

واقع ادارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية بدولة الكويت

*أ.د/ يحيى بكرى محروس

* محمد خالد جاسم

مقدمة ومشكلة البحث :

العلاقات العامة تمثل وسيلة ربط بين النادي الرياضي والجمهور التي ازداد وعيها الثقافي وارتفع مستوى معيشتها وتوقعاتها للأحداث وتطلعاتها للمستقبل في توفير العيش الكريم، فأصبحت مهمة العلاقات العامة ايجاد نوع من الترابط الوثيق بين النادي الرياضي، حيث أن دور العلاقات العامة لا يقتصر على التعريف بأنشطة النادي الرياضي وكفى، بل يمتد لاستقبال المعلومات من الجمهور ليعمل من خلال هذه المعلومات على تطوير النادي الرياضي ولإيجاد بيئة عمل مع الطرف الآخر الخارجي، وكما أن لها دور في تلبية رغبات وحاجات الجمهور من نواحي مختلفة وخلق صورة ايجابية للنادي الرياضي لدى الجمهور.

ويشير حمدي عبد الحارث (٢٠٠٠م) تعتبر العلاقات العامة فناً بقدر ما هي علم، حيث تحتاج إلى الخبرة والفتنة والذكاء وإلى المهارات الشخصية في تطبيق الأسلوب العلمي، للتكيف مع الأوضاع المختلفة للبيئة المحيطة بالمنظمة، وتشتق عبارة العلاقات العامة من التعبير الإنجليزي Public – Relations والذي يعني العلاقات بالجمهور، المكون من كلمتين هما علاقات وعامة.

• **العلاقات:** وتعني "حصيلة الصلات والاتصالات التي تتوفر بين المنظمة والجمهور المتعاملة معها وباعتبارها هكذا، فهي ذات اتجاهين ولها طرفين.

• **عام:** ونعني به "عموم وكافة الجماهير المختلفة التي يتصل عملها أو ترتبط مصالحها و نشاطها بالمنظمة، وبذلك فإن العلاقات العامة اصطلاحاً هي مجموعة الاتصالات التي تحدث بين المنظمة ومختلف الجماهير المتعلقة بها. (١ : ٣٠)

ويذكر عبد السلام أبو قحف (٢٠٠١م) أن العلاقات العامة هي الوظيفة الإدارية المستمرة والمخططة، والتي تسعى من خلالها المنظمات إلى كسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير الداخلية والخارجية والحفاظ على استمراره، وذلك بدراسة الراي العام وللتأكد من توافقه مع سياسات المنظمة وأوجه نشاطها، وتحقيق المزيد من التعاون والأداء الفعال للمصالح المشتركة بين المنظمات وجماهيرها باستخدام الإعلام الشامل المخطط. (٥ : ٣٢٥)

ويشير فرايزر Fraser (٢٠٠٤م) إلى أن العلاقات العامة هي العملية المخططة الهادفة للتأثير في الراي العام من خلال العمل الصادق الذي يركز على القناعة المتبادلة بين المؤسسة وجماهيرها، وهي المعلومات التي تقدمها المؤسسة للجماهير بهدف إقناعهم لتسخير توجهاتهم وأعمالهم نحو المؤسسة. (١٢ : ١٠٠)

ويرى **علي عجوة (٢٠٠١م)** أن مفهوم العلاقات العامة ثابت لا يختلف باختلاف الأنظمة السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية، فطبيعة العلاقات العامة كعملية مستمرة تتكون من أربع مراحل أساسية هي البحوث والتخطيط وتنفيذ البرامج والتقييم. (٦ : ١٤)

ويضيف **علي عجوة (٢٠٠٣م)** إلى أن مفهوم العلاقات العامة لا يختلف في المنظمات المختلفة مهما تنوعت نشاطاتها أو الفلسفات السياسية التي تحركها، إلا أن هذا الاختلاف قد ينعكس على الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في المنظمات المختلفة، والعلاقات العامة هي عمل فعلي تبد و نتائجه واضحة ملموسة تبدد كل شك وتهدم أي ادعاء لا يتفق مع الواقع. (٧ : ١٨٧)

ويذكر **محمد محفوظ (٢٠٠٤م)** أن العلاقات العامة أداة من أدوات الاتصال الجماهيري، لكونها تقوم بدور مهم في تزويد الجماهير بالحقائق، وتمكنه من تكوين آراء منطقية سليمة حول المسائل المختلفة، وحاجة المنشآت التي تعامل مع الأفراد والجماعات، وخاصة من تمارس أعمالاً لها ارتباط مباشر مع الجمهور والعلاقات العامة لا تختلف من منظمة لأخرى مهما اختلفت طبيعة أنشطة هذه المنظمات. (٩ : ٢٤)

ويرى الباحث أن انديتنا الرياضية هي بالأصل من الجمهور واليهيم، لذا فهي بحاجة لتطوير وتنمية العلاقات العامة بالشكل الصحيح وبأسس علمية ثابتة، ولكن المشهد الحالي نجدها مخيبة للأمال.. فبات دورها فقط "كسكرتارية اعلامية" مهمتها ارسال البيانات والايخبار الصحفية للصحف فقط، فهناك لا يوجد من يقوم بهذا الدور المهم، مما ادى لظهور مشاكل على العلن كنا في غنى عنها، فبات المشهد الحالي لرياضتنا كما هو ظاهر ادناه.

وتسعى الإدارة العامة للعلاقات العامة جاهدة إلى أداء المهام الموكلة إليها في سبيل لتحقيق الاهداف العامة للنادي الرياضي. كما تسعى جاهدة إلى تقديم أفضل الخدمات للسادة العاملين في جميع المجالات التي تتعلق بنشاط العلاقات العامة (اجتماعية - ثقافية - رياضية - ترفيهية) بالمستوى الذي يليق بسمعة ومكانة النادي الرياضي.

وإدراك العلاقة بين وسائل الإعلام والنادي الرياضي (الوسائل الإعلامية، هيكل الوسائل الإعلامية، علاقة الرياضة ووسائل الإعلام) وبناء وتصميم حملات العلاقات العامة (الفرق بين البرامج والحملات، تخطيط وتنفيذ حملات العلاقات العامة العمل مع شركات العلاقات العامة) بالإضافة إلى إدارة أحداث العلاقات العامة وخدمات المعلومات (المؤتمرات الصحفية، المقابلات الشخصية).

ومن خلال العرض السابق وفي حدود علم الباحث وما أتطلع عليه من الأبحاث والدراسات السابقة التي تتطرق إلى هذا المجال البحثي لم تجد من الأبحاث والدراسات العلمية المرجعية التي تتناول واقع العلاقات العامة ببعض الاندية الرياضية بدولة الكويت ، وكان في حد ذاته من أحد الدوافع الحقيقية لأجراء هذه الدراسة.

أهمية البحث والحاجة إليه:

إن العلاقات العامة تلعب دوراً متزايد الأهمية في توصيل رسالة النادي الرياضي إلى الجماهير ومؤسسات المجتمع ومختلف مؤسسات الدولة وخلق مستوى من التفاهم بين النادي الرياضي ومنظومات الأفراد المستهدفة والتأثير على الرأي العام هو قلب عمل العلاقات العامة في عالم الرياضة، لأن الرأي العام هو أهم روافد الحياة للمنظمة الرياضية (أولياء الأمور، الصحفيون، الرعاة، الموردون. التليفزيون السياسيون) وإلا لن يتمكن النادي الرياضي من النجاح بدون دعم الرأي العام. ففهم واستيعاب العلاقات العامة هو أمر ضروري وحيوي لتحقيق نجاح أي نادى رياضي في الوقت الحالي، وبناء عليه أصبح مسئولو وموظفو العلاقات العامة الرياضية يلعبون الدور المؤثر فى بناء وتعزيز صورة كيان النادي الرياضي في غاية الأهمية تسعى إلى خلق الوعي بين الفئات والمنظومات المستهدفة من خلال العلاقات العامة والإعلام باستخدام وسائل وطرق مناسبة، ومنها حملات العلاقات العامة الرياضية.

هدف البحث:

يهدف البحث إلى التعرف على واقع العلاقات العامة ببعض الاندية الرياضية بدولة الكويت من خلال الاجابة على التساؤل الاتي:

- ما واقع العلاقات العامة ببعض الاندية الرياضية بدولة الكويت ؟

التعريف ببعض المصطلحات الواردة في البحث:

١- العلاقات العامة:

الجهود المخططة التي يقوم بها الفرد أو المنظمة أو الدولة لكسب ثقة الجمهور وتحقيق التفاهم المتبادل من خلال الاتصالات المستمرة والسياسات والأفعال المرغوبة، لتلبية احتياجات الجمهور في إطار مـا هـ و مـمـكـن و مـشـرـوع. (١٠ : ٢٤)

الدراسات السابقة :

أولاً : الدراسات باللغة العربية :

جدول (١)

أهم النتائج	الأدوات المستخدمة	العينة	المنهج	الهدف	عنوان الدراسة	الباحث	م
أسباب عرقلة العلاقات العامة التي تتمثل في عدم فهم الإدارة لطبيعة عملها، وعدم إعطائها لصلاحيات العمل، وعدم توفر التمويل اللازم لأشطتها، وعدم إلمام القائمين عليها لطبيعة عملها، وانخفاض مستوى وعي الجماهير لعملها، وعدم الاهتمام بتدريب العاملين في المجال.	استمارة الاستبيان	موظفي العلاقات العامة في المؤسسات	المنهج الوصفي	هدفت إلى توضيح موقع العلاقات العامة في السلم الإداري للمؤسسة، وأهمية بناء الصورة الذهنية الجيدة للمؤسسة	دور العلاقات العامة في المؤسسات	رافع دراغمة (٢٠٠٥م) (٢)	١
وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن هناك فهماً خاطئاً للعلاقات العامة أدى إلى وجود فجوة كبيرة بين الإدارة العليا للمنظمة وجهاز العلاقات العامة. تعاني مختلف إدارات العلاقات العامة من نقص في الكادر البشري المؤهل والمتخصص، ونقص في الميزانية والإمكانات المادية. أما فيما يخص الصلاحيات والمهام التي تعطي لأجهزة العلاقات العامة، فقد بينت النتائج أنها محدودة تقتصر على المهام التنفيذية والتشريفية فقط، ولا وجود لمهام التخطيط الاستراتيجي والدراسات والأبحاث	استمارة الاستبيان	مستوى العلاقات العامة في بعض المنظمات	المنهج الوصفي	هدفت إلى معرفة آلية الاتصال ومسار العلاقات العامة.	ممارسة العلاقات العامة في الإمارات العربية المتحدة؛ المعوقات التنظيمية، المشاكل الهيكلية وآفاق المستقبل	محمد قيراط (٢٠٠٥م) (٨)	٢

البيبح: ببحرول (١)

