

دراسة العلاقة بين مستوى حضور مباريات دوري المحترفين السعودي لكرة القدم وبعض المتغيرات الديمغرافية للجماهير الرياضية

د / يوسف بن عطية الثبيتي

المقدمة ومشكلة البحث :

يعتبر الدوري السعودي لكرة القدم من أقوى المنافسات الرياضية في كرة القدم ليس على المستوى العربي فحسب بل على الصعيد الآسيوي أيضاً والمتابع للدوري السعودي لا بد وأن يلاحظ التطور الواضح في المجال التنظيمي فمُنذ إعلان بداية تطبيق نظام الاحتراف للاعبين المحليين في الملاعب السعودية في العام ١٩٩٢م ظهر إلى الساحة الرياضية العديد من اللجان المنبثقة عن الرئاسة العامة لرعاية الشباب والاتحاد السعودي لكرة القدم بغرض الإعداد والإشراف على تنفيذ اللوائح المنظمة لدوري كرة القدم في ثوبه الجديد، وحل الخلافات والنزاعات بين الأندية واللاعبين من جهة والأندية مع بعضها البعض من جهة أخرى ولعل المتابع للإعلام الرياضي السعودي يلاحظ أن القضايا التي تستولي على المساحة الأكبر هي تلك التي تتعلق بعقود اللاعبين (السعوديين أو غير السعوديين) وانتقالهم من نادي إلى آخر.

في الوقت ذاته، يصرح المسؤولون أن هناك أمور أهم لا بد من الالتفات لها والتركيز عليها في الفترة القادمة من قبل جميع المشاركين في صناعة رياضة كرة القدم السعودية (أعضاء مجلس إدارة اتحاد كرة القدم ، أعضاء اللجان المساعدة ، رؤساء وأعضاء الأندية المشاركة في الدوري، الأجهزة الإدارية والفنية للأندية ، الإعلام الرياضي ، الأكاديميين المتخصصين في المجال الرياضي ، ...) وتشمل تلك الأمور قضايا الخصخصة ، والاستثمار من خلال تحويل الأندية إلى كيانات تجارية ، وإيجاد

التي يسعى فيها اتحاد كرة القدم السعودي لاستيفاء شروط ومعايير الاتحاد الآسيوي لدوري المحترفين وقد بدأ الاتحاد السعودي لكرة القدم الموسم الرياضي الجديد للعام ٢٩-١٤٣٠هـ بتغيير مسمى الدوري إلى "دوري المحترفين السعودي لكرة القدم" وبدأت الأندية الرياضية في تقديم شعاراتها الجديدة للتوافق مع التوجه الحديث .

وتعتبر الرياضية والمصالح التجارية متلازمان والاحتراف كجزء أساسي من أجزاء الرياضة الحديثة، حيث يعتبر مصدراً من مصادر المتاجرة في الرياضة المتمثل في المتاجرة بالملاعب في العرض والطلب وتقديره مالياً وتسويقه إعلامياً وإعلانياً، كما يتضح في العائد الذي يدره الاحتراف على متاجرته من دخل الإعلانات والمباريات وتسويق أسماء اللاعبين المحترفين وأيضاً تسويق المباريات التي يشتركون فيها ، وهذا مما لا شك فيه يدر ربحاً مادياً على القائمين عليه (حماد، ٢٠٠٤م ، ص ١٢) .

ومن منطلق ما سبق يستدل إلى أن الرياضة في المملكة العربية السعودية مقبلة على مرحلة من التطور من ناحية التنظيم والإدارة وبالتالي النتائج ، بإذن الله، ومع تحول العمل في المجال الرياضي إلى الفكر التجاري فمما لا شك فيه أن التسويق الرياضي يعتبر من الركائز الأساسية لنجاح عملية الخصخصة والاستثمار في الأندية الرياضية فمن خلال عملية التسويق تستطيع المؤسسات الرياضية الوصول إلى المستفيدين الحقيقيين من أقصر الطرق وأقلها تكلفة ، وبالتالي معرفة احتياجاتهم ورغباتهم والعمل على توفير تلك الاحتياجات وتلبية تلك الرغبات بأقل تكلفة ممكنة مع زيادة حقيقية في نسبة الأرباح وحتى يستطيع العاملون في مجال التسويق الرياضي تحقيق تلك الأهداف لابد لهم من معرفة الفئة المستفيدة من المجتمع أو التي يمكن أن تستفيد وترغب في السلع والخدمات التي يقدمها أو تقدم من خلال المجال الرياضي عامة أو دوري المحترفين السعودي لكرة القدم خاصة (موضوع الدراسة) .

أهمية البحث :

يمكن توضيح أهمية البحث من الناحية العلمية كما يلي :

تتطلب عملية التسويق للمؤسسات الرياضية معلومات تبنى عليها خطط التسويق مثل المعلومات الديمغرافية للعملاء (العمر ، مستوى التعليم ، الحالة الوظيفية ، الحالة الاجتماعية ، مستوى الدخل) كأحد المؤثرات الهامة المحيطة بالبيئة التسويقية كغيرها من المؤثرات الاقتصادية والتكنولوجية والسياسية والثقافية والطبيعية. حيث توفر هذه الدراسة كما نظرياً من المعلومات والبيانات عن الفئة المستفيدة أو المستهدفة من المجتمع السعودي قد تستخدم كبداية لدراسات أخرى في مجال التسويق الرياضي الذي يعتبر من المصطلحات الحديثة في الساحة الرياضية السعودية .

أهداف البحث :

التعرف على العلاقة بين مستوى حضور مباريات دوري المحترفين السعودي لكرة القدم وبعض المتغيرات الديمغرافية للجماهير الرياضية.

تساؤلات البحث :

- هل هناك علاقة بين مستوى حضور المباريات ومتغير العمر؟
- هل هناك علاقة بين مستوى حضور المباريات ومتغير مستوى التعليم؟
- هل هناك علاقة بين مستوى حضور المباريات ومتغير الحالة الوظيفية؟
- هل هناك علاقة بين مستوى حضور المباريات ومتغير نوع الوظيفة؟
- هل هناك علاقة بين مستوى حضور المباريات ومتغير الحالة الاجتماعية؟

- هل هناك علاقة بين مستوى حضور المباريات ومتغير مستوى الدخل الشهري؟
- هل هناك علاقة بين مستوى حضور المباريات ومتغير مكان الإقامة؟
- هل هناك علاقة بين مستوى حضور المباريات ومتغير الجنسية؟

المصطلحات المستخدمة في البحث :

- اللاعب الهادئ :

نص قانون اللجنة الأولمبية الدولية في المادة رقم (٦) على ما يلي:
اللاعب الهادئ هو من يشترك في اللعبة لمجرد التسلية دون كسب مادي من أي نوع سواء كان مباشر أو غير مباشر (عبد المعز ١٩٩٦ ، ص١٩١).

- اللاعب المحترف في كرة القدم :

هو اللاعب الذي يتقاضى لقاء ممارسة كرة القدم مبالغ مالية كرواتب أو مكافآت بموجب عقد محدد المدة بينه وبين النادي ، وذلك بخلاف النفقات الفعلية المترتبة على مشاركته في اللعب كنفقات السفر والإقامة والإعاشة والتأمين وما شابه ذلك (خطاب، ١٩٩٨م، ص٣٠١).

