

مقترح تطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان بنظام (البناء – التشغيل – نقل الملكية (B.O.T) (Build – Operate - Transfer)

أ.د/ أحمد السيد محمود متولي

أ.م.د/ محمد رفعت محمد سالم المحروقي

الباحث/ حاتم طه السيد النضار

مقدمة البحث:

تطورت الأساليب الإدارية في الفترة الأخيرة تطوراً هائلاً من حيث الأساليب والأفكار والمفاهيم والتي تعمل علي استمرار قدرتها علي خدمة المجتمع من عدة جوانب ، وأصبح للإدارة دوراً حيوياً في توجيه المؤسسات والمنظمات الرياضية علي اختلاف مجالاتها وتخصصاتها ، نحو سبل التقدم والتطور وحل المشكلات ، كما اتجهت الإدارة الرياضية نحو ممارسة أساليب إدارية مستحدثة لكي تستطيع مجابهة متطلبات المنظمات الرياضية المتنوعة والظهور بشكل لائق أمام المجتمعات الأخرى ، ولكي تستطيع المنافسة والصمود في السوق العالمي المفتوح الذي لا يقبل إلا التفوق والتميز .

أصبحت الإدارة الحديثة جانباً أساسياً من جوانب النظام الانتاجي 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. (٩ : ١٩)

ويرى "السيد عبده" (٢٠٠٥) أن الإدارة من أهم الموضوعات التي تؤثر علي حياتنا وذلك لأنها دائماً ترتبط بتحديد الأهداف وكيفية الوصول إليها، وتهتم بدرجة كبيرة بكيفية تجميع الكفاءات البشرية والموارد المالية والمادية واستخدامها الأمثل الفعال لتحقيق الأهداف المرجوة. (٦ : ٤٦)

يتسم العصر الحديث بالتقدم السريع في كل مجالات الحياة، ومع ازدياد التقدم زادت الحاجة إلي علوم الإدارة لتحقيق أهداف هذا التقدم بغرض الوصول إلي التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وأصبح الاهتمام بالإدارة بعكس الاهتمام بتنظيم حياة الفرد في المجتمع الحديث، لذا فقد اتجهت أنظار العلماء الباحثون الي بحث التنظيم الإداري ومبادئه بهدف الوصول إلي النظام الأمثل الذي يحقق الأهداف في أسرع وقت وبأسهل الطرق وبأقل التكاليف (١١ : ٧)

ويرى " محي الدين الازهرى" (٢٠٠١) ان التسويق بشكله العام من الوظائف

الرئيسية الهامة لكافة المنشآت الاقتصادية أو الاجتماعية أو الخدمية أو الرياضية أو 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 جميعا والتنسيق فيما بينها في ضوء طبيعة المنشأة وطبيعة ما تقدمه وطبيعة السوق المستهدف. وقد زاد الاهتمام في الآونة الأخيرة بدراسة وتطبيق المفاهيم التسويقية في معظم المؤسسات على اختلاف أنواعها. (١٩ : ١)

أن التسويق في عصرنا الحالي لم يعد منحصراً بفعاليته 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 السريعة والمتسارعة 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 . (١٧ : ١٥)

يعتبر التسويق من أهم خطوات التجارة، والتسويق الإلكتروني أو التسويق الرقمي هو من أهم طرق التسويق الحديثة، حيث إنه يحقق أعلى معدلات وصول للشرائح والفئات المستهدفة في الخطة التسويقية، ويطلق هذا المصطلح على جميع الممارسات والأساليب الإعلانية المرتبطة بالتسويق عن طريق شبكة الإنترنت.

مشكلة البحث

في ظل توجه الدولة نحو تخفيض الدعم المالي المقدم للمؤسسات وحث هذه المؤسسات إلي البحث عن مصادر تمويل جديدة تقلل من الاعتماد علي الدعم الحكومي لتغطية تكاليف الصيانة والتطوير في البنية الأساسية والتكنولوجية فقد أسترعي انتباه الباحثون من خلال عمله أن المنشآت الرياضية بجامعة حلوان تمتلك إمكانات تتمثل في ملاعب وصلات رياضية وحمامات سباحة ووحدة للياقة البدنية والتأهيل الحركي والقياسات الفسيولوجية ذات موقع جغرافي متميز ومع كل هذا يوجد قصور واضح في استثمار تلك المنشآت الرياضية، كما تبين أنها تعاني بصورة أو بأخرى من ضعف فرص تطويرها في ظل عدم استثمار

لامكاناتها كذلك عدم إتباع الاساليب الادارية الحديثة في إدارة تلك المنشآت الرياضية لذا يحاول الباحثون إلقاء الضوء علي سبل تسويق تلك المنشآت الرياضية بجامعة حلوان أملا ان يتم إستثمارها على الوجه الأكمل و تحقيق الاستخدام الأمثل للموارد البشرية والمادية المتاحة بها .

إن جامعة حلوان بها منشآت رياضية مجهزة لممارسة الأنشطة المختلفة من ملاعب وصالات رياضية وحمام سباحة ولكن هناك ضعف في عملية التسويق من خلال عدم الاستفادة من هذه المنشآت لذلك يجب التوجه نحو استثمار وتسويق الإمكانيات والمنشآت الرياضية بجامعة حلوان.

أن المنشآت الرياضية في جامعة حلوان 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 المنشأة الرياضية، فالعائد أقل بكثير من التكلفة الفعلية للتشغيل، وفي نفس الوقت لا تؤدي المنشآت الرياضية الهدف الخدمي أيضاً بالشكل الأكمل، كما وجد أيضاً أن هناك قصور في تسويق المنشآت الرياضية، 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 والدراسات عند تخطيط أنشطة التسويق، وجمود التشريعات الذي يعرقل الارتقاء بالناحية الاقتصادية للمنشآت الرياضية، وعدم وجود إدارة تسويق في أغلب المنشآت الرياضية.

ومن هنا يسعى الباحثون إلي تسليط الضوء علي تسويق المنشآت الرياضية بجامعة حلوان أملا في تطوير هذه الوحدات وتقديم خدمات بمستوي عالي لخدمة منسوبي الجامعة والمجتمع 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 الحالى بإستثمار وتسويق الإمكانيات والمنشآت الرياضية بجامعة حلوان لخدمة المجتمع عامة والرياضة خاصة.

الأهمية التطبيقية :

تتمثل الأهمية التطبيقية للبحث المقترح في كونه يقدم نموذجاً لإستثمار وتسويق

الإمكانات والمنشآت الرياضية بجامعة حلوان وفرص إنجاح الأنشطة الرياضية والعمل على كيفية الاستفادة التامة من موارد التسويق في التمويل الذاتى للمنشآت الرياضية بالجامعة للإرتقاء بالخدمات التى تقدمها وتطويرها وصيانتها والمحافظة عليها أطول فترة ممكنة وذلك لى يستفيد بتلك النموذج القائمين على إدارة الأنشطة الرياضية فى جامعة حلوان وغيرها من الجهات المسؤولة عن تفعيل الأنشطة الطلابية فى جامعة حلوان والجامعات المصرية .

هدف البحث:

يهدف البحث إلى مقترح تطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان بنظام (البناء- التشغيل - نقل الملكية (B.O.T)، من خلال:

١- التعرف على الجوانب القانونية والتشريعية لتطبيق نظام (البناء - التشغيل - نقل الملكية (Build - Operate - Transfer (B.O.T) فى تطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان.

٢- التعرف على الأساليب الترويجية والاستثمارية للمنشآت الرياضية المقترح تنفيذها بنظام (البناء - التشغيل - نقل الملكية (Build - Operate - Transfer (B.O.T) فى تطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان

٣- التعرف على العائد الاقتصادى والاجتماعى لتطبيق نظام (البناء - التشغيل - نقل الملكية (Build - Operate - Transfer (B.O.T) فى تطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان.

تساؤلات البحث.

١- ما هي الجوانب القانونية والتشريعية لتطبيق نظام (البناء - التشغيل - نقل الملكية (Build - Operate - Transfer (B.O.T) فى تطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان؟

٢- ما هي الأساليب الترويجية والاستثمارية للمنشآت الرياضية المقترح تنفيذها بنظام (البناء - التشغيل - نقل الملكية (Build - Operate - Transfer (B.O.T) فى تطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان؟

٣- ما هو العائد الاقتصادى والاجتماعى لتطبيق نظام (البناء - التشغيل - نقل الملكية (Build - Operate - Transfer (B.O.T) فى تطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان؟

مصطلحات البحث.

١. نظام البناء - التشغيل - نقل الملكية (Build - Operate - Transfer (B.O.T :

نظام تمنح بمقتضاه إحدى الجهات الحكومية لإحدى الاتحادات المالية الخاصة الحق

في تمويل وتصميم وبناء وتشغيل وصيانة بعض المشروعات التي تحتاج إليها الدولة التي يمكن أن تحقق إيرادات خلال فترة محددة من الزمن تسمى فترة الامتياز وبعدها يقوم هذه الاتحاد المالي بتغطية كافة تكاليف المشروع الاستثمارية وتحقيق أرباح يتم بعدها إعادة المشروع مرة أخرى للجهة الحكومية صاحبة الامتياز (٨ : ١٢).

٢. فترة الامتياز :

هي الفترة الزمنية التي تحدد للشركة الاستثمارية تولي مسؤولية بناء وتشغيل وإدارة المنشأة أو المرفق (٢١ : ١٦)

٣. التسويق الرياضي :

توفير احتياجات المستهلكين وتحقيقها بأساليب وطرق متنوعة ومشروعة من خلال الرياضة التي توفر المنفعة والمصلحة لجميع الأطراف الداخلة في هذه العملية (١٥ : ١٠).

٤. المنشآت الرياضية:

مجموعة الأصول 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 . (٥ : ١٢)

الدراسات السابقة :

١- دراسة "إبراهيم شيخ التهامي" (٢٠٢٠) (٣) بعنوان "تأثير أساليب التسويق الرياضي في توفير التمويل الذاتي للأندية الرياضية في الجزائر: دراسة استطلاعية" وقد هدف البحث إلي معرفة دور أساليب التسويق الرياضي في توفيت التمويل الذاتي للأندية الرياضية الجزائرية باعتبارها رهان يمكن الاعتماد عليه لتنويع مصادر التمويل بغرض تحقيق فوائض نقدية تجعل النادي الرياضي في وضعية مالية أكثر استقرارا ، واعتمدت الدراسة علي المنهج الوصفي التحليلي ، تم اختيار مجموعة من الأندية الرياضية الجزائرية من شرق، غرب، شمال وجنوب الجزائر. ثم تم اختيار عينة قصدية مؤلفة من رؤساء النوادي الرياضية والمديرون الماليون كونهم يمتلكون المعرفة الكاملة بأنشطة النادي، وقد تم توزيع أربعون (٤٠) استمارة تم استرجاعها جميعا بنسبة استجابة قدرها ١٠٠ % ، وكانت أهم النتائج : تحقق وجود علاقة ارتباط معنوية بين أساليب التسويق الرياضي مجتمعة وتوفير التمويل الذاتي للأندية الرياضية الجزائرية ، تحقق وجود تأثير معنوي بين أساليب التسويق الرياضي مجتمعة وتوفير التمويل الذاتي للأندية الرياضية الجزائرية.

٢- دراسة "إيمان محمد أحمد أبو فريخة وآخرون" (٢٠٢٠م) (٩) بعنوان "دراسة تحليلية

للإمكانات والأساليب والخدمات التسويقية للهيئات والمنشآت الرياضية بالمعاهد الأزهرية بمنطقة الدقهلية" وقد هدف البحث إلى تحليل الإمكانات والأساليب والخدمات التسويقية للهيئات والمنشآت الرياضية بالمعاهد الأزهرية بمنطقة الدقهلية ، واعتمدت الدراسة علي المنهج الوصفي التحليلي ، حيث قام الباحث باختيار عينة البحث الأساسية بالطريقة العشوائية من إدارة الهيئات والمنشآت الرياضية بالمعاهد الأزهرية بمنطقة الدقهلية والتي بلغت (٤٥٥) فرد ، وكانت أهم النتائج : ضرورة اهتمام المؤسسات الرياضية بالمعاهد الأزهرية بمنطقة الدقهلية بوضع خطط تسويقية طويلة الأجل، ضرورة إنشاء إدارة مستقلة للتسويق داخل المؤسسات الرياضية بالمعاهد الأزهرية بمنطقة الدقهلية ، الاهتمام بالتوصيف الوظيفي داخل المؤسسات الرياضية بالمعاهد الأزهرية بمنطقة الدقهلية وتحديد السلطات والمسئوليات ، استعانة المؤسسات الرياضية بالمعاهد الأزهرية بمنطقة الدقهلية بوكالات البحوث الخارجية والاستشارات التسويقية في المجال الرياضي.

