

الاستثمار والتسويق في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي من وجهة نظر الهيئات الادارية لأندية بغداد

أ.م.د. اسراء ياسين عبد الكريم
فرحان عبود كاظم
الجامعة المستنصرية/ كلية التربية الاساسية

المخلص :

تضمن البحث خمسة أبواب احتوى الباب الأول على مقدمة البحث وأهميته واهداف البحث بناء مقياس للاستثمار والتسويق الرياضي في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي للهيئات الادارية لأندية بغداد الرياضية. والتعرف على واقع الاستثمار والتسويق في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي لأندية بغداد الرياضية استخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي وتمثل مجتمع البحث ب (432) رئيساً ونائباً وعضواً قام الباحث ببناء مقياس الاستثمار والتسويق الرياضي في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي لأندية بغداد الرياضية لعمل الاندية واعد الاستبانة الخاصة والعبارات لجمع البيانات، واعتمادها ، واستخدام الباحث بعض المراجع العلمية ذات الصلة والمقاييس السابقة بدأ الباحث بتطبيق المقياس على عينة البحث البالغة (208) اداريين موزعين على اندية بغداد البالغ عددها (48) ناديا مسجلا لدى وزارة الشباب واستنتج الباحث. ان اعضاء الهيئات الادارية لأندية بغداد الرياضية يمتلكون مستوى متوسطاً في للاستثمار والتسويق الرياضي. وفي ضوء الدراسة التي تم التوصل إليها، يوصي الباحث الاستفادة من مقياس للاستثمار والتسويق الرياضي في حقوق النقل التلفزيوني والاعلام الرياضي للهيئات الادارية لندية بغداد الرياضية . وتنمية وتعزيز الثقافة الادارية بمجال للاستثمار والتسويق الرياضي للهيئات الادارية لأندية بغداد الرياضية.

1-التعريف بالبحث

مقدمة البحث وأهميته:

ان القيادات الإدارية والذين تقع على عاتقهم المسؤولية الكبرى للارتقاء بالمؤسسات الرياضية لتحقيق الانجازات كافة سواء كان ناديا ام اتحادا رياضياً ويتطلب من هذه المؤسسات المعرفة والقدرة على قيادة هذه الاندية وذلك من خلال الحكمة وايجاد وسائل مادية من اجل ديمومة النشاط بشكل مميز مما يضمن للنادي تحقيق انجازات تضعه في دائرة الضوء ويتحقق

الاستثمار والتسويق في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي من وجهة نظر الهيئات الادارية لأندية بغداد أ.م.د. اسراء ياسين عبد الكريم ، فرحان عبود كاظم

ذلك بطريق الاستثمار والتسويق الرياضي الذي اصبح من أهم أعمال الإدارات الرياضية لعمل الاندية في العصر الحديث والتي تسهم في حل الكثير من المشكلات والمعوقات التي تقف عائقا في تحقيق الانجاز او الارتقاء بعمل النادي الى مستويات افضل . ولعل استثمار وتسويق حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي واحداً من اهم عوامل جذب الاموال الى الاندية وعلى هذا الأساس نجد ان الكثير من الاندية الرياضية والهيئات العامة الدولية اخذت تهتم بشكل اساسي بالإدارة , منهجاً وأسلوباً راقياً, للمؤسسة الرياضية بعد أن أدركت من خلال التجارب للدول المتقدمة أن خلق الإداري الناجح من شأنه أن يسهم في تقدم وتطور الاندية والالعاب المختلفة من خلال استغلاله للوقت والموارد والامكانيات المادية والبشرية استغلالاً أمثل, ومن هنا تكمن اهمية موضوع الاستثمار والتسويق الرياضي كأحد المواضيع المهمة التي يمكن ان تساهم في تحقيق جودة عالية في ادارة الاندية منسجماً مع الواقع لما لها من مردودات سياسية واجتماعية وثقافية ومادية تساعد في نمو تلك البلدان, وبمحاولة دراسة استثمار وتسويق حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي من وجهة نظر الهيئات الادارية لأندية بغداد من اجل تقويم عمل الهيئات الادارية في هذا المجال لان الاستثمار والتسويق يعد اقصر واسرع الطرق على تحقيق النجاحات وتحقيق الاستقرار والازدهار الاقتصادي وينعكس بصورة واضحة على الانجازات الرياضية للأندية .

1-2 مشكلة البحث:

أن هناك تذبذباً واضحاً في عمل ادارة بعض الاندية الرياضية العراقية بنسبة متفاوتة في تحقيق النجاح. وذلك نتيجة المعاناة الكبيرة لدى الرياضيين والمدربين والعاملين داخل الاندية من جراء الازمات المالية بسبب ارتفاع المدفوعات على المدخولات وتأثير ذلك على مسيرة عمل النادي ولعل السبب يعود الى عدم قدرة بعض الادارات على الاستثمار والتسويق في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي اذ إن بعض أعضاء الهيئات الإدارية مختلفون في الآراء والمستوى العلمي والاجتماعي والثقافي كذلك في الميول والاتجاهات من اجل خلق بيئة استثمارية وتسويقية داخل النادي تستطيع من خلالها التغلب على هذه العقبات والازمات المالية وإزاء ذلك يرى الباحث إنه من الأهمية دراسة هذه المشكلة دراسة علمية مستفيضة في سير عمل الاندية الرياضية, وضرورة إيجاد السبل الكفيلة لقياس القدرات القيادية في مجال الاستثمار والتسويق, لذا لجأ الباحث إلى بناء مقياس لتقويم عمل الهيئات الادارية لأندية في مجال الاستثمار والتسويق الرياضي واتخاذ الإجراءات التصحيحية لعملية التخطيط السليم وتحقيق الأهداف وصولاً إلى المستويات الرياضية العالية .

