

جامعة ألكلي معند اولحاج-البويرة
معند علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية

مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الليسانس في ميدان علوم وتقنيات
النشاطات البدنية و الرياضية

التخصص: تسيير المنشآت الرياضية والموارد البشرية

أساليب الرعاية الرياضية ودورها في تنوع مصادر تمويل
الأندية الرياضية

دراسة ميدانية لبعض الأندية الرياضية لكرة القدم لولاية البويرة « الرابطة الجهوية »

إشراف الدكتور

• زريفي سليم

إعداد الطلبة

• خلفان محمد أمين

• العمري محمد

• سيرين صدام

السنة الجامعية 2018/2019

شكر وتقدير

نشكر أولاً و أخرا الله سبحانه و تعالى على نعمته العظيمة و نحمده على فضله علينا بإتمام الدراسة و نرجوا الله أن ينفع بها كل من يطلع عليها. و يسرنا أن نتقدم بأوفر و أبلغ معاني الشكر لكل من ساعدنا في إعداد هذه المذكرة و نخص بالذكر الدكتور المشرف " زريقي سليم" على قبوله تأطيرنا فقد كان دعمه لنا معنوياً و موجهها و مرشدا منذ بداية هذه الدراسة حتى إتمامها بشكلها النهائي.

و أيضا نشكر جميع الأساتذة خاصة أساتذة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية.

وكافة الزملاء وطلاب الجامعة

فجازى الله الجميع كل خير

اهداء

إلى سيدة النساء، إلى العظيمة في عطائها، إلى نور الحياة وبهجتها،
إلى التي أعطتنا من روحها لتبقى أرواحنا
امي حفظها الله

إلى خير الآباء، إلى من كان عظيما في عطائه، إلى نور الحياة وبهجتها،
إلى الذي ضحى من اجلنا بالغالي والنفيس
حفظه الله الرشيد

إلى الأستاذ الفاضل : زريقي سليم
إلى كل أفراد العائلة والأهل والأقارب
إلى كل الزملاء

والى كل من أعاننا على انجاز هذا العمل من قريب أو من بعيد

العمرى محمد

إهداء

الحمد لله الذي وفقنا لهذا ولم نكن لنصل إليه لولا فضل الله علينا أما بعد
أهدي هذا العمل المتواضع إلى أمي و أبي العزيزين حفظهما الله لي
اللذان سهرا وتعبا على تعليمي
إلى الأستاذ المشرف: زريقي سليم
إلى شريكة حياتي إلى من ساندتني في التقدم العلمي الذي و صلت له بتوفيق الله
ثم بفضلها زوجتي الغالية
إلى الغد المشرق بإذن الله إلى فلذة كبدي ميمة
وإلى أفراد أسرتي وأسرة زوجتي، سندي في الدنيا ولا أحصي لهم فضل
إلى كل أقاربي و إلى كل الأصدقاء و الأحباب من دون استثناء
إلى أساتذتي الكرام و كل رفقاء الدراسة
إلى كل من ساهم في إتمام هذا العمل من قريب أو من بعيد
في الأخير أرجوا من الله تعالى أن يجعل عملي هذا نافعا يستفيد
منه جميع الطلبة المتربصين المقبلين على التخرج

خلفان محمد أمين

اهداء

الحمد لله حمدا كثيرا على نعمه ونشكره على عونه لامتام هذا البحث، وبعد
نشكر المولى عز و جل
الذي وفقنا للقيام بهذا
العمل المتواضع فلك الحمد و الشكر يا رب.
أولا أهدي ثمرة جهدي المتواضع إلى أعز ما أملك في هذا الكون،
هؤلاء الذين عانوا من أجلي وسهروا وصبروا لتكبري وتعليمي هؤلاء الذين
كرمهم الله سبحانه تعالى ألا وهما
أبي وأمي الأعزاء
إلى الأستاذ المشرف الذي لم يبخل علينا بنصائحه القيمة
و الذي أفادنا بها جاد الله عليه من معلومات.
وإلى كل أفراد العائلة كبيرهم وصغيرهم
إلى كل من ساعدني من قريب أو من بعيد
إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل المتواضع.

سيرين صدام

الصفحة	الموضوع
ا	- شكر وتقدير
ب	- إهداء
ت	- محتوى البحث
ث	- قائمة الجداول
ج	- قائمة الأشكال
ح	- ملخص البحث
خ	- مقدمة
مدخل عام :التعريف بالبحث	
02	1. الإشكالية
03	2. الفرضيات
04	3. أسباب اختيار الموضوع
04	4. أهمية البحث
05	5. أهداف البحث
05	6. الدراسات المرتبطة بالبحث
07	7. التعليق على الدراسات السابقة
08	8. تحديد المصطلحات والمفاهيم
08	1.8 تعريف الرعاية
09	2.8 التمويل الرياضي
09	3.8 النوادي الرياضية
الجانب النظري	
الفصل الأول : الرعاية الرياضية	
13	تمهيد
14	1. بعض التعريفات والنظريات حول الرعاية الرياضية
14	2. نبذة تاريخية عن الرعاية الرياضية
15	3. الرعاية الرياضية
15	1.3 أطراف الرعاية الرياضية
16	2.3 أنواع الرعاية في المجال الرياضي
16	3.3 أشكال الرعاية الرياضية
18	4.3 مميزات الرعاية الرياضية

19	خلاصة
الفصل الثاني: التمويل الرياضي	
21	تمهيد
22	4. مفاهيم متعلقة بالتمويل الرياضي
22	1.4 التمويل الرياضي
23	2.4 تعريف السيونسورينغ الرياضي
23	1.2.4 أشكال السيونسورينغ الرياضي
24	3.4 مفهوم الاستثمار الرياضي
25	4.4 أنماط التمويل الرياضي
26	5.4 مصادر التمويل في المجال الرياضي
27	6.4 شروط نجاح عملية التمويل الرياضي
28	7.4 العقبات التي تواجه التمويل الرياضي
29	خلاصة
الفصل الثالث: كرة القدم والنوادي الرياضية	
31	تمهيد
32	5. نشأة و تطور كرة القدم
33	1.5 تعريف لعبة كرة القدم
33	6 النوادي الرياضية الجزائرية
33	1.6 مفهوم الأندية الرياضية
34	2.6 الإطار القانوني للنادي الجزائري لكرة القدم
34	3.6 تصنيف النوادي الرياضية الجزائرية
35	4.6 الهياكل التنظيمية للنادي
36	خلاصة
الجانب التطبيقي	
الفصل الرابع : منهجية البحث وإجراءاته الميدانية	
39	تمهيد
40	7. الدراسة الاستطلاعية
40	1.7 المنهج المتبع في الدراسة
41	2.7 المجتمع وعينة الدراسة
41	3.7 أدوات جمع البيانات والمعلومات

43	4.7 إجراءات التطبيق الميداني للأداة
44	5.7 الأساليب الإحصائية المستخدمة
45	خلاصة
الفصل الخامس : عرض وتحليل ومناقشة النتائج	
47	تمهيد
48	8. عرض وتحليل نتائج استمارة الاستبيان الموجهة للأندية
71	9. مناقشة ومقابلة النتائج بالفرضيات
81	الاستنتاج العام
	الخاتمة
	اقتراحات و فروض مستقبلية
	البيبلوغرافيا
	الملاحق
01	ملحق رقم (1)

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
43	درجة معامل الثبات ألفا كرونباخ	01
48	توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 01 وكذا الاختبار الإحصائي لها	02
49	توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 02 وكذا الاختبار الإحصائي لها	03
50	توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 03 وكذا الاختبار الإحصائي لها	04
51	توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 04 وكذا الاختبار الإحصائي لها	05
52	توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 05 وكذا الاختبار الإحصائي لها	06
53	توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 06 وكذا الاختبار الإحصائي لها	07
54	توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 07 وكذا الاختبار الإحصائي لها	08
55	توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 08 وكذا الاختبار الإحصائي لها	09
56	توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 09 وكذا الاختبار الإحصائي لها	10
57	توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 10 وكذا الاختبار الإحصائي لها	11
58	توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 11 وكذا الاختبار الإحصائي لها	12
59	توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 12 وكذا الاختبار الإحصائي لها	13
60	توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 13 وكذا الاختبار الإحصائي لها	14
61	توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 14 وكذا الاختبار الإحصائي لها	15
62	توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 15 وكذا الاختبار الإحصائي لها	16
63	توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 16 وكذا الاختبار الإحصائي لها	17
64	توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 17 وكذا الاختبار الإحصائي لها	18
65	توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 18 وكذا الاختبار الإحصائي لها	19
66	توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 19 وكذا الاختبار الإحصائي لها	20
67	توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 20 وكذا الاختبار الإحصائي لها	21
68	توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 21 وكذا الاختبار الإحصائي لها	22
69	توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 22 وكذا الاختبار الإحصائي لها	23
70	توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 23 وكذا الاختبار الإحصائي لها	24
71	أسلوب وضع العلامة التجارية على اقمصة النادي يساهم في تنويع مصادر تمويل النوادي الرياضية	25
73	أسلوب وضع اللوحات الاشهارية داخل المنشآت الرياضية يساهم في تنويع مصادر تمويل النوادي الرياضية لكرة القدم	26
75	أسلوب وسائل الإعلام بأنواعه يساهم في تنويع مصادر تمويل النوادي الرياضية لكرة القدم	27
77	الأفاق المستقبلية لأساليب الرعاية الرياضية ودورها في تنويع مصادر تمويل النوادي الرياضية لكرة القدم	

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
24	رسم توضيحي يعطي فكرة عن عملية الاستثمار	01
25	مساهمة الممول بتسخير الوسائل المادية في المناسبات الرياضية	02
48	نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 01 وكذا الاختبار الإحصائي لها	03
49	نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 02 وكذا الاختبار الإحصائي لها	04
50	نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 03 وكذا الاختبار الإحصائي لها	05
51	نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 04 وكذا الاختبار الإحصائي لها	06
52	نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 05 وكذا الاختبار الإحصائي لها	07
53	نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 06 وكذا الاختبار الإحصائي لها	08
54	نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 07 وكذا الاختبار الإحصائي لها	09
55	نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 08 وكذا الاختبار الإحصائي لها	10
56	نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 09 وكذا الاختبار الإحصائي لها	11
57	نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 10 وكذا الاختبار الإحصائي لها	12
58	نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 11 وكذا الاختبار الإحصائي لها	13
59	نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 12 وكذا الاختبار الإحصائي لها	14
60	نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 13 وكذا الاختبار الإحصائي لها	15
61	نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 14 وكذا الاختبار الإحصائي لها	16
62	نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 15 وكذا الاختبار الإحصائي لها	17
63	نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 16 وكذا الاختبار الإحصائي لها	18
64	نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 17 وكذا الاختبار الإحصائي لها	19
65	نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 18 وكذا الاختبار الإحصائي لها	20
66	نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 19 وكذا الاختبار الإحصائي لها	21
67	نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 20 وكذا الاختبار الإحصائي لها	22
68	نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 21 وكذا الاختبار الإحصائي لها	23
69	نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 22 وكذا الاختبار الإحصائي لها	24
70	نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 23 وكذا الاختبار الإحصائي لها	25

ملخص البحث :

من خلال دراسة موضوع أساليب الرعاية الرياضية ودورها في تنويع مصادر تمويل الأندية الرياضية حاولنا التعرف على أهم أساليب الرعاية الرياضية للأندية الرياضية لكرة القدم والتي تعتبر من المصادر المعتمدة في تمويلها وتطوير منظومتها.

كما حاولنا التعرف على أهمية التنوع في المصادر الأساسية لعملية التمويل ووضع إستراتيجية واضحة للرعاية في المجال الرياضي وعلاقتها بمدى تطور مستوى أندية كرة القدم. والملاحظ هنا أن الأندية الرياضية تهتم بتطوير أساليب الرعاية الرياضية وتنويع مصادرها لما لها من اثر كبير على مستوى الأندية ومردوديتها. وهدفت الدراسة إلى :

- معرفة مدى مساهمة كل أسلوب من أساليب الرعاية ودوره في تنويع مصادر تمويل الأندية الرياضية
- التعرف على الدور الذي يلعبه الإعلام في تنويع مصادر تمويل النوادي الرياضية .
- التعرف على الآفاق المستقبلية لأساليب الرعاية في النوادي الرياضية مستقبلا.
- تسليط الضوء على واقع الرعاية في المجال الرياضي بالجزائر من خلال التعرف على نوعية العلاقة الموجودة بين رؤساء المؤسسات الاقتصادية و رؤساء النوادي الرياضية.
- معرفة مدى استجابة سياسات الأندية الرياضية الجزائرية لأساليب الرعاية في المجال الرياضي.

تعتبر الرياضة أحد الأنشطة الهامة في المجتمعات الراقية، ويقارن تطورها في أحيان كثيرة بتطور الدولة التي تمثلها ولا شك في أن الرياضة ظاهرة اجتماعية حضارية متشعبة و متشابكة العوامل يشترك فيها المجتمع بأكمله كل يؤدي دوره المنوط به، وتبرز عملية الرعاية كإحدى الأساسيات التي تحتاجها الرياضة لنشأتها وتطورها، ومع تعدد مصادر التمويل المتاحة للرياضة في مختلف دول العالم من خلال الجسر الذي راهنت عليه كبرى الشركات العالمية بشتى أشكالها وألوانها للوصول إلى زبائنها والزيادة في عددهم ومن الصعب أن يخلو مجال اقتصادي أو إعلامي من تأثير مباشر أو غير مباشر بقطاع رياضي ما ، فالشركات الكبرى وجدت في مشجعي كرة القدم خاصة الزبائن الحقيقيين لبضائعها وقد حرصت كبرى الأقطاب التجارية في العالم على أساليب رعاية مصالحها التجارية عبر توسيع أسواقها من خلال استقطاب جماهير كرة القدم .

بينما في قطاع كرة القدم في الجزائر بعيدا عن حركة الاقتصاد و تفاعلاته حيث تعتمد الأندية في غالبيتها على التمويل الحكومي والدعم من أنصار النادي ومن مداخل الملاعب وتستفيد من بيع اللاعبين لفرق أغنى وأكثر قدرة مادية و كذلك على مداخل البث التلفزيوني ، وهذا في الغالب غير كافي و تبقى غالبية الأندية في صراع دائم مع قلة الإمكانيات وتجد نفسها في الكثير من الأحيان غير قادرة على تسديد رواتب اللاعبين إن لم نقل عاجزة عن اقتناء لاعبين لتقديم الإضافة للمجموعة ، كذلك لتوفير مستلزمات النشاط الرياضي ومصاريف موسم كامل من نقل ومعدات رياضية، ومع بروز العلاقة التلازمية بين الرياضة و الاقتصاد أصبح القطاع الخاص الجزائري معني أكثر من أي وقت مضى برعاية و دعم الأندية الرياضية لكرة القدم.

فالرعاية الرياضية هي عملية جديدة نسبيا في الجزائر في الوقت الذي قطع فيه هذا الأمر في كل أنحاء العالم شوطا كبيرا وصل إلى أقصى مدى له بل و أصبح من أساسيات البناء الرياضي.

وأصبح وجود فريق كرة القدم في الجزائر ذو مستوى عالي تتجلى فيه جميع صفات النادي العالمي مرهون مدى تحكم هذا الفريق في موارده المالية و كذا مدى العلاقة التي بينه و بين مؤسسات رأس المال المختلفة أو رجال المال والأعمال الكبار .

بعد أن أصبحت كرة القدم مجالا استثماريا يجذب المستثمرين والشركات الكبرى في العالم، سواء عن طريق الاستثمار في أسهم الأندية أو استخدام النادي بأن تكون الشركة راعية له أو حتى استخدام اللاعبين كعنصر مُروج لها، أصبح هناك تنافس بين الأندية خارج ملعب كرة القدم على الأرباح والعوائد المالية.

يمكننا القول إن الأندية تحولت إلى علامات تجارية ذات قيمة سوقية ضخمة بعد أن تطورت طرق الترويج والتسويق داخل الأندية، وأصبحت هناك مصادر دخل جديدة تعتمد على تسويق العلامة التجارية للنادي، ومن خلال ذلك يتم استغلال كل الموارد المتاحة للنادي للترويج للعلامة التجارية، على وجهات النادي الرسمية مثل الملعب وحساباته على مواقع التواصل الاجتماعي أو الموقع الإلكتروني أو استخدام اللاعبين أنفسهم للترويج.

