

**دراسة تحليلية لواقع الاستثمار الرياضي للنهوض بصناعة الرياضة المصرية****أ.د / محمد فوزي عبدالعزيز علي**

\* أستاذ ورئيس بقسم الإدارة الرياضية – كلية التربية الرياضية – جامعة المنيا.

**أ.م.د / محمود محمد سعيد**

\* أستاذ مساعد بالإدارة الرياضية بكلية التربية الرياضية جامعة المنيا.

**م.م / أحمد ممدوم عبدالله**

\* باحث بقسم الإدارة الرياضية – كلية التربية الرياضية – جامعة المنيا .

**المقدمة ومشكلة البحث**

ارتبطت الرياضة بالعديد من المصطلحات الحديثة مثل صناعة الرياضة والتسويق والاستثمار الرياضي والإعلام الرياضي وغيرها من الظواهر سواء تجارية أو اجتماعية أو سياسية ، فتظهر العديد من الصور في المجال الرياضي مثل الرعاية الرياضية ، أو الأندية الخاصة أو شركات الاستثمار الرياضي التي تهدف إلى الربح الصريح ، وتماشياً مع اتجاهات الدولة والعولمة بدأ الاقتصاديون المهتمون بالمجال الرياضي تغير نظرهم إلى أن تصبح الرياضة جزء إنتاجياً لصناعة الأبطال والمنتخبات القومية وأيضاً اكتشاف المواهب من خلال الأساليب الإدارية الحديثة .

يشير " نعمان عبد الغني ، لطيفة شرف الدين " ( ٢٠١٠ ) إلى الإدارة الرياضية تعد هي حجر الزاوية في منظومة أي تقدم رياضي وبدونها فإن المال مهما توفر لا يستطيع تحقيق أي تقدم ولو قيد أنملة ، كما أن بدونها لا يستطيع أكبر مدرب عالمي أن يصنع من منتخبنا فريقاً منافساً حتى على المستوى الإقليمي ، لان صناعة المنتخبات القوية ليست مجرد مجموعة من اللاعبين ومدرب وبرنامج تدريبات وتمارين ولقاءات ودية ، ولكنها منظومة متكاملة تتشابه فيها مختلف العوامل الرياضية والإعلامية والسياسية والإدارية والمالية وكذا المنشآت والمسابقات المحلية والأندية وغيرها لتشكل إستراتيجية نهوض طموحة مضمونة الأهداف والنتائج ( ١٣ : ٨ ) .

ويرى " جيوف والترز Geoff Walters " ( ٢٠٠٨ ) تفسر نظرية الهرم المزدوج العلاقة ما بين رياضة المحترفين ورياضة الهواة حيث أن تبين الآلاف من الهواة ينتج عنهم أبطال أولمبيين قليلين ، وذلك كلما استفاد هؤلاء الهواة من قيم العوائد التجارية والترويجية الخاصة بالرياضة الاحترافية ، فإن النوادي الاحترافية ستكون بحاجة إلى دعم مادي لفئة من المتطوعين الهواة بالإضافة إلى الدعم المفترض من السلطات المحلية والإقليمية ( ١٤ : ٢٩ ) .

يضيف " أشرف عبد المعز " ( ١٩٩٦ ) شهدت صناعة الرياضة خلال السنوات الماضية تطوراً مذهلاً في نظم الإدارة والتمويل ، وأصبحت الرياضة صناعة تعتمد على فلسفة النظام الرأسمالي الذي يعتمد على توفير روح المنافسة والابتكار ، والعرض والطلب ، دون احتكار قائماً على مبدأ تكافؤ الفرص ، وهو بالتالي يطلق الحريات في الإدارة في ظل إشراف الدولة على تطبيق النظام ( ٢ : ٩ ) .

وينكر " أمين الخولي " ( ١٩٩٦ ) وقد ارتبط مصطلح الاقتصاد بالرياضة في السنوات الأخيرة عندما بدأت الحاجة الماسة إلى وجود كيان اقتصادي لصناعة الرياضة ، والذي بدوره أظهر المشكلات المرتبطة بذلك مما دعي إلى دراسة العلاقة التكاملية بين الأنشطة الرياضية والمصالح الاقتصادية ، لأن نظام الرياضة يقوم على دعائم اقتصادية تتمثل في ميزانيات الأنشطة والبرامج والإدارات والأجهزة والأجور ، وأن تمويل مختلف الأنشطة تستدعي دائماً اللجوء إلى إقامة نظام اقتصادي وتوفير مقومات نجاحه وارتباط ذلك برعاية المصالح التجارية والاستهلاكية بمصدر الربح ووسيلة دعاية ناجحة للمستفيدين ( ٣ : ٥٤ ) .

ويرى " شادي حمدان ، سها أديب " ( ١٩٩٥ ) وقد شهد العصر الحالي ارتباط بين الرياضة والمصالح التجارية لما في ذلك من منافع متبادلة حتى أصبحت العلاقات التجارية في الرياضة كبيرة وبدأت معها ظواهر تجاربه جديدة ، فيمكن أن تظهر في صورة رعاية رياضة ، أو أندية خاصة أو مشروعات تهدف إلى الربح الصريح ، أو مظهر من مظاهر الرعاية والإعلان عن نشاط اقتصادي معين ، وأصبح الآن الاقتصاديون المهتمون بالمجال الرياضي المصري يأملون في أن تصبح الرياضة جزء إنتاجياً تصنع البطل الرياضي المميز والمنافسات الرياضية المتميزة ( ٧ : ١٣٢ ) .

يذكر " خالد السروجي " ( ٢٠٠٦ ) أن موضوع الاستثمار يعتبر من الموضوعات التي تحتل مكانة مهمة وأساسية في أولويات الدراسات الاقتصادية والمالية والمصرفية والإدارية وغيرها من التخصصات التي تهتم بالتطورات الهيكلية التي شاهدها المجتمعات المتقدمة ، هذه التطورات صاحبها تطور مماثل في دراسة الاستثمار ومجالاته المختلفة ، لذا تظهر أهمية دراسة هذا الموضوع خصوصاً للبلدان النامية التي عليها الاهتمام أكثر علمياً وعملياً بموضوعات مجالات وأدوات الاستثمار الأكثر موائمة ونفعاً لهذه المجتمعات من خلال التحسين من كفاءة هذه الاستثمارات بقصد تعظيم العوائد المحققة بإتباع طرق تضمن زيادة الادخار لدى المواطنين ومن ثم توجيه المدخرات نحو مجالات الاستثمار المختلفة واختيار الأدوات التي تساهم في وجود قيمة مضافة حقيقية للاقتصاد الوطني .

وعلى الرغم من أهمية الاستثمار في الاقتصاد ، إلا أن تلك الأهمية قد تزايدت بشكل واضح مع العولمة ، وفي ظل ما يشهده النظام العالمي الجديد من تطورات خطيرة دفعت العالم ليصبح قرية كونية صغيرة تتفاعل مع المتغيرات العالمية ، وتتسارع الدول باحثه عن المناخ الاستثماري الملائم لاستثماراتها ، ومن ثم تتسابق لتحسين بيئة الأعمال بها ( ٦ : ٤٠ ) .

ويشير " حسام حسن " ( ٢٠٠٨ ) إلى أنه مع حداثة دراسة مفهوم الاستثمار في المجال الرياضي فليس المقصود به بيع المؤسسات الرياضية لتصبح آلياتها قائمة على تحقيق أعلى ربح ، وإنما الهدف هو إعادة صياغة أسلوب إدارة المؤسسات الرياضية والتزاماتها وأهدافها ( تحقيق النهوض الرياضي ) مما أوجب ضرورة إرساء دعائم الاستثمار بالمؤسسات الرياضية والتي أثبتت نظرياً إمكانية توفير التمويل اللازم لتحقيق متطلبات المؤسسات من خلال التدفقات الناتجة عن الاستثمار المالي والعيني بالمؤسسات الرياضية ، فالاستثمار أحد صور التمويل فهو هدفه زيادة رأس المال للفرد أو زيادة موارده وتشغيل ماله أو استغلاله بهدف زيادته ( ٤ : ٤٠ ) .

ويوضح "كمال درويش ، نبيه العلقامي" (٢٠١٢) انه يعد الاستثمار احد الوسائل الأساسية لتنفيذ سياسات وبرامج التنمية في المؤسسات الرياضية وتزداد أهميته بزيادة الاحتياجات الإنسانية واتساعها مما يتطلب تنظيمًا وفهماً دقيقًا لمتطلبات الاستثمار حتى يمكن انجاز المشروعات الرياضية بقل جهد وأسرع وقت وبأكبر كفاءة ممكنة فالاستثمار الرياضي أصبح دعامة رئيسية تعتمد عليها الهيئات والمؤسسات في توفير اللازم لتحقيق أهدافها في مختلف الأنشطة ويتوقف نجاح سياسة التنمية إلى حد كبير علي حجم الاستثمارات المتاحة في المجال الرياضي وكفاءة استخدام عوائدها (٨ : ١١٤) .