3-1 أهداف البحث

- 1- بناء مقياس للاستثمار والتسويق الرياضي في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي لأندية بغداد الرياضية .
- 2- التعرف على واقع الاستثمار والتسويق في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي لأندية بغداد الرياضية .

4-1 مجالات البحث

- 1-4-1 المجال البشري أعضاء الهيئات الادارية في الاندية الرياضية في بغداد
- 2-4-1 المجال الزمني المدة من 21 / 12 / 2016 لغاية 25 / 4 / 2017 م
- 3-4-1 المجال المكاني : مقرات الإندية الرياضية بغداد . الكرخ / الرصافة .
- 2- الدراسة النظرية:

2-1-1 مجالات الاستثمار والتسويق الرياضي :

- هناك مجالات عدة للتمويل الذاتي الرياضي من أهمها الآتي (1) :
- اولاً : الرعاية الرياضية وتشمل :
- الهيئات. (وهي هيئات تقوم بتقديم العون والمساعدة للأندية والرياضيين) وتكون من اعضاء دائمين للنادي.
- الأفراد والجماعات. (وهي جماعة تقويم بتمويل واستثمار رؤوس الاموال داخل النادي).
- الأحداث والأنشطة والبطولات والدورات والاتحادات المختلفة.
- ثانياً: النقل التلفزيوني للأحداث والبطولات الرياضية المحلية والدولية ويجب مراعاة الآتي
- تحديد موعد البطولة قبل مدة كافية.
- اختيار الوقت المناسب للبطولة والمنافسة.
- رعاية أحداث رياضية عدة في وقت واحد.

3 - منهج البحث وإجراءاته الميدانية :

3 - 1 منهج البحث استخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي.

3-2 مجتمع البحث:

تم تحديد مجتمع البحث المتمثلة بالهيئات الادارية العاملين بالأندية في محافظة بغداد ويتألف المجتمع الخاص بهذا البحث من جميع الهيئات الادارية والمصنفة الى: للمصنف (ا) والتي تبدأ من (500) درجة فما فوق و(ب) والتي تبدأ من (350) درجة الى (499) ، و (ج) والتي

¹ - حسن احمد الشافعي؛ الاستثمار والتسويق في التربية البدنية، ط1 : (الإسكندرية، دار الوفاء للطباعة، 2006)،

الاستثمار والتسويق في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي من وجهة نظر الهيئات الادارية
 لأندية بغداد أ.م.د. اسراء ياسين عبد الكريم ، فرحان عبود كاظم

تبدأ من (200) درجة الى (349) وعددهم (48) ناديا في بغداد وتمثل مجتمع البحث ب (432)
 رئيساً ونائباً وعضواً والجدول (1) يوضح ذلك.

جدول(1)

يمثل حجم مجتمع البحث

ت	النادي	الصنف	رئاسة النادي وعدد الاعضاء
1	الجيش	أ	9
2	الكرخ	أ	9
3	الشرطة	أ	9
4	الخطوط	أ	9
5	الاعظمية	أ	9
6	الصحة والبيئة	أ	9
7	الاتصالات والبريد	أ	9
8	الاثوري	ب	9
9	الكاظمية	ب	9
10	الشباب	ب	9
11	الصناعة	ب	9
12	الشموخ	ب	9
13	الارمني	ب	9
14	الاسكان	ب	9
15	الكهرباء	ب	9
16	السلام	ب	9
17	الميثاق	ب	9
18	امانة بغداد	ب	9
19	الحسين	ب	9
20	العدالة	ب	9
21	النصر والسلام	ب	9
22	النفط	ب	9
23	الصليخ	ب	9
24	العربي	ب	9
25	شباب المستقبل	ج	9

الاستثمار والتسويق في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي من وجهة نظر الهيئات الادارية
 لأندية بغداد أ.م.د. اسراء ياسين عبد الكريم ، فرحان عبود كاظم

9	ج	الشعلة	26
9	ج	مصافي الوسط	27
9	ج	الائتلاف	28
9	ج	القوة الجوية	29
9	ج	الزوراء	30
9	ج	العدل	31
9	ج	السكك	32
9	ج	السياحة	33
9	ج	الخالدون	34
9	ج	جسر ديالى	35
9	ج	الهدف	36
9	ج	الحدود	37
9	ج	الديوان	38
9	ج	ابو غريب	39
9	ج	الولاء	40
9	ج	بلادي	41
9	ج	العمال	42
9	ج	الحسنين	43
9	ج	التاجي	44
9	ج	الطلبة	45
9	ج	شباب المشاهدة	46
9	ج	شباب العمل	47
9	ج	الصناعات الكهربائية	48
432		المجموع	

3-2-1 عينة البحث:

تم اختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية من جميع الهيئات الادارية للتصنيف (ا ، ب ، ج) في بغداد حسب معايير وزارة الشباب والرياضة وبلغ عدد افراد العينة (208) اداريا من مجتمع البحث مقسمة الى العينة التجربة الاستطلاعية الاولى من (16) اداريا تم اختيارهم عشوائياً للكشف عن صلاحية العبارات وعينة بناء المعاملات العلمية تكونت من (84) اداريا تم اختيارهم عشوائياً من مجتمع البحث وتم إسقاط (2) استمارات من افراد من العينة لعدم أكملهم

الاستثمار والتسويق في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي من وجهة نظر الهيئات الادارية
لأندية بغداد أ.م.د. اسراء ياسين عبد الكريم ، فرحان عبود كاظم

الإجابات على المقياس وبذلك اصبح العدد (82) وقام بتجربة أدوات القياس في عينة البناء وأجراء المعاملات العلمية للمقاسين. وعينة تطبيق التجربة الرئيسية. تم اختيارها بالطريقة العشوائية من جميع الهيئات الادارية للصنف (ا , ب , ج) في بغداد وبلغ عدد افراد العينة التجربة الرئيسي (108) إداريين وتم إسقاط (4) افراد من العينة لعدم أكملهم الإجابات ولعدم رجوع الاستبانات وبذلك اصبح عدد العينة التجربة الرئيسي (104) على المقياس .