بشكلٍ عام أصبحت كرة القدم أكثر متعة للمستثمرين ورجال الأعمال والاقتصاد حول العالم أكثر منها للمشاهدين أو المشجعين، وما زال الاستثمار في كرة القدم في تزايد ملحوظ، ولا يعلم أحد إلى أي مدى سيصل هذا بكرة القدم في السنوات القادمة.¹

ومن هنا ارتأينا أن يكون بحثنا هذا بمثابة نظرة نلتبس من خلاله أساليب الرعاية الرياضية ودورها في تنوع مصادر تمويل النوادي الرياضية لكرة القدم وقد قسمنا بحثنا هذا إلى عدة فصول كما يلي :

مدخل عام تناولنا من خلاله الخلفية النظرية والدراسات السابقة حيث تم عرضها والتعليق عليها وإبراز مدى الاستفادة منها كما تناولنا الإطار العام للدراسة من توضيح للمفاهيم والمصطلحات وتحديد الإشكالية وأهداف البحث وأهميته وفرضيات الدراسة

الفصل الأول تطرقنا فيه إلى الرعاية الرياضية والدور الذي تلعبه في تمويل الأندية ومدى أهميتها كونها أداة لتحسين صورة الشركة والنادي في نفس الوقت كما ذكرنا أهدافها وأشكالها المختلفة.

الفصل الثاني تناول هذا الفصل التمويل الرياضي للأندية الرياضية وكذا أنماطه ومصادره وشروط نجاح هذه العملية والعقبات التي تواجه هذه الأخيرة.

الفصل الثالث في هذا الفصل قمنا بتناول كل من كرة القدم كرياضة والنوادي الرياضية التابعة لها وكذا هيكلية وتنظيم هذه الأخيرة.

الفصل الرابع حاولنا من خلال هذا الفصل إبراز الطريقة التي انتهجتها لمعالجة هذا الموضوع ميدانيا والأداة التي استعملناها في جمع البيانات كما بينا مدى صدق وثبات هذه الأداة والطرق الإحصائية المستعملة أما الفصل الخامس فقد قمنا بعرض وتحليل ومناقشة أهم النتائج في ظل الفرضيات كما تناولنا فيه مجموعة من الاستنتاجات العامة وبعض الاقتراحات والتوصيات.

¹ - عمرون مفتاح، عزيزي نسيم، التمويل والتسويق لعنصران هامان لتحقيق الاحتراف الرياضي، جامعة دلي براهيم، الجزائر، 10 ماي 2010.

1. إشكالية الدراسة

تعتبر الرياضة بصفة عامة أحد النقاط البارزة منذ القدم لما لها من دور كبير وفعال بالنسبة للإنسان حيث كان ظهورها مع ظهور الإنسان ومع استمرار الوقت أجريت عليها تغيرات تتناسب مع متطلبات الفرد من خلال مساهمة التطور العلمي والتكنولوجي، وفي وقتنا الحالي يعتبر الاهتمام بالرياضة كمؤشر لقياس التقدم والازدهار للأمم و المجتمعات لان ما نلاحظه اليوم في البلدان المتقدمة هو أن الرياضة تحتل مكانة كبيرة في أوساط المجتمع على حد سواء.

هذا دليل على أن الرياضة مورد هام لا يمكن الاستغناء عنه، التي بواسطتها يحدث التعارف بين البلدان وتسود القيم والأخلاق الحسنة، بالإضافة إلى أنها مورد اقتصادي هام يغطي أجزاء كبيرة من النفقات للمجتمعات وتعتبر رياضة كرة القدم من أهم الرياضات ذات الشعبية الكبيرة المميزة في جميع أنحاء العام فهي تتطور يوما بعد يوم لذلك يجب أن يكون لديها إداريين يقومون بالبحث عن مصادر أموال الذي له دور مهم في حل المشاكل الموجودة على مستوى الهيئات الرياضية، كما يكون لهم الوعي الكامل بطرق واستراتيجيات التمويل الحديثة بغية الوصول إلى المساهمة الفعلية، عن طريق برامج طويلة المدى تكون مصممة من طرف مختصين في هذا المجال.

من أجل هذا حاولت الجزائر وضع معايير توضح سياسة التمويل للأندية الرياضية، فقد كان مصادر التمويل للأندية يتم عن طريق مشاركة الدولة و الجماعات المحلية والمؤسسات الاقتصادية، إذ كانت مشاركة الدولة تتم عن طريق المؤسسات الاقتصادية الوطنية التي كانت بدورها تمثل الدعامة المالية الأدبية وقد أدت دورها بشكل جيد إلى أن ظهرت الأزمة الاقتصادية.

وبغض النظر عن بعض المؤسسات ذات الإمكانيات الكبيرة والتي لم تؤثر عليها الأزمة الاقتصادية التي عرفتها البلاد والتي باستطاعتها تسخير ميزانية كبيرة للرياضة مثل: سوناطراك فان بعض الأندية وجدت نفسها أكثر تجردا من قبل ومن أجل بقائهم كان الحل الوحيد هو البحث عن مصادر تمويل بديلة للخروج من العجز المالي.¹

أما مصادر التمويل الذاتية للأندية والتي تتمثل في قسط من النتائج والمنافسات والتظاهرات الرياضية ومداخل الأعمال الاستثمارية ومداخل الرعاية والدعم والتقلبات الاحتمالية للاعبين وكذلك البث التلفزيوني فنجدها محصورة في بعض النوادي خاصة تلك التي تتنافس على المستوى العالي أو حققت بطولات.

ولم تكن الجزائر بعيدة عن الاتجاه العالمي المتزايد بالاهتمام بالرياضة كصناعة مربحة في السنوات الأخيرة تحديدا، حيث أصبح أندية كرة القدم مصدرا للاستثمار والتسويق لعدد من الشركات التي تتنافس بينها للحصول على عقود الرعاية الحصرية لهذه الفرق معلنة حملة تسويقية وبداية مرحلة جديدة قد تؤسس مبدأ الكفاية و عدم اعتماد الأندية على العوائد الحكومية المقدمة من طرف وزارة الشباب و الرياضة.

¹ يعقوب أمة دراسة تشخيصية لوضعية الاحتراف في الجزائر، مذكرة ماجستير، غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم التربية البدنية و الرياضية، جامعة دالي إبراهيم الجزائر، 2005

اشتعلت المنافسة بين الشركات من اجل رعاية الأندية والبطولات¹ بالجزائر بشكل غير مسبوق إذ أصبح التمويل يلعب دورا هاما لحل المشاكل الموجودة على مستوى الأندية وانطلاقا من هذه المنافسة الشديدة على الأندية الرياضية يقودنا إلى طرح التساؤل التالي:

فما هي أساليب الرعاية الرياضية وما دورها في تنويع مصادر تمويل الأندية الرياضية لكرة القدم؟

التساؤلات الجزئية

1. هل وضع العلامة التجارية على الأقمصة الرياضية للنادي يساهم في تنويع مصادر تمويل الأندية الرياضية لكرة القدم؟
2. هل وضع اللوحات الاشهارية داخل المنشأة الرياضية يساهم في تنويع مصادر تمويل الأندية الرياضية لكرة القدم؟
3. هل يساهم الإعلام للنادي في تنويع مصادر تمويل النوادي الرياضية لكرة القدم؟
4. ماهي الأفاق المستقبلية لتطوير أساليب جديدة للرعاية الرياضية من أجل تنويع مصادر تمويل النوادي الرياضية لكرة القدم؟

2. فرضيات الدراسة

أ- الفرضية العامة

- هناك أساليب للرعاية الرياضية لها دور في تنويع مصادر تمويل الندية الرياضية لكرة القدم.

ب - الفرضيات الجزئية

- هل وضع العلامة التجارية على أقمصة النادي يساهم في تنويع مصادر تمويل النوادي الرياضية لكرة القدم؟
- هل وضع اللوحات الاشهارية داخل المنشآت يساهم في تنويع مصادر تمويل النوادي الرياضية لكرة القدم؟
- هل يعتبر الإعلام من أساليب الرعاية التي تساهم في تنويع مصادر تمويل النوادي الرياضية لكرة القدم؟
- هل هناك أفاق مستقبلية لأساليب جديدة للرعاية من أجل تنويع مصادر تمويل النوادي الرياضية لكرة القدم؟

3. أسباب اختيار الموضوع:

هناك عدة أسباب دفعتنا إلى اختيار، ودراسة موضوع أساليب الرعاية الرياضية ودورها في تنويع مصادر تمويل الأندية الرياضية لكرة القدم ، والتي يمكن حصرها في:

¹محمد سيد فهمي، الرعاية الاجتماعية بين حقوق الإنسان وخصخصة الخدمات، دار الوفاء الإسكندرية ط1، 2008.

أسباب ذاتية :

- الميل إلى الدراسات التي لها علاقة بالرياضة .
- قرب الموضوع من تخصصي في الدراسة.
- الرغبة في دراسة موضوع الرعاية الرياضية وتمويل الأندية.
- إثراء مكتبة الجامعة بمواضيع جديدة قد تكون يوما ما في متناول باحثين آخرين لانجاز دراسات أخرى مكتملة.

أسباب موضوعية:

- نقص الدراسات التي تناولت هذا الموضوع.
- قابلية الموضوع لدراسة الميدانية.
- التوعية بأهمية الرعاية الرياضية بالنسبة لنادي كرة القدم.
- كون الموضوع يمس حقا دراسيا هاما يتماشى مع التوجه الجديد لنادي كرة القدم الجزائرية.
- تعلق الجماهير الجزائرية برياضة كرة القدم .
- العلاقة التلازمية بين الرياضة و عالم الاقتصاد.

4. أهمية الدراسة

إن أهمية دراستنا تتضح من خلال أهمية الرعاية الرياضية ودورها في تنويع مصادر تمويل الأندية الرياضية لكرة القدم لضمان نجاح تلك الأندية مستقبلا; لكون النوادي الرياضية عموما تحتاج إلى مصادر مادية وعليه تكتسي أساليب الرعاية للأندية أهمية بالغة حيث تمكن الرعاية من النهوض بهذه النوادي من خلال دعم المؤسسات للأندية فتطور هذه الأندية مرتبط بتوفير الأموال وبالتالي البحث عن مصادر الأموال التي نجدها عند المؤسسات الاقتصادية، كما أن نمور الرياضة مرتبط بدعم الشركات للمسابقات والفعاليات الرياضية ولهذا فإننا ومن خلال هذا البحث نحاول التعرف على أهم أساليب الرعاية الرياضية ودورها في تنويع مصادر تحويل الأندية الرياضية لكرة القدم.

- فموضوعنا ذا أهمية علمية كونه يحاول الكشف عن أهم أساليب الرعاية الرياضية ودورها في تنويع مصادر تمويل الأندية الرياضية لكرة القدم.

5. أهداف البحث

الهدف الرئيسي الذي نود التوصل إليه في بحثنا هو:

❖ تحديد أساليب الرعاية الرياضية ودورها في تنويع مصادر تمويل الأندية الرياضية لكرة القدم.

أما الأهداف الأخرى فهي تتمثل في:

- التعرف على مدى مساهمة أسلوب وضع العلامة التجارية على الأقمصة في تنويع مصادر تمويل الأندية الرياضية لكرة القدم .
 - معرفة مدى مساهمة أسلوب وضع اللوحات الاشهارية داخل المنشآت في تنويع مصادر تمويل الأندية الرياضية .
 - التعرف على الدور الذي يلعبه الإعلام في تنويع مصادر تمويل النوادي الرياضية .
 - التعرف على الآفاق المستقبلية لأساليب الرعاية في النوادي الرياضية مستقبلا.
 - تسليط الضوء على واقع الرعاية في المجال الرياضي بالجزائر من خلال التعرف على نوعية العلاقة الموجودة بين رؤساء المؤسسات الاقتصادية و رؤساء النوادي الرياضية.
 - معرفة مدى استجابة سياسات الأندية الرياضية الجزائرية لأساليب الرعاية في المجال الرياضي.
- و كملخص للأهداف السابقة فإننا نسعى من خلال هذا البحث إلى تزويد القارئ بمادة علمية بسيطة قد تساعده في ميدان البحث العلمي.

6. الدراسة المرتبطة بالبحث:

العلم في جوهره مسألة تعاونية ويقصد به أن كل عالم ينبغي إن يتعاون مع الآخرين من أجل كشف الواقع، وإذا كان العالم متأكدا من شيء ما فهو متأكد من أن عمله يتضمن خطأ ما، يقوم بتصحيحه عالم آخر في وقت ما و العلماء ينظرون إلى بعضهم كالعمال المتعاونين ونادرا ما يعتبرون أنفسهم منافسون.¹

وسيتطرق الباحث في هذا الجزء من البحث من خلال الدراسات العلمية المختلفة الموجودة في المكتبات الجامعية سيتناول مختلف الدراسات، يلي بعدها التعقيب على هذه الدراسات والاستفادة منها.

الدراسة الأولى : دراسة منصورى الزين 2006 أطروحة دكتوراه جامعة الجزائر3

موضوع الدراسة: آليات تشجيع وترقية الاستثمار كأداة التمويل التنمية الاقتصادية.

وتوصلت إلى ما يلي:

- إن الجزائر تتوفر على العديد من المؤهلات التي تجعل منها قطبا اقتصاديا كبيرا وهذا بفضل الموارد الطبيعية والتركيبة البشرية و الموقع الجغرافي ومحاولة الاندماج على المحيط العالمي ...

¹ بسكرة أحمد وآخرون، حول رؤية مستقبلية للاحتراف، مجلد المؤتمر العلمي الدولي الأول، تسيير الإدارة الرياضية في ظل اقتصاد السوق 2008

- إن الجزائر أبدت رغبة كبيرة وبذلت جهود كبيرة في تشجيع الاستثمار، وذلك بانتهاج سياسة الإصلاح الاقتصادي، وبسن تشريعات وقوانين محفزة على الاستثمار وتخصيص الأموال اللازمة لتطويره من خلال برامج الدعم والإنعاش الاقتصادي
- إن بيئة إدارة الأعمال في الجزائر لازالت ضعيفة تنتقصها العديد من العوامل التي تكبح الاستثمارات كمشكل الحكم الراشد و البطء في الإصلاحات الاقتصادية خاصة المالية منها والمصرفية، و تعطل برامج الخصخصة و مشكل العقار الصناعي، والقطاع الموازي المعتبر و الرشوة والمحسوبية والفساد المتنامي، ونظام العدالة الغير فعال هنا يؤدي إلى الإسراع في استكمال الجيل الأول من الإصلاحات و الدخول في الجيل الثاني منها.
- على الرغم من محدودية النتائج المحققة خلال عشرية الإصلاح الاقتصادي والتي انعكست بالإيجاب على الوضعية الاقتصادية والاجتماعية للبلد. حيث تقلص معدل البطالة وتحسن مستوى الدخل إلا أن ركود الاستثمارات المحلية والأجنبية و تباطأ وتيرة الإصلاحات حال دون تحقيق النتائج المرجوة

الدراسة الثانية: دراسة منجحي مخلوف (2011) مذكرة ماجستير جامعة سوق أهراسي.

- موضوع الدراسة: المعوقات التي تواجه المؤسسات الاقتصادية للاستثمار في المجال الرياضي بالجزائر.
- هدف هذه الدراسة هو تسليط الضوء على مواقع الاستثمار في المجال الرياضي بالجزائر من خلال:
- معرفة مبادئ نجاعة القوانين والتشريعات في تطوير الاستثمار الرياضي
 - التعرف على نوعية العلاقة الموجودة بين رؤساء المؤسسات الاقتصادية ورؤساء النوادي الرياضية
 - معرفة مدى استجابة الأندية الرياضية الجزائرية لمتطلبات الاستثمار في المجال الرياضي
 - التعرف على وجهة نظر رؤساء المؤسسات الاقتصادية تجاه الاستثمار في المجال الرياضي .
 - وأخيرا الوصول إلى أهم المعوقات التي تواجه الاستثمار في المجال الرياضي بالجزائر.

الدراسة الثالثة: دراسة بوصول النذير (2011) : مذكرة ماجستير جامعة سوق أهراسي.

- موضوع الدراسة: مصادر تمويل الأندية الرياضية المحترفة لكرة القدم بالجزائر
- هدف الدراسة هي معرفة مصادر تمويل الأندية الرياضية المحترفة لكرة القدم بالجزائر من خلال:
- الوصول إلى معرفة إذا كان تمويل الدولة يعتبر أحد المصادر الأساسية التي تعتمد عليها الأندية الرياضية المحترفة لكرة القدم في عملية التمويل
 - الوصول إلى معرفة إذا كان تمويل المؤسسات يعتبر أحد المصادر الأساسية التي تعتمد عليها الأندية الرياضية المحترفة لكرة القدم في عملية التمويل
 - الأفق المستقبلية للتمويل في ظل الاحتراف الرياضي

الدراسة الرابعة: دراسة بورزامة رابح 2009 مذكرة ماجستير جامعة الجزائر 3

موضوع الدراسة: معوقات الاستثمار في الأندية الرياضية

هدف الدراسة وضع نظام مقترح للاستثمار في بعض الأندية وذلك من خلاله أهمية هذه الأخيرة في زيادة القيمة المضافة للعمل الرياضي في جميع مجالاته و إيجاد تمويل بعيدا عن الوصاية والبيروقراطية الإدارية. وقد حصر الباحث الاستثمار بالنادي الرياضي فيما يلي:¹

- معوقات إدارية و تشريعية.
- المعوقات الإعلامية و الاجتماعية.
- معوقات الاقتصادية والسياسية.

