

## العوامل المؤثرة على القيمة التسويقية للاعبى الدورى المصرى لكرة القدم \*د/ حسام الدين السيد مبارك

### ملخص البحث:

سعى هذا البحث الى التعرف على العوامل المؤثرة على القيمة التسويقية للاعبى الدورى المصرى لكرة القدم، تم استخدام المنهج الوصفى لمناسبته لطبيعة البحث حيث اعتمد الباحث على الاستبيان كأداة لجمع البيانات من عينة البحث التى ضمت ٧٥ فرد من (مديرى التسويق، مدربى فرق كرة القدم) لأندية الدورى المصرى لكرة القدم سواء الدورى الممتاز أو دورى الدرجة الأولى. أشارت أهم النتائج الى أن عدد التمريرات الحاسمة ودقة التمرير والتسديد للاعب أثناء المباريات كانت بالنسبة للعوامل الفنية والمهارية للاعب الأكثر تأثيرا على القيمة التسويقية للاعب، كذلك صغر عمر اللاعب وسرعته بالكرة وبدونها كانت بالنسبة للقدرات البدنية والفردية هى الأكثر تأثيرا، امتلاك اللاعب للدوافع نحو التحسن المستمر كانت الأهم تأثيرا بالنسبة للعوامل الشخصية والسلوكية، وبالنسبة للعوامل الادارية كانت المدة التبقية فى عقد اللاعب والظهور الاعلامى له وشهرة اللاعب قيمته الاعلانية كانت الأكثر تأثيرا، أما العوامل الرياضية فكانت مشاركة اللاعب مع منتخب بلاده وفوزه بالجوائز الفردية هى الأكثر تأثيرا بالنسبة للقيمة التسويقية للاعبين، كما وجد فروق دالة احصائية بن عينة البحث حسب صفة المسئول (مدير تسويق، مدرب) نحو العوامل المؤثرة على القيمة التسويقية للاعبى الدورى المصرى لكرة القدم.

**الكلمات المفتاحية:** - انتقالات لاعبى كرة القدم - القيمة التسويقية للاعبى كرة القدم

\* أستاذ مساعد بقسم الادارة الرياضية، كلية التربية الرياضية، جامعة المنصورة

### Abstract

This research sought to identify the factors affecting the marketing value of Egyptian Football League players. The descriptive approach was used, the researcher used questionnaire as a tool for collecting data from the research sample, which included 75 individuals (marketing managers, football team coaches) for clubs of Egyptian Football League, whether in the Premier League or the First Division. The most important results indicated that the number of assist and player's passing and shooting accuracy during matches were the most influential factors among technical and skill factors on the player's marketing value. Likewise, player's young age and his speed with and without the ball were the most influential factors to physical and individual abilities. Player's possession of motivation towards continuous improvement was the most influential points to personal and behavioral factors. As for the administrative factors, the remaining period in player's contract, his media appearance, player's fame, and his advertising value were the most influential. Player's participation with his country's national team and winning individual awards were the most influential sporting factors affecting marketing value of players. A significant statistically differences were found according to the position of research sample (marketing manager, coach) regarding to the factors affecting the marketing value of Egyptian football league players.

**Key words:** - Football player transfers- The market value of football players

## المقدمة:

تعتبر كرة القدم هي الرياضة الأكثر شعبية في العالم وبالتالي أصبحت تمثل جزء مهم من الاقتصاد العالمي، ففي الثلاثة عقود الأخيرة تطورت كرة القدم وخاصة في أوروبا تطوراً مذهلاً وكانت الأسباب الرئيسية في هذا التطور هو أولاً: استقطاب أفضل المواهب في كرة القدم من مختلف أنحاء العالم إلى الأندية الأوروبية، ثانياً: اكتساب الدوريات والمسابقات الأوروبية اهتمام محبى كرة القدم حول العالم، ثالثاً: (قواعد بوسمان ١٩٩٥) والتي كانت سبباً أساسياً في التغيير الكبير الذي حدث لكرة القدم الأوروبية والعالمية بعد ذلك، حيث أصبح يحق للاعب كرة القدم الانتقال من نادى إلى آخر بعد انتهاء تعاقد مع ناديه وهو ما لم يكن مسموح به من قبل بدون موافقة ناديه الأسبق ودفع مقابل للنادى حتى مع انتهاء العقد. (٦، ٦١).

تعتبر أجور لاعبي كرة القدم وقيم انتقالاتهم من نادى إلى آخر من أهم الموضوعات الاقتصادية في مجال كرة القدم، ففي عام ٢٠٠٩ تجاوز حجم الأموال التي أنفقتها أندية كرة القدم على انتقالات اللاعبين ١٠ مليار يورو، وقد تضاعف حجم هذا الانفاق ثلاثة أضعاف في آخر عشرة سنوات، فهناك الكثير من انتقالات اللاعبين التي تخطت قيمة انتقالاتهم ١٠٠ مليون يورو، ويعد المثال الأوضح في ذلك هو انتقال اللاعب البرازيلي (نيمار) من نادى برشلونة الأسباني إلى نادى باريس سان جيرمان الفرنسي بقيمة انتقال ٢٢٠ مليون يورو عام ٢٠١٧ (١، ١١٥٠). فيشير موقع (Transfermarket) بأن هناك أربعة أندية الآن تتجاوز القيمة التسويقية للاعبين المليار يورو مثل منشيستر سيتي ١,٢٩ مليار يورو، أرسنال ١,١١ مليار يورو، ريال مدريد ١,٠٤ مليار يورو وباريس سان جيرمان ١,٠٣ مليار يورو. (١٥)

مؤخراً أصبح ينظر إلى أندية و فرق كرة القدم كشركات تجارية، واللاعبون هم اللبنة الأساسية لفريق كرة القدم بها، فكلما كان اللاعب أفضل كلما زادت فرصة الفريق لتحقيق الفوز والحصول على البطولات، وبالتالي تزداد فرصة الفريق في الحصول على الأرباح والمكتسبات المادية مستقبلاً وذلك بناء على زيادة كفاءة وجودة ومهارة لاعبي كرة القدم في الفريق، حيث يجب تصنيف لاعبي كرة القدم كأحد الأصول في الشركة، وبالتالي يجب أن يكون لاعبو كرة القدم ضمن الميزانية العامة والبيانات المالية لنادي كرة القدم. ولا يزال هناك جدل حول ما إذا كان يمكن الاعتراف برأس المال البشري كأحد الأصول في هذه الأندية (الشركات). ومع ذلك فإن أندية كرة القدم لا تتكرر أن رأس المال البشري والمتمثل في اللاعبين يضيف إلى قيمة للنادي. (٥، ٥٢)

هناك الكثير من الأدبيات التي تناولت المحددات والعوامل التي تؤثر على تحديد القيمة السوقية للاعبى كرة القدم وهي التي تمثل بدورها قيمة انتقال اللاعب من نادى إلى آخر وتقسّم

هذه العوامل الى ثلاثة أنواع، الأولى هي خصائص اللاعب وصفاته وسماته البدنية، والثانية هي الأداء الفني أو الرياضى للاعب ومهارته على أرض الملعب، أما الثالثة فهي تعبر عن مدى شهرة اللاعب وشعبيته حيث يمكن معرفة ذلك من خلال وسائل التواصل الاجتماعي. (٣، ٣). الفئة الأولى والتي تعبر عن صفات اللاعب وسماته تعتبر من العوامل الهامة في تقييم اللاعب وتشمل (عمر اللاعب) فصغر عمر اللاعب يعتبر عاملاً هاماً ومؤثراً بشكل ايجابي في القيمة التسويقية للاعب، كذلك (طول اللاعب) فكلما كان اللاعب أطول كان ذلك عاملاً ايجابياً بالنسبة له حيث يساعده ذلك في الالتحامات القوية واجادة ضربات الرأس وهو ما يستخدمه اللاعب اما في تسجيل الأهداف أو منعها في حالة الدفاع، كما أن اللاعب الذى يجيد اللعب باستخدام كلتا القدمين يعتبر أفضل من اللاعب الذى يجيد استخدام قدم واحدة، كما أن مركز اللاعب فى الملعب أيضا يؤثر على قيمته التسويقية حيث أن غالباً ما تكون القيمة التسويقية بالنسبة للمهاجمين أكثر من المدافعين وحراس المرمى. (٤، ٦٠٩)

