

دور برامج الإعلام في الاستثمار في المجال الرياضي

- د/ عبد الله عيد الغصاب (*)
د/ بادي حسيان الدوسري (**)
د/ أشرف سمير الميداني (***)

مقدمة الدراسة:

تنافس الدول على اختلاف ثقافتها من أجل التفوق والريادة كما وأصبح التنافس في مجالات الرياضة مؤشراً على تبنى المجتمع قيماً ترمز للصحة والقوة وروح الإنجاز، كما وفي الوقت نفسه تستخدم الأنشطة الرياضية والمراكز والأندية كعامل مؤثر وقوي لحماية الشباب من الانحرافات الخطيرة بسبب الفراغ والملل، وتختلف وجهة النظر للرياضة في الدول المتقدمة عنها في الدول النامية، ففي الدول المتقدمة ينظر إليها من منطلق كونها صناعة إستراتيجية وأهدافها الرئيسية تحقيق الأرباح، وتدر أموالاً هائلة، وتحتاج لإدارة محترفة، حيث تحتاج الرياضة إلى الوقت والجهد والخبرة والمال والإمكانات والتسهيلات، حيث أصبحت الرياضة في الدول المتقدمة أحد قطاعات الأعمال الحيوية الجاذبة لرؤوس الأموال، والتي استطاعت أن تحقق أرباحاً ضخمة بعد أن كانت في الماضي لا تقوى على الوفاء باحتياجاتها الأساسية، ففي الوقت الذي لا تزال الرياضة في الدول النامية ترتبط بفلسفة ممارسة الرياضة للجميع والهواية وتعتمد اعتماداً شبه كلي على التمويل الحكومي، الذي تقدمه الدولة في صورة إعانات ضعيفة، والافتقار لمصادر التمويل الضخمة والقائمة على الاستثمار. (12: 64-66)

ويأتي الاستثمار في المجال الرياضي ليحتل مرتبة متقدمة في اقتصاديات الدول المتقدمة بسبب ارتفاع نسبة وأعداد الشباب، حيث إن الاستثمار في المجال الرياضي أصبح يقدر بـ 20% سنوياً، كما أن 90% من الميزانية العائلية المخصصة للرياضة في أوروبا توجه نحو شراء الملابس والمجلات وحضور المباريات الرياضية وبالتالي سيكون للمؤسسات التجارية الراغبة في الاستثمار الرياضي دور بارز خلال الفترة المقبلة في الإسهام في نمو الاقتصاديات الخاصة بوطنها من خلال الاستثمار الرياضي. (19)، (21)، (22)

ويحتوي النشاط الرياضي في طبيعته على قطاعين رئيسيين هما:

قطاع الممارسة "الرياضية للجميع"،

وقطاع المنافسة "البطولة".

وتتعلق المشكلات الاقتصادية في المجال الرياضي إما بالقطاع الحكومي أو الأهلي أو القطاع الخاص فإذا قلت الموارد ظهرت المشكلة ويمكن مشاركة القطاع الخاص في حلها.

فبالنسبة لدور القطاع الخاص في المساهمة في حل مشكلات "قطاع الممارسة" فيمكن دراسة إنشاء المشروعات الاستثمارية لتنمية دور قطاع الممارسة كإنشاء المراكز المتخصصة كصالات الألعاب والتمرينات ومراكز إنقاص الوزن.

أما دور القطاع الخاص في المساهمة في حل مشكلات "قطاع البطولة" كإنشاء الأندية الخاصة التي تهدف للربح أو استثمار أحد الفرق الرياضية أو عناصرها أو الهيئات الرياضية، وتستفيد الدولة من تحصيل الضرائب من هذه المشروعات وتوفير فرص عمل للأفراد وتحمل العبء عن كاهل الدولة من الناحية التمويلية (23: 121).

وقد أدى تكامل المجالات الرياضية مع المصالح الاقتصادية إلى احتلال الرياضة مكانة رفيعة في الحياة الاجتماعية لا تقل أهمية عن علاقة الرياضة بالسياسة، ولأن نظام الرياضة يقوم على دعائم اقتصادية في جوهرها مثل ميزانيات الأنشطة والبرامج والأدوات والأجهزة وأجور الإداريين والمدربين ومكافآت وحوافز الرياضيين وبالتالي فالغرض الأول للعلاقة بين الرياضة والاقتصاد يتصل باعتماد الرياضة على الاقتصاد لتمويل مختلف الألعاب. (17: 69) (26) وأصبح من المؤكد أن عدم الاهتمام الكافي من قبل العاملين في

(*) أستاذ مشارك الإدارة الرياضية - قسم التربية البدنية والرياضية - كلية التربية الأساسية، الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب الكويت.

(**) أستاذ مشارك الإدارة الرياضية - قسم التربية البدنية والرياضية - كلية التربية الأساسية، الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب الكويت.

(***) أمين عام - الاتحاد العربي لإعداد القادة.

الميدان الرياضي بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي يشكل خطراً على السير الطبيعي للنهوض بالرياضة سواء الشعبية داخل الأحياء أو الرياضة التنافسية داخل الأندية والاتحادات وعلى مقوماتها الاقتصادية، فالأندية والاتحادات الرياضية تعاني من العجز المالي بشكل دائم بل أصبح ذلك العجز هو المبرر الأول الذي تعلق عليه النتائج السيئة التي تحصدتها، وفي الوقت نفسه يركز المسؤولين الحكوميين على مساندة شرائح الشعب البسيط الكادح من خلال توفير برامج رياضية يشاهدها أو يشارك بها في شكل بطولة أو مهرجان، أو توفير منشأة رياضية تمارس فيها الرياضات المفضلة، إلا أن الشركات والمؤسسات التي تعمل في مجال التسويق والاستثمار والاستشارات الرياضية من حقها أن تحصل على حزم امتيازات تحقق طموحاتها. (24)

حيث تعد الممارسة الرياضية ذات أهمية اقتصادية ثنائية للفرد والمجتمع ومع كون الدولة في مرحلة التنمية الاقتصادية فلن يتثنى لها توفير الاعتمادات المالية لتحقيق أهداف الرياضة فيجب على المسؤولين الاتجاه نحو خصخصة الرياضة كما حدث في مجالات كثيرة حيث أنها مازالت محدودة في المجال الرياضي (5: 230) (29).

والاتحادات الرياضية هي المسئول الأول عن الرياضة التنافسية، وتتضمن أهدافها نشر الرياضة وتوسيع قاعدة الممارسين، ويحتاج تحقيق تلك الأهداف إلى الموارد المالية، ولقد حددت اللوائح المنظمة للهياكل الرياضية الموارد المالية الخاصة بالهيئات الرياضية فيما يلي:

1. اشتراكات الأعضاء.
2. حصيلة إيرادات الحفلات والمباريات وفرق ومنتخبات الهيئة.
3. الإعانات.
4. التبرعات والهبات التي يقرها مجلس الإدارة بموافقة الجهة الإدارية المختصة.
5. الإيرادات الأخرى التي توافق عليها الجهة الإدارية المختصة. (25: 53-54)

مشكلة البحث:

لقد أصبح من الأكيد أن عدم الاهتمام الكافي من قبل العاملين في المجال الرياضي بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي يشكل خطراً على السير الطبيعي للنهوض بالرياضة سواء الشعبية داخل الأحياء أو الرياضة التنافسية داخل الأندية والاتحادات وعلى مقوماتها الاقتصادية، فالأندية والاتحادات الرياضية تعاني من العجز المالي بشكل دائم بل أصبح ذلك العجز هو المبرر الأول الذي تعلق عليه النتائج السيئة التي تحصدتها، وفي الوقت نفسه يركز المسؤولين الحكوميين على مساندة شرائح الشعب البسيط الكادح من خلال توفير برامج رياضية يشاهدها أو يشارك بها في شكل بطولة أو مهرجان، أو توفير منشأة رياضية تمارس فيها الرياضات المفضلة، إلا أن الشركات والمؤسسات التي تعمل في مجال التسويق والاستثمار والتنمية والاستشارات الرياضية من حقها أيضاً أن تحصل على حزم امتيازات تحقق طموحاتها.

ومن خلال عمل الباحثين سواء في المجال المهني والأكاديمي والمتابعة العملية لبرامج الإعلام الرياضي في دولة الكويت - لوحظ أن الإعلام الرياضي يقتصر على عرض المباريات وبرامج التحليل والنقد وخاصة لكرة القدم - ولم يتناول الإعلام الرياضي عدداً من القضايا الأخرى المتعلقة بالموضوعات المرتبطة بالرياضة كصناعة عالمية للنشاط ومنها موضوع لا يمكن إغفاله وهو الاستثمار في المجال الرياضي حيث ينظر إلى الاستثمار في الرياضة على أنه صناعة المستقبل المتميز والذي يحقق العديد من العوائد والفوائد المالية التي تضمن استمرار المنظومة الرياضية الاستثمارية ،،،،

وعلى حد علم الباحثين لم يتوافر أي دراسات قد تكون تناولت موضوع تحديد دور الإعلام في الاستثمار في المجال الرياضي مما يشكل قصوراً في أحد أهم الأدوار التي يتعين أن يقوم بها الإعلام مما دعى الباحثين إلى تناول الموضوع بالدراسة والتحليل لتحديد ما هو الدور الذي يجب أن يقوم به الإعلام الرياضي في الاستثمار في المجال الرياضي.

ولذلك سعى الباحثين إلى إبراز دور الإعلام في الاستثمار في المجال الرياضي حيث تكمن مشكلة البحث في افتقار برامج الإعلام الرياضي إلى:

- التوعية والتعريف بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي.
- التوعية والتعريف بعوامل تشجيع الاستثمار في المجال الرياضي.

- التوعية التعريف بطرق جذب الاستثمار في المجال الرياضي.
 - التوعية والتعريف بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي.
- حيث تتبلور مشكلة البحث في الإجابة على التساؤلات التالية:

1. ما هو دور الإعلام في التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي؟
 2. ما هو دور الإعلام في التوعية بعوامل تشجيع الاستثمار في المجال الرياضي؟
 3. ما هو دور الإعلام في التوعية بطرق جذب الاستثمار في المجال الرياضي؟
 4. ما هو دور الإعلام في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي؟
- ولذا يرى الباحثين وللمساهمة بالنهوض بالرياضة في دولة الكويت ضرورة الوقوف على دور الإعلام في الاستثمار في المجال الرياضي بدولة الكويت.

هدف الدراسة:

التعرف على دور الإعلام في الاستثمار في المجال الرياضي من خلال العناصر التالية:

- التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي.
- التوعية بعوامل تشجيع الاستثمار في المجال الرياضي.
- التوعية بطرق جذب الاستثمار في المجال الرياضي.
- التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي.

الدراسات المشابهة والمرتبطة:

1. دراسة Patrick Richard (1995) (28) والتي هدفت إلى التعرف على ارتباط الرياضة بالإعلام الإذاعي في المجتمع الكندي، وقد أوصت على ضرورة تقديم التلفزيون لرياضة الهواة على شاشات هذه الشبكة كإنتاج ثقافي هام جانب إلى جنب مع رياضة المحترفين والتي تعتبر عامل جذب لمتابعة هذه الإذاعات.
2. دراسة Chen, T (1996) (20) التي هدفت إلى التعرف على دوافع الطلاب للمشاركة في ممارسة الرياضة ومعرفة ما حققوه فيها، وتحليل تلك الدوافع والإنجازات، منهج الدراسة: المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي، عينة الدراسة: مجموعة من طلبة وطالبات المدارس الرياضية (12-17) سنة، مدى الاستفادة من الناحية الموضوعية: التعرف على أهمية الإعلام الرياضي في نشر الوعي الرياضي من خلال الناقد الرياضي، مدى الاستفادة من الناحية الإجرائية: التعرف على الأدوات اللازمة لجمع البيانات والمنهج المستخدم.
3. دراسة أشرف محمود العجيلي (1999) (3) والتي هدفت إلى التعرف على المعوقات التي تقابل المستثمرين في المجال الرياضي مع تحديد أهم صور وأفكار الاستثمار في المجال الرياضي ولقد استخدم الباحث المنهج الوصفي، وتم اختيار عينة الدراسة بالطريقة العشوائية وبلغت (30) من المستثمرين المقيدين بسجلات جمعية رجال الأعمال المصريين، وكان من أهم النتائج: عدم وجود وعي بأهمية الاستثمار الرياضي سواء للجماهير أو المستثمرين أو المسؤولين أو القائمين بإدارة الهيئات الرياضية، عدم الاقتناع بالرياضة كمجال من مجالات الاستثمار وإن كانت فهي ليست المجال ذو الأولوية لدى المستثمر ولكن يمكن أن تكون بجانب مجال استثماري آخر، عدم وجود تشريعات تخص المجال الرياضي ضمن مجالات الاستثمار وكذلك تنظيم العمل الاستثماري في الرياضة مع عدم صدور قرارات تنفيذية سواء على الجانب الرياضي أو الاقتصادي يتيح الاستثمار في الرياضة.
4. دراسة Sheffield Hallan (2000) (32) وهدفت إلى التعرف على ما إذا كان الاستثمار في الأحداث الرياضية الكبرى يساعد عملية التنمية الاقتصادية في مدينة شيفلد، وقد استنتج الباحث أنه تم إقامة خمسة أحداث كبرى في مدينة شيفلد ما بين 1998-96م، ومع حساب تأثيرهم المادي مجتمعين بـ 14.4 مليون جنيه إسترليني خلال فترة 21 يوماً، من أيام هذه الأحداث (أي أن اليوم الواحد حقق 495000 جنيه إسترليني تقريباً كما استنتج الباحث أن إقامة حدث رياضي كبير له تأثير واضح على المدى القريب على الاقتصاد المحلي وهذا التأثير مشروط بنوع وحالة الحدث المقام وطبيعة جماعات الزوار الوافدة، وباستخلاص

نتائج كل الأحداث التي أقيمت في مدينة شيفلد منذ عام 1990 فإن النتائج قدرت بمبلغ 32 مليون جنيه إسترليني تم حقنها في الاقتصاد الوطني، وعلى هذا الأساس يؤكد البحث أن الأحداث الكبرى هي جزء هام من لأي اقتصاد محلي، لأنها تعمل على حفز النمو الاقتصادي كما أنها حوافز وأنشطة اقتصادية، وهي أدوات رئيسية في تنوع القاعدة الاقتصادية المحلية.

5. دراسة Recreational Department (2002) (30) وهدفت إلى التعرف على متطلبات والدعاية والتسويق للأندية الرياضية وأساليب التسويق المتاحة، وتوصلت إلى النتائج الآتية: هناك شركات تهتم برعاية الأندية الرياضية، ولديها القدرة على الاتصال بشركات أخرى لدعم هذه الدعاية، وجود أماكن ومساحات يمكن تقسيمها في القاعات لعرض المنتجات والإعلانات، مع ضمان حق الإعلان لمدة عام على الأقل. السماح بوضع اللافتات على شاشات العرض الإلكترونية، الإعلان من خلال التلفزيون، الإعلان والتسويق من خلال النشرات الإعلانية الترويجية، تأسيس مواقع إعلانية وتسويقية على صفحات الإنترنت، دعم تنظيم المؤتمرات والاهتمام بالتبرعات الخيرية، الاهتمام بزيادة الدخل عن الاشتراكات والرعاة.

