، ويليهما العبارة رقم (١) حيث سجلت نسبة عينة قدرها (٨٠,٥٥%)، ويليهما العبارة رقم (٣) حيث سجلت نسبة قدرها (٧٩,١٩%)، ويليهما العبارة رقم (٢) حيث سجلت نسبة قدرها (٧٨,٧٧%)، ثم جاءت العبارة رقم (١٣) حيث سجلت نسبة قدرها (٧٧,٦٩%).

وهذا يشير لاتفاق أفراد العينة باختلاف الفروق الفردية بينهم من خلال استجاباتهم بنسب مئوية ظهرت فيما تقدم من خلال الأهمية النسبية لعبارات محور (الأساليب التسويقية للمنشآت الرياضية المدرسية)، ويرى الباحث أن الأساليب التسويقية لها دور فعال ومؤثر في جذب المستثمرين للعمل بالمنشآت الرياضية المدرسية، حيث تقوم تلك المنشآت بطرح اشتراكات سنوية وموسمية وشهرية لخدمة أكبر عدد من المستفيدين من داخل وخارج المجتمع المحيط بها، وتعتبر الأسعار المناسبة للخدمات المقدمة بالمنشآت الرياضية المدرسية أسلوب لجذب الممارسين وتحقيق العائد الاقتصادي.

ويرى أحمد الشبيبي (٢٠١٠م) (٣) أنه سيعمل تطور الاستثمار المحلي والأجنبي المشروط على التوسع في نشاطات إنتاجية جديدة تساهم في استيعاب عدد كبير من العمالة الوطنية والمهارات العاطلة عن العمل وحتى التخلص من حالات التضخم الوظيفي في بعض الفروع الإنتاجية في القطاع العام.

ويشير الباحث أن الابتكار التسويقي يلعب دوراً رئيسياً ومحورياً في عملية التنمية الاقتصادية للمنشآت الرياضية المدرسية من خلال مساهمته الفعالة في تنشيط الحياة الاقتصادية ومن ثم في رفع معدلات النمو الاقتصادي، وعليه يجب تفعيل دورهم في تنمية قاعدة الممارسة ورعاية الأحداث والبطولات الرياضية.

ويتفق أحمد شرف، أحمد عبد القادر، السعدني السعدني (٢٠٠٨م) (٢) أن مشاركة القطاع الخاص في الاستثمار بات من أهم البدائل لتوفير الموارد والتمويل، وتشجيع الشركات التجارية والاستثمارية لرعاية الهيئات والمؤسسات الرياضية، كما أن هناك التزام واضح من الحكومة لتفعيل دور القطاع الخاص والشركات المهمة بالاستثمار في مجال المنشآت الرياضية المدرسية والذي يعمل على تحسين وتنمية وتطوير تلك المنشآت مما يؤدي بالضرورة إلى تحسين الأداء الاقتصادي والمساهمة في انعاش النواحي المادية.

ويؤكد الباحث على ضرورة مشاركة المستثمرين ورجال الأعمال لإحداث تنمية اقتصادية من خلال تطوير المنشآت الرياضية المدرسية، وكذلك الاستفادة منها بإنشاء مراكز تجارية لتوزيع منتجات القطاع الخاص، والدعاية والإعلان لشركات القطاع الخاص ومنتجاته داخل المدارس حيث أن إمتلاك المدارس لمنشآت وموارد وإمكانات لا يعني ضمان النجاح، فلا بد من استثمار تلك المنشآت لضمان تحقيق الخدمة لأكثر عدد ممكن من المستفيدين، ومن ثم مواجهة الظروف الطارئة التي تعرقل تنفيذ الاستثمار حتي يتثني تحقيق الفوائد الاقتصادية والتكليف مع متطلبات العمل وتخصيص التمويل اللازم لتطوير تلك المنشآت بما يساعد على زيادة القدرة التنافسية في السوق العالمية.

