

الفصل الرابع عرض ومناقشة النتائج

اولاً: عرض ومناقشة النتائج الخاصة بتحليل الوضع الراهن للبيئة الداخلية والبيئة الخارجية

للنادي الأولمبي المصري (swot).

ثانياً: عرض ومناقشة النتائج الخاصة باستمارة الاستبيان.

الفصل الرابع

عرض ومناقشة النتائج

يعرض هذا الفصل النتائج التي أسفر عنها تحليل الوضع الراهن للبيئة الداخلية والبيئة الخارجية للنادي الأولمبي المصري (swot) وأيضاً النتائج التي أسفرت عنها إستمارة الاستبيان الخاصة بمجالات الاستثمار بالنادي الأولمبي المصري، بالإضافة إلي دراسات جدوي إستثمار منشآت النادي والتي تشمل مجموعة من الدراسات هي (دراسة الجدوي التسويقية ، دراسة الجدوي الفنية ، دراسة الجدوي التمويلية ، دراسة الربحية التجارية ، دراسة الجدوي الاجتماعية ، دراسة الجدوي القانونية)، وبلي ذلك مناقشة الباحثة لهذه النتائج معضدة إياها بأراء كتاب الإدارة العامة وإدارة الأعمال والاقتصاد والإدارة في المجال الرياضي ونتائج الدراسات السابقة .

أولاً: عرض ومناقشة النتائج الخاصة بتحليل الوضع الراهن للبيئة الداخلية والبيئة الخارجية للنادي الاولمبي المصري (swot).

لاحظت الباحثة من خلال التكرارات والنسب المئوية الخاصة بنتائج الجداول رقم (١٥ : ١٨) والمتعلقة بتحليل الوضع الراهن للبيئة الداخلية والبيئة الخارجية للنادي الاولمبي المصري إتفاق الاغلبية العظمي علي بعض العبارات بنسبة (١٠٠%) لذا تم مناقشتها من خلال استخدام النسب المئوية فقط ولم يتم التطرق الي إستخدام مربع كا٢.

أ- نقاط القوة

جدول رقم (١٥)

التكرارات و النسب المئوية لأراء كل من العاملين بإدارتي النشاط الرياضي بالنادي والتسويق بشركة بيبسي حول نقاط القوة المتاحة بالنادي الاولمبي المصري

ن=٥٥

م	العبارات	نعم		لا	
		ت	%	ت	%
١	يتميز النادي بموقعه المتمركز بين العديد من المؤسسات التعليمية كالمدارس والكليات مما يساعد علي جذب المستثمرين.	٥٥	١٠٠%	-	-
٢	يتمتع النادي بمكانة مرموقة في مجال تقديم الأنشطة الرياضية بين أندية محافظة الإسكندرية من خلال: أ- تنوع الأنشطة الرياضية. ب- تقديم الأنشطة الرياضية طوال العام . ج- تقديم الأنشطة الرياضية أثناء الاجازات الصيفية د- توفير الأنشطة الرياضية لجميع فئات المراحل العمرية المختلفة .	٥٥	١٠٠%	-	-
		٤٩	٨٩.٩%	٦	١٠.١%
		٤٨	٨٧.٢%	٧	١٢.٨%
		٤٨	٨٧.٢%	٧	١٢.٨%
٣	تتميز بعض المنشآت الرياضية للنادي بالمواصفات القانونية التي تتيح إقامة العديد من المباريات عليها مثل : أ- ملعب كرة القدم حيث يقام عليه مباريات ١- الدوري العام. ٢- دوري الناشئين.	٥٥	١٠٠%	-	-
		٥٥	١٠٠%	-	-
		٥٥	١٠٠%	-	-
٤	كثرة عدد أعضاء النادي مما يتيح الفرص لإمكانية جذب الشركات لتوزيع منتجاتها	٤٥	٨١.٨%	١٠	١٨.٢%
٥	يتوافر بالنادي عدد كاف من العاملين مثل : أ- اخصائيين في الأنشطة المختلفة . ب- المدربين الرياضيين في الأنشطة المختلفة ج- مدربين مساعدين د- مسؤولي ملاعب	٤٥	٨١.٨%	١٠	١٨.٢%
		٤٦	٨٣.٦%	٩	١٦.٤%
		٤٨	٨٧.٢%	٧	١٢.٨%
		٤٥	٨١.٨%	١٠	١٨.٢%
٦	توافر وسائل الاتصال المختلفة بين الإدارات المختلفة للنادي من خلال أ- التليفونات ب- الفاكس. د- المكاتبات. هـ- الاجتماعات.	٥٥	١٠٠%	-	-
		٤٥	٨١.٨%	١٠	١٨.٢%
		٥٥	١٠٠%	-	-
		٥٥	١٠٠%	-	-
٧	حصول فريق كرة اليد بالنادي علي المركز الثاني في البطولة العربية ٢٠١٠	٥٥	١٠٠%	-	-
٨	وصول فريق كرة السلة إلي الدوري الممتاز (أ)	٥٣	٩٦.٣%	٢	٣.٧%

يتضح من نتائج الجدول رقم (١٥) الخاص بتحديد نقاط القوة المتاحة بالنادي الأولمبي المصري تراوح النسب الخاصة بموافقة أغلبية آراء فئات العينة (العاملین بادارة النشاط الرياضي بالنادي الأولمبي المصري – اعضاء إدارة التسويق بشركة بيسي) بين (٨١.٨% - ١٠٠).

من أهم هذه النقاط التي حازت علي إ اتفاق الجميع بنسبة (١٠٠%) تميز النادي الأولمبي المصري بموقعة المتمركز بين العديد من المؤسسات التعليمية كالمدراس والكلبات مما يساعد علي جذب المستثمرين، بالإضافة الي تمتع النادي بمكانة مرموقة في مجال تقديم الأنشطة الرياضية المتنوعة بين أندية محافظة الإسكندرية وتقديمها طوال العام لجميع فئات المراحل العمرية .

تري الباحثة أن النادي الأولمبي يتميز بموقعه الجغرافي شرق محافظة الإسكندرية حيث إنه قريب من إستاد الإسكندرية الرياضي ، هذا ما يتيح للمستثمرين والشركات الراعية الدعاية عن منتجاتهم من خلال أسوار النادي وبواباته الرئيسية والفرعية فهي محط انظار الالاف من الأفراد، بالإضافة إلي توافر وسائل المواصلات المختلفة للنادي.

تاكيدا لما سبق يذكر جلال جويده القصاص (٢٠١٠) أن الموقع الجغرافي لإقامة أى مشروع إستثماري له أهمية كبيرة لنجاح هذا المشروع ، حيث يرتبط ذلك بكيفية تسويقة لان الابتعاد عن الكتلة السكانية أو طرق المواصلات يؤثر قطعاً علي مستوي تكاليف المشروع وبالتالي مخرجاته. (٢٢ : ٤)

كما يتميز النادي بوجود بعض المنشآت الرياضية ذات المواصلات القانونية التي تتيح إقامة العديد من المباريات عليها مثل ملعب كرة القدم حيث يقام عليه مباريات الدوري العام ودوري الناشئين، وكذلك وجود حمام سباحة مساحتة (٢٥) مترتقام عليه بطولات السباحة للمسافات القصيرة بالإسكندرية.

من نقاط القوة أيضا توافر وسائل الاتصال المختلفة بين الإدارات والوحدات بالنادي من خلال التليفونات والاجتماعات والمكاتبات .

بالإضافة الي تميز فريق كرة اليد وحصوله علي المركز الثاني في البطولة العربية عام ٢٠١٠ وصعود فريق كرة السلة الي الدوري الممتاز (أ) مما أعطي النادي شهرة كبيرة تميزه عن غيره من الأندية الاخري في محافظة الإسكندرية .

ترجع الباحثة ذلك إلي اهتمام إدارة النادي بتلك الفرق وتدريبهم ورعايتهم ، حيث كان النادي الأولمبي يقدم أعظم الابطال وأفضل النتائج والفوز بجميع الميداليات الذهبية والفضية والبرونزية ، وكان دائما مدرسة لجميع الالعب الأولمبية ، وهذا ما يحتاج اليه المستثمرون للاعلان عن منتجاتهم من خلال الابطال الرياضيين.

في هذا الصدد يشير سعد أحمد شلبي (٢٠٠٤) أن الإعلان يعد أحد المكاسب التي يتم جنبيها من الرعاية الرياضية لأن الخدمة الرياضية التي يتم رعايتها سواء كانت رياضيا أو فريقا أو مباراة أو مسابقة يمكن تطويعها بعقد يؤمن الراعي حيث يتم الاعلان عن طريق الحملات الترويجية بعقد الاتفاقيات مع الاذاعة والتلفزيون وبذلك تضمن الشركة الراعية توصيل رسالتها إلي العميل عبر العين والاذن . (٤١ : ١٦٤)

ب- نقاط الضعف

جدول رقم (١٦)

التكرارات و النسب المئوية لأراء كل من العاملين بدارتي النشاط الرياضي بالنادي والتسويق بشركة بيبسي حول نقاط الضعف التي تعوق الاستثمار بالنادي الاولمبي المصري

ن=٥٥

م	العبارات	نعم		لا	
		ت	%	ت	%
٩	عدم وجود إدارة للتسويق الرياضي بالنادي مما أدى ذلك الي أ- القصور في استثمار بعض المنشآت الرياضية. ١- الرياضية. ٢- غير الرياضية	٥٥	١٠٠%	-	-
	ب-عدم الأهتمام بصيانة الأدوات والأجهزة الرياضية ج- عدم استغلال بعض المساحات في النادي د- عدم توفير بعض الخدمات لكل من : ١- أعضاء النادي ٢- أبناء المجتمع الخارجي	٤٨	٨٧.٢%	٧	١٢.٨%
	هـ - القصور في توطيد العلاقات مع المستثمرين للقيام بالمشروعات الاستثمارية في النادي.	٤٩	٨٩.٩%	٦	١٠.١%
	و- عدم وجود قاعدة بيانات ومعلومات كافية امام المستثمرين والمتمثلة في : ١- فرص ومجالات الاستثمار بالنادي. ٢- التسهيلات التي يمكن تقديمها للمستثمرين. ٣- الأسواق المستفيدة من منتجات المستثمرين . ز- عدم استخدام دراسات الجدوي في استثمار منشآت النادي.	٥٢	٩٤.٥%	٣	٥.٥%
	١٠ عدم وجود عناصر فنية متخصصة لإدارة واستثمار منشآت النادي.	٥٥	١٠٠%	-	-
	١١ عدم وجود مركز لنظم المعلومات التسويقية لخدمة الاستثمار في النادي مما أدى الي: أ- عدم الاستغلال الأمثل للموقع الالكتروني للنادي في : ١- تسديد اشتراكات الاعضاء ٢- الدعاية عن الخدمات والانشطة التي يقدمها النادي ٣- تسويق شعار النادي ٤- توفير قاعدة بيانات عن منشآت النادي ب- قلة عدد الرعاة لفرق ولاعبين النادي . ج- عدم استخدام تكنولوجيا المعلومات في اتخاذ قرارات الاستثمار.	٤٦	٨٣.٦%	٩	١٦.٤%
	١٢ القصور في وسائل الإعلام الداخلية للنادي لتسويق خدماته وانشطته الرياضية مثل أ- المجالات الرياضية الالكترونية. ب- المجالات الرياضية الورقية. ج- النشرات الرياضية اليومية. د- شاشات العرض الكبيرة في مختلف جوانب النادي. هـ - اللوحات الإرشادية	٥٣	٩٦.٣%	٢	٣.٧%
	١٣ عدم وجود قناة رياضية بأسم النادي مما يقلل من إقبال المستثمرين للتعاقد مع النادي.	٤٥	٨١.٨%	١٠	١٨.٢%
	١٤ تراجع فريق كرة القدم من الدوري الممتاز (أ) الي الدرجة (ب) مما يقلل من حضور الجمهور للمباريات.	٤٢	٧٦.٣%	١٣	٢٣.٧%
	١٥ عدم قانونية ميدان ومضمار ألعاب القوى مما يحول دون إقامة أي مسابقات في النادي	٤٣	٧٨.١%	١٢	٢١.٩%
		٤٧	٨٥.٤%	٨	١٤.٦%

تابع جدول رقم (١٦)
التكرارات و النسب المنوية لأراء كل من العاملين بدارتي النشاط الرياضي بالنادي والتسويق بشركة بببسي
حول نقاط الضعف التي تعوق الاستثمار بالنادي الاولمبي المصري
ن=٥٥

م	العبارات	نعم		لا	
		ت	%	ت	%
١٦	عدم وجود بعض المنشآت بالنادي سواء كانت : أ- منشآت رياضية مثل ١- ملعب كرة يد ٢- ملعب تنس ارضي ب- منشآت غير رياضية مثل ١- صالة العاب الاطفال ٢- مركز للخدمات الاجتماعية ٣- قاعة شبكة معلومات دولية ٤- متحف لضم مقتنيات النادي	٤٨	٨٧.٢%	٧	١٢.٨%
		٤٧	٨٥.٤%	٨	١٤.٦%
		٤٨	٨٧.٢%	٧	١٢.٨%
		٥٠	٩٠.٩%	٥	٩.١%
١٧	ضعف التمويل الحكومي الموجه للنادي .	٤٧	٨٥.٤%	٨	١٤.٦%
		٥٣	٩٦.٣%	٢	٣.٧%
		٥٠	٩٠.٩%	٥	٩.١%
		٥٣	٩٦.٣%	٢	٣.٧%

تبين من نتائج الجدول رقم (١٦) المتعلق بنقاط الضعف في النادي الاولمبي المصري، ان جميع عباراته وعددها (٩) عبارات حصلت علي نسب إتفاق عالية تراوحت ما بين (٧٦.٣%- ١٠٠%) ، وهذا يدل علي وجود نقاط ضعف أهمها هي عدم وجود إدارة للتسويق الرياضي بالنادي الأولمبي المصري، وأيضاً عدم وجود عناصر فنية متخصصة لإدارة وإستثمار منشآت النادي، الأمر الذي ترتب عليه القصور في استثمار بعض المنشآت الرياضية وأخري غير الرياضية بالنادي ، وأيضاً عدم توطيد العلاقات مع المستثمرين للقيام بالمشروعات الاستثمارية في النادي.

تري الباحثة إنه بالرغم من عدم وجود إدارة متخصصة للتسويق في النادي الأولمبي المصري تقوم بوضع خطة تسويقية لخدمات وأنشطة ومنشآت النادي ، لان التخصص في العمل هو أول خطوة لنجاحه، إلا إنه تبيين للباحثة أن مدير النادي ومدير عام النشاط الرياضي يتولون القيام بتسويق بعض المنشآت والخدمات والانشطة الرياضية التي يقدمها النادي ، مثل تأجير بعض المنشآت الرياضية وأخرى غير الرياضية للمؤسسات الأخرى كالمدارس والأندية الرياضية والشركات ، وأيضاً تسويق شعار النادي علي ملابس اللاعبين أثناء إقامة مباريات الدوري العام ودوري الناشئين، وتقديم التسهيلات الخاصة لبعض الخدمات الاجتماعية للاعضاء كالخدمات البريدية والسجل المدني ودورات تعليم الرسم والخط العربي والرحلات الاجتماعية .

كما يتم الدعاية عن الاعلانات الخاصة بوكالة الأهرام للدعاية والإعلان وأيضاً منتجات بعض الشركات كشركة الاتصالات وفودافون وكوكاكولا، والتي تعتبر وكالة الأهرام وسيط لها مع إدارة النادي أثناء تقديم الأنشطة والمباريات التي تقام في النادي ، أو استغلال أسوار النادي للدعاية عن هذه المنتجات.

هذا يتفق مع نتائج دراسة ماهر محمد السيد (٢٠٠٥) (٧٥) علي أن ضعف القدرات التسويقية وندرة المتخصصين المؤهلين في مجال التسويق والاستثمار الرياضي ترتب عليه القصور في تسويق الخدمات والانشطة الرياضية التي تقدمها الأندية الرياضية .

من نقاط الضعف أيضاً عدم وجود قاعدة بيانات ومعلومات كافية عن المنشآت والخدمات والانشطة المتوفرة في النادي أمام المستثمرين والتي تعتبر الأساس في اعداد دراسات الجدوي سواء كانت تسويقية أو فنية أو اجتماعية أو تمويلية أو اقتصادية أو قانونية ، فتوافر البيانات شرط ضروري حيث يمتد أثرها الي جميع دراسات الجدوي ، وهذا ما يجذب المستثمرين للمجال الرياضي .

في ضوء ذلك يشير حسن أحمد الشافعي (٢٠٠٦) الي أهم المعوقات الاعلامية في الاندية الرياضية وهي عدم توفير وتسهيل المعلومات الكافية للمستثمرين عن المناخ الاستثماري ، واللازمة لدراسات الجدوي للمشروع الاستثماري نتيجة لعدم الاهتمام بالإعلان عن الفرص الاستثمارية الرياضية المتاحة بالداخل والخارج ، ومزاياها الاستثمارية التي تمنحها الدولة والتي تهم المستثمر ويحتاج اليها في اتخاذ قراره الاستثماري واهتمام وسائل الإعلام برياضات دون الأخرى.

(٢٧: ٤٣)

كما تؤكد نتائج دراسة حسن أحمد الشافعي وسماح أحمد صلاح الدين (٢٠٠٨) (٣٠) أن عدم استخدام دراسات الجدوى في الاستثمار الرياضي بالأندية الرياضية يرجع الي غياب الكوادر المتخصصة للقيام بمثل هذه الدراسات التي تحدد مدى صلاحية تنفيذ المشروع من عدمة.

من أكثر نقاط الضعف تأثيرا علي النادي الأولمبي تراجع مستوي فريق كرة القدم من الدوري الممتاز (أ) إلي الدرجة (ب) ادي الي انسحاب شركة ببسي كولا الراعي الرسمي للفريق في الفترة (من ١٩٩٩ الي ٢٠٠٧) لأن ذلك نتج عنه انخفاض عدد مشاهدي المباريات وبالتالي قلت فرص عرض منتج الشركة .

ج- الفرص

جدول رقم (١٧)

التكرارات والنسب المئوية لأراء كل من العاملين بدارتي النشاط الرياضي بالنادي والتسويق بشركة بيبسي حول الفرص التي تتيح الاستثمار بالنادي الاولمبي المصري

ن=٥٥

م	العبارات	نعم		لا	
		ت	%	ت	%
١٨	ارتفاع المستوي الاقتصادي لاعضاء النادي مما يشجع علي الاستثمار .	٤٧	%٨٥.٤	٨	%١٤.٦
١٩	الاقبال الجماهيري علي مشاهدة	٤٦	%٨٣.٦	٩	%١٦.٤
	أ- بعض مباريات النادي مثل الدوري الممتاز في : ١- كرة اليد ٢- كرة السلة.				
٢٠	استحداث العديد من المنشآت :	٥٣	%٩٦.٣	٢	٣.٧
	أ- الرياضية مثل ١- الصالة متعددة الاغراض . ٢- حمام سباحة تدريبي ٥٠ متر .				
٢١	وجود سجلات ورقية للأصول الحقيقية التي يمتلكها النادي الاولمبي.	٥٢	%٩٤.٥	٣	%٥.٥
	ب- غير الرياضية مثل ١- مطعم زويل للوجبات السريعة . ٢- الكافيتريات . ٣- روضة اطفال . ٤- مركز خدمات				
٢٢	تخفيض أسعار اشتركات حمام السباحة اثناء فصل الشتاء.	٤٧	%٨٥.٤	٨	%١٤.٦
٢٣	تخفيض أسعار الخدمات والانشطة الرياضية المختلفة أثناء فترات الدراسة	٤٨	%٨٧.٢	٧	%١٢.٨

إتضح من الجدول رقم (١٧) إتفاق أغلبية الأراء حول الفرص المتاحة لتسويق النادي الاوليمبي المصري وقد تراوحت نسب الإتفاق ما بين (٨٣.٦% - ٩٨%) ومن أهم هذه الفرص زيادة الإقبال الجماهيري في حضور مباريات الدوري الممتاز لكرة اليد وكرة السلة ، بالإضافة إلي استحداث العديد من المنشآت الرياضية مثل الصالة المغطاة و حمام سباحة تدريبي ٥٠ متر وملعب كرة اليد ومنشآت أخرى غير رياضية مثل الكافيتريات وروضة الاطفال ومركز للخدمات الاجتماعية مثل (استخراج الرقم القومي والسجل المدني والجوزات و رخصة القيادة)، ومن الفرص أيضا وجود سجلات ورقية للاصول الحقيقية للمنشآت التي يمتلكها النادي الاوليمبي بالاضافة الي تخفيض أسعار الخدمات والانشطة الرياضية أثناء فترات الدراسة .

تبين للباحثة من واقع تحليل الوضع الراهن للبيئة الداخلية والبيئة الخارجية للنادي الأوليمبي المصري وضع الاساسات الخاصة لاستحداث العديد من المنشآت الرياضية مثل الصالة المغطاة وملعب كرة السلة وملعب كرة اليد وأخري غير الرياضية مثل مركز الخدمات الاجتماعية والمطاعم والكافيتريات، وهذا يعطي أهمية كبيرة لضرورة إستثمار هذه المنشآت وذلك لرفع المستوي الاقتصادي للنادي من خلال التنوع في أساليب التسويق والاستثمار ، فمن هذا المنطلق علي إدارة النادي أن تعمل بكل جهد في استقطاب المستثمرين حيث يعد الاستثمار نقطة التحول التي سينطلق منها النادي لحل مشكلة ضعف التمويل الذاتي ، وذلك يرجع لدورالاستثمار الحيوي في تطوير الأندية الرياضية فهو واحد من أهم العمليات الاقتصادية ذات النفع الكبير والمردود الإيجابي نحو بناء استراتيجية اقتصادية مستقبلية تركز عليها الأندية الرياضية .

تري أميرة حسب الله محمد (٢٠٠٥) أن البنية الأساسية هي المحدد الرئيسي لجذب الاستثمار لأنها تسهم في تخفيض تكلفة الأعمال للمستثمر ومن ثم ترفع العائد علي الاستثمار الخاص ومنها (حداثة وسائل النقل والمواصلات والاتصالات وتبادل المعلومات) .

(٣٨ :١٨)

في هذا الصدد يشير نعمان عبد الغني (٢٠١٠) إلي أن الاستثمار يهدف الي زيادة رأس المال عن طريق توظيفه ، مما يتيح تبادل المنفعة بين المستثمرين لاستثمار أموالهم وبين المؤسسات الرياضية المختلفة لاستثمار إمكاناتها المادية والبشرية اللازمة للانشطة الرياضية سواء كانت منشأة أو لاعب أو إداري أو جمهور فوظيفة الاستثمار هي تشغيل الأصول بهدف زيادتها ، ويكثر الاتجاه الي تكوين المنظمات المساهمة التي تتولي إدارة الانشطة الرياضية والاشراف عليها بهدف تحقيق مستوي ربحية أفضل ، بما يحقق العائد المناسب من الاستثمار والذي يمكن استغلاله في إعادة تمويل كافة الأنشطة الرياضية والوصول بها إلي مستوي العالمية .

(٥ :١٠٢)

د- المخاطر

جدول رقم (١٨)

التكرارات و النسب المئوية لأراء كل من العاملين بادراري النشاط الرياضي بالنادي والتسويق بشركة بيبسي حول المخاطر التي تعوق الاستثمار بالنادي الاولمبي المصري

ن=٥٥

م	العبارات	نعم		لا	
		ت	%	ت	%
٢٤	عدم مرونة اللوائح والقوانين الحالية الخاصة بالاستثمار الرياضي.	٥٢	%٩٤.٥	٣	%٥.٥
٢٥	عدم وجود قرارات وزارية تشجع المستثمر للمشروعات الرياضية .	٥٢	%٩٤.٥	٣	%٥.٥
٢٦	قلة الحوافز والضمانات اللازمة لجذب المستثمرين للمشروعات الرياضية.	٥٥	%١٠٠	-	-
٢٧	تعارض الاجراءات والتسهيلات المصرفية عند تمويل المستثمرين ورجال الأعمال (اخذ قرض) بضمان المشروع الرياضي .	٥٢	%٩٤.٥	٣	%٥.٥
٢٨	ضعف الوعي بالاستثمار الرياضي واهمية المشروعات الرياضية لدي المجتمع المصري .	٤٩	%٨٩.٩	٦	%١٠.١
٢٩	اقتناع المستثمرين ان الاستثمار في المجالات الاخرى أفضل من الاستثمار في الرياضة.	٤٧	%٨٥.٤	٨	%١٤.٦
٣٠	قلة الاهتمام برعاية الموهبين رياضيا من قبل رجال الأعمال والمستثمرين.	٥٠	%٩٠.٩	٥	%٩.١
٣١	قلة المتخصصين في مجال الاستثمار الرياضي بالأندية الرياضية.	٤٩	%٨٩.٩	٦	%١٠.١
٣٢	التغيير المستمر لمجالس الإدارات طبقا للوائح الخاصة بالانتخابات.	٥٠	%٩٠.٩	٥	%٩.١
٣٣	تعيين مديري الأندية من الاكاديمين المتخصصين في المجال الرياضي وليس رجال الأعمال .	٥٠	%٩٠.٩	٥	%٩.١
٣٤	عدم التعاون بين اعضاء مجلس الادارة في النهوض بالمستوي الاقتصادي للنادي.	٤٨	%٨٧.٢	٧	%١٢.٨
٣٥	التدخل الحكومي المستمر في شئون الهيئات الرياضية .	٤٧	%٨٥.٤	٨	%١٤.٦
٣٦	تراجع الدعم الحكومي بسبب تداعيات الازمة المالية العالمية ٢٠٠٨ .	٥٣	%٩٦.٣	٢	%٣.٧
٣٧	عدم وضوح النظام الاقتصادي للدولة بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ ادي الي تراجع الدعم الحكومي .	٥٥	%١٠٠	-	-

يتضح من نتائج الجدول رقم (١٨) الخاص بتحديد المخاطر التي تعوق من عملية الاستثمار بالنادي الاوليمبي المصري حيث أكدت أغلبية آراء مجتمع البحث علي وجود أربعة عشر تهديدا بنسب تراوحت ما بين (٨٥.٤% - ١٠٠%) ومن أهمها عدم وضوح النظام الاقتصادي للدولة بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ .

تري الباحثة أن الاقتصاد المصري تأثر بثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ التي كان لها تأثير كبير حيث قل الدعم الحكومي للرياضة بالإضافة إلي قلة موارد التمويل الذاتي للأندية بسبب الأوضاع السياسية والاقتصادية التي مرت بها مصر ، ولا يستطيع أحد إنكار أن الثورة التي تشهدها مصر منذ ٢٥ يناير ٢٠١١ والتي عُرفت اعلامياً بثورة الشباب ومثلما طال تأثير هذه الثورة وتلك المظاهرات حياة الجميع فقد طال بكل تأكيد الرياضة في مصر . (١٢٦)

حيث إتخذ الاتحاد المصري لكرة القدم قراراً يوم الخميس الموافق ٢٧ يناير بتأجيل مباريات الجولة الـ١٦ من الدوري الممتاز، إلى أن جاء قراراً آخر من رئيس الاتحاد بتجميد نشاط كرة القدم بمصر الي اجل غير مسمى، بالإضافة الي عجز الاندية المصرية عن استضافة المباريات على ملاعبها للأوضاع الامنية غير المستقرة في مصر .

من الخسائر المتعلقة ببعض المنشآت الرياضية الهامة إستاد بورسعيد الذي شهد المجزرة ، حيث تم إيقاف الإستاد لمدة ٣ سنوات مقبلة، على أن يلعب المصري بعد عودته للممتاز على أى ملعب ببورسعيد خلاف الإستاد الذي شهد المجزرة، حتى انتهاء فترة إيقاف الإستاد ، وفيما يتعلق بالنادي الأهلي، تم إيقاف لاعب من النادي الأهلي والمدير الفني لمدة ٤ مباريات مع تغريم كل منهما ٥ آلاف جنيه.

هنا تشير الباحثة الي الازمة المالية العالمية التي تعتبر من أكثر المخاطر علي الرياضة ، فلا يمكن أن نفرق بين الواقع المالي للاقتصاد العالمي والتأثير المرتقب والمتوقع علي الرياضات المختلفة ، وخاصة اذا ما كان الاتجاه الان لمن هم من المستثمرين في المجال الرياضي ، حيث يتأثر المشجع الذي يجلس في منزله لمتابعة المباريات بدلا من التوجه إلي الملعب ، وأيضا سيفقد النادي عائدات مهمة قد تنزامن مع قيام بعض الشركات الإعلانية المتأثرة بالازمة باعادة رسم خطط الرعاه للأندية التي تتولي رعايتها، كما ان المحطات التلفزيونية الناقلة للمباريات تتأثر أيضا لكونها دفعت مبالغ طائلة لشراء حقوق البث التلفزيوني مقابل العائد المادي من تذاكر المباريات وإعلانات الشركات الراعية . (٩٩ : ٧٦٥)

كما أن قلة الحوافز والضمانات اللازمة لجذب المستثمرين للمشروعات الرياضية وعدم مرونة اللوائح والقوانين الحالية الخاصة بالاستثمار الرياضي ، بالإضافة الي عدم وجود قرارات وزارية تشجع المستثمر للمشروعات الرياضية وأيضاً تعارض الإجراءات والتسهيلات المصرفية عند تمويل المستثمرين ورجال الاعمال (اخذ قرض) بضمان المشروع الرياضي.

تستخلص الباحثة مما سبق أن تعدد التشريعات المنظمة لعملية الاستثمار تؤدي الي عدم تحقيق الشفافية والوضوح أمام المستثمرين، بالإضافة الي غياب القوانين المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية تلك التي تنظم المنافسة وتمنع الاحتكار ، كما أن تعقيد الاجراءات الادارية وتعدد الجهات التي يتعامل معها المستثمر وعدم توافر الكفاءات الادارية المتخصصة في وكالات ترويج الاستثمارات يقلل من قدراتها علي تحقيق اهدافها، لذلك يجب توافر مناخ تنظيمي مناسب يضمن حماية المستثمرين في المجال الرياضي من خلال نظام قضائي قوي يتمتع باستقلالية وبيئته عن اي شبهه .

يؤكد ذلك ما أسفرت عنه نتائج دراسة خالد إبراهيم أبو المعاطي (٢٠٠٠) (٣٥) بأن الرياضة تعتمد علي الدعم الحكومي الموجه من المجلس القومي للرياضة ، بالإضافة الي عدم قدرة الهيئات الرياضية علي الاعتماد علي مواردها الذاتية وضعف قدراتها علي تنمية هذه الموارد وعدم توافر الخبراء المتخصصين في مجال التسويق الرياضي .

يتفق ما سبق مع نتائج دراسة كل من هشام حسين علام (٢٠٠٤) (١٠٣) ودراسة دعاء محمد عابدين (٢٠٠٥) (٤٣) أن من أهم العوامل التي تؤثر علي إقتصاديات إدارة الاندية الرياضية التشريعات والقوانين والاجراءات الادارية الموضوعية من قبل الدولة حيث تفرض قيود علي فرص الاستثمار الرياضي .

كما يضيف عبدالله الشامل عي الدين (٢٠٠٨) إنه يمكن النظر الي مجموعة الحوافز والضمانات التي تقدمها قوانين الاستثمار في مصر علي إنها بمثابة تعويض عن الآثار السلبية لمختلف النظم الادارية والتشريعية والرقابية أمام المستثمر سواء أكان وطنيا أو اجنبيا ، ويعتبر قانون حوافز وضمانات الاستثمار رقم ٨ لسنة ١٩٩٧ البداية الحقيقية لفتح آفاق جديدة للاستثمار والتيسير علي المستثمرين ، وعلي الرغم من ذلك إلا أنه لم يرتبط بزيادة معدلات النمو الاقتصادي وترك حرية اختيار المشروع للمستثمر الاجنبي.

(٥٨ : ٨)

ترجع الباحثة قلة الاهتمام برعاية الموهبين رياضيا من قبل رجال الاعمال والمستثمرين الي التغيير المستمر لمجالس الادارات طبقا للوائح الخاصة بالانتخابات وتعيين مديري الاندية من الاكاديمين المتخصصين في المجال الرياضي وليس من رجال الاعمال.

هذا ما توكده نتائج دراسة عبدالله عيد العصاب (٢٠٠٢) (٥٩) بأن السياسة المالية للاندية الرياضية تتأثر بتغير مجالس الادارات وكذلك الحالة الاجتماعية والاقتصادية لاجتماعها.

كما أن عدم الوعي بالاستثمار الرياضي وأهمية المشروعات الرياضية يعد من المخاطر التي تعوق الاستثمار بالاندية الرياضية، هذا ما يتفق مع ما ذكره حسن أحمد الشافعي (٢٠٠٦) بأن من أهم القرارات التشجيعية والتحفيزية للاستثمار الرياضي هو اهتمام وسائل الاعلام المختلفة بأهمية الدور الذي يلعبه الاستثمار بالمؤسسات الرياضية والارتقاء بالمستوي الاقتصادي وزيادة دخل النادي .

بالإشارة الي الجداول (١٥ - ١٨) والتي إحتوت علي نتائج تحليل الوضع الراهن للبيئة الداخلية والبيئة الخارجية للنادي (swot) ظهرت نقاط القوة والفرص التي تتيح الاستثمار بالنادي الأولمبي والقت الضوء علي نقاط الضعف والمخاطر التي تواجه أو تعوق الاستثمار بالنادي وبذلك أمكن للباحثة الإجابة علي التساؤل الأول للبحث والذي ينص علي " ما هي عناصر تحليل الوضع الراهن للبيئة الداخلية والبيئة الخارجية للاستثمار بالنادي الأولمبي المصري ؟

ثانيا: عرض ومناقشة النتائج الخاصة باستمارة الاستبيان
المحور الاول : مجالات الاستثمار بالنادي الاولمبي المصري

جدول رقم (١٩)

النسب المئوية ومربع كاي لأراء فئات مجتمع وعينة البحث حول مجالات الاستثمار العامة بالنادي الاولمبي المصري ن=٣٠٠

الدالة	مربع كاي	أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام ن=٤١				أعضاء النادي الاولمبي المصري ن=٣٠٧				العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي ن=٤٦				أعضاء مجلس إدارة النادي ن=٦١				العبارة
		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
																		تؤجر صالة المناسبات الموجودة بالنادي لإقامة
0.947	0.368	80.5	33	19.5	8	82.1	170	17.9	37	84.8	39	15.2	7	83.3	5	16.7	1	أ- الحفلات المختلفة لكل من : ١- أعضاء النادي .
0.727	1.309	85.4	35	14.6	6	85.0	176	15.0	31	87.0	40	13.0	6	100.0	6	0.0	0	٢- أبناء المجتمع المحيط بالنادي .
0.346	3.315	90.2	37	9.8	4	83.1	172	16.9	35	89.1	41	10.9	5	66.7	4	33.3	2	ب - المؤتمرات العلمية التابعة لوزارة التربية والتعليم .
0.966	0.265	82.9	34	17.1	7	83.6	173	16.4	34	80.4	37	19.6	9	66.7	4	33.3	2	ج - الندوات العلمية الخاصة ببعض الهيئات سواء كانت ١- هيئات رياضية .
0.044	8.109*	70.7	29	29.3	12	81.6	169	18.4	38	67.4	31	32.6	15	100.0	6	0.0	0	٢- هيئات غير رياضية
0.690	1.469	87.8	36	12.2	5	89.9	186	10.1	21	87.0	40	13.0	6	100.0	6	0.0	0	د- ورش العمل الخاصة ببعض الهيئات .
0.727	1.310	90.2	37	9.8	4	87.0	180	13.0	27	89.1	41	10.9	5	100.0	6	0.0	0	هـ - الدورات التدريبية التي تقدمها بعض الهيئات الرياضية مثل ١- التحكيم في الانشطة الرياضية المختلفة .
0.475	2.500	90.2	37	9.8	4	84.5	175	15.5	32	80.4	37	19.6	9	100.0	6	0.0	0	٢- التذكير .
0.288	3.761	80.5	33	19.5	8	88.9	184	11.1	23	84.8	39	15.2	7	100.0	6	0.0	0	٣- العلاج الطبيعي .
0.180	4.895	90.2	37	9.8	4	90.3	187	9.7	20	80.4	37	19.6	9	100.0	6	0.0	0	٤- اصابات الملاعب
0.145	5.390	24.4	10	75.6	31	14.0	29	86.0	178	23.9	11	76.1	35	16.7	1	83.3	5	و- المعارض الدورية (السوق الخيري) لمنتجات كل من : ١- أعضاء النادي .
0.019	9.960	14.6	6	85.4	35	9.7	20	90.3	187	16.1	12	73.9	34	33.3	2	66.7	4	٢- بعض الشركات .

النسب المئوية ومربع كاي لاراء فئات مجتمع وعينة البحث حول مجالات الاستثمار العامة بالنادي الاولمبي المصري ن=٣٠٠
تابع جدول رقم (١٧)

الدالة	مربع كاي	أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام ن=٤١				أعضاء النادي الاولمبي المصري ن=٣٠٧				العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي ن=٤٦				أعضاء مجلس إدارة النادي ن=٦				رقم العبارة
		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
																		تحقق ادارة النادي ربحية من اشتراكات مركز العلاج الطبيعي لكل من :
0.154	5.250	80.5	33	19.5	8	87.9	182	12.1	25	91.3	42	8.7	4	66.7	4	33.3	2	اعضاء النادي .
0.365	3.176	90.2	37	9.8	4	83.6	173	16.4	34	89.1	41	10.9	5	66.7	4	33.3	2	- أفراد من هينات أخرى مثل - المدارس.
0.039	8.350*	78.0	32	22.0	9	88.9	184	11.1	23	95.7	44	4.3	2	100.0	6	0.0	0	- المعاهد.
0.106	6.118	92.7	38	7.3	3	84.5	175	15.5	32	95.7	44	4.3	2	100.0	6	0.0	0	- الجامعات.
0.907	0.554	85.4	35	14.6	6	86.5	179	13.5	28	89.1	41	10.9	5	83.3	5	16.7	1	- مراكز الشباب.
0.354	3.255	85.4	35	14.6	6	87.9	182	12.1	25	78.3	36	21.7	10	83.3	5	16.7	1	- الأندية الرياضية الأخرى.
0.373	3.124	85.4	35	14.6	6	91.3	189	8.7	18	93.5	43	6.5	3	100.0	6	0.0	0	- المؤسسات التجارية.
																		تستثمر مطاعم وكافيتريات النادي عن ريق تأجيرها لكل من :
0.190	4.764	12.2	5	87.8	36	13.5	28	86.5	179	26.1	12	73.9	34	16.7	1	83.3	5	الشركات المنتجة للسلع الغذائية
0.101	6.237	9.8	4	90.2	37	9.7	20	90.3	187	21.7	10	78.3	36	0.0	0	100.0	6	- المستثمرين.
																		تقوم إدارة النادي باستثمار مساحات غير المستغلة أسفل صالة ألعاب في
0.672	1.546	92.7	38	7.3	3	88.4	183	11.6	24	91.3	42	8.7	4	100.0	6	0.0	0	إقامة شبكة معلومات دولية - لأعضاء النادي طوال أيام اسبوع
0.187	4.804	90.2	37	9.8	4	81.6	169	18.4	38	91.3	42	8.7	4	100.0	6	0.0	0	- ابناء المجتمع المحيط لنادي لمدة ثلاثة أيام اسبوعيا.
0.611	1.817	85.4	35	14.6	6	89.4	185	10.6	22	87.0	40	13.0	6	100.0	6	0.0	0	- منحف يضم مقتنيات النادي من وائز وميداليات بتذاكر للدخول

تابع جدول رقم (١٩)

ن=٣٠٠

النسب السنوية ومربع كاي لاراء فئات مجتمع وعينة البحث حول مجالات الاستثمار العامة بالنادي الاولمبي المصري

الدالة	مربع كاي	أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام ن=٤١				أعضاء النادي الاولمبي المصري ن=٣٠٧				العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي ن=٢٤٦				أعضاء مجلس إدارة النادي ن=١٦				رقم العبارة	
		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم			
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
0.000	30.004**	65.9	27	34.1	14	84.5	175	15.5	32	50.0	23	50.0	23	66.7	4	33.3	2	ج- تأجير المساحة كمحلات تجارية لفترة مبنية معينة كحق انتفاع لكل من الشركات.	
0.000	25.406**	63.4	26	36.6	15	87.0	180	13.0	27	60.9	28	39.1	18	83.3	5	16.7	1	٢- المستثمرين.	
																			٣- تحصل ادارة النادي ايرادات من تشغيل حديقة العاب الاطفال الموجودة بالنادي من خلال :
0.267	3.952	80.5	33	19.5	8	83.1	172	16.9	35	91.3	42	8.7	4	66.7	4	33.3	2	١- اشتراكات ابناء اعضاء النادي لحفلات اعياد الميلاد .	
0.002	14.787**	90.2	37	9.8	4	87.0	180	13.0	27	80.4	37	19.6	9	66.7	4	33.3	2	٢- تفوق ابناء الاعضاء في المدارس	
0.000	56.678**	92.7	38	7.3	3	91.3	189	8.7	18	93.5	43	6.5	3	100.0	6	0.0	0	ب- تأجير الحديقة للجمعيات الخيرية بقامة	
0.000	51.221**	82.9	34	17.1	7	89.9	186	10.1	21	93.5	43	6.5	3	100.0	6	0.0	0	١- مهرجانات الربيع	
0.924	0.476	12.2	5	87.8	36	14.5	30	85.5	177	17.4	8	82.6	38	16.7	1	83.3	5	٢- يوم رياضي لذوي الاحتياجات الخاصة.	
0.991	0.106	17.1	7	82.9	34	18.4	38	81.6	169	19.6	9	80.4	37	33.3	2	66.7	4	٤- الحفلات الفنية .	
																			٥- تستثمر اسوار النادي عن طريق :
0.012	10.920**	29.3	12	70.7	29	11.1	23	88.9	184	23.9	11	76.1	35	16.7	1	83.3	5	١- الدعاية عن منتجات بعض الشركات مقابل مادي من خلال:	
0.110	6.041	85.4	35	14.6	6	90.8	188	9.2	19	80.4	37	19.6	9	100.0	6	0.0	0	٢- الإعلانات علي الحوائط الخارجية للنادي .	
0.528	2.218	22.0	9	78.0	32	20.3	42	79.7	165	15.2	7	84.8	39	0.0	0	100.0	6	ب- تقسيم المساحات الخارجية باسوار للنادي كمحلات تجارية وتأجيرها لمستثمرين	

تابع جدول رقم (١٩)

النسب المئوية ومربع كاي لاراء فئات مجتمع وعينة البحث حول مجالات الاستثمار العامة بالنادي الاولمبي المصري ن=٣٠٠

الدلالة	مربع كاي	أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام ن=٤١				أعضاء النادي الاولمبي المصري ن=٣٠٧				العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي ن=٤٦				أعضاء مجلس إدارة النادي ن=٦١				رقم العبارة
		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
																		٨- تتعاقد ادارة النادي لتقديم بعض الخدمات الطبية لأعضاء النادي مع كل من:
0.347	3.305	12.2	5	87.8	36	20.8	43	79.2	164	13.0	6	87.0	40	33.3	2	66.7	4	أ- المستشفيات
0.502	2.357	92.7	38	7.3	3	87.0	180	13.0	27	93.5	43	6.5	3	83.3	5	16.7	1	ب- اطباء (العيادات الخاصة).
0.587	1.930	92.7	38	7.3	3	86.0	178	14.0	29	91.3	42	8.7	4	83.3	5	16.7	1	ج- الصيدليات.
0.463	2.567	80.5	33	19.5	8	88.9	184	11.1	23	87.0	40	13.0	6	83.3	5	16.7	1	د- مراكز الأشعة.
0.618	1.786	92.7	38	7.3	3	87.0	180	13.0	27	89.1	41	10.9	5	100.0	6	0.0	0	هـ - مراكز التحاليل .
0.109	6.047	95.1	39	4.9	2	84.1	174	15.9	33	93.5	43	6.5	3	100.0	6	0.0	0	و- مراكز العلاج الطبيعي .
																		٨- تتعاقد ادارة النادي مع بعض الهيئات لتقديم بعض الخدمات لكل من :
0.353	3.258	9.8	4	90.2	37	17.4	36	82.6	171	10.9	5	89.1	41	0.0	0	100.0	6	أ- أعضاء النادي نظير رسوم اضافية للاشتراك السنوي تتمثل في
0.357	3.236	14.6	6	85.4	35	12.1	25	87.9	182	8.7	4	91.3	42	33.3	2	66.7	4	١- خدمات بريدية
0.634	1.715	12.2	5	87.8	36	16.4	34	83.6	173	13.0	6	87.0	40	0.0	0	100.0	6	٢- الشهر العقاري والتوثيق
0.515	2.286	4.9	2	95.1	39	11.6	24	88.4	183	8.7	4	91.3	42	0.0	0	100.0	6	٣- استخراج صحيفة الحالة الجنائية
0.426	2.785	87.8	36	12.2	5	88.9	184	11.1	23	95.7	44	4.3	2	83.3	5	16.7	1	٤- السجل المدني
0.340	3.357	92.7	38	7.3	3	86.0	178	14.0	29	80.4	37	19.6	9	100.0	6	0.0	0	٥- استخراج بطاقة الرقم القومي
0.112	5.991	87.8	36	12.2	5	79.2	164	20.8	43	93.5	43	6.5	3	83.3	5	16.7	1	٦- الجوازات
0.604	1.849	90.2	37	9.8	4	84.5	175	15.5	32	87.0	40	13.0	6	100.0	6	0.0	0	٧- تصاريح العمل
0.068	7.131	26.8	11	73.2	30	13.0	27	87.0	180	6.5	3	93.5	43	16.7	1	83.3	5	٨- رخصة القيادة
0.300	3.663	12.2	5	87.8	36	17.4	36	82.6	171	6.5	3	93.5	43	16.7	1	83.3	5	٩- سداد فواتير التليفون
0.817	0.934	9.8	4	90.2	37	15.9	33	84.1	174	15.2	7	84.8	39	16.7	1	83.3	5	١٠- الرحلات
0.280	3.830	82.9	34	17.1	7	82.1	170	17.9	37	91.3	42	8.7	4	100.0	6	0.0	0	١- الاجتماعية.
0.047	7.947*	100.0	41	0.0	0	88.9	184	11.1	23	97.8	45	2.2	1	100.0	6	0.0	0	٢- الدينية.
0.166	5.077	95.1	39	4.9	2	87.0	180	13.0	27	95.7	44	4.3	2	100.0	6	0.0	0	١١- المعسكرات الصيفية
0.209	4.535	87.8	36	12.2	5	86.0	178	14.0	29	95.7	44	4.3	2	100.0	6	0.0	0	١٢- الاجراءات المصرفية مثل
																		١- الصرف الالى للرواتب .
																		٢- تغيير العملات .
																		٣ - التحويلات .

النسب المئوية ومربع كاي لاراء فئات مجتمع وعينة البحث حول مجالات الاستثمار العامة بالنادي الاولمبي المصري ن=٣٠٠
تابع جدول رقم (١٩)

الدلالة	مربع كاي	أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام ن=٤١				أعضاء النادي الاولمبي المصري ن=٣٠٧				العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي ن=٤٦				أعضاء مجلس إدارة النادي ن=٦١				العبارة
		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
0.164	5.113	97.6	40	2.4	1	85.0	176	15.0	31	89.1	41	10.9	5	100.0	6	0.0	0	١٣- دورات تعليمية في ١- الحاسب الالى .
0.158	5.194	100.0	41	0.0	0	88.4	183	11.6	24	91.3	42	8.7	4	100.0	6	0.0	0	٢- اللغات.
0.000	135.82**	14.6	6	85.4	35	15.0	31	85.0	176	0.0	0	100.0	46	0.0	0	100.0	6	٣- تعليم الرسم والخط العربي.
0.000	107.49**	90.2	37	9.8	4	86.5	179	13.5	28	84.8	39	15.2	7	100.0	6	0.0	0	٤- تعليم القيادة.
0.169	5.039	80.5	33	19.5	8	84.1	174	15.9	33	93.5	43	6.5	3	100.0	6	0.0	0	١٤- دورات تدريبية في ١- الرخصة الدولية لقيادة الحاسب(ICDL)
0.275	3.879	85.4	35	14.6	6	84.5	175	15.5	32	93.5	43	6.5	3	100.0	6	0.0	0	٢- دورة اللغة الانجليزية (TOFAL)
0.027	9.159*	90.2	37	9.8	4	85.5	177	14.5	30	100.0	46	0.0	0	100.0	6	0.0	0	ب- أبناء المجتمع المحيط وتتمثل في : ١- الاجراءات المصرفية مثل ١- الصرف الالى للرواتب .
0.042	8.195*	90.2	37	9.8	4	87.0	180	13.0	27	100.0	46	0.0	0	100.0	6	0.0	0	٢- تغير العملات .
0.026	9.239*	95.1	39	4.9	2	82.1	170	17.9	37	95.7	44	4.3	2	100.0	6	0.0	0	٣- التحويلات .
0.042	8.191*	97.6	40	2.4	1	79.2	164	20.8	43	84.8	39	15.2	7	100.0	6	0.0	0	٢- دورات تعليمية في : ١- الحاسب الالى .
0.586	1.934	87.8	36	12.2	5	83.1	172	16.9	35	87.0	40	13.0	6	100.0	6	0.0	0	٢- اللغات.
0.549	2.112	19.5	8	80.5	33	15.9	33	84.1	174	8.7	4	91.3	42	16.7	1	83.3	5	٣- تعليم الرسم والخط العربي.
0.000	23.445**	58.5	24	41.5	17	86.0	178	14.0	29	93.5	43	6.5	3	100.0	6	0.0	0	٤- تعليم القيادة.