٣- دراسة "أحمد فتحي علي محمد" (٢٠١٩م) (٤) بعنوان "دراسة تحليلية لمعوقات التسويق الرياضي بأندية الدوري الممتاز "أ" لكرة السلة بجمهورية مصر العربية " وقد هدف البحث إلي القيام بدراسة تحليلية لمعوقات التسويق الرياضي بأندية الدوري الممتاز (أ) لكرة السلة بجمهورية مصر العربية ، واعتمدت الدراسة علي المنهج الوصفي التحليلي ، حيث أجريت على عينة مكونة من أندية الدوري الممتاز (أ) لكرة السلة بجمهورية مصر العربية والبالغ عددهم (١٦) ناديا وقد قام الباحثون باختيار عينة البحث بالطريقة الطبقيّة العشوائية من الفئات التالية (أعضاء مجلس الإدارة - مديري الأندية (مالي / تنفيذي / نشاط) - المسئولين عن التسويق بالأندية) ، وكانت أهم النتائج : أن هناك معوقات متعلقة بإدارة النادي ، ومعوقات متعلقة بالتمويل ، ومعوقات متعلقة بالقوانين واللوائح ، ومعوقات متعلقة بالرعاية والاستثمار ، ومعوقات متعلقة بالتسويق.

٤- دراسة "اسلام غلاب ابراهيم دودو" (٢٠١٨) (٨) بعنوان "تسويق المنشآت الرياضية بالاندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام B.O.T" وقد هدف البحث الى التعرف علي سبل تسويق المنشآت الرياضية بالاندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام (B.O.T) وذلك من خلال الاستفادة من نظام (B.O.T) كأحد الوسائل المناسبة لتمويل مشاريع البنية الساسية واستثمارها دون المساس بميزانية الاندية الرياضية وبالتالي تحقيق الاستخدام الامثل لتلك المنشآت الرياضية بما يمكنها من تحقيق الصرف الذاتي على أنشطتها من جانب وتطبيقاتها في الاندية الرياضية من جانب آخر، وقد استخدم الباحثون المنهج الوصفي بالاسلوب المسحي بخطواته وإجراءاته ، وقد قام الباحثون بإجراء دراسة استطلاعية علي عينة عشوائية

عمدية تمثل ١٠ % من مديري بعض الاندية الرياضية وعددهم (٥) مدير ، عينة من رؤساء مجالس الادارات بعض الاندية الرياضية بمحافظة المنوفية وعددهم (٥) رئيس مجلس ادارة، ٥٠ عضو مجلس إدارة وبذلك بلغت عدد أفراد عينة البحث الكلية (٦٠) فرداً، وكانت اهم النتائج انه لا بد من وجود قرارات وزارية بتشريعات تتيح استثمار إمكانات المنشآت الرياضية بالاندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام (B.O.T) بما يسمح بجذب المستثمرين لاستثمار امكاناتها وبالتالي تطوير وصيانة مرافقها وكذلك عدم وجود تشريعات تتيح تسويق المنشآت الرياضية بالاندية الرياضية بنظام (B.O.T) وعدم إقتناع المستثمرين بمدى الفائدة التي سيحققونها من إدارة تسويق المنشآت الرياضية بالاندية الرياضية بنظام (B.O.T) وكذلك انخفاض الوعي الثقافي بمزايا إدارة المنشآت الرياضية بالاندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام (B.O.T).

٥- دراسة حسين علي العبودي (٢٠١٦) (١٢) بعنوان " أهمية الاستثمار الرياضي في تطوير المنشآت الرياضية العراقية" هدفت الدراسة إلي توضيح أهمية الاستثمار الرياضي في إعادة تأهيل المنشآت الرياضية وكيفية تطويرها وفقا للمعايير العالمية ومدى الاستفادة من قانون الاستثمار رقم (١٣) لسنة (٢٠٠٦) المعدل في الحصول علي التمويل الكافي وتسخيره لصالح تطوير المنشآت والمؤسسات الرياضية العراقية. وتكونت عينة البحث من (٢١٩) فردا ، من هيئة الاستثمار ووزارة الشباب والرياضة وإداري الأندية . وقد تم تطبيق المنهج الوصفي المسحي. وتوصل الباحثون في نتائجه إلي : أن قانون الاستثمار النافذ هو الحل الأمثل لإنشاء وتطوير وإعادة تأهيل المنشآت الرياضية ، وأن هناك ضعف في ثقافة الاستثمار الرياضي لدي عموم المجتمع فضلا عن تدهور حالة البنية التحتية للمنشآت الرياضية في العراق. وتوفير الأراضي الكافية لإقامة المشاريع الرياضية وبناء منشآت جديدة بطريقة الاستثمار فضلا عن إدخال نظام الخصخصة الرياضية وتطبيقه علي أرض الواقع.

٦- دراسة " طه محمد جمال عثمان " (٢٠١٤) (١٥) وعنوانها " رؤية مستقبلية للإمكانات والمنشآت الرياضية والترويحية في الجامعات المصرية " ، وقد هدف البحث إلي وضع رؤية مستقبلية للإمكانات والمنشآت الرياضية والترويحية في الجامعات المصرية من خلال، شملت عينة البحث الطلاب والأخصائيين الرياضيين ومديري رعاية الشباب في (١٢) جامعة مصرية، موزعين جغرافيا الي ثلاث قطاعات حيث تم اختيار جامعتين من جامعات كل قطاع لتطبيق البحث، وكانت أهم النتائج : ضرورة إنشاء المجلس القومي للإمكانات والمنشآت الرياضية والترويحية وكانت أهم النتائج : أولاً : الإمكانات الواجب توافرها في الجامعات المصرية ١- فيما يرتبط بالإمكانات البشرية : ضرورة مشاركة مديري رعاية

الشباب والأخصائيين الرياضيين بإيجابية في متابعة الأنشطة المختلفة من خلال إعداد دراسات لمعرفة احتياجات العاملين برعاية شباب الجامعة وتناسب عدد الأخصائيين مع الطلاب المشاركين بالنشاط والعمل علي توجيه الطلاب للمشاركة في مختلف الأنشطة، ٢- فيما يرتبط بالإمكانات المادية : التأكيد علي توفير الأجهزة والأدوات وغرف خلع ملابس ومرافق بالجامعة صالحة للاستخدام ومراجعة التجهيزات الخاصة بالملاعب والأدوات ، واعداد خطط لإجراءات عمليات الصيانة الدورية وعمليات التخزين، ٣- فيما يرتبط بالموقع وبالجانب الجمالي :توفير الخدمات الصحية والغذائية والأمنية وضرورة مراعاة الانسجام بين الألوان والتصميم.

٧- دراسة " محمد صبحي حسنين ، وآخرون " (٢٠١٣) (٢٢) بعنوان "النشاط الرياضي في الجامعات المصرية بين الواقع والتوجهات الإبداعية الحديثة" بهدف حصر آراء الطلاب الأنشطة الرياضية بالجامعات المصرية ، وبلغت (٣٢٠٠) طالب وطالبة بواقع (١٦٠٠) طالب ، (١٦٠٠) طالبة من الكليات العملية والنظرية في (١٦) جامعة مصرية حكومية ، موزعين علي قطاعات الإتحاد الرياضي المصري للجامعات الأربعة ، واقترح الباحثون بطاقة تقييمية تم تصميمها مكونة من (١٠) عبارات لجمع البيانات ، وكانت أهم النتائج : مستوى الملاعب والأدوات الخاصة بالأنشطة الرياضية بالجامعات سيئه ، لا توفر الجامعات أنشطة رياضية لذوي الاحتياجات الخاصة ،وسائل الإعلان عن الأنشطة الرياضية بالجامعات غير كافية.

٨- دراسة "محمد رفعت سالم " (٢٠٠٩) (١٩) بعنوان " مشكلات تطبيق نظام (البناء - التشغيل - نقل الملكية) B.O.T في إدارة المشروعات الرياضية"والتي استهدفت تحديد مشكلات تطبيق نظام (B.O.T) في إدارة المشروعات الرياضية والتوصل إلي نتائج وحلول لتلك المشكلات التي تعوق تطبيق نظام (B.O.T) في إدارة المشروعات الرياضية، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي واشتملت عينة البحث وقد قام الباحث بتقسيم عينة البحث الى نوعين العينة الاولى وتتكون من رؤساء ومدراء الاندية ومسؤولين عن الرياضة في الدولة ورجال الأعمال الذين خاضوا تجربة B.O.T وهذه العينة تم اختيارها بالطريقة العمدية وهي التي أجري الباحثون معها المقابلات الشخصية والمذكور إسمائهم ملحق رقم (٢) وبلغ عدد هذه العينة (٩) أفرادا وتم تقسيمهم الي ثلاث فئات وذلك وذلك لبناءاستمارة المشكلات التي واجهت العينة عند استخدام نظام البناء - التشغيل ونقل الملكية B.O.T العينة الثانية وتتكون من القادة المسؤولين عن الهيئات الرياضية الاهلية المطبق عليهم استمارة الاستبيان وقد تم اختيارها بالطريقة العشوائية العمدية وبلغ عدد هذه

العينة (٦٢) فردا ومن أهم النتائج التي كشفت عنها الدراسة هي تحديد مشكلات تطبيق نظام (البناء - التشغيل - نقل الملكية) في ادارة المشروعات الرياضية.

٩- قام وليد شحاتة محمد (٢٠٠٥) (٢٦) بدراسة بعنوان " التحليل المحاسبي لجدوى قرارات التمويل والاستثمار في مشروعات البنية الأساسية المقامة وفقا لأسلوب البناء - التشغيل - نقل الملكية B.O.T وهدفت الدراسة إلى تحديد العناصر المؤثرة والمتحكمة في نجاح إقامة مشروع بنية أساسية وفقاً لأسلوب البناء - التشغيل - النقل B.O.T لطرفي التعاقد وهما شركة المشروع أو المستثمر من جهة والحكومة المضيفة للمشروع من جهة أخرى والتحقق من مدى كفاية دراسة الجدوى التي تعد في حالة استخدام أسلوب B.O.T بشكل يساعد في الحكم على مدى نجاح هذه التجربة في مصر سواء بالنسبة للطرف الحكومي أو بالنسبة للمستثمر ، ووضع ترتيب أولويات العناصر المؤثرة في اتخاذ القرار بإقامة مشروعات بنية أساسية وفقاً لأسلوب B.O.T ومدى اتفاق طرفي التعاقد على أهمية هذا العنصر ، والتحقق من مدى اتفاق وجهات النظر بين الطرف الحكومي والشركات المشاركة في مشروعات البنية الأساسية المقامة وفقاً لأسلوب B.O.T حول أولوية العناصر المرجحة لفوز عرض على عرض آخر خلال مرحلة المفاضلة بين العروض وكانت أهم النتائج والتوصيات ضرورة وجود جهة حكومية واحدة ومحددة بالاسم تتولى التخطيط لمشروعات البنية الأساسية وفقاً لأسلوب B.O.T كما تكون هذه الجهة هي المنوطة بإدارة عطاءات هذه المشروعات والتفاوض مع المستثمر الفائز ويقترح الباحثون أن تكون الجهة تابعة لمعهد التخطيط القومي أو وزارة الاستثمار وكذلك وضع محددات أكثر جدية وصرامة لمنح القروض المحلية للمشروعات المقامة وفقاً لأسلوب B.O.T من البنوك التابعة للقطاع العام وخاصة مع المشروعات التي يكون المستثمر الرئيس فيها أجنبي لتشجيع تمويل هذه المشروعات من مصادر أجنبية مما يؤدي إلى دخول تدفقات نقدية للدولة المضيفة وبالتالي زيادة قيمة عملتها أمام العملات الأخرى ، وكذلك إجراء الدراسات والبحوث في مجال المعالجات المحاسبية الممكنة للمشروع وفقاً لأسلوب B.O.T في دفاتر كل من شركة المشروع والطرف الحكومي باعتباره أداة جديدة للتمويل لم يرد بخصوصها معيار محاسبي حتى الآن وتحديد تأثير مثل هذه المشروعات على الموازنة العامة للدولة المضيفة عند تشغيل المشروع ، وعند تسليم المشروع ، كذلك إجراء دراسات وبحوث في مجال المعالجات والمعاملات الضريبية لمشروعات البنية الأساسية المقامة وفقاً لأسلوب الـ B.O.T تناسب البيئة المصرية.