ويذكر "حسن الشافعي" (٢٠٠٦) أن أهم المحاور الأساسية التي يقوم عليها نظام الاستثمار في المؤسسات الرياضية هي (المحور القانوني ، محور القرارات التشجيعية والتحفيزية للاستثمار في المؤسسات الرياضية) (٥ : ٢٨ - ٣٦) .

ويضيف " مؤمن عبد العزيز" (٢٠١٥) أن أهم العوامل المشجعة على الاستثمار والتي لها أهميتها في اتخاذ القرار الاستثماري هي (سهولة إجراء الحصول على التراخيص ، الإعفاء الضريبي والجمركي ، حرية التصدير والتنقل وتوافر الفرص الاستثمارية المختلفة ، توافر الخرائط الاستثمارية مع وجود الدعم المالي والمعنوي ، توافر الأنظمة المصرفية المتطورة وبنوك المعلومات) (١٢ : ٤٣) .

### مشكلة الدراسة

يشير الباحثون أن الإحصائيات والميزانيات الناتجة من صناعة الرياضة عالمياً يتجاوز ١.٣ تريليون دولار سنوياً ، تتمثل في بعض النقاط التي يوجزها الباحثون كمحددات أو عناصر صناعة الرياضة :

- ارتفع بنسبة ٦.٢ % من عام ٢٠١٣ : ٢٠١٨ .
- يمثل نسبة كبيرة من اقتصاد العديد من الدول فقد تصل نسبة اقتصاد الرياضة في ألمانيا ٧٤ مليار دولار سنوياً بنسبة ٥% من الدخل السنوي للدولة .
- مبيعات المنتجات الرياضية والعلامات التجارية وصل إلى ٤٠ مليار دولار في أمريكا عام ٢٠١٩ .
- يوفر احتراف اللاعبين وانتقالهم من فريق إلى آخر ٥٦٦ مليون دولار سنوياً لفريق أياكس امستردام الهولندي .

- إجمالي الدخل السنوي للإمارات ٦٧٠ مليون دولار سنوياً من صناعة الرياضة .  
ومما سبق يجد الباحثون هناك ضعف في صناعة الرياضة المصرية حيث تشمل الرياضة في مصر على بعض الرعاية الرياضية للاعبين والبطولات التي تقيمها اللجنة الأولمبية والاتحادات الرياضية ، كما تسعى وزارة الشباب والرياضة بإيجاد الحلول وتقليل الإنفاق الحكومي على الأندية ومراكز الشباب والتحول من التمويل الحكومي إلى التمويل الذاتي والاستثمار .

ويشير الباحثون أن زيادة الدخل الناتج من صناعة الرياضة يؤدي بدوره في النهوض بالرياضة المصرية والتوسع الرأسي والأفقي للمستفيدين والممارسين للرياضة ، كما أن تطوير صناعة الرياضة المصرية يزيد من القدرات البشرية والتقنية التي تتيح استضافة البطولات الأفريقية والدولية في الألعاب الرياضية المختلفة ، كما أنها تعتبر وسيلة لإلقاء الضوء على معالم مصر السياحية التي يمكن استضافة البطولات بها مثل الأهرام ، البحر الأحمر ، شرم الشيخ كأحد طرق النهوض بالسياحة الرياضية .

ومن خلال اطلاع الباحثون على نماذج لصناعة الرياضة في بعض دول العالم وجد أن مصر تفتقر إلى العديد من المجالات في الخطوات التي يجب الاهتمام بها ( مبيعات السلع الرياضية وتذاكر المباريات ، التقنيات الإعلامية بالمنشآت الرياضية ، رأس المال الفكري " البشري " ، احتراف اللاعبين ، الأكاديميات الرياضية ، الأحداث الرياضية ، التسويق الرياضي ، مبيعات حقوق النقل والبريد الإعلامي ) وبإطلاع الباحث على الدراسات السابقة التي أجريت في نفس المجال - على حد علمه - لم يجد دراسات تناولت خطة مقترحة للنهوض بصناعة الرياضة المصرية ، وهذا ما دعا الباحثون لإعداد هذه البحث بعنوان : دراسة تحليلية لواقع الاستثمار الرياضي للنهوض بصناعة الرياضة المصرية .

### هدف الدراسة

تهدف الدراسة الحالية إلى تحليل واقع الاستثمار الرياضي للنهوض بصناعة الرياضة المصرية .

### تساؤلات الدراسة

- في ضوء هدف الدراسة يضع الباحثون التساؤل الرئيسي : ما واقع الاستثمار الرياضي للنهوض بصناعة الرياضة المصرية بجمهورية مصر العربية ؟ ومنه يندرج التساؤلات الفرعية :
١. ما أثر الجانب القانوني في صناعة الرياضة في النهوض بصناعة الرياضة المصرية ؟
  ٢. ما دور الشركات المساهمة الرياضية في النهوض بصناعة الرياضة المصرية ؟
  ٣. ما أثر مبيعات السلع الرياضية وتذاكر المباريات في النهوض بصناعة الرياضة المصرية ؟

### المصطلحات الواردة بالبحث

#### صناعة الرياضة

هي صناعة يشارك فيها الأشخاص والأنشطة والأعمال والمنظمات في إنتاج أو تسهيل أو ترويج أو تنظيم أي نشاط أو خبرة أو مؤسسة تجارية تركز على الرياضة. إنه السوق الذي تكون فيه الأنشطة التجارية أو المنتجات المعروضة للمشتريين مرتبطة بالرياضة وقد تكون سلعا أو خدمات أو أشخاصا أو أماكن أو أفكارا ( ١٦ ) .

#### الاستثمار

يعرف " مجدي طایل " ( ٢٠٠٨ ) الاستثمار بأنه التخلي عن استخدام أموال حالية ولفترة زمنية من أجل الحصول على مزيد من التدفقات النقدية في المستقبل تكون بمثابة تعويض عن القيمة الحالية للأموال المستثمرة وكذلك تعويض عن الانخفاض المتوقع في القوة الشرائية للأموال المستثمرة ( ٩ : ٨٨ ) .

### الدراسات السابقة

#### الدراسة الأولى

دراسة " أحمد رشاد محمد " ( ٢٠٢١ ) ( ١ ) بعنوان : واقع صناعة الرياضة الإلكترونية وعوائدها الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية ، يهدف البحث إلى التعرف علي واقع صناعة الرياضة الإلكترونية وعوائدها الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية ، واستخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي لمناسبته طبيعة البحث وتم اختيار عينة البحث من أعضاء اللجنة الأولمبية السعودية والاتحاد السعودي للرياضات الإلكترونية لعدد ( ٤٠ ) فردا ، وتوصلت أهم النتائج أن واقع صناعة الرياضة الإلكترونية يتمثل في تحفيز المستثمرين والعمل على تشريعات تحفز النمو في قطاع الرياضة الإلكترونية بالإضافة إلى وجود إستراتيجية ترسم سياسات صناعة الرياضة الإلكترونية ودعم وزارة الرياضة لإقامة الأحداث والمسابقات الرياضية الإلكترونية وأهمية تطوير منظومة الرياضات الإلكترونية بشكل كامل واستحداث مراكز للتدريب المهني للمتخصصين العاملين في المجال الرياضي الإلكتروني وإعداد مشروع قانون للاتصالات يتضمن تنظيم العلاقة وتعريف الأدوار بين الأطراف المعنية وتطوير بيئة منافسات احترافية ومجتمعية تعمل في مجال الرياضة الإلكترونية ووجود خطة تطوير صناعة البرمجيات المرتبطة بها .

**الدراسة الثانية**

دراسة " محمد شعبان محمد " ( ٢٠٢٠ ) ( ١٠ ) بعنوان : واقع صناعة الرياضة الساحلية بمحافظة بورسعيد : دراسة تحليلية ، يهدف البحث إلى التعرف على الوضع الحالي لصناعة الرياضة الساحلية في محافظة بورسعيد، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي، وقد بلغت عينة البحث عدد (١٧٤) مدير تم اختيارهم بالطريقة الطبقيّة العشوائية، وقد استخدم الباحث استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات، وقد أسفرت أهم النتائج عن التوصل إلى أن محافظة بورسعيد تعتبر من المحافظات الرائدة التي يتوفر بها المناخ الاستثماري والطبيعية التي تؤهلها لتكون مركز لصناعة الرياضة الساحلية ، إلا أنها تحتاج إلى توفير كيان مستقل لتنمية وتطوير الأنشطة الرياضية الساحلية والدعاية اللازمة لها .

**الدراسة الثالثة**

دراسة " معارفية الطيب " ( ٢٠١٧ ) ( ١١ ) بعنوان : الصناعة الرياضية في النظام الأوروبي والأمريكي : دراسة مقارنة ، تتناول هذه الدراسة ظاهرة اقتصادية أساسية من منظور موضع الرياضة في السوق الدولي بحيث تتمحور هذه الظاهرة حول مجال المنافسة لأكبر قدر من الحصة التسويقية وتعظيم الأرباح الناتجة من عوائد النشاط الرياضي لمنظمات ومختلف الفرق والأندية الرياضية النشطة حسب الهيكل التنظيمي الرياضي السائد في العالم سواء الأوروبي أو الأمريكي ، وتمثلت الدراسة في المقارنة بين النموذج الأوروبي والأمريكي في ( هيكل النظام ، الاحتراف ، آلية المنافسة ) ، وأيضاً التعرف على الأرباح وفق آليات تسمح تقسيمها حسب الحصة السوقية بين النظامين من خلال عوائد السوق الرياضي في ظل المنافسة ، صدارة كرة القدم ، آليات للحد من المنافسة الرياضية ) .