النسب المئوية ومربع كاي لاراء فئات مجتمع وعينة البحث حول مجالات الاستثمار العامة بالنادي الاولمبي المصري ن=٣٠٠
تابع جدول رقم (١٩)

الدلالة	مربع كاي	أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام ن=٤١				أعضاء النادي الاولمبي المصري ن=٣٠٧				العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي ن=٤٦				أعضاء مجلس إدارة النادي ن=٦١				العبارة	
		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم			
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
0.430	2.760	85.4	35	14.6	6	89.4	185	10.6	22	93.5	43	6.5	3	100.0	6	0.0	0	٣- دورات تدريبية في ١- الرخصة الدولية الحاسب لقيادة (ICDL)	
0.439	2.710	82.9	34	17.1	7	87.9	182	12.1	25	91.3	42	8.7	4	100.0	6	0.0	0	٢- دورة اللغة الانجليزية (tofl)	
																			- يتم استثمار اسطح بعض المباني في النادي عن طريق تأجيرها لكل من
0.148	5.353	80.5	33	19.5	8	87.0	180	13.0	27	95.7	44	4.3	2	83.3	5	16.7	1	أ- شركات المحمول لتوصيل بعض الشبكات .	
0.507	2.329	85.4	35	14.6	6	87.0	180	13.0	27	84.8	39	15.2	7	66.7	4	33.3	2	ب- المستثمرين لعمل مطعم أو كافيتريا.	
0.283	3.804	90.2	37	9.8	4	91.3	189	8.7	18	97.8	45	2.2	1	100.0	6	0.0	0	- توفر ادارة النادي خدمة تسديد اشتركات الاعضاء اكترونيا إذا كانت الإجابة بنعم فهل تحقق نسبة ارباح للنادي	
0.000	21.199**	19.5	8	80.5	33	14.0	29	86.0	178	15.2	7	84.8	39	16.7	1	83.3	5	-هل توجد مساحات ارضية غير مستغلة في النادي إذا كانت الإجابة بنعم فيرجع ذلك للاسباب التالية	
0.671	1.548	24.4	10	75.6	31	18.4	38	81.6	169	17.4	8	82.6	38	33.3	2	66.7	4	أ-عدم وجود ميزانية كافية في النادي لاستثمار هذه المساحات .	
0.834	0.863	9.8	4	90.2	37	11.6	24	88.4	183	10.9	5	89.1	41	16.7	1	100.0	6	ب- عدم وجود إدارة للاستثمار الرياضي بالنادي.	
0.621	1.773	17.1	7	82.9	34	14.0	29	86.0	178	21.7	10	78.3	36	83.3	5	16.7	1	ج- عدم اهتمام إدارة النادي	

تابع جدول رقم (١٩)

النسب المئوية ومربع كاي لاراء فئات مجتمع وعينة البحث حول مجالات الاستثمار العامة بالنادي الاولمبي المصري ن=٣٠٠

الدلالة	مربع كاي	أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام ن=٤١				أعضاء النادي الاولمبي المصري ن=٣٠٧				العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي ن=٤٦				أعضاء مجلس إدارة النادي ن=٦١				رقم العبارة
		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
																		١- يمكن استثمار المساحات غير المستغلة في النادي عن طريق :
0.000	21.122**	26.8	11	73.2	30	15.0	31	85.0	176	17.4	8	82.6	38	33.3	2	66.7	4	٢- إنشاء روضة اطفال بأشتراكات اضافية لاعضاء .
0.699	1.427	19.5	8	80.5	33	16.4	34	83.6	173	19.6	9	80.4	37	33.3	2	66.7	4	٣- إنشاء مكتبة ثقافية وتحديد تذاكر للدخول.
0.561	2.056	9.8	4	90.2	37	15.9	33	84.1	174	13.0	6	87.0	40	0.0	0	100.0	6	ج- قاعة لشبكة المعلومات الدولية .
0.607	1.836	17.1	7	82.9	34	15.5	32	84.5	175	10.9	5	89.1	41	0.0	0	100.0	6	د- مركز لنظم المعلومات.

الإجابة علي التساؤل الثاني :
ينص التساؤل الثاني علي "ما هي أهم مجالات الاستثمار في النادي الأولمبي المصري ؟
أولا: مجالات الاستثمار العامة في النادي الأولمبي المصري

يتضح من الجدول رقم (١٩) الخاص بمجالات الاستثمار العامة في النادي الأولمبي المصري ، أن قيم كا ٢١ تراوحت ما بين (٠.١٠٦% - ١٣٥.٨٢**) بمستوي دلالة تراوح ما بين (٠.٩٩١ - ٠.٠٠٠) حيث أن العبارة رقم (٣/١٣/٨) والتي تشير الي " تعاقد إدارة النادي مع بعض الهيئات لتقديم دورات في تعليم الرسم والخط العربي لابناء اعضاء النادي" شغلت أعلى قيمة لمربع كا ، بينما العبارة رقم (٥/ ب /٤) التي تنص علي " تحصل إدارة النادي إيرادات من تأجير حديقة ألعاب الأطفال للجمعيات الخيرية لإقامة الحفلات الفنية " هي التي شغلت أقل قيمة لمربع كا .

بالنسبة للعبارة رقم (١/ هـ /٤) والتي تنص علي " تؤجر صالة المناسبات الموجودة بالنادي لإقامة دورات في إصابات الملاعب " جاءت نسب إتفاق أغلبية آراء فئات مجتمع وعينة البحث بالنفي حول تأجير الصالة لإقامة دورات في إصابات الملاعب علي التوالي (١٠٠%) (٨٠.٤%)، (٩٠.٣%)، (٩٠.٢%) ، كما تراوحت النسب الخاصة بنفي أغلبية آراء مجتمع وعينة البحث للعبارة رقم (١/ هـ /١) (٢/ هـ /١) (٣/ هـ /١) والتي تنص علي " تؤجر صالة المناسبات الموجودة بالنادي لإقامة دورات في تحكيم الأنشطة الرياضية المختلفة ودورات في التدليك ودورات في العلاج الطبيعي بين (٨٧.٠% - ١٠٠%) للعبارة رقم (١/ هـ /١) و(٨٠.٤% - ١٠٠%) للعبارة رقم (١/ هـ /١) و(٨٠.٥% - ١٠٠%) للعبارة رقم (٣/ هـ /١) .

بينما جاءت النسب الخاصة بموافقة أغلبية الآراء بالإيجاب حول العبارة رقم (١/ و /١) والعبارة رقم (٢/ و /١) والتي تشير الي تأجير الصالة لإقامة المعارض الخيرية لكل من أعضاء النادي أو بعض الشركات" تتراوح بين (٧٥.٦% - ٨٦.٠%) ، (٦٦.٧% - ٩٠.٣%) .

ترجع الباحثة النتائج السابقة الي ضعف الوعي لدي إدارة النادي بأهمية الاستثمار الرياضي بالإضافة الي عدم وجود إدارة متخصصة للتسويق الرياضي بالنادي الأولمبي تنولي إدارة وتسويق المنشآت الرياضية .

تتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة أشرف حسين العجيلي (١٩٩٩) (١٣) علي وجود معوقات للاستثمار في المجال الرياضي تظهر أهمها في قلة الوعي بالاستثمار الرياضي وأهميته كمصدر لتمويل الذاتي في النادي وعدم إقتناع المؤسسات المالية بالرياضة والعائد الذي يتحقق من خلال الاستثمار فيها .

في ضوء ذلك يذكر حسن أحمد الشافعي (٢٠٠٦) أن صالة المناسبات تعد من الاصول الحقيقية في النادي ، وأن إقتناء أدوات الاستثمار الحقيقية الاقتصادية يتيح للمستثمر الفرصة لحيازة أصل حقيقي كالعقارات ، والأصل الحقيقي هو كل أصل له قيمة اقتصادية في حد ذاته ويترتب علي استخدامة منفعة اقتصادية إضافية تزيد من ثروة المستثمر والمجتمع. (٢٤ : ٢٧)

جاءت النسب الخاصة بنفي آراء فئات مجتمع وعينة البحث حول العبارة رقم (٢/ ب /٦) " تحقق إدارة النادي ربحية من إشتراكات المؤسسات التجارية لمركز العلاج الطبيعي" كالتالي (١٠٠%)، (٩٣.٥%)، (٩١.٣%)، (٨٥.٤%) .

كما نفت أغلبية آراء فئات مجتمع وعينة البحث (أعضاء مجلس ادارة النادي - العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي - أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام- أعضاء النادي الأولمبي المصري) العبارة رقم (٢/ ب /٢) والعبارة رقم (٣/ ب /٢) ، " تحقيق إدارة النادي ربحية من اشتراكات مركز العلاج الطبيعي لكل من المدارس والمعاهد " بنسب تراوحت بين (٧٨.٠% - ١٠٠%) ، (٨٤.٥% - ١٠٠%) .

هنا تري الباحثة أن مركز العلاج الطبيعي غير مجهز تماما وذلك بسبب نقص الأجهزة والأدوات الرياضية اللازمة للمركز بالإضافة إلي ندرة المتخصصين في العلاج الطبيعي وكذلك عدم إهتمام إدارة النادي بالمركز .

إتفقت معظم الآراء حول العبارة رقم (٣/ ب /٣) " تستثمر مطاعم وكافتريات النادي عن طريق تأجيرها لرجال الاعمال " بالنسب التالية (١٠٠%)، (٧٨.٣%)، (٩٠.٣%) ، (٩٠.٢%) .

في هذا الصدد يذكر محمد مطر (١٩٩٩) أن الاستثمار يعتبر حقيقيا أو اقتصاديا متي وفر للمستثمر الحق في حيازة أصل حقيقي كالعقار والسلع وبترتب علي استخدامه منفعة اقتصادية إضافية تظهر أما في شكل سلعة أو في شكل خدمة ، لذا يطلق علي الاستثمار الحقيقي مصطلح استثمارات الأعمال أو المشروعات. (٩٠:٦٣)

كذلك إتفقت آراء فئات مجتمع وعينة البحث بالسلب حول العبارة رقم (١/٤)،(٢/٤)،(٤/ب)،(٤/ج/٢) " تقوم إدارة النادي باستثمار المساحات غير المستغلة أسفل صالة الالعاب من خلال إقامة (شبكة معلومات دولية - متحف ليضم مقتنيات النادي - تأجير المساحات كمحلات تجارية لفترة زمنية كحق انتفاع للمستثمرين " بنسب تراوحت بين (٤،٨٨%- ١٠٠%) للعبارة رقم (١/٤) ، (٦.٦%-١٠٠%) للعبارة رقم (٢/٤) و(٤.٨٥%- ١٠٠%) للعبارة رقم (٤/ب) .

تتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة صالح بن عبدالله الملك (٢٠٠٨) (٥١) علي أن الأندية الرياضية تعاني من مقومات ونقص كبير في الإيرادات المالية وتحتاج الي العديد من مصادر التمويل الذاتي ، وذلك من خلال استثمار مواردها كفتح المحلات التجارية وتأجيرها وزيادة الحضور الجماهيري في المباريات من خلال أساليب التسويق المتنوعة .

علي الجانب الأخر نفت الغالبية العظمي لآراء فئات مجتمع وعينة البحث العبارة رقم (١/ب/٥) ، (٥/ب/٢) التي تنص علي " تحصيل ادارة النادي إيرادات من تشغيل حديقة العاب الأطفال من خلال (اشتراكات الأعضاء لإقامة حفلات أعياد الميلاد والتفوق الدراسي لأبناء الاعضاء " بنسب تراوحت بين و(٩١.٣%- ١٠٠%) للعبارة رقم (١/ب/٥) و(٨٢.٩%- ١٠٠%) للعبارة رقم (٢/ب/٥) ، بينما اتفقت أغلبية آراء فئات مجتمع وعينة البحث بالإيجاب حول العبارة (٣/ب/٥) ، (٤/ب/٥) " تحصيل إدارة النادي إيرادات من تشغيل الحديقة بتأجيرها لإقامة إحتفال بيوم اليتيم والحفلات الفنية" نسب موافقة تراوحت بين(٨٢.٦%- ٨٧.٨%) للعبارة رقم (٣/ب/٥) و (٤.٨٠%- ٨٣.٣%) للعبارة رقم (٤/ب/٥) .

هذا ما أشارت اليه نتائج دراسة أشرف عبد المعز أبو النور (١٩٩٩) (١٢) بأن الأندية الرياضية تعتمد علي الدولة بشكل رئيسي في عملية التمويل ، حيث تقوم الدولة بالتحطيط المركزي لكل الهيئات الرياضية بما لايسمح بنمو الإيرادات الذاتية لاي هئية رياضية وبذلك تسيطر الدولة علي الأندية الرياضية نتيجة لحاجتها المستمرة للتمويل الحكومي .

أما العبارة رقم (، (٦/ب)والتي تشير إلي " تستثمر أسوار النادي عن طريق تقسيم المساحات الخارجية بأسوار النادي كمحلات تجارية وتأجيرها للمستثمرين) فحظت بنسب موافقة (١٠٠%) ، (٨٤.٨%)،(٧٩.٧%)،(٧٨.٠%) وعلي الجانب الأخر جاءت النسب المئوية الخاصة بنفي أغلبية الآراء حول العبارة (٢/٦) " استثمار أسوار النادي من خلال الإعلانات علي أسواره " كالتالي (١٠٠%)،(٨٠.٤%)،(٩٠.٨%)،(٨٥.٤%) .

ترجع الباحثة هذا التناقض بين الموافقة علي إستغلال أسوار النادي كمحلات تجارية وتأجيرها للمستثمرين وبين عدم استثمار أعلي الاسوار في عمل دعاية لإعلانات منتجات بعض الشركات الي عدم وجود إدارة للتسويق بالنادي تتولي التعاقد مع مختلف الشركات ورجال الأعمال لتسويق منتجاتهم من خلال الإعلانات التي توضع أعلي أسوار النادي ، لذا تقوم إدارة النادي بتأجير هذه المساحات لفترة زمنية معينة يتفق فيها مع المستأجر كحق إنتفاع ، بالإضافة إلي وجود راعي وحيد للنادي وهو وكالة الأهرام للدعاية والاعلان وتعمل كوسيط إعلاني لبعض الشركات كفودافون وموبينيل وكوكاكولا .

يذكرحسن أحمد الشافعي (٢٠٠٦) أن الاستثمار يتيح تبادل المنفعة بين المستثمرين لاستثمار أموالهم وبين المؤسسات الرياضية المختلفة لاستثمار إمكاناتها المادية والبشرية اللازمة للأنشطة المختلفة . (٢٧: ٢١)

كما حصلت العبارة رقم (٧/ هـ) (٧/و) " تتعاقد إدارة النادي مع مراكز التحاليل والعلاج الطبيعي لتقديم بعض الخدمات الطبية لأعضاء النادي " حصلت علي نفي أغلبية الآراء بنسبة تراوحت بين (٨٧.٠%- ١٠٠%) ، (٨٤.١%- ١٠٠%) .

تستخلص الباحثة من هذه النتائج عدم الاهتمام بتوطيد العلاقات مع بعض الهيئات الطبية كمراكز التحاليل والأشعة والعلاج الطبيعي من أجل تقديم العديد من الخدمات الطبية للأعضاء علي الرغم من ان ذلك سيعود علي النادي بعائد مادي كبير ، لانه سوف يوفر علي الاعضاء الكثير من الإجراءات الإدارية اثناء الحصول علي تلك الخدمات من الأماكن المخصصة لها .

أما العبارة رقم (١/٨)، (٣/٨)، (٤/٨) (٣/١٣/٨) " تتعاقد إدارة النادي مع بعض الهيئات لتقديم بعض الخدمات مثل (الخدمات البريدية- استخراج صحيفة الحالة الجنائية - السجل المدني- دورات تعليم الرسم والخط العربي " بنسب تراوحت بين (٨٢.٦% - ١٠٠%)، (٨٣.٦% - ١٠٠%)، (٨٨.٤% - ١٠٠%)، (٨٥.٠% - ١٠٠%)، علما بان العبارة رقم (٣/١٣/٨) والتي تنص علي " تعليم الرسم والخط العربي لابناء اعضاء النادي " شغلت اعلي قيمة لمربع كا علي مستوي المحور كلة وهي (١٣٥.٨٢) .

بينما جاءت موافقة أغلبية آراء فئات مجتمع وعينة البحث بالنفي حول العبارة رقم (١/١٢/٨)، (٢/١٢/٨)، (٢/١٣/٨)، (٢/١/ب/٨) بنسب مئوية كالتالي (٨٨.٩% - ١٠٠%)، (٨٧.٠% - ١٠٠%)، (٨٨.٤% - ١٠٠%)، (٨٧.٠% - ١٠٠%) .

ترجع الباحث النتائج السابقة الي عدم وجود مركز للخدمات الاجتماعية يتضمن بعض المتخصصين للقيام بمثل هذه الخدمات التي تعتبر مصدر دخل كبير للنادي اذا تم تقديمها لاعضاء النادي و لابناء المجتمع المحيط به بمقابل مادي مناسب لهم ، ومن واقع تحليل الوض الحالي للنادي قد تبين إستحداث مركز للخدمات الاجتماعية من ضمن المنشآت التي سيتم إنشائها في النادي .

في هذا الصدد يؤكد محمد مطر(١٩٩٩) إلي أن الاستثمار في المشروعات الاقتصادية له دور اجتماعا اكبر مما هو عليه في أوجه الاستثمار الاخري ، لان المشروعات الاقتصادية تنتج سلعا أو خدمات تحقق اشباعا حقيقيا لأفراد المجتمع ، بالإضافة إلي توظيف الجزء الأكبر من العمالة الوطنية وبالتالي تشكل مصدرا رئيسيا لدخولهم. (٩١ : ٧٢)

أما العبارة رقم (١/٩) (٩/ب) " يتم استثمار أسطح بعض المباني في النادي عن طريق تأجيرها لشركات المحمول وللمستثمرين " فقد جاءت النسب الخاصة بنفي آراء فئات مجتمع وعينة البحث كالتالي (٨٣.٣%)، (٩٥.٧%)، (٨٧.٠%)، (٨٠.٥%) للعبارة رقم (١/٩) وتراوحت نسب العبارة رقم (١/٩) بين (٦٦.٧% - ٨٧.٠%)

كذلك نفت الغالبية العظمي للآراء العبارة رقم (١٠) " توفر إدارة النادي خدمة تسديد إشتراكات الاعضاء الكترونيا " بنسب تراوحت بين (٩٠.٢% - ١٠٠%) .

ترجع الباحثة عدم توفير إدارة النادي خدمة تسديد إشتراكات الاعضاء الكترونيا الي عدم الاهتمام بالموقع الالكتروني للنادي ، بالإضافة الي عدم الاهتمام بصيانة أجهزة الحاسب الالي وعدم توفرها في بعض الادارات لوجود مجموعة من المعوقات والصعوبات التي تحد من إستخدامه وانتشاره أهمها عدم توافر الكوادر المؤهلة لاستخدامها .

أما بالنسبة للعبارة رقم (١١) ، (١١/أ) ، (١١/ب) ، " وجود مساحات أرضية غير مستغلة في النادي وذلك لاسباب التالية (عدم وجود ميزانية كافية في النادي لإستثمار هذه المساحات ، عدم وجود إدارة للإستثمار الرياضي بالنادي) أشارت آراء فئات مجتمع وعينة البحث بنسب موافقة تراوحت بين (٨٠.٥% - ٨٦.٦%) للعبارة رقم (١١) و(٦٦.٧% - ٨٥.٠%) للعبارة رقم (١١/أ) و(٨٨.٤% - ١٠٠%) للعبارة رقم (١١/ب) ، بينما اختلف آراء بعض فئات مجتمع وعينة البحث حول العبارة رقم (١١/ج) " وجود مساحات أرضية غير مستغلة في النادي وذلك لعدم إهتمام إدارة النادي " حيث إتفقت آراء كل من (العاملين بادارة النشاط الرياضي وأعضاء النادي الاولمبي المصري وأعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الاهرام للدعاية والاعلان) بالإيجاب بنسب مئوية هي (٧٨.٣%) ، (٨٦.٠%) ، (٨٢.٩%) ، ولكن كانت إجابات أعضاء مجلس الادارة بالسلب بنسبه (٨٣.٣%) .

تتفق نتائج الآراء الموافقة بالإيجاب مع نتائج دراسة كل من وليد أحمد سامي (٢٠٠٠) (١٠٤) وأماني عاطف سليم (٢٠٠٣) (١٩) علي عدم وجود خطط مستقبلية للإستثمار الرياضي وقلة الوعي الاستثماري لدي مجالس إدارات الاندية الرياضية بالإضافة الي عدم وجود إدارة خاصة بالتسويق الرياضي داخل الاندية الرياضية وقلة المتخصصين في التسويق الرياضي .

كما تشير نتائج دراسة ماهر محمد السيد (٢٠٠٥) (٧٥) الي ندرة المتخصصين والمؤهلين في مجال التمويل والتسويق الرياضي ، بالإضافة الي عدم قدرة الأندية علي تنمية مواردها الذاتية وضعف القدرات التسويقية للإدارات التسويقية .

إضافة الي ما سبق توصلت نتائج دراسة خالد طلعت السيد (٢٠٠٥) (٣٦) أن الأندية الرياضية تعاني من عدم توافر الإدارة المتخصصة والمحترفة للمهارات التمويلية والتسويقية والاستثمارية في المجال الرياضي وصعوبة حصر مراقبي الحسابات لاصول الاندية واتساع الفجوه بين القوائم وحقيقة الأصول لعدم وجود سجلات لها وتنافي وجود التوصيف الوظيفي للعاملين بالنادي وجداول للمرتبات ومحدداتها ،مما أدى الي تعدد الاخطاء الإدارية وقصور لائحة النظام الاساسي للاندية في توضيح مهام الجهاز المركزي للمحاسبات ومراقبي الحسابات ، الأمر الذي ترتب عليه توقف المشروعات دون الاستفادة من أموالها.

أما العبارة رقم (١٢/ج) (١٢/د) " يمكن إستثمار المساحات غير المستغلة في النادي عن طريق (قاعة لشبكة المعلومات الدولية - مركز لنظم المعلومات) " قد تراوحت نسب موافقة الآراء حولها بين (٨٤,١% - ١٠٠%) للعبارة رقم (١٢/ج) و(٨٢,٥% - ١٠٠%) للعبارة رقم (١٢/د) .

تري الباحثة أن النادي الأولمبي المصري يحتوي علي الكثير من المساحات غير المستغلة مثل المساحة الموجودة أسفل صالة الالعب وأيضا سطح هذه الصالة و سطح صالة المناسبات بالإضافة إلي المساحة الارضية الخاصة بساحة جلوس الاعضاء حيث ان جزء كبير منها غير مستغل ، كما انه لايتوافر بالنادي روضة أطفال ولا مكتبة ثقافية ولا قاعة لشبكة المعلومات ولا مركز لنظم المعلومات .

يشير عصام الدين ابو علفة (٢٠٠٢) أن لنظم المعلومات التسويقية مزايا متعددة اهمها زيادة فعالية النشاط التسويقي للمؤسسة لانه يساعد علي توفير المعلومات المطلوبة وتدفعها بالسرعة اللازمة والدقة المطلوبة لتلبية احتياجات متخذي القرار ، والإسترشاد بها عند اتخاذ القرارات التسويقية المختلفة . (٦١ : ١٥٩)

جدول رقم (٢٠)

النسب المنوية ومربع كاي لاراء فئات مجتمع وعينة البحث حول مجالات الاستثمار الرياضي بالنادي الاولمبي المصري ن=٣٠٠

الدلالة	مربع كا	أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام ن=٤١				أعضاء النادي الاولمبي المصري ن=٣٠٧				العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي ن=٤٦				أعضاء مجلس إدارة النادي ن=٦١				العبارة
		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
																		المنشآت الرياضية التي يتم تأجيرها في غير اوقات الممارسة تتمثل في
0.243	4.174	22.0	9	78.0	32	18.8	39	81.2	168	8.7	4	91.3	42	33.3	2	66.7	4	أ- حمام السباحة .
0.682	1.500	29.3	12	70.7	29	22.2	46	77.8	161	28.3	13	71.7	33	16.7	1	83.3	5	ب- صالة الملاكمة.
0.082	6.693	31.7	13	68.3	28	23.2	48	76.8	159	26.1	12	73.9	34	33.3	2	66.7	4	ج- صالة المصارعة
0.542	2.149	17.1	7	82.9	34	12.1	25	87.9	182	19.6	9	80.4	37	16.7	1	83.3	5	د- صالة الجمباز.
0.152	5.280	26.8	11	73.2	30	18.4	38	81.6	169	32.6	15	67.4	31	16.7	1	83.3	5	هـ - صالة تنس الطاولة
0.263	3.984	26.8	11	73.2	30	14.5	30	85.5	177	21.7	10	78.3	36	16.7	1	83.3	5	و- ملعب السلة .
0.196	4.691	7.3	3	92.7	38	20.3	42	79.7	165	23.9	11	76.1	35	33.3	2	66.7	4	ز- ملعب كرة القدم الرئيسي.
0.562	2.052	22.0	9	78.0	32	14.0	29	86.0	178	10.9	5	89.1	41	16.7	1	83.3	5	ح- ملعب كرة القدم الفرعي.
																		الهيئات التي تقوم بتأجير المنشآت الرياضية في النادي تتمثل في :
0.122	5.788	22.0	9	78.0	32	13.0	27	87.0	180	26.1	12	73.9	34	16.7	1	83.3	5	أ-المدارس
0.298	3.683	90.2	37	9.8	4	86.0	178	14.0	29	76.1	35	23.9	11	83.3	5	16.7	1	ت- المعاهد
0.469	2.537	90.2	37	9.8	4	81.2	168	18.8	39	76.1	35	23.9	11	83.3	5	16.7	1	ج- الجامعات
0.000	49.514**	58.5	24	41.5	17	86.5	179	13.5	28	56.5	26	43.5	20	66.7	4	33.3	2	د- مراكز الشباب
0.002	15.311**	22.0	9	78.0	32	13.0	27	87.0	180	37.0	17	63.0	29	16.7	1	83.3	5	هـ - الأندية الرياضية الاخرى
0.082	6.703	31.7	13	68.3	28	14.0	29	86.0	178	19.6	9	80.4	37	16.7	1	83.3	5	و- الشركات
0.002	14.370**	90.2	37	9.8	4	83.1	172	16.9	35	91.3	42	8.7	4	66.7	4	33.3	2	ز- المؤسسات الخيرية

النسب المئوية ومربع كاي لاراء فئات مجتمع وعينة البحث حول مجالات الاستثمار الرياضي بالنادي الاولمبي المصري ن=٣٠٠
تابع جدول رقم (٢٠)

الدلالة	مربع كاي	أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام ن=٤١				أعضاء النادي الاولمبي المصري ن=٢٠٧				العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي ن=٤٦				أعضاء مجلس إدارة النادي ن=٦١				العبارة
		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
																		يستثمر مركز اللياقة البدنية بالنادي من خلال اشتراكات كل من :
0.660	1.598	92.7	38	7.3	3	84.5	175	15.5	32	87.0	40	13.0	6	83.3	5	16.7	1	أ- اعضاء النادي .
0.457	2.605	92.7	38	7.3	3	86.5	179	13.5	28	82.6	38	17.4	8	100.0	6	0.0	0	ب- ابناء المجتمع الخارجي
																		يوجد بالنادي مدارس لتعليم الالعاب الرياضية المختلفة وانتقاء الموهبين تقدم باشتراكات لكل من :
0.000	34.071**	92.7	38	7.3	3	86.0	178	14.0	29	82.6	38	17.4	8	100.0	6	0.0	0	أ- أبناء اعضاء النادي.
0.000	36.672**	92.7	38	7.3	3	86.0	178	14.0	29	89.1	41	10.9	5	100.0	6	0.0	0	ب- أبناء المجتمع الخارجي
																		تتعاقد ادارة النادي مع أحدي الشركات لتغطية احتياجات النادي مقابل :
0.652	1.633	19.5	8	80.5	33	13.5	28	86.5	179	19.6	9	80.4	37	16.7	1	83.3	5	أ- الدعاية عن منتجاتها اثناء الحدث الرياضي.
0.673	1.539	87.8	36	12.2	5	85.5	177	14.5	30	82.6	38	17.4	8	100.0	6	0.0	0	ب- توزيع نشرات عن منتجاتها علي أعضاء النادي .

