

الفصل الخامس

من خلال ما توصلنا إليه في ضوء الأهداف والتساؤلات ، وفي حدود العينة والمنهج المستخدم واستناداً على ما تم من إجراءات ومعالجات إحصائية لعرض وتفسير النتائج توصلنا إلى الاستنتاجات التالية:

١- الاستنتاجات الخاصة بواقع خطط الاستثمار بوزارتي الرياضة والشباب:
أ- الجوانب القانونية والتشريعية:

- يوجد قصور في القوانين واللوائح الموجودة حيث أنها لا تساعد على زيارة التمويل الذاتي ولا تشجع على استثمار المنشآت الرياضية والشبابية.
- لا يوجد قوانين ولوائح خاصة تشجع على الاستثمار وذلك لعدم وجود نص صريح ضمن قانون الاستثمار يخص المجال الرياضي.
- عدم وجود قوانين خاصة توضح للمستثمرين كيفية الاستثمار في المنشآت وتعمل على جذب المستثمرين للدخول في هذا المجال.
- استنتجنا من خلال نتائج المحور الأول للجوانب القانونية والتشريعية أن ترتيب المديرية في المجموع الكلي للمحور تنازلياً أنه قد حصلت مكاتب الإستثمار على أعلى نسبة في مجموع المحور (٧٤٪)، يليها مديرية الشباب والرياضة بقنا (٧٢.٥٣٪)، ثم يليها مديرية الشباب والرياضة بسوهاج (٧٢.٣٨٪)، ثم يليها مديرية الشباب والرياضة بأسوان (٧٢.٣٣٪)، ثم يليها مديرية الشباب والرياضة بالأقصر (٧١.٢٧٪)، ثم الإدارة المركزية للاستثمار (٦٦٪) وهي أقل نسبة.

بد الجوانب الإدارية:

- يوجد صعوبة في الإجراءات الإدارية التي تواجه المستثمرين القائمين على إدارة المنشآت الرياضية والشبابية، ويرجع ذلك لعدم وجود منسق علاقات عامة يكون حلقة وصل بين الجهة الإدارية والمستثمرين.
- لابد من وجود إدارة متخصصة لإصدار تصاريح العمل الخاصة بالاستثمار مما يؤثر إلى طول المدة ولا يوجد تسهيلات إدارية تقضي على الإجراءات الروتينية التي تواجه المستثمرين.
- عدم وجود إدارة للاستثمار بمديريات الشباب والرياضة بالمحافظات يقلل من المتخصصين والمؤهلين في التسويق والاستثمار والذين يقومون بتسهيل الإجراءات الإدارية والقانونية والتي تضمن حق المستثمر وتهيئ له مناخ الاستقرار.
- استنتجنا أن ترتيب المديرية تنازليا في المجموع الكلي لمحور الجوانب الإدارية أنه قد حصلت مكاتب الاستثمار على أعلى نسبة لعينة البحث بمجموع محور (٧٦.٢٢٪) ثم يليها مديرية الشباب والرياضة بالأقصر على نسبة (٧٢.٥٣٪)، ثم يليها مديرية الشباب والرياضة بسوهاج على نسبة (٧١.٣٢٪)، ثم يليها مديرية الشباب والرياضة بقنا على نسبة (٧١.٠٩٪) ثم يليها مديرية الشباب والرياضة بأسوان على نسبة (٧٠.٨٪)، ثم يليها في الترتيب الأخير الإدارة المركزية للاستثمار على نسبة مجموع محور (٦٩.٧٨٪) بينما بلغ المجموع الكلي لمحور الجوانب الإدارية ما بين (٦٩.٧٨ : ٧٦.٢٢٪).

ج. الجوانب الفنية:

- يوجد ندرة في المتخصصين في الاستثمار والتسويق الرياضي داخل مديريات الشباب والرياضية وذلك لعدم وجود إدارة للاستثمار تختص بتدريب وصقل العاملين بها حتى يصبحوا خبرة في هذا المجال.
- ضعف المستوي الفني للمنشآت الرياضية والشبابية وذلك لنقص الخبرة وعدم توافر الكفاءات التي تروج وتسوق المنشآت الرياضية والشبابية.
- عدم وجود خبرة عملية للمستثمرين وعدم توافر البيانات الكافية للأماكن التي يمكن الاستثمار فيها.
- استنتجنا أن ترتيب محور الجوانب الفنية تنازلياً أنه قد حصلت مكاتب الاستثمار على أعلى نسبة (٧٣.٥٪)، ثم يليها الإدارة المركزية للاستثمار (٧٢.٥٠٪)، ثم يليها مديرية الشباب والرياضة بسوهاج على نسبة (٧١.١٣٪) ثم يليها مديرية الشباب والرياضة بالأقصر على نسبة (٧٠.٦٤٪)، ثم يليها مديرية الشباب والرياضة بقنا على نسبة (٧٠.٥٢٪) بينما بلغ المجموع الكلي أو النسبة المثوية لمجموع محور الجوانب الفنية (٧٣.٥ : ٧٠.٥٢٪).

د. جوانب الوعي بالاستثمار الرياضي:

- لا يوجد وعي بأن المنشآت الرياضية والشبابية تعتبر مجال استثماري يجذب رجال الأعمال والمستثمرين.
- لا يوجد اقتناع كافي لدى المستثمرين بأهمية هذا النوع من الاستثمار في تنمية الفرد والمجتمع.

- لا يوجد وعي بحقوق وواجبات المستثمر وذلك لعدم وجود قانون للاستثمار أو لوائح خاصة تضمن حق المستثمر.
- استنتجنا من خلال النتائج السابقة لمحور جوانب الوعي بالاستثمار الرياضي أن ترتيب المديرية تنارليا فقد حصلت مكاتب الاستثمار على أعلى نسبة أيضاً (٧٣.٢٠٪) ثم يليها في الترتيب مديرية الشباب والرياضة بقنا على نسبة (٧١.٧٩٪) ثم يليها الإدارة المركزية للاستثمار على نسبة (٧٠.٦٧٪)، ثم يليها مديرية الشباب والرياضة بسوهاج على نسبة (٦٩.٦٠٪)، ثم يليها في الترتيب الأخير مديرية الشباب والرياضة بأسوان على نسبة (٦٧.٣٦٪). وقد بلغ المجموع الكلي للمحور أو النسبة المثوية لمجموع المحور ما بين (٦٧.٣٦ : ٧٣.٢٠٪).

هـ جوانب الوعي بالسياسة الرياضية:

- لا توجد سياسة استثمارية واضحة بوزارتي الرياضة والشباب وذلك لعدم توافر مناخ الاستقرار السياسي.
- لا يوجد اهتمام باستثمار المنشآت الرياضية الشبابية من الناحية الاقتصادية مثل المجالات الأخرى.
- عدم وضوح السياسة الاستثمارية للمنشآت يؤدي إلى عرقلة المستثمرين وعدم دخولهم في هذا المجال.
- استنتجنا من خلال النتائج السابقة لمحور الوعي بالسياسة الرياضية أن ترتيب المديرية أو العينة تنارليا قد حصلت مديرية الشباب والرياضة بسوهاج على أعلى نسبة أو الترتيب الأول بنسبة (٧٢.٣٨٪)، ثم يليها

مديرية الشباب والرياضة بأسوان على نسبة (٦٩.٥٢٪) ثم يليها مديرية الشباب والرياضة بالأقصر على نسبة (٦٩.٤٥٪)، ثم يليها مديرية الشباب والرياضة بقنا على نسبة (٦٨.٤٢٪)، ثم يليها في الترتيب مكاتب الاستثمار بنسبة (٦٨٪)، ثم يليها في الترتيب الأخير الإدارة المركزية للاستثمار بنسبة (٦٣.٤٢٪).

٢- الاستنتاجات الخاصة بأساليب التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية:
أ- دور المنشآت الرياضية كأحد مصادر التمويل في الهيئات الرياضية والشبابية:

- المنشآت الرياضية تهدف لإقامة البطولات المحلية والدولية وأنها يجب أن تعمل على الاستثمار المالي والبشري لموارد البيئة المحيطة.
- المنشآت الرياضية تستغل جزء من العائد المادي لأعمال الصيانة والتجديدات.
- اللوائح المنظمة للعمل بالمنشآت لا تساعد على جذب المستثمرين.
- لا يوجد إداريون متخصصون في تسويق المنشآت الرياضية وان أعداد الأخصائيين الرياضيين لا يتناسب مع أعداد المتدربين داخل المنشآت الرياضية.

ب- دور التمويل الحكومي والأهلي كمصدر من مصادر التمويل :

- لا يوجد عدالة في توزيع الدعم الحكومي بين الأندية الكبرى وأندية الصعيد .
- القوانين واللوائح في الأندية والمنشآت الرياضية تحتاج إلى تعديل لأنها لا تواكب التطور الحادث في الرياضة والتطور في صناعة الرياضة وإطلاق

حرية الاستثمار والتسويق الرياضي ووضع لوائح وقوانين تساعد على زيادة التمويل الذاتي.

- مصادر التمويل الذاتي والحكومي داخل الأندية والمنشآت لا تكفي للصرف على صيانة المنشآت والتطوير المستثمر والتمرير في المنشآت لمواكبة التطور الحادث في الرياضة.

