

## الفصل الخامس

### ٥/٠ الإستخلاصات والتوصيات

٥/١ إستخلاصات البحوث .

٥/٢ توصيات البحوث .

## الفصل الخامس

### ١٠/٥ الإستخلاصات والتوصيات

#### ١/٥ إستخلاصات البحث :

فى ضوء أهداف البحث وفروضه وفى حدود عينة البحث وأدوات جمع البيانات المستخدمة ومن خلال الإطلاع على الدراسات والبحوث التى أجريت فى هذا المجال توصل الباحث إلى عدد من الإستخلاصات سوف يقوم الباحث بعرضها فيما يلى :

حصلت جميع محاور البحث الثمانية على درجة عالية من الأهمية وفقاً لآراء عينة البحث حول كل عبارة من عبارات البحث وترتيبها كالاتى :

المحور الأول : " مراعاة دواعى الأمن والسلامة للمنشآت الرياضية للقوات المسلحة " . ٨٢,٤١ % .

وقد حصل هذا المحور على الترتيب الأول من حيث الأهمية لأفراد عينة البحث بإعتبار أن دواعى الأمن والسلامة للمنشآت الرياضية للقوات المسلحة ما هى إلا نصوص لوائح وقوانين عسكرية هى التى تحدد العلاقات بين الهيئات المدنية والمنشآت العسكرية فى ضوء القواعد والنصوص المبرم عليها عقود إستخدام المنشأة ، وفيما يلى ترتيب عبارات هذا المحور وفقاً لترتيب كل عبارة :

١- إهتمام ضابط الأمن بعمل خطط أمنية دائمة للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة وخاصة أثناء المباريات .

٢- يجب على ضابط أمن الوحدة وضع أماكن الوحدة وضع أماكن السلاميك والذخيرة بعيداً عن مناطق المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .

٣- السيطرة الكاملة على أى أحداث شغب بسرعة فائقة أثناء وبعد سير المباريات بالمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .

٤- تأمين المقصورة الرئيسية بما فيها كبار الزوار بالمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .

٥- السيطرة التامة على سلامة المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة أثناء وبعد المباريات .

٦- يجب تبليغ الشرطة العسكرية لمساعدة أفراد المنشأة وأمن الوحدة قبل المباريات أو الدورات أو البطولات الرياضية للحفاظ على أمن وسلامة المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .

٧- تنظيم دخول وخروج الجمهور من أقرب البوابات الخارجية للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .

٨- منع الجمهور داخل الوحدات إلا في المناطق المخصصة بالمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .

المحور الثانى : " إيرادات تأجير المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة " ٧٨,٢٤ % .

وقد حصل هذا المحور على الترتيب الثانى من حيث الأهمية لأفراد عينة البحث باعتبار أن الإيرادات ضرورية لإيجاد مصادر التمويل اللازمة لدعم هذه المنشأة ، وفيما يلى ترتيب عبارات هذا المحور وفقاً لترتيب كل عبارة :

١- دعوة كبار القادة بالقوات المسلحة لمشاهدة البطولات والمباريات الرياضية يساهم فى زيادة الإقبال الجماهيرى للمنشأة الرياضية بالقوات المسلحة .

٢- تأجير المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة بأسعار مقبولة لتزايد على تأجيرها مما يعود بالفائدة الكبيرة على القوات المسلحة .

٣- إعطاء حوافز مالية للقائمين على إدارة وتشغيل المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .

٤- توافق على وجود كافة الخدمات الممكنة للمنشآت الرياضية مما يزيد إيرادات هذه المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .

٥- توافق على وجود كافة الخدمات الممكنة للمنشآت الرياضية مما يزيد إيرادات هذه المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .

٦- توافر كافة المشروبات والكناتين بالمنشآت الرياضية مما يزيد من إيرادات ودخول للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .

٧- الإعلام العسكرى له دور هام فى زيادة إيرادات تأجير المنشآت الرياضية للقوات المسلحة للقطاع المدنى .

٨- وضع اللافتات والإعلانات المدنية مما يزيد من إيرادات المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .

٩- يجب وضع إستراتيجية لتسويق المنشأة الرياضية بالقوات المسلحة .

المحور الثالث : " الإجراءات القانونية للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة " ٧٠,٩٩ % .

وقد حصل هذا المحور على الترتيب الثالث من حيث أهميته باعتبار أن الإجراءات القانونية عبارة عن القواعد والقوانين واللوائح المتفق عليها وفقاً للقواعد والبنود المبرم عليه عقود استخدام هذه المنشآت بين القوات المسلحة والهيئات المستخدم ، وفيما يلي ترتيب عبارات هذا المحور الثالث وفقاً لترتيب كل عبارة :

- ١- دفع التأمين مقدماً لتأجير المنشأة الرياضية بالقوات المسلحة طبقاً للائحة المالية للقوات المسلحة .
- ٢- إتخاذ كافة الإجراءات القانونية لتأجير المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة طبقاً للائحة المالية لهيئة الشؤون المالية للقوات المسلحة .
- ٣- ضرورة دفع المبالغ المطلوبة مقدماً لتأجير المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة وفقاً للائحة المالية لهيئة الشؤون المالية للقوات المسلحة .
- ٤- ضرورة أن يكون هناك عقود مبرمة بين النوادي والشركات والهيئات الرياضية المختلفة وبين القوات المسلحة عند تأجير المنشأة الرياضية بالقوات المسلحة .
- ٥- ضرورة وضع شرط جزائي لمن يخالف بنود العقد طبقاً للائحة هيئة الشؤون المالية للقوات المسلحة .
- ٦- اللجوء للقضاء في حالة الإخلال ببنود العقد طبقاً للائحة هيئة الشؤون المالية للقوات المسلحة كلا الطرفين .