تابع جدول رقم (٢٠)

النسب المئوية ومربع كاي لاراء فئات مجتمع وعينة البحث حول مجالات الاستثمار الرياضي بالنادي الاولمبي المصري ن=٣٠٠

الدلالة	مربع كا	أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الاهرام ن=٤١				أعضاء النادي الاولمبي المصري ن=٣٠٧				العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي ن=٤٦				أعضاء مجلس إدارة النادي ن=٦١				العبارة
		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
																		تحقق إدارة النادي عوائد مالية من تسويق حقوق الدعاية والإعلان عن طريق :
0.761	1.166	14.6	6	85.4	35	15.5	32	84.5	175	21.7	10	78.3	36	16.7	1	83.3	5	أ- تسويق شعار النادي علي ملابس اللاعبين اثناء مباريات الدوري الممتاز.
0.761	1.167	80.5	33	19.5	8	86.0	178	14.0	29	87.0	40	13.0	6	83.3	5	16.7	1	ب- الإعلان عن الخدمات الرياضية التي يقدمها النادي عن طريق التلفزيون.
0.620	1.775	82.9	34	17.1	7	85.0	176	15.0	31	84.8	39	15.2	7	66.7	4	33.3	2	ج- عمل مؤتمرات صحفية عن اهم المشروعات الاستثمارية للنادي .
0.696	1.443	92.7	38	7.3	3	88.9	184	11.1	23	87.0	40	13.0	6	100.0	6	0.0	0	د- اقامة الحفلات الفنية بغرض جذب المستثمر الرياضي .
0.599	1.874	85.4	35	14.6	6	82.6	171	17.4	36	87.0	40	13.0	6	100.0	6	0.0	0	هـ - توفير قاعدة بيانات عن منشآت النادي من خلال موقع النادي علي شبكة المعلومات الدولية.
0.837	0.852	92.7	38	7.3	3	93.2	193	6.8	14	93.5	43	6.5	3	100.0	6	0.0	0	و- بث قناة رياضية باسم النادي لنشر كل ما يتعلق بخدمات النادي وانشطته.
0.016	10.288**	65.9	27	34.1	14	81.2	168	18.8	39	63.0	29	37.0	17	83.3	5	16.7	1	ز- تصميم دليل رياضي يدون فيه معلومات عن النادي وتطورة واجازاته.
																		يتم تسويق المباريات الرياضية التي تقام علي ملاعب النادي من خلال:
0.514	2.295	87.8	36	12.2	5	82.1	170	17.9	37	87.0	40	13.0	6	66.7	4	33.3	2	أ- بث المباريات تلفزيونيا.
0.401	2.938	24.4	10	75.6	31	15.5	32	84.5	175	15.2	7	84.8	39	33.3	2	66.7	4	ب- دعوة كبار المسؤولين في الدولة لمشاهدة المباريات مما يزيد من الاقبال الجماهيري

النسب المنوية ومربع كاي لاراء فئات مجتمع وعينة البحث حول مجالات الاستثمار الرياضي بالنادي الاولمبي المصري ن=٣٠٠
تابع جدول رقم (٢٠)

الدلالة	مربع كا	أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام ن=٤١				أعضاء النادي الاولمبي المصري ن=٣٠٧				العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي ن=٤٦				أعضاء مجلس إدارة النادي ن=٦١				العبارة	
		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم			
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
0.741	1.250	24.4	10	75.6	31	18.8	39	81.2	168	19.6	9	80.4	37	33.3	2	66.7	4	ج- طرح كمية من التذاكر تتناسب مع اهمية المباراة سواء كانت محلية او دولية	
0.896	0.602	85.4	35	14.6	6	81.2	168	18.8	39	84.8	39	15.2	7	83.3	5	16.7	1	د- تقديم خصم علي تذاكر دخول المباريات الودية كوسيلة لزيادة الاقبال الجماهيري	
0.687	1.478	85.4	35	14.6	6	88.4	183	11.6	24	87.0	40	13.0	6	100.0	6	0.0	0	هـ - فتح منافذ لبيع التذاكر في مختلف المحافظات.	
0.000	32.911**	65.9	27	34.1	14	86.5	179	13.5	28	52.2	24	47.8	22	66.7	4	33.3	2	و- تقديم هدايا تذكارية للمشاهدين قبل المباريات مثل : ١- خرائط لمنشآت النادي	
0.159	5.188	26.8	11	73.2	30	15.0	31	85.0	176	23.9	11	76.1	35	33.3	2	66.7	4	٢- نشرات عن أهم الخدمات الرياضية للنادي .	
0.786	1.062	87.8	36	12.2	5	88.4	183	11.6	24	89.1	41	10.9	5	100.0	6	0.0	0	٣- صور اللاعبين .	
0.158	5.195	82.9	34	17.1	7	88.9	184	11.1	23	95.7	44	4.3	2	100.0	6	0.0	0	٤- جدول المباريات .	
																			تحقق ادارة النادي ايرادات من تسويق فرق ولاعبين النادي عن طريق :
0.729	1.301	87.8	36	12.2	5	85.5	177	14.5	30	91.3	42	8.7	4	83.3	5	16.7	1	أ- التعاقد مع أحد المستثمرين او رجال الأعمال لرعاية احد اللاعبين	
0.492	2.407	85.4	35	14.6	6	85.0	176	15.0	31	89.1	41	10.9	5	66.7	4	33.3	2	ب- الاستعانة بالمتخصصين في تسويق اللاعبين المحترفين في النادي.	
0.000	18.760**	65.9	27	34.1	14	89.9	186	10.1	21	91.3	42	8.7	4	100.0	6	0.0	0	ج- وضع صور اللاعبين علي تذاكر دخول المباريات	
0.845	0.819	24.4	10	75.6	31	17.9	37	82.1	170	19.6	9	80.4	37	16.7	1	83.3	5	د- تقديم بعض الإعلانات لمنتجات أحد الشركات بواسطة اللاعبين	

تابع جدول رقم (٢٠)

النسب المنوية ومربع كاي لاراء فئات مجتمع وعينة البحث حول مجالات الاستثمار الرياضي بالنادي الاولمبي المصري ن=٣٠٠

الدلالة	مربع كا	أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام ن=٤١				أعضاء النادي الاولمبي المصري ن=٢٠٧				العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي ن=٤٦				أعضاء مجلس إدارة النادي ن=٦١				العبارة
		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
0.241	4.201	75.6	31	24.4	10	86.0	178	14.0	29	84.8	39	15.2	7	100.0	6	0.0	0	هـ - تقديم تسهيلات خاصة من الضرائب لرجال الاعمال نظير رعايتهم لابطال النادي
0.965	0.275	17.1	7	82.9	34	18.4	38	81.6	169	15.2	7	84.8	39	16.7	1	83.3	5	و- التأمين علي اللاعبين ضد الاصابات والحوادث مع وجود حصة للنادي.
0.562	2.051	85.4	35	14.6	6	89.9	186	10.1	21	87.0	40	13.0	6	100.0	6	0.0	0	ز- إصدار شهادات استثمار رياضية بمزايا خاصة للرياضيين بالتنسيق مع البنك المركزي ووزارة الشباب.
																		تتعاقد ادارة النادي مع بعض روضات الأطفال لتقديم بعض الأنشطة الرياضية لاطفالها مثل نشاط
0.002	15.280**	29.3	12	70.7	29	12.6	26	87.4	181	32.6	15	67.4	31	33.3	2	66.7	4	أ- السباحة
0.575	1.988	82.9	34	17.1	7	84.1	174	15.9	33	91.3	42	8.7	4	83.3	5	16.7	1	ب- الجمباز
0.775	1.109	87.8	36	12.2	5	88.4	183	11.6	24	87.0	40	13.0	6	100.0	6	0.0	0	ج- ملاكمة
0.176	4.937	80.5	33	19.5	8	84.5	175	15.5	32	93.5	43	6.5	3	100.0	6	0.0	0	د- كرة قدم
0.184	4.838	85.4	35	14.6	6	93.7	194	6.3	13	93.5	43	6.5	3	100.0	6	0.0	0	هـ - كرة سلة

تابع جدول رقم (٢٠)

النسب المئوية ومربع كاي لاراء فئات مجتمع وعينة البحث حول مجالات الاستثمار الرياضي بالنادي الاولمبي المصري ن=٣٠٠

الدلالة	مربع كاي	أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام ن=٤١				أعضاء النادي الاولمبي المصري ن=٣٠٧				العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي ن=٤٦				أعضاء مجلس إدارة النادي ن=٦١				العبارة
		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
																		العائد المادي من استثمار المنشآت الرياضية وغير الرياضية بالنادي يتم استغلاله الاستغلال الأمثل في
0.970	0.245	24.4	10	75.6	31	21.3	44	78.7	163	21.7	10	78.3	36	16.7	1	83.3	5	أ- ترميم بعض المنشآت الرياضية بالنادي
0.209	4.539	22.0	9	78.0	32	15.5	32	84.5	175	28.3	13	71.7	33	16.7	1	83.3	5	ب- انشاء أحد المنشآت الرياضية
0.491	2.412	24.4	10	75.6	31	17.4	36	82.6	171	26.1	12	73.9	34	16.7	1	83.3	5	ج- شراء الادوات الرياضية .
0.648	1.651	19.5	8	80.5	33	16.4	34	83.6	173	19.6	9	80.4	37	0.0	0	100.0	6	د- شراء ملابس الفرق الرياضية .
0.300	3.663	70.7	29	29.3	12	80.7	167	19.3	40	84.8	39	15.2	7	66.7	4	33.3	2	هـ- صيانة الأجهزة الرياضية
0.001	16.449**	82.9	34	17.1	7	83.1	172	16.9	35	56.5	26	43.5	20	83.3	5	16.7	1	و- شراء اللاعبين.
0.283	3.808	85.4	35	14.6	6	82.1	170	17.9	37	71.7	33	28.3	13	66.7	4	33.3	2	ز- فتح مدارس تعليمية لانتقاء البراعم والناشئين
0.726	1.314	19.5	8	80.5	33	23.2	48	76.8	159	17.4	8	82.6	38	33.3	2	66.7	4	ح- تجديد بعض المنشآت غير الرياضية في النادي .
0.716	1.355	70.7	29	29.3	12	78.3	162	21.7	45	78.3	36	21.7	10	83.3	5	16.7	1	ط- انشاء مطاعم وكافيتيريات .
0.000	20.450**	24.4	10	75.6	31	15.9	33	84.1	174	30.4	14	69.6	32	16.7	1	83.3	5	ك- شراء ملابس للعمال الفنيين في النادي .
0.574	1.993	24.4	10	75.6	31	17.4	36	82.6	171	21.7	10	78.3	36	33.3	2	66.7	4	ل- شراء الادوات المكتبية والورقية
0.017	10.183**	24.4	10	75.6	31	16.9	35	83.1	172	19.6	9	80.4	37	33.3	2	66.7	4	م- صيانة بعض الأجهزة كالكامبيوترات .

ثانياً: مجالات الاستثمار الرياضي

قد تبين من الجدول رقم (٢٠) الخاص بمجالات الاستثمار الرياضي في النادي الاولمبي المصري ، ان قيم كا تراوحت ما بين (٠.٢٤٥ - ٤٩.٥١٤**) بمستوي دلالة تراوح ما بين (٠.٩٧٠ - ٠.٠٠٠) وان العبارة رقم (د/١٤) التي تشير الي " الهيئات التي تقوم بتأجير المنشآت الرياضية في النادي تتمثل في مراكز الشباب " شغلت اعلي قيمة لمربع كا ، بينما العبارة رقم (أ/٢٢) التي تنص علي " العائد المادي من استثمار المنشآت الرياضية وغير الرياضية بالنادي يتم استغلاله الاستغلال الأمثل في ترميم بعض المنشآت الرياضية بالنادي " شغلت اقل قيمة لمربع كا ٢ .

بالنسبة للعبارة رقم (أ/١٣) ، (د/١٣) ، (ح/١٣) " المنشآت الرياضية التي يتم تأجيرها في غير أوقات الممارسة تتمثل في حمام السباحة - صالة الجمباز - ملعب كرة القدم الفرعي " تراوحت النسب الخاصة بموافقة آراء فئات مجتمع وعينة البحث بين (٨٣.٣%-٩١.٣%) ، (٨٠.٤%-٨٧.٩%) ، (٨٩.١%-٩٠.٢%)

ترجع الباحثة هذه النتائج إلي استمرار النظر الي التسويق علي انه تكلفة وليس استثمار الامر الذي ينتج عنه اعداد ميزانية محدودة للنفاق علي النشاط التسويقي مما يؤثر علي فعالية الاستراتيجية التسويقية ، لذا يجب علي ادارة الاندية الرياضية ان تدرك مدي اهمية التسويق في زيادة الموارد الذاتية للنادي.

هذا يتفق مع نتائج دراسة محمد محمود مندور (١٩٩٧) (٨٩) وهي عدم الإستغلال الجيد لإمكانات الصالات المتوفرة مثل الفندق والمساحات الموجودة بداخل المجمع وبين الصالات الخصة بمختلف الانشطة الرياضية ، بالإضافة الي الضعف الشديد في إجمالي قيمة الإيرادات مقارنة بإجمالي قيمة المصروفات.

إتفقت آراء فئات مجتمع البحث بالإيجاب حول العبارة رقم (أ/١٤) " الهيئات التي تقوم بتأجير المنشآت الرياضية في النادي تتمثل في المدارس " بنسب تراوحت بين (٧٣.٩%-٨٩.١%) علي الجانب الاخر نفت معظم آراء فئات مجتمع وعينة البحث العبارة رقم (ب/١٤) ، (ج/١٤) ، (ز/١٤) " تأجير المعاهد والجامعات والمؤسسات الخيرية للمنشآت الرياضية للنادي الاولمبي المصري " بنسب مئوية هي (٧٦.١%-٩٠.٢%) ، (٧٦.١%-٩٠.٢%) ، (٦٦.٧%-٩١.٣%) علي التوالي.

تستنتج الباحثة من النتائج السابقة أن معظم المعاهد والجامعات لديها منشآت رياضية مثل الملاعب بينما لا تمتلك بعض المدارس الملاعب الرياضية، كما يرجع أيضا لوجود قصور كبير في الجانب التسويقي لمنشآت النادي بالإضافة الي عدم توفير الافراد المؤهلين لتطوير عملية التسويق التي تعتبر من أهم مصادر التمويل الذاتي ، وأيضا عدم الاهتمام بصيانة بعض الاجهزة والادوات الرياضية مثل الادوات الخاصة بصالة الجمباز .

أما العبارة رقم (أ/١٥) " يستثمر مركز اللياقة البدنية بالنادي من خلال اشتراكات أعضاء النادي " فقد جاءت النسب الخاصة بنفي اغلبية آراء فئات مجتمع وعينة البحث علي التوالي (١٠٠%) ، (٨٢.٦%) ، (٨٦.٥%) ، (٩٢.٧%) .

كما نفت أغلبية آراء فئات مجتمع وعينة البحث العبارة رقم (ب/١٦) " وجود مدارس لتعليم اللاعبين الرياضية المختلفة تقدم باشتراكات لابناء المجتمع الخارجي) بنسب تراوحت بين (٨٦.٠%-١٠٠%)

ترجع الباحثة هذه النتائج لعدم كفاية الميزانية المخصصة للصرف علي الانشطة الرياضية بالإضافة الي ضعف الادوات والاجهزة الرياضية وعدم الاهتمام بصيانتها مثل أدوات واجهزة الجمباز .

بالنسبة للعبارة رقم (أ/١٧) " تتعاقد إدارة النادي مع إحدى الشركات لتغطية احتياجات النادي مقابل الدعاية عن منتجاتها أثناء الحدث الرياضي " فقد جاءت بنسب موافقة تراوحت بين (٨٠.٤%-٨٦.٥%) بينما نفت أغلبية الآراء العبارة رقم (ب/١٧) والمتعلقة بتعاقد إدارة النادي مع إحدى الشركات لتغطية احتياجات النادي مقابل توزيع نشرات عن منتجاتها علي اعضاء النادي بنسب تراوحت بين (٨٢.٥%-١٠٠%)

في ضوء النتائج السابقة الخاصة بموافقة الآراء يذكر fisketal (٢٠٠٣) ان الاهداف العامة للاعلان عن الخدمات التي يقدمها النادي هي (جذب إنتباه العملاء للخدمة - إثارة اهتمامهم للخدمة- خلق الرغبة لديهم للحصول علي الخدمة و تحفيزهم للقيام بشراء الخدمة .

كما يشير سعد أحمد شلبي (٢٠٠٤) أن الإعلان يعد أحد المكاسب التي يتم جنيها من الرعاية الرياضية فالخدمة الرياضية التي يتم رعايتها سواء كانت رياضة أو فريق أو مباراة أو مسابقة يمكن تطويعها بعقد يؤمن الراعي ، وأباتفاقية

تشير الي أن الحدث يقام تحت رعاية أحد المؤسسات الاقتصادية مثل كأس مرسيدس بنز للتنس، ومن ثم فان شعارات الرعاه تظهر بشكل دائم علي شاشات التليفزيون ولوحات العرض مضاف اليها صورهم واسمائهم. (٤١ : ١٦٤)

كذلك نفت أغلبية الأراء العبارة رقم (١٨/د)، (١٨/هـ) " تحقق إدارة النادي عوائد مالية لتسويق حقوق الدعاية والاعلان من خلال إقامة الحفلات الفنية بغرض جذب المستثمر الرياضي ، وتوفير قاعدة بيانات عن منشآت النادي من خلال موقع النادي علي شبكة المعلومات الدولية " بنسب مئوية تراوحت بين (٨٧.٠%-١٠٠%)، (٨٢.٦%-١٠٠%)، كما حازت العبارة رقم (١٨/و) بث قناة رياضية باسم النادي لنشر كل ما يتعلق بخدمات النادي وانشطته " علي نسبه أعلي حول نفي الغالبية العظمي لأراء فئات مجتمع وعينة البحث بنسب تراوحت ما بين (٩٢.٧%-١٠٠%)

لاتتفق الباحثة مع النتائج السابقة لأن الإعلان والترويج أصبح في ظل الظروف الراهنة واشتداد المنافسة بين الاندية الرياضية من الوسائل بالغة الأهمية ، ويخصص له ميزانيات ضخمة نظرا لفعاليتها في زيادته الاقبال علي الخدمات والانشطة الرياضية التي تقدمها الاندية الرياضية ، لذا يجب الأهتمام به واستخدام الحملات الترويجية الالكترونية بالاضافة الي الوسائل التقليدية للترويج .

يذكر أيضا حسن أحمد الشافعي (٢٠٠٦) أن من أساليب تسويق حقوق الدعاية والإعلان التعاقد مع إحدي الشركات للملابس الرياضية لتغطية احتياجات النادي مقابل الدعاية عن منتجاتها أو عمل مؤتمرات صحفية عن أهم المشروعات التي تقدمها المؤسسة الرياضية وأيضا الأهتمام ببيع حق إستغلال العلامة التجارية . (٢٧ : ١٨١)

بينما يشير (Palmer) (١٩٩٨) أن الإعلان يمثل أحد الأنشطة الرئيسية والهامة في ميدان التسويق للسلع والخدمات في العصر الحديث والإعلان هو إيصال مدفوع الأجر يستخدم لنقل المعلومات وتنمية اتجاهات وتحفيز بعض أشكال الاستجابة لدي الجمهور . (١١٥ : ٢٨٢)

بالنسبة للعبارة رقم (١٩/هـ) (١٩/و/٣) (١٩/و/٤) " يتم تسويق المباريات الرياضية التي تقام علي ملاعب النادي من خلال (بث المباريات تليفزيونيا - فتح منافذ لبيع التذاكر في مختلف المحافظات ، تقديم هدايا تذكارية للمشاهدين قبل المباريات مثل (خرائط لمنشآت النادي - جدول المباريات) " أجمعت الأراء سلبا بنسب تراوحت بين (٨٧.٠%-١٠٠%)، (٨٥.٤%-١٠٠%)، (٨٧.٨%-١٠٠%)، (٨٢.٩%-١٠٠%) .

علي الرغم من إتفاق الأراء سلبا علي النتائج السابقة إلا أن سعد أحمد شلبي (٢٠٠٤) يري ان الإذاعة المباشرة تليفزيونيا للمباريات والأحداث الرياضية تعد أحد المصادر الجديدة لوسائل الإعلام حيث تقوم بعض القنوات بعرض خدماتها عبر الأقمار الصناعية للمشاهدين الذين يرغبون في مشاهدة قنوات بعينها وبدون تحمل أى اشتراك اضافي ، ويتيح المستوي الثاني من الخدمات فرص الاشتراك في متابعة كافة الاحداث الرياضية عبر عدد من القنوات الرياضية الاقليمية والعالمية ، وذلك في مقابل اشتراك شهري ، لذا فان الأحداث والمسابقات الرياضية المنقولة عبر التليفزيون تمثل فرصة حقيقية للرعاة الذين يستطيعون من خلالها اختيار منطقة معينة أو دولة محددة أو مدينه بعينها ليتم بث رسائل إلي مجموعات دون غيرها وبالتالي فإن الإذاعة الحية المباشرة تمكن المؤسسات الرياضية من عقد اتفاقيات مع كبري الشركات الاقتصادية لتحسين اوضاعها المالية . (٤١ : ١٥٦)

كما يوضح حسن أحمد الشافعي (٢٠٠٦) ان من أهم مجالات تسويق المباريات الرياضية دعوة كبار المسؤولين في الدولة وفتح منافذ لبيع التذاكر في مختلف المحافظات وتخفيض أسعار التذاكر ، وتقديم هدايا تذكارية للفائزين. (٢٧ : ٢٧)

كذلك أجمعت الأراء بالسلب حول العبارة رقم (٢٠/هـ) ، (٢٠/ز) " تحقق إدارة النادي إيرادات من تسويق فرق ولاعبين النادي عن طريق(تقديم تسهيلات خاصة من الضرائب لرجال الأعمال نظير رعايتهم لابطال النادي- إصدار شهادات إستثمار رياضية بمزايا خاصة للرياضيين بالتنسيق مع البنك المركزي ووزارة الشباب) " بنسب مئوية تراوحت بين (٧٥.٦%-١٠٠%)، (٨٥.٤%-١٠٠%) بينما إتفقت الأراء بالإيجاب حول العبارة رقم (٢٠/و) " التأمين علي اللاعبين ضد الاصابات والحوادث مع وجود حصة للنادي" بنسب تراوحت بين (٨١.٦%-٨٤.٨%) .

في هذا الصدد تؤكد نتائج دراسة سمير عبد الحميد (١٩٩٩) (٤٨) أن مجالات صناعة الرياضة تتحدد في عدة عناصر أهمها تسويق اللاعبين (صناعة البطل) حيث أصبح الاحتراف أساس لدي الاندية حيث توقع عقود الاحتراف مقابل مبالغ أصبحت خيالية في بعض الاحيان ، كما أصبح الاعبيون المحترفون بورصة عالمية تحدد لهم قيمة يعقود احترافهم .

أيضا يشير سعد أحمد شلبي (٢٠٠٤) بأن رعاية اللاعبين والفرق الرياضية هي أكثر أنواع الرعاية الرياضية شيوعا بين المؤسسات الاقتصادية ، إذ تستطيع المؤسسات الراعية ان تحصل علي مجموعة من الخدمات المقابلة عبر هذا الشكل من الرعاية متمثلة في الاعلان علي ملابس اللاعبين او الاعلان عن اسم الشركة او منتجاتها اثناء النقل المباشر عبر مختلف وسائل الاعلام للاحداث التي يشارك فيها اللاعبون ، كما انه يمكن للراعي ان يستخدم صور اللاعبين للاعلان عن منتجاته .

يذكر حسن أحمد الشافعي (٢٠٠٦) أن الاحتراف الرياضي يعد أحد أهم مصادر التمويل الذاتي واستثمار اللاعبين داخل الأندية الرياضية حيث اصبح الاحتراف في مصر الان من الظواهر التي جذبت الانتباه علي الساحة الرياضية ، ورغم ذلك نجد بعض الأندية الرياضية لم تحقق ربحا من عملية الاحتراف وذلك بسبب عدم وجود لوائح مقننة للاحتراف وعدم فهم اللاعبين والمدربين والأندية لمفهوم الاحتراف وعدم التزام اللاعبين ببند عقد الاحتراف ، بالإضافة الي القصور الواضح في الخبرة القانونية في صياغة عقود الرياضة وتحديد مدي التعاقد والمقابل المادي .