أهم النتائج	الأدوات المستخدمة	العينة	المنهج	الهدف	عنوان الدراسة	الباحث	م
وأشارت النتائج إلى استخدام النظام المركزي في الإدارة وعدم إعطاء الفرصة للإبداع والابتكار، وتقوم الإدارة بوضع الخطأ لتحديد الأهداف مما لا يتناسب مع طبيعة عمل العلاقات العامة، ويحد من سرعتها في العمل بسبب عدم تخطيطها للإدارة العليا	أسلوب المقابلة	مسئولى العلاقات العامة بالمؤسسات السياحية	المنهج الوصفي	هدفت لتقييم مستوى ممارسة إدارة العلاقات المنشآت السياحية من خلال التعرف إلى واقع التخطيط بإدارت العلاقات العامة.	دور التخطيط في إدارة العلاقات العامة بالمؤسسات السياحية العامة (٢٠٠٩م) (٤)	سمية عبد الراضي (٢٠٠٩م)	٣
تركيز العلاقات العامة على الوسائل الإعلامية إلكترونية أكثر من غيرها، وأوصت الباحثة بضرورة استخدام وسائل الإعلام كافة لضمان وصول المعلومة إلى جماهير الطلبة لاختلاف ثقافتهم ومكان إقامتهم.	استمارة الاستبيان	طالب وطالبة (٢٠٠)	المنهج الكمي والكيفي في تحليل النتائج	هدف إلى التعرف على مدى وعي طلبة جامعة النجاح بمفهوم الرأي العام وطرق قياسه وبمفهوم الاستبانة وطرق كتابها.	دور دوائر العلاقات العامة في استخدام وسائل الإعلام في التواصل مع الجماهير الداخلية؛ جامعة النجاح الوطنية مثلاً	سمر الزاغة (٢٠١٠م) (٣)	٤

ثانياً الدراسات باللغة الاجنبية : جدول (٢)

أهم النتائج	الأدوات المستخدمة	العينة	المنهج	الهدف	عنوان الدراسة	الباحث
وتوصلت الدراسة إلى أن العلاقات العامة والصحافة تعطي اهتماماً واضحاً للألعاب الرياضية التي تجلب الأرباح للمؤسسة أكثر من الرياضة غير الربحية، وبينت كذلك بأنها تهتم بالرياضة النسائية أكثر من اهتمامها بالرياضة الذكورية.	استمارة الاستبيان	ممارسي العلاقات العامة في قطاعات الرياضة في مجموعة من الجامعات والكليات	المنهج الوصفي	هدفت دراسته إلى الكشف عن الأسباب الكامنة وراء الرياضة التي تدر الأرباح، وكذلك بين رياضة النساء ورياضة الرجال، إذ أجرى استطلاعاً للحصول على معطومات من ممارسي العلاقات العامة في قطاعات الرياضة في مجموعة من الجامعات والكليات.	العائد والجنس: تحليل جهود الصحافة والعلاقات العامة في مؤسسة National Collegiate Athletic Association القسم رقم واحد في الجامعات	Crystal C. Wall (٢٠٠٧م) (١١)
وكشفت الدراسة على أن المادة الخاصة بإدارة الاتصال في الأزمات تكونت من تسعة مواضيع: أربعة مواضيع رئيسية تضمنت (الفترة التحضيرية للتخصص، ودراسات حالات، وإدارة الإعلام، والأخلاقيات)، وأربعة مواضيع ثانوية (العمل ضمن فريق، خطة العلاقات العامة الاستراتيجية، وجمعية العلاقات العامة الأمريكية، وتمثيل دور مدير الأزمة).	استمارة الاستبيان	(٦) مدرسين و(١٢) طالباً كانوا مصدر المعلومات الأولى (مدرس وطالبين من كل جامعة)	المنهج الوصفي	هدف البحث إلى التعرف إلى كيفية قيام الجامعات في الولايات المركزية في المنطقة الجنوبية الغربية بإعداد الطلبة الذي يدرسون بكالوريوس علاقات عامة وتحضيرهم لإدارة الاتصال وقت وقوع الأزمات التي تقع ضمن المواضيع التي يدرسونها، وتعد من مهماتهم المستقبلية.	كيف تعد جامعات الولايات المركزية الجنوبية الغربية التي تمنح درجة البكالوريوس في العلاقات العامة خريجها في إدارة أزمات الاتصال كونها تقع ضمن مهنتهم	Jami Alee Van (٢٠٠٥م) (١٣)

تابع جدول (٢)

أهم النتائج	الأدوات المستخدمة	العينة	المنهج	الهدف	عنوان الدراسة	الباحث	م
ويعد أن أجرى الباحث العديد من المقابلات واللقاءات مع ممارسي العلاقات العامة ووسائل الإعلام، بينت الدراسة أن العلاقات العامة في الجامعات تستخدم تقنيات متعددة لجذب اهتمام الصحافة الوطنية، ومن بينها التواصل الإلكتروني عبر طرق متعددة على (الإنترنت) لإيصال الأخبار، مع فوارق بسيطة في النشاط بين جامعة وأخرى	استمارة الاستبيان	موظفي العلاقات العامة	المنهج الوصفي	هدفت الدراسة التعرف إلى كيفية قيام الإعلام الوطني بالتغطية الإعلامية لثلاث جامعات أمريكية خلال الفترة (٢٠٠٣ - ٢٠٠٢)، دراسة الخطط والاستراتيجيات التي تستخدمها العلاقات العامة في الجامعات في علاقتها مع الصحافة.	تغطية الصحافة الوطنية للتعليم العالي: دراسة حالة لثلاث جامعات ودور العلاقات العامة فيها	Melanie Iefferts Stone (٢٠٠٥م) (١٤)	٣

إجراءات البحث :

منهج الدراسة:

استخدم الباحث المنهج الوصفي بخطواته وإجراءاته وذلك لمناسبته لطبيعة الدراسة.

مجتمع البحث:

يتكون مجتمع البحث من عدد (١٠) نادى رياضي بدولة الكويت وكل نادى رياضي يتكون من رئيس مجلس إدارة النادي، أعضاء مجلس إدارة النادي، المدير الإداري للنادي، المكتب التنفيذي وتكون مجتمع البحث من عدد (١٥٠) ويتضح ذلك في جدول رقم (٣).

جدول (٣)

مجتمع وعينة البحث

م	النادي	رئيس مجلس		أعضاء مجلس		المدير الإداري		المكتب التنفيذي		المجموع	
		عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%
١	الكويت الرياضي	١	١٠٠	١٠	١٠٠	١	١٠٠	٣	١٠٠	١٥	١٠٠
٢	كاظمة الرياضي	١	١٠٠	١٠	١٠٠	١	١٠٠	٣	١٠٠	١٥	١٠٠
٣	العربي الرياضي	١	١٠٠	١٠	١٠٠	١	١٠٠	٣	١٠٠	١٥	١٠٠
٤	السالمية الرياضي	١	١٠٠	١٠	١٠٠	١	١٠٠	٣	١٠٠	١٥	١٠٠
٥	الجهراء الرياضي	١	١٠٠	١٠	١٠٠	١	١٠٠	٣	١٠٠	١٥	١٠٠
٦	الساحل الرياضي	١	١٠٠	١٠	١٠٠	١	١٠٠	٣	١٠٠	١٥	١٠٠
٧	القادسية الرياضي	١	١٠٠	١٠	١٠٠	١	١٠٠	٣	١٠٠	١٥	١٠٠
٨	الفحيحيل الرياضي	١	١٠٠	١٠	١٠٠	١	١٠٠	٣	١٠٠	١٥	١٠٠
٩	البرموك الرياضي	١	١٠٠	١٠	١٠٠	١	١٠٠	٣	١٠٠	١٥	١٠٠
١٠	التضامن الرياضي	١	١٠٠	١٠	١٠٠	١	١٠٠	٣	١٠٠	١٥	١٠٠
	الإجمالي العام	١٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	١٥٠	١٠٠

عينة البحث:

تم إختيار عينة البحث من بعض الأندية الرياضية بدولة الكويت، وإختيار عينة البحث بالطريقة العمدية من الأندية الرياضية بدولة الكويت وعددها (١٠) نادي رياضي، ممثلة من رئيس مجلس إدارة النادي، أعضاء مجلس إدارة النادي، المدير الإداري للنادي، المكتب التنفيذي، وذلك يكون إجمالي العينة الكلية للبحث (١٥٠) منهم عدد (٢٠) كعينة استطلاعية، وعدد (١٠٥) كعينة أساسية ويتضح ذلك كما في جدول رقم (٤).

جدول (٤)

توصيف عينة البحث

م	عينة البحث	العينة		رئيس مجلس		أعضاء مجلس		المدير الإداري		المكتب التنفيذي		المجموع		
		النادي	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%
١	الاستطلاعية	الكويت الرياضي	١	١٠٠	٥	٥٠	١	١٠٠	٣	١٠٠	١٠	٦٦.٦٦	١٠	٦٦.٦٦
		كاظمة الرياضي	١	١٠٠	٥	٥٠	١	١٠٠	٣	١٠٠	١٠	٦٦.٦٦	١٠	٦٦.٦٦
		المجموع	٢	١٠٠	١٠	٥٠	٢	١٠٠	٦	١٠٠	٢٠	٦٦.٦٦	٢٠	٦٦.٦٦
١	الاساسية	العربي الرياضي	١	١٠٠	٨	٨٠	١	١٠٠	٣	١٠٠	١٢	٨٠	١٢	٨٠
		السالمية الرياضي	١	١٠٠	٨	٨٠	١	١٠٠	٣	١٠٠	١٢	٨٠	١٢	٨٠
		الجهراء الرياضي	١	١٠٠	٨	٨٠	١	١٠٠	٣	١٠٠	١٢	٨٠	١٢	٨٠
		الساحل الرياضي	١	١٠٠	٨	٨٠	١	١٠٠	٣	١٠٠	١٢	٨٠	١٢	٨٠
		القادسية الرياضي	١	١٠٠	٨	٨٠	١	١٠٠	٣	١٠٠	١٢	٨٠	١٢	٨٠
		الفحيحيل الرياضي	١	١٠٠	٨	٨٠	١	١٠٠	٣	١٠٠	١٢	٨٠	١٢	٨٠
		اليرموك الرياضي	١	١٠٠	٨	٨٠	١	١٠٠	٣	١٠٠	١٢	٨٠	١٢	٨٠
		التضامن الرياضي	١	١٠٠	٨	٨٠	١	١٠٠	٣	١٠٠	١٢	٨٠	١٢	٨٠
		المجموع	٨	١٠٠	٥٢	٨٠	٨	١٠٠	٢٤	١٠٠	١٠٥	٨٠	١٠٥	٨٠
	الإجمالي العام	١٠	١٠٠	٦٢	٨٠	١٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	١٢٥	٨٠	١٢٥	٨٠	

أدوات جمع البيانات :

استعان الباحث في جمع بيانات هذه الدراسة بالأدوات التالية:

تحليل المحتوى والوثائق:

* قام الباحث بدراسة وتحليل الوثائق والسجلات والمستندات المتعلقة بالاندية الرياضية بدولة الكويت والتي ساعدت الباحث في تفهم الوضع القائم، وكذلك تحليل المراجع العلمية والدراسات والبحوث المتخصصة في التخطيط الاستراتيجي والعلاقات العامة وادارة التميز .