ج- عرض ومناقشة النتائج التي تجيب علي التساؤل الثالث/ ما هو العائد الاقتصادي من تطوير المنشآت الرياضية المدرسية ؟

جدول (١٠)

التكرارات والنسبة المئوية ومربع كا لآراء عينة الدراسة الأساسية في عبارات محور العائد الاقتصادي من تطوير المنشآت الرياضية المدرسية (ن = ١٥١)

٥	العبارات	نعم	لا	لا	الوزن النسبي	الأهمية النسبية	قيمة كا
١	استضافة البطولات والدورات الرياضية المختلفة بالمنشآت الرياضية المدرسية.	٩٧	٤٨	٦	٢٩١	٨٢,٦٥	٧٦,٣٠
٢	التحول من مفهوم الخدمة الاجتماعية إلي مفهوم الربحية التجارية.	١٠٩	٣٩	٣	٣٢٧	٨٧,٦٦	٨١,٩٦
٣	التوسع في تطوير المنشآت الرياضية المدرسية.	٩٦	٥٢	٣	٢٨٨	٧٩,٧٠	٧٣,٦٥
٤	تحسين العائد المادي للعاملين بالمنشآت الرياضية المدرسية.	٩٥	٤٥	١١	٢٨٥	٧٧,٦٦	٧١,٩٦
٥	تحسين الوضع الاقتصادي للمنشآت الرياضية المدرسية.	١٠٣	٤٣	٥	٣٠٩	٨٤,٩٧	٧٩,٨٦
٦	تحويل المنشآت الرياضية المدرسية إلي أندية لخدمة البيئة المحيطة بها.	١١٤	٣٥	٢	٣٤٢	٨٩,٤٥	٨٣,٥٨
٧	تخفيض تكاليف الدعم الحكومي للمنشآت الرياضية المدرسية.	٨٨	٥٧	٦	٣٦٤	٥٩,٨٥	٥٩,٦٥
٨	توسيع قاعدة الممارسة الرياضية في شتى انحاء الجمهورية.	٩٠	٥٤	٧	٢٧٠	٦٦,٧٥	٦٦,٥٧
٩	توفير الاستثمارات المتعدده للارتقاء بمستوي الخدمات.	٨٧	٥٥	٩	٢٦١	٥٩,٠٠	٦٠,١٩
١٠	توفير فرص عمل جديد.	٩٧	٥٠	٤	٢٩١	٦٤,٧١	٥٣,٤٧
١١	توفير مصدر دعم مستمر لتطوير المنشآت الرياضية المدرسية.	١٣٠	٢٠	١	٣٩٠	٨٩,٦٩	٩١,٦٦
١٢	جذب المستثمرين وكبري الشركات الخاصة للعمل بالمنشآت الرياضية المدرسية.	٩٧	٥٠	٤	٢٩١	٧٧,٠٠	٦٩,٨٤
١٣	رفع مستوي أداء العاملين بالمنشآت الرياضية المدرسية	٨٨	٥٩	٤	٢٦٤	٥٩,٦٣	٥١,٧٦
١٤	مسايرة الاتجاه العالمي والدولي في إدارة المنشآت الرياضية.	٩٣	٤٥	١٣	٢٨٩	٦٤,٣٦	٦٤,٥٥

قيمة كا ٢ عند مستوي دلالة معنوية (٠,٠٥) = ٥,٩٩

يتضح من جدول (١٠) أن هناك فروق دالة احصائياً بين استجابة أفراد عينة البحث وفقاً للتكرارات الأكبر والاستجابة بنعم لجميع عبارات المحور الثاني (العائد الاقتصادي من تطوير المنشآت الرياضية المدرسية)، حيث تراوحت قيمة كا ٢ لاستجابات عينة البحث ما بين (٥١,٧٦، ٩١,٦٦)، وتضمن هذا المحور علي عدد (٨ عبارات) سجلت النسبة المئوية لهم