الدراسة الخامسة: دراسة سيدي احمد حاج عيسى 2009 عمل كرة ماجستير جامعة سوق أهراسي.

موضوع الدراسة: التمويل والاستثمار في الميدان الرياضي وهذا من أجل تحقيق الأهداف التالية:²

- بيان مدى توفر المال للرياضة الجزائرية والعربية.
- التمويل الرياضي كمصدر مهم من مصادر تمويل الأندية.
- محاولة إظهار مدى اعتماد المؤسسات، على التمويل الرياضي كآلية اتصالية حديثة لتحقيق أهداف المؤسسات الاقتصادية و الرياضية.
- تحديد أهداف وفاعلية التمويل الرياضي.
- الدعاية والإعلان كأحد أشكال التمويل في العالم الرياضي.
- إيضاح إيجابيات وسلبيات تمويل رجال الأعمال الأندية الرياضية.

7. التعليق على الدراسات السابقة

يتضح من خلال عرضنا للدراسات السابقة والتي كانت أغلبها تتحدث عن التمويل والاستثمار الرياضي في الأندية الرياضية و نظرا لأن موضوع التمويل مرتبط ارتباطا وثيقا مع الاستثمار والرعاية الرياضية فان معظم الدراسات ركزت على التمويل والاستثمار في الأندية الرياضية نظرا لأهميته ودوره في تحسين نتائج الأندية وتشابهت معظم الدراسات التي استخدمت الجانب الوصفي واستخدمت الاستبيان كأداة للبحث، بالإضافة إلى استخدام النسب المئوية للحصول على النتائج التي تلمي تحقيق أهداف الدراسة. وتعد الرعاية الرياضية للأندية أحد أشكال التمويل الذي على أساسه تضمن الأندية الرياضية رؤوس أموال تعود بالفائدة على النادي الرياضي وعلى الشركات التي ترعى ذلك النادي.

¹ بورزامة رابح، معوقات الاستثمار في الأندية الرياضية، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر 3، 2009

² سيدي أحمد حاج عيسى، التمويل والاستثمار في النادي الرياضي، مذكرة ماجستير، سوق أهراس، 2009

ونظرا لأهمية أساليب الرعاية الرياضية، فقد أضافت هذه الدراسة الفائدة إلى البحث من أجل إعطاء دفع جديد نحو الاهتمام بالرعاية الرياضية و كذا تدعيم البحوث المستقبلية ولو بالشيء القليل.

8. تحديد المصطلحات و المفاهيم:

1.8 تعريف الرعاية

لغة : رعى يرعى و تعني الكفالة و الحماية¹

اصطلاحا : عملية منظمة تؤدي وظيفة أساسية في المجتمع وتشتمل على برامج و خدمات اجتماعية لجميع فئات المجتمع، مبنية على أساسات محددة و مقررة من الدولة وموجهة إلى الأفراد والجماعات والمجتمعات. وقيل هي مجموعة الخدمات المنتظمة التي تساعد الضعفاء من الأفراد والجماعات على إشباع حاجاتهم الأساسية و تأمين الكفاية لهم وذلك عندما تعجز المؤسسات الأساسية عن تأدية دورهما² (المقصود بالمؤسستين : مؤسسة الأسرة ومؤسسة سوق العمل)

بعض المفاهيم حول الرعاية:

عبد المنعم شوقي: الرعاية هي تنظيم على أساس تقديم الرعاية عن طريق الهيئات والمؤسسات الحكومية والأهلية. **جون منغام** الرعاية في تقديم المساعدة المالية أو ما شابه إلى إحدى الأنشطة بواسطة مؤسسة تجارية بغرض الحصول على أهداف تجارية في التمويل

التعريف اللغوي: التمويل sponsoring كلمة لاتينية التي تعني إعطاء و عمد أو ضمان مع ضرورة الحصول على مقابل، في العصور الوسطى وجدت هذه الكلمة في النصوص القانونية، وبعد ذلك وتحت تأثير لاتينية الكنائس تغير مفهوم وشكل هذه الكلمة إلى (marainage و parrainage) . وعلى العموم ثم بعد هذه الكلمة مفهوم رممي متفق عليه.

التعريف الاصطلاحي: المؤلفات المتعلقة بالتجارة و التسويق تحدثت عن (Sponsoring) كوسيلة اتصال مرتبطة بحدث معين، بواسطتها يتم تحديد الهدف المنشود كتمويل رياضة ما أو حدث مع إحداث الإشهار على المنتج المراد ثم الاستفادة من مبلغ الإشهار.

¹ قاموس مرشد الطلاب، دار المرشد الجزائرية، برج الكيفان، الجزائر العاصمة

² محمد الصقور، الإعاقة ورعاية المعاقين في أقطار الخليج العربي من بحث الرعاية الاجتماعية للمعاقين في التراث العربي الإسلامي، ط1، 2001

التعريف الإجرائي: التمويل الرياضي هو عملية البحث عن الموارد المالية للإنفاق على الأنشطة المرتبطة بالمجال الرياضي، حيث يلعب دوراً مهماً في حل المشاكل الموجودة على مع مستوى الأندية من الناحية المالية خاصة في ظل الدخول إلى عالم الاحتراف.

2.8 التمويل الرياضي

التعريف الاصطلاحي: لقد توسع مفهوم هذا المصطلح من حين إلى آخر إلى المساعدة الفعلية لظاهرة كما نسمع عنه اليوم، ولقد تعددت مفاهيم هذا المصطلح في الأدب.

- هو عبارة عن اتفاق بين طرفين الطرف الأول ويدعى **الممول** يقدم المال و القروض المعتبرة إلى الطرف الثاني أما الطرف الثاني ويدعى **الممول** يقدم خدمات تتمثل في إمكانيات الاتصال أو المقابل الذي يطلبه الممول و الناتج بطريقة مباشرة من ممارسة الرياضة.¹
- هو مجموعة الموارد المالية و العينية التي تحصل عليها الجمعية الأهلية سواء كانت إيرادات ذاتية أو تبرعات أهلية أو إعانات حكومية.²
- ويعرفه (Pierre Shannon) على أنه وسيلة اتصال تسمح بإحداث اتصال مباشر أو علامة تجارية مع حدث رياضي أو منافسة رياضية يتابعها المشاهدون.³

التعريف الإجرائي: التمويل الرياضي هو عملية البحث عن الموارد المالية للإنفاق على الأنشطة المرتبطة بالمجال الرياضي، حيث يلعب دوراً مهماً في حل المشاكل الموجودة على مستوى الأندية من الناحية المالية.

3.8 النوادي الرياضية

مفهوم النادي الرياضي و تعريفه:

- لغة:** ندو جمع أندية ونوادي و أندية، أي مجلس القوم ماداموا مجتمعين فيه، مكان الاجتماع⁴
- جمعية ثقافية، سياسية، سياحية، إطار أين يعقد اجتماع للكلام، للعب، للقراءة.⁵

اصطلاحاً: هي في الأصل جمعية مؤلفة من أشخاص طبيعيين تربطهم فكرة رياضية واجتماعية مجازة قانوناً في عملها بصفة دائمة ولها شخصية قانونية، ولا تقصد الربح المادي وإذا كان يجوز أن تكون محترفة لنشاط الرياضة.⁶

¹ كمال مفاق وآخرون، حول رؤية مستقبلية للاحتراف، مجلد المؤتمر العلمي الدولي الأول تسيير الإدارة الرياضية في ظل اقتصاد السوق، مطبعة الثقة، سطيف، جامعة المسيلة، الجزائر، 2009.

² السعدني خليل السعدي، كمال درويش، الاحتراف في كرة القدم، مركز الكتاب للنشر، ط1، القاهرة، 2006

³ غضبان أحمد حمزة وآخرون: المساهمة الفعلية والفعالة لرؤساء الأندية الرياضية لكرة القدم الجزائرية في تمويل فرقهم، المؤتمر الدولي الأول حول تسيير الرياضة في ظل اقتصاد السوق، جامعة المسيلة، الجزائر، أيام 8-9-10 أفريل 2008

⁴ يوسف محمد البقاعي، قاموس الطلاب، دار المعرفة، د. ط، المغرب، 2006.

⁵ Ais - imprime en France - édition - 2001, p 76. c5.Larousse: " dictionnaire de française.

⁶ محمد سليمان الأحمد و آخرون، الثقافة بين القانون والرياضة، دار وائل، ط1، العراق، 2005

يحتمل أن تأخذ الأندية طابع أدبي غير رياضي، كما يمكن أن تأخذ الأندية طابع العالمية كأندية المراسلة و السياحة و بعض الأندية الرياضية كما تأخذ بعض الأندية طابع اقتصادي، ديني... الخ¹

التعريف الإجرائي: هو هيئة رياضية لها شخصية اعتبارية مستقلة وتعتبر من الهيئات الخاصة ذات النفع العام و يتكون من عدد لا يقل عن خمسين من الأشخاص الطبيعيين الذين لا يستهدفون الكسب المادي ويهدف النادي إلى تكوين الشخصية المتكاملة للشباب من النواحي الاجتماعية والصحية والفكرية والترويحوية عن طريق نشر التربية الرياضية والاجتماعية و بث الروح الوطنية بين الأعضاء وتهيئة الوسائل اللازمة لشغل أوقات فراغهم وذلك في إطار السياسة العامة للدولة و التخطيط الذي تضعه وزارة الشباب والرياضة.

¹ محمد عبد العزيز سلامة، سمير عبد الحميد علي، منظور حديث في الإدارة الرياضية، ماهي للنشر والتوزيع د. ط، الإسكندرية، مصر، 2009

تمهيد

تحتل الرياضة مكانة هامة في المجتمع الجزائري، وخاصة رياضة كرة القدم، كونها إحدى الوسائل الفاعلة في الاتصال الجماهيري . فالمنافسات الرياضية في العصر الحالي أصبحت تؤثر على فئات عريضة من المجتمع، إذ نجد أن البطولات الرياضية تستقطب الملايين من الجماهير، وهذا ما جعل المؤسسات، والشركات التجارية تهتم بالرياضة. حيث يجدون فيها فرصة لترويج، وبيع منتجاتهم، وهذا بعد توقيعهم على عقد رعاية، لتكفل بتظاهرة أو حدث رياضي، أو بمختلف الأندية الرياضية، و الرياضيين، وفي هذا الفصل سنتطرق إلى جوانب عديدة من الرعاية الرياضية.

1 بعض التعريفات والنظريات حول الرعاية الرياضية

- د.حسن احمد الشافعي: هو الممول أو رجال الأعمال أو الهيئات الأهلية أو الحكومية أو المستثمر المحلي أو الأجنبي الذي يقوم برعاية الحدث أو المناسبة الرياضية أو الأبطال المتميزين في مختلف الألعاب بغرض الدعاية التجارية للخدمة أو المنتج¹
- احمد سيار: هي قيام المؤسسات التجارية أو الأفراد أو الهيئات المختلفة بدعم نشاط رياضي أو فريق أو لاعب رياضي في مختلف مجالات التربية الرياضية وهي وسيلة دعائية أو إعلانية للمؤسسة التجارية أو الاجتماعية أو السياسية محليا وإقليميا وتساعد على تطور الرياضة في المؤسسات المختلفة²

2 نبذة تاريخية عن الرعاية الرياضية :

إن فكرة رعاية الرياضة، و الرياضيين قديمة جدا، فمنذ أن بدأت فكرة تنظيم الألعاب الأولمبية في اليونان قبل الميلاد كانت تجمع الأموال لتغطية تكاليف إقامتها. ومن أمثلة ذلك أنه في عام 525 ق.م تم سك عملة أولمبية كوسيلة لجمع المال لتغطية تكاليف تنظيم أحداث رياضية أولمبية، كما تمت دعوة الجماهير للتبرع بالمال لهذه الغاية .

وفي عصر النهضة في أوروبا كانت الطبقة الأرستقراطية تعتمد إلى رعاية فنانيين ، و رياضيين لتعزيز مكانتها الاجتماعية غير أن الرعاية التجارية للرياضة ، و الرياضيين على النحو الذي نعرفه اليوم لم تبدأ إلا في منتصف القرن الماضي، ومن أمثلتها رعاية شركة spierts and pond البريطانية لرحلة فريق الكريكيت الإنجليزي إلى أستراليا عام 1850م.....الخ.³

ثم خلال القرن العشرين تعددت الأمثلة في مجال الرعاية التي قامت بها الشركات الكبرى ، ففي بداية سنوات 1920 شهدت الإذاعة التجارية تطورا كبيرا إذ أصبحت من أهم وسائل الإعلام ، من خلال رعاية حصص الألعاب و التسلية التي كانت تقدمها، وشهدت هذه الفترة انتشار عمليات الرعاية بقوة ،فخلال سنوات1960 وفي ظل نقص الوسائل الترويجية ، توجه اهتمام شركات التبغ إلى الفرص التي تمنحها الرعاية وخاصة في مجال الرياضة ،فقد أظهرت التجارب أن رعاية سباقات السرعة formula1،منافسات البيارد أو دورات كرة القدم، يمكن أن يمنح لعلامة الشركة الراعية تمثيل إعلامي إيجابي في محيط واسع . و خلال السبعينيات من القرن 19 ، بدأت عدة مؤسسات من قطاعات أخرى شراكتها في مجال الرعاية للظفر بما تقدمه من شهرة و صورة المؤسسة الراعية و خاصة في

¹ حسن احمد الشافعي : التمويل التجاري في التربية البدنية ،ط1،دار وفاء الدنيا،الإسكندرية 2006

²عبد الرحمان سيار إستراتيجية الاحتراف الرياضي بالمؤسسات الاقتصادية، دار الوفاء لدنيا النشر، ط1، 2009،

³محمد صبحي حسانين ،عمرو أحمد جبر :اقتصاديات الرياضة "الرعاية و التسويق و التمويل"،ط1،مركز الكتاب لمنشر ، القاهرة76ص،2013،

مجال الرياضة ،كالمؤسسات النقدية و المالية ، مؤسسات صناعة المشروبات ،مؤسسات الصناعة الإلكترونية و غيرها¹.

3 الرعاية الرياضية

في تعريف المفهوم العام للرعاية يؤكد الباحثون في هذا العلم أنها الأداة لتحسين صورة الشركة والاعتراف الاجتماعي بها بشكل عام. وللرعاية أشكال وبرامج متعددة، ولكن تبقى الرعاية الرياضية هي الأكثر جاذبية من باقي الرعاية الأخرى، حيث تعرف الرعاية الرياضية على أنها اتفاق تجاري بين طرفين، يقوم من خلاله الراعي على توفير المال والسلع والخدمات في المقابل الطرف الآخر المستفيد من هذه الرعاية يوفر الحقوق والارتباط مع المنشأة ليستفيد منها كراع تجاري.

كما تعرف الرعاية الرياضية بأنها تعمل على تحقيق أهداف الشركات الراعية وفق خططها طويلة المدى وبشكل غير مباشر لتتوافق أيضاً مع درجة استعداد الرعاة للاستفادة من استثماراتهم من الدعاية والأنشطة الترويجية الإضافية.

1.3 أطراف الرعاية الرياضية² :

يمكن تحديد التبادلات التي تتم في سوق الرعاية الرياضية بين الأطراف التالية:

الراعي: الذي يهدف للتعريف بعلامته، منتج أو باختصار تطوير شهرته أو صورته أمام الجمهور العريض أو المحلي، فيقدم في المقابل دعم مالي، مادي، أو خدماتي.

منظم الحدث الرياضي: لزيادة شهرته ، نشاطاته الرياضية أو المالية ، وهو يقدم للراعي و سائل للترويج لصورته، علامته أو منتوجه في ظل وجود تغطية إعلامية، تضمن الربط بين المؤسسة الراعية مع صورة الرياضة الممارسة أو الحدث المنظم في معظم الحالات، الرعاية الرياضية تمكن من الرفع من شهرة العلامة، من خلال إشراك منتجاتها مع الفريق أو الحدث أو الرياضي الذي قامت برعايته، من خلال تغطية إعلامية جيدة التي تسمح باستهداف فئة عريضة من الجمهور المستهدف هذا الأثر الكمي، يمكن أن يضاف إليه أثر كيفي، من خلال زيادة إدراك الجودة في ذهن المستهلكين مثال العلاقة بين سباق formul1 و شركة Renault لذلك فالإعلام يلعب دور فعال في العالقة القائمة بين الشركات الاقتصادية(الراعية) و المؤسسات الرياضية (الفرق و النوادي) بالإضافة إلى الجمهور الرياضي

¹طوبال وسيم: أسباب ضعف الرعاية في الجزائر-حالة الاتحاديات الرياضية الجزائرية-،رسالة ماجستير ، غير منشورة، معهد التربية البدنية و الرياضية، جامعة يوسف بن خدة - الجزائر ، 2008 ص 80.