المقابلة الشخصية:

* قام الباحث بإجراء المقابلة الشخصية مع بعض المسؤولين والخبراء في مجال التخطيط الاستراتيجي والعلاقات العامة وادارة التميز والمسؤولين عن الاندية الرياضية بالكويت للحصول علي البيانات التي تفيد البحث.

استمارة استبيان:

قام الباحث بتصميم استمارات الاستبيان كما يلي:

أولاً: استمارة الواقع الفعلي للعلاقات العامة:

للتعرف على الواقع الفعلي للعلاقات العامة ببعض الأندية الرياضية بالكويت. (من إعداد الباحث).

وقد تم تصميم هذه الاستمارة في ضوء هدف البحث والغرض منه وذلك من خلال:

تحديد المحاور الرئيسية للاستبيان:

- قام الباحث بتحديد سبعة محاور رئيسية مرفق (٢) توصل إليها من خلال ما جمعه من معلومات وما أطلع عليه من دراسات ومراجع متخصصة.
- قام الباحث بعرض المحاور المقترحة على (٥) من الخبراء مرفق (١) لإبداء الرأي عن مدى مناسبتها ومدى كفايتها لتصميم استمارة الاستبيان، وقد أرتضى الباحث البقاء على المحاور التي تحوز على نسبة (٧٠٪) فأكثر جدول (٥).

جدول (٥)

آراء السادة الخبراء حول مناسبة محاور استمارة الواقع الفعلي للعلاقات

العامة بالاندية الرياضية بدولة الكويت (ن=٥)

م	المحاور الأساسية	موافق	غير موافق	النسبة المئوية
١	وظائف العلاقات العامة	٥	-	١٠٠%
٢	التخطيط لأنشطة العلاقات العامة	٥	-	١٠٠%
٣	الجوانب التنظيمية للعلاقات العامة	٥	-	١٠٠%
٤	وسائل الاتصال للعلاقات العامة	٥	-	١٠٠%

%٨٠	١٤	%١٠٠	١٤	%١٠٠	١٤	%١٠٠	١٤	%١٠٠	١٤	%٨٠	١٤	%١٠٠	١٤
%١٠٠	١٥	%١٠٠	١٥	%١٠٠	١٥					%٨٠	١٥	%١٠٠	١٥
%١٠٠	١٦	%١٠٠	١٦	%٨٠	١٦					%١٠٠	١٦	%١٠٠	١٦
%١٠٠	١٧	%١٠٠	١٧							%١٠٠	١٧	%٨٠	١٧
%١٠٠	١٨	%١٠٠	١٨							%١٠٠	١٨	%١٠٠	١٨
%١٠٠	١٩	%١٠٠	١٩							%١٠٠	١٩	%١٠٠	١٩
%١٠٠	٢٠	%٨٠	٢٠							%١٠٠	٢٠	%١٠٠	٢٠

يتضح من الجدول (٦) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة للاستبيان تراوحت ما بين (٨٠% إلى ١٠٠%)، وفي ضوء ذلك أرتضى الباحث نسبة موافقة من ٧٠% فأكثر وتم استبعاد العبارات التي لم تحصل على هذه النسبة، بالإضافة إلى تعديل صياغة بعض العبارات وحذف العبارات المكررة وغير المفهومة بناءً على آراء السادة الخبراء.

المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان:

تم تطبيق الاستمارة على عدد (٢٠) فرد من مجتمع البحث وخارج العينة الأساسية في الفترة من ٢٩ / ١١ / ٢٠١٧ م إلى ٩ / ١٢ / ٢٠١٧ وذلك بهدف التعرف على مدى مناسبة صياغة العبارات وتحديد زمن التطبيق للاستبيان والتعرف على أي صعوبات إن وجدت ومعالجتها بالإضافة لإجراء المعاملات العلمية للاستمارة (الصدق، الثبات)، وقد أسفرت نتائج الدراسة الاستطلاعية للاستبيان مناسبته من حيث الصياغة واللغة المستخدمة ولم تظهر أي تعليقات شفوية أو تحريرية توجي بالغموض، وتراوح زمن تطبيق الاستبيان ما بين (١٥:٢٠) دقيقة وهو زمن يراه الباحث مناسباً.

صدق الاستمارة:

استخدم الباحث صدق الاتساق الداخلي لحساب معامل الصدق للاستبيان وذلك بهدف التحقق من صدق استمارة الاستبيان حيث تم تطبيق الاستبيان على مجموعة قوامها (٢٠) فرد من مجتمع البحث ومن خارج عينة البحث الأساسية وجدول (٧) يوضح ذلك.

جدول (٧)

معاملات الارتباط بين عبارات كل محور من محاور استمارة الفعلى للعلاقات العامة

ومجموع المحور المنتمية إليه (ن=٢٠)

الفرعي الرئيسي		وظائف العلاقات العامة		التخطيط لأنشطة العلاقات العامة		الجوانب التنظيمية للعلاقات العامة		وسائل الاتصال للعلاقات العامة		نظم القيادة بالعلاقات العامة		الأخصائيين العاملين بالعلاقات العامة		النظم الرقابية بالعلاقات العامة	
ع	الارتباط	ع	الارتباط	ع	الارتباط	ع	الارتباط	ع	الارتباط	ع	الارتباط	ع	الارتباط	ع	الارتباط
١	٠.٩٠	١	٠.٨٠	١	٠.٨٩	١	٠.٨٩	١	٠.٨٣	١	٠.٨٩	١	٠.٨٥	١	٠.٨٨
٢	٠.٩١	٢	٠.٩٢	٢	٠.٩٢	٢	٠.٩٢	٢	٠.٩٥	٢	٠.٨٤	٢	٠.٩٠	٢	٠.٩٥
٣	٠.٨٨	٣	٠.٦٩	٣	٠.٩١	٣	٠.٩١	٣	٠.٩٠	٣	٠.٩٧	٣	٠.٩١	٣	٠.٨٠
٤	٠.٨٧	٤	٠.٨٥	٤	٠.٩٢	٤	٠.٩٢	٤	٠.٨٧	٤	٠.٨٢	٤	٠.٧٧	٤	٠.٨٦
٥	٠.٨٤	٥	٠.٧٥	٥	٠.٩١	٥	٠.٩١	٥	٠.٩٣	٥	٠.٩١	٥	٠.٩٤	٥	٠.٨٦
٦	٠.٩٥	٦	٠.٧٦	٦	٠.٨٧	٦	٠.٨٧	٦	٠.٩٢	٦	٠.٩٥	٦	٠.٩٧	٦	٠.٨٠
٧	٠.٩١	٧	٠.٨٩	٧	٠.٨٥	٧	٠.٨٥	٧	٠.٨٩	٧	٠.٩٤	٧	٠.٨٦	٧	٠.٨٧
٨	٠.٨٧	٨	٠.٨٥	٨	٠.٨٠	٨	٠.٨٠	٨	٠.٩١	٨	٠.٩٦	٨	٠.٩٣	٨	٠.٧١
٩	٠.٩٢	٩	٠.٨٠	٩	٠.٨٩	٩	٠.٨٩	٩	٠.٩٠	٩	٠.٨٨	٩	٠.٩٨	٩	٠.٧٧
١٠	٠.٩٥	١٠	٠.٨٦	١٠	٠.٩٧	١٠	٠.٩٧	١٠	٠.٨٨	١٠	٠.٩١	١٠	٠.٨٧	١٠	٠.٨٦
١١	٠.٨٨	١١	٠.٦٦	١١	٠.٩٥	١١	٠.٩٥	١١	٠.٩٣	١١	٠.٩٠	١١	٠.٩٤	١١	٠.٧٩
١٢	٠.٩٠	١٢	٠.٩٠	١٢	٠.٩٠	١٢	٠.٩٠	١٢	٠.٩١	١٢	٠.٩٥	١٢	٠.٩٥	١٢	٠.٩٢
١٣	٠.٩٠	١٣	٠.٧٥	١٣	٠.٩٤	١٣	٠.٩٤	١٣	٠.٨٤	١٣	٠.٨١	١٣	٠.٨٦	١٣	٠.٩٠
١٤	٠.٨٠	١٤	٠.٧٨	١٤	٠.٨٦	١٤	٠.٨٦	١٤	٠.٩٠	١٤	٠.٨٩	١٤	٠.٩٤	١٤	٠.٨٨
١٥	٠.٩٣	١٥	٠.٨٩	١٥		١٥		١٥		١٥	٠.٩٢	١٥	٠.٩٤	١٥	٠.٩٦
١٦	٠.٩٠	١٦	٠.٨٨	١٦		١٦		١٦		١٦	٠.٨٩	١٦	٠.٨٨	١٦	٠.٩٠
١٧	٠.٨٧	١٧	٠.٨١	١٧		١٧		١٧		١٧		١٧	٠.٧٩	١٧	٠.٨١
١٨	٠.٩٦	١٨	٠.٩٠	١٨		١٨		١٨		١٨		١٨	٠.٨٧	١٨	٠.٩٨
١٩	٠.٩٤	١٩	٠.٧٩	١٩		١٩		١٩		١٩		١٩	٠.٨٧	١٩	٠.٩٥
٢٠	٠.٨١	٢٠	٠.٨٦	٢٠		٢٠		٢٠		٢٠		٢٠	٠.٩٠	٢٠	٠.٨٧

الواقع الفعلى للعلاقات العامة

قيمة ر الجدولية مستوى دلالة ٠.٠٥ = ٠.٤٤

يتضح من جدول رقم (٧) أن معاملات الارتباط بين عبارات محاور الاستمارة ومجموع كل محور المنتمية اليه تراوحت ما بين (٠.٦٦% : ٠.٩٧) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يشير إلى الاتساق الداخلي لكل محور من محاور الاستمارة.

جدول (٨)

معاملات الارتباط بين مجموع كل محور والمجموع الكلي للإستمارة (ن=٢٠)

م	المحور	قيمة ر المحسوية
١	المحور الأول	٠.٩٠
٢	المحور الثاني	٠.٩٢
٣	المحور الثالث	٠.٨٨
٤	المحور الرابع	٠.٩٧
٥	المحور الخامس	٠.٩٤
٦	المحور السادس	٠.٩١
٧	المحور السابع	٠.٨٩

قيمة ر الجدولية مستوى دلالة ٠.٠٥ = ٠.٤٤

يتضح من جدول رقم (٨) أن معاملات الارتباط بين مجموع كل محور والدرجة الكلية للإستمارة تراوحت ما بين (٠.٨٨% : ٠.٩٤%) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يشير إلى الاتساق الداخلي للاستمارة ككل.