الدراسات السابقة :

- دراسة خليفة ، والشرقاوي (٢٠٠٨) :

استهدفت هذه الدراسة بناء مقياس للمؤشرات السلوكية الدالة على التعصب الرياضي لدى بعض جمهور المشاهدين- التعرف على المحاور الأساسية لقياس المؤشرات السلوكية الدالة على التعصب الرياضي لدى بعض

جمهور المشاهدين- التعرف على الفروق في المؤشرات السلوكية الدالة على التعصب الرياضي لدى بعض جمهور المشاهدين وفق المتغيرات المختارة (نوع الجنس- العمر- نوع الرياضة) واستخدم الباحثان مقياس المؤشرات السلوكية الدالة على التعصب الرياضي لدى جمهور المشاهدين حيث تم تطبيقه على عدد من الطلاب بلغ قوامها ٣٢٠ طالب وطالبة وكانت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة عنه توجد فروق دالة إحصائياً بين البنين والبنات في المؤشرات العدائية ومؤشرات جمود الفكر والمؤشرات الجسمية والمقياس ككل لصالح البنين وذلك في المرحلتين العمريتين ١٧-١٩ ، ٢٠-٢٢ عام.

- دراسة الدليم (٢٠٠١ م) :

استهدفت هذه الدراسة الكشف عن طبيعة اتجاهات الشباب نحو نجوم الكرة وكذلك نوعية العلاقة بين متغيرات المرحلة التعليمية والتخصص الدراسي والتقدير الأكاديمي وتلك الاتجاهات ، حيث تم إجراء هذه الدراسة على عينة مكونة من (٦٤٥ طالباً) في المرحلة المتوسطة والثانوية والجامعة بمدينة الرياض وتم استخدام مقياس أعد لهذا الغرض بعد تطويره وكانت أهم النتائج أن اتجاهات الشباب بشكل عام نحو نجوم الكرة تتسم بالإيجابية ، كما كشفت الدراسة عن وجود فروق لها علاقة إحصائية في اتجاهات الشباب يمكن أن تعزى لاختلاف المرحلة التعليمية والتخصص الدراسي والتقدير الأكاديمي .

- دراسة عبد العاطي (٢٠٠٠ م)

استهدفت التعرف على أساليب تسويق البطولات الرياضية ووضع أساليب مقترحة لتسويق البطولات الرياضية واستخدم الباحث المنهج الوصفي وكانت عينة البحث تتكون من كوادر قيادية من أساتذة الكليات ورجال الأعمال وأصحاب المؤسسات الخاصة وكانت أدوات جمع البيانات المقابلة وتحليل الوثائق والسجلات وكانت أهم النتائج عدم توفر خبراء متخصصين في

مجال التسويق الرياضي، وعدم قدرة الهيئات الرياضية على الاعتماد على مواردها الذاتية الحالية وضعف تنمية تلك الموارد.

-دراسة مندور (١٩٩٧ م)

استهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أسلوب إدارة الصالات المغطاة ومحاولة وضع أسلوب مقترح لإدارة الصالات المغطاة في ظل الفكر الاقتصادي والاستثماري وعن طريق المنهج الوصفي والتحليل لكافة أنشطة المجمع وعن طريق المقابلة الشخصية وتحليل السجلات والوثائق توصل الباحث إلى أن مجمع الصالات ليست هيئة مستقلة ولكنها تابعة لهيئة إستاند القاهرة إدارياً ومالياً وبذلك فقدت حرية التطور والاستفادة الاستثمارية ، وقد توصل الباحث إلى وجود ضعف شديد في إيرادات مجمع الصالات بالمقارنة بإجمالي قيمة المصروفات الباهظة الخاصة بالصالات ، حيث وصل لدرجة أن إجمالي الإيرادات لا تقي بتغطية بند واحد من بنود المصروفات ، وأيضاً توصل الباحث إلى أنه لا يوجد استفادة أو استغلال جيد لإمكانيات الاستثمار الجيد للصالات ، وكذلك الاستفادة من إيجار الصالات للأندية والفرق القومية والهيئات المختلفة وإقامة البطولات المحلية والدولية بحيث تغطي القيمة الإيجارية للتكلفة الفعلية للتشغيل ، وأيضاً أوصى الباحث بطرح مجمع الصالات الرياضية المغطاة في مزيدة محلية وعالمية أمام الشركات والمؤسسات الرياضية المتخصصة في إدارة وتشغيل وتسويق واستثمار المنشآت والصالات الرياضية المغطاة على مستوى العالم، وذلك أسوة بما يتم على المستوى العالمي حيث تقوم تلك الشركات بتحديد عقود إيجار وحق الاستغلال لمدد تتراوح من عشرة إلى عشرين عام مع احتفاظ الدولة بالملكية.

٢/٤/٢ الدراسات الأجنبية :

-دراسة كل من جونسون وماكلين Jonson and

(Mclean,2004)(٢٠٠٤م)

بعنوان "تكنولوجيا تقويم أساليب التسويق" وقد استهدفت الدراسة التعرف على تكنولوجيا تقويم أساليب التسويق، استخدم الباحثان المنهج الوصفي، وكانت عينة البحث تتكون من الموردين للخدمات الترويحية ومن أدوات جمع البيانات الاستبيان، وكانت أهم النتائج أن هناك ثلاث مهمات للترويج الرياضي هي حماية المصدر وتزويد الخدمات الترويحية للمجموعات الاجتماعية المستهدفة وتحسين معيشة الفرد.

-دراسة: كينت Kennte وآخرون (٢٠٠٢م)

بعنوان: "صناعة الرياضة وأجزاء التسويق" وتبحث هذه الدراسة في التحدي الذي يواجه الرياضة في الوقت الحالي والذي سيواجههم في المستقبل في كيفية الحفاظ على الاهتمام بالرياضة والتعرف على مؤثرات وعوامل جذب المشاهدين للرياضة من خلال مقارنة عامل السن للجمهور - وكانت من أهم النتائج أن أفراد جيل ٣٢ سنة وأكثر يظهرون اهتمام قليل بالرياضة بصفة عامة ولها مؤثرات مختلفة تجذبها كحضور الأحداث الرياضية بصفة خاصة

- دراسة Li (٢٠٠٠م)

بدراسة بعنوان : دور التربية البدنية في صياغة الشكل العام للكليات والجامعات لتلبية احتياجاتها لنظام التسويق الاقتصادي" ، استهدفت الدراسة التعرف على دور التربية البدنية في صياغة الشكل العام للكليات والجامعات لتلبية احتياجاتها لنظام التسويق الاقتصادي، استخدم الباحث المنهج الوصفي، وكانت عينة البحث تتكون من طلاب الكليات والجامعات، ومن أدوات جمع البيانات الاستبيان، وتوصل البحث للنتائج التالية؛ أن تكون النظرة للتربية الرياضية لها نفس الخصوصية ومثل الأنشطة المختلفة، تحليل المؤثرات الإيجابية والسلبية لاقتصاديات التسويق للتربية الرياضية في الكليات والجامعات.

-دراسة يانكس Yiannakis (٢٠٠٠م)

بدراسة بعنوان: "مشكلات الرياضة الاجتماعية والتسويق الرياضي وأبحاث التسويق"، وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على المشاكل التي تواجه التسويق الرياضي وأبحاث التسويق ودور الأخصائي الاجتماعي الرياضي في التسويق وذلك من خلال (٨) خطوات تختص بالتسويق الرياضي وهي تعريف ملامح الإنتاج، تحديد هدف التسويق الرياضي، وضع الإستراتيجيات، وتحليل بيئة التسوق، تحليل الفوائد المختلفة، تطوير استراتيجيات التسويق والمبيعات، وتوجيه بيئة التسويق، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي، والاستبيان لجمع البيانات، وكان من أهم النتائج أن الأخصائيين الرياضيين الاجتماعيين يمكن أن يساعدوا في كل مستوى كما أنهم يستطيعون أن يساهموا في الارتقاء بالتسويق الرياضي.