وفيما يلي حصر للمنشآت الرياضية بجامعة حلوان :

ملاحظات	التوصيف	العدد	الملعب
	سيئة	١	كرة القدم صناعي
	مجدد	٣	ملعب خماسي صناعي
	مجدد	١	ملعب خماسي متعدد
	سيئة	٢	كرة الطائرة
	سيئة	٢	كرة السلة
	سيئة	١	كرة اليد
	سيئة	٣	التنس
	سيئة	١	مضمار للجري
	سيئة	١	دفع الجلة
	سيئة	١	رمي الرمح
	سيئة	١	قذف القرص
	سيئة	١	الوثب الطويل
	سيئة	١	وثب الثلاثي
الصالة المغطاه			
	جيد	١	ملعب ثلاثي
	جيد	٣	اسكواش
يحتاج الى فرش	جيد	٢	تنس طاولة
بدون اجهزة	جيد	١	صالة جيم
يحتاج الى بساط	جيد	١	كاراتيه
	جيد	٤	مخازن للادوات والاجهزة
	جيد	١٢	مكاتب ادارية

- منهج البحث :

استخدم الباحثون المنهج الوصفي " 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 (250) لفئات المجتمع المكون من مدرء ومنسقى الانشطة

الطلابية بإدارة وكليات الجامعة والأخصائيين الرياضيين بكليات جامعة حلوان والتي تتكون من عدد (٢١) كلية ومعهد والأخصائيين الرياضيين بالمنشآت الرياضية والمدن الجامعية وطلاب المنتخبات الرياضية المتميزين بجامعة حلوان.

- عينة البحث :

قام الباحثون باختيار عينة عشوائية من تلك الفئات قوامها (١٢٠) فرداً من المدراء ومنسقي الأنشطة الطلابية والأخصائيين الرياضيين بإدارات وكليات جامعة حلوان كعينة أساسية من مجتمع البحث ، كما قام الباحثون باختيار عينة عشوائية قوامها (٣٠) فرداً من داخل مجتمع البحث ومن خارج العينة الأساسية كعينة استطلاعية، مستخدماً استمارة استبيان - من تصميم الباحثون -

أ . أفراد العينة من داخل الجامعة.

١. نائب رئيس الجامعة لخدمة وتنمية المجتمع وشئون البيئة .
٢. مستشار رئيس الجامعة لشئون الرياضة .
٣. المشرف العام على وحدة الصالات المغطاه بالجامعة .
٤. مدير عام الادارة العامة لرعاية الشباب بالجامعة .
٥. مدير ادارة النشاط الرياضى بالجامعة .
٦. رئيس قسم المنشآت الرياضية بالجامعة ..
٧. الاخصائيين الرياضيين بالجامعة.

ب . الهيئات ذات الصلة

١. الخبراء والأكاديميين فى مجالات (التسويق / القانون / الاستثمار الرياضى) .
٢. شركات خاصة مهتمة بالتسويق والاستثمار بنظام (B.O.T).

جدول رقم (١)

يوضح توصيف عينة البحث

م	الفئة	المجتمع	العينة الاساسية	العينة الاستطلاعية
١	نائب رئيس الجامعة لخدمة وتنمية المجتمع وشئون البيئة	١	١	-
٢	مستشار رئيس الجامعة لشئون الرياضة .	١	١	-
٣	المشرف العام على وحدة الصالات المغطاه بالجامعة	١	١	١
٤	مدير عام الادارة العامة لرعاية الشباب بالجامعة .	١	١	١
٥	مدير ادارة النشاط الرياضى بالجامعة .	١	١	١
٦	رئيس قسم المنشآت الرياضية بالجامعة	١	١	١
٧	الاخصائيين الرياضيين بالجامعة.	١١٤	٧٠	١٥

٦	٢٥	٧٠	الخبراء والأكاديميين و اعضاء هيئة التدريس فى مجالات (التسويق / القانون / الاستثمار الرياضى) .	٨
٥	١٩	٦٠	شركات خاصة مهتمة بالتسويق والاستثمار بنظام (B.O.T).	٩
٣٠	١٢٠	٢٥٠	اجمالى	

- أدوات جمع البيانات :

استخدم الباحثون لجمع بيانات البحث الأدوات الآتية :

١- تحليل الوثائق والسجلات :

قام الباحثون بتحليل الوثائق والسجلات الخاصة بتسويق المنشآت الرياضية بالجامعات المختلفة للوقوف على أهم المحاور التي تنظم العمل داخلها .
- استبيان أساليب مقترحة لتسويق المنشآت الرياضية بجامعة حلوان "
أولاً : الصور المبدئية للاستبيان :

لتصميم الاستبيان قيد البحث قام الباحثون بإتباع الخطوات التالية :

١- تحديد هدف الاستبيان :

تمثل الهدف من الاستبيان في التعرف على الأساليب المقترحة لتسويق للمنشآت الرياضية بجامعة حلوان

٢- البحث والإطلاع :

قام الباحثون بالبحث والإطلاع على العديد من الدراسات والمراجع العلمية العربية والأجنبية التي تناولت تسويق المنشآت الرياضية.

٣- تحديد محاور الاستبيان :

في ضوء الإطار النظري المرجعي للبحث ، ومن خلال تحليل الاستبيانات المرتبطة بتسويق المنشآت الرياضية قام الباحثون بتحديد (٣) محاور رئيسية هما : (الجوانب القانونية والتشريعية لتطبيق نظام (البناء - التشغيل - نقل الملكية B.O.T) فى تطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان - الأساليب الترويجية والاستثمارية للمنشآت الرياضية المقترح تنفيذها بنظام (البناء - التشغيل - نقل الملكية B.O.T) فى تطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان - العائد الاقتصادى والاجتماعى لتطبيق نظام (البناء - التشغيل - نقل الملكية B.O.T) فى تطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان)، وبناء عليه قام الباحثون بإعداد استمارة لاستطلاع آراء مجموعة من الخبراء بلغ قوامهم (١٠) عشرة خبراء من أساتذة الإدارة الرياضية وذلك لإبداء الرأي في مدى مناسبة محاور الاستبيان لقياس التسويق بالمنشآت الرياضية وذلك بوضع علامة (√) تحت كلمة موافق في حالة الموافقة ، ووضع علامة (√) تحت كلمة غير

موافق في حالة عدم الموافقة ، كذلك حذف أو إضافة أي محاور أخرى يرونها مناسبة ، وجدول (٣) يوضح النسبة المئوية لآراء الخبراء حول محاور الاستبيان .

جدول (٢)

النسبة المئوية لآراء الخبراء حول المحاور المقترحة لاستبيان مقترح تطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان بنظام (البناء - التشغيل - نقل الملكية B.O.T)

(ن = ١٠)

م	آراء الخبراء حول محاور الاستبيان	تكرار الموافقة	النسبة المئوية
١	المحور الاول: الجوانب القانونية والتشريعية لتطبيق نظام B.O.T لتطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان.	١٠	١٠٠ %
٢	المحور الثاني : العائد الاقتصادي والاجتماعي لتطبيق نظام B.O.T في تطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان.	٩	٩٠ %
٣	المحور الثالث : الاساليب الترويجية والاستثمارية للمنشآت الرياضية المقترح تنفيذها بنظام B.O.T بجامعة حلوان	١٠	١٠٠ %

يوضح جدول رقم (٣) التكرار و النسبة المئوية لاستطلاع آراء الخبراء حول صدق محاور الاستبيان حيث تراوحت النسبة المئوية للمحاور المختارة بين (٩٠ % : ١٠٠ %) وقد إرتضى الباحثون نسبة (٩٠ %) من آراء الخبراء لقبول المحور وفي ضوء ذلك لم يتم حذف أي محور من محاور الاستبيان .

٤- إعداد الاستبيان في صورته الأولية :

قام الباحثون بصياغة العبارات الخاصة بكل محور من محاور الاستبيان، وقد راعوا عند صياغتهم أن تكون واضحة وبسيطة وتعبر عن المحور الذي تنتمي إليه، وقد بلغ عدد عبارات الاستبيان (٦١) واحد وستون عبارة موزعة على المحاور المختلفة وذلك علي النحو التالي:

- المحور الاول: الجوانب القانونية والتشريعية لتطبيق نظام B.O.T لتطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان(١٧) عبارة.
- المحور الثاني : العائد الاقتصادي والاجتماعي لتطبيق نظام B.O.T في تطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان (٢١) عبارة.
- المحور الثالث : الاساليب الترويجية والاستثمارية للمنشآت الرياضية المقترح تنفيذها بنظام B.O.T بجامعة حلوان(٢٣) عبارة.

قام الباحثون بعرض محاور الاستبيان والعبارات التي تمثلها على الخبراء لإبداء الرأي للتعرف على مدى مناسبة وصياغة العبارات وكفايتها للمحاور المستخدمة وتحقيقها للهدف الموضوع، كما طلب منهم حذف أو إضافة أو تعديل صياغة أي عبارة من العبارات أو نقل عبارة من محور إلى آخر في ضوء ما يرونها مناسباً، وقد بلغ عدد

عبارات الاستبيان في ضوء آراء الخبراء (٥٥) خمسة وخمسون عبارة والجدول (٣) يوضح ذلك.

جدول (٣)

آراء الخبراء في استبيان أساليب مقترح تطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان بنظام (البناء - التشغيل - نقل الملكية B.O.T)

(ن = ١٠)

عدد العبارات النهائية	أرقام العبارات المستبعدة	عدد العبارات المستبعدة	عدد العبارات المبدئية	المحاور
١٦	٩	١	١٧	الجوانب القانونية والتشريعية لتطبيق نظام B.O.T لتطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان.
١٨	٤ ، ٢ ، ٢١ ،	٣	٢١	العائد الاقتصادي والاجتماعي لتطبيق نظام B.O.T في تطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان
٢١	١٣ ، ٧	٢	٢٣	الاساليب الترويجية والاستثمارية للمنشآت الرياضية المقترح تنفيذها بنظام B.O.T بجامعة حلوان
٥٥	-----	٦	٦١	الإجمالي

(١) استخدم الباحثون في تصحيح الاستبيان الخيارات " اوافق بشدة - اوافق - لا اوافق - لاوافق بشدة " ، مع توزيع الدرجات (٤ - ٣ - ٢ - ١) .

٤) المعاملات العلمية للاستبيان :

قام الباحثون بحساب المعاملات العلمية للاستبيان على النحو التالي :

أ. الصدق :

لحساب صدق الاستبيان استخدم الباحثون الطريقتين التاليتين :

١. صدق المحتوى . ٢. صدق التكوين الفرضي " الاتساق الداخلي " .

(١) صدق المحتوى :

قام الباحثون بعرض الصورة المبدئية للاستبيان والتي تحتوى على (٣) محاور متمثلة فى (٦١) احدى وستون عبارة على مجموعة من الخبراء بلغ قوامها (١٠) عشرة خبراء 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 تعدل إذا كانت العبارة في حاجة إلى تعديل في صياغتها وقد تم اختيار العبارات التي حصلت على نسبة ٧٠٪ فأكثر من مجموع آراء الخبراء ، وفى ضوء ذلك تم

حذف عدد (٦) عبارات وبذلك بلغ عدد عبارات الاستبيان في صورته النهائية (٥٥) خمسة وخمسون والجدول (٤) يوضح النسب المئوية لأراء الخبراء على عبارات الاستبيان .