ثبات الاستمارة:

لحساب ثبات الاستبيان قام الباحث باستخدام معامل ألفا لكرونباخ وذلك بتطبيق الاستبيان على عينة قوامها (٢٠) ثلاثون فرداً من مجتمع البحث الأصلي ومن خارج عينة البحث والجدول رقم (٩) يوضح ذلك:

جدول (٩)

معاملات الثبات باستخدام معامل ألفا لكرونباخ لمحاور الاستمارة (ن=٢٠)

م	المحاور	معامل الفا
١	المحور الأول	٠.٩٢
٢	المحور الثاني	٠.٩٤
٣	المحور الثالث	٠.٩٢
٤	المحور الرابع	٠.٩٥
٥	المحور الخامس	٠.٩٧
٦	المحور السادس	٠.٩٣

٠.٩٦	المحور السابع	٧
٠.٩٦	الاستمارة ككل	

قيمة ر الجدولية مستوى دلالة $0.05 = 0.44$

يتضح من جدول رقم (٩) أن معاملات الفا للاستبيان تراوحت ما بين (٠.٩٢%:٠.٩٧%)
وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يشير إلى ثبات الاستمارة.
الدراسة الميدانية:

بعد أن تأكد الباحث من صدق وثبات الاستمارة تم التطبيق على عينة البحث الأساسية في الفترة من
١٧/١٢/٢٠١٧م الى ١/٨/٢٠١٨م حيث تم التطبيق على عدد (٧٢) فرد من إجمالي (١٢٠) من
المجتمع الكلي للعينة ، وبعد الانتهاء من تطبيق الاستبيان تم جمعه وتنظيمه وتفرغ البيانات لإجراء
المعالجات الإحصائية المناسبة..

المعالجات الإحصائية:

استخدم الباحث برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية "SPSS" لمعالجة وتحليل بيانات
البحث مستخدماً المعالجات الإحصائية الآتية:

- معامل ارتباط (بيرسون Pearson).
- النسبة المئوية.

وقد اعتمد الباحث علي أحد الحاسبات الشخصية لتحليل بيانات البحث، كما ارتضى مستوى دلالة
(٠.٠٥) لقبول نتائج البحث.

عرض ومناقشة النتائج :

جدول (١٠)

الدرجة المقدره والوزن النسبي لاستجابات عينة البحث في المحور الاول (وظائف العلاقات العامة)

(ن = ١٠٥)

الترتيب	الوزن النسبي	الدرجة المقدره	الاستجابة			العبارات	م
			لا اميل مطلقا	اميل بدرجة متوسطه	اميل		
1	٨٥.٠٨	٢٦٨	٦	٣٥	٦٤	الأشراف على إعداد وإقامة الندوات والمؤتمرات والحفلات والاجتماعات الخاصة بالنادى .	١
17	٦٨.٨٩	٢١٧	١٩	٦٠	٢٦	تقديم المعلومات والبيانات وإعداد الأفلام الوثائقية للتعريف بتاريخ وإنجازات وأنشطة النادى إلى وسائل الإعلام المختلفة .	٢
16	٧١.١١	٢٢٤	١٦	٥٩	٣٠	الأشراف على بحث شكاوى العاملين والمتعاملين مع النادى .	٣
5	٨٠.٠٠	٢٥٢	١١	٤١	٥٣	الإعلام الجيد عن أوجه أنشطة وبرامج العلاقات العامة بالنادى.	٤
2	٨٤.١٣	٢٦٥	٧	٣٦	٦٢	العمل على معرفة اتجاهات الرأى العام نحو اتخاذ القرارات لعرضها على مجلس إدارة النادى .	٥
9	٧٦.٥١	٢٤١	٢٢	٣٠	٥٣	تقوم بالإشراف على إصدار المطبوعات والمنشورات والكتيبات الداخلية والخارجية .	٦
12	٧٣.٦٥	٢٣٢	٢١	٤١	٤٣	تسهيل مهمة الإعلاميين أثناء تواجدهم بالنادى .	٧
4	٨٢.٥٤	٢٦٠	٩	٣٧	٥٩	التطوير المستمر للموقع الالكتروني للنادى على شبكة المعلومات الدولية .	٨
6	٧٩.٣٧	٢٥٠	١٠	٤٥	٥٠	إعداد الرسائل الإعلامية المقدمة إلى وسائل الإعلام والخطب الخاصة بالمسؤولين عن النادى .	٩
19	٦٨.٥٧	٢١٦	٢٨	٤٣	٣٤	تقوم بالإشراف على تنظيم الدورات التدريبية للعاملين والمدربين واللاعبين والدعاية لها	١٠
14	٧٣.٠٢	٢٣٠	٨	٦٩	٢٨	الاشتراك فى حل المشكلات والأزمات الداخلية والخارجية بالتنسيق مع الإدارات الأخرى بالنادى .	١١
18	٦٨.٨٩	٢١٧	٢٤	٥٠	٣١	تقوم بمرافقة الوفود والزائرين الأجانب أثناء زيارتهم النادى من مختلف البلاد الأجنبية	١٢
10	٧٥.٥٦	٢٣٨	٢٠	٣٧	٤٨	تقوم بتقديم الدعم لأنشطة الإدارات الأخرى داخل النادى وتقديم المساعدات للبعثات الخارجية .	١٣
20	٥٨.٤١	١٨٤	٥١	٢٩	٢٥	تقوم العلاقات العامة بالنادى بحل الأزمات سواء مع الجمهور الداخلي أو الخارجي .	١٤
7	٧٨.٤١	٢٤٧	١٨	٣٢	٥٥	تعمل العلاقات العامة على التنبؤ بالأزمات والمشكلات قبل	١٥

						حدثها ومحاولة تداركها .
11	٧٣.٦٥	٢٣٢	١٥	٥٣	٣٧	العلاقات العامة ليس لها القدرة على مواجهة الأزمات التي قد تقع بين أعضاء الجمعية العمومية للنادي.
15	٧١.٤٣	٢٢٥	٢١	٤٨	٣٦	تقوم العلاقات العامة بالنادي بوضع خطط بديلة لتفادي الأزمات التي تواجهه .
8	٧٧.٧٨	٢٤٥	١٨	٣٤	٥٣	تقوم العلاقات العامة بالنادي بعملية التعقيم الإعلامي عن وقوع الأزمة .
13	٧٣.٣٣	٢٣١	٢١	٤٢	٤٢	توجد استراتيجيات إعلامية ثابتة بالعلاقات العامة بالنادي لاستخدامها عند حدوث الأزمة
3	٨٣.٨١	٢٦٤	٦	٣٩	٦٠	لا يوجد تعاون بين العلاقات العامة والإدارات الأخرى بالنادي في مواجهة الأزمات .
						الدرجة الكلية للمحور
						٤٧٨٣ %٧٥.٩٢

يتضح من الجدول السابق (١٠) أن الوزن لاستجابات عينة البحث في المحور الأول الاستثمار العلاقات العامة تراوحت ما بين (٥٨.٤١% : ٨٥.٠٨%)، بينما كان الوزن النسبي لمجموع المحور (٧٥.٩٢%)

ويتضح من الجدول أن أعلى عبارة (١) الأشراف على إعداد وإقامة الندوات والمؤتمرات والحفلات والاجتماعات الخاصة بالنادي . " حيث جاءت بدرجة مقدرة (٢٦٨)، ووزن (٨٥.٠٨). وأقل عبارة رقم (١٤) " تقوم العلاقات العامة بالنادي بحل الأزمات سواء مع الجمهور الداخلي أو الخارجي " حيث جاءت بدرجة مقدرة (١٨٤) ووزن نسبي (٥٨.٤١ %)

ويعزو الباحث تلك النتيجة إلى أن من أهم الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة داخل الاندية الرياضية هي الإعداد والتجهيز لإقامة الندوات والمؤتمرات والحفلات والاجتماعات الخاصة بالنادي سواء كانت مع الجماهير الداخلية والخارجية حيث تعتبر هذه الوظيفة من أهم الوظائف التي يجب أن تؤديها العلاقات العامة على أكمل وجه ، بينما كانت أقل العبارات التي حصلت على نسبة في هذا المحور التي تنص على ان العلاقات العامة بالنادي تقوم بحل الأزمات سواء مع الجمهور الداخلي أو الخارجي حيث أن أغلب الاندية الرياضية لا تضع في خططها خطة إعلامية كاملة لمواجهة الأزمات التي يتعرض لها النادي ولكنها تكتفي بمحاولة وضع الحلول للتعامل مع هذه الأزمة في نطاق اختصاصاتها وقدرتها على القيام بهذا الدور ، فالخطط الإعلامية يجب الإعداد لها ومراعاتها لما لها من دوراً هاماً في تدارك الأزمة التي يتعرض لها النادي ومحاولة جذب الجماهير الداخلية والخارجية للوقوف إلى جانب النادي في أزمته ومحاولة وضع الحلول من جانبه والمساهمة بشكل فعال في احتواها ، ويتفق هذا مع دراسة " أشرف صبحي " (٢٠٠٠) ويتفق مع هذا " محمود إسماعيل " (٢٠٠٤) على أن العلاقات العامة تشمل العديد من أنشطة المؤسسة التي يتم تنفيذها كالدعاية والنشر والإعلام والاتصال بهدف إيجاد علاقة متفاعلة بين طرفين والتي من خلالها يتم تقييم اتجاهات وسلوك جماهير المؤسسة الداخلية والخارجية وربط فلسفة وسياسة المؤسسة بمصلحة الجماهير وتنفيذ برنامج عمل لتحقيق التفاهم بين المؤسسة وجماهيرها لكسب ثقتهم وتأييدهم "

جدول (١١)

الدرجة المقدره والوزن النسبي لاستجابات عينة البحث في المحور الاول (التخطيط لأنشطة العلاقات

العامة) (ن = ١٠٥)