3-2-2 وسائل جمع المعلومات المستخدمة بالبحث:

3-2-2-1 وسائل جمع المعلومات

- المصادر العربية والأجنبية.
- الملاحظة¹.
- استمارة استبانة خاص بمقياس الاستثمار والتسويق الرياضي في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي لأندية بغداد الرياضية ملحق (2).
- المقابلات الشخصية مع الخبراء.

3-2-2-2 خطوات تنفيذ البحث :

3-3 تحديد المقياس الخاصة بالبحث:

قام الباحث ببناء مقياس الاستثمار والتسويق الرياضي في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي لأندية بغداد الرياضية لعمل الاندية واعد الاستبانة الخاصة والعبارات لجمع البيانات، واعتمدها ، واستخدم الباحث بعض المراجع العلمية ذات الصلة والمقاييس واجراء بعض التحديثات على المجالات والعبارات بما يتوافق بيئاً واجتماعياً مع قيم المبحوثين والاحكام السائدة بالمجتمع الرياضي العراقي وتكون المقياس من (20) عبارة بصورته الاولية والملحق (2) يبين ذلك تم عرضها على الخبراء (*)الاختيار الانسب.

3-4 بناء مقياس الاستثمار والتسويق الرياضي في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية

والاعلام الرياضي لأندية بغداد الرياضية.

اولا- تحديد فقرات المقياس.

استناداً الى الدراسات العربية وبعض المقاييس الخاصة بالادارة الرياضية التي تناولتها الدراسات السابقة على المستوى المحلي والعربي فيما يتعلق بموضوع البحث ، قام الباحث بصياغة فقرات المقياس بصورتها الاولية والبالغ عددها (20) فقرة وكما موضح في ملحق (2) وتم عرض

2- سامي محمد ملحم - مناهج البحث في التربية وعلم النفس- عمان0 دار الميسرة للطباعة والنشر والتوزيع 2000 ص226

*- راجع الملحق (1)

الفقرات على مجموعة من الخبراء لغرض تقويمها والحكم عليها من حيث صياغتها وصلاحتها في قياس الاستثمار والتسويق الرياضي بتاريخ 25-12-2016م والمجالات المتضمنة لقياسه والتحقق من صلاحية مقياس التقدير الخماسي (تنطبق عليّ دائماً ، تنطبق عليّ غالباً ، تنطبق عليّ احياناً ، تنطبق عليّ نادراً ، لا تنطبق عليّ ابدأً) وذلك لإبداء الرأي في مدى مناسبة الفقرات لمجالات المقياس ، وفي ضوء الآراء والملاحظات التي أبداها السادة الخبراء تم حذف (1) فقرة لعدم ملاءمتها في قياس الاستثمار والتسويق الرياضي ولتكرار مضمونها ، وقد قام الباحث عند صياغة الفقرات بمراعاة الآتي:-

- ❖ أن يكون للفقرة معنى واحد فقط ومحدد.
 - ❖ أن تكون لغة كل فقرة واضحة وصحيحة.
 - ❖ الابتعاد عن العبارات الصعبة.
 - ❖ أن تصاغ الفقرات بصيغة المتكلم⁽¹⁾.
 - ❖ تجنب استعمال الكلمات التي تحمل أكثر من معنى .
- ثانياً: إعداد تعليمات المقياس .

تم وضع التعليمات الخاصة كما طلب من الإداريين ضرورة الإجابة عن الفقرات جميعها وعدم ترك أي فقرة بلا إجابة، وان إجابتهم ستحظى بسرية تامة وهي لأغراض البحث العلمي كما لم تتم الإشارة الى التسمية الصريحة للمجيب على المقياس، إذ يبين كرونباخ " أن التسمية الصريحة لمثل هذه المقاييس قد تدفع المستجيب الى تزييف الإجابة أو الامتناع عن الإجابة الدقيقة⁽²⁾

ثالثاً: احتساب أوزان البدائل:

اعتمد الباحث التقدير الخماسي (ليكرت) في القياس لكونها تتناسب مع طبيعة وإجراءات البحث والاستبانات المعتمدة ، وكان احتساب الأوزان باتجاه ايجابي من (1-5) على وفق البدائل ، وهي: عبارة (،لا تنطبق عليّ ابدأً)، أعطيت الوزن (1) درجة ، وعبارة (تنطبق عليّ نادراً) ، أعطيت الوزن (2) درجة ، وعبارة (تنطبق عليّ احياناً)، أعطيت الوزن (3) درجات، وعبارة (تنطبق عليّ غالباً) ، أعطيت الوزن (4) درجات، وعبارة (تنطبق عليّ دائماً)، أعطيت الوزن (5) درجات. وكما مبين في الجدول رقم (2) تم تصحيح المقياس بإعطاء درجة عن كل استجابة لاداري وعلى كل فقرة من فقرات المقياس ، ثم جمع هذه الدرجات لإيجاد الدرجة الكلية

¹ - اميرة حنا : بناء وتقنين مقياس للاحتراق النفسي لدى لاعبي كرة اليد ، أطروحة دكتوراه ، كلية التربية الرياضية ، جامعة بغداد ، 2001م ، ص45.