جدول (٤)

النسبة المئوية لاتفاق الخبراء حول عبارات استبيان مقترح تطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان بنظام (البناء - التشغيل - نقل الملكية B.O.T)

(ن = ١٠)

أرقام العبارات والنسبة الموافقة											المحاور
١٠	٩	٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	رقم العبارة	الجوانب القانونية
٩٠	٣٠	٩٠	٩٠	٩٠	١٠٠	٩٠	٨٠	٩٠	٩٠	النسبة المئوية%	والتشريعية لتطبيق نظام
			١٧	١٦	١٥	١٤	١٣	١٢	١١	رقم العبارة	B.O.T لتطوير المنشآت
			٩٠	١٠٠	٩٠	٨٠	٨٠	٩٠	١٠٠	النسبة المئوية%	الرياضية بجامعة حلوان.
١٠	٩	٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	رقم العبارة	العائد الاقتصادي
٨٠	٨٠	١٠٠	٩٠	١٠٠	٩٠	٤٠	٨٠	٣٠	١٠٠	النسبة المئوية%	والاجتماعي لتطبيق نظام
٢٠	١٩	١٨	١٧	١٦	١٥	١٤	١٣	١٢	١١	رقم العبارة	B.O.T في تطوير
١٠٠	٩٠	٩٠	١٠٠	٨٠	٨٠	٨٠	١٠٠	١٠٠	٩٠	النسبة المئوية%	المنشآت الرياضية بجامعة
									٢١	رقم العبارة	حلوان
									٣٠	النسبة المئوية%	
١٠	٩	٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	رقم العبارة	الاساليب الترويجية
٩٠	٨٠	٨٠	٣٠	٩٠	٨٠	٨٠	٨٠	١٠٠	٩٠	النسبة المئوية%	والاستثمارية للمنشآت
٢٠	١٩	١٨	١٧	١٦	١٥	١٤	١٣	١٢	١١	رقم العبارة	الرياضية المقترح تنفيذها
٩٠	١٠٠	٩٠	٩٠	٩٠	١٠٠	٩٠	٦٠	٩٠	١٠٠	النسبة المئوية%	بنظام B.O.T
							٢٣	٢٢	٢١	رقم العبارة	بجامعة حلوان
							٩٠	١٠٠	٨٠	النسبة المئوية%	

يتضح من جدول (٤) أن النسبة المئوية لاتفاق الخبراء حول عبارات استبيان أساليب مقترحة لتسويق المنشآت الرياضية تراوحت ما بين (٣٠% : ١٠٠%) وقد تم اختيار العبارات التي حصلت على نسبة ٧٠% فأكثر من مجموع آراء الخبراء ، وفي ضوء ذلك تم حذف عدد (٦) عبارات وبذلك بلغت العبارات التي تم موافقة الخبراء عليها (٥٥) خمسة وخمسون .

(٢) صدق التكوين الفرضي " الاتساق الداخلي " :

للتحقق من صدق الاستبيان قام الباحثون بحساب صدق التكوين الفرضي باستخدام الاتساق الداخلي وذلك عن طريق تطبيقه على عينة عشوائية قوامها (٣٠) ثلاثون فرداً من مجتمع البحث ومن غير عينة البحث الأساسية ، وقام الباحثون بحساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة وبين مجموع درجات المحور الذي تنتمي إليه ، وكذلك حساب معاملات الارتباط

بين درجة كل عبارة وبين مجموع درجات المحور الذي تنتمي إليه ، بالإضافة إلى حساب معاملات الارتباط بين مجموع درجات كل محور وبين مجموع درجات المحور الذي ينتمي إليه والجدول (٥) توضح ذلك .

جدول (٥)

معامل الارتباط بين المحاور والمجموع الكلي للاستبيان مقترح تطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان بنظام (البناء - التشغيل - نقل الملكية B.O.T)

(ن = ٣٠)

م	المحاور	معامل الارتباط
1	المحور الأول : الجوانب القانونية والتشريعية لتطبيق نظام B.O.T لتطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان	٠.٧٩٤
2	المحور الثاني : العائد الاقتصادي والاجتماعي لتطبيق نظام B.O.T في تطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان	٠.٧٦٥
3	المحور الثالث : الاساليب الترويجية والاستثمارية للمنشآت الرياضية المقترح تنفيذها بنظام B.O.T بجامعة حلوان	٠.٨٢٣

قيمة (ر) الجدولية عند درجة حرية (٢٨) وعند مستوى معنوية (٠.٠٥) = ٠.٣٦١ يتضح من الجدول (5) ما يلي :

تراوحت معاملات الارتباط بين مجموع درجات كل محور من محاور الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان ما بين (٠.٧٦٥ : ٠.٨٢٣) وبمقارنة قيمة (ر) الجدولية يتضح وجود ارتباط دال احصائيا بين المحاور والمجموع الكلي للاستبيان مما يدل على ان المحاور تتسم بدرجة عالية من الصدق .

ب . الثبات :

ولتحقيق ثبات الاستبيان، قام الباحثون باستخدام معامل (الفكرونيباخ) والتجزئة النصفية، وكانت نتيجة حساب معاملات الثبات على النحو الآتي:

جدول (٦)

معاملات الثبات باستخدام التجزئة النصفية ومعامل ألفا لكرونباخ لمحاور الاستبيان مقترح تطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان بنظام (البناء - التشغيل - نقل الملكية B.O.T)

(ن = ٣٠)

م	محاور الاستبيان	معامل ألفا	
		كرونباخ	التجزئة النصفية
١	المحور الاول : الجوانب القانونية والتشريعية لتطبيق نظام B.O.T لتطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان	٠.٨٣١	٠.٨٧٤
			٠.٨٩٧

٠.٨٥٢	٠.٨٤٩	٠.٧٨٠	المحور الثاني : العائد الاقتصادي والاجتماعي لتطبيق نظام B.O.T في تطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان	٢
٠.٩١٨	٠.٩١١	٠.٨٨٣	المحور الثالث: الاساليب الترويجية والاستثمارية للمنشآت الرياضية المقترح تنفيذها بنظام B.O.T بجامعة حلوان	٣

قيمة (ر) الجدولية عند درجة حرية (٢٨) مستوى معنوية (٠.٠٥) = ٠.٣٦١

يتضح من جدول (٦) ما يلي :

جاءت قيم معاملات ألفا كرونباخ والتجزئية النصفية لمحاور الاستبيان دالة إحصائية بمستوي دلالة ٠.٠٥ علي جميع محاور الاستبيان مما يشير إلى ان محاور الاستبيان تتسم بدرجة عالية من الثبات .

خطوات البحث :

- **الدراسة الاستطلاعية :**

قام الباحثون بأجراء دراسة استطلاعية لأداة جمع البيانات حيث قام بتطبيقها على عينة من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأساسية في الفترة من ١٠ / ٥ / ٢٠٢٢ إلى ٢٥ / ٥ / ٢٠٢٢ م ، وذلك بغرض التعرف على مدى مناسبتها وعلاقتها بالتطبيق على تلك العينة .

- **تطبيق البحث :**

بعد تحديد العينة واختبار أداة جمع البيانات والتأكد من صدقها وثباتها، قام الباحثون بتطبيقها على جميع أفراد العينة قيد البحث وكانت في الفترة من ٥ / ٢ / ٢٠٢٢ إلى ٣٠ / ٣ / ٢٠٢٢ .

- **تصحيح استمارات الاستبيان :**

بعد الانتهاء من التطبيق قام الباحثون بتصحيح الاستمارات طبقاً للتعليمات الموجودة والموضحة سابقاً وبعد الانتهاء من عملية التصحيح قام برصد الدرجات وذلك تمهيداً لمعالجتها إحصائياً .

الأسلوب الإحصائي المستخدم :

قام الباحثون باستخدام الأساليب الإحصائية التالية :

- . الوسط الحسابي .
- . الانحراف المعياري .
- . النسبة المئوية .
- . معامل الارتباط البسيط .
- . معامل الفا لكرونباخ .
- . الوزن النسبي .
- . اختبار " كا^٢ " .

وقد ارتضى الباحثون مستوى الدلالة (٠.٠٥) للتأكد من معنوية النتائج الإحصائية

للبحث ، كما استخدم الباحثون برنامج Spss الإحصائي لحساب بعض المعاملات الإحصائية .

عرض النتائج ومناقشتها:

جدول (٧)

التكرارات والنسبة المئوية و كاً لآراء العينة بالنسبة لعبارات استبيان مقترح تطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان بنظام (البناء- التشغيل - نقل الملكية B.O.T) المحور الاول (الجوانب القانونية والتشريعية لتطبيق نظام B.O.T لتطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان)

(ن = ١٢٠)

م	العبارات	الاستجابة										
		اوافق بشدة		لا اوافق		اوافق		اوافق بشدة				
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			
١	يلتزم المستثمر ببناء المشروع وتشغيله وفقاً للمواصفات والضوابط التي تحددها الجامعة	٥٧	٤٧,٥	٦٣	٥٢,٥	٠	٠,٠	٠	٠,٠	354	73.8	120.6
٢	يخضع المستثمر لكافة القوانين المنظمة للاستثمار في الأنشطة والشكل القانوني المحدد قانونياً.	٤٨	٤٠,٠	٥٥	٤٥,٨	٧	٥,٨	١٠	٨,٣	333	69.4	62.6
٣	يلتزم المستثمر بتنفيذ المشروعات في الزمن المحدد له بواسطة الإدارة المختصة بالجامعة.	٨٧	٧٢,٥	٢٩	٢٤,٢	٢	١,٧	٢	١,٧	414	86.3	160.6
٤	يلتزم المستثمر بتشغيل المشروع خلال الفترة المحددة للامتياز ولا يحق له انتهاء الاتفاقية بإرادة منفردة.	٦٧	٥٥,٨	٥٣	٤٤,٢	٠	٠,٠	٠	٠,٠	374	77.9	123.3
٥	تلتزم الجامعة بعدم اصدار تشريعات واللوائح يترتب عليها نقص الإيرادات والأرباح المتوقع عليها خلال فترة التعاقد.	٥٦	٤٦,٧	٦٤	٥٣,٣	٠	٠,٠	٠	٠,٠	352	73.3	121.1
٦	تلتزم الجامعة بعدم انشاء مشروعات مماثلة وتراخيص لمستثمر اخر بالعمل في مشروع مماثل خلال فترة التعاقد	٨٢	٦٨,٣	٣٨	٣١,٧	٠	٠,٠	٠	٠,٠	404	84.2	152.3
٧	يلتزم المستثمر باعادة المشروع الى الجامعة بدون مقابل وفي حالة جيدة في نهاية فترة التعاقد والامتياز	٩٧	٨٠,٨	٢٣	١٩,٢	٠	٠,٠	٠	٠,٠	434	90.4	211.3
٨	يحق للمستثمر استغلال المشروع خلال فترة التعاقد والحصول على الإيرادات الناتجة عن الاستغلال من اجل تغطية التكاليف ونفقات التشغيل والعائد المناسب.	٤٣	٣٥,٨	٧٧	٦٤,٢	٠	٠,٠	٠	٠,٠	326	67.9	139.3
٩	يحق للمستثمر اللجوء الى وسائل تسوية المنازعات بالطرق السلمية دون اللجوء الى القضاء في حالة وجود خلافات بين الاطراف	١٢	١٠,٠	٣٠	٢٥,٠	٤٥	٣٧,٥	٣٣	٢٧,٥	276	57.5	18.6

27.0	62.9	302	٢١,٧	٢٦	٤٥,٠	٥٤	١٩,٢	٢٣	١٤,٢	١٧	تكون تسوية المنازعات عن طريق الوساطة أو التحكيم أو التوفيق في حالة وجود خلاف فيما يتعلق بتنفيذ التعاقد أو نقل الملكية	١٠
122.4	72.5	348	٠,٠	٠	٠,٠	٠	٥٥,٠	٦٦	٤٥,٠	٥٤	يحق للجهات الرقابية في الجامعة القيام بكافة إجراءات الرقابة الفنية والادارية والمالية والامنية خلال فترة التعاقد	١١
144.1	67.1	322	٠,٠	٠	٠,٠	٠	٦٥,٨	٧٩	٣٤,٢	٤١	يلتزم المستثمر بالالتزام بالتعليمات الفنية والامنية الخاصة بالجامعة خلال فترة التعاقد	١٢
197.1	60.8	292	٠,٠	٠	٠,٠	٠	٧٨,٣	٩٤	٢١,٧	٢٦	يحق للمستثمر التمتع بكافة الضمانات والحوافز المنصوص عليها في قوانين الاستثمار المنظمة للنشاط الاقتصادي.	١٣
135.0	81.3	390	٠,٠	٠	٠,٠	٠	٣٧,٥	٤٥	٦٢,٥	٧٥	يتم ابرام العقود مع المستثمرين وفقاً لاحكام قانون الاستثمار.	١٤
121.1	76.7	368	٠,٠	٠	٠,٠	٠	٤٦,٧	٥٦	٥٣,٣	٦٤	عند ابرام العقود يجب مراعاة مبدأ تناسب ضمانات المخاطر.	١٥
120.1	74.6	358	٠,٠	٠	٠,٠	٠	٥٠,٨	٦١	٤٩,٢	٥٩	عند ابرام العقود يجب مراعاة مبدأ نظرية الظروف الطارئة.	١٦