الترتيب	الوزن النسبي	الدرجة المقدره	الاستجابة			العبارات	م
			لا اميل مطلقا	اميل بدرجة متوسطة	اميل		
15	٧٧.١٤	٢٤٣	١٣	٤٦	٤٦	تستخدم العلاقات العامة البحوث العلمية فى تخطيط برامجها وأنشطتها من خلال نتائج تلك الأبحاث .	١
16	٧٧.١٤	٢٤٣	١٢	٤٨	٤٥	يستعين الاتحاد بخبرات من الخارج فى تخطيط برامج وأنشطة العلاقات العامة .	٢
19	٧١.٧٥	٢٢٦	٢٨	٣٣	٤٤	تقوم العلاقات العامة بالاتحاد بتخطيط أنشطتها وبرامجها دون التنسيق مع الإدارات الأخرى بالنادى.	٣
4	٨٦.٦٧	٢٧٣	٢	٣٨	٦٥	يتم وضع القواعد المعمول بها فى العلاقات العامة بأسلوب علمي وعملي وموضوعي .	٤
13	٧٩.٦٨	٢٥١	٨	٤٨	٤٩	تمتاز الإجراءات بالمرونة والوضوح والقابلية للتنفيذ .	٥
20	٤٩.٢١	١٥٥	٧٥	١٠	٢٠	توجد ميزانية ثابتة وكافية لأنشطة وبرامج العلاقات العامة بالنادى.	٦
18	٧٤.٦٠	٢٣٥	٢٢	٣٦	٤٧	توجد صعوبات فى توفير النواحي المالية لأنشطة العلاقات العامة بسبب ضعف الميزانية العامة للنادى.	٧
3	٨٩.٥٢	٢٨٢	٠	٣٣	٧٢	تشارك العلاقات العامة مع مجلس إدارة النادى فى تحديد الميزانية اللازمة لتنفيذ أنشطتها	٨
17	٧٦.١٩	٢٤٠	٢٠	٣٥	٥٠	يتم وضع الميزانية التقديرية للعلاقات العامة بالنادى على أسس ودراسات موضوعية .	٩
17	٧٨.١٠	٢٤٦	١٤	٤١	٥٠	يتم توزيع بنود الميزانية التقديرية والبرنامج الزمني على أنشطة العلاقات العامة بالنادى وفقاً لأهمية كل نشاط .	١٠
8	٨٥.٤٠	٢٦٩	٢	٤٢	٦١	يتم وضع أهداف العلاقات العامة بالنادى بطريقة علمية .	١١
5	٨٦.٦٧	٢٧٣	٢	٣٨	٦٥	تتنوع الأهداف الخاصة بالعلاقات العامة بالنادى بين أهداف قصيرة وطويلة المدى .	١٢
2	٩٠.٤٨	٢٨٥	٢	٢٦	٧٧	يتم ترتيب وتحديد أهداف العلاقات العامة بالنادى وفقاً لأولوياتها .	١٣
9	٨٤.٧٦	٢٦٧	٤	٤٠	٦١	يتم قياس نتائج أهداف العلاقات العامة بالاتحاد .	١٤
11	٨٢.٢٢	٢٥٩	٢	٥٢	٥١	تقوم العلاقات العامة بالإعلام عن أهداف النادى وتوضيح سياساته للمتعاملين معه .	١٥
6	٨٦.٦٧	٢٧٣	٤	٣٤	٦٧	تساعد الأهداف الموضوعية بالعلاقات العامة بالنادى على تحديد خطة كاملة لنشاط العلاقات العامة .	١٦
1	٩٣.٩٧	٢٩٦	٠	١٩	٨٦	أهداف العلاقات العامة بالنادى معروفة وواضحة للعاملين بها	١٧
10	٨٤.٤٤	٢٦٦	٢	٤٥	٥٨	أهداف العلاقات العامة بالنادى تتناسب مع الوقت المتاح لتنفيذها.	١٨
12	٨٠.٣٢	٢٥٣	٧	٤٨	٥٠	يتم وضع أهداف العلاقات العامة بالاتحاد بالاشتراك مع أعضاء الجمعية العمومية للنادى.	١٩
7	٨٦.٦٧	٢٧٣	٤	٣٤	٦٧	يتم وضع أهداف العلاقات العامة من قبل مجلس إدارة النادى.	٢٠
	%٨١.٠٨	٥١٠.٨				الدرجة الكلية للمحور	

يتضح من الجدول السابق (١١) أن الوزن لاستجابات عينة البحث في المحور الثاني الاستمارة الواقع الفعلي تراوحت ما بين (٤٩.٢١% : ٩٣.٩٧%)، بينما كان الوزن النسبي لمجموع المحور (٨١.٠٨%)

ويتضح من الجدول أن أعلى عبارة (١٧) " أهداف العلاقات العامة بالنادى معروفة وواضحة للعاملين بها " حيث جاءت بدرجة مقدرة (٢٩٦)، وبوزن (٩٣.٩٧). وأقل عبارة رقم (٦) " توجد ميزانية ثابتة وكافية لأنشطة وبرامج العلاقات العامة بالنادى. " حيث جاءت بدرجة مقدرة (١٥٥) وبوزن نسبي (٤٩.٢١%) .

ويعزو الباحث تلك النتيجة إلى أن الأهداف التي يتم وضعها من قبل الإدارة العليا للنادى واضحة ومحددة وموضوعة وفق أسس علمية قابلة للتطبيق ، فالعاملين بالنادى على دراية تامة بكافة الأهداف المنوطة بهم والواجب تنفيذها ومتابعتها من أجل تحقيق الأهداف الخاصة بالعلاقات العامة وبالتالي تحقيق أهداف النادى ، أما بالنسبة لضعف التمويل الخاص بأنشطة العلاقات العامة فقد أوضحت النتائج عن وجود قصور شديد فى النواحي المالية الخاصة بتنفيذ خطط العلاقات العامة ويرجع ذلك إلى ضعف الميزانية المخصصة لإدارة العلاقات العامة بالنادى وعدم وجود موارد مالية كافية للعلاقات العامة تساعد على القيام بأعمالها المكلفة بها على أكمل وجه ويتفق هذا مع دراسة "مايك جاكو وسكى" (١٩٩٨) ، ودراسة " كريم الحكيم " (٢٠٠٥).

جدول (١٢)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي لاستجابات عينة البحث في المحور الثالث

(الجوانب التنظيمية للعلاقات العامة) (ن = ١٠٥)

الترتيب	الوزن النسبي	الدرجة المقدرة	الاستجابة			العبارات	م
			لا اميل مطلقا	اميل بدرجة متوسطة	اميل		
1	٩٠.٤٨	٢٨٥	٣	٢٤	٧٨	هناك اهتمام من قبل مجلس الإدارة بتطبيق اللوائح والقوانين المنظمة للعمل بالعلاقات العامة بالنادى.	١
4	٨٢.٢٢	٢٥٩	٨	٤٠	٥٧	تؤخذ العلاقات العامة من قبل مجلس الإدارة بالنادى على أنها واجهة شكلية فقط	٢
8	٧٦.٥١	٢٤١	٢٤	٢٦	٥٥	يتم تقسيم العمل لكل أخصائي فى العلاقات العامة بالنادى حسب تخصص كل منهم .	٣
10	٧٤.٦٠	٢٣٥	٢٤	٣٢	٤٩	يوجد تحديد للسلطات والمسئوليات للأخصائيين بالعلاقات العامة بالنادى.	٤
6	٨٠.٠٠	٢٥٢	١٨	٢٧	٦٠	هناك تداخل فى الاختصاصات بين الأخصائيين بالعلاقات	٥

						العامة بالنادى.
13	٦٨.٨٩	٢١٧	٢٤	٥٠	٣١	يوجد تفويض للسلطة داخل العلاقات العامة بالنادى.
9	٧٦.٥١	٢٤١	٢٢	٣٠	٥٣	السلطات المحددة لكل أخصائي بالعلاقات العامة تتناسب مع الإمكانيات الموكلة إليه .
11	٧٣.٦٥	٢٣٢	٢١	٤١	٤٣	تقوم العلاقات العامة بالتنسيق بين النادى والأجهزة السياسية والتنفيذية .
٣	٨٥.٠٨	٢٦٨	٤	٣٩	٦٢	يوجد تنسيق كامل بين العلاقات العامة والإدارات الأخرى بالنادى فى تنفيذ الأعمال .
٢	٨٥.٤٠	٢٦٩	٤	٣٨	٦٣	يحتوى الهيكل التنظيمي بالعلاقات العامة بالنادى على مجموعة وحدات مستقلة (مسئول الإعلام ، مسئول البحوث ، مسئول العلاقات مع الجماهير ... الخ) .
٥	٨٠.٩٥	٢٥٥	١٠	٤٠	٥٥	العلاقات العامة داخل الهيكل التنظيمي بالاتحاد تابعة لمجلس الإدارة مباشرة .
٧	٧٩.٣٧	٢٥٠	١٠	٤٥	٥٠	توجد خرائط تنظيمية بالنادى لتوضيح المستوى الإدارى للعلاقات العامة والمستوى الإدارى للأخصائيين به .
١٤	٦٨.٥٧	٢١٦	٢٨	٤٣	٣٤	يوجد توصيف وظيفي للعلاقات العامة بالنادى لتوضيح مهام كل أخصائي بها .
١٢	٧٣.٠٢	٢٣٠	٨	٦٩	٢٨	يوجد دليل تنظيمي للعلاقات العامة بالنادى لتوضيح كافة الأعمال والمعلومات الخاصة بنشاط العلاقات العامة .
	%٧٨.٢٣	٣٤٥٠				الدرجة الكلية للمحور

يتضح من الجدول السابق (١٢) أن الوزن لاستجابات عينة البحث في المحور الثالث الاستمارة الواقع الفعلى تراوحت ما بين (٦٨.٥٧%:٩٠.٤٨%)، بينما كان الوزن النسبي لمجموع المحور (٧٨.٢٣%)

ويتضح من الجدول أن أعلى عبارة (١) " هناك اهتمام من قبل مجلس الإدارة بتطبيق اللوائح والقوانين المنظمة للعمل بالعلاقات العامة بالناد" حيث جاءت بدرجة مقدرة (٢٨٥)، ووزن (٩٠.٤٨). واقل عبارة رقم (١٣) " يوجد توصيف وظيفي للعلاقات العامة بالنادى لتوضيح مهام كل أخصائي بها " حيث جاءت بدرجة مقدرة (٢١٦) ووزن نسبي (٦٨.٥٧%) .

ويعزو الباحث تلك النتيجة إلى أن الإدارة العليا داخل النادى تسعى جاهده إلى تنفيذ وتطبيق اللوائح والقوانين المنظمة للعمل داخل النادى وذلك من أجل تحقيق أهدافها العامة وبالتالي تحقيق الدور الهام التى وجدت من أجله النادى ، فتطبيق القواعد واللوائح المنظمة للعمل أمر ضروري لا بد منه وعدم قيام الإدارة العليا بتطبيق مثل هذه اللوائح يؤدي إلى قصور شديد فى كيفية إدارتها للنادى وعدم تحقيق أهدافها المنشودة ، وقد جاءت التخصصية فى العمل من أقل العوامل تحقيقاً فى النادى حيث أنه لا توجد اتجاه إلى تخصيص العمل داخل العلاقات العامة بالنادى ويرجع ذلك إلى قلة عدد العاملين بالعلاقات العامة وعدم وجود اختصاصات محددة للعاملين به ، فالتخصصية فى مجال الإدارة الرياضية أصبح من الأمور الهامة

التي يجب مراعاتها عند القيام بالأعمال وتحقيق من أجل تحقيق الأهداف في الوقت المناسب وبأقل التكاليف ويتفق هذا مع دراسة " ياسر العدوان (١٩٩٦) ، ودراسة " محمود الاصبح " (٢٠٠٤) .