² -Cronbach , L . J , *Essential of Psychological Testing* , New York , Harper and Pow , 1970 , P.40

الاستثمار والتسويق في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي من وجهة نظر الهيئات الادارية لأندية بغداد أ.م.د. اسراء ياسين عبد الكريم ، فرحان عبود كاظم

لكل استمارة، ولأجل استخراج الدرجة التي يحصل عليها الاداري في إجابته على فقرات المقياس الـ (20) فقرة إذ تبلغ أعلى درجة يمكن الحصول عليها لكل فقرة هي (5) درجة وأدنى درجة هي (1) درجة

جدول (2): يبين بدائل الاستبانات وأوزانها

البدائل	لا تتطبق ابداً	تتطبق نادراً	تتطبق احياناً	تتطبق غالباً	تتطبق دائماً
الوزن	1	2	3	4	5

وقد تم تقسيم فئات الاستثمار والتسويق الرياضي لمعدل الاجابة لاستخراج المستوى على النحو الآتي:

- تم تحديد طول الخلية في مقياس ليكرت الخماسي عبر حساب المدى بين درجات المقياس (4=1-5)
- تقسيم على اكبـر قيمة (4 / 5 = 0,80) طول المستوى للخلية
- بعد ذلك اضافة هذه القيمة الى اقل قيمة وذلك لتحديد الحد الاعلى لهذه الخلية .

جدول (3)

يبين النسبة المئوية والمستويات

ت	الوسط	النسبة المئوية	المستوى
1	من 1 الى اقل 1,8	0,2 الى 0,36	منخفض جداً
2	1,8 الى اقل 2,6	0,36 الى 0,52	المنخفض
3	2,6 الى اقل 3,4	0,52 الى 0,68	المتوسط
4	3,4 الى اقل 4,2	0,68 الى 0,84	المرتفع
5	4,2 الى اقل 5	0,84 الى 100	مرتفع جداً

3-4-1 عينة بناء المقياس.

تم إجراء المعاملات العلمية للمقياس على عينة عشوائية مكونة من (82) اداريا من مجتمع البحث،:

3-4-2: المعاملات العلمية لمقياس الاستثمار والتسويق الرياضي:

يتطلب بناء المقياس توافر شروط أساسية ومهمة لضمان سلامة بناء المقياس، ومن أهم تلك الشروط الصدق والثبات .

اولا : صدق المقياس .

يعد الصدق من المؤشرات والمفاهيم الأساسية والمهمة في تقويم أدوات القياس فهو "الدقة التي يقبس فيها الاختبار الغرض الذي وضع من أجله"⁽¹⁾. وقد اعتمد الباحث نوعين من

¹ - زكريا محمود واخرون ؛ مبادئ التقويم والقياس في التربية ، عمان ، مكتبة دار الثقافة والنشر ، 1999 ، ص133.

الاستثمار والتسويق في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي من وجهة نظر الهيئات الادارية
 لأندية بغداد أ.م.د. اسراء ياسين عبد الكريم ، فرحان عبود كاظم

الصدق هما: صدق المحتوى وقد تحقق الصدق الظاهري للمقياس عندما تم عرض المقياس بصيغته الأولية على مجموعة من الخبراء للحكم على مدى صلاحية فقراته في قياس الاستثمار والتسويق الرياضي ، وقد اجمعوا على أن الفقرات صالحة لذلك. أما المؤشر الثاني وهو الصدق المنطقي وقد توافر هذا المؤشر للصدق في المقياس الحالي عند بداية بناء المقياس من خلال التعريف لمفهوم الاستثمار والتسويق الرياضي في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي لأندية بغداد الرياضية وتحديد فقراته بالاستعانة بمجموعة من الخبراء في مجال الادارة الرياضية والاختبارات والقياس كما يبين الملحق (1) .

ثانيا: صدق البناء (Construct Validity).

أ: القوة التمييزية للفقرات.

تم تفرغ إجابات جميع عينة البناء المعاملات العلمية البالغة (82) اداريا. وتم تحديد الدرجة الكلية لكل استمارة من الاستمارات. ورتبت الاستمارات تنازليا من أعلى درجة الى أدنى درجة. ثم اختيرت نسبة (27%) العليا (22) استمارة ، و(27%) الدنيا (22) استمارة من الدرجات لتمثل المجموعة المتطرفة واستبعاد نسبة (46%) (38) الوسط لغرض احتساب معامل التمييز لكل فقرة من فقرات المقياس وقد أظهرت النتائج أن مستوى الدلالة المحتسب هي اصغر من قيمة مستوى الدلالة المعتمد (0.05) الأمر الذي يعني دلالة قيم (ت) المحتسبة كافة ولجميع الفقرات باستثناء الفقرة (16) وبذلك اصبح المقياس يتكون من (19) فقرة وكما يبين في الجدول(4).