إن الأداء الرياضى للاعب على أرض الملعب يعتبر أمر بالغ الأهمية لتقييم لاعب كرة القدم فهو الدور الرئيسى الذى يقوم به اللاعب ويشمل عدد دقائق اللعب خلال الموسم، عدد المرات التى بدأ بها اللاعب فى التشكيل الأساسى للفريق، كذلك عدد الأهداف الى ساهم فيها على مدار الموسم وتشمل تسجيله للأهداف أو التمريرات الحاسمة التى قام بها، بالإضافة الى عدد ودقة التسديدات التى قام بها اللاعب، فالأداء الرياضى غالباً ما يتم اظهاره من خلال الاحصائيات والأرقام مثل عملية استخلاص الكرة من المنافس، ايقاف هجمات المنافس، المراوغات الناجحة، التمريرات الصحيحة، الفوز بالكرة فى التدخلات المشتركة مع المنافس، الأخطاء التى يرتكبها اللاعب، كذلك عدد الكروت الصفراء والحمراء التى تحصل عليها. (١١، ٦١٢)

بجانب النواحي الفنية والمهارية للاعب كرة القدم يوجد جانب آخر هام جداً وهو شهرة اللاعب، فشهرة اللاعب وشعبيته تعتبر أيضاً من العوامل المؤثرة فى القيمة التسويقية للاعب، حيث تزود الأندية بمؤشر يمكن من خلاله التعرف على تأثير هذا اللاعب على مبيعات القمصان وتذاكر المباريات، وكذلك الجانب الإعلاني والتسويقي للفريق، حيث تشير الكثير من الدراسات إلى أن وجود اللاعبين النجوم (أصحاب المواهب المميزة) لهم تأثير ايجابي على الجانب التجارى والتسويقي للفريق، بالإضافة الى التأثير على الأداء الرياضى للفريق واعطائه قيمة مضافة، كما أشار الكثير من الخبراء الى أنه يمكن التعرف على شهرة اللاعب ومدى تأثيره من خلال معرفة عدد المحبين والمتابعين له على منصات ووسائل التواصل الاجتماعي. (٧، ١١)

معظم الأندية التي تنافس على الفوز بالبطولات الكبرى محليا وقاريا وخاصة في أوروبا تهتم بالتعاقد مع أفضل اللاعبين وهو ما يكلفهم نفقات كبيرة جدا، من ناحية أخرى هناك العديد من الأندية التي تهتم بالاستثمار في اللاعبين وخاصة اللاعبين الشباب والناشئين، وذلك من خلال الاهتمام بأكاديميات الناشئين ثم تصعيد أبرز المواهب التي تظهر منهم للفريق الأول، وهذه الاستراتيجية هي التي تتبعها معظم الأندية الأوروبية، فعملية البحث عن اللاعبين الموهوبين وخاصة صغار السن تعتمد على عدة معايير ومحددات مرتبطة بالنواحي الجسمانية، النفسية، الفسيولوجية، كذلك المهارات الفنية والحركية بالإضافة الى البيئة الرياضية التي نشأ فيها اللاعب والتدريب الذي تلقاه من قبل، كذلك عدم وجود اصابات مزمنة. (١٣، ١٤١)

#### مشكلة البحث:

من خلال متابعة الباحث لكرة القدم (المحلية والعالمية) وكيفية ادارة كرة القدم في الاندية الرياضية، وخاصة ما يرتبط بانتقال اللاعبين من نادى الى آخر ومعرفة المبالغ المالية الضخمة التي أصبحت تدفع نظير هذه الانتقالات سواء كانت على النطاق المحلى، الاقليمى أو العالمى. فذلك هو ما دفع الباحث للتعرف على العوامل والمحددات المؤثرة على القيمة التسويقية للاعبين فى الدورى المصرى لكرة القدم، لذا قام الباحث بعمل بحث مرجعي لعدد من الدراسات التي بحثت فى هذا الموضوع ومنها ( Metelski ٢٠٢١ (١)، Gorjipour ٢٠٢١ (٢)، Zhou ٢٠١٩ (١٤)، Prayoga ٢٠٢٣ (١٢)، Lorincz ٢٠٢٢ (٩). فكل دراسة منها وضعت معيار لتحديد أهم العوامل المؤثرة فى تحديد القيمة التسويقية للاعبين وبالتالي تحديد قيمة انتقالهم من نادى الى آخر.

ومن خلال هذه الدراسات قام الباحث بوضع عدة معايير أو عوامل والتي قد تؤثر على القيمة التسويقية للاعبين فى الدورى المصرى لكرة القدم وشملت (العوامل الفنية والمهارية للاعب، القدرات البدنية والفردية، العوامل الشخصية والسلوكية، العوامل الادارية، العوامل الرياضية).

#### أهمية البحث:

أولاً: الأهمية الأكاديمية: تعتبر هذه الدراسة من الدراسات العربية الرائدة التي تناولت بالدراسة العوامل المؤثرة فى تحديد القيمة التسويقية للاعبى كرة القدم، ففى حدود علم الباحث لا توجد أى دراسة علمية باللغة العربية تناولت هذا الموضوع بالبحث، لذا تعتبر هذه الدراسة اضافة للمكتبة العربية وللمتخصصين المهتمين بالبحث فى مثل هذه الموضوعات.

**ثانياً: الأهمية التطبيقية:** قد تكون نتائج هذه الدراسة مفيدة للأندية الرياضية وخاصة المسؤولين عن ادارة كرة القدم بها، حيث يمكن استخدام هذه النتائج فى عملية تقييم اللاعبين بشكل علمى شامل، وتحديد القيمة التسويقية لهم بما يتناسب مع طبيعة اللاعب وسوق كرة القدم المصرية.

#### الدراسات السابقة:

- دراسة "Maxence Franceschi وأخرون" (٢٠٢٣) (٨) بعنوان "محددات تقييم لاعبي كرة القدم: مراجعة منهجية". وهدفت هذه الدراسة الى تسليط الضوء على الأساليب التجريبية المستخدمة لتحديد العوامل المؤثرة في تقييم اللاعبين. ولتحقيق ذلك، تم عمل مراجعة منهجية للأدبيات والدراسات مع التركيز بشكل خاص على اختيار أوراق بحثية تمت مراجعتها من قبل خبراء مكتوبة باللغة الإنجليزية حول كرة القدم للرجال والتي تعرض نتائج اقتصادية قياسية متاحة بالكامل وقابلة للتفسير. استنادا إلى التحليل الدقيق لأوراق الـ ٢٩ المختارة ونماذجها التجريبية، وأظهرت النتائج أن معظم الدراسات التى تناولت تقييم اللاعبين ركزت على عدة متغيرات مرتبطة باللاعب مثل سن اللاعب، عدد الأهداف التى سجلها، صناعة الأهداف، عدد المباريات التى شارك بها اللاعب، مشاركة اللاعب مع الفريق القومى، الحصول على الكروت الصفراء والحمراء، عدد دقائق اللعب، قدرة اللاعب على استخدام كلتا القدمين. كذلك كانت هناك عدة متغيرات أخرى مثل شخصية النادى وتشمل (الحالة الاقتصادية والشعبية والمستوى الفنى والاستقرار الإدارى)، وشخصية اللاعب وتشمل (التزام اللاعب، ادائه الرياضى، شهرته)، عوامل مرتبطة بالسوق نفسه (رواج السوق، مدة التعاقد، تنافس الأندية).
- دراسة Nanak Prayoga (٢٠٢٣) (١٢) بعنوان "تأثير الأداء على القيمة السوقية للاعبى كرة القدم المحترفين فى أندية كرة القدم فى أوروبا موسم ٢٠٢١/٢٠٢٢". تتناول هذه الدراسة تأثير الأداء الرياضى على تشكيل القيمة السوقية للاعبى كرة القدم المحترفين. شمل مجتمع الدراسة اللاعبون الذين يلعبون للأندية التى تتنافس فى أفضل خمس دوريات كرة قدم فى أوروبا لموسم ٢٠٢١/٢٠٢٢. تم تحليل البيانات المستخدمة فى هذه الدراسة وهى تحليل كمي باستخدام تحليل الانحدار البسيط، اعتمدت هذه الدراسة على عينة من ٣٧٥ لاعب كرة قدم من ٢٥ نادياً فى أوروبا تم اختيارهم باستخدام الطريقة العمدية. أظهرت نتائج الدراسة إلى أن الأداء الرياضى له تأثير إيجابي وكبير على القيمة السوقية للاعبى كرة القدم المحترفين وكذلك تواجدهم فى المسابقات القوية مثل الدوريات الخمس الكبرى فى أوروبا.