- استنتجنا من خلال نتائج أستمارة دور التمويل الحكومي والأهلي كمصدر من مصادر التمويل أن ترتيب المحاور الإستمارة تنازلياً قد احتل محور التمويل الحكومي والأهلي الترتيب الأول لمجموع المحور بنسبة تتراوح ما بين (٦٨.٩٧ : ٧٨.٩١ /)، وقد احتل محور دور المنشآت الرياضية كمصدر من مصادر التمويل الترتيب الثاني بمجموع محور بنسبة تتراوح ما بين (٦٩.٠٣ : ٨٠.٧٩ /).

٣- الاستنتاجات الخاصة بالأسس العلمية التسعير الخدمات بالمنشآت الرياضية والشبابية:

أ- تحديد السعر:

- أهمية تحديد أسعار خدمات المنشآت الرياضية والشبابية على أسس وطرق علمية.

- أهمية وضع الأسعار بما يتناسب مع الظروف الاقتصادية والاجتماعية للأفراد.

- أهمية أن تضع المنشآت إستراتيجية للتسعير تناسب مع الموقف التسويقي وعمل دراسات تسعيرية مع مراكز متخصصة في التسويق.

بـ احتياجات المستهلك:

- أهمية أن نحدد أسعار الخدمات بالمنشآت الرياضية بناءً على حاجات ورغبات المستهلك وقدرته على الدفع وأن يكون هناك موازنة بين المنافع التي يحصل عليها المستهلك وبين القيم النقدية التي يدفعها.

جـ. تغطية سعر للتكلفة:

- أهمية أن تناسب أسعار الخدمات بالمنشآت الرياضية والشبابية مع تكلفة المنشآت وبما لا يؤثر على الظروف الاقتصادية والاجتماعية للأفراد.

جـ. توفير نسبة من الربح بعد حساب التكلفة:

- أهمية توفير نسبة الربح بعد تحديد تكلفة الخدمة المقدمة للعملاء حتى تستطيع هذه المؤسسات والمنشآت للصرف على أعمال التطوير والتمرين وعمل مشروعات خدمية تساهم في النهوض بالرياضة.
- استنتجنا من خلال نتائج ترتيب المحاور لإستمارة الأسس العلمية لتسعير الخدمات بالمنشآت الرياضية والشبابية أنه قد أحتل محور احتياجات المستهلك الترتيب الأول تنازلياً بمجموع محور يتراوح ما بين (٧٣.٦٠ : ٨١.٦٧ / %)، ثم يليه في الترتيب الثاني محور تحديد السعر (السياسات التسعيرية لمجموع محور يتراوح ما بين (٧١ : ٧٨.٩١ / %)، ثم يليه في الترتيب الثالث محور توفير نسبة من الربح بعد التكلفة بمجموع محور يتراوح ما بين (٧٣ : ٨٢.٣٢ / %)، ثم يليه في الترتيب الرابع محور تغطية السعر للتكلفة بمجموع محور يتراوح ما بين (٧٠.٣٤ : ٨١.٥٤ / %) .

٤- اختصاصات العاملين بإدارات الاستثمار بمديريات الشباب والرياضة:

- المحور الأول: إدارة الاستثمار بمديرية الشباب الرياضية:

- لا يوجد إدارة للاستثمار بمديريات الشباب والرياضة بمحافظة الصعيد وتقوم إدارة المنشآت الرياضية بالمديرية ببعض أعمال إدارة الاستثمار في الإشراف على صيانة وتطوير المنشآت الرياضية الواقعة في نطاق هذه المحافظات، وأنه يوجد إدارة مركزية للاستثمار بوزارة الرياضة والشباب ولا يوجد لها فروع بالمحافظات ويوجد لها اختصاصات في الهيكل التنظيمي ولكنها غير مفعلة.
- لا يتم مباشرة العمل في ضوء التوصيف الوظيفي المحدد للعاملين بإدارة الاستثمار وضرورة تفعيل اختصاصات إدارة الاستثمار والعاملين بها وإنشاء إدارة للاستثمار تدير الاستثمار والتسويق للمنشآت الرياضية والشبابية وتجذب المستثمرين.
- توجد خطة لتطوير وتقديم الخدمات بالمنشآت الرياضية والشبابية ولكنها غير كافية.

- المحور الثاني: اختصاصات مدير إدارة الاستثمار:

- توجد اختصاصات لمدير إدارة الاستثمار في الهيكل التنظيمي لوكالة المديرية للشباب والرياضة ولكنها غير مفعلة نظرا لعدم وجود إدارة للاستثمار بمديريات الشباب والرياضة بمحافظة جنوب الصعيد.
- توجد استجابة عالية لموافقة العينة على اختصاصات مدير إدارة الاستثمار وكانت أعلى نسبة في بنود هذه الاختصاصات (وضع الخطة الاستثمارية

الإنشائية لتطوير المنشآت الرياضية بالأندية والهيئات التابعة للمحافظة ومتابعة تنفيذها)، وعمل خريطة للمنشآت الرياضية الواقعة في نطاق المحافظة.

- المحور الثالث: اختصاصات مدير المنشآت الرياضية:

- توجد اختصاصات لمدير المنشآت الرياضية في اللائحة المنظمة لعمل المنشآت الرياضية ويتم العمل بها في بعض المحافظات، ولا يتم العمل بها في بعض المحافظات الأخرى نظرا لعدم وجود إدارة للمنشآت الرياضية لأن اللائحة المنظمة لعمل المنشآت تشترط وجود إستاذ رياضي وهذا غير متوفر في بعض المحافظات مثل قنا والأقصر حتى تاريخه.

- استنتجنا أن أعلى استجابة لاختصاصات مدير المنشآت وهي الإشراف الكامل على جميع المنشآت الرياضية وأقل النود استجابة هي مراقبة سجلات المخازن المختلفة والتأكد من سلامة صحة التسجيل بها.

- المحور الرابع: اختصاصات مدير التسويق والعلاقات العامة:

- لا يوجد مدير للتسويق والعلاقات العامة بالهيكل التنظيمي لإدارة الإستثمار أو إدارة المنشآت الرياضية بالمحافظات.

- استنتجنا أن استجابة العينة لإختصاصات مدير التسويق والعلاقات العامة كانت أعلى نسبة لعبارة الإشراف على جودة الخدمات للهيئات والأفراد بينما حصلت عبارة التعرف على مشكلات المترددين والعمل على حلها حصلت على أقل نسبة.

- أستنتجنا من خلال هذه الدراسة أن محور اختصاصات مدير التسويق والعلاقات العامة من أهم المحاور فى إدارة الإستثمار لأنه حلقة الوصل بين المنشأة أو الجهة الإدارية والمستثمرين.

المحور الخامس : اختصاصات مدير الشؤون المالية والإدارية :-

- أستنتجنا من خلال هذا المحور ضرورة تواجد وظيفة مدير الشؤون المالية والإدارية لوضع الميزانيات التي تحتاجها المنشآت والتأكيد على صحة التوقعات على المستندات المالية وكل ما يخص النواحي المالية.

- أستنتجنا من خلال اختصاصات محور مدير الشؤون المالية والإدارية ضرورة تواجد هذه الوظيفة بإدارة الإستثمار للعمل على تدريب أعداد الكوادر اللازمة فى كل التخصصات التي تحتاجها المنشآت الرياضية.

المحور السادس: اختصاصات مدير البرامج والمشروعات:

- أستنتجنا من خلال محور اختصاصات مدير البرامج والمشروعات ضرورة وجود هذه الوظيفة بالهيكل التنظيمى لإدارة الإستثمار وذلك للتخطيط والإشراف والمتابعة لكل الأنشطة الرياضية بالمنشآت واقتراح الحوافز والعقوبات على الأخصائيين والمدربين وذلك لضمان حسن سير العمل بالمنشآت.

- تنظيم أعداد الدورات التدريبية للمدربين والأخصائيين أو ترشيحهم كلاً فى تخصصه.

المحور السابع: اختصاصات مديري المنشآت الفرعية:

- استنتجنا من خلال اختصاصات مديري المنشآت الفرعية والمقصود بها مدير الإستاد الرياضى، الصالة المغطاة، حمام السباحة، فندق الرياضيين، وباقي المنشآت وضرورة أن يكون مديري المنشآت مؤهلين ومتخصصين وحاصلين على دورات فى الإستثمار والتسويق والتمويل.
- أن يكون مديري المنشآت تتوافر لديهم الكفاءة والخبرة والرؤية المستقبلية للنهوض بتطوير وتحديث المنشآت الرياضية وتذليل العقبات أمام المستثمرين والعلماء والهيئات الرياضية المختلفة.
- استنتجنا من خلال نتائج محاور استمارة اختصاصات العاملين بإدارات الإستثمار بمديريات الشباب الرياضة أنه قد احتل محور التخطيط الترتيب الأول تنائلياً للمحاور الأكثر أستجابة وتراوح مجموع المحور ما بين (٧٥.٩٢ : ٨٦.٨١٪)، ويليه فى الترتيب الثانى محور اختصاصات مدير التسويق والعلاقات العامة الترتيب الثانى بنسبة تتراوح ما بين (٧٤.٧٨ : ٨٦.٠٤٪)، ثم يليه محور اختصاصات مدير الشؤون المالية والإدارية فى الترتيب الثالث بنسبة تتراوح ما بين (٧٤.٢٠ : ٨٥.٨٦٪) لمجموع المحور، ثم يليه فى الترتيب الرابع محور اختصاصات مدير المنشآت الرياضية بنسبة تتراوح ما بين (٧٤.٠٨ : ٨٦.٢٧٪)، ثم يليه فى الترتيب الخامس محور اختصاصات مديري المنشآت الفرعية بنسبة تتراوح ما بين (٧٥.٢٥ : ٨٨.٥٥٪)، ثم يليه فى الترتيب السادس محور اختصاصات مدير البرامج والمشروعات بنسبة تتراوح ما بين (٧٢ : ٨٨٪)، ثم يليه فى الترتيب السابع والأخير محور

أختصاصات إدارة الإستثمار بمديرية الشباب والرياضة بنسبة تتراوح ما بين
(٦٤ : ٨١.١٨ /) لمجموع المحور.