6. دراسة محمد عبد الحميد محمود وهبة (2003) (16) وهدفت إلى التعرف على كيفية تأثير الصحافة على الرأي العام، (المنهج الوصفي) بالأسلوب المسحي، من خلال عينة عشوائية من الجمهور - اللاعبين - الحكام - الأجهزة الفنية للفرق - الصحفيين وكذلك عينة عمدية من بعض الصحف، (أهم النتائج: أبرزت الصحف الجوانب السلبية في إدارة الحكام للمباريات أكثر من الإيجابيات، المساحة المخصصة للحكام ضئيلة بالصحف، تؤثر الصحف بما تنشره عن قرارات الحكام وإدارتهم للمباريات في تكوين الرأي العام ويثير الجماهير نحو الحكام.

7. دراسة Ostermann (2004) (27) وهدفت إلى التعرف على حجم إنفاق المؤسسات الاقتصادية على مجالات الرعاية الرياضية المختلفة، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي، على عينة بلغ حجمها (651) مؤسسة اقتصادية، وكانت أهم النتائج أن (43.6%) من إجمالي إنفاق المؤسسات الاقتصادية يتجه إلى رعاية الأندية الرياضية وأن (68%) من المؤسسات الاقتصادية تهدف من الرعاية الرياضية إلى زيادة درجة شهرة المؤسسة، في المقابل نجد أن (63%) من المؤسسات الاقتصادية تهدف إلى تحسين الصورة الظاهرة لها داخل المجتمع.

8. دراسة Sport and Market AG (2005) (33) وهدفت إلى التعرف على الفرص الاتصالية التي سوف تحققها المؤسسات الراعية لبطولة كأس العالم لكرة القدم 2006. حيث أوضحت الدراسة فوز (15) مؤسسة اقتصادية بالحقوق الإعلامية أثناء بطولة كأس العالم علماً بأن تلك المجموعة هي التي يطلق عليها الرعاة الرسميين حيث بلغ إجمالي تعاقدات هذه الشركات مع الاتحاد الدولي لكرة القدم (700) مليون يورو كما أظهرت الدراسة أن الرعاة سوف يحققون اتصالات بين المجموعات المستهدفة تصل إلى (1.3) مليار اتصال ويحقق الرعاة من المستوى الإقليمي على فرص اتصال تبلغ (465) مليون اتصال مع المجموعات المستهدفة. (94)

أوجه الاستفادة من الدراسات المشابهة والمرتبطة:

1. الوقوف على أهم المراجع العربية والأجنبية والاستفادة منها.
2. إلمام الباحث لحدود المشكلة وأبعادها.
3. اختيار المنهج المناسب لطبيعة وأهداف الدراسة.
4. تحديد نوعية وكيفية اختيار عينة الدراسة.
5. اختيار أدوات جمع البيانات المناسبة لطبيعة الدراسة.
6. تحديد المعالجات الإحصائية المناسبة للوصول إلى النتائج وتحليلها.

إجراءات الدراسة:

منهج البحث:

استخدم الباحثين المنهج الوصفي (الدراسات المسحية) بخطواته وإجراءاته وذلك لملائمته لطبيعة الدراسة وتحقيق أهدافها.

فروض الدراسة:

تفترض الدراسة الفروض التالية:

1. توجد فروق دالة إحصائياً بين مجموعات العينة الثلاث (العاملين في: المجال الرياضي، المجال الإعلامي، مجال الاستثمار) في دور الإعلام في التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي.
2. توجد فروق دالة إحصائياً بين مجموعات العينة الثلاث (العاملين في: المجال الرياضي، المجال الإعلامي، مجال الاستثمار) في دور الإعلام في التوعية بعوامل تشجيع الاستثمار في المجال الرياضي.
3. توجد فروق دالة إحصائياً بين مجموعات العينة الثلاث (العاملين في: المجال الرياضي، المجال الإعلامي، مجال الاستثمار) في دور الإعلام في التوعية بطرق جذب الاستثمار في المجال الرياضي.
4. توجد فروق دالة إحصائياً بين مجموعات العينة الثلاث (العاملين في: المجال الرياضي، المجال الإعلامي، مجال الاستثمار) في دور الإعلام في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي.

مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع بحث الدراسة في الآتي:

1. المجتمع الوثائقي:

يشمل كل ما يرتبط من مراجع وكتب ودراسات علمية ومشاهدة بموضع الدراسة والمرتبطة به.

2. المجتمع البشري:

وهي عينة من العاملين في: المجال الرياضي، المجال الإعلامي، مجال الاستثمار، بالإضافة إلى بعض الخبراء في المجالات ذات الصلة بالبحث، ونظراً لما تحتاجه الدراسة من معلومات وخبرات محددة فقد تم اختيار عينة الدراسة بالطريقة العمدية، ويوضح جدول (1) توصيف عينة الدراسة:

جدول (1)

توصيف وتوزيع عينة البحث على الدراسة الاستطلاعية والدراسة الأساسية

عينة الدراسة الأساسية		عينة الدراسة الاستطلاعية		حجم العينة	الفئات	
النسبة %	العدد	النسبة %	العدد			
77.78	7	22.22	2	9	أساتذة في الإدارة الرياضية	العاملين في المجال الرياضي
76.92	10	23.08	3	13	مسؤولين باهئية العامة للشباب والرياضة	
100.00	5	0.00	0	5	مديري التسويق الرياضي بالأندية	
81.48	22	18.52	5	27	المجموع	
80.00	8	20.00	2	10	أساتذة في كلية الإعلام	العاملين في الإعلام
100.00	5	0.00	0	5	وكلاء وزارة الإعلام	
83.33	10	16.67	2	12	رؤساء الصحف المحلية	
85.71	6	14.29	1	7	رؤساء القنوات المحلية الخاصة	
85.71	24	14.29	4	28	العاملين في البرامج الرياضية	
85.48	53	14.52	9	62	المجموع	
100.00	5	0.00	0	5	وكلاء وزارة التجارة	العاملين في الاستثمار
90.00	18	10.00	2	20	رجال أعمال مهتمين بالرياضة	

عينة الدراسة الأساسية		عينة الدراسة الاستطلاعية		حجم العينة	الفئات
النسبة %	العدد	النسبة %	العدد		
84.62	11	15.38	2	13	مدراء المنشآت الرياضية الخاصة
89.47	34	10.53	4	38	المجموع
85.83	109	14.17	18	127	المجموع الكلي

يتضح من جدول (1) والخاص بتوصيف وتوزيع عينة الدراسة أن إجمالي عينة الدراسة بلغ 127 كما بلغت عينة الدراسة الاستطلاعية 18 بنسبة 14.17% من إجمالي عينة الدراسة في حين بلغت عينة الدراسة الأساسية 109 بنسبة 85.83% من إجمالي عينة الدراسة.

أدوات جمع البيانات الدراسة:

تم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات مرفق (2).

تصميم استمارة الاستبيان:

لتصميم استمارة الاستبيان اتبع الباحثين الخطوات التالية:

1. مسح مرجعي للدراسات والمراجع المشابهة والمرتبطة بموضوع الدراسة.
2. المقابلة الشخصية مع المسؤولين في مختلف الجهات المرتبطة بالدراسة.
3. تحديد محاور الاستبيان حسب أهداف الدراسة.
4. تحديد مفردات العبارات التي تعبر عن محاور الاستبيان.
5. عرض الاستبيان في صورته الأولية على المحكمين مرفق (1) وذلك من أجل التعرف على مدى:
 - مناسبة المحاور لموضوع الدراسة من خلال جميع الملاحظات التي أبدتها المحكمين.
 - ارتباط كل عبارة مع المحور الخاص بها وارتباطها بموضوع الدراسة.
 - مدى كفاية وشمول وارتباط وموضوعية العبارات.

وقد توصل الباحثين إلى الاستمارة في شكلها النهائي مرفق (2) وتكونت من:

1. المحور الأول: دور الإعلام في التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي وبه 10 عبارة.
2. المحور الثاني: دور الإعلام في التوعية بعوامل تشجيع الاستثمار في المجال الرياضي و به 11 عبارة.
3. المحور الثالث: دور الإعلام في التوعية بطرق جذب الاستثمار في المجال الرياضي و به 19 عبارة.
4. المحور الرابع: ما هو دور الإعلام في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي وبه 14 عبارة ليكون إجمالي عبارات الاستبيان 54 عبارة.

الدراسة الاستطلاعية الأولى:

قام الباحثين بإجراء دراسة استطلاعية على عينة قوامها (20) مفحوصاً تم اختيارهم من مجتمع الدراسة وخارج عينة الدراسة وتم استبعاد استمارتين لعدم استكمال البيانات وذلك بهدف إجراء المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان وذلك بتاريخ 6 / 6 / 2010م.

المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان:

أولاً: الصدق:

صدق الاتساق الداخلي:

وتم حساب صدق الاتساق الداخلي عن طريق حساب معاملات الارتباط بين درجات الإجابة على العبارات وبين الدرجة الكلية للمحور التي تنتمي إليه.

جدول (2)

معامل الأتساق الداخلي لعبارات المحور الأول: دور الإعلام في التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي والمحور الثاني: دور

الإعلام في التوعية بعوامل تشجيع الاستثمار في المجال الرياضي ن=18

المحور الثاني: دور الإعلام في التوعية بعوامل تشجيع الاستثمار في المجال الرياضي				المحور الأول: دور الإعلام في التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي			
معامل الأتساق	رقم العبارة	معامل الأتساق	رقم العبارة	معامل الأتساق	رقم العبارة	معامل الأتساق	رقم العبارة
0.718	6	0.684	1	0.713	6	0.754	1
0.736	7	0.751	2	0.742	7	0.708	2
0.764	8	0.771	3	0.736	8	0.694	3
0.812	9	0.678	4	0.729	9	0.762	4
0.824	10	0.802	5	0.743	10	0.748	5
0.752	11						

يتضح من جدول (2) ارتفاع قيم معاملات الارتباط حيث تراوحت قيمة معامل الاتساق الداخلي ما بين (0.678 إلى 0.824) وهذه القيم معنوية عند مستوى 0.01 مما يؤكد أن جميع عبارات المحور الأول والثاني تقيس ما يقيسه المحور ولذا فهي تتسم بالصدق وأنها تقيس ما وضعت من أجله.

جدول (3)

معامل الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثالث: دور الإعلام في التوعية بطرق جذب الاستثمار في المجال الرياضي ن=18

المحور الثالث: دور الإعلام في التوعية بطرق جذب الاستثمار في المجال الرياضي							
معامل الأتساق	رقم العبارة	معامل الأتساق	رقم العبارة	معامل الأتساق	رقم العبارة	معامل الأتساق	رقم العبارة
0.688	16	0.75	11	0.735	6	0.706	1
0.695	17	0.737	12	0.726	7	0.742	2
0.679	18	0.749	13	0.713	8	0.719	3
0.759	19	0.772	14	0.801	9	0.699	4
		0.767	15	0.821	10	0.685	5

يتضح من جدول (3) ارتفاع قيم معاملات الارتباط حيث تراوحت قيمة معامل الاتساق الداخلي ما بين (0.679 إلى 0.821) وهذه القيم معنوية عند مستوى 0.01 مما يؤكد أن جميع عبارات المحور الثالث تقيس ما يقيسه المحور ولذا فهي تتسم بالصدق وأنها تقيس ما وضعت من أجله.

جدول (4)

معامل الاتساق الداخلي لعبارات المحور الرابع: ما هو دور الإعلام في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار في المجال

الرياضي ن = 18

المحور الرابع: ما هو دور الإعلام في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي					
معامل	رقم	معامل	رقم	معامل	رقم
الاتساق	العبارة	الاتساق	العبارة	الاتساق	العبارة
0.729	11	0.735	6	0.754	1
0.741	12	0.785	7	0.712	2
0.782	13	0.762	8	0.699	3
0.763	14	0.719	9	0.739	4
		0.771	10	0.765	5

يتضح من جدول (4) ارتفاع قيم معاملات الارتباط حيث تراوحت قيمة معامل الاتساق الداخلي ما بين (0.699 إلى 0.785) وهذه القيم معنوية عند مستوى 0.01 مما يؤكد أن جميع عبارات المحور الرابع تقيس ما يقيسه المحور ولذا فهي تتسم بالصدق وأنها تقيس ما وضعت من أجله.

ثانياً: الثبات:

1. حساب الثبات عن طريق قيمة معامل ألفا لكرونباك:

وهذا المعامل يعد مؤشر للتكافؤ ويعطي معامل ألفا الحد الأدنى للقيمة التقديرية لمعامل ثبات درجات الاختبارات أي أن قيمة معامل الثبات بعمامة لا تقل عن قيمة معامل ألفا.

جدول (5)

معامل ألفا لكرونباك لمحاور الاستبيان ن = 18

معامل ألفا لكرونباك	الدلالات الإحصائية	المحاور
0.816		المحور الأول: دور الإعلام في التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي
0.834		المحور الثاني: دور الإعلام في التوعية بعوامل تشجيع الاستثمار في المجال الرياضي
0.798		المحور الثالث: دور الإعلام في التوعية بطرق جذب الاستثمار في المجال الرياضي
0.807		المحور الرابع: ما هو دور الإعلام في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي

يتضح من جدول (5) والخاص بحساب الثبات عن طريق معامل ألفا أن معامل الثبات تراوح ما بين (0.798 إلى 0.834) وهذه القيم معنوية عند مستوى 0.01 مما يشير إلى ثبات استمارة الاستبيان حيث أن قيم معامل ألفا لكرونباك تؤكد أن العبارات في

كل محور متجانسة ومتوافقة وأنها في كل محور مجتمعة تمثل بناء المحور وأن أي حذف أو إضافة لأي عبارة في أي محور من الممكن أن يؤثر سلباً في بناء المحور ومن ثم في بناء الاستبيان.

2. حساب الثبات عن طريق إعادة التطبيق

قام الباحثين بحساب ثبات الاستمارة عن طريق التطبيق وإعادة التطبيق بعد مدة (15 يوم) حيث كان التطبيق الأول 3/8/2010م والتطبيق الثاني 18/8/2010م لعينة قوامها 20 مفحوص اختيروا من المجتمع الأصلي وخارج عينة الدراسة وقد تتم استبعاد استمارتين لعدم استكمال البيانات الخاصة بالدراسة.

جدول (6)

الفروق بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني للمجموعة الاستطلاعية لإيجاد ثبات (محاور الاستبيان) ن = 18

معامل الثبات	قيمة ت	الفرق بين المتوسطين		التطبيق الثاني		التطبيق الأول		الدلالات الإحصائية المحاور
		±ع	س	±ع	س	±ع	س	
0.944	1.10	1.25	0.27	5.54	20.08	5.30	19.81	المحور الأول: دور الإعلام في التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي
0.932	0.68	1.59	0.21	5.63	21.77	5.80	21.56	المحور الثاني: دور الإعلام في التوعية بعوامل تشجيع الاستثمار في المجال الرياضي
0.928	0.87	1.08	0.18	10.23	39.24	10.36	39.42	المحور الثالث: دور الإعلام في التوعية بطرق جذب الاستثمار في المجال الرياضي
0.959	0.61	1.74	0.21	7.96	29.17	7.50	29.38	المحور الرابع: ما هو دور الإعلام في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي

* معنوي عند مستوى 0.05 = 2.11

يتضح من جدول (6) عدم وجود فروق دالة إحصائية بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني حيث تراوح معامل الارتباط (معامل الثبات) بين التطبيقين في جميع الموضوعات ما بين (0.928 إلى 0.959) وهذه القيمة مؤشر جيد على ثبات الاستمارة عند إعادة تطبيقها مرة أخرى.