الجدول (4)

يبين القيم التائية القوة التمييزية لفقرات مقياس الاستثمار والتسويق الرياضي لعينة البناء

الفقرة	المجموعة العليا		المجموعة الدنيا		قيمة (ت)	الدلالة
	ع	س	ع	س		
1	1.048	3,636	0,497	1.952	6,674	معنوي
2	0,940	3.954	0,683	2,090	7,468	معنوي
3	1.007	3.590	0,700	1.904	6.343	معنوي
4	0.774	3.136	0.767	2.272	3.716	معنوي
5	0,784	3.636	0.959	2.404	4.634	معنوي
6	0.827	3.727	1.315	2.721	3.018	معنوي
7	0.597	3.500	1.143	2.524	3.801	معنوي
8	1.082	3.136	1.056	2.454	2.114	معنوي
9	0.840	3.909	1.488	2.285	4.470	معنوي
10	1.138	3.818	1.090	1.904	5.619	معنوي
11	1.367	3.181	1.041	1.876	3.430	معنوي

الاستثمار والتسويق في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي من وجهة نظر الهيئات الادارية
 لأندية بغداد أ.م.د. اسراء ياسين عبد الكريم ، فرحان عبود كاظم

معنوي	5.268	0.943	2.004	1.140	3.590	12
معنوي	6.522	0.864	2,047	0.869	3.772	13
معنوي	4.653	0,830	2,095	1,007	3.409	14
معنوي	5,073	0.973	2.047	0.962	3.545	15
غير معنوي	1,487	1,167	2,523	1,132	3,045	16
معنوي	4.532	0.965	2.309	0.876	3.537	17
معنوي	3.032	1.221	2.801	0.876	3.822	18
معنوي	3.902	1,042	2,452	0.875	3.507	19
معنوي	7,468	0.683	2.090	0,950	3.954	20

ب: معامل الاتساق الداخلي (علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية)"

ولإيجاد معامل الاتساق الداخلي تم استخدام معامل ارتباط بيرسون بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية للمقياس ولجميع أفراد عينة البناء التجربة الثانية البالغة (82) للهيئات الادارية العاملين بالاندية العراقية وأتضح أن جميع فقراته دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05). وبذلك تبقى (19) فقرة لقياس الاستثمار والتسويق الرياضي لحقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي لأندية بغداد الرياضية والجدول (5) يبين معامل الاتساق الداخلي.

الجدول (5)

معاملات الارتباط البسيط لفحص صلاحية فقرات مقياس الاستثمار والتسويق لعينة التجربة
 بطريقة الاتساق الداخلي ما بين استجابات كل فقرة والدرجة الكلية للمقياس

رقم الفقرة	معامل ارتباطها	مستوى الخطأ	رقم الفقرة	معامل ارتباطها	مستوى الخطأ
1	0,704	0,000	11	0,337	0,002
2	0,594	0,000	12	0,719	0,000
3	0,469	0,000	13	0,688	0,000
4	0,337	0,002	14	0,226	0,042
5	0,459	0,000	15	0,392	0,000
6	0,630	0,000	16	0,384	0,000
7	0,244	0,027	17	0,294	0,007
8	0,566	0,000	18	0,231	0,041
9	0,226	0,042	19	0,498	0,000
10	0,584	0,000			

ج- ثبات المقياس :

وللتحقق من ثبات المقياس استخدم الباحث طريقة التجزئة النصفية.

وقد تم التحقق من ثبات المقياس من خلال الطريقة الآتية :

طريقة التجزئة النصفية .

لذا استخدم الباحث استمارات عينة البناء البالغة (82) اداريا لحساب معامل الثبات بهذه الطريقة وقسم الفقرات فردية وزوجية (كما اشرنا) ثم تم استخراج معامل الارتباط بين هذين

النصفين ولحساب الثبات بهذه الطريقة فقد تم استخدام بيانات استمارات بناء المقياس البالغ عددها (82) استمارة. واستخرج معامل الثبات بين مجموع درجات النصفين باستخدام معامل الارتباط ، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط بين النصفين (0.686) عند مستوى خطأ بلغ (0,000) وكما علمنا أن هذه القيمة توضح الثبات لنصف الاختبار لذا تم استخدام (معادلة سبيرمان - براون) لذلك تم تعديل قيمة معامل ثبات نصف الاختبار بمعادلة دلالة ثبات سبيرمان براون (Spearman - Brawn) وقد بلغت قيمة معامل الثبات للمقياس (0,902) وهو معامل ثبات عال، يمكن الاعتماد عليه لتقدير ثبات الاختبار ، إذ أن معامل الثبات الذي يمكن الاعتماد عليه يتراوح ما بين (0.62 - 0.93)

ثالثاً- موضوعية المقياس:

بعد أن تم تفرغ البيانات من الاختبار وأعادته اتضح بان جميع العبارات كانت واضحة للعينة كما أنها تتميز بكون البدائل اختياراً من متعدد ولا تقبل الإجابة عن أكثر من بديل ولا توجد فيها عبارة للإجابة المفتوحة حيث تعد الاستبانة ذات موضوعية عالية ولا يمكن الاختلاف على الدرجات التي يحصل عليها أفراد العينة.
3-4-3 تطبيق المقياس (التجربة الرئيسية) .

بدأ الباحث بتطبيق مقياس الاستثمار والتسويق الرياضي في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي لأندية بغداد الرياضية على عينة البحث البالغة (108) اداريين موزعين على اندية بغداد البالغ عددها (48) ناديا مسجلا لدى وزارة الشباب للفئات (ا، ب، ج) بتاريخ 2017/2/28 إذ وزعت الاستبانات على الاداريين وتم استرجاع الاستبانات وبعد فرز الاستبانات استبعد الباحث (4) استبانات لعدم استكمالها للبيانات المطلوبة وبذلك تصبح البيانات الصالحة لعملية التحليل (104) استبانة وقد حرص الباحث على القيام بالتطبيق بنفسه.

3-5 الوسائل الإحصائية :

تم معالجة البيانات الإحصائية بواسطة استخدام البرنامج الجاهز (SPSS)* واستخرج ما يأتي:

- الوسط الحسابي
- الانحراف المعياري
- خطأ الانحرافات
- الارتباط البسيط لبيرسن
- ارتباط سبيرمان
- معادلة سبيرمان براون
- المدى

الاستثمار والتسويق في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي من وجهة نظر الهيئات الادارية
 لأندية بغداد أ.م.د. اسراء ياسين عبد الكريم ، فرحان عبود كاظم

4- عرض النتائج وتحليلها ومناقشتها

4-1 التعرف على الاستثمار والتسويق الرياضي في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي لأندية بغداد الرياضية.