كما يضيف حسن أحمد الشافعي (٢٠٠٦) أن من أساليب تسويق اللاعبين مراعاة التأمين عليهم ضد الاصابات والحوادث بالإضافة الي اصدار شهادات استثمار رياضية بمزايا خاصة للرياضيين بالتنسيق مع البنك المركزي ووزارة الشباب .

أما العبارة رقم (٢١/ج)،(٢١/د)،(٢١/هـ) " تتعاقد ادارة النادي مع بعض روضات الاطفال لتقديم بعض الانشطة الرياضية لاطفالها مثل (الملاكمة- كرة القدم- كرة السلة) " فقد تراوحت نفي آراء فئات مجتمع وعينة بين (٨٧.٠%- ١٠٠%)،(٨٠.٥%-١٠٠%) (٨٥.٤%-١٠٠%) علي التوالي .

بينما تراوحت نسب إتفاق الآراء حول العبارة رقم (٢٢/د) " العائد المادي من إستثمار المنشآت الرياضية وغير الرياضية بالنادي يتم استغلاله الاستغلال الأمثل في شراء ملابس الفرق الرياضية بين (٨٠.٤%-١٠٠%) .

أوضحت نتائج الجداول (١٩ - ٢٠) أهم مجالات الاستثمار العامة والرياضية في النادي الاوليمبي المصري تذكر منها الباحثة هنا علي سبيل المثال لا الحصر) استثمار المطاعم والكافيتريات عن طريق تأجيرها للمستثمرين، استثمار اسوار النادي الخارجية كمحلات تجارية ، تقديم بعض الخدمات الاجتماعية للاعضاء وايضا ابناء المجتمع المحيط بالنادي كالخدمات البريدية ودورات لتعليم الرسم والخط العربي) كمجالات عامة و(تأجير بعض المنشآت الرياضية مثل ملعب كرة القدم الفرعي وصالة الجمباز - تسويق شعار النادي علي ملابس اللاعبين اثناء مباريات الدوري الممتاز) بالإضافة الي بعض المجالات المقترحة سواء العامة او الرياضية التي يمكن تنفيذها في النادي الاوليمبي المصري .

المحور الثاني : التصور المقترح لدراسات جدوي الاستثمار بالنادي الأولمبي المصري
جدول رقم (٢١)

النسب المئوية ومربع كاي لاراء فئات مجتمع وعينة البحث حول أهمية دراسات جدوي الاستثمار بالنادي الأولمبي المصري ن=٣٠٠

الدلالة	مربع كاي	أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام ن=٤١				أعضاء النادي الأولمبي المصري ن=٣٠٧				العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي ن=٤٦				أعضاء مجلس إدارة النادي ن=٦١				العبارة
		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
0.899	0.591	7.3	3	92.7	38	9.7	19	90.8	188	10.9	5	89.1	41	0.0	0	100.0	6	تقيق أقصى عائد استثماري للنادي .
0.826	0.899	9.8	4	90.2	37	4.8	10	95.2	197	8.7	4	91.3	42	0.0	0	100.0	6	سجيع رجال الاعمال والمؤسسات تجارية علي الاستثمار في الرياضة
0.659	1.600	9.8	4	90.2	37	6.2	13	93.7	194	10.9	5	89.1	41	0.0	0	100.0	6	ساعد علي استمرار العلاقات بين مستثمرين وإدارة النادي .
																		مكن دراسات الجدوي إدارة الاستثمار من القيام بأبحاث السوق بسهولة لتحديد متطلبات لكل من
0.227	4.341	0.0	0	100.0	41	7.2	15	92.8	192	6.5	3	93.5	43	0.0	0	100.0	6	المستفيدين من : - الخدمات التي تقدمها إدارة النادي
0.456	2.606	4.9	2	95.1	39	5.3	11	94.7	196	2.1	1	97.8	45	0.0	0	100.0	6	- الأنشطة الرياضية بالنادي.
0.827	0.894	4.9	2	95.1	39	4.3	9	95.7	198	6.5	3	93.5	43	0.0	0	100.0	6	ب- المستثمرين.
0.137	5.535	17.7	7	82.9	34	7.2	15	92.8	192	12.2	7	84.7	39	0.0	0	100.0	6	ساعد دراسات الجدوي علي مقارنة النتائج الحالية لعملية الاستثمار بالنتائج المتوقعة بعد قيام بها .
0.470	2.529	4.9	2	95.1	39	3.9	8	96.1	199	10.9	5	89.1	41	0.0	0	100.0	6	ساعد دراسات الجدوي علي وضع اساليب مبتكرة لتقييم المنشآت وتطويرها مراعاة لمبدأ تصادية دراسات الجدوي .
0.663	1.584	12.1	5	87.8	36	8.2	17	91.8	190	6.5	3	93.5	43	0.0	0	100.0	6	تحدد مدي صلاحية استثمار منشآت النادي أولمبي من عدمه .
0.016	10.388**	4.9	2	95.1	39	4.8	10	95.2	197	2.1	1	97.8	45	16.7	1	83.3	5	تحدد مدي إمكانية توفير الخطط والبرامج المستخدمة في استثمار منشآت النادي

تابع جدول رقم (٢١)

النسب المئوية ومربع كاي لاراء فئات مجتمع وعينة البحث حول اهمية دراسات جدوي الاستثمار بالنادي الاولمبي المصري ن = ٣٠٠

الدلالة	مربع كاي	أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام ن=٤١				أعضاء النادي الاولمبي المصري ن=٣٠٧				العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي ن=٤٦				أعضاء مجلس إدارة النادي ن=١٦				العبارة
		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
0.012	10.936**	9.8	4	90.2	37	8.7	18	91.3	189	6.5	3	93.5	43	0.0	0	100.0	6	تحديد أهم المشروعات الاستثمارية التي يمكن لإدارة النادي القيام بها لحل مشاكل التمويل الذاتي
0.912	0.530	4.9	2	95.1	39	4.8	10	95.2	197	8.7	4	91.3	42	0.0	0	100.0	6	تقلل دراسات الجدوي من فرص المخاطرة أثناء تطبيق الاستثمار .
0.771	1.126	0.0	0	100.0	41	8.7	18	91.3	189	8.7	5	89.1	41	0.0	0	100.0	6	المحافظة علي أموال المستثمر وتحقيق أهدافه
																		تحقق النهوض بالنادي في مختلف المجالات التالية:
0.110	6.035	4.9	2	95.1	39	4.8	10	95.2	197	8.7	5	89.1	41	0.0	0	100.0	6	أ- المجالات الاقتصادية
0.024	9.478*	2.4	1	97.6	40	6.7	14	93.2	193	8.7	5	89.1	41	16.7	1	83.3	5	ب- المجالات البيئية
0.178	4.911	7.3	3	92.7	38	8.2	17	91.8	190	6.5	3	93.5	43	0.0	0	100.0	6	ج- المجالات الفنية
0.309	3.596	12.1	5	87.8	36	7.7	16	92.3	191	4.3	2	95.7	44	0.0	0	100.0	6	د- مجالات الاجتماعية
0.308	3.603	4.9	2	95.1	39	6.7	14	93.2	193	6.5	3	93.5	43	0.0	0	100.0	6	هـ - المجالات التسويقية
0.340	3.356	4.9	2	95.1	39	4.8	10	95.2	197	2.1	1	97.8	45	16.7	1	83.3	5	و- المجالات التمويلية

الإجابة علي التساؤل الثالث :

ينص التساؤل الثالث علي " ماهو التصور المقترح لدراسات جدوي إستثمار منشآت النادي الاولمبي المصري ؟

اولا: أهمية دراسات الجدوي

يتضح من الجدول رقم (٢١) الخاص بأهمية دراسات الجدوي أن قيم كا ٢ تراوحت ما بين (٠.٥٣٠ - ١٠.٩٣٦**) بمستوي دلالة تراوح ما بين (٠.٩١٢ - ٠.٠١٢) وأن العبارة رقم (٩) والتي تشير الي "تحديد أهم المشروعات الاستثمارية التي يمكن لإدارة النادي القيام بها لحل مشاكل التمويل الذاتي" شغلت أعلى قيمة لمربع كا ٢ ، بينما العبارة رقم (١٠) والتي تنص علي " تقلل دراسات الجدوي من فرص المخاطرة أثناء تطبيق الاستثمار " شغلت أقل قيمة لمربع كا ٢ .

بالنسبة للعبارات من (١-١٢) والمتعلقة بأهمية دراسات الجدوي أجمع أعضاء مجلس إدارة النادي عليها بنسبة (١٠٠%) فيما عدا العبارة رقم (٨) والعبارة رقم (١٢/ب) حيث كانت نسبة الاتفاق عليهم (٨٣.٣%)، أما عن آراء أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام للدعاية والإعلان فقد تراوحت آراؤهم ما بين (٨٧.٨%- ١٠٠%). وعن آراء العاملين بادارة النشاط الرياضي حول هذه العبارات فقد تراوحت ما بين (٧٦.١%- ٩٧.٨%) واخيرا آراء أعضاء النادي جاءت بنسب إتفاق ما بين (٨٨.٤%- ٩٥.٧) .

بناء علي النسب السابقة تري الباحثة ان أعضاء مجلس الادارة وأعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام للدعاية والإعلان هم أكثر الفئات موافقة علي أهمية دراسات الجدوي في إستثمار منشآت النادي الاولمبي وترجع الباحثة هذا الي ان أعضاء مجلس الادارة أكثر دراية بالناحية التسويقية ، كما أن وكالة الأهرام تعتبر وكالة متخصصة في الدعاية والإعلان ولديها المعلومات الكافية عن أهمية القيام بدراسات الجدوي .

بالنسبة للعبارة رقم (٤) التي تشير الي " تمكن دراسات الجدوي إدارة الاستثمار من القيام بأبحاث السوق لتحديد متطلبات المستفيدين من الخدمات والأنشطة " فقد حصلت علي أجماع بنسبة (١٠٠%) لآراء كل من أعضاء مجلس الادارة وأعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام .

وتتفق الباحثة مع هذه الآراء حيث ان من يقوم بأبحاث السوق هي ادارة النادي لتتعرف علي متطلبات المستفيدين من الأنشطة والخدمات الرياضية التي يقدمها النادي ، كما أن وكالة الأهرام للدعاية والإعلان تعد المستثمر الوحيد للنادي الاولمبي المصري في الوقت المعاصر، كما تعمل كوسيط إعلاني لبعض الشركات.

لذا تري الباحثة إن لدراسات الجدوي أهمية كبيرة حيث ان اتمام عملية الاستثمار بدون القيام بدراسة الجدوي أمر ليس صحيحا فهي تعتبر بمثابة الخطة او الطريق الذي يتم السير فيه للوصول في النهاية إلي الاستثمار الناجح ، كما انها تبرز أهم المشروعات الاستثمارية التي يمكن إقامتها في النادي وتسويقها ومن ثم تدر عائداً ماديا كبير يرفع المستوي الاقتصادي للنادي، كما يعود علي البيئة المحيطة بالعديد من المنافع أهمها توفير فرص عمل للعديد من أبناء المجتمع المحيط به وتقديم العديد من الأنشطة الرياضية لأبناء هذا المجتمع.

في هذا الصدد يذكر غازي فلاح المؤمني (٢٠٠٢) أن الكفاءة الاقتصادية لأي مشروع تقاس بمدى قدرته علي تحقيق أقصى عائد وتحقيق الكفاءة الانتاجية وتقليل الفاقد وحسن استخدام الموارد المتاحة ورفع مستوي التكنولوجيا وتحقيق المنفعة وهو ما توضحه دراسات الجدوي خاصة مع تعدد فرص الاستثمار وبدائله والمفاضلة بين ما يحقق أقصى عائد استثماري . (٦٧: ١٦)

كما جاءت العبارة رقم (١١) والخاصة " بالمحافظة علي أموال المستثمر وتحقيق أهدافه " بإجماع آراء كل من أعضاء مجلس الإدارة وأعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام عليها بنسبة (١٠٠%).

هذا ما يؤكده قاسم نايف علوان (٢٠٠٨) أن العائد يمثل الهدف الرئيسي من عملية الاستثمار بالنسبة للمستثمر، لذا فهو المقابل الذي يطمح المستثمر في الحصول عليه في المستقبل نظير استثماره لأمواله ويسعي دائما لتنمية ثروته وتعظيم املاكه ، لذا فدراسات الجدوي هي مقياس دقيق وسريع لانجازات المستثمر ومؤشر يوضح إذا كان المشروع الذي ينفق فيه امواله صحيح ام خاطي.

(٧٠ : ٤٨)

في هذا الصدد يؤكد مراد علي نشأت (٢٠٠٨) أن دراسات جدوي المشروع الاستثماري تهدف الي تحديد صلاحيته من عدة جوانب قانونية واجتماعية وتسويقية وفنية ومالية سواء من وجهة نظر المستثمر او من وجهة نظر المجتمع ، وتعتمد هذه الدراسات علي مجموعة متكاملة من الأسس والقواعد العلمية المستمدة من علوم جميعها خاصة بتجميع ودراسة وتحليل البيانات المتعلقة بالمشروع ، بهدف تقييم الاستثمار من وجهه نظر الربحية .
(٦٢ :٧٦)

في ضوء ما سبق يشير إيهاب مقابلة (٢٠٠٩)(١٢٠) أن دراسة جدوي الاستثمار لها أكثر من مسمي فيمكن ان نطلق عليها دراسة الجدوي الاقتصادية أو تقييم المشروعات أو الموازنات الاستثمارية ولكنها جميعا تشير الي معني واحد وهو تقييم واختبار المشروع المقترح من جوانب متعددة بهدف اتخاذ قرار بشأنه، وهو معرفة القيمة الاقتصادية للمشروع الاستثماري من خلال تأثيره علي التدفقات (التكاليف) النقدية للمنشأة ، وذلك من خلال استخدام طرق التقييم المناسبة التي تساعد علي اختبار المشروعات الاستثمارية .

جدول رقم (٢٢)

النسب المئوية ومربع كاي لاراء فئات مجتمع وعينة البحث حول متطلبات دراسات جدوي الاستثمار بالنادي الاولمبي المصري ن=٣٠٠

الدالة	مربع كاي	أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام ن=٤١				أعضاء النادي الاولمبي المصري ن=٣٠٧				العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي ن=٤٦				أعضاء مجلس إدارة النادي ن=٦١				العبارة
		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
0.825	0.903	4.9	2	95.1	39	9.2	19	90.8	188	2.2	1	97.8	45	0.0	0	100.0	6	توفير مركز لتنظيم المعلومات بالنادي يسهل عملية تسويق مختلف المنشآت والانشطة الرياضية بالنادي .
0.487	2.438	9.8	4	90.2	37	4.8	10	95.2	197	8.7	4	91.3	42	0.0	0	100.0	6	حصر شامل ودقيق لكافة منشآت النادي الرياضية وغير الرياضية.
0.076	6.880	9.8	4	90.2	37	6.3	13	93.7	194	10.9	5	89.1	41	16.7	1	83.3	5	وجود ملاعب رياضية ذات مواصفات قانونية وجود إدارة للتسويق بالنادي الاولمبي المصري تتصف بالاتي :
0.373	3.123	0.0	0	100.0	41	7.2	15	92.8	192	6.5	3	93.5	43	0.0	0	100.0	6	أ- تضم متخصصين ذوى كفاءة عالية في مجال التسويق والاستثمار الرياضي.
0.769	1.134	4.9	2	95.1	39	5.3	11	94.7	196	2.2	1	97.8	45	0.0	0	100.0	6	ب- يتوافر بها الخبرة والأساليب التكنولوجيا الحديثة لدي القائمين بإعداد دراسات الجدوي .
0.873	0.700	4.9	2	95.1	39	4.3	9	95.7	198	6.5	3	93.5	43	0.0	0	100.0	6	ج- قدرة علي التعامل مع مختلف المؤسسات التجارية ورجال الاعمال .
0.085	6.619	17.1	7	82.9	34	11.6	24	88.4	183	23.9	11	76.1	35	16.7	1	83.3	5	د- ملزمة بالنظام الاقتصادي للدولة علي المستوى المحلي والدولي .
0.244	4.170	4.9	2	95.1	39	3.9	8	96.1	199	10.9	5	89.1	41	0.0	0	100.0	6	هـ - الاتصال الدائم بين ادارة الاستثمار بالنادي وجميع الادارات الاخرى بالنادي من خلال الاجتماعات الدورية .
0.698	1.434	12.2	5	87.8	36	8.2	17	91.8	190	6.5	3	93.5	43	0.0	0	100.0	6	و- مطلعة علي مجالات الاستثمار بالأندية الأخرى المنافسة
0.769	1.134	4.9	2	95.1	39	5.3	11	94.7	196	2.2	1	97.8	45	0.0	0	100.0	6	ح- يتوافر بها الخبرة والأساليب التكنولوجيا الحديثة لدي القائمين بإعداد دراسات الجدوي

ثانياً: متطلبات دراسات الجدوى

اتضح من الجدول رقم (٢٢) الخاص بمتطلبات دراسات الجدوى أن قيم ٢١ تراوحت ما بين (٠.٧٠٠ - ٦.٨٨٠) بمستوي دلالة تراوح ما بين (٠.٨٧٣ - ٠.٠٧٦) ، وأن العبارة رقم (١٥) والتي تنص علي " وجود ملاعب رياضية ذات مواصفات قانونية " شغلت اعلي قيمة لمربع كا ٢١ ، بينما العبارة رقم (١٦/ج) وجود إدارة لتسويق بالنادي قادرة علي التعامل مع مختلف المؤسسات التجارية ورجال الاعمال " هي التي شغلت أقل قيمة لمربع كا ٢١ .

جاءت العبارات من (١٣ - ١٦) والمتعلقة بمتطلبات دراسات الجدوى بنسبة إجماع أعضاء مجلس إدارة النادي عليها بنسبة (١٠٠%) فيما عدا العبارة رقم (١٥)، (١٦/د) حيث اتفقت الاراء عليهم بنسبة (٨٣.٣%)، أما عن آراء أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الاهرام للدعاية والاعلان تراوحت نسب الموافقة ما بين (٨٧.٨% - ١٠٠%)، بينما آراء العاملين بأدارة النشاط الرياضي بالنادي حول هذه العبارات فقد تراوحت ما بين (٧٦.١% - ٩٧.٨%) وبالنسبة لآراء اعضاء النادي جاءت بنسب اتفاق تراوحت ما بين (٨٨.٤% - ٩٦.١) .

من خلال النسب السابقة تبين إجماع بعض آراء فئات البحث حول بعض العبارات الخاصة بمتطلبات دراسات الجدوى ، فعلي سبيل المثال العبارة رقم (١٦/أ) " ضرورة وجود إدارة للتسويق بالنادي تضم متخصصين ذو كفاءة عالية في مجال التسويق والاستثمار الرياضي " حصلت علي اجماع بنسبة (١٠٠%) لآراء كل من أعضاء مجلس الإدارة وأعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام للدعاية والاعلان .

وتتفق الباحثة مع هذه الآراء حيث لا يوجد إدارة للتسويق بالنادي الأولمبي المصري ، الأمر الذي ترتب عليه القصور في استثمار بعض المنشآت والخدمات والانشطة الرياضية التي يقدمها النادي ، كما ترجع هذه النسب إلي أن أعضاء مجلس الإدارة وأعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام للدعاية والاعلان هم أكثر فئات البحث الماما بما يتم تسويقه وما لم يتم تسويقه من منشآت وخدمات وأنشطة رياضية بالنادي ، بالإضافة إلي أن وكالة الأهرام للدعاية والإعلان تقوم بالتعامل مع مدير النادي ومدير عام النشاط الرياضي في الجوانب الخاصة بالدعاية عن إعلاناتها وذلك سبب عدم وجود إدارة للتسويق الرياضي بالنادي.

هذا ما أشارت اليه نتائج دراسة محمد محمود مندور (١٩٩٧) (٨٩) علي أهمية وضرورة تنمية المؤسسات الرياضية المختلفة لمواردها المادية والبشرية والتمويلية وتوفير الخبراء المتخصصين في مجال التمويل والتسويق الرياضي، وبذلك يتضح أهمية الاستثمار بالمؤسسات الرياضية لما له من أهمية بالغة للارتقاء بالمستوي الرياضي الاقليمي والدولي ، ولعلاج المشاكل الاقتصادية للأندية الرياضية .

كما يضيف أحمد محمد غنيم (٢٠٠٥) أن التسويق عبارة عن مجموعة من الأعمال والانشطة المتكاملة التي تقوم بها إدارة متخصصة في المنظمة هدفها توفير المنتجات والخدمات للعميل أو المستفيد ، وذلك بالكمية المطلوبة والجودة المناسبة في المكان والزمان المناسبين وبما يتلائم مع أذواق ورغبات العملاء(المستفيدين) بأيسر الطرق وأقل التكاليف . (١٠ : ١٣٥)

أما عن العبارة رقم (١٣) " توفير مركز لنظم المعلومات بالنادي يسهل من عملية تسويق منشآت وانشطة النادي " جاءت نسبة اتفاق آراء أعضاء مجلس الإدارة عليها (١٠٠%) يليها نسبة اتفاق آراء العاملين بإدارة النشاط الرياضي (٩٧.٨٥) ثم يليها آراء أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الاهرام للدعاية والإعلان بنسبة (٩٥.١%) وأخيرا جاءت آراء أعضاء النادي الأولمبي المصري بنسبة(٩٠.٨%) .

تستخلص الباحثة من آراء النتائج السابقة عدم توفير مركز لنظم المعلومات بالنادي الأولمبي المصري ، وان إدارة النشاط الرياضي بالنادي هي التي تتولي جمع هذه المعلومات الخاصة بالمنشآت والانشطة الرياضية للنادي ، علي الرغم من ان مركز نظم المعلومات يعد من أهم متطلبات دراسات الجدوى حيث يسهل عملية الوصول الي المستثمرين وكذلك المستفيدين من خلال ارسال الاعلانات المصممة والانشطة الرياضية التي يقدمها النادي ، كما تستخدم نظم المعلومات كوسيلة إتصال لايجاد نوع من التوازن بين البيئة الداخلية للنادي والبيئة الخارجية التي تحيط به مما يخلق ميزة تنافسية للنادي مقارنة بالأندية الأخرى .

تتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة سمير عبد الحميد (١٩٩٩) (٤٨) علي ضرورة توفير قاعدة بيانات ومركز معلومات تسويقية للاستثمار بالمؤسسات الرياضية والدراسات النقه ممة ، التكنه له جيا لتحديد المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات

الاقتصادية بالأندية الرياضية المختلفة حيث تشمل بحوث التسويق جميع المعلومات الديمغرافية عن العملاء والتغيرات السكنية والانشطة الرياضية المفضلة بالإضافة إلي بيانات الدخل القومي والعائلي وبيانات عن وسائل النقل والمواصلات للنادي.

