

معوقات تنفيذ المشروعات الاستثمارية بالأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية

م.د/ نيرمين أحمد كمال

المقدمة ومشكلة البحث

تعد الرياضة هي إحدى المجالات الهامة لتسويق منتجات الشركات ، وقد حظى التسويق في المجال الرياضي بإهتمام كبير من أصحاب الشركات والمؤسسات نتيجة لتطور مفهوم التسويق ، حيث إتجهت هذه الشركات والمؤسسات لتسويق منتجاتها عبر الرياضيين للجماهير المتابعين والمحبين للرياضة والمشجعين للأندية الرياضية المختلفة بإعتبارهم شريحة هامة من شرائح المجتمع المصري.

والتسويق هو أحد الأنشطة الرئيسة والمهمة في إدارة أي مؤسسة سواء كانت رياضية أو غير رياضية وإن خطط و أساليب التسويق الرئيسية هي أولى الخطط التي يجب أن تبدأ بها المؤسسة الرياضية التي في ظلها يمكن تخطيط باقي الأنشطة الرياضية على أسس وقواعد علمية وفنية سليمة من خلال الإدارة الناجحة التي تحقيق أهداف المؤسسة.(١١:٤٥)

وإدارة التسويق الرياضي تعد المدخل الرئيسي لنجاح التسويق الرياضي بمجالاته المتعددة فهي عبارة عن تطبيق عمليات الإدارة من تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة في عمليات التسويق (المنتج، التسعير، التوزيع، الترويج) لتحقيق علاقة متبادلة إيجابية لكل من المستثمرين أو الشركات أو المؤسسات الرياضية والمستفيدين في هذه المجالات.(١٧:٩٨)

في ضوء هذه المفاهيم يمكن توضيح أهمية التسويق الرياضي في تبادل المنفعة أو المصلحة بين المستثمرين في المؤسسات الرياضية وتوفير احتياجات المستفيدين من الأنشطة الرياضية أو المنتج الرياضي لتحقيق العائد المادي للمساهمة في الارتقاء والنهوض بهذه المجالات وأساسيات نجاح أساليب التسويق الرياضي هي خدمات تقدم لرياضيين داخل سوق رئيسي يسمى بتجارة الرياضة وتحدد استراتيجيات تسعير رياضية وسياسات توزيع رياضية ومناهج تسويق رياضي ووسائل إعلام رياضية.(١٣:١٦)

وتعد إدارة الاستثمار وما يتعلق بها من مفاهيم وقضايا اجتماعية من ميادين علم الإدارة العامة باعتبار الاستثمار العمود الفقري للتنمية ، وتهتم الدول المتقدمة بقضايا الاستثمار والتنمية لما لها من آثار جاذبة للاستثمارات وقد اهتمت مصر بالاستثمار مبكراً فقد قامت بإنشاء هيئة الاستثمار في مصر في فترة قصيرة لتحريك سوق الاستثمار المصري وإيجاد بنية استثمارية قوية وتقليل مخاطر الاستثمار والمخاطر المحيطة به والعمل على إيجاد قنوات جديدة للاستثمار تستوعب مدخرات الأفراد والفوائض المالية.(٧:٢٢)(١:٦)

وتعددت مجالات الاستثمار المختلفة في جمهورية مصر العربية وهذه المجالات تكون لها محددات خاصة تعمل على تنظيمها بصورة سليمة وقانونية وهذه المحددات هي التي تعطى القوة الدافعة للاستمرار في هذه المجالات من أجل استقرار عملية التنمية ، ولما كان هدف الدولة من فتح مجال الاستثمار أمام المستثمرين هو تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في إطار السياسة العامة للدولة وفي حدود خطتها القومية لهذا كان على الدولة

وضع تشريع يحدد هذه المجالات ولهذا لم يترك القانون المصري المجال مفتوحاً أمام المستثمرين في أي نشاط كان وإنما قصد أن يقتصر النشاط على المشروعات التي تخدم التنمية والتي تتطلب خبرات عالية في مجالات تتصف بالتطور الحديث السريع (٩٤:٢) (٤٤:٢).

وتتعدد أنواع الاستثمار في التربية البدنية والرياضية ومنها الاستثمار الحقيقي وهو استثمار بالأصول الحقيقية كاستثمار الأصول والمباني ، والاستثمار المالي وهو استثمار الأوراق المالية كالأسهم والسندات ، والاستثمار طويل وقصير الأجل ، والاستثمار المحفز وهو كاستثمار جزء من الادخار ، والاستثمار المادي والاستثمار البشري كالتعليم والصحة والتدريب والتأهيل. (٢٧:٥)

ويتوقف نجاح أي منظمة على توافر الموارد اللازمة لتحقيق أهدافها ، ومن ثم كان توفير الموارد على مسؤوليات أعضاء مجلس إدارة المنظمة ، وأصبح المال هو عصب الهيئات وهو الذي يساعدها على تحقيق أهدافها لذا فالتمويل عملية شبه تلقائية تقوم بها المنظمة وتسعى للحصول على الأموال (الميزانيات اللازمة) لتحقيق الأهداف المرجوة. (٥٨:١)

وقلة التمويل من أكبر المشكلات التي تواجه المسؤولين الرياضيين حالياً حيث أن المنظمات الرياضية تؤدي خدماتها وأنشطتها في بيئة سياسية واجتماعية واقتصادية تزداد تعقيداً يوماً بعد يوم وتتغير فيها الفرص المتاحة بالكامل كما أنها عرضة للضغوط غير المتوقعة ، وأصبحت المؤسسات والهيئات المانحة والتشريعات وجهات التمويل تتطلب مستوى أفضل من المسؤولية والمحاسبة وأصبحت المسؤولية الأساسية لأعضاء مجلس إدارة المنظمة هي التأكد من مستوى الأداء بحيث يستحق دعم البيئة الخارجية وذلك لأن التمويل الذي لا تتمكن المنظمة من الحصول عليه لغرض ما يمكن الحصول عليه لأغراض أخرى في حين يصعب تعويض التمويل الذي تعرض للإهدار بإساءة استخدامه في برامج غير فعالة. (٦١:١٨)

ولقد شهدت مصر خلال السنوات الماضية تطورات اقتصادية متعددة في إطار برنامج الإصلاح الاقتصادي وتنقية مناخ الاستثمار من المشاكل والمعوقات التي قد تواجه المصريين والأجانب الأمر الذي يتطلب معه إصدار العديد من التشريعات الاقتصادية في العديد من المجالات ، وذلك من خلال تحويل القوانين التي تمنح حقوقاً متعددة للسلطات الحكومية لكي تتدخل في أعمال وقرارات المؤسسات الأهلية إلى قوانين تمنع كافة أشكال الوصاية أو التدخل الحكومي في القرارات الإدارية و السياسية التي تطبقها هذه الهيئات و المؤسسات و مشروعات الاستثمار ، وتكتفي فقط بالمراقبة لمنع الانحراف أو الاحتكار أو الإضرار بالمجتمع أو بالبيئة المحيطة بالهيئة أو المؤسسة.