-دراسة كلا من (Bitts and Stolor) (٢٠٠٠م)

بدراسة بعنوان "أساسيات التسويق الرياضي" وقد هدفت الدراسة إلى معرفة الأساسيات التي تقوم عليها عملية التسويق الرياضي وهي معرفة التطور التاريخي للتسويق الرياضي والتأكيد على أن الرياضة أصبحت صناعة قوية وليست مجرد نشاط يقوم به الفرد في أي وقت وفي أي صورة يريده، ولكنها صناعة تقوم على ركائز اقتصادية قوية ومن هذا يجب معرفة النظام العالمي لصناعة الرياضة أو دراسة تجارب الدول المتقدمة في الرياضة كصناعة.

- يجب أن تتم عملية التسويق من خلال أنظمة المعلومات والتي تزيد من دقة اختيار الأساليب التسويقية المناسبة للمنتج المراد تسويقه.
- يجب أن تتميز عملية التسويق الرياضي بالشمول سواء كانت أنشطة ترويجية أو أنشطة تنافسية ويجب استغلال المناسبات الرياضية والتي تتميز بالإقبال الجماهيري لإبراز السلعة أو النشاط المراد تسويقه.
- التأكيد على أن صناعة الرياضة والتسويق الرياضي وجهان لعملة واحدة وأن كل وجه لا يظهر ولا يتحقق إلا إذا كان مبنياً على الآخر.

إجراءات البحث :

منهج البحث :

استخدم الباحث المنهج الوصفي مختصاً منها الدراسات المسحية باعتباره من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية وملاءمته لموضوع البحث.

مجتمع البحث :

تم اختيار مجتمع البحث من مشجعي كرة القدم (السعوديين وغير السعوديين)

عينة البحث:

قام الباحث بتحديد البيانات والمعلومات التي يريد الحصول عليها، ثم تحديد الصيغة التي يمكن الاستفادة منها واختيارها بالطريقة العشوائية من مشجعي كرة القدم الذين حضروا مباراة الدور الثاني لدوري المحترفين السعودي للعام ١٤٣٠ - ١٤٣١ هـ بين فريقي الوحدة من مكة والاتحاد من جدة وذلك في إستاد مدينة الملك عبد العزيز الرياضية بمكة المكرمة حيث بلغت عينة الدراسة ٤٤٩٢ فرد من مجموع الحضور والمقدر بـ ١٠ آلاف مشجع.

أدوات جمع البيانات

اعتمد الباحث في حصوله على البيانات المطلوبة من خلال تصميم الاستبيان من صفحة واحدة لجمع البيانات التالية : العمر، المستوى التعليمي، الحالة الوظيفية، نوع الوظيفة، الحالة الاجتماعية، مستوى الدخل، الجنسية، مكان الإقامة، وفي نهاية الاستبيان أضيف سؤال للمشارك عن مستوى حضوره للمباريات وتدرج اختيارات الإجابة الأربعة من دائماً، غالباً ، أحياناً ، نادراً

حيث شارك في جمع البيانات مجموعة من طلاب قسم التربية البدنية بجامعة أم القرى، بعد أن تم دعوتهم للمشاركة في الدراسة وتدريبهم تم توزيعهم على بوابات الملعب لمقابلة الجماهير عند دخولهم إلى الملعب. مع توضيح أهداف الدراسة علماً بأن صفحة الغلاف للاستبيان تقدم للمشاركين شرحاً موجزاً لأهداف الدراسة وطريقة التعامل مع البيانات المطلوبة.

المعالجات الإحصائية:

استخدم الباحث المعالجات الإحصائية الملائمة لطبيعة بيانات البحث وذلك من خلال البرنامج الإحصائي SPSS حيث تم الاعتماد على التكرار والنسب المئوية وحساب اختبار كا^٢ للتوزيع التكراري الاعتدالي، وكذلك حساب العلاقة بين المتغير الأخير "مستوى حضور المباريات" وباقي المتغيرات الأخرى قيد البحث وذلك باستخدام اختبار كا^٢ وتحويلها إلى اختبار فاي لحساب العلاقة بين المتغيرات.

وللتعرف على أي الاستجابات الأكثر شيوعاً في عبارات الاستبيان، قام الباحث باستخدام التكرار والنسب المئوية للجداول التكرارية المزدوجة بين أسئلة (عبارات) الاستمارة ومستوى حضور المباريات، حيث استخدم الباحث كلاً من كا^٢ ومعامل فاي وذلك لحساب العلاقة بين الاستجابات الوصفية لعبارات الاستبيان نسبة الحضور وهذا ما يوضحه الجداول التالية.

عرض النتائج :

جدول (١)

جدول كا^٢ بالنسبة لكل متغير من المتغيرات

تم حساب قيم كا^٢ على أساس درجات الخام بكل متغير من المتغيرات ولم يربطها بالمتغير ذو العلاقة (حضور المباريات).

المتغيرات	كا ^٢	درجة الحرية	الدالة
-----------	-----------------	-------------	--------

٠.٠١	٨	٣٩٦٩.٨٥	العمر
٠.٠١	٤	٢١٧٢.٧٨	مستوى التعليم
٠.٠١	٢	١٨٧٢.٨٣	الحالة الوظيفية
٠.٠١	١	١٢٣٥.٦٩	الحالة الاجتماعية
٠.٠١	٩	١٦٠٢٢.٢٨	مستوى الدخل الشهري
٠.٠١	٢	٤٧٧٢.٦٨	مكان الإقامة
٠.٠١	١	١٨٧٤.٨	الجنسية
٠.٠١	٣	٩٠٩.٩٢	مستوى حضور المباريات

يتضح من الجدول السابق أن جميع قيم ك^٢ دالة إحصائياً لكل متغير من المتغيرات الديموجرافية قيد الدراسة، حيث أنها جميعاً دالة معنوياً عند مستوى ٠.٠١ مما يدل على وجود علاقة ارتباط بينهم.

جدول (٢)
العلاقة بين التكرار و النسب المئوية لفئات العمر في علاقتها بمستوى حضور المباريات