(٧٥%) فأكثر، وجاءت في المرتبة الأولى العبارة رقم (١١) حيث سجلت نسبة إجمالية في الأهمية النسبية لاستجابات أفراد العينة قدرها (٨٩,٦٩%)، يليها العبارة رقم (٦) حيث سجلت نسبة قدرها (٨٩,٤٥%)، يليها العبارة رقم (٢) حيث سجلت نسبة قدرها (٨٧,٦٦%)، يليها العبارة رقم (٥) حيث سجلت نسبة قدرها (٨٤,٩٧%)، يليها العبارة رقم (١) حيث سجلت نسبة عينة قدرها (٨٢,٦٥%)، يليها العبارة رقم (٣) حيث سجلت نسبة قدرها (٧٩,٧٠%)، يليها العبارة رقم (٤) حيث سجلت نسبة قدرها (٧٧,٦٦%)، ثم جاءت العبارة رقم (١٢) حيث سجلت نسبة قدرها (٧٧,٠٠%).

وهذا يشير لاتفاق أفراد العينة باختلاف الفروق الفردية بينهم من خلال استجاباتهم بنسب مئوية ظهرت فيما تقدم من خلال الأهمية النسبية لعبارات محور العائد الاقتصادي من تطوير المنشآت الرياضية المدرسية)، ويعزو الباحث ذلك إلى أهمية استحداث أساليب جديدة للتنموي ورفع مستوي أداء مديري المدارس ووكلائهم أو ما ينوب عنهم لمسائرة المستويات العالمية وخفض الدعم الحكومي وكيفية الاستفادة منه في مجالات أخرى، وأيضاً فتح المجال أمام الاستثمار الرياضي والذي يعمل علي توسيع قاعدة الممارسة.

ويتفق ذلك مع دراسة سمير علي (٢٠٠٨م) (٨) حيث أظهرت أهم النتائج أن الاستثمار في المجال الرياضي يهدف إلى تخفيض الإنفاق الحكومي، ورفع الدعم وما يترتب عليه من تحمل المستفيدين لنفقات الممارسة، لذا يجب الاهتمام بعمليات الدعاية والإعلان لتعريف المستفيد بالإمكانيات المتاحة، ومحاولة الاستفادة من المساحات الشاغرة بغرض الاستثمار، وتطبيق بعض الأساليب الفعالة في إدارة المنشآت الحكومية مثل حق الانتفاع، مما يشجع المستثمرين علي العمل داخل المنشآت الحكومية وفقاً للتكنولوجيا السائدة وفي ظل تحقيق عوائد مستقبلية مناسبة تساعد علي تحقيق الأهداف الرياضية والاقتصادية والاجتماعية بتوازن ديناميكي.

ومن ثم يري الباحث ضرورة تطوير المنشآت الرياضية المدرسية بما يسمح بتحقيق العائد الاقتصادي ورفع مستوي كفاءتها للقدرة علي التحقيق الفعال للمشاركة المجتمعية وتقديم خدمات أفضل في شكل أنشطة متنوعة، حيث أنه لا يمكن لأي منشأة من الإستمرار والبقاء والقدرة علي تحقيق أهدافها إلا إذا مارست ونفذت عدداً من ألوان الأنشطة لزيادة الأقبال الجماهيري لتحقيق أكبر عائد استثماري بأقل درجة من المخاطرة والحفاظ عليه.

كما يتفق كل من منير هندي ، والسعيد لبدية (٢٠٠٢م) (١٥)، مع عبد الفتاح حسين (٢٠٠٣) (١٠) علي أنه يتم تحويل الرياضة إلي استثمار من خلال توفير آليات الجذب، ومنها

اقناع الدولة بجدوي الاستثمار في المجال الرياضي، وإعتماد جهاز مستقل للاستثمار في المجال الرياضي، واستحداث نظم لإدارة المعلومات والتسويق بالمؤسسات الرياضية، وإعداد البرامج الزمنية والموازنات التقديرية اللازمة لتحويل المؤسسة الرياضية لمؤسسة أعمال جاذبة للمستثمرين.