ونري من خلال ما سبق ضرورة وضع هيكل تنظيمي مقترح لإدارة
الاستثمار بمديرية الشباب والرياضة متضمنا كل المحاور السابقة، وذلك للدور الهام
لإدارة الاستثمار في التغلب علي المعوقات والصعوبات التي تواجه المستثمرين
والعاملين في المجال الرياضي. ومدي أهمية ودور إدارة الاستثمار بالمديريات في
تطوير وتحديث وصيانة المنشآت الرياضية والشبابية، والتوسع في إقامة منشآت
رياضية حديثة تواكب المنشآت العالمية، وذلك للوقوف علي مدي قدرة هذه
المنشآت علي استضافة وتنظيم البطولات والدورات الرياضية والاحتفالات من
خلال تدريب واثقل المؤهلين والمتخصصين في الإدارة والاستثمار والتسويق والتمويل
وذلك لوضع أسس لكيفية الاستثمار في هذه المنشآت والمؤسسات الرياضية
والأماكن التي يمكن الاستثمار فيها علي أسس علمية للخروج بهذه المنشآت
الرياضية والشبابية من منشآت خدمية استهلاكية تعتمد في مصادر تمويلها علي
الدولة إلي منشآت خدمية منتجة تعتمد علي التمويل الذاتي وتدر دخلا يساهم في
صناعة الرياضة وتحويلها إلي استثمار يساهم في النهوض بالإقتصاد القومي
ويكون مصدر رئيسي من مصادر الدخل القومي للدولة أسوة بالدول الأوروبية
والتي سبقتنا في مجال الاستثمار الرياضي.

٥-الاختصاصات الوظيفية للعاملين بإدارات الاستثمار بمبيريّات الشباب والرياضة:-

اختصاصات مدير إدارة الإستثمار:

- ١- العمل على توسيع قاعدة الإستثمار الرياضى فى رأس المال المادى والبشرى وإدارة وتطوير وصيانة المنشآت الرياضية.
- ٢- الأشراف على المنشآت الرياضية الواقعة فى نطاق المحافظة (الأستاد الصالات، حمامات السباحة، فنادق الرياضيين، وحدات الطب الرياضى صالات اللياقة البدنية، الملاعب المفتوحة).
- ٣- وضع الخطة الإستثمارية الإنشائية لتطوير المنشآت الرياضية فى الأستادات الرياضية والأندية والهيئات التابعة للمحافظة ومتابعة تنفيذها.
- ٤- التنسيق والمتابعة مع بنك الإستثمار القومى فيما يخص لخطة الأستثمارية للمنشآت الرياضية والشبابية فى المحافظة.
- ٥- العمل على تسويق المنشآت الرياضية وتوفير فرص الرعاية الرياضية لمشروعات وزارتي الرياضة والشباب.
- ٦- القيام بالعملية التخطيطية لبرامج وأنشطة الإستثمار المادية البشرية الخاصة بالمنشآت الرياضية.
- ٧- دراسة وسائل وأليات التمويل الذاتى للمنشآت الرياضية بشكل متواصل وتحقيق أرباح لصالح هذه المنشآت.

- ٨- وضع خطط الرقابة على إدارة جميع الموارد المتاحة بما يحقق الإستفادة القصوى من تلك الموارد وتحقيق مستوى جيد لأنشطة الصيانة والتطوير المستمر للمنشآت الرياضية.
- ٩- وضع خريطة للمنشآت الرياضية فى نطاق المحافظة.
- ١٠- إنشاء قاعدة بيانات للمنشآت الرياضية تشمل (تاريخ الإنشاء، والسعة، والقيمة المالية مزوداً بالصور.
- ١١- تدريب القائمين بالمنشآت الرياضية على الأساليب الحديثة للإنشاء والتطوير.
- ١٢- المتابعة الفنية والميدانية لكافة المشروعات الرياضية التى يتم تنفيذها والتأكد من مطابقتها للمواصفات الفنية وإعداد التقارير الفنية وعرضها على الجهات المختلفة.
- ١٣- وضع شروط ومواصفات وإعداد المقاييس التقديرية الخاصة بزراعة الملاعب.
- ١٤- المساهمة فى مشروعات حماية البيئة من التلوث وذلك عن طريق عمليات التشجير المكثفة وزراعة المسطحات فى المناطق المحيطة بالمنشآت الرياضية.
- ١٥- تقييم أداء كل منشأة على حدة ووضع الحلول والمقترحات لتعظيم العائد منها.
- ١٦- القيام بدور فعال فى تشجيع المجتمع المدنى والقطاع الخاص على إنشاء وإدارة المنشآت الرياضية.

- ١٧- تحديد احتياجات المنشآت الرياضية من الأعمادات المالية الإستثمارية والإنشائية بالتنسيق بما يحقق أعلى عائد اقتصادى.
- ١٨- المتابعة الميدانية للمنشآت الرياضية من حبت الصيانة والتحديث.
- ١٩- وضع خطة لترويج المنشآت الرياضية على مدار العام.
- ٢٠- الأستعانة بخبراء أو المكاتب الأستثمارية فى وضع خطط وبرامج التسويق للمنشآت الرياضية.
- ٢١- تقدير التمويل اللازم للمشروعات والبرامج الرياضية وأقتراح مصادر التمويل.
- ٢٢- متابعة تنفيذ برامج الترويج وأعداد دراسات الجدوى الأقتصادية للبرامج الرياضية.

المحور الثالث: اختصاصات مدير المنشآت الرياضية:

- ١- الأشراف الكامل على جميع المنشآت الرياضية.
- ٢- المحافظة على الملاعب والمنشآت الرياضية.
- ٣- الأشراف على أعمال الصيانة الدورية لجميع المرافق.
- ٤- تنفيذ سياسات المجلس القومى للرياضة والشباب فيما يتعلق بالمنشآت والمرافق.
- ٥- مراقبة العمل بالمخازن من ناحية التنظيم والصرف والتمويل.
- ٦- كتابة تقارير دورية للعرض على مدير إدارة الإستثمار وأقتراح ما يجب عمله.
- ٧- المرور المستمر على المرافق المختلفة وتبليغ مدير إدارة الإستثمار بالمخالفات التى يراها وأقتراح الحلول لها.

- ٨- الأشراف على عملية الفحص السنوى للأدوات والأجهزة.
- ٩- الأشراف على إعداد وتجهيز الملاعب والأدوات قبل بداية أى نشاط أو بطولة.
- ١٠- الأشراف على جميع الحداثق والنواحي الجمالية.
- ١١- أقترح تعيين الفنيين والعمال.
- ١٢- مراقبة سجلات المخازن المختلفة والتأكد من سلامة صحة التسجيل بها.
- ١٣- العمل على إعداد وتدريب الكوادر اللازمة لتشغيل الوحدات التابعة للمنشآت.
- ١٤- تحديد واجبات العمل لشاغلي الوظائف المختلفة بالمنشآت الرياضية ومراقبة إنجاز العمل المكلفين به وأعتماذ مكافأتهم وفقاً لأيام التشغيل.
- ١٥- أعداد المقترحات الخاصة بتطوير العمل فى المنشآت الرياضية وتقديمها إلى مدير إدارة الإستثمار لدراستها ورفعها إلى وزارتي الرياضة والشباب.
- ١٦- عمل تقرير شهري عن إيرادات ومصروفات المنشآت وتقويم العمل بصفة دورية.
- ١٧- أخطار مدير الإستثمار بأوجه القصور فى المنشآت للعمل على علاجها.
- ١٨- تحديد واجبات العاملين فى حالة حدوث الأزمات وتدريبهم على مواجهتها بما يضمن سلامة الأرواح والمنشآت.
- ١٩- تحديد الواجبات للعاملين والأجراءءات التى يمكن أأخاذها فى حالة أصابة العاملين وممارسة الأنشطة فى المنشآت الرياضية.

- ٢٠- الأشراف على السجلات والمستندات المتصلة بشئون العمل والمحافظة عليها.
- ٢١- التنسيق والمتابعة بين وحدات المنشآت والمديرية.
- ٢٢- الأشراف على أعداد اللوحات التي تمكن المترددين من التعرف على وحدات الأستاذ.
- ٢٣- الأشراف على أعداد البرامج وتنظيم مواعيد استخدام المنشآت الرياضية.
- ٢٤- العمل على ترشيد استخدام المياه والكهرباء والهاتف.
- ٢٥- الأشراف على وحدات المنشآت بما يكفل سلامتها.
- ٢٦- العمل على تكثيف ممارسة الأنشطة الرياضية فى وحدات المنشآت وتسويق استخدام مرافقه.

مدير التسويق والعلاقات العامة:

- ١- تحديد الخدمات التى سوف يتم تقديمها للأفراد والهيئات.
- ٢- تحديد شروط الأنتفاع من الخدمات المقدمة.
- ٣- تحديد وسائل الإعلان عن الخدمات المقدمة داخل المنشآت الرياضية.
- ٤- التعرف على حاجات ورغبات الأفراد المترددين والهيئات.
- ٥- الأشراف على جودة الخدمات المقدمة للهيئات والأفراد.
- ٦- إجراء البحوث التسويقية المستمرة.
- ٧- تحديد وسائل ترويج الخدمات المقدمة.
- ٨- وضع البرامج والخطط التسويقية.
- ٩- أشباع حاجات ورغبات الأفراد والهيئات وأحتياجاتهم.