كما يؤكد ذلك ما ذكره إبراهيم سلطان (٢٠٠٠) حيث أصبحت نظم المعلومات الآن أحد المزايا التنافسية للمنظمات من خلال قدراتها علي تقديم منتجات وخدمات جديدة ووضوح العلاقات مع المستفيدين ومواجهه المنافسين، وتستخدم نظم المعلومات التسويقية أيضا لغرض تمييز المنتجات والخدمات التي يقدمها المنافسون. (٢: ١٠٧)

جدول رقم (٢٣)

النسب المئوية ومربع كاي لاراء فئات مجتمع وعينة البحث حول دراسة الجدوى التمهيدية لدراسات جدوى الاستثمار بالنادي الأولمبي المصري ن=٣٠٠

الدلالة	مربع كاي	أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام ن=٤=١				أعضاء النادي الأولمبي المصري ن=٣=٢٠٧				العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي ن=٢=٤٦				أعضاء مجلس إدارة النادي ن=١=٦				العبارة
		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
0.013	10.809**	4.9	2	95.1	39	4.8	10	95.2	197	2.2	1	97.8	45	16.7	1	83.3	5	تحديد مدي صلاحية منشآت النادي الرياضية وغير الرياضية للاستثمار .
0.831	0.876	9.8	4	90.2	37	8.7	18	91.3	189	6.5	3	93.5	43	0.0	0	100.0	6	تجميع البيانات الكافية عن أهم وسائل جذب المستثمرين ورجال الأعمال للاستثمار في النادي .
																		التعرف علي مدي الاستفادة من الاستثمار بالنسبة لكل من :
0.661	1.592	2.4	1	97.6	40	6.8	14	93.2	193	4.3	2	95.7	44	0.0	0	100.0	6	أ- أعضاء النادي والاعبين والفرق المشاركة.
0.691	1.460	4.9	2	95.1	39	4.8	10	95.2	197	8.7	4	91.3	42	0.0	0	100.0	6	ب-الهيئات والمؤسسات الرياضية الاخرى كمراكز الشباب والاندية الرياضية
0.236	4.243	0.0	0	100.0	41	8.7	18	91.3	189	10.9	5	89.1	41	0.0	0	100.0	6	ج - المؤسسات التعليمية القريبة من النادي
0.403	2.925	4.9	2	95.1	39	4.8	10	95.2	197	10.9	5	89.1	41	0.0	0	100.0	6	د- المستثمرين ورجال الاعمال.
																		التعرف علي اهم المشاكل والمعوقات التي تمنع استثمار منشآت النادي سواء كانت
0.880	0.671	7.3	3	92.7	38	8.2	17	91.8	190	6.5	3	93.5	43	0.0	0	100.0	6	أ- إدارية
0.072	6.988	12.2	5	87.8	36	7.7	16	92.3	191	4.3	2	95.7	44	16.7	1	83.3	5	ب- فنية
0.899	0.587	4.9	2	95.1	39	6.8	14	93.2	193	6.5	3	93.5	43	0.0	0	100.0	6	ج- اقتصادية
0.013	10.810**	4.9	2	95.1	39	4.8	10	95.2	197	2.2	1	97.8	45	16.7	1	83.3	5	د-اجتماعية
																		التعرف اذاكان بالنادي مشروعات استثمارية
0.648	1.650	9.8	4	90.2	37	7.7	16	92.3	191	4.3	2	95.7	44	16.7	1	83.3	5	أ- سابقة.
0.539	2.164	4.9	2	95.1	39	9.2	19	90.8	188	13.0	6	87.0	40	16.7	1	83.3	5	أ- حالية
0.795	1.026	12.2	5	87.8	36	8.2	17	91.8	190	8.7	4	91.3	42	16.7	1	83.3	5	ج- لا يوجد مشروعات

تابع الجدول رقم (٢٣)

النسب المئوية ومربع كاي لاراء فئات مجتمع وعينة البحث حول دراسة الجدوي التمهيدية للاستثمار بالنادي الاولمبي المصري ن=٣٠٠

الدلالة	مربع كاي	أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام ن=٤١				أعضاء النادي الاولمبي المصري ن=٣٠٧				العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي ن=٦٤				أعضاء مجلس إدارة النادي ن=٦١				العبارة
		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
0.840	0.839	9.8	4	90.2	37	7.2	15	92.8	192	8.7	4	91.3	42	0.0	0	100.0	6	تحديد إذا كانت منشآت النادي مغرية بالشكل الذي يكفي لاجتذاب المستثمرين .
0.220	4.414	2.4	1	97.6	40	9.2	19	90.8	188	2.2	1	97.8	45	0.0	0	100.0	6	تقدير حجم الاستثمار المطلوب لمنشآت النادي : أ- الحالية
0.759	1.174	4.9	2	95.1	39	6.3	13	93.7	194	6.5	3	93.5	43	16.7	1	83.3	5	ب- المستقبلية
0.027	9.206*	4.9	2	95.1	39	7.2	15	92.8	192	17.4	8	82.6	38	16.7	1	83.3	5	معرفة الجهات والمؤسسات التجارية ورجال الأعمال الذين يتعامل معهم النادي لتسويق منتجاتهم.
0.670	1.551	2.4	1	97.6	40	7.2	15	92.8	192	6.5	3	93.5	43	0.0	0	100.0	6	القيام بحوث السوق لمعرفة : أ- الفئة التي يخدمها النادي
0.651	1.639	7.3	3	92.7	38	4.8	10	95.2	197	8.7	4	91.3	42	0.0	0	100.0	6	ب- مدي رضاء المستفيدين من خدمات وانشطة النادي
0.326	3.462	0.0	0	100.0	41	4.8	10	95.2	197	8.7	4	91.3	42	0.0	0	100.0	6	ج- احتياجات ومتطلبات المستثمرين
0.217	4.453	0.0	0	100.0	41	8.7	18	91.3	189	4.3	2	95.7	44	0.0	0	100.0	6	د- اراء المستثمرين في منشآت النادي وخدماته
0.898	0.594	7.3	3	92.7	38	9.7	20	90.3	187	8.7	4	91.3	42	16.7	1	83.3	5	توصيف السوق المستهدف وتقدير الفرص التسويقية لخدمات ومنتجات النادي.
0.141	5.462	14.6	6	85.4	35	8.2	17	91.8	190	10.9	5	89.1	41	16.7	1	83.3	5	تحديد العائد الاقتصادي والاجتماعي والسياسي الناتج عن استثمار منشآت النادي.
0.298	3.684	7.3	3	92.7	38	10.1	21	89.9	186	2.2	1	97.8	45	0.0	0	100.0	6	إعداد تقرير مبدئي بالخطوات الرئيسية للاستثمار تمهيدا للقيام بدراسة الجدوي التفصيلية

ثالثاً: مراحل دراسات الجدوى

أ- دراسة الجدوى التمهيدية

تبين من الجدول رقم (٢٣) الخاص بدراسة الجدوى التمهيدية ان قيم ٢٤ تراوحت ما بين (٠.٥٨٧ - **١٠.٨١٠) بمستوي دلالة تراوح ما بين (٠.٨٩٩ - ٠.٠٠٠) وان العبارة رقم (٢٠/د) والتي تشير الي "التعرف علي أهم المشاكل والمعوقات الاجتماعية التي تمنع استثمار منشآت النادي " شغلت أعلى قيمة لمربع ٢٤ ، بينما العبارة رقم (٢٠/ج) والتي تشير إلي " التعرف علي أهم المشاكل والمعوقات الاقتصادية التي تمنع استثمار منشآت النادي " شغلت أقل قيمة لمربع ٢٤

جاءت آراء أعضاء مجلس إدارة النادي الأولمبي المصري حول دراسة الجدوى التمهيدية بنسبة إجماع (١٠٠%) فيما عدا العبارات رقم (١٧) و(٢٠ب، د) و(٢١) و(٢٣ب) و(٢٤) و(٢٦) و(٢٧) كانت نسب الاتفاق عليهما (٦٦.٧%) و(٨٣.٣%) و(٨٣.٣%) و(٨٣.٣%) علي التوالي، أما عن آراء أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام للدعاية والإعلان تراوحت أراؤهم ما بين (٨٥.٤% - ١٠٠%) بينما جاءت آراء العاملين بإدارة النشاط الرياضي ما بين (٨٢.٦% - ٩٧.٨%) وبالنسبة لآراء اعضاء النادي حظت بنسب اتفاق ما بين (٨٩،٩% - ٩٥،٢%).

من خلال مقارنة نسب اتفاق آراء فئات البحث علي العبارات وجد اختلاف النسب من عبارة لآخري فعن العبارة رقم (٢٠/ب) المتعلقة " بالتعرف علي أهم المشاكل والمعوقات الفنية التي قد تمنع استثمار منشآت النادي" جاءت آراء العاملين بإدارة النشاط الرياضي بأعلي نسبة موافقة وهي (٩٥،٧%) وترجع الباحثة ذلك لانهم اكثر إحتكاكا بالمنشآت ولديهم معلومات كافية عن المشاكل الفنية الخاصة بها.

علي الجانب الآخر اتفقت آراء كل من اعضاء مجلس الإدارة وأعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام حول العبارة رقم (٢٥/ج)،(٢٥/د) الخاصة " بالقيام ببحوث السوق لمعرفة متطلبات المستثمرين وارأؤهم في منشآت النادي وخدماته" بنسبة (١٠٠%) وهذا يرجع إلي أن أعضاء مجلس الإدارة هم الفئة المشرفة علي القيام ببحوث السوق داخل النادي ، كما أن وكالة الأهرام للدعاية والإعلان هي الفئة المستفيدة من أبحاث السوق ، حيث تعطي معلومات عن أهم متطلباتهم في الخدمات والأنشطة الرياضية التي يقدمها النادي الاولمبي المصري .

لذا تتفق الباحثة مع آراء أعضاء مجلس الادارة وأعضاء وكالة الأهرام حول أهمية القيام بدراسة الجدوى التمهيدية كاساس إرشادي لدراسة الجدوى التفصيلية وأهم ما تتضمنه هذه الدراسة توفير المعلومات بالنسبة للمستثمرين ، لذا يجب علي ادارة التسويق ان تقوم بتوفير المعلومات الكافية عن المستثمرين في المجال الرياضي ، والقيام بعمل بعض التحليلات المالية عن مصادر دخل المستثمرين والتركيز علي المعلومات التي تخص بصفة اساسية كبار المستثمرين ، وأنه في حالة نقص هذه المعلومات أو حتي عدم وضوحها سيؤثر سلبيا علي تقدير احتياجاتهم وبالتالي ضعف القدرة علي اجتذابهم للمجال الرياضي .

كما يذكر عبد المطلب عبد الحميد (٢٠٠٠) أن دراسة الجدوى التمهيدية تعد بمثابة دراسة استكشافية للاوضاع والظروف الحالية للمشروع والتي يمكن من خلالها اتخاذ قرار بالدخول في دراسات الجدوى التفصيلية التي تتكلف الملايين من الجنيهات أم لا ، وبالتالي تصبح مهمتها الكشف عما إذ كان سيتم الدخول في باقي دراسات الجدوى أم لا. (٦٠ : ٤٨)

يري أيضا سمير عبد العزيز (٢٠٠٠) أن دراسة الجدوى المبدئية للمشروع تهدف إلي التعرف علي مدى الحاجة لمنتجات المشروع ، وهذا يتطلب وصف السوق بمعني تقدير الاستهلاك الحالي واتجاهاته والمعروض حاليا والأسعار السائدة وأذواق المستهلكين وتقدير حجم الاستثمار المطلوب وتكلفة وتقدير الأرباح المتوقعة بالإضافة إلي تقدير المشاكل التي يمكن أن تواجه المشروع وأنواع المخاطر التي يمكن أن تترتب علي إقامته. (٤٧ : ٣٩)

يذكر عصام بدوي (٢٠٠١) أن المعلومات والبيانات من العناصر الهامة التي يتم علي أساسها التخطيط والتنظيم والمتابعة مما يضمن تنفيذ المشروعات سواء كانت رياضية أو غير رياضية بصورة سليمة ومتكاملة تحقق الأهداف المرجوة . (٦٢ : ٢٠٨)

علي الجانب الآخر يتفق كل من عبد الفتاح دياب حسين (٢٠٠٣) وكمال درويش ومحمد صبحي حسانين (٢٠٠٤) الي أهمية قياس رضا العملاء ونظرتهم للمنتج ومدى ولائهم له وموقعة بالنسبة للمنتجات المنافسة الأخرى والصورة الذهنية لديهم عن المنتج أو الخدمة المقدمة وقوة شبكات الاتصال التسويقية المتكاملة مع الجمهور لتوصيل الرسالة الإعلامية والبرنامج الزمني للأنشطة التسويقية من خلال مصادر المعلومات الرياضية المتعددة. (٥٦ : ١٧) (٧٤ : ٢٩)

كما يشير حسن أحمد الشافعي (٢٠٠٦) أن للاستثمار معوقات فنية أهمها عدم وجود مركز معلومات لأجراء دراسات الجدوي للمشروعات الخاصة بالاستثمار الرياضي ومن الإجراءات الإدارية ضرورة التخلص من المعوقات الإدارية وتطبيق مبدأ اللامركزية وضرورة وجود جهاز إداري للتسويق والاستثمار الرياضي بالمؤسسات الرياضية والحد من التدخل الحكومي في سياستها.

(٣٢ : ٢٦)

جدول رقم (٢٤)

النسب المئوية ومربع كاي لأراء فئات مجتمع وعينة البحث حول دراسة الجدوي التسويقية للاستثمار بالنادي الأولمبي المصري ن=٣٠٠

الدلالة	مربع كاي	أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام ن=٤١				أعضاء النادي الأولمبي المصري ن=٣٠٧				العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي ن=٢٤٦				أعضاء مجلس إدارة النادي ن=٦١				العبارة
		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
0.105	6.145	0.0	0	100.0	41	4.8	10	95.2	197	0.0	0	100.0	46	0.0	0	100.0	6	تشكيل إدارة للتسويق وإدراجها ضمن الهيكل التنظيمي بالنادي الأولمبي.
0.267	3.945	7.3	3	92.7	38	11.6	24	88.4	183	8.7	4	91.3	42	16.7	1	83.3	5	تنظيم دورات تدريبية مستمرة للمتخصصين في مجال التسويق في : أ- الإدارة الرياضية .
0.260	4.018	0.0	0	100.0	41	7.7	16	92.3	191	0.0	0	100.0	46	0.0	0	100.0	6	ب- التسويق الرياضي وأساليبه الحديثة .
0.061	7.353	0.0	0	100.0	41	2.4	5	97.6	202	0.0	0	100.0	46	16.7	1	83.3	5	ج- تكنولوجيا المعلومات .
0.470	2.529	7.3	3	92.7	38	10.6	22	89.4	185	4.3	2	95.7	44	0.0	0	100.0	6	د- وضع الخطط الاستثمارية .
0.860	0.758	9.8	4	90.2	37	9.2	19	90.8	188	10.9	5	89.1	41	0.0	0	100.0	6	هـ - اساليب التعامل مع المؤسسات التجارية وجذب المستثمرين.
0.022	9.611*	0.0	0	100.0	41	0.5	1	99.5	206	6.5	3	93.5	43	0.0	0	100.0	6	لمام إدارة التسويق بكافة المعلومات المتعلقة : أ- المنشآت التي يتضمنها النادي
0.046	7.993*	4.9	2	95.1	39	5.8	12	94.2	195	4.3	2	95.7	44	16.7	1	83.3	5	ب- الموارد المادية في النادي
0.365	3.176	2.4	1	97.6	40	9.2	19	90.8	188	4.3	2	95.7	44	16.7	1	83.3	5	ج- الأساليب التسويقية
0.180	4.895	4.9	2	95.1	39	19.8	41	81.1	166	6.5	3	93.5	43	0.0	0	100.0	6	د- متطلبات البنية الداخلية والخارجية للنادي
0.335	3.392	9.8	4	90.2	37	5.3	11	94.7	196	6.5	3	93.5	43	16.7	1	83.3	5	حصر شامل للمنشآت التي يتضمنها النادي سواء كانت منشآت رياضية او منشآت غير رياضية .

تابع جدول رقم (٢٤)

النسب المنوية ومربع كاي لاراء فئات مجتمع وعينة البحث حول دراسة الجدوي التسويقية للاستثمار بالنادي الاوليمبي المصري ن=٣٠٠

الدلالة	مربع كاي	أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام ن=٤١				أعضاء النادي الاوليمبي المصري ن=٣٠٧				العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي ن=٤٦				أعضاء مجلس إدارة النادي ن=١٦				العبارة
		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
0.265	3.963	4.9	2	95.1	39	5.8	12	94.2	195	13.0	6	87.0	40	16.7	1	83.3	5	تقدير الطلب الحالي والمتوقع للخدمات والأنشطة الرياضية التي يقدمها النادي .
0.011	11.127**	2.4	1	97.6	40	5.8	12	94.2	195	15.2	7	84.8	39	16.7	1	83.3	5	جمع البيانات المتعلقة بالخصائص (الديمغرافية) الخاصة بالسكان المحيطين بالنادي ثناء القيام بابحاث السوق والمتمثلة في : - المستوي المادي .
0.252	4.088	0.0	0	100	41	5.8	12	94.2	195	2.2	1	97.8	45	0.0	0	100.0	6	ب- الفئة العمرية
0.311	3.579	2.4	1	97.6	40	9.7	20	90.3	187	10.9	5	89.1	41	16.7	1	83.3	5	ج- الحالة الاجتماعية
0.254	4.073	2.4	1	97.6	40	11.6	24	88.4	183	6.5	3	93.5	43	16.7	1	83.3	5	د- الأنشطة المفضلة
0.132	5.614	0.0	0	100	41	8.7	18	91.3	189	2.2	1	97.8	45	0.0	0	100.0	6	تحديد المستفيدين من منشآت النادي الاوليمبي سواء كانوا : أ- ابناء المجتمع الداخلي للنادي
0.471	2.524	0.0	0	100	41	5.8	12	94.2	195	4.3	2	95.7	44	0.0	0	100.0	6	ب- ابناء المجتمع الخارجي للنادي
0.340	3.356	0.0	0	100	41	7.7	16	92.3	191	6.5	3	93.5	43	0.0	0	100.0	6	استخدام أحدث الأساليب التسويقية المتنوعة في تسويق منشآت النادي.
0.031	8.879*	0.0	0	100	41	9.7	20	90.3	187	19.6	9	80.4	37	0.0	0	100.0	6	ضرورة إعتبار تسويق منشآت النادي مصدر اساسيا من مصادر التمويل الذاتي للنادي
0.460	2.585	0.0	0	100	41	5.8	12	94.2	195	6.5	3	93.5	43	0.0	0	100.0	6	وضع استراتيجية تسويقية لمنشآت النادي من خلال أ- تحديد الهدف من استثمار المنشآت.
0.435	2.733	0.0	0	100	41	6.3	13	93.7	194	6.5	3	93.5	43	0.0	0	100.0	6	ب- تحديد وتقييم الموقف التنافسي للنادي بالنسبة للنادية الاخرى
0.301	3.660	0.0	0	100	41	8.2	17	91.8	190	8.7	4	91.3	42	0.0	0	100.0	6	ج- تحديد قطاعات المستفيدين في المجال الرياضي والمجال التجاري

النسب المئوية ومربع كاي لاراء فئات مجتمع وعينة البحث حول دراسة الجدوي التسويقية للاستثمار بالنادي الاولمبي المصري ن=٣٠٠
تابع جدول رقم (٢٤)

الدلالة	مربع كاي	أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام ن=٤١				أعضاء النادي الاولمبي المصري ن=٣٠٧				العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي ن=٤٦				أعضاء مجلس إدارة النادي ن=١٦				العبارة
		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
0.000	24.129**	0.0	0	100	41	0.0	0	100	207	10.9	5	89.1	41	0.0	0	100.0	6	د- تشكيل المزيج التسويقي للخدمات والأنشطة التي يقدمها النادي
0.147	5.361	0.0	0	100	41	0.5	1	99.5	206	4.3	2	95.7	44	0.0	0	100.0	6	هـ - تحديد الإجراءات التنفيذية للاستراتيجية
0.002	14.364**	0.0	0	100	41	0.0	0	100	207	6.5	3	93.5	43	0.0	0	100.0	6	و- تنفيذ الاستراتيجية وتقييمها .
0.003	14.319**	2.4	1	97.6	40	0.0	0	100	207	6.5	3	93.5	43	0.0	0	100.0	6	تحديد الوكالات الاعلانية التي يتعامل معها لنادي في تسويق : أ- المنشآت الرياضية وغير الرياضية بالنادي .
0.002	14.364**	0.0	0	100	41	0.0	0	100	207	6.5	3	93.5	43	0.0	0	100.0	6	ب- الخدمات التي تقدمها ادارة النادي
0.058	7.489*	4.9	2	95.1	39	0.5	1	99.5	206	4.3	2	95.7	44	0.0	0	100.0	6	ج- الأنشطة الرياضية
0.003	14.086**	0.0	0	100	41	2.9	6	97.1	201	15.2	7	84.8	39	0.0	0	100.0	6	شجيع المؤسسات التجارية علي الاستثمار لرياضي من خلال: أ- توفير كافة الخدمات والأنشطة الرياضية
0.518	2.272	2.4	1	97.6	40	4.3	9	95.7	198	8.7	4	91.3	42	0.0	0	100.0	6	ب- إتاحة فرص الاستثمار الرياضي بالنادي
0.201	4.636	2.4	1	97.6	40	3.9	8	96.1	199	10.9	5	89.1	41	0.0	0	100.0	6	ج- توفير قاعدة بيانات عن كافة خدمات وأنشطة النادي
0.155	5.234	0.0	0	100	41	1.4	3	100	204	6.5	3	93.5	43	16.7	1	83.3	5	د- التنوع في تقديم الخدمات والأنشطة لرياضية لتلبية رغبات وميول المستفيدين .
0.123	5.783	4.9	2	95.1	39	4.3	9	95.7	198	10.9	5	89.1	41	0.0	0	100.0	6	هـ - وضع خطط بديلة للتسويق في حالة لطوارئ

يتضح من الجدول رقم (٢٤) الخاص بدراسة الجدوي التسويقية ان قيم كا ٢٤ تراوحت ما بين (٠.٧٥٨ - **٠.١٢٩.٢٤) بمستوي دلالة تراوح ما بين (٠.٨٦٠ - ٠.٠٠٠) وان العبارة رقم (٣٨/د) والتي تنص علي " وضع استراتيجية تسويقية لمنشآت النادي من خلال تشكيل المزيج التسويقي للخدمات والانشطة التي يقدمها النادي " شغلت أعلى قيمة لمربع كا ٢٤ ، بينما العبارة رقم (٣٠/هـ) والتي تنص علي تنظيم دورات تدريبية لإدارة التسويق في أساليب التعامل مع المؤسسات التجارية وجذب المستثمرين هي التي شغلت أقل قيمة لمربع كا ٢ .

بالنسبة لأراء مجتمع وعينة البحث حول دراسة الجدوي التسويقية فقد إحتلت أراء أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام لدعاية والاعلان علي أعلى نسبة إتفاق مقارنة بالأراء الأخرى وتراوحت هذه النسب ما بين (٩٠.٢% - ١٠٠%) كما جاءت في المرتبة التالية أراء أعضاء مجلس إدارة النادي والتي تراوحت أرائهم ما بين (٨٣.٣% - ١٠٠%) ثم حصلت أراء العاملين بأدارة النشاط الرياضي علي المرتبة الثالثة وكانت نسبتها ما بين (٨٠.٤% - ١٠٠%) بينما جاءت أراء أعضاء النادي الاولمبي المصري في المرتبة الاخيرة حيث تراوحت نسب اتفاهم ما بين (٨٠.١% - ١٠٠%).

تتفق الباحثة مع النتائج السابقة حيث حصلت أراء أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الاهرام للدعاية والاعلان علي أعلى نسبة فهي وكالة متخصصة في الدعاية والاعلان ولديها المعلومات الكافية عن دراسة الجدوي التسويقية.

كما تبين من واقع نتائج جميع أراء فئات البحث حول متضمنات دراسة الجدوي التسويقية أن العبارة رقم (٢٩) والمتعلقة "بتشكيل إدارة للتسويق والاستثمار الرياضي بالنادي وإدراجها ضمن الهيكل التنظيمي للنادي الاولمبي حظت علي أعلى النسب مقارنة بباقي العبارات وهي (١٠٠%)،(١٠٠%)،(٩٥.٢%)،(١٠٠%) علي التوالي .

في هذا الصدد يذكر أحمد محمد غنيم (٢٠٠٠) بان لإدارة التسويق دور مهم في تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة الانشطة التسويقية حيث أن تخطيط النشاط التسويقي يهتم بتقدير الفرص والموارد المتاحة وتحديد الاهداف والاستراتيجيات التسويقية ووضع الخطط الخاصة بالتنفيذ والرقابة ، بينما يهتم تنظيم النشاط التسويقي بتنظيم العمل داخل إدارة التسويق وفقا للوظائف التسويقية المختلفة ويهتم توجيه النشاط التسويقي باعطاء الأوامر للمؤسسين كي يقوموا بتنفيذه بالصورة المطلوبة ، أما الرقابة التسويقية تحتوي علي العمليات الخاصة بمقارنة الأداء التسويقي الفعلي مع الاهداف المحددة وتحديد الانحرافات بينها ودراسة أسبابها وإتخاذ اللازم لتصحيحها ومعالجتها. (٩ : ٥٦)

تتفق النتائج السابقة مع نتائج دراسة سيد محمد السيد (٢٠٠٤)(٥٠) علي ضرورة إنشاء إدارات متخصصة في التسويق والتمويل في الهيئات الأهلية الرياضية مع ضرورة تعديل القوانين واللوائح التي تنظم عمل الهيئات الرياضية العامة في المجال الرياضي .

كما أسفرت نتائج دراسة خالد طلعت السيد (٢٠٠٥)(٣٦) أن أهم المعوقات الادارية والتشريعية في الاندية الرياضية هي عدم توافر الإدارة المتخصصة والمحترفة للمهارات التمويلية والتسويقية والاستثمارية الرياضية وصعوبة حصر مراقبي الحسابات لاصول الاندية وإتساع الفجوة بين القوائم وحقيقية الاصول .

بمقارنة نسب إتفاق أراء فئات البحث سنجد أنها مختلفة من عبارة لآخر وفقا لأهمية العبارة بالنسبة لكل فئة ، علي سبيل المثال وليس الحصر العبارة رقم (٣٠/ب) الخاصة "بتنظيم دورات تدريبية مستمرة للمتخصصين في التسويق الرياضي وأساليب الحديثة " أجمعت عليها أراء كل من أعضاء مجلس الإدارة والعاملين بإدارة النشاط الرياضي وأعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام بنسبة (١٠٠%)، بينما جاءت نسبة إتفاق أعضاء النادي عليها (٩٢%) .

وترجع الباحثة هذه النسب إلي أن أعضاء مجلس الإدارة هم الفئة المسؤولة عن توفير هذه الدورات بالتعامل مع المتخصصين في إعدادها ، وأن العاملين بإدارة النشاط الرياضي هم المسئولون عن المنشآت والخدمات والانشطة الرياضية التي يقوم المتخصصون بتسويقها ، كما أن إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الاهرام للدعاية والاعلان هي الفئة التي تتعامل مع المتخصصين في التسويق أثناء الدعاية عن إعلاناتها ، أما أعضاء النادي الاولمبي المصري فليس لديهم أدني علاقة بالدورات المتخصصة.

علي الجانب الاخر اجمع كل من العاملين بادره النشاط الرياضي وأعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام للدعاية والإعلان بنسبة (١٠٠%) حول العبارة رقم (٣٠/ج) " تنظيم دورات تدريبية للمتخصصين في تكنولوجيا المعلومات " بينما جاءت نسب إتفاق كل من أعضاء النادي وأعضاء مجلس الإدارة عليها (٩٧.٦%)، (٨٣.٣%) علي التوالي ، ويمكن ارجاع ذلك لأن العاملين بإدارة النشاط الرياضي وأعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام للدعاية والإعلان هم أكثر إحتياجاً للمعلومات الخاصة بمختلف المنشآت والخدمات والأنشطة التي تقدم من قبل النادي. هذا ما يشير اليه ذكي خليل المساعد (٢٠٠٣) أن الأنشطة التسويقية أصبحت تلقي أهتماماً كبيراً من المنظمات الخدمية حيث ثبت أن تبني وتطبيق المفاهيم والأساليب التسويقية الحديثة يزيد من فعالية وكفاءة تلك المنظمات. (٣٩ : ٣٢)

كما تسعى الإدارة المركزية للاستثمارات الرياضية إلي تحقيق أهداف خطة المنشآت الرياضية بما يتناسب مع روح العصر والتقدم التكنولوجي ، وذلك من خلال إعداد برامج وندوات ومؤتمرات لتدريب الكوادر الفنية علي كيفية تسويق المنشآت الرياضية وتشجيع المستثمرين علي الاستثمار في هذا المجال واستقطاب الرعايه لرعاية المشاريع القومية والأبطال الرياضيين لرفع العباء عن كاهل الدولة وكيفية وضع الأساليب والوسائل المناسبة في تسويق البطولات والأنشطة والبرامج الخاصة بالهيئات الرياضية .