- دراسة **Mate Lorincz** (٢٠٢٢) (٩) بعنوان "تقدير القيمة السوقية للاعب كرة القدم المهاجمين باستخدام الانحدار الخطي المتعدد". اعتمدت هذه الدراسة على استخدام الانحدار لتقدير القيمة السوقية للاعب كرة القدم المهاجمين، تم بناء مقاييس الأداء ومقاييس لجمع المعلومات الشخصية ومقاييس الإمكانيات التجارية للاعبين أيضاً. تم استخدام هذه المقاييس على عينة من اللاعبين المهاجمين من الدوري الإنجليزي (١٠٥ لاعب) تم استرجاع جميع البيانات من قواعد بيانات يمكن الوصول إليها مجاناً (Instagram ،FBREF ،Transfermarkt). نجحت هذه الدراسة في إدخال متغيرين جديدين لم يتم اعتبارهما في الأبحاث الأكاديمية السابقة وهي الإمكانيات التجارية و جنسية اللاعب على أساس القاعدة المحلية. وأظهرت النتائج أيضاً أن أكثر العوامل تأثيراً في قيمة اللاعب السوقية هي (الأهداف المتوقعة والتمريرات الحاسمة، الضغط، عمر اللاعب، جنسية اللاعب، مكانة النادي، و الإمكانيات التجارية للاعب). أكدت الدراسة على أهمية هذه العوامل لأنها تشير إلى مدى جودة اللاعب في الملعب، ومدى احتمال نجاحه في المستقبل، ومدى جاذبيته للمشجعين والرعاة.

- دراسة **Adam Metelski** (٢٠٢١) (١) بعنوان "العوامل المؤثرة على قيمة لاعبي كرة القدم في سوق الانتقالات" هدفت الدراسة إلى تحديد العوامل التي تؤثر في قيمة لاعبي كرة القدم. تم الاعتماد على المنهج التحليلي في هذه الدراسة حيث تم تحليل جميع الانتقالات في تاريخ الدوري البولندي لكرة القدم والتي لا تقل عن مليون يورو، تم إجراء تحليل ١٠٨ من عقود انتقالات اللاعبين. وأشارت أهم النتائج بأن هناك العديد من العوامل تؤثر على قيمة انتقال اللاعبين منها مركز اللاعب في الملعب حيث أن أكثر اللاعبين والأعلى قيمة تسويقية كانوا من المهاجمين ثم لاعبي خط الوسط، كذلك عمر اللاعب كان عاملاً هاماً حيث أن غالبية اللاعبين الذين تم انتقالهم كانوا بين (٢١ - ٢٤) عاماً كما أن انتقال أحد اللاعبين بعد ٣٠ عاماً كان شيئاً نادراً، وأظهرت النتائج أن هناك بعض الأندية تشتهر بتصدير المواهب واللاعبين الشباب وخاصة للدوريات الخمس الكبرى في أوروبا.

- دراسة **Ahmad Gorjipour** وأخرون" (٢٠٢١) (٢) بعنوان "العوامل المؤثرة على تقييم لاعبي كرة القدم في الدوري الإيراني الممتاز" استهدفت هذه الدراسة تحديد العوامل التي تؤثر على تقييم لاعبي كرة القدم في الدوري الإيراني الممتاز. تم الاعتماد على المنهج التحليلي للبيانات التي تم جمعها عن طريق المقابلة الشخصية من عينة عمدية مكونة من ١٧ مديراً للتسويق في أندية الدوري الإيراني الممتاز لكرة القدم ووكلاء نشطين في كرة القدم. أشارت أهم النتائج إلى أن هناك سمات فردية تؤثر على القيمة

التسويقية للاعب مثل الطول، اللياقة البدنية، الجمال الجسماني، الوزن، الموهبة، الجوائز التي حصل عليها بشكل فردي أو بطولات مع فريقه، كذلك الجوانب الفنية مثل جودة الأداء، قوة التسديد، قوة القفز، مقدار الجهد البدني والجري، التحمل العضلي، التنوع الفني، القوة البدنية، دقة التمرير، قوة المراوغة، دقة التسديد والتحكم في الكرة. كما أوضحت النتائج أيضا أهمية الجانب النفسي من خلال دوافع اللاعب والجانب الاجتماعي ومع قدرته على التكيف مع الفريق وتعاونه مع زملائه. بالإضافة الى النواحي الادارية مثل مساومة وكيل اللاعب، ووضعه الاجتماعي مع القيود القانونية الموجودة في المجتمع.

- دراسة "Hajar Adiwiyana & Iman Harymawan" (٢٠٢١) (٥) بعنوان "العوامل التي تحدد القيمة السوقية للاعب كرة القدم المحترفين في إندونيسيا". هدفت هذه الدراسة الى التعرف على العوامل التي تحدد القيمة السوقية للاعب كرة القدم المحترفين. تم الحصول على القيمة السوقية للاعب كرة القدم من الموقع الرسمي [www.transfermarkt.com](http://www.transfermarkt.com) الذي يحتوي على أسعار كل لاعب كرة قدم محترف في سوق الانتقالات. اعتمدت هذه الدراسة على بيانات ٢٠٥ لاعب كعينة من لاعبي كرة القدم المحترفين في الدوري الإندونيسي في عام ٢٠١٧. أظهرت النتائج أن زيادة العمر له تأثير سلبي على القيمة السوقية للاعب، في حين أن تسجيل الأهداف والتمريرات الحاسمة والبطاقات الصفراء عدد دقائق اللعب والبدء في التشكيل الأساسي وحالة الفريق وحالة اللاعب الفنية لها تأثير إيجابي على القيمة السوقية للاعب.

- دراسة "Wei Zhou" (٢٠١٩) (١٤) بعنوان "ما هي العوامل التي تحدد القيمة السوقية للاعب كرة القدم: دراسة تجريبية، الأدلة من الدوري الأوروبي". استهدفت هذه الدراسة التعرف على العوامل الرئيسية التي تؤثر على القيمة السوقية للاعب كرة القدم في الدوريات الأوروبية. اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي للبيانات والمعلومات الأساسية للاعب والتي تم الحصول عليها من موقع ([Transfermarkt.de](http://Transfermarkt.de)) وكذلك مستوى الأداء الرياضي الذين قدمه اللاعب في موسم ٢٠١٨/٢٠١٩. أشارت أهم النتائج الى أن أكثر العوامل المؤثرة في القيمة السوقية للاعب هي (الطول، عدد الأهداف للمباراة الواحدة وفي الموسم، عدد المباريات التي لعبها) حيث ثبت أن هذه العوامل تؤثر على القيمة السوقية للاعبين خاصة (المهاجمين) أكثر من المدافعين، أما (عمر اللاعب، عدد البطاقات الصفراء والحمراء التي حصل عليها، الاصابات ومعدل تعرضه لها)، هذه العوامل تؤثر على القيمة السوقية للاعبين بغض النظر عن مركز اللاعب مهاجم أو مدافع.



**هدف البحث:**

يسعى هذا البحث الى التعرف على العوامل المؤثرة على القيمة التسويقية للاعبى الدورى المصرى لكرة القدم. وذلك من خلال الأهداف الفرعية التالية والتي تسعى للتعرف على:

١. تأثير العوامل الفنية والمهارية على القيمة التسويقية للاعبى الدورى المصرى لكرة القدم.
٢. تأثير القدرات البدنية والفردية على القيمة التسويقية للاعبى الدورى المصرى لكرة القدم.
٣. تأثير العوامل الشخصية والسلوكية على القيمة التسويقية للاعبى الدورى المصرى لكرة القدم.
٤. تأثير العوامل الإدارية على القيمة التسويقية للاعبى الدورى المصرى لكرة القدم.
٥. تأثير العوامل الرياضية على القيمة التسويقية للاعبى الدورى المصرى لكرة القدم.
٦. العوامل المؤثرة فى تحديد القيمة التسويقية للاعبى الدورى المصرى لكرة القدم وفقاً لدرجة النادى (الدورى الممتاز و دورى الدرجة الأولى).
٧. العوامل المؤثرة فى تحديد القيمة التسويقية للاعبى الدورى المصرى لكرة القدم وفقاً لصفة عينة البحث (مدير التسويق و مدرب الفريق).

**تساؤلات البحث:**

١. ما تأثير العوامل الفنية والمهارية للاعب على القيمة التسويقية للاعبى أندية الدورى المصرى لكرة القدم؟
٢. ما تأثير القدرات البدنية والفردية للاعب على القيمة التسويقية للاعبى أندية الدورى المصرى لكرة القدم؟
٣. ما تأثير العوامل الشخصية والسلوكية للاعب على القيمة التسويقية للاعبى أندية الدورى المصرى لكرة القدم؟
٤. ما تأثير العوامل الإدارية على القيمة التسويقية للاعبى أندية الدورى المصرى لكرة القدم؟
٥. ما تأثير العوامل الرياضية على القيمة التسويقية للاعبى أندية الدورى المصرى لكرة القدم؟
٦. ما هى العوامل المؤثرة على القيمة التسويقية للاعبى الدورى المصرى لكرة القدم وفقاً لدرجة النادى (الدورى الممتاز و دورى الدرجة الأولى)؟
٧. ما هى العوامل المؤثرة فى تحديد القيمة التسويقية للاعبى الدورى المصرى لكرة القدم وفقاً لصفة عينة البحث (مدير التسويق و مدرب الفريق)؟

**مصطلحات البحث:****- القيمة التسويقية للاعب:**

هى تقدير لقيمة الرسوم التي سيتم دفعها للاعب إذا رحل بحلول وقت معين. (١٠، ٢٩٦٦).  
**تعرف اجرائيا:**

بأنها التقدیر العادل لقيمة الرسوم التي يستحقها اللاعب نظير انتقاله من النادي المقيد به الى نادى آخر، وتكون انعكاس لعملية تقييم اللاعب من مختلف النواحي (الفنية والمهارية، القدرات البدنية والفردية، الشخصية والسلوكية، النواحي الإدارية والرياضية).