**الدراسة الرابعة**

دراسة " كينت Kennte " ( ٢٠٠٢ ) ( ١٥ ) بعنوان : التسويق وصناعه الرياضة ، تبحث في التحدي الذي يواجه الرياضة في الوقت الحالي والذي سيواجههم في المستقبل في كيفية الحفاظ علي الاهتمام بالرياضة والتعرف علي مؤثرات وعوامل جذب المشاهدين للرياضة من خلال مقارنة عالم السن للجمهور وكانت أهم النتائج أن أفراد جيل ٣٢ سنة وأكثر يظهرون اهتمام قليل بالرياضة بصفه عامه ولها مؤثرات مختلفة تجذبها كحضور الأحداث الرياضية بصفه خاصة .

**إجراءات البحث****منهج البحث :**

استخدم الباحثون المنهج الوصفي ( أسلوب الدراسات المسحية ) بخطواته وإجراءاته وذلك لمناسبته لتحقيق أهداف البحث .

**مجتمع وعينة البحث :**

يتمثل مجتمع البحث اعتبارياً حيث لا يمكن حصره يتكون من : أعضاء هيئة التدريس كل من كليات التربية الرياضية ، الإعلام ، الحقوق ، السياحة ، قيادات وزارة الشباب والرياضة ، أعضاء اللجنة الأولمبية والبارالمبية المصرية ، مجلس إدارة الأندية الأهلية والأندية الخاصة ، مجلس إدارة الاتحادات الرياضية الشعبية الجماعية والفردية ، أعضاء ومسؤولي الكيانات المرتبطة بالسياحة الرياضية ، رؤساء ومسؤولي الشركات المساهمة الرياضية ، مستشاري ومحامين بالمحكمة الرياضية ، العاملين في مجال الإعلام الرياضي .

وقد قام الباحثون باختيار عينة البحث بالطريقة الطبقيّة العشوائية من مجتمع البحث ، وقد بلغ

إجمالي عدد العينة كالاتي :

- عينة البحث الأساسية ( ٣١٤ ) فرد .

- عينة البحث الاستطلاعية ( ٧٢ ) فرد من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأساسية ، وذلك بهدف التأكد من ملائمة أدوات البحث لتحقيق هدف البحث وكذا التأكد من مدى تمتعها بصدق وثبات أدوات البحث ، والجدول التالي يوضح توصيف مجتمع وعينة البحث

## جدول ( ١ )

## توصيف عينة البحث

م	المجتمع	العينة الأساسية	العينة الاستطلاعية
١.	أعضاء هيئة التدريس كل من كليات التربية الرياضية ، الإعلام ، الحقوق ، السياحة ، قيادات وزارة الشباب والرياضة .	١٦١	٢٩
٢.	أعضاء اللجنة الأولمبية لبارالمبية المصرية .	١٥	٣
٣.	مجلس إدارة الأندية الأهلية الأندية الخاصة .	٣٣	٢٠
٤.	مجلس إدارة الاتحادات الرياضية الشعبية الجماعية الفردية .	٨٠	١٠
٥.	أعضاء ومسؤولي الكيانات المرتبطة بالسياحة الرياضية .	١٠	٣
٦.	رؤساء ومسؤولي الشركات المساهمة الرياضية .	٥	٣
٧.	مستشاري ومحامين بالمحكمة الرياضية .	٥	٢
٨.	العاملين في مجال الإعلام الرياضي .	٥	٢
	<b>الإجمالي</b>	<b>٣١٤</b>	<b>٧٢</b>

## أدوات جمع البيانات

استخدم الباحثون لجمع بيانات البحث الأدوات الآتية :

## تحليل الوثائق والسجلات :

قام الباحثون بتحليل الوثائق والسجلات الخاصة بخطة وزارة الشباب والرياضة الاستثمارية للنهوض بصناعة الرياضة المصرية في الهيئات والمؤسسات الرياضية .

## استبيان خطة مقترحة للنهوض بصناعة الرياضة المصرية

قام الباحثون بإعداد استبيان دراسة واقع الاستثمار الرياضي للنهوض بصناعة الرياضة المصرية مكونة من ثلاثة محاور ويندرج بكل محور ثلاثة أبعاد بإجمالي ( ٣٩ ) تسعة وثلاثون عبارة وهي كالتالي :

- المحور الأول : التشريعات والقوانين الرياضية .
- المحور الثاني : الشركات المساهمة الرياضية .
- المحور الثالث : الصناعة والمبيعات الرياضية .

وهذا الاستبيان من إعداد الباحثون واتباع في إعداده الخطوات التالية :

## ١. القراءة والإطلاع :

قام الباحثون بالإطلاع على العديد من الدراسات والمراجع التي تناولت موضوعات صناعة الرياضة مثل دراسة " أحمد رشاد " ( ٢٠٢١ ) ( ١ ) ، دراسة " محمد شعبان " ( ٢٠٢٠ ) ( ١٠ ) ، دراسة " معارفية الطيب " ( ٢٠١٧ ) ( ١١ ) ، دراسة " كينت Kennte " ( ٢٠٠٢ ) ( ١٥ ) .

## ٢. هدف الاستبيان

تم تحديد هدف الاستبيان وقد تمثل في إعداد خطة مقترحة للنهوض بصناعة الرياضة المصرية .

## ٣. تحديد محاور الاستبيان :

من خلال إطلاع الباحثون على الدراسات والبحوث العلمية والدراسات السابقة ، قام الباحثون بتحديد مجموعة من المحاور ، وقد تمثلت محاور الاستبيان المبدئية في الآتي :

- المحور الأول : واقع خطة وزارة الشباب والرياضة للنهوض بصناعة الرياضة المصرية .
- المحور الثاني : أهمية الاستثمار الرياضي للنهوض بصناعة الرياضة المصرية .
- المحور الثالث : مقومات النهوض بصناعة الرياضة المصرية .

وقام الباحثون بعرضها على مجموعة من الخبراء في مجال الإدارة الرياضية قوامها ( ١٥ ) خبير بحيث لا تقل مدة خبرتهم في مجال الإدارة الرياضية عن ( ١٠ ) عشرة سنوات ( مرفق ١ ) وذلك لإبداء الرأي في مدى مناسبتها ، وقد تم اختيار المحاور التي حصلت على نسبة ٧٠ % فأكثر من مجموعة آراء الخبراء ، والجدول ( ٢ ) يوضح ذلك .

## جدول ( ٢ )

يوضح آراء الخبراء في محاور استبيان خطة النهوض بصناعة الرياضة المصرية ( ن = ١٥ )

م	المحاور	رأي الخبراء		النسبة المئوية	الرأي	الصياغة
		موافق	غير الموافق			
١.	المحور الأول : واقع خطة وزارة الشباب والرياضة للنهوض بصناعة الرياضة المصرية	٨	٧	٥٣.٣ %	غير موافق	
	- البعد الأول : الأحداث الرياضية .	٩	٦	٦٠ %	غير موافق	
	- البعد الثاني : انتقاء المواهب الرياضية والحركية .	٨	٧	٥٣.٣ %	غير موافق	
	- البعد الثالث : رأس المال الفكري .	٩	٦	٦٠ %	غير موافق	
٢.	المحور الثاني : أهمية الاستثمار الرياضي للنهوض بصناعة الرياضة المصرية .	١٥	٠	١٠٠ %	موافق	
	- البعد الأول : التشريعات والقوانين الرياضية .	١٤	١	٩٣.٣ %	موافق	
	- البعد الثاني : الشركات المساهمة الرياضية .	١٣	٢	٨٦.٧ %	موافق	
٣.	- البعد الثالث : الصناعة والمبيعات الرياضية .	١٢	٣	٨٠ %	موافق	
	المحور الثالث : مقومات النهوض بصناعة الرياضة المصرية .	٩	٦	٦٠ %	غير موافق	
	- البعد الأول : المنشآت الرياضية .	٨	٧	٥٣.٣ %	غير موافق	
	- البعد الثاني : الاحتراف الرياضية .	٦	٩	٤٠ %	غير موافق	
	- البعد الثالث : الأكاديميات الرياضية .	٦	٩	٤٠ %	غير موافق	

يتضح من جدول ( ٢ ) :

تراوحت النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول مدى مناسبة محاور الاستبيان ما بين ( ٤٠ % : ١٠٠ % ) ، وبناءً على آراء السادة الخبراء تم الموافقة على محور واحد فقط { أهمية الاستثمار الرياضي للنهوض بصناعة الرياضة المصرية } بأبعاده الثلاثة وذلك لحصوله على نسبة أعلى ٧٠ % فأكثر ، واستبعاد محورين { واقع خطة وزارة الشباب والرياضة للنهوض بصناعة الرياضة المصرية ، مقومات النهوض بصناعة الرياضة المصرية } بأبعادهم .