الدراسة الاستطلاعية الثانية:

قام الباحثين بإجراء دراسة استطلاعية على عينة قوامها (15) مفحوصاً تم اختيارهم من مجتمع الدراسة وخارج عينة الدراسة وذلك بهدف الوصول إلى:

1. مدى تفهم عينة الدراسة للعبارة.
2. مدى وضوح العبارة.
3. تدريب المساعدين.

4. التعرف على طريقة تفرغ البيانات.
 5. المدة الزمنية اللازمة لتنفيذ إجراءات الدراسة.
 6. المدة الزمنية للإجابة على استمارة الاستبيان.
- وقد تم التوصل إلى:

1. وضوح وتفهم عينة الدراسة الاستطلاعية لمعظم العبارات.
2. تعرف المساعدين على كيفية العمل.
3. الوصول إلى جدول تفرغ البيانات.
4. يلزم ملاً الاستمارة (15 دقيقة).

تطبيق الدراسة الأساسية:

تم تطبيق الدراسة الأساسية في الفترة من 10 / 12 / 2011م إلى 30 / 1 / 2011م.

المعالجات الإحصائية:

قام الباحثين باستخدام المعالجات الإحصائية المناسبة لطبيعة الدراسة

عرض ومناقشة النتائج:

أولاً: النتائج الخاصة بالفرض الأول:

ينص هذا الفرض على أنه "توجد فروق دالة إحصائية بين مجموعات العينة الثلاث (العاملين في: المجال الرياضي، مجال الإعلام، مجال الاستثمار) في دور الإعلام في التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه للدرجات التي حصل عليها عينات البحث على محور دور الإعلام في التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي من الاستبيان المعد لذلك، ورصدت نتائج ذلك في الجدول التالي:

جدول (7)

نتائج تحليل التباين أحادي الاتجاه للدرجات التي حصلت عليها عينات البحث على محور دور الإعلام في التوعية بأهمية

الاستثمار في المجال الرياضي من الاستبيان

الدلالة	مستوى المعنوية	قيمة ف المحسوبة	متوسط المربعات	مجموع المربعات	درجات الحرية	مصدر التباين	المحور
دال	0.000	*392.498	1604.727	3209.453	2	بين المجموعات	المحور الأول: دور
			4.088	433.381	106	داخل المجموعات	الإعلام في التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي
				3642.834	108	المجموع	

* ف معنوية عند مستوى $0.05 = 3.09$

يتضح من الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى (0.01) بين مجموعات العينة الثلاث (العاملين في: المجال الرياضي، مجال الإعلام، مجال الاستثمار) في دور الإعلام في التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي ولمعرفة دلالة الفروق بين المجموعات الثلاث تم استخدام اختبار أقل فرق معنوي LSD، ورصدت نتائج ذلك في الجدول التالي:

جدول (8)

معنوية الفروق بين مجموعات العينة الثلاث (العاملين في: المجال الرياضي، المجال الإعلام، مجال الاستثمار) في الاستجابة للمحور

الأول: دور الإعلام في التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي باستخدام اختبار فرق معنوي LSD

قيمة LSD بين المجموعات عند 0.05			الفروق بين المتوسطات			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموعات	المحور
بين العاملين والإعلام والاستثمار	بين العاملين والاستثمار	بين العاملين والإعلام	العاملين في الاستثمار	العاملين في الإعلام	العاملين في المجال الرياضي				
0.880	1.095	1.015	*4.241	*7.868		1.904	17.475	العاملين في المجال الرياضي	المحور الأول: دور الإعلام في التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي
			*12.109			2.263	25.342	العاملين في الإعلام	
						1.660	13.234	العاملين في الاستثمار	

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى (0.01) بين العاملين في: المجال الرياضي، الإعلام، الاستثمار في الرياضة في دور الإعلام في التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي لصالح الإعلاميين.
 - وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى (0.01) بين العاملين في: المجال الرياضي والاستثمار في الرياضة في دور الإعلام في التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي لصالح العاملين في المجال الرياضي.
- ولمعرفة الفروق بين استجابات كل مجموعة من مجموعات العينة الثلاث على دور الإعلام في التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي، تم استخدام مربع كاي للفروق بين الاستجابات، ورصدت نتائج ذلك في الجداول التالية:

جدول (9)

التكرار والنسبة المئوية ومربع كاي ودلالاتها الخاصة باستجابات (العاملين في المجال الرياضي) عبارات المحور الأول: دور الإعلام

في التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي ن=22

رقم العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		مربع كاي	الأهمية النسبية
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
1	31.82	7	18.18	4	50.00	11	3.36	43.94
2	36.36	8	36.36	8	27.27	6	0.36	60.61
3	13.64	3	18.18	4	68.18	15	*12.09	25.76
4	18.18	4	18.18	4	63.64	14	*9.09	30.30
5	13.64	3	31.82	7	54.55	12	5.55	34.85
6	18.18	4	45.45	10	36.36	8	2.55	48.48
7	31.82	7	18.18	4	50.00	11	3.36	43.94
8	36.36	8	18.18	4	45.45	10	2.55	48.48
9	13.64	3	27.27	6	59.09	13	*7.18	31.82
10	13.64	3	50.00	11	36.36	8	4.45	46.97

* مربع كاي معنوي عند مستوى $0.05 = 5.99$

يتضح من الجدول السابق والخاص بالتكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة باستجابات (العاملين في المجال الرياضي) على عبارات المحور الأول: دور الإعلام في التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي وجود فروق معنوية بين الاستجابات في عبارات:

- ضرورة إصلاح الهيكل الإداري للمؤسسات الرياضية المرشحة للاستثمار.
- يعمل الاستثمار في مجالات الرياضة على استحداث وظائف جديدة للعمل في المجال الرياضي.
- مميزات الاستثمار في المجال الرياضي حيث بلغت قيمة مربع كاي على التوالي (12.09، 9.09، 7.18) وهذه القيم معنوية عند مستوى 0.05

بينما لا توجد فروق معنوية بين الاستجابات في باقي العبارات حيث تراوحت قيمة مربع كاي ما بين (0.36 إلى 5.55) وهذه القيم غير معنوية عند مستوى 0.05.

وجاء ترتيب الأهمية النسبية لترتيب العبارات كالتالي:

1. الاستثمار في المجال الرياضي يحقق أقصى عائد استثماري متزايد ومستمر بأهمية نسبية بلغت 60.61%.
 2. يعمل الاستثمار في المجال الرياضي على تخفيف العبء عن الدولة.
 3. أنواع المشروعات في مجال الاستثمار الرياضي بأهمية نسبية بلغت 48.48%.
 4. الميزة التنافسية للاستثمار في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 46.97%.
 5. الأهمية الاقتصادية للمؤسسات الرياضية كمؤسسات أعمال رياضية.
 6. يحقق الاستثمار في المجال الرياضي عدد من العوائد المرتبطة بالمنتجات الرياضية بأهمية نسبية بلغت 43.94%
- ثم توالى العبارات حتى عبارة يعمل الاستثمار في مجالات الرياضة على استحداث وظائف جديدة للعمل في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 30.30% وجاء في الترتيب الأخير عبارة ضرورة إصلاح الهيكل الإداري للمؤسسات الرياضية المرشحة للاستثمار بأقل أهمية نسبية والتي بلغت 25.76%.

جدول (10)

التكرار والنسبة المئوية ومربع كاي ودلالاتها الخاصة باستجابات (الإعلاميين) عبارات المحور الأول: دور الإعلام في التوعية بأهمية

الاستثمار في المجال الرياضي ن = 53

رقم العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		مربع كاي	الأهمية النسبية
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %		
1	43	81.13	5	9.43	5	9.43	*54.49	90.57
2	40	75.47	6	11.32	7	13.21	*42.38	87.42
3	45	84.91	2	3.77	6	11.32	*63.89	91.19
4	39	73.58	6	11.32	8	15.09	*38.75	86.16
5	33	62.26	7	13.21	13	24.53	*20.98	79.25
6	38	71.70	5	9.43	10	18.87	*35.81	84.28
7	41	77.36	7	13.21	5	9.43	*46.34	89.31

رقم العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		مربع كاي	الأهمية النسبية
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %		
8	33	62.26	8	15.09	12	22.64	*20.42	79.87
9	44	83.02	3	5.66	6	11.32	*59.13	90.57
10	31	58.49	9	16.98	13	24.53	*15.55	77.99

* مربع كاي معنوي عند مستوى $0.05 = 5.99$

يتضح من الجدول السابق والخاص بالتكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة باستجابات (الإعلاميين) على عبارات المحور الأول: دور الإعلام في التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي وجود فروق معنوية بين الاستجابات حيث تراوحت قيمة مربع كاي ما بين (15.55 إلى 63.89) وهذه القيم معنوية عند مستوى 0.05 وقد جاء الترتيب للأهمية النسبية لترتيب العبارات كالتالي:

1. ضرورة إصلاح الهيكل الإداري للمؤسسات الرياضية المرشحة للاستثمار بأهمية نسبية بلغت 91.19%.
2. الأهمية الاقتصادية للمؤسسات الرياضية كمؤسسات أعمال رياضية.
3. مميزات الاستثمار في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 90.57%.
4. يحقق الاستثمار في المجال الرياضي عدد من العوائد المرتبطة بالمنتجات الرياضية بأهمية نسبية بلغت 89.31%.
5. الاستثمار في المجال الرياضي يحقق أقصى عائد استثماري متزايد ومستمر بأهمية نسبية بلغت 87.42% ثم توالى العبارات حتى عبارة يعمل الاستثمار في المجال الرياضي على تشجيع المنافسة في الأسواق (المحلية، الخارجية) الرياضية بأهمية نسبية بلغت 79.25% وجاء في الترتيب الأخير عبارة الميزة التنافسية للاستثمار في المجال الرياضي بأقل أهمية نسبية والتي بلغت 77.99%.

جدول (11)

التكرار والنسبة المئوية ومربع كاي ودلالاتها الخاصة باستجابات (الاستثمار في المجال الرياضي) عبارات المحور الأول: دور الإعلام في التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي ن = 34

رقم العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		مربع كاي	الأهمية النسبية
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %		
1	3	8.82	2	5.88	29	85.29	*41.35	41.18
2	3	8.82	1	2.94	30	88.24	*46.29	40.20
3	6	17.65	3	8.82	25	73.53	*25.12	48.04
4	5	14.71	4	11.76	25	73.53	*24.76	47.06
5	5	14.71	2	5.88	27	79.41	*32.88	45.10
6	4	11.76	11	32.35	19	55.88	*9.94	51.96
7	8	23.53	2	5.88	24	70.59	*22.82	50.98
8	2	5.88	1	2.94	31	91.18	*51.24	38.24
9	1	2.94	2	5.88	31	91.18	*51.24	37.25

رقم العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		مربع كاي	الأهمية النسبية
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
10	5.88	2	5.88	2	88.24	30	46.12*	39.22

* مربع كاي معنوي عند مستوى $0.05 = 5.99$

يتضح من الجدول السابق والخاص بالتكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة باستجابات (الاستثمار في المجال الرياضي) على عبارات المحور الأول: دور الإعلام في التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي وجود فروق معنوية بين الاستجابات حيث تراوحت قيمة مربع كاي ما بين (9.94 إلى 51.24) وهذه القيم معنوية عند مستوى 0.05 وقد حققت العبارات التالية أعلى أهمية نسبية وجاء ترتيبها كالتالي:

1. يعمل الاستثمار في المجال الرياضي على تخفيف العبء عن الدولة بأهمية نسبية بلغت 51.96%.
 2. يحقق الاستثمار في المجال الرياضي عدد من العوائد المرتبطة بالمنتجات الرياضية بأهمية نسبية بلغت 50.98%.
 3. ضرورة إصلاح الهيكل الإداري للمؤسسات الرياضية المرشحة للاستثمار بأهمية نسبية بلغت 48.04%.
 4. يعمل الاستثمار في مجالات الرياضة على استحداث وظائف جديدة للعمل في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 47.06%.
- وتوالى العبارات حتى عبارة أنواع المشروعات في مجال الاستثمار في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 38.24% وجاء في الترتيب الأخير عبارة مميزات الاستثمار في المجال الرياضي بأقل أهمية نسبية والتي بلغت 37.25%.

ثانياً: النتائج الخاصة بالفرض الثاني:

ينص هذا الفرض على أنه "توجد فروق دالة إحصائية بين مجموعات العينة الثلاث (العاملين في: المجال الرياضي، الإعلام، والاستثمار) في دور الإعلام في التوعية بعوامل تشجيع الاستثمار في المجال الرياضي وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه للدرجات التي حصل عليها محور دور الإعلام في التوعية بعوامل تشجيع الاستثمار في المجال الرياضي من الاستبيان المعد لذلك، وصدت نتائج ذلك في الجدول التالي:

جدول (12)

نتائج تحليل التباين أحادي الاتجاه للدرجات التي حصلت عليها عينات البحث على محور دور الإعلام في التوعية بعوامل تشجيع الاستثمار في المجال الرياضي من الاستبيان

المحور	مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة ف المحسوبة	مستوى المعنوية	الدلالة
المحور الثاني: دور الإعلام في التوعية بعوامل تشجيع الاستثمار في المجال الرياضي	بين المجموعات	2	3737.412	1868.706	667.199*	0.000	دال
	داخل المجموعات	106	296.887	2.801			
	المجموع	108	4034.299				

* ف معنوية عند مستوى $0.05 = 3.09$

يتضح من الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى (0.01) بين مجموعات العينة الثلاث (العاملين في: المجال الرياضي، الإعلام، الاستثمار) في دور الإعلام في التوعية بعوامل تشجيع الاستثمار في المجال الرياضي ولمعرفة دلالة الفروق بين المجموعات الثلاث تم استخدام اختبار أقل فرق معنوي LSD، وصدت نتائج ذلك في الجدول التالي:

جدول (13)

معنوية الفروق بين مجموعات العينة الثلاث (العاملين في: المجال الرياضي، الإعلام، الاستثمار) في الاستجابة للمحور الثاني: دور

الإعلام في التوعية بعوامل تشجيع الاستثمار في المجال الرياضي باستخدام اختبار أقل فرق معنوي LSD

قيمة LSD بين المجموعات عند 0.05			الفروق بين المتوسطات			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموعات	المحور
بين الإعلام والاستثمار	بين العاملين والاستثمار	بين العاملين والإعلام	العاملين في الاستثمار	العاملين في الإعلام	العاملين في المجال الرياضي				
0.728	0.907	0.840	*4.349	*8.672		1.944	19.369	العاملين في المجال الرياضي	المحور الثاني: دور الإعلام في التوعية بعوامل تشجيع الاستثمار في المجال الرياضي
			*13.021			1.590	28.041	العاملين في الإعلام	
						1.615	15.020	العاملين في الاستثمار	

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى (0.01) بين العاملين في المجال الرياضي والإعلاميين والمستثمرين في الرياضة في دور الإعلام في التوعية بعوامل تشجيع الاستثمار الرياضي لصالح الإعلاميين.
 - وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى (0.01) بين العاملين في المجال الرياضي والمستثمرين في الرياضة في دور الإعلام في التوعية بعوامل تشجيع الاستثمار الرياضي لصالح العاملين في المجال الرياضي.
- ولمعرفة الفروق بين استجابات كل مجموعة من المجموعات الثلاث على دور الإعلام في التوعية بعوامل تشجيع الاستثمار الرياضي، تم استخدام مربع كاي للفروق بين الاستجابات، ورصدت نتائج ذلك في الجداول التالية:

جدول (14)

التكرار والنسبة المئوية ومربع كاي ودلالاتها الخاصة باستجابات (العاملين في المجال الرياضي) عبارات المحور الثاني: دور الإعلام في

التوعية بعوامل تشجيع الاستثمار في المجال الرياضي ن=22

رقم العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		مربع كاي	الأهمية النسبية
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
1	31.82	7	18.18	4	50.00	11	3.36	43.94
2	27.27	6	18.18	4	54.55	12	4.73	39.39
3	13.64	3	9.09	2	77.27	17	*19.18	19.70
4	9.09	2	54.55	12	36.36	8	*6.91	45.45
5	36.36	8	45.45	10	18.18	4	2.55	66.67
6	13.64	3	4.55	1	81.82	18	*23.55	16.67
7	13.64	3	59.09	13	27.27	6	*7.18	53.03
8	13.64	3	36.36	8	50.00	11	4.45	37.88
9	31.82	7	18.18	4	50.00	11	3.36	43.94
10	27.27	6	36.36	8	36.36	8	0.36	51.52

رقم العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		مربع كاي	الأهمية النسبية
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %		
11	5	22.73	7	31.82	10	45.45	1.73	43.94

* مربع كاي معنوي عند مستوى $0.05 = 5.99$

يتضح من جدول (14) وجود فروق معنوية بين الاستجابات في عبارات:

1. أهمية استقرار النظام الإداري داخل المؤسسات الرياضية.
 2. جودة البنية الأساسية للمؤسسات الرياضية وفقاً للمواصفات الدولية (منشآت - ملاعب - أدوات).
 3. ضرورة توافر المتخصصين من ذو الكفاءة العالية للعمل بمجال الاستثمار في الرياضة.
 4. ضرورة ارتفاع مستوى اللاعبين كعنصر جذب للاستثمار الرياضي
- حيث بلغت قيمة مربع كاي على التوالي (7.18، 23.55، 6.91، 19.18) وهذه القيم معنوية عند مستوى 0.05 بينما لا توجد فروق معنوية بين الاستجابات في باقي العبارات حيث تراوحت قيمة مربع كاي ما بين (0.36 إلى 4.73) وهذه القيم غير معنوية عند مستوى 0.05 وقد حققت العبارات الترتيب التالي:

1. حث الجماهير للإقبال على المؤسسات الرياضية (مشاهدة، ممارسة، الحصول على خدمة) أعلى أهمية نسبية والتي بلغت %66.67
 2. ضرورة ارتفاع مستوى اللاعبين كعنصر جذب للاستثمار الرياضي بأهمية نسبية بلغت %53.03.
 3. أهمية وجود نظام مالي مرن بين المستثمر والمؤسسات الرياضية بأهمية نسبية بلغت %51.52.
 4. جودة البنية الأساسية للمؤسسات الرياضية وفقاً للمواصفات الدولية (منشآت - ملاعب - أدوات) بأهمية نسبية بلغت %45.45
- وتوالى العبارات حتى عبارة أهمية استقرار النظام الإداري داخل المؤسسات الرياضية بأهمية نسبية بلغت %19.70 وجاء في الترتيب الأخير عبارة ضرورة توافر المتخصصين من ذو الكفاءة العالية للعمل بمجال الاستثمار في الرياضة بأقل أهمية نسبية والتي بلغت %16.67

جدول (15)

التكرار والنسبة المئوية ومربع كاي ودلالاتها الخاصة باستجابات (الإعلاميين) عبارات المحور الثاني: دور الإعلام في التوعية بعوامل

تشجيع الاستثمار الرياضي ن = 53

رقم العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		مربع كاي	الأهمية النسبية
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %		
1	35	66.04	3	5.66	15	28.30	*29.58	79.25
2	41	77.36	2	3.77	10	18.87	*48.04	86.16
3	44	83.02	5	9.43	4	7.55	*58.91	91.82
4	39	73.58	5	9.43	9	16.98	*39.09	85.53
5	46	86.79	2	3.77	5	9.43	*68.42	92.45
6	41	77.36	4	7.55	8	15.09	*46.68	87.42

رقم العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		مربع كاي	الأهمية النسبية
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %		
7	35	66.04	6	11.32	12	22.64	*26.53	81.13
8	45	84.91	5	9.43	3	5.66	*63.55	93.08
9	29	54.72	15	28.30	9	16.98	*11.92	79.25
10	33	62.26	7	13.21	13	24.53	*20.98	79.25
11	45	84.91	2	3.77	6	11.32	*63.89	91.19

* مربع كاي معنوي عند مستوى $0.05 = 5.99$

يتضح من الجدول السابق والخاص بالتكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة باستجابات (الإعلاميين) على عبارات المحور الثاني: دور الإعلام في التوعية بعوامل تشجيع الاستثمار الرياضي وجود فروق معنوية بين الاستجابات حيث تراوحت قيمة مربع كاي ما بين (11.92 إلى 68.42) وهذه القيم معنوية عند مستوى 0.05 وقد حققت العبارات الترتيب التالي:

1. أهمية تنوع مصادر التمويل للمؤسسات الرياضية مما يساعد على الاستثمار في المجال الرياضي أعلى أهمية نسبية والتي بلغت 93.08%.

2. عبارة حث الجماهير للإقبال على المؤسسات الرياضية (مشاهدة، ممارسة، الحصول على خدمة) بأهمية نسبية بلغت 92.45%.

3. عبارة أهمية استقرار النظام الإداري داخل المؤسسات الرياضية بأهمية نسبية بلغت 91.82%.

4. تقبل الرأي العام في الدولة للمشروعات الاستثمارية في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 91.19% وتوالت العبارات حتى عبارة ضرورة ارتفاع مستوى اللاعبين كعنصر جذب للاستثمار الرياضي بأهمية نسبية بلغت 81.13% وجاء في الترتيب الأخير عبارة أهمية استقرار الأوضاع السياسية الداخلية في الدولة وعبارة ضرورة حث البنوك على أهمية الاستثمار الرياضي وعبارة أهمية وجود نظام مالي مرن بين المستثمر والمؤسسات الرياضية بأقل أهمية نسبية والتي بلغت 79.25%.

جدول (16)

التكرار والنسبة المئوية ومربع كاي ودلالاتها الخاصة باستجابات (المستثمرين في المجال الرياضي) عبارات المحور الثاني: دور الإعلام في التوعية بعوامل تشجيع الاستثمار الرياضي ن=34

رقم العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		مربع كاي	الأهمية النسبية
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %		
1	0	0.00	1	2.94	33	97.06	*62.18	34.31
2	2	5.88	3	8.82	29	85.29	*41.35	40.20
3	7	20.59	3	8.82	24	70.59	*21.94	50.00
4	3	8.82	3	8.82	28	82.35	*36.76	42.16
5	3	8.82	5	14.71	26	76.47	*28.65	44.12
6	5	14.71	6	17.65	23	67.65	*18.06	49.02
7	4	11.76	1	2.94	29	85.29	*41.71	42.16
8	5	14.71	1	2.94	28	82.35	*37.47	44.12

رقم العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		مربع كاي	الأهمية النسبية
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
9	20.59	7	17.65	6	61.76	21	*12.41	52.94
10	17.65	6	17.65	6	64.71	22	*15.06	50.98
11	20.59	7	14.71	5	64.71	22	*15.24	51.96

* مربع كاي معنوي عند مستوى $0.05 = 5.99$

يتضح من الجدول السابق والخاص بالتكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة باستجابات (المستثمرين في المجال الرياضي) على عبارات المحور الثاني: دور الإعلام في التوعية بعوامل تشجيع الاستثمار الرياضي وجود فروق معنوية بين الاستجابات حيث تراوحت قيمة مربع كاي ما بين (12.41 إلى 62.18) وهذه القيم معنوية عند مستوى 0.05 وقد حققت عبارات المحور الترتيب التالي.

1. ضرورة حث البنوك على أهمية الاستثمار الرياضي أعلى أهمية نسبية والتي بلغت 52.94% .
2. تقبل الرأي العام في الدولة للمشروعات الاستثمارية في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 51.96% .
3. أهمية وجود نظام مالي مرن بين المستثمر والمؤسسات الرياضية بأهمية نسبية بلغت 50.98% .
4. أهمية استقرار النظام الإداري داخل المؤسسات الرياضية بأهمية نسبية بلغت 50.00% وتوالت العبارات حتى عبارة أهمية استقرار الأوضاع الاقتصادية والمالية بأهمية نسبية بلغت 40.20% وجاء في الترتيب الأخير عبارة أهمية استقرار الأوضاع السياسية الداخلية في الدولة بأقل أهمية نسبية والتي بلغت 34.31% .

ثالثاً: النتائج الخاصة بالفرض الثالث:

ينص هذا الفرض على أنه "توجد فروق دالة إحصائية بين مجموعات العينة الثلاث (العاملين في: المجال الرياضي، الإعلام، الاستثمار) في دور الإعلام في التوعية بطرق جذب الاستثمار في المجال الرياضي وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه للدرجات التي حصل عليها عينات البحث على محور دور الإعلام في التوعية بطرق جذب الاستثمار الرياضي من الاستبيان المعد لذلك، ورصدت نتائج ذلك في الجدول التالي:

جدول (17)

نتائج تحليل التباين أحادي الاتجاه للدرجات التي حصلت عليها عينات البحث على محور دور الإعلام في التوعية بطرق جذب

الاستثمار في المجال الرياضي

المحور	مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة ف المحسوبة	مستوى المعنوية	الدلالة
المحور الثالث: دور الإعلام في التوعية بطرق جذب الاستثمار في المجال الرياضي	بين المجموعات	2	11120.208	5560.104	*1088.877	0.00	دال
	داخل المجموعات	106	541.265	5.106			
	المجموع	108	11661.473				

* ف معنوية عند مستوى $0.05 = 3.09$

يتضح من الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) بين مجموعات العينة الثلاث (العاملين في: المجال الرياضي، الإعلام، الاستثمار) في دور الإعلام في التوعية بطرق جذب الاستثمار في المجال الرياضي ولمعرفة دلالة الفروق بين المجموعات الثلاث تم استخدام اختبار أقل فرق معنوي LSD، ورسدت نتائج ذلك في الجدول التالي:

جدول (18)

معنوية الفروق بين المجموعات الثلاث (العاملين في المجال الرياضي والإعلاميين والمستثمرين) في الاستجابة للمحور الثالث: دور

الإعلام في التوعية بطرق جذب الاستثمار الرياضي باستخدام اختبار أقل فرق معنوي LSD

قيمة LSD بين المجموعات عند 0.05			الفروق بين المتوسطات			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموعات	المحور
بين الإعلام والاستثمار	بين العاملين والاستثمار	بين العاملين والإعلام	الاستثمار	الإعلام	العاملين في المجال الرياضي				
0.983	1.224	1.135	*5.796	*16.278		1.610	33.829	العاملين في المجال الرياضي	المحور الثالث: دور الإعلام في التوعية بطرق جذب الاستثمار في المجال الرياضي
			*22.074			2.626	50.107	الإعلام	
						1.971	28.034	الاستثمار	

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) بين العاملين في المجال الرياضي والإعلاميين والمستثمرين في الرياضة في دور الإعلام في التوعية بطرق جذب الاستثمار الرياضي لصالح الإعلاميين.
 - وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) بين العاملين في المجال الرياضي والمستثمرين في الرياضة في دور الإعلام في التوعية بطرق جذب الاستثمار الرياضي لصالح العاملين في المجال الرياضي.
- ولمعرفة الفروق بين استجابات كل مجموعة من المجموعات الثلاث على دور الإعلام في التوعية بطرق جذب الاستثمار الرياضي، تم استخدام مربع كاي للفروق بين الاستجابات، ورسدت نتائج ذلك في الجداول التالية:

جدول (19)

التكرار والنسبة المئوية ومربع كاي ودلالاتها الخاصة باستجابات (العاملين في المجال الرياضي) عبارات المحور الثالث: دور الإعلام

في التوعية بطرق جذب الاستثمار في المجال الرياضي ن = 22

رقم العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		مربع كاي	الأهمية النسبية
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
1	18.18	4	54.55	12	27.27	6	4.73	54.55
2	22.73	5	13.64	3	63.64	14	*9.36	31.82
3	9.09	2	45.45	10	45.45	10	5.82	39.39
4	27.27	6	18.18	4	54.55	12	4.73	39.39
5	22.73	5	40.91	9	36.36	8	1.18	50.00
6	18.18	4	9.09	2	72.73	16	*15.64	24.24
7	27.27	6	45.45	10	27.27	6	1.45	57.58

رقم العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		مربع كاي	الأهمية النسبية
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
8	22.73	5	59.09	13	18.18	4	*6.64	62.12
9	4.55	1	18.18	4	77.27	17	*19.73	16.67
10	31.82	7	9.09	2	59.09	13	*8.27	37.88
11	31.82	7	4.55	1	63.64	14	*11.55	34.85
12	45.45	10	9.09	2	45.45	10	5.82	51.52
13	45.45	10	0.00	0	54.55	12	*11.27	45.45
14	22.73	5	50.00	11	27.27	6	2.82	56.06
15	36.36	8	27.27	6	36.36	8	0.36	54.55
16	31.82	7	9.09	2	59.09	13	*8.27	37.88
17	18.18	4	18.18	4	63.64	14	*9.09	30.30
18	31.82	7	36.36	8	31.82	7	0.09	56.06
19	31.82	7	13.64	3	54.55	12	5.55	40.91

* مربع كاي معنوي عند مستوى $0.05 = 5.99$

يتضح من جدول (19) وجود فروق معنوية بين الاستجابات في عبارات:

1. توفير معلومات عن الاستثمار في المجال الرياضي.
2. التوعية بإمكانية الحصول على تسهيلات تمنح للاستثمار الرياضي.
3. ضرورة وجود جهاز متخصص لدراسات السوق في الاستثمار الرياضي.
4. متابعة المنافسين في مجال الاستثمار الرياضي على المستويات المحلية والدولية.
5. الدراسات الخاصة بالمشروعات الاستثمارية في المجال الرياضي.
6. أهمية وجود دليل للاستثمار في المجال الرياضي.
7. وجود مواقع إنترنت لخدمة المستثمرين في المجال الرياضي.
8. توضيح إجراءات الحصول على الموافقات وإصدار التصاريح الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي.
9. وجود حوافز و ضمانات لجذب الاستثمار الرياضي حيث تراوحت قيمة مربع كاي ما بين (6.64 إلى 19.73) وهذه القيم معنوية عند مستوى 0.05 .

بينما لا توجد فروق معنوية بين الاستجابات في باقي العبارات حيث تراوحت قيمة مربع كاي ما بين (0.09 إلى 5.82)

وهذه القيم غير معنوية عند مستوى 0.05 وقد حققت العبارات الترتيب التالي:

1. ضرورة وجود جهاز متخصص لدراسات السوق في الاستثمار الرياضي أعلى أهمية نسبية والتي بلغت 62.12% .
2. تكوين شبكة علاقات متكاملة تعمل على جذب المستثمرين في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 57.58% .
3. كفاءة الارتقاء بالعلاقة بين المؤسسات الرياضية والمستثمرين في المجال الرياضي.
4. معلومات عن البنية الأساسية للاستثمار في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 56.06% .