**الإجراءات:****منهج البحث:**

تم استخدام المنهج الوصفي نظرا لمناسبته لطبيعة البحث.

**مجتمع البحث:**

مدراء التسويق ومدربى فرق كرة القدم بأندية الدورى المصرى لكرة القدم.

**عينة البحث:**

عينة عمدية تكونت من (١٠٥ فرد) من مديرى التسويق ومدربى فرق كرة القدم بأندية الدورى المصرى لكرة القدم وشملت ٣٠ فرد للعينة الاستطلاعية و٧٥ فرد للعينة الأساسية للبحث. وهذه العينة ممثلة لعدد ٣٨ نادى رياضى بواقع ١٥ نادى من أندية الدورى الممتاز لكرة القدم، و٢٣ نادى من أندية دورى الدرجة الأولى. كما هو موضح بالمرفق رقم (١) والذي يوضح الأندية الرياضية التي شملتها عينة البحث.

تم عمل الدراسة الاستطلاعية على ٣٠ فرد من عينة البحث للتعرف على ردة فعل المفحوصين تجاه عبارات الاستبيان وكذلك لاجراء المعاملات العلمية الخاصة بصدق وثبات الاستبيان والذي استخدم كأداة لجمع البيانات من العينة الأساسية للبحث والتي بلغت ٧٥ فرد بواقع (٣٧ مدير تسويق، ٣٨ مدرب لفرق كرة القدم).

**المعاملات العلمية لضبط الاستبيان:****أولاً: صدق المفردات أو الاتساق الداخلي:**

يعتمد صدق الاستبيان اعتماداً مباشراً على صدق المفردات، ولهذا تم استخدام صدق الاتساق الداخلي للاستبيان بإيجاد معامل الارتباط بين درجة كل مفردة والدرجة الكلية للاستبيان وذلك بتطبيق الاستبيان على عينة البحث الاستطلاعية والتي بلغت (٣٠) مفردة من نفس مجتمع البحث وخارج العينة الأساسية وذلك خلال الفترة من ١/٦/٢٠٢٣م الي ٣٠/٨/٢٠٢٣م، ويوضح جدول (١) قيمة معاملات صدق مفردات استبيان العوامل المؤثرة على القيمة التسويقية للاعبى كرة القدم لأندية الدورى المصرى لكرة القدم لدي عينة البحث.

## جدول (١)

معاملات الارتباط بين مفردات الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان (ن=٣٠)

معامل الارتباط		المفردة	معامل الارتباط		المفردة	معامل الارتباط		المفردة
الاستبيان	البعد		الاستبيان	البعد		الاستبيان	البعد	
العوامل الشخصية والسلوكية			القدرات البدنية والفردية			العوامل الفنية والمهارية للاعب		
*٠,٤٩٩	*٠,٤٦٣	١	*٠,٤٢٤	*٠,٦٤٧	١	*٠,٣٤٢	*٠,٣٧١	١
*٠,٥٩٣	*٠,٤٣٢	٢	*٠,٥١٨	*٠,٦٥٤	٢	*٠,٥٧٦	*٠,٦٦٧	٢
*٠,٣٧٠	*٠,٤٨٢	٣	*٠,٤٠٧	*٠,٥٦٢	٣	*٠,٥٢٣	*٠,٧٥٧	٣
*٠,٣٦٢	*٠,٤٨٦	٤	*٠,٤١١	*٠,٦٢٧	٤	*٠,٥٣٩	*٠,٣٦٧	٤
*٠,٥٧٠	*٠,٤٤٩	٥	*٠,٤٩٥	*٠,٥١٦	٥	*٠,٥٧١	*٠,٦٢٧	٥
*٠,٥١٣	*٠,٣٢٨	٦	*٠,٤٣٨	*٠,٧١٧	٦	*٠,٦١٧	*٠,٦٤١	٦
*٠,٤٣١	*٠,٣١٧	٧	*٠,٣٥٦	*٠,٧٣٦	٧	*٠,٥٨٨	*٠,٦٢٥	٧
العوامل الرياضية						العوامل الإدارية		
*٠,٦٥٨	*٠,٣٥١	٥	*٠,٥٠٨	*٠,٦٢٥	١	*٠,٤٢٠	*٠,٦١٢	١
*٠,٤٠٣	*٠,٥٠٢	٦	*٠,٥١٨	*٠,٦٥٥	٢	*٠,٦٣٧	*٠,٣٤٣	٢
*٠,٣٤٩	*٠,٥٥٩	٧	*٠,٤٨٠	*٠,٣٦٩	٣	*٠,٤٨٠	*٠,٦٨٥	٣
			*٠,٣٨٨	*٠,٤٦٦	٤	*٠,٥٤٩	*٠,٤٧٨	٤
						*٠,٤٤٩	*٠,٦٥٣	٥
						*٠,٤١٥	*٠,٥١٥	٦

\*قيمة "ر" الجدولية عند مستوي معنوية ٠,٠٥ =

يتضح من الجدول (١) انه توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين درجة كل مفردة والدرجة الكلية للاستبيان العوامل المؤثرة على القيمة التسويقية للاعبى كرة القدم لأندية الدورى المصرى لكرة القدم حيث ان قيمة "ر" المحسوبة اكبر من قيمتها الجدولية عند مستوي المعنوية ٠,٠٥، مما يشير مفردات الاستبيان.

## جدول (٢)

معاملات الارتباط بين المحاور وبعضها والدرجة الكلية للاستبيان (ن=٣٠)

الدرجة الكلية	العوامل الرياضية	العوامل الإدارية	العوامل الشخصية والسلوكية	القدرات البدنية والفردية	العوامل الفنية والمهارية	المتغيرات
*٠,٧٧١	*٠,٥٧٧	*٠,٥٦٢	*٠,٦٣٣	*٠,٦١٢		العوامل الفنية والمهارية
*٠,٧٦٠	*٠,٦١٩	*٠,٦٠٠	*٠,٦٤٢			القدرات البدنية والفردية
*٠,٥٣٨	*٠,٤٨٩	*٠,٤١٨				العوامل الشخصية والسلوكية
*٠,٤٦٢	*٠,٤٩٥					العوامل الإدارية
*٠,٥٤٢						العوامل الرياضية
						الدرجة الكلية

\*قيمة "ر" الجدولية عند مستوي معنوية ٠,٠٥ = ٠,٣٠٦

يتضح من الجدول (٢) انه توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين درجة المحاور وبعضها والدرجة الكلية للاستبيان العوامل المؤثرة على القيمة التسويقية للاعبى كرة القدم لأندية الدوري المصرى لكرة القدم حيث ان قيمة "ر" المحسوبة اكبر من قيمتها الجدولية عند مستوي المعنوية ٠,٠٥، مما يشير مفردات الاستبيان.

ثانياً: حساب ثبات الاستبيان:

قام الباحث بتطبيق استبيان العوامل المؤثرة على القيمة التسويقية للاعبى كرة القدم لأندية الدوري المصرى لكرة القدم على عينة البحث الاستطلاعية والتي بلغت (٣٠) مفردة من نفس مجتمع البحث وتم حساب ثبات الاستبيان عن طريق التجزيئية النصفية و معاملات الفا كرونباخ ويوضح الجدول (٣) معاملات ثبات الاستبيان.

### جدول (٣)

يوضح معاملات ثبات استبيان العوامل المؤثرة فى القيمة التسويقية للاعبى كرة القدم

لأندية الدوري المصرى لكرة القدم (ن=٣٠)

المتغيرات	معامل الارتباط بين نصفي الاستبيان	معامل سببر مان برون	معامل جتمان	معاملات الفا كرونباخ
العوامل الفنية والمهارية	٠,٨٦١	٠,٩٢٥	٠,٨٤٦	٠,٨٨٦
القدرات البدنية والفردية	٠,٨٠٢	٠,٨٩٠	٠,٨٦٠	٠,٨٧٥
العوامل الشخصية والسلوكية	٠,٨٠٥	٠,٨٩٢	٠,٨٣٨	٠,٨٦٥
العوامل الإدارية	٠,٨٥٦	٠,٩٢٢	٠,٨٤٠	٠,٨٨١
العوامل الرياضية	٠,٨٧٥	٠,٩٣٣	٠,٨٦٨	٠,٩٦٣
الدرجة الكلية	٠,٨٦١	٠,٩٢٥	٠,٨٤٦	٠,٨٨٦

يتضح من الجدول (٣) ان معامل ثبات الاستبيان بطريقة ألفا كرونباخ بلغ (٠,٩٦٣) وقد بلغ معامل ثبات الاستبيان بطريقة جتمان (٠,٨٦٨) وبطريقة سبيرمان برون (٠,٩٣٣)، وكان معامل الاتساق الداخلي للاستبيان دال مما يشير لارتفاع معامل ثبات الاستبيان قيد البحث.