وتمشياً مع نهج الدولة الهادف إلى تقوية الاقتصاد الوطني و دفع عجلة القطاع العام وتنوع مصادر الدخل وترشيد الإنفاق الجاري على الأنشطة و الخدمات المختلفة ومن بينها مؤسسات النشاط الرياضي لمالها من مردود اقتصادي واجتماعي وسياسي وذلك من خلال

التعرف على معوقات تنفيذ المشروعات الاستثمارية بالأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية في محاولة منها للتغلب على تلك المعوقات وتحسين مستوى التمويل الاستثماري داخل الأندية الرياضية.

هدف البحث

يهدف البحث سالى تحديد معوقات تنفيذ المشروعات الاستثمارية بالأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية.

تساؤل البحث

ماهي المعوقات التي تعوق تنفيذ المشروعات الاستثمارية بالأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية؟

بعض المصطلحات الواردة في البحث

التسويق الرياضي:

هو تبادل المنفعة أو المصلحة بين المستثمرين في المؤسسات الرياضية و توفير احتياجات المستفيدين من الأنشطة الرياضية أو المنتج الرياضي لتحقيق العائد المادي للمساهمة في الارتقاء والنهوض بهذه المجالات وأساسيات نجاح أساليب التسويق الرياضي هي خدمات تقدم للرياضيين داخل سوق رئيسي يسمى بتجارة الرياضة وتحدد استراتيجيات وسياسات و تسعير وتوزيع مناهج تسويق رياضي ووسائل إعلام رياضية.(١٧:٧٤)

الاستثمار الرياضي

هو النشاط الذي يقوم على تخطيط وتقديم المزيج المتكامل الذي يشبع حاجات ورغبات المستهلكين، محاولاً المواءمة بين أهداف المشتري وأهداف الهيئة وقدرتها في ظل الظروف البيئية المحيطة.(تعريف إجرائي)

الدراسات السابقة

- دراسة "منى عيد العزيز السهلي (٢٠٠٣)(١٦) بعنوان "أساليب تسويق البطولات في الاتحادات الرياضية بمملكة البحرين"هدفت الدراسة للتعرف على واقع تسويق البطولات الرياضية بالاتحادات الرياضية والأساليب التسويقية الحالية والإجراءات الإدارية لتسويق البطولات وأثر التسويق الرياضي في زيادة العائد الاقتصادي للاتحادات الرياضية واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي لملائمته و أهم نتائج هذه الدراسة هو تكمن في أهمية إتباع أساليب تسويق البطولات المقترحة من الدراسة في الاتحادات الرياضية بالمملكة .
- دراسة عمرو محمد ابراهيم ،حازم كمال الدين (٢٠٠٤)(٩) بعنوان " أساليب تسويق مدارس السباحة في الأندية المصرية " هدفت الدراسة للتعرف على أساليب تسويق مدارس السباحة في الأندية المصرية بمحافظة اسيوط والمنيا والقاهرة والجيزة والاسكندرية واستخدم الباحثان المنهج الوصفي لملائمته وأهم نتائج هذه الدراسة قياس أسلوب التسويق بالأندية الرياضية من خلال المحاور الآتية للسياسات الإدارية والنواحي الفنية ووسائل التسويق.

- دراسة ماهر محمد السيد عطية (٢٠٠٥)(١١) بعنوان "واقع التسويق الرياضي بالأندية المصرية" هدفت الدراسة للتعرف على أهمية التسويق الرياضي عامة وخاصة دور إدارة التسويق الرياضي بالأندية وأساليب التسويق والتشريعات القانونية لتنظيم عملية التسويق الرياضي بالأندية واستخدام الباحث المنهج الوصفي لملائمته لطبيعة الدراسة على عينة من الأندية المصرية بمحافظة القاهرة والاسكندرية وأهم نتائج الدراسة هو ضرورة الاهتمام بالواقع أولاً ثم وضع اقتراحات لتطويره من حيث الأهداف ووضع إدارة للتسويق بالأندية.
- دراسة دعاء محمد عابدين علم الدين (٢٠٠٦)(٤) بعنوان "إستراتيجية تسويقية خدمية للاتحاد الرياضي المصري للرمية والقوس والسهم" هدفت الدراسة للتعرف على أهمية التسويق الرياضي كمصدر للتمويل بالاتحاد والبدائل الإستراتيجية المتبعة والإجراءات الإدارية والقانونية والمزيج التسويقي والخدمات التي يجب تسويقها واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي لملائمة وأهم نتائج الدراسة هو ضرورة وضع إستراتيجية للتسويق الرياضي للاتحاد الرياضي للرمية والقوس والسهم.
- دراسة محمد أحمد محمد (٢٠٠٦)(١٢) بعنوان "لجنة تسويقية مقترحة بالاتحادات الرياضية الأولمبية بجمهورية مصر العربية" هدفت الدراسة للتعرف على أهمية وجود لجنة تسويقية بالاتحاد الرياضي الأولمبي بجمهورية مصر العربية يكون لها تنظيمًا يتناسب مع طبيعة العمليات والأدوار التي تؤديها الاحتياجات واستخدام الباحث المنهج الوصفي للدراسات المسحية على عينة من أعضاء اللجنة الأولمبية بجمهورية مصر العربية لملائمته وأهم النتائج الدراسة هو تحديد واجبات واختصاصات ومسئوليات لجنة التسويق والخدمات التي تصلح للتسويق بالاتحادات الرياضية الأولمبية المصرية.
- دراسة عمرو محمد إبراهيم (٢٠٠٨)(٨) بعنوان "نموذج مقترح للأنماط المبتكرة لتسويق حمامات السباحة في الأندية المصرية" هدفت الدراسة للتعرف على الأنماط المبتكرة لتسويق حمامات السباحة في الأندية الرياضية المصرية واستخدام الباحث المنهج الوصفي لملائمته للدراسة وأهم نتائج الدراسة هو وضع تصور مقترح للأنماط المبتكرة لتسويق حمامات السباحة بجمهورية مصر العربية.
- دراسة كينيت e kenntt (٢٠٠٠)(١٩) بعنوان "دور التسويق الرياضي في صناعة الرياضة" هدفت الدراسة للتعرف على دور التسويق الرياضي في صناعة الرياضة واستخدام الباحث المنهج الوصفي لملائمته للدراسة ومن أهم نتائج هذه الدراسة هو وضع الخطط التسويقية في البطولات الرياضية لجذب الجماهير.
- دراسة بيتس وآخرون (١٩٩٩)(١٨) بعنوان "الأساسيات التي تقوم علي عملية التسويق الرياضي" هدفت الدراسة للتعرف على الأساسيات التي تقوم عليها عملية التسويق الرياضي واستخدام الباحثون المنهج التحليلي لملائمته ومن أهم نتائج

هذه الدراسة أن الرياضة صناعة قوية وليست نشاط يقوم به مجموعة من الأفراد بالمؤسسة الرياضية ولا بد من وجود نظام للمعلومات بالمؤسسة الرياضية يساعد على دقة الاختيار لأساليب التسويق المختلفة.