المجموع الكلي لكل خلية	فئات متعير (العمر)									التكرارات والنسبة المئوية للحضور	تصنيف مستوى الحضور
	اكثر من ٥٠	٥٠-٤٦	٤٥-٤٠	٣٦-٤٠	٣١-٣٥	٢٦-٣٠	٢١-٢٥	١٦-٢٠	اقل من ١٦ سنة		
١٩٦٨	٣٧	٤٦	٦٣	٧٧	١١٣	١٨٩	٣٦٧	٧٠٣	٣٧٣	التكرار	[] [] [] [] [] [] [] [] [] []
١٠٠%	١.٩	٢.٣	٣.٢	٣.٩	٥.٧	٩.٦	١٨.٦	٣٥.٧	١٩%	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
٤٣.٨%	٨	١٠	١٤	١٧	٢٥	٤٢	٨٢	١٥٧	٨٣	المجموع	[] [] [] [] [] [] [] [] [] []
٦٣٥	٧	١١	٣٠	٥٢	٤٠	٨٠	١٣٦	١٩٥	٨٣	التكرار	
١٠٠%	١.١	١.٧	٤.٧	٨.٣	٦.٣	١٢.٦	٢١.٤	٣٠.٧	١٣.١%	النسبة المئوية لمستوى الحضور	[] [] [] [] [] [] [] [] [] []
١٤.١%	٢	٢	٧	١٢	٩	١٨	٣	٤.٣	١.٨%	المجموع	[] [] [] [] [] [] [] [] [] []
٩٩٩%	١٧	٢٠	٢٨	٤١	٥٣	١٢٠	١٩٥	٣٥٢	١٧٢	التكرار	
١٠٠%	١.٧	٢.٠	٢.٨	٤.١	٥.٣	١٢	١٩.٥	٣٥.٢	١٧.٣%	النسبة المئوية لمستوى الحضور	[] [] [] [] [] [] [] [] [] []
٢٢.٢%	٤	٤	٦	٩	١٢	٢٧	٤٣	٧.٨	٣.٩%	المجموع	[] [] [] [] [] [] [] [] [] []
٨٩٠	١١	١٦	٣٠	٣٥	٤٣	٨١	١٩٣	٣٠٦	١٧٥	التكرار	
١٠٠%	١.٢	١.٨	٣.٤	٣.٩	٤.٨	٩.١	٢١.٧	٣٤.٤	١٩.٧%	النسبة المئوية لمستوى الحضور	[] [] [] [] [] [] [] [] [] []
١٩.٨%	٢	٤	٧	٨	١٠	١٨	٤٣	٦.٨	٣.٩%	المجموع	[] [] [] [] [] [] [] [] [] []
٤٤٩٢	٧٢	٩٣	١٥١	٢٠٦	٢٤٩	٤٧٠	٨٩١	١٥٥٦	٨٠٤	التكرار	
١٠٠%	١.٦	٢.١	٣.٤	٤.٦	٥.٥	١٠.٥	١٩.٨	٣٤.٦	١٧.٩%	النسبة المئوية لمستوى الحضور	المجموع الكلي
١٠٠%	١.٦	٢.١	٣.٤	٤.٦	٥.٥	١٠.٥	١٩.٨	٣٤.٦	١٧.٩%	المجموع	

يتضح من الجدول السابق أن أكثر الفئات العمرية حضوراً للمباريات تقع في الفئة العمرية من (١٦-٢٠ سنة) بنسبة ٣٤.٦% يليها الفئة العمرية من الفئة العمرية من (٢١-٢٥ عام) بنسبة ١٩.٨% يليها الفئة العمرية أقل من (١٦ سنة) بنسبة ١٧.٩% ، أما الفئات العمرية الأخرى كانت نسبة الحضور قليلة إلى حد ما.

جدول (٣)
العلاقة بين التكرار والنسب المئوية لفئات (مستوى التعليم في علاقتها بمستوى حضور المباريات)

المجموع الكلي لكل خلية	فئات متغير ()					التكرارات والنسبة المئوية للحضور	تصنيف مستوى الحضور
	عالي	جامعي	ثانوي	متوسط	ابتدائي		
١٩٦٨	٤٥	٣٣٢	٨٧٣	٥١٠	٢٠٨	التكرار	ع () ب () ج ()
%١٠٠	٢.٣	١٦.٩	٤٤.٤	٢٥.٩	%١٠.٦	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%٤٣.٨	١.٠	٧.٤	١٩.٤	١١.٤	%٤.٦	المجموع	
٦٣٥	١٧	١٦٨	٢٦٩	١٣١	٥٠	التكرار	ب () ج () > د ()
%١٠٠	٢.٧	٢٦.٥	٤٢.٤	٢٠.٦	%٧.٩	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%١٤.١	٤	٣.٧	٦.٠	٢.٩	%١.١	المجموع	
%٩٩٩	٣٠	٢٣٦	٤٣٦	٢٠٦	٩١	التكرار	ب () ج () = د ()
%١٠٠	٣.٠	٢٣.٦	٤٣.٦	٢٠.٦	%٩.١	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%٢٢.٢	٧	٥.٣	٩.٧	٤.٦	%٢.٠	المجموع	
٨٩٠	١٣	٢١٩	٣٦١	٢٠٨	٨٩	التكرار	ب () ج () = د ()
%١٠٠	١.٥	٢٤.٦	٤٠.٦	٢٣.٤	%١٠.٠	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%١٩.٨	٣	٤.٩	٨	٤.٦	%٢.٠	المجموع	
٤٤٩٢	١٠٥	٩٥٥	١٩٣٩	١٠٥٥	٤٣٨	التكرار	المجموع الكلي
%١٠٠	٢.٣	٢١.٣	٤٣.٢	٢٣.٥	%٩.٨	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%١٠٠	٢.٣	٢١.٣	٤٣.٢	٢٣.٥	%٩.٨	المجموع	

يتضح من الجدول السابق أن أعلى تكرار حضوراً للمباريات تقع في فئة مستوى التعليم (الثانوي) بنسبة ٤٣.٢% يليها فئة مستوى التعليم والمتوسط، بنسبة ٢٣.٥%، بينما جاءت فئة مستوى التعليم (أعلى من الجامعي) أقل فئة حضوراً للمباراة حيث جاءت بنسبة ٢.٣%.

جدول (٤)
العلاقة بين التكرار والنسب المئوية لفئات (الحالة الوظيفية في علاقتها بمستوى حضور المباريات)

المجموع الكلي لكل خلية	فئات متغير (الحالة الوظيفية)			التكرارات والنسبة المئوية للحضور	تصنيف مستوى الحضور
	متسبب	موظف	طالب		
١٩٦٨	٢٢٤	٥٠٧	١٢٣٧	التكرار	أ (١) (٢) (٣) مباريات
%١٠٠	١١.٤	٢٥.٨	%٦٢.٩	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%٤٣.٨	٥.٠	١١.٣	%٢٧.٥	المجموع	
٦٣٥	٧١	٢٢٦	٣٣٨	التكرار	ب (١) (٢) (٣) مباريات
%١٠٠	١١.٢	٣٥.٦	٥٣.٢	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%١٤.١	١.٦	٥.٠	%٧.٥	المجموع	
%٩٩٩	١١٤	٢٥٢	٦٣٣	التكرار	ج (١) (٢) (٣) مباريات
%١٠٠	١١.٤	٢٥.٢	%٦٣.٤	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%٢٢.٢	٢.٥	٥.٦	%١٤.١	المجموع	
٨٩٠	٨٤	٢١١	٥٩٥	التكرار	د (١) (٢) (٣) مباريات
%١٠٠	٩.٤	٢٣.٧	%٦٦.٩	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%١٩.٨	١.٩	٤.٧	١٣.٢	المجموع	
٤٤٩٢	٤٩٣	١١٩٦	٢٨٠٠	التكرار	المجموع الكلي
%١٠٠	١١.٠	٢٦.٦	٦٢.٤	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%١٠٠	١١.٠	٢٦.٦	%٦٢.٤	المجموع	

يتضح من الجدول السابق أن أعلى تكرار حضوراً للمباريات هم فئة الحالة الوظيفية (الطالب) حيث بلغت نسبة الحضور لهذه الفئة ٦٢.٤%، بينما فئة الحالة الوظيفية (متسبب) أقل بنسبة ١١.٠%.