عرض ومناقشة النتائج:

عرض ومناقشة نتائج التساؤل الأول: ما مدى تأثير العوامل الفنية والمهارية على القيمة التسويقية للاعبى أندية الدوري المصرى لكرة القدم؟

## جدول (٤)

الدلالات الإحصائية للعوامل الفنية والمهارية المؤثرة على القيمة التسويقية للاعبى  
أندية الدوري المصري لكرة القدم (ن = ٧٥)

م	العبارات	درجة التأثير			المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	كا
		مؤثر جدا	مؤثر	الى حد ما مؤثر			
١	نسبة المراوغات الناجحة للاعب	٢٥,٣٣	٦٨,٠٠	٦,٦٧	٢,١٩	٧٢,٨٩	٤٤,٤٨
٢	دقة التمرير والتسديد للاعب في المباريات	٧٤,٦٧	٢٤,٠٠	١,٣٣	٢,٧٣	٩١,١١	٦٣,٤٤
٣	مركز اللاعب في الملعب ومدى حاجة الفريق له	٤٢,٦٧	٥٦,٠٠	١,٣٣	٢,٤١	٨٠,٤٤	٣٦,٥٦
٤	عدد الأهداف التي سجلها اللاعب في الموسم	٦١,٣٣	٣٨,٦٧	٠,٠٠	٢,٦١	٨٧,١١	٤٣,٢٨
٥	عدد التمريرات الحاسمة التي ساهم بها اللاعب	٩٠,٦٧	٨,٠٠	١,٣٣	٢,٨٩	٩٦,٤٤	١١١,٤٤
٦	اجادة اللعب بكتا القدمين	٤٠,٠٠	٥٧,٣٣	٢,٦٧	٢,٣٧	٧٩,١١	٣٥,١٢
٧	الالتزام الخططي في الملعب	٤٢,٦٧	٤٨,٠٠	٩,٣٣	٢,٣٣	٧٧,٧٨	١٩,٧٦

\*قيمة "كا" الجدولية عند مستوي معنوية  $\alpha = ٠,٠٥$  = ٥,٩٩

يشير جدول (٤) الى ان قيمة (كا) المحسوبة أكبر من الجدولية (٥,٩٩)، لجميع العبارات الخاصة بالعوامل الفنية والمهارية المؤثرة على القيمة التسويقية للاعبى الدوري المصري لكرة القدم، مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية في كل العبارات، ومن نتائج المحور يتضح ان هناك فروق ذات دلالة احصائية عند مستوي (٠,٠٥).

يوضح جدول (٤) أن العبارة رقم (٥) حصلت على أعلى وزن نسبي (٩٦,٤٤) وهي تنص على "عدد التمريرات الحاسمة التي ساهم بها اللاعب"، كما حصلت العبارة رقم (٢) على ثانی أعلى عبارة بالمحور وتنص على "دقة التمرير والتسديد للاعب في المباريات" بوزن نسبي (٩١,١١) وتشير العبارتان الى أهمية بناء الهجمات والسعى لتسجيل الأهداف وهو ما يسعى اليه الفريق.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Ahmad Gorjipour, ٢٠٢١) (٢) والتي أكدت نتائجها على أهمية الأداء الفني للاعب في تحديد القيمة التسويقية للاعبين.

كما حصلت العبارة رقم (١) على اقل وزن نسبي (٧٢,٨٩%) وتنص على "نسبة المراوغات الناجحة للاعب"، حيث أن المدربين غالبا ما يرغبون في العمل الجماعي للفريق، فالمرادغة مهارة هامة ومطلوبة بالنسبة للاعب الكرة ولكنها اذا لم تتم لصالح الفريق قد تكون

عامل سلبي للاعب بالنسبة للمدربين وهذا ما يفسر حصولها على المرتبة الأخيرة بالنسبة للمهارات الأخرى الموجودة بالمحور.

عرض ومناقشة نتائج التساؤل الثاني: ما مدى تأثير القدرات البدنية والفردية على القيمة التسويقية للاعبى أندية الدوري المصري لكرة القدم؟

### جدول (٥)

الدلالات الإحصائية لعوامل القدرات البدنية والفردية المؤثرة على القيمة التسويقية للاعبى

أندية الدوري المصري لكرة القدم (ن = ٧٥)

م	العبارات	درجة التأثير			المتوسط الحاسبي	الوزن النسبي	كا <sup>٢</sup>
		مؤثر جدا	مؤثر	الى حد ما مؤثر			
١	طول اللاعب	٦٠,٠٠	٤٠,٠٠	٠,٠٠	٢,٦٠	٨٦,٦٧	٤٢,٠٠
٢	عمر اللاعب	٩٤,٦٧	٥,٣٠	٠,٠٠	٢,٩٥	٩٨,٢٢	١٢٧,٢
٣	الجسم الرياضى المتناسق للاعب	١٨,٦٧	٨١,٣٣	٠,٠٠	٢,١٩	٧٢,٨٩	٨١,٦٨
٤	مقدار الجهد البدنى والجري أثناء المباريات	٤٥,٣٣	٥٤,٦٧	٠,٠٠	٢,٤٥	٨١,٧٨	٣٨,٤٨
٥	اللياقة البدنية العالية للاعب	٨٦,٦٧	١٣,٣٣	٠,٠٠	٢,٨٧	٩٥,٥٦	٩٨,٠٠
٦	سرعة اللاعب بالكرة وبدونها	٨٩,٣٣	١٠,٦٧	٠,٠٠	٢,٨٩	٩٦,٤٤	١٠٧,١
٧	معدل تكرار الاصابات التى يتعرض لها اللاعب	٨٠,٠٠	٢٠,٠٠	٠,٠٠	٢,٨٠	٩٣,٣٣	٧٨,٠٠

\*قيمة "كا<sup>٢</sup>" الجدولية عند مستوي معنوية ٠,٠٥ = ٥,٩٩

يشير جدول رقم (٥) الى ان قيمة (كا<sup>٢</sup>) المحسوبة أكبر من الجدولية (٥,٩٩)، لجميع العبارات الخاصة بالعوامل القدرات البدنية والفردية على القيمة التسويقية للاعبى أندية الدوري المصري لكرة القدم، مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية في كل العبارات، ومن نتائج المحور يتضح ان هناك فروق ذات دلالة احصائية عند مستوي (٠,٠٥).

كما يوضح جدول (٥) أن العبارة رقم (٢) حصلت على أعلى وزن نسبي (٩٨,٢٢) وهى تنص على "عمر اللاعب"، وتشير هذه النتيجة الى عمر اللاعب من أهم العوامل المؤثرة فى القيمة التسويقية له، فكلما كان اللاعب الموهوب صغير السن كلما كان احتمالية انتقاله بعد ذلك بقيمة تسويقية أكبر خاصة بعد الاهتمام به ورعايته وتطور المستوى الفنى للاعب وذلك يتفق مع نتائج دراسة (Adam Metelski, ٢٠٢١) (١) والتي أشارت الى أن أفضل عمر للاعب للانتقال بأكبر قيمة تسويقية هى من ٢١ الى ٢٤ سنة، حيث أكدت أنه بعد وصول

اللاعب الى ٣٠ سنة أو أكثر وتقدمه في العمر كلما أثر ذلك على قيمته التسويقية بشكل سلبي. كما حصلت العبارة رقم (٦) على ثانی أعلى عبارة بوزن نسبي (٩٦,٤٤) وتنص على "سرعة اللاعب بالكرة وبدونها". وتوضح هذه النتيجة أن السرعة كأحدى القدرات البدنية المطلوب تواجدها في لاعب كرة القدم تزيد من القيمة التسويقية للاعب وخاصة عندما يستخدمها اللاعب بشكل جيد أثناء المباريات. فالسرعة تعتبر من مكونات الموهبة الرياضية للاعب والتي تزيد من قيمته التسويقية.

كما حصلت العبارة رقم (٣) على اقل وزن نسبي (٧٢,٨٩%) وتنص على " الجسم الرياضي المتناسق للاعب " ويفسر الباحث ذلك الى أن استمرار عملية التدريب البدني للاعب سوف تساعده للوصول الى الجسم الرياضي المتناسق والذي يمكن مساعدة اللاعب لتحقيق ذلك، على عكس الموهبة التي يصعب الحصول عليها.