5. توفير معلومات عن الاستثمار في المجال الرياضي وعبرة مرونة القوانين الخاصة بالمؤسسات الرياضية تجاه الاستثمار الرياضي بأهمية نسبية بلغت 54.55% وتوالت العبارات حتى عبارة التوعية بإمكانية الحصول على تسهيلات تمنح للاستثمار الرياضي بأهمية نسبية بلغت 24.24% وجاء في الترتيب الأخير عبارة متابعة المنافسين في مجال الاستثمار الرياضي على المستويات المحلية والدولية بأقل أهمية نسبية والتي بلغت 16.67%.

جدول (20)

التكرار والنسبة المئوية ومربع كاي ودلالاتها الخاصة باستجابات (الإعلاميين) عبارات المحور الثالث: دور الإعلام في التوعية بطرق

جذب الاستثمار في المجال الرياضي ن = 53

رقم العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		مربع كاي	الأهمية النسبية
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %		
1	46	86.79	3	5.66	4	7.55	68.19*	93.08
2	44	83.02	5	9.43	4	7.55	58.91*	91.82
3	41	77.36	2	3.77	10	18.87	48.04*	86.16
4	43	81.13	5	9.43	5	9.43	54.49*	90.57
5	40	75.47	3	5.66	10	18.87	43.74*	85.53
6	39	73.58	5	9.43	9	16.98	39.09*	85.53
7	33	62.26	6	11.32	14	26.42	21.77*	78.62
8	44	83.02	2	3.77	7	13.21	59.58*	89.94
9	38	71.70	9	16.98	6	11.32	35.36*	86.79
10	36	67.92	8	15.09	9	16.98	28.57*	83.65
11	33	62.26	5	9.43	15	28.30	22.79*	77.99
12	39	73.58	4	7.55	10	18.87	39.66*	84.91
13	41	77.36	8	15.09	4	7.55	46.68*	89.94
14	44	83.02	6	11.32	3	5.66	59.13*	92.45
15	41	77.36	3	5.66	9	16.98	47.25*	86.79
16	45	84.91	7	13.21	1	1.89	64.45*	94.34
17	39	73.58	8	15.09	6	11.32	38.75*	87.42
18	46	86.79	4	7.55	3	5.66	68.19*	93.71
19	42	79.25	7	13.21	4	7.55	50.53*	90.57

* مربع كاي معنوي عند مستوى 0.05 = 5.99

يتضح من جدول (20) وجود فروق معنوية بين الاستجابات حيث تراوحت قيمة مربع كاي ما بين (21.77 إلى 68.19) وهذه القيم معنوية عند مستوى 0.05 وقد حققت العبارات الترتيب التالي:

1. توضيح إجراءات الحصول على الموافقات وإصدار التصاريح الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي أعلى أهمية نسبية والتي بلغت %94.34

2. معلومات عن البنية الأساسية للاستثمار في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت %93.71.

3. توفير معلومات عن الاستثمار في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت %93.08.

4. كيفية الارتقاء بالعلاقة بين المؤسسات الرياضية والمستثمرين في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت %92.45.

وتوالى العبارات حتى عبارة تكوين شبكة علاقات متكاملة تعمل على جذب المستثمرين في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت %78.62 وجاء في الترتيب الأخير عبارة بأهمية وجود دليل للاستثمار في المجال الرياضي بأقل أهمية نسبية والتي بلغت %77.99.

جدول (21)

التكرار والنسبة المئوية ومربع كاي ودلالاتها الخاصة باستجابات (المستثمرين في المجال الرياضي) عبارات المحور الثالث: دور

الإعلام في التوعية بطرق جذب الاستثمار في المجال الرياضي ن=34

الأهمية النسبية	مربع كاي	لا		إلى حد ما		نعم		رقم العبارة
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
49.02	*25.82	73.53	25	5.88	2	20.59	7	1
55.88	5.35	50.00	17	32.35	11	17.65	6	2
41.18	*41.35	85.29	29	5.88	2	8.82	3	3
51.96	*10.29	52.94	18	38.24	13	8.82	3	4
52.94	*8.88	55.88	9	29.41	10	14.71	5	5
5.88	*7.12	44.12	15	44.12	15	11.76	4	6
51.96	*15.24	64.71	22	14.71	5	20.59	7	7
50.98	*22.82	70.59	24	5.88	2	23.53	8	8
50.98	*18.41	67.65	23	11.76	4	20.59	7	9
51.96	*9.12	67.65	23	8.82	3	23.53	8	10
53.92	*12.76	61.76	21	14.71	5	23.53	8	11
51.96	*15.24	64.71	22	14.71	5	20.59	7	12
50.98	*18.41	67.65	23	11.76	4	20.59	7	13
47.06	*24.76	73.53	25	11.76	4	14.71	5	14
47.06	*29.18	76.47	26	5.88	2	17.65	6	15
50.00	*21.94	70.59	24	8.82	3	20.59	7	16
39.22	*41.71	85.29	29	11.76	4	2.94	1	17
39.22	*46.12	88.24	30	5.88	2	5.88	2	18
56.86	*8.18	55.88	19	17.65	6	26.47	9	19

* مربع كاي معنوي عند مستوى $0.05 = 5.99$

يتضح من جدول (21) وجود فروق معنوية بين الاستجابات حيث تراوحت قيمة مربع كاي ما بين (7.12 إلى 46.12) وهذه القيم معنوية عند مستوى 0.05 بينما لا توجد فروق معنوية بين الاستجابات في عبارة تقديم مشروعات لتحسين بيئة الأعمال في المؤسسات الرياضية حيث بلغت قيمة مربع كاي (5.35) وهذه القيم غير معنوية عند مستوى 0.05 وقد حققت العبارات الترتيب التالي:

1. توافر الكوادر المؤهلة للعمل في قطاع الاستثمار الرياضي أعلى أهمية نسبية والتي بلغت 56.86%.
2. تقديم مشروعات لتحسين بيئة الأعمال في المؤسسات الرياضية.
3. التوعية بإمكانية الحصول على تسهيلات تمنح للاستثمار الرياضي بأهمية نسبية بلغت 57.58%.
4. أهمية وجود دليل للاستثمار في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 53.92%.
5. إبراز إيجابيات الدولة في الأسواق المستهدفة للاستثمار الرياضي بأهمية نسبية بلغت 52.94% وتوالت العبارات حتى عبارة حشد الدعم المجتمعي للمستثمرين في المجال الرياضي من خلال وسائل الإعلام بأهمية نسبية بلغت 41.18% وجاء في الترتيب الأخير عبارة وجود حوافز وضمانات لجذب الاستثمار الرياضي وعبارة معلومات عن البنية الأساسية للاستثمار في المجال الرياضي بأقل أهمية نسبية والتي بلغت 39.22%.

رابعاً: النتائج الخاصة بالفرض الرابع:

ينص هذا الفرض على أنه "توجد فروق دالة إحصائياً بين مجموعة العينة الثلاث (العاملين في: المجال الرياضي، الإعلام، الاستثمار) في دور الإعلام في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه للدرجات التي حصل عليها عينات البحث على محور دور الإعلام في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي من الاستبيان المعد لذلك، وصدت نتائج ذلك في الجدول التالي:

جدول (22)

نتائج تحليل التباين أحادي الاتجاه للدرجات التي حصلت عليها عينات البحث على محور دور الإعلام في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي

المحور	مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة ف المحسوبة	مستوى المعنوية	الدلالة
المحور الرابع: ما هو دور الإعلام في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي	بين المجموعات	2	6250.500	3125.250	*313.646	0.000	دال
	داخل المجموعات	106	1056.213	9.964			
	المجموع	108	7306.713				

* ف معنوية عند مستوى 0.05 = 3.09

يتضح من الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) بين المجموعات الثلاث (العاملين في المجال الرياضي والإعلاميين والمستثمرين) في دور الإعلام في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار الرياضي ولمعرفة دلالة الفروق بين المجموعات الثلاث تم استخدام اختبار أقل فرق معنوي LSD، وصدت نتائج ذلك في الجدول التالي:

جدول (23)

معنوية الفروق بين المجموعات الثلاث (العاملين في: المجال الرياضي، الإعلام، الاستثمار) في الاستجابة للمحور الرابع: ما هو دور الإعلام في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي باستخدام اختبار أقل فرق معنوي LSD

قيمة LSD بين المجموعات عند 0.05		الفروق بين المتوسطات			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموعات	المحور
بين الإعلام والاستثمار	بين العاملين العاملين والاستثمار	بين العاملين الإعلام والاستثمار	الاستثمار	الإعلام				
1.373	1.710	1.585	*2.176	*13.753		3.207	23.383	العاملين في المجال الرياضي
			*15.929			3.437	37.135	الإعلام
						2.617	21.206	الاستثمار

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى (0.01) بين العاملين في المجال الرياضي والإعلام والاستثمار في مجال الرياضة في دور الإعلام في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار الرياضي لصالح الإعلام.
 - وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى (0.01) بين العاملين في المجال الرياضي والاستثمار في الرياضة في دور الإعلام في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار الرياضي لصالح العاملين في المجال الرياضي.
- ولمعرفة الفروق بين استجابات كل مجموعة من المجموعات الثلاث على دور الإعلام في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار في مجال الرياضي، تم استخدام مربع كاي للفروق بين الاستجابات، ورصد نتائج ذلك في الجداول التالية:

جدول (24)

التكرار والنسبة المئوية ومربع كاي ودلالاتها الخاصة باستجابات (العاملين في المجال الرياضي) عبارات المحور الرابع: ما هو دور الإعلام في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي ن = 22

رقم العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		مربع كاي	الأهمية النسبية
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
1	9.09	2	9.09	2	81.82	18	*23.27	15.15
2	18.18	4	54.55	12	27.27	6	4.73	54.55
3	0.00	0	45.45	10	54.55	12	*11.27	30.30
4	9.09	2	59.09	13	31.82	7	*8.27	48.48
5	18.18	4	9.09	2	72.73	16	*15.64	24.24
6	27.27	6	9.09	2	63.64	14	*10.18	33.33
7	27.27	6	18.18	4	54.55	12	4.73	39.39
8	36.36	8	18.18	4	45.45	10	2.55	48.48

رقم العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		مربع كاي	الأهمية النسبية
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
9	9.09	2	18.18	4	72.73	16	*15.64	21.21
10	36.36	8	9.09	2	54.55	12	*6.91	42.42
11	27.27	6	36.36	8	36.36	8	0.36	51.52
12	9.09	2	68.18	15	22.73	5	*12.64	54.55
13	18.18	4	18.18	4	63.64	14	*9.09	30.30
14	9.09	2	50.00	11	40.91	9	*6.09	42.42

* مربع كاي معنوي عند مستوى $0.05 = 5.99$

يتضح من الجدول السابق والخاص بالتكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة باستجابات (العاملين في المجال الرياضي) على عبارات المحور الرابع: ما هو دور الإعلام في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي جود فروق معنوية بين الاستجابات حيث تراوحت قيمة مربع كاي ما بين (6.09 إلى 23.27) وهذه القيم معنوية عند مستوى 0.05 بينما لا توجد فروق معنوية بين الاستجابات في عبارة وجود تشريعات تنظم العلاقات بين الأطراف المشتركة في العملية الاستثمارية وعبارة وجود جهاز إداري للاستثمار الرياضي وعبارة تسمح لوائح الهيئات الرياضية بمنح تسهيلات لجذب رجال الأعمال للاستثمار في المجال الرياضي وعبارة وجود أساليب تحفز وتشجع المستثمرين من رجال الأعمال على الاستثمار في المجال الرياضي مثل الإعفاءات الضريبية حيث تراوحت قيمة مربع كاي ما بين (0.36 إلى 4.73) وهذه القيم غير معنوية عند مستوى 0.05 وقد حققت العبارات الترتيب التالي:

1. وجود تشريعات تنظم العلاقات بين الأطراف المشتركة في العملية الاستثمارية وعبارة الهيئات الرياضية لديها مرونة في العمليات الإدارية بما يسهل إجراءات الاستثمار في المجال الرياضي أعلى أهمية نسبية والتي بلغت 54.55%.
2. وجود أساليب تحفز وتشجع المستثمرين من رجال الأعمال على الاستثمار في المجال الرياضي مثل الإعفاءات الضريبية بأهمية نسبية بلغت 51.52% ثم عبارة توافر الإجراءات المناسبة لتيسير عمل المستثمرين وعبارة تسمح لوائح الهيئات الرياضية بمنح تسهيلات لجذب رجال الأعمال للاستثمار في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 48.48%.
3. تكفل القوانين والتشريعات الموجودة الإدارات بالمؤسسات الرياضية وتعمل على زيادة التمويل فيها وعبارة وجود تشريعات قانونية تسمح للمؤسسة الرياضية استثمار الممتلكات بأهمية نسبية بلغت 42.42% وتوالت العبارات حتى عبارة التشريعات واللوائح المنظمة للعمل في مجالات الاستثمار في المجال الرياضي وبما يتمشى مع النظام العالمي بأهمية نسبية بلغت 21.21% وجاء في الترتيب الأخير عبارة وجود نظام قانوني وتنظيمي للاستثمار تدعمه الدولة بأقل أهمية نسبية والتي بلغت 15.15%.

جدول (25)

التكرار والنسبة المئوية ومربع كاي ودلالاتها الخاصة باستجابات (العاملين في مجال الإعلام) عبارات المحور الرابع: ما هو دور الإعلام في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي ن = 53

رقم العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		مربع كاي	الأهمية النسبية
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
1	79.25	42	11.32	6	9.43	5	*50.30	89.94
2	83.02	44	5.66	3	11.32	6	*59.13	90.57
3	71.70	38	11.32	6	16.98	9	*35.36	84.91
4	71.70	38	9.43	5	18.87	10	*35.81	84.28
5	79.25	42	11.32	6	9.43	5	*50.30	89.94
6	69.81	37	20.75	11	9.43	5	*32.75	86.79
7	67.92	36	28.30	15	3.77	2	*33.32	88.05
8	77.36	41	11.32	6	11.32	6	*46.23	88.68
9	60.38	32	11.32	6	28.30	15	*19.74	77.36
10	66.04	35	24.53	13	9.43	5	*27.32	85.53
11	84.91	45	5.66	3	9.43	5	*63.55	91.82
12	79.25	42	16.98	9	3.77	2	*51.66	91.82
13	83.02	44	15.09	8	1.89	1	*60.26	93.71
14	81.13	43	11.32	6	7.55	4	*54.60	91.19

* مربع كاي معنوي عند مستوى $0.05 = 5.99$

يتضح من الجدول السابق والخاص بالتكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة باستجابات (الإعلام) على عبارات المحور الرابع: ما هو دور الإعلام في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي وجود فروق معنوية بين الاستجابات حيث تراوحت قيمة مربع كاي ما بين (19.74 إلى 63.55) وهذه القيم معنوية عند مستوى 0.05 وقد حققت العبارات الترتيب التالي:

1. وضوح عقود الاستثمار بين المؤسسات الرياضية والمستثمر وفقاً لأحكام القانون أعلى أهمية نسبية والتي بلغت 93.71%.
2. وجود أساليب تحفز وتشجع المستثمرين من رجال الأعمال على الاستثمار في المجال الرياضي مثل الإعفاءات الضريبية وعبارة الهيئات الرياضية لديها مرونة في العمليات الإدارية بما يسهل إجراءات الاستثمار في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 91.82%.
3. وجود تشريعات قانونية تسمح للمؤسسة الرياضية استثمار الممتلكات بأهمية نسبية بلغت 91.19%.
4. وجود تشريعات تنظم العلاقات بين الأطراف المشتركة في العملية الاستثمارية بأهمية نسبية بلغت 90.57% وتوالت العبارات حتى عبارة توافر الإجراءات المناسبة لتيسير عمل المستثمرين بأهمية نسبية بلغت 84.28% وجاء في الترتيب الأخير عبارة التشريعات

واللوائح المنظمة للعمل في مجالات الاستثمار في المجال الرياضي وبما يتمشى مع النظام العالمي بأقل أهمية نسبية والتي بلغت 77.36%.