جدول (٥)
العلاقة بين التكرار والنسب المئوية لفئات (نوع الوظيفة) في علاقتها بمستوى حضور المباريات

المجموع الكلي لكل خلية	فئات متغير (نوع الوظيفة)					التكرارات والنسبة المئوية للحضور	تصنيف مستوى الحضور
	٥	٤	٣	٢	١		
١٩٦٨	١٠١٢	٣٩١	١٧٥	٢٠٠	١٩٠	التكرار	أ (أ) (ب) (ج) (د) (هـ) (هـ)
%١٠٠	٥١.٤	١٩.٩	٨.٩	١٠.٢	%٩.٧	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%٤٣.٨	٢٢.٥	٨.٧	٣.٩	٤.٥	%٤.٢	المجموع	ب (أ) (ب) (ج) (د) (هـ) (هـ)
٦٣٥	٢٧٧	١٣٣	١٠٥	٦٢	٥٨	التكرار	
%١٠٠	٤٣.٦	٢٠.٩	١٦.٥	٩.٨	%٩.١	النسبة المئوية لمستوى الحضور	ج (أ) (ب) (ج) (د) (هـ) (هـ)
%١٤.١	٦.٢	٣.٠	٢.٣	١.٤	%١.٣	المجموع	
%٩٩.٩	٥٤٢	١٩٢	١٢٣	٧٥	٦٧	التكرار	د (أ) (ب) (ج) (د) (هـ) (هـ)
%١٠٠	٥٤.٣	١٩.٢	١٢.٣	٧.٥	%٦.٧	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%٢٢.٢	١٢.١	٤.٣	٢.٧	١.٧	١.٥	المجموع	هـ (أ) (ب) (ج) (د) (هـ) (هـ)
٨٩٠	٥٠.٨	١٥١	١٠.٦	٥٩	٦٦	التكرار	
%١٠٠	٥٧.١	١٧.٠	١١.٩	٦.٦	%٧.٤	النسبة المئوية لمستوى الحضور	هـ (أ) (ب) (ج) (د) (هـ) (هـ)
%١٩.٨	١١.٣	٣.٤	٢.٤	١.٣	%١.٥	المجموع	
٤٤٩٢	٢٣٣٩	٨٦٧	٥٠٩	٣٩٦	٣٨١	التكرار	المجموع الكلي
%١٠٠	٥٢.١	١٩.٣	١١.٣	٨.٨	%٨.٥	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%١٠٠	٥٢.١	١٩.١	١١.٣	٨.٨	%٨.٥	المجموع	

يتضح من الجدول السابق أن أعلى نسبة حضوراً في المباريات هم فئة (بدون عمل) حيث بلغت نسبتهم ٥٢.١%، بينما جاءت فئة (عسكري) في المركز الثاني بنسبة ١٩.٣%.

جدول (٦)

العلاقة بين التكرار والنسب المئوية لفئات (الحالة الاجتماعية) في علاقتها بمستوى حضور المباريات

المجموع الكلي لكل خلية	فئات متغير (الحالة الاجتماعية)		التكرارات والنسبة المئوية للحضور	تصنيف مستوى الحضور
	متزوج	اعزب		
١٩٦٨	٤٦٤	١٥٠٤	التكرار	[١] (٤) (٣) (٢) (١) فقط
%١٠٠	٢٣.٦	%٧٦.٤	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%٤٣.٨	١٠.٣	%٣٣.٥	المجموع	
٦٣٥	١٨٨	٤٤٧	التكرار	[٢] (١) (٢) (٣) (٤) (٥) مباريات
%١٠٠	٢٩.٦	%٧٠.٤	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%١٤.١	٤.٢	%١٠.٠	المجموع	
%٩٩٩	٢٢٥	٧٧٤	التكرار	[٣] (١) (٢) (٣) (٤) (٥) مباريات
%١٠٠	٢٢.٥	%٧٧.٥	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%٢٢.٢	٥.٠	%١٧.٢	المجموع	
٨٩٠	١٩١	٦٩٩	التكرار	[٤] (١) (٢) (٣) (٤) (٥) مباريات
%١٠٠	٢١.٥	%٧٨.٥	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%١٩.٨	٤.٣	%١٥.٦	المجموع	
٤٤٩٢	١٠٦٨	٣٤٢٤	التكرار	المجموع الكلي
%١٠٠	٢٣.٨	%٧٦.٢	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%١٠٠	٢٣.٨	%٧٦.٢	المجموع	

يوضح الجدول السابق أن أعلى نسبة لحضور المباريات هم فئة (الأعزب) بنسبة ٧٦.٢% بينما المتزوجون يمثلون ٢٣.٨% فقط.

جدول (٧)
العلاقة بين التكرار والنسب المئوية لفئات (مستوى الدخل) في علاقتها بمستوى حضور المباريات

المجموع الكلي لكل فئة	فئات متغير (مستوى الدخل)										التكرارات والنسبة المئوية للحضور	تصنيف مستوى الحضور
	١٠	٩	٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١		
١٩٦٨	٥٠	٥٧	٤٠	٤٤	٤٦	٨١	٧٥	٥١	١٦٥	١٣٥٩	التكرار	١ ٢ ٣ ٤ ٥ ٦ ٧ ٨ ٩ ١٠
%١٠٠	٢.٥	٢.٩	٢.٠	٢.٢	٢.٣	٤.١	٣.٨	٢.٦	٨.٤	%٦٩.١	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%٤٣.٨	١.١	١.٣	٩	١.٠	١.٠	١.٨	١.٧	١.١	٣.٧	%٣٠.٣	المجموع	١ ٢ ٣ ٤ ٥ ٦ ٧ ٨ ٩ ١٠
٦٣٥	٢٣	٤١	١٤	٢٦	٢٤	٥١	٣٥	٢٣	٥٢.٢	٣٤٦	التكرار	
%١٠٠	٣.٦	٦.٥	٢.٢	٤.١	٣.٨	٨.٠	٥.٥	٣.٦	٨.٢	%٥٤.٥	النسبة المئوية لمستوى الحضور	١ ٢ ٣ ٤ ٥ ٦ ٧ ٨ ٩ ١٠
%١٤.١	٥.٠	٩	٣	٦	٥	١.١	٨	٥	١.٢	%٧.٧	المجموع	
%٩٩٩	٢٥	٢٢	٢٠	٢٧	٣٩	٦٩	٢٦	٢٢	٨٧	٦٦٢	التكرار	١ ٢ ٣ ٤ ٥ ٦ ٧ ٨ ٩ ١٠
%١٠٠	٢.٥	٢.٢	٢.٠	٢.٧	٣.٩	٦.٩	٢.٦	٢.٢	٨.٧	١٦٦.٣	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%٢٢.٢	٦.١	٥	٤	٦	٩	١.٥	٦.٠	٥	١.٩	%١٤.٧	المجموع	١ ٢ ٣ ٤ ٥ ٦ ٧ ٨ ٩ ١٠
٨٩٠	٢٥	١٥	٢٠	٢٦	١٧	٣٩	٤١	١٩	٧٢	٦١٦	التكرار	
%١٠٠	٢.٨	١.٧	٢.٢	٢.٩	١.٩	٤.٤	٤.٦	٢.١	٨.١	%٦٩.٢	النسبة المئوية لمستوى الحضور	١ ٢ ٣ ٤ ٥ ٦ ٧ ٨ ٩ ١٠
%١٩.٨	٦	٣	٤	٦	٤	٩	٩	٤	١.٦	%١٣.٧	المجموع	
٤٤٩٢	١٢٣	١٣٥	٩٤	١٢٣	١٢٦	٢٤٠	١٧٧	١١٥	٣٧٦	٢٩٨٣	التكرار	المجموع الكلي
%١٠٠	٢.٧	٣	٢.١	٢.٧	٢.٨	٥.٣	٣.٩	٢.٦	٨.٤	%٦٦.٤	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%١٠٠	٢.٧	٣	٢.١	٢.٧	٢.٨	٥.٣	٣.٩	٢.٦	%٨.٤	%٦٦.٤	المجموع	

يتضح من الجدول السابق أن فئة مستوى الدخل (أقل من ٢٠٠٠ ريال) هم أعلى فئة حضوراً للمباريات حيث بلغت نسبة الحضور ٦٦.٤% بينما جاءت فئة مستوى الدخل من (٢٠٠٠-٣٠٠٠ ريال) في الترتيب التالي حيث بلغت تكرار الحضور ٣٧٦ بنسبة ٨.٧٤%، أما ما من الفئات كانت نسبة الحضور قليلة إلى حد ما.