عرض ومناقشة نتائج التساؤل الثالث: ما مدى تأثير العوامل الشخصية والسلوكية على القيمة التسويقية للاعبى أندية الدوري المصري لكرة القدم؟

### جدول (٦)

الدلالات الإحصائية للعوامل الشخصية والسلوكية المؤثرة على القيمة التسويقية للاعبى

أندية الدوري المصري لكرة القدم (ن = ٧٥)

م	العبارات	درجة التأثير			المتوسط الحاسبي	الوزن النسبي	كا <sup>٢</sup>
		مؤثر جدا	مؤثر	الى حد ما مؤثر			
١	سلوك اللاعب في الملعب	١٧,٣٣	٨١,٣٣	١,٣٣	٢,١٦	٧٢,٠٠	٨٠,٦٤
٢	سلوك اللاعب خارج الملعب	٦,٦٧	٣٤,٦٧	٥٨,٦٧	١,٤٨	٤٩,٣٣	٣٠,٤٨
٣	تكيف اللاعب مع الفريق	٥,٣٣	٦٢,٦٧	٣٢,٠٠	١,٧٣	٥٧,٧٨	٣٧,٠٤
٤	قدرة اللاعب على التحكم في انفعالاته	٤,٠٠	٨٦,٦٧	٩,٣٣	١,٩٥	٦٤,٨٩	٩٦,٣٢
٥	نضال اللاعب وجديته في المباراة	٢٠,٠٠	٦٠,٠٠	٢٠,٠٠	٢,٠٠	٦٦,٦٧	٢٤,٠٠
٦	تعاون اللاعب مع زملائه	٢٠,٠٠	٧٧,٣٣	٢,٦٧	٢,١٧	٧٢,٤٤	٦٨,٧٢
٧	امتلاك اللاعب للدوافع باستمرار نحو التحسن	٥٦,٠٠	٣٧,٣٣	٦,٦٧	٢,٤٩	٨٣,١١	٢٧,٩٢

\*قيمة "كا<sup>٢</sup>" الجدولية عند مستوي معنوية ٠,٠٥ = ٥,٩٩

يشير جدول رقم (٦) الى ان قيمة (كا<sup>٢</sup>) المحسوبة أكبر من الجدولية (٥,٩٩)، لجميع العبارات الخاصة بالعوامل الشخصية والسلوكية على القيمة التسويقية للاعبى أندية الدوري المصري لكرة القدم، مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية في كل العبارات، ومن نتائج المحور يتضح ان هناك فروق ذات دلالة احصائية عند مستوي (٠,٠٥).

كما يتضح من الجدول رقم (٦) أن العبارة رقم (٧) حصلت على أعلى وزن نسبي (٨٣,١١) وهي تنص على "امتلاك اللاعب للدوافع باستمرار نحو التحسن"، وتشير هذه النتيجة الى أمر هام جدا وهو تصاعد مستوى اللاعب ووضوح رغبته في التحسن المستمر، فتطور مستوى اللاعب ينعكس على قيمته التسويقية بالإيجاب وهو الأمر الذي تسعى إليه كل أندية كرة القدم هو الاستثمار في هؤلاء اللاعبين وهو ما يتفق مع دراسة (Sancheez, 2022) (١٣) والتي أشارت الى أن الاستراتيجية التي تتبعها معظم الأندية الأوروبية هي التعاقد مع اللاعبين الشباب الموهوبين والعمل على تطويرهم، حيث أن تطور مستواهم يزيد من قيمتهم التسويقية بحيث يمكن انتقالهم الى أندية أخرى بعد ذلك بقيم مادية تعادل أضعاف القيمة التي تعاقدوا معهم بها في البداية وبالتالي تحقيق عوائد مادية كبيرة نظير هذه الانتقالات، وذلك هو الاستثمار الذي تسعى معظم الأندية الى تحقيقه.

كما حصلت العبارة رقم (٢) على اقل وزن نسبي (٤٩,٣٣%) وتنص على "سلوك اللاعب خارج الملعب"، ويرجع الباحث حصول هذه العبارة على الترتيب الأخير بين عبارات المحور الى أن الأندية عندما تتعاقد مع لاعب معين تهتم بما يظهره اللاعب داخل الملعب وكذلك الاحصائيات التي توضح مستوى الأداء الفني والمردود الرياضي الذي يقدمه اللاعب. عرض ومناقشة نتائج التساؤل الرابع: ما مدى تأثير العوامل الإدارية على القيمة التسويقية للاعبى أندية الدوري المصري لكرة القدم؟

### جدول (٧)

الدلالات الإحصائية للعوامل الإدارية المؤثرة على القيمة التسويقية للاعبى

أندية الدوري المصري لكرة القدم (ن = ٧٥)

م	العبارات	درجة التأثير			المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	كا <sup>٢</sup>
		مؤثر جدا	مؤثر	الى حد ما مؤثر			
١	المدة المتبقية في عقد اللاعب	٥٠,٦٧	٣٦,٠٠	١٣,٣٣	٢,٣٧	٧٩,١١	١٥,٩٢
٢	مدى التزام اللاعب في تعاقداته السابقة	٢١,٣٣	٤٢,٦٧	٣٦,٠٠	١,٨٥	٦١,٧٨	٥,٣٦
٣	قدرة الوكيل على التفاوض لصالح اللاعب	١٢,٠٠	٣٧,٣٣	٥٠,٦٧	١,٦١	٥٣,٧٨	١٧,٣٦
٤	القيمة الاعلانية للاعب وشهرته	٤٢,٦٧	١٤,٦٧	٤٢,٦٧	٢,٠٠	٦٦,٦٧	١١,٧٦
٥	كفاءة مدير تعاقدات الفريق	٢٤,٠٠	٢٥,٣٣	٥٠,٦٧	١,٧٣	٥٧,٧٨	١٠,١٦
٦	الظهور الإعلامي للاعب	٤٦,٦٧	٦,٦٧	٤٦,٦٧	٢,٠٠	٦٦,٦٧	٢٤,٠٠

\*قيمة "كا<sup>٢</sup>" الجدولية عند مستوي معنوية ٠,٠٥ = ٥,٩٩



يوضح جدول رقم (٧) ان قيمة (كأ) المحسوبة أكبر من الجدولية (٥,٩٩)، لجميع العبارات الخاصة بالعوامل الإدارية على القيمة التسويقية للاعبى أندية الدوري المصري لكرة القدم، مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية في كل العبارات، ومن نتائج المحور يتضح ان هناك فروق ذات دلالة احصائية عند مستوي (٠,٠٥).

يشير الجدول رقم (٧) الى أن العبارة رقم (١) حصلت على أعلى وزن نسبي (٧٩,١١) وهى تنص على " المدة المتبقية فى عقد اللاعب"، وهذه النتيجة منطقية جدا فكلما كان اللاعب مرتبط مع ناديه بعقد يمتد الى عدة سنوات كلما زات القيمة المطلوبة لانتقال هذا اللاعب الى نادى آخر، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Maxence Franceschi وأخرون، ٢٠٢٣) (٨) حيث أشارت نتائجها الى أن هناك بعض العوامل المرتبطة بالسوق تؤثر على القيمة التسويقية للاعب مثل رواج سوق الانتقالات، مدة تعاقد اللاعب مع ناديه و رغبة أكثر من نادى فى التعاقد مع اللاعب.

كما جاء فى المرتبة الثانية كأعلى وزن نسبي للمحور العبارتان رقم (٤) وتنص على "القيمة الاعلانية للاعب وشهرته" والعبارة رقم (٦) وتنص على "الظهور الاعلامى للاعب" حيث حصلت العبارتان على نفس الوزن النسبى (٦٦,٦٧) وتشير تلك النتيجة الى أمر هام جدا وهو أن القيمة التسويقية للاعب ترتبط أيضا بالظهور الاعلامى للاعب ومدى شعبيته ومدى جاذبيته للمعلنين والرعاة فوجود اللاعبين النجوم ذوى الشهرة الكبيرة يزيد من القيمة التسويقية للفريق وبالتالي زيادة فى العوائد المالية للنادى، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Mate Lorincz (٢٠٢٢) والتي أشارت الى أن (الامكانات التجارية للاعب) من العوامل المؤثرة على القيمة التسويقية للاعب.