يبين الجدول (6) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات استجابات أفراد عينة البحث على عبارات الاستثمار والتسويق الرياضي في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي لأندية بغداد الرياضية.

جدول (6)

عرض نتائج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والمستوى لدرجات استجابات أفراد عينة البحث على عبارات الاستثمار التلفزيوني وتسويق حقوق الدعاية والإعلان.

رقم العبارة	تسلسل	العبارات	المتوسط الحسابي	الوسيط	الانحراف المعياري	المستوى
1	7	احاول ان اسجل التدريبات من اجل تسويقها الى القنوات	2.8173	2.00	1.23669	متوسط
2	11	اتصل بالنواب من اجل ايجاد تشريعات وضوابط تختص بالاستثمارات الرياضية لخصوصية واهمية قطاع الشباب والرياضة	2.7788	2.00	1.21445	متوسط
3	15.5	اعمل على تكوين موقع الكتروني متخصص في الترويج والإعلان عن الفرص الاستثمارية الرياضية	2.5385	2.00	1.32872	منخفض
4	6	نضع اهداف محددة لخطة الاستثمار والتسويق الرياضي داخل النادي	3.0096	3.00	1.24242	متوسط
5	14	اعمل على الاتصال بوسائل الاعلام	2.5769	3.00	1.17987	منخفض
6	8.5	نعمل وفق خطة مدروسة للتسويق الاستثمار الرياضي	2.8077	3.00	1.25471	متوسط
7	4	احاول بث الدعاية والاعلانات للنادي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي	3.2308	3.00	1.07243	متوسط
8	17	اشجع اللاعبين والمدربين من اجل المشاركة في البرامج الرياضية	2.4423	2.00	1.12195	منخفض
9	3	اعمل بدفع مشاريع الاستثمار الرياضي للمستثمر الأجنبي على حساب المستثمر المحلي	3.0385	3.00	1.09654	متوسط
10	18	من الضرورة إيجاد قسم في الأندية الرياضية مختصة بعملية الاستثمار والتسويق الرياضي	2.2019	2.00	1.17729	منخفض

الاستثمار والتسويق في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي من وجهة نظر الهيئات الادارية
 لأندية بغداد أ.م.د. اسراء ياسين عبد الكريم ، فرحان عبود كاظم

متوسط	1.31086	3.00	2.7596	ابادر لمفاتحة شركات التلفزيوني من اجل الاستثمار داخل ابنية النادي بنقل البرامج	12	11
متوسط	1.26243	3.00	2.8077	اسعى لايجاد نظام داخلي للنادي لمعالجة العوائق التي تعترض العمل الإداري. من خلال تطبيق الاستثمار التسويق الرياضي	8.5	12
متوسط	1.45735	3.00	2.7981	لا اعمل على وضع الاعلانات داخل مرافق النادي من اجل المال	10	13
منخفض	1.28413	2.00	2.5385	اعمل على التعاقد مع احدى الشركات من اجل وضع الماركة التجارية مقابل المال	15.5	14
متوسط	1.22459	3.00	2.7308	تتم ادارة الاستثمار والتسويق الرياضي داخل النادي على الأساليب العلمية لمواكبة التطور العلمي	13	15
منخفض	1.00781	2.00	2.1154	اعمل على وجود اداريين للتسويق والاستثمار الرياضي قيادة ذات كفاءة عالية لإدارة الأندية الرياضية	19	16
متوسط	97000.	3.00	3.0288	احاول القيام بعقد مع بعض القنوات الرياضية لنقل الاخبار والبرامج	5	17
مرتفع	78536.	3.00	3.4327	لا اعمل على اشراك اللاعبين بالدعايات الاعلانية من اجل المال	2	18
مرتفع	97217.	4.00	3.7885	لدي رغبة شديدة في تطبيق الاستثمار التسويق الرياضي. داخل النادي	1	19
متوسط	0.400	2.789	2.812	بمتوسط حسابي للدرجة		
متوسط	7.604	53.00	2.5344	الدرجة الكلية للمحور		

من خلال الجدول أعلاه وعرض نتائج استجابة اعضاء الهيئات الادارية الاندية الرياضية عينة البحث لمقياس الاستثمار والتسويق الرياضي لحقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي لأندية بغداد الرياضية يتضح أن العبارة (19) والمتمثلة في (لدي رغبة شديدة في تطبيق الاستثمار التسويق الرياضي داخل النادي) احتلت المرتبة الأولى في محور التسويق التلفزيوني استثمار حقوق الدعاية والإعلان بمتوسط حسابي (3.7885) وانحراف معياري (0.972) وهي درجة في المستوى المرتفع ، وان العبارة (16) والمتمثلة في (اعمل على وجود اداريين للتسويق والاستثمار الرياضي وقيادة ذات كفاءة عالية لإدارة الأندية الرياضية) احتلت المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.1154) وانحراف معياري (1.00) وهي درجة في المستوى المنخفض. كما يبين الجدول (5) لمحور استثمار حقوق الدعاية والإعلان متوسط حسابي للدرجة الكلية (53.442) وانحراف معياري (7.604) وبمتوسط حسابي للدرجة (2.812) وانحراف معياري (0,400) لمحور 2.812 وهي درجة في المستوى المتوسط ،

الاستثمار والتسويق في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي من وجهة نظر الهيئات الادارية
لأندية بغداد أ.م.د. اسراء ياسين عبد الكريم ، فرحان عبود كاظم

وتبين من الجدول (5) أن (2) عبارتين من أصل (19) عبارة قد جاءت في المستوى المرتفع
وان (11) عبارة كانت بمستوى متوسط و(6) عبارات بالمستوى المنخفض ،
5-2 مناقشة نتائج الاستثمار والتسويق الرياضي في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية
والاعلام الرياضي لأندية بغداد الرياضية.