- ١٠- التعرف على مشكلات المترددين والعمل على حلها.
 - ١١- خلق اهتمامات بين المنشأة والأعضاء المترددين.
 - ١٢- وضع البرامج التي تحدد أهداف المنشأة والخدمات التي تؤديها للأفراد والمجتمع.
 - ١٣- العمل على كسب ثقة الأفراد والهيئات للأنشطة والخدمات.
 - ١٤- التسويق الدائم والفعال للبرامج والخدمات المقدمة بالمنشآت.
 - ١٥- تحقيق السمعة الطيبة بين المجهود الداخلى وإدارة المنشأة.
 - ١٦- إثارة اهتمام الأفراد والهيئات بالخدمات المقدمة.
 - ١٧- تقديم الإعلام المفيد بالطريقة التي تقدم أهداف وبرامج العمل إلى القاعدة العريضة من الجماهير.
 - ١٨- تصحيح أى تدخل أو سوء تفاهم يحدث أثناء ممارسة الأنشطة.
 - ١٩- تحسين العلاقة بين إدارة المنشأة والهيئات الأخرى.
 - ٢٠- الأهتمام بالخدمات الجديدة وتطوير الخدمات الحالية بهدف الأقبال على حجز المنشأة.
 - ٢١- أمداد الإدارة العليا بالرؤية المستقبلية الخاصة بالخدمات وتسويقها حتى يمكن الإعتماد عليها فى التخطيط.
- ٦- اختصصات مدير الشؤون المالية والإدارية:
اختصاصات مدير الشؤون المالية:
- ١- تنفيذ قرارات مدير المنشأة فيما يتعلق بالأمور المالية.
 - ٢- وضع الميزانيات طبقا لاحتياجات المنشآت.

- ٣- الاشتراك في عمل الحساب الختامي للسنة المالية المنتهية.
 - ٤- تنفيذ الطرق القانونية من صرف وتسوية السلف.
 - ٥- تقديم المشورة المالية لمدير عام الاستثمار.
 - ٦- إنشاء السجلات القانونية اللازمة للوائح المالية.
 - ٧- مراقبة التدوين والحفظ والتداول للسجلات المالية.
 - ٨- صرف الحوافز لمستحقيها فور التصديق عليها.
 - ٩- مراجعة الفواتير بالمستندات المالية قبل صرفها.
 - ١٠- التأكد من صحة التوقيعات علي المستندات المالية.
 - ١١- اشتراك في تنفيذ الممارسات والمناقصات.
 - ١٢- الاشتراك في عمليات شراء الأدوات والأجهزة داخل المنشآت.
 - ١٣- الإشراف علي عمليات طبع وبيع التذاكر.
- ب- اختصاصات مدير الشؤون الإدارية:

- ١- تنفيذ تعليمات مدير المنشأة فيما يتعلق بالنواحي الإدارية.
- ٢- كتابة التعليمات المنظمة لكافة أقسام إدارة الشؤون الإدارية.
- ٣- استلام وفحص أي أصناف إدارية.
- ٤- مراقبة أعمال الأقسام التابعة له وكتابة تقارير دورية عنها.
- ٥- اقتراح الحوافز للمتميزين في الأعمال الإدارية.
- ٦- اقتراح العقوبات التأديبية علي المقصرين.
- ٧- الاشتراك في تنفيذ الممارسات والمناقصات.
- ٨- تحرير العقود وعمل إجراءات التعيين للعاملين الجدد.

- ٩- مراقبة سجلات حضور وانصراف العاملين.
- ١٠- رفع تقرير لمدير المنشآت بموقف الأفراد المطلوب ترقيةهم.
- ١١- تبليغ مدير المنشآت عن أي مخالفة إدارية واقتراح التصرف فيها.
- ١٢- تحديد الإجراءات الواجب اتخاذها في حالة إصابة العاملين.
- ١٣- العمل علي إعداد وتدريب الكوادر اللازمة للعمل.
- ١٤- عمل إجراءات العرض الصحي للعاملين علي أحد المستشفيات.

اختصاصات مدير البرامج والمشروعات:

- ١- التخطيط والإشراف والمتابعة علي جميع الأنشطة.
- ٢- اقتراح القواعد والأسس المنظمة وعرضها علي مدير الاستثمار.
- ٣- تنظيم المسابقات الداخلية والخارجية.
- ٤- دراسة متطلبات الأنشطة من ملابس وأدوات.
- ٥- مناقشة خطط جميع الأنشطة وإقرارها مع جميع الاقسام.
- ٦- اقتراح زيادة أو إلغاء بعض الأنشطة.
- ٧- تنفيذ سياسة إدارة الاستثمار فيما يتعلق بالأنشطة.
- ٨- العمل علي إزالة العقبات التي تعترض سير الأنشطة.
- ٩- تحقيق الاستقرار في الأنشطة المختلفة وتنسيق الأعمال بينهم.
- ١٠- اقتراح الحوافز والعقوبات علي المديرين والأخصائيين لضمان سير العمل.
- ١١- الاشتراك مع مدير الاستثمار في تخصيص الميزانيات اللازمة لكل نشاط.
- ١٢- مراقبة سجلات الأنشطة المختلفة والتأكد من سلامتها.

اختصاصات مديري المنشآت الفرعية:

المنشآت الفرعية هي: (الملعب الرئيسي - الصالة المغطاة - وحدة الطب الرياضي - حمام السباحة - فندق الرياضيين - صالة اللياقة البدنية - الملاعب المفتوحة) و(مختصاصاتهم هي:-

- ١- يتولى إدارة شؤون المنشأة والأشراف علي تنفيذ العاملين لواجباتهم.
- ٢- أعداد برامج ومواعيد استخدام المنشأة للجهات المسموح لها باستخدامها.
- ٣- أعداد السجلات والوثائق الأرشيفية اللازمة لإستخدامات المنشأة في مجالات الأنشطة المختلفة.
- ٤- المحافظة على المنشأة وعلى الأجهزة والأدوات الموجودة بها ومتابعة تنفيذ أعمال الصيانة الدورية لها.
- ٥- العمل على تنمية إيرادات المنشأة وزيادة مواردها واستثمارها.
- ٦- اعتماد الصرف من السلطة المستديمة.
- ٧- اتخاذ كافة تدابير الأمن والسلامة للحفاظ على العاملين والمتربين على المنشأة.

٨- العمل على ترشيد أستهلاك المياه والكهرباء والهاتف.

خامساً:- الاستنتاجات الخاصة بالإستراتيجية المقترحة لاستثمار المنشآت الرياضية

والشبابية بمديريات الشباب والرياضة :

أولاً :- محور (الأهداف) :

(إن وزارتي (الردثة لشئون الرياضة والشباب تضع أهداف مستعمرة لأبر من تطبيقها وهي:-

- العمل على تنمية الموارد الذاتية للمنشآت الرياضية والشبابية.

- إدارة وتشغيل المنشآت الرياضية بأسلوب اقتصادى.
- تحقيق التوازن فى أعداد خطط توزيع المنشآت الرياضية والشبابية.
- تعميم مفاهيم الإستثمار الرياضى فى كل الهيئات الرياضية.
- عمل خريطة إلكترونية للمنشآت الرياضية والشبابية.

ثانياً:- محور (التخطيط):

- أستنتجنا من خلال محور التخطيط أنها تتفق مع خطط وزارة الدولة للرياضة والشباب بضرورة وضع خطة إستثمارية فعلية لزيادة العائد الإقتصادى وتخفيف العبء المالى عن كاهل وزارتي الرياضة والشباب وأعتقاد المنشآت الرياضية على التمويل الذاتى فى الصيانة والتطوير والتحديث المستمر لهذه المنشآت وضرورة التخطيط الجيد للإستثمار الأمثل لمرافق وإمكانات المنشآت الرياضية والشبابية.
- ضرورة توزيع الخطة الإستثمارية بطريقة متوازنة وعادلة طبقاً للإحتياجات الفعلية للمنشآت.
- ضرورة أن تشمل الخطة وضع برامج زمنية للإستثمار والتسويق للإمكانات الخاصة بمرافق المنشآت الرياضية والشبابية.

ثالثاً:- محور (الإمكانات) :-

- أستنتجنا من خلال محور الإمكانات أنه يمكن أستثمار إمكانات ومرافق المنشآت الرياضية والشبابية واستغلال الأماكن الشاغرة فى عمل الإعلانات والدعاية وأستثمارها لزيادة العائد الإقتصادى.

- توضح الدراسة ضرورة أستغلال الإمكانيات المادية والبشرية للمنشآت الرياضية والشبابية لزيادة العائد الإقتصادي والتحديث والتطوير 'لمستمر لهذه المنشآت والتوسع فى إقامة منشآت حديثة.

- توضح الدراسة ضرورة تشجيع المستثمرين وعمل التسهيلات اللازمة لهم لإستثمار إمكانيات ومرافق المنشآت وتسهيل الإجراءات وإزالة العنقبات التى تواجههم.

رابعاً:- محور (الإعلانات):-

- أستنتجنا من خلال محور الإعلانات أنه يمكن منح الشركات الإستثمارية الراعية للفرق الرياضية حق الدعاية والإعلان مقابل عائد مادي مدسب عن طريق أستغلال الأماكن الشاغرة فى عمل الدعاية والإعلان.