جدول (١٣)

الدرجة المقدره والوزن النسبي لاستجابات عينة البحث في المحور الرابع (وسائل الاتصال للعلاقات العامة)

(ن = ١٠٥)

الترتيب	الوزن النسبي	الدرجة المقدره	الاستجابة			العبارات	م
			لا اميل مطلقا	اميل بدرجة متوسطه	اميل		
٢٣	٧٣.٦٥	٢٣٢	٢١	٤١	٤٣	تعمل العلاقات العامة بالنادى على فتح قنوات للاتصال بين مختلف الجماهير والمؤسسات المتعامله معها وبين مجلس الإدارة .	١
١١	٨٢.٥٤	٢٦٠	٩	٣٧	٥٩	هناك اتصال بين العلاقات العامة بالنادى ووسائل الإعلام المختلفه .	٢
١	٩٠.٤٨	٢٨٥	٣	٢٤	٧٨	تستخدم العلاقات العامة بالنادى الاتصالات الأفقيه والراسيه لنقل المعلومات والبيانات بين المستويات الإداريه المختلفه .	٣
١٥	٧٨.١٠	٢٤٦	٩	٥١	٤٥	وسائل الاتصال المستخدمه مناسبة لكم المعلومات التي تحاول العلاقات العامة بالنادى توصيلها إلى الجماهير .	٤
٦	٨٥.٠٨	٢٦٨	١٤	١٩	٧٢	هناك نظام اتصالي يقوم العلاقات العامة باستخدامه لتبادل المعلومات والبيانات بين النادى وأعضائه .	٥
24	٧٣.٠٢	٢٣٠	٨	٦٩	٢٨	تناسب وسائل الاتصال التي تستخدمها العلاقات العامة مع كم وحجم المعلومات المراد توصيلها من والى الجماهير ومجلس الإدارة .	٦
26	٦٨.٨٩	٢١٧	٢٤	٥٠	٣١	يتم اختيار وسائل الاتصال بالجمهور الخارجى بناءً على المصدقيه ومدى الانتشار .	٧
21	٧٥.٥٦	٢٣٨	٢٠	٣٧	٤٨	لا يتم استخدام أكثر وسائل الإعلام انتشاراً فى احتواء الأزمات الخاصه بالنادى.	٨
27	٥٨.٤١	١٨٤	٥١	٢٩	٢٥	تتوافر وسائل الاتصال الحديثه بإعداد مناسبه بالعلاقات العامة بالنادى.	٩
٢٢	٧٤.٦٠	٢٣٥	٩	٦٢	٣٤	تعتبر العلاقات العامة بالنادى هى وسيله الاتصال الرئيسيه للجماهير الداخليه والخارجيه .	١٠
٣	٨٦.٣٥	٢٧٢	٤	٣٥	٦٦	هناك اجتماعات دوريه لتقويه الاتصالات بين العلاقات العامة والإدارات الأخرى ومجلس إدارة النادى.	١١
١٩	٧٦.٥١	٢٤١	١٤	٤٦	٤٥	تعتبر الرسائل الإعلاميه الدوريه من قبل العلاقات العامة	١٢

بالنادى من أهم الوسائل لنشر أنشطة وبرامج الاتحاد .						
٢	٨٧.٦٢	٢٧٦	٨	٢٣	٧٤	١٣
الأششطة الاتصالية للعلاقات العامة تتفق مع الثقافة السائدة والمستوى الفكرى للجمهور المستهدف .						
تستخدم العلاقات العامة بالنادى فى الاتصال :						
٧	٨٥.٤٠	٢٦٩	٠	٤٦	٥٩	أ
الصحف اليومية .						
٩	٨٤.٤٤	٢٦٦	٦	٣٧	٦٢	ب
. البريد الالكتروني .						
١٣	٨٠.٦٣	٢٥٤	١٨	٢٥	٦٢	ج
. الإعلانات .						
٢٠	٧٥.٢٤	٢٣٧	١٣	٥٢	٤٠	د
. التليفون المحمول .						
٢٥	٧٣.٠٢	٢٣٠	١٦	٥٣	٣٦	هـ
. التليفزيون .						
١٦	٧٨.١٠	٢٤٦	١٢	٤٥	٤٨	و
. المجلات .						
٨	٨٤.٧٦	٢٦٧	٤	٤٠	٦١	ز
. النشرات .						
١٢	٨٢.٢٢	٢٥٩	٢	٥٢	٥١	ح
. الملصقات .						
٤	٨٦.٦٧	٢٧٣	٤	٣٤	٦٧	ط
. البريد .						
١٧	٧٧.١٤	٢٤٣	١٣	٤٦	٤٦	ي
. فيديو المؤتمرات .						
١٨	٧٧.١٤	٢٤٣	١٢	٤٨	٤٥	ك
. الفاكس .						
١٠	٨٤.٤٤	٢٦٦	٢	٤٥	٥٨	ل
. الراديو .						
١٤	٨٠.٣٢	٢٥٣	٧	٤٨	٥٠	م
. المقابلة الشخصية .						
٥	٨٦.٦٧	٢٧٣	٤	٣٤	٦٧	ن
. شبكة المعلومات الدولية .						
الدرجة الكلية للمحور						
٦٧٦٣		%٧٩.٥١				

يتضح من الجدول السابق (١٣) أن الوزن لاستجابات عينة البحث في المحور الرابع الاستمارة الواقع الفعلى تراوحت ما بين (٥٨.٤١% : ٩٠.٤٨%)، بينما كان الوزن النسبي لمجموع المحور (٧٩.٥١%)

ويتضح من الجدول أن أعلى عبارة (٣) " تستخدم العلاقات العامة بالنادى الاتصالات الأفقية والراسية لنقل المعلومات والبيانات بين المستويات الإدارية المختلفة " حيث جاءت بدرجة مقدرة (٢٨٥)، ويزون (٩٠.٤٨%). واقل عبارة رقم (٩) " تتوافر وسائل الاتصال الحديثة بإعداد مناسبة بالعلاقات العامة بالنادى. " حيث جاءت بدرجة مقدرة (١٨٤) ويزون نسبي (٨٥.٤١) .

ويعزو الباحث تلك النتيجة إلى أن من أهم الوظائف والاختصاصات المنوطه بها العلاقات العامة داخل النادى هي استخدام العلاقات العامة بالنادى الاتصالات الأفقية والراسية لنقل المعلومات والبيانات بين المستويات الإدارية المختلفة والاتصال بال جماهير الداخلية والخارجية حيث أن الاتصال من أهم العوامل ذات الفاعلية داخل الاندية وبدونه يتم فقد حلقة الوصل بين الإدارة العليا وبين الجماهير الداخلية والخارجية بالنادى مما قد ينعكس بالسلب على أداء الأعمال داخل النادى ، أما بالنسبة لوسائل الاتصال فقد ظهر من خلال استجابات عينة البحث عدم استخدام بعض وسائل الاتصال الحديثة داخل النادى وخاصة شبكة

المعلومات الدولية الذي يعتبر من الوسائل التكنولوجية الحديثة في مجال الاتصال ويتفق هذا مع دراسة " ألان فريتاغ " (١٩٩٩) (٨٨) .

ويتفق هذا مع "جميل أحمد" (١٩٩٨) على أن الاتصال الصادر من المؤسسة هو أهم وظيفة في العلاقات العامة وأوضحها بالطبع ، كما يهدف الاتصال الصادر إلى جذب الانتباه ، فالاتصال في مفهوم العلاقات العامة لا يعني فقط إعلام الناس أو نقل المعلومات والأخبار لهم ، ولكنه يتجاوز هذه المرحلة إلى مرحلة نقل الاتصال المؤثر الذي يترك أثراً طيباً في نفس المستقبليين والمشاهدين لهم ، وأنه يهدف إلى تحسين الرأي العام نحو المؤسسة ، ولن يتم ذلك إلا إذا كان ما ينقل من اتصال هو شئ مفيد وفعال ومؤثر .

جدول (١٤)

الدرجة المقدره والوزن النسبي لاستجابات عينة البحث في المحور الخامس (نظم القيادة بالعلاقات

العامة)

(ن = ١٠٥)

الترتيب	الوزن النسبي	الدرجة المقدره	الاستجابة			العبارات	م
			لا اميل مطلقا	اميل بدرجة متوسطة	اميل		
13	٧٤.٦٠	٢٣٥	٩	٦٢	٣٤	تهتم القيادات بمجلس إدارة النادي بحل مشاكل العاملين بالعلاقات العامة .	١
3	٨٦.٣٥	٢٧٢	٤	٣٥	٦٦	تهتم القيادات بمجلس إدارة النادي برفع المستوى الوظيفي للعاملين بالعلاقات العامة .	٢
12	٧٦.٥١	٢٤١	١٤	٤٦	٤٥	يقوم مجلس إدارة النادي باختيار المسؤولين عن العلاقات العامة على أساس التخصص في العمل .	٣
2	٨٧.٦٢	٢٧٦	٨	٢٣	٧٤	لا تهتم القيادات النادي بتدعيم العلاقات الإنسانية بين العاملين بالعلاقات العامة والإدارات الأخرى .	٤
9	٧٩.٦٨	٢٥١	١١	٤٢	٥٢	يتم اتخاذ القرارات من خلال التشاور بين القيادات بمجلس إدارة النادي والمسؤولين عن العلاقات العامة .	٥
4	٨٥.٠٨	٢٦٨	٦	٣٥	٦٤	يتم اتخاذ القرارات داخل العلاقات العامة من خلال التشاور بين المسؤولين والأخصائيين العاملين بها .	٦
16	٦٨.٨٩	٢١٧	١٩	٦٠	٢٦	تقوم القيادات بمجلس إدارة النادي بإتباع أسلوب قيادي مختلف مع العلاقات العامة عن باقي الإدارات الأخرى	٧
15	٧١.١١	٢٢٤	١٦	٥٩	٣٠	يتم إتباع أسلوب القيادة الديكتاتورية في التعامل بين مجلس إدارة النادي والعلاقات العامة	٨
8	٨٠.٠٠	٢٥٢	١١	٤١	٥٣	يتم اتخاذ القرارات من قبل العلاقات العامة دون دراسة البدائل	٩

						المختلفة .
6	٨٤.١٣	٢٦٥	٧	٣٦	٦٢	يتم اتخاذ القرارات من قبل العلاقات العامة دون الرجوع إلى مجلس إدارة النادي.
11	٧٦.٥١	٢٤١	٢٢	٣٠	٥٣	يقوم مجلس إدارة النادي بتشجيع الأخصائيين بالعلاقات العامة على الإلقاء بتصريحاتهم وأرائهم .
14	٧٣.٦٥	٢٣٢	٢١	٤١	٤٣	يسمح للأخصائيين بالعلاقات العامة بالمشاركة في اتخاذ القرار ولكن في النهاية يتم تنفيذ القرار من قبل مجلس الإدارة .
7	٨٢.٥٤	٢٦٠	٩	٣٧	٥٩	تساعد القيادات بمجلس إدارة الاتحاد على توفير الجو الملائم للعمل بالعلاقات العامة .
1	٩٠.٤٨	٢٨٥	٣	٢٤	٧٨	يتم إتباع أسلوب القيادة الديمقراطية داخل العلاقات العامة بالنادي.
10	٧٨.١٠	٢٤٦	٩	٥١	٤٥	تقوم القيادات بالعلاقات العامة بتقديم الدعم الكافي للأخصائيين للتقدم في العمل .
5	٨٥.٠٨	٢٦٨	١٤	١٩	٧٢	يقوم مجلس إدارة النادي بالتقليل من ظهور المسؤولين عن العلاقات العامة .
	%٨٠.٠٢	٤٠٣٣	الدرجة الكلية للمحور			

يتضح من الجدول السابق (١٤) أن الوزن لاستجابات عينة البحث في المحور الخامس الاستمارة الواقع الفعلي تراوحت ما بين (٦٨.٨٩% : ٨٠.٤٨%)، بينما كان الوزن النسبي لمجموع المحور (٨٠.٠٢%)

ويتضح من الجدول أن أعلى عبارة (٧) "يتم إتباع أسلوب القيادة الديمقراطية داخل العلاقات العامة بالنادي" حيث جاءت بدرجة مقدرة (٢٨٥)، وبوزن (٩٠.٤٨). وأقل عبارة رقم (١٤) "تقوم القيادات بمجلس إدارة النادي بإتباع أسلوب قيادي مختلف مع العلاقات العامة عن باقي الإدارات الأخرى" حيث جاءت بدرجة مقدرة (٢١٧) وبوزن نسبي (٦٨.٨٩%) .