- دراسة سيتيفيانس(1999)stevens(٢٠) بعنوان "طرق التسويق الرياضي بالمدارس والجامعات"هدفت الدراسة للتعرف على أفضل طرق التسويق الرياضي بالمدارس والجامعات واستخدام الباحث المنهج الوصفي لملائمة ومن أهم نتائج هذه الدراسة هو وضع خطط تسويقية مكتوبة وميزانيات خاصة بالتسويق الرياضي بالمدارس والجامعات .

إجراءات البحث :

أولاً : منهج البحث :

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي بإسلوب دراسة الحالة وهو مناسب مع طبيعة البحث الحالي.

ثانياً : مجتمع البحث :

أعضاء مجلس إدارة الأندية الرياضية "رجال الأعمال".

ثالثاً : عينه البحث :

طبقاً لطبيعته أهداف البحث استهدفتالباحة عينه إستطلاعية قوامها (٢٥) من اعضاء مجالس الادارة ورجال الاعمال من خارج عينه الدراسة الأساسية وعينه قوامها (٩٠) من اعضاء مجالس الادارة الاندية ورجال الاعمال في محافظة طنطا والاسكندرية ودمنهور والقاهرة من مجتمع الدراسة الأصلي كما هو موضح بجدول رقم (١) :-

جدول رقم (١) توصيف عينه البحث

توصيف عينه الدراسة	العينة الاستطلاعية	العينه الأساسية
مجالس ادارة طنطا الرياضي	٣	١٥
رجال اعمال بمحافظة طنطا	٢	٧
مجالس ادارة بلدية المحلة	٢	١١
رجال اعمال بالمحلة الكبرى	٢	٥
مجالس ادارة دمنهور الرياضي	٤	٨
رجال اعمال بمحافظة دمنهور	٢	٥
مجالس ادارة نادى سموحة	-	٦
رجال اعمال بمحافظة الاسكندرية	٢	٥
مجالس ادارة الطالبيه الرياضي	٣	٩
مجالس ادارة هضبة الاهرام	٣	٩
مجالس ادارة (٦) اكتوبر الرياضي	-	٥
رجال اعمال بمحافظة القاهرة	٢	٥
مجالس إدارة الأندية(مصر)	١٥	٦٣
رجال الأعمال (مصر)	١٠	٢٧

الإجمالي	٢٥	٩٠
----------	----	----

المجال الزماني والمكاني لتطبيق البحث :

المجال الزماني :-

تم تطبيق استمارة الاستبيان في صورتها النهائية على عينه البحث المحددة سلفاً (١) ، في الفترة ما بين (١١٥ ٢٠١٦/٢ حتى ١١٠ ٢٠١٧/١٧) .

المجال المكاني :-

تم تطبيق استمارة الاستبيان على مجالس إدارات الأندية الرياضية بالقاهرة طنطا والاسكندرية ومدنهور والقاهرة وبعض رجال الأعمال من مصر وطنطا.

أدوات جمع البيانات :-

قامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان و أعدادها إعتقاداً على الدراسات السابقة العربية وآراء السادة الخبراء والمبينة اسمائهم مرفق (١) وذلك لتحديد المعوقات التي قد تؤثر على المشروعات الإستثمارية في الاندية الرياضية وقد اشتملت الاستمارة في صورتها الاولية على (١٠) محاور كما في جدول (٢).

جدول (٢) نسبة اتفاق الخبراء حول محاور استمارة المعوقات المؤثرة على المشروعات الاستثمارية" ن=١٠

م	المحاور	التكرارات	نسبة الاتفاق
١	معوقات الشخصية	١٠	١٠٠%
٢	معوقات البيئة العامة	٩	٩٠%
٣	معوقات اجتماعية	٧	٧٠%
٤	معوقات خارجية	٩	٩٠%
٥	معوقات سياسية	٦	٦٠%
٦	معوقات جغرافية	٥	٥٠%
٧	معوقات تنظيمية	٩	٩٠%
٨	معوقات الهيكل التنظيمي	١٠	١٠٠%
٩	معوقات الهيكل الادارى	٦	٦٠%
١٠	تدعيم المركز التنافس	٩	٩٠%

يتضح من جدول (٢) ان نسبة الاتفاق لدى الخبراء حول محاور استمارة المعوقات المؤثرة في الاستثمار بالمشروعات تراوحت ما بين (٥٠% الى ١٠٠%) وقد اقترحت الباحثة قبول المحاور التي حصلت على نسبة (٨٠%) وبذلك تم استبعاد محاور (٣)،(٥)،(٦)،(٩) وبذلك اصبح عدد المحاور في صورته النهائية (٦) محاور.

اطلعت الباحثة على العديد من الدراسات والمراجع العلمية (٦)،(٨)،(١٧)،(٢٠)،(٢٢) حول إبعاد وعبارات استمارة تحديد المعوقات المؤثرة في المشروعات الاستثمارية وتم تحديد العبارات المكونة لكل محور حيث تضمن محور المعوقات الشخصية على(٦) عبارات، والمعوقات التنظيمية (١٠) عبارات، ومحور تدعيم المركز التنافسي (١١) عبارة، واحتل محور الهيكل التنظيمي (٣) عبارات ، ومحور المعوقات الخارجية (٨) عبارة، ومحور

المعوقات البيئية (١٢) عبارة ، وتم عرض تلك العبارات على السادة الخبراء لتحديد مدى مناسبتها للمحور لاستمارة قياس المعوقات المؤثرة على الاستثمار بالأندية الرياضية.

جدول (٣) اتفاق السادة الخبراء حول عبارات المعوقات المؤثرة على الاستثمار بالأندية الرياضية ن = ١٠

المعوقات الشخصية			المعوقات التنظيمية			تدعيم المركز التنافس			الهيكل التنظيمي			المعوقات الخارجية			المعوقات البيئية		
م	تكرار	النسبة	م	تكرار	النسبة	م	تكرار	النسبة	م	تكرار	النسبة	م	تكرار	النسبة	م	تكرار	النسبة
١	١٠	١٠٠%	١	٤	٤٠%	١	٩	٩٠%	١	٨	٨٠%	١	٩	٩٠%	١	٩	٩٠%
٢	٩	٩٠%	٢	٨	٨٠%	٢	١٠	١٠٠%	٢	٨	٨٠%	٢	١٠	١٠٠%	٢	١٠	١٠٠%
٣	٩	٩٠%	٣	٨	٨٠%	٣	٨	٨٠%	٣	١٠	١٠٠%	٣	٨	٨٠%	٣	٨	٨٠%
٤	١٠	١٠٠%	٤	١٠	١٠٠%	٤	٨	٨٠%	٤	٨	٨٠%	٤	٨	٨٠%	٤	٨	٨٠%
٥	٨	٨٠%	٥	١٠	١٠٠%	٥	٨	٨٠%	٥	٨	٨٠%	٥	٨	٨٠%	٥	٨	٨٠%
٦	٨	٨٠%	٦	١٠	١٠٠%	٦	٩	٩٠%	٦	٩	٩٠%	٦	٩	٩٠%	٦	٩	٩٠%
٧	٧	٧٠%	٧	١٠	١٠٠%	٧	٩	٩٠%	٧	٩	٩٠%	٧	٩	٩٠%	٧	٩	٩٠%
٨	٨	٨٠%	٨	٨	٨٠%	٨	٨	٨٠%	٨	٨	٨٠%	٨	٨	٨٠%	٨	٨	٨٠%
٩	٩	٩٠%	٩	٩	٩٠%	٩	٩	٩٠%	٩	٩	٩٠%	٩	٩	٩٠%	٩	٩	٩٠%
١٠	١	١٠%	١٠	١	١٠%	١٠	١	١٠%	١٠	١	١٠%	١٠	١	١٠%	١٠	١	١٠%
١١	١	١٠%	١١	١	١٠%	١١	١	١٠%	١١	١	١٠%	١١	١	١٠%	١١	١	١٠%
١٢	١	١٠%	١٢	١	١٠%	١٢	١	١٠%	١٢	١	١٠%	١٢	١	١٠%	١٢	١	١٠%