قيمة كا^٢ عند مستوي دلالة ٠.٠٥ = ٥.٩٩

يتضح من جدول (٧) ان قيمة كا^٢ عند مستوي دلالة ٠.٠٥ = ٥.٩٩ لجميع عبارات المحور الاول (الجوانب القانونية والتشريعية لتطبيق نظام B.O.T لتطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان) وبذلك توجد فروق دالة احصائياً بين استجابة افراد عينة البحث لعبارات المحور لصالح التكرارات الاكبر حيث حصلت عبارات هذا المحور على نسب متوسط استجابة تراوحت ما بين (٥٧.٥ % ، ٩٠.٤ %) على عبارات المحور الاول ولصالح الاستجابة بموافق بشدة علي العبارات ارقام (٣ ، ٤ ، ٦ ، ٧ ، ١٤ ، ١٥) كما جاءت قيم كا^٢ دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠.٠٥ على عبارات المحور الاول ولصالح الاستجابة بموافق علي العبارات ارقام (١ ، ٢ ، ٥ ، ٨ ، ١١ ، ١٢ ، ١٣ ، ١٦) ، كما جاءت قيم كا^٢ دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠.٠٥ على عبارات المحور الاول ولصالح الاستجابة لاوافق علي العبارة رقم (٩ ، ١٠) .

ويتضح من الجدول رقم (٧) التكرارات والأهمية النسبية وكا^٢ لاستجابات عينة البحث على عبارات المحور الاول للاستبيان و تضمن هذا المحور على عدد (٤ عبارات) سجلت النسبة المئوية لهم ٨٠ % فأكثر ، وجاءت العبارة رقم (٧) (يلتزم المستثمر باعادة المشروع الى الجامعة بدون مقابل وفي حالة جيدة في نهاية فترة التعاقد والامتياز) في المرتبة الاولى حيث سجلت نسبة إجمالية في الأهمية النسبية لاستجابات أفراد العينة وصلت إلى (٩٠.٤ %) وأعلى

نسبة موافقة بشدة وصلت إلى (٨٠.٦ %) ، يليها العبارة رقم (٣) (يلتزم المستثمر بتنفيذ المشروعات في الزمن المحدد له بواسطة الادارة المختصة بالجامعة.) والتي سجلت نسبة إجمالية في الأهمية النسبية لاستجابات أفراد العينة وصلت إلى (٨٦.٣ %) وأعلى نسبة موافقة بشدة وصلت إلى (٧٢.٥ %) ، ثم جاءت العبارة رقم (٦) (تلتزم الجامعة بعدم انشاء مشروعات مماثلة وتراخيص لمستثمر اخر بالعمل في مشروع مماثل خلال فترة التعاقد) والتي سجلت نسبة إجمالية في الأهمية النسبية لاستجابات أفراد العينة وصلت إلى (٨٤.٢ %) وأعلى نسبة موافقة بشدة وصلت إلى (٦٨.٣) .

ويشير ذلك لاتفاق أفراد العينة باختلاف الفروق الفردية بينهم من خلال استجاباتهم بنسب مئوية ظهرت فيما تقدم من خلال الأهمية النسبية لعبارات المحور الاول من الاستبيان على الجوانب القانونية والتشريعية لتطبيق نظام B.O.T لتطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان.

ويعزو الباحثون ذلك الى اهمية تحويل المنشآت الرياضية إلى وحدة ذات طابع خاص لزيادة فرص التسويق والاستثمار لها ، وضرورة وضع اهداف استثمارية وتسويقية للامكانات والمنشآت داخل القوانين واللوائح الجامعية لتكون هناك سياسات واضحة لجوانب الاستثمار ووضع هيكل تنظيمي يعمل على تنظيم العمل الاستثماري الرياضي بالجامعات المصرية .

وهذا يتفق مع رأى دراسه (احمد فاروق عبد القادر) (٢٠١١) (٦) و التي من اهم استنتاجاتها الحاجة الى تطوير البيئة الاساسية و الامكانات المادية والبشرية على اعتبارهم اداة التنمية وتطوير الخطط الموضوعية،

وايضا رأى دراسه " حسن أحمد الشافعي و علية عبد المنعم حجازى " (٢٠٠٩ م) (١٢) و التي من اهم استنتاجاتها اقتراح مشروع متكامل لعملية التسويق الرياضي والاستثمار بالمؤسسات الرياضية المختلفة .

كما إتفق ايضا رأى دراسه "Li" (٢٠٠٠) (٥٣) و التي من اهم استنتاجاتها ضرورة تحليل المؤثرات الايجابية والسلبية لاقتصاديات تسويق التربية الرياضية فى الكليات و الجامعات. ويرى الباحثون أن هذا يتفق مع ما تم إستخلاصه من تحليل الوثائق و الذى اكدت على اهمية وضع تشريع وقوانين ولوائح تساعد بشكل مباشر على تطوير و تسويق واستثمار المنشآت الرياضية بجامعة حلوان .

بالاضافة إلى ذلك اكد مجموعة من رجال الاعمال و المستثمرون اثناء المقابلة الشخصية على اهمية وضع تشريع قانونى ولوائح تحمى المستثمر وتسهل الاجراءات وتوضح حقوق وواجبات كل طرف من اطراف عملية الاستثمار و ايجاد لجنة لفض المنازعات التى قد

تحدث بين الاطراف ووضوح هيكل ادارى للتعامل معاه بعيدا عن الروتين الحكومى .
كما لاحظ الباحثون أن العبارة رقم (٩) (يحق للمستثمر اللجوء الى وسائل تسوية المنازعات بالطرق السلمية دون اللجوء الى القضاء فى حالة وجود خلافات بين الاطراف) حصلت على الترتيب الاخير بنسبة مئوية قدرها (٣٥,٩ %) و كما^٢ قيمتها (٣٩٨,٤)
كما يرجع الباحثون ذلك الى عدم وجود امكانية لتعديل اللوائح والقوانين الحالية واهمية اصدار قوانين ولوائح تواكب العصر ومتطلباته وتفهم مفرداته لتعظيم الربحية الاستثمارية .
ووفقا لراى السادة العاملين بالجامعة على انه لو حدث تعديل بالقوانين واللوائح الحالية لن تكون هناك فائدة و اهمية لتشريع قوانين ولوائح جديدة .

وهذا يتفق مع راي دراسة " معترز علي حسن الرمادي " (٢٠١٢ م) (٣٢) والتي من اهم استنتاجاتها أن الجامعات تعتمد وبشكل أساسي علي مصادر التمويل الحكومى كما أن هناك قناعة لدى عينة البحث بقدرة النشاط الرياضى علي الوفاء بإحتياجاته المالية بل ويمكن الوصول به إلي أن يصبح مصدر دخل لميزانية الجامعة وليس عبء عليها وكذلك دراسة خالد إبراهيم عبد العاطي عباس ٢٠٠٠ م (١٤) و التي من اهم استنتاجاتها أن الرياضة تعتمد فى المقام الأول على سيطرة الحكومة عليها من خلال الإعانات كما أنها الشريك الأساسى والأكبر وهى تعطى إشارة البدء فى التعاقدات التسويقية للبطولات الرياضية التي تقام فى مصر .

جدول (٨)

التكرارات والنسبة المئوية و كما^٢ لآراء العينة بالنسبة لعبارات المحور الثانى (العائد الاقتصادى والاجتماعى لتطبيق نظام B.O.T فى تطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان)

(ن=١٢٠)

م	العبارات	الاستجابة							
		وافق بشدة		لا اوافق بشدة		وافق		لا اوافق بشدة	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١	تحسن الوضع الاقتصادى للمنشآت االرياضية بالجامعة. توفير اساليب حديثة للتمويل.	٦١	٥٠.٨	٥٩	٤٩.٢	٠	٠.٠	٠	٠.٠
٢	رفع مستوى اداء العاملين بالمنشآت الجامعية.	٨٧	٧٢.٥	٣٣	٢٧.٥	٠	٠.٠	٠	٠.٠
٣	مشاركة المستويات العالمية والدولية فى المنشآت الرياضية المختلفة.	٩٢	٧٦.٧	٢٨	٢٣.٣	٠	٠.٠	٠	٠.٠
٤	تخفيض تكاليف الدعم الحكومى للمنشآت الرياضية.	٦٨	٥٦.٧	٥٢	٤٣.٣	٠	٠.٠	٠	٠.٠
٥	توفير فرص عمل جديدة.	٧٤	٦١.٧	٤٦	٣٨.٣	٠	٠.٠	٠	٠.٠
٦	التحول من مفهوم الخدمة الاجتماعية الى الى مفهوم الربحية التجارية.	٩٧	٨٠.٨	٢٣	١٩.٢	٠	٠.٠	٠	٠.٠
٧	التحول من مفهوم الخدمة الاجتماعية الى الى مفهوم الربحية التجارية.	٦٤	٥٣.٣	٥٦	٤٦.٧	٠	٠.٠	٠	٠.٠
٨	التحول من مفهوم الخدمة الاجتماعية الى الى مفهوم الربحية التجارية.	٥١	٤٢.٥	٦٩	٥٧.٥	٠	٠.٠	٠	٠.٠

129.6	80.0	384	٠.٠	٠	٠.٠	٠	٤٠.٠	٤٨	٦٠.٠	٧٢	التوسع في انشاء المنشآت الرياضية الجديدة داخل الجامعة.	٩
128.1	79.6	382	٠.٠	٠	٠.٠	٠	٤٠.٨	٤٩	٥٩.٢	٧١	توفير الاستثمارات للارتقاء بمستوى الخدمات.	١٠
158.4	85.0	408	٠.٠	٠	٠.٠	٠	٣٠.٠	٣٦	٧٠.٠	٨٤	توفير مصدر دعم مستمر لإنشاء منشآت رياضية جديدة بالجامعة.	١١
137.1	81.7	392	٠.٠	٠	٠.٠	٠	٣٦.٧	٤٤	٦٣.٣	٧٦	استضافة البطولات المحلية والاقليمية والدولية .	١٢
120.3	75.8	364	٠.٠	٠	٠.٠	٠	٤٨.٣	٥٨	٥١.٧	٦٢	الاستفادة من المنشآت الرياضية بالجامعة وتحويلها الى اندية لخدمة البيئة المحيطة بالجامعة	١٣
131.3	80.4	386	٠.٠	٠	٠.٠	٠	٣٩.٢	٤٧	٦٠.٨	٧٣	تحسين الدخل المادي للعاملين بالمنشآت الرياضية بالجامعة.	١٤
146.7	83.3	400	٠.٠	٠	٠.٠	٠	٣٣.٣	٤٠	٦٦.٧	٨٠	العمل على خدمة المجتمع وتنمية البيئة المحيطة بالجامعة.	١٥
121.7	77.1	370	٠.٠	٠	٠.٠	٠	٤٥.٨	٥٥	٥٤.٢	٦٥	توسيع قاعدة الممارسة الرياضية.	١٦
91.7	66.7	320	٨.٣	١٠	٠.٠	٠	٥٤.٢	٦٥	٣٧.٥	٤٥	السماح للشركات الخاصة بانشاء منشآت جديدة بالجامعة.	١٧
123.3	72.1	346	٠.٠	٠	٠.٠	٠	٥٥.٨	٦٧	٤٤.٢	٥٣	زيادة فرص تنظيم البطولات الجامعية الرياضية القمية.	١٨

قيمة كا^٢ عند مستوي دلالة ٠.٠٥ = ٥.٩٩

يتضح من جدول (٨) ان قيمة كا^٢ عند مستوي دلالة ٠.٠٥ = ٥.٩٩ لجميع عبارات المحور الثاني (العائد الاقتصادي والاجتماعي لتطبيق نظام B.O.T في تطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان) وبذلك توجد فروق دالة احصائياً بين استجابة افراد عينة البحث لعبارات المحور لصالح التكرارات الاكبر حيث حصلت عبارات هذا المحور على نسب متوسط استجابة تراوحت ما بين (٦٦.٧ % ، ٩٠.٤ %) وجاءت قيم مربع كا دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠.٠٥ على عبارات المحور الثاني ولصالح الاستجابة بموافق بشدة علي العبارات ارقام (١ ، ٢ ، ٣ ، ٤ ، ٥ ، ٦ ، ٨ ، ١١ ، ١٢ ، ١٣ ، ١٤ ، ١٥ ، ١٨) كما جاءت قيم كا دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠.٠٥ على عبارات المحور الثاني ولصالح الاستجابة بموافق علي العبارات ارقام (٧ ، ١٦ ، ١٧) .