ويعزو الباحث تلك النتيجة إلى أن الأسلوب المتبع داخل الاندية الرياضية يعتمد على السلطوية في اتخاذ القرارات من قبل الإدارة العليا ، فيجب أن يكون مشاركة للعاملين في وضع القواعد واللوائح والمشاركة في اتخاذ القرارات حتي يكون نابعاً من داخلهم مما يعمل على زيادة رغبتهم في إنجاز الأعمال المكلفين بها ، كما أظهرت النتائج إلى عدم وجود تشاور دائم بين القيادات العليا وأجهزة العلاقات العامة داخل النادي وخاصة في الأمور المرتبطة باتخاذ القرارات داخل النادي ويتفق هذا مع دراسة " خالد الصوفي (٢٠٠٤) "

جدول (١٤)

الدرجة المقدره والوزن النسبي لاستجابات عينة البحث في المحور السادس (الأخصائيين العاملين
بالعلاقات العامة) (ن = ١٠٥)

الترتيب	الوزن النسبي	الدرجة المقدره	الاستجابة			العبارات	م
			لا اميل مطلقا	اميل بدرجة متوسطة	اميل		
3	٨٨.٢٥	٢٧٨	٨	٢١	٧٦	الأخصائيين بالعلاقات العامة بالنادى غير ملمين باللوائح والقوانين المنظمة للعمل .	١
14	٧٧.١٤	٢٤٣	١٣	٤٦	٤٦	تقوم العلاقات العامة بإعداد دورات لتأهيل وصقل والأخصائيين بها .	٢
15	٧٧.١٤	٢٤٣	١٢	٤٨	٤٥	عدد الأخصائيين بالعلاقات العامة بالنادى غير كافي لتنفيذ أنشطة وبرامج العلاقات العامة .	٣
19	٧١.٧٥	٢٢٦	٢٨	٣٣	٤٤	مسئولي العلاقات العامة بالنادى لديهم التفاصيل الكاملة بعلاقة النادى مع الجماهير الداخلية والخارجية .	٤
4	٨٦.٦٧	٢٧٣	٢	٣٨	٦٥	هناك مجموعة من الضغوط النفسية التى يمارسها مجلس إدارة النادى على أخصائيين العلاقات العامة لدفعهم للعمل .	٥
12	٧٩.٦٨	٢٥١	٨	٤٨	٤٩	هناك ضغوط خارجية على الأخصائيين بالعلاقات العامة تؤدى إلى ضعف مستواهم فى إنجاز الأعمال .	٦
20	٤٩.٢١	١٥٥	٧٥	١٠	٢٠	يقوم مجلس إدارة النادى بمراعاة مصالح الأخصائيين بالعلاقات العامة .	٧
17	٧٤.٦٠	٢٣٥	٢٢	٣٦	٤٧	يتم اختيار الأخصائيين بالعلاقات العامة على أساس المؤهل الدراسي .	٨
18	٧٣.٩٧	٢٣٣	١٦	٥٠	٣٩	يتم اختيار الأخصائيين بالعلاقات العامة على أساس الخبرة والكفاءة .	٩
10	٨٠.٣٢	٢٥٣	٧	٤٨	٥٠	لا تحقق مهنة العلاقات العامة اى نوع من الأمن والاستقرار للعاملين بها .	١٠
5	٨٦.٦٧	٢٧٣	٤	٣٤	٦٧	يعمل بالعلاقات العامة بالنادى أخصائيين غير كويتيين .	١١
8	٨٣.٨١	٢٦٤	٦	٣٩	٦٠	هناك حوافز مادية للعاملين بالعلاقات العامة بالنادى لتشجيعهم على تحقيق إنجاز .	١٢
9	٨١.٥٩	٢٥٧	٤	٥٠	٥١	يقدم مجلس إدارة بلنادى مكافآت للعلاقات العامة عند تحقيق إنجازات .	١٣
11	٧٩.٠٥	٢٤٩	٦	٥٤	٤٥	يوجد نظام ثابت للحوافز بالعلاقات العامة بالنادى.	١٤
1	٩٠.١٦	٢٨٤	٠	٣١	٧٤	يشترط فى اختيار الأخصائيين بالعلاقات العامة الإلمام بلغات أجنبية .	١٥
2	٨٩.٥٢	٢٨٢	٠	٣٣	٧٢	هناك حوافز معنوية للعاملين بالعلاقات العامة بالنادى	١٦

						لتشجيعهم على تحقيق إنجاز .
16	٧٦.١٩	٢٤٠	٢٠	٣٥	٥٠	يتم توقيع الجزاءات لمقصرين من العاملين بالعلاقات العامة بالنادي.
13	٧٨.١٠	٢٤٦	١٤	٤١	٥٠	هناك حالة من عدم الرضا من قبل العاملين بالعلاقات العامة بالنادي بسبب ضعف الرواتب الخاصة بهم .
6	٨٤.٧٦	٢٦٧	٨	٣٢	٦٥	لا يوجد فرص متاحة للتقدم للعاملين بالعلاقات العامة بالنادي.
7	٨٣.٨١	٢٦٤	٩	٣٣	٦٣	تتدخل العلاقات الشخصية في الحصول على الحوافز بالعلاقات العامة بالنادي.
	%٧٩.٦١	٥٠١٦	الدرجة الكلية للمحور			

يتضح من الجدول السابق (١٤) أن الوزن لاستجابات عينة البحث في المحور السادس الاستمارة الواقع الفعلي تراوحت ما بين (٤٩.٢١%:٩٠.١٦%)، بينما كان الوزن النسبي لمجموع المحور (٧٩.٦١%)

ويتضح من الجدول أن أعلى عبارة (١٥) " يشترط في اختيار الأخصائيين بالعلاقات العامة بالإمام بلغات أجنبية " حيث جاءت بدرجة مقدرة (٢٨٤)، ويوزن (٩٠.١٦%) . وأقل عبارة رقم (٧) " يقوم مجلس إدارة النادي بمراعاة مصالح الأخصائيين بالعلاقات العامة " حيث جاءت بدرجة مقدرة (١٥٥) ويوزن نسبي (٤٩.٢١%) .

ويعزو الباحث تلك النتيجة إلى أن من أهم المواصفات التي يجب أن يتمتع بها أخصائي العلاقات العامة هي الإمام باللغات الأجنبية وذلك لمساعدته في القيام بواجباته وخاصة التي تقام خارج الأراضي الكويتية .

ويتفق هذا مع " مركز التميز للمنظمات غير الحكومية " (٢٠٠٣) على إن النجاح في اختيار العاملين في أجهزة العلاقات العامة يتوقف أساساً على الفهم الواضح لما تتوقعه المؤسسة من هذه الأجهزة ومن العاملين فيها. وهذا التوقع يمثل الهدف الذي يجب أن يؤخذ بعين الاعتبار عند إعداد الخطط والبرامج الخاصة بإمداد جهاز العلاقات العامة بالعاملين ذوي المقدرة والكفاءة ، أما بالنسبة لعدد العاملين فلا يخضع لقانون أو لقواعد ثابتة أو نسبية، فعددتهم يتوقف على حجم المؤسسة أولاً وحجم العلاقات العامة ومهامه وطبيعة هذا الجهاز من حيث البساطة والتعقيد وأهدافه وخطته ثانياً (١٠٧) .

جدول (١٥)

الدرجة المقدره والوزن النسبي لاستجابات عينة البحث في المحور السابع (النظم الرقابية بالعلاقات

(العامه) (ن = ١٠٥)

الترتيب	الوزن النسبي	الدرجة المقدره	الاستجابة			العبارات	م
			لا اميل مطلقا	اميل بدرجة متوسطة	اميل		
15	٧٣.٣٣	٢٣١	٢١	٤٢	٤٢	يقوم مجلس إدارة النادي بالتأكد من تنفيذ البرامج التي تم وضعها للعلاقات العامة من خلال خطة رقابية تم إعدادها مسبقاً .	١
3	٨٣.٨١	٢٦٤	٦	٣٩	٦٠	العملية الرقابية تتوافق مع الأنشطة الموجودة بالعلاقات العامة بالنادي.	٢
4	٨٢.٢٢	٢٥٩	٨	٤٠	٥٧	يحافظ الأسلوب المتبع للرقابة بالعلاقات العامة على معالجة الانحرافات التنظيمية .	٣
11	٧٦.٥١	٢٤١	٢٤	٢٦	٥٥	هناك معايير رقابية للعلاقات العامة بالنادي يتم من خلالها قياس مستوى الأداء .	٤
13	٧٤.٦٠	٢٣٥	٢٤	٣٢	٤٩	يتم وضع النظم الرقابية الخاصة بالعلاقات العامة من قبل مجموعة من المتخصصين .	٥
7	٨٠.٠٠	٢٥٢	١٨	٢٧	٦٠	تساعد عملية تقسيم العمل في تسهيل العملية الرقابية بالعلاقات العامة بالنادي.	٦
5	٨١.٥٩	٢٥٧	٨	٤٢	٥٥	لا تؤدي العملية الرقابية لوجود الالتزام داخل العلاقات العامة لتنفيذ الأعمال المكلفة بها	٧
2	٨٥.٠٨	٢٦٨	٤	٣٩	٦٢	يتم تنفيذ الخطة الرقابية من قبل مجلس إدارة النادي بالاشتراك مع المسؤولين عن العلاقات العامة .	٨
1	٨٥.٤٠	٢٦٩	٤	٣٨	٦٣	يوجد قصور في تقويم أنشطة العلاقات العامة بسبب عدم وجود ميزانية للصراف على عملية التقويم .	٩
6	٨٠.٩٥	٢٥٥	١٠	٤٠	٥٥	يقوم مجلس إدارة النادي بتقويم عمل العلاقات العامة بصفة دورية .	١٠
8	٧٩.٣٧	٢٥٠	١٠	٤٥	٥٠	يوجد قصور في تقويم أنشطة العلاقات العامة بسبب عدم وجود متخصصين في عملية التقويم .	١١
19	٦٨.٥٧	٢١٦	٢٨	٤٣	٣٤	تقوم العلاقات العامة بتنظيم اجتماعات للعاملين بالنادي مع مجلس الإدارة للوقوف على نواحي القصور في العمل .	١٢
16	٧٣.٠٢	٢٣٠	٨	٦٩	٢٨	لا يتم الاستفادة من عملية التقويم بسبب عدم تنفيذ نتائج تلك العملية .	١٣
18	٦٨.٨٩	٢١٧	٢٤	٥٠	٣١	يتم تقويم العمل بالعلاقات العامة بواسطة مقارنة الأهداف الموضوعه بما تم تحقيقه من الأعمال .	١٤
12	٧٥.٥٦	٢٣٨	٢٠	٣٧	٤٨	يتم تقويم العمل بالعلاقات العامة بواسطة التقارير الدورية والمقابلات الشخصية .	١٥
20	٥٨.٤١	١٨٤	٥١	٢٩	٢٥	يتم تقويم العمل بالعلاقات العامة بواسطة استطلاع آراء الجماهير .	١٦
9	٧٨.٤١	٢٤٧	١٨	٣٢	٥٥	يتم تقويم العمل بالعلاقات العامة بواسطة الاختبارات .	١٧
14	٧٣.٦٥	٢٣٢	١٥	٥٣	٣٧	لا توجد عوائق وصعوبات في تنفيذ عملية التقويم الخاصة بالعلاقات العامة بالنادي.	١٨