يتضح من جدول (٣) أنه انحصرت آراء السادة الخبراء من (٤٠% إلى ١٠٠%) لعبارات استمارة قياس المعوقات المؤثرة على المشروعات الإستثمارية في الأندية الرياضية وقد ارتضت الباحثة نسبة (٨٠%) لقبول العبارات قيد البحث وبذلك تم استبعاد عبارات أرقام (٣-٦) لمحور المعوقات الشخصية، وعبارة رقم (١) لمحور المعوقات التنظيمية، وعبارات (٤-٨) - (١٠) لمحور تدعيم المركز التنافس، وعبارة رقم (٢) لمحور الهيكل التنظيمي، وعبارات (٣-٦-٨) لمحور المعوقات الخارجية، وعبارة رقم (٨) لمحور المعوقات البيئية.

المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان

تم التأكد من المعاملات العلمية لأداة القياس (استمارة استبيان المعوقات الاستثمارية بالأندية الرياضية) بالتطبيق على العينة الاستطلاعية من رجال الأعمال ورؤساء مجالس الإدارة على عدد (٢٥) وجميعاً من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأساسية ، وتم تفرغ البيانات وتحليلها مستخدماً في ذلك البرنامج الإحصائي (SPSS) وتم الحصول على النتائج التالية صدق الاستبيان (الاتساق الداخلي) :

تم التأكد من الاتساق الداخلي لعبارات محاور الاستبيان بحساب معامل الارتباط بين درجة العبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه العبارة ، وبين درجة المحور والدرجة الكلية للاستبيان ويوضحه جدول (٤)

جدول (٤) معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه العبارة

المعوقات الشخصية		المعوقات الخارجية		الهيكل التنظيمي		تدعيم المركز التنافس		المعوقات التنظيمية		المعوقات البيئية	
رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط
١	٠.٧٤٥	١	٠.٧٨٩	١	٠.٧٨١	١	٠.٧٨٥	١	٠.٧٨٥	١	٠.٧٨٩
٢	٠.٧٦٥	٢	٠.٧٥١	٢	٠.٧٤٤	٢	٠.٧٤٥	٢	٠.٧٤٥	٢	٠.٧٤٥
٣	٠.٧٨٧	٣	٠.٧٨٤	٣		٣	٠.٧٦٢	٣	٠.٧٤١	٣	٠.٧٦٥
٤		٤	٠.٧٤٥	٤		٤	٠.٧٨٩	٤	٠.٧٩٨	٤	٠.٧٨٤
		٥	٠.٧٦٥	٥		٥	٠.٧٨٥	٥	٠.٧٨٥	٥	٠.٧٥٤
		٦		٦		٦	٠.٧٤٥	٦	٠.٧٤١	٦	٠.٧٩٨
		٧		٧		٧	٠.٧٥٢	٧	٠.٧٩٢	٧	٠.٧٤١
		٨		٨		٨	٠.٧٩٢	٨	٠.٧٧٧	٨	٠.٧٦٥
		٩		٩		٩		٩	٠.٧٩٨	٩	٠.٧٨٤
		١٠		١٠		١٠		١٠		١٠	٠.٧٤١
		١١		١١		١١		١١		١١	٠.٧٦٢

قيمة معامل الارتباط الجدولية عند مستوى دلالة (٠.٠١) = ٠.٤٦٣

يتضح من جدول (٤) أن معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة المحور الذي تنتمي إليه العبارة دالة عند مستوى (٠.٠١) وهذا يعطى مؤشر إلى الاتساق الداخلي بين كل عبارة والمحور الذي تنتمي إليه مما يدل على صدق المقياس.

جدول (٥) معاملات الارتباط بين درجات كل بُعد لاستمارة قياس المعوقات المؤثرة على المشروعات الإستثمارية في الاندية الرياضية والدرجة الكلية للمقياس ن = ١٠

م	الأبعاد	عدد العبارات	معامل الارتباط	الدالة
١	المعوقات الشخصية	٤	٠.٨٤	دال
٢	المعوقات التنظيمية	٩	٠.٧٨	دال
٣	تدعيم المركز التنافس	٨	٠.٧٣	دال
٤	الهيكل التنظيمي	٢	٠.٧٢	دال
٥	المعوقات الخارجية	٥	٠.٧٥	دال
٦	المعوقات البيئية	١١	٠.٨١	دال

قيمة (ر) الجدولية عند ٠.٠٥ = ٠.٦٣٢

يتضح من جدول (٥) أن معاملات الارتباط بين الأبعاد والدرجة الكلية للمقياس دالة إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥ مما يدل على صدق المقياس لما وضع من اجله. ثبات الاستبيان :

تم حساب ثبات الاستبيان بطريقة الفا لكرونباخ حيث تؤدي هذه الطريقة إلى معامل اتساق

داخلي لبنية الاستبيان ويسمى معامل التجانس ، وقد وجد Cronbach أن هذا المعامل يُعد مؤشراً للتكافؤ إلى جانب التجانس، وجدول (٦) يبين معاملا الثبات بطريقة الفا لكرونباخ لعبارات محاور الاستبيان .