جدول (26)

التكرار والنسبة المئوية ومربع كاي ودلالاتها الخاصة باستجابات (المستثمرين في المجال الرياضي) عبارات المحور الرابع: ما هو دور الإعلام في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار الرياضي ن = 34

رقم العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		مربع كاي	الأهمية النسبية
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
1	11.76	4	2.94	1	85.29	29	41.71*	42.16
2	26.47	9	20.59	7	52.94	18	6.06*	57.84
3	23.53	8	5.88	2	70.59	24	22.82*	50.98
4	20.59	7	5.88	2	73.53	25	25.82*	49.02
5	23.53	8	5.88	2	70.59	24	22.82*	50.98
6	20.59	7	8.82	3	70.59	24	21.94*	50.00
7	14.71	5	17.65	6	67.65	23	18.06*	49.02
8	14.71	5	11.76	4	73.53	25	24.76*	47.06
9	11.76	4	26.47	9	61.76	21	13.47*	50.00
10	20.59	7	14.71	5	64.71	22	15.24*	51.96
11	14.71	5	20.59	7	64.71	22	15.24*	50.00
12	23.53	8	11.76	4	64.71	22	15.76*	52.94
13	29.41	10	8.82	3	61.76	21	14.53*	55.88
14	14.71	5	17.65	6	67.65	23	18.06*	49.02

* مربع كاي معنوي عند مستوى 0.05 = 5.99

يتضح من الجدول السابق والخاص بالتكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة باستجابات (المستثمرين في المجال الرياضي) على عبارات المحور الرابع: ما هو دور الإعلام في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار الرياضي وجود فروق معنوية بين الاستجابات حيث تراوحت قيمة مربع كاي ما بين (6.06 إلى 41.71) وهذه القيم معنوية عند مستوى 0.05 وقد حققت العبارات ترتيب الأهمية النسبية التالي:

1. وجود تشريعات تنظم العلاقات بين الأطراف المشتركة في العملية الاستثمارية أعلى أهمية نسبية والتي بلغت 57.84%.
2. وضوح عقود الاستثمار بين المؤسسات الرياضية والمستثمر وفقاً لأحكام القانون بأهمية نسبية بلغت 55.88%.
3. الهيئات الرياضية لديها مرونة في العمليات الإدارية بما يسهل إجراءات الاستثمار في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 52.94%.
4. تكفل القوانين والتشريعات الموجودة الإدارات بالمؤسسات الرياضية وتعمل على زيادة التمويل فيها بأهمية نسبية بلغت 51.96% وتوالت العبارات حتى عبارة تسمح لوائح الهيئات الرياضية بمنح تسهيلات لجذب رجال الأعمال للاستثمار في المجال الرياضي

بأهمية نسبية بلغت 47.06% وجاء في الترتيب الأخير عبارة وجود نظام قانوني وتنظيمي للاستثمار تدعمه الدولة بأقل أهمية نسبية والتي بلغت 42.16%.

مناقشة النتائج:

أولاً مناقشة النتائج الخاصة بالمحور الأول (دور الإعلام في التوعية بأهمية الاستثمار الرياضي):

يتضح من جدول (7) وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى (0.01) بين المجموعات الثلاث (العاملين في: المجال الرياضي، الإعلام، الاستثمار) في دور الإعلام في التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي. ويتضح من جدول (8) وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى (0.01) بين العاملين في: المجال الرياضي، الإعلام، الاستثمار في الرياضة في دور الإعلام في التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي لصالح الإعلام، ووجود فروق دالة إحصائية عند مستوى (0.01) بين العاملين في المجال الرياضي والاستثمار في مجال الرياضة في دور الإعلام في التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي لصالح العاملين في المجال الرياضي. ويتضح من جدول (9) والخاص بالتكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة باستجابات (العاملين في المجال الرياضي) على عبارات المحور الأول: دور الإعلام في التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي وجود فروق معنوية بين الاستجابات في عبارة ضرورة إصلاح الهيكل الإداري للمؤسسات الرياضية المرشحة للاستثمار وعبارة يعمل الاستثمار في مجالات الرياضة على استحداث وظائف جديدة للعمل في المجال الرياضي وعبارة مميزات الاستثمار في المجال الرياضي حيث بلغت قيمة مربع كاي على التوالي (12.09، 9.09، 7.18) وهذه القيم معنوية عند مستوى 0.05 بينما لا توجد فروق معنوية بين الاستجابات في باقي العبارات حيث تراوحت قيمة مربع كاي ما بين (0.36 إلى 5.55) وهذه القيم غير معنوية عند مستوى 0.05 وقد حققت عبارة الاستثمار في المجال الرياضي يحقق أقصى عائد استثماري متزايد ومستمر أعلى أهمية نسبية والتي بلغت 60.61% تلتها عبارة يعمل الاستثمار في المجال الرياضي على تخفيف العبء عن الدولة وعبارة أنواع المشروعات في مجال الاستثمار الرياضي بأهمية نسبية بلغت 48.48% ثم عبارة الميزة التنافسية للاستثمار في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 46.97% ثم عبارة الأهمية الاقتصادية للمؤسسات الرياضية كمؤسسات أعمال رياضية وعبارة يحقق الاستثمار في المجال الرياضي عدد من العوائد المرتبطة بالمنتجات الرياضية بأهمية نسبية بلغت 43.94% وتوالت العبارات حتى عبارة يعمل الاستثمار في مجالات الرياضة على استحداث وظائف جديدة للعمل في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 30.30% وجاء في الترتيب الأخير عبارة ضرورة إصلاح الهيكل الإداري للمؤسسات الرياضية المرشحة للاستثمار بأقل أهمية نسبية والتي بلغت 25.76%.

ويتضح من جدول (10) والخاص بالتكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة باستجابات (الإعلاميين) على عبارات المحور الأول: دور الإعلام في التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي وجود فروق معنوية بين الاستجابات حيث تراوحت قيمة مربع كاي ما بين (15.55 إلى 63.89) وهذه القيم معنوية عند مستوى 0.05 وقد حققت عبارة ضرورة إصلاح الهيكل الإداري للمؤسسات الرياضية المرشحة للاستثمار أعلى أهمية نسبية والتي بلغت 91.19% تلتها عبارة الأهمية الاقتصادية للمؤسسات الرياضية كمؤسسات أعمال رياضية وعبارة مميزات الاستثمار في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 90.57% ثم عبارة يحقق الاستثمار في المجال الرياضي عدد من العوائد المرتبطة بالمنتجات الرياضية بأهمية نسبية بلغت 89.31% ثم عبارة يعمل الاستثمار في المجال الرياضي يحقق أقصى عائد استثماري متزايد ومستمر بأهمية نسبية بلغت 87.42% وتوالت العبارات حتى عبارة يعمل الاستثمار في المجال الرياضي على تشجيع المنافسة في الأسواق (المحلية، الخارجية) الرياضية بأهمية نسبية بلغت 79.25% وجاء في الترتيب الأخير عبارة الميزة التنافسية للاستثمار في المجال الرياضي بأقل أهمية نسبية والتي بلغت 77.99%.

ويتضح من جدول (11) والخاص بالتكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة باستجابات (الاستثمار في المجال الرياضي) على عبارات المحور الأول: دور الإعلام في التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي وجود فروق معنوية بين الاستجابات حيث تراوحت قيمة مربع كاي ما بين (9.94 إلى 51.24) وهذه القيم معنوية عند مستوى 0.05 وقد حققت عبارة يعمل

الاستثمار في المجال الرياضي على تخفيف العبء عن الدولة أعلى أهمية نسبية والتي بلغت 51.96% تلتها عبارة يحقق الاستثمار في المجال الرياضي عدد من العوائد المرتبطة بالمنتجات الرياضية بأهمية نسبية بلغت 50.98% ثم عبارة ضرورة إصلاح الهيكل الإداري للمؤسسات الرياضية المرشحة للاستثمار بأهمية نسبية بلغت 48.04% ثم عبارة يعمل الاستثمار في مجالات الرياضة على استحداث وظائف جديدة للعمل في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 47.06% وتوالت العبارات حتى عبارة أنواع المشروعات في مجال الاستثمار الرياضي بأهمية نسبية بلغت 38.24% وجاء في الترتيب الأخير عبارة مميزات الاستثمار في المجال الرياضي بأقل أهمية نسبية والتي بلغت 37.25%.

وفي هذا الصدد يشير حسن الشافعي (2006) إلى أن الاستثمار هو تحويل الاقتصاد المركزي إلى آليات السوق الحر والاتجاه بقوة نحو خصخصة الشركات والمشروعات مع تشجيع المستثمرين على المستوى المحلي والدولي والاستثمار في المؤسسة الرياضية بهدف زيادة رأس مال المؤسسات الرياضية عن طريق توظيف هذه الأصول في الأنشطة الرياضية المختلفة بما يتيح تبادل المنفعة بين المستثمرين والموارد البشرية (اللاعب، الإداري، الجمهور). (8: 23)

والاستثمار من وجهة نظر الفرد يتمثل في تحويل النقود إلى أصل يدر ويحقق عائداً سواء كان هذا الأصل من إنتاج فترات سابقة أو أصلاً جديداً، ونجد من السابق أن أهم مميزات الاستثمار هو تشغيل واستغلال المال وبقية السؤال أين؟ ويأتي الجواب باستثمار الفرد ماله في أحد المجالات التي يرى أن هذا المجال يعطيه فرصة لزيادة رأس ماله بصره أكبر من أي مجال آخر (31: 265) (15: 33). والاستثمار عمل هدفه زيادة رأس مال الفرد أو زيادة موارده بتشغيل ماله واستغلاله بهدف زيادته "تكون وظيفة الاستثمار هي تشغيل الأصول بهدف زيادة هذه الأصول (11: 63)، (9: 158)

كما يشير الطاهر حيدر حردان (1997) إلى أن أهداف الاستثمار في المؤسسات الرياضية تكمن في تحقيق العائد أو الربح المادي عن طريق المشروعات المختلفة في مجالات التربية البدنية أو الرياضية، المحافظة على الأصول أو المحافظة على قيمة رأس المال الأصلي للمستثمر في المشروع، استثمار الحصول على الدخل والعمل على زيادة وتنمية الدخل والعمل باستمرار، ضمان السيولة النقدية اللازمة من الأهداف الأخرى للمستثمر لتغطية متطلبات العمل وعملية الإنتاج وتغطية حالات الطوارئ. (4: 5)

ويشير حسن الشافعي (2006) إلى أن من أهم وسائل وآليات جذب المستثمرين وحفزهم على الاستثمار الرياضي تحديد مجالات الأنشطة الرياضية وبأسواق المستقبلية المحتملة مع البحث المستمر عن المستثمرين وتحديد وسائل الإقناع في مجال الاستثمار الرياضي، أنشطة الدعم المستمرة لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر في مجالات الرياضة عن طريق توفير معلومات عامة عن تدفقات الاستثمار الرياضي وتوضيح الصورة الإيجابية للدولة في السوق المستهدفة مع تقديم مشروعات لتحسين بيئة الأعمال، إظهار المزايا والفوائد للخدمات ما قبل تأسيس عملية الاستثمار في الرياضة وتقديم الدعم المتواصل للمستثمر بعد اتخاذ قراره بالاستثمار في الرياضة من قبل الدولة والأندية مع مواصلة تقديم الدعم لما بعد تأسيس الاستثمار، الارتقاء بنظم الاتصال والمعلومات وتقديم الدعم للبرامج الوظيفية والعمل على توفير الموارد المالية بصفة مستمرة في إدارة التمويل والموارد البشرية وتكنولوجيا المعلومات في الرياضة. (8: 41)

ثانياً: مناقشة النتائج الخاصة بالمحور الثاني (دور الإعلام في التوعية بعوامل تشجيع الاستثمار في المجال الرياضي):

يتضح من جدول (12)، وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) بين المجموعات الثلاث العاملين في: المجال الرياضي، الإعلام، الاستثمار في دور الإعلام في التوعية بعوامل تشجيع الاستثمار في المجال الرياضي.

ويتضح من جدول (13) وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) بين العاملين في المجال الرياضي والإعلام الاستثمار في الرياضة في دور الإعلام في التوعية بعوامل تشجيع الاستثمار في المجال الرياضي لصالح الإعلام، وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) بين العاملين في المجال الرياضي والاستثمار في الرياضة في دور الإعلام في التوعية بعوامل تشجيع الاستثمار في المجال الرياضي لصالح العاملين في المجال الرياضي.

ويتضح من جدول (14) والخاص بالتكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة باستجابات (العاملين في المجال الرياضي) على عبارات المحور الثاني: دور الإعلام في التوعية بعوامل تشجيع الاستثمار في المجال الرياضي وجود فروق معنوية بين

الاستجابات في عبارة أهمية استقرار النظام الإداري داخل المؤسسات الرياضية وعبارة جودة البنية الأساسية للمؤسسات الرياضية وفقاً للمواصفات الدولية (منشآت - ملاعب - أدوات) وعبارة ضرورة توافر المتخصصين من ذو الكفاءة العالية للعمل بمجال الاستثمار في الرياضة وعبارة ضرورة ارتفاع مستوى اللاعبين كعنصر جذب للاستثمار الرياضي حيث بلغت قيمة مربع كاي على التوالي (19.18، 6.91، 23.55، 7.18)، وهذه القيم معنوية عند مستوى 0.05 بينما لا توجد فروق معنوية بين الاستجابات في باقي العبارات حيث تراوحت قيمة مربع كاي ما بين (0.36 إلى 4.73) وهذه القيم غير معنوية عند مستوى 0.05 وقد حققت عبارة حث الجماهير للإقبال على المؤسسات الرياضية (مشاهدة، ممارسة، الحصول على خدمة) أعلى أهمية نسبية والتي بلغت 66.67% تلتها عبارة ضرورة ارتفاع مستوى اللاعبين كعنصر جذب للاستثمار الرياضي بأهمية نسبية بلغت 53.03% ثم عبارة أهمية وجود نظام مالي مرن بين المستثمر والمؤسسات الرياضية بأهمية نسبية بلغت 51.52% ثم جودة البنية الأساسية للمؤسسات الرياضية وفقاً للمواصفات الدولية (منشآت - ملاعب - أدوات) بأهمية نسبية بلغت 45.45% وتوالت العبارات حتى عبارة أهمية استقرار النظام الإداري داخل المؤسسات الرياضية بأهمية نسبية بلغت 19.70% وجاء في الترتيب الأخير عبارة ضرورة توافر المتخصصين من ذو الكفاءة العالية للعمل بمجال الاستثمار في الرياضة بأقل أهمية نسبية والتي بلغت 16.67%.

