

مجالات الاستثمار والتسويق في أنشطة الرياضة المدرسية في المدارس المصرية

أ.د/ كمال الدين عبد الرحمن درويش أ.د/ محمد حامد عبد الخالق بلتاجي
 أستاذ الإدارة الرياضية أستاذ بقسم المناهج وطرق تدريس التربية
 كلية علوم الرياضة للبنين جامعة حلوان الرياضية بكلية علوم الرياضة للبنين جامعة حلوان
 أ.د/ محمد المتوكل علي الله حسن سليمان الباحث/ محمود عبد الجيد رمضان
 أستاذ بقسم المناهج وطرق تدريس التربية الرياضية باحث دكتوراه بقسم المناهج وطرق تدريس التربية
 كلية علوم الرياضة للبنين جامعة حلوان الرياضية بكلية علوم الرياضة للبنين جامعة حلوان

Doi: 10.21608/jsbsh.2025.417416.3109

المقدمة ومشكلة البحث

الاستثمار هو عمل هدفه زيادة رأس المال للفرد أو زيادة موارده عن طريق تشغيل ماله أو استغلاله بهدف زيادته، فوظيفة الاستثمار هي تشغيل الأصول بهدف زيادتها، وهنا يكثر الاتجاه إلى تكوين شركات المساهمة التي تتولى إدارة هذه الرياضات والإشراف عليها بهدف تحقيق أفضل مستويات الربحية والتي بدورها تحقق العائد المناسب على الاستثمار والذي يمكن استغلاله في إعادة تمويل كافة الأنشطة الرياضية والوصول بها إلى مستوى العالمية (٣: ١٢).

تظهر الأبحاث أن للنشاط البدني تأثير إيجابي على النتائج التعليمية للتلاميذ والطلاب، إذ يضع المجتمع اليوم قوة أكبر على العمل والاستثمار الفكري في الأنشطة البدنية (٢: ٥٥).

ووفقاً لتوجيهات الدولة بالاهتمام بالأنشطة الطلابية والرياضة المدرسية ووفقاً لقرارات القائمين على الرياضة المدرسية للكشف عن الموهوبين واهمية الاستثمار في العنصر البشري والاهتمام بتنفيذ الأنشطة الطلابية في المدارس ومن ضمنها الرياضية المدرسية.

ومن خلال عمل الباحث كمعلم أول تربية رياضية لاحظ الباحث عدم الاهتمام بتنفيذ برامج الرياضة المدرسية (النشاط الداخلي - النشاط الخارجي - وحدة التربية الرياضية) واهمالها ووجود الكثير من المشكلات التي تعوق تطبيق برامج الرياضة المدرسية وانشطتها مثل قلة الامكانيات من ملاعب وصلالات وأجهزة وادوات ويسعى الباحث من خلال هذه الدراسة الى تحديد مجالات الاستثمار والتسويق في أنشطة الرياضة المدرسية في المدارس المصرية

من خلال التعرف على المشكلات ووضع حلول تهدف الي معرفة مجالات الاستثمار والتسويق من خلال استخدام المنشآت والمدارس والاحداث الرياضية المدرسية ووضع خطة استثمارية وتسويقية لبرامج الرياضة المدرسية مما يدر دخلاً يتيح الفرصة لتنفيذ برامج الرياضة المدرسية وت.

اهمية البحث

تتمثل اهمية البحث في التعرف على المشكلات التي تواجه الاستثمار والتسويق في الرياضة المدرسية تحديد مجالات الاستثمار والتسويق في أنشطة الرياضة المدرسية في المدارس المصرية

هدف البحث

يهدف هذا البحث الى وضع قائمة بمجالات الاستثمار والتسويق في أنشطة الرياضة المدرسية في

المدارس المصرية

يتم وضع قائمة وفقاً لنتائج استمارة الاستبيان التي يتم عرضها علي السادة الخبراء وتشمل:

— الخطط الاستثمارية والتسويقية لبرامج وانشطة الرياضة المدرسية

تساؤل البحث:

ماهي مجالات الاستثمار والتسويق في أنشطة الرياضة المدرسية في المدارس المصرية.

الدراسات المرتبطة

جدول (١)

م	اسم الباحث والسنة	نوع الدراسة	عنوان الدراسة	هدف الدراسة	المنهج	العينة	أهم النتائج
١	بوكشيريدي علي (٥)	دكتوراة	دور التسويق الرياضي في تطوير المؤسسات الرياضية في الجزائر	إبراز العلاقة بين عملية التسويق الرياضي والمؤسسات الرياضية وأثره في تحسين أدائها، من ناحية الموارد المادية أو البشرية	استخدمت الدراسة المنهج الوصفي لمناسبته لطبيعة دراسته	المدراء ورؤساء المؤسسات الرياضية	اهم نتائج الدراسة إبراز الأهمية البالغة لعملية التسويق الرياضي في المؤسسات الرياضية وأجماع كل المدراء على أن هذه العملية تعاني العديد من المشاكل والصعوبات التي تحول دون تطور المؤسسات الرياضية في الجزائر.
٢	كوثر السعيد محمود الموجي (٢٠٢١) (٤)	انتاج علمي	اساليب مقترحة لتسويق المنشآت الرياضية بجامعة الفيوم".	وهدفت الدراسة الى تحديد أهداف الأساليب المقترحة لتسويق المنشآت الرياضية بجامعة الفيوم والتعرف على ماهية الأساليب التي تتلاءم مع تسويق المنشآت الرياضية بجامعة الفيوم	واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي	مدراء ومنسقي الأنشطة الطلابية بإدارة وكليات الجامعة والأخصائيين الرياضيين بكليات جامعة الفيوم	التسويق الرياضي له دور حيوي وفعال في إيجاد موارد للنشاط الرياضي في الجامعات
٣	أحمد فاروق عبد القادر (٢٠١٨) (٢)	انتاج علمي	واقع المنشآت الرياضية المدرسية وإمكانية استثمارها كمراكز لممارسة النشاط الرياضي بمحافظة الداخلية جامعة الملك سعود	التعرف على واقع المنشآت الرياضية المدرسية بمحافظة الداخلية، وإمكانية استثمارها كمراكز لممارسة النشاط الرياضي	إستخدم الباحث المنهج الوصفي لمناسبته لطبيعة دراسته	(126)مدرسة حكومية بمحافظة الداخلية	ان المنشآت الرياضية بالمدارس تتيح تنظيم المنافسات الرياضية، وانه يوجد منشآت رياضية في بعض المدارس والبعض الاخر لا يوجد بها وقد يوجد، ولكن غير صالحة للاستخدام، الا انها تعاني من العديد من المعوقات.

بناء استراتيجية كاملة تحتوي على هيكل البناء ، خطوات التطور ، خطط المستويات طويلة المدى ، الأهداف الخاصة بالتربية الرياضية وبناء نماذج تحتوي على الدرس وطرق التدريس واستراتيجية التدريس وحسن إدارة الفصول	مجتمع المدارس الاعدادية	إستخدم الباحث المنهج الوصفي لمناسبته لطبيعة دراسته	الى تطوير مناهج التربية الرياضية بالمرحلة الإعدادية في المدارس الكندية	استراتيجية لتطوير المدارس الإعدادية من خلال مركز التنمية	انتاج علمي	Smith T. K (٢٠٠٦م) (٦)	٤
--	-------------------------	--	--	--	------------	------------------------	---

إجراءات البحث :

منهج البحث :

وفقاً لطبيعة البحث وأهدافه استخدم الباحث المنهج الوصفي بالطريقة المسحية عينة البحث: تم اختيار عينة البحث بالطريقة العمدية من مجتمع البحث ، حيث بلغت عينة البحث الاساسية عدد (٨٠) فرداً، بينما بلغت عينة البحث الإستطلاعية عدد (١٢) فرداً وبلغت إجمالي عدد العينة (٩٢) فرداً.

جدول رقم (٢) توصيف مجتمع البحث وعينة البحث الأساسية

م	العينة	العدد	النسبة المئوية
١	اساتذة في مجال اقتصاديات الرياضة	٧	%٨.٧٥
٢	اساتذة في علوم الرياضة (رياضة مدرسية - إدارة رياضية)	٢١	%٢٦.٢٥
٣	أعضاء الاتحاد المصري للرياضة المدرسية	٩	%١١.٢٥
٤	القائمين على الأشراف على البرامج من وزارة الشباب والرياضة	١١	%١٣.٧٥
٥	الموجهين العام	٢٧	%٣٣.٧٥
٦	مستشاري وزير التربية والتعليم	٥	%٦.٢٥
	الإجمالي	٨٠	%١٠٠

العينة الاستطلاعية = ١٢

اجمالي العينة ٨٠ اساسية + ١٢ استطلاعية = ٩٢

أدوات ووسائل جمع البيانات :

تحليل المراجع والدراسات المرجعية

بعد إطلاع الباحث علي بعض المراجع والدراسات المرتبطة بموضوع الدراسة قام بتحديد بعض المحاور اللازمة لإجراء الدراسة وذلك تحت إشراف المشرفين وبعد أخذ آراء الخبراء .
الاستبيان :

إستعان الباحث في إعداد وتصميم إستمارة الاستبيان اعتمادا علي الخبراء والقراءات النظرية

خطوات بناء استمارة الاستبيان :

قد تم تحديد المحاور الرئيسية لاستمارة الاستبيان في ضوء أهداف البحث وتساولاته
تمثلت الصورة الأولية لمحاور استمارة الاستبيان مجالات الاستثمار والتسويق في انشطة الرياضة
المدرسية في المدارس المصرية في عدد (٤) محاور رئيسية وهي :

جدول رقم (٣)

م	المحاور	وافق	لا وافق	وافق مع التعديل
١	دور المؤسسات الرياضي المسئولة عن الرياضة المدرسية (الاتحاد الرياضي للمدارس والاداره العامه للتربية الرياضية) في حل المشكلات التي تواجه الاستثمار وتسويق الرياضة المدرسية			
٢	العناصر الإستثمارية والتسويقية في المدارس المصرية			

ثم قام الباحث بعرض استمارة المحاور الخاصة رؤية للاستثمار والتسويق للرياضة المدرسية في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠ علي مجموعة من الخبراء الأكاديميين من أستاذة كليات التربية الرياضية
باجمالي (١١) خبير

الدراسة الاستطلاعية

قام الباحث بالاستعانة بمجموعة من أفراد المجتمع الأصلي من خارج أفراد عينة الدراسة الأساسية وبلغ عددهم (١٢) فرداً

المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان :

معامل الصدق : لتحقق من الشروط العلمية لاستبيان جمع البيانات قام الباحث بحساب معامل الصدق الآتي

صدق المحتوي : قام الباحث من خلال تحليل المراجع والدراسات تحديد محاور استمارتي الاستبيان

واقترح عبارات لكل محور وفقاً لنسبة ورودها بهذه المراجع .

صدق الاستبيان

صدق الإتساق الداخلي للاستبيان:

تم تطبيق استمارة الاستبيان على " مجموعة تطبيقية " من داخل المجتمع ومن خارج عينة البحث وذلك لحساب صدق الأتساق الداخلي لاستمارة الاستبيان ، حيث قام الباحث الباحث بتطبيق استمارة الاستبيان علي عدد (12) مفردة من داخل مجتمع البحث ومن خارج عينة البحث. قد تم تحديد المحاور الرئيسية لاستمارة الاستبيان في ضوء أهداف البحث وتساولاته ، وكذلك تم وضع العبارات المندرجة تحت كل محور باتباع الخطوات الآتية:

- القراءات النظرية للمراجع العلمية الخاصة بالتعرف على مجالات الاستثمار والتسويق في أنشطة الرياضة المدرسية في المدارس المصرية
- القراءات النظرية للمراجع العلمية الخاصة بالتعرف على مجالات الاستثمار والتسويق في أنشطة الرياضة المدرسية في المدارس المصرية
- المقابلات الشخصية : حيث قام الباحث بعدد من المقابلات الشخصية عند عرض استمارة الاستبيان علي الخبراء الاكاديميين وذلك بهدف الاستفادة منهم في الخبرات المرتبطة بموضوع البحث . في ضوء ما سبق قام الباحث بتصميم استمارة الاستبيان وتحديد محاورها وفقاً لأهداف وتساؤلات البحث كالتالي :

تمثلت الصورة الأولية لمحاور استمارة الاستبيان (المجالات والعناصر الاستثمارية والتسويقية في الرياضة المدرسية في المدارس المصرية في عدد ٤ محاور وهي :

جدول رقم (٤)

م	المحاور	وافق	لا وافق	وافق مع التعديل
١	دور المؤسسات الرياضي المسئولة عن الرياضة المدرسية (الاتحاد الرياضي للمدارس والاداره العامه للتربية الرياضية) في حل المشكلات التي تواجه الاستثمار وتسويق الرياضة المدرسية			
٢	العناصر الإستثمارية والتسويقية في المدارس المصرية			

ثم قام الباحث بعرض استمارة المحاور الخاصة بالمجالات والعناصر الاستثمارية والتسويقية في الرياضة المدرسية في المدارس المصرية

- علي مجموعة من الخبراء الأكاديميين من أستاذة كليات التربية الرياضية بإجمالي (١١) خبير وذلك في الفترة من يوم الاحد الموافق ٢٠٢٥/ ٥/١١ وحتى يوم الخميس الموافق ٢٠٢٥/٥/٢٩

الدراسة الاستطلاعية

قام الباحث بالاستعانة بمجموعة من أفراد المجتمع الأصلي من خارج عينة الدراسة الأساسية وبلغ عددهم (١٢) فرداً

المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان :

معامل الصدق: لتحقيق من الشروط العلمية لاستبيان جمع البيانات قام الباحث بحساب معامل الصدق الآتي

صدق المحتوي : قام الباحث من خلال تحليل المراجع والدراسات تحديد محاور استمارتي الاستبيان واقترح عبارات لكل محور وفقاً لنسبة ورودها بهذه المراجع .

صدق الاستبيان

صدق الإتساق الداخلي للاستبيان: تم تطبيق استمارة الاستبيان على " مجموعة تطبيقية " من داخل المجتمع ومن خارج عينة البحث وذلك لحساب صدق الأتساق الداخلي لاستمارة الاستبيان ، حيث قام الباحث بتطبيق استمارة الاستبيان علي عدد (12) مفردة من داخل مجتمع البحث ومن خارج عينة البحث. جدول (٥) صدق الاتساق الداخلي لعبارات إستمارة الاستبيان المحور الاول" دور المؤسسات الرياضية عن المدرسية (الاتحاد الرياضي للمدارس والاداره العامه للتربية الرياضية) في حل المشكلات التي تواجه الاستثمار وتسويق الرياضة المدرسية في الاستثمار وتسويق الرياضة المدرسية " (ن = ١٢)

الارتباط	الانحراف	المتوسط	رقم العبارة	الارتباط	الانحراف	المتوسط	رقم العبارة	عنوان المحور	رقم المحور
.928**	0.49	0.67	19	.813**	0.39	0.83	1	دور المؤسسات الرياضية المسنولة عن الرياضة المدرسية (الاتحاد الرياضي للمدارس والاداره العامه للتربية الرياضية) في الاستثمار وتسويق الرياضة المدرسية	الاول
.928**	0.49	0.67	20	.668*	0.39	0.83	2		
.828**	0.49	0.67	21	.813**	0.39	0.83	3		
.925**	0.45	0.75	22	.785**	0.45	0.75	4		
0.514	0.49	0.67	23	.925**	0.45	0.75	5		
.676*	0.45	0.75	24	.867**	0.51	0.58	6		
.813**	0.39	0.83	25	.928**	0.49	0.67	7		
.668*	0.39	0.83	26	.928**	0.49	0.67	8		
.813**	0.39	0.83	27	.828**	0.49	0.67	9		
.785**	0.45	0.75	28	.925**	0.45	0.75	10		
.925**	0.45	0.75	29	0.514	0.49	0.67	11		
.867**	0.51	0.58	30	.676*	0.45	0.75	12		
.928**	0.49	0.67	31	.813**	0.39	0.83	13		
.928**	0.49	0.67	32	.668*	0.39	0.83	14		
.828**	0.49	0.67	33	.813**	0.39	0.83	15		
.925**	0.45	0.75	34	.785**	0.45	0.75	16		
0.514	0.49	0.67	35	.925**	0.45	0.75	17		
				.867**	0.51	0.58	18		
مجموع المحور									
		12.93	25.50						

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) = ٠.٥٧٦

يتضح من جدول (٥) وجود إرتباطات ذات دلالة إحصائية في عبارات ومحاور الاستبيان حيث تراوحت قيمة (ر) المحسوبة ما بين (٠.٥١٤ - ٠.٩٢٨) وهي أكبر من قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥)، مما يعطي دلالة مباشرة وقوية على مناسبة العبارات لما وضعت من أجله. جدول (٦) معامل ألفا كرونباخ لحساب ثبات الاستبيان الخاص بالمجالات والعناصر الاستثمارية والتسويقية في الرياضة المدرسية في المدارس المصرية (ن=١٢)

م	المحور	معامل ألفا كرونباخ	مستوى الدلالة
١	دور المؤسسات الرياضي المسؤولة عن الرياضة المدرسية (الاتحاد الرياضي للمدارس والاداره العامه للتربية الرياضية) في حل المشكلات التي تواجه الاستثمار وتسويق الرياضة المدرسية	٠.٩٨٤	دالة
٢	العناصر الإستثمارية والتسويقية في المدارس المصرية	٠.٩٧٠	دالة

يتضح من خلال جدول (٦) أن معاملات الثبات للاستبيان ككل ومكوناته الفرعية مرتفعة فقد تراوحت بين (٠.٩٧٠ - ٠.٩٨٤) بالنسبة لمعامل ألفا كرونباخ مما يدل على أن الاستبيان يتمتع بثبات واستقرار عالي.
المرحلة الثانية :

ويشمل هذا الجزء قياس استمارة الاستبيان علي جميع أفراد عينة البحث .

تطبيق الدراسة الأساسية :

في يوم الخميس الموافق ٢٠٢٥/٦/١٩ وحتى يوم الاثنين الموافق ٢٠٢٥/٧/٧ , تم تطبيق استمارتي الاستبيان علي العينة الأساسية المكونة من جمع البيانات : تم جمع البيانات الخاصة باستمارة الاستبيان وتم تفريغها في جداول لإجراء العمليات الإحصائية .

المعالجة الإحصائية : استخدم الباحث العمليات الإحصائية المناسبة بإستخدام برنامج الإحصاء (SPSS) وبرنامج (Excel) وذلك لملائمتها لطبيعية تلك الدراسة وعدد أفراد عينة البحث .
عرض ومناقشة النتائج :

جدول (٧) توصيف استجابات مفردات عينة البحث في استمارة الاستبيان على المحور الاول " دور المؤسسات الرياضية المسؤولة عن الرياضة المدرسية (الاتحاد الرياضي للمدارس والاداره العامه للتربية الرياضية) في حل المشكلات التي تواجه الاستثمار وتسويق الرياضة المدرسية " (ن = ٨٠)

م	العبارات	أوافق		لا أوافق		2ك	المجموع التقديري	الأهمية النسبية	الترتيب
		%	التكرار	%	التكرار				
1	توفر المؤسسات الرياضية المسؤولة عن الرياضة المدرسية التمويل اللازم للوفاء باحتياجات المدارس	92.5	74	7.5	6	57.8	148	92.5	1

الترتيب	الأهمية النسبية	المجموع التقديري	ك٢	لا أوافق		أوافق		العبارات	م
				%	التكرار	%	التكرار		
14	76.25	122	22.05	23.75	19	76.25	61	المصدر الوحيد لتمويل الإتحاد الرياضي للرياضة المدرسية هو وزارة التربية والتعليم وميزانية الدولة	2
31	66.25	106	8.45	33.75	27	66.25	53	يوجد برامج تسويق رياضي لدى الإتحاد الرياضي للمدارس والاداره العامه للتربية الرياضية .	3
27	71.25	114	14.45	28.75	23	71.25	57	توجد رؤية واضحة لدى الإتحاد الرياضي للمدارس والادارة العامه للتربية الرياضية خاصة بالتسويق والاستثمار	4
17	75	120	20	25	20	75	60	الجهات الإدارية تقف أمام الإتحاد الرياضي للمدارس والادارة العامه للتربية الرياضية عند الاستثمار وتسويق البطولات.	5
10	78.75	126	26.45	21.25	17	78.75	63	يوجد لدى الإتحاد الرياضي للرياضة المدرسية والادارة العامه للتربية الرياضية قواعد وضوابط للاستثمار والتسويق للبرامج وانشطه الرياضة المدرسية	6
5	81.25	130	31.25	18.75	15	81.25	65	المخصصات المالية للإتحاد الرياضي للمدارس والادارة العامه للتربية الرياضية تفي للوفاء باحتياجاتها	7
18	73.75	118	18.05	26.25	21	73.75	59	يوجد إدارة متخصصة للتسويق والاستثمار الرياضي في الإتحاد الرياضي للمدارس والادارة العامه للتربية الرياضية	8
7	80	128	28.8	20	16	80	64	ضعف اهتمام القيادات داخل المؤسسات الرياضية بعملية التسويق والاستثمار	9
4	82.5	132	33.8	17.5	14	82.5	66	يجب وضع إستراتيجية تسويقية واستثمارية للمنشآت والبرامج الرياضية المدرسية .	10
1م	92.5	148	57.8	7.5	6	92.5	74	أهداف تنظيم بطولات المدارس أهداف رياضية استثمارية وتسويقية	11
28	70	112	12.8	30	24	70	56	استمرار أنشطة الرياضة المدرسية والبرامج طوال العام	12
18م	73.75	118	18.05	26.25	21	73.75	59	نشر الأنشطة علي موقع شبكة المعلومات الدولية بهدف النشر	13
12	77.5	124	24.2	22.5	18	77.5	62	اعداد خطط استثمارية وتسويقية للرياضه المدرسية	14
10م	78.75	126	26.45	21.25	17	78.75	63	ارتباط خطه الإتحاد المصري للرياضه المدرسية والادارة العامه للتربية الرياضية برؤيه جمهورية مصر العربية 2030	15
7م	80	128	26.45	20	16	80	64	التنسيق بين الإتحاد المصري للرياضه المدرسية والاداره العامه للتربية الرياضييه ووزارة الشباب والرياضة للاستثمار . والتسويق الموحد	16
29	68.75	110	11.25	31.25	25	68.75	55	انشاء فناء رياضية لتسويق الانشطة والبرامج الرياضية المدرسية	17

الترتيب	الأهمية النسبية	المجموع التقديري	كا	لا أوافق		أوافق		العبارات	م	
				%	التكرار	%	التكرار			
23	72.5	116	16.2	27.5	22	72.5	58	ادخال الرعاية الرياضية في الأنشطة الرياضية المدرسية	18	
18م	73.75	118	18.05	26.25	21	73.75	59	يعتبر التسويق الرياضي محور أساسي هام لتنمية موارد المدارس	19	
12م	77.5	124	24.2	22.5	18	77.5	62	يؤدي التسويق الرياضي إلي تنمية المدارس	20	
7م	80	128	28.8	20	16	80	64	يوجد إدارة للتسويق داخل وزارة التربية والتعليم .	21	
23م	72.5	116	16.2	27.5	22	72.5	58	يوجد إدارة للتسويق داخل وزارة التربية والتعليم .	22	
18م	73.75	118	18.05	26.25	21	73.75	59	تقوم إدارة التسويق بالوزارة بإعداد كتب سنوي به تاريخ المدارس ومزود به صور للبرامج والرعاية	23	
5م	81.25	130	31.25	18.75	15	81.25	65	تتعاهد وزارة التربية والتعليم مع أحدي الشركات لتغطية احتياجاتها مقابل الدعاية والإعلان لها	24	
3	88.75	142	48.05	11.25	9	88.75	71	يقوم علي التسويق داخل وزارة التربية والتعليم قيادات متخصصة في مجالات التسويق .	25	
32	65	104	7.2	35	28	65	52	وزارة التربية والتعليم تنظم اتفاقيات مع المؤسسات الإعلامية للإعلان علي رعاية ودعم البطولات الرياضية	26	
32م	65	104	7.2	35	28	65	52	تضع الاداره العامه اللوائح والقوانين لتسمح لوزارة التربية والتعليم ببيع خدماتها	27	
14م	76.25	122	22.05	23.75	19	76.25	61	وزارة التربية والتعليم مقتنعين بأهمية الاستثمار والتسويق	28	
23م	72.5	116	16.2	27.5	22	72.5	58	تضع وزارة التربية والتعليم ضوابط لتسويق برامج الرياضه المدرسيه	29	
30	67.5	108	9.8	32.5	26	67.5	54	توجد إستراتيجية تسويقية لدي وزارة التربية والتعليم (الاداره العامه)	30	
18م	73.75	118	18.05	26.25	21	73.75	59	توجد أهداف تسويقية لدي وزارة التربية والتعليم (الاداره العامه)	31	
14م	76.25	122	22.05	23.75	19	76.25	61	توجد لوائح قانونية تحدد طبيعة تأجير وإستغلال منشآت المدارس	32	
			مجموع المحور					76.09%	3896	

*قيمة كا ٢ عند مستوى معنوية (٠.٠٥) = (٣.٨٤) عند درجة حرية (١)

يتضح من جدول (٧) أن قيم كا ٢ المحسوبة قد إنحصرت ما بين (٧.٢ - ٥٧.٨) بينما بلغت قيمة كا ٢ الجدولية (٣.٨٤) عند درجة حرية (١) وهي أصغر من قيمة كا ٢ المحسوبة وهذا ما يشير إلى الدلالة الإحصائية لجميع عبارات المحور، وقد بلغ المجموع التقديري لإجمالي عبارات المحور الأول (3896 / 32 عبارة أصلية) وبمتوسط أهمية نسبية بلغت (76.09%)، وقد تراوح المجموع التقديري للعبارات ما بين (١٠٤ - ١٤٨) في مجموع الإستجابات (٠ - ١)، في حين حصلت جميع

العبارات علي أهمية نسبية أكثر من (٥٠%) من مجموع إستجابات مفردات عينة البحث ، حيث تراوحت الأهمية النسبية للعبارات ما بين (٦٥.٠٠ - ٩٢.٥%).

وجاءت ترتيب العبارات حسب أهميتها النسبية وفقا لاستجابات العينة كالتالي ١- توفر المؤسسات الرياضية المسئولة عن الرياضة المدرسية التمويل اللازم للوفاء بإحتياجات المدارس ١١- أهداف تنظيم بطولات المدارس أهداف رياضية استثمارية وتسويقية. ٢٥- يقوم علي التسويق داخل وزارة التربية والتعليم قيادات متخصصة في مجالات التسويق . ١٠- يجب وضع إستراتيجية تسويقية واستثمارية للمنشآت والبرامج الرياضية المدرسية . ٧- المخصصات المالية للاتحاد الرياضي للمدارس والادارة العامه للتربية الرياضية تفي للوفاء بإحتياجاتها. وأتفقت هذه النتائج مع دراسة كوثر السعيد محمود الموجي اساليب مقترحة لتسويق المنشآت الرياضية بجامعة الفيوم". ويرى الباحث انه يجب علي المؤسسات الرياضية المدرسية توفير التمويلات اللازمة للوفاء بإحتياجات المدارس وتنظيم البطولات وانشاء ادارة خاصة بالاستثمار والتسويق للرياضة المدرسية ووضع خطط واضحة وقابلة للتنفيذ علي ارض الواقع للاستثمار وتسويق المنشآت الرياضية المدرسية ووضع ميزانية للاتحاد المصري للرياضة المدرسية تتناسب مع الاحتياجات والانفاق علي الرياضة المدرسية وتغطية الاحداث الرياضية المدرسية تغطية اعلامية كاملة للعمل علي تسويق انشطتها وجذب الرعاية والمستثمرين المحليين والاجانب للاستثمار في الرياضة المدرسية .

جدول (٨) توصيف استجابات مفردات عينة البحث في استمارة الاستبيان على المحور الرابع " العناصر الإستثمارية

والتسويقية في المدارس المصرية " (ن = ٨٠)

م	العبارات	أوافق		لا أوافق		كأ	المجموع التقديري	الأهمية النسبية	الترتيب
		%	التكرار	%	التكرار				
1	الدوريات الرياضية المدرسية	77.5	62	22.5	18	24.2	124	77.5	10
2	بطولات المدارس (المحلية - العربية (الأفريقية - الدولية	81.25	65	18.75	15	31.25	130	81.25	1
3	المطبوعات الخاصة بالانشطة الرياضية وتنفيذها	81.25	65	18.75	15	31.25	130	81.25	١م
4	المنشآت الرياضية في المدارس المصرية	81.25	65	18.75	15	31.25	130	81.25	١م
5	الادوات الرياضية المستخدمة في تنفيذ الانشطة الرياضية المدرسية	80	64	20	16	28.8	128	80	4
6	أسوار المدارس من الداخل والخارج	80	64	20	16	28.8	128	80	4م
7	انشاء قنوات فضائية للرياضة المدرسية	80	64	20	16	31.25	128	80	4م
8	مواقع التواصل الاجتماعي للمدارس والادارات التعليمية	78.75	63	21.25	17	26.45	126	78.75	7
9	تستثمر الشركات الراعية اقبال وحب الجماهير لبعض الألعاب للتسويق لنفسها	78.75	63	21.25	17	26.45	126	78.75	7م
10	تقوم الشركات باستخدام وسائل جذب كافية كتقديم الجوائز والهدايا في بطولات المدارس	77.5	62	22.5	18	24.2	124	77.5	11

م	العبارات	أوافق		لا أوافق		2ك	المجموع التقديري	الأهمية النسبية	الترتيب
		%	التكرار	%	التكرار				
11	الملابس الرياضية للاعبين المشاركين في البطولات الرياضية المدرسية	78.75	63	21.25	17	26.45	126	78.75	7م
12	الزي الرياضي للمدارس المصرية	76.25	61	23.75	19	22.05	122	76.25	12
مجموع المحور							1522	79.27	

*قيمة كا ٢ عند مستوى معنوية (٠.٠٥) = (٣.٨٤) عند درجة حرية (١)

ينضح من جدول (٨) أن قيم كا ٢ المحسوبة قد إنحصرت ما بين (٣١.٢٥ - ٢٢.٠٥) بينما بلغت قيمة كا ٢ الجدولية (٣.٨٤) عند درجة حرية (١) وهي أصغر من قيمة كا ٢ المحسوبة وهذا مايشير إلى الدلالة الإحصائية لجميع عبارات المحور، وقد بلغ المجموع التقديري لإجمالي عبارات المحور الأول (١٥٢٢ / ١٢ عبارة أصلية) وبمتوسط أهمية نسبية بلغت (٧٩.٢٧٪)، وقد تراوح المجموع التقديري للعبارات ما بين (١٢٢ - ١٣٠) في مجموع الإستجابات (٠ - ١)، في حين حصلت جميع العبارات علي أهمية نسبية أكثر من (٥٠٪) من مجموع إستجابات مفردات عينة البحث، حيث تراوحت الأهمية النسبية للعبارات ما بين (٧٦.٢٥ - ٨١.٢٥٪). وجاءت ترتيب العبارات حسب أهميتها النسبية وفقا لاستجابات العينة كالتالي: ١- الدورات الرياضية المدرسية ٢- بطولات المدارس (المحلية - العربية الافريقية - الدولية) ٣- المطبوعات الخاصة بالانشطة الرياضية وتنفيذها ٤- المنشآت الرياضية في المدارس المصرية ٥- الادوات الرياضية المستخدمة في تنفيذ الانشطة الرياضية المدرسية ٦- أسوار المدارس من الداخل والخارج ٧- انشاء قنوات فضائية للرياضة المدرسية وأنفقت هذه النتائج مع دراسة أحمد فاروق عبد القادر "واقع المنشآت الرياضية المدرسية وإمكانية استثمارها كمراكز لممارسة النشاط الرياضي بمحافظة الداخلية جامعة الملك سعود". ويرى الباحث أن الدورات الرياضية المدرسية وبطولات المدارس المحلية والدولية ومطبوعات الانشطة الرياضية والمنشآت الرياضية الخاصة بوزارة التربية والتعليم واسوارها من الداخل والخارج واسوار المدارس والادوات والاجهزه المستخدمة في تنفيذ برامج أنشطة الرياضة المدرسية هي أهم العناصر الإستثمارية والتسويقية في المدارس المصرية

الاستخلاصات :

في ضوء ما جاء بهدف البحث وتساؤله وما توصل اليه الباحث من نتائج تم استخلاص ما يلي :

توجد مشكلات تواجه الاستثمار والتسويق في الرياضة المدرسية

عملية الاستثمار والتسويق تساعد في الانفاق علي برامج وانشطة الرياضة المدرسية

مجالات الاستثمار والتسويق في أنشطة الرياضة المدرسية في المدارس المصرية هي

المنشآت الرياضية الخاصة بوزارة التربية والتعليم ملاعب حمامات سباحة صالات وغيرها

المدارس - بالاحداث الرياضية المدرسية وبطولات الرياضة المدرسية (الادارات والمحافظات

والجمهورية والبطولات الدولية) - اللاعبين - الزي الرياضي للاعبين والمنظمين
المؤسسات المسؤولة عن الرياضة المدرسية هي الاتحاد المصري للرياضة المدرسية - الادارة العامه
للتربية الرياضية - وزارة التربية والتعليم - وزارة الشباب والرياضة
الشركات الراعية هي التي تقوم بعملية الاعلام والتسويق للاحداث الرياضية مما يساهم بشكل فعال في
عملية الاستثمار

التوصيات :

- اعتماداً على المعلومات والبيانات التي تمكن الباحث من الإطلاع عليها ، وانطلاقاً من
الاستنتاجات المستمدة من العرض والتحليل الإحصائي لبيانات هذا البحث يوصى الباحث بما يلي :
- ١- عمل احصاء للمشكلات التي تواجه الاستثمار والتسويق في الرياضة المدرسية
 - ٢- تفعيل دور المؤسسات الرياضية المسؤولة عن الاستثمار والتسويق في الرياضة المدرسية
 - ٣- اعطاء الفرصة للشركات الراعية ورجال الاعمال فى الاستثمار والتسويق لانشطة الرياضة المدرسية
 - ٤- العمل علي خلق مناخ جيد للاستثمار والتسويق فى الرياضة المدرسية المصرية
 - ٥- انشاء ادارة خاصة بالاستثمار والتسويق للرياضة المدرسية
 - ٦- انشاء قنوات فضائية خاصة بتغطية برامج وانشطة وبطولات الرياضة المدرسية
 - ٧- وضع خطط استثمارية وتسويقية من قبل متخصصين تتيح الفرصة للاستثمار والتسويق في
الرياضة المدرسية (انشطة الرياضة المدرسية - البطولات والمنافسات- المنشآت والملاعب
والصالات - اللاعبين)

قائمة المراجع العربية والاجنبية

- ١- أحمد فاروق عبد القادر (٢٠١٨) بعنوان "واقع المنشآت الرياضية المدرسية وإمكانية استثمارها كمراكز لممارسة النشاط الرياضي بمحافظة الداخلية جامعة الملك سعود".
- ٢- أشرف عبد المعز عبد الرحيم (٢٠١٦م) اقتصاديات تمويل الأندية الرياضية المصرية الأكاديمية الدولية لتكنولوجيا الرياضة المجلة الأوربية لتكنولوجيا علوم الرياضة - المجلة الأوربية لتكنولوجيا علوم الرياضة.
- ٣- أشرف صبحي محمد حسين وآخرون (٢٠٢١م): طرق وأساليب الاستثمار في المجال الرياضي بجمهورية مصر العربية، بحث منشور، المجلة الرياضية للتربية البدنية وعلوم الرياضة- كلية التربية الرياضية جامعة حلوان.
- ٤- كوثر السعيد محمود الموجي وآخرون (٢٠٢١) بعنوان اساليب مقترحة لتسويق المنشآت الرياضية بجامعة الفيوم
- ٥- بوكشيريدة علي (٢٠٢١) بعنوان دور التسويق الرياضي في تطوير المؤسسات الرياضية في الجزائر
- ٦- دراسة **Smith. T. K** (٢٠٠٦م): "استراتيجية لتطوير المدارس الإعدادية من خلال مركز التنمية" هدفت الدراسة الى تطوير مناهج التربية الرياضية بالمرحلة الإعدادية في المدارس الكندية

ملخص البحث

مجالات الاستثمار والتسويق في أنشطة الرياضة المدرسية في المدارس المصرية

أ.د/ كمال الدين عبد الرحمن درويش

أ.د/ محمد حامد عبد الخالق بلتاجي

أ.د/ محمد المتوكل علي الله حسن سليمان

الباحث/ محمود عبد الجيد رمضان

اهمية البحث

تتمثل اهمية البحث في التعرف علي المشكلات التي تواجه الاستثمار والتسويق في الرياضة المدرسية
تحديد مجالات الاستثمار والتسويق في أنشطة الرياضة المدرسية في المدارس المصرية

هدف البحث

يهدف هذا البحث الى وضع قائمة بمجالات الاستثمار والتسويق في أنشطة الرياضة المدرسية في المدارس المصرية
يتم وضع قائمة وفقاً لنتائج استمارة الاستبيان التي يتم عرضها علي السادة الخبراء وتشمل:
— الخطط الاستثمارية و التسويقية لبرامج وأنشطة الرياضة المدرسية

الاستخلاصات :

في ضوء ما جاء بهدف البحث وتساؤلة وما توصل اليه الباحث من نتائج تم استخلاص ما يلي :
مجالات الاستثمار والتسويق في أنشطة الرياضة المدرسية في المدارس المصرية هي
المنشآت الرياضية الخاصة بوزارة التربية والتعليم ملاعب حمامات سباحة صالات وغيرها
المدارس – بالاحداث الرياضية المدرسية وبطولات الرياضة المدرسية (الادارات والمحافظه والجمهوريه والبطولات
الدولية) – اللاعبين – الزي الرياضي للاعبين والمنظمين
المؤسسات المسؤولة عن الرياضة المدرسية هي الاتحاد المصري للرياضة المدرسية – الادارة العامه للتربية الرياضية
– وزارة التربية والتعليم – وزارة الشباب والرياضة
الشركات الراعية هي التي تقوم بعملية الاعلام والتسويق للاحداث الرياضية مما يساهم بشكل فعال في عملية الاستثمار

التوصيات :

- ١- تفعيل دور المؤسسات الرياضية المسؤولة عن الاستثمار والتسويق في الرياضة المدرسية
- ٢- اعطاء الفرصة للشركات الراعية ورجال الاعمال في الاستثمار والتسويق لانشطة الرياضة المدرسية
- ٣- العمل علي خلق مناخ جيد للاستثمار والتسويق في الرياضة المدرسية المصرية
- ٤ – انشاء ادارة خاصة بالاستثمار والتسويق للرياضة المدرسية
- ٥- انشاء قنوات فضائية خاصة بتغطية برامج وأنشطة وبطولات الرياضة المدرسية
- ٦ – وضع خطط استثماريه وتسويقية من قبل متخصصين تتيح الفرصة للاستثمار والتسويق في الرياضة المدرسية
(أنشطة الرياضة المدرسية – البطولات والمنافسات- المنشآت والملاعب والصالات – اللاعبين)

Abstract**Areas of Investment and Marketing in School Sports Activities in Egyptian Schools****Prof. Kamal El-Din Abdel Rahman Darwish****Prof. Mohamed Hamed Abdel Khaleq Beltagy****Prof. Mohamed El-Mutawakkil Ali Allah Hassan****Researcher. Mahmoud Abdel-Ghaid Ramadan****Importance of the Research**

The importance of the research lies in identifying the problems facing investment and marketing in school sports.

Identifying areas of investment and marketing in school sports activities in Egyptian schools.

Research Objective

This research aims to develop a list of areas of investment and marketing in school sports activities in Egyptian schools.

The list is developed based on the results of the questionnaire presented to the experts, including:

- Investment and marketing plans for school sports programs and activities

Conclusions:

In light of the research objective and questions, and the researcher's findings, the following conclusions were drawn:

Areas of investment and marketing in school sports activities in Egyptian schools are:

Sports facilities owned by the Ministry of Education, including playgrounds, swimming pools, halls, etc.

Schools - School sports events and school sports championships (administrative, governorate, national, and international championships) - Players - Player uniforms and organizers

The institutions responsible for school sports are: The Egyptian Federation for School Sports

- The General Administration of Physical Education - The Ministry of Education - The

Ministry of Youth and Sports Sponsoring companies are responsible for the media and marketing of sporting events, which contributes effectively to the investment process.

Recommendations:

1. Activate the role of sports institutions responsible for investment and marketing in school sports.

2. Give sponsoring companies and businessmen the opportunity to invest and market school sports activities.

3. Work to create a favorable climate for investment and marketing in Egyptian school sports.

4. Establish a department dedicated to investment and marketing in school sports.

5. Establish satellite channels dedicated to covering school sports programs, activities, and tournaments.

6. Develop investment and marketing plans by specialists that provide opportunities for investment and marketing in school sports (school sports activities, tournaments and competitions, facilities, stadiums, and halls, and players).