- أنه يجب وضع خطة لتسويق التذاكر والإعلانات عن طريق عمل موقع على شبكة المعلومات توضع به تفاصيل الخدمات الرياضية داخل المنشآت.

خامساً :- محور (تنظيم الإحتفالات والبطولات) :-

- أستنتجنا من خلال هذه الدراسة لمحور تنظيم الإحتفالات والبطولات أهميتها وذلك لضرورة أن يستعين مسئولى المنشآت بوكلاء لدعاية والإعلان عن هذه البطولات والإحتفالات الكبرى وعمل تسويق لها.

- أن يتم التعاقد مع الشركات الإستثمارية لتغطية أحتياجات المنشآت مقابل الدعاية والإعلان لها فى المباريات والبطولات والإحتفالات واستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة فى ذلك مما يساعد على جذب المستثمرين للإستثمار فى المنشآت الرياضية وعمل التسهيلات اللازمة لهم

سادسا:- محور (الرعاية الرياضية) :-

- استنتجنا من خلال هذه الدراسة لمحور الرعاية الرياضية أنه يجب الموازنة بين احتياجات الراعي وأهداف المنشأة بحيث تعمل على زيادة عملية التسويق.
- ضرورة عمل تسهيلات للشركات الراعية ومنحهم الحقوق اللازمة لرعاية الأحداث الرياضية وعمل التسويق والدعاية والإعلان لهذه الأحداث والفرق الرياضية التي يتم رعايتها وأستضافتها داخل المنشآت الرياضية والشبابية.

سابعاً :- محور (الإستثمار والتسويق) :-

- استنتجنا من خلال محور الإستثمار والتسويق عمل تشريعات خاصة بالرياضة فى مجال الإستثمار الرياضى مما يتيح إطلاق حرية الإستثمار والتسويق فى المنشآت الرياضية والشبابية.
- ضرورة زيادة حجم الإستثمارات المخصصة فى الخطط الإستثمارية للمنشآت.
- ضرورة عمل خريطة لترويج المنشآت الرياضية والشبابية على مدار العام.
- العمل على تدريب العاملين بالمنشآت الرياضية على الطرق الحديثة فى الإستثمار والتسويق.
- ضرورة الإستعانة بخبراء التسويق ومكاتب الإستثمار فى خطط وبرامج المنشآت الرياضية والشبابية.
- ضرورة أن تعمل المنشآت الرياضية والشبابية على تحقيق أعلى عائد أقتصادي يساهم فى تطوير وتحديث المنشآت.

ثامناً:- محور (التمويل):-

- استنتجنا من خلال هذه الدراسة أن محور التمويل من أهم المحاور لكونه الركيزة الأساسية التي تساهم فى تطوير وتحدي المنشآت الرياضية والشبابية

والتوسع فى إقامة المنشآت الرياضية والشبابية، والتوسع فى إقامة المنشآت
فيجب أن تكون هناك عدالة فى توزيع الدعم المالى المقدم من الحكومة بين
المنشآت الرياضية وخاصة بين منشآت الصعيد والمنشآت الأخرى.

- ضرورة اعتماد المنشآت الرياضية والشبابية على التمويل الذاتى والإستغناء
عن التمويل الحكومى، ووضع لوائح مالية لتسعير الخدمات بالمنشآت
الرياضية والشبابية على أسس علمية وتناسب ظروف كل محافظة .

- يجب اختيار مديري المنشآت الرياضية والشبابية من العاملين المؤهلين والمديرين
والذين تتوافر لديهم الرؤية لزيادة التمويل الذاتى للمنشآت الرياضية والشبابية.

استنتجنا من خلال نتائج محاور الإستراتيجية المقترحة لإستثمار المنشآت
الرياضية أنه قد أحتل محور تنظيم الإحتفالات والبطولات الترتيب الأول فى أعلى
المحاور، والترتيب التنازلي بنسبة مجموع محور ما بين (٧٩.٥ : ٤٨.٤٨٪) ثم يليه
فى الترتيب الثانى محور الرعاية الرياضية بمجموع محور ما بين (٧٧.٠٣ :
١٨.١٨٪) ، ثم يليه فى الترتيب الثالث محور الإستثمار والتسويق بنسبة مجموع
محور ما بين (٧٥.٠٢ : ٨٤.٢٪) ثم يليه فى الترتيب الرابع محور التخطيط
بمجموع محور يتراوح ما بين (٧٦.١٦ : ٨٦.٩٧٪)، ثم يليه فى الترتيب الخامس
محور التمويل بمجموع محور يتراوح ما بين (٧٢.٤٩ : ٨٣.٢٠٪)، ثم يليه فى
الترتيب السادس محور الإمكانيات بمجموع محور يتراوح ما بين (٧٥.٨٢ :
٨٧.٣٩٪)، ثم يليه فى الترتيب السابع محور الأهداف بمجموع محور يتراوح ما
بين (٧٥.٣٠ : ٨٧.١٣٪)، ثم يليه فى الترتيب الثامن محور الإعلانات بمجموع
محور يتراوح ما بين (٧٦ : ٨٨.١٨٪) .

نموذج الإستراتيجية المقترحة لإستثمار المنشآت الرياضية بمديريات

الشباب والرياضة بمحافظات جنوب الصعيد :-

أولاً: الفلسفة الإستراتيجية :

- أقتناع وإيمان الإدارة العليا بأهمية تبنى وضع إستراتيجية لإستثمار المنشآت الرياضية بمديريات الشباب والرياضة بإعتبارها هى المسئول الأول عن تطبيقها وهو أساس النجاح والتطور.
- النهوض بالبنية التحتية الأساسية من المنشآت والمرافق الرياضية وفقاً للمواصفات الفنية والمعايير الدولية لتضاهى وتواكب المنشآت الرياضية العالمية، وذلك من خلال الإستثمار الأمثل لمثل هذه المنشآت.
- تسعى الإستراتيجية المقترحة لإستثمار المنشآت الرياضية لتخفيف العبء عن موازنة الدولة وصيانة وتأهيل وتطوير المنشآت، والوقوف على معرفة قدراتها التنافسية ومناطق الضعف والقوة بها، وكذلك التوسع فى إقامة المنشآت الجديدة على أسس علمية بما يتفق مع إستراتيجية وزارتي الرياضة والشباب.
- تسعى هذه الإستراتيجية إلى تسهيل كافة الإجراءات الإدارية والفنية والقانونية وإزالة المعوقات أمام المستثمرين لجذب رؤوس الأموال، وتوفير فرص عمل حقيقية للإستثمار فى مصر والتي تعتبر أحد صور الإستثمار الموجه وأحد سبل الإقتصاد القومى للدولة مستقبلاً.
- تساهم هذه الإستراتيجية فى إعادة توازن وتوزيع المنشآت الرياضية على مستوى الجمهورية وخاصة بالصعيد لما يمتلكه من قدرات تنافسية ومواقع جذب سياحى تساعد فى جذب رؤوس الأموال العربية والأجنبية، مما يساعد

فى تحويل الرياضة من نشاط ترفيهى مستهلك إلى نشاط منتج ليكون أحد مصادر الدخل الرئيسية فى مصر كباقى دول العالم.

رؤية ورسالة الإستراتيجية :

تعتبر هذه الإستراتيجية أحد الخطوات والوسائل التى تحاول التعرف على كيفية إستثمار المنشآت الرياضية على أسس وطرق علمية حديثة وذلك للموقوف على نواحى القصور والضعف من أجل إزالة المعوقات وإيجاد مصادر تمويل ذاتى عن طريق تنمية الموارد لهذه المنشآت، وخلق فرص عمل حقيقية لجذب المستثمرين للإستثمار الأمثل لهذه المنشآت، مما يساعد فى تحقيق أهداف وأستراتيجية وزارتى الدولة للرياضة والشباب، وبما يتفق مع الإتجاه العام والسياسة العامة للدولة نحو الإستثمار وتشجيعه ليكون هو النقلة الحقيقية التى تجعل مصر من الدول المتقدمة.

الجهات المستفيدة من الإستراتيجية :-

نقدم هذه الإستراتيجية إلى وزارتى الرياضة والشباب ومديريات الشباب والرياضة والأندية الرياضية ومراكز الشباب التى تعاني من أزمات تمويلية، حيث أن وزارتى الرياضة والشباب هى الجهات الإدارية الحكومية المسؤولة عن الرياضة والشباب فى مصر وكافة المنشآت الرياضية الحكومية والأهلية والخاصة.