جدول (٨)
العلاقة بين التكرار والنسب المئوية لفئات (نوع التذكرة) في علاقتها لمستوى حضور المباريات

المجموع الكلي لكل خلية	فئات متغير نوع التذكرة			التكرارات والنسبة المئوية للحضور	تصنيف مستوى الحضور
	٣	٢	١		
١٩٦٨	١٢٥٥	٤١٦	٢٩٧	التكرار	أ (١) (٤) (٣) (٢) (١) (٠)
%١٠٠	٦٣.٨	٢١.١	%١٥.١	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%٤٣.٨	٢٧.٩	٩.٣	%٦.٦	المجموع	
٦٣٥	٤١٩	١٣٠	٨٦	التكرار	ب (١) (٢) (٣) (٤) (٥) (٦) (٧) (٨) (٩) (١٠)
%١٠٠	٦٦.٠	٢٠.٥	%١٣.٥	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%١٤.١	٩.٣	٢.٩	%١.٩	المجموع	
%٩٩٩	٦٨٦	٢٠.٥	١٠.٨	التكرار	ج (١) (٢) (٣) (٤) (٥) (٦) (٧) (٨) (٩) (١٠)
%١٠٠	٦٨.٧	٢٠.٥	%١٠.٨	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%٢٢.٢	١٥.٣	٤.٦	%٢.٤	المجموع	
٨٩٠	٦٣٩	١٣٧	١١٤	التكرار	د (١) (٢) (٣) (٤) (٥) (٦) (٧) (٨) (٩) (١٠)
%١٠٠	٧١.٨	١٥.٤	%١٢.٨	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%١٩.٨	١٤.٢	٣.٠	%٢.٥	المجموع	
٤٤٩٢	٢٩٩٩	٨٨٨	٦٠٥	التكرار	المجموع الكلي
%١٠٠	٦٦.٨	١٩.٨	%١٣.٥	المجموع	

يتضح من الجدول السابق أن نوع التذكرة فئة (أولى) تحتل الترتيب الأول بنسبة ٦٦.٨%، بينما فئة التذكرة (منصة) أقل الفئات وبنسبة ١٣.٥% من عينة البحث.

جدول (٩)

العلاقة بين التكرار والنسب المئوية لفئات (مكان الإقامة) في علاقتها بمستوى حضور المباريات

المجموع الكلي لكل خلية	فئات متغير (مكان الإقامة)			التكرارات والنسبة المئوية للحضور	تصنيف مستوى الحضور
	غير ذلك	جدة	مكة		
١٩٦٨	١١٥	١٥٨	١٦٩٥	التكرار	إقامة (١) إقامة (٢) إقامة (٣)
%١٠٠	٥.٨	٨.٠	%٨٦.١	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%٤٣.٨	٢.٦	٣.٥	%٣٧.٧	المجموع	
٦٣٥	٨٥	٧٢	٤٧٨	التكرار	إقامة (١) إقامة (٢) إقامة (٣)
%١٠٠	١٣.٤	١١.٣	%٧٥.٣	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%١٤.١	١.٩	١.٦	%١٠.٦	المجموع	
%٩٩٩	١.٦	١.٢	٧٩١	التكرار	إقامة (١) إقامة (٢) إقامة (٣)
%١٠٠	١٠.٦	١٠.٢	%٧٩.٢	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%٢٢.٢	٢.٤	٢.٣	%١٧.٦	المجموع	
٨٩٠	١١١	٦٣	٧١٦	التكرار	إقامة (١) إقامة (٢) إقامة (٣)
%١٠٠	١٢.٥	٧.١	%٨٠.٤	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%١٩.٨	٢.٥	١.٤	%١٥.٩	المجموع	
٤٤٩٢	٤١٧	٣٩٥	٣٦٨٠	التكرار	المجموع الكلي
%١٠٠	٩.٣	٨.٨	%٨١.٩	النسبة المئوية لمستوى الحضور	
%١٠٠	٩.٣	٨.٨	٨١.٩	المجموع	

يتضح من الجدول السابق أن أعلى نسبة حضوراً للمباريات كانت فئة مكان الإقامة (مكة المكرمة) بنسبة ٨١.٩%، بينما جاءت فئة (جدة) في الترتيب الأخير بنسبة ٨.٨%.

جدول (١١)

معامل (كا^٢) العلاقة بين مستوى مرات حضور المباريات ومتغيرات الدراسة

المتغيرات الديموجرافية	كا ^٢	درجة الحرية	الدلالة
- العمر	٥٩.٩٣	٢٤	٠.٠١
- مستوى التعليم	٥٥.٣٤	١٢	٠.٠١
- الحالة الوظيفية	٣	٦	٠.٠١
- الحالة الاجتماعية	١٥.٤٥	٣	٠.٠١
- الحالة مستوى الدخل الشهري	١٠٢.٥٥	٢٧	٠.٠١
- مكان الإقامة	٦٨.٣١	٦	٠.٠١
- مستوى حضور المباريات	١٢.٣١	٣	٠.٠١

يتضح من الجدول السابق أن قيمة كا^٢ للمتغيرات الديموجرافية قيد الدراسة بالنسبة لمستوى حضور المباريات نجد أنها جميعاً دالة معنوياً عند مستوى ٠.٠١ وهذا يعتبر مؤشر على أن هناك علاقة ارتباط بين هذه المتغيرات ومستوى حضور المباريات وللتأكد من هذا الاستنتاج قام الباحث بحساب معامل فأي الذي يوضح العلاقة بين المتغيرات الديموجرافية قيد الدراسة ومتغير حضور المباريات والذي يوضحه الجدول التالي.

جدول (١٢)

معامل (فاي) العلاقة بين مستوى حضور المباريات ومتغيرات الدراسة.

المتغيرات الديموجرافية	كا ^٢	درجة الحرية	الدلالة
- العمر	٥٩.٩٣	٢٤	٠.٠١
- مستوى التعليم	٥٥.٣٤	١٢	٠.٠١
- الحالة الوظيفية	٣	٦	٠.٠١
- الحالة الاجتماعية	١٥.٤٥	٣	٠.٠١
- الحالة مستوى الدخل الشهري	١٠٢.٥٥	٢٧	٠.٠١
- مكان الإقامة	٦٨.٣١	٦	٠.٠١
- مستوى حضور المباريات	١٢.٣١	٣	٠.٠١

* دالة عند مستوى ٠.٠٠١.

يوضح الجدول السابق أن جميع قيم (فاي) دالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٠١، مما يدل على وجود علاقة بين المتغيرات الديموجرافية قيد الدراسة ومتغير مستوى حضور المباريات، وهذا يدل على حالة الاستنتاج الذي توصل إليه الباحث من خلال التعليق السابق الذي يوضح فيه كا^٢.