17	٧١.٤٣	٢٢٥	٢١	٤٨	٣٦	تقوم العلاقات العامة بالنادى بالاستفادة من نتائج التقييم فى تعديل خططها وبرامجها وأنشطتها .	١٩
10	٧٧.٧٨	٢٤٥	١٨	٣٤	٥٣	يقوم الأخصائيين بالعلاقات العامة بالنادى بعملية التقييم الذاتى بعد الانتهاء من كل نشاط .	٢٠
	%٧٦.٤٣	٤٨١٥	الدرجة الكلية للمحور				
	%٧٨.٧١	٣٣٩٢٣	الدرجة الكلية للاستمارة				

يتضح من الجدول السابق (١٥) أن الوزن لاستجابات عينة البحث في المحور السابع الاستمارة الواقع الفعلي تراوحت ما بين (٥٨.٤١% : ٨٥.٤٠%)، بينما كان الوزن النسبي لمجموع الاستمارة ككل (٧٨.٧١%)

ويتضح من الجدول أن أعلى عبارة (٩) " يوجد قصور فى تقييم أنشطة العلاقات العامة بسبب عدم وجود ميزانية للصرف على عملية التقييم " حيث جاءت بدرجة مقدرة (٢٦٩)، ووزن (٨٥.٤٠). واقل عبارة رقم (١٦) " يتم تقييم العمل بالعلاقات العامة بواسطة استطلاع آراء الجماهير . " حيث جاءت بدرجة مقدرة (١٨٤) ووزن نسبي (٥٨.٤١ %) .

ويعزو الباحث تلك النتيجة إلى أن قلة الدعم المادي المتوافر للعلاقات العامة داخل النادى وخاصة الخاص بعملية التقييم يؤدي إلى عدم قدرة إدارة النادى على القيام بعملية التقييم المستمر على أكمل وجه ، ويتفق هذا مع دراسة " نيكولاس كيبكورير " (١٩٩٧) ، ودراسة " ريم أحمد " (٢٠٠٣) .

ويتفق هذا مع " خليل محمد " (٢٠٠٢) على أن يتضمن أداء وظيفة الرقابة في العلاقات العامة : وضع المعايير ، وقياس الأداء ومقارنته بها ، وتصحيح الانحرافات ومعالجتها.

ويتفق هذا مع "محمد البادى" (١٩٩٨) على أن التقييم هو اقل أنشطة العلاقات العامة ممارسة وتطبيقاً إلا أنه أكثرها أهمية وخطورة حتى يمكن القول أن مستقبل العلاقات العامة ذاته يتعلق بالكيفية التي ينبغي أن يتطور بها التقييم كنشاط مهني لا غني عنه ، ولقد اكتسب التقييم هذه الأهمية البالغة لمكانته بين أنشطة العلاقات العامة ولانعكاساته المؤثرة على العلاقات العامة والمنظمات التي تعمل لها

الاستنتاجات و التوصيات :

أولاً: الاستنتاجات :

فى ضوء هدف البحث ومنهجيته والعينة التي طبقت عليها الدراسة والتحليل الإحصائي المستخدم جاءت النتائج التالية :

- من اهم وظائف العلاقات العامه الأشراف على إعداد وإقامة الندوات والمؤتمرات والحفلات والاجتماعات الخاصة بالنادى.
- يوجد قصور فى تقييم أنشطة العلاقات العامة بسبب عدم وجود ميزانية للصرف على عملية التقييم.
- يشترط فى اختيار الأخصائيين بالعلاقات العامة الإلمام بلغات أجنبية.
- يتم إتباع أسلوب القيادة الديمقراطية داخل العلاقات العامة بالنادى.
- تستخدم العلاقات العامة بالنادى الاتصالات الأفقية والراسية لنقل المعلومات والبيانات بين

المستويات الإدارية المختلفة.

- تستخدم إدارة العلاقات العامة صفحة الإنترنت المخصصة للنادي الرياضي للتعريف بأنشطتها بشكل كاف.
- تساهم العلاقات العامة فى التنسيق مع كوادر لعمل دورات تفيد المجتمع المحيط داخل النادى الرياضي.
- تهتم ادارة النادى الرياضى باستخدام التقنيات الحديثة عن طريق ادارة العلاقات العامة إلكترونياً..

ثانياً: التوصيات :

- العمل على تغيير طبيعة ومهام واختصاصات العلاقات العامة بحيث تستهدف بناء الجسور وإيصال الروابط بين الاندية و جماهيرها بمختلف شرائحها.
- العمل على ممارسة أكثر نشاطات العلاقات العامة كفاءة فى مواجهة الأزمات التى تتعرض لها الاندية الرياضية مثل اللقاءات الرسمية مع الإعلاميين، والحملات الإعلامية التلفزيونية والصحفية.
- وجود استراتيجية إعلامية ثابتة خاصة بالعلاقات العامة لمواجهة أى أزمة يتعرض لها النادى.
- تحسين صورة مهنة العلاقات العامة لدى العاملين بالإدارات المختلفة بالاندية الرياضية، ولدى مجالس الإدارات على وجه الخصوص.
- إعادة هيكلة الهياكل التنظيمية بالاندية الرياضية لتصحيح الأوضاع الخاطئة للعلاقات العامة ووضعها فى المستوى الادارى المناسب لأهمية الدور التى تلعبه داخل وخارج الاندية الرياضية.
- وضع توصيف وظيفى للأخصائيين العاملين بالعلاقات العامة لمنع التداخل فى الاختصاصات فيما بينهم والاعتماد على مبدأ تقسيم العمل بحيث يضم جهاز العلاقات العامة بالاندية الرياضية العدد الكافى لأداء المهام الذى يشتمل عليا التوصيف الوظيفي.
- اهتمام الاندية الرياضية على وجه الخصوص بإنشاء إدارات مستقلة لأداء مهام العلاقات العامة بها، والابتعاد عن تولية شخص واحد مهام العلاقات العامة إلى جانب عملة الاساسى.
- زيادة الاجتماعات المنتظمة بين مسئولى العلاقات العامة ومجلس الإدارة والإدارات الأخرى بالنادى.
- العمل على تدعيم العلاقات العامة بالعدد الكافى من الكوادر المؤهلة والمدرية والمتخصصة للعمل بها وبما يتناسب مع حجم وكم المسئوليات والأعباء الملقاة عليها.
- إقامة مجموعة من الدورات التدريبية الخاصة بالأخصائيين العاملين بالعلاقات العامة لرفع مستواهم وكفاءتهم فى العمل.
- استخدام الأسلوب العلمى فى اختيار المتقدمين لشغل وظيفة اخصائى علاقات عامة بالاندية الرياضية.
- وضع لائحة حوافز ثابتة ومناسبة للأخصائيين العاملين بالعلاقات العامة حتى تزداد دافعيتهم لإنجاز الأعمال الكلفين بها.

المراجع :

أولاً: المراجع العربية :

- ١- حمدي عبد الحارث (٢٠٠٠م): العلاقات العامة في الدول النامية، المكتبة الجامعية، الإسكندرية، مصر.
- ٢- رافع دراغمه (٢٠٠٥م): دور العلاقات العامة في المؤسسات، ورقة عمل غير منشورة مقدمة في مؤتمر: العلاقات العامة في الوطن العربي في ظل العولمة: الواقع الحالي وآفاق المستقبل، جامعة الشارقة، الشارقة.
- ٣- سمر الزاغة (٢٠١٠م): دور دوائر العلاقات العامة في استخدام وسائل الإعلام في التواصل مع الجماهير الداخلية، جامعة النجاح الوطنية مثلاً، تقرير غير منشور، قسم العلاقات العامة، جامعة لاهاي، هولندا.
- ٤- سميرة عبد الراضي (٢٠٠٩م): دور التخطيط في إدارة العلاقات العامة بالمؤسسات السياحية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة فنا، مصر.
- ٥- عبد السلام أبو قحف (٢٠٠١م): هندسة الإعلان والعلاقات العامة، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، مصر.
- ٦- علي عجوة (٢٠٠١م): العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، عالم الكتب، القاهرة، مصر.
- ٧- علي عجوة (٢٠٠٣م): العلاقات العامة والصورة الذهنية، مكتبة عالم الكتب، القاهرة.
- ٨- محمد قيراط (٢٠٠٥م): ممارسة العلاقات العامة في الإمارات العربية المتحدة، المعوقات التنظيمية، المشاكل الهيكلية وآفاق المستقبل، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الرعية والإنسانية، المجلد الثاني، العدد ٣، الشارقة.
- ٩- محمد محفوظ (٢٠٠٤م): العلاقات العامة، المشكلات والحلول، دار نهضة الشرق للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة.
- ١٠- محمد يوسف (٢٠٠٨م): مقدمة في العلاقات العامة، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.

ثانياً: المراجع الأجنبية :

11-Crystal C Wall (2007): Revenue Vs. Gender: An Analysis of public relations and media efforts at NCAA division I universities. Master Thesis, the university of South Alabama, USA.

12-Fraser P Seitel (2004): The practice of public relations. 9th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

13-Jami AlleeVanCamp (2005): A case study on how universities in west south central states that offer baccalaureate programs in public relations prepare graduates to manage crisis communications situations once they enter their professions. Doctoral dissertation, university of Oklahoma, USA.

14-Melanie Lefferts Stone (2005): National Media coverage of higher education: A case study of three universities and the role of public relations. Unpublished doctoral dissertation, University of Mississippi, USA.