ويري الباحث ضرورة اهتمام المجال الرياضي برجال الأعمال وتعزيز رأس المال من خلال تشغيله وتوظيفه في مشروعات خاصة بالمنشآت الرياضية المدرسية، حيث يحقق هدفين رئيسيين وهما نجاح المشروع، وتحقيق أقصى عائد مادي ممكن من هذا النجاح، فمن هنا نجد أن للاستثمار أهمية بالغة بالنسبة للمؤسسات الرياضية، فلا بد من وجود تنسيق بين الجهات الحكومية المنوطة بالاستثمار، والتعرف على آراء المستفيدين لتحديد الاحتياجات وتوجيه رجال الأعمال لتبليتها، ومن ثم ترويج إمكانات الهيئة الاستثمارية من خلال وسائل الإعلام المختلفة، فإذا توافرت تلك العناصر بالهيئة أصبحت جاذبة للاستثمار.

الاستخلاصات :

في ضوء أهداف وتساؤلات وعينة البحث والمنهج المستخدم ومن خلال المعالجات الاحصائية للبيانات توصل الباحث إلي النتائج التالية :

١- الجوانب القانونية لاستثمار المنشآت الرياضية المدرسية :

- يلتزم المستثمر بالتعليمات الفنية والأمنية الخاصة بالمدرسة خلال فترة التعاقد.
- يحق للمستثمر خلال فترة التعاقد تغطية التكاليف ونفقات التشغيل وتحقيق العائد المناسب.
- يحق للمستثمر خلال فترة التعاقد وضع خطة التشغيل المناسبة للحصول علي إيرادات كافية.
- تلتزم إدارة المدرسة بعدم التعاقد مع مستثمر آخر بالعمل في نفس النشاط خلال فترة التعاقد.
- تلتزم إدارة المدرسة بعدم اصدار لوائح يترتب عليها نقص الإيرادات والأرباح خلال فترة التعاقد.
- يحق للجهات الرقابية بالمدرسة المتابعة الفنية والإدارية والمالية والأمنية خلال فترة التعاقد.
- يتم ابرام العقود مع المستثمرين من قبل إدارة المدرسة وفقاً لاحكام قانون الاستثمار.
- يلتزم المستثمر وإدارة المدرسة "طرفي التعاقد" بمراعاة مبدأ نظرية الظروف الطارئة.
- يلتزم المستثمر باعادة تسليم المنشآت في نهاية فترة التعاقد إلي إدارة المدرسة في حالة جيدة.

- يلتزم المستثمر ببناء المشروعات وتشغيلها وفقاً للمواصفات والضوابط التي تحددها المدرسة.

٢- الأساليب التسويقية للمنشآت الرياضية المدرسية :

- استضافة البطولات المحلية والإقليمية والدولية داخل المنشآت الرياضية المدرسية.
- تخصيص منافذ لبيع الملابس والأدوات الرياضية لكبري الشركات العالمية داخل المدارس.
- تحليل الأرباح من عوائد التكلفة للتسويق والاستثمار بالمنشآت والامكانات الرياضية بالمدرسة.
- الاعتماد علي التسويق الالكتروني في زيادة قاعدة الممارسين داخل المنشآت الرياضية المدرسية
- اتخاذ القرارات المناسبة في ضوء متغيرات الطلب للأنشطة التسويقية للمنشآت الرياضية بالمدارس.
- استخدام شبكة المعلومات الدولية في الاعلان عن المنشآت الرياضية المدرسية وتسويقها.
- استخدام شاشات كبيرة لعرض الدعاية والاعلان داخل المنشآت الرياضية المدرسية.
- تصميم برامج وأنشطة رياضية وثقافية واجتماعية بهدف جذب رجال الاعمال للرعاية والتمويل.