²المرجع السابق نفسه: ص91

2.3 أنواع الرعاية في المجال الرياضي¹

1.2.3 الراعي الاسمي:

تعطى هذه الصفة الراعي الحق بأن يرتبط اسمه دائماً باسم الحدث الرياضي في أي مكان رسمي يذكر فيه، فعند التحدث عن الحدث الرياضي عن طريق وسائل الإعلام المختلفة "المقروءة و المسموعة و المرئية" يتم ذكر اسم الراعي الاسمي مرتبطاً باسم الحدث الرياضي و هكذا في كافة الوسائل الأخرى، و يكون المسؤول على ذلك الهيئة المنظمة للحدث الرياضي .

2.2.3 الراعي الرئيسي:

تعطى هذه الصفة حق دخول الشركة في مسمى البطولات التي تنظمها الهيئة الرياضية، و تحصل الشركة الراعية على حقوق استغلال اسم الهيئة الرياضية لأغراضها الإعلانية المختلفة سواء في نشاطها المحلي أو الدولي بالإضافة إلى ذلك تحصل على بعض الحقوق الآتية :لافتات الملاعب- استغلال شعار أو علم الهيئة الرياضية - إعلان على ظهر التذاكر- سحب جوائز على دخول المباريات- حق بيع المنتجات في منطقة الأحداث-إقامة مؤتمرات صحفية- إعلان بالمطبوعات المختلفة- استغلال اسم وصور اللاعبين.

3.2.3 الراعي الرسمي:

تعطى هذه الصفة الراعي حق تسمية نفسه بالراعي الرسمي المعتمد لبطولة ما، و حصوله على حقوق بعضها مشابه للراعي الرئيسي و لكن بنسبة أقل أو يأخذ الراعي الرسمي الفرصة في الحصول على تسميات مختلفة حسب نشاطه و يستخدمها في حملته الإعلانية ليعطي جمهور المستهلكين انطباعه باهتمامه بتمويل الأحداث الرياضية.

4.2.3 الراعي الخدمي:

وهي الشركات التي تقوم بتقديم خدمات خاصة للحدث الرياضي.

3.3 أشكال الرعاية الرياضية²

يذكر أحد الباحثين في الرعاية الرياضية أن دورها أصبح أكثر تميزاً لتتحول من كونها أداة لدعم التسويق في المنشأة التجارية إلى كونها أساساً في استراتيجيات التسويق في المنشأة تأخذ أشكال متعددة نذكر منها:

¹كمال درويش السعدني، خليل السعدني: الاحتراف في كرة القدم(المفهوم-الواقع-المقترح)، ط1، مركز الكتاب لمنشر، مصر، 2006 ص189
²مسعد أحمد شلبي : أسس إدارة التسويق الرياضي ، المكتبة العصرية ، مصر ، 2005 ، ص 168.

1.3.3 الرعاية الرياضية للاعبين والفرق الرياضية

رعاية اللاعبين والفرق هو أكثر أنواع الرعاية الرياضية شيوعاً بين المؤسسات الاقتصادية، إذ تستطيع المؤسسات الرياضية أن تحصل على مجموعة من الخدمات المقابلة المتمثلة في الإعلان على ملابس اللاعبين أو الإعلان عن اسم الشركة أو منتجاتها أثناء النقل المباشر عبر مختلف وسائل الإعلام للأحداث التي يشارك فيها اللاعبين أو الفريق كما يمكنه استخدام صور اللاعبين للإعلان عن منتجاته بجانب المساعدة في تنفيذ بعض الإجراءات المرتبطة بترويج المبيعات

2.3.3 رعاية الإقامات والأحداث الرياضية

تزايدت أهمية رعاية الأحداث والإقامات الرياضية الكبرى في الوقت الحالي نظراً لارتفاع متطلبات التمويل لتلك الأحداث الرياضية الكبرى مثل الدورات الأولمبية وبطولات كأس العالم لكرة القدم، فالمؤسسات الرياضية قد تساهم في عمليات التمويل أو توفير الأدوات والأجهزة الضرورية للأحداث، وفي المقابل تحصل على مجموعة من الخدمات نذكر منها :

- لوحات الإعلانات في مكان إقامة الحدث
- الإعلان على تذاكر الدخول للمباريات
- الفوز بعناوين الرعاية
- النشرات الإعلامية للحدث
- العرض في وسائل الإعلام

3.3.3 رعاية الاتحادات الدولية ترتبط

رعاية الاتحادات بسلسلة من إجراءات الرعاية مثل رعاية الفرق الرياضية أو الأحداث والإقامات التي ينظمها الاتحاد وغالباً ما تحصل المؤسسات الرياضية على مجموعة من الخدمات تساعد على تنفيذ حملاتها الإعلانية وتشتمل هذه الخدمات على

- الاستفادة من العناوين الرسمية ولوحات الإعلانات حول الملعب
- الإعلان على ملابس اللاعبين والتوقيع للمعجبين
- المجالات الرياضية المتخصصة للاتحاد

4.3.3 رعاية البرامج وصفحات الانترنت الرياضية

هذا الشكل في تقدم ونمو ملحوظين حيث يقدم العديد من الفرص للرعاة للتواصل مع المجموعات المستهدفة والتأكيد على تطور المؤسسة في استخدام الأساليب التكنولوجية الحديثة

رعاية أماكن المنافسات الرياضية تزايدت مؤخرًا الرغبة لدى المؤسسات الاقتصادية في دعم وتشجيع إقامة المنافسات ذلك يعود للعدد الكبير من المشاهدين لكرة القدم داخل الملعب بالإضافة إلى مدى تأثير الإعلان في ملاعب كرة القدم مقارنة بالألعاب الأخرى كما أن الرعاية يستفيدون في المقابل من حزمة من الخدمات أهمها الاتصالات المباشرة مع الجماهير في الملعب والمتتبعين لوسائل الإعلام عرض بيع المنتجات والخدمات للراعي في الملعب الاستفادة من الخدمات المقدمة في الملعب واستخدام هذا الأخير في بعض النشاطات الخاصة بالراتب إمكانية الإعلان حول الملعب والارتباط بجميع أنشطة العلاقات العامة للراعي.

4.3 مميزات الرعاية الرياضية

- القدرة على لفت نظر الزبائن وتوسيع قاعدة العملاء للاسم التجاري وكسب ولاء العملاء
- تكلفة منخفضة مقارنة بالإعلانات المباشرة
- كسب الوعي بالعلامة التجارية والقبول لدى الزبائن
- ترويج الاسم التجاري للراعي وبالتالي زيادة المبيعات
- تطوير العلاقات التجارية لرجال الأعمال

خلاصة

قد شهد الوقت الحاضر ارتباطا وثيقا بين الرياضة والمصالح التجارية وبدأت معها ظواهر تجارية عرفت برعاية المشروعات المدرة للمال كأندية كرة القدم تهدف إلى الربح الصريح والإعلان عن نشاط اقتصادي معين. ولأن المسألة لا تتعدى كون المؤسسة الرياضية في العالم تعمل كمؤسسات اقتصادية على رعاية مصالحها التجارية، و تهدف قبل كل شيء إلى جعل الرياضة مصدرا للربح، و وسيلة دعاية ناجحة خصوصا، و أن العصر الحديث يشهد، ارتباطات كبيرة بين الرياضة و المصالح التجارية أصبح الهدف الرئيسي من وراء إقامة الأنشطة الرياضية هو المنافسة والربح المادي وتغطية النفقات عليه يعتبر توافر المال عامل أساسي لتحقيق أهداف الأندية الرياضية

تمهيد

إن الرياضة ظلت و لفترة طويلة خارج اهتمامات الاقتصاد ، لكن الشواهد الحديثة أثبتت انه إلى جانب الترفيه ، فاتصالها وثيق بالقيم الاستهلاكية . كالصحة والإنتاج، خاصة بعد أن شهدت صناعة الرياضة تطورا في نظم الإدارة والتمويل لهذا فقد تحولت الرياضة من مجرد نشاط يمارس كهواية وتستمع به الجماهير المتفرجين إلى صناعة تقدم على أسس علمية متخصصة في تطوير الرياضة مما انعكس بالإيجاب على الأندية واللاعبين ويشير الخبراء إلى أن التمويل الرياضي بشكل عام هو الطريق الصحيح لمستقبل أفضل لجميع الرياضات وخصوصا كرة القدم.

4. مفاهيم متعلقة بالتمويل الرياضي

1.4 التمويل الرياضي

- هو عملية البحث عن موارد مادية للإنفاق على الأنشطة المرتبطة بالمجال الرياضي حيث أصبحت مشكلة ومعوق رئيسي لمواجهة الاحتراف كظاهرة فرضت نفسها كنظام مؤثر في المجال الرياضي¹.
- هو عملية البحث عن الأموال اللازمة لتحقيق أهداف المؤسسة الرياضية، وتخصيص هذه الأموال لتحقيق أهداف المؤسسة وفقا لإتباع نظام مالي يحقق أفضل النتائج².

لقد توسع مفهوم هذا المصطلح من حين إلى آخر إلى المساعدة الفعلية للظاهرة، كما نسمع عنه اليوم، ولقد تعددت مفاهيم هذا المصطلح في الأدب لذا نختار مفهومي "L.goosens" و " f.Paul " التمويل الرياضي هو عبارة عن اتفاق بين طرفين :

- الطرف الأول و يدعى (الممول) يقدم المال أو القروض المعتبرة إلى الطرف الثاني
- أما الطرف الثاني (الممول) يقدم خدمات تتمثل في إمكانيات الاتصال أو المقابل الذي يطلبه الممول والنتائج بطريقة مباشرة من ممارسة الرياضة³

ويتمثل التمويل الرياضي في استعمال الأحداث الرياضية بهدف التحسين من شهرة المؤسسة الممولة و تثمين صورة علامتها ومنتجاتها. فمن وراء الدعم المالي و المادي الذي يقدمه الممول لتظاهرة أو لرياضي أو لنادي يريد الحصول على فائدة مباشرة و/أو جني أثار إيجابية على مستوى صورة المؤسسة أو علاماته.

ويلعب التمويل في المجال الرياضي دورا مهما ، كما يعتبر من أهم المشاكل الموجودة في المجال الرياضي، والتي تؤثر بالسلب على إتاحة الفرص للهيئات الرياضية بمختلف أنواعها على تحقيق أهدافها وتنفيذ برامجها ، ولهذا فمشكلة التمويل في الرياضة من أكبر المشاكل التي تواجه القادة المسؤولين الرياضيين في الوقت الحالي.

فتتضح مشكلات المنظمات الرياضية في عمليات البيع والشراء والانتقالات والإنتاج والتبادل واستثمار رأس المال ، وأصبحت مشكلة البحث عن موارد لمواجهة عمليات البيع والشراء والبيع قضية رئيسية تواجه الهيئات والمنظمات الرياضية، الأمر الذي جعل المسؤولين عن الرياضة يبحثون عن موارد وحلول لمواجهة المشكلة⁴

¹ إبراهيم عبد المقصود ، د.حسن الشافعي : الموسوعة العلمية للإدارة الرياضية - العلاقات العامة، التنمية الإدارية ، التسويق ، التمويل في المجال الرياضي ،

السياحة مصدر لتمويل الرياضة " ، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، ط1 ، الإسكندرية، 2004

² علية عبد المنعم حجازي ، د. حسن أحمد الشافعي ، إستراتيجية للتسويق الرياضي والاستثمار بالمؤسسات الرياضية المختلفة ، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، ط1 ، الإسكندرية ، 2009

³ كمال مفاق وآخرون: حول رؤية مستقبلية للاحتراف ، مجلد المؤتمر العلمي الدولي الأول ، تسيير الإدارة الرياضية في ظل اقتصاد السوق ، مطبعة الثقة ، سطيف ، جامعة المسيلة ، الجزائر ، 2009

⁴ السعدني خليل السعدي ، كمال درويش : الاحتراف في كرة القدم ، مركز الكتاب للنشر ، ط 1 القاهرة ، 2006.

2.4 تعريف السبونسورينغ الرياضي

من الجانب اللغوي مصطلح السبونسورينغ من أصل لاتيني سبونسور بمعنى الكفالة و ظهر هذا المصطلح بقوة في الثقافة الانجلوساكسونية وقد تعددت محاولات تعريف السبونسورينغ نذكر على سبيل المثال لا على الحصر ما يلي

- ❖ يشكل السبونسورينغ الرياضي اتفاق بين طرفين حيث يكون الطرف الأول هو الممول هو الذي يوفر المال و بعض الخدمات و الطرف الثاني هو الممول فهو الذي يوفي أو يضمن إمكانية التواصل أو المقابل الذي يطلبه الممول , كتحسين صورة أو سمعة مؤسسة أو علامة تجارية و يكون ذلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة عن طريق الممارسة أو الحدث الرياضي
- ❖ السبونسورينغ هو عبارة عن دعم مالي يأتي به الموصى المالي من اجل الإشهار للمؤسسة فهو عملية اتصال يهدف إلى ربط علاقة وطيدة بين مؤسسة أو علامة بحدث يجذب ويجلب جمهور معين .

1.2.4 أشكال السبونسورينغ الرياضي

• سبونسورينغ الشهرة

في هذا الشكل يلجأ الممول أو المؤسسة إلى وضع اسمها واضحا في الميدان أو القطاعات الرياضية و حتى على لباس الرياضي نفسه و يهدف هذا الشكل إلى التعريف بالمؤسسة و منتجاتها و جعلها حاضرة في ذهن اكبر عدد ممكن من الجماهير المستهلكين , كما تطبقه اليوم شركة سونا طراك للمحروقات الجزائرية في الميادين الرياضية ولكن هذا الشكل يؤدي إلى الإشباع بسرعة , هذا بسبب كثرتها مما يؤدي بالمستهلك إلى التخلي عليه

• سبونسورينغ الصورة

هذه الطريقة تهدف إلى تقوية و تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية أو العلامة التجارية عند الجمهور و تخلق في ذهن الجمهور رابطة قوية بين الحدث الرياضي و المؤسسة و العلامة التجارية , و هذا النوع له أولوية الوصول إلى الهدف المحدد و ذلك بفضل اختيار الحدث الرياضي أو السند ,أو اللاعب. و هذا النوع من السبونسورينغ لا يستهدف فقط الجمهور الخارجي , قد يكون من المتعاملين و عمال المؤسسة ذاتهم و لتأكيد نجاحه أكثر فلا بد أن يوضع في إطار إستراتيجية طويلة المدى فهو يعتمد على ربط العلامة بلاعب مشهور أو فريق مشهور الذي يخلق بدوره حب الجمهور إلى تقمص شخصية ذلك اللاعب

• سبونسورينغ التجربة أو المصادقية

هذا الشكل من السبونسورينغ له علاقة بالشكل الثاني أي سبونسورينغ الصورة حيث يعتمد على الحدث و المنتج و المؤسسة , هذا الشكل لا تستعمله إلا المؤسسات التي لها علاقة مباشرة بنوع الرياضة مثل شركات صناعة

السيارات فتستعمل هذا النوع للإشهار بسياراتها في منافسات الرالي مثلا و بالتالي يخضع المنتج نفسه للتجربة إذ هذا النوع يعتمد على الرياضي المستعمل للمنتج أي مهارته و كفاءته و يعتمد على المنتج نفسه جودته و إتقانه.