كما حصلت العبارة رقم (٣) على اقل وزن نسبى (٥٣,٧٨%) وتنص على " قدرة الوكيل على التفاوض لصالح اللاعب" ويرجع الباحث ذلك الى أن القيمة التسويقية للاعب تتحدد بعوامل أخرى كما تم الإشارة من قبل، ولكن ربما يكون هناك تأثير طفيف لوكيل اللاعب أثناء المفاوضات التى تسبق الانتقال من نادى الى آخر. عرض ومناقشة نتائج التساؤل الخامس: ما مدى تأثير العوامل الرياضية على القيمة التسويقية للاعبى أندية الدوري المصري لكرة القدم؟

## جدول (٨)

الدلالات الإحصائية للعوامل الرياضية المؤثرة على القيمة التسويقية للاعبى  
أندية الدوري المصري لكرة القدم (ن = ٧٥)

م	العبارات	درجة التأثير			المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	كا <sup>٢</sup>
		مؤثر جدا	مؤثر	الى حد ما مؤثر			
١	عدد المباريات التي بدأها اللاعب فى التشكيل الأساسى	١٠,٦٧	٧٠,٦٧	١٨,٦٧	١,٩٢	٦٤,٠٠	٤٧,٧٦
٢	عدد الكروت الصفراء والحمراء التى تحصل عليها اللاعب	٩,٣٣	٨٩,٣٣	١,٣٣	٢,٠٨	٦٩,٣٣	١٠٦,٥٦
٣	مشاركة اللاعب مع منتخب بلاده	٨٨,٠٠	١٢,٠٠	٠,٠٠	٢,٨٨	٩٦,٠٠	١٠٢,٤٨
٤	قوة الفريق الذى ينتمى له	٨,٠٠	٧٤,٦٧	١٧,٣٣	١,٩١	٦٣,٥٦	٥٨,٦٤
٥	قوة المسابقة التى يلعب بها فريق اللاعب	١,٣٣	٥٣,٣٣	٤٥,٣٣	١,٥٦	٥٢,٠٠	٣٥,٢٨
٦	فوز اللاعب بالجوائز الفردية	٧٤,٦٧	٢٠,٠٠	٥,٣٣	٢,٦٩	٨٩,٧٨	٦٠,٠٨
٧	فوز اللاعب بالبطولات مع الفريق أو المنتخب القومى	٥٧,٣٣	٤١,٣٣	١,٣٣	٢,٥٦	٨٥,٣٣	٣٧,٤٤

\*قيمة "كا<sup>٢</sup>" الجدولية عند مستوي معنوية ٠,٠٥ = ٥,٩٩

يشير الجدول رقم (٨) الى ان قيمة (كا<sup>٢</sup>) المحسوبة أكبر من الجدولية (٥,٩٩)، لجميع العبارات الخاصة بالعوامل الرياضية على القيمة التسويقية للاعبى الدوري المصري لكرة القدم، مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية في كل العبارات، ومن نتائج المحور يتضح ان هناك فروق ذات دلالة احصائية عند مستوي (٠,٠٥).

كما يتضح من الجدول رقم (٨) أن العبارة رقم (٣) حصلت على أعلى وزن نسبي (٩٦,٠٠) وهى تنص على "مشاركة اللاعب مع منتخب بلاده"، وتشير هذه النتيجة الى أن اللاعب الدولى تزداد قيمته التسويقية لأنه يكتسب خبرات ويخوض منافسات مع مستويات أقوى من مجرد اللعب فى البطولة المحلية، كما حصلت العبارة رقم (٦) على ثانى أكبر وزن نسبي فى المحور وتنص على "فوز اللاعب بالجوائز الفردية" وتشير أيضا الى أن فوز اللاعب بالجوائز الفردية كأحسن لاعب أو هداف البطولة، فهذه الجوائز تزيد من القيمة التسويقية للاعب، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Ahmad Gorjipour) (٢٠٢١، ٢) (٢)، والتي أشارت الى أن مشاركة اللاعب على المستوى الدولى أوفوزه بالجوائز الفردية أو فوزه بالبطولات سواء مع النادى أو المنتخب القومى تزيد من قيمته التسويقية.

كما حصلت العبارة رقم (٥) على اقل وزن نسبي (٥٢,٠٠) وتنص على " قوة المسابقة التي يلعب بها فريق اللاعب"، ويرجع الباحث ذلك الى أن معظم المواهب في عالم كرة القدم تخرج من مسابقات غير قوية ثم تنتقل منها الى مسابقات أقوى وأكثر أهمية، وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Nanak Prayoga، ٢٠٢٣) (١٢) والتي أكدت على أن وجود اللاعب في احدى الدوريات القوية مثل الدوريات الخمس الكبرى في أوروبا يزيد من قيمته التسويقية حيث المنافسة القوية بين أفضل اللاعبين.

عرض ومناقشة نتائج التساؤل السادس: ما هي العوامل المؤثرة على القيمة التسويقية للاعبى الدورى المصرى لكرة القدم وفقاً لدرجة النادى (الدورى الممتاز و دورى الدرجة الأولى)؟

### جدول (٩)

دلالة الفروق الإحصائية بين عينة البحث وفقاً لدرجة النادى في العوامل المؤثرة على القيمة التسويقية للاعبى كرة القدم لأندية الدورى المصرى لكرة القدم (ن = ٧٥)

قيمة "ت"	فرق المتوسطات	الدرجة الأولى		الدورى الممتاز		المتغيرات
		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
١,٠١٣	٠,٤٧٨-	١,٩٨٤	١٧,٨٣٣	٢,٠١٣	١٧,٣٥٦	العوامل الفنية والمهارية للاعب
٠,٦٧٩	٠,١٨٩	١,١٢٩	١٨,٦٣٣	١,٢١١	١٨,٨٢٢	القدرات البدنية والفردية
٠,٨١٨	٠,٤١١-	٢,١٧٦	١٤,٢٣٣	٢,١٠٣	١٣,٨٢٢	العوامل الشخصية والسلوكية
٠,٠٩٨	٠,١٠٠-	٤,٦٧٢	١١,٦٣٣	٤,٠٧١	١١,٥٣٣	العوامل الإدارية
١,٩١٦	٠,٧٢٢	١,٤٤٠	١٥,١٦٧	١,٦٩٥	١٥,٨٨٩	العوامل الرياضية
٠,٠٥٣	٠,٠٧٨-	٥,٦٤٩	٧٧,٥٠٠	٦,٥١٠	٧٧,٤٢٢	الدرجة الكلية

\*قيمة "ت" الجدولية عند مستوي معنوية ٠,٠٥ = ١,٩٨٠

يتضح من الجدول رقم (٩)، انه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين عينة البحث (وفقاً لدرجة النادى) نحو العوامل المؤثرة على القيمة التسويقية للاعبى كرة القدم لأندية الدورى المصرى لكرة القدم، حيث ان قيم "ت" المحسوبة اقل من قيمتها الجدولية عند مستوي (٠,٠٥).

وهذه النتيجة توضح أن جميع العوامل محل الدراسة تؤثر على القيمة التسويقية للاعبين مع اختلاف الأندية التي يلعبون بها وكذلك مع اختلاف المسابقات أو الدوريات التي يلعبون بها سواء كانت فى الدورى الممتاز (دورى المحترفين) أو فى الدرجات الأقل. فيمكن تقييم اللاعب من خلال تقييم هذه العوامل والتي تشمل العوامل الفنية والمهارية للاعب

والقدرات البدنية والعوامل الشخصية والسلوكية وكذلك العوامل الادارية والرياضية، وذلك سواء كان هذا اللاعب فى الدورى الممتاز أو فى الدورى الأقل منه، ولكن المتغير الأساسي هنا هو القيمة التسويقية للاعب والناجحة عن هذا التقييم والتي ترتبط ارتباطا وثيقا بقوة الدورى أو المسابقة التي يلعب بها اللاعب، ويتفق ذلك مع نتائج دراسة (Nanak Prayoga، ٢٠٢٣) (١٢) فالمسابقات القوية غالبا ما يتواجد بها أفضل اللاعبين وبالتالي هم أصحاب أفضل قيم تسويقية.

### جدول (١٠)

دلالة الفروق الإحصائية بين عينة البحث وفقاً لصفة عينة البحث في العوامل المؤثرة على القيمة التسويقية للاعبى كرة القدم لأندية الدورى المصرى لكرة القدم (ن = ٧٥)

المتغيرات	مدرب الفريق		مدير التسويق		قيمة "ت"
	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	
العوامل الفنية والمهارية للاعب	١٦,٧٣٠	٢,١٣٠	١٨,٣٤٢	١,٥١٢	٣,٧٨٩*
القدرات البدنية والفردية	١٨,٥٤١	١,٢١٦	١٨,٩٤٧	١,١١٤	١,٥١٢
العوامل الشخصية والسلوكية	١٣,٢٤٣	١,٦٤٠	١٤,٧١١	٢,٣١٢	٣,١٦٢*
العوامل الإدارية	١٥,٢٤٣	٢,٥٩٧	٨,٠٠٠	١,٩١٧	١٣,٧٦٧*
العوامل الرياضية	١٥,٥٩٥	١,٨٦٣	١٥,٦٠٥	١,٣٨٦	٠,٠٢٨
الدرجة الكلية	٧٩,٣٥١	٦,٥٣٧	٧٥,٦٠٥	٥,١٧٠	٢,٧٥٦*

\*قيمة "ت" الجدولية عند مستوي معنوية ٠,٠٥ = ١,٩٨٠

يتضح من الجدول رقم (١٠) أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين عينة البحث وفقاً لصفة أفراد عينة البحث نحو العوامل المؤثرة على القيمة التسويقية للاعبى كرة القدم لأندية الدورى المصرى لكرة القدم بالنسبة لمحور (القدرات البدنية والفردية - العوامل الرياضية)، حيث ان قيم "ت" المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية عند مستوي (٠,٠٥). كما يشير الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين عينة البحث وفقاً لصفة أفراد عينة البحث (مدير تسويق، مدرب الفريق) نحو العوامل المؤثرة على القيمة التسويقية للاعبى كرة القدم لأندية الدورى المصرى لكرة القدم بالنسبة لمحاور (العوامل الفنية والمهارية للاعب - العوامل الشخصية والسلوكية - العوامل الإدارية)، حيث ان قيم "ت" المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوي (٠,٠٥).