٣- العائد الاقتصادي من تطوير المنشآت الرياضية المدرسية :

- توفير مصدر دعم مستمر لتطوير المنشآت الرياضية المدرسية.
- تحويل المنشآت الرياضية المدرسية إلي أندية لخدمة البيئة المحيطة بها.
- التحول من مفهوم الخدمة الاجتماعية إلي مفهوم الربحية التجارية.
- تحسين الوضع الاقتصادي للمنشآت الرياضية المدرسية.
- استضافة البطولات والدورات الرياضية المختلفة بالمنشآت الرياضية المدرسية.
- التوسع في تطوير المنشآت الرياضية المدرسية.
- تحسين العائد المادي للعاملين بالمنشآت الرياضية المدرسية.
- جذب المستثمرين وكبري الشركات الخاصة للعمل بالمنشآت الرياضية المدرسية.

التوصيات :

- في ضوء ما اسفرت عنه استخلاصات البحث يوصي الباحث بما يلي :
- الاهتمام بالبحث عن مصادر تمويل متنوعه لتوفير البنية التحتية اللازمة لتطوير المنشآت الرياضية المدرسية بما يلبي احتياجات المستفيدين وجذب أكبر عدد من الممارسين.

- الاهتمام بتطوير المنشآت الرياضية المدرسية من خلال توفير جميع الاحتياجات المادية والبشرية والإدارية بشكل يواكب متطلبات العصر.
- تقديم حوافز لدعم الاستثمار وتطبيق الابتكار التسويقي لتحقيق العائد الاقتصادي من تطوير المنشآت الرياضية المدرسية.
- استحداث إدارة لتسويق المنشآت الرياضية المدرسية تكون مهمتها الرئيسية جذب رجال الأعمال لاستثمار أموالهم في إنشاء أكاديميات رياضية خاصة في مختلف الألعاب الرياضية داخل المدارس.
- إزالة كافة العقبات التي تواجه المستثمرين في الجوانب القانونية والتشريعية، وكذلك الجوانب الإدارية والفنية وتسهيل الإجراءات والتصاريح اللازمة لتشجيع الاستثمار في المنشآت الرياضية المدرسية.
- الاستفادة من تجارب الدول المتقدمة في مجال تسويق واستثمار المنشآت الرياضية المدرسية.
- تحويل المنشآت الرياضية المدرسية من منشآت خدمية مستهلكة إلي منشآت خدمية منتجة تساهم في الاقتصاد القومي وتلبي احتياجات ورغبات الأفراد وفقاً للظروف الاقتصادية الحالية.

((المراجع))

أولاً: المراجع باللغة العربية :

- ١- السيد عبده ناجي (١٩٩١م): الإدارة العامة، مدخل إداري، ط٣، النهضة العربية، القاهرة.
- ٢- أحمد سعيد شرف، أحمد فاروق عبد القادر، السعدنى خليل السعدنى (٢٠٠٨م): دور الشراكة بين المؤسسات الرياضية ومؤسسات المجتمع المدني فى النهوض بالرياضة المصرية، العدد ٥٦، المجلة العلمية للتربية البدنية والرياضة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان.
- ٣- أحمد صدام الشبيبي (٢٠١٠م): سياسات ومتطلبات الإصلاح الاقتصادي في العراق : رؤية مستقبلية، المجلد ٣٨، مجلة الخليج العربي، جامعة البصرة، العراق.
- ٤- أحمد محمد غنيم (٢٠٠٥م): أساسيات الإدارة في عصر العولمة، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية.