المحور الرابع : " الترويج للمنشآت الرياضية من قبل جهاز الرياضة للقوات المسلحة " ١٩,٢٦ %

وقد حصل هذا المحور على الترتيب الرابع من حيث الأهمية ويرجع ذلك إلى طرق التسويق المتعلقة بإمداد الجهة المستخدمة بالمعلومات الكاملة عن المزايا الخاصة بهذه المنشآت والخدمات المعنية بها وذلك وفقاً لإحتياجات المستخدم لهذه المنشآت بدفعه لإتخاذ قرارات لتأجيرها ، وفيما يلي ترتيب عبارات هذا المحور وفقاً لترتيب كل عبارة :

- ١- إستشار إسم المنشأة يمكن أن يساهم في عملية الترويج .
- ٢- الإعلانات المدنية المختلفة بالمنشأة تساهم في الترويج للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة وزيادة الدخل .

٣- عمل كتيبات صغيرة عن المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة تزيد من الترويج لهذه المنشآت .

٤- يجب إستغلال العلاقات فى عملية التسويق للمنشآت الرياضية .

٥- إصدار هدايا تذكارية للبطولة الرياضية يساهم فى الترويج للمنشأة الرياضية بالقوات المسلحة .

المحور الخامس : " التسويق من خلال البث التليفزيونى للمنشأة الرياضية بالقوات المسلحة " ٥٣,٥٢ % .

وقد حصل هذا المحور على الترتيب الخامس من حيث أهمية لأفراد عينة البحث وذلك نظراً لأهميته فى زيادة تحقيق الدخل المادى الذى تدفعه القنوات الراعية لهذه المنشآت ، وفيما يلى ترتيب عبارات هذا المحور وفقاً لترتيب كل عبارة :

- ١- ضرورة تزويد المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة بأجهزة البث التليفزيونى .
- ٢- وجود لاعبين محترفين فى الفرق المشتركة فى البطولة يساهم فى عملية التسويق للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .
- ٣- يجب إستخدام التقنيات الحديثة فى التصوير مثل إستخدام الكاميرات اللاسلكية المحمولة بجميع المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .
- ٤- يجب توفير بالمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة مصرى برامج لتسجيل وتغطية الأنشطة الرياضية بها .
- ٥- من الضرورى أن تتوافر فى المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة عقود خاصة بالبث التليفزيونى .
- ٦- أهمية المنشآت الرياضية التى تلعب دوراً هاماً فى عملية التغطية الإعلامية لأى نشاط لها .
- ٧- يجب أن تكون قيمة حقوق البث مرتبطة بالمشاركين فى البطولات الرياضية على مستوى المنشآت الرياضية .
- ٨- يجب الإهتمام بوضع الشروط الخاصة بالتغطية الإعلامية للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .
- ٩- يجب توفير صناعة الحدث الرياضى للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .
- ١٠- يجب الإتفاق على منح الممولين فرصة الحصول على وقت للدعاية على الهواء خلال فترة البث التليفزيونى لجميع المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .

المحور السادس : " استثمار المرافق والخدمات فى المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة " ٤٨,٨٩ % .

وقد حصل هذا المحور على الترتيب السادس من حيث أهميته لأفراد عينة البحث باعتبار أن استثمار هذه المرفقات والخدمات فى المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة صالحة للممارسة أم لا ومدى أهميتها بالترويج والإعلان ، وفيما يلى ترتيب عبارات هذا المحور وفقاً لترتيب كل عبارة :

- ١- الدعاية والإعلان عن المنشآت فى المناطق المحيطة بها بالقوات المسلحة ووسائل الإعلام المختلفة .
- ٢- ضرورة وضع خطة مسبقة للبطولة لكيفية الإستفادة من تصميم المنشأة فى عملية التسويق للبطولة على مستوى القوات المسلحة .
- ٣- تحديد الطاقة الإستيعابية للمنشأة الرياضية بالقوات المسلحة من جمهور المشاهدين .
- ٤- تحديد الأماكن الإعلانية الشاغرة فى المنشأة الرياضية على مستوى القوات المسلحة .
- ٥- تحديد إمكانيات المنشأة المتوافرة قبل البطولة الرياضية بالقوات المسلحة .

المحور السابع : " تسويق حقوق الدعاية والإعلان للمنشآت الرياضية للقوات المسلحة " ٤٦,٧٦ % .