يوضح الجدول وجود فروق ذات دلالة بين عينة البحث محل الدراسة (مديرى التسويق ومدربى الفرق) نحو محورى (العوامل الفنية والمهارية للاعب - العوامل الشخصية

والسلوكية) وذلك لصالح مدربى الفرق، وهو ما يوضح مدى اهتمام المدربين بالجانب الفنى والمهارى وكذلك شخصية وسلوكيات اللاعب وهو ما يحتاجه المدرب بشكل أكبر داخل الملعب سواء فى التدريب أو المباريات، كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة بين عينة البحث (مديرى التسويق ومدربى الفرق) نحو محور العوامل الإدارية وذلك لصالح مديرى التسويق، فهم يهتمون بالجانب الإدارى والتسويقي للفريق بشكل أكبر وذلك حسب طبيعة عملهم، لا يعنى هذا التفسير وجود انفصال بين ادارة الفريق والجانب الفنى أو التدريبي له، بل على العكس فالإدارة المثالية لفريق كرة القدم هى التى تبنى على التكامل بين الجانب الادارى والتسويقي مع الجانب الفنى أو التدريبي، ويعتبر ذلك هو النموذج المثالى للاستثمار فى اللاعبين.

ويتفق ذلك مع نتائج دراسة (Sancheez، ٢٠٢٢) (١٣). فتطوير اللاعبين ورفع مستواهم الفنى هى دور المدربين وبالتالي تزداد قيمتهم التسويقية، ثم يأتى دور المدير التسويقي الذى يهتم بالجانب الادارى والتخطيط لبناء الفريق وكيفية الاستثمار وزيادة الفرص لتحقيق المزيد من الأرباح والعوائد المالية.

#### الاستنتاجات:

- عدد التمريرات الحاسمة، ودقة التمرير والتسديد للاعب فى المباريات كانت أهم العوامل الفنية والمهارية تأثيراً على القيمة التسويقية للاعبى الدورى المصرى لكرة القدم.
- صغر عمر اللاعب وسرعته بالكرة أو بدونها كانت أبرز العوامل المرتبطة بالقدرات البدنية والفردية تأثيراً على القيمة التسويقية للاعبى الدورى المصرى لكرة القدم.
- امتلاك اللاعب للدوافع باستمرار نحو التحسن كانت أبرز العوامل الشخصية تأثيراً على القيمة التسويقية للاعبى الدورى المصرى لكرة القدم.
- المدة المتبقية فى عقد اللاعب، الظهور الإعلامى والقيمة الاعلانية للاعب وشهرته كانت أبرز العوامل الادارية تأثيراً على القيمة التسويقية للاعبى الدورى المصرى لكرة القدم.
- مشاركة اللاعب مع منتخب بلاده، وفوزه بالجوائز الفردية كانت أكثر العوامل الرياضية تأثيراً على القيمة التسويقية للاعبى الدورى المصرى لكرة القدم.
- يوجد فروق دالة احصائية بين عينة البحث نحو العوامل الإدارية المؤثرة على القيمة التسويقية للاعبى الدورى المصرى لكرة القدم حسب صفة المستجيبين من عينة البحث ولصالح مديرى التسويق.

- يوجد فروق دالة احصائية بين أفراد عينة البحث نحو العوامل الفنية والمهارية والعوامل الشخصية والسلوكية للاعب والتي تؤثر على القيمة التسويقية للاعبى الدورى المصرى لكرة القدم حسب صفة المستجيبين من عينة البحث لصالح المدربين.

#### التوصيات:

- على أندية الدورى المصرى لكرة القدم أن تقيم اللاعبين بشكل علمى وبناءً على معايير محددة حتى يمكن وضع قيمة تسويقية لهم بشكل عادل.
- على أندية كرة القدم المصرية الاستعانة بكشافين متخصصين فى اكتشاف اللاعبين الواعدين سواءً فى داخل مصر أو خارجها.
- على أندية كرة القدم المصرية الاهتمام بقطاعات الناشئين والتوسع فى أكاديميات كرة القدم كنوع من أنواع الاستثمار وفى نفس الوقت وسيلة لاكتشاف المواهب.
- على أندية كرة القدم المصرية المهمة بالاستثمار فى مجال لاعبي كرة القدم أن يستعينوا بفريق من المتخصصين (Scouting team) لتقديم البيانات والاحصائيات الخاصة باللاعبين الواعدين أو المتوقع أن يتعاقد معهم النادي.
- على الدراسات والأبحاث القادمة أن تهتم بدراسة العوامل المؤثرة على القيمة التسويقية للاعبى كرة القدم، من خلال التركيز على دراسة نوع محدد من العوامل المؤثرة والبحث به بشكل دقيق.
- يجب التوسع فى الأبحاث والدراسات المهمة بأفضل الطرق النماذج المستخدمة للتسويق والاستثمار فى لاعبي كرة القدم.

#### (( المراجع ))

- 1- Adam Metelski. (2021). Factors affecting the value of football players in the transfer market. Journal of Physical Education and Sport, 21(2), 1150-1155.
- 2- Ahmad Gorjipour, Vahid Shojaei & Mohamed Hamii. (2022). Factors Affecting The Valuation of Football Players in The Premier League of Iran. Sport physiology & Management investigation. 14 (4), 169-181.
- 3- Ante, L. [2019]: Determinants of Transfers Fees: Evidence from the Five Major European Football Leagues. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.18356.91526/1>.

- 4- **Bryson, A., Frick, B., & Simmons, R. (2013).** The returns to scarce talent: Footedness and player remuneration in European soccer. *Journal of Sports Economics*, 14(6), 606-628.
- 5- **Hajar Adiwiyana & Iman Harymawan. (2021).** Factors that Determine the Market Value of Professional Football Players in Indonesia. *Jurnal Dinamika Akuntansi*. 13, (1), 51-61.
- 6- **Klobucnik, M., Plesivcak, M. & Vrabel. M. (2019).** Football clubs' sports performance in the context of their market value and GDP in the European Union regions. *Socio-economic Series*, No. 45: 59-74.
- 7- **Kiefer, S. (2014).** The impact of the Euro 2012 on popularity and market value of football players. *International Journal of Sport Finance*, 9(2), 95-111.
- 8- **Maxence Franceschi, Jean-François Brocard, Florian Follert, Jean-Jacques Gouguet. (2023).** Determinants of football players' valuation: systematic review. *Journal of Economic Surveys*. 1-24.
- 9- **Mate Lorincz. (2022).** Estimating the Market Value of Attacking Football Players Using Multiple Linear Regression. Master dissertation, Portuguese Catholic University.
- 10- **Monteiro. R., Prates. R. & Frota. L. (2023).** The determinants of player transfers in Brazil: the role of expectations in the football market. *Applied Economics*, Vol. 55. No. 26, 2964-2977.
- 11- **Müller, O, Simons, A & Weinmann, M. (2017).** Beyond crowd judgments: Data-driven estimation of market value in

association football. European Journal of Operational Research, 263(2), 611-624.

- 12- Nanak Prayoga, Sudrajat & Rialdi Azhar. (2023).** The Influence of Performance on the Market Value of Professional Football Players at Football Clubs in Europe 2021/2022 Season. International Journal of Research Publication and Reviews. 4, (2). 169-176.
- 13- Sánchez, M.; Orgaz, B.; Ramirez-Campillo, R.; Nakamura, F.Y.; Luis-Pereira, J.M.; Carretero, G.; Sánchez-Sánchez, J. (2022).** Factors associated to the market value of professional soccer players. Cuadernos de Psicología del Deporte, 22(3), 140-150
- 14- Wie Zhou. (2019).** Which Factors Decide the Market Value of Soccer Players: An Empirical Evidence from European League. The First International Symposium on Economics, Management, and Sustainable Development (EMSD 2019).

**ثانياً : مواقع شبكة الانترنت:**

- 15- Transfermarkt, 2023:** <https://www.transfermarkt.com/spieler-statistik/wertvollstemanschaften/marktwertetop>