## ٤. صياغة عبارات الاستبيان :

قام الباحثون بوضع مجموعة من العبارات لكل محور من محاور الاستبيان النهائية ، وقد بلغ عدد العبارات ( ٤١ ) عبارة موزعة على المحاور كالتالي :

جدول ( ٣ )

## العبارات المبدئية لاستبيان أهمية الاستثمار الرياضي للنهوض بصناعة الرياضة المصرية

عدد العبارات	محاور وأبعاد الاستبيان
١٣	البعد الأول : التشريعات والقوانين الرياضية .
١٢	البعد الثاني : الشركات المساهمة الرياضية .
١٦	البعد الثالث : الصناعة والمبيعات الرياضية .
٤١	إجمالي العبارات

وقد روعي عند صياغة العبارات ، أن يكون للعبارة معنى واحد محدد وان تكون لغة كل عبارة صحيحة ، والابتعاد عن العبارات الصعبة ، وتجنب استعمال الكلمات التي تحمل أكثر من معنى .

٥. الصورة المبدئية للاستبيان :

قام الباحثون بعرض تلك العبارات على مجموعة من الخبراء في مجال الإدارة الرياضية قوامها ( ١٥ ) خبير بحيث لا تقل مدة خبرتهم في المجال الإدارية الرياضية عن ( ١٠ ) عشرة سنوات وذلك لإبداء الرأي في مدى مناسبة العبارات لمحاور البحث ( مرفق ٢ ) ، ويوضح جدول ( ٤ ) ذلك

جدول ( ٤ )

## عدد العبارات التي تم حذفها من الصورة المبدئية للاستبيان أهمية الاستثمار الرياضي للنهوض بصناعة الرياضة المصرية

العبارات النهائية	العبارات المحذوفة	العبارات المبدئية	محاور وأبعاد الاستبيان
١١	٢	١٣	البعد الأول : التشريعات والقوانين الرياضية .
١٢	٠	١٢	البعد الثاني : الشركات المساهمة الرياضية .
١٦	٠	١٦	البعد الثالث : الصناعة والمبيعات الرياضية .
٣٩	٢	٤١	إجمالي العبارات

يتضح من جدول ( ٤ ) :

— تم حذف العبارات التي حصلت على نسبة أقل من ٧٠% من اتفاق الخبراء وقد بلغت عدد العبارات المحذوفة ( ٨ ) عبارات لتصبح الصورة النهائية مكونة من ( ٨٨ ) عبارة .

## ٦. الصورة النهائية للاستبيان :

قام الباحثون بكتابة شكل الاستبيان في صورته النهائية وذلك بترتيب العبارات تبعاً لكل محور وأبعاده المنتمية إليه بحيث تجمع العبارات الخاصة بكل محور من محاور الاستبيان مع بعضها .

٧. تصحيح الاستبيان :

لتصحيح الاستبيان قام الباحثون باستخدام الميزان التقديري " ثلاثي " ، وقد تم تصحيح العبارات

كالتالي :

- موافق ( ٣ ) ثلاثة درجات
- إلى حد ما ( ٢ ) درجتان
- غير موافق ( ١ ) درجة واحدة

المعاملات العلمية للاستبيان :

قام الباحثون بحساب المعاملات العلمية للاستبيان على النحو التالي :

أ . الصدق :

لحساب صدق الاستبيان استخدم الباحثون الطرق التالية :

( ١ ) صدق المحتوى :

قام الباحثون بعرض الاستبيان على مجموعة من الخبراء في مجال الإدارة الرياضية قوامها ( ١٥ ) خبيرا ( مرفق ١ ) وذلك لإبداء الرأي في ملائمة الاستبيان فيما وضع من أجله سواء من حيث المحاور والعبارات الخاصة بكل محور ومدى مناسبة تلك العبارات للمحور الذي تمثله ، والجدول التالي (٥) يوضح النسبة المئوية لأراء الخبراء على عبارات الاستبيان .

جدول ( ٥ )

النسبة المئوية لأراء الخبراء على عبارات الاستبيان أهمية الاستثمار الرياضي  
للنهوض بصناعة الرياضة المصرية  
( ن = ١٥ )

العبارات										البعد	
٣٥	٣٤	٣٣	٣٢	٣١	٣٠	٢٩	٢٨	٢٧	العبارة	البعد الأول : التشريعات والقوانين الرياضية	
١٥	١٤	١٣	٩	١٢	١٣	٧	١٣	١٣	التكرار		
% ١٠٠	% ٩٣.٣	% ٨٦.٧	% ٦٠	% ٨٠	% ٨٦.٧	% ٤٦.٧	% ٨٦.٧	% ٨٦.٧	النسبة		
					٣٩	٣٨	٣٧	٣٦	العبارة		
					١٢	١٣	١٢	١٣	التكرار		
					% ٨٠	% ٨٦.٧	% ٨٠	% ٨٦.٧	النسبة		
٤٨	٤٧	٤٦	٤٥	٤٤	٤٣	٤٢	٤١	٤٠	العبارة	البعد الثاني : الشركات المساهمة الرياضية	
١٣	١٤	١٥	١٣	١٢	١٣	١٥	١٥	١٥	التكرار		
% ٨٦.٧	% ٩٣.٣	% ١٠٠	% ٨٦.٧	% ٨٠	% ٨٦.٧	% ١٠٠	% ١٠٠	% ١٠٠	النسبة		
						٥١	٥٠	٤٩	العبارة		
						١٤	١٤	١٣	التكرار		
						% ٩٣.٣	% ٩٣.٣	% ٨٦.٧	النسبة		
٦٠	٥٩	٥٨	٥٧	٥٦	٥٥	٥٤	٥٣	٥٢	العبارة	البعد الثالث : الصناعة والمبيعات الرياضية	
١٢	١٣	١٥	١٣	١٤	١٣	١٥	١٣	١٣	التكرار		
% ٨٠	% ٨٦.٧	% ١٠٠	% ٨٦.٧	% ٩٣.٣	% ٨٦.٧	% ١٠٠	% ٨٦.٧	% ٨٦.٧	النسبة		
			٦٧	٦٦	٦٥	٦٤	٦٣	٦٢	٦١		العبارة
			١٣	١٥	١٤	١٢	١٣	١٥	١٣		التكرار
			% ٨٦.٧	% ١٠٠	% ٩٣.٣	% ٨٠	% ٨٦.٧	% ١٠٠	% ٨٦.٧		النسبة

يتضح من جدول ( ٥ ) :

- تراوحت النسبة المئوية لأراء الخبراء حول عبارات الاستبيان ما بين ( ٤٦.٧ % : ١٠٠ % ) ، وبذلك حذف عدد ( ٨ ) ثمانية عبارات لتصبح الصورة النهائية للمحور مكونة من ( ٨٨ ) ثمانية وثمانون عبارة .

## (٢) صدق الاتساق الداخلي :

لحساب صدق الاتساق الداخلي للاستبيان قام الباحثون بتطبيقه على عينة قوامها (٧٢) فرداً من مجتمع البحث ومن غير العينة الأصلية للبحث ، وتم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه ، وكذلك معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان ، وتم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل بعد والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه ، كما تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل محور والدرجة الكلية للاستبيان ، والجداول (٦) (٧) (٨) (٩) توضح النتيجة على التوالي .

## جدول (٦)

معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه (ن = ٧٢)

العبارات								البعد
٣١	٣٠	٢٩	٢٨	٢٧	٢٦	٢٥	٢٤	رقم العبارة
**٠.٧٠١	**٠.٩١٣	**٠.٩٠٩	**٠.٧٩٣	**٠.٩٢٨	**٠.٦٢	**٠.٨٩٨	**٠.٩١٧	معامل الارتباط
								٣٤
								٣٣
								٣٢
								معامل الارتباط
								**٠.٥٠٧
								**٠.٨٢٣
								**٠.٩
٤٢	٤١	٤٠	٣٩	٣٨	٣٧	٣٦	٣٥	رقم العبارة
**٠.٧١٦	**٠.٨٣١	**٠.٧٨٤	**٠.٢٨٦	**٠.٨١٩	**٠.٧٣٥	**٠.٦٤٨	**٠.٥٩١	معامل الارتباط
								٤٦
								٤٥
								٤٤
								٤٣
								معامل الارتباط
								**٠.٣٥٢
								**٠.٧٩٥
								**٠.٧٩٩
								**٠.٧٥١
٥٤	٥٣	٥٢	٥١	٥٠	٤٩	٤٨	٤٧	رقم العبارة
**٠.٨٩٢	**٠.٨٥٦	**٠.٧٢٩	**٠.٨٢٤	**٠.٨١٦	**٠.٦٠٦	**٠.٨٨٢	**٠.٦٦٣	معامل الارتباط
								٦٢
								٦١
								٦٠
								٥٩
								٥٨
								٥٧
								٥٦
								٥٥
								معامل الارتباط
								**٠.٨١٨
								**٠.٨٦٤
								**٠.٥٣٩
								**٠.٨٥٣
								**٠.٦٤٥
								**٠.٦١٦
								**٠.٨٤٧
								**٠.٦٥٦

قيمة (ر) الجدولية عند مستوي دلالة (٠.٠٥) = ٠.٤١٩

يتضح من جدول (٦) ما يلي :

- معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه ما بين (٠.٢٤٣ : ٠.٩٢٨) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي لعبارات .