٢/٤ - مناقشة النتائج :

يمكن تفسير ذلك بالتالي :

أولاً: العلاقة بين مستوى حضور المباريات ومتغير " العمر".

- يوضح الجدول (٢) أن أكثر الفئات العمرية حضوراً للمباراة تقع في الفئة العمرية من (١٦- ٢٠ سنة) بنسبة ٣٤.٦% وقد يرجع الباحث ذلك إلى أن هذه الفئة من أنشط فترات العمر ويتم فيها تكوين الاتجاهات، ومنها

الاتجاه نحو مشاهدة المباريات، باعتبار أن المباريات من أهم الأنشطة الرياضية التي يمارسها الفرد في هذه الفئة العمرية وهذا يتفق مع دراسة كلا من خليفة، والشرقاوي (٢٠٠٨م) وسميث **Smith** (١٩٧٦) ، اوين ولاشوك Ewen & Lashwl (١٩٨٩) التي كشفت عن وجود توجهات إيجابية ودافعية للشباب التي يتراوح أعمارهم ما بين (١٥ - ٢٢ عام) نحو الأنشطة الرياضية والترفيهية .

ثانياً: العلاقة بين مستوى حضور المباريات و"مستوى التعليم"

- يوضح الجدول (٢) أن أعلى تكرار حضوراً للمباريات تقع في فئة مستوى التعليم الثانوي بنسبة ٣٤.٢% وقد ترجع هذه العلاقة إلى أن مستوى التعليم يؤثر في تكوين الاتجاهات، ومنها الاتجاه نحو مشاهدة المباريات الرياضية وبصفة خاصة في مستوى التعليم الثانوي، حيث أن هذه الفئة العمرية كما ذكرنا في المتغير السابق في المرحلة السنية من (١٦-٢٠ سنة) وهذا يتفق مع نتائج دراسة كلاريتشكي (Rytchtecly, 1994) ، لوكهارت (Huchhart, 1971) ، دراسة طلبه (١٩٩٤م) ودراسة دياب (١٩٩٢م) التي أظهرت وجود اتجاهات إيجابية نحو المناشط الرياضية والبدنية لطلاب المراحل التعليمية المختلفة وهذا يدل على أن هناك اتساق بين نتائج البحث.

ثالثاً: العلاقة بين مستوى حضور المباريات و"الحالة الوظيفية"

- يوضح الجدول (٤) أن أعلى تكرار حضوراً للمباريات من فئة الحالة الوظيفية هم من فئة الطلاب حيث بلغت نسبة حضور هذه الفئة ٦٢.٤% وقد ترجع هذه العلاقة إلى أن الحالة الوظيفية لها تأثير على الحضور لمشاهدة المباريات، ففي هذه الفترة تقل مسؤوليات الطالب ويكثر لديه وقت الفراغ وتقل مسؤولياته الاجتماعية ويتفق هذا مع نتائج دراسة السيسي ٢٠٠٨م والتي أشارت إلى أن طلاب المدارس والجامعات تمارس الأنشطة الترويحية بصورة أكثر للترويح الرياضي مثل حضور المباريات الرياضية.

رابعاً: العلاقة بين مستوى حضور المباريات و"متغير" نوع الوظيفة"

- يوضح الجدول (٥) أن أعلى مستوى حضوراً للمباريات هم من فئة "بدون عمل" حيث بلغت نسبتهم ٢٥.١% ، وقد يرجع ذلك لوجود اتساع من وقت الفراغ حيث أشار منصور (٢٠٠٥م) ، حرص (١٥٣-١٦٠) أن الأنشطة الترويحية الرياضية ومنها مشاهدة المباريات الرياضية في وقت الفراغ يشبع عند الشباب الحاجات المتعددة من جسمية واجتماعية وعملية وعقلية وانفعالية.

خامساً: العلاقة بين مستوى حضور المباريات و"متغير" الحالة الاجتماعية"

- يوضح الجدول (٦) أن فئة (أعزب) هم أعلى نسبة حضور للمباريات حيث بلغت نسبة حضورهم ٧٦.٢% وهذا يتفق مع ما توصلت إليه دراسة الدليم (٢٠٠١م) والتي أشارت إلى أن الأفراد الأصغر عمراً هم الأسرع والأكثر قابلية للتأثر بالمشاهير والنجوم أو النماذج والأشخاص المؤثرين في أوساط بيئتهم الاجتماعية .

سادساً: العلاقة بين مستوى حضور المباريات و"متغير" مستوى الدخل":

- يوضح الجدول (٧) أن فئة مستوى الدخل (أقل من ٢٠٠٠ ريال) هم أعلى فئة حضوراً للمباريات حيث بلغت نسبة الحضور ٦٦.٤% على الرغم من أن لمستوى الدخل تأثير كبير على حضور المباريات ، إلا أن نتائج البحث تدل على أن أكبر فئة حضور للمباراة هذه الفئة ، وقد يرجع الباحث ذلك أن معظم الطلاب يقعون في هذه الفئة كما أوضحه الباحث أن فئة طلاب مستوى التعليم الثانوي أكثر حضوراً للمباريات وقد يرجع ذلك إلى عدم تحمل هذه الفئة للمسئولية الأسرية وكثرة وقت الفراغ لديهم حيث أكد عويس (٢٠٠٤، من ١٠) علماً أن وقت الفراغ لدى الشباب وقت حر اختياري يمارس فيه كل شاب نشاطاً محبباً إلى نفسه وبمحض إراداته ومنها مشاهدة مباريات كرة القدم ، وتتمثل أهمية هذا النشاط في أنه يشغل

وقت الفراغ ويهم في إعادة الحيوية للشباب ويعمل على وقايتهم من الأمراض العضوية والنفسية والاجتماعية.

سابعاً: العلاقة بين مستوى حضور المباريات ومتغير "نوع التذكرة" :

- من منطلق أن المتغير الديموجرافي ليس اختياري وهو مفروض ، أرى لا داعي لها لأنها اختيارية وليس مفروضة .

ثامناً: العلاقة بين مستوى حضور المباريات ومتغير "مكان الإقامة"

- لمكان الإقامة أثر في حضور المباريات ، فيختلف سكان المدن عن سكان القرى ، وكما دلت النتائج أكثر النسبة في سكان مكة المكرمة ، حيث بلغت النسبة ٨١.٩% وقد يرجع ذلك إلى أن أغلب سكان مكة المكرمة من الوافدين باعتبارها أنها مدينة إسلامية عالمية يرتادها الناس من جميع أنحاء العالم وهذا ما أكدته دراسة اوين ولاشوك Ewen & Lashwl (١٩٨٩) أن الطلبة قد أظهروا اتجاهات إيجابية نحو نجوم الرياضة وتوحدوا مع نماذج رياضية من نفس الجنس والبيئة المحلية .

تاسعاً: العلاقة بين مستوى حضور المباريات ومتغير "الجنسية":

- قد تكون للجنسية أثر في حضور المباريات ، نجد أن معظم الحضور للمباريات هم من السعوديين حيث بلغت النسبة ٨٢.٣% إلى أن الخدمات الترويحية تتماثل مع نظم الخدمات الاجتماعية وأن التخطيط لتنمية الأنشطة الترويحية بين الشباب بصفة خاصة ، إيجاد فرص متكافئة للشباب بفئاتهم المختلفة لممارسة الأنشطة الترويحية.