جدول (٦) معاملات الثبات لعبارات محاور الاستبيان وثبات المحاور والثبات الكلي

المعوقات الشخصية		المعوقات التنظيمية		تدعيم المركز التنافس		الهيكل التنظيمي		المعوقات الخارجية		المعوقات البيئية	
رقم العبارة	معامل الثبات	رقم العبارة	معامل الثبات	رقم العبارة	معامل الثبات	رقم العبارة	معامل الثبات	رقم العبارة	معامل الثبات	رقم العبارة	معامل الثبات
١	٠.٨١١	١	٠.٨٤٢	١	٠.٧٩١	١	٠.٨٣٢	١	٠.٨٠٢	١	٠.٧٩٤
٢	٠.٨١٦	٢	٠.٨٢٩	٢	٠.٨٠٩	٢	٠.٧٣٩	٢	٠.٨٢٤	٢	٠.٨٠٦
٣	٠.٨٤٦	٣	٠.٧٨٩	٣	٠.٧٥٢			٣	٠.٨١٦	٣	٠.٨١١
٤	٠.٨٣٣	٤	٠.٨٠٥	٤	٠.٨١٦			٤	٠.٨٤٣	٤	٠.٨٠٧
		٥	٠.٨٢٧	٥	٠.٨١٦			٥	٠.٨١٩	٥	٠.٨١٩
		٦	٠.٨١٦	٦	٠.٧٩١			٦		٦	٠.٨٢٤
		٧	٠.٨١٣	٧	٠.٨١٦			٧		٧	٠.٨٢٥
		٨	٠.٨٣٤	٨	٠.٨٢٧			٨		٨	٠.٨١٥
		٩	٠.٨١٦	٩				٩		٩	٠.٨٧١
								١٠		١٠	٠.٨٣٢
								١١		١١	٠.٨٤٦

يتضح من جدول (٦) أن قيم معاملات ثبات العبارات أقل من معامل ثبات المحور الذي تنتمي إليه العبارة أي أن جميع العبارات ثابتة ، حيث أن تدخل العبارة لا يؤدي إلى خفض معامل الثبات الكلي للمحور الذي تنتمي إليه العبارة ذات معدلات ثبات عالية..

تصحيح المقياس

تكون مقياس المعوقات المؤثرة على المشروعات الإستثمارية في المؤسسات الرياضية من اربعة محاور كما هو موضح يجاب عنها بإحدى الاجابات الثلاث (موافق- إلى حد ما- غير موافق) حيث تأخذ الإجابات الثلاث السابقة الدرجات (٣ ، ٢ ، ١) على الترتيب وجميع العبارات مصاغة بصورة إيجابية حيث تشير الدرجة العالية في كل محور إلى ارتفاع أو كثرة استخدام العاملين لها أو تقبلها أما الدرجة المنخفضة فتشير إلى انخفاض أو قلة استخدام العاملين لها أو عدم تقبلها.

عرض ومناقشة نتائج الاستبيان :- قامت الباحثة بعرض ومناقشة النتائج التي توصلت إليها بدراسة "المعوقات المؤثرة على المشروعات الإستثمارية في المؤسسات الرياضية" وذلك باستخدام الإحصاء الوصفي والموضح نتائجه بالجدول من رقم (٤) إلى رقم (٧) ، وقد تم مناقشة النتائج في ضوء المراجع العلمية و نتائج الدراسات السابقة ووجهة نظر الباحثة كلما

أمكن ذلك .

جدول (٧) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابات عينتي الدراسة (رجال الأعمال - الإدارة العليا بالأندية) حول عبارات "المعوقات المؤثرة في ريادة الأعمال التنظيمية فيالاندية الرياضية" (المعوقات الشخصية)

م	العبارات	رجال اعمال				ادارة الاندية	قيمة "ت"
		م	ع	م	ع		
١	تتضمن في الصفات الشخصية "بيئة الطفولة والعائلة والتعليم والعمر وتاريخ العمل"	٢.٧٦	٠.٨٤	٢.٩٠	٠.٩٣	٠.٥٨	
٢	المعوقات المتعلقة بالثقة بالنفس وتنظيم وإدارة الأعمال وتحمل المخاطرة والدافعية للعمل لتحقيق الربحية	٢.٤١	٠.٩٤	٢.٨١	٠.٥٧	١.٨٩	
٣	الاعتماد على الخبرة والمعرفة ومقارنات البيانات .	٢.٥٨	٠.٧١	٢.٧٦	٠.٤٨	١.٠٩	
٤	المعلومات والدافعية للإبداع والابتكار من أهم المعوقات المؤثرة في تكوين الريادي .	٢.٤١	٠.٩٤	٢.٣٠	٠.٨٢	٠.٤٦	

يتضح من جدول (٧) أن قيم "ت" المحسوبة أقل من القيمة الجدولية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) مما يدل على عدم وجود فروق دال إحصائياً بين استجابات عينتي الدراسة من رجال الأعمال وبين رؤساء مجالس إدارات الأندية ، وهذا يدل على اتفاقهم على عبارات المحور الاول لاستمارة المعوقات المؤثرة فيالمشروعات الاستثمارية في الاندية الرياضية.

جدول (٨) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابات عينتي الدراسة (رجال الأعمال - الإدارة العليا بالأندية) حول عبارات "المعوقات المؤثرة في ريادة الأعمال التنظيمية فيالاندية الرياضية" (المعوقات التنظيمية)

م	العبارات	رجال اعمال				ادارة الاندية	قيمة "ت"
		م	ع	م	ع		
١	المؤسسة إطاراً يتفاعل بداخله كل من الأفراد والأنشطة الريادية والمصادر وتؤثر التعليمات والهيكل التنظيمي ونوع الاتصالات بشكل رئيس على نشاط الأفراد .	٢.٤٨	٠.٨٥	٢.٦٩	٠.٧٥	٠.٩٢	
٢	المؤسسة ظاهره إنسانية اجتماعية هادفه تربط بين الموارد والمعوقات والعناصر الموقفة والبيئية الخارجية والداخلية	٢.٤٨	٠.٨٠	٢.٧٥	٠.٧٠	١.٢٨	
٣	استراتيجية المؤسسة القائمة على الابتكار إضافة إلى الثقافة وأسلوب القيادة والإدارة والعمل بروح الفريق من أكثر المعوقات أهمية في تشجيع الأنشطة والمشروعات	٢.٣٥	٠.٤٨	٢.٧٣	٠.٧٥	٢.١٢	
٤	الهيكل التنظيمي عنصراً رئيسياً في تحقيق النجاح للمشروع الريادي وأنه الركيزة الأساسية في استراتيجيات الإبداع .	٢.٣٦	٠.٥٩	٢.٦٩	٠.٧٧	١.٧٠	
٥	الاعتماد على الظروف المشجعة وعلاقات الثقة بين الإدارة والعاملين	٢.٤٥	٠.٧٤	٢.٦٩	٠.٧٢	١.١٦	
٦	المؤسسات المتميزة استخدمت مفهوم السيولة التنظيمية حيث أن طبيعة عملية الاتصال في هذه المؤسسات تستند على شبكة واسعة من الاتصالات غير الرسمية والمفتوحة .	٢.٤٨	٠.٨٣	٢.٧٣	٠.٦٣	١.٢٠	
٧	التنظيم المرن مورداً مهماً من موارد المؤسسة .	٢.٣٦	٠.٨٠	٢.٦٩	٠.٦٧	١.٥٦	
٨	العلاقات التنظيمية بين الهياكل والأقسام والأشخاص أكثر تعقيداً	٢.٦٣	٠.٨٣	٢.٦٩	٠.٦٧	٠.٢٨	
٩	كلما زاد حجم المؤسسة تحتاج إلى عناية أكثر وإن هذه العلاقة تلعب دوراً هاماً في تشجيع الأعمال الريادية داخل المؤسسة .	٢.٤٨	٠.٨٤	٢.٧٥	٠.٦٧	١.٢٥	

يتضح من جدول (٨) أن قيم "ت" المحسوبة أقل من القيمة الجدولية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) مما يدل على عدم وجود فروق دال إحصائياً بين استجابات عينتي الدراسة من رجال الأعمال وبين رؤساء مجالس إدارات الأندية ، وهذا يدل على اتفاقهم على عبارات المحور الاول لاستمارة المعوقات المؤثرة في ريادة الأعمال التنظيمية فيالاندية الرياضية" المعوقات التنظيمية".