## جدول (٧)

معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور (ن = ٧٢)

العبارات								البعد
٣١	٣٠	٢٩	٢٨	٢٧	٢٦	٢٥	٢٤	رقم العبارة
**٠.٦٤٥	**٠.٧٢	**٠.٧٧٣	**٠.٦٠٩	**٠.٧٥٥	**٠.٥١٧	**٠.٧٦٣	**٠.٧٨٢	معامل الارتباط
								٣٤
								٣٣
								٣٢
								معامل الارتباط
								**٠.٦٠٨
								**٠.٧٨٣
								**٠.٧١٩
٤٢	٤١	٤٠	٣٩	٣٨	٣٧	٣٦	٣٥	رقم العبارة
**٠.٥٣٦	**٠.٧٢	**٠.٧٥٩	**٠.٢٤	**٠.٨١٦	**٠.٤٨٧	**٠.٥٣٢	**٠.٧٧٧	معامل الارتباط
								٤٦
								٤٥
								٤٤
								٤٣
								معامل الارتباط
								**٠.٣٦٢
								**٠.٥٩٩
								**٠.٦٥٥
								**٠.٦١٤

## تابع جدول ( ٧ )

معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور ( ن = ٧٢ )

العبارات								البعد	
٥٤	٥٣	٥٢	٥١	٥٠	٤٩	٤٨	٤٧	رقم العبارة	البعد الثالث : الصناعة والمبيعات الرياضية
**٠.٨٠٥	**٠.٧٦١	**٠.٥٤٩	**٠.٧٢٩	**٠.٧٢	**٠.٤٠٥	**٠.٧٩	**٠.٤٥٢	معامل الارتباط	
٦٢	٦١	٦٠	٥٩	٥٨	٥٧	٥٦	٥٥	رقم العبارة	
٠.٧١٩	**٠.٧٥٩	**٠.٤٩٦	**٠.٧٦٩	**٠.٥١٣	**٠.٥٥١	**٠.٧٣	**٠.٥٨٣	معامل الارتباط	

قيمة ( ر ) الجدولية عند مستوي دلالة ( ٠.٠٥ ) = ٠.٤١٩

يتضح من جدول ( ٧ ) ما يلي :

- تراوحت معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للاستبيان ما بين ( ٠.٣٢٦ : ٠.٨٦٨ ) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي للاستبيان .

ب . الثبات :

لحساب ثبات الاستبيان قام الباحثون باستخدام معامل ألفا لكرونباخ وذلك بتطبيقها على عينة قوامها ( ٧٢ ) فرداً من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأصلية ، والجدول التالي ( ٨ ) يوضح ذلك

## جدول ( ٨ )

معاملات الثبات بطريقة ألفا كرونباخ لمحاور وأبعاد الاستبيان والاستبيان ككل

معامل ثبات ألفا كرونباخ	عدد العبارات	محاور الاستبيان	المحور الثاني
٠.٩٤٧	١١	البعد الأول ( التشريعات والقوانين الرياضية )	
٠.٨٧٨	١٢	البعد الثاني ( الشركات المساهمة الرياضية )	
٠.٩٤٣	١٦	البعد الثالث ( الصناعة والمبيعات الرياضية )	
٠.٩٥٩	٣٩	الاستبيان الكلي	

يتضح من جدول ( ٨ )

- تراوحت معاملات ثبات الأبعاد بين ( ٠.٧٧٥ : ٩٤٣ ) ، في حين معامل ثبات ألفا كرونباخ للاستبيان مما يؤكد تمتع استبيان خطة مقترحة للنهوض بصناعة الرياضة المصرية بدرجة مرتفعة من الثبات ويدل على صلاحيتها للتطبيق ، في حين معامل ثبات ألفا كرونباخ للاستبيان ككل ( ٠.٩٥٩ ) مما يؤكد تمتع استبيان خطة مقترحة للنهوض بصناعة الرياضة المصرية بدرجة مرتفعة من الثبات ويدل على صلاحيتها للتطبيق .

**خطوات البحث :****أ . الدراسة الاستطلاعية :**

قام الباحثون بأجراء دراسة استطلاعية لأداة البحث حيث قام بتطبيقها على عينة من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأساسية في الفترة من ١٧ / ٧ / ٢٠٢٣م إلى ٣٠ / ٧ / ٢٠٢٣م وذلك بغرض التعرف على مدى مناسبتها وعلاقتها بالتطبيق على تلك العينة .

**ب . تطبيق البحث :**

بعد تحديد العينة واختبار أداة جمع البيانات والتأكد من صدقها وثباتها قام الباحثون بتطبيقها على أفراد العينة قيد البحث وكانت فترة التطبيق من ١ / ٨ / ٢٠٢٣م إلى ١٥ / ١٠ / ٢٠٢٣م .

**ج . تصحيح استمارات الاستبيان :**

بعد الانتهاء من التطبيق قام الباحثون بتصحيح الاستمارات طبقاً للتعليمات الموجودة والموضحة سابقاً وبعد الانتهاء من عملية التصحيح قام الباحثون برصد الدرجات وذلك تمهيداً لمعالجتها إحصائياً .

**الأسلوب الإحصائي المستخدم :**

بعد جمع البيانات وجدولتها تم معالجتها إحصائياً ، ولحساب نتائج البحث استخدم الباحثون الأساليب الإحصائية الآتية :

- النسبة المئوية .
- معامل الارتباط .
- معامل الفا لكرونباخ .
- الدرجة المقدرة .
- اختبار (ت) لدلالة الفروق .

وقد ارتضى الباحثون مستوى دلالة عند مستوى ( ٠.٠١ / ٠.٠٥ ) ، كما استخدم الباحثون برنامج Spss الإصدار الحادي والعشرون لحساب بعض المعاملات الإحصائية .

## عرض النتائج ومناقشتها وتفسيرها

الإجابة عن السؤال الرابع : ما أثر الجانب القانوني في صناعة الرياضة في النهوض بصناعة الرياضة المصرية ؟

جدول ( ٩ )

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المحور الثاني : أهمية الاستثمار الرياضي للنهوض

بصناعة الرياضة المصرية البعد الأول " التشريعات والقوانين "

( ن = ٣١٤ )

الترتيب	٢كا	نسبة متوسط الاستجابة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق	إلى حد ما	موافق	العبارات	م
١	٦٢٨.٠١	١٠٠	٠	٣	٠	٠	٣١٤	ت	١ يدعم قانون الرياضة الاستثمار الرياضي داخل الهيئات الرياضية والشبابية
					٠	٠	١٠٠	%	
٦	١٩٥.٨٧	٩٦.٣٣	٠.٥١	٢.٨٩	٠	٣٣	٢٨١	ت	٢ يعمل قانون الاستثمار على جذب المستثمرين والرعاة .
						١٠.٥١	٨٩.٤٩	%	
٩	١٤٧.٢٥	٨٤.٦٦	٠.٦٢	٢.٥٤	٧	١٣٠	١٧٧	ت	٣ تعتبر اللائحة التنفيذية لقانون الرياضة واضحة ومكتملة الأركان للحفاظ على أصول الممتلكات الحكومية .
					٢.٢٣	٤١.٤٠	٥٦.٣٧	%	
٢	٦٢٨.٠١	١٠٠	٠	٣	٠	٠	٣١٤	ت	٤ يتفق قانون الرياضة مع قانون الاستثمار في ضرورة الاتجاه للاستثمار الرياضي .
					٠	٠	١٠٠	%	
٧	٢٣٥.٦١	٩٧.٦٦	٠.٤٣	٢.٩٣	٠	٢١	٢٩٣	ت	٥ يتيح قانون الهيئات الرياضية استغلال كافة إمكانات الهيئات الرياضية مما يساهم في جذب المستثمرين وشركات الرعاية .
					٠	٦.٦٩	٩٣.٣١	%	

## جدول ( ٩ )

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المحور الثاني : أهمية الاستثمار الرياضي للنهوض  
بصناعة الرياضة المصرية البعد الأول " التشريعات والقوانين " ( ن = ٣١٤ )