ويتضح من الجدول رقم (٨) التكرارات والأهمية النسبية وكما² لاستجابات عينة البحث على عبارات المحور الثانى للاستبيان و تضمن هذا المحور على عدد (٩ عبارات) سجلت النسبة المئوية لهم ٨٠ % فأكثر ، وقد سجلت العبارة رقم (6) (تخفيض تكاليف الدعم الحكومى للمنشآت الرياضية) والتي سجلت نسبة إجمالية فى الأهمية النسبية لاستجابات أفراد العينة وصلت إلى (٩٠.٤ %) وأعلى نسبة موافقة بشدة وصلت إلى (٨٨.٠ %) ، يليها العبارة رقم (٣) (توفير اساليب حديثة للتمويل) والتي سجلت نسبة إجمالية فى الأهمية النسبية لاستجابات أفراد العينة وصلت إلى (88.3 %) وأعلى نسبة موافقة بشدة وصلت إلى (76.7 %) ، ثم جاءت العبارة رقم (2) (رفع مستوى اداء العاملين بالمنشآت الجامعية) والتي سجلت نسبة إجمالية فى الأهمية النسبية لاستجابات أفراد العينة وصلت إلى (86.3 %) وأعلى نسبة موافقة بشدة وصلت إلى (72.5 %)

ويشير ذلك لاتفاق أفراد العينة باختلاف الفروق الفردية بينهم من خلال استجاباتهم بنسب مئوية ظهرت فيما تقدم من خلال الأهمية النسبية لعبارات المحور الثانى من الاستبيان على العائد الاقتصادى والاجتماعى لتطبيق نظام B.O.T فى تطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان .

ويعزو الباحثون ذلك الى اهمية استحداث اساليب جديدة للتمويل ورفع مستوى اداء القيادات العاملة فى المجال ومسايرة المستويات العالمية ، وخفض الدعم الحكومى والاستفادة من هذا الدعم فى مجالات اخرى ، وايضاً فتح المجال امام الصناعة الرياضية والذي يؤدي الى توسيع قاعدة الممارسة الرياضية

وهذا يتفق مع دراسة كلاً من "سعود سالم" (٢٠٠٤) ، " فريد النجار" (١٩٩٦) من ان هناك اتجاه لتفعيل دور القطاع الخاص فى الرياضة وهناك التزام واضح من الحكومة لتفعيل دور القطاع الخاص والشركت الخاصة المهمة بالاستثمار فى مجال المنشآت الرياضية بالجامعات المصرية والذي يؤدي الى حداً ما الى تحسين وتنمية وتطوير المنشآت الرياضية مما يؤدي بالضرورة الى تحسين الاداء الاقتصادى للجامعات والمساهمة فى انعاش النواحي المادية للجامعات .

ويرى الباحثون أن هذا يؤدي الى توفير فرص عمل جديدة وزيادة دخل العاملين بهذه المنشآت والتحول من مفهوم الخدمة العامة الى مفهوم الربحية التجارية وهذا يتفق مع ما اشار اليه "محمد صفوت" (١٩٩٨) من نتائج فى ان الهدف الاساسى للخصخصة هو محاولة إعطاء القطاع الخاص واليات السوق دوراً كبيراً فى النشاط الاقتصادى وتحسين الاداء الاقتصادى والمساهمة فى انتعاش السوق.

جدول (٩)

التكرارات والنسبة المئوية وكما^٢ لآراء العينة بالنسبة لعبارات المحور الثالث

(الاساليب الترويجية والاستثمارية للمنشآت الرياضية المقترحة تنفيذها

بنظام B.O.T بجامعة حلوان)

(ن = ١٢٠)

م	العبارات	الاستجابة								مجموع الدرجات المقدره	%	كا
		اوافق بشدة		لا اوافق		اوافق		اوافق بشدة				
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
١	تطوير المنتجات التسويقية والمنشآت الرياضية بالجامعة بما يلبي احتياجات المستفيدين لجذب أكبر عدد من الممارسين.	٦٧	٥٥,٨	٥٣	٤٤,٢	٠	٠,٠	٠	٠,٠	374	77.9	123.3
٢	تحليل الربحية من عوائد التكلفة للتسويق والاستثمار بالمنشآت و الامكانيات الرياضية بالجامعة.	٤٤	٣٦,٧	٧٦	٦٣,٣	٠	٠,٠	٠	٠,٠	328	68.3	137.1
٣	العمل على تطوير المنتجات التسويقية للرياضة الجامعية.	٧٥	٦٢,٥	٤٥	٣٧,٥	٠	٠,٠	٠	٠,٠	390	81.3	135.0
٤	توفير أماكن للدعاية والإعلان في المنشآت الرياضية بالجامعات في أماكن مميزة.	٦٩	٥٧,٥	٥١	٤٢,٥	٠	٠,٠	٠	٠,٠	378	78.8	125.4
٥	اقرار لائحة حوافز للطلبة المتفوقين رياضياً.	٥٥	٤٥,٨	٦٥	٥٤,٢	٠	٠,٠	٠	٠,٠	350	72.9	121.7
٦	تخصيص أماكن داخل المنشآت الرياضية بالجامعة لعمل منافذ بيع للملابس الرياضية لكبرى الشركات العالمية والمحلية.	٦٣	٥٢,٥	٥٧	٤٧,٥	٠	٠,٠	٠	٠,٠	366	76.3	120.6
٧	وضع لوائح مرنة قائمة على آليات التسويق الحديثة للمنشآت الرياضية بالجامعة.	٧٨	٦٥,٠	٤٢	٣٥,٠	٠	٠,٠	٠	٠,٠	396	82.5	141.6
٨	إتخاذ القرارات السريعة في ضوء متغيرات الطلب للأنشطة التسويقية للمنشآت الرياضية بالجامعة.	٤٥	٣٧,٥	٧٥	٦٢,٥	٠	٠,٠	٠	٠,٠	330	68.8	135.0
٩	الاستفادة من الخبرات التسويقية للمسؤولين عن الإمكانيات والمنشآت الرياضية بالجامعة لزيادة امكانية وجود ممول.	٧١	٥٩,٢	٤٩	٤٠,٨	٠	٠,٠	٠	٠,٠	382	79.6	128.1
١٠	تطرح اشتراكات سنوية وموسمية وشهرية لجذب أكبر عدد من المستفيدين من داخل الجامعة وخارجها.	٨٣	٦٩,٢	٣٧	٣٠,٨	٠	٠,٠	٠	٠,٠	406	84.6	155.3
١١	استخدام وسائل الإعلام المرئية والمقروءة والمسموعة لتسويق واستثمار المنشآت الرياضية بالجامعة	٩٤	٧٨,٣	٢٦	٢١,٧	٠	٠,٠	٠	٠,٠	428	89.2	197.1
١٢	استخدام شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) في الاعلان والتسويق عن المنشآت الرياضية بالجامعة	٩٨	٨١,٧	٢٢	١٨,٣	٠	٠,٠	٠	٠,٠	436	90.8	216.3
١٣	تأجير المنشآت الرياضية بالجامعة لإقامة البطولات المختلفة.	٦٧	٥٥,٨	٥٣	٤٤,٢	٠	٠,٠	٠	٠,٠	374	77.9	123.3

124.3	78.3	376	٠,٠	٠	٠,٠	٠	٤٣,٣	٥٢	٥٦,٧	٦٨	التعاقد مع شركات للادوات و الاجهزة و الملابس الرياضية مقابل الدعاية والاعلان .	١٤
155.3	84.6	406	٠,٠	٠	٠,٠	٠	٣٠,٨	٣٧	٦٩,٢	٨٣	تصميم برامج وانشطة (رياضية,ثقافية,اجتماعية) بهدف جلب رجال الاعمال للرعاية	١٥
180.0	87.5	420	٠,٠	٠	٠,٠	٠	٢٥,٠	٣٠	٧٥,٠	٩٠	اقامة حفلات فنية داخل المنشآت الرياضية بهدف الدعاية والاعلان .	١٦
211.3	90.4	434	٠,٠	٠	٠,٠	٠	١٩,٢	٢٣	٨٠,٨	٩٧	استخدام شاشات كبيرة لعرض الدعاية والاعلان داخل المنشآت الرياضية .	١٧
172.3	86.7	416	٠,٠	٠	٠,٠	٠	٢٦,٧	٣٢	٧٣,٣	٨٨	استضافة البطولات المحلية والاقليمية والدولية .	١٨
255.0	93.8	450	٠,٠	٠	٠,٠	٠	١٢,٥	١٥	٨٧,٥	١٠٥	يستقطع جزء من دخل المنشآت الرياضية بالجامعة لصيانة الملاعب والصالات الرياضية بها	١٩
128.1	70.4	338	٠,٠	٠	٠,٠	٠	٥٩,٢	٧١	٤٠,٨	٤٩	مراجعة الاستراتيجيات التسويقية والاستثمارية في نهاية كل عام .	٢٠
126.7	70.8	340	٠,٠	٠	٠,٠	٠	٥٨,٣	٧٠	٤١,٧	٥٠	التسويق الإلكتروني من أهم أساليب التسويق المؤثرة علي زيادة عدد الممارسين للأنشطة الرياضية من الجامعة وخارجها	٢١

قيمة كا^٢ عند مستوي دلالة ٠.٠٥ = ٥.٩٩

يتضح من جدول (٩) ان قيمة كا^٢ عند مستوي دلالة ٠.٠٥ = ٥.٩٩ لجميع عبارات

المحور الثالث (الاساليب الترويجية والاستثمارية للمنشآت الرياضية المقترح تنفيذها بنظام B.O.T بجامعة حلوان) وبذلك توجد فروق دالة احصائياً بين استجابة افراد عينة البحث لعبارات المحور لصالح التكرارات الاكبر حيث حصلت عبارات هذا المحور على نسب متوسط استجابة تراوحت ما بين (٦٨.٣ % ، ٩٣.٨ %) على عبارات المحور الثالث ولصالح الاستجابة بموافق بشدة علي العبارات ارقام (١ ، ٣ ، ٤ ، ٦ ، ٧ ، ٩ ، ١٠ ، ١١ ، ١٢ ، ١٣ ، ١٤ ، ١٥ ، ١٦ ، ١٧ ، ١٨ ، ١٩) كما جاءت قيم كا^٢ دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠.٠٥ على عبارات المحور الثالث ولصالح الاستجابة بموافق علي العبارات ارقام (٢ ، ٥ ، ٨ ، ٢٠ ، ٢١) .

ويتضح من الجدول رقم (٩) التكرارات والأهمية النسبية وكا^٢ لاستجابات عينة البحث على عبارات المحور الثالث للاستبيان و تضمن هذا المحور على عدد (١٠ عبارات) سجلت النسبة المئوية لهم ٨٠ % فأكثر ، وقد سجلت العبارة رقم (١٩) (يستقطع جزء من دخل المنشآت الرياضية بالجامعة لصيانة الملاعب والصالات الرياضية بها) والتي سجلت نسبة إجمالية في الأهمية النسبية لاستجابات أفراد العينة وصلت إلى (93.8 %) وأعلى نسبة موافقة بشدة وصلت

إلى (87.5 %) ، يليها العبارة رقم (12) (استخدام شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) في الاعلان والتسويق عن المنشآت الرياضية بالجامعة) والتي سجلت نسبة إجمالية في الأهمية النسبية لاستجابات أفراد العينة وصلت إلى (90.8 %) وأعلى نسبة موافقة بشدة وصلت إلى (81.7 %) ، ثم جاءت العبارة رقم (17) (استخدام شاشات كبيرة لعرض الدعاية والاعلان داخل المنشآت الرياضية) والتي سجلت نسبة إجمالية في الأهمية النسبية لاستجابات أفراد العينة وصلت إلى (90.4 %) وأعلى نسبة موافقة بشدة وصلت إلى (80.3 %) .