بينما جاءت العبارة رقم (٣٤/أ) المرتبطة بجمع البيانات الخاصة بالخصائص الديمغرافية لسكان المحيطين بالنادي (المستوي المادي) " بنسبة إتفاق (٩٧.٦%) ، (٩٤.٢%) من قبل أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام للدعاية والإعلان وأعضاء النادي الأولمبي المصري علي التوالي وهي نسب أعلي عند مقارنتها بنسب موافقة كل من أعضاء مجلس الإدارة والعاملين بإدارة النشاط الرياضي حيث كانت (٨٣.٣%) ، (٨٤.٨%) علي التوالي .

وتتفق الباحثة مع آراء كل من أعضاء وكالة الأهرام للدعاية والإعلان وأعضاء النادي لان تحديد ومراعاة المستوي المادي للسكان المحيطين بالنادي عند القيام بأبحاث السوق خطوة مهمة يترتب عليها جذب أكبر عدد من المستفيدين مما يجعل الفرصة كبيرة امام وكالة الأهرام للدعاية عن اعلاناتها الخاصة بمنتجات بعض الشركات التي تعتبر كوسيط اعلاني لها .

في هذا الصدد يؤكد كل من مروان شموط وكنجو عبود كنجو (٢٠٠٨) بأن المستثمر يحتاج إلي القيام بالدراسات التسويقية لمعرفة حجم الطلب المتوقع من خلال دراسته للعديد من البيانات وخاصة الحالة الاقتصادية السائدة إضافة إلي أسعار المنتجات والخدمات ، لذا لا بد من دراسة السكان وتركيبهم الديمغرافي من حيث عددهم وفئاتهم العمرية ومستوي دخلهم وتوزيعهم الجغرافي ومستواهم الثقافي ، ولإجراء الدراسة التسويقية لا بد من الإطلاع علي الاسواق المحلية والخارجية من أجل تقديم الطلب علي المنتجات والخدمات وتوقع تطوره في المستقبل. (٧٧ : ٤٥)

حيث تشير نتائج دراسة خالد عبد العاطي (٢٠٠٠) (٣٥) بأن الأحداث الرياضية في الفترة الحالية أصبحت تركز علي المستفيد وإحتياجاته من المستويات الرياضية المختلفة، لذلك يجب أن تشمل مبادئ عملية التسويق الحفاظ باستمرار علي العلاقة مع المستفيد من خلال رفع المستوي الرياضي للاعب وإعادة النظر باستمرار في المنتج ومدى ملائمة لرغبات المشاهدين والمستويات العالمية التي يفضل المشاهد متابعتها، ومدى ملائمة اسعار الخدمات والأنشطة الرياضية لدخل المستفيد واستخدام التكنولوجيا المتطورة والاسلوب العلمي لتحسين المنتج أو الخدمة للنهوض بمستوي اللاعبين أو مستوي البطولة وتوفيرها للجماهير مع إنخفاض تكلفة الخدمة.

كما أجمعت آراء كل من أعضاء مجلس الإدارة وأعضاء وكالة الأهرام للدعاية والإعلان بنسبة (١٠٠%) حول العبارة (٣٨) " وضع استراتيجية تسويقية لمنشآت النادي من خلال (تحديد الهدف من إستثمار المنشآت، تحديد وتقييم الموقف التنافسي للنادي بالنسبة للنادية الأخرى، تحديد قطاعات المستفيدين في المجال الرياضي والمجال التجاري، تشكيل المزيج التسويقي للخدمات والأنشطة التي يقدمها النادي، تحديد الإجراءات التنفيذية للاستراتيجية ، تنفيذ الاستراتيجية وتقييمها .

في هذا الصدد تشير نتائج دراسة خالد عبد العاطي (٢٠٠٠) (٣٥) علي مدى أهمية تحديد الموقف التنافسي للمشروع بحصر أهم المنافسين للمشروع في السوق ومن أهم أدوات السوق إختيار الاستراتيجية التنافسية الملائمة سواء كانت استراتيجية التطوير أو التوسيع أو الإختراق أو تطوير الخدمة أو النشاط في حالة السوق المتمركز.

بينما يذكر أيضا فاروق عبد الفتاح رضوان وآخرون (٢٠٠٣) أن النشاط التسويقي يعتبر من الأنشطة الحيوية والهامة اللازمة للمنظمات سواء كانت تلك المنظمات تتعامل في السلع أو الخدمات أو الافكار فهو نشاط يبدأ قبل الإنتاج واثناؤه ، كما يلعب دور كبير بعده، لذا فالنشاط التسويقي موجه لاشباع حاجات ورغبات العملاء من خلال أنظمة تبادلية وعلاقات دائمة بين المؤسسة وعمالها ولتحقيق ذلك الهدف لا بد من وجود استراتيجية للتسويق تعتبر بمثابة الاداة التي تحقق الأهداف التسويقية المختلفة والتي تتمثل في استراتيجية المنتج واستراتيجية التوزيع واستراتيجية التسعير واستراتيجية الترويج .

كما يري سعد أحمد شلبي (٢٠٠٤) أن مزيج التسويق عبارة عن مجموعة إستراتيجيات ممتزجة تتضمن تحديد المزج الأمثل للعناصر الأربعة من خلال معالجة كل عنصر حتي يصبح مناسباً لسلعة أو خدمة معينة وكذلك للعمل علي تحقيق أهداف المنظمة .

إضافة الي ماسبق يوضح محمد الصرفي (٢٠٠٥) أهمية إتباع الاستراتيجية التسويقية الملائمة وجودة المنتج لتحقيق نتائج فعالة للسيطرة علي الحصة المستهدفة من السوق ، ويمكن إتباع أنسب وسيلة للوصول للعملاء والاختيار الأفضل للشريحة السوقية الأكثر ربحية والميزة التنافسية وقطاعات السوق وتحديد عناصر المزيج التسويقي وجدواه الاقتصادية ، ومن أهم الاجراءات التنفيذية للاستراتيجية توفير فريق عمل مؤهل للتسويق وقاعدة بيانات ووضع لوائح تسهل التمويل الذاتي للخدمات الرياضية .

في ضوء ما سبق تستخلص الباحثة أن الاستراتيجية هي عملية يتم من خلالها تقييم كل الفرص الممكنة في البيئة الخارجية وكذلك الموارد ونقاط القوة الداخلية المتاحة ، حيث يتم تحديد الأهداف المستقبلية ووضع الخطط التي تشمل علي القرارات التي تضمن تحقيق هذه الأهداف .

جدول رقم (٢٥)

النسب المئوية ومربع كاي لأراء فئات مجتمع وعينة البحث حول دراسة الجدوى الفنية للاستثمار بالنادي الأولمبي المصري ن=٣٠٠

الدلالة	مربع كاي	أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام ن=٤١				أعضاء النادي الاولمبي المصري ن=٣٠٧				العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي ن=٤٦				أعضاء مجلس إدارة النادي ن=١٦				العبارة
		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
0.007	12.124**	0.0	0	100.0	41	4.3	9	95.7	198	0.0	0	100.0	46	0.0	0	100.0	6	تشكيل لجنة لمراقبة فنية المنشآت الموجودة بالنادي.
0.086	6.585	2.4	1	97.6	40	8.2	17	91.8	190	6.5	3	93.5	43	0.0	0	100.0	6	تحديد العمر الافتراضي للمنشآت الرياضية وغير الرياضية بالنادي .
																		تقدير احتياجات النادي من المنشآت المتمثلة في :
0.214	4.478	4.9	2	95.1	39	5.8	12	94.2	195	0.0	0	100.0	46	0.0	0	100.0	6	أ- الملاعب الرياضية.
0.218	4.437	0.0	0	100.0	41	3.4	7	96.6	200	8.7	4	91.3	42	0.0	0	100.0	6	ب- الصالات المغلقة
0.659	1.601	7.3	3	92.7	38	3.4	7	96.6	200	4.3	2	95.7	44	0.0	0	100.0	6	ج- الصالات المفتوحة
0.684	1.494	2.4	1	97.6	40	5.3	11	94.7	196	2.2	1	97.8	45	0.0	0	100.0	6	د- حمامات السباحة
0.218	4.437	0.0	0	100.0	41	5.3	11	94.7	196	0.0	0	100.0	46	0.0	0	100.0	6	هـ- المباني الإدارية
0.178	4.916	7.3	3	92.7	38	4.3	9	95.7	198	8.7	4	91.3	42	16.7	1	83.3	5	تحديد المواصفات الاولية لجميع منشآت النادي من الناحية الفنية القانونية
0.107	6.104	0.0	0	100.0	41	5.8	12	94.2	195	0.0	0	100.0	46	0.0	0	100.0	6	تحديد احتياجات المنشآت من عمليات الصيانة والاحلال والتجديد.
0.000	18.627**	7.3	3	92.7	38	3.4	7	96.6	200	0.0	0	100.0	46	16.7	1	83.3	5	تحديد المنشآت التي أقيمت والاخري التي سوف يتم إقامتها في المساحات غير المستغلة.
0.193	4.725	2.4	1	97.6	40	4.8	10	95.2	197	0.0	0	100.0	46	0.0	0	100.0	6	تحديد الاحتياجات الفنية من الأدوات والأجهزة الرياضية التي يحتاجها النادي لتسهيل استثمار المنشآت.

تابع الجدول رقم (٢٥)

النسب المئوية ومربع كاي لاراء فئات مجتمع وعينة البحث حول دراسة الجدوي الفنية للاستثمار بالنادي الاولمبي المصري ن=٣٠٠

الدلالة	مربع كاي	أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام ن=٤١				أعضاء النادي الاولمبي المصري ن=٢٠٧				العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي ن=٤٦				أعضاء مجلس إدارة النادي ن=٦١				العبارة
		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
0.002	15.049**	7.3	3	92.7	38	4.3	9	95.7	198	0.0	0	100.0	46	0.0	0	100.0	6	عمل صيانة دورية وفعالة للادوات والأجهزة الرياضية بالنادي حيث يساهم ذلك في اطالة العمر الافتراضي لتشغيل المنشآت.
																		تحديد احتياجات النادي من الموارد البشرية المتمثلة في :
0.873	0.700	4.9	2	95.1	39	4.3	9	95.7	198	6.5	3	93.5	43	0.0	0	100.0	6	أ- المدربين
0.605	1.845	4.9	2	95.1	39	2.9	6	97.1	201	6.5	3	93.5	43	0.0	0	100.0	6	أ- الإداريين
0.810	0.965	7.3	3	92.7	38	7.2	15	92.8	192	4.3	2	95.7	44	0.0	0	100.0	6	ج- الاخصائيين
0.252	4.088	12.2	5	87.8	36	5.8	12	94.2	195	0.0	0	100.0	46	0.0	0	100.0	6	د- العمال الفنيين
0.000	32.890**	4.9	2	95.1	39	0.5	1	99.5	206	6.5	3	93.5	43	16.7	1	83.3	5	مراعاة التخصص المناسب في توزيع العمالة في النادي

يتضح من الجدول رقم (٢٥) المتعلق بدراسة الجدوى الفنية أن قيم كإ تراوحت ما بين (٠,٧٠٠ - ٣٢.٨٩٠**) بمستوي دلالة تراوح ما بين (٠.٨٧٣ - ٠.٠٠٠) وأن العبارة رقم (٥٠) والتي تشير الي "مراعاة التخصص المناسب في توزيع العمالة في النادي" شغلت أعلى قيمة لمربع كإ ، بينما العبارة رقم (٤٩/أ) والتي تشير الي " تحديد احتياجات النادي من الموارد البشرية المتمثلة في المدربين" هي التي شغلت أقل قيمة لمربع كإ ٢ .

أجمعت آراء أعضاء مجلس إدارة النادي الاولمبي المصري حول دراسة الجدوى الفنية بنسبة (١٠٠%) فيما عدا العبارة رقم (٤٤) و(٤٦) و(٥٠) كانت نسب الاتفاق عليهما (٨٣.٣%) يليها آراء العاملين بإدارة النشاط الرياضي حيث تراوحت ما بين (٨٩.١%-١٠٠%) وبالنسبة لآراء أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام للدعاية والإعلان فقد حظت علي نسب اتفاق ما بين (٨٧.٨%-١٠٠%) بينما جاءت آراء أعضاء النادي الاولمبي المصري حول دراسة الجدوى الفنية في المرتبة الأخيرة حيث تراوحت آراؤهم ما بين (٩١.٨%-٩٩.٥%).

تري الباحثة أن كل من أعضاء مجلس الإدارة والعاملين بإدارة النشاط الرياضي متواجدون في النادي ولديهم معرفة ومعلومات كافية عن طبيعة وفنية المنشآت الرياضية وغير الرياضية من حيث احتياجاتها من الموارد البشرية المتخصصة كالمدرسين والادارين والفنيين ومستلزماتها من الادوات والأجهزة وما تحتاجه من أعمال التطوير والصيانة والإحلال والتجديد علي عكس أعضاء النادي وأعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام للدعاية والإعلان فهم أقل خبرة بهذه المنشآت .

بينما جاءت العبارة رقم (٤١) والخاصة" بتشكيل لجنة لمراقبة فنية المنشآت الموجودة بالنادي " بأعلي نسب موافقة بين باقي العبارات حيث أجمع عليها كل من (أعضاء مجلس الإدارة - العاملين بإدارة النشاط الرياضي - أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام) بنسبة (١٠٠%) ، بينما جاءت آراء أعضاء النادي الاولمبي المصري بنسبة موافقة (٩٥.٧%).

بناء علي النتائج السابقة تري الباحثة أن دراسة الجدوى الفنية ، وأهمها فنية المنشآت يترتب عليها تقديم خدمات وأنشطة رياضية متميزة تشبع رغبات وإحتياجات المستفيدين والوصول الي المستوي الذي يرضي طموحاتهم حيث أصبح تحقيق التميز أحد أهم متطلبات المنافسة بين الأندية الرياضية في مجال تقديم الخدمات والأنشطة المختلفة ، كما أصبح تحسين الجودة الفنية للمنشآت من أهم عناصر الاستثمار .

في هذا الصدد يذكر كاظم جاسم العيساوي (٢٠٠٢) أن من المسائل الهامة التي تتضمنها دراسة الجدوى الفنية للمشروعات هي فنية المباني اللازمة لإقامة المشروع المقترح ، وهل سيتم شراء هذه المباني أو المنشآت أم تأجيرها وما هي المساحات الإضافية التي يمكن الاستفادة منها مستقبلا من أجل إجراء توسعات أخرى في المشروع. (٧٣ : ٥٧)

كما حظت العبارة رقم (٤٥) المرتبطة " بتحديد إحتياجات المنشآت من عمليات الصيانة والإحلال والتجديد علي أجماع بنسبة (١٠٠%) لموافقة آراء كل من أعضاء مجلس الإدارة والعاملين بإدارة النشاط الرياضي وأعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام للدعاية والإعلان، بينما جاءت موافقة أعضاء النادي الأولمبي المصري عليها بنسبة (٩٤.٢%)

أيضا يري عبد المطلب عبد الحميد (٢٠٠٠) ان دراسة الجدوى الفنية تحدد الإحتياجات الفنية للمشروع والتي تشمل الادوات والمستلزمات الخاصة بالإنتاج او تقديم الخدمة للمستهلك بالإضافة إلي تحديد العمالة المطلوبه لذلك . (٦٠ : ٥٤)

في هذا الصدد يري كاظم جاسم العيساوي (٢٠٠٢) من المسائل الأساسية التي تتضمنها دراسات الجدوى الفنية هي مسألة تقدير إحتياجات المشروع من القوي العاملة من مختلف التخصصات ويمكن التوصل إلي ذلك من خلال ما يسمي بتوصيف العمل والذي يتم بموجبة تحديد مواصفات الوظيفة ، حيث يعتمد هذا الأسلوب على تطبيق مبدأ وضع الشخص المناسب في المكان المناسب . (٧٣: ٦١)

يؤكد ذلك ما ذكره كل من محمد عطوة مجاهد والمتولي إسماعيل بدير (٢٠٠٦) انه قد أصبح الأهتمام بالجودة ظاهرة عالمية كما أصبحت المنظمات والحكومات في العالم توليها أهتماما خاصا وخصوصا في ظل ما يشهده المجتمع العالمي من متغيرات سريعة ومتلاحقة كالتيكولوجيا المتقدمة والمعلوماتية والتنافسية ، وبذلك أصبحت الجودة من الأولويات العليا لاي منظمة تسعى للحصول علي ميزة تنافسية تمكنها من البقاء والاستمرار في ظل هذه المتغيرات . (٨٦ : ١٣١)

جدول رقم (٢٦)

النسب المئوية ومربع كاي لأراء فئات مجتمع وعينة البحث حول دراسة الجدوى التمويلية للاستثمار بالنادى الاولمبى المصرى ن=٣٠٠

الدلالة	مربع كاي	أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام ن=٤١				أعضاء النادي الاولمبى المصرى ن=٣٠٧				العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادى ن=٦٢				أعضاء مجلس إدارة النادي ن=١٦				العبارة
		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
																		تحديد مصادر التمويل التي يعتمد عليها النادي من حيث انه
0.651	1.639	7.3	3	92.7	38	4.8	10	95.2	197	8.7	4	91.3	42	0.0	0	100.0	6	أ- تمويل حكومي.
0.370	3.141	4.9	2	95.1	39	5.8	12	94.2	195	0.0	0	100.0	46	0.0	0	100.0	6	ب- تمويل ذاتي .
0.361	3.205	2.4	1	97.6	40	5.3	11	94.7	196	10.9	5	89.1	41	0.0	0	100.0	6	ج- تمويل مشترك
0.307	3.611	0.0	0	100.0	41	8.2	17	91.8	190	6.5	3	93.5	43	0.0	0	100.0	6	د- تمويل تأجيرى.
0.134	5.579	0.0	0	100.0	41	8.2	17	91.8	190	2.2	1	97.8	45	16.7	1	83.3	5	تصميم هيكل تمويلي للمشروعات الاستثمارية في النادي سواء كان تمويل داخلي او تمويل خارجي.
0.455	2.614	4.9	2	95.1	39	6.8	14	93.2	193	2.2	1	97.8	45	16.7	1	83.3	5	ضرورة استخدام إدارة النادي اكثر من مصدر من مصادر التمويل .
0.728	1.305	7.3	3	92.7	38	8.2	17	91.8	190	4.3	2	95.7	44	0.0	0	100.0	6	جذب رجال الأعمال والمستثمرين لتمويل اعمال التجديد و الاحلال و الصيانة لبعض منشآت النادي مقابل الترويج عن منتجاتهم.
0.234	4.269	2.4	1	97.6	40	6.8	14	93.2	193	0.0	0	100.0	46	0.0	0	100.0	6	تشجيع المستثمرين علي تقديم تبرعات مالية لإقامة المشروعات الاستثمارية الرياضية بالنادى
0.470	2.529	2.4	1	97.6	40	7.2	15	92.8	192	10.9	5	89.1	41	0.0	0	100.0	6	مساهمة رجال الأعمال في بناء المنشآت الرياضية بالنادى مقابل الحصول علي حق الانتفاع لفترة زمنية معينة .
0.271	3.909	2.4	1	97.6	40	6.8	14	93.2	193	13.0	6	87.0	40	0.0	0	100.0	6	شراء أسهم بعض الشركات التي تقوم بتمويل المشروعات الرياضية .

تابع جدول رقم (٢٦)

النسب المئوية ومربع كاي لاراء فئات مجتمع وعينة البحث حول دراسة الجدوي التمويلية للاستثمار بالنادي الاولمبي المصري ن=٣٠٠

الدلالة	مربع كاي	أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام ن=٤١				أعضاء النادي الاولمبي المصري ن=٣٠٧				العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي ن=٦٤				أعضاء مجلس إدارة النادي ن=٦١				العبارة
		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
0.274	3.890	7.3	3	92.7	38	6.8	14	93.2	193	0.0	0	100.0	46	0.0	0	100.0	6	وضع استراتيجية تمويلية لانشطة وخدمات النادي.
0.831	0.876	4.9	2	95.1	39	6.8	14	93.2	193	4.3	2	95.7	44	0.0	0	100.0	6	دراية العاملين بإدارة الاستثمار بأساليب التمويل المعاصرة.
																		تنمية مصادر التمويل الذاتي وخاصة
0.377	3.094	7.3	3	92.7	38	9.2	19	90.8	188	2.2	1	97.8	45	0.0	0	100.0	6	أ- التسويق الرياضي
0.081	6.736	2.4	1	97.6	40	9.7	20	90.3	187	0.0	0	100.0	46	0.0	0	100.0	6	ب- الرعاية الرياضية
0.742	1.244	9.8	4	90.2	37	6.3	13	93.7	194	8.7	4	91.3	42	0.0	0	100.0	6	ج- تحصيل الرسوم والارادات.

يتضح من الجدول رقم (٢٦) الخاص بدراسة الجدوى التمويلية أن قيم كا ٢١ تراوحت ما بين (٠.٨٧٦ - ٦.٧٣٦) بمستوي دلالة تراوح ما بين (٠.٨٣١ - ٠.٠٨١) وأن العبارة رقم (٦٠/ب) والتي تنص علي " تنمية مصادر التمويل الذاتي وخاصة الرعاية الرياضية " شغلت اعلي قيمة لمربع كا ٢١ ، بينما العبارة رقم (٥٩) والتي تنص علي " دراية العاملين بإدارة الاستثمار بأساليب التمويل المعاصرة " هي التي شغلت أقل قيمة لمربع كا ٢ .

بالنسبة لأراء فئات مجتمع وعينة البحث حول دراسة الجدوى التمويلية إتضح إجماع أراء أعضاء مجلس الإدارة علي العبارات بنسبة (١٠٠%) فيما عدا العبارتان رقم (٥٢) و(٥٣) بلغت نسب الاتفاق عليهما (٨٣.٣%)، ثم جاءت أراء أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام للدعاية والإعلان بالمركز الثاني وتروحت أراؤهم ما بين (٩٠.٢%-١٠٠%) أما بالنسبة لاراء العاملين بإدارة النشاط الرياضي تراوحت ما بين (٨٧.٠%-١٠٠%) بينما إحتلت أراء أعضاء النادي الأولمبي المصري المرتبة الاخيرة حيث تراوحت أرائهم ما بين (٩٠.٣%-٩٥.٢%).

بناء علي النسب السابقة الخاصة بأراء كل من أعضاء مجلس الادارة وأعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام للدعاية والاعلان تبين ارتفاع نسبة موافقاتهم علي دراسة الجدوى التمويلية ، ترجع الباحثة هذا الي أنهم أكثر معرفة بالجوانب التمويلية للنادي الاولمبي المصري حيث أنهم يلمسون واقع الفرص الموجودة بالنادي كما ان أعضاء مجلس الادارة مسؤولون عن تحديد مصادر التمويل التي يعتمد عليها النادي ، وان وكالة الأهرام للدعاية والاعلان تساهم في التمويل الذاتي باعتبارها الراعي الرسمي الآن للنادي .

أما عن العبارة رقم (٥١) والمتعلقة بالتنوع في مصادر التمويل " أجمعت عليها أراء أعضاء مجلس الادارة بنسبة (١٠٠%) ، وإتفقت عليها معظم أراء اعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام بنسبة تراوحت ما بين (٩٢.٧%-١٠٠%) .

وتتفق الباحثة مع هذه النتائج حيث ان أعضاء مجلس الادارة هم المسؤولون عن التنوع في مصادر التمويل بالنادي الاولمبي المصري وذلك من أجل الارتقاء بالمستوي الاقتصادي للنادي ، كما ان وكالة الأهرام للدعاية والاعلان تساهم في التمويل الذاتي من خلال الدعاية عن إعلاناتها أثناء مباريات النادي.

تتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة سمير عبد الحميد (١٩٩٩) (٤٨) علي ضرورة تعدد مصادر تمويل الاندية الرياضية ، وذلك لأهمية كل منها ، فالتمويل الحكومي هو كل الاعانات المالية والعينة التي تدعم بها الاندية عن طريق الهيئات الحكومية التي تمتلكها الدولة وبالإخص المجلس القومي للرياضة ، أو مكافآت بعض الفرق المتميزة ، أما التمويل الأهلي فهو كل التبرعات المالية والعينية التي تأتي عن طريق الشركات والافراد والمؤسسات بعد موافقة الجهة الإدارية ، والتمويل الذاتي يتمثل في الإيرادات التي تحققها الاندية من خلال استثمار منشأتها وتسويق خدماتها وأنشطتها سواء من حصائل الاشتراكات السنوية للاعضاء أو بيع تذاكر دخول المباريات أو عائد الحفلات وإيجار المنشآت أو المقابل المادي لتسويق شعار النادي ، أما التمويل المشترك فهو يجمع بين الإيرادات الذاتية للنادي والأهلية والإعانات الحكومية وتباين في نسب اعتمادها علي تلك المصادر .

كما يؤكد حسن أحمد الشافعي (٢٠٠٦) علي ضرورة تحديد مصادر تمويل المشروع الرياضي ، وخاصة أن المؤسسات الرياضية تعاني من قصور مالي كبير يعوق تحقيق اهدافها ، لذا فهي تحتاج الي التنوع في استخدام اساليب التمويل المختلفة .