م	العبارات	موافق	إلى حد ما	غير موافق	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة متوسط الاستجابة	كأ	الترتيب
٦	يوجد نظام قانوني وتنظيمي للاستثمار تدعمه الدولة في الأندية الرياضية .	٣١٤	٠	٠	٣	٠	١٠٠	٦٢٨.٠١	٣
		%	١٠٠	٠					
٧	يوفر قانون الاستثمار مناخا مناسباً لجذب المستثمرين وشركات الرعاية للاستثمار في الهيئات الرياضية .	٢٨٤	٣٠	٠	٢.٩	٠.٥٢	٩٦.٦٦	٢٠٥.٤٦	٥
		%	٩٠.٤٥	٩.٥٥					
٨	تقضي المحكمة الرياضية بين اللاعبين والفرق وتحافظ على انتظام المنافسات .	٣١٤	٠	٠	٣	٠	١٠٠	٦٢٨.٠١	٤
		%	١٠٠	٠					
٩	يدعم قانون الرياضة اللعب المالي النظيف داخل الهيئات الرياضية .	١٩٦	١١٨	٠	٢.٦٢	٠.٥٩	٨٧.٣٣	١٩.٣٧	٨
		%	٦٢.٤٢	٣٧.٥٨					
١٠	ينظم قانون الرياضة حقوق البث للتلفزيوني للأحداث الرياضية المختلفة .	٠	٠	٣١٤	١	٠	٣٣.٣٣	٦٢٨.٠١	١٠
		%	٠	١٠٠					
١١	يوجد ما يمنع من إضافة أو تعديل نص تشريعي في مجلس النواب يخص الرياضة أو القوانين أو اللوائح الرياضية .	٠	٠	٣١٤	١	٠	٣٣.٣٣	٦٢٨.٠١	١١
		%	٠	١٠٠					

يتضح من الجدول ( ٩ )

- تراوحت متوسط درجات البعد كل ( ٢٧.٨٨ ) للبعد ، كما وتراوحت متوسطات عباراته ما بين ( ٣ : ١ ) .

- حيث جاءت في المرتبة الأولى العبارات أرقام ( ١ ، ٤ ، ٦ ، ٨ ) حيث بلغ متوسطها الحسابي ( ٣ ) ، والتي تنص على " يدعم قانون الرياضة الاستثمار الرياضي داخل الهيئات الرياضية والشبابية ، يتفق قانون الرياضة مع قانون الاستثمار في ضرورة الاتجاه للاستثمار الرياضي ، يوجد نظام قانوني وتنظيمي للاستثمار تدعمه الدولة في الأندية الرياضية ، تقضي المحكمة الرياضية بين اللاعبين والفرق وتحافظ على انتظام المنافسات " .

ويعزو الباحثون تلك النتيجة إلى أن الشق القانوني الذي يحدد وينظم العلاقة ما بين الهيئات التي تتشارك في صناعة الرياضة من أندية الرياضية وشركات الرعاية ، حيث يوفر قانون الاستثمار وقانون الهيئات الرياضية مناخاً مناسباً للنهوض بصناعة الرياضة وبتيح الفرصة للاستثمار وجذب الرعاية من خلال استغلال كافة الإمكانيات والمجالات التي يمكن تسويقها أو الاستثمار بها ، كما يوجد إطار قانوني تضمن حقوق وواجبات أطراف صناعة الرياضة .

فالقوانين واللوائح المنظمة والمتمثلة في قانون الرياضة وقانون الاستثمار تجعل الشركات إما تسعى للاستثمار داخل الأندية أو الاتحادات الرياضية أو في الدوريات والبطولات الرياضية ، فجاءت تلك النتيجة لتؤكد على دور قانون الهيئات الرياضية وقانون الاستثمار في دعم عملية الصناعة الرياضية ، ويتبقى دور الهيئات والمؤسسات الرياضية والمختصين بعملية صناعة الرياضة في تحديد ما الطريقة والأسلوب فيما يتناسب معها .

- كما جاءت في المرتبة الأخيرة العبارات أرقام ( ١٠ ، ١١ ) حيث بلغ متوسط كل عبارة ( ١ ) وهذه العبارات هي على الترتيب ( ينظم قانون الرياضة حقوق البث للتلفزيوني للأحداث الرياضية المختلفة ، يوجد ما يمنع من إضافة أو تعديل نص تشريعي في مجلس النواب يخص الرياضة أو القوانين أو اللوائح الرياضية ) .

ويعزو الباحثون تلك النتيجة إلى أن قانون الرياضة وقانون الاستثمار يدعم عملية الصناعة الرياضية والحفاظ على حقوق الهيئات والمؤسسات الرياضية والمختصين بعملية صناعة الرياضة ، ولكن تلك القوانين لا تدخل في الطريقة والأسلوب المتبع في الإجراءات الاستثمارية ، فمثلاً حقوق البث للتلفزيوني للأحداث الرياضية المختلفة تكون حق أصيل لاتحاد اللعبة وتتم من خلال لوائح تنظيمية ويقتصر دور قانون الرياضة وقانون الاستثمار في تقنين الشكل القانوني بين الاتحاد والشركة وحماية حق كل منهما .

## الإجابة عن السؤال الخامس : ما دور الشركات المساهمة الرياضية في النهوض بصناعة الرياضة المصرية ؟

جدول ( ١٠ )

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المحور الثاني : أهمية الاستثمار الرياضي للنهوض  
بصناعة الرياضة المصرية البعد الثاني " الشركات المساهمة "  
( ن = ٣١٤ )

الترتيب	كا	نسبة متوسط الاستجابة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق	إلى حد ما	موافق	العبارات	م
١	٢٣٩.٠٦	٩٧.٦٦	٠.٤٩	٢.٩٣	٠	٢٠	٢٩٤	ت ينظم قانون الاستثمار إنشاء الشركات المساهمة الرياضية .	١٢
						٦.٣٧	٩٣.٦٣	%	
١٠	١٤٩.١٢	٤٨.٣٣	٠.٧١	١.٤٥	٢٠٣	٧٩	٣٢	ت تتشارك الشركات المساهمة رياضية مع وزارة الشباب والرياضة والاتحادات في تنفيذ الأنشطة الرياضية .	١٣
					٦٤.٦٥	٢٥.١٦	١٠.١٩	%	
٢	٣.٠٤.٥٣	٩١.٦٦	٠.٦٨	٢.٧٥	١٠	٥٦	٢٤٨	ت تسند وزارة الشباب والرياضة تنظيم البطولات والمحافل الدولية لشركات متخصصة في المجال الرياضي .	١٤
					٣.١٨	١٧.٨٣	٧٨.٩٨	%	
٩	١٠٢.١٦	٥٣.٣٣	٠.٧٣	١.٦	١٨٩	٥٩	٦٦	ت تتوافر شركات وساطة رياضية تساهم في تقديم وعرض بيانات متكاملة عن جميع المنشآت والأنشطة الرياضية .	١٥
					٦٠.١٩	١٨.٧٩	٢١.٠٢	%	
٨	٤٥.٠٢	٦١	٠.٧١	١.٨٣	١٠٧	١٥٢	٥٥	ت بزداد أعداد مستخدمي الألعاب الإلكترونية عالمياً مما بدعوا الشركات لتطويرها والاستفادة منها مادياً .	١٦
					٣٤.٠٧	٤٨.٤١	١٧.٥١	%	
٥	١٨٦.٢٣	٨٧.٦٦	٠.٦٩	٢.٦٣	١٠	٩٧	٢٠٧	ت بيع حق البث التلفزيوني للشركات العالمية مع عدم الاقتصار على شركة واحدة .	١٧
					٣.١٨	٣٠.٨٩	٦٥.٩٢	%	

## تابع جدول ( ١٠ )

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المحور الثاني : أهمية الاستثمار الرياضي للنهوض  
بصناعة الرياضة المصرية البعد الثاني " الشركات المساهمة " ( ن = ٣١٤ )

م	العبارات	موافق	إلى حد ما	غير موافق	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة متوسط الاستجابة	كا	الترتيب
١٨	يتم إلزام الشركات التسويقية في الدعايا والإعلان على إعداد إعلانات خاصة بالأحداث الرياضية في المناطق السياحية العالمية .	٢٣٦	٧٨	٠	٢.٧٥	٠.٥١	٩١.٦٦	٧٩.٥	٣
		٧٥.١٦	٢٤.٨٤	٠					
١٩	يتم بيع حقوق البث التلفزيوني للأحداث الرياضية بدءاً من الأدوار التمهيديّة والنهائيّة وليست البطولة ككل .	٠	٢٤	٢٩٠	١.٠٧	٠.٤٦	٣٥.٦٦	٢٢٥.٣٣	١٢
		٠	٧.٦٤	٩٢.٣٥					
٢٠	تسند وزارة الشباب والرياضة إدارة وتشغيل المنشآت الرياضية إلى شركات مساهمة رياضية متخصصة .	٧٣	١٩٣	٤٨	٢.٠٨	٠.٦٨	٦٩.٣٣	١١٤.٨١	٧
		٢٣.٢٤	٦١.٤٦	١٥.٢٨					
٢١	توفر شركات المساهمة الرياضية الكثير من فرص العمل .	٢٣٨	٥٠	٢٦	٢.٦٧	٠.٥٣	٨٩	٢٥٧.٥٣	٤
		٧٥.٧٩	١٥.٩٢	٨.٢٨					
٢٢	يتم التعاقد مع شركات أمن إداري لإدارة المباريات والحفاظ على الأمن أثناء المباريات والبطولات .	٢٠٠	٨٧	٢٧	٢.٥٥	٠.٥٤	٨٥	١٤٧.٤٤	٦
		٦٣.٦٩	٢٧.٠١	٨.٥٩					
٢٣	تهتم اللجنة المنظمة للتعاقد مع المستشفيات لتوفير سيارة إسعاف مجهزة وأطباء للتواجد في البطولات والمباريات للحفاظ على سلامة اللاعبين .	٠	٩٣	٢٢١	١.٢٩	٠.٤٦	٤٣	٥٢.١٧	١١
		٠	٢٩.٦٢	٧٠.٣٨					

يتضح من الجدول ( ١٠ )

- تراوحت متوسط درجات البعد كل ( ٢٥.٣٨ ) للبعد ، كما وتراوحت متوسطات عباراته ما بين ( ١.٠٧ : ٢.٩٣ ) .