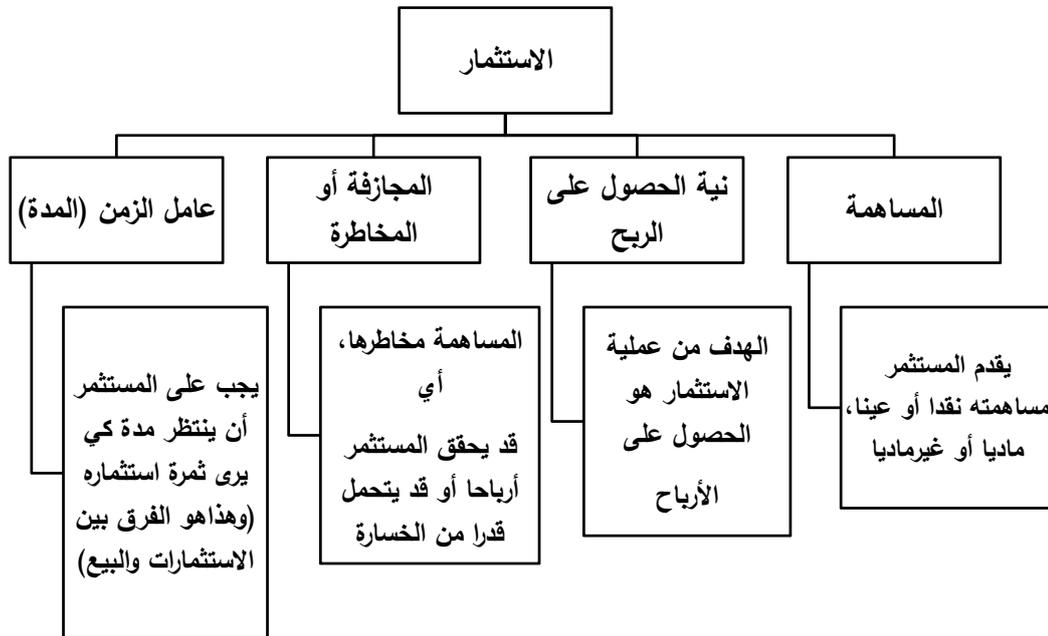
• سبونسورينغ الشبكة

سبونسورينغ الشبكة هو الشكل الأخير ففيه تعتمد المؤسسة أو العلامة الممولة على الحدث الرياضي لتنشيط شبكة بيعها، حيث تعمل على تعبئة الموزعين ، فتقوم المؤسسة الممولة بإجراء مسابقة ضخمة من أجل جلب أكبر عدد ممكن من الجمهور و هذا بتنشيط مراكزها.

3.4 مفهوم الاستثمار الرياضي

هو واحد من أهم الأدوات الاقتصادية ذات النفع الايجابي نحو بناء إستراتيجية رياضية مستقبلية تركز عليها الأجيال القادمة

وان عملية الاستثمار في المجال الرياضي يتم بها توظيف الأموال أو تخصيصها في المجال الرياضي أو الفرص الاستثمارية المتاحة التي يعتقد المستثمر بأنها فرص مناسبة ومقبولة وتحقق له العائد الذي يرغب بأقل مستوى من المخاطرة. وبدا الاستثمار الرياضي في دول العالم يحتل مرتبة قوية في اقتصاد الدول وذلك بسبب ارتفاع عدد الشباب الممارسين والمهتمين بالنشاط الرياضي وبذلك تصنع الهواية الرياضية حجر أساس في بناء الاقتصاد للدولة



الشكل رقم 1: رسم توضيحي يعطي فكرة عن عملية الاستثمار

4.4 أنماط التمويل الرياضي:

يخضع اختيار الحدث الرياضي من طرف الشركة أو المؤسسة المهتمة بالإشهار إلى سببين رئيسين:

- السبب الأول: الهدف الذي يسعى رئيس الشركة الوصول إليه يجب أن يجد في طبعة أحدث الظروف الملائمة لاستيعابه
- السبب الثاني: اختيار المنتج الذي تريد ربطه بالحدث ويجب أن يكون في انسجام مع حاد بينه أو واقع الحدث.

ويكون تدخل الممول بالطرق التالية:

مساعدة مالية لفريق رياضي:

يقوم اللاعبين بارتداء أقمصته التي يظهر عليها اسم الممول مرئياً.

مساعدة مادية للاعب

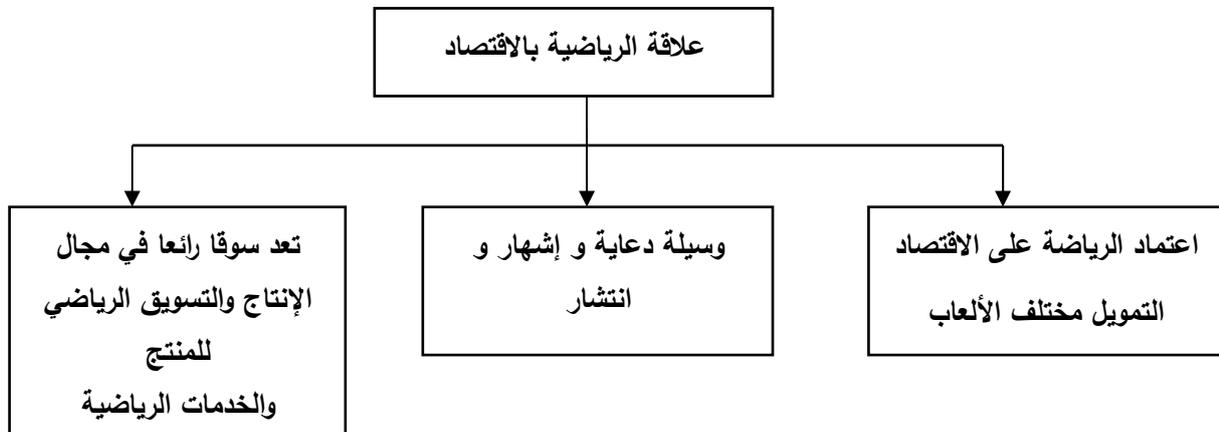
حيث يقوم الممول بصنع جزء من العتاد الرياضي للاعب، وهذا الأخير يلتزم كلية باستعمال عدة هذه الشركة أو المؤسسة خلال تدريباته و خلال المنافسات التي يشارك فيها ومن جهة أخرى يقوم الرياضي بالدعاية للمؤسسة عن طريق الظهور ماركة الشركة، أو من خلال تصريحات شفوية أو كتابية في كل مرة، مؤكداً على جودة المنتج الذي يدعمه.

مساعدة تظاهرة رياضية:

في هذه الحالة يقوم الراعي أو الممول بتسديد مبلغ من المال لمنظمي التظاهرة الرياضية سواء كانت لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة مع نشاط هذا الممول ليستفيد من جهته من ظهور رمزه على بعض وسائل التظاهرة كالتذاكر مثلاً أو المعلقات و القبعات ... الخ.

المساهمة في المناسبات الرياضية:

حيث يقوم الممول بتسخير الوسائل المادية والمالية لإجراء منافسة رياضية معينة يكون فيها أحد الرياضيين يمثل المؤسسة

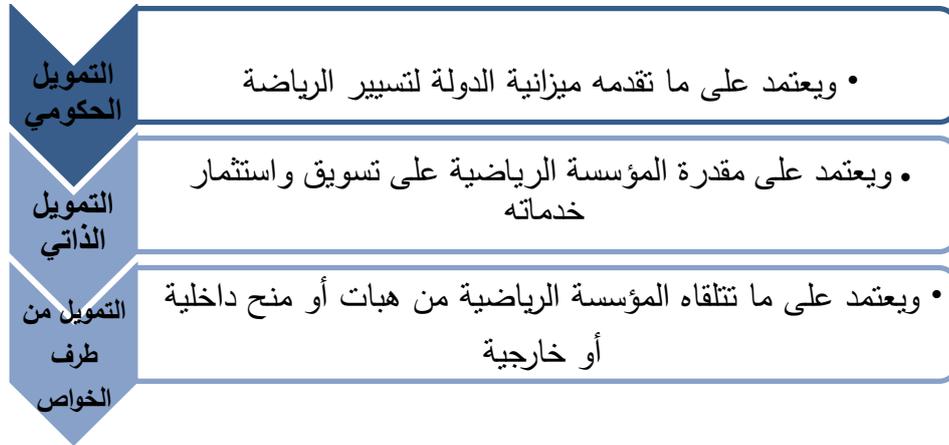


الشكل رقم 2: مساهمة الممول بتسخير الوسائل المادية في المناسبات الرياضية

إن العلاقة بين الرياضة والاقتصاد تتصل برعاية المصالح التجارية والاستهلاكية أو بمفهوم آخر هو الجسر الخفي الذي تمر من خلاله الشركات لترويج الإعلانات والسلع للمشاهدين والمتابعين للمباريات والأحداث الرياضية بكافة أشكالها، وقد أصبحت الرياضة في الوقت الحالي مصدر دخل ثابت لمعظم بلدان العالم، فقد ساهمت في نمو اقتصاديات بعض الدول بل وأصبح دخل بعض اللاعبين و أبرزهم لاعبي القارة الإفريقية، والذي سجل لهم التاريخ سجل من الشهرة والثروة، ليصبحوا أغنى من دولهم بفضل الرياضة التي تدر لهم مدخولا مهما

5.4 مصادر التمويل في المجال الرياضي :

يمكن تقسم مصادر التمويل في المجال الرياضي إلى ثلاثة أقسام يتم توضيحهما في الشكل التالي



1.5.4 التمويل الحكومي:

وتمثله الإعانات المالية التي تدعم بها الدولة الهيئة الرياضية سواء كانت في صورة إعانات مالية مباشرة أو مساعدات كتذاكر الطيران أو منشآت وكذلك إعانات غير مباشرة مثل التخفيضات أو الإعفاءات الضريبية أو الجمركية ورسوم الغاز والماء والكهرباء التي تمنح للهيئات الرياضية.¹

2.5.4 التمويل الذاتي :

التمويل الذاتي للمؤسسة هو إمكانية المؤسسة تمويل نفسها من خلال نشاطها². هو كل الإيرادات التي تحققها الهيئة الرياضية عن طريق استثمار مرافقها أو منشآتها أو نشاطاتها³ وفي الواقع مصادر التمويل الذاتي للرياضة عديدة ومجالاتها واسعة منها :

¹ أمال محمد إبراهيم، ورقة التسويق وتشغيل الأندية على أساس شركات مساهمة عامة ص2-8. ورشة عمل الاستثمار الرياضي الأكاديمية الاولمبية اللجنة الاولمبية السودانية الخرطوم السودان 2009

² سمير عبد الحميد علي: إدارة الهيئات الرياضية، النظريات الحديثة وتطبيقاتها، منشأة المعارف، ط ، الإسكندرية ، 1999 .

³قاسمي فيصل ، أقميني حفيظ: حول رؤية مستقبلية للاحتراف ،مجلة المؤتمر العلمي الدولي الأول ، تسيير الإدارة الرياضية في ظل اقتصاد السوق ، مطبعة الثقة ، سطيف ، جامعة المسيلة ، الجزائر ، 2009

- الترخيص باستخدام العلامات والشعارات على المنتجات ووسائل الخدمات .
 - الإعلان على أدوات وملابس اللاعبين.
 - عائدات تذاكر الدخول للمباريات والمناسبات الرياضية .
 - الإعانات والتبرعات والهبات.
 - عائد انتقال اللاعبين.
 - اشتراكات الأعضاء ومساهمات الأعضاء.
 - استثمار حقوق الدعاية والإعلان.
 - إصدار الطوابع التذكارية للمناسبات والأحداث الرياضية .
 - حقوق البث الإذاعي والتلفزيوني للأنشطة والمناسبات الرياضية .
 - عائدات نسبة من قيمة سلع يعلن انها مخصصة لدعم مجال أو هدف رياضي¹
- 3.5.4 التمويل الخارجي:**

في الحين الذي يصبح فيه التمويل الداخلي غير كاف بالنسبة للمؤسسات وحاجياتها، يصبح التمويل الخارجي حتميا بالنسبة لها.²

6.4 شروط نجاح عملية التمويل الرياضي :

- اختيار الحدث الرياضي أو الرياضي بفعالية وبعيدا عن العشوائية والحدس والارتجالية
- يجب على الممول أن يأخذ بعين الاعتبار مراكز اهتمامات الفئات المستهدفة من التمويل الرياضي والتي تتناسب مع طبيعة الرياضة الممولة. ويجب كذلك أن يكون قريبا من قيم المؤسسة .
- إن اختيار الحدث الرياضي يركز أساسا على بعض النقاط، منها :
- ضرورة التزام المؤسسة الممولة بالحدث الرياضي .
- يجب أن يكون الحدث ذو جودة و يتناسب مع متطلبات الممول، ويمكن أن يساهم في تحقيق الأهداف التجارية والاتصالية التي يسعى لتحقيقها .
- يجب أن نختار الحدث الذي يتناسب مع رسالة ومهنة المؤسسة ورموزها أو جمهورها
- العمل على جذب انتباه الجمهور المستهدف: وجعله قادرا على رؤية وتذكر علامة أو شعار الممول
- السماح للجمهور بإشراك قيم الحدث و النشاط الرياضي :
- إن خلق القيمة للتمويل الرياضي في الواقع العملي قد يواجه بعض المشاكل، ومنها:

¹ منير إبراهيم هندي: الفكر الحديث في مجال مصادر التمويل ، منشأة المعارف ، دط ، الإسكندرية .1998.

² إبراهيم عبد المقصود ، د .حسن الشافعي :الموسوعة العلمية للإدارة الرياضية - العلاقات العامة، التنمية الإدارية ، التسويق ، التمويل في المجال الرياضي ، السياحة مصدر لتمويل الرياضة "، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر ، ط1 ، الإسكندرية، 2004

- أن الجمهور يأتي إلى مشاهدة المنافسة الرياضية والحدث الرياضي عموماً وليس إلى مشاهدة شعارات الممول
- تعتبر الرسالة الإعلانية للتمويل الرياضي "صامتة" (إظهار الشعار فقط)، وبالتالي يصعب إثارة انتباه الجمهور

7.4 العقبات التي تواجه التمويل الرياضي :

التمويل الرياضي داخل الهيئات الرياضية يقابله العديد من المشكلات والعقبات في تدبير المالية ومن هذه العقبات ما يلي :

- القوانين واللوائح والقرارات المنظمة للأندية الرياضية والتي تعرقل عمليات التمويل الذاتي منها والخارجي داخل هذه الهيئات .
- عدم وجود المتخصصين ذوي الخبرات في مجال التمويل لحل المشكلات المالية
- عقبات إعلامية تتمثل في عدم الاهتمام بالأنشطة الرياضية مثل كرة القدم باعتبارها اللعبة الشعبية الأولى، مما يترتب على ذلك قلة الوعي الجماهيري بهذه الأنشطة وأيضاً تقليل فرص التسويق الرياضي لتلك الألعاب.¹

¹عنابي بن عيسى: التمويل الرياضي في الجزائر: واقع و آفاق ، الملتقى الدولي الثالث ، رؤية مستقبلية حول الاحتراف الرياضي في الجزائر ، غير منشورة ،مخبر علوم و تقنيات النشاط البدني الرياضي ،يومي 25-26 جانفي 2009

خلاصة

يلعب التمويل الرياضي دوراً مهماً وحيوياً في تطور الأندية الرياضية والمجتمعات وهو واحد من أهم العمليات الاقتصادية ذات الفوائد الكبيرة والمتعددة وذات المردود الإيجابي نحو بناء إستراتيجية اقتصادية مستقبلية يركز عليها تطور الأجيال الرياضية ، ويعد التمويل في المجال الرياضي بصفة عامة من أكثر الاستثمارات ربحية في الدول التي جربت هذا النوع من الاستثمار إذا تم استيعاب المعنى الحقيقي له .لما له من أهمية مزدوجة في فوائده وعائداته نحو العمران والتطور والرقي بخدمات الاتحادات والأندية الرياضية .

تمهيد

عرفت الرياضة تطورا تاريخيا عبر كامل العصور، حيث انطلقت الأنشطة الرياضية من الهواية و اتجهت نحو الاحتراف، والذي بدوره عرف عدة تطورات في مفاهيمه، ومكوناته التي تختلف من نشاط رياضي لآخر، ومن بين هذه الأنشطة نجد كرة القدم ، وهي نوع من الرياضات التي فرضت نفسها على الساحة الدولية، وعلى الساحة الوطنية، وهي الرياضة الأكثر شعبية في العالم بدون منازع، وفي هذا الفصل سنتعرف على تاريخ كرة القدم، والقوانين التي تحكمها، ثم نتطرق لكرة القدم الجزائرية .

5 نشأة و تطور كرة القدم:

يعود تاريخ هذه اللعبة إلى أكثر من 2500 سنة قبل الميلاد، مارس الصينيون القدماء، وكانوا يقدمون الولائم للفريق الفائز، و يجلدون الفريق المنهزم، و كما هو واضح أن هذه اللعبة أسست على منهج بربري، ومتوحش، كما عرفها اليابانيون، واليابانيون 600 سنة قبل الميلاد، والمصريون 300 سنة قبل الميلاد ، كما أن بعض آثار الشعر الجاهلي تدل على أن العرب القدماء مارسوا أيضا هذه اللعبة.¹

وكما تقول مجلة الجغرافيا العالمية في أحد أعدادها حيث مارس الصينيون لعبة أطلقوا عليها تسي شي (tsu chu) وهي نفس اللعبة التي لعبها الرومان القدماء وهنود أمريكا الشمالية، احد الآثار المبكرة لكرة القدم ، والذي يضرب به اللاعبون الكرة في حقل صغير اكتشف في اليابان ، ويعود تاريخه إلى 1400 سنة قبل الميلاد أما متحف "منشن" للأعراق البشرية في ألمانيا يحتوي على نصوص صينية تعود إلى 50 عام قبل الميلاد تشير إلى لعبة قريبة لكرة القدم لعبة من فريقين بين الصين واليابان.²

في عام 1848م تم إرساء مجموعة قوانين في "كامبردج" بإنجلترا تحدد مبادئ اللعبة بين المدارس، وكان القانون يسمح للاعبين بأخذ الكرة باليد، و الجري بها، وبعد مدة ظهرت لعبتان بعيدتان تماما عن بعضهما الأولى لعبة "الرجبي"، والثانية هي لعبة كرة القدم التي تلعب بالقدم فقط.