- ٥- إيمان محمد أحمد أبو فريخة، كريم محمد الحكيم، حسين منصور أنور منصور (٢٠٢٠م): دراسة تحليلية للإمكانيات والأساليب والخدمات التسويقية للهيئات والمنشآت الرياضية بالمعاهد الأزهرية بمنطقة الدقهلية، المجلة العلمية لعلوم الرياضة، كلية التربية الرياضية - جامعة كفر الشيخ.
- ٦- حسن أحمد الشافعي (٢٠١٨م): إدارة اقتصاديات الرياضة، دار الوفاء لندنيا للطباعة، الاسكندرية.
- ٧- حسن أحمد عطية الشافعي، ثروت محمد أبو السبح (٢٠١٩م): تحديد عناصر الخطة التسويقية الاستراتيجية للأنشطة والخدمات الرياضية بالأندية، مجلة أسبوط لعلوم وفنون التربية الرياضية، ع ٤٨ ، ج ٣ كلية التربية الرياضية- جامعة أسبوط.
- ٨- سمير عبد الحميد علي (٢٠٠٨م): الاستثمار الرياضي كأحد أنشطة الملحقة التجارية بسفارات جمهورية مصر العربية، بحث منشور في المؤتمر الأقليمي الرابع للمجلس الدولي للصحة والتربية البدنية، الجزء الرابع، ١٥ - ١٧ أكتوبر، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة الإسكندرية.
- ٩- عبد الرحمن توفيق أحمد (٢٠١٦م): الابتكار في التسويق، مركز الخبرات المهنية في الإدارة، الجيزة، مصر.
- ١٠- عبد الفتاح دياب حسين (٢٠٠٣م): إدارة التمويل في مشروعات الأعمال، سلسلة مطبوعات المجموعة الإستشارية العربية، ط٢، مطبعة النيل، القاهرة.
- ١١- عصام بدوي (٢٠٠١م): موسوعة التنظيم والإدارة في التربية البدنية والرياضية، دار الفكر العربي، ط ١، القاهرة.
- ١٢- فاطمة محمد العاصي (٢٠١٥م): أثر الخداع التسويقي في بناء الصورة الذهنية للمستهلك في سوق الخدمات لدى شركات تزويد الانترنت في قطاع غزة، رسالة دكتوراه، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة.
- ١٣- فيصل بن حميد بن محمد الجهوري، أحمد فاروق عبد القادر، مها خميس البلوشي (٢٠٢٠م): نموذج مقترح لتسويق إمكانات الأندية الرياضية بسلطنة عمان، مجلة علوم الرياضة والتربية البدنية، مج ٤، ع ١، كلية علوم الرياضة والنشاط البدني - جامعة الملك سعود.

- ١٤- معتز علي الرمادي (٢٠١٢م): نموذج مقترح لتمويل النشاط الرياضي بالجامعات المصرية، رسالة دكتوراه منشوره، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة.
- ١٥- منير إبراهيم هندي، السعيد محمد لبد (٢٠٠٢م): الإدارة المالية، كلية التجارة، جامعة طنطا.

ثانياً: المراجع باللغة الاجنبية :

16. **Beukes, Chris & Gerhard van Wyk**, (2016) : An investigation of the marketing performance measurement practices in Hatfeeld Volkswagen group, African Journal of Business Management,
17. **Fillis, Lan & Rentchler Ruth** ,(2016) : Creative Marketing an Extended Metaphor For Marketing in a New age , Plagrave Macmillan,
18. **LI Bian-ying** : (2008) The way to the reform of the sports system in China after Olympic Games 2008 , Journal of Physical Education. http://en.cnki.com.cn/Article_en/CJFDTotal-TYXK200802001.htm
19. **TANG Ji-lan** : (2010) Research on the Britain Public Service Reform and Sport Policy Change , Journal of Nanjing Institute of Physical Education (Social Science).
http://en.cnki.com.cn/Article_en/CJFDTotal-LJTB201002010.htm
20. **YI Jian-dong** : (2011) Logical bases and value orientation of sport system reform in China , Journal of Physical Education http://en.cnki.com.cn/Article_en/CJFDTOTAL-TYXK201101004.htm