وقد حصل هذا المحور على الترتيب السابع من حيث الأهمية لأفراد عينة البحث حيث أنه يحقق عائد مالى لهذه المنشآت من خلال الشركات الراعية لحقوق الدعاية والإعلان ، وفيما يلى ترتيب عبارات هذا المحور وفقاً لترتيب كل عبارة :

- ١- يساهم نشر إعلانات بالملاعب والصالات المغطاة وحمامات السباحة بالقوات المسلحة على تنشيط عملية التسويق .
- ٢- يفضل أن يكون هناك كتيب خاصة بالمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة كوسيلة للدعاية والإعلان لتسويق هذه المنشآت الرياضية المختلفة بالقوات المسلحة .
- ٣- إستخدام وسائل الإعلام المختلفة للدعاية عن المنشآت الرياضية المختلفة بالقوات المسلحة .
- ٤- يفضل توفير منتجات غذائية وأدوات رياضية بإسم القوات المسلحة داخل المنشآت الرياضية للقوات المسلحة .

- ٥- يفضل أن يقوم جهاز النقل العام بالقوات المسلحة في نقل اللاعبين من أماكن التدريب والمباريات إلى أماكن الإقامة والإعاشة .
- ٦- يفضل أن يكون هناك ساعات توقيت رسمية بالمنشآت الرياضية المختلفة بالقوات المسلحة .
- ٧- يفضل أن يكون هناك فيلم تسجيلي للإعلان عن المنشآت الرياضية .
- ٨- يفضل وضع شعار البطولة أو الدورة داخل المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة كوسيلة للدعاية والإعلان العسكري وكذلك في حفل افتتاح وختام البطولة .
- ٩- الإعلانات ذات الصفة التربوية تساهم في تنشيط عملية التسويق بالقوات المسلحة .
- ١٠- كتابة اسم الراعي الرسمي على التجهيزات الرياضية في الملاعب والصالات الرياضية المغطاة .
- ١١- وضع دعاية للراعي الرسمي بالصفحات الرياضية بالصحف الرسمية والمجلات وجريدة القوات المسلحة .
- ١٢- وضع دعاية للراعي الرسمي بالتلفزيون على المنشأة الرياضية بالقوات المسلحة أثناء إقامة البطولات للمباريات الرياضية المختلفة .

المحور الثامن : " إيرادات تذاكر المباريات للمنشآت الرياضية للقوات المسلحة " ٣٨,٦٢ % .

وقد حصل هذا المحور على الترتيب الثامن من حيث الأهمية لأفراد عينة البحث حيث أن إيرادات تذاكر المباريات تحقق عائد مادي لهذه المنشآت الرياضية للقوات المسلحة ، وفيما يلي ترتيب عبارات هذا المحور وفقاً لترتيب كل عبارة :

- ١- أسعار التذاكر المخفضة لمشاهدة المباريات يساهم في زيادة الإقبال الجماهيري وبالتالي في زيادة إيرادات المنشأة الرياضية للقوات المسلحة .
- ٢- عدم التوسع في الدعوات المجانية وقصرها على كبار المسؤولين بالقوات المسلحة وكذلك كبار المدنيين .
- ٣- تحديد نسبة إيرادات التذاكر للقائمين على إدارة هذه المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة.
- ٤- طرح كمية كافية من التذاكر في الأسواق المدنية وبما يتناسب والحدث الرياضي بالمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .
- ٥- يجب وضع إستراتيجية لتسويق التذاكر والترويج بالمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .

- ٦- فتح مراكز بيع التذاكر بمناطق مختلفة وأماكن التجميعات للتسهيل على المشتري بحيث تكون في متناول يده بالنسبة للمنشأة الرياضية بالقوات المسلحة .
- ٧- يفضل أن يكون هناك سحب على التذاكر أثناء المباريات بالمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .

## ٢/٥ توصيات البحث :

في ضوء إستخلاصات البحث يوصى الباحث بما يلي :

- ١- عند تسويق المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة يجب إتباع الآتى :
- مراعاة دواعى الأمن والسلامة للمنشآت الرياضية للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .
  - إيرادات تأجير المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .
  - الإجراءات القانونية للمنشآت الرياضية للقوات المسلحة .
  - الترويج للمنشآت الرياضية من قبل جهاز الرياضة للقوات المسلحة .
  - التسويق من خلال البث التلفزيونى للمنشآت الرياضية للقوات المسلحة .
  - إستثمار المرافق والخدمات فى المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .
  - تسويق حقوق الدعاية والإعلان للمنشأة الرياضية للقوات المسلحة .
  - إيرادات تذاكر المباريات للمنشأة الرياضية للقوات المسلحة .
- ٢- إنشاء فرع خاص بتسويق المنشآت الرياضية العسكرية بجهاز الرياضة العسكرى .
- ٣- تدريب القائمين على عملية التسويق بعمل دورات فى التسويق والإدارة الرياضية .
- ٤- عمل دورات لقادة المراكز والسرايا والأقسام الرياضية على كيفية التسويق والإدارة .
- ٥- تعديل بعض اللوائح والقوانين العسكرية التى تسمح بحسن إستخدام التسويق بما يكفلها من دعم مادى بعيداً عن الدعم الحكومى .