في عام 1863 . تأسس الاتحاد الانجليزي لكرة القدم وأطلق على اللعبة التي يمثلها الاتحاد "سوكر" أي لعبة كرة القدم. بعدها تأسس عدد كبير من الأندية في بريطانيا، وأوروبا.

لكن سرعان ما انتشر الاهتمام بها حول أوروبا، و قارات أخرى. تم إنشاء الاتحاد الدولي لكرة القدم FIFA في فرنسا عام 1904 كإقرار ليس بنمو اللعبة على المستوى العالمي فحسب، بل أيضا بالحاجة إلى هيئة عالمية تسوس لعبة كرة القدم، والتي لن تكن قد أنشئت حتى ذلك الحين. وسبعة اتحادات وطنية، بلجيكا، الدنمارك، إسبانيا، فرنسا، هولندا، السويد وسويسرا كانوا هم المؤسسين .

أطلقت الفيفا لقب كرة القدم . الأولمبي في العام 1924 ، وكأس العالم في العام 1930 ، و يوجد ستة اتحادات قارية:³

- الإتحاد الآسيوي لكرة القدم AFC
- إتحاد أمريكا الوسطى لكرة القدم CONCACAF
- الإتحاد الأوروبي لكرة القدم UEFA
- إتحاد أمريكا الجنوبية لكرة القدم CONMBO
- اتحاد أقيانوسيا لكرة القدم OFC

¹ مشعل عدي النمري: مهارات كرة القدم و قوانينها، ط1، دار أسامة للنشر، عمان-الأردن، 2013، ص31

² رعد محمد عبد ربه: كرة القدم رياضة الشعوب، ط1، الجنادرية للنشر والتوزيع،الأردن 2010، ص 8

³ عادل خير الله: الرياضة خطوة خطوة، ط1، دار المؤلف للنشر ك الطباعة والتوزيع، بيروت-لبنان 2006 ص 8

• الإتحاد الإفريقي لكرة القدم CAF

وقد نظمت هذه الاتحاديات مباريات لفرقها على مستوى النوادي، وعلى المستوى الوطني كل في قارته .

1.5 تعريف لعبة كرة القدم

تلعب كرة القدم بين فريقين يتكون كل منهما من أحد عشر لاعبا، وغرض كل فريق إحراز هدف في مرمى الفريق المضاد، و أن يمنع الفريق الآخر من الاستحواذ على الكرة أو إحراز هدف ، ويجوز الجري بالكرة، و تمريرها بالقدمين، و الرأس ، و أي جزء من الجسم باستثناء اليدين (لا تنطبق على حارس المرمى) ، وذلك وفق الأحكام المنصوص عليها في القانون¹

أما الانجليز يطلقون عليها كلمة (soccer) ، و إن أصل كلمة (soccer) ينسب إلى "تشارلز" و "ريفورد بروان" الذي أصبح لاحقا نائب رئيس الاتحاد الانجليزي الدولي ، و الاتحاد كرة القدم .. فلقد كان من عادة تلاميذ جامعة أكسفورد ذوي الصول الكريمة أن يختصروا الكلمات من خلال زيادة حرفي (er) بالانجليزية في آخر الكلمة، مثال (berkkers) لكلمة (breakfast) أي الفطور بالانجليزية. عند سؤاله ما إذا كان يرغب في لعب (rugger) أي ال (rules rugby) قوانين الرغبي، فكان "تشارلز" و "ريفورد بروان" يجيب (soccer , no) مختصرا بذلك (association) ، أو (rules association) أي قوانين اتحاد كرة القدم . في لندن، وكلمة (footer) كانت أيضا مستعملة، ولكن كان بالإمكان الإشارة إلى الكلمة¹ المذكورة بأي من الشفرتين.

فكرة القدم . هو اسم يعطى لألعاب كرة قدم مختلفة، و الأكثر شهر بينها هي التي تعرف باسم "سوكر" كما اشرنا سابقا كلمة كرة القدم. "فوتبول قد طبقت على كرة القدم . راجبي، كرة القدم الأمريكية كرة القدم . على طريقة القواعد الاسترالية، كرة القدم . الكندية، و الكثير من أنواع كرة القدم. عندما تم تأصيل كلمة "كرة القدم"، قد أشارت إلى تشكيلة واسعة من الرياضات في أوروبا في العصور الوسطى، كالتى تعني التحكم بالكرة بواسطة القدم ، تلك الرياضة التي يمارسها القرويون، على غرار الرياضة التي تمارس من قبل الارستقراطيين على أمتة جيادهم ، لذلك الاسم دائما يطلق على تشكيلة من الرياضات التي يمارسها الأشخاص بأقدامهم في التحكم بالكرة².

6 النوادي الرياضية الجزائرية:

1.6 مفهوم الأندية الرياضية:

تعتبر الأندية الرياضية مؤسسات، و إن كان الهدف الرئيسي منها هو تطوير النشاط الرياضي ورعايته³.

¹ صبحي أحمد قبيلان، ونضال أحمد الغفري:مدخل إلى التربية الرياضية،ط1،مكتبة المجتمع العربي للنشر و التوزيع،عمان-الأردن 2009 ص163

² رعد محمد عبد ربه: كرة القدم رياضة الشعوب، ط1، الجنادرية للنشر والتوزيع،الأردن 2010

³ جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية:شغب الملاعب و أساليب مواجهته،ط1،مركز الدراسات و البحوث،السعودية،2004 ص176

إن الأندية دورها مهم وفعال فهي تعمل إلى جانب مختلف أجهزة الدولة، على تعليم . الشباب و رعايتهم، فالأندية هي الوسيلة لتطبيق الفلسفة الرياضية الحديثة، التي تقوم على مبادئ اجتماعية سليمة، وفق أصول و نظريات تربوية نفسية، و ذلك برسم البيانات و تخطيط البرامج.¹

2.6 الإطار القانوني للنادي الجزائري لكرة القدم:

هو جمعية منصوص عليها بموجب:

القانون رقم 90-31 المؤرخ في 1991.12.04 و المتعلق بالجمعيات.

- الأمر رقم 95-09 المؤرخ في 1995.02.23 و المتعلق بتوجيهه، وتنظيم و تطوير المنظومة الوطنية للتربية البدنية و الرياضية، وخاصة المواد 17 و 18 منه.
- المرسوم الرئاسي رقم 96-01 المؤرخ في 1996.01.05، و المتضمن تعيين أعضاء الحكومة.
- المرسوم التنفيذي رقم 90-118 المؤرخ في 1990.04.30 و المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 90 - 284، و المؤرخ في 1990.09.10، و الذي يحدد صلاحيات وزير الداخلية، و الجماعات المحلية .

3.6 تصنيف النوادي الرياضية الجزائرية:

تصنف النوادي الرياضية الجزائرية إلى ثلاثة أصناف، ذلك حسب المواد 43، 44، 45 من قانون 10/04 نذكرها فيما يلي:²

أ- النادي الرياضي الهاوي:

تنص المادة 43 على ان النادي الرياضي الهاوي جمعية رياضية ذات نشاط غير مريح، تسير بقانون متعلق بالجمعيات، و أحكام قانون رقم 10/ 04، وكذا القانون الأساسي، المعد من طرف الاتحادية الرياضية الوطنية، والذي يحدد مهامه.

ب- النادي الرياضي شبه المحترف:

حسب المادة 44، 45 من قانون رقم 10/ 04 فإن النادي الرياضي شبه المحترف هو جمعية رياضية تهدف لتحقيق الربح، في جزء من نشاطها، خاصة تنظيم . التظاهرات الرياضية المدفوعة الأجر، و للنادي الرياضي شبه المحترف الامتياز لاستغلال المنشآت الرياضية العمومية ضمن شروط حالة توفر الشروط .

¹ حميد المنيري، عصام بدوي: الإدارة في الميدان الرياضي، ط1، المكتبة الأكاديمية للنشر، القاهرة-مصر 1991، ص255

² إفروجين غنية: الجانب القانوني و التسيير الإداري لكرة القدم، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه غير منشورة، كلية علوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2013 ص

ت- النادي الرياضي المحترف:

من خلال المادة 46 من قانون 10/04 المؤرخ في 14 أوت 2004، يقوم هذا النادي ب¹:
تنظيم التظاهرات، كالمنافسات الرياضية المدفوعة الأجر و تشغيل مؤطرين، ورياضيين مقابل أجر، و كذا كل
النشاطات التجارية المرتبطة بهدفه، فالنادم الرياضي المحترف يمكن أن يأخذ شكل الشركات التجارية التي نص
عليها القانون التجاري وهي:

- المؤسسات الوحيدة الشخص رياضة ذات مسؤولية المحدودة.

- الشركة الرياضية ذات المسؤولية المحدودة.

- الشركة الرياضية ذات الأسهم

تسيير هذه الشركات يكون طبقا لقانون 10/ 04 المتعلق بالرياضة، القانون التجاري، المرسوم التنفيذي رقم 06
264/ مؤرخ في 8 أوت 2006 يتعلق بالأحكام المطبقة على النادي الرياضي المحترف، ويحدد القوانين الأساسية
النموذجية للشركات الرياضية التجارية، هذه الأخيرة التي عليها كذلك العمل بها، كما يمكن للنادي الرياضي أو
الشخص الطبيعي أو الاعتباري أن يؤسسوا أو يكونوا شركاء في نادي رياضي محترف إذا امتلك النادي 1/3
رأسمال الشركة فأكثر، تخصص كل الأرباح لتشكيل صندوق الاحتياطات.

4.6 الهياكل التنظيمية للنادي²:

يتألف النادي الجزائري لكرة القدم من الهياكل التالية:

- الجمعية العامة: وهي الهيئة التشريعية في الهيكل التنظيمي للنادي.
- مكتب النادي: و هو الجهاز التنفيذي للنادي.
- رئيس النادي: وهو المسؤول الأول لنادي.
- الموظفون التقنيون: وهو تحت تصرف النادي طبقا للتنظيم الساري المفعول.
- اللجان المختصة: وتعمل على دعم هياكل النادي في ممارسة مهامه و وظائفه.

¹ إفروجين غنية مرجع سبق ذكره ص110

² عيسى الهادي كمال رعاش الاحتراف في كرة القدم دار الكتاب الحديث الجزائر 2012 ص 11

خلاصة

من خلال ما سبق عرضه في هذا الفصل نخلص إلى فكرة مفادها أن كرة القدم مرت بمراحل تاريخية فهي قديمة من حيث الممارسة، لكنها حديثة النشأة من حيث التنظيم و سن القوانين التي تنظم هذه اللعبة، وتصنف النوادي الجزائرية إلى ثلاث تصنيفات نادي هاوي، نادي شبه محترف، نادي محترف.

تمهيد

هذا الفصل من البحث خصص للإجراءات الميدانية للدراسة، و الذي سيتم التطرق فيه إلى الدراسة الاستطلاعية و التي بواسطتها نعرف مدى توافق و ملائمة ميدان الدراسة لإجراءات البحث الميدانية و كذا التأكد من صلاحية الأداة المستخدمة و الصعوبات التي قد تعترضنا، ثم نتطرق إلى المنهج المتبع في الدراسة، و الأدوات المستخدمة في جمع البيانات و المعلومات، وفي الأخير نتطرق إلى إجراءات التطبيق الميداني للأداة.

7 الدراسة الاستطلاعية

تعتبر الدراسة الاستطلاعية بمثابة الخطوة الأولى في أي دراسة ميدانية بقصد الإلمام بموضوع البحث حتى نتمكن من معرفة مختلف الجوانب المراد دراستها و تهدف الدراسة الاستطلاعية التي قمنا فيها إلى الإلمام والإطاحة بمختلف جوانب المشكلة المعالجة لبحثنا. فالبحوث الاستطلاعية في تلك البحوث التي تتناول موضوعات جديدة لم يتطرق إليها أي باحث من قبل ولا تتوفر عنها بيانات ومعلومات أو حتى يجهل الباحث كثيرا من أبعادها و جوانبها، واعتبارا لكون الموضوع المقترح للدراسة هو امتداد لدراسات سابقة ومشابهة ولكونه له من أهمية ما يجعله جديرا بالاهتمام في تناوله من خلال مختلف مؤشرات ذات الأبعاد الهادفة إلى معرفة بعض أساليب الرعاية ودورها في تنويع مصادر تمويل النوادي الرياضية بولاية البويرة.¹

وتهدف الدراسة الاستطلاعية التي قمنا بها إلى الإلمام والإحاطة بمختلف جوانب المشكلة المعالجة والتي سمحت لنا بالتعرف على مختلف الأندية الرياضية لكرة القدم بالبويرة ولأجل الحصول على هذه المعلومات فقد قمنا بالاطلاع على مواقع الانترنت الرسمية لهذه النوادي، وقد قمنا إثرها بتصميم استمارة استطلاعية موجهة إلى رؤساء ومسيري الأندية الرياضية ومن هذه الدراسة الميدانية استنتجنا عدة ملاحظات منها:

- التقرب أكثر من الواقع المعاش على مستوى الأندية الرياضية التي دللتنا إلى طرح الأسئلة المناسبة والمشيرة إلى هذا الموضوع
- إعادة صياغة التساؤلات ضمن الاستبيان أين تطلب الأمر ذلك وإحداث إضافات أخرى مفيدة أن أمكن
- معرفة ملائمة الأدوات لواقع وعينة البحث
- التعرف على العراقيل التي من الممكن أن تواجه الباحث.

1.7 المنهج المتبع في الدراسة

انطلاقا من طبيعة الموضوع المعالج في بحثنا هذا، والذي نقوم من خلاله بوصف الظواهر التي تتمحور عموما حول بعض أساليب الرعاية الرياضية ودورها في تنويع مصادر تمويل الأندية الرياضية لكرة القدم واستخدمنا المنهج الوصفي التحليلي والمنهج هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة مجموعة من القواعد التي تبحث عن سير العقل وتحديد عملياته.

والبحث الوصفي لا يقتصر على تجميع البيانات و تبويبها وجدولتها ولكنه يتضمن قدر من التفسير لهذه البيانات² و المنهج الذي يهتم بوصف ما هو كائن وتفسيره و يهتم بتحديد الظروف والعلاقات التي توجد بين الوقائع، كما يهتم أيضا بتحديد الممارسات الشائعة أو السائدة و التعرف عن المعتقدات والاتجاهات عند الأفراد والجماعات³

¹ ناصر ثابت أضواء على الدراسة الميدانية مكتب الفلاح، ط1، الكويت، 1984

² محمد حسن علاوي، أسامة راتب: البحث العلمي، دار الفكر العربي، ط2، القاهرة، 1999.

³ مروان عبد المجيد إبراهيم، طرق ومناهج البحث العلمي في التربية البدنية والرياضية، الدار العلمية الدولية للنشر ودار الثقافة، ط1، الأردن، 2001

وهذا المنهج يعبر علم الظاهرة المقصود دراستها كما وكيفا ويصف الجوانب المختلفة للظاهرة من خلال توفير معلومات ضرورية ودقيقة لفهمها¹ و يعرف "محمد شفيق المنهج الوصفي له لا يقف عند مجرد جمع البيانات و المعلومات بل يتجه إلى تصنيف هذه الحقائق وتلك البيانات وتحليلها وتفسيرها و استخلاص نتائجها و تحديدها بالصورة التي هي كميًا وكيفيًا بهدف التوصل إلى نتائج نهائية يمكن تعميمها² ، كما أنه يحاول من خلالها وصف الظاهرة موضوع الدراسة كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها، و كشف جوانب القوة والضعف فيها و تحديد العلاقات بين عناصرها أو بينها وبين ظواهر تعليمية أو نفسية أو اجتماعية أخرى وذلك في وضع تحت تأثير معين³

ولهذا فإننا استعملنا وسيلة البحث العلمي و في الاستبيان الموجه إلى رؤساء الأندية الرياضية ، ثم عرض النتائج من وراء ذلك ودراستها عن طريق المعالجة الإحصائية باستعمال اختيار رسمي و إعطاء دلالاته الإحصائية بمقابلته بالفرضيات بعد ذلك، وبعد كل هذه الخطوات نقوم بتفسير النتائج و استخراج خلاصات نقابلها مع فرضيات البحث السابقة.