كما يتضح من جدول (15) والخاص بالتكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة باستجابات (الإعلاميين) على عبارات المحور الثاني: دور الإعلام في التوعية بعوامل تشجيع الاستثمار في المجال الرياضي وجود فروق معنوية بين الاستجابات حيث تراوحت قيمة مربع كاي ما بين (11.92 إلى 68.42) وهذه القيم معنوية عند مستوى 0.05 وقد حققت عبارة أهمية تنوع مصادر التمويل للمؤسسات الرياضية مما يساعد على الاستثمار في المجال الرياضي أعلى أهمية نسبية والتي بلغت 93.08% تلتها عبارة حث الجماهير للإقبال على المؤسسات الرياضية (مشاهدة، ممارسة، الحصول على خدمة) بأهمية نسبية بلغت 92.45% ثم عبارة أهمية استقرار النظام الإداري داخل المؤسسات الرياضية بأهمية نسبية بلغت 91.82% ثم تقبل الرأي العام في الدولة للمشروعات الاستثمارية في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 91.19% وتوالت العبارات حتى عبارة ضرورة ارتفاع مستوى اللاعبين كعنصر جذب للاستثمار في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 81.13% وجاء في الترتيب الأخير عبارة أهمية استقرار الأوضاع السياسية الداخلية في الدولة وعبارة ضرورة حث البنوك على أهمية الاستثمار في المجال الرياضي وعبارة أهمية وجود نظام مالي مرن بين المستثمر والمؤسسات الرياضية بأقل أهمية نسبية والتي بلغت 79.25%.

ويتضح من جدول (16) والخاص بالتكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة باستجابات (الاستثمار في المجال الرياضي) على عبارات المحور الثاني: دور الإعلام في التوعية بعوامل تشجيع الاستثمار في المجال الرياضي وجود فروق معنوية بين الاستجابات حيث تراوحت قيمة مربع كاي ما بين (12.41 إلى 62.18) وهذه القيم معنوية عند مستوى 0.05 وقد حققت عبارة ضرورة حث البنوك على أهمية الاستثمار في المجال الرياضي أعلى أهمية نسبية والتي بلغت 52.94% تلتها عبارة تقبل الرأي العام في الدولة للمشروعات الاستثمارية في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 51.96% ثم عبارة أهمية وجود نظام مالي مرن بين المستثمر والمؤسسات الرياضية بأهمية نسبية بلغت 50.98% ثم أهمية استقرار النظام الإداري داخل المؤسسات الرياضية بأهمية نسبية بلغت 50.00% وتوالت العبارات حتى عبارة أهمية استقرار الأوضاع الاقتصادية والمالية بأهمية نسبية بلغت 40.20% وجاء في الترتيب الأخير عبارة أهمية استقرار الأوضاع السياسية الداخلية في الدولة بأقل أهمية نسبية والتي بلغت 34.31%.

وفي هذا الصدد يشير إبراهيم شحاتة (1995) إلى أن أول وأهم ما يؤثر على الاستثمار هو السياسات التي تتبعها الدولة سواء في المجال السياسي من حيث علاقتها مع الدول الأخرى وعلاقتها مع شعبها أو في المجالات الاقتصادية والمالية، فالاستثمار الذي يحقق فوائد اجتماعية هو الاستثمار طويل الأجل الذي لا يتبنى صفقة رابحة ثم يحتفي بعدها، وللاستثمار أن يطمئن لاستقرار الأوضاع لفترة طويلة والذي لا يأتي في دولة دائمة النزاعات مع جيرانها أو قطاعات كبيرة من شعبها أو لم تلوح سياستها باستقرار الأوضاع وتشجيع المستثمرين أو اعتمدت على التدخل المستمر من جانب الحكومة (1: 120).

وبذلك فأولى اهتمامات المستثمر عند دخول المجال الرياضي هو الشعور بالاستقرار سواء باستقرار الأوضاع داخل الهيئات أو مدى تدخل الحكومة وسيطرتها في المجال الرياضي مما يعطي الانطباع سواء (إيجابي أو سلبي) تجاه المجال الرياضي مما يؤثر على اتخاذ القرار بالاستثمار (3: 26).

والعمالة هم الأفراد القائمين بالعمل في المجال الاستثماري سواء عمال أو (قيادات) ولذلك يجب أن يكون مستوى العمال مرتفع لضمان استمرار العمل بكفاءة ومستوى خبرة القادة يضمن حسن السيطرة والتحكم واتخاذ القرار السليم لمواجهة المشكلات الطارئة، وبالنسبة للمجال الرياضي فيجب أن يطمئن المستثمر للمستوى الذي سوف يتعامل معه سواء مع متخصصين في الرياضة أو الاستثمار ومعرفة كفاءة وخبرة كلاهما في المجال ومدى درايتهم ومعرفتهم بما يستحدث في المجال ومن ثم قدرتهم على التغيير حسب متطلبات العمل ولذلك يجب أن يشعر المستثمر أن العاملين في المجال الرياضي (مدرب- لاعب- إداري) ذو كفاءة وخبرة عالية تضمن الاستقرار والاستمرار والنجاح (34: 171)، (13: 15).

وفي المجال الرياضي يلعب التمويل دوراً هاماً ولكن قد يقابل المستثمر مشكلة الحصول على التمويل اللازم أو القروض اللازمة من المؤسسة المالية لأن هذه المؤسسات تجد صعوبة في إتاحة القروض لمثل هذا النوع من المشروعات الاستثمارية نظراً لقلّة الخبرة وعدم معرفة طبيعة المجال وصعوبة التحكم في العناصر المؤثرة على هذا النوع من الاستثمار ولكن يجب تأكيد أن المجال الرياضي يعد من أقوى المجالات التي تحقق أرباحاً عالية نظراً لكثرة عدد المستفيدين منها والعاملين بها والصناعات المغذية لها (7: 70).

ثالثاً مناقشة النتائج الخاصة بالمحور الثالث (دور الإعلام في التوعية بطرق جذب الاستثمار الرياضي):

يتضح من جدول (17) وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) بين المجموعات الثلاث العاملين في: المجال الرياضي، الإعلام، الاستثمار في دور الإعلام في التوعية بطرق جذب الاستثمار في المجال الرياضي.

ويتضح من جدول (18) وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) بين العاملين في المجال الرياضي والإعلام والاستثمار في الرياضة في دور الإعلام في التوعية بطرق جذب الاستثمار في المجال الرياضي لصالح الإعلام، وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) بين العاملين في المجال الرياضي والاستثمار في الرياضة في دور الإعلام في التوعية بطرق جذب الاستثمار الرياضي لصالح العاملين في المجال الرياضي.

ويتضح من جدول (19) والخاص بالتكرار النسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة باستجابات (العاملين في المجال الرياضي) على عبارات المحور الثالث: دور الإعلام في التوعية بطرق جذب الاستثمار الرياضي وجود فروق معنوية بين الاستجابات في عبارة توفير معلومات عن الاستثمار في المجال الرياضي وعبارة التوعية بإمكانية الحصول على تسهيلات تمنح للاستثمار الرياضي وعبارة ضرورة وجد جهاز متخصص لدراسات السوق في الاستثمار الرياضي وعبارة متابعة المنافسين في مجال الاستثمار في المجال الرياضي على المستويات المحلية والدولية وعبارة الدراسات الخاصة بالمشروعات الاستثمارية في المجال الرياضي وعبارة بأهمية وجود دليل للاستثمار في المجال الرياضي وعبارة وجود موقع إنترنت لخدمة المستثمرين في المجال الرياضي وعبارة توضيح إجراءات الحصول على الموافقات وإصدار التصاريح الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي وعبارة وجود حوافز و ضمانات لجذب الاستثمار الرياضي حيث تراوحت قيمة مربع كاي ما بين (6.64 إلى 19.73) وهذه القيم معنوية عند مستوى 0.05 بينما لا توجد فروق معنوية بين الاستجابات ف باقي العبارات حيث تراوحت قيمة مربع كاي ما بين (0.09 إلى 5.82) وهذه القيم غير معنوية عند مستوى 0.05 وقد حققت عبارة ضرورة وجود جهاز متخصص لدراسات السوق في الاستثمار في المجال الرياضي أعلى أهمية نسبية والتي بلغت 62.12% تلتها عبارة تكوين شبكة علاقات متكاملة تعمل على جذب المستثمرين في المجال الرياضي بأهمية بلغت 57.58% ثم عبارة كيفية الارتقاء بالعلاقة بين المؤسسات الرياضية والمستثمرين في المجال الرياضي وعبارة معلومات عن البنية الأساسية للاستثمار في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 56.06% ثم توفير معلومات عن الاستثمار في المجال الرياضي وعبارة مرونة القوانين الخاصة بالمؤسسات الرياضية تجاه الاستثمار الرياضي بأهمية نسبية بلغت 54.55% وتوالت العبارات حتى عبارة التوعية بإمكانية الحصول على تسهيلات تمنح للاستثمار الرياضي بأهمية نسبية بلغت 24.24% وجاء في الترتيب الأخير عبارة متابعة المنافسين في مجال الاستثمار الرياضي على المستويات المحلية والدولية بأقل أهمية نسبية والتي بلغت 16.67%.

ويتضح من جدول (20) والخاص بالتكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة باستجابات (الإعلام) على عبارات المحور الثالث: دور الإعلام في التوعية بطرق جذب الاستثمار في المجال الرياضي وجود فروق معنوية بين الاستجابات حيث تراوحت قيمة مربع كاي ما بين (21.77 إلى 68.19) وهذه القيم معنوية عند مستوى 0.05 وقد حققت عبارة توضيح إجراءات الحصول على الموافقات وإصدار التصاريح الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي بأهمية نسبية والتي بلغت 94.34% تلتها عبارة معلومات عن البنية الأساسية للاستثمار في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 93.08% ثم كيفية الارتقاء بالعلاقة بين المؤسسات الرياضية والمستثمرين في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 92.45% وتوالت العبارات حتى عبارة تكوين شبكة علاقات متكاملة تعمل على جذب المستثمرين في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 78.62% وجاء في الترتيب الأخير عبارة بأهمية وجود دليل للاستثمار في المجال الرياضي بأقل أهمية نسبية والتي بلغت 77.99%.

ويتضح من جدول (21) والخاص بالتكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة باستجابات (الاستثمار في المجال الرياضي) على عبارات المحور الثالث: دور الإعلام في التوعية بطرق جذب الاستثمار في المجال الرياضي وجود فروق معنوية بين الاستجابات حيث تراوحت قيمة مربع كاي ما بين (7.12 إلى 46.12) وهذه القيم معنوية عند مستوى 0.05 بينما لا توجد فروق معنوية بين الاستجابات في عبارة تقديم مشروعات لتحسين بيئة الأعمال في المؤسسات الرياضية حيث بلغت قيمة مربع كاي (5.35) وهذه القيم غير معنوية عند مستوى 0.05 وقد حققت عبارة توافر الكوادر المؤهلة للعمل في قطاع الاستثمار في المجال الرياضي أعلى أهمية نسبية والتي بلغت 56.86% تلتها عبارة تقديم مشروعات لتحسين بيئة الأعمال في المؤسسات الرياضية وعبارة التوعية بإمكانية الحصول على تسهيلات تمتح للاستثمار في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 57.58% ثم عبارة بأهمية وجود دليل للاستثمار في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 53.92% ثم إبراز إيجابيات الدولة في الأسواق المستهدفة للاستثمار في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 52.94% وتوالت العبارات حتى عبارة حشد الدعم المجتمعي للمستثمرين في المجال الرياضي من خلال وسائل الإعلام بأهمية نسبية بلغت 41.18% وجاء في الترتيب الأخير عبارة وجود حوافز و ضمانات لجذب الاستثمار في المجال الرياضي وعبارة معلومات عن البنية الأساسية للاستثمار في المجال الرياضي بأقل أهمية نسبية والتي بلغت 39.22%.

ويتضح من العرض السابق وجود قصور في دور الإعلام في التوعية بطرق جذب الاستثمار في المجال الرياضي وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة أشرف محمود حسين العجيلي (1999) (3) والتي أكدت على وجود العديد من المعوقات التي تواجه الاستثمار في المجال الرياضي ومنها عدم الإعلان عن الفرص الاستثمارية المتاحة وعدم توفير البيانات والمعلومات التي تهم المستثمر ويحتاج لها في اتخاذ قراره الاستثماري وعدم معرفة المستثمر بالمزايا الاستثمارية التي تمنحها الدولة وعن المناخ الاستثماري بها، وينشأ ذلك من عدم الاهتمام بالإعلان عن الفرص الاستثمارية المتاحة بالداخل والخارج وتسهيل حصول المستثمر على المعلومات التي يطلبها واللازمة لدراسات الجدوى لمشروعه الاستثماري.

حيث يؤكد إبراهيم شحاتة (1995) إلى أن الاستثمار الناجح يحتاج لبنية أساسية كافية في نوعيتها وتكاليف استخدامها ومدى توافرها مع احتياجات المستثمر، ولهذا فالعوامل المؤثرة على المستثمر لاتخاذ قرار الاستثمار في المجال الرياضي هي (عدد اللاعبين، الملاعب، المستوى الفني، النظام الإداري، الأدوات، الإمكانيات، الوعي والإقبال الجماهيري) كل هذه العناصر تمثل البنية الأساسية للمجال الرياضي، فمن خلالها يعرف المستثمر مدى ثبات واستقرار المجال الرياضي ومن ثم التنبؤ بنسبة نجاح الاستثمار فيه (1: 123). وبالنسبة للمجال الرياضي فهناك اتجاهين واجبين للرأي العام (أولهما) معرفة أهمية الدور الحقيقي والحضاري الذي يمكن أن تلعبه الرياضة للتنمية على مستوى (الممارسة، المنافسة)، (وثانيهما) الوعي بأهمية الاستثمار وتأثيره في جميع المجالات وبالتالي تأثيره على المجال الرياضي سواء في زيادة الدخل أو رفع المستوى الفني للممارسين وزيادة فعالية دور الرياضة في التنمية الشاملة للمجتمع ويظهر هنا علاقة الرياضة والاستثمار برفع مستوى الرياضة وحمل العبء عن كاهل الدولة للتنمية الرياضية بالنسبة للمجتمع. (18: 29)

رابعاً مناقشة النتائج الخاصة بالحدود الرابع (دور الإعلام في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي):

يتضح من جدول (22) وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) بين المجموعات الثلاث العاملين في: المجال الرياضي، الإعلام، الاستثمار في دور الإعلام في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي. ويتضح من جدول (23) وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) بين العاملين في المجال الرياضي والإعلام والاستثمار في الرياضة في دور الإعلام في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي لصالح العاملين في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي لصالح العاملين في المجال الرياضي.