إضافة إلي ماسبق يوصي مؤتمر الرياضة المصرية بين البطولة والاستثمار (٢٠٠٠) (١٢٣) والذي يطالب بقانون جديد ولجان للتظلمات وخصخصة الاندية ويشجع الاستثمار الرياضي من خلال استغلال الإنجازات الرياضية المصرية والترويج لها لتحقيق دعاية لمصر ، وهو الأمر الذي ينعكس علي دخلها ، وعلي ضرورة دراسة تسويق مجمع إستاد القاهرة لتحويله لمنشأة اقتصادية تدر أرباحا، وأيضا التعاون مع الهيئة العامة للاستثمار من خلال توفير معلومات وتوضيح فرص الاستثمار فيها للعمل علي جذب المستثمرين لهذا المجال .

بينما حصلت العبارة رقم (٥٨) علي أجماع أراء كل من أعضاء مجلس الادارة والعاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي بنسبة (١٠٠%) علي ضرورة وجود إستراتيجية تمويلية للمنشآت والخدمات والانشطة الرياضية التي يقدمها النادي كاحد متضمنات دراسة الجدوى التمويلية .

تتفق الباحثة مع هذه الأراء حيث ان الاستراتيجية التمويلية تهدف إلي التحسين المستمر للخدمات والأنشطة الرياضية للنادي ، بالإضافة الي إنها تساعد إدارة الاستثمار علي تطوير العلاقات مع المستثمرين لرعاية الموهبين رياضيا وتحفيزهم وتفعيل دورهم في رعاية الأنشطة .

علي الجانب الأخر تؤكد نتائج دراسة علي عباس السنداوي(٢٠٠٣)(٦٤) علي عدم وجود استراتيجية استثمارية للرياضة بدولة البحرين ومن أهم توصيات الدراسة هي ضرورة التنسيق بين المؤسسات الرياضية للاستثمار الرياضي بوضع خطة عامة للاستثمار الرياضي وتوفير مركز معلومات لإجراء دراسات الجدوى لمشروعات الاستثمار بالمؤسسات الرياضية.

لذا توصي نتائج دراسة أحمد عبد الفتاح سالم (٢٠٠٤)(٦) بضرورة استحداث أساليب جديدة للتمويل وبيئة تنافسية راسمالية جديدة من خلال زيادة نصيب القطاع الخاص في المجال الرياضي لما له من أثار إيجابية علي الكفاءة الاقتصادية والمنافع الاجتماعية بالأندية الرياضي.

جدول رقم (٢٧)

النسب المئوية ومربع كاي لأراء فئات مجتمع وعينة البحث حول دراسة الربحية التجارية للاستثمار بالنادى الاوليمبي المصرى ن=٣٠٠

الدالة	مربع كاي	أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام ن=٤١				أعضاء النادي الاوليمبي المصري ن=٣٠٧				العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي ن=٤٦				أعضاء مجلس إدارة النادي ن=٦١				العبرة
		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
0.249	4.116	7.3	3	92.7	38	2.9	6	97.1	201	0.0	0	100.0	46	0.0	0	100.0	6	تقدير التكاليف الاولية للاجهزة والادوات الرياضية بالنادي وجدولة هذه التكاليف حسب استخدامها.
0.293	3.720	0.0	0	100.0	41	6.3	13	93.7	194	0.0	0	100.0	46	0.0	0	100.0	6	تقدير حجم التكاليف الخاصة بإقامة المنشآت الرياضية وغير الرياضية التي يتم استثمارها
0.961	0.297	4.9	2	95.1	39	4.3	9	95.7	198	4.3	2	95.7	44	0.0	0	100.0	6	تقدير تكاليف كل من الخدمات والانشطة الرياضية التي يقدمه النادي .
0.327	3.452	0.0	0	100.0	41	4.8	10	95.2	197	0.0	0	100.0	46	0.0	0	100.0	6	إعداد الكشوف والجداول المالية بالايادات والمصروفات المتوقعة من الاستثمار وتحديد ربحيتها مقارنة بالافكار البديلة .
0.457	2.603	9.8	4	90.2	37	6.8	14	93.2	193	2.2	1	97.8	45	0.0	0	100.0	6	تحديد حجم الايرادات الحالية للخدمات والانشطة التي يقدمها النادي قبل استثمار منشآته.
0.294	3.711	4.9	2	95.1	39	6.8	14	93.2	193	0.0	0	100.0	46	0.0	0	100.0	6	تحديد اذا كانت ميزانية النادي تسمح بانشاء منشآت اخري في المساحات غير المستغلة
0.540	2.159	4.9	2	95.1	39	7.2	15	92.8	192	2.2	1	97.8	45	0.0	0	100.0	6	تحقيق مستوي ربحية مناسب من استثمار منشآت النادي الأوليمبي .
0.797	1.016	4.9	2	95.1	39	8.2	17	91.8	190	8.7	4	91.3	42	0.0	0	100.0	6	إعداد قوائم مالية تقديرية للتكلفة الاستثمارية لمنشآت النادي الأوليمبي .

تبين من الجدول رقم (٢٧) الخاص بدراسة الربحية التجارية أن قيم ٢٦ تراوحت ما بين (٠.٢٩٧ - ٤.١١٦) بمستوي دلالة تراوح ما بين (٠.٩٦١ - ٠.٢٤٩) وأن العبارة رقم (٦١) والتي تشير الي " تقدير التكاليف الاولية للاجهزة والادوات الرياضية بالنادي وجدولة هذه التكاليف حسب إستخدامها" شغلت أعلى قيمة لمربع كا ٢٦ ، بينما العبارة رقم (٦٣) التي تشير الي " تقدير تكاليف كل من الخدمات والانشطة الرياضية التي يقدمها النادي " شغلت أقل قيمة لمربع كا ٢ .

بالنظر إلي نسب إتفاق آراء فئات البحث حول دراسة الربحية التجارية وجد أن هناك إجماعا من قبل أعضاء مجلس إدارة النادي كما يجمع العاملين بإدارة النشاط الرياضي علي جميع العبارات بنسبة (١٠٠%) فيما عدا بعض العبارات رقم (٦٣)،(٦٥)،(٦٧)،(٦٨) حيث بلغت نسبة إتفاق العاملين بإدارة النشاط الرياضي عليها (٩٥.٧) ،(٩٧.٨%)،(٩٧.٨%)، علي التوالي ، في حين جاءت آراء أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام للدعاية والإعلان تتراوح ما بين (٩٠.٢%- ١٠٠%) ثم بعد ذلك آراء أعضاء النادي الأولمبي المصري والتي تراوحت ما بين (٩١.٨% - ٩٧.١%) .

بناء علي النتائج السابقة تبين للباحثة أن نسب إتفاق كل من أعضاء مجلس الإدارة والعاملين بإدارة النشاط الرياضي عالية وذلك لانهم علي دراية بميزانية النادي، لذا فهم أكثر توقعا بالتكاليف الخاصة بكل ما يخص الربحية التجارية من حيث الإيرادات والتكاليف اللازمة لاستثمار منشآت النادي الموجودة أو إقامة منشآت أخرى وما تحتاجه تكاليف التجديد لبعض المنشآت بالإضافة إلي إعداد الكشوف الخاصة بمصروفات الصيانة لبعض الاجهزة والادوات .

بالنسبة للعبارة رقم (٦٤) والمتعلقة بإعداد الكشوف والجداول المالية بالإيرادات والمصروفات المتوقعة من الاستثمار وتحديد ربحيتها مقارنة بالافكار البديلة" حصلت علي إجماع آراء كل من أعضاء مجلس الإدارة والعاملين بإدارة النشاط الرياضي وأعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام للدعاية والإعلان بنسبة (١٠٠%) .

وتتفق الباحثة مع هذه النتائج لأن أهم ما يميز دراسة الربحية التجارية هو كيفية تقدير المشروع المقترح وإعداد الكشوف والجداول الخاصة بالإيرادات والمصروفات الخاصة بعملية الاستثمار .

يذكر سمير محمد عبد العزيز (٢٠٠٠) بأن دراسة الربحية التجارية لاي مشروع تتبلور في تقدير التكاليف الداخلية المتوقعة والمنافع المباشرة وغير المباشرة وكذلك التكاليف الخارجية المتوقعة المباشرة وغير المباشرة طوال العمر الافتراضي للمشروع ، وذلك للوصول الي صافي العائد علي الاستثمار ومقارنته بالبدائل الاخرى لاختيار افضل بديل يعطي اكبر عائد نسبي ممكن لضمان اموال المستثمرين وتعظيم العائد علي الاستثمار ، كما تركز الدراسة التكلفة للمشروع علي اعداد القوائم المالية التي تمكن من تقدير الاحتياجات المالية . (٤٧ : ٢٤)

أما عن العبارة رقم (٦٢) " الخاصة بتقدير حجم التكاليف الخاصة بإقامة المنشآت التي يتم إستثمارها " أجمع عليها جميع الفئات بنسبة (١٠٠%) فيما عدا أعضاء النادي جاءت نسبة موافقتهم (٩٣.٧%) حيث انهم أقل خبرة بهذة التكاليف لان احتكاكهم بالمنشآت يقتصر علي ممارسة الانشطة الرياضية والحصول علي بعض الخدمات الاجتماعية فقط .

ينفق ما سبق مع نتائج دراسة خالد إبراهيم عبد العاطي (٢٠٠٤) (٣٥) حول أهمية دراسة الربحية التجارية في تقدير تكاليف الإنتاج والتسويق للخدمات والانشطة والمنشآت الرياضية ، وذلك من خلال التعرف علي الإنفاق الاستثماري وتكلفة الخامات والمواد الأولية والاجهزة المستخدمة كإضافة خدمة رياضية جديدة أو عنصر بشري مؤهل أو إحلال أجهزة ومنشآت قديمة وتشمل التكاليف الاستثمارية لخدمات الرياضية سواء تكاليف الأصول الثابتة أو رأس مال منفق.

بينما حصلت العبارة رقم (٦٦) المرتبطة بتحديد اذا كانت ميزانية النادي تسمح بإنشاء منشآت أخرى في المساحات غير المستغلة" علي إجماع آراء كل من أعضاء مجلس الإدارة والعاملين بإدارة النشاط الرياضي بنسبة (١٠٠%) .

لذا تري الباحثة أن دراسة الربحية التجارية هي تصور لحالة المشروع المالية في وقت معين فالميزانية تعتبر ممثلة للمركز المالي للمشروع وليس ممثلة للحالة المالية له ،لانه قد تظهر عوامل عديدة غير ملموسة تؤثر علي الحالة المالية للمشروع مثل كفاءة الإدارة أو تغير أحوال السوق أو زيادة الطلب علي بعض الخدمات والأنشطة الرياضية .

بناء علي ما سبق يجب علي أعضاء مجلس إدارة النادي الأولمبي المصري ضرورة تحديد الحجم الاقتصادي للمشروع الاستثماري الذي سيتم دراسة جدواه ، وتوفير كافة البيانات التي تبين طبيعة التكاليف الاستثمارية بكافة عناصرها وتفصيلها، وأن وجود قوائم مالية مجمعة لتكاليف الاستثمار بالمشروع في شكل مبسط يؤدي إلي وجود رؤية واضحة لنتائج المشروع ومدى تحقيقه للخطة الموضوعية له.

جدول رقم (٢٨)

النسب المئوية ومربع كاي لأراء فئات مجتمع وعينة البحث حول دراسة الجدوى الاجتماعية للاستثمار بالنادي الاوليمبي المصري ن=٣٠٠

الدالة	مربع كاي	أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام ن=٤١				أعضاء النادي الاوليمبي المصري ن=٣٠٧				العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي ن=٤٦				أعضاء مجلس إدارة النادي ن=٦١				العبارة
		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
																		تتضمن دراسة الجدوى الاجتماعية القيام ب
0.372	3.133	2.4	1	97.6	40	0.0	0	100	207	0.0	0	100.0	46	0.0	0	100.0	6	أ- مراعاة العادات والتقاليد والقيم الاجتماعية عند تقديم الخدمات والانشطة الرياضية
0.220	4.415	4.9	2	95.1	39	0.0	0	100	207	2.2	1	97.8	45	16.7	1	83.3	5	ب-مراعاة الحالة الاقتصادية للمستفيدين عند تسعير الخدمات والانشطة التي يقدمها النادي
0.177	4.933	2.4	1	97.6	40	3.9	8	96.1	199	2.2	1	97.8	45	16.7	1	83.3	5	ج - تحديد الفئات المستفيدة من الاستثمار في النادي الاوليمبي .
0.409	2.891	4.9	2	95.1	39	5.3	11	94.7	196	4.3	2	95.7	44	0.0	0	100.0	6	د- التعرف علي مدى استفادة المجتمع المحيط من المشروعات الاستثمارية التي تقام في النادي
0.000	24.564**	7.3	3	92.7	38	0.0	0	100	207	0.0	0	100.0	46	16.7	1	83.3	5	هـ - توفير فرص العمل لأبناء المجتمع المحيط في المشروعات الاستثمارية بالنادي.
0.005	12.653**	0.0	0	100.0	41	0.0	0	100	207	0.0	0	100.0	46	16.7	1	83.3	5	ضرورة ألا يكون هناك تعارض بين الاهداف الخاصة للنادي والمصالح العامة للمجتمع
0.052	7.717*	0.0	0	100.0	41	11.6	24	88.4	183	4.3	2	95.7	44	33.3	2	66.7	4	تقدير العوائد التي تعود علي الدخل القومي للمجتمع من استثمار منشآت النادي.

تبين من الجدول رقم (٢٨) الخاص بدراسة الجدوي الاجتماعية ان قيم ك٢ تراوحت ما بين (٢.٨٩١ - ٢٤.٥٦٤**) بمستوي دلالة تراوح ما بين (٠.٤٠٩ - ٠.٠٠٠) وأن العبارة رقم (٦٩/هـ) التي تنص علي " تتضمن دراسة الجدوي الاجتماعية توفير فرص العمل لأبناء المجتمع المحيط في المشروعات الاستثمارية بالنادي " شغلت أعلى قيمة لمربع ك٢ ، بينما العبارة رقم (٦٩/د) والتي تنص علي " تتضمن دراسة الجدوي الاجتماعية التعرف علي مدى استفادة المجتمع المحيط من المشروعات الاستثمارية التي تقام في النادي " شغلت أقل قيمة لمربع ك٢ .

بالنسبة لدراسة الجدوي الاجتماعية تبين إجماع آراء أعضاء النادي الأولمبي المصري علي جميع العبارات فيما عدا العبارة رقم (٦٩/ج)،(٦٩/د)،(٧١) حيث جاءت نسبة الموافقة عليها (٩٦.١%)،(٩٤.٧%)،(٨٨.٤%) علي التوالي ، بينما حصلت آراء العاملين بإدارة النشاط الرياضي علي نسبة إتفاق تراوحت ما بين (٩٥.٧% - ١٠٠%) ، يليها آراء أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام للدعاية والإعلان حيث تراوحت نسب إتفاقهم ما بين (٩٢.٧% - ١٠٠%) وأخيرا جاءت موافقة آراء أعضاء مجلس إدارة النادي الأولمبي المصري علي دراسة الجدوي الاجتماعية والتي بلغت (٨٣.٣% - ١٠٠%).

لاحظت الباحثة من النتائج السابقة إجماع أعضاء النادي الأولمبي المصري حول متضمنات دراسة الجدوي الاجتماعية ، وترجع الباحثة ذلك إلي أن أعضاء النادي من أكثر الفئات تأثيرا بمجالات الاستثمار التي تقام في النادي الأولمبي المصري ، حيث إنهم المستفيدون من الخدمات والأنشطة الرياضية التي يقدمها النادي طوال العام ، لذا يجب مراعاة الجوانب الاجتماعية اثناء تقديم الخدمات والأنشطة الرياضية .

في هذا الصدد يذكر حمدي عبد العظيم (١٩٩٩) أن هناك عادات وتقاليد وقيم تمنع إنشاء المشروع وفي هذه الحالات نجد أن الظروف الحاكمة تتبع من الافراد أنفسهم لقبول المشروع فدراسة الجدوي الاجتماعية تعطي إنطباع عن إمكانية قبول المجتمع لوجود المشروع أو عدم قبول المجتمع له لان أى مشروع لا يكون بمعزل عن المجتمع. (٣٤ : ١٥)

كما يشير خليل محمد عطية (٢٠٠٠) أن السلطات الحكومية في العديد من الدول تحرص علي معرفة الجدوي الاجتماعية للمشروعات علي ألا يكون هناك تعارض بين المصالح الخاصة ومصالح المجتمع ككل وان دور الدولة الحديثة لم يعد محايد كما كان في العصور السابقة ، بل أصبحت الدولة تقوم بالتخطيط المباشر أو غير المباشر للمشروعات الاستثمارية فضلا عن مراقبة النشاط لمنع الانحراف عن أهداف المجتمع ومن معايير تقويم الربحية الاجتماعية في العلوم الاقتصادية والإدارية الحديثة مساهمة المشروع في توفير فرص العمل ومساهمته في زيادة الناتج المحلي الإجمالي ودعم ميزان المدفوعات . (٣٧ : ٥٣)

ويضيف عبد المطلب عبد الحميد (٢٠٠٠) إلي ضرورة التعرف علي حالة الاقتصاد القومي للدولة وهويته وتوجهاته وسياساته الاقتصادية والاجتماعية والظروف البيئية ومدى الاستقرار السياسي والاجتماعي، بما في ذلك القيم والعادات والتقاليد مع تحديد ما اذا كانت اهداف المشروع تتمشي مع الأهداف العامة للمجتمع أم لا. (٦٠ : ٤٩)

جدول رقم (٢٩)

النسب المئوية ومربع كاي لأراء فئات مجتمع وعينة البحث حول دراسة الجدوى القانونية للاستثمار بالنادى الاولمبى المصرى ن=٣٠٠

الدالة	مربع كاي	أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام ن=٤١				أعضاء النادي الاولمبى المصرى ن=٣٠٧				العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادى ن=٤٦				أعضاء مجلس إدارة النادي ن=٦١				العبارة
		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
0.007	11.969**	0.0	0	100.0	41	6.3	13	93.7	194	13.0	6	87.0	40	16.7	1	83.3	5	دراسة النظام الاقتصادي للدولة وعلاقتة بالاستثمار الرياضي .
0.740	1.253	7.3	3	92.7	38	5.8	12	94.2	195	6.5	3	93.5	43	16.7	1	83.3	5	التعرف على سياسة الدولة في تحديد الاسعار الخاصة بالمشروعات الاستثمارية الرياضية.
0.848	0.807	7.3	3	92.7	38	8.7	18	91.3	189	6.5	3	93.5	43	0.0	0	100.0	6	الاستعانة بقوانين الاستثمار العامة في صياغة القوانين الخاصة بالاستثمار الرياضي
0.409	2.891	4.9	2	95.1	39	5.3	11	94.7	196	0.0	0	100.0	46	0.0	0	100.0	6	ادراك ادارة الاستثمار لكافة قوانين وطرق الاستثمار في المجال الرياضي.
																		وضع ضمانات وحوافز لتشجيع المستثمرين ورجال الاعمال للاستثمار الرياضي مثل
0.873	0.701	7.3	3	92.7	38	5.8	12	94.2	195	4.3	2	95.7	44	0.0	0	100.0	6	أ-الاعفاء من الضرائب الجمركية على استيراد بعض الاجهزة والادوات الرياضية
0.478	2.484	4.9	2	95.1	39	9.7	20	90.3	187	4.3	2	95.7	44	0.0	0	100.0	6	أ- عرض قروض بضمان المشروع الرياضي
0.921	0.492	7.3	3	92.7	38	7.2	15	92.8	192	6.5	3	93.5	43	0.0	0	100.0	6	ج- تسهيل العديد من الاجراءات الادارية الاخرى
0.720	1.338	4.9	2	95.1	39	7.7	16	92.3	191	4.3	2	95.7	44	0.0	0	100.0	6	دراسة اللائحة القانونية للنادى الاولمبى وتنفيذ المشروعات الاستثمارية طبقا لقواعدها
0.372	3.128	7.3	3	92.7	38	11.6	24	88.4	183	4.3	2	95.7	44	0.0	0	100.0	6	وضع قوانين محددة لأساليب استثمار المنشآت الرياضية وغير الرياضية بالنادى الاليمبي .
0.447	2.661	0.0	0	100.0	41	10.6	22	89.4	185	4.3	2	95.7	44	0.0	0	100.0	6	وضوح العقود المبرمة بين المستثمرين والنادى الأولمبى .
0.896	0.600	7.3	3	92.7	38	7.2	15	92.8	192	8.7	4	91.3	42	0.0	0	100.0	6	وجود قواعد تنظم التسويق الرياضي بالنادى الأولمبى .

يتضح من الجدول رقم (٢٩) الخاص بدراسة الجدوى القانونية أن قيم كإ ٢١ تراوحت ما بين (٠.٤٩٢ - ١١.٩٦٩**) (بمستوي دلالة تراوح ما بين (٠.٩٢١ - ٠.٠٠٧) وأن العبارة رقم (٧٢) والتي تنص علي " دراسة النظام الاقتصادي للدولة وعلاقتة بالاستثمار الرياضي " شغلت أعلى قيمة لمربع كإ ٢١ ، بينما العبارة رقم (٧٦/ج) والتي تنص علي " وضع ضمانات وحوافز لتشجيع المستثمرين ورجال الأعمال للاستثمار الرياضي مثل تسهيل العديد من الاجراءات الإدارية " شغلت أقل قيمة لمربع كإ ٢ .

إجمع آراء أعضاء مجلس الإدارة علي جميع العبارات الخاصة بدراسة الجدوى القانونية بنسبة (١٠٠%) فيما عدا العبارة رقم (٧٢) و(٧٣) بلغت نسب الاتفاق عليهما (٨٣.٣%)، ثم جاءت آراء أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام للدعاية والإعلان بالمركز الثاني وتروحت آراؤهم ما بين (٩٢.٧%- ١٠٠%) أما بالنسبة لآراء العاملين بإدارة النشاط الرياضي تراوحت ما بين (٨٧.٠%- ١٠٠%) بينما إحتلت آراء أعضاء النادي الأولمبي المصري المرتبة الأخيرة حيث تراوحت آراؤهم ما بين (٨٨.٤%- ٩٤.٧%).

في ضوء النتائج السابقة تري الباحثة ان أعضاء مجلس إدارة النادي وأعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام للدعاية والإعلان لديهم دراية بدراسة الجدوى القانونية وذلك يرجع الي الاتفاقات القانونية الخاصة بالتسويق التي تتم فيما بينهما، حيث تقوم وكالة الأهرام للدعاية والإعلان بالتعامل مع إدارة النادي في الجوانب المتعلقة بالدعاية الإعلانية عن إعلاناتها وايضا الإعلانات الخاصة بمنتجات بعض المؤسسات الاقتصادية حيث لا توجد إدارة للتسويق بالنادي الأولمبي المصري .

بينما جاءت العبارة رقم (٧٥) والمتعلقة بإدراك ادارة التسويق بكافة قوانين وطرق الاستثمار في المجال الرياضي" بإجماع كل من أعضاء مجلس الادارة والعاملين بإدارة النشاط الرياضي بنسبة (١٠٠%).

تتفق الباحثة مع النتائج السابقة لان إدراك إدارة التسويق لكافة قوانين وطرق الاستثمار الرياضي أحد مهمات دراسة الجدوى القانونية ، بالإضافة الي معرفة القيود المفروضة علي الاستثمار الرياضي ، وفي ضوء هذه القوانين يمكن وضع مجالات لاستثمار منشآت النادي الأولمبي المصري .

كما تتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة سعد عطية الشبراخيتي (٢٠٠٦) (٦٣) علي ضرورة تشجيع الاستثمار الرياضي والوعي به وتسهيل الاجراءات الإدارية للاستثمار الرياضي مع أهمية استحداث مصادر غير تقليدية للتمويل والتنسيق بين الجهات الحكومية المعنية لخدمة الاستثمارات في المجال الرياضي كما له من أهمية اقتصادية كبيرة .

في ضوء ماسبق قام المجلس القومي لشباب بالتعاون مع الصندوق الاجتماعي للتنمية لتيسير فرص حصول الشباب علي القروض لعمل مشروعات مختلفة وفقا لاشتراطات ميسرة تضمن قدرة الشباب علي السداد دون إعاقاة المشروع ويكون المجلس بمثابة الضمان لسداد عن الشباب حاله تعذرهم لأسباب خارجة عن الإرادة . (١٢٣ : ٣٢)

بينما أجمع كل من أعضاء مجلس الإدارة وأعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام بنسبة (١٠٠%) علي العبارة رقم (٧٩) المتعلقة بأهمية وضوح العقود المبرمة بين المستثمرين والنادي الأولمبي.

وهذا يتفق مع نتائج دراسة حسام رضوان كامل (٢٠٠٠) (٢٣) وهو وجود نظام قانوني وتنظيمي موضح به شرعية الاستثمار الرياضي والسياسات والاجراءات المتبعة فية لمعرفة كيفية اتخاذ القرار الاستثماري الصحيح والتغلب علي العقبات ان وجدت ، لذا يجب علي القانون تدعيم ومساندة التشريعات للاستثمار الرياضي وايضا تدعيم وتوضيح العلاقات بين الأطراف المشتركة في الاستثمار .

اتضح للباحثة من خلال نتائج الجداول (٢١ - ٢٩) التعرف علي دراسات الجدوى وأهميتها والمتطلبات الضرورية لها بالإضافة إلي معرفة أنواعها ودور كل منها وكيفية تفعيلها للارتقاء بعملية الاستثمار في النادي الأولمبي المصري ، وأيضا لقاء الضوء علي أكثر الفئات دراية بكل دراسة علي حده ، وبناء علي ذلك تم التوصل إلي دراسات الجدوى التي يمكن من خلالها استثمار منشآت النادي الأولمبي المصري وهو الهدف العام للبحث .