ويعزو الباحثون أنه لا شك أن هناك ضعف واضح في النواحي الاستثمارية والتسويقية في الهيئات الرياضية المختلفة نظراً لعدم وجود إدارات متخصصة للاستثمار والتسويق الرياضي ، وأن شركات الاستثمار الرياضي بالهيئات الرياضية كالأندية الرياضية تعد أفضل سبل الاستثمار الرياضي من خلال برامج مخططة بعناية فائقة ومن خلال خبراء ومتخصصين ويعد حجر الأساس في صناعة الرياضة المصرية .

- حيث جاءت في المرتبة الأولى العبارة ( ١٢ ) حيث بلغ متوسطها الحسابي ( ٢.٩٣ ) ، والتي تنص على " ينظم قانون الاستثمار إنشاء الشركات المساهمة الرياضية " .

ويعزو الباحثون تلك النتيجة إلى قانون الرياضة وقانون الاستثمار تدعم إنشاء شركات الاستثمار الرياضي داخل الأندية أو الاتحادات الرياضية بهدف اتخاذ كافة الإجراءات الاستثمارية والتسويقية وكل ما يخص الدوريات والبطولات الرياضية القومية والعربية والأولمبية ، حيث أن دور قانون الهيئات الرياضية وقانون الاستثمار يدعم عملية الصناعة الرياضية .

- كما جاءت في المرتبة الأخيرة العبارة ( ١٩ ) حيث بلغ متوسطها الحسابي ( ١.٠٧ ) ، والتي تنص على " يتم بيع حقوق البث التلفزيوني للأحداث الرياضية بدءاً من الأدوار التمهيدية والنهائية وليست البطولة ككل .

ويعزو الباحثون تلك النتيجة إلى ما يتم من تسويق وبيع حقوق البث التلفزيوني للدوريات والبطولات الرياضية يكون في كمالاً دون تجزئة بينما تقوم القنوات المسؤولة عن شراء حق البث بتجزئة أدوار البطولة على قنواتها المتخصصة من أجل الحصول على أعلى دخل مالي ، وهذا ما يرحوه الباحثون من أن تقوم أحد القنوات المخصصة المحلية من الحصول على حقوق البث للدوريات والبطولات وكذا اللقاءات بهدف اتخاذ كافة الإجراءات الاستثمارية والتسويقية وكل ما يخص الدوريات والبطولات الرياضية القومية والعربية والأولمبية .

الإجابة عن السؤال السادس : ما أثر مبيعات السلم الرياضية وتذاكر المباريات في النهوض بصناعة الرياضة المصرية ؟

جدول ( ١١ )

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المحور الثاني : أهمية الاستثمار الرياضي للنهوض بصناعة الرياضة المصرية البعد الثالث " الصناعة والمبيعات " ( ن = ٣١٤ )

الترتيب	كأ	نسبة متوسط الاستجابة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق	إلى حد ما	موافق	العبارات	م
١	٦٢٨.٠١	١٠٠	٠	٣	٠	٠	٣١٤	ت	٢٤
					٠	٠	١٠٠	%	
١٥	٦٢٨.٠١	٣٣.٣٣	٠	١	٣١٤	٠	٠	ت	٢٥
					١٠٠	٠	٠	%	
٢	٤٤٨.٥٩	٩٦	٠.٤٩	٢.٨٨	٤	٢٩	٢٨١	ت	٢٦
					١.٢٧	٩.٢٣	٨٩.٤٩	%	
٩	٨.٧٣	٧١	٠.٦١	٢.١٣	٨٦	١٠٠	١٢٨	ت	٢٧
					٢٧.٣٨	٣١.٨٤	٤٠.٧٦	%	
١٦	٦٢٨.٠١	٣٣.٣٣	٠	١	٣١٤	٠	٠	ت	٢٨
					١٠٠	٠	٠	%	

## تابع جدول ( ١١ )

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المحور الثاني : أهمية الاستثمار الرياضي للنهوض  
بصناعة الرياضة المصرية البعد الثالث " الصناعة والمبيعات " ( ن = ٣١٤ )

م	العبارات	موافق	إلى حد ما	غير موافق	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة متوسط الاستجابة	كأ	الترتيب
٢٩	يتم عمل شعار البطولات على سلع رياضية مختلفة وبيعها للجمهور .	٢١٧	٨٨	٩	٢.٦٦	٠.٥١	٨٨.٦٦	٢١٠.٦٥	٥
		٦٩.١١	٢٨.٠٢	٢.٨٧					
٣٠	يتم عمل برامج سياحية للفرق المشاركة في الأحداث الرياضية .	٢٤١	٦٣	١٠	٢.٧٣	٠.٥٢	٩١	٢٧٩.٧٩	٣
		٧٦.٧٥	٢٠.٠٦	٣.١٨					
٣١	يتوفر الاهتمام بالاستثمار في السلع الالكترونية الرياضية .	٣	٩١	٢٠٦	١.٢٦	٠.٤٨	٤٢	٢٠٧.٢٦	١٤
		٠.٩٥	٢٨.٩٨	٦٥.٦١					
٣٢	يتم دعوة شركات الألعاب الإلكترونية الرياضية في البطولات لعمل معارض أو نماذج لها لتجربة ومحاكاة الألعاب الافتراضية .	١٣	٨٨	٢١٣	١.٣٦	٠.٥٣	٤٥.٣٣	١٩٥.٠٦	١٣
		٤.١٤	٢٨.٠٢	٦٧.٨٣					
٣٣	يتم عمل موائمت بين الشركات العالمية والمصرية في تصنيع الملابس الرياضية	٤٣	٨١	١٩٠	١.٥٣	٠.٥٩	٥١	١٩٥.٠٦	١٢
		١٣.٦٩	٢٥.٧٩	٦٠.٥١					
٣٤	استقطاب مصانع الأدوات والأجهزة العالمية ذات العلامات التجارية المشهورة.	١١٧	١٤٨	٤٩	٢.٢١	٠.٤٧	٧٣.٦٦	٤٩	١٠
		٣٧.٢٦	٤٧.١٣	١٥.٦١					

## تابع جدول ( ١١ )

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المحور الثاني : أهمية الاستثمار الرياضي للنهوض  
بصناعة الرياضة المصرية البعد الثالث " الصناعة والمبيعات " ( ن = ٣١٤ )

م	العبارات	موافق	إلى حد ما	غير موافق	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة متوسط الاستجابة	٢٤	الترتيب
٣٥	تصنيع الأجهزة والأدوات الرياضية لتدعيم الأندية ومراكز الشباب بإسنادها إلى للشركات القومية .	٢٠٥	٨٦	٢٣	٢.٥٨	٠.٤٩	٨٦	١٦٣.٢٢	٦
		٦٥.٢٨	٢٧.٣٨	٧.٣٢					
٣٦	يتم إنشاء مراكز بيع معتمده لعرض الملابس والأجهزة والأدوات الرياضية في أنحاء الجمهورية .	٤٣	٢٤٨	٢٣	٢.٠٦	٠.٤١	٦٨.٦٦	٢٩٦.٣٣	١١
		١٣.٦٩	٧٨.٩٨	٧.٣٢					
٣٧	يتم استقطاب توكيلات عالمية في الملابس والأدوات الرياضية .	١١٧	١٤٨	٤٩	٢.٢١	٠.٤٧	٧٣.٦٦	٤٩	٧
		٣٧.٢٦	٤٧.١٣	١٥.٦١					
٣٨	يتم فتح أسواق بالدول العربية لبيع المنتجات الرياضية المصرية .	١٦٨	٣٥	١١١	٢.١٨	٠.٥١	٧٢.٦٦	٩٣.٣٨	٨
		٥٣.٥	١١.١٥	٣٥.٣٥					
٣٩	نهتم وزارة الشباب بالمبادرات التي تدعو لتصنيع الأجهزة والأدوات الرياضية كمبادرة دراجتك صحتك وتصنيع الدراجات بالهيئة العربية للتصنيع .	٢٢١	٩٣	٠	٢.٧	٠.٤٤	٩٠	٥٢.١٧	٤
		٧٠.٣٨	٢٩.٦٢	٠					

يتضح من الجدول ( ١١ )

- تراوحت متوسط درجات البعد كل ( ٣٣.٣٢ ) للبعد ، كما وتراوحت متوسطات عباراته ما بين ( ١ : ٣ ) .