2.7 المجتمع وعينة الدراسة

المجتمع هو جميع الأفراد أو الأحداث أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث، وضمن الموضوع العاج يتجسد مجتمع بحثنا في مجموعة⁴ .

حجم المجتمع الأصلي للدراسة كبير نادي(15) فكان من اللازم علينا إجراء عملية اختيار العينة بواسطة الاختيار الغير عشوائي (العمدية).

المجموعة: وهي تخص رؤساء الأندية الرياضية.

عينة الدراسة

مجال استعمال العينة القصدية في دراستنا الاستطلاعية كان من خلال الاستبيان بهدف التعرف اتجاهات و آراء فئة معينة من فئات المجتمع و المتمثلة في رؤساء أندية كرة القدم .ثم قمنا بعد ذلك باختيار عدد معين من رؤساء هذه الأندية 4 اندية دون أي اختبار عشوائي .

تم اختيار عينة البحث بالطريقة العمدية من 4 أندية و هي :

- مولودية البويرة .
- وفاق سور الغزلان .
- شباب عين بسام.
- الحمزاوية عين بسام.

¹ محمد شفيق، الإنسان والمجتمع، المكتب الجامعي الحديث، ط1، الإسكندرية 2004

² محمد شفيق، البحث العلمي الأسس والإعداد المكتب الجامعي الحديث، ط1، الإسكندرية

³ خالد حامد منهج البحث العلمي، المكتب الجامعي الحديث، ط1، القبة الحز الر، 2013

⁴ حسن أحمد الشافعي، سوزان أحمد علي موسى، ميدان البحث العلمي، منشأة المعارف، ط1، الإسكندرية 2004

و اشتملت عينة البحث في كل نادي على

- رئيس النادي.
- نائب الرئيس.
- مناجير النادي.

حيث وزعت لكل نادي استثماراته أي وزرع 12 استبيان، وقد أسترجع كل الاستثمارات من طرف النوادي.

3.7 أدوات جمع البيانات والمعلومات

قام الباحث باستخدام أداة الاستبيان الملائمة والذي قام بتخصيصه لرؤساء ومسيري الأندية. يمكن تعريف الاستبيان بأنه مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة والمرتبطة ببعضها البعض بشكل يحقق الهدف، والأهداف التي يسعى إليها الباحث بضوء موضوعه والمشكلة التي اختارها لبحثه.¹ يعتبر إحدى أدوات المسح الهامة لتجميع البيانات المرتبطة بموضوع معين من خلال إعداد مجموعة من الأسئلة المكتوبة يقوم المبحوث بالإجابة عليها بنفسه²، وهو وسيلة من وسائل جمع البيانات، تعتمد أساسا على استمارة تتكون من مجموعة من الأسئلة، ترسل بواسطة البريد أو تسليم للأشخاص الذين تم اختيارهم لموضوع الدراسة ليقوموا بتسجيل إجاباتهم على الأسئلة الواردة به وإعادته ثانيا ويتم كل ذلك بدون مساعدة الباحث للأفراد في فهم الأسئلة أو تسجيل الإجابات عليها³

وقد تم تجميع مختلف جوانب هذه الدراسة باستخدام الوسائل التالية:

أ- **المادة الخبرية:** هي البيانات الأساسية والثانوية التي تمثل الخلفية النظرية التي بنيت عليها هذه الدراسة بالاعتماد على المرافق التالية:

- البحوث و الدراسات العلمية التي دارت مواضيعها حول موضوع الدراسة.
- الدراسات السابقة والمشابهة والمتعلقة بموضوع الدراسة الحالية.
- الوثائق الرسمية واللوائح التنفيذية المتعلقة بموضوع الدراسة.

ب- **الشروط العلمية للأداة:**

هناك شروط معيارية يجب مراعاتها وفق أسس علمية صحيحة متمثلة في:

- **معامل الصدق:**

¹ عامر إبراهيم قديجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات دار البازوري العلمية ط1، عمان الأردن، 1999

² محمد حسن علاوي أساعة راتب، البحث العلمي، دار الفكر العربي، ط2، القاهرة 1999

³ رشيد زرواتي، تدريبات على منهجيات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، الجزائر، 2002

- تعتبر درجة الصدق هي العامل الأكثر أهمية بالنسبة للمقاييس والاختبارات وهو يتعلق أساسا بنتائج الاختبار¹ كما يشير "تايلر" أن الصدق يعتبر أهم معيار يجب توفره في الاختبار.²
- **الصدق الظاهري لأداة الدراسة:**

تكون الأداة صادقة إذا كان مظهرها يدل على أنها تقيس لما وضعت لقياسه، حيث وأنه بعد إعدادنا لاستمارة الاستبيان وإرفاقها بالفرضيات والإشكالية قمنا بعرضها على خمسة أساتذة محكمين مشهود لهم بالخبرة في ميدان البحث العلمي، والمدرجة أسماؤهم ضمن الملحق رقم 03، وذلك قصد إبداء آرائهم حيالها وفق النقاط التالية:

- 1- مدى مناسبة وشمولية متغيرات البيانات الأولية.
- 2- مدى أهمية ووضوح الصياغة اللغوية للعبارات.
- 3- مدى إنتماء كل عبارة لمحورها، ومدى قياسها لما وضعت لأجله.
- 4- مدى ملائمة ودقة تسمية كل محور، وتدرجات مقياسه.

وعلى ضوء ما أبداه الأساتذة المحكمين، قام الباحث بالتعديلات التي كانت مجمع رأي الأساتذة المحكمين بنسبة 85% من المحكمين، وقد تركزت معظم هذه التعديلات حول تحسين الصياغة اللغوية لبعض العبارات وكذا حذف بعض العبارات التي لا تنتمي للمحور وتفشل في قياس ما وضعت لأجله.

- **معامل الثبات:** الثبات يمثل أهمية كبيرة في عملية بناء و تقنين الاختبارات، وهو يعني أن يكون الإختبار على درجة عالية من الدقة و الإتقان فيما وضع لقياسه وتعتبر درجة الثبات عالية كلما اقتربت إلى القيمة الصحيحة إلى الواحد، ووفقا لمتطلبات الدراسة فقد تم استعمال طريقة "ألفا كرونباخ" للتأكد من الثبات.

عدد العبارات	معامل الثبات
23	0.892

الجدول رقم 01: درجة الثبات.

4.7 إجراءات التطبيق الميداني للأداة:

- **البيانات الميدانية:** وتم جمعها عن طريق الإستبيان لخدمة أغراض الدراسة، وقد صمم الباحث الأداة وفق ما تطلبه الدراسة.
- **محاور أداة الدراسة:** تناولت الدراسة 04 محاور تضمنت 23 عبارة بواقع 05 عبارات للمحور الأول والثالث و06 عبارات للمحورين الثاني والرابع.

¹ محمد حسن علاوي، محمد نصر الدين رضوان، القياس في التربية الرياضية وعلم النفس الرياضي، دار الفكر العربي، ط3 القاهرة، مصر، 1996

² محمد صبحي، القياس والتقويم في التربية البدنية والسياسية، دار الفكر العربي، ط3، القاهرة، مصر، 1996

وقد إعتد الباحث عبارات من إنشائه، ركز في تكوينها على عامل البيئة واللغة المستعملة وسلاسة المفردات مع وضوح للعبارات بقدر الإمكان، وترايب الأفكار مع بعضها ومع العبارات الأخرى لمختلف المحاور وكذا الفرضيات، وقد جاءت عناوين المحاور على النحو التالي:

❖ **المحور الأول:** وضع العلامة التجارية على اقمصة النادي يعد من أساليب الرعاية التي لها دور في تمويل الأندية الرياضية لكرة القدم بالجزائر

❖ **المحور الثاني:** وضع اللوحات الاشهارية داخل المنشآت الرياضية يعد من أساليب الرعاية التي لها دور في تمويل الأندية الرياضية لكرة القدم بالجزائر

❖ **المحور الثالث:** يعتبر الإعلام من أساليب الرعاية التي لها دور في تمويل الأندية الرياضية لكرة القدم بالجزائر

❖ **المحور الرابع:** الأفاق المستقبلية لتطوير أساليب جديدة للرعاية من أجل تنويع مصادر تمويل الأندية الرياضية لكرة القدم بالجزائر

بعد الصياغة النهائية لاستمارة الاستبيان انطلقا في توزيعها حيث بدئنا في توزيع الاستمارة الخاصة برؤساء الأندية الرياضية بتاريخ 12 مارس 2019، وتمت العملية في ظرف خمسة أسابيع، وكان الاسترجاع لمعظم الاستمارات بتاريخ 17 افريل 2019 ثم بدأنا بعملية التفرغ وإخضاع البيانات المتحصل عليها من استمارات الاستبيان الموزعة على المعالجة الإحصائية عن طريق برنامج SPSS

5.7 الأساليب الإحصائية المستخدمة

تمت معاينة البيانات الإحصائية باستخدام برنامج الحزم الإحصائية الاجتماعية SPSS حيث تضمنت المعالجة الأساليب الإحصائية التالية:

- التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص مجتمع الدراسة، ولتحديد الاستجابة تجاه محاور و أبعاد الدراسة التي تضمنها الأداة
- معامل الثبات ألفا كرونباخ للوقوف على ثبات الأداة
- اختبار كاي² للمطابقة بين المتغيرات المستقلة والتابعة

$$k^2 = \frac{\sum (fo - fe)^2}{\sum fe}$$

$$\sum = \text{تعني المجموع}$$

$$Fo = \text{التكرارات المشاهدة}$$

$$Fe = \text{التكرارات المتوقعة}$$

خلاصة

تطرقت في هذا الفصل إلى الدراسة الاستطلاعية التي قمنا بها و كذلك تعرضت للمجالين المكاني و الزماني للدراسة و كذلك تناولت المنهج المتبع في دراستنا وهو المنهج الوصفي بعد ذلك تكلمت عن المجتمع و عينة الدراسة ثم أدوات جمع البيانات و المعلومات وهي الاستبيان ثم إلي إجراءات التطبيق الميداني للأداة و الأساليب الإحصائية.

تمهيد

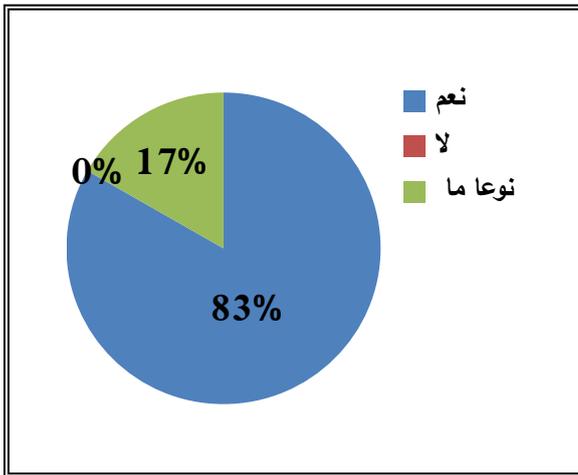
نقوم في هذا الفصل بعرض النتائج بالاختبارات التي طبقت على مستوى عينة من الأندية الرياضية من خلال الاستبيان الذي قمنا بتفريغه و بعدها نبدأ في حساب ذلك من خلال برنامج spss والنسب المئوية و كاف ترييع كا² و نقارن في الأخير الفرضيات مع الدراسات السابقة للخروج بمدى صحة أو نفي الفرضية و أخيرا الاستنتاج.

8. عرض وتحليل نتائج استمارة الاستبيان الموجهة للأندية

المحور الأول وضع العلامة التجارية على الأقمصة الرياضية يساهم في تنويع مصادر تمويل الأندية الرياضية

السؤال 01: توجد لدى ناديكم استثمار من ناحية العلامة التجارية؟

الغرض من السؤال: محاولة التعرف على وجود استثمار لدى النادي من ناحية العلامة التجارية.



المعيار	نعم	لا	نوعا ما	المجموع
التكرار	10	00	02	12
النسبة	%83.3	%00	%16.7	%100
الدلالة	0.05			
كا ² المحسوبة	5.33			
كا ² المجدولة	3.841			
القرار الإحصائي	دالة			

الشكل رقم: 03 نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 01 وكذا الاختبار الإحصائي لها.

جدول رقم 03: يوضح توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 01 وكذا الاختبار الإحصائي لها.

عرض وتحليل النتائج:

من خلال النتائج الواردة في الجدول نجد أن إجابات أفراد العينة قد وزعت حسب النسب التالية: نسبة الإجابة بنعم (83.3%)، ونسبة الإجابة بلا (00%)، أما نسبة الإجابة بنوعا ما (16.7%) ومنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، والنسبة لصالح القيمة الأكثر تكرارا وهي الإجابة بنعم

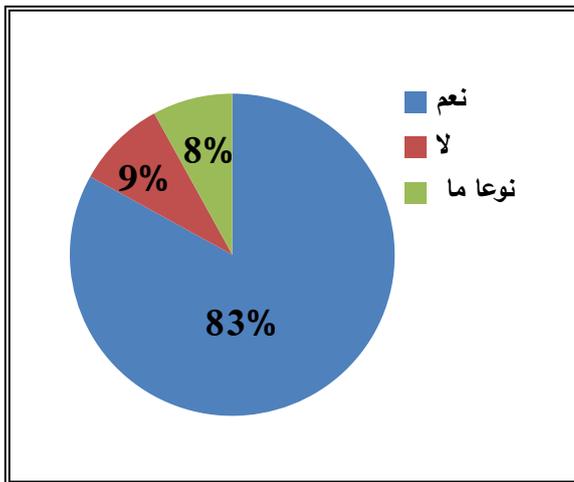
استنتاج :

نستنتج أن أغلب رؤساء الأندية يرون أن وضع العلامة التجارية على أقمصة النادي تعود موارد مادية لصالح النادي

فالاستثمار في العلامة التجارية ووضعها على الأقمصة الرياضية يعود بالفائدة على الأندية الرياضية وهذا أمر إيجابي له دور في جذب مؤسسات اقتصادية للاستثمار في الأندية الرياضية لكرة القدم.

السؤال 2: توجد هناك رغبة من طرف الشركات من اجل تمويل ناديكم مقابل وضع العلامة التجارية على الأقمصة؟

الغرض من السؤال: معرفة رأي رؤساء ومسري النوادي الرياضية حول وجود الرغبة لدى الشركات من اجل تمويل ناديكم مقابل وضع العلامة التجارية على الأقمصة.



المجموع	نوعا ما	لا	نعم	الاستجابات المعايير
12	01	01	10	التكرار
%100	8.33%	8.33%	%83.3	النسبة
				الدلالة
			0.05	
			13.5	كا ² المحسوبة
			5.99	كا ² المجدولة
			دالة	القرارالإحصائي

الشكل رقم 04 : نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 03 وكذا الاختبار الإحصائي لها

جدول رقم 04 : يوضح توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 02 وكذا الاختبار الإحصائي لها.

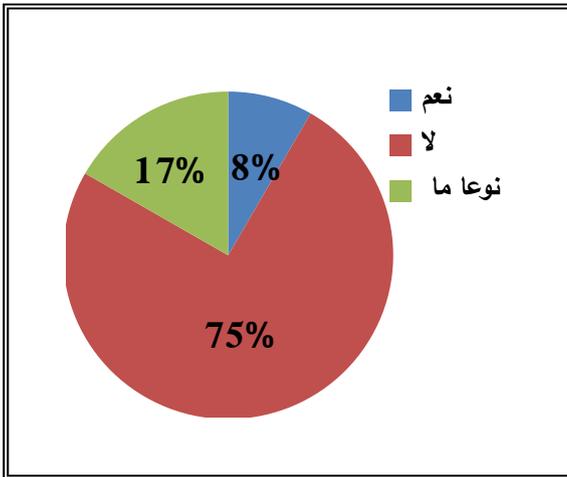
عرض وتحليل النتائج:

من خلال النتائج الواردة في الجدول نجد أن إجابات أفراد العينة قد وزعت حسب النسب التالية: نسبة الإجابة بنعم (83.3%) ونسبة الإجابة بلا (8.33%)، أما نسبة الإجابة بنوعا ما (8.33%) ومنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، والنسبة لصالح القيمة الأكثر تكرارا وهي الإجابة بنعم.

استنتاج :

ومنه نستنتج أن اغلب رؤساء الأندية يرون انه توجد رغبة من طرف الشركات من اجل تمويل ناديهم مقابل وضع العلامة التجارية على الأقمصة وبالتالي يجب وضع تسهيلات أمام الشركات من اجل وضع العلامات التجارية على الأقمصة للحصول على عوائد مادية تعود بالفائدة على الأندية الرياضية.

السؤال 03: توجد قوانين داخل النادي تعيق وضع العلامة التجارية على أقمصة النادي؟
الغرض من السؤال: معرفة رأي رؤساء النوادي الرياضية حول وجود قوانين داخل النادي تعيق وضع العلامة التجارية على أقمصة النادي.



المعايير	نعم	لا	نوعا ما	المجموع
التكرار	01	09	02	12
النسبة	%8.33	%75	%16.66	%100
الدلالة	0.05			
كا ² المحسوبة	9.5			
كا ² الجدولة	4.991			
القرار الإحصائي	دالة			

الشكل رقم 05: نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 03 وكذا الاختبار الإحصائي لها.

جدول رقم 05 : يوضح توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 03 وكذا الاختبار الإحصائي لها.

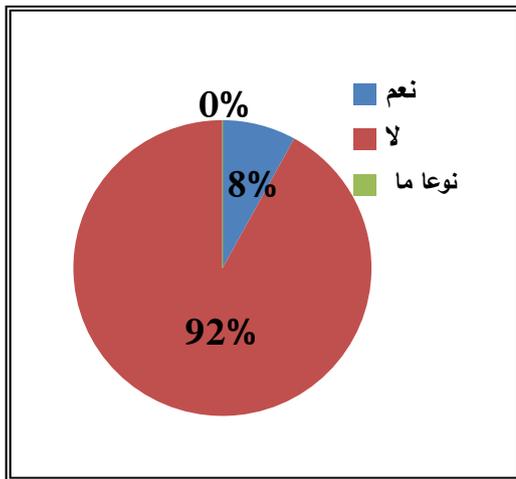
عرض وتحليل النتائج:

من خلال النتائج الواردة في الجدول نجد أن إجابات أفراد العينة قد وزعت حسب النسب التالية: نسبة الإجابة بنعم (8.33%)، ونسبة الإجابة ب لا (75%)، أما نسبة الإجابة بنوعا ما (16.66%) ومنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، والنسبة لصالح القيمة الأكثر تكرارا وهي الإجابة ب لا.

استنتاج :

ومنه نستنتج أن أغلب رؤساء الأندية يرون أنه لا توجد قوانين داخل النادي تعيق وضع العلامة التجارية على اقمصة النادي، وهذا أمر إيجابي له دور في جذب مؤسسات إقتصادية للإستثمار في الأندية الرياضية.

السؤال 04: يعتبر التسيير داخل النادي من بين المعوقات التي تواجه الشركات من أجل وضع العلامة التجارية على اقمصة النادي.
الغرض من السؤال: معرفة رأي رؤساء ومسيري النوادي الرياضية حول معوقات التسيير داخل النادي التي تواجه الشركات لوضع العلامات التجارية على اقمصة النادي.



المعيار	نعم	لا	نوعا ما	المجموع
التكرار	01	11	00	12
النسبة	%8.33	%91.66	%00	%100
الدلالة	0.05			
كا ² المحسوبة	8.33			
كا ² المجدولة	3.841			
القرار الإحصائي	0.05			

الشكل رقم 06: نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 04 وكذا الاختبار الإحصائي

جدول رقم 06 : يوضح توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 04 وكذا الاختبار الإحصائي لها.

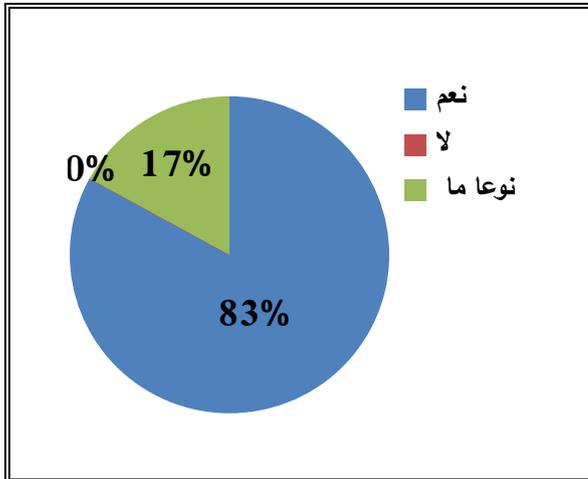
عرض وتحليل النتائج:

من خلال النتائج الواردة في الجدول نجد أن إجابات أفراد العينة قد وزعت حسب النسب التالية: نسبة الإجابة بنعم (8.33%)، ونسبة الإجابة ب لا (91.66%)، أما نسبة الإجابة بنوعا ما (00%) ومنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، والنسبة لصالح القيمة الأكثر تكرارا وهي الإجابة ب لا.

استنتاج :

نستنتج أن أغلب رؤساء الأندية يعتبرون أن التسيير داخل الأندية ليس من بين المعوقات التي تواجه الشركات من أجل وضع العلامة التجارية على اقمصة النادي.
 وبالتالي فإن التسيير داخل الأندية مقبول إلى حد بعيد لما له من دور في جذب المؤسسات لوضع العلامات التجارية على الأقمصة الرياضية.

السؤال 05: فكرتم في وضع تسهيلات أمام الشركات من أجل وضع العلامة التجارية على أقمصة النادي.
الغرض من السؤال: معرفة رأي رؤساء النوادي الرياضية إذا ما كانوا يفكرون في وضع تسهيلات أمام الشركات من أجل وضع العلامة التجارية على أقمصة النادي.



المجموع	نوعا ما	لا	نعم	الاستجابات المعايير
12	02	00	10	التكرار
%100	%16.66	%00	83.33%	النسبة
				الدلالة
		0.05		
الإختبار		8.33		كا ² المحسوبة
الإحصائي		3.841		كا ² المجدولة
		دالة		القرار الاحصائي

الشكل رقم 07: نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 05 وكذا الاختبار الإحصائي لها.

جدول رقم 07: يوضح توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 05 وكذا الإختبار الإحصائي لها.

عرض وتحليل النتائج:

من خلال النتائج الواردة في الجدول نجد أن إجابات أفراد العينة قد وزعت حسب النسب التالية: نسبة الإجابة بنعم (83.33%)، ونسبة الإجابة ب لا (00%)، أما نسبة الإجابة بنوعا ما (16.66%) ومنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، والنسبة لصالح القيمة الأكثر تكرارا وهي الإجابة بنعم .

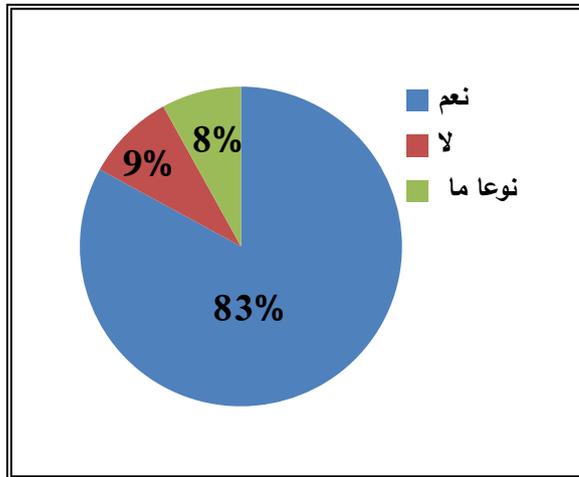
استنتاج :

نستنتج أن أغلب رؤساء الأندية قد فكروا في وضع تسهيلات أمام الشركات من أجل وضع العلامة التجارية على أقمصة النادي.

فالهدف من الاستثمار في الأندية هو زيادة في رأس مالها في الأنشطة المختلفة، وهذا ما أشار إليه الدكتور حسن أحمد الشافعي في كتابه "الإستثمار والتسوق في التربية البدنية والرياضية"¹.

¹حسن أحمد الشافعي، التمويل التأجيري في التربية البدنية، ط1، دار وفاء الدنيا، الإسكندرية، 2006.

السؤال 06: لديكم دراية عن أهمية وضع اللوحات الإشهارية داخل منشآتكم الرياضية؟
الغرض من السؤال: معرفة رأي رؤساء ومسيري النوادي الرياضية حول إذا ما كان لديهم دراية عن أهمية وضع اللوحات الإشهارية داخل منشآتهم الرياضية..



المجموع	نوعا ما	لا	نعم	الاستجابات المعايير
12	01	01	10	التكرار
%100	%8.33	%8.33	%83.33	النسبة
		0.05		الدلالة
الإختبار		13.5		كا ² المحسوبة
الإحصائي		5.99		كا ² المجدولة
		دالة		القرار الإحصائي

الشكل رقم 08: نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 06 وكذا الاختبار الإحصائي لها.

جدول رقم 08: يوضح توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 06 وكذا الإختبار الإحصائي لها.

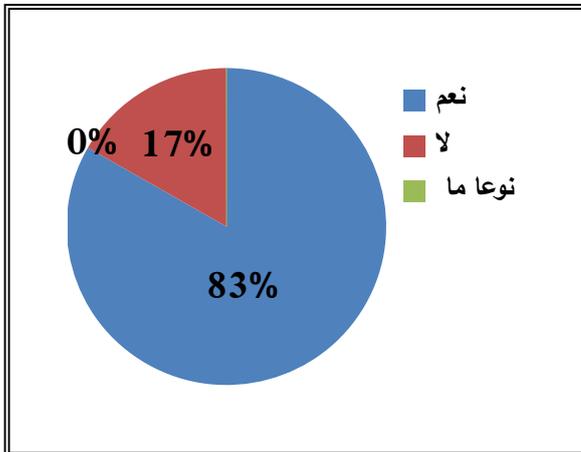
عرض وتحليل النتائج:

من خلال النتائج الواردة في الجدول نجد أن إجابات أفراد العينة قد وزعت حسب النسب التالية: نسبة الإجابة بنعم (83.33%)، ونسبة الإجابة ب لا (8.33%)، أما نسبة الإجابة بنوعا ما (8.33%) ومنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، والنسبة لصالح القيمة الأكثر تكرارا وهي الإجابة ب نعم.

استنتاج :

ومنه نستنتج أن أغلب رؤساء الأندية يدركون أهمية وضع اللوحات الإشهارية داخل منشآتكم الرياضية، وبالتالي يجب على رؤساء و مسيري الأندية وضع هذه العلامات اللوحات الاشهارية داخل منشآتهم الرياضية.

السؤال 07: لديكم أماكن مخصصة لوضع اللوحات الإشهارية داخل منشآت ناديكم.
الغرض من السؤال: التعرف على رأي مسيري رؤساء النوادي الرياضية إذا ما كان لديهم أماكن مخصصة لوضع اللوحات الإشهارية داخل منشآت ناديهم.



المجموع	نوعا ما	لا	نعم	الاستجابات المعايير
12	00	02	10	التكرار
%100	%00	%16.66	%83.3	النسبة
		0.05		الدلالة
الإختبار		5.32		كا ² المحسوبة
الإحصائي		3.841		كا ² المجدولة
		دالة		القرار الاحصائي

الشكل رقم 09: نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 07 وكذا الاختبار الإحصائي لها.

جدول رقم 09: يوضح توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 07 وكذا الإختبار الإحصائي لها.

عرض وتحليل النتائج:

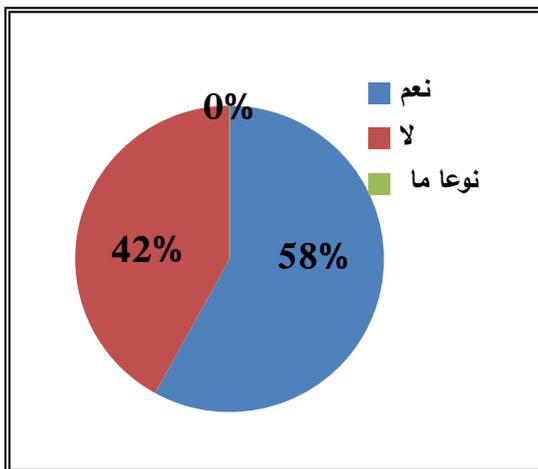
من خلال النتائج الواردة في الجدول نجد أن إجابات أفراد العينة قد وزعت حسب النسب التالية: نسبة الإجابة بنعم (83.33%)، ونسبة الإجابة ب لا (16.66%)، أما نسبة الإجابة بنوعا ما (00%) ومنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، والنسبة لصالح القيمة الأكثر تكرارا وهي الإجابة ب نعم

استنتاج :

ومنه نستنتج أن أغلب رؤساء الأندية لديهم أماكن مخصصة لوضع اللوحات الإشهارية داخل منشآت أنديةهم نظرا لأهمية هذه اللوحات الإشهارية.

السؤال 08: توجد هناك إستراتيجية واضحة تعمل على جذب المؤسسات لوضع العلامة التجارية على اللوحات الإشهارية لمنشآت ناديكم.

الغرض من السؤال: معرفة رأي رؤساء ومسيري النوادي الرياضية المحترفة حول إذا ما كان لديهم إستراتيجية واضحة في التسيير تعمل على جذب المؤسسات لوضع العلامة التجارية على اللوحات الإشهارية لمنشآت ناديهم.



المعيار	نعم	لا	نوعا ما	المجموع
التكرار	07	05	00	12
النسبة	%58.33	%41.66	%00	%100
الدلالة	0.05			
كا ² المحسوبة	0.32			
كا ² الجدولة	3.841			
القرار الإحصائي	دالة			

الشكل رقم 10: نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 08 وكذا الاختبار الإحصائي لها.

جدول رقم 10: يوضح توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 08 وكذا الاختبار الإحصائي لها.

عرض وتحليل النتائج:

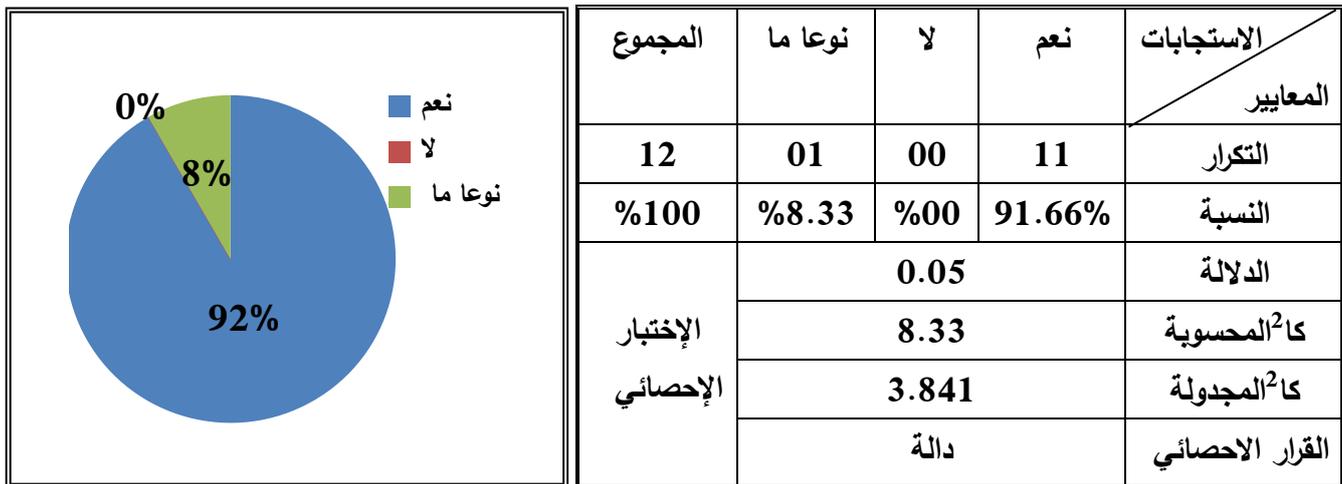
من خلال النتائج الواردة في الجدول نجد أن إجابات أفراد العينة قد وزعت حسب النسب التالية: نسبة الإجابة بنعم (58.33%)، ونسبة الإجابة ب لا (41.66%)، أما نسبة الإجابة بنوعا ما (00%) ومنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، والنسبة لصالح القيمة الأكثر تكرارا وهي الإجابة بنعم.

استنتاج :

ومنه نستنتج أن أغلب رؤساء الأندية لديهم إستراتيجية واضحة في التسيير تعمل على جذب المؤسسات لوضع العلامة التجارية على اللوحات الإشهارية لمنشآت ناديهم. فالإستثمار الرياضي أصبح تجارة تحقق للنادي ثروات طائلة وأرباح كبيرة على جميع الأصعدة الاقتصادية والسياسية.

السؤال 09: لديكم قناعة بأن عملية التسيير الجيد هو سبيل النجاح لجذب الشركات لوضع اللوحات الإشهارية داخل منشآت هذا النادي.

الغرض من السؤال: معرفة رأي رؤساء ومسيري النوادي الرياضية المحترفة حول إذا ما كان لديهم قناعة بأن عملية التسيير الجيد هو سبيل النجاح لجذب الشركