

## عقد تخصيص منفذ مقابل عموله من مبيعات نشاط كرة السله بجمعيه الشبان المسيحيه بمحافظة الاسكندريه

د. على احمد على حسنين

مدرس دكتور بقسم الاداره الرياضيه والترويج - كلية التربية الرياضية للبنين - جامعة الاسكندرية

### مقدمه ومشكله البحث:

الأنشطة الترويحية تلعب دوراً كبيراً في حياة الأفراد خلال أوقات فراغهم والأسلوب الذي ينبغي الأخذ به هو إتاحة الفرص العديدة للفرد من خلال ممارسة تلك الأنشطة الترويحية البناءة التي تؤدي إلى الوصول بالفرد إلى الشخصية المتكاملة من الناحية ( البدنية ، النفسية ، الاجتماعية ، العقلية ، الثقافية ، الصحية ، السياسي ) وصولاً إلى زياده الإنتاجية داخل المؤسسات الإنتاجية المختلفه سواء تمثل ذلك ( القطاع حكومي ، القطاع الأستثماري الأستراكي ، القطاع الخاص ) .  
يشير محمد الحماحمي وعائده عبد العزيز إلى أن تعد الأنشطة الترويحية ( الألعاب ) هو ذلك النوع من الترويج الذي تتضمن برامجه العديد من المناشط البدنية والرياضية، كما أنه يعد أكثر أنواع الترويج تأثيراً على الجوانب البدنية الفسيولوجية للفرد الممارس لأوجه مناشطه (٢٩ : ٨٤)  
ويؤكد الباحث على أن من أنواع الأنشطة الترويحية ( الألعاب ) المسابقات ذات التنظيم البسيط مثال (الألعاب الترويحية الجماعية ( المصغره ) - الألعاب الترويحية الفرديه (المصغره) - الألعاب الترويحية الزوجيه ( المصغره ) ، الألعاب الترويحية الجماعيه الكبيره ألعاب الكره مثال ( كره القدم ، كره السله ، كره اليد ، كره الطائره، الهوكي .. الخ ، ألعاب مائيه مثال (كره الماء ، التجديف، قوارب الشراع ... الخ)، ألعاب القوى مثال ( سباقات جرى التتابع .. الخ ألعاب حديثه جماعيه الألعاب الترويحية الفرديه الكبيره ألعاب الكره مثال ( كره السرعة، التنس الارضى ، تنس الطاولة .... الخ)، الألعاب المائيه (سباحه، غوص، تجديف، سباحه بالزعانف، قوارب الشراع الفرديه الخ ألعاب القوى (الجرى مسافات قصيره ، الجرى مسافات طويله، ألعاب الرمي ، ألعاب الوثب ، جرى التتابع .... الخ الألعاب الفرديه القتاليه (الكاراتيه ، التايكونيدو، الكونغ فو، السلاح ، المصارعه .. الخ ألعاب فرديه أخرى (الجمباز الارضى، الجمباز على الأجهزة، جمباز العروض .. الخ ألعاب حديثه فرديه الألعاب الترويحية الزوجيه الكبيره ، ألعاب الكره مثال (كره السرعة ، التنس الارضى ، تنس الطاولة ... الخ ) ألعاب مائيه مثال ( التجديف ، قوارب الشراع ، ألواح الترحلق الزوجيه بالشراع.... الخ ) الألعاب الزوجيه القتاليه ( الكاراتيه ، الكونغ فو ، المصارعه .. الخ ، ألعاب زوجيه أخرى ( الجمباز الارضى ، الجمباز على الأجهزة ، جمباز العروض .. الخ ألعاب حديث زوجيه .

وفي هذا يلخص عصام بدوى ، نازك مصطفى سنبل ، ألين وديع على أن يقوم الأتحاد المصرى وأتحادات المناطق بإقامه المسابقات والبطولات المحليه فى الالعب المختلفه بصفه عامه و كره السله بصفه خاصه سنويا بين الفرق المختلفه من الجنسين وفى جميع المراحل السنيه ( رجال ، سيدات ، شبان، شبان ، ناشئين ، ناشئات، براعم) الأمر الذى يساعد على انتشار اللعبه وتطورها المستمر فى جميع أنحاء الجمهوريه، كما يشترك الأتحاد أيضا فى المباريات الدوليه والعالميه والأقليميه و العربيه . (١٦ : ٢٠٣).

ويوضح كمال درويش، محمد صبحى حسنين ان لعل أهم أسباب نمو الأعمال فى صناعه الرياضه هى الشعبيه الكبيره للرياضات والشعبيه المتوقعه مثل شعبيه كره السله نجعل من صناعه هذه الأنشطة الرياضيه نشاطا متميزا قد فاق الكثير من الصناعات الاخرى. (٢٠ : ١٧)

وفى هذا يشير محمد صالح القرشى إلى أن من تعريفات الناتج القومى الناتج المحلى الاجمالى بكلفه ( عنصر الانتاج ) وهذا يقىس القيمه الكليه للانتاج فى البلد خلال مده من الزمن

ويرتبط هذا بالتضخم يعرف التضخم بوصفه الأرتفاع المستدام في معدل الأسعار عبر مده من الزمن والتضخم يكون في أسعار أو فرق الأسعار الذي يرتبط بقيمه العملات عبر فترة من الزمن. (٢٣: ١٠٣، ١١٤ - ١١٥)

وفي هذا يرى محمد صبحى حسانيين ، عمرو احمد جابر (٢٠١٣) دوله كمصر تمتلك (موارد بشرية) اضافه على أن هذا لن يأتي الا من خلال توفير مصادر متعدده (للتمول) مساعده الاتحادات الرياضيه على التحرر من الدعم الحكومى فى تمويل أنشطتها بل من خلال شركات بين الأجهزة الحكوميه المختلفه، الاتحادات الرياضيه من كل ماسبق يتضح أن هناك علاقه وثيقه تربط بين (النقود) و(الرياضه) (٢٤: ١٦٦ - ١٦٩)

وفي هذا يشير محمد عبده حافظ على أن العملية البيعية فئه أقناعات الأخرين بالعملية الشرائيه ، العرض المقنع بالطريقه التى تدفع ( جمهور المستفيدين) للشراء، تلك العمليه التى تسعى الى تحقيق أقصى اشباع ( لجمهور المستفيدين) فى حدود قدراته الشرائيه ، تلك المجهودات الشخصيه والغير شخصيه التى تبذل لحث العميل المرتقب ( جمهور المستفيدين ) على تقبل فكره لها أهميتها عند البائع كما يرى ان الوظيفه البيعيه هى تلك المجهودات الشخصيه والغير شخصيه التى تبذل لحث العميل المرتقب ( جمهور المستفيدين) على الشراء ومساعدته على هذا الشراء ، ويتضمن البيع الشخصى التحدث الشفهى مع العميل ( جمهور المستفيدين ) أو العملاء ( جمهور المستفيدين ) لعقد صفقه البيع، أما المجهودات البيع الغير الشخصى فهى التى تتم بطريقه غير شفهييه وتشمل الاعلان (الرساله الاعلانيه ) ووسائل أخرى ( للعملية البيعيه). (٢٦: ٩ - ١٠)

وفي هذا يشير ستيف ماركس الى أن مفهوم الاتفاق يعنى أكثر من وجود أجراء مقابله بل انها عمليه ادراه توقعات التى يستخدمها البائع بشكل متكرر قبل وأثناء وبعد مقابلاتهم مع ( المستفيدين ) أو العملاء ، يقلل الاتفاق الفوارق والمشاكل المتوقعه ويزيل عدم الثقه والخلاف بين البائع والمستفيد مما يؤدي الى ارتفاع التفاعل الايجابى وسيكون كلا الطرفين فى حاله تركيز للدرجه التى تتضاعف فيها الأفكار والأحتمالات يقوم العملاء ( المستفيدين ) تدريجيا بعملية الشراء وكلما زادت الاتفاقات زادت التوقعات ، حينما تكتشف كبائع قوه عمليه الاتفاق ستقوم بأجراء اتفاق مع العميل (المستفيد) أو العميل المرتقب ( المستفيد) (أفراد) (مؤسسات) (٨: ١٥٧ - ١٦٩).

وفي هذا يرى محمد صبحى حسانيين ، عمرو احمد جابر (٢٠١٣) استغلال الأماكن الشاغره (كمنافذ للبيع) اثناء ممارسه الأنشطة الرياضيه وايضا فى البطولات والمنافسات والمسابقات والدورات من خلال الأستفاده من هذه الأماكن فى البيع التى تدر أرباحا يمكن تأجير هذه الأماكن أو التعاقد نظير مبالغ (نقديه) يتم دفعه مقدما ومن الأجراءات الواجب اتباعها (لمنافذ البيع) دراسة السوق قبل (الرعايه) من حيث ممارسه، مزاياه مناقصه، (تأجير) الاعلان والدعايه عنها طبقا ( للمؤسسه)، اتخاذ التصاريح من الجهات المعنيه ، تحديد أماكن (منافذ البيع)، (طبقا للتعاقد)، اتخاذ كافه الأجراءات القانونيه المترتبه على ذلك. (٢٤: ٣٢٢)

ويعضد حسام رضا عبد الحميد ان التطور الملحوظ والمتلاحق فى مجال المعاملات التجاريه عموما والعقود التجاريه خصوصا قد دفعت المشرع المصرى الى وضع قواعد واحكام تتمشى وتتواءم مع هذا التطور خرج فيها على القواعد التقليديه التى تحكم العقود فى القانون المدنى سواء فى مجال تكوينها أو تنفيذها أو ابطالها أو فسخها فقد أصبحت تلك القواعد عاجزه وقاصره عن مواجهه الظواهر القانونيه والمشكلات العمليه التى أفرزتها العقود التجاريه المحليه منها والدوليه فتمرد بذلك المشرع فى قانون التجاره رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩م على القانون المدنى الذى ظل ردها من الزمن حبيسا للقواعد التقليديه الوارده فى نصوص القانون المدنى بشأن العقود عموما ومظاهر هذا التمرد عديده نذكر منها اعلاء سلطان الأرادة بجعل اتفاق المتعاقدين المصدر الاول من مصادر الألتزام التجارى حيث تقضى ماده الثانيه من قانون التجاره رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩م بأن يسرى اتفاق المتعاقدين على المواد التجاريه أولا فإن لم يوجد هذا الاتفاق تطبق نصوص قانون التجاره المذكور أو غيره من القوانين المتعلقه بالمواد التجاريه كمصدر ثان للألتزامات التجاريه فاذا لم توجد النصوص تطبق قواعد

العرف التجارى والعادات التجاربه كمصدر ثالث وفى حاله عدم وجود هذا العرف او تلك العادات قنطبق احكام القانون المبنى كمصدر رابع وأردفت تلك الماده فى الفقره الثانيه منها ان اتفاق المتعاقدين او قواعد العرف التجارى أو العادات التجاربه لاتطبق اذا تعارضت مع النظام العام فى مصر (٦ : ٥ - ٦)

ويؤكد حسن وجيه حسن ان الحديث عن العقود وفهم عمليات التعاقد واجراءاتها ومساحات التفاوض المتعلقة بها من الأمور التى تختلف طبقاً لنوع العقد وطبيعته المتعاقدين فعقود الأذعان مثلاً هى عقود ذات اتجاه واحد وغير قابله للأخذ والعطاء حين ان عقود الممارسه أو مايسمى ايضاً بعقود المساومه هى عقود تخضع للتفاوض بطبيعتها حيث تكون مساحات التفاوض هنا ذات نطاق متسع وتشمل امور مثل التفاوض على نوع العقد والتفاوض على السعر ( أو التكلفة المقدره الأتعاب ) وعلى أسلوب وتوقيت التنفيذ الى ما ذلك من أمور وهنا يحاول طرفى العقد التفاوض على بنود تشمل الألتزام المتبادل وليس التزم من جانب واحد وكذلك يتم التفاوض للوصول الى معادلات متوازيه بخصوص طبيعه المخاطر التى لا بد ان تكون مقبوله ومعقوله للمتعاقد وتمثل نوع من الحافز الجيد على الأداء الكفاء وتأخذ العمليات التعاقدية عده أمور بعين الأعتبار مثل المنافسه السعريه ، تحليل السعر ، تحليل التكلفة ، فتره الأداء ، الأمكانات الفنيه للمتعاقد والمسؤوليات الماليه (٥ : ٧٨)

ويوضح عبد الحميد الشواربى الاصل فى البيع التجارى انه عقد رضائى يتم وفق مانصت عليه الماده ( ٨٩ ) مدنى او الماده ( ٨٨ ) من قانون التجاره رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩م بمجرد أن يتبادل طرفان التعبير عن ارادتين متطابقتين مع مراعاة مايقدره القانون فوق ذلك من أوضاع معينه لأنعقاد العقد واذا كانت حمايه المتعاقدين فى العقود المدينه تستوجب احياناً أن يفرغ العقد من شكل خاص ، الا أن ذلك فى العقود التجاربه والبيع التجاربه كالمبنى ، عقد يلتزم فيه البائع ان ينقل للمشتري ملكيه شئ ، أو حقا ماليا آخر فى مقابل ثمن نقدى ، وهو عقد يخضع للشروط العامه للتعاقد كما نظمها القانون المبنى فى نظريه العقد وعلى ذلك يجب ان يكون التعبير على الأراداه صحيحاً خالياً من العيوب تشوبها وهى الخطأ والاكراه والتدليس ، وأن تتوفر فيمن تنصدر عنه الأهليه التى يتطلبها وأن يكون للعقد محل ممكن ومشروع وأن يكون الألتزام سبب غير مخالف للنظام العام أو الأداب ( ١٣ : ٤٠١ )

يشير عبد الفضيل محمد أحمد عقود الوساطه التجاربه فى ظروف التجاره المعاصره ، لم يعد اتصال التاجر بالمتعاملين معه مباشره ممكنه او يسرا الا بالنسبه للمشروعات الصغيره أما فى المشروعات المتوسطه والكبيره ، فان التاجر يستعين عاده بالوسطاء وقد تكون الأعمال محل الوساطه ماديه مثل خدمه العملاء أو البحث عن المتعاقدين وقد تكون قانونيه مثل البيع والشراء والرهن والقرض وقد يتعاقد الوسيط بأسم موكله ولحسابه فيكون تجارياً عن الموكل وقد يتعاقد بأسمه الشخصى لحساب موكله فيكون وكيلاً بالعموله وقد يقتصر على التقريب بين التاجر والعميل دون ان يظهر فى العقد لابصفته وكيلاً ولا بصفته اصيلاً فيكون سمساراً يقتصر دوره على القيام بأعمال ماديه ( ١٤ : ٨١ )

وفى هذا يؤكد نعيم أحمد شينار على ان عرفت الماده ( ١٦٦ ) من قانون التجاره فى فقرتها الأولى للوكاله بالعموله بأنها ( عقد يتعهد بمقتضاه الوكيل بأن يجرى بأسمه تصرفاً قانونياً لحساب الموكل ) ولم يشر هذا التعريف الى أجر الوكيل بالعموله وذلك أعتماًداً على ما جاء بالاحكام العامه للوكاله التجاربه فى الماده ( ١٥٠ / ١ ) بقولها ( تكون الوكاله التجاربه بأجر ) وذلك أن أحكام الوكاله التجاربه تسرى على الوكاله بالعموله فالوكيل بالعموله شخص يبأشر التصرفات باسمه الشخصى لحساب شخص آخر أو ( شخصيه أعتباريه ) يسمى الموكل بمقتضى عقد الوكاله بالعموله والوكيل ( بالعموله ) يتخصص عاده فى نوع أو اكثر من الأعمال كالتخصص فى الشراء أو البيع وكلمه عموله تعنى ( المقابل ) الذى يتقاضاه الوكيل بالعموله نظير أدائه ( مهمته ) ومنها أستمد هذا العقد بأسمه الوكاله بالعموله هى ( العقد الذى يلتزم فيه الوكيل بالعمل بأسم - نفسه - لحساب الموكل فى مقابل أجر او عموله. (٣٥ : ٢٥ - ٢٦)

من خلال ما سبق وأثناء الخطوات التنفيذية لبدء النشاط الترويحي (الالعاب) (كره السله) بنادى كليه التربيه الرياضيه للبنين ابوقير جامعه الاسكندريه كنشاط خدمه للمجتمع المحيط بالتنسيق مع مديره التربيه والتعليم محافظه الاسكندريه ( اداره المتنزه) خلال الفتره من ١٠ / ١١ / ٢٠١٦ الى ٣٠ / ٩ / ٢٠١٨ من خلال الخطوات التاليه :- مرفق (١)  
جدول (١) مراحل خطوات بدء نشاط كره السله

الخطوة الأولى	الخطوة الثانية	الخطوة الثالثة
		
الخطوة الرابعة	الخطوة الخامسة	الخطوة السادسة
		

- يتضح من خلال مراحل بدء الباحث النشاط الترويحي (الالعاب) (كره السله) بنادى كليه التربيه الرياضيه للبنين ابوقير جامعه الإسكندرية. ( جدول ) (١) مرفق (١)
- مع الأهتمام برعايه ممارسى الأنشطة الترويحيه،(أولياء الأمور)، (الوالدان) بتخفيض أسعار الملابس ، بعض الأدوات للممارسين النشاط (كره السله )
- بالإضافة الى ممارسه الباحث لنشاط كره السله (كلاعب ، ممارس للنشاط) (مدرّب ،أخصائى نشاط ترويحي (الالعاب) ( كره السله ) ٢٥ عام تقريبا.
- مع اتجاه الدوله المصريه لرعايه الطفل المصري فى ضوء الدستور المصرى لسنة ٢٠١٤ وتعديلاته ، وقانون اللائحه التنفيذيه للنظام الأساسى لقانون الرياضه المصرى ( بالأنديه ، مراكز الشباب) لسنة ٢٠١٧ ، وقانون اللائحه التنفيذيه للنظام الأساسى للجمعيات لسنة ٢٠٠٢.
- مع اطلاع الباحث على العديد من الدراسات الاجنبيه والعربيه لم يتطرق أحد من الدارسين الى هذا البحث.
- هذا بالإضافة الى التوصل من خلال منظومه بيئه العمل بطريقه اسلوب النظم بتصميم الباحث جدول (٢)

جدول (٢) نظام بيئه العمل بطريقه أسلوب النظم

مخرجات (نواتج مستهدفه)	عمليات	مدخلات
التقييم المبني من خلال اختبارات بدنيه الربع السنويه	تحديد مهام الهيكل التنظيمى لنشاط الترويحي كره السله	عرض لنشاط كره السله
التقييم للتطور الحركى من خلال الملاحظه	تصميم خطه البرامج ترويحيه لنشاط كره السله السنويه للمراحل السنيه المختلفه	خطابات ومكتابات رسميه

التقييم للتطور المهارى من خلال الملاحظه	تصميم خطه البرامج ترويجيه لنشاط كره السله الربع سنويه للمراحل السنويه المختلفه	خطابات و تصاريح رسميه للانتقاء ممارسى نشاط كره السله
اعداد التقييم من خلال الأختبارات المهاريه للمرحله السنويه ابتداء من المرحله السنويه ٢٠٠٧	تسليم الساده الساده أخصائى نشاط كره السله الخطه السنويه والربع سنويه للمراحل السنويه المختلفه	اختيار الساده أخصائى نشاط كره السله والجهاز الفنى
اعداد التخطيط المرحلى للتسجيل بالاتحاد المصرى لكره السله لممارسى نشاط كره السله	تنفيذ الخطه الربع سنويه لبرامج نشاط الترويجى لكره السله	مستندات مطلوبه للاتحاق ممارسى نشاط الترويجى كره السله
اعداد التخطيط المرحلى لمهرجانات والمسابقات من قبل نادى كليه التربيه الرياضيه للبنين	متابعه نشاط كره السله من الجهاز الأدارى لنشاط الترويجى لكره السله للمراحل السنويه المختلفه	أوقات وملايس رياضيه يتم احضارها لممارسه النشاط الترويجى كره السله
اعداد التخطيط طويل المدى للمراحل السنويه المختلفه للاشتراك بالمسابقات والمهرجانات والبطولات بالاتحاد المصرى لنشاط كره السله ووزاره الشباب والرياضه ووزاره الشؤون الاجتماعيه	الأشراف على النشاط الترويجى لكره السله للمراحل السنويه المختلفه من السيد مدير الجهاز الفنى	تصميم قاعده بيانات الكترونيه بالبيانات الشخصيه لممارسى النشاط الترويجى كره السله
	اعداد كشوف محاسبية شهريه لرواتب الساده أخصائى نشاط كره السله والهيكلى التنظيمى	طباعه كشوف للحضور والغياب بأسماء ممارسى النشاط الترويجى كره السله للساده أخصائى نشاط كره السله
	تحديد القيمه الاجماليه للجانب المالى تقريبا ٣٠٠ الف جنيها مصريا	طباعه كشوف بأرقام تليفونات (موبايل) بأسماء ممارسى النشاط الترويجى كره السله للساده أخصائى نشاط كره السله
	تحديد الارباح كأحد معدلات الادخاريه التى تم تحديدها تقريبا ١٥٠ - ٢٠٠ الف جنيها مصريا	تحديد أماكن ممارسه النشاط الترويجى كره السله
	ملحوظه	ملئ اشتركاكات العضويه
	التكلفه الاجماليه لنادى كليه التربيه الرياضيه لاشئى ماعدا ( اشهر ) مصاريف تشغيل الصاله المغطاه	مواعيد ممارسه النشاط الترويجى كره السله
		تصاريح بدخول ممارسى النشاط الترويجى كره السله بدخول نادى كليه التربيه الرياضيه للبنين
		اعداد ملفات مسلسله بنظام كودى طبقا للانتقاء والمراحل السنويه المختلفه بنادى كليه التربيه الرياضيه للبنين ( ٢٠١٦ حتى ٢٠١٨ )

مما دفع الباحث الى :-

تصميم عقد تخصيص منفذ مقابل عموله من مبيعات حفاظا على حقوق (ممارسى النشاط الترويجى) و (أولياء الامور) (الوالدان) ، (النادى، مركز الشباب، الجمعيه).  
**هدف البحث**

تصميم عقد تخصيص منفذ مقابل عموله من مبيعات نشاط كره السله بجمعيه الشبان المسيحيه بمحافظة الإسكندرية.

ويتحقق هذا الهدف من خلال تحقيق الهدف الفرعى التالى :-

تطبيق تصميم عقد تخصيص منفذ مقابل عموله من مبيعات نشاط كره السله بجمعيه الشبان المسيحيه بمحافظة الاسكندريه على المستويات الاداريه ( العليا - الوسطى - التنفيذيه )  
**تساؤل البحث**

ماهيه تطبيق تصميم عقد تخصيص منفذ مقابل عموله من مبيعات نشاط كره السله بجمعيه الشبان المسيحيه بمحافظة الإسكندرية على المستويات الإدارية (العليا - الوسطى - التنفيذيه).

**المصطلحات الاجرائية :-****عقد تخصيص منفذ مقابل عموله**

من العقود الرضائية التي تتعقد بمجرد توافق الأيجاب الصادر من الموكل (الشخصية الاعتبارية) (نادى، مركز شباب، جمعية) والقبول الصادر من الوكيل (فرد) (شركة) (مؤسسة تجارية) (مؤسسة صناعية) بتخصيص مكان للبيع مقابل أجر مخفض يتم الاتفاق عليه وتحديد قيمته ما بين الموكل والوكيل في إطار قانون التجاره المصرى.

**مبيعات نشاط كره السله**

منتجات ذات كفاءه بأسعار مخفضه يتم بيعها بمنافذ بيع تابعه لنادى، مركز شباب، جمعية يتم شراؤها من ممارسى نشاط كره السله عن طريق ( اولياء الاومور) (الوالدان) خلال مراحل ممارسه نشاط كره السله وصولا الى استلام تلك المنتجات بصوره مجانيه من خلال الرعايه التجاريه المتعدده.

**إجراءات البحث****منهج البحث**

تم استخدام المنهج الوصفى نظرا لملائمته لطبيعته الدارسه

**مجالات البحث****المجال البشرى**

تم اختيار عينه البحث من بين المستويات ( الاداره العليا – الوسطى – التنفيذيه)

تم اختيار عينه البحث بالطريقه العمديه من بين مستويات ( الاداره العليا – الوسطى – التنفيذيه)

بلغ عدد أفراد العينه (١٤) من بين مستويات ( الاداره العليا – الوسطى – التنفيذيه)

وفى هذا تم عرض أستماره عقد تخصيص منفذ مقابل عموله من مبيعات نشاط كره السله بجمعيه الشبان المسيحيه بمحافظه الاسكندريه مرفق (٥) على الأتى:-

**جدول (٣) : توصيف عينه الدراسة الأساسية على المستويات الاداريه**

**(العليا ، الوسطى ، التنفيذيه )**

م	اعداد عينه الدراسه الاساسيه	المستويات الاداريه ( العليا ، الوسطى ، التنفيذيه)
١	١	مدير جمعيه الشبان المسيحيه بمحافظه الاسكندريه
٢	١	مدير النشاط الرياضى بجمعيه الشبان المسيحيه بمحافظه الاسكندريه
٣	١	مدير جهاز نشاط كره السله بجمعيه الشبان المسيحيه بمحافظه الاسكندريه
٤	١١	من أعضاء مجلس اداره جمعيه الشبان المسيحيه بمحافظه الاسكندريه
	١٤	المجموع

**المجال المكاني**

جمعيه الشبان المسيحيه بالإسكندرية

خطاب تسهيل المهمه البحثيه مرفق (٢)

**المجال الزمنى ١١ - ٢ - ٢٠١٩ الى ٢٣ - ٥ - ٢٠١٩**

وتم التحديد كالاتى :-

- تم تسليم خطاب بدايه الدراسه بتاريخ ١٢ - ١١ - ٢٠١٨ م للسيد عميد كليه التربيه الرياضيه جامعه الاسكندريه
- استخراج خطاب تسهيل المهمه البحثيه جمعيه الشبان المسيحيين بتاريخ ٢٤ - ١١ - ٢٠١٨ م من السيد عميد كليه التربيه الرياضيه للبنين جامعه الاسكندريه مرفق ( ٢ )
- تسليم خطاب تسهيل المهمه البحثيه جمعيه الشبان المسيحيين للسيد المدير التنفيذى جمعيه الشبان المسيحيين بتاريخ ١١ - ٢ - ٢٠١٩ م

- بداية الدراسة الاساسيه بتاريخ ١٩ - ٢ - ٢٠١٩ م من خلال مقابلة السيد المسئول عن النشاط الرياضى جمعيه الشبان المسيحين باستماره الاستبيان بعنوان عقد تخصيص منفذ مقابل عموله من مبيعات نشاط كره السله بجمعيه الشبان المسيحيه بمحافظة الاسكندريه مرفق ( ٥ )
- انتهاء الدراسة الاساسيه بتاريخ ٢٣ - ٥ - ٢٠١٩ م بجمعيه الشبان المسيحيه بمحافظة الاسكندريه

### - المعالجات الاحصائية

النسبه المئويه

### صدق المحكمين

تم عرض استماره عقد تخصيص منفذ مقابل عموله من مبيعات نشاط كره السله فى صورتها الأوليه مرفق (٣) خلال الفتره ٤-١٠-٢٠١٨ الى الفتره ١١-١١-٢٠١٨ على عدد (٦) خبراء مرفق (٤)، وصولا الى الأستماره فى صورتها النهائيه مرفق (٥).

وفى هذا اشتملت الأستماره فى صورتها الأوليه على عدد (١٤) بند وعباره وتم حذف عدد (١) بند وعباره (البند العاشر) بالاضافه الى تعديل البنود الى (٤) بنود والعبارات الى عدد (١٨) عباره بعد العرض على الساده الخبراء وفى هذا تم التوصل الى عدد البنود والعبارات بعد العرض على الساده الخبراء الى (١٨) بند وعباره مدمجين.

جدول (٤): النسبه المئويه لأراء الخبراء للبنود والعبارات لعقد تخصيص منفذ مقابل عموله من مبيعات نشاط كره السله ن=٦

م	البنود والعبارات	نعم	الى حدما	لا
١-	عنوان العقد عقد تخصيص منفذ مقابل عمولة من مبيعات نشاط كره السله -أنه فى يوم الموافق / / ٢٠١٨م. - وبين كلاً من: - السيد/ - بصفته المدير التنفيذي "طرف اول" - بصفته مورد المستلزمات الرياضية للاعبات نشاط كرة السله . "طرف ثانى"	%١٠٠	%٠,٠	%٠,٠
٢-	بند تمهيدى حرصا من اداره نادى على توسيع نسبة المشاركة الرياضيه للبنات فى نشاط كره السله من أجل زياده القاعده الشعبيه للعبه بين البنات فى سن صغير واسهاما من مجلس اداره النادى فى رفع الأعباء الماليه من على كاهل ولى الامر اللاعبه فقد تلاحظ زياده المبالغ مع التفاوت الكبير فى أسعار المستلزمات الرياضيه المطلوبه من اللاعبه للمشاركة فى نشاط كره السله بالنادى وبناء عليه تفضل سياده الطرف الاول بصفته بالتعاقد مع الطرف الثانى بصفته على توفير جميع المستلزمات الرياضيه التى تحتاجها اللاعبه / لممارسه نشاط كره السله بالنادى / وذلك بأسعار مخفضه عن التى تباع بالاسواق وعليه فقد اتفقا طرفى العقد على الاتى :-	%٨٣,٣	%١٦,٧	%٠,٠
٣-	البند الأول - البند التمهيدي جزء لا يتجزأ من العقد	%٨٣,٣	%٠,٠	%١٦,٧
٤-	البند الثانى ١- يلتزم الطرف الأول بتوفير مساحه شاغره فى مكان ظاهر بالنادى على ان يكون عرضها ثلاث امتار وطولها ثلاث امتار بالاضافه لتوفير منضده خشبيه كبيره لوضع المستلزمات عليها ٢- كما يلتزم الطرف الأول بالتصريح للطرف الثانى بوضع لوحه اعلانيه كبيره موضح بها الأوقات المحدده لبيع المستلزمات الرياضيه بأسعار المستلزمات الرياضيه التى تباع فى المنفذ للشفاقيه	%٨٣,٣	%١٦,٧	%٠,٠

م	البنود والعبارات	نعم	الى حدما	لا
٥-	البند الثالث يلتزم الطرف الاول بتوفير عامل / موظف تابع لإداره النادي يكون متواجد داخل المنفذ بجوار العامل / الموظف التابع للطرف الثاني لتكون مهمه العامل / الموظف التابع للطرف الأول هي استلام صوره من كل اىصال بيع للمستلزمات الرياضيه بالأضافه لصوره تكون مع العامل / الموظف التابع للطرف الثاني والنسخه الثالثه يحتفظ بها اللاعبه كإيصال	%٨٣,٣	%١٦,٧	%٠,٠
٦-	البند الرابع يلتزم الطرف الثاني بتوفير المستلزمات الرياضيه المطلوبه من اللاعبات على أن تكون مصنعه من خامات ذات جوده وبأسعار تناسب كل المستويات والأعلان عن تواجدها بالمنفذ فى المواعيد المحدده من قبل الجهاز الفنى لنشاط كره السله بالتنسيق مع السيد المدير التنفيذى للنادى حتى تتمكن اللاعبات من شرائها	%٦٦,٧	%٣٣,٣	%٠,٠
٧-	البند الخامس يلتزم الطرف الثاني بإحضار فواتير الشراء الخاصه بالمستلزمات الرياضيه موضح بها اجمالى قيمه المشتريات التى قام بها الطرف الثاني وتقديمها للطرف الاول وذلك قبل بدء بيع المستلزمات للاعبات	%٨٣,٣	%١٦,٧	%٠,٠
٨-	البند السادس يلتزم الطرف الثاني بتوفير اىصال سداد من ثلاث نسخ عند بيع المستلزمات الرياضيه ،للاعبه على ان تحتفظ اللاعبه بنسخه والعامل والموظف التابع للطرف الاول بنسخه والعامل / الموظف التابع للطرف الثاني بنسخه وذلك لبيان القيمه الفعلية للمبيعات ومقارنتها بالقيمه الماليه لفواتير الشراء للوصول الى القيمه الفعلية للأرباح المتحصل عليها من بيع المستلزمات الرياضيه بالمنفذ	%٨٣,٣	%١٦,٧	%٠,٠
٩-	البند السابع يلتزم الطرف الثاني بأستخدام المنفذ فى بيع المستلزمات الرياضيه دون غيرها وفى المواعيد المحدده من اداره الجهاز الفنى لنشاط كره السله بالتنسيق مع السيد المدير التنفيذى للنادى	٨٣,٣	%١٦,٧	%٠,٠

تابع جدول (٤): النسبه المئويه لاراء الخبراء للبنود والعبارات لعقد تخصيص منفذ مقابل عموله من مبيعات نشاط كره السله ن = ٦

م	البنود والعبارات	نعم	الى حدما	لا
١٠-	البند الثامن يلتزم الطرف الثاني بتوريد نسبة % كعموله من القيمه الفعلية للأرباح ليد الطرف الاول مقابل اىصال سداد من الطرف الاول وذلك لتوفير الطرف الاول للطرف الثاني منفذ بيع المستلزمات الرياضيه داخل النادي وذلك فى مده أقصاها اسبوع من نهايه كل شهر	%٨٣,٣	%١٦,٧	%٠,٠
١١-	البند التاسع يتعهد الطرف الثاني مستقبلا بتوفير عدد من المعلنين لاستغلال المستلزمات الرياضيه للنادى الذى يوفرها المنفذ فى الترويج للمنتجات الخاصه بهم على أن يكون ذلك مقابل حقوق اعلانيه للنادى من قبل هؤلاء المعلنين وذلك بمبالغ تحدد بين الطرف الثاني والنادى على أن يكون سداد هذه المبالغ فى هيئه اقساط على الا يتعدى الوقت المحدد للسداد العام ٢٠ الميلادى المخصص للاعلان على المستلزمات الرياضيه الخاص بالنادى	%٨٣,٣	%١٦,٧	%٠,٠
١٢-	البند العاشر يلتزم الطرف الأول بسداد نسبة % كعموله للطرف الثاني من القيمة المالية للعقود التي تبرم بين الطرف الأول والمعلنين المستغلين للمستلزمات الرياضيه الخاصه بالنادى فى الدعاية لمنتجاتهم .	%١٦,٧	%١٦,٧	%٦٦,٧
١٣-	البند الحادى عشر يتعهد الطرف الثاني مستقبلا باقناع المعلنين الذى سيتم استقدامهم لاستغلال المستلزمات الرياضيه الخاصه بالنادى اعلانيا مقابل مبالغ ماليه بتحمل نسبة من التكلفة الماليه للمستلزمات الرياضيه المطلوبه من كل لاعبه وصولا فى النهايه بهذه النسبه الى اعفاء اللاعبه من تكلفه شراء المستلزمات الرياضيه والزام المعلن بهذه التكلفة وصولا الى زياده القاعده للممارسه لنشاط كره السله البنات وتخفيف الأعباء عن كاهل أولياء الأمور	%٦٦,٧	%٣٣,٣	%٠,٠



**جدول (٥): صياغة بنود وعبارات عقد تخصيص منفذ مقابل عموله من مبيعات نشاط كرة السله  
(قبل وبعد تعديل الصياغة للبنود والعبارات)**

ملحوظه تم تعديل صياغه العبارات من الساده الخبراء من خلال الاختيار للعبارات ( نعم ، الى حد  
ن = ٦ ما طبقا ( لمجموع ) نسب الموافقه

م	البنود والعبارات قبل تعديل الصياغة	البنود والعبارات بعد تعديل الصياغة
١	عنوان العقد عقد تخصيص منفذ مقابل عموله من مبيعات نشاط كرة السله انه في يوم ٢٠١٨ وبين كلا من :- السيد / بصفته المدير التنفيذي السيد / بصفته مورد المستلزمات الرياضيه للاعبات نشاط كرة السله ( طرف ثاني )	١ عنوان العقد عقد تخصيص منفذ مقابل عموله من مبيعات نشاط كرة السله انه في يوم ٢٠١٨ وبين كلا من :- السيد / بصفته المدير التنفيذي السيد / بصفته مورد المستلزمات الرياضيه للاعبات نشاط كرة السله ( طرف اول )
٢	بند تمهيدى حرصا من مجلس اداره نادى / جمعيه / مركز شباب على توسيع نسبه المشاركه الرياضيه للبنين / البنات فى نشاط كرة السله من أجل زياده ممارسي نشاط كرة السله بنين / بنات واسهاما من مجلس اداره النادى / الجمعيه / مركز الشباب فى رفع الأعباء الماليه عن ولى الأمر فقد تلاحظ زياده أسعار المستلزمات الرياضيه المطلوبه من البنين / البنات للمشاركه فى نشاط كرة السله بالنادى / جمعيه / مركز شباب وبناء عليه تفضل سياده الطرف الاول بصفته بالتعاقد مع الطرف الثاني بصفته على توفير جميع المستلزمات الرياضيه التى يحتاجها البنين / البنات لممارسه نشاط كرة السله بالنادى / الجمعيه / مركز الشباب وذلك بأسعار مخفضه وعليه فقد اتفقا طرفى العقد على الأتى :-	٢ بند تمهيدى حرصا من اداره نادى على توسيع نسبه المشاركه الرياضيه للبنات فى نشاط كرة السله من أجل زياده القاعده الشعبيه للعبه بين البنات فى سن صغير واسهاما من مجلس اداره النادى فى رفع الأعباء الماليه من على كاهل ولى الامر اللاعبه فقد تلاحظ زياده المبالغ مع التفاوت الكبير فى أسعار المستلزمات الرياضيه المطلوبه من اللاعبه للمشاركه فى نشاط كرة السله بالنادى وبناء عليه تفضل سياده الطرف الاول بصفته بالتعاقد مع الطرف الثاني بصفته على توفير جميع المستلزمات الرياضيه التى تحتاجها اللاعبه لممارسه نشاط كرة السله بالنادى وذلك بأسعار مخفضه عن التى تباع بالأسواق وعليه فقد اتفقا طرفى العقد على الأتى :
٣	البند الأول - البند التمهيدي جزء لا يتجزأ من العقد	٣ البند الأول - البند التمهيدي جزء لا يتجزأ من العقد
٤	البند الثاني ( تخصيص و اعلان منفذ البيع بالنادى / الجمعيه / مركز الشباب ) يلتزم الطرف الاول بتوفير مكان أو مساحه شاغره ظاهره بالنادى / الجمعيه / مركز الشباب لوضع المستلزمات الرياضيه	٤ البند الثاني يلتزم الطرف الاول بتوفير مساحه شاغره فى مكان ظاهر بالنادى على أن يكون عرضها ثلاث أمتار وطولها ثلاث أمتار بالإضافة الى توفير منضده خشبيه كبيره لوضع المستلزمات عليها
٥	يلتزم الطرف الاول بالتصريح للطرف الثاني بوضع لوحه اعلانيه كبيره موضح بها الأوقات المحدده لبيع المستلزمات الرياضيه بأسعار المستلزمات الرياضيه التى تباع فى المنفذ للشفافيه	٥ البند الثالث كما يلتزم الطرف الأول بالتصريح للطرف الثاني بوضع لوحه اعلانيه كبيره موضح بها الأوقات المحدده لبيع المستلزمات الرياضيه بأسعار المستلزمات الرياضيه التى تباع فى المنفذ للشفافيه

## تابع جدول (٥):

صياغة بنود وعبارات عقد تخصيص منفذ مقابل عموله من مبيعات نشاط كرة السله (قبل وبعد تعديل الصياغة للبنود والعبارات)

ملحوظه تم تعديل صياغة العبارات من الساده الخبراء من خلال الاختيار للعبارات ( نعم ، الى حد ما) طبقا ( لمجموع ) نسب الموافقه ن=٦

م	البنود والعبارات قبل تعديل الصياغة	البنود والعبارات بعد تعديل الصياغة
٦	البند الرابع يلتزم الطرف الأول بتوفير عامل / موظف تابع لإداره النادي يكون متواجد داخل المنفذ بجوار العامل / الموظف التابع للطرف الثاني لتكون مهمه العامل / الموظف التابع للطرف الاول هي استلام صورته من كل ائصال بيع للمستلزمات الرياضيه بالإضافة لصورته تكون مع العامل / الموظف التابع للطرف الثاني والنسخه الثالثه يحتفظ بها اللاعبه كإئصال	البند الثالث ( بنود الاتفاق بين السيد المدير التنفيذي والسيد مورد المستلزمات الرياضيه ) يلتزم الطرف الاول بتوفير موظف / عامل تابع للنادى / الجمعيه / مركز الشباب يكون متواجد داخل المنفذ بجوار الموظف / العامل التابع للطرف الثاني لتكون مهمه الموظف / العامل التابع للطرف الاول هي استلام صورته من كل ائصال بيع للمستلزمات الرياضيه بالإضافة لصورته تكون مع العامل / الموظف التابع للطرف الثاني والنسخه الثالثه يحتفظ بها أولياء الأمور بنين / بنات كإئصال
٧	البند الخامس يلتزم الطرف الثاني بتوفير المستلزمات الرياضيه المطلوبه من اللاعبات على أن تكون مصنعه من خامات ذات جوده وبأقل الأسعار والأعلان عن تواجدها بالمنفذ فى المواعيد المحدده من السيد المدير التنفيذي للنادى / الجمعيه / مركز الشباب	يلتزم الطرف الثاني بتوفير المستلزمات الرياضيه المطلوبه من البنين / البنات على أن تكون مصنعه من خامات ذات جوده وبأقل الأسعار والأعلان عن تواجدها بالمنفذ فى المواعيد المحدده من السيد المدير التنفيذي للنادى / الجمعيه / مركز الشباب
٨	البند السادس يلتزم الطرف الثاني باءحضار فواتير الشراء الخاصه بالمستلزمات الرياضيه موضح بها اجمالى قيمه المشتريات وتقديمها للطرف الاول وذلك قبل بدء بيع المستلزمات الرياضيه للبنين / البنات	يلتزم الطرف الثاني باءحضار فواتير الشراء الخاصه بالمستلزمات الرياضيه موضح بها اجمالى قيمه المشتريات التى قام بها الطرف الثاني وتقديمها للطرف الاول وذلك قبل بدء بيع مستلزمات للاعبات
٩	البند السابع يلتزم الطرف الثاني بتوفير ائصال سداد من ثلاث نسخ عند بيع المستلزمات الرياضيه للاعبه على ان تحتفظ اللاعبه بنسخه والعامل والموظف التابع للطرف الاول بنسخه والعامل / الموظف التابع للطرف الثاني بنسخه وذلك لبيان القيمه الفعليه للمبيعات ومقارنتها بالقيمه المالىه لفواتير الشراء للوصول الى القيمه الفعليه للأرباح المتحصل عليها من بيع المستلزمات الرياضيه بالمنفذ	يلتزم الطرف الثاني بتوفير ائصال سداد من ثلاث نسخ عند بيع المستلزمات الرياضيه للاعبه على ان تحتفظ اللاعبه بنسخه والعامل والموظف التابع للطرف الاول بنسخه والعامل / الموظف التابع للطرف الثاني بنسخه وذلك لبيان القيمه الفعليه للمبيعات ومقارنتها بالقيمه المالىه لفواتير الشراء للوصول الى القيمه الفعليه للأرباح المتحصل عليها من بيع المستلزمات الرياضيه بالمنفذ
١٠	البند الثامن يلتزم الطرف الثاني باستخدام المنفذ فى بيع المستلزمات الرياضيه دون غيرها وفى المواعيد المحدده من اداره الجهاز الفنى لنشاط كرة السله بالتنسيق مع السيد المدير التنفيذي للنادى	يلتزم الطرف الثاني باستخدام المنفذ فى بيع المستلزمات الرياضيه دون غيرها وفى المواعيد المحدده من اداره الجهاز الفنى لنشاط كرة السله بالتنسيق مع السيد المدير التنفيذي للنادى

تابع جدول (٥): صياغة بنود وعبارات عقد تخصيص منفذ مقابل عموله من مبيعات نشاط كره السله (قبل وبعد تعديل الصياغة للبنود والعبارات)  
ملحوظه تم تعديل صياغه العبارات من الساده الخبراء من خلال الاختيار للعبارات ( نعم ، الى حد ما) طبقا ( لمجموع ) نسب الموافقه ن = ٦

م	البنود والعبارات قبل تعديل الصياغة	م	البنود والعبارات بعد تعديل الصياغة
١١	البنود التاسع يلتزم الطرف الثاني بتوريد نسبة % كعموله من القيمة الفعلية للأرباح ليد الطرف الاول مقابل ايراد من الطرف الاول وذلك لتوفير سداد من الطرف الاول للثاني منفذ بيع المستلزمات الرياضي داخل النادي وذلك في مده أقصاها اسبوع من نهايه كل شهر	١١	يلتزم الطرف الثاني بتوريد نسبة ( عموله %) من القيمة الفعلية للأرباح ليد الطرف الاول مقابل ايراد سداد من الطرف الاول وذلك لتوفير سداد من الطرف الاول للثاني منفذ بيع المستلزمات الرياضي داخل النادي / الجمعيه / مركز الشباب وذلك في مده أقصاها اسبوع من نهايه كل شهر
١٢	البنود الحادى عشر يتعهد الطرف الثاني مستقبلا بتوفير عدد من المعلنين لاستغلال المستلزمات الرياضي للنادى الذى يوفرها المنفذ فى الترويج للمنتجات الخاصه بهم على ان يكون ذلك مقابل حقوق اعلانيه للنادى من قبل هؤلاء المعلنين وذلك بمبالغ تحدد بين الطرف الثاني والنادى على ان يكون سداد هذه المبالغ فى هيئه أقساط على ألا يتعدى الوقت المحدد للسداد العام ٢٠ الميلادى المخصص للإعلان على المستلزمات الرياضي الخاص بالنادى	١٢	البنود الرابع ( المعلنين / الممول ) يتعهد الطرف الثاني بتوفير عدد من المعلنين لاستغلال المستلزمات الرياضي للنادى / الجمعيه / مركز الشباب الذى يوفرها المنفذ فى الاعلان للمنتجات الخاصه بهم
		١٣	على أن يكون ذلك مقابل حقوق اعلانيه للنادى / الجمعيه / مركز الشباب من قبل هؤلاء المعلنين بمبالغ تحدد بين الطرف الثاني والنادى / الجمعيه / مركز الشباب
		١٤	على أن يكون سداد هذه المبالغ فى هيئه اقساط على ألا يتعدى الوقت المحدد للسداد العام ٢٠ الميلادى المخصص للإعلان على المستلزمات الرياضي الخاص بالنادى / جمعيه / مركز الشباب
		١٥	يتعهد الطرف الثاني باقناع المعلنين لاستغلال المستلزمات الرياضي الخاصه بالنادى / الجمعيه / مركز الشباب اعلايا مقابل مبالغ ماليه بتحمل نسبة من التكلفة الماليه للمستلزمات الرياضي المطلوبه
١٣	البنود الثاني عشر يتعهد الطرف الثاني مستقبلاً بأقناع المعلنين الذي سيتم استخدامهم لاستغلال المستلزمات الرياضية الخاصة بالنادي اعلاياً مقابل مبالغ مالية بتحمل نسبة من التكلفة المالية للمستلزمات الرياضية المطلوبة من كل لاعبة لاعب وصولاً في النهاية بهذه النسبة الى اعفاء لاعبة اللاعب من تكلفة شراء المستلزمات الرياضية والزام المعلن بهذه التكلفة وصولاً الى زيادة القاعدة الممارسة لنشاط كرة السله بنات وتخفيف الأعباء عن كاهل أولياء الامور	١٦	وصولاً في النهاية بهذه النسبة الى اعفاء أولياء الأمور البنين / البنات من تكلفه شراء المستلزمات الرياضي الزام المعلن بهذه التكلفة وصولاً الى زيادة القاعده للممارسه نشاط كره السله بنين / بنات
		١٧	
		١٨	

جدول رقم (٦):  
النسبة المئوية لأراء الخبراء فى البنود والعبارات التى حذفت لعقد تخصيص منفذ مقابل عموله من مبيعات نشاط كره السله (طبقا لأراء الخبراء) ن=٦

النسبة المئوية	مجموعه الاراء الموافقه على الحذف	البنود والعبارات
٦٦,٦٧%	٤	البند العاشر يلتزم الطرف الأول بسداد نسبة % كعمولة للطرف الثاني من القيمة المالية للعقود التي تبرم بين الطرف الأول والمعلنين المستغلين للمستلزمات الرياضية الخاصة بالنادي / جمعيه / مركز شباب في الدعاية لمنتجاتهم .

ملحوظه تم حذف البنود والعبارات من الساده الخبراء من خلال الأختيار للعبارات ( لا )  
الدراسة الأساسية

قام الباحث بإجراء دراسة أساسيه على عينة قوامها (١٤) من بين مستويات (الأداره العليا - الوسطى - التنفيذيه ) بجمعيه الشبان المسيحيه تم إختيارهم بالطريقة العمديه وذلك خلال الفتره ١١ - ٢ - ٢٠١٩ الى ٢٣ - ٥ - ٢٠١٩ .  
عرض ومناقشه النتائج :-

من خلال التعرف على الاتى :-

١- تطبيق تصميم عقد تخصيص منفذ مقابل عموله من مبيعات نشاط كره السله بجمعيه الشبان المسيحيه بمحافظه الاسكندريه على المستويات الاداريه ( العليا - الوسطى - التنفيذيه) تم الأجابه على تساؤل البحث التالى.

تساؤل البحث

- ماهيه تطبيق تصميم عقد تخصيص منفذ مقابل عموله من مبيعات نشاط كره السله بجمعيه الشبان المسيحيه بمحافظه الاسكندريه على المستويات الاداريه ( العليا - الوسطى - التنفيذيه)

مناقشه نتائج التساؤل الاول :-

ماهيه تطبيق تصميم عقد تخصيص منفذ مقابل عموله من مبيعات نشاط كره السله بجمعيه الشبان المسيحيه بمحافظه الاسكندريه على المستويات الاداريه ( العليا - الوسطى - التنفيذيه)

جدول (٧): تطبيق تصميم عقد تخصيص منفذ مقابل عموله من مبيعات نشاط كره السله بجمعيه الشبان المسيحيه بمحافظه الاسكندريه على المستويات الاداريه ( العليا - الوسطى - التنفيذيه) ن=١٤

م	البنود والعبارات	نعم		لا	
		تكرار	نسبه مئوية	تكرار	نسبه مئوية
١	عنوان العقد عقد تخصيص منفذ مقابل عموله من مبيعات نشاط كره السله بجمعيه الشبان المسيحيه بمحافظه الاسكندريه الموافق / / ٢٠١ . -انه في يوم -وبين كلاً من:- -السيد/ "طرف اول" -السيد/ بنات نشاط كرة السله "طرف ثانى"	١٣	٩٢,٩	١	٧,١
	- بصفته المدير التنفيذي - بصفته مورد المستلزمات الرياضية بنين /				

٧,١	١	٩٢,٩	١٣	بند تمهيدى حرصا من مجلس اداره نادى / جمعيه / مركز شباب على توسيع نسبة المشاركه الرياضيه للبنين / للبنات فى نشاط كره السله من أجل زياده ممارسي نشاط كره السله بنين / بنات واسهاما من مجلس اداره النادى / الجمعيه / مركز الشباب فى رفع الأعباء الماليه عن ولى الامر فقد تلاحظ زياده أسعار المستلزمات الرياضيه المطلوبه من البنين / البنات للمشاركه فى نشاط كره السله بالنادى / جمعيه / مركز شباب وبناء عليه تفضل سياده الطرف الاول بصفته بالتعاقد مع الطرف الثانى بصفته على توفير جميع المستلزمات الرياضيه التى يحتاجها البنين / البنات لممارسه نشاط كره السله بالنادى / الجمعيه / مركز الشباب وذلك بأسعار مخفضه وعليه فقد اتفقا طرفى العقد على الأتى :-	٢
٧,١	١	٩٢,٩	١٣	البند الأول	٣
٧,١	١	٩٢,٩	١٣	البند الثانى ( تخصيص واعلان منفذ البيع بالنادى / الجمعيه / مركز الشباب ) يلتزم الطرف الاول بتوفير مكان او مساحه شاغره ظاهره بالنادى / الجمعيه / مركز الشباب لوضع المستلزمات الرياضيه	٤
١٤,٣	٢	٨٥,٧	١٢	يلتزم الطرف الاول بالتصريح للطرف الثانى بوضع لوحه اعلانيه كبيره موضح بها الأوقات المحدده لبيع المستلزمات الرياضيه بأسعار المستلزمات الرياضيه التى تباع فى المنفذ للشفاقيه	٥
٧٨,٦	١١	٢١,٤	٣	البند الثالث ( بنود الاتفاق بين السيد المدير التنفيذى والسيد مورد المستلزمات الرياضيه ) يلتزم الطرف الاول بتوفير موظف / عامل تابع للنادى / الجمعيه / مركز الشباب يكون متواجد داخل المنفذ بجوار الموظف / العامل التابع للطرف الثانى لتكون مهمه الموظف / العامل التابع للطرف الاول هى استلام صورته من كل ايصال بيع للمستلزمات الرياضيه بالإضافة لصورته تكون مع العامل / الموظف التابع للطرف الثانى والنسخه الثالثه يحتفظ بها أولياء الأمور بنين / بنات كإيصال	٦
٧,١	١	٩٢,٩	١٣	يلتزم الطرف الثانى بتوفير المستلزمات الرياضيه المطلوبه من البنين / البنات على أن تكون مصنعه من خامات ذات جوده وبأقل الأسعار والأعلان عن تواجدها بالمنفذ فى المواعيد المحدده من السيد المدير التنفيذى للنادى / الجمعيه / مركز الشباب	٧
٧,١		٩٢,٩	١٣	يلتزم الطرف الثانى باحضار فواتير الشراء الخاصه بالمستلزمات الرياضيه موضح بها اجمالى قيمه المشتريات وتقديمها للطرف الاول وذلك قبل بدء بيع المستلزمات الرياضيه للبنين / للبنات	٨

تابع جدول (٧): تطبيق تصميم عقد تخصيص منفذ مقابل عموله من مبيعات نشاط كره السله بجمعيه الشباب المسيحيه بمحافظة الاسكندريه على المستويات الاداريه ( العليا - الوسطى - التنفيذيه ) ن = ١٤

م	البنود والعبارات	نعم		لا	
		تكرار	نسبه مئوية	تكرار	نسبه مئوية
٩	يلتزم الطرف الثانى بتوفير ايصال سداد من ثلاث نسخ عند بيع المستلزمات الرياضيه للبنين / للبنات على أن تحتفظ أولياء الأمور البنين / البنات بنسخه والموظف والعامل التابع للطرف الاول بنسخه والموظف / العامل التابع للطرف الثانى بنسخه وذلك لبيان القيمه الفعلية للمبيعات ومقارنتها بالقيمه الماليه لفواتير الشراء للوصول الى القيمه الفعلية للأرباح المتحصل عليها من بيع المستلزمات الرياضيه بالمنفذ	١٣	٩٢,٩	١	٧,١
١٠	يلتزم الطرف الثانى باستخدام المنفذ فى بيع المستلزمات الرياضيه دون غيرها وفى المواعيد المحدده من السيد المدير التنفيذى للنادى / الجمعيه / مركز الشباب	١٣	٩٢,٩	١	٧,١
١١	يلتزم الطرف الثانى بتوريد نسبة ( عموله % ) من القيمه الفعلية للأرباح ليد الطرف الاول مقابل ايصال سداد من الطرف الاول وذلك لتوفير الطرف الاول للطرف الثانى منفذ بيع المستلزمات الرياضيه داخل النادى / الجمعيه / مركز الشباب وذلك فى مده أقصاها اسبوع من نهايه كل شهر	١٣	٩٢,٩	١	٧,١
١٢	البند الرابع ( المعلنين / الممول ) يتعهد الطرف الثانى بتوفير عدد من المعلنين لاستغلال المستلزمات الرياضيه للنادى / الجمعيه / مركز الشباب الذى يوفرها المنفذ فى الأعلان للمنتجات الخاصه بهم	١٣	٩٢,٩		٧,١
١٣	على أن يكون ذلك مقابل حقوق اعلانيه للنادى / الجمعيه / مركز الشباب من قبل هؤلاء المعلنين	١٣	٩٢,٩	١	٧,١
١٤	بمبالغ تحدد بين الطرف الثانى والنادى / الجمعيه / مركز الشباب	١٣	٩٢,٩	١	٧,١
١٥	على أن يكون سداد هذه المبالغ فى هيئه اقساط على ألا يتعدى الوقت المحدد للسداد العام ٢٠ الميلادى المخصص للأعلان على المستلزمات الرياضيه الخاص بالنادى / جمعيه / مركز الشباب	١٢	٨٥,٧	٢	١٤,٣
١٦	يتعهد الطرف الثانى باقناع المعلنين لاستغلال المستلزمات الرياضيه الخاصه بالنادى / الجمعيه / مركز الشباب اعلانيه مقابل مبالغ ماليه بتحمل نسبة من التكلفة الماليه للمستلزمات الرياضيه المطلوبه	١٣	٩٢,٩	١	٧,١
١٧	وصولاً فى النهايه بهذه النسبه الى اعفاء اولياء الأمور البنين / البنات من تكلفه شراء المستلزمات الرياضيه	١٢	٨٥,٧	٢	١٤,٣

**يتضح** من جدول (٧) والخاص بالتكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة باستجابات (١٤) على بنود وعبارات بنسبه موافقه تراوحت ما بين ( ٧٨,٦ % الى ٩٢,٩ % ) و قد حققت البند والعباره ( ١ ) بنسبه مئويه للموافق ( ٩٢,٩ % )

#### عنوان العقد

عقد تخصيص منفذ مقابل عموله من مبيعات نشاط كره السله بجمعيه الشبان المسيحيه بمحافظه الاسكندريه انه في يوم الموافق / / ٢٠١٨

وبين كلا من :-

السيد /

بصفته المدير التنفيذي

( طرف اول )

السيد /

بصفته مورد المستلزمات الرياضيه للبنين / للبنات نشاط كره السله

( طرف ثانى )

وفى هذا يؤكد محمد عبد السلام ابوقحف على أن يوجد نوعان من التفويض هما تفويض الصلاحيه يعنى نقل الصلاحيه من سلطه عليا مفوض الي سلطه أدنى مفوض اليها وهذا يعنى (التخلى) عن بعض الصلاحيات من المفوض الي المفوض اليه ولايجوز للجهاه أو الشخص المفوض أن تمارس صلاحياتها التي فوضتها الي غيرها طوال مده التفويض ، تفويض التوقيع يقضى بتكليف سلطه عليا لسلطه أدنى منها بتوقيع بعض القرارات أو الأعمال الإداريه بنيابه عنها ولايعنى تفويض التوقيع ( التخلي ) عن الصلاحيات بل يحدد تكليف المفوض اليه بتوقيع بعض المعاملات وتجدر الاشاره الي ان تفويض التوقيع دون صفه شخصيه يعتبر **المفوض** هنا هو الفاعل الحقيقي للتصرف والمفوض اليه يتصرف بأسم المفوض. (٢٥ : ١٥ - ١٦)

ويرى مصطفى محمود جمعه أن تشير هذه الدراسه الي يرجع تفضيل الوكاله بالعموله هو تفردها بين أعمال الوساطه التجاريه من أنها عقد يتعهد بمقتضاه الوكيل بأن يجرى بأسمه تصرفا قانونيا لحساب الموكل فهذا العقد قوامه عنصران متلازمان ، العنصر الاول هو انعدام النيباه في التعاقد بمعنى أن الوكيل بالعموله يتعاقد مع الغير أصيلا فيبرم التصرف بأسمه الشخصى بحيث تتصرف اليه مباشره الحقوق والألتزمات الناشئه عنه ، فيصر الدائن والمدين فيها والعنصر الثانى هو تمثيل مصالح الموكل ، بمعنى أن الوكيل بالعموله وأن كان أصيلا بعلاقته بالغير لايجرى التصرف لحسابه الخاص بل لحساب موكله الذى كلفه بالتعاقد كما أن شرط الضمان فيها يؤيد من انتمان الوكيل بضمان تنفيذ الصفقه وبالتالي قد يعفى الموكل من الرجوع على الغير للمطالبه بحقه العينى اذا ووكاله بالعموله عمليه قانونيه ثلاثيه الاطراف ( الموكل ، الوكيل ، الغير ) يتكون عنها علاقه الموكل بالوكيل التي تجد مصدرها في عقد ووكاله بالعموله المبرم بينهما ، ولكنها تخضع لقواعد خاصه بالقانون التجارى ولذلك تنشأ علاقه الوكيل بالغير كعلاقه اصيل بأصيل هذا هو حال ووكاله بالعموله فى صورتها التقليديه كما هو حالها بعدما صارت فى صوره الكترونيه فيتحول الأقتصاد التقليدى الي الأقتصاد الرقمية يقوم على عمله جديده وهى معلومه لتصدر التجاره الالكترونيه جميع الأنشطة الالكترونيه (٣٢:مقمه١)

وفى هذا تشير كريستينا باكولكوف ، Kristína BACULÁKOVÁ ( ٢٠١٨ ) تؤكد على العديد من الصناعات التي توجه الأقتصاد الي التنميه الشامله ومن هذه الصناعات (الثقافيه)، **صناعه (الترويج )** ، بالإضافة الي البحوث الاقتصادية التي تعود على المجتمع بالنفع مع الوصول باحتياجات المجتمع الي مرحله الأشباع وخاصه فى مجال ( الترويج ) الذى يعد من الأنشطة التي المجتمع فى احتياج لها للوصول بالفرد الي معدل متقدم من الصحه بمفهومها الشامل . (٤٢ : ٧٤ -

(٨٩

وترى سلوى العوادلى أن يتواجد خمس خطوات أساسيه عند اتخاذ قرار الشراء التعرف على المشكله ، البحث عن المعلومات ،تقييم البدائل ،اتخاذ قرار الشراء ، سلوك مابعد الشراء ، وفى هذا تعد مرحلة اتخاذ قرار الشراء بعد عمليه تقييم البدائل من جانب ( جمهور المستفيدين ) أو المؤسسه ، فتتكون لديه نيه الشراء تدفعه لمنتج ، الا أن هناك عده عوامل تؤثر على قرار الشراء اتجاهات الاخرين ، مدى قوه الاتجاهات السلبيه للأخرين نحو المنتج ، مدى تأثير الأخرين أو المؤسسه أثناء شراء المنتج (٩: ٢٠٢، ٢٣٣- ٢٣٤)

وفى هذا يشير الباحث الى أن مورد المستلزمات الرياضيه للمؤسسه الترويحيه سواء كان نادى، مركز شباب، جمعيه باعتباره يلبى الأحتياجات الشرائيه للمؤسسه التى تعبر عن ( جمهور المستفيدين) من حيث متطلبات الأساسيه لممارسه النشاط الترويحي كره السله وبذلك ينبغى التفريق بين الواقعيه والمثاليه طبقا للأماكنات ( ممارسى الأنشطة الترويحيه ) وعلى سبيل المثال احتياج الى ملابس للممارسه نشاط ترويحي ( ألعاب ) ، مع امكانات محدده للشراء من حيث تكلفه القيمه ، الواقع شراء فى ضوء المبالغ الماليه المتاحه للممارس النشاط الترويحي ، المثاليه عدم الشراء لعدم توافر الأماكنات الماليه

فى حين حقق البند و العباره ( ٢ ) نسبة موافقه ( ٩٢,٩ % ) بتكرار ( ١٣ ) من المستويات ( الاداريه العليا ، الوسطى ، التنفيذيه )

#### بند تمهيدى

حرصا من مجلس اداره نادى / جمعيه / مركز شباب على توسيع نسبة المشاركه الرياضيه للبنين / للبنات فى نشاط كره السله من أجل زياده ممارسي نشاط كره السله بنين / بنات واسهاما من مجلس اداره النادى / الجمعيه / مركز الشباب فى رفع الأعباء الماليه عن ولى الامر فقد تلاحظ زياده أسعار المستلزمات الرياضيه المطلوبه من البنين / البنات للمشاركه فى نشاط كره السله بالنادى / جمعيه / مركز شباب وبناء عليه تفضل سياده الطرف الاول بصفته بالتعاقد مع الطرف الثانى بصفته على توفير جميع المستلزمات الرياضيه التى يحتاجها البنين / البنات لممارسه نشاط كره السله بالنادى / الجمعيه / مركز الشباب وذلك بأسعار مخفضه وعليه فقد اتفقا طرفى العقد على الأتى :-

يشير محمد مفتاح الجليدى فى هذه الدراسه نجد كلا من القانون المصرى والليبي لم يضع تعريفا تشريعيًا للعقد بل من قام بفعل ذلك هو التشريع الفرنسى فى نصوص قانونه المدنى والذى عرفها فى مادته ( ١١٠١ ) فنص على الأتى " أن العقد هو اتفاق يلزم بمقتضاه شخص او عده اشخاص اخرين باءطاء شئ او بفعله او الامتناع عن فعله " اذا العقد هو اتفاق بين ارادتين أو أكثر لأحداث أثر قانونى معين يتمثل أثره فى قيام شئ أو الامتناع عنه أو اعطاء شئ فالعقد الالكترونى هو اتفاق الذى يتم ابرامه بوسائل الكترونيه كلياً أو جزئياً اذا فهو الصوره المستحدثه للتعاقد الورقى التقليدى ، لأن تحريره وكتابته ليسا على دعامه ورقيه ملموسه بل على دعامه غير ورقيه ماديه بل الكترونيه ، ولايختلف عن العقد التقليدى الا فى الوسيله التى يتم من خلالها التعبير عن الايجاب والقبول ، لان تبادل هذه الأرادات يتم عبر وسيط الكترونى بصوره فرديه فى مجال افتراضى وكما أن يتم التعاقد بين أشخاص غائبين لان التواصل يتم عن بعد وأختلاف المكان وهذه هى من الخصائص التى تميز العقد الالكترونى عن التقليدى ، ويتم التأكيد ايضا على ان الدليل الكتابى من أهم طرق الإثبات لأن الكتابه هى الوسيله فى الأصل لأثبات التصرفات القانونيه والوقائع الماديه ( ٣٠ مقدمه ١، ٢، ٣ )

وفى هذا يؤكد مارشيل اشيلى ، Marshall Ashley ( ٢٠١٨ ) يتواجد العديد من الشراكات بين العديد من المؤسسات الترويحيه ( الترويج الخلوى ) ( أنشطه الحدائق المنتزهات) من أجل زياده نمو ممارسه الانشطه الترويحيه ( الألعاب ) (الألعاب الفرديه ) (نشاط التنس)، (النشاط الرياضى) (التنس) واشتملت ( الشراكات ) ( برامج الرعايه ) ( العلامه التجاريه) طبقا لأنظمه الأتحاد الرسمى لبرامج ممارسه الأنشطة الترويحيه ( الألعاب ) (الألعاب الفرديه ) ( نشاط التنس) بعد المدرسه بالأضافه الى المبادرات الدعائيه التى يتم أخذها . (٤٣: ٧٠ - ٧٤ )

وفى هذا يرى الباحث الى أن لزياده ممارسه الأنشطة الترويحيه فى العديد من المؤسسات مثل (مدارس) ( جمعيات ) (مراكز الشباب) (الأندية) لابد من اجراء العديد من الشراكات مع العديد من الوزارات المركزيه وصولا الى ارتفاع مؤشر معدل التنمية الاقتصادية للمؤسسات التى يتم من خلالها ممارسه الأنشطة الترويحيه المختلفه بالإضافة الى ( الترويج الخلوى) .

كما يشير براند ، briand louise ، سافى ، Sauve NathaliK ، فريت لوزى ، frechette lucie ( ٢٠١١ ) الى نتائج هذه الدراسه حول أهميه برامج ممارسه الأنشطة الترويحيه من الناحيه الاقتصاديه و تشير الدراسه ايضا الى مساعده البرامج الترويحيه المراحل السنيه المختلفه وخاصه مرحله الشباب الذين يعانون من مشاكل اجتماعيه ( تغيب عن المدرسه ، الانعزال ) (المشاكل السلوكيه ) كما تشير أهم نتائج الدراسه على أن من خلال ممارسه الأنشطة الترويحيه فى ضوء البرنامج الترويحي يودى الى منع تسرب التلاميذ من المدرسه مع تقليل معدل الاشكاليات السلوكيه ، ومن جانب آخر تقديم البرنامج الترويحي بمقابل نقدى يودى الى زياده معدلات التنمية الاقتصادية فى بيئه العمل (٣٨ : ٢١ ، ٢٤ - ٤٤)

كما توضح فاطمه بوريغو ، Fatima Borrego ، خوان بيرينا ، خوان بيرينا ، مارتينيز أسونسيون ، Martínez-Asunción ، فاسكو كارولينا ، Vázquez Carolina أن ممارسه الأنشطة الترويحيه والرياضيه فى الأماكن العامه تحسن أو تعزز من السلوكيات الشخصيه الإيجابيه لدى الأفراد وتزيد من تفاعل الأفراد نحو الجماعات المختلفه كالأسره ، العمل ، الأصدقاء ، الزملاء.. مما يودى الى تحسين النواحي الإيجابيه للسلوكيات الشخصيه لدى الفرد (٤٠)

وفى هذا يشير وليام س. هندون ، William S. Hendon الى أن ( الترويج الخلوى) بحساب نفقات الترويج العامه ينبغى التعرف على الترويج ، الميزانيات الحكوميه بصفه عامه، الميزانيات الماليه أساليب التوظيف ضمن الهياكل التنظيميه ، الموازنات المتغيره ، معدلات الطلاق، معدلات المواليد ، حكم المحليات ، القوى العامله ، معدلات الجرائم وفى هذا يعتبر التوصل الى تحديد ميزانيات للترويج ( الترويج الخلوى ) فى المجتمع لفئات المجتمعيه المختلفه مجالا فى غايه الاهميه فمن خلال العديد من الدراسات التى ترتبط بالعديد من المتغيرات التابعه ميزانيه المحافظه ( البلده ) الاجماليه للترويج ( الترويج الخلوى ) ، والترويج كنسبه مؤويه من اجمالى الانفاق، ونفقات الترويج لكل فرد بالإضافة الى المتغيرات الحضريه ( التركيبه السكانيه " للمحافظه " " البلده " ، هيكل القوى العامله " الهيكل التنظيمى والوظيفى للاخصائى الترويحي " ، الدخل المحلى الاجمالي " مخصصات الأنفاق على الترويج " الترويج الخلوى " وأخيرا متغيرات الخدمه العامه والتى تعد من أهم المؤشرات لتحديد موازنه طبقا للسياسه العامه للدوله. (٤٥ : ١١١ - ١٢٤)

وفى هذا يؤكد الباحث على أن من خلال ممارسه الأنشطة الترويحيه ( الالعاب ) يودى الى التأثير على ممارسى الأنشطة الترويحيه ( الالعاب ) وخاصه المراحل السنيه الصغيره البراعم على العديد من نواحي الشخصيه من الناحيه البدنيه والنفسيه الاجتماعيه والعقليه وصولا الى الصحه بمفهومها الشامل وفى هذا رعايه المؤسسه الترويحيه نادى ، مركز شباب ، جمعيه للاطفال فى مرحله التنشئه الاجتماعيه يودى الى زياده أعداد ممارسى الأنشطة الترويحيه مما يودى الى التأثير المجتمعى للأنشطه الترويحيه ( الالعاب ) من خلال التربيه الترويحيه الهادفه والموجه للأعمار السنيه الصغيره.

وفى هذا يشير محمد صالح القرشى الناتج المحلى الأجمالى بكلفه ( عنصر الإنتاج ) وهذا يقبس القيمه الكليه للإنتاج فى البلد خلال مده من الزمن، الناتج المحلى الأجمالى بأسعار ( السوق) عندما تنتج ( منتجات)، أن المؤسسات تستلم اعانات لتشجيعها على انتاج ( انتاجيات معينه ) كل هذه الأمور تقرر أسعار السوق التى تباع المنتج يجب علينا أن نسمح الى الضرائب والاعانات أن تحتسب عندما نحسب ( gdp ) كلفه عناصر الإنتاج لأى بلد فى العالم كلفه عناصر الإنتاج = الاعانات + الضرائب (الضرائب الجمركيه ) - كلفه عناصر الإنتاج



بأسعار السوق، الناتج القومي الاجمالي (gnp) هي قيمة الإنتاج من قبل بلد معين بغض النظر في أي مكان في العالم قد تم تحديد عناصر (الإنتاج) المملوكة لذلك البلد ولذلك فان العقود المستثمره في الخارج في بعض الشركات (المؤسسات) الاجنبيه سوف تخلق دخل لحامل الاسهم في بلد معينه صافى دخل المالكه في الخارج + gdp (كلفه عناصر الإنتاج) = gnp (الدخل القومي)، الدخل القومي أندثار رأس المال- gnp (الدخل القومي) ( بكلفه عناصر الإنتاج) = الدخل القومي، الدخل القومي ايضا معروف بوصفه الناتج القومي الصافي - طرق قياس الناتج المحلي الأجمالي الحقيقي . (٢٣: ١٠٣ - ١٠٤)

وفي هذا يؤكد الباحث على دور المؤسسات الترويجيه المختلفه في تخفيض الأسعار لزياده أعداد جمهور المستفيدين طبقا للمستويات الاجتماعيه المختلفه لأخذ قرار الشراء للمنتجات المختلفه.

ويشير البند رقم (٣) بنسبه موافقه (٩٢,٩%)

### البند الأول

البند التمهيدي جزء لا يتجزأ من العقد

وحقق البند والعبارة (٤) بنسبه موافقه (٩٢,٩%)

البند الثاني ( تخصيص واعلان منفذ البيع بالنادى / الجمعيه / مركز الشباب )

يلتزم الطرف الأول بتوفير مكان أو مساحه شاغره ظاهره بالنادى / الجمعيه / مركز

الشباب لوضع المستلزمات الرياضيه.

وفي هذا يشير الباحث الى أن مراحل اتخاذ القرار التي ينبغي أن تمثل العديد من مراحل العمليات الاداريه من التخطيط والتنظيم والتوجيه والتقييم أو التقويم للعمليات الاداريه ككل في ضوء نظم الرقابه ينبغي أن يتم اتخاذ تلك العمليات في ضوء رؤيه مستقبليه للمؤسسه الترويجيه وخاصه القرارات التي تتعلق بالمبيعات والإنتاج والخدمات.

وفي هذا يشير كمال درويش ،محمد صبحى حسنين الى ان الخطط الثابته يقصد بالخطط الثابته السياسات المستخدمه في عمليه تحديد الاهداف التي سيتم انجازها ، وهي بذلك توفر التخطيط المرحلي والوقت اللازم لاتخاذ القرار وتشمل الخطط الثابته ( السياسات ، الاجراءات ، القواعد) التي يتم بناؤها لتواكب المواقف المتكرره وهذه الخطط الثابته تساعد العاملين على اتخاذ القرار ومن الأركان الخطط الثابته السياسات الاجراءات، القواعد، السياسات تمد المؤسسه بالتوجهات والأرشادات التي يجب اتباعها عند اتخاذ القرار وهذه التوجهات و الأرشادات موجهه الى جميع المستويات الاداريه الاجراءات عباره عن مجموعه من الأحداث المتواليه في تدرج معين لتحقيق أهداف المؤسسه السياسات تكون عاده أقل تفصيلا، اما الاجراءات توضح التفاصيل بشكل أكبر وبطريقه مرحليه حسب سير العمل ، وتتضمن مجموعه من القرارات (٢١: ١٩)

وتشير العبارة (٥) بنسبه موافقه (٨٥,٧%) بتكرار (١٢) من المستويات الاداريه (العليا ، الوسطى ، التنفيذيه)

يلتزم الطرف الاول بالتصريح للطرف الثاني بوضع لوحه اعلانيه كبيره موضح بها الاوقات المحدده لببيع المستلزمات الرياضيه بأسعار المستلزمات الرياضيه التي تباع في المنفذ للشفافيه. يؤكد على جمال الدين عوض أن اثبات عقد الوكاله بالعموله عقد رضائي ، تجارى بالنسبه للوكيل لذلك يثبت ضده بكافه الطرق التي تثبت العقود التجاريه فيجوز اثباته بالبينه كما تثبت صفه الوكيل بالقرائن (١٨ : ١٢٥)

ويوضح ابراهيم سيد احمد ، راندا محمد جادو لقد نص المشرع في ماده ٨٨ من قانون التجاره الجديد على أنه لاتسرى الأحكام المنصوص عليها في هذا الفرع الا على عقود البيع البضائع التي يبرمها التجار فيما بينهم لشنون تتعلق بالتجاره مالم ينص على غير ذلك وكذلك لاتسرى تلك الأحكام الا اذا كان البديل المقابل للمبيع نقدا او كان نقدا وعينا وكانت قيمه الجزء العيني أدنى من الجزء النقدي ولقد نص المشرع في ماده ٨٩ من قانون التجاره الجديد على أنه اذا لم

يحدد المتعاقدان الثمن انعقد البيع بالسعر الذي يجرى عليه التعامل بينهما فاذا لم يكن بينهما تعامل سابق فبالسعر المتداول في السوق ، اذا اتفق على ان يكون البيع بسعر السوق أو اذا وجب الأخذ بهذا السعر وفقا لفقرة السابقيه فالعبره بمتوسط سعر السوق في الزمان والمكان اللذين تم فيهما العقد الا اذا قضى الاتفاق أو جرى عرف التجاره على غير ذلك أو تبين من الظروف وجوب اعتماد سعر آخر واذا تعدد سعر السوق فالعبره بالسعر الوسط ، وعلى هذا النحو فانه اذا لم يكن الثمن محددًا في العقد فهنا يتحدد الثمن في هذه الحالة بالسعر الذي يجرى عليه التعامل بين المتعاقدين فاذا لم يكن بينهما تعامل سابق فالسعر المتداول في الزمان والمكان اللذين تم فيهما العقد الا اذا نص الاتفاق أو جرى العرف على غير ذلك ويسرى نفس هذا الحكم اذا اتفق على أن يكون البيع بسعر السوق ولقد اختلف المشرع هنا عن القواعد العامه في القانون المدني حيث يتحدد الثمن بسعر السوق في مكان التسليم وليس في المكان الذي أبرم فيه العقد ( ٦ : ٢ ، ٧ )

يشير حجازي سعيد ابوغانم على تعريف الاعلان بأنه فن التعريف the art of making known كما عرفه ستيفين stefen بأنه النشاط الذي يقدم الرسائل الاعلانيه المرئيه أو المسموعه الى الجمهور لاغرائه على شراء سلعه مقابل اجر مدفوع والمعلن يمكن ان يكون منتجا لسلعه او مستوردا لها أو أحد موزعيها وهو يستخدم الاعلان لتحقيق عده أهداف أهمها زياده مبيعات المنتج وبالتالي تحقيق الأرباح، أما وسيله النشر فيمكن أن تكون إحدى وسائل الاعلان المعروفه كما يمكن أن تكون إحدى وسائل الاعلانيه كإعلانات الطرق، الاعلانات حافلات النقل الجماعى أما الاعلان فهو الرساله الاعلانيه التي يرغب المعلن فى توصيلها ( لجمهور المستفيدين ) والتي عاده ما تتميز بخصائصها ومميزات المنتج بهدف أقتناع ( جمهور المستفيدين ) بأستخدامها ومناسبه خصائصها لاحتياجاته مع أشباع رغباته (جمهور المستفيدين ) المستهدف قد يكونوا ( الحاليين ) (المرتقبين ) ( المتوقعين ) للسلعه المعلن عنها كما أنه يمكن ان يستقبل الرساله الاعلانيه متخذو قرار شراء المنتج من غير (جمهور المستفيدين) كالآباء ، الأمهات ، بالنسبه للمنتجات الخاصه بالأطفال والمراهقين. (٤ : ٤٤ - ٤٦ )

يوضح عصام الدين فرج أن من الآثار الاقتصادية للأعلان يعتمد نجاح ( المنتجات ) فى المجتمع على تعريف عدد كبير من ( جمهور المستفيدين ) عن هذه المنتجات ويتوقف ذلك تباعا لأحتياجاتهم وحاجاتهم أيضا ( ووفقا لتوافر منافذ البيع )، و من أثر الاعلان على تكاليف الإنتاج تكون تكلفه الإنتاج من المصروفات ، الأدوات ، الأمكانيات سواء البشريه أو الماديه. (١٧ : ٣ ، ٥ ) ويؤكد الباحث على ان **أنخفاض** سعر ( الأشتراك الشهري لممارسه الأنشطة الترويحيه ) وايضا **أنخفاض** سعر (الملابس الرياضيه) مما يزيد من الطاقه الانتاجيه للمؤسسه الترويحيه ككل . كما يشير شدون على شبيهه ( ٢٠١٦ ) ان من وظائف الاعلان واهدافه أجتذاب المزيد من (المستفيدين) الى بيئه العمل وذلك من خلال تقديم المعلومات لغير (المستفيدين والمستهلكين) المرتقبين لتعريفهم بمزايا ( المنتجات ) وأماكن توافرها ، التغلب على معوقات العزوف عن الطلب وذلك عن طريق التعرف على أسباب أو أعراض أو عزوف ( المستهلك ) ، زياده معدلات الطلب لدى

(المستهلكين) الحاليين ، الحفاظ على زياده الطلب على ( المنتج ) بابرار كفاءه أداء العلامه التجاريه أو المؤسسه ، التغلب على مشكله ضبط ( بيئه العمل ) من خلال المبيعات ، أكتشاف بيئه عمل جديده ومستفيدين جدد، تعريف الجمهور بالمزايا الكامنه والظاهره ( للمنتج ) ( ٢٦ : ٢٧ ) وفى هذا يؤكد ألياس جميل سلوم أن غالبا يوجه الاعلان لتوجيه العادات والقرارات الشرائيه ومرآحلت تفكيرنا ومع ذلك هناك أمثله كثيره للحملات الاعلانيه لم تحقق أهدافها ويرتبط ذلك بطبيعه الرساله الاعلانيه ، بالإضافة الى هذا فأن مخاطبه عدد كبير من الناس فى وقت واحد قد لايرضى جميع الأذواق والأهتمامات والأحتياجات ويبدو أن الطريقه التي يعمل بها الاعلان معقده الى حدما ولم يتم فهمها بشكل واضح ، واذا تم توجيه الرساله الاعلانيه ( للمستهلكين الحاليين ) أو المحتملون أو الذين لم يتم أستخدام المنتج ، فى هذه الحالة سيكون من الصعب تغيير الرساله الاعلانيه بحيث تتمشى

مع الحالات الثالثة ، بالطبع فإن هذه المحدوديه يجب أن تؤخذ في الاعتبار حيث أن اختيار الوسيله الاعلانيه يأتي تلازما مع رساله الاعلانيه (١: ١٠)

في حين ان البند والعباره (٦) حققت نسبة موافقه (٧٨,٦%)

البند الثالث ( بنود الاتفاق بين السيد المدير التنفيذي والسيد مورد المستلزمات الرياضيه ) يلتزم الطرف الاول بتوفير موظف / عامل تابع للنادي / الجمعيه / مركز الشباب يكون متواجد داخل المنفذ بجوار الموظف / العامل التابع للطرف الثاني لتكون مهمه الموظف / العامل التابع للطرف الاول هي استلام صورته من كل ايصال بيع للمستلزمات الرياضيه بالإضافة لصوره تكون مع العامل / الموظف التابع للطرف الثاني والنسخه الثالثه يحتفظ بها أولياء الأمور بنين / بنات كمايصال

وفي هذا يؤكد عصام بدوى على أن من خصائص القاعده القانونيه أنها قاعده سلوكيه تعنى تنظيم علاقات الأفراد وسلوكهم داخل المجتمع ، أنها لاتتحكم الا السلوك الخارجى للإنسان فلا تعباً بالمشاعر والأحاسيس التى لاتخرج عن حيز النيه أو الضمير ، القاعده القانونيه عامه مجدده اى أنها موجهه الى الأشخاص كافه وللوقائع بصفه عامه القواعد القانونيه تسعى الى تنظيم علاقات الأفراد داخل المجتمع ويكفيها أن تشكل حفظ النظام بين أفراد المجتمع ، القاعده القانونيه (ملزمه) ويوقع الجزاء على من يخالفها . (١٥ : ٣٦٥ : ٣٧٠)

وفي هذا يؤكد الباحث حفاظا على حقوق النادى ، مركز الشباب ، الجمعيه ، وأيضا حقوق أولياء الأمور بالإضافة الى حقوق مورد المستلزمات الأنشطة الترويحيه ( نشاط كره السله) أن يتم حصول كل منهم على ايصال بسداد ( أولياء الأمور ) ( الوالدان ) للمنتجات ممارسه الأنشطة الترويحيه ممايؤدى الى الحفاظ على جميع حقوق فى ضوء القواعد القانونيه وتبعاً للأجراءاتها.

وفي هذا يؤكد ديل روى سام ، Del rowe sam (٢٠١٩) على الطرق المختلفه لمدنوبى المبيعات فى تقديم العديد من المنتجات مع ايضاح التحديات التى تواجه مدنوبى المبيعات فى بيئه العمل ممايؤثر على حجم المبيعات للمؤسسات المختلفه ممايؤدى الى ضروره التأكيد على التاهيل المناسب الذى يصل الى زياده حجم المبيعات (٣٩: ٢٠)

ويؤكد الباحث ان لزياده المبيعات للأفراد ، المؤسسات التجاربه ، شركات (منتجات) فى مؤسسات ممارسه الأنشطة الترويحيه لابد أن يتميز أخصائى الترويج بالعديد من المعارف والمعلومات والخبرات التى تؤهله الى الوصول بالمؤسسات ممارسه الأنشطة الترويحيه المختلفه الى زياده (جمهور المستفيدين ) من خلال الفوائد التى تعود على المجتمع فى مختلف الأنشطة الترويحيه.

ويوضح اليكساندرو بوجدان ، Alexandrescu bogdan ، ميلراندو مارس ، milandru marius (٢٠١٨) لزياده مبيعات ( المنتجات ) لجمهور المستفيدين يتم توجيه العديد من العروض من خلال استخدام العديد من الطرق لزياده حجم المبيعات من اعلان ، مبيعات شخصيه عن طريق مدنوب المبيعات بالأجراءات المتبعه ، مبيعات لزياده جمهور المستفيدين لأن وصول المعلومات بصوره تزيد من اقبال جمهور المستفيدين تؤثر على قرار الشراء ( للمنتجات) ضمنا لتحقيق الربح مما يزيد من معدلات التنميه الاقتصاديه والأنتاج (٣٦: ٢٦٨ - ٢٧٤)

بالإضافه الى العبارة (٧) حققت نسبة موافقه ( ٩٢,٩%) يلتزم الطرف الثاني بتوفير المستلزمات الرياضيه المطلوبه من البنين / البنات على أن تكون مصنعه من خامات ذات جوده وبأقل الأسعار والأعلان عن تواجدها بالمنفذ فى المواعيد المحدده من السيد المدير التنفيذي للنادى / الجمعيه / مركز الشباب.

وفي هذا يؤكد جاسم محمد ياسين عبد الله راشد فتشير هذه الدراسه ان للأحتكار أنواعا وصورا متعدده فهناك أحتكار البائع أو المنتج وهو الأكثر شيوعا وذلك لمن يتحكم فى عرض كميات السلع فى السوق وبالتالي فى أسعارها وأحتكار المشتري مثال المنتج الوحيد لسلعه معينه

لها خامات ليس لها استخدام بديل فيكون محتكرا لشراء تلك الخامات وتتنوع درجات ومستويات الاحتكار كما يلي الاحتكار الاحادي ، احتكار القلة ، المنافسة الاحتكاريه ، تأتي أهميه دارسه ظاهره الاحتكار والمنافسه غير المشروعه كضروره لأبراز دورهما الفعال في المجتمع لضبط التجاوزات والتصرفات غير المقبوله من التعاملات التجاريه بما يعود بالنفع والأستقرار الأقتصادي عموما ويدافع بسد النواقص والثغرات في التشريعات الخاصه ولاسيما الجزائيه منها وأن هذه الدراسه تهدف الى تحقيق أهداف ثقافيه ومعرفيه أهداف تجاريه واقتصاديه أهداف اجتماعيه أهداف تنمويه وتكنولوجيه أهداف تشريعيه ( ٣ : ٧-٨ ، ١٠-١١ )

وفي هذا يشير محمود جاسم الصميدى ، ردينه عثمان يوسف الى أن طبقا لمفهوم ستاجين ، staton السعر من وجهه نظر اقتصاديه يمثل القيمه النقديه ( للمنتج ) والتي تحدد وفق عوامل (بيئه العمل ) وذلك لكون الأقتصاديين يجدون أن سعر يرتبط بالمنفعه والقيمه وتتمثل المنفعه في مواصفات المنتج التي تحقق أشباع الرغبات لجمهور المستفيدين والقيمه تمثل التسعير الكمي للمنتج والتي يمكن قياسها من خلال كميته النقود التي يدفعها ( جمهور المستفيدين ) من أجل الحصول على المنفعه ، أن أى قرار لتحديد الأسعار مع الأخذ في الاعتبار العوامل الداخليه والخارجيه يجب أن الأسعار تغطى جميع التكاليف مع تحقيق الربح وفق مايجده متخذى القرار أختلاف المنتجات ، تختلف السياسات السعرية بأختلاف ( المنتج ) فإذا تميز ( المنتج ) بالكفاءه في الأداء والمؤسسه الوحيده أو تكون شبه منفرده في ( بيئه العمل ) فأنها تمتلك الحريه في اتخاذ القرارات السعرية ، أما اذا كانت منتجاتها مماثله أو متقاربه ( للمنتج ) المنافسه فانها سوف تتبع سياسه منسجمه مع السياسات السعرية ( للمنتج ) فى بيئه العمل. (٣١ : ٦٢ ، ٦٧)

ويوضح جينجيف تودوروا ، Genchev, e todorova (٢٠١٧) الى أن معدل التنافس يزداد بين بيئات العمل ، مما يؤدي الى تواجد العديد من الأستراتيجيات لزياده ( جمهور المستفيدين ) وبالتالي زياده حجم الأرباح وفي هذا نشير الى أن زياده توزيع المبيعات يعد هو أحد أفضل الأساليب لزياده جمهور المستفيدين مع الأحتفاظ بجمهور المستفيدين الحاليين من خلال تحفيز ( جمهور المستفيدين ) على شراء ( المنتجات ) عن طريق تقييم قيمه نقديه تتماشى مع ارتفاع مؤشر التنافس فى بيئه العمل من خلال انخفاض القيمه الماليه عن بيئه العمل مع زياده فاعليه ( جمهور المستفيدين ) من المؤسسات التجاريه للجمله فى زياده المبيعات وفى هذه مقاله العلميه يتضح أن من أهم النتائج هو طرق توزيع ( المنتجات ) لها تأثير مباشر على زياده ( جمهور المستفيدين ). (٤١ : ١٨١ - ١٨٥)

ويشير الباحث أن يتواجد العديد من الطرق لتوزيع ( المنتجات ) ، ومن هذه الطرق منفذ لتوزيع (منتجات)، أتجاه لزياده مع انخفاض الأسعار ( تحقيق معدل من الأرباح ) (داخليا ، خارجيا).

وتم التوصل الى ان العبارة ( ٨ ) حققت نسبه موافقه ( ٩٢,٩ %) يلتزم الطرف الثانى باءحضار فواتير الشراء الخاصه بالمستلزمات الرياضيه موضح بها اجمالى قيمه المشتريات وتقديمها للطرف الأول وذلك قبل بدء بيع المستلزمات الرياضيه للبينين / اللينات.

يؤكد عصام بدوى على ان الأزام هو من أهم الصفات المميزه للقاعده القانونيه وتنقسم من حيث قوه الأزام الى قاعده أمره ، قاعده مفسره أو قاعده مكمله القاعده القانونيه الأمره هى القاعده القانونيه التى لايجوز الاتفاق على مخالفه حكمها ، القاعده القانونيه المفسره هى القاعده القانونيه التى يجوز الاتفاق على مخالفتها. (١٥ : ٣٦٥ - ٣٧٠ )

وفي هذا يشير الباحث الى ضروره التزام المورد للمستلزمات الأنشطه الترويجيه ( نشاط كره السله ) فى تسليم فواتير الشراء قبل الميعاد المحدد لبدء البيع وذلك طبقا للقاعده القانونيه الملزمه والأجراءات القانونيه المتبعه .

وايضا العبارة (٩) حققت نسبه موافقه ( ٩٢,٩ %)

يلتزم الطرف الثاني بتوفير ايصال سداد من ثلاث نسخ عند بيع المستلزمات الرياضيه للبينين / للبنات على ان تحتفظ أولياء الأمور البينين / البنات بنسخه والموظف والعامل التابع للطرف الاول بنسخه والموظف / العامل التابع للطرف الثاني بنسخه وذلك لبيان القيمة الفعلية للمبيعات ومقارنتها بالقيمة الماليه لفواتير الشراء للوصول الى القيمة الفعلية للأرباح المتحصل عليها من بيع المستلزمات الرياضيه بالمنفذ.

يوضح عماد الشربيني تتحدد آثار عقد البيع في الأتي المطلب الاول نقل الملكيه ، المطلب الثاني التزامات البائع وهناك التزامان على البائع وهما الالتزام بالتسليم ، الالتزام بالضمان ، المطلب الثالث التزامات المشتري ( ١٩ : ٩٢ - ١٠٥ )

ويوجه نداء محمد الصوص على من أهم أنواع الربح ، الربح المحاسبي الفرق بين الأيراد الكلي للأنتاج والتكاليف ( المنظوره ) والمحاسبه الوارده في دفاتر ( المؤسسه ) والتي تم دفعها فعلياً الربح المحاسبي = الأيراد الكلي - التكاليف المحاسبية ( المنظوره ) ، الربح الأقتصادي يمثل الربح الأقتصادي الفرق بين الأيراد الكلي والتكاليف الأقتصادييه ( التكاليف الكليه ) وتشمل التكاليف المحاسبية الوارده في دفاتر المشروع اضافه الى التكاليف الغير ظاهره - الربح الأقتصادي = الأيراد الكلي - التكاليف الكليه ( الظاهره وغير الظاهره ) ( ٣٤ : ١٣٥-١٣٦ )

ويوضح محمود جاسم الصميدى ، ردينه عثمان يوسف أن يمثل الربح أهم مؤشرات التي يستند عليها في أستثمار الأموال وأختيار المشروع وأجراء المفاضله ما بين المشاريع وأختيار المشروع الأنسب والذي يحقق الأرباح ، الربح يمثل مقياس الحكم على كفاءه الأداء والأنتاج للمشروع والمعيار الأساسي الذي يؤخذ بنظر الأعتبار عند تقسيم المشاريع وأختيار المشروع أو أختيار البديل المناسب من بين المشاريع، وبشكل عام فان الربح يمثل الفرق ما بين التكاليف الاجماليه والأيرادات الاجماليه للمشروع. ( ٣١ : ٩٣ - ٩٤ )

وفي هذا يشير الباحث الى أن ضروره أن يقوم المورد لمنتجات الأنشطة الترويحيه ( نشاط كره السله ) أن يقوم بتقديم الفاتوره الاجماليه بالقيمه الفعلية مع الألتزام بتحديد القيمة الفعلية الماليه للمبالغ الماليه في ضوء الأرباح المتفق عليها مع المؤسسه الترويحيه نادى مركز شباب جمعيه وفي هذا يعد مبيعات الأنشطة الترويحيه نشاط كره السله مع حصول كل من المؤسسه الترويحيه وأولياء الأمور (الوالدين ) ، المورد لمستلزمات الأنشطة الترويحيه نشاط كره السله على ايصال مؤشر على المبيعات والقيمة الفعلية للأرباح في ضوء التعاقد للمؤسسه الترويحيه ومورد مستلزمات الأنشطة الترويحيه ( نشاط كره السله ) .

بالاضافه الى ان العبارة ( ١٠ ) حققت ايضا نسبه موافقه ( ٩٢,٩ % )

يلتزم الطرف الثاني باستخدام المنفذ في بيع المستلزمات الرياضيه دون غيرها وفي المواعيد المحدده من السيد المدير التنفيذي للنادى / الجمعيه / مركز الشباب وفي هذا يؤكد عبد العزيز ابونبعه على ان من أدله التنظيم غياب التنظيم يعنى تواجد الفوضى ، تكثر المنازعات من الافراد وبالتالي فقد الانتاجيه والربحيه، يتجاوز الرؤساء رؤسهم ويتجاوز المرؤسين رؤسهم ، زياده التكلفة العمل لان انعدام التنسيق يؤدي الى الأزواجيه وتكرار العمل، تدنى معنويات الموظفين وبالتالي تدنى انتاجياتهم مما يؤدي الى انخفاض الربحيه في ( المؤسسه )، عدم تحديد (المسئوليه ) وضياعها بين عده أفراد ، ضعف المركز ( الأتتماني ) (للمؤسسه) وقله ثقه الآخرين به . ( ١٢ : ١٨ )

وفي هذا يشير الباحث الى ان ضروره التزام المورد للمستلزمات الأنشطة الترويحيه ( نشاط كره السله ) بالقاعده القانونيه والأجراءات القانونيه التي تلزمه بالتواجد داخل المنفذ في المواعيد المحدده من قبل المؤسسه الترويحيه وذلك لمبيعات نشاط كره السله دون غيرها وفي حاله ارتكاب المورد لمستلزمات الأنشطة الترويحيه نشاط كره السله المخالفه بعدم الألتزام بالنص يتم اتباع الأجراءات القانونيه .

والعبارة ( ١١ ) ايضا نسبه موافقه ( ٩٢,٩ % )

يلتزم الطرف الثاني بتوريد نسبة ( عموله %) من القيمة الفعلية للأرباح ليد الطرف الاول مقابل اىصال سداد من الطرف الاول وذلك لتوفير الطرف الاول للطرف الثاني منفذ بيع المستلزمات الرياضيه داخل النادى / الجمعيه / مركز الشباب وذلك فى مده أقصاها اسبوع من نهايه كل شهر

وفى هذا يشير محمد خيرى ، سفير الامين أحكام خاصه بالتعاقدات التى تبرمها الحكومه أو القطاع العام ماده ( ١٤ ) على وزارات الحكومه ومصالحها ووحدات الحكم المحلى والهيئات العامه وشركات ووحدات القطاع العام أن تراعى فيما ترضعه من شروط لتعاقداتها أن ينص فى العطاء ( أقل ثمن ممكن ) على مقدار العموله أو السمسره (غائب ) المقرر دفعها للوكيل التجارى أو أحد وسطاء التجاره فى حاله رسو العطاء شخص أو أشخاص من يتفاوضونها مع وجوب اىصال هذه المبالغ لحساب اصحاب الحق فى أحد البنوك العامله جمهوريه مصر العربيه والخاضعه للأشراف البنك المركزى وبالعمله المتفق عليها بين الأطراف ويجوز للجهات المشار إليها بالفقره الأولى من هذه ماده التى تنص على انقاص العطاء أو زيادته ما حسب الاحوال ، مقدار العموله أو مقابل الوساطه ، على أن تؤدى هذه الجهات الى الوكيل أو الوسيط التجارى العموله أو مقابل الوساطه بالقدر ووفق الشروط التى يتفق عليها (٢٢: ١٠٦)

وفى هذا يشير الباحث الى أن العقود التى توجه الى الأنديه أو مراكز الشباب أو الجمعيات تختلف طبقاً للمؤسسه الترويحيه ( قطاع عام ، قطاع استثمارى ، قطاع خاص ) بالعموله ونسبه المؤسسه الترويحيه.

وفى هذا يشير نعيم أحمد شينار الى أن يجب أن ينصب الأيجاب والقبول على جميع العناصر التى يتكون منها عقد الوكاله بالعموله كما هو لشأن بالنسبه لطبيعته العمليه ونوع خدمه سواء كانت الوكاله بالعموله للبيع أو الشراء والشروط التى يتعاقد الوكيل بالعموله مع الغير على مقتضاها ان وجدت والأصل أن يتفق الطرفان على أجر ( قبل ) الوكيل بالعموله أو الكيفيه تحديد الاجر ( قبل ) فإن لم يحصل اتفاق فى الشأن فإن القاضى يحكم بالعموله ( بعد ) التى يستحقها الوكيل المذكور، لان الصل فى الوكاله بالعموله أنها وكاله مأجوره ويترتب على تجاريه عقد الوكاله بالعموله أنه يجوز أثباته على مواجهه الوكيل بكافه طرق الاثبات وفقا لقاعده (حرية الاثبات فى المواد التجاريه) (٣٥: ٣٥-٣٦)

ويشير الباحث الى ان اما بالنسبه للموكل فتختلف طبيعته عقد الوكاله بالعموله بحسب ما اذا كان الموكل تاجرا وأبرم هذا العقد لتوسط الوكيل فى ابرام بعض المعاملات المتعلقه بتجارته فان العقد يعتبر تجاريا بالنسبه له ايضا ، ويجوز أثباته بكافه طرق الاثبات والأعتبر العقد مدنيا بالنسبه للموكل (المؤسسه الترويحيه ) وفى هذه الحاله يخضع الوكيل فى اثبات عقد الوكاله بالعموله فى مواجهه الموكل للقواعد العامه فى الأثبات.

ويشير البند والعباره (١٢) بنسبه موافقه ( ٩٢,٩ % )

البند الرابع ( المعلنين والممول )

يتعهد الطرف الثاني بتوفير عدد من المعلنين لاستغلال المستلزمات الرياضيه للنادى / الجمعيه / مركز الشباب الذى يوفرها المنفذ فى الترويج للمنتجات الخاصه بهم.

يشير حسن وجيه حسن الى عناصر العقد الرئيسيه عبر كافه أنواع العقود عناصر العقد الصحيح

**الاتفاق ، موضوع الاتفاق ، اطراف لهم الأهليه الكامله ، صحه الغرض القانونى ، يتم الاتفاق من خلال سلسله من تتابع مفهوميين محورين هما العرض والقبول وذلك بين مقدم العرض وبين مايعرض عليه العرض فعندما يقبل الاخير عرض مقدم العرض فان أول متطلبات العقد الصحيح تكون قد تمت أما موضوع مايعرض ويعتبر القبول فهو شئ له قيمه ما يتم عرضه وقبوله وهذا قد يكون مالا أو منتج أو عقار الى ماذلك ، الأطراف لا بد أن يكون لهم الأهليه الكامله والا فسد**

ركن اساسى من أركان العقد الغرض القانونى لابد ان يتوافق العقد مع كون طبيعه مايعرض ومايقبل متمشياً مع قواعد القانون والافسد العقد ، وهنا لابد من رصد مفردات مثل العقد السليم وهو العقد السليم المستوفى للأركان الأربعة أعلاه (٥ : ٨٤)

وفى هذا يؤكد زكريا احمد عزام ، مصطفى الشيخ ( ٢٠١٥ ) على أن قيمه العلامة التجارية توجه سلوكيات المستفيدين نحو الاستفاده من ( المنتجات ) ذات القيمه التي تعود عليهم بالنفع هذا كله يهدد الحصاص السوقيه للعلامة التجاريه ، النتيجة هي احلال قوى العلامة التجاريه وهذا يوضح ضروره التفريق بين المتفادات (٧ : ٧٩ - ٨٠)

وفى هذا يشير سمير العبدلى ، قحطان العبدلى ( ٢٠١٣ ) على الأهميه الأقتصاديه للأعلان حيث أستمدت الأقتصاديّات الموجه للنشاط الاعلانى الى الحد من ذلك النشاط لان العائد الأنفاقى النهائى يعود على المستفيد وذلك تخفيفا عليهم ومن ثم الوصول بالمنتج الى أكبر قدر ممكن للجمهور ، والواقع أن الأنفاق الاعلانى الذين ينادون بأثاره الأيجابيه على المجتمع ، الأنتاج ، الأقتصاد ، حيث ينادى بعض مؤسسى الأعلان بأنه لولا هذا النشاط لما أمكن للأنتاج أن يتم كما هو سائد فى الصناعه الحديثه حيث يعتمد الأنتاج على نطاق واسع فى نجاحه على الاستفاده لأكبر عدد ممكن من الجمهور ولايتحقق ذلك الامن خلال التأثير على أكبر عدد من الجمهور المستفيد وبناء الولاء ( للمنتج ) ،وأنتهى بعض الأقتصاديّين الى أن أهم مايسهم به الأنفاق الاعلانى زياده الحركه التجاريه مع التميمه الأقتصاديّه المتوقعه (١٠ : ١٧٧ - ١٧٩)

وفى هذا توضح منى سعيد الحديدى ، سلوى امام ان الأستجابه الشرائيه يلاحظ أن الأتصالات الاعلانيه وحدها لاتسبب الأستجابه الشرائيه الملائمه ( للمنتج ) المعلن عنها ، لكنها تساهم فى خلق مناخ أيجابى أو بيئه ملائمه للقرار الشرائى وذلك بتقديم صورته طبيبيه ( للمنتج ) ، التأثير فى سلوك مابعد الشراء أو تثبيت ولاء المستفيد تهدف الرساله الاعلانيه الى زياده أعداد المستفيدين مع زياده ولائهم للعلامة التجاريه ( ٢٣ : ٣٣-٣٤)

وفى هذا يشير محمد عبد حسين الى ان ( ٢٠١٥ ) يهدف الأعلان الى ايصال المعلومات والتأثير على الجمهور والأعلان عندما يكون رسميا صادر من ( الدوله ، حكومه ، مؤسسه رسميه عامه ، أو خاصه ) قد يتخذ الأعلان هدف تقديم معلومات وترك الجمهور المستفيد أن يستجيب لهذه المعلومه أو الأفكار او الأشياء التي من الممكن أن تؤثر فى قراراتهم بشراء (منتج) أو الأستجابه للقرارات الرسميه طبقا للمتغيرات ( السياسيه والاقتصاديّيه ) ( ٢٧ : ٢٥ ) وفى هذا يؤكد محمد فريد الصحن على أن الأعلان والمنافسه هناك العديد من الأراء التي تنادى بأن الأعلان يحد من المنافسه بين ( المؤسسات ) من خلال أستخدام ( الأسماء ) ( العلامات التجاريه ) ( شعارات المؤسسه ) لتقويه وتدعيم مركزها التنافسى ومحاولة منع دخول ( مؤسسات ) ( للمنتج ) بالأضافه الى أستخدام مسموحات البيع لزياده ( جمهور المستفيدين ) وبالرغم من صحه الأذعاءات فى ظاهرها الى أن قيام ( المؤسسات المختلفه ) بالأعلان قد يؤدى الى ضعف هذه الأذعاءات فالاسماء التجاريه ( العلامات التجاريه ) يختلف درجه ولاء ( جمهور المستفيدين ) للأسم التجارى ( العلامة التجاريه ) حسب طبيعه ( المنتج ) فهناك العديد من ( المؤسسات ) يقدمو ( منتجات ) بدون أسماء تجاريه ( علامه تجاريه ) ، أسماء معروفه ويحاولوا أن يجدوا ميزه تنافسي ( للمنتج ) من خلال السعر أو توافر المنتج (٢٨ : ٣٢ - ٣٣).

وتشير منى سعيد الحديدى ، سلوى امام على أن لقد تعددت النماذج والمداخل والصيغ التي يمكن الأرتكاز عليها فى تحقيق الهدف من الأتصال الاعلانى ( الرساله الاعلانيه ) ومن هذه الصيغ ( الرساله الاعلانيه ) أنواع ( المداخل ) ( النماذج ) وفى هذا يتم تحديد المدخل او الصيغه او النموذج ( السادس ) الجهل بالعلامة التجاريه ، أدراك العلامة التجاريه ، المعرفه ، الأعجاب ، التفصيل، الأفتناع ، الشراء (٣٣ : ١٥ - ١٩)

وفى هذا يؤكد الباحث الى ان الجهل بالعلامة التجاريه من حيث العديد من الأمور والجوانب

وخاصه من الناحية الاقتصادية والاجتماعية ثم الإدراك ( للعلامة التجارية ) مع التأثير على ( جمهور المستفيدين ) من معرفه ( المنتج ) ومابهذا ( المنتج ) من إمكانات وخصائص ومميزات تدعو الى الوصول بالأعجاب بهذا ( المنتج ) والتفضيل له من بين العديد من ( المنتجات ) ثم الأفتتاح الذى يؤدى الى التكراريه فى قرار الشراء على المدى الزمنى القصير والطويل.

وحققت العبارة (١٣) (١٤) (١٥) نسبة موافقه تتراوح من ( ٨٥,٧ % الى ٩٢,٩ % )

وفى هذا نشير الى ان العبارة رقم ( ١٣ ) نسبه الموافقه ( ٩٢,٩ % ) على ان يكون ذلك مقابل حقوق اعلانيه للنادى / الجمعيه / مركز الشباب من قبل هؤلاء المعلنين و العبارة (١٤) نسبه موافقه ( ٩٢,٩ % ) وذلك بمبالغ تحدد بين الطرف الثانى والنادى / الجمعيه / مركز الشباب و العبارة (١٥) بنسبه موافقه ( ٨٥,٧ % ) على ان يكون سداد هذه المبالغ فى هيئه اقساط على ألا يتعدى الوقت المحدد للسداد العام ٢٠ الميلادى المخصص للأعلان على المستلزمات الرياضيه الخاص بالنادى / جمعيه / مركز الشباب

وفى هذا يحدد حسن محمد وجيه حسن ان من انواع العقود عقود المفاوضه ، عقود الازعان ، العقد البسيط والعقد المختلط ، العقد الرسمى والعقد الغير الرسمى ، العقد المحدد والعقد الضمنى ( ٥ : ٨٥ )

ويشير على جمال الدين عوض الى عقد الوكالة بالعموله والفضاله راينا ان الوكيل بالعموله هو الذى يعمل عملا باسم نفسه او باسم شركه اى اذا كان الوكيل هو الشركه ذاتها تحترف الوكالة ( م ٨١ ) وبإذن موكله ، واما اذا عمل الوكيل بالعموله عملا باسم الموكل بغير اذن منه فى اظهار اسمه فتراعى فى ذلك القواعد المقرره فى شأن من يدير او يعمل عملا لآخر بغير اذنه اى القواعد المقرره بشأن الفصولى ( ١٨ : ١٨٥ )

وفى هذا يشير الباحث الى أن تعد الخطه الأعلانيه من خلال العديد من المعلنين او أحدهم بالتنسيق مع المؤسسه الترويجيه نادى ، مركز شباب ، جمعيه أو من خلال الوكالات الأعلانيه وفى اطار الإجراءات القانونيه المتبعه التى تزيد من أعداد المعلنين للنادى ، مركز الشباب ، الجمعيه طبقا للنشاط الترويجى( الألعاب )

وفى هذا يشير سمير العبدلى ، قحطان العبدلى الى ميزانيه الأعلان ان تحديد المبالغ التى تنفق على النشاط الأعلانى مساله أساسيه وتعتبر من الأمور المعقده فى تخطيط ذلك النشاط وتعتبر المبالغ التى تنفق على الأعلان بمثابة أستثمار فى أعمال الشركه حيث تستخدم فى تحقيق مبيعات أو المحافظه على المبيعات أو زياده استثمار المبيعات سواء كان الأنفاق سريعا أو بطيئا أو كان أستمرار الثر الناتج عن الأنفاق مربوطا بفترة محدده أو معتمده على مدى السنين المقبله ، يتوقف تقدير المبالغ التى يخصصها المعلن - ضمن الميزانيه التقديرية - من المنتجات ومنشاته على عده عوامل تختلف حسب ظروف المعلنين وسوق ( جمهور المستفيدين ) ومنافذ التوزيع وأنواع المنتجات التى يعلن عنها ( ١٠ : ١١٥ - ١٢١ )

وحققت العبارة ( ١٦ ) نسبه موافقه ( ٩٢,٩ % )  
يتعهد الطرف الثانى باقناع المعلنين لاستغلال المستلزمات الرياضيه الخاصه بالنادى اعلانيا مقابل مبالغ ماليه بتحمل نسبه من التكلفة الماليه للمستلزمات الرياضيه المطلوبه.  
والعبارة ( ١٧ ) نسبه موافقه ( ٨٥,٧ % ) بتكرار ( ١٢ ) من المستويات الاداريه ( العليا ، الوسطى ، التنفيذيه ) وصولا فى النهايه بهذه النسبه الى اعفاء اولياء الامور البنين / البنات من تكلفه شراء المستلزمات الرياضيه.

وفى هذا توضح اندرو . ترسا ، ANDREW H. TRICE SA :-ان تحديد شراكات بين ( القطاع العام ، القطاع الاستثمارى ، القطاع الخاص ) وبين أفراد ، مجموعات ، مؤسسات ، جمعيات ، انديه . لأستثمار العديد من الأماكن لممارسه الأنشطة الترويجيه المختلفه مما يؤدى الى مضاعفه أعداد الممارسين للأنشطه الترويجيه المختلفه وفى هذا يتم تحديد العديد من الاتفاقيات بين



أفراد ، مجموعات ، مؤسسات ، جمعيات ، انديه . لأستثمار العديد من الأماكن لممارسه الأنشطة الترويحيه المختلفه فى ضوء سياسه البلد (٣٧: ١٩٥ - ٢٠٧) وفى هذا يشير محمد فريد الصحن الى ان الهدف من الاعلان متعدد الأغراض ، قد يكون الهدف التأثير على ( جمهور المستفيدين ) وقد يكون الهدف أقتناع ( جمهور المستفيدين ) على الأستفاده بالمنتج وأختياره من بين ( المنتجات ) الأخرى قد يكون الهدف ( العلامه التجاريه ) ( الشعار ) ولعل أهم مايميز الاعلان هو وضوح صفه المعلن فى الاعلان مايمكن من معرفه طبيبعه الرساله الاعلانيه ( أقتصاديه ) ( أتماعيه ) ، ان الاعلان هو جهد مدفوع القيمه ، بمعنى أن المعلن يقوم بدفع تكاليف الاعلان الى الجئه التى ستتولى توصيل المعلومات الى القطاع المستهدف (٢٨: ١٤)

وفى هذا يشير الباحث الى تتعدد الأهداف من الاعلان وبذلك نصل بالاعلان الى العديد من الطبقات المجتمعيه المختلفه بالأضافه الى استفاده المعلنين طبقا لنوعيه النشاط وفى هذا ينبغى ان يتم تحفيز العديد من المعلنين على الاعلان بالمؤسسات الترويحيه المختلفه وصولا الى العديد من الشراكات التى تصل بزياده اعداد ممارسى الأنشطة الترويحيه المختلفه (الالعاب ) بالأضافه الى الوصول الى المنتجات لممارسه نشاط كره السله بصوره مجانيه واخيرا حققت عباره (١٨) نسبه موافقه (٩٢,٩ %) (١٤: ٢٨)

ألزام المعلن بهذه التكلفة وصولا الى زياده القاعده للممارسه نشاط كره السله بنين / بنات . وفى هذا يرى جيم دالى ، Jim daly ينبغى اشراك الأفراد الذين يتأثرون بقرارات التخطيط (تقيم البرامج الترويحيه ) لذلك يعد التخطيط عمليه مستمره وليس مهمه محدده لهابدايه ونهايه ( نشاط يتبع مؤسسه ، منظمه ) وصولا الى قرارات تطبيق لمخططى برامج الأنشطة الترويحيه المختلفه تتمثل احدى طرق القيام بقياس احتياجات الافراد طبقا للأوليات الخدمات لممارسه الأنشطة الترويحيه وإيضا الأماكن المجتمعيه لممارسه الأنشطة الترويحيه المختلفه . وفى هذا تم التأكيد على ان الأماكن المجتمعيه للأنشطه الترويحيه يتم توفيرها طبقا للأوليات الأختيار لممارسه الأنشطة الترويحيه (جمهور المستفيدين) (٤٦ : ١-٨ ، ٥٣ - ٧٠)

كما يشير اندرو . ه . ترسا ، ANDREW H. TRICE SA الى أن فى هذا يتم التوجه الى الفوائد التى يتم اكتسابها الفرد من منظور التنميه الشامله من الناحيه البدنيه ، النفسيه ، الاجتماعيه .. الخ ويتضح من ذلك ان القيم العديده التى يكتسبها الفرد من ممارسه الأنشطة الترويحيه تؤدى الى تنميه الموارد البشرىه كاستثمار للموارد البشرىه وفى هذا اذا تم تقيم الخدمات لممارسه الأنشطة الترويحيه المختلفه ( الترويج الخوى ) بتقيم من منظور تحقيق معدل من الربح مع أستثمار الموارد البشرىه فسيكون التوجه لمثل هذه المشاريع كهدف أساسى لتلك المشاريع ضمن برامجها والخطط التنفيذيه فى ضوء الرؤيه الاستراتيجيه واذا كانت عوائد ومميزات ممارسه الأنشطة الترويحيه بصفه فرديه للفرد المشارك فى برامج الأنشطة الترويحيه فى هذه الحاله يكون التقيم من منظور الخدمات المقدمه طبقا للمؤسسه او الجمعيه او نادى ( حكومى او غير حكومى ) ممايؤدى الى انعدام التأثير بقيمه العمله المحليه ( دولار ) ( الجنيه المصرى ) من منظور الاكتفاء طبقا لمتوسط دخل الفرد للمجتمع بصفه عامه وهذه الحاله تزيد من معدلات التضخم وعدم الوصول الى مراحل الأتزان والأكتفاء ومن التطوير للمجتمع بصفه عامه ( ٣٧ : ١٩٥ - ٢٠٧ )

وفى هذا يرى الباحث ان تقديم مؤسسات ، جمعيات ، أنديه ( الخدمات ) وفقا لهذا المنظور يقلل من معدل ممارسه الافراد للأنشطه الترويحيه هذا بالأضافه الى ان الدوله لا يكون لها دور من حيث ( الشراكه ) من حيث تقديم المؤسسات الترويحيه ( خدمات أو منتجات ) ممايؤدى الى أقتصار (الخدمات المتميزه او المنتجات المتميزه) على الفئات المجتمعيه التى تمتلك ( الاموال ) فى المجتمع ، ان يتم تقدير التكلفة للأنشطه الترويحيه التى يتم ممارستها من منظور (فائض جمهور المستفيدين ) وهذا يرتبط بالفئه المجتمعيه التى تمتلك الاموال لممارسه الأنشطة الترويحيه دون المستوى الاجتماعى الذى لايمارس الأنشطة الترويحيه.