ويشير ذلك لاتفاق أفراد العينة باختلاف الفروق الفردية بينهم من خلال استجاباتهم بنسب مئوية ظهرت فيما تقدم من خلال الأهمية النسبية لعبارات المحور الثالث من الاستبيان على لاساليب الترويجية والاستثمارية للمنشآت الرياضية المقترح تنفيذها بنظام B.O.T بجامعة حلوان .

ويعزو الباحثون تلك النتيجة وهي تحقق المحور الثالث وهو التعرف علي ماهية الاساليب الترويجية والاستثمارية للمنشآت الرياضية المقترح تنفيذها بنظام B.O.T بجامعة حلوان " حيث انه يتم تبني التسويق الإلكتروني والذي يعد من أهم أساليب التسويق المؤثرة علي زيادة عدد الممارسين للأنشطة الرياضية الجامعية.

كما يرى الباحثون أن وجود قسم مخصص لتسويق المنشآت الرياضية الجامعية ضرورة ملحة لحسن الإستفادة منها ، حيث تقوم تلك المنشآت بطرح اشتراكات سنوية وموسمية وشهرية لجذب أكبر عدد من المستفيدين من داخل الجامعة وخارجها و تعتبر الأسعار المناسبة للخدمات المقدمة بالمنشآت الرياضية بالجامعة كأسلوب لجذب المستفيدين.

كما يعتبر تطوير المنتجات التسويقية والمنشآت الرياضية بالجامعة بما يلبي احتياجات المستفيدين لجذب أكبر عدد من الممارسين.

واكد على ذلك "جمال درويش ومحمد حسنين (٢٠٠٤) أن نجاح عملية التسويق يلزم التعامل مع هذه العناصر بطرق وأساليب مختلفة اعتمادا علي ظروف وطبيعة المنتج والسوق. هذه التعامل هام لنجاح الخطة التسويقية ، وعملية التسويق تتضمن عشر خطوات وهي مركزة لتحقيق العناصر الأربعة السابقة في إطار عملية التسويق والعناصر الجوهرية لنجاح خطة التسويق(١٧: ٥٢)

كما لاحظ الباحثون أن العبارة رقم (٢) (تحليل الربحية من عوائد التكلفة للتسويق و الاستثمار بالمنشآت و الامكانات الرياضية بالجامعة .) حصلت على الترتيب الاخير بنسبة مئوية قدرها (٦٨.٣ %) وكما قيمتها (١٣٧.١) لصالح التكرارات الاقل وقد جاءت العبارة رقم(٨) (إتخاذ القرارات السريعة في ضوء متغيرات الطلب للأنشطة التسويقية للمنشآت الرياضية بالجامعة .)

في المرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرها (٦٨.٨ %) وكما قيمتها (١٣٥.٠) لصالح التكرارات الأقل.

ويعزو الباحثون ذلك أن تفويض السلطة إلى مجلس إدارة متخصص لصندوق وحساب مالي خاص بالمنشآت الرياضية الجامعية من أهم عوامل تسهيل إجراءات تسويقها كما يجب الاهتمام بالتعاقد مع شركات الدعاية والاعلان لتسويق الخدمات الرياضية التي تقدمها المنشآت الرياضية بالجامعة ، ويرى الباحثون أن هناك قصور في توفير أماكن داخل المنشآت الرياضية بالجامعة لبيع المنتجات الرياضية المختلفة يؤثر علي فعالية تسويقها كما لا يوجد تعاقد مع شركات الملابس والأدوات الرياضية الكبيرة والذي يعتبر عامل جذب فعال للممارسين للأنشطة الرياضية بالمنشآت الرياضية الجامعية.

وتتفق تلك النتائج مع دراسة كل من إبراهيم السباعي (٢٠٢٠) (٢) "إبراهيم شيخ التهامي" (٢٠٢٠) (٣) "ابتسام عباس علي الغريب (٢٠٢٠) (١) "إيمان أبو فريخة وأخرون" (٢٠٢٠م) (٨) فيصل الجهوري وأخرون" (٢٠٢٠م) (١٦) أحمد محمد" (٢٠١٩م) (٤) حسن الشافعي ، ثروت أبو السبح (٢٠١٩م) (١٠) عادل مصطفى (٢٠١٣) (١٣) Awoma, Christopher & Boye, Thomas. E (2013) (٢١) والتي اشارت أهم نتائجهم الى هناك العديد من الأساليب الترويجية التسويقية للمنشآت الرياضية قيد اجرائهم.

الإستخلاصات والتوصيات

أولاً : الإستخلاصات :

• الإستخلاصات

١. أهم الاستنتاجات المتعلقة بالمحور الاول للاستبيان - من اعداد الباحثون - الجوانب القانونية والتشريعية لتطبيق نظام B.O.T لتطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان :

- وضع سياسات واضحة لجوانب الاستثمار المتاحة بالمنشآت الرياضية بالجامعة .
- اقرار حوافز مادية تشجيعية للطلاب المتميزين رياضياً للاشتراك في المنشآت الرياضية بالجامعة
- تخصيص جزء من المصروفات الدراسية للطلاب الجامعة لاستثمار وتسويق المنشآت الرياضية بالجامعة .
- وضع أهداف إستثمارية وتسويقية للإمكانات والمنشآت الرياضية داخل اللوائح و القوانين الجامعية .

- اعتبار المنشآت الرياضية وحده كطابع خاص بالجامعات تزيد من فرص التسويق والاستثمار لها
- وضع هيكل تنظيمي للمنشآت الرياضية يستعين بالاستثمار والتسويق كآليات لإدارة العمل الاستثماري الرياضي بالجامعات المصرية .
- تشريع قانون يحدد مصادر التمويل وانواعه للمنشآت الرياضية بالجامعات .
- تطوير اللوائح الخاصة باستخدام الملاعب و المنشآت الرياضية بالجامعة ان وجدت.

٢. أهم الاستنتاجات المتعلقة بالمحور الثاني للاستبيان - من اعداد الباحثون - العائد الاقتصادي والاجتماعي لتطبيق نظام B.O.T فى تطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان:

- يعتبر تبني التسويق الإلكتروني من أهم أساليب التسويق المؤثرة علي زيادة عدد الممارسين للأنشطة الرياضية الجامعية.
- يعتبر تفويض السلطة إلى مجلس إدارة متخصص لصندوق وحساب مالي خاص بالمنشآت الرياضية الجامعية من أهم عوامل تسهيل إجراءات تسويقها.
- يعتبر وجود وحدة أو قسم لتسويق المنشآت الرياضية الجامعية ضرورة ملحة لحسن الإستفادة منها.
- يجب الاهتمام بالتعاقد مع شركات الدعاية والاعلان لتسويق الخدمات الرياضية التي تقدمها المنشآت الرياضية بالجامعة.
- تطرح اشتراكات سنوية وموسمية وشهرية لجذب أكبر عدد من المستفيدين من داخل الجامعة وخارجها.
- تعتبر الأسعار المناسبة للخدمات المقدمة بالمنشآت الرياضية بالجامعة أسلوب جذب فعال للمستفيدين.
- توفير أماكن داخل المنشآت الرياضية بالجامعة لبيع المنتجات الرياضية المختلفة يؤثر علي فعالية تسويقها.
- يمكن تسويق إمكانية استخدام أساليب الشراكة مع القطاع الخاص للاستفادة من المنشآت الرياضية الجامعية بفاعلية وذلك لحمام السباحة.
- يمكن تسويق إمكانية استخدام أساليب الشراكة مع القطاع الخاص للاستفادة من المنشآت الرياضية الجامعية بفاعلية وذلك للصالات والقاعات الخاصة بالمنشآت الرياضية الجامعية.

- يؤدي التعاقد مع شركات الملابس والأدوات الرياضية الكبيرة عامل جذب فعال للممارسين للأنشطة الرياضية بالمنشآت الرياضية الجامعية.
- تنمية مصادر تمويل الجامعة كمؤسسة.
- تنمية مصادر تمويل النشاط الطلابي بالجامعة.
- توفير مصدر دعم مستمر لصيانة المنشآت الرياضية بالجامعة.
- توفير مصدر دعم مستمر لتطوير المنشآت الرياضية بالجامعة.
- توفير مصدر دعم مستمر لإنشاء منشآت رياضية جديدة بالجامعة.
- زيادة فرص تنظيم البطولات الجامعية الرياضية القمية.
- زيادة أعداد الطلاب الممارسين للنشاط الرياضي الجامعي.
- زيادة أعداد المشاركين في الأنشطة الجامعية المجتمعية.
- زيادة فرص العمل التطوعي للطلاب وخريجي الجامعة.
- زيادة فرص العمل بالأجر للطلاب وخريجي الجامعة.

٣. أهم الاستنتاجات المتعلقة بالمحور الثالث للاستبيان - من اعداد الباحثون -

الاساليب الترويجية والاستثمارية للمنشآت الرياضية المقترح تنفيذها بنظام

B.O.T بجامعة حلوان:

- مراجعه سياسات التسويق الرياضى بالجامعات المصرية .
- الوقوف على نسب النجاح فى جذب العملاء .
- مراجعه الهيكل الوظيفى و الكفاية الوظيفية للعاملين بالمنشآت الرياضية .
- الاستعانة بالسياسات والاجراءات المستحدثة لتحسين فاعلية التسويق والاستثمار للمنشآت الرياضية .
- تحديد قوائم المنافسون و كفاءه التوزيع للانشطة الرياضية بالجامعات المصرية .
- تحليل الربحية من عوائد التكلفة للتسويق و الاستثمار بالمنشآت و الامكانيات الرياضية بالجامعات المصرية
- العمل على تطوير المنتجات التسويقية للرياضة الجامعية .
- زيادة الترويج للمنتجات التسويقية للرياضة الجامعية .
- التدريب المستمر والاطلاع على التجارب العالمية للدول الاخرى بالتسويق و الاستثمار للرياضة الجامعية .
- استطلاع راي (الطلاب , العاملين , اعضاء هيئة التدريس) المستفيدين من المنشآت لتحسين الخدمات المقدمة باستمرار .

➤ مراعاة عوامل الامن والسلامة في الاجهزة والادوات و المنشآت الرياضية بالجامعات
دلاله على جودة الخدمات المقدمة

التوصيات:

في ضوء نتائج البحث يوصي الباحثون بما يلي :

١. تطبيق النموذج المقترح من الباحثون في تطوير وإنشاء المنشآت الرياضية بجامعة حلوان بنظام (البناء - التشغيل - نقل الملكية B.O.T).
٢. ضرورة وجود إدارة لتسويق المنشآت الرياضية بجامعة حلوان تكون تحت السيد الأستاذ الدكتور رئيس الجامعة مباشرة.
٣. إستحداث لجنة جديدة بالجامعة تحت مسمى (لجنة تنمية الموارد) تكون مهمتها الرئيسية جذب رجال الأعمال لإستثمار أموالهم في المجال الرياضي بالجامعة من خلال إستغلال المنشآت الرياضية بالجامعة علي سبيل المثال (إنشاء أكاديميات رياضية خاصة في مختلف الألعاب الرياضية وأيضاً الفنون).
٤. يجب علي إدارة الجامعة تقديم حوافز إستثمار لتشجيع المستثمرين لإستثمار أموالهم في المجال الرياضي الجامعي بجامعة حلوان.
٥. إستخدام الوسائل التسويقية الحديثة مثل التسويق الالكتروني للدعاية والترويج لإستخدام المنشآت الرياضية بالجامعة وتأجيرها.
٦. يجب أن تعمل الدولة على إزالة كل المعوقات التي تواجه المستثمرين في الجوانب القانونية والتشريعية والجوانب الإدارية والفنية وتسهيل الإجراءات والتصاريح اللازمة لتشجيع المستثمرين على الاستثمار في المنشآت الرياضية الجامعية.
٧. تشجيع الشركات علي خوض مجال التسويق الرياضي ورعاية الاتحادات والأندية بنظام(B.O.T) .
٨. تنظيم إحتفالات وعقد دورات رياضية ومشاركة أهالي مدينة حلوان هذه الأحتفالات وبدعوات مجانية للترويج عن أنشطة النادي.
٩. يقترح أن تكون مدة الانتفاع مدة لا تزيد عن ١٠ - ١٥ سنة وبشرط تسليم المنشأه في نهاية مدة الانتفاع بحالة جيدة ويجب إبراز هذا البند في العقود المبرمة بين الجامعة والشركات المنفذة.
١٠. يجب أن تعمل الدولة على تشجيع رجال الأعمال والمستثمرين للاستثمار في المنشآت الرياضية الجامعية مع إعطائهم التسهيلات اللازمة وتهيئة مناخ الاستثمار لجذب رؤوس الأموال الداخلية والخارجية للاستثمار في المنشآت الرياضية .