ويعزو الباحثون تلك النتيجة إلى أن مفهوم صناعة الرياضة تجاوز حدود الرياضة وهيئاتها المعنية والمشرعة للرياضة ، حيث تتشارك مجموعة من القطاعات والمنظمات مثل وزارة التجارة والاقتصاد وهيئة الرياضة ووزارة الصناعة وغيرها من الوزارات في إنتاج منتج رياضي ، أو تقديم خدمات تلبي احتياجات الناس كصناعة الأحداث الرياضية أو مشاهدتها أو المشاركة فيها ، إضافة إلى صناعة السلع الرياضية نفسها وصناعة مبيعاتها ، أو صناعة الخدمات ، وترجع أهمية تلك الصناعة في أنها تعد المحرك الرئيسي لاقتصاد كثير من دول العالم الجادة في بناء صناعة رياضية متقدمة وإيجاد فرص عمل وفرص تجارية وحلول اقتصادية متعددة .

- تراوحت متوسطات مفرداته بين ( ١ : ٣ ) ، حيث جاءت في المرتبة الأولى العبارة ( ٢٤ ) حيث بلغ متوسطها الحسابي ( ٣ ) ، والتي تنص على يتم إسناد بيع وتوزيع التذاكر للشركات المختصة .

ويعزو الباحثون تلك النتيجة إلى أن بيع تذاكر المباريات من خلال التطبيقات الإلكترونية مثل تطبيق تذكري يساعد في عملية التسويق وكذا إيجاد فرص استثمارها من أجل زيادة الدخل المالي ، كما أن إيرادات التذاكر الرياضية أو عوائد المواقع الإلكترونية هي مجموع الأموال المٌحصلة من بيع تذاكر الحضور لمنافسة رياضية ، كما يساعد هذا الموقع في الإشارة إلى عدد الجماهير المتواجدة في أرض الملعب أو المنشأة الرياضية .

- جاءت في المرتبة الأخيرة العبارتين ( ٢٥ ، ٢٨ ) حيث بلغ متوسطهما الحسابي ( ١ ) ، والتي تنص على " يتم عمل عروض لبيع تذاكر المباريات موسمية أو سنوية ، يقوم الاستثمار في بيع تذاكر البطولات بتقديم عروض شرائية من الشركات الراعية أو التجارية بتخفيضات مميزة طوال فترة البطولة " .

ويشير الباحثون أن بيع التذاكر عبر هذا التطبيق يتم على تذاكر المباريات الفردية دون الاهتمام ببيع التذاكر الموسمية أو للبطولة كاملة مثل الدوريات الأوروبية وهذا ما يزيد فرص البيع وإمكانية إيجاد طرق جديدة للتسويق والاستثمار سواء على التطبيق أو التذكرة نفسها .

**الاستنتاجات والتوصيات****أولاً: الاستنتاجات**

تحقيقاً لأهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها وفي ضوء النتائج التي توصل إليها الباحثون بعد تطبيق الدراسة الميدانية ومعالجة نتائجها إحصائياً وعرضها وتفسيرها وفي حدود العينة والمنهج المستخدم وأدوات جمع البيانات تمكن الباحثون من الوصول للاستنتاجات الآتية :

١. تسويق حقوق البث التلفزيوني بشكل تقليدي ولا يتم من الاستفادة المثلى منها .
٢. قانون الرياضة وقانون الاستثمار يدعم العملية الصناعة الرياضة والحفاظ على حقوق الهيئات والمؤسسات الرياضية والمختصين بعملية صناعة الرياضة .
٣. أن هناك ضعف واضح في النواحي الاستثمارية والتسويقية في الهيئات الرياضية المختلفة نظراً لعدم وجود إدارات متخصصة للاستثمار والتسويق الرياضي .
٤. التطبيقات الإلكترونية الخاصة ببيع تذاكر المباريات يمكن الاستفادة منها بإعداد عروض شرائية أفضل لتكون أكثر جذباً للجمهور .
٥. عدم استحداث أساليب تسويقه لتذاكر المباريات والبطولات بالإعلان على التذكرة نفسها .
٦. عدم الاهتمام بتأمين اللاعبين في الدوريات الرياضية بجمهورية مصر العربية .

**ثانياً: التوصيات**

في ضوء نتائج البحث يوصي الباحثون بما يلي :

١. اعتماد لجنة خاصة بصناعة الرياضة المصرية برئاسة وزير الشباب والرياضة واللجنة .
٢. الاهتمام بمنشآت ذوي القدرات والهمم وتجهيزها بأحدث الأدوات والرياضية .
٣. التحول الرقمي في كافة مجالات صناعة الرياضة .
٤. إعداد إستراتيجيات للنهوض بصناعة المنتجات الرياضية .
٥. نشر الرياضات الغير شعبية وتوفير رعاها رياضيين لهم .
٦. الرقمنة المتكاملة في الإدارة الرياضية .

## قائمة المراجع

## أولاً: المراجع العربية

١. أحمد رشاد محمد عثمان ( ٢٠٢١ ) : واقع صناعة الرياضة الإلكترونية وعوائدها الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية ، بحث منشور ، المجلة العلمية لعلوم التربية البدنية والرياضة ، ع ٤٣ ، كلية التربية الرياضية ، جامعة المنصورة .
٢. أشرف عبد المعز عبد الرحيم ( ١٩٩٦ ) : تقويم اقتصاديات الندية الرياضية المصرية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان .
٣. أمين أنور الخولي ( ١٩٩٦ ) : الرياضة والمجتمع ، سلسلة عالم المعرفة ، العدد ٢١٦ ، القاهرة .
٤. حسام حسن شحاتة ( ٢٠٠٨ ) : نظام مقترح للاستثمار في بعض الأندية الرياضية المصرية ، رسالة دكتوراه ، كلية التربية الرياضية ، جامعة الإسكندرية .
٥. حسن أحمد الشافعي ( ٢٠٠٦ ) : الاستثمار والتسويق في التربية البدنية والرياضة ، دار الوفاء لندنيا الطبعة والنشر ، الإسكندرية .
٦. خالد محمد السروجي ( ٢٠٠٦ ) : العولمة وتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر إلى مصر المعاصرة ، دار الكتاب الحديث ، القاهرة .
٧. شادي أحمد حمدان ، سها أديب ( ١٩٩٥ ) : أساليب التسويق من خلال الأنشطة كما يراها رجال الأعمال في الأردن ، ورقة بحثية مقدمة المؤتمر العلمي للتنمية البشرية واقتصاديات الرياضة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان .
٨. كمال الدين عبد الرحمن درويش ، نبيه عبد الحميد العلقامي ( ٢٠١٢ ) : اقتصاديات الرياضة وقومية الدولة ( التشريعات الدولية - التنظيمات الدولية - العولمة - الجودة الرياضية - الاحتراف الرياضي ) ، مركز الكتاب للنشر : القاهرة .
٩. مجدي محمد طایل ( ٢٠٠٨ ) : إدارة المنشآت المالية رؤية معاصرة ، مطبعة العشري ، القاهرة .
١٠. محمد شعبان محمد إبراهيم ( ٢٠٢٠ ) : واقع صناعة الرياضة الساحلية بمحافظة بورسعيد : دراسة تحليلية ، بحث منشور ، المجلة العلمية للبحوث والدراسات في التربية الرياضية ،

ع ٣٩ ، كلية التربية الرياضية ، جامعة بورسعيد .

١١. معارفية الطيب " ( ٢٠١٧ ) : الصناعة الرياضية في النظام الأوروبي والأمريكي : دراسة مقارنة ، بحث منشور ، مجلة المالية والأسواق ، ع٦ ، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم ، الجزائر .

١٢. مؤمن عبد العزيز عبد الحميد ( ٢٠١٥ ) : استثمار المنشآت الرياضية في الوطن العربي ، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع ، دسوق .

١٣. نعمان عبد الغني ، لطيفة عبدالله شرف الدين ( ٢٠١٠ ) : الإدارة الرياضية ، وزارة الثقافة والإعلام للطباعة والنشر والتوزيع ، مملكة البحرين .

### ثانياً : المراجع الأجنبية

١٤. Geoff Walters Bareback ( ٢٠٠٨ ) : Bidding for Major Sporting Event : Key Issues and Challenges faced by Sports Governing Bodies in the UK ، Bareback Sport Business Center ، Research paper series ، University of London ، Vol ١ ، N ١ September .
١٥. kennte . p . Qand other ( ١٩٩٧ ) : marketing segmentation in the sport industry intertional sport journal (١)refs (١٦) ١٩٩٧ .
١٦. wikipedia. ( ٢٠٢٠ , november ١ ) : Retrieved from [https://en.wikipedia.org/wiki/Sport\\_industry#cite\\_note-١](https://en.wikipedia.org/wiki/Sport_industry#cite_note-١)