وتؤكد اورا ديستري، Ure destry ( ٢٠١٩ ) على ضروره تواجد مركز لممارسه الأنشطة الترويحيه المتنوعه مع عدم أقتصارها على الأنشطة الترويحيه (البدنيه ) بل تشتمل على ممارسه الأنشطة الترويحيه بصوره عامه وصولا الى التأثير على الفرد من مختلف جوانب ( الصحيه ) (العقليه ، الروحيه ، البدنيه ) فى حين تشير أهم النتائج الى ايضاح تأثير المركز الترويحي على العديد من جمهور المستفيدين ( عائلات ، أصدقاء ) يمكنهم من خلال ممارسه الأنشطة الترويحيه التى تحسن العادات الصحيه التى تعزز من حياتهم ومن ثم نزيد من معدلات التنميه الاجتماعيه . (44)

#### التوصيات

١- تطبيق عقد تخصيص منفذ مقابل عموله من مبيعات نشاط كره السله ( قيد البحث) على الجمعيات ومراكز الشباب والاندية و على العديد من الأنشطة الترويحيه ( الالعاب)مع مراعاة العموله ونسبه المؤسسه الترويحيه واختلاف مستوى القيمه (حكوميه ، قطاع عام ، قطاع استثمارى ، قطاع خاص)





## المراجع العربية :-

- ١ الياس جميل سلوم  
الاعلان مفهومه وتطبيقاته ، سلسلة الرضا للمعلومات ، دار  
الرضا للنشر ، الطبعة الاولى ، دمشق ، سوريا ، ٢٠٠١ م ص ٩-ص  
١٤، ١٩-ص ٢١،  
الالتزامات والعقود التجارية ، الطبعة الاولى المركز القومي  
للإصدارات القانونية ، ٢٠١٠ م ، ص ٦-ص ٣١ ، ص ١٣٥-ص ١٥٠
- ٢ ابراهيم سيد احمد ، راندا محمد جادو  
مظاهر السلوك الاحتكاري وأليات مكافحته من القانونين الكويتي  
والمصري ، دكتوراه ، كلية الحقوق ، جامعه القاهرة ، ٢٠١١ م  
ص ١-ص ١٦ ، ص ٣٢٣-ص ٣٣١
- ٣ جاسم محمد ياسين عبد الله راشد  
٤ حجازى سعيد ابو غانم  
تخطيط واداره النشاط والحملات الاعلاميه ، دار أسامه للنشر  
والتوزيع ، الطبعة الاولى، عمان ، الاردن ، ٢٠١١ م  
ص ٤٧-ص ٦٢، ص ٧٤، ص ٢٥٢-ص ٢٦٠، ص ٢٦٦-ص ٢٦٩، ص ٢٧٢-ص ٢٧٨ ،  
مهارات التفاوض التجارى وعمليات التعاقد ، ص ٧٧-ص ٩٠
- ٥ حسن محمد وجيه حسن  
احكام عقد البيع التجارى بالتقسيط ( فى قانون التجاره رقم ١٧ لسنة  
١٩٩٩م ) ، الطبعة الاولى ، دار نصر ، ص ٥:ص ٢٨
- ٦ حسام رضا السيد عبد الحميد  
٧ زكريا أحمد عزام ، مصطفى الشيخ  
عصر الاعلان ( مبادئ الاعلان ) والاتصالات التسويقيه فى العمل  
، دار الفكر ، الطبعة الاولى عمان ، الاردن ، ٢٠١٥ م ص ٧٠-ص  
٨٠، ص ١٩٥-٢٠٤،  
استراتيجيات البيع التفاعلى ، دار الفاروق ، الطبعة الاولى ،  
القاهره ، مصر ، ٢٠١٠ م ص ١٥٧-ص ١٨٠، ص ٢٧٧-ص ٢٩٥ ،  
الاعلان وسلوك المستهلك ، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر  
٢٠٠٦ م ص ٢٠١-ص ٢٤٥ ،
- ٨ ستيف ماركس  
٩ سلوى العوادلى

- ١٠ سمير العبدلى ، قحطان العبدلى  
الترويج والاعلان ، الطبعة الاولى ، عمان ، الاردن ٢٠١٣ م  
ص ١٦ ، ص ٢١ - ص ٣١ ، ص ٥٧ - ص ٥٧ ، ص ١١٥ - ص ١٢١ ، ص ١٧٧ - ص ١٨٧ ،  
١١ شنوان على شبيهه  
الاعلان المدخل و النظرية ، دار المعرفة الجامعيه ، الاسكندريه ،  
١٢ عبد العزيز أبو نبعه  
مصر، ٢٠١٦ م. ص ١٣ - ص ٢٠ ، ص ٢٦ - ص ٣٥ ، ص ١٦٢ - ص ١٧٤ ،  
كيف تدفع انتاجيه موظفيك وتزيد الربحيه ، الوراق للنشر والتوزيع  
، الطبعة الاولى ، القايره ، مصر ، ٢٠٠٤ م ص ١٦ - ص ٢٩
- ١٣ عبد الحميد الشواربي  
الالتزامات والعقود التجاريه وفقا لقانون التجاره رقم ١٧ لسنة  
١٩٩٩م مع صيغ العقود والدعاوى التجاريه ، ج ١ ، دار  
المطبوعات الجامعيه ، ٢٠١٤ م ص ٤٠١ - ص ٤٢٥
- العقود التجاريه ، دار الفكر او القانون للنشر والتوزيع ، ٢٠١٧ م  
٤ ص ٨١ ، ص ٨٥
- ١٤ عبد الفضيل محمد احمد  
١٥ عصام بدوى  
موسوعه التنظيم والاداره فى التربيه البدنيه والرياضه ، دار الفكر  
العربى ، الطبعة الاولى، القايره ، مصر ، ٢٠٠١ م ص ٣٦٥ - ص ٣٧٠ ،  
ص ٣٧٩ - ص ٤٨٥ ، ص ٣٧١ - ص ٣٧٨  
١٦ عصام بدوى، نازك مصطفى سنبل،  
أعداد ألين ودبع  
١٧ عصام الدين فرج  
مصر، ٢٠٠٤ م  
اداره الاعلان ، دار النهضه العربيه ، القايره ، مصر، ٢٠٠٧ م ص  
٣ - ص ١٠ ، ص ٣١ - ص ٣٤  
١٨ على جمال الدين عوض  
١٩ عماد الشربيني  
العقود التجاريه ، دار النهضه العربيه ، ١٩٨٢ م ، ص ١٢٥ - ص ١٥٤  
القانون التجارى الجديد رقم ( ١٧ ) لسنة ١٩٩٩م ، الالتزامات  
والعقود الاداريه ، الكتاب الاول ١٩٩٩م - ٢٠٠٠ م ص ٨٨ - ص  
١٠٥
- ٢٠ كمال الدين عبد الرحمن درويش ،محمد  
صبحى حسانين  
موسوعه متجهات اداره الرياضه فى مطلع القرن الجديد ، الجوده  
والعولمه فى اداره اعمال الرياضه باستخدام أساليب اداريه  
مستحدثه، دار الفكر العربى ، الطبعة الاولى، مجلد الاول، ٢٠٠٤ م  
ص ١٧ - ص ٣٠ ، ص ١٣٢ - ص ١٣٨
- ٢١ كمال الدين عبد الرحمن درويش، محمد  
صبحى حسانين  
موسوعه متجهات اداره الرياضه فى مطلع القرن الجديد ،  
التخطيط ومهارات حل المشكلات فى اداره المشروعات واساليب  
تنميه الموارد البشريه ، دار الفكر العربى ، الطبعة الاولى ، مجلد  
ثانى ، ٢٠٠٤ م ص ١٨ - ص ٢٧ ، ص ٤٨ - ص ٥٠ ، ص ٦٦ - ص ٧٠ ، ص ٩٥ - ص ١٠٦
- ٢٢ محمد خيرى ، سمير الامين  
الوكاله التجاريه وعقود نقل التكنولوجيا ، طبقا لقانون التجاره ،  
الوكاله بالعموله - و كاله العقود ، المركز القومى لاصدارات  
القانونيه ، ٢٠١١ م . ص ٤٧ - ص ٦٧ ، ص ١٠٦ ، ص ١١٤ - ص ١٤٣
- ٢٣ محمد صالح تركى القرشى  
اقتصاديات الاعمال ، اثراء للنشر والتوزيع، مكتبه الجامعه ،  
الاردن ٢٠٠٨ م ص ١٠٢ - ص ١٢٤ .

- ٢٤ محمد صبحى حسانين ، عمرو احمد جابر  
اقتصاديات الرياضة ( الرعاية والتسويق والتمويل ) ، مركز  
الكتاب للنشر ، القاهرة ، مصر ، ٢٠١٣ م ص١٦٦-١٦٩ ، ص١٨٤-  
ص١٨٩ ، ص١٩٢-١٩٨ ، ص٢٨٠-٢٨٧ ، ص٣٠٩-٣١٣ ، ص٣٢٢-٣٢٥ ، ص٣٣٦-  
ص٣٣٨ ، ص٣٨٢ ،
- ٢٥ محمد عبد السلام ابوقحف  
دليل المدير فى تفويض السلطة - ملامح الاصلاح الادارى -  
العقود الاداريه - اداره الازمات ، دار الجامعه الجديده للنشر ،  
الاسكندريه ، مصر ، ٢٠٠٢ م ص١٣-٢١ ، ص٢٥-٢٨
- ٢٦ محمد عبده حافظ  
العملية البيعية ، تعلم كيف تكون بائعا ناجحا ، المكتب العربى  
للمعارف ، الطبعة الاولى ، ٢٠٠٩ م ص٩-٥٠ .
- ٢٧ محمد عبد حسين  
الاعلان التجارى المفاهيم والاهداف ، دار الزاويه ، الطبعة  
الاولى ، الاردن ٢٠١٥ م ص١٣-٢٢ ، ص٢٥-٣٩ ، ص٣٧-٧٧ ، ص  
١٣١-١٣٥ ،
- ٢٨ محمد فريد الصحن  
الاعلان ، الدار الجامعيه ، الاسكندريه ، مصر ، ١٩٨٨ م  
ص١٢-٣٧ ، ص١٧٩-١٨٢ .
- ٢٩ محمد محمد الحماحمى ، عايد عبد العزيز  
الترويج بين النظرية والتطبيق ، دار الكتاب للنشر ، ١٩٩٨ م ص  
٨٤
- ٣٠ محمد محمد مفتاح الجليدى  
العقود التجاريه بين احكام الاثبات الالكترونى ومبدأ حرية الاثبات  
، رساله ماجستير ، كلية الحقوق ، جامعه الاسكندريه ، ٢٠١٦  
م ص١-٦
- ٣١ محمود جاسم الصميدى ، ردينه عثمان يوسف  
مدخل فى الاقتصاد الادارى ، دار المناهج للنشر والتوزيع ، الطبعة  
الاولى ، عمان ، الاردن ، ٢٠٠٣ م ص٦١-٦٩ ، ص٩٣-١١١
- ٣٢ مصطفى حمدى محمود جمعه  
النظام القانونى للوكاله بالعموله الالكترونيه ، كلية الحقوق ، قسم  
القانون التجارى ، جامعه الاسكندريه ، ٢٠١٧ م ، رساله دكتوراه  
ص١-٦
- ٣٣ منى سعيد الحديدى ، سلوى امام على  
الاعلان ، أسسه ، وسائله ، فنونه ، الدار المصريه اللبنانيه ،  
القاهره ، ص١٥-١٩ ، ص٢١-٣٤ ، ص١٤٨-١٤٩ .
- ٣٤ نداء محمد الصوص  
الاقتصاد الادارى ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، الطبعة الاولى ،  
عمان ، الاردن ، ٢٠١٢ م ص١٩-٢٧ ، ص١٣٣-١٤٨
- ٣٥ نعيم أحمد شنيار  
النظام القانونى لعقد الوكاله بالعموله ، دار شتات للنشر  
والبرمجيات ، دار الكتب القانونيه ، مصر ص١٧-١١٨ .

## المراجع الاجنبية الالكترونية

- ٣٦ Alexandrescu mihai bogdan , Promotion as a form of communication of the marketing strategy, revista academei fortelor terestre , 2018 , vol , 23 issue 4 , p268- 274 p 7
- ٣٧ ANDREW H. TRICE SA LAND ECONOMICS a quarterly journal of planning housing , public utilities , august 1966 volume xxxiv Number 8, measurement of recreation benefits, 195-207  jstor
- ٣٨ Briand louise , Sauve Nathalie , frechette lucie , The Benefits and Economic Value Of Community Recreation Proposal For an Analytical Framework Based on an Exploratory Study , Canadian journal of Nonprofit , social Economy Research / Jan 2011, vol 2 issue 1, p24-44, p2
- ٣٩ Del rowe sam the ultimate guide to becoming the ultimate sales pro salespeople can get ahead by thinking ahead , crm magazine jan feb 2019 vol 23 issue 1, p20- 20 p1 .
- ٤٠ Fátima Chacón-Borrego , Juan Antonio Corral-Pernía, Asunción Martínez-Martínez, Carolina Castañeda-Vázquez Usage Behaviour of Public Spaces Associated with Sport and Recreational Activities" , "Sustainability, MDPI, Open Access Journal, vol. 10(7), pages July. Handle: RePEc:gam:jsusta:v:10:y:2018:i:7:p:2377  eck
- ٤١ Genchev, e todorova Sales promotion activities – effective tool of marketing communication mix, trakia journal of sciences , 2017, vol, 15 issue supp1, p 181- 185 p5
- ٤٢ Kristína BACULÁKOVÁ "JOURNAL ARTICLE OPEN ACCESS" Theoretical and Empirical Researches in Urban Management Vol. 13, No. 3 (August 2018), pp.74-89 Published by: Research Center in Public Administration and Public Services  jstor
- ٤٣ Marshall Ashley net generation parks and recreation and school districts partnering to grow the game of tennis , parks recreation sep 2018 vol , 53 issue 9 p70-74 . p5
- ٤٤ Ure destr savannah community center, 2019, march, department, architecture , masters, savannah college
- ٤٥ William S. Hendon Accounting for Public Recreation Expenditures, The American Journal of Economics and Sociology, Vol. 41, No. 2, pp.111-124 Published by: American Journal of Economics and Sociology, Inc.  jstor
- ٤٦ Jim daly recreation and sport planning and design , human kinetics , 1-8, 53- 70