١١. عرض تجارب الدول المتقدمة في مجال التسويق والاستثمار الرياضي في الجامعة .
١٢. يجب أن تعمل الدولة على تشجيع رجال الأعمال والمستثمرين للاستثمار في المنشآت الرياضية الجامعية مع إعطائهم التسهيلات اللازمة وتهيئة مناخ الاستثمار لجذب رؤوس الأموال الداخلية والخارجية للاستثمار في المنشآت الرياضية .
١٣. يجب عمل إدارة للاستثمار بالجامعات المصرية تكون مسئولة عن الاستثمار والتسويق والتمويل والتعامل مع المستثمرين، وتشرف على المنشآت الرياضية الواقعة في نطاق الجامعة، وتكون مسئولة عن التحديث والتطور والصيانة المستمرة والتوسع في إقامة المنشآت الرياضية الحديثة بالجامعة .
١٤. يجب العمل على تعديل قانون تنظيم الجامعات وأن يشمل كافة الإجراءات التي تشجع على الاستثمار والتسويق والاعتماد على التمويل الذاتي للمنشآت الرياضية الجامعية .
١٥. يجب أن تتحول المنشآت الرياضية من منشآت خدمية مستهلكة إلى منشآت خدمية منتجة تساهم في الاقتصاد القومي وتلبي احتياجات ورغبات الأفراد طبقاً للظروف الاقتصادية والاجتماعية .

قائمة المراجع

أولا المراجع العربية :

١. ابتسام عبدالحميد عباس علي (٢٠٢٠م): أساليب مقترحة لتسويق بطولات الاتحاد الكويتي لكرة القدم ، مجلة علوم الرياضة وتطبيقات التربية البدنية ع ١٦ ، الصفحات ١٩٤ - ٢٢٣ . كلية التربية الرياضية بقنا - جامعة جنوب الوادي.
٢. إبراهيم أحمد عبدالوهاب السباعي (٢٠٢٠م) : تصور مقترح لتسويق الأنشطة الرياضية بأفرع الاتحادات الرياضية بمحافظة الوادي الجديد ، مجلة أسيوط لعلوم وفنون التربية الرياضية ، ع ٥٣ ، ج ٤ ، كلية التربية الرياضية - جامعة أسيوط .
٣. إبراهيم شيخ التهامي (٢٠٢٠م): تأثير أساليب التسويق الرياضي في توفير التمويل الذاتي للأندية الرياضية في الجزائر: دراسة استطلاعية ، مجلة مجاميع المعرفة ، مج ٦ ، ع ٢ ، المركز الجامعي علي كافي بتدوف .
٤. أحمد فتحي علي محمد (٢٠١٩م) : دراسة تحليلية لمعوقات التسويق الرياضي بأندية الدوري الممتاز "أ" لكرة السلة بجمهورية مصر العربية ، مجلة علوم الرياضة وتطبيقات التربية البدنية ، كلية التربية الرياضية بقنا - جامعة جنوب الوادي.

٥. الإدارة العامة لتشغيل المنشآت الرياضية (٢٠١٣م) : دليل المنشآت الرياضية ، الإدارة المركزية للاستثمارات الرياضية ، وزارة الدولة لشئون الرياضة ، جمهورية مصر العربية .
٦. السيد عبده ناجي (١٩٩١): الإدارة العامة ، مدخل إداري ، ط٣ ، النهضة العربية ، القاهرة ،
٧. إسلام سلامة سلامة إبراهيم الخضري (٢٠١٩م): خطة مقترحة لتسويق حقوق الرعاية الرياضية بأندية الدرجة الثانية لكرة القدم ، رسالة ماجستير ، كلية التربية الرياضية ، جامعة المنصورة.
٨. اسلام غلاب ابراهيم (٢٠١٨م): تسويق المنشآت الرياضية بالأندية الرياضية بمحافظة المنوفية بنظام B.O.T ، مجلة العلمية لعلوم وفنون الرياضة ، كلية التربية الرياضية بنات ، جامعة حلوان.
٩. 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 .
١٠. جمال محمد علي يوسف (٢٠٠٩م) : الحديث في الإدارة الرياضية ، ط منقحة ، دار الفكر العربي ، القاهرة .
١١. حسن أحمد عطية الشافعي ، ثروت محمد أبو السبح (٢٠١٩م) : تحديد عناصر الخطة التسويقية الاستراتيجية للأنشطة والخدمات الرياضية بالأندية ، مجلة أسيوط لعلوم وفنون التربية الرياضية ، ، ع ٤٨ ، ج ٣ كلية التربية الرياضية - جامعة أسيوط.
١٢. حسين علي العبودي : أهمية الاستثمار الرياضي في تطوير المنشآت الرياضية العراقية، المجلة العلمية لعلوم وتقنيات الأنشطة البدنية والرياضية ، جامعة عبدالحميد بن باديس مستغانم ، الجزائر ، ع ٣ ، ٢٠١٦م.
١٣. خالد طلعت السيد (٢٠٠٥م) : المشكلات التمويلية والإدارية التي تواجه إدارات النشاط الرياضي ببعض الأندية ، رسالة دكتوراة ، غير منشورة ، كلية التربية الرياضية فرع بنها ، جامعة الزقازيق.
١٤. طلال عبود وآخرون (١٩٩٩): الدراسات التسويقية ونظم المعلومات - سلسلة الرضا للمعلومات ، دار الرضا للنشر .

١٥. طه محمد جمال عثمان : رؤية مستقبلية للإمكانيات والمنشآت الرياضية والترفيهية في الجامعات المصرية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان ، القاهرة ، ٢٠١٤ م.
١٦. عادل علي عبدالجواد مصطفى (٢٠١٩م) : خطة مقترحة للتسويق الرياضي بمدارس محافظة الإسكندرية ، مجلة بحوث عربية في مجالات التربية النوعية، رابطة التربويين العرب ، ع ١٤ ، الصفحات: ٧١ - ١٠٣ ، الاسكندرية
١٧. عصام بدوي (٢٠٠١م): موسوعة التنظيم والإدارة في التربية البدنية والرياضية ، دار الفكر العربي ، ط ١ ، القاهرة .
١٨. فؤاد خليل بدر : دراسة تحليلية تقييمية لتجربتي الاحتراف والتسويق الرياضي في لعبة كرة القدم بالمملكة العربية السعودية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الدراسات العليا ، الجامعة الأردنية ، الأردن ، ٢٠٠٨ م .
١٩. فيصل بن حميد بن محمد الجهوري ، أحمد فاروق عبد القادر ، مها خميس البلوشي (٢٠٢٠) : نموذج مقترح لتسويق إمكانيات الأندية الرياضية بسلطنة عمان ، مجلة علوم الرياضة والتربية البدنية، مج ٤ ، ع ١ ، كلية علوم الرياضة والنشاط البدني - جامعة الملك سعود .
٢٠. كمال درويش ، محمد الحماحي ، سهير المهندس (١٩٩٦) : الإدارة الرياضية و الأسس والتطبيقات، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.
٢١. محمد رفعت سالم المحروقي (٢٠١٤م) : مشكلات تطبيق نظام(البناء - التشغيل - نقل الملكية B.O.T) في إدارة المشروعات الرياضية، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان ، القاهرة ، .
٢٢. محمد صبحي حسانين ، وآخرون (٢٠١٣) : النشاط الرياضي في الجامعات المصرية بين الواقع والتوجهات الإبداعية الحديثة ، إنتاج علمي ، العدد ٣ ، السنة الثانية ، المجلة الأوربية لتكنولوجيا علوم الرياضة .
٢٣. محي الدين الأزهري، وآخرون (٢٠٠١) : مبادئ التسويق ، جامعة القاهرة ، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.
٢٤. ملة أحمد حسين البرواري ، درمان سليمان صادق ، أحمد قاسم محمد (٢٠٢١) : التسويق الرياضي في أندية إقليم كردستان من وجهة نظر أعضاء الهيئة الإدارية والمدربين واللاعبين ، مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع ، كلية الإمارات للعلوم التربوية ، الإمارات العربية المتحدة .

٢٥. منذر خضر يعقوب (٢٠١١) : الاتجاهات الحديثة في التسويق الحديث، الدار النموذجية للطباعة والنشر، بيروت.

٢٦. وليد شحاتة محمد : التحليل المحاسبي لجدوى قرارات التمويل والاستثمار في مشروعات البنية الأساسية المقامة وفقا لأسلوب " البناء - التشغيل - النقل " الـ B.O.T بجمهورية مصر العربية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التجارة ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٥ م.

ثانيا المراجع الأجنبية :

27. Awoma, Christopher 1 & Boye, Thomas. E (2013) SPORTS marketing as a proponent of sport development in EDO STATE, Nigeria, West Africa, Academic Research International, 4 (6), 295-3(X).
28. Blake, J., Fourie, S., & Goldman, M. (2019). The relationship between sports sponsorships and corporate financial returns in South Africa. International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, 20(1), 2-25.

ثالثا: المراجع الالكترونية :

29. <http://www.fayoum.edu.eg/FUAboutCollegePage1.aspx>

ملخص البحث

مقترح تطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان بنظام (البناء – التشغيل – نقل الملكية (B.O.T) (Build – Operate - Transfer)

أ.د/ أحمد السيد محمود متولي

أ.م.د/ محمد رفعت محمد سالم المحروقي

الباحث/ حاتم طه السيد النضار

يهدف البحث إلي التعرف على أساليب مقترحة لتطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان وذلك بعد التعرف علي كل من تحديد أهداف الأساليب المقترحة لتطوير المنشآت الرياضية بجامعة حلوان والتعرف علي ماهية الأساليب التي تتلاءم مع تسويق المنشآت الرياضية بجامعة حلوان واستخدام الباحثون المنهج الوصفي " الأسلوب المسحي " وذلك لملائمته لتحقيق هدف البحث ويتمثل مجتمع البحث في مديري ومنسقى الأنشطة الطلابية بإدارة وكليات الجامعة والأخصائيين الرياضيين بكليات جامعة حلوان والأخصائيين الرياضيين بالمنشآت الرياضية والمدن الجامعية وطلاب المنتخبات الرياضية المتميزين بجامعة حلوان وأشارت اهم النتائج الى ان هناك أجماع لدى عينة البحث بشأن تحقق "المحور الأول تحديد أهداف الأساليب المقترحة لتسويق المنشآت الرياضية بجامعة حلوان " بصورة كاملة حيث تراوحت نسب متوسط الاستجابة لذلك المحور ما بين (٣٨.٦٧% : ٩٥.٠٠%) كما أن هناك أجماع لدى عينة البحث بشأن المتطلبات التي لابد من تحقيقها في "المحور الثاني والتعرف علي ماهية الأساليب التي تتلاءم مع تسويق المنشآت الرياضية بجامعة حلوان " بصورة كاملة وبذلك تكون جميع عبارات المحور الثاني الأساليب التسويقية المقترحة لتسويق المنشآت الرياضية بجامعة حلوان قد تحققت ويوصى الباحثون بضرورة دعوة المسؤولين داخل الجامعات المصرية علي تطبيق التصور أو النموذج المقترح لما له من دور حيوي في إيجاد موارد للنشاط الرياضي .