من خلال عرض نتائج استجابة اعضاء الهيئات الادارية الاندية الرياضية في بغداد
لمقياس الاستثمار والتسويق الرياضي نلاحظ ان اغلب اعضاء الهيئات الادارية الاندية الرياضية
لعينة البحث قد حصلت على مستوى متوسط وهذا يعكس حقيقة واقع عمل ادارات الاندية
الرياضية التي لا تعمل على وجود خطة سنوية للاستثمار والتسويق الرياضي وهي أولى الخطط
التي يجب أن تبدأ بها الهيئات الادارية التي في ظلها يمكن تخطيط بقية النشاطات وديمومة
النشاطات الاخرى ولذلك لاعتماد معظم الاندية العراقية على المنح الحكومية الممنوحة بصورة
رئيسة والابتعاد عن مبادئ وأسس وقواعد الإدارة اذ تحتاج هذه الاندية الى خطط وبرامج في
الاستثمار والتسويق الرياضي لإسهامها في عملية النهوض بواقع هذه الاندية وتقليل العوائق
والمشكلات المالية والاعتماد على الادارة الذاتية من خلال الاستثمار والابتعاد عن التمويل
الحكومي من خلال المنح الحكومية لأنه أحدى الوسائل المساعدة والدافعة على استمرارية
الانشطة والبرامج وهنا يؤكد (سمير عبد الحميد) ان " الهيئات الرياضية تعاني كثيراً من
الأزمات المالية التي يكون أساسها زيادة المصروفات عن الإيرادات مما يمثل عائقاً كبيراً في
سبيل تقدم المستوى الرياضي"⁽¹⁾.

5- الاستنتاجات والتوصيات

5-1 الاستنتاجات

في ضوء نتائج البحث توصل الباحث إلى الاستنتاجات الآتية:-

- 1- تم التوصل إلى بناء مقياس للاستثمار والتسويق في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية
والاعلام الرياضي للهيئات الادارية لأندية بغداد الرياضية .
- 2- يعد الاستثمار والتسويق الرياضي عملية ايجابية تساهم في توفير التمويل الذاتي لأندية
بغداد .
- 3- يمتلك اعضاء الهيئات الادارية لأندية بغداد الرياضية مستوى متوسطاً في للاستثمار
والتسويق الرياضي.

5-2 التوصيات

في ضوء الدراسة التي تم التوصل إليها، يوصي الباحثان بالآتي :

⁽¹⁾ (سمير عبد الحميد؛ إدارة الهيئات الرياضية(النظريات الحديثة وتطبيقاتها): (القاهرة، منشأة المعارف، 1999)، ص79.

الاستثمار والتسويق في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي من وجهة نظر الهيئات الادارية
لأندية بغداد أ.م.د. اسراء ياسين عبد الكريم ، فرحان عبود كاظم

- 1- الاستفادة من مقياس الاستثمار والتسويق الرياضي في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي للهيئات الادارية لأندية بغداد الرياضية.
- 2- تنمية وتعزيز الثقافة الادارية بمجال للاستثمار والتسويق الرياضي للهيئات الادارية لأندية بغداد الرياضية.
- 3- التأكيد على اجراء دورات تطويرية في ادارة الاندية الرياضية في مجال الاستثمار والتسويق الرياضي .

المصادر:

- 1-حسن احمد الشافعي؛ الاستثمار والتسويق في التربية البدنية، ط1 : (الإسكندرية، دار الوفاء للطباعة، 2006)، ص146
- 2-سامي محمد ملحم - مناهج البحث في التربية وعلم النفس -عمان دار الميسرة للطباعة والنشر والتوزيع- 2000 - ص226
- 3-اميرة حنا : بناء وتقنين مقياس للاحتراق النفسي لدى لاعبي كرة اليد ، أطروحة دكتوراه ، كلية التربية الرياضية ، جامعة بغداد ، 2001م ،
- Cronbach , L . J , Essential of Psychological Testing , New York , Harper and Pow , 1970 , P.404-تت
- 5- زكريا محمود واخرون ؛ مبادئ التقويم والقياس في التربية ، عمان ، مكتبة دار الثقافة والنشر ، 1999 ، ص133.
- 6-سمير عبد الحميد؛ إدارة الهيئات الرياضية(النظريات الحديثة وتطبيقاتها): (القاهرة، منشأة المعارف، 1999)، ص79.

الاستثمار والتسويق في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي من وجهة نظر الهيئات الادارية
 لأندية بغداد أ.م.د. اسراء ياسين عبد الكريم ، فرحان عبود كاظم

ملحق (1)

اسماء الخبراء والمختصين الذين تم عرض المقياس عليهم

الاسماء	اللقب العلمي	الاختصاص	مكان العمل
عادل داود سلمان	أ.د.	ادارة تسويق	كلية الادارة والاقتصاد الجامعة المستنصرية
صالح راضي اميش	أ.د.	قياس وتقويم	كلية التربية البدنية وعلوم الرياضية جامعة بغداد
اسماعيل محمد رضا	أ.د.	مناهج التربية الرياضية	كلية التربية البدنية وعلوم الرياضية جامعة بغداد
سمير عبد الصاحب	أ.د.	الادارة مالية	كلية الادارة والاقتصاد الجامعة المستنصرية
علي سموم دغل	أ.د.	قياس وتقويم	كلية التربية الاساسية قسم التربية البدنية وعلوم الرياضية
صلاح وهاب شاكر	أ.م.د.	الادارة الرياضية	كلية التربية البدنية وعلوم الرياضية جامعة بغداد
سلام حنتوش	أ.م.د.	الادارة الرياضية	كلية التربية الاساسية قسم التربية البدنية وعلوم الرياضية
هشام طلعت	أ.م.د.	اقتصاد دولي	كلية الادارة والاقتصاد الجامعة المستنصرية
شيماء عبد مطر	أ.د.	علم النفس الرياضي	كلية التربية الاساسية قسم التربية البدنية وعلوم الرياضية
احمد محمد ابراهيم	م.د.	ادارة تسويق	كلية الادارة والاقتصاد الجامعة المستنصرية
نغم علي الصائغ	م.د.	ادارة علميات التسويق	كلية الادارة والاقتصاد الجامعة المستنصرية

ملحق (2)

المقياس

الجامعة المستنصرية

كلية التربية الأساسية

قسم التربية البدنية وعلوم الرياضة

قسم الدراسات العليا / ماجستير

استبانة الاستثمار والتسويق الرياضي في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي لأندية بغداد الرياضية.

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

أخي الاداري

يروم الباحث القيام بدراسة بعنوان ((الاستثمار والتسويق في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي من وجهة

نظر الهيئات الادارية لأندية بغداد) وإغراض ذلك قام الباحث بإعداد استبانة التي تضم عبارات يتطلب الاجابة عنها.

ملاحظة:

1. المعلومات التي يحصل عليها الباحث لا تستخدم إلا في اغراض البحث العلمي.

2. لا حاجة لذكر الاسم رجاء .

الباحث

والباحث يقدر لكم الجهود المبذولة ويشكركم على حسن تعاونكم .

الاستثمار والتسويق في حقوق النقل التلفزيوني والدعاية والاعلام الرياضي من وجهة نظر الهيئات الادارية
 لأندية بغداد أ.م.د. اسراء ياسين عبد الكريم ، فرحان عبود كاظم

مقياس الاستثمار والتسويق التلفزيوني

ت	العبارات	لا تنطبق ابداً	تنطبق نادراً	تنطبق أحياناً	تنطبق غالباً	تنطبق دائماً
1	احاول ان اسجل التدريبات من اجل تسويقها الى القنوات					
2	اتصل بالنواب من اجل ايجاد تشريعات وضوابط تختص بالاستثمارات الرياضية لخصوصية واهمية قطاع الشباب والرياضة					
3	اعمل على تكوين موقع الكتروني متخصص في الترويج والإعلان عن الفرص الاستثمارية الرياضية					
4	نضع اهداف محددة لخطة الاستثمار والتسويق الرياضي داخل النادي					
5	اعمل على الاتصال بوسائل الاعلام					
6	نعمل وفق خطة مدروسة للتسويق الاستثمار الرياضي					
7	احاول بث الدعاية والاعلانات للنادي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي					
8	اشجع اللاعبين والمدربين من اجل المشاركة في البرامج الرياضية					
9	اعمل بدفع مشاريع الاستثمار الرياضي للمستثمر الأجنبي على حساب المستثمر المحلي					
10	من الضرورة ايجاد قسم في الأندية الرياضية مختصة بعملية الاستثمار والتسويق الرياضي					
11	ابادر لمفاتيح شركات التلفزيوني من اجل الاستثمار داخل ابنية النادي بنقل البرامج					
12	اسعى لايجاد نظام داخلي للنادي لمعالجة العوائق التي تعترض العمل الإداري. من خلال تطبيق الاستثمار التسويق الرياضي					
13	لا اعلم على وضع الاعلانات داخل مرافق النادي من اجل المال					
14	اعلم على التعاقد مع احدى الشركات من اجل وضع الماركة التجارية مقابل المال					
15	تتم ادارة الاستثمار والتسويق الرياضي داخل النادي على الأساليب العلمية لمواكبة التطور العلمي					
16	لا اسمح بعمل النشاطات الاعلامية بدون علم الادارة					
17	اعلم على وجود اداريين للتسويق والاستثمار الرياضي قيادة ذات كفاءة عالية لإدارة الأندية الرياضية					
18	احاول القيام بعقد مع بعض القنوات الرياضية لنقل الاخبار والبرامج					
19	لا اعلم على اشراك اللاعبين بالدعايات الاعلانية من اجل المال					
20	لدي رغبة شديدة في تطبيق الاستثمار التسويق الرياضي. داخل النادي					

Abstract

investment and marketing and advertising show transport rights sports media from the perspective of administrative bodies to Baghdad's clubs

The search included four sections of part I contains an introduction and importance of research and the research objective scale setting sports marketing and investment in transport rights show and sports media publicity of administrative bodies of sports clubs Baghdad. and learn the reality of marketing investment in transport rights show sports media and advertising for sports clubs Baghdad use int descriptive survey method and represent the research community (432) Chief and Deputy member And member of the investment scale building researcher and sports marketing in transportation rights show sports media and advertising for the clubs sports clubs work Baghdad special resolution prepared and phrases to collect data, and use some references relevant scientific researcher and the researcher began applying metrics to search sample (208) administratively spread over Baghdad's clubs (48) clubs registered with the Ministry of youth, the researcher concluded. The members of the administrative bodies of sports clubs Baghdad have medium level in sports marketing and investment. And in light of the study reached, the researcher recommends adoption of a scale of investment and sports marketing to administrative bodies of sports clubs grow up and Baghdad and strengthening an investment failed managerial culture and sports marketing to administrative bodies of sports clubs of Baghdad.