٥/ الاستخلاصات :

١- وجود علاقة بين متغير حضور المباريات والمتغيرات الديمغرافية المحددة بالدراسة .

٢- تقوي هذه العلاقة بين حضور المباريات وبعض فئات المتغيرات الديمغرافية كالتالي:

١- متغير العمر: حيث يكثر فيه حضور المباريات في الفئة العمرية من ١٦-٢٠ سنة حيث بلغت النسبة ٣٤.٦%

٢- متغير مستوى التعليم: تكثر نسبة حضور المباريات في المرحلة الثانوية حيث بلغت النسبة ٤٣.٢%

٣- متغير الحالة الوظيفية: تكثر نسبة حضور المباريات في صفوف الطلاب حيث بلغت النسبة ٦٢.٤%

٤- متغير الحالة الاجتماعية: تكثر نسبة حضور المباريات في صفوف غير المتزوجين حيث بلغت النسبة ٧٦.٢%

٥- متغير مستوى الدخل تكثر نسبة حضور المباريات في أقل فئة في الدخل وهي ٢٠٠٠ ريال حيث بلغت ٦٦.٤%

٦- متغير مكان الإقامة: تكثر نسبة حضور المباريات في صفوف سكان مكة المكرمة حيث بلغت النسبة ٨١.٩%

٧- متغير الجنسية: تكثر نسبة حضور المباريات في صفوف السعوديين حيث بلغت النسبة ٨٢.٣%

٦/ التوصيات :

- ضرورة تفعيل دور الإعلام : بأهمية مشاهدة المباريات في الفئات الأخرى للمتغيرات الديموجرافية نظراً لأهمية ذلك في رفع الروح المعنوية للاعبين وكذلك قضاء الوقت في أشياء غير مخالفة النظام.

- الاهتمام بالثقافة الرياضية سواء من خلال الإعلام أو المؤسسات التعليمية المختلفة وذلك لتعبير اتجاهات الشباب نحو ممارسة ومشاهدة مباريات كرة القدم وبصفة خاصة.

- المرحلة السنوية فوق ٢٠ سنة والأقل من ١٦ سنة .

- تشجيع المتزوجون على مشاهدة المباريات .

المراجع

- خليفة، إبراهيم والشرقاوي، زهراء (٢٠٠٨م): المؤشرات السلوكية الدالة على التعصب الرياضي لدى بعض جمهور المشاهدين (بناء مقياس دراسة تحليلية)، المجلة العلمية للتربية البدنية والرياضة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، عدد (٥٤)، ص: ١٥-٣٥.
- السيسي، حمدي (٢٠٠٨م) أثر الممارسة الترويجية على الضغوط النفسية لدى الشباب، المجلة العلمية للتربية البدنية والرياضة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، عدد (٥٤)، ص: ١٢٣-١٧٣، القاهرة.
- الدليم، فهد (٢٠٠١م) اتجاهات الشباب نحو نجوم الكرة دراسة استطلاعية على عينة من طلبة المراحل المتوسطة والثانوية والجامعية بمنطقة الرياض، رسالة التربية وعلم النفس عدد (١٥)، ص ص ٩١-١٣٤، الرياضية.
- عويس، سعد (٢٠٠٤م) دور المؤسسات الرياضية والشبابية في مواجهة الإدمان، القاهرة: مؤسسة سيد عويس للدراسات والبحوث الاجتماعية .
- منصور، عبد المجيد (٢٠٠٥م) الشباب بين صراع الأجيال المعاصر والحصري الإسلامي، القاهرة، دار الفكر العربي.
- عبد المعز، أشرف (١٩٩٦) تقويم اقتصاديات الأندية المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة.
- جبريل، محمد (٢٠٠١م) ترويج البطولات والمباريات الرياضية باستخدام المفهوم الحديث للتسويق رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة.
- مندور، محمد (١٩٩٧م) دراسة تقويمية لإدارة مجمع الصالات الرياضية المغطاة لهيئة إستاذ القاهرة من وجهة النظر الرياضية والاقتصادية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة.

- حمدان، ساري وأديب (١٩٩٥م) أساليب التسويق من خلال الأنشطة الرياضية كما يراها رجال الأعمال في الأردن، المؤتمر العلمي "التنمية البشرية واقتصاديات الرياضة"، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة.
- العجيلي، أشرف (١٩٩٦م) معوقات الاستثمار في المجال الرياضي في جمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة.
- أمين، محمد (٢٠٠٨م) دراسة تحليلية للاستثمار بالأندية الرياضية الخاصة في جمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة.
- مطاوع، أحمد (٢٠٠٨م) محددات الاستثمار في الأندية الرياضية، جمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة.
- حماد، حسني (٢٠٠٤م) أساسيات التسويق، كلية التجارة، جامعة أسيوط.
- عبدالعاطي، خالد (٢٠٠٠م) أساليب مقترحة لتسويق البطولات الرياضية في جمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة.
- طلبة، إسماعيل (١٩٩٢م) دراسة مقارنة في الاتجاهات نحو النشاط الرياضي بين تلاميذ وتلميذات المرحلة الثانوية بمدينة المنيا المؤتمر العلمي الرابع "رؤية مستقبلية للتربية الرياضية، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة.
- عبد العظيم، مرفت ودياب عبد الرحمن (١٩٩٢م) اتجاهات طلبة وطالبات جامعة الكويت وكلية التربية الأساسية نحو النشاط البدني المؤتمر العلمي الرابع من رؤية مستقبلية للتربية الرياضية، كلية التربية الرياضية، جامعة حلوان القاهرة.

- خطاب، فاروق (١٩٩٨م) مصر والحركة الأولمبية ، اللجنة الأولمبية المصرية، الطبعة الثانية.

- Denial Knaheer (Madern sports economics , program for the new ruels project at the institute for local self. Reliance, July. 1995)
- Bitts, Big, and Stotler, Fundamentals of sports marketing, refs 8, K.D, (2000) PP. 235 – 264.
- Mclean, K.J.,Jonson, Techniques for atoning public recreation services. Journal for park and recreation, R.C.A. (2004) administration Champacgn, 111, 15 (3) Refs, 27.
- Kenute.P.Q. and Marketing segmentation in the sport others (1997). industry international sport journal (1) Refs, (16).
- Li,R., (2000) Stay on have physical education reform in colleges and universities meet the needs of the marketing economical system, Journal of Shandong.
- Yiannakis, A. (2000) Application of sport sociology to sport and leisure marketing andmarket research, unpublished. Paper 15.P.P. 31-35 Riefs.
- Baghadiliam (1998) Building a marketing strategy for sport products, and consideration. Sport – marketing. Quarterly, 5(1) 34-41, Rets 28.
- Gundogan (1996) The effectiveness of marketing in basketball and athletes federation, Inter for sport and human performances, 2 microfiches.
- Smolianor,P., Sport marketing in American Universities, Shillry,D.(1996). quarterly 5 (4) Des.

- Eueens, W. and Lashuk, M., (1989) Role model identification and activity preferences of austration youth, The ACHPER National Journal, P.P. 18-20.
- Rychtesky, A. (1994). Motivation and Attitudes of school youngsters towards physical and sport activities Act university Carolune, Kinanthroplogica, Vol. # 30, N 2, P.P 43-51, Pregue, Czechaslonaieia.
- Smith, G. (1976). An examination of the phenomenon of sports hero worshyn. Canadian Journal of applied sport science : Vol. # 1 No. 4, Dec. P.P. 256 – 270.