ويتضح من جدول (24) والخاص بالتكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة باستجابات (العاملين في المجال الرياضي) على عبارات المحور الرابع: ما هو دور الإعلام في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي وجود فروق معنوية بين الاستجابات حيث تراوحت قيمة مربع كاي ما بين (6.09 إلى 23.27) وهذه القيم معنوية عند مستوى 0.05 بينما لا توجد فروق معنوية بين الاستجابات في عبارة وجود تشريعات تنظم العلاقات بين الأطراف المشتركة في العلمية الاستثمارية وعبارة وجود جهاز إداري للاستثمار الرياضي وعبارة تسمح لوائح الهيئات الرياضية بمنح تسهيلات لجذب رجال الأعمال للاستثمار في المجال الرياضي وعبارة وجود أساليب تحفز وتشجع المستثمرين من رجال الأعمال على الاستثمار في المجال الرياضي مثل الإعفاءات الضريبية حيث تراوحت قيمة مربع كاي ما بين (0.36 إلى 4.73) وهذه القيم غير معنوية عند مستوى 0.05 وقد حققت عبارة وجود تشريعات تنظم العلاقات بين الأطراف المشتركة في العملية الاستثمارية وعبارة الهيئات الرياضية لديها مرونة في العمليات الإدارية بما يسهل إجراءات الاستثمار في المجال الرياضي أ أعلى أهمية نسبية والتي بلغت 54.55% تلتها عبارة وجود أساليب تحفز وتشجع المستثمرين من رجال الأعمال على الاستثمار في المجال الرياضي مثل الإعفاءات الضريبية بأهمية نسبية بلغت 51.52% ثم عبارة توافر الإجراءات المناسبة لتيسير عمل المستثمرين وعبارة تسمح لوائح الهيئات الرياضية بمنح تسهيلات لجذب رجال الأعمال للاستثمار في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 48.48% ثم تكفل القوانين والتشريعات الموجودة الإدارات بالمؤسسات الرياضية وتعمل على زيادة التمويل فيها وعبارة وجود تشريعات قانونية تسمح للمؤسسة الرياضية استثمار الممتلكات بأهمية نسبية بلغت 42.42% وتوالت العبارات حتى عبارة التشريعات واللوائح المنظمة للعمل في مجالات الاستثمار الرياضي وبما يتمشى مع النظام العالمي بأهمية نسبية بلغت 21.21% وجاء في الترتيب الأخير عبارة وجود نظام قانوني وتنظيمي للاستثمار تدعمه الدولة بأقل أهمية نسبية والتي بلغت 15.15%.

ويتضح من جدول (25) والخاص بالتكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة باستجابات (الإعلام) على عبارات المحور الرابع: ما هو دور الإعلام في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي وجود فروق معنوية بين الاستجابات حيث تراوحت قيمة مربع كاي ما بين (19.74 إلى 63.55) وهذه القيم معنوية عند مستوى 0.05 وقد حققت عبارة وضوح عقود الاستثمار بين المؤسسات الرياضية والمستثمر وفقاً لأحكام القانون أعلى أهمية نسبية والتي بلغت 93.71% تلتها عبارة وجود أساليب تحفز وتشجع المستثمرين من رجال الأعمال على الاستثمار في المجال الرياضي مثل الإعفاءات الضريبية وعبارة الهيئات الرياضية لديها مرونة في العمليات الإدارية بما يسهل إجراءات الاستثمار في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 91.82% ثم عبارة وجود تشريعات قانونية تسمح للمؤسسة الرياضية استثمار الممتلكات بأهمية نسبية بلغت 91.19% ثم وجود تشريعات تنظم العلاقات بين الأطراف المشتركة في العملية الاستثمارية بأهمية نسبية بلغت 90.57% وتوالت العبارات حتى عبارة توافر الإجراءات المناسبة لتيسير عمل المستثمرين بأهمية نسبية بلغت 84.28% وجاء في الترتيب الأخير عبارة التشريعات واللوائح المنظمة للعمل في مجالات الاستثمار في المجال الرياضي وبما يتمشى مع النظام العالمي بأقل أهمية نسبية والتي بلغت 77.36%.

ويتضح من جدول (26) والخاص بالتكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة باستجابات (الاستثمار في المجال الرياضي) على عبارات المحور الرابع: ما هو دور الإعلام في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار الرياضي وجود فروق معنوية بين الاستجابات حيث تراوحت قيمة مربع كاي ما بين (6.06 إلى 41.71) وهذه القيم معنوية عند مستوى 0.05 وقد حققت عبارة وجود تشريعات تنظم العلاقات بين الأطراف المشتركة في العملية الاستثمارية أعلى أهمية نسبية والتي بلغت 57.84% تلتها

عبارة وضوح عقود الاستثمار بين المؤسسات الرياضية والمستثمر وفقاً لأحكام القانون بأهمية نسبية بلغت 55.88% ثم عبارة الهيئات الرياضية لديها مرونة في العمليات الإدارية بما يسهل إجراءات الاستثمار في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 52.94% ثم تكفل القوانين والتشريعات الموجودة الإدارات بالمؤسسات الرياضية وتعمل على زيادة التمويل فيها بأهمية نسبية بلغت 51.96% وتوالت العبارات حتى عبارة تسمح لوائح الهيئات الرياضية بمنح تسهيلات لجذب رجال الأعمال للاستثمار في المجال الرياضي بأهمية نسبية بلغت 47.06% وجاء في الترتيب الأخير عبارة وجود نظام قانوني وتنظيمي للاستثمار تدعمه الدولة بأقل أهمية نسبية والتي بلغت 42.16%.

يتضح من العرض السابق وجود قصور في دور الإعلام في التوعية بالتشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار الرياضي وتتفق هذه النتائج من نتائج دراسة علي عباس السنداوي (2003) (10) والتي أكدت على صعوبة حصول المستثمرين على معلومات كافية عن القوانين الخاصة بالاستثمار الرياضي.

وفي هذا الصدد يشير كمال درويش وآخرون (1996) إلى أن النظام القانوني يعتبر الدعامة التي يستند لها المستثمر لممارسة نشاطه ولا يمكن ذلك دون أداة تشريعية أو قانونية تحدد نشاطه وأهدافه حتى لا يتعرض لمنازعات وإشكالات قانونية تؤدي لتعثر أعماله. (14: 77)

بالإضافة إلى مدى تأثير الاستقرار بالنسبة للدولة فلا بد من وجود النظام القانوني والتنظيمي الذي يدعم هذه السياسات المستقرة سواء بالقواعد والإجراءات والتي تكون بمثابة نظاماً مساعداً للاستثمار، لذلك يجب وضع قواعد واضحة ومعروفة وموضوعية تستهدف حماية المستثمر والعقود والمعاملات بين الأطراف كذلك وضع نظام قضائي بهدف حسم المنازعات بسرعة وعدالة (6): (121).

ومن خلال معرفة مدى أهمية وجود نظام قانوني وتنظيمي نجد أن المستثمر قبل دخوله للمجال الرياضي يدرس شرعية الاستثمار في المجال الرياضي والسياسات والإجراءات المتبعة فيه لمعرفة كيفية اتخاذ القرار الصحيح إن وجدت عقبات وبذلك يجب على القانون تدعيم ومساندة التشريعات في المجال الرياضي كذلك في تنظيم العلاقات بين الأطراف المشتركة في مجال الاستثمار الرياضي (2): (72).

الاستنتاجات:

- في ضوء عرض ومناقشة نتائج الدراسة تم التوصل إلى الاستنتاجات التالية:
- تبين تأكيد وجود قصور في دور الإعلام تجاه التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي.
 - أقرت عينة الدراسة بعدم وجود الاهتمام الكافي من قبل الأجهزة الإعلامية فيما يخص الاستثمار في المجال الرياضي وأرجعت ذلك لعدد كبير من المسببات منها:
 - هناك قصور واضح يبين عدم وجود التنسيق اللازم بين القطاعات المشاركة في منظومة الاستثمار في المجال الرياضي مما يزيد ويعمق من المعوقات التي تواجه ذلك القطاع ويؤثر غياب التنسيق سلباً على الرؤية الإعلامية للتوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي.
 - إن عدم وجود وحدات إدارية داخل الكيانات أو المنظومة الإدارية سواء للأندية أو الاتحادات أو الهيئات الرياضية يشكل عائقاً كبيراً في مواجهة الاستثمار في المجال الرياضي وينعكس بالسلب على الأداء الإعلامي في التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي.
 - إن عدم وجود نظام خاص بنظم المعلومات الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي بشكل خاص يشكل عائقاً أمام الإعلام لنشر فكرة الاستثمار في المجال الرياضي أمام المستثمرين الراغبين في فرص الاستثمار في المجال الرياضي.
 - تؤكد عدم وضوح وغياب بعض من التشريعات والقوانين المنظمة للعمل في المجال الرياضي فيما يخص الاستثمار يعمل على تقويض الفرص الاستثمارية في المجال الرياضي.

التوصيات:

- في ضوء النتائج التي تم التوصل إليها، يوصي الباحثين بما يلي:
- ضرورة العمل على تلافي القصور في دور الإعلام تجاه التوعية بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي من خلال:
 - ضرورة إعداد برامج لتدريب وتأهيل الكوادر الإعلامية العاملة في مجالات الاستثمار في المجال الرياضي (إصدار قرارات تنفيذية بشكل ومحتوى البرامج)

- ضرورة إصدار التشريعات اللازمة والتي تؤكد على تبادل المعلومات بين الهيئات الرياضية والإعلامية مما يتيح للأجهزة الإعلامية الفرصة لنشر الوعي بأهمية الاستثمار في المجال الرياضي.
- كما يوصي الباحثين بعدد من التوصيات التي من شأنها الإسهام في نشر ثقافة الاستثمار في المجال الرياضي ومنها:
 - التوصية لدى مجلس الأمة بضرورة إصدار التشريعات القانونية التي من شأنها الإسهام في تحفيز المستثمرين على الاستثمار في المجال الرياضي.
 - ضرورة العمل على وضع إستراتيجيات للرياضة بشكل عام بدولة الكويت (إصدار قرارات تنفيذية لوضع الإستراتيجية).
 - ضرورة العمل على وضع إستراتيجيات للاستثمار في قطاع الرياضة بشكل خاص بدولة الكويت (إصدار قرارات تنفيذية لوضع الإستراتيجية).
 - ضرورة العمل على إنشاء وحدات إدارية متخصصة للاستثمار في المجال الرياضي بكل الهيئات الرياضية والأندية والاتحادات الرياضية واللجنة الأولمبية بدولة الكويت (إصدار قرارات تنفيذية ضمن لوائح الهيئات الرياضية بإلزام الهيئات الرياضية بوجود الوحدات).
 - ضرورة تضافر الجهود والتنسيق لتشجيع البحوث والدراسات العملية المتخصصة في مجالات الاستثمار في المجالات الرياضية وخاصة ذات العلاقة بالإعلام.
 - التوصية لدى الهيئات العلمية المتخصصة (كليات التربية الرياضية وكليات الإعلام وكليات الاستثمار) بوضع خطط دراسية وبحثية لمراعاة التغيرات التكنولوجية والمستجدات التي تطرأ على العلوم الرياضية.
 - إعداد الدراسات العلمية والعملية لبحث إمكانية استضافة دولة الكويت للأحداث الرياضية الكبرى كأحد عوامل الترويج المدعمة لعمليات الاستثمار في المجال الرياضي.

المراجع:

أولاً المراجع العربية:

1. إبراهيم شحاتة (1995): وصيتي لبلادي- التحدي الأعظم (السكان والتعليم وانطلاق القطاع الخاص، الجزء الثاني، دار الأمين للنشر، القاهرة.
2. أحمد زكي الصيام (1995): مبادئ الاستثمار. طبعة أولى، دار المناهج والتوزيع، عمان.
3. أشرف محمود العجيلي (1999): معوقات الاستثمار في المجال الرياضي في جمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، التربية الرياضية بنين، جامعة حلوان.
4. الطاهر حيدر حردان (1997): مبادئ الاستثمار، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان.
5. أماني محمد محسن الشريف (2000): "التغيرات السياسية وما صاحبها من ظواهر اقتصادية واجتماعية وتأثيرها على الرياضة في جمهورية مصر العربية في الفترة من 1952-1994" رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين بالقاهرة، جامعة حلوان.
6. حامد الحربي الحضيري (2000): تقييم الاستثمارات، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة.
7. حسام رضوان كامل (2000): "اقتصاديات الاتحادات الرياضية الأولمبية المصرية" رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين بالقاهرة، جامعة حلوان.
8. حسن أحمد الشافعي (2006): الاستثمار والاستثمار في التربية البدنية والرياضة. ط1. مصر: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
9. حسين عمر (1994): التنمية والتخطيط الاقتصادي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
10. علي عباس السنداوي (2003): تحليل الوضع الراهن للاستثمار في الأندية بدولة البحرين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة البحرين.
11. علي لطفي (1993): اقتصاديات المالية العامة، مكتبة عين شمس، القاهرة.
12. عمرو أحمد الجمال (2002): ندوة الإدارة الاقتصادية للرياضة، كلية التجارة، جامعة القاهرة، الإصدار الثالث، مطبعة جامعة القاهرة، القاهرة.

13. كاظم جاسم العيساوي (2001): دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان.
14. كمال درويش وآخرون (1996): الإدارة الرياضية- الأسس والتطبيقات، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة.
15. محمد سليمان وآخرون (2005): الثقافة بين القانون والرياضة، ط1، دار وائل للنشر، العراق.
16. محمد عبد الحميد وهبة (2003): دور الصحافة في تكوين الرأي العام الرياضي تجاه إدارة الحكام لمباريات كرة القدم بجمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية.
17. منظمة اليونسكو (1986): الرياضة ومظاهرها السياسية والاجتماعية والتربية، ترجمة عبد الحميد سلامة، الدار العربية للكتاب، طرابلس.

ثانياً المراجع الأجنبية:

- 18 - Baade, Robert A.(1996) : Professional sports as catalysts for metropolitan economic development. In: Journal of Urban Affairs, 1-17.
- 19 - Bonnie, Park House (1994) : ITie Management of Sport its Foundation and Opplication, Mosby.
- 20 - Chcnl. T (1996): Influence of sport media on teenagcd students sport participation , journal of shanghai physical education.
- 21 - Clark, E (1996) : The Economics Analyses in Professional Football, New York, Lippicott.
- 22 - Crompton, J.J (1998) : Forces Underlying the Emergence of Privatization in Parks and Recreation Journal of Park, & Recreation Administration Champaign, Summer.
- 23 - Danial Kralker (1995): The Economics of Professional Sports Program for the Roles Project the Institute Local Self Reliance, Jul.
- 24 - Ernst & Yound (1989) : Liberalization and Privatization of the Financial Sector, Guid Lines and Case Studies, Final Report Prepared for the U.S Agency for International Development, December.
- 25 - Fink, Steven (1986) : Crisis Management: Planing for the inevitable. (New York, Amacom.
- 26 - Naright, J & Phillips, M.G(1997): Us and Them : Astralian Professional Sport and Resistance to Nor the Sport Marketing Quarterly Morgantown, Mar.
- 27 - Osterman (2004) : Sponsoring-In : A.Dreyer & A.Krueger(Hrsg): Sportmanagment- ein the men bezogene Einfuehrung , im Druck.Muenchen.
- 28 - Patrick Richard (1995) : Public Television And The Performance Sport Sport In Canda , Carleton University Canda.
- 29 - Pitts, B,G& Stotler, D.K (1996): Fundamentals of the Sports Marketing, Fitness Informatian Technology, INC, Morgantown.
- 30 - Recreational Department (2002): Sport club sponsorship and marketing guidelines ohio stateevniversity. u.s.a
- 31 - Schimmel, Kimberley (2001) : Sport matters: urban regime theory and urban regeneration in the late-capitalist era. Chris Gratton and Ian Henry, eds. Sport in the City. London. Routledge. 259-277,2001.
- 32 - Sheffield Hauam (2000): The economics impact of major sports event Abase study of Sheffield, P.H.D.
- 33 - Szymanski, Stefan (2002) : The economic impact of the World Cup'. In: World Economics 3/1.169 -177.
- 34 - Sport and Market AG (2005): Wm-sponsoren kritisieren FIFA, Muenchen.
- 35 - Wolfram Manzenreiter (2005) : The business of sport in a globalizing world University of Vienna, Department of East Asian Studies.