

## الإدراك الخفي كتسويق إبتكاري ودوره في تمويل الأندية الرياضية المصرية د/ أحمد رشاد محمد عثمان(\*)

ملخص البحث: يهدف البحث إلى التعرف علي الإدراك الخفي كتسويق إبتكاري ودوره في تمويل الأندية الرياضية المصرية، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي باستخدام الأسلوب المسحي، نظراً لملائمته لطبيعة البحث، وتم إختيار عينة البحث بالطريقة العمدية من رؤساء وأعضاء مجلس إدارة وإداري بعض الأندية الرياضية المصرية، لعدد (١٣٤) فرداً، وبلغت العينة الإستطلاعية عدد (٣٠) فرد، وبنسبة مئوية مقدارها ٢٢.٣٨٪، وتم التطبيق في الفترة من الإثنين ١ مايو ٢٠١٨م وحتى الثلاثاء ١٦ مايو ٢٠١٨م، وبلغت العينة الأساسية عدد (١٠٤) فرداً وبنسبة مئوية مقدارها ٧٧.٦١٪، وتم التطبيق في الفترة من الأربعاء ٢٣ مايو حتى الأحد ٢٢ يوليو ٢٠١٨م، وقد توصل الباحث الي: إن الإدراك الخفي كتسويق إبتكاري لا يقتصر علي أسلوب تسويقي بعينه ويمكن من خلاله الوصول إلي شرائح أكبر من الأعضاء بإستخدام أساليب تسويقية خفية مميزة إذا ما قورنت بأساليب الأندية المنافسة، حيث يمثل جزءاً هاماً من مسؤوليات إدارة التسويق بالنادي الرياضي، ولكن النادي الرياضي لا يستخدم الشعارات والعلامات الخفية كتسويق إبتكاري خلال الأنشطة التنافسية ممايفقده الكثير لترويج أنشطته.حيث يمكن ان يساهم التسويق الإبتكاري في زيادة التمويل للنادي الرياضي ورفع مكانة النادي الرياضي في المجتمع والترويج لمختلف الأنشطة الرياضية في النادي الرياضي، وإن أداء إدارة التسويق الإبتكاري يسهم في تسويق أداء الإدارات الأخرى بالنادي الرياضي، ويسهم في تحقيق جودة أعلى في أنشطته من الأندية المنافسة، بالإضافة الي إن الرسائل الخفية من خلال اللوحات الإلكترونية تسهم في زيادة مبيعات الشركات الراعية للأحداث الرياضية، وخلال المؤتمرات وذلك كله يسهم في زيادة التمويل للنادي الرياضي.

**الكلمات المفتاحية : الإدراك الخفي - التسويق الإبتكاري - تمويل الأندية الرياضية.**

(\*) مدرس بقسم الإدارة الرياضية بكلية التربية الرياضية - جامعة بنها.

# **Subliminal perception as an innovative marketing and its role in financing the Egyptian sports clubs**

**(\*)Dr/ Ahmed Rashad Mohamed Othman**

## ***Abstract of Research***

**Abstract:** the research aims to identify the subliminal perception as an innovative marketing and its role in financing the Egyptian sports clubs. The researcher used the descriptive method using the survey method because it is suitable for the nature of the research. The sample of the research was deliberately chosen from the heads and members of the board of directors of some Egyptian sports clubs,). The survey sample reached (30) individuals, with a percentage of 22.38%. It was applied during the period from Monday 1 May 2018 to Tuesday 16 May 2018. The basic sample was 104 persons and a percentage of 77.61%. The period from Wednesday, May 23 to July 22, 2018, the researcher concluded: "The subliminal perception as an innovative marketing is not limited to have a specific marketing approach and can reach the larger segments of the members using subliminal marketing methods distinct when compared to the methods of competing clubs, which is an important part of the responsibilities of marketing management In the sports club, but the sports club does not use slogans and subliminal signs as an innovative marketing during competitive activities, which has much to promote its activities. The innovative marketing can contribute to increase financing for the sports club and raise the status of sports club in the community and promote various activities And the performance of the innovative marketing management contributes to the marketing of the performance of the other departments of the sports club, contributes to the achievement of higher quality in its activities from the competing clubs, and the subliminal messages through the electronic boards contribute to increase the sales of companies sponsoring sports events, All of this contributes to increased financing for the Sports Club.

**Key words:Subliminal perception -innovative marketing-**

---

(\*) Lecturer-Department of Sports Management, Faculty of Physical Education, Benha University.