الإستراتيجية المقترحة

لإستثمار المنشآت الرياضية والشبابية

وجه المقارنة	الإستراتيجية المقترحة	وسائل وآليات تنفيذ الإستراتيجية
الأهداف:	- أستثمار وتسويق المنشآت الرياضية الحكومية والأهلية من أجل الوصول بها إلى أرقى	- وذلك عن طريق الدعاية والإعلان لجذب رجال الأعمال والمستثمرين للإستثمار فى المنشآت الرياضية من خلال

وجه المقارنة	الإستراتيجية المقترحة	وسائل وآليات تنفيذ الإستراتيجية
	المستويات العالمية لقياس مدى قدرتها على إستضافة وتنظيم الدورات والبطولات الرياضية العالمية.	عمل التسهيلات التي نشجعهم على الإستثمار داخل هذه المنشآت.
	- إدارة وتشغيل المنشآت الرياضية بأسلوب اقتصادي لتنمية الموارد الذاتية لهذه المنشآت بالمحافظات مع أهمية تحقيق التوازن في إعادة توزيع المنشآت والتوسع فيها.	- وذلك عن طريق تطبيق مفاهيم العائد والتكلفة وطرق التقييم المالي والإداري للمنشآت هادفة الربح للتعرف على نقاط القوة والضعف داخل المنشآت.
	- تعميم مفاهيم الإستثمار الرياضي بالمنشآت الرياضية والشبابية.	- عن طريق الدعاية والإعلان وإعداد الكوادر الفنية المتخصصة بالمنشآت الرياضية والشبابية.
	- تعديل التشريعات والقوانين لتسهيل إجراءات تحقيق أهداف المنشآت الرياضية والغرض الذي أنشئت من أجله.	- وذلك عن طريق عمل قوانين خاصة بالإستثمار الرياضي تكفل تحقيق الإستثمار الأمثل لهذه المنشآت.
	- عمل خريطة للمنشآت الرياضية والشبابية وإعداد مكتبة رقمية بالمحافظات وربطها بشبكة الإنترنت بوزارتي الشباب والرياضة لمعرفة الأماكن التي يمكن	- وذلك عن طريق عمل التسهيلات وإزالة المعوقات التي تواجه المستثمرين لتشجيعهم للإستثمار في المنشآت الرياضية وإبرام العقود التي تضمن حقوقهم

وجه المقارنة	الإستراتيجية المقترحة	وسائل وآليات تنفيذ الإستراتيجية
	الإستثمار فيها مع توفير كافة المعلومات عن المنشآت الرياضية	في هذا المجال
٢. التخطيط:	- إعداد ووضع خطة زمنية لإستثمار المنشآت الرياضية والشبابية تشمل عمل برامج زمنية للتسويق وأساليب مختلفة للدعاية والإعلان ، وترويج البطولات والأحداث الرياضية داخل المنشآت.	- ويتم ذلك من خلال مرونة الخطط الموضوعية لإستثمار المنشآت الرياضية ومشاركة العاملين بالمنشآت الرياضية في عملية التخطيط تساعد على التنفيذ الجيد للخطط والبرامج الموضوعية.
	- يتم وضع الخطط داخل المنشآت في ضوء احتياجات العمل وتدريب الكوادر العاملة بهذه المنشآت للتغلب على معوقات تنفيذ برامج الخطط الموضوعية .	- ويتم ذلك من خلال أستخدام الأسلوب العلمى وعمل الدورات التدريبية التى تؤهلهم لفهم الخطط الموضوعية وتطبيقها.
	- وضع خطة وبرامج زمنية لتسويق المنشآت الرياضية والشبابية محلياً وعالمياً وأستخدام وسائل الإعلام المختلفة لجذب رجال الأعمال للإستثمار فى هذه المنشآت.	- وذلك من خلال عمل الدعاية والإعلان وعمل المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت مع توضيح الأماكن التى يمكن الإستثمار فيها وأستغلال الأحداث الرياضية للترويج لهذه المنشآت.

وجه المقارنة	الإستراتيجية المقترحة	وسائل وآليات تنفيذ الإستراتيجية
	<ul style="list-style-type: none"> - وضع خطة إستثمارية تراعى وضع موازنات واقعية ومدروسة وأخذ القرارات للتوسع فى المنشآت الرياضية وربطها بالكثافة السكانية بالمحافظات وتكون هذه الخطط قصيرة المدى وأخرى طويلة المدى. 	<ul style="list-style-type: none"> - من خلال الحصول على التمويل الحكومى الذى يحقق التوازن بين المنشآت الرياضية المختلفة سواء بالصعيد أو أى مكان آخر وأستغلال أماكن الجذب السياحى لعمل منشآت ومدن رياضية بجوارها.
الإمكانات:	<ul style="list-style-type: none"> - أستثمار الإمكانات المادية وال بشرية الموحدة بالمنشآت الرياضية لزيادة العائد الإقتصادى من خلال إستثمار المرافق فى الدعاية والإعلان للمنشأة. 	<ul style="list-style-type: none"> - ويتم أستثمار هذه الإمكانات من خلال جهود العاملين على كيفية أستغلال مرافق المنشآت وتشجيع المستثمرين لإستثمار هذه المرافق
	<ul style="list-style-type: none"> - تنظـيم دورات التوعـيـة للمستثمرين بأهمية أستثمار إمكانات المنشآت الرياضية والشبابية سواء المادية أو البشرية. 	<ul style="list-style-type: none"> - ويتم ذلك من خلال رعاية المستثمرين وتوفير المناخ الملائم وعمل التسهيلات اللازمة لهم.
	<ul style="list-style-type: none"> - وضع خطط زمنية لإستثمار إمكانات ومرافق المنشآت أفضل أستثمار للنهوض بها وتحديثها وذلك من خلال جدول زمنى. 	<ul style="list-style-type: none"> - وذلك من خلال تحقيق التوازن فى توزيع الدعم لهذه المنشآت وتوفير المعلومات أمام المستثمرين عن الأماكن التى يمكن الإستثمار فيها.

وجه المقارنة	الإستراتيجية المقترحة	وسائل وأليات تنفيذ الإستراتيجية
علايات	- أستغلال الأماكن الشاغرة بالمنشآت الرياضية والشبابية فى عمل الدعاية والإعلان فى هذه الأماكن.	- وداءك عن طريق منح الشركات الراعية للفرق الرياضية والهيئات المختلفة حق الدعاية والإعلان نظير مقابل مادي.
	- وضع خطة لتسويق التذاكر والإعلانات بالمنشآت الرياضية.	- وذلك من خلال عمل موقع على شبكة الإنترنت موضح به تفاصيل الخدمة الرياضية داخل هذه المنشآت.
	- تسويق الإعلانات يساعد فى تنمية الموارد للمنشآت الرياضية والشبابية.	- وذلك من خلال الدعاية المختلفة التى تساعد فى الإقبال على استخدام المنشآت.
تتنظيم وأستضافة الإحتفالات والبطولات:	- أستضافة المنشآت الرياضية والشبابية للإحتفالات والمهرجانات والبطولات يساعد فى تشغيل وتسويق المنشآت ويدين مدى قدرة هذه المنشآت على أستضافة الدورات والبطولات الكبرى.	- ويتم أستضافة البطولات والإحتفالات من خلال استقطاب المؤسسات الرياضية والإتحادات وعمل تسهيلات أمام المستثمرين والرعاة لجذبهم للإستثمار سواء فى تنسيقهم للفرق الرياضية أو أستثمار المنشآت الرياضية
	- يتم الإستعانة بوكلاء الدعاية والإعلان بالتنسيق مع مسئولى المنشآت الرياضية لإستضافة الإحتفالات والبطولات والدورات الرياضية نظير مقابل	- يتم ذلك من خلال استخدام وسائل الترويج والتسويق للمنشآت من خلال شبكة المعلومات والمواقع الإلكترونية واللافتات

وجه المقارنة	الإستراتيجية المقترحة	وسائل وأليات تنفيذ الإستراتيجية
	مادى أو عقد مبرم بين الطرفين.	والصحف القومية لجذب المؤسسات والهيئات لعمل الدورات والإحتفالات بداخل المنشآت الرياضية.
٦- الرعاية الرياضية	- عمل التسهيلات للشركات الراعية ومنحهم الحقوق اللازمة لرعاية الأحداث الرياضية وعمل التسويق والدعاية والإعلان لهذه الأحداث والرعاية للفرق الرياضية التى يتم رعايتها وأستضافتها داخل المنشآت الرياضية	- ويتم ذلك من خلال الرعاية والمستثمرين وأستخدام وسائل الدعاية والإعلان والمواقع الإلكترونية المختلفة وتدريب فريق عمل متميز يقوم بهذه المهمة مما يساعد فى زيادة الدخل للمنشآت.
	- رعاية الفرق الرياضية والأحداث الرياضية داخل المنشآت يساعد فى جذب الهيئات والمؤسسات والمستثمرين.	- يتم ذلك بالتنسيق والتعاون بين المنشآت والهيئات الرياضية ورجال الأعمال تسبب الإجراءات وإزالة المعوقات التى تواجههم.
٧- الإستثمار والتسويق	- وضع أستراتيجية لإستثمار وتسويق المنشآت الرياضية والشبابية.	- عمل قوانين تشجع على الإستثمار والتسويق بالمنشآت الرياضية وتجذب رجال الأعمال والمستثمرين.
	- وضع قواعد ولوائح وقوانين تنظيم العمل الإستثمارى داخل المنشآت.	- الدعاية والإعلان عن الأماكن الشاغرة داخل المنشآت وكيفية الإستثمار فيها.

وجه المقارنة	الإستراتيجية المقترحة	وسائل وآليات تنفيذ الإستراتيجية
	- فنطيم دورات صقل لتاهيل الإمكانات البشرية فى النواحى الإستثمارية والتسويقية	- أستغلال الأماكن السباحية لعرض الدعاية والإعلان عن المنشآت الرياضية والشبابية.
	- عمل تسويق للمنشآت الرياضية من خلال الإتصال بالهيئات الرياضية والمسؤولين لإقامة الدورات والبطولات والمهرجانات الرياضية.	- التوسع فى إقامة منشآت حديثه لإقامة البطولات عليها.
	- إزالة المعوقات أمام المستثمرين وتسهيل الإجراءات الإدارية والفنية.	- إبرام العقود التى تضمن حق المستثمرين والمنشأة.
٨. التمويل:	- أستثمار جزء من أموال المنشآت الرياضية لضمان موريد ثابت فى أعمال محققة للربح.	- تنشيط دور الإعلام بكافة أشكاله وأنواع برامجه المختلفة.
	- تسويق حقوق الدعاية والإعلان للراعى الرئيسى فى لافتات الملاعب أو الإعلان على ظهر التذاكر والإعلان أثناء أستضافة البطولات والإحتفالات بالمطبوعات المختلفة.	- إضافة المجال الرياضى الى مجالات الإستثمار أو عمل قانون خاص بالإستثمار الرياضى فى جميع المجالات.

وجه المقارنة	الإستراتيجية المقترحة	وسائل وآليات تنفيذ الإستراتيجية
	- تسويق أسم المنشأة أو النادي أو شعارها وتسويق أسماء أبطال الفرق الرياضية بالمحافظة أو الأندية.	- إنشاء قنوات تليفزيونية رياضية ذات طبيعة إقتصادية تساهم فيها وزارتي الرياضة والشباب والإناعة والتليفزيون والهيئات الرياضية المختلفة لتسويق المنشآت الرياضية والتعريف بالأماكن التى يمكن الإستثمار منها
	- تنظيم مؤتمرات جماهيرية فى المنشآت الرياضية لرجال الفكر والرياضة ورجال الأعمال لتقديم خبراتهم وآرائهم فى تفعيل عملية التمويل للمنشآت الرياضية والشبابية.	- توفير قاعدة من المعلومات عن المنشآت الرياضية تسهل للرعاة والمستثمرين الأماكن التى يمكن الإستثمار فيها بالمنشآت الرياضية والشبابية.

في ضوء الأهرافنن وتساوللات ومن خلال مناقشة (لنتائج نوصي بالآتي):

- ١- ضرورة تطبيق الإستراتيجية المقترحة لاستثمار المنشآت الرياضية والشبابية والتي توصلت إليها الدراسة على جميع المؤسسات الرياضية.
- ٢- ضرورة العمل على استثمار المنشآت الرياضية والشبابية الواقعة في نطاق المحافظات وخاصة الصعيد، واستثمار مرافقها أو تأجيرها وتسويقها محليا وعالميا وخاصة لما تملكه محافظات الصعيد من مواقع متميزة تساعد على جذب الاستثمار والسياحة.

٣- يجب أن تعمل الدولة على تشجيع رجال الأعمال والمستثمرين للاستثمار في الأندية والمنشآت الرياضية والشبابية مع إعطائهم التسهيلات اللازمة وتهيئة مناخ الاستثمار لجذب رؤوس الأموال الداخلية والخارجية للاستثمار في المنشآت الرياضية.

٤- يجب أن تعمل الدولة على إزالة كل المعوقات التي تواجه المستثمرين في الجوانب القانونية والتشريعية والجوانب الإدارية والفنية وتسهيل الإجراءات والتصاريح اللازمة لتشجيع المستثمرين على الاستثمار في المنشآت الرياضية والشبابية.

٥- يجب عمل إدارة للاستثمار بمديريات الشباب والرياضة تكون مسؤولة عن الاستثمار والتسويق والتمويل والتعامل مع المستثمرين وتشرف على المنشآت الرياضية والشبابية الواقعة في نطاق المحافظة وتكون مسؤولة عن التحديث والتطوير والصيانة المستمرة والتوسع في إقامة المنشآت الرياضية الحديثة بالمحافظات.

٦- يجب العمل على سرعة إصدار قانون الرياضة الجديد وأن يشمل كافة الإجراءات التي تشجع على الاستثمار والتسويق والاعتماد على التمويل الذاتي للمنشآت.

٧- يجب عقد دورات تدريبية مستمرة لإعداد المتخصصين والعاملين بالمنشآت الرياضية والشبابية والأندية على الطرق الحديثة في الاستثمار والتسويق والتمويل.

٨- يجب وضع سياسة إعلامية وتكنولوجية حديثة من خلال وسائل الإعلام المختلفة وشبكات المعلومات الانترنت، والتي تسهم بدورها في تعريف

المستثمرين بالأماكن الشاغرة التي يمكن الاستثمار فيها بالمنشآت الرياضية والشبابية، وتوفير قاعدة معلومات كافية في هذا الشأن.

٩- يجب أن تشمل اللوائح الخاصة بالمنشآت الرياضية والشبابية سياسة تسعيرية على أسس علمية يكون هدفها تغطية سعر التكلفة للمنشآت وتوفير نسبة ربح تساهم في عمل مشروعات خدمية وتجارية تخدم العاملين في المجال الرياضي.

١٠- يجب أن تتحول المنشآت الرياضية من منشآت خدمية مستهلكة إلى منشآت خدمية منتجة تساهم في الاقتصاد القومي، وتلبي احتياجات ورغبات الأفراد طبقاً للظروف الاقتصادية والاجتماعية.

١١- يجب العمل على تطوير منظومة الإدارة في الأندية والمنشآت الرياضية والشبابية عن طريق إنشاء شركات استثمار وشركات مساهمة داخل الأندية يطرح النادي أسهمها ويشتري بعضها ويطرح الباقي للبيع لتنمية الموارد والاعتماد على التمويل الذاتي.

١٢- يجب التوسع في إقامة منشآت رياضية حديثة تواكب التطور الحادث في الرياضة وخاصة بالقرب من الأماكن السياحية مثل المدن الرياضية لجذب السياح، وتنشيط السياحة، واستضافة البطولات الكبرى، وخاصة بالصعيد لما يمتلكه من أماكن أثرية وسياحية تشجع على جذب رؤوس الأموال والاستثمار في الأندية والمنشآت الرياضية والشبابية بمحافظات الصعيد .

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية :-

- ١- أحمد حمدي الصمان: مبادئ علم الإقتصاد، دار الاتحاد للطباعة، ١٩٩٩ .
- ٢- أحمد رشاد محمد: إستراتيجية مقترحة لتسويق البطولات المبارزة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة بنها، ٢٠٠٧ م.
- ٣- أحمد عرفه، صبحي شلبي: الإدارة الإستراتيجية للتسويق فى صراع العولة، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، ٢٠٠٦ م.
- ٤- أحمد فاروق عبد الغام: العائد الاقتصادي للاحتراف الرياضي فى بعض الأنشطة الرياضية والجماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة، ٢٠٠٠ م.
- ٥- أحمد فنكي الأفندي: الإدارة الإستراتيجية للتسويق بالاتحادات الرياضية المصرية، دراسة استشرافية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة بنها، ٢٠٠٩ م.
- ٦- أشرف محمود حنين: معوقات الإستثمار فى المجال الرياضي فى ج.م.ع، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة حلوان، القاهرة، ١٩٩٩ م.
- ٧- أشرف محمود حنين: الأزمات الاقتصادية فى الهيئات الريادة الأهلية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة، ٢٠٠٤ م.

- ٨- إيمان زكي محمد، مجدي فلركي محمد: تقويم التمويل الذاتي في الاتحادات الرياضية الأولمبية، المصرية، مجلة نظريات وتطبيقات كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة الإسكندرية، العدد ٢٠٠٦، ٥٩م.
- ٩- إيمان محمد أحمد: إستراتيجية مقترحة لاستثمار أنشطة الاتحاد المصري لكرة اليد بجمهورية مصر العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط، ٢٠٠٦م.
- ١٠- المجلس الأعلى للشباب والرياضة: دراسة وثائقية عن تطور رعاية الشباب والرياضة في جمهورية مصر العربية، الجزء الثاني، ١٩٩٧م.
- ١١- المجلس القومي للرياضة: لائحة القواعد، لمنظمة لإدارة وتشغيل المنشآت الرياضية وملحقاتها، ٢٠٠٧م.
- ١٢- المجلس القومي للرياضة: لائحة النظام الأساسي للأندية الرياضية، ٢٠٠٨م.
- ١٣- جمال محمد علي: الحديث في الإدارة الرياضية، دار الفكر العربي، القاهرة، ٢٠٠٩م.
- ١٤- حسام حسن شحانة: نظام مقترح لخصخصة بعض الأندية الرياضية في جمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة المنيا، ٢٠٠٣م.
- ١٥- حسام حسن شحانة: نظام مقترح للاستثمار في بعض الأندية الرياضية المصرية، رسالة دكتوراه، كلية التربية الرياضية، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٨م.

- ١٦- حسام رضوان كامل: اقتصاديات الاتحادات الرياضية الأولمبية المصرية، دراسة تحليلية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية، للبنين، جامعة حلوان، القاهرة، ٢٠٠٠م.
- ١٧- حسن أحمد الشافعي: الاستثمار والتسويق في التربية البدنية والرياضية (الموسوعة العلمية لاقتصاديات الرياضة)، دار الوفاء للطباعة والنشر، الإسكندرية، ٢٠٠٦م.
- ١٨- حسن أحمد الشافعي: الخصخصة الإدارية والقانونية في التربية البدنية والرياضية، مكتبة الإشعاع الفني، الإسكندرية، ٢٠٠٢م.
- ١٩- حسن أحمد الشافعي: دراسات الجدوى والمشروعات الصغيرة في التربية البدنية والرياضية، دار الوفاء للطباعة والنشر، الإسكندرية، ٢٠٠٦م.
- ٢٠- حلمة زبد محمد: تقييم الإستثمارات القطاع الخاص في مجال التعليم واتجاهات تطويره بدولة الإمارات، القاهرة، ٢٠٠٥م.
- ٢١- خالد إبراهيم عبد العاطي: أساليب مقترحه لتسويق البطولات الرياضية بجمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة، ٢٠٠٠م.
- ٢٢- خالد الصبر أحمد: تقويم مصادر تمويل الأندية الرياضية لمحافظة الشرقية، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة بنها، ٢٠٠٨م.
- ٢٣- خالد طلعت الصبر: المشكلات التمولية التي تواجه إدارات النشاط الرياضي ببعض الأندية الرياضية، رسالة دكتوراه، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة الزقازيق، فرع بنها، ٢٠٠٥م.

- ٢٤- رمضان محمود عبد العلام: الإدارة الإستراتيجية (سياسات وإستراتيجيات الإدارة) ط٣، المكتبة العصرية بالمنصورة. ٢٠٠٥م.
- ٢٥- زكي محمد حسن: المنشآت الرياضية، ط١، دار الكتاب الحديث، القاهرة. ٢٠١١م.
- ٢٦- تامر محمد العيسى: أثر التحرير الاقتصادي في مجال الاستثمار في القطاع الزراعي المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الزراعة، جامعة القاهرة، ١٩٩٨م.
- ٢٧- تامر أحمد: الإعلام الرياضي والتسويق، كلية الآداب، جامعة البحرين، ١٩٩٩م.
- ٢٨- سعد أحمد تليبي: أسس إدارة التسويق الرياضي، المكتبة العصرية، المنصورة، ٢٠٠٥م.
- ٢٩- سعود تامر محمد: البناء الاستراتيجي لخصخصة الرياضة بدولة الإمارات العربية المتحدة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة، ٢٠٠٤م.
- ٣٠- سمير عبد الحميد: إدارة الهيئات الرياضية، النظريات الحديثة وتطبيقاتها، منشأة المعارف، القاهرة، ١٩٩٩م.
- ٣١- سمير محمد عبد العلام: جدوى الإستثمار الرياضي في مجال السياحة، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة الزقازيق، ٢٠٠٨م.
- ٣٢- سعيد محمد السيد: تمويل الرياضة في القطاع الأهلي، دراسة تحليلية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة، ٢٠٠٤م.
- ٣٣- شاکر محمد فنحی: التربية المقارنة - الأصول المنهجية، بيت الحكمة، القاهرة، ١٩٩٦م.

٣٤- شربلهان مجيب محمد: تفعيل آليات جذب رجال الأعمال للاستثمار في المجال الرياضي، رسالة ماجستير غير منشور، كلية التربية الرياضية، جامعة طنطا ٢٠١٢م .

٣٥- ضياء الدين محمد العزب: محاضرات في المنشآت الرياضية الدورة الأولى لإعداد الأخصائيين الرياضيين بالملاعب المفتوحة، المركز الأولي بالمعادي، القاهرة، ٢٠١٠م .

٣٦- طلعت أحمد عبد الحميد: التسويق الفعال (الأساسيات والتطبيق)، ط٩، مكتبة الشقري، المنصورة، ١٩٩٩م .

٣٧- عابرة صبر خطاب: التخطيط الإستراتيجي، القاهرة، مكتبة عين شمس، ٢٠٠٤م .

٣٨- عبد الحفيظ عبد الله عبد، عرفات النهامي: التشريعات الإقتصادية، دار النهضة، القاهرة ١٩٩٨م .

٣٩- عبد الحميد عبد الفناح المغربي: الإدارة الإستراتيجية لمواجهة التحديات القرن الحادي والعشرين، القاهرة، مجموعة النيل المتخصصة، ١٩٩٩م .

٤٠- عبد الغفار حنفي، رحيد فرافص: أساسيات الإستثمار والتمويل، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، ٢٠٠٠م .

٤١- عطية سعد الشماخي: استثمار الأندية المصرية لنشاط رياضة كرة القدم اقتصاديا، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة الزقازيق، ٢٠٠٦م .

٤٢- علي عباس الصنواهي: تحليل الوضع الراهن للاستثمار في الأندية الرياضية بدولة البحرين، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة البحرين، ٢٠٠٣م .

- ٤٣- عمرو أحمد الجمال: التمويل وعلاقته بانتخاذ القرار في بعض الانحادات الرياضية بجمهورية مصر العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة، ١٩٩٩م.
- ٤٤- عمرو محمد إبراهيم، حازم كمال الدين: أساليب تسويق مدراس السباحة في الأندية المصرية، مجلة كلية التربية الرياضية، العدد ٣، جامعة المنصورة، ٢٠٠٤م.
- ٤٥- غازي السيد يوسف، احمد مدوح دحي: خصصة كرة القدم بالدوري الممتاز المصري، المقرر الدراسي لكرة القدم لطلاب الفرقة الدراسية الرابعة، كلية التربية الرياضية للبنين جامعة الزقازيق، ٢٠٠٥م.
- ٤٦- فاروق رضوان: إدارة التسويق، مكتبة جامعة طنطا، ١٩٩٨م.
- ٤٧- فريد شوشة: الإدارة الإستراتيجية، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٩.
- ٤٨- كمال مروبش، أشرف عبد اطعز: المنظمات الرياضية الأهلية (المفهوم، التاريخ، التطور، التنظيم)، مكتبة الأصدقاء، القاهرة، ٢٠٠٠م.
- ٤٩- كمال عبد الجابر عبد الحافظ: خطة مقترحة لتسويق القرية الأولبية بجامعة أسيوط في ضوء الفجوات التسويقية، مجلة كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط، ٢٠٠٦م.
- ٥٠- كمال عبد الرحمن مروبش، محمد صبحي حسنين: موسوعة متجهات الرياضة في مطلع القرن الجديد، ج ٣، دار الفكر العربي، القاهرة، ٢٠٠٤م.
- ٥١- ماهر محمد السيد عطية: واقع التسويق الرياضي بالأندية الرياضية، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة طنطا، ٢٠٠٥م.

- ٥٢- مثنى علي عربود الراشد: إستراتيجية مقترحة لتطوير التسويق الرياضي بدولة الكويت، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة بنها ٢٠١٠م.
- ٥٣- محمد أحمد الخضري: المناخ الإستثماري المستهدف، الإدارة واستراتيجيات التنمية، القاهرة، ٢٠٠٢م.
- ٥٤- محمد رجب جميل: الخطة الإستراتيجية لتسويق البطولات والمباريات الرياضية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة، ٢٠٠١م.
- ٥٥- محمد عبد العظيم محمود: خطة مقترحة لإدارة المؤسسات الرياضية وفقاً للأهداف التسويقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط، ٢٠٠٦م.
- ٥٦- محي الدين الأزهرى: التسويق الفعال، مبادئ وتخطيط، دار الفكر العربي، ط١، القاهرة، ١٩٩٥م.
- ٥٧- متعب صبر عويص: الأدوار المستخدمة والمستخدمة للأنشطة الرياضية، دراسة منشورة، الإدارة العامة للبحوث الرياضية، المجلس الأعلى للشباب، ج.م.ع، ٢٠٠٠م.
- ٥٨- معنز مصطفى عبد الجواد: مدخل إداري معاصر لإستثمار المؤسسات الرياضية، رسالة دكتوراه، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٨م.
- ٥٩- معلم اللغة العربى: المعجم الوجيز، المطابع الأميرية، القاهرة، ١٩٩٧م.
- ٦٠- منى إبراهيم هندی، التعبد محمد ليرة: الإدارة المالية كلية التجارة، جامعة طنطا، ٢٠٠٤م.

٦١- نائل الباطلي، إبراهيم محمد: موسوعة الإستثمار، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٩٤م.

٦٢- هشام عبد الحفيظ السباعي: دور نظم المعلومات في دعم مناخ الإستثمار، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية المعهد القومي للإدارة العليا، القاهرة، ٢٠٠٤م.

٦٣- وزارة الإستثمار: قانون ضمانات وحوافز الإستثمار ولائحته التنفيذية، القاهرة، ١٩٩٤م.

٦٤- يحيى بدر مبارك فائع: إستراتيجية مقترحة لجذب رؤوس الأموال للإستثمار في الأندية الرياضية الكويتية، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة بنها، ٢٠١٠م.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- 65- Athanasios Kt emadis.: *Stratigic Marketing planning in greek professional sports, 16 th Easm conference " Management the Heart of sport" 10- 13. September, Heidelberg, Germany, 2008.*
- 66- Beniot seguin, Kenneth Teed and Norman O. Reilly: *National sports organizations and, Sponrsrship: An identification of the best practices int . J . Sport Management and Marketing, Vol 1, Nos / 12/ 2005.*
- 67- Bill Gerrard: *A resource –utilization model of organizational efficiency in professional sports teams, JSM, 17 (3) July, 2003.*
- 68- David, Larimore & George, Chitiyo: *Non Economic Societal Impact of Intercollegaiat Athletics, The Sport Journal, Volume 10 Number 2, Spring, published by United States Sport Academy, 2007.*
- 69- Kenet, P.A, and Athers: *Market segmentation in the sport indury, international. Sort Journal (1) refs 16. (1997).*
- 70- Mclean, D. J., Jonson, R. C. A.: *Techniques for Aqtioning public recreation services journal for park and recveation, Administration champaign, 111, 15 (3) Refsm 27, 1997.*

ثالثاً: مواقع شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) :

- 71- <http://Institute for sport marketing.com>
- 72- [www. alshabab.gov.eg](http://www.alshabab.gov.eg)
- 73- www.emss.gov.eg/news-nsc.php