جدول (٩) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابات عينتي الدراسة (رجال الأعمال - الإدارة العليا بالأندية) حول عبارات "المعوقات المؤثرة في ريادة الأعمال التنظيمية فيالاندية الرياضية" (تدعيم المركز التنافسي للمؤسسة)

م	العبارات	رجال اعمال		ادارة الاندية		قيمة "ت"
		ع	م	ع	م	
١	الانتماء والارتباط بالمؤسسة والحس الاقتصادي والاجتماعي .	٢.٦٦	٠.٨٣	٢.٧٢	٠.٨٩	٠.٢٥
٢	إتباع الأسلوب العلمي في حل المشكلات .	٢.٤٨	٠.٦٠	٢.٧٦	٠.٧٢	١.٥٠
٣	تخصيص جزء من وقت المدير للمشاركة في الأنشطة الريادية .	٢.٣١	٠.٦٧	٢.٦٧	٠.٧٣	١.٨٢
٤	استخدام فرق العمل ومشاركة العاملين بجزء من أرباح المؤسسة وتقبل الفشل وتشجيع المحاولات والتكامل بين الخبرات والمعارف بين العاملين .	٢.٣٨	٠.٥٨	٢.٧١	٠.٧٩	١.٦٨
٥	التفاعل والتكامل بين الأقسام وبينها وبين البيئة الخارجية يمثل بيئة خصبة لتقديم الإبداعات التي تدعم المركز التنافسي للمؤسسة .	٢.٤٤	٠.٨٤	٢.٧٥	٠.٦٧	١.٤٤
٦	أهمية الاستراتيجية : وأبعادها تتضمن الريادة والإبداع بعد - التكلفة - الجودة - المرونة - الاعتمادية	٢.٥٢	٠.٥٦	٢.٦٩	٠.٦٣	١.٠١
٧	تصنيف الاستراتيجيات التنافسية إلى استراتيجيات قيادية التكلفة - والتميز - التركيز - استراتيجية التعاون - والاستباق - والاستيلاء .	٢.٦٦	٠.٤٣	٢.٤٥	٠.٤١	١.٧٧
٨	هناك نمودجا يتضمن عناصر لتحقيق الإبداع الفعال هي الاستراتيجيات الريادية التي تتصف بتحمل المخاطر والتركيز على الفعل الإستباقي .	٢.٥٤	٠.٥٢	٢.٨٠	٠.٦٣	١.٦٥

يتضح من جدول (٩) أن قيم "ت" المحسوبة أقل من القيمة الجدولية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) مما يدل على عدم وجود فروق دال إحصائياً بين استجابات عينتي الدراسة من رجال الأعمال وبين رؤساء مجالس ادارات الأندية ، وهذا يدل على اتفاقهم على عبارات المحور الاول للاستثمار المعوقات المؤثرة في ريادة الأعمال التنظيمية في المؤسسات الرياضية " تدعيم المركز التنافسي للمؤسسة " .

جدول (١٠) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابات عينتي الدراسة (رجال الأعمال - الإدارة العليا بالأندية) حول عبارات "المعوقات المؤثرة في ريادة الأعمال التنظيمية في المؤسسات الرياضية" (الهيكل التنظيمي)

م	العبارات	رجال اعمال		ادارة الاندية		قيمة "ت"
		ع	م	ع	م	
٢٢	المرونة والتكامل بين الأنشطة والتوجه الكلي للمؤسسة .	٢.٤٣	٠.٧٩	٢.٥٠	٠.٨٤	٠.٣٢
٢٣	البيئة التنظيمية التي تتسم بالإنفتاحية ونظام حوافز فعال إضافة إلى المساواة وتقاسم السلطة .	٢.٤٨	٠.٨٤	٢.٩٤	٠.٩١	١.٩٣

يتضح من جدول (١٠) أن قيم "ت" المحسوبة أقل من القيمة الجدولية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) مما يدل على عدم وجود فروق دال إحصائياً بين استجابات عينتي الدراسة من رجال الأعمال وبين رؤساء مجالس ادارات الأندية ، وهذا يدل على اتفاقهم على عبارات المحور الاول للاستثمار المعوقات المؤثرة في ريادة الأعمال التنظيمية فيالاندية الرياضية" الهيكل التنظيمي " .

جدول (١١) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابات عيني الدراسة (رجال الأعمال - الإدارة العليا بالأندية) حول عبارات "المعوقات المؤثرة في ريادة الأعمال التنظيمية فيالاندية الرياضية" (المعوقات الخارجية)

م	العبارات	رجال اعمال		ادارة الاندية		قيمة "ت"
		ع	م	ع	م	
٢٤	أكثر المعوقات تأثيراً في التوجه نحو الأعمال الريادية .	٢.٣٧	٠.٦٤	٢.٧٣	٠.٧٦	١.٨٢
٢٥	الاهتمام بثقافة المجتمعات نتيجة لسهولة وسرعه التقارب والاتصال بين المجتمعات وظهور الشركات العابرة للحدود	٢.٤٤	٠.٧٢	٢.٧٦	٠.٧٥	١.٥٤
٢٦	وجود فروق كبيرة بين المجتمعات وتوجهاتها نحو الريادة تعزى لعوامل كثيرة منها عوامل ثقافية وعوامل ترتبط بالقدرات التكنولوجية ونمط التربية ونظام التعليم والرغبة في التغيير والقبول بالفشل وروح المغامرة .	٢.٦١	٠.٩٥	٢.٨٠	٠.٦٣	٠.٨٧
٢٧	المعوقات التي تتعلق بالسياسات الحكومية والقانونية السائدة .	٢.٥٧	٠.٥٨	٢.٦١	٠.٧٢	٠.٢٢
٢٨	هناك عوامل محفزة ومشجعة ومثبطة ومعوقة وتختلف باختلاف المجتمعات .	٢.٥٥	٠.٧١	٢.٥٩	١.٠١	٠.١٦

يتضح من جدول (١١) أن قيم "ت" المحسوبة أقل من القيمة الجدولية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) مما يدل على عدم وجود فروق دال إحصائياً بين استجابات عيني الدراسة من رجال الأعمال وبين رؤساء مجالس ادارات الأندية ، وهذا يدل على اتفاقهم على عبارات المحور الاول لاستمارة المعوقات المؤثرة في ريادة الأعمال التنظيمية فيالاندية الرياضية" المعوقات الخارجية ."

جدول (١٢) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابات عيني الدراسة (رجال الأعمال - الإدارة العليا بالأندية) حول عبارات "المعوقات المؤثرة في ريادة الأعمال التنظيمية فيالاندية الرياضية" (المعوقات البيئية)

م	العبارات	رجال اعمال		ادارة الاندية		قيمة "ت"
		ع	م	ع	م	
١	تؤثر على إبداع الأشخاص وتقبلهم للأنشطة الريادية وينعكس على إبداع المؤسسات ومنها :	٢.٤٤	٠.٧٤	٢.٧٦	٠.٨٢	١.٤٥
٢	السمات العامة للمجتمع "الثقافة السائدة" ومنها :	٢.٣١	٠.٦٧	٢.٦٧	٠.٧٣	١.٨٢
٣	التراث - القيم والتي تنعكس فيما إذا كان المجتمع يحافظ على الحالة القائمة أو يدعو إلى احترام السن والأقدمية .	٢.٤٩	٠.٤٨	٢.٨٠	٠.٧٨	١.٧٠
٤	تأكيد الذات والتنافس .	٢.٣٣	٠.٦٩	٢.٦٩	٠.٨٥	١.٦٥
٥	القاعدة المؤسسية للبحث والتطوير في المجتمع "البنية التحتية"	٢.٤٨	٠.٧٥	٢.٨٤	٠.٨٦	١.٥٨
٦	توافر أجواء الحرية في المجتمع .	٢.٦٦	٠.٧٣	٢.٨١	٠.٨٧	٠.٦٦
٧	السياسات والأنظمة والقوانين التي تساعد على وجود ثقافة ريادية في المجتمعات نظراً لأهمية الريادة في زيادة التوظيف والإبداع والنمو الاقتصادي	٢.٣٧	٠.٧٤	٢.٧٤	٠.٧٧	١.٧٣
٨	المجتمعات المبنية على أساس امتلاك إرادة ريادية وإبداعية وامتلاك المصادر أكثر قدرة على تحقيق الميزة التنافسية لهذه المجتمعات .	٢.٤٥	٠.٧٨	٢.٧٦	٠.٧٣	١.٤٦
٩	التقدم المتسارع في مجال تكنولوجيا المعلومات واتساع الاستخدام وتمويلهم لمعظم المؤسسات وزيادة سرعة تبادل المعلومات من اهم المعوقات التي تساعد في تغيير ثقافة هذه المؤسسات .	٢.٥٧	٠.٦٢	٢.٩٧	٠.٢١	١.١١
١٠	سرعة انتشار المنتج أو الخدمة .	٢.٦١	٠.٥٥	٢.٨١	٠.٧٦	١.٠٧
١١	تقاسم المعلومات والمعرفة في التبادل الرقمي للمعلومات والمعرفة بين أفراد المؤسسة وأصحاب المصالح المرتبطين مع المؤسسة .	٢.٤٣	٠.٦٦	٢.٦٨	٠.٧٢	١.٢٧

يتضح من جدول (١٢) أن قيم "ت" المحسوبة أقل من القيمة الجدولية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) مما يدل على عدم وجود فروق دال إحصائياً بين استجابات عيني الدراسة من رجال الأعمال وبين رؤساء مجالس ادارات الأندية ، وهذا يدل على اتفاقهم على عبارات المحور

الأول لاستمارة المعوقات المؤثرة في زيادة الأعمال التنظيمية في الأندية الرياضية. يتضح من جدول (٧)، (٨)، (٩)، (١٠)، (١١)، (١٢) أن قيم "ت" المحسوبة أقل من القيمة الجدولية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) مما يدل على عدم وجود فرق دال إحصائياً بين استجابات عينتي الدراسة من رجال الأعمال وبين رؤساء مجالس إدارات الأندية، وهذا يدل على اتفاقهم على عبارات المحور الثالث " المعوقات المؤثرة في زيادة الأعمال التنظيمية في الأندية الرياضية.

وتتفق عينة الدراسة على أن أهم المعوقات المؤثرة في زيادة الأعمال التنظيمية في الأندية الرياضية هي المعوقات الشخصية ومنها المعوقات المتعلقة بالثقة بالنفس وتنظيم وإدارة الأعمال وتحمل المخاطرة والدافعية للعمل لتحقيق الربحية، والاعتماد على الخبرة والمعرفة ومقارنات البيانات وكذلك المعلومات والدافعية للإبداع والابتكار من أهم المعوقات المؤثرة في تكوين الريادي .

وكذلك المعوقات التنظيمية ومنها استراتيجية المؤسسة القائمة على الابتكار وثقافة وأسلوب القيادة والإدارة والعمل، والهيكل التنظيمي و العلاقات التنظيمية بين الهياكل والأقسام والأشخاص أكثر تعقيداً وإتباع الأسلوب العلمي في حل المشكلات، والتفاعل والتكامل بين الأقسام وبينها وبين البيئة الخارجية، وكذلك من المعوقات المؤثرة في زيادة الأعمال التنظيمية في المؤسسات الرياضية الهيكل التنظيمي، والمعوقات الخارجية والمعوقات التي تتعلق بالسياسات الحكومية والقانونية السائدة والمعوقات البيئية العامة .

وفي هذا الصدد نتائج دراسة " خالد عبد العاطي " (٢٠٠٠) (٣)، إلى أن مسوقو الرياضة في هذا القرن الجديد في حاجة إلى تسويق منتجاتهم لمستهلكين متنوعين، وعليهم أن يستخدموا في ذلك طرقاً اجتماعية ذات مسؤولية كبيرة لربط المنتج مع حاجة وميول المستهلكين وهذا الأمر يتطلب تطوير أساليب ومهارات الاتصال (التخاطب) مع الجماهير والمجتمعات، يجب على هذه الأساليب والمهارات أن تكون مقبولة من الجماهير المتباينة والمتنوعة، كما يجب على المسوقين أن يتكيفوا مع الطرق المختلفة لرؤية هذا العالم الجديد مع ملاحظة جميع الحواجز الثقافية التي قد تواجههم عند نقل أعمالهم من الأسواق المحلية في بلادهم إلى الأسواق العالمية في بلاد أخرى (١٤ : ٥٥).

وفي نفس السياق يشير حسن أحمد الشافعي (٢٠٠٦) إلى وضع الضوابط القانونية التي تكفل التسويق الرياضي بصورة سليمة والتي تكفل حماية مصالح المستثمر، وإعطاء الدولة الحرية للهيئات الرياضية بكافة أنواعها لاستثمار إمكانياتها بشكل جيد لتغطية المصروفات الباهظة التي تتكلفتها الاتحاد الرياضية (٢ : ١٩).

وهذا ما توصل إليه جورج George (٢٠٠٣م) هو أن من بين عوامل البيئة التنظيمية الداعمة هي عوامل الدعم الإداري والتسامح عند تحمل المخاطرة للرياديين الموجودين داخل التنظيم بالإضافة إلى الجودة العالية لرأس المال البشري ذات التأثير المباشر على الأداء الإبداعي للأندية. (١٨ : ٣٢)

وتشير دراسة خالد السعيد (٢٠٠٤م) إلى الصفات والخصائص التي يتمتع بها المسوق هي ما

تعكس نوع المقدره التي لديه لتحديد مهنته وموقفه المالي والمخاطرة عن طريق تطبيق فكرته ووضعها محل التنفيذ وهناك مجموعة من الخصائص الشخصية والسلوكية والإدارية تتداخل جميعها لتشكيل شخصية المسوق والتي تتمحور حول عوامل سيكولوجية واجتماعية وثقافية واقتصادية. (٢٠:٤)

وفي هذا الصدد يشير لي Lee (٢٠٠٠م) إلى بناء نموذج مفاهيمي متكامل للتسويق داخل الهيكل الإداري للأندية احتوى على متغيرات شملت جانبيين هما الفردي والتنظيمي ، حيث شملت الجانب الفردي متغيرات شخصية الفرد التي تمتاز بروح المبادرة ، والقابلية الإدراكية والاستقلال بالعمل فيما شمل الجانب التنظيمي متغيرات البيئة التنظيمية ودعم الإدارة العليا وأخيراً توفر الموارد. (٣٨:٢٠)

وترى الباحثة إلى ان البحث في علاقة العناصر التنظيمية التي تعمل على خلق البيئة التسويقية مثل دعم الإدارة ، الاستقلالية بالعمل ، المكافآت والتعزيز ، توفر الوقت والحدود التنظيمية وبالنظر الى الأفعال التسويقية المتخذة من قبل المديرين وعلاقة وجود مثل هذه البيئة ومدى فهم المديرين للرضا الوظيفي إلى أن عنصري الاستقلالية بالعمل وتوفر نظاماً للمكافأة والتعزيز تؤديان إلى إرتفاع مستوى الرضا الوظيفي حيث ينظر إلى هذه النتائج بشكل إيجابي نحو زيادة الأفعال التسويقية داخل الأندية بشكل خاص وزيادة عدد الأفكار الجديدة المقترحة والمطبقة وزيادة عدد التحسينات غير الرسمية.

الاستخلاصات :

في ضوء نتائج البحث أمكن الباحثون التوصل إلى الإستخلاصات التالية :

(المعوقات المؤثرة في الاستثمار في الأندية الرياضية) :

المعوقات الشخصية وانحصرت في (٤) عبارات.

المعوقات التنظيمية وانحصرت في (٩) عبارات.

المعوقات الخارجية وانحصرت في (٨) عبارات.

الهيكل التنظيمي وانحصر في (٢) عبارة.

المعوقات الخارجية وانحصرت في (٥) عبارات.

المعوقات البيئية وانحصرت في (١١) عبارات

التوصيات :

في ضوء إستخلاصات البحث وعرض ومناقشة النتائج توصى الباحثة الآتي :

الاهتمام بالمشروعات الاستثمارية داخل الأندية الرياضية.

محاولة تحسين قوانين الاستثمار بما يتناسب مع طبيعة المشروعات الاستثمارية بالأندية الرياضية.

ادراج قانون خاص بالاستثمار في المجال الرياضي داخل قانون الرياضة.

المراجع

- ١- إيمان محمد أحمد: "استراتيجية مقترحة لاستثمار أنشطة الاتحاد المصري لكرة اليد بجمهورية مصر العربية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط، ٢٠٠٦م.
- ١- توفيق محمد عبد المحسن: القدرة التنافسية للتصدير، دار الفكر العربي، القاهرة، ٢٠٠٣م.
- ٢- حسن أحمد الشافعي: الاستثمار والتسويق الطباعة والنشر، في التربية البدنية والرياضة، دار الوفاء لدنيا، الإسكندرية، ٢٠٠٦م.
- ٣- خالد إبراهيم عبدالعاطي: أساليب مقترحة لتسويق البطولات الرياضية لجمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنين، القاهرة جامعة حلوان، ٢٠٠٠م.
- ٤- خالد أحمد محمد السعيد: "دراسة تقويمية لتسويق بعض البطولات الرياضية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، ٢٠٠٤م.
- ٤- دعاء محمد عابدين: استراتيجية تسويقية خدمية للاتحاد الرياضي المصري للرمية بالقوس والسهم، كلية التربية الرياضية للبنات، قسم الإدارة الرياضية، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٦م.
- ٥- سعد احمد شلبي: أسس إدارة التسويق الرياضي، المكتبة العصرية، المنصورة، ٢٠٠٥م.
- ٧- عبدالله عيد مبارك الغصاب: المعوقات المؤثرة علي اقتصاديات إدارة الأندية الرياضية بدولة الكويت، رسالة دكتوراه، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة الزقازيق، ٢٠٠٢م.
- ٨- عمرو محمد ابراهيم: نموذج مقترح للأنماط المبتكرة لتسويق حمامات السباحة في الأندية المصرية، المؤتمر الدولي الأولي للتربية البدنية والرياضة والصحة، الكويت، ٢٠٠٨م.
- ٩- عمرو محمد ابراهيم، حازم كمال الدين عبدالعظيم: أساليب تسويق مدارس السباحة في الأندية المصرية، المجلة العلمية للتربية البدنية والرياضة، العدد الثالث، جامعة المنصورة، ٢٠٠٤م.
- ١١- ماهر محمد السيد عطية: واقع التسويق الرياضي بالأندية الرياضية المصرية، كلية التربية الرياضية، قسم الإدارة، جامعة طنطا، ٢٠٠٥م.
- ١٢- محمد احمد محمد رمادي: لجنة تسويقية مقترحة بالاتحادات الرياضية الاولمبية بجمهورية مصر العربية، كلية التربية الرياضية للبنات، قسم الإدارة الرياضية، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٦م.
- ١٣- محمد رجب جبريل: ترويج البطولات والمباريات الرياضية باستخدام المفهوم الحديث للتسويق، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنين، القاهرة، جامعة حلوان، ٢٠٠١م.
- ١٤- محمد صالح محمد: إدارة التسويق، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٣م.

- ١٦-مني عبدالعزيز السهلي: أساليب تسويق البطولات في الاتحادات الرياضية بمملكة البحرين، رسالة ماجستير، كلية التربية، قسم التربية البدنية، جامعة البحرين، ٢٠٠٣م.
- ١٧-هدى حسن الخاجة: آراء الرياضيين حول معوقات التسويق الرياضي في البحرين، مجلة كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠١م.
- 18-George Karilis: "City and Spot Marketing Strategy", (the Case of Athena, 2004), the Sport Journal, Vol. 6, No. 2, Spring 2003.
- 19-kennet, P, A., & others: Market segmentation in the sport industry, international – sport Journal, 1997.
- 20-Lee-JeoungHak: "Sport Marketing Strategies through the Analysis of Sport Consumer behavior and factors influencing attendance", Dissertation Abstracts International, Vol. 61-03, P. 932, 2000.
- 21-Ordish, -Rebecca: "Sports Marketing in China.: An IP Perspective", China Business Review, V 32 No 6 November / December 2005, p. 34-7.
- 22-Pitts, B.G., starter, D. K. : Fundamentals of sport marketing, university Avenue Morgan town, U.S.A.1999.
- 23-Stevens, R.E: London, D.L.MC congek, C.W.,sport marketing among colleges and university journal: sport marketing quarterly,(Morgan town,W.La) mar, 1999.