

## ”معوقات إستخدام التسويق كمصدر للتمويل الذاتي لأنواع اتحادات الرياضات الفردية بمحافظة بني سويف“

\*أ.م.د/أحمد محمد هاشم

\*\*أ.م.د/معتز علي حسن

\*\*\*م/محمد ربيع عبد الخالق

### أولاً : مقدمة البحث :

أصبح التسويق من المصادر التمويلية الهامة والاساسية في كافة المجالات، لذا تهتم العديد من الهيئات الرياضية بالتسويق بكل أشكاله سواء تسويق (بطولات - لاعبين - منشآت - ملاعب - شعار... الخ ) حتي تتمكن من إرضاء رغبات واحتياجات الافراد ،ومن زيادة الموارد المالية التي بدورها تساعد في ارتقاء وتطوير المنتج أو السلعة أو الخدمة بالهيئات الرياضية ،وبذلك قد تكون حققت المنفعة المتبادلة الاقتصادية والاجتماعية والرياضية .

ويشير عادل حسن وآخرون (2012) نقلا عن مصطفى أبو بكر (2003) أن التسويق هو عملية نظامية ونشاط مهني من خلاله يتم التلاقي المتواصل بين الإدارة وأهداف العميل والمنظمة بما يحقق المنافع والمكاسب المشتركة بينهما. (12: 12)

\* أستاذ مساعد بقسم الإدارة الرياضية والترويج كلية التربية الرياضية ،ق.أ وكيل كلية الاسن لشئون التعليم والطلاب جامعة بني سويف.

\*\* أستاذ مساعد بقسم الإدارة الرياضية والترويج ، وكيل شئون خدمة المجتمع والبيئة بكلية التربية الرياضية جامعة الفيوم.

\*\*\* معيد بقسم الإدارة الرياضية والترويج كلية التربية الرياضية جامعة بني سويف .

ويري "Kotler & Dubois": التسويق على انه الميكانيزم الاقتصادي والاجتماعي الذي يشبع رغبات ومتطلبات الافراد والجماعات عن طريق خلق وتبادل المنتجات وتركيبات أخرى للمستقبل. (23 :40)

يذكر محمد سعيد عبد الفتاح (1995م) أن التسويق تتضح أهمية في العديد من العوامل الآتية :-

- 1- يساعد التسويق على الابتكار والتجديد، فالتسويق ينشط الطلب على السلع والخدمات الجيدة، وعندما تحصل المنشأة على تعويض عادل من مجهوداتها تسعى للمزيد من الابتكار.
- 2- يلعب التسويق دوراً أساسياً في رفع مستوى معيشة أفراد المجتمع.
- 3- يوفر التسويق فرص عمل أمام العديد من أفراد المجتمع.
- 4- يسهم التسويق في زيادة قيمة السلعة عن طريق خلق المنافع الزمنية والمكانية والحيازية والشكلية.
- 5- يساعد التسويق على إعداد الاستراتيجيات والبرامج لمقابلة حاجات الأسواق المحلية والخارجية.
- 6- تتجاوز تكلفة التسويق أحياناً نصف المبلغ الذي يدفعه المستهلك النهائي ثمناً لسلعة ما.
- 7- تساعد الأنشطة التسويقية المشروعات في تقديم حجم الإنتاج.
- 8- تعمل الأنشطة التسويقية على حماية المستهلك من خلال تحديد الأسعار.
- 9- يعتبر التسويق حلقة الوصل بين إدارة المشروع والمجتمع.
- 10- غزو الأسواق الدولية. (7 :20)

### **ثانياً : مشكلة البحث :**

يعتبر التسويق في الوقت الحالي من أهم المصادر التمويلية لكافة الهيئات والمؤسسات سواء خاصة او أهلية او حكومية ،ويعد التسويق الطريق الأمثل الذي من خلاله يتحقق العائد المادي الذي يؤدي بدوره لنجاح الهيئات والمؤسسات ،ولكي تستطيع هذه المؤسسات تسويق أنشطتها وخدماتها لابد من توافر العديد من الإمكانيات المادية والبشرية ،وبالتالي عدم توافر هذه الإمكانيات لدي المؤسسات التي تسعى للتسويق ،يصبح عائق امامها لاستخدام التسويق كمصدر من مصادر التمويل الذاتي، وهذا ما دعي الباحث إلي التفكير والتعرف علي اهم هذه المعوقات في افرع الاتحادات التي تعيق استخدام التسويق كمصدر للتمويل الذاتي، ومن هذا المنطلق جاءت فكرة الدراسة الحالية "معوقات استخدام التسويق كمصدر للتمويل الذاتي لأفرع اتحادات الرياضات الفردية بمحافظة بني سويف"

### **ثالثاً : هدف البحث :**

يهدف هذا البحث إلى : التعرف علي معوقات استخدام التسويق كمصدر للتمويل الذاتي لأفرع اتحادات الرياضات الفردية بمحافظة بني سويف .

### **رابعاً : تساؤل البحث :**

يحاول هذا البحث الإجابة على التساؤل التالي : ما هي معوقات استخدام التسويق كمصدر للتمويل الذاتي لأفرع اتحادات الرياضات الفردية بمحافظة بني سويف؟

### **خامساً : مصطلحات البحث :**

**أولاً \_ التسويق الرياضي: Sports Marketing**

"مجموعة من الأنشطة المتكاملة والمتفاعلة في مجالات التربية الرياضية ترتبط بعملية خلق وتسعير وترويج وتوزيع السلع والخدمات والأفكار المتعلقة بمجالات التربية الرياضية وذلك لخدمة احتياجات المستفيدين والتي تحقق أهداف المؤسسات الرياضية المختلفة " . (9: 86)

### **ثانياً\_ فروع الاتحادات الرياضية Branches Of Sport Federations:**

" هيئات رياضية بالمحافظات يتم تشكيلها بقرار من مجالس إدارات الاتحادات، تخضع لإشراف مديرية الشباب والرياضة التي تقع الهيئة في نطاقها الجغرافي ومجلس إدارة الاتحاد في جميع النواحي المالية والإدارية ومتابعة أنشطتها المختلفة " . (5: 17)

### **ثالثاً\_ التمويل Funding :**

هو عملية شبه تلقائية , تقوم بها المنظمة وتسعى الى الحصول على الاموال بهدف تحقيق الأهداف المرجوة . ( 5:13 )

### **رابعاً\_ التمويل الذاتي Self-financing:**

هو كل الإيرادات التي تحققها الهيئة الرياضية عن طريق استثمار مرافقها او منشأتها او نشاطاتها , أهم صور التمويل الذاتي هي التسويق الرياضي والاستثمار الرياضي . (6: 38)

### **خامساً\_ معوقات Obstacles :**

: هي العقبات التي تعترض لها الانسان في بيئة عمله. (تعريف إجرائي)

### **سابعاً : خطة وإجراءات البحث :**

### **منهج البحث :**

تم استخدام المنهج الوصفي ( أسلوب الدراسات المسحية ) بخطواته وإجراءاته وذلك لمناسبته لطبيعة وأهداف البحث.

### مجتمع البحث :

يضم مجتمع البحث أفرع اتحادات الرياضيات الفردية بمحافظة بني سويف وعددهم (12) فرع وهي (الملاكمة، المصارعة، الكونغو فو، الكاراتيه، الدرجات، ألعاب القوى، تنس الطاولة، الريشة الطائرة، رفع الاثقال، كمال الاجسام، كرة السرعة، القوة).

### مينة البحث :

يوضح الجدول رقم (1) توصيف أفراد مجتمع وعينة البحث الأساسية والإستطلاعية كما يلي:

### جدول (1)

#### توصيف أفراد مجتمع وعينة البحث الأساسية والإستطلاعية

عدد العينة الإستطلاعية	عدد العينة الأساسية	عدد مجتمع البحث	مجتمع البحث
2	7	12	رؤساء الأفرع
2	7	12	أمين صندوق
2	7	12	مدير مالي
2	7	12	مسئول نشاط رياضي
2	18	50	مدربين مقيدين
5	19	22	حكام مقيدين
5	6	20	بعض العاملين بالاتحادات الرئيسية والعاملين بإدارة الهيئات وإدارة الأداء الرياضي بمديرية الشباب والرياضة
20	71	140	الإجمالي

### خطوات جمع البيانات :

تم استخدام العديد من الأدوات لجمع البيانات والمعلومات عن الدراسة قيد البحث وسيتم عرضها فيما يلي:

## المراجع والدراسات السابقة :

تم تحليل المراجع والدراسات السابقة التي تناولت معوقات استخدام التسويق الرياضي كمصدر من مصادر التمويل الذاتي كدراسة " احمد السيد محمود متولي " (2)، بغرض الوقوف علي بعض العبارات والمحاور التي تخدم البحث.

## 2- الإستبيان :

تم تحديد عدد من العبارات للإستبيان والتي بلغ عددها ( 28 ) عبارة ، وقد تم مراعاة أن يكون للعبارة معنى محدد وأن تكون لغة كل عبارة صحيحة، والابتعاد عن العبارات الصعبة، وتجنب استعمال الكلمات التي تحمل أكثر من معنى. - صدق المحتوى عن طريق استطلاع رأي الخبراء :  
تم عرض الاستبيان في صورته المبدئية على مجموعة من الخبراء في مجال الإدارة الرياضية قوامها (9) خبراء وذلك لإبداء الرأي في مدى مناسبة العبارات للإستبيان وفي ضوء إتفاق السادة الخبراء علي العبارات المقترحة بنسبة موافقة (70%) لقبول العبارة تم قبول عدد ( 27 ) عبارة لتجاوزها هذه النسبة ، وقد اتفق السادة الخبراء ان يكون مفتاح التصحيح ثلاثي الاستجابة.

## جدول (2)

يوضح النسبة المئوية لأراء الخبراء علي عبارات الاستبيان ( ن = 9 )

العبارات									المحور
ب8	ا8	7	6	5	4	3	2	1	رقم العبارة
8	7	9	9	9	9	9	9	9	تكرارها
%88	%77	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%
15	14	13	12	11	10	9	8	8	رقم العبارة
8	7	9	8	9	9	7	8	7	تكرارها
%88	%77	%100	%88	%100	%100	%77	%88	%77	%
24	23	22	21	20	19	18	17	16	رقم العبارة
8	7	9	8	9	9	7	9	9	تكرارها

%88	%77	%100	%88	%100	%100	%77	%100	%100	%
					28	27	26	25	رقم العبرة
					9	5	7	9	تكرارها
					%100	%55	%77	%100	%

يتضح من جدول (2) ما يلي :

إتفاق السادة الخبراء علي جميع عبارات الإستبيان ما عدا العبارة رقم (27) حيث جاءت بنسبة 55% ، وبذلك تم حذف عدد (1) عبارات ليصبح العدد (27) عبارة للتطبيق علي العينة الإستطلاعية .

### — صدق الإتساق الداخلي:

تم تطبيق الإستبيان على عينة استطلاعية قوامها (20) فرداً من مجتمع البحث ومن غير العينة الأساسية ، وقد تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للإستبيان الذي تنتمي إليه طبقاً للتالي :

### جدول (3)

يوضح معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للإستبيان

(ن = 20)

معامل الارتباط	العبارة	م
0.676	عدم وجود وحدة مستقلة لاستثمار وتسويق أنشطته.	1.
0.572	قلة قنوات اتصال الفعالة لتحقيق الأهداف التسويقية .	2.
0.304	عدم توافر الدراية الكاملة بأهمية التسويق لدي الموظفين.	3.
0.602	لا يوجد تنسيق بين جميع الإدارات والجهة الإدارية المختصة.	4.
0.531	ضعف القيادات الواعية القادرة علي تنفيذ المهام المكلفين بها .	5.
0.578	عدم توافر ليات للثواب والعقاب.	6.
0.602	عدم توافر استمارات تقييم الأداء الوظيفي للعاملين .	7.
0.490	عدم توافر تقارير دورية لما تم من أعمال وانجازات: أ- في صورة تقارير أسبوعية .	8.
0.471	ب- في صورة تقارير شهرية.	
0.588	ت- في صورة تقارير نصف سنوية .	
0.614	ث- في صورة تقارير سنوية.	

0.176	9. قلة إقامة الاجتماعات الدورية مع الأندية الأعضاء.
0.627	10. عدم متابعة القرارات المتخذة إلى ان يتم تنفيذها.
0.558	11. ضعف الإعانات الإدارية.
0.621	12. عدم وجود التمويل الذاتي .
0.532	13. ضعف التمويل الأهلي .
0.591	14. ضعف أقامه المسابقات الرياضية بين المدارس والجامعات.
0.011	15. ضعف مديرية الشباب والرياضة وعدم أقامه مسابقات.
0.527	16. لا تسهل اللوائح والقوانين الإجراءات لتسويق أنشطة الفرع.
0.600	17. لا تصلح اللوائح والقوانين لتسويق أنشطة الفرع.
0.552	18. عدم تطبيق العقوبات علي المقصرين.
0.491	19. الروتين والعمل الإداري في الفرع.
0.584	20. قلة الأماكن الرياضية في المحافظة.
0.612	21. عدم توافر ملاعب وصالات قانونية خاصة به.
0.517	22. قلة الأدوات والأجهزة القانونية الخاصة به.
0.661	23. عدم وجود المساحات المناسبة والإمكانيات والمعدات المناسبة لإقامة الحفلات واللقاءات والندوات والمؤتمرات الرياضية .
0.508	24. عدم الوعي بأهمية الرياضة بالنسبة لكافة المراحل السنية وممارستها منذ الصغر .
0.536	25. عدم رفع الكفاءة الفنية والإدارية لدي الموظفين بالفرع من خلال مديرية الشباب والرياضة .
0.674	26. أهمال الساحات الشعبية والمراكز الرياضية .
0.609	27. عدم تناسب أجور العاملين مع الاعمال والمهام التي يكلفون بها.

\* قيمة "ر" الجدولية عند مستوى (0.05) = 0.378

يتضح من جدول ( 3 ) ان قيم معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثالث والدرجة الكلية للمحور جاءت دالة احصائيا عند مستوي دلالة 0.05 فيما عدا العبارات ارقام 3، 9، 15، وبذلك يصبح عدد عبارات النهائي للاستبيان 24 عبارة علي درجة مقبولة من الصدق

**- الثبات :**



لحساب ثبات الاستبيان تم استخدام معامل ألفا كرونباخ وذلك بالتطبيق على عينة قوامها ( 20 ) فرداً من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأصلية ، تمّ حساب معامل الثبات للاستبانة وكانت كل القيم مرتفعة، ويتمتع بدرجة عالية من الثبات، كما هو موضح في الجدول رقم ( 4 ) :

**جدول ( 4 )**  
**قيم ألفا كرونباخ لحساب ثبات الاستبيان ( ن = 20 )**

البيان	القيمة
معامل ألفا – كرونباخ	0.876

قيمة "ر" الجدولية عند درجة حرية (18) ومستوى (0.05) = (0.378)

يتضح من جدول رقم ( 4 ) ما يلي :

يتضح من جدول رقم ( 4 ) أن قيم المعاملات للثبات بطريقة " الفا " (0.876) وذلك يشير أن الاستبيان على درجة مقبولة من الثبات.

### **ثامناً : عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها :**

#### **جدول (5)**

**يوضح التكرار والنسب المئوية والترتيب لعبارات الاستبيان ن = 71**

م	العبارة	موافق		التي حد ما		غير موافق		مجموع الدرجات المقفلة	الأهمية النسبية	ترتيب العبارات وفقاً للنسبة المئوية	ك
		ك	%	ك	%	ك	%				
1	عدم وجود وحدة مستقلة لاستثمار وتسويق أنشطته.	7	9.9	22	31.0	42	59.2	107	50.2	الحادي والخمسون	26.1
2	قلة قنوات اتصال الفعالة لتحقيق الأهداف التسويقية .	42	59.2	18	25.4	11	15.5	173	81.2	الرابع	22.3

3	لا يوجد تنسيق بين جميع الإدارات والجهة الإدارية المختصة.	13	18.3	41	57.7	17	23.9	138	64.8	الثالث عشر	19.4
4	ضعف القيادات الواعية القادرة علي تنفيذ المهام المكلفين بها	14	19.7	20	28.2	37	52.1	119	55.9	التاسع عشر	12.2
5	عدم توافر البنايات للتواب والعقاب.	14	19.7	23	32.4	34	47.9	122	57.3	السادس عشر	8.4
6	عدم توافر استمارات تقييم الأداء الوظيفي للعاملين .	16	22.5	21	29.6	34	47.9	124	58.2	الخامس عشر	7.2
7أ	عدم توافر تقارير دورية لما تم من أعمال وإنجازات: في صورة تقارير أسبوعية .	22	31.0	25	35.2	24	33.8	140	65.7	الثاني عشر	0.19
7ب	في صورة تقارير شهرية.	17	23.9	19	26.8	35	49.3	124	58.2	الخامس عشر	8.2
7ت	في صورة تقارير نصف سنوية .	45	63.4	16	22.5	10	14.1	177	83.1	الأول	29.6
7ث	في صورة تقارير سنوية	42	59.	18	25.	11	15.	173	81.	الرابع	22. 3
8	عدم متابعة القرارات المتخذة إلى ان يتم تنفيذها.	12	16.9	23	32.4	36	50.7	118	55.4	عشرون	12.2
9	ضعف الإعانات الإدارية.	35	49.3	34	47.9	2	2.8	175	82.2	الثالث	22.3
10	عدم وجود التمويل الذاتي	36	50.	23	32.	12	16.	166	77.	الثامن	29. 7
11	ضعف التمويل الأهلي .	41	57.	20	28.	10	14.	173	81.	الرابع	12. 2
12	ضعف أقامه المسابقات الرياضية بين المدارس والجامعات.	39	54.9	17	23.9	15	21.1	166	77.9	الثامن	21.2
13	لا تسهل اللوائح والقوانين الإجراءات لتسويق أنشطة الفرع.	40	56.3	22	31.0	9	12.7	173	81.2	الرابع	14.9

14	لا تصلح اللوائح والقوانين لتسويق أنشطة الفرع.	23	32.4	39	54.9	9	12.7	156	73.2	العاشر	20.5
15	عدم تطبيق العقوبات علي المقصرين.	14	19.7	21	29.6	36	50.7	120	56.3	الثامن عشر	19.04
16	الروتين والعمل الإداري في الفرع.	37	52.1	22	31.0	12	16.9	167	78.4	السابع	10.6
17	قلة الأماكن الرياضية في المحافظة.	38	53.5	22	31.0	11	15.5	169	79.3	الخامس	13.4
18	عدم توافر ملاعب وصلات قانونية خاصة به.	42	59.2	21	29.6	8	11.3	176	82.6	الثاني	15.6
19	قلة الأدوات والأجهزة القانونية الخاصة به.	42	59.2	21	29.6	8	11.3	176	82.6	الثاني	24.9
20	عدم وجود المساحات المناسبة والامكانيات والمعدات المناسبة لإقامة الحفلات واللقاءات والندوات والمؤتمرات الرياضية .	37	52.1	23	32.4	11	15.5	168	78.9	السادس	24.9
21	عدم الوعي بأهمية الرياضة بالنسبة لكافة المراحل السنية وممارستها منذ الصغر.	33	46.5	28	39.4	10	14.1	165	77.5	التاسع	14.3
22	عدم رفع الكفاءة الفنية والإدارية لدي الموظفين بالفرع من خلال مديرية الشباب والرياضة .	25	35.2	34	47.9	12	16.9	155	72.8	الحادي عشر	12.4
23	أهمال المساحات الشعبية والمراكز الرياضية .	15	21.1	26	36.6	30	42.3	127	59.6	الرابع عشر	10.3

24	عدم تناسب أجور العاملين مع الأعمال والمهام التي يكلفون بها.	12	16,9	26	36,6	33	46,5	121	56,8	السلع عطر	9,6
----	---	----	------	----	------	----	------	-----	------	-----------	-----

قيمة كا الجدولية عند مستوى معنوية (0.05) = (5.99)

يتضح من جدول (5) ما يلي:

ان النسب المئوية لاستجابات عينة البحث على الاستبيان قد انحصرت ما بين (50.2% ، 83.1%) ، كما جاءت قيم كا دالة احصائيا عند مستوي (0.05) على جميع العبارات ولصالح التكرار الأعلى فيما عدا العبارة رقم 7 حيث جاءت قيمة كا غير دالة احصائيا عند مستوي دلالة 0.05 وفيما يلي ترتيب العبارات:

جاءت العبارة رقم (7) في الترتيب الأول بنسبة مئوية (83,1) % بدرجة مقدرة (177) وفي اتجاه الموافقة بنسبة (63,4) % ويعزو الباحثون ذلك إلى أن هناك علاقة بين افرع الاتحادات والاتحادات الرئيسية حيث ان الاتحادات الفرعية تباشر اختصاصات الاتحادات الرئيسية من حيث نشر اللعبة الخاصة بها والارتقاء بمستوي اللعبة وذلك في نطاقها الجغرافي ، كما انه لا يوجد تقارير دورية لما تم من أعمال وانجازات في صورة تقارير نصف سنوية ويتفق ذلك مع قانون الرياضة رقم (71) لسنة (2017م) (16) في الفصل الرابع الخاص بالجمعية العمومية في المادة (16) - (17) أن الجمعية العمومية العادية تعقد كل عام حيث تختص بالعديد من الاعمال وتعتمد تقرير مجلس الإدارة .

جاءت العبارات رقم (19,18) في الترتيب الثاني بنسبة مئوية (82,6) % بدرجة مقدرة (176) وفي اتجاه الموافقة بنسبة (59,2) % وبالنسبة للعبارة رقم (18) جاءت في الاتجاه الموافقة علي عدم توافر ملاعب وصالات قانونية خاصة بكل فرع حيث يتفق ذلك مع دراسة احمد أبو الفضل عبد الرحمن (2010م) (1) لا تكفي ميزانية الاتحاد لتوفير احتياجاته، والنسبة للعبارة رقم (19) حيث جاءت في اتجاه الموافقة

علي قلة الأدوات والأجهزة القانونية الخاصة بالفرع ويتفق ذلك مع دراسة شريف السيد إبراهيم عمر (2010م) (11) يجب توفير الإمكانيات المادية والأدوات والمرافق والأجهزة وذلك لنجاح الخطة التسويقية. .

جاءت العبارة رقم (9) في الترتيب الثالث بنسبة مئوية (82,2) % بدرجة مقدرة (175) وفي إتجاه الموافقة بنسبة (49,3) % ان هناك ضعف في الإعانات الإدارية ويتفق ذلك مع دراسة عبد الملك سعد عمر بن محمود (2011م) (13) بقلّة الدعم الحكومي المقدم واللازم لاستخدام الأساليب العلمية الحديثة والتكنولوجية المتقدمة كما اتفق أيضاً مع دراسة أحمد السيد محمود متولي (2005م) (2) بان الدعم الحكومي لا يتناسب مع المشروعات ، ويعزو الباحثون ذلك أن (الإعانات الإدارية) الدعم الحكومي غير كافي لتنفيذ خطة الفرع .

جاءت العبارات رقم (7ث، 11، 13، 2) في الترتيب الرابع بنسبة مئوية (81,2) % بدرجة مقدرة (173) وفي إتجاه الموافقة بنسبة علي التوالي (59,2-59,2-57,7-56,3) % وبالنسبة للعبارة رقم (7ث) بعدم توافر تقارير دورية لما تم من اعمال وانجازات في صورة تقارير سنوية حيث جاءت الاستجابة في اتجاه الموافقة وذلك يتعارض مع قانون الرياضة رقم (71) لسنة (2017م) (16) في الفصل الرابع الخاص بالجمعية العمومية في المادة (17-16) أن الجمعية العمومية العادية تعقد سنوياً حيث تختص بالعديد من الاعمال وتعتمد تقرير مجلس الإدارة ، ويعزو الباحثون ذلك لإهمال الاجهاز الإداري لبعض الأفرع في كتابة التقارير السنوية ، كما جاءت العبارة رقم (2) قلة قنوات الاتصال الفعالة لتحقيق الأهداف التسويقية ، ويعزو الباحثون ذلك لرأي بعض أفراد العينة انه لا يوجد تواصل فعال وحقيقي بين الأفرع بعضها لبعض ولا توجد أنشطة مشتركة يتم تنفيذها او أنشطة مجمعة لتحقيق اكبر فائدة من الاتصال

في عملية التسويق للأفرع، وجاءت العبارة رقم (11) بضعف التمويل الأهلي ويعزو الباحثون ذلك لرأي بعض أفراد العينة أن التمويل الأهلي الذي تحصل عليه الأفرع من الاتحادات تكفي بالكاد لمرتبات العاملين بالأفرع ولا تكفي لشيء آخر، واتفق ذلك مع دراسة فتحي توفيق فتحي حفيظة (2004م) (15) ان الاتحادات تعتمد علي التمويل الحكومي بنسبة (80,5)% فضلاً عن وجود لجان متخصصة لتسويق الأنشطة ويرى الباحثون أن نتائج هذه الدراسة تؤكد علي ضعف التمويل الأهلي وأنه من اهم المعوقات التي تؤثر علي استخدام التسويق في افرع الاتحادات الرياضية ، وبالنسبة للعبارة رقم (13) أن اللوائح والقوانين لا تسهل الإجراءات لتسويق أنشطة الفرع جاءت بأستجابة الموافقة وذلك يعني أن اللوائح والقوانين لا تناسب استخدام التسويق في الأفرع وذلك يتفق مع دراسة حاتم علي فتحي (2012م) (8) بأنه يجب تعديل اللوائح والقوانين لكي تشجع مراكز الشباب علي التسويق والاستثمار لكي تعمل علي زيادة مواردها.

وجاءت العبارة رقم (17) في الترتيب الخامس بنسبة مئوية (79,3)% بدرجة مقدرة (169) وفي إتجاه الموافقة بنسبة (53,5)% ويعزو الباحثون ذلك الي أن لا توجد أماكن مناسبة لممارسة الرياضة حيث وفي الآونة الأخيرة وجهت الدولة جهودها في إنشاء وتطوير ورفع كفاءة العديد من الأماكن الرياضية ويتفق ذلك مع دراسة أحمد حماد (2016م) (3) أن هناك ضعف في إمكانيات الهيئات الرياضية .

جاءت العبارة رقم (20) في الترتيب السادس بنسبة مئوية (78,9)% بدرجة مقدرة (168) وفي إتجاه الموافقة بنسبة (52,1)% بأنه لا توجد مساحات مناسبة وامكانيات ومعدات لإقامة الحفلات واللقاءات والندوات والمؤتمرات الرياضية ويتفق ذلك مع دراسة شريف السيد إبراهيم عمر (2010م) (11) يجب توفير الإمكانيات المادية والمرافق والأدوات والأجهزة وذلك لنجاح الخطة التسويقية.

جاءت العبارة رقم (16) في الترتيب السابع بنسبة مئوية (78,4%) بدرجة مقدرة (167) وفي إتجاه الموافقة بنسبة (52.1%) أن الروتين والعمل الإداري في الأفرع يوثر علي سرعة انجاز الاعمال وتحقيق الأهداف التسويقية .

جاءت العبارات رقم (10,12) في الترتيب الثامن بنسبة مئوية (77,9%) بدرجة مقدرة (166) وفي اتجاه الموافقة وبنسبة علي التوالي (50,7-54,9%) حيث جاءت العبارة رقم (12) بضعف إقامة المسابقات الرياضية بين المدارس والجامعات ويتفق ذلك مع دراسة أحمد أبو الفضل عبد الرحمن (2010م) (1) بأنه لا يوجد اهداف تسويقية في تنظيم البطولات ،وجاءت العبارة رقم (10) انه لا يوجد تمويل ذاتي في افرع الاتحادات ويتفق ذلك مع دراسة عمرو احمد علي الجمال (1999م)(14) ان التمويل الحالي بالاتحادات الرياضية لا يتناسب مع الخطط الموضوعه لهذه الاتحادات ، ويرى الباحثون ان التمويل الذاتي بكافة أنواعه هو انسب الوسائل التمويلية لتنفيذ الخطط التسويقية بأفرع الاتحادات ، كما اتفقت مع دراسة حاتم علي فتحي (2012م)(8) لا يوجد تمويل ذاتي يساهم في تنمية الموارد المالية لتنفيذ برامج وانشطة مركز الشباب .

جاءت العبارة رقم (21) في الترتيب التاسع بنسبة مئوية (77,5%) بدرجة مقدرة (165) وفي إتجاه الموافقة وبنسبة (46,5%) ان عدم الوعي بأهمية الرياضة بالنسبة لكافة المراحل السنية وممارستها منذ الصغر حيث يرى الباحثون من اهم المعوقات في العملية التسويقية لأفرع الاتحادات قلة الوعي لدي الممارسين بأهمية ممارسة النشاط وهذا ما اتفقت عليه اغلبية افراد العينة ويتفق ذلك مع دراسة حسين محمد عبد الحميد(2011م)(10) أن هناك نقص في برامج التوعية من قبل الدولة توضح فيها اهمية الرياضة واستخدام وتطبيق أساليب التسويق الرياضي كما اتفقت

دراسة احمد مصطفى إبراهيم (2015م) (4) ان التسويق الرياضي احد الأنشطة المصممة لمقابلة احتياجات ورغبات المتلقي الرياضي.

جاءت العبارة رقم (14) في الترتيب العاشر بنسبة مئوية (73,2)% بدرجة مقدرة (156) باستجابة موافق الي حد ما بنسبة (54,9)% أن اللوائح والقوانين لا تصلح لتسويق أنشطة الفرع ويتفق ذلك مع دراسة حاتم علي فتحي (2012م) (8) يجب تعديل اللوائح والقوانين لكي تشجع مراكز الشباب علي التسويق والاستثمار لكي تعمل علي زيادة مواردها.

جاءت العبارة رقم (22) في الترتيب الحادي عشر بنسبة مئوية (72,8)% بدرجة مقدرة (155) باستجابة موافق الي حد ما بنسبة (54,9)% عدم رفع الكفاءة الفنية والإدارية لدي الموظفين ويتفق ذلك مع دراسة عبد الملك سعد عمر بن محمود (2011م) (13) عدم وجود دورات تدريبية لصقل المهارات الإدارية للقادة الإداريين خاصة بما يتعلق بمجالات التسويق الرياضي .

جاءت العبارات رقم (7أ) في الترتيب الثاني عشر بنسبة مئوية (65,7)% بدرجة مقدرة (140) باستجابة موافق الي حد ما بنسبة (54,9)% غير دالة احصائيا حيث جاءت قيمة كا2 غير دالة احصائيا عند مستوي دلالة 0.05.

جاءت العبارة رقم (3) في الترتيب الثالث عشر بنسبة مئوية (64,8)% بدرجة مقدرة (138) باستجابة موافق الي حد ما بنسبة (57,7)% بانه لا يوجد تنسيق بين جميع الإدارات والجهة الإدارية المختصة، ويعزو الباحثون ذلك الي رأي بعض افراد العينة أنه لا توجد أنشطة مشتركة بين الإدارات والافرع كأحداث وبطولات رياضية .



جاءت العبارة رقم (23) في الترتيب الرابع عشر بنسبة مئوية (59,6)% بدرجة مقدرة (127) باستجابة موافق الي حد ما بنسبة (36,6)% ويعزو الباحثون ذلك إلى أن توجهات الدولة في ظل قانون الرياضة رقم (71) لسنة (2017م) (16) اهتم بتطوير ورفع كفاءة وانشاء الأماكن الرياضية .

جاءت العبارات رقم (7ب,6) في الترتيب الخامس عشر بنسبة مئوية (58,2)% بدرجة مقدرة (124) في اتجاه الغير موافق بنسبة علي التوالي (47,9-49,3)% حيث جاءت العبارة رقم (7ب) أنه ليس من المعوقات التي تؤثر في الخطة التسويقية عدم توفر تقارير لأفرع الاتحادات بصورة شهرية لما تم من إنجازات واعمال في الأفرع ، وجاءت العبارة رقم (6) حيث يعزو الباحثون ذلك لرأي بعض افراد العينة انه بالفعل عناك استمارات تقييم أداء الوظيفي للعاملين ولكن غير مفعلة بشكل كافي في بعض افرع الاتحادات.

جاءت العبارة رقم (5) في الترتيب السادس عشر بنسبة مئوية (57,3)% بدرجة مقدرة (122) في اتجاه الغير موافق بنسبة (47,9)% انه ليس من معوقات عدم توافر اليات الثواب والعقاب .

جاءت العبارة رقم (24) في الترتيب السابع عشر بنسبة مئوية (56,8)% بدرجة مقدرة (121) في اتجاه الغير موافق بنسبة (46,5)% بعدم تناسب أجور العاملين مع الاعمال والمهام التي يكلفون بها ويتوافق ذلك مع دراسة احمد مصطفى احمد (2008م) (5) بان هناك ارتفاع بمستوي أجور العاملين في المشروعات الرياضية والاستثمارية.

جاءت العبارة رقم (15) في الترتيب الثامن عشر بنسبة مئوية (56,3) % بدرجة مقدرة (120) في الغير موافقة بنسبة (50,7) % ويعزو الباحثون ذلك الي رأي بعض افراد العينة انه يتم تطبيق العقوبات علي المقصرين من خصومات ولفت نظر في حالة التقصير .

جاءت العبارة رقم (4) في الترتيب التاسعة عشر بنسبة مئوية (55,9) % بدرجة مقدرة (119) في اتجاه الغير موافق بنسبة (52,1) % ان ضعف القيادات الواعية القادرة علي تنفيذ المهام المكلفين بها ليس من المعوقات التي تؤثر علي العملية التسويقية كما جاءت في استجابات افراد العينة ويتعارض ذلك مع دراسة محمود جمال علي (2012م) (19) التي كانت من اهم نتائجه عدم توافر عناصر بشرية متخصصة ضمن العاملين بالمراكز متخصصين بالتسويق .

جاءت العبارة رقم (8) في الترتيب العشرون بنسبة مئوية (55,4) % بدرجة مقدرة (118) في اتجاه الغير موافق بنسبة (50,7) % حيث يتم متابعة القرارات المتخذة الي أن يتم تنفيذها .

جاءت العبارة رقم (1) في الترتيب الحادي والعشرون بنسبة مئوية (50,2) % بدرجة مقدرة (107) في اتجاه الغير موافق بنسبة (59,2) % ان هناك وحدة مستقلة لاستثمار وتسويق أنشطته ويتعارض ذلك مع دراسة محمود جمال محمد علي (2012م) (19) بانه لا يوجد إدارة متخصصة للتسويق والاستثمار ضمن الهيكل التنظيمي ويتعارض أيضا مع دراسة محمود عمر درويش محمد (2011م) (20) بانه لا يوجد مسئول تسويقي متخصص بالاتحاد المصري لكمال الاجسام، كما تعارض مع دراسة معتز مصطفى محمود (2010م) (21) لا يوجد متخصصين في التسويق الرياضي بإدارة النشاط الرياضي .

### تاسعا : الإستخلاصات :

استخلص الباحثون أن أهم المعوقات ما يلي :

- عدم وجود متخصص في التسويق ضمن العاملين بأفرع الاتحادات الرياضية بمحافظة بني سويف.
- عدم استغلال وسائل التواصل الاجتماعي واشكال التسويق الالكتروني المختلفة بأفرع الاتحادات الرياضية بمحافظة بني سويف .
- عدم توافر تقارير دورية لما تم من أعمال وإنجازات في صورة تقارير سنوية.
- أن هناك ضعف في الإعانات الإدارية (التمويل الحكومي) .
- عدم وجود تمويل ذاتي ببعض أفرع الاتحادات .
- ضعف التمويل الأهلي .
- قلة الأماكن الرياضية بالمحافظة .
- عدم توافر ملاعب وصالات قانونية .
- عدم الوعي بأهمية الرياضة بالنسبة لكافة المراحل السنوية .

### عاشرا : التوصيات :

- تفعيل قنوات الاتصال التي تحقق الأهداف التسويقية مثل (أقامه الندوات والاجتماعات بين الأفرع).
- ضرورة الاهتمام بعمل التقارير الدورية التي توضح فيها الاعمال والإنجازات وخاصة التقارير السنوية التي تعد بمثابة محطة التقييم لهذه الاعمال والانجازات
- أن يكون هناك مرونة في الإجراءات الخاصة بالتسويق داخل الفرع لكسر الروتين.
- ضرورة الاهتمام بتوفير الملاعب والأجهزة والأدوات القانونية التي تساهم في التسويق

-العمل علي إقامة الندوات التثقيفية لزيادة الوعي بأهمية الرياضة والتسويق الرياضي لكافة المراحل السنية -ضرورة العمل علي توفير الإمكانيات اللازمة للخطة التسويقية بآفرع الاتحادات .

-ضرورة وجود متخصص في التسويق الرياضي من بين العاملين بفرع الاتحاد .

### المراجع العلمية :

#### أولاً : المراجع العربية :

1. أحمد أبو الفضل  
حجازي :  
" استراتيجيات لتسويق بطولات رياضات الجودو في جمهورية مصر العربية " بحث منشور ، مجلة أسيوط لعلوم وفنون التربية الرياضية ، العدد (30) المجلد (2) ، 2010 م.
2. أحمد السيد محمود  
متولي :  
" دراسة تقويمية لنظم التمويل والتسويق بالأندية الرياضية بمحافظة القاهرة " بحث منشور ، مجلة أسيوط لعلوم وفنون التربية الرياضية ، العدد (20) المجلد (3) ، 2005 م
3. احمد حماد رضوان  
:  
استثمار إمكانات الهيئات الشبابية والرياضية بمحافظة الشرقية في ضوء التحولات الاقتصادية المعاصرة ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة بنها ، 2016 .
4. أحمد مصطفى  
إبراهيم :  
خطة استراتيجية للتمويل الذاتي للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة ، رسالة ماجستير ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان ، 2015 م .
5. أحمد مصطفى أحمد  
:  
محددات الاستثمار في الأندية الرياضية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان ، 2008 م .
6. أشرف عبد المعز  
عبد الرحيم :  
تقويم إقتصاديات الأندية الرياضية المصرية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان ، 1996 م
7. توفيق محمد عبد  
المحسن :  
تقييم الاداء ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 2003 م . رقم الصفحة 20
8. حاتم على فتحي  
:  
مصادر التمويل لبعض مراكز الشباب بمحافظة الدقهلية ، رسالة ماجستير ، كلية التربية الرياضية ، جامعة بنها ، 2012 م .

9. حسن أحمد الشافعي :  
الاتصال في التربية البدنية والرياضية ، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر ، الإسكندرية ، 2005 م ص رقم (86).
10. حسين محمد عبد الحميد :  
" العوامل المؤثرة على التسويق الرياضي لمراكز الشباب بمحافظة المنيا " بحث منشور ، مجلة أسبوط لعلوم وفنون التربية الرياضية ، العدد (33) المجلد (1) ، 2011 م .
11. شريف السيد إبراهيم عمر :  
" خطة للتسويق الرياضي بمركز الطب الرياضي التخصصي بجمهورية مصر العربية " رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة طنطا ، 2010 م
12. عادل حسن سيد ، وآخرون :  
الاتجاهات الحديثة في التسويق الرياضي ، المنيا ، 2012م ص رقم(12).
13. عبد الملك سعد عمر :  
استراتيجية مقترحة للاستثمار في المجال الرياضي بالرئاسة العامة لرعاية الشباب في المملكة العربية السعودية ، رسالة ماجستير ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان ، 2011م .
14. عمرو أحمد الجمال :  
" التمويل وعلاقته باتخاذ القرارات في بعض الاتحادات الرياضية جمهورية مصر العربية " رسالة دكتوراه ، غير منشوره ، كلية التربية الرياضية بنين ، جامعة حلوان ، القاهرة ، 1999 م .
15. فتحى توفيق فتحى :  
تقويم نتائج بعض الاتحادات الرياضية فى ضوء ادارة مصادر التمويل ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين بالسادات ، جامعة المنوفية ، 2004 م .
16. قانون الرياضة :  
قانون الرياضة رقم (71) لسنة ( 2017م)
17. لائحة المالية للاتحادات وفروعها :  
لائحة المالية للاتحادات ، العدد (247) ، تابع (أ) ، 2017، ص رقم (5)

18. محمد عبد الرازق محمد : " خطة مقترحة لتسويق خدمات نادي أصحاب الجياد بالإسكندرية , رسالة ماجستير غير منشورة , كلية التربية الرياضية للبنات , جامعة الإسكندرية , 2018م .
19. محمود جمال محمد علي : "خطة مقترحة لتسويق مراكز التنمية الرياضية بجمهورية مصر العربية" رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة حلوان ، 2012م .
20. محمود عمر درويش محمد : " خطة تسويقية مقترحة لبطولات الاتحاد المصري لكمال الاجسام " رسالة ماجستير ، غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة أسيوط ، 2011 م .
21. معتز مصطفى محمود : اساليب للتمويل لتحقيق اهداف ادارة النشاط الرياضي بجامعة الاسكندرية ، رسالة ماجستير ، كلية التربية الرياضية ، جامعة الاسكندرية ، 2010م .

### ثانياً: المراجع الأجنبية :

22. Jeoung har lee: **sport marketing in strategies through the analysis of sport consumer behavior and factors in flouncing attendance** , PHD , university of Minnesota , 2001.
23. p. Kotler & b. Dubois: **marketing manageme** "publi–union: Paris "10eme:2000:page40

## ”معوقات استخدام التسويق كمصدر للتمويل الذاتي لأفرع اتحادات الرياضات الفردية بمحافظة بني سويف“

### مستخلص البحث

تهدف الدراسة إلى التعرف علي معوقات استخدام التسويق كمصدر للتمويل الذاتي لأفرع اتحادات الرياضات الفردية بمحافظة بني سويف ، وإستخدام الباحثون المنهج الوصفي بأسلوب الدراسات المسحية علي عينة تم اختيارها بالطريقة العشوائية الطبقية لعدد ( 71 ) من سبعة أفرع وهي فروع اتحادات الرياضات الفردية المسجل أنشطتها وخطتها للعام الجاري وحتى 2021م وهي ( ملاكمة ، مصارعة ، تنس طاولة ، رفع أثقال ، كاراتية ، كونغو فو ، العاب القوي ) ، وأشارت أهم النتائج إلي أن أهم معوقات استخدام التسويق كمصدر لتمويل أفرع اتحادات الرياضات الفردية بمحافظة بني سويف تمثلت في :

- عدم وجود متخصص في التسويق ضمن العاملين بأفرع الاتحادات الرياضية بمحافظة بني سويف.
- عدم استغلال وسائل التواصل الاجتماعي واشكال التسويق الالكتروني المختلفة بأفرع الاتحادات الرياضية بمحافظة بني سويف .
- عدم توافر تقارير دورية لما تم من أعمال وانجازات في صورة تقارير سنوية.
- أن هناك ضعف في الإعانات الإدارية (التمويل الحكومي) .
- عدم وجود تمويل ذاتي ببعض أفرع الاتحادات .
- ضعف التمويل الأهلي .
- قلة الأماكن الرياضية بالمحافظة .
- عدم توافر ملاعب وصالات قانونية .
- عدم الوعي بأهمية الرياضة بالنسبة لكافة المراحل السنية .

## **"Obstacles to using marketing as a source of self-financing for individual sports federations branches in Beni Suf Governorate"**

### **Abstract**

It is the study to identify the obstacles to using marketing as a source of self-financing for individual sports federations branches in Beni Suf Governorate, and the researchers used the descriptive method in the method of survey studies on a sample that was done in a random, stratified manner for those (71) of the seven branches which are the branches of the Riyadh federations registered for them and their plan for the current year Until 2021 AD (boxing, wrestling, table tennis, weightlifting, karate, kongfu, strong games), the most important results to the fact that the most important obstacles to using marketing as a source of funding for individual sports federation branches in Beni Suf Governorate were:

- The lack of a marketing specialist among workers in the branches of sports federations in Beni Suf Governorate.
- Non-exploitation of social media and various forms of electronic marketing in the branches of sports federations in Beni Suf Governorate.
- The lack of periodic reports of what has been done in the form of annual reports.
- There is a weakness in administrative subsidies (government funding).



- The lack of self-financing in some branches of the federations.
- Poor private funding.
- Lack of sports places in the governorate.
- The lack of legal stadiums and halls.
- Lack of awareness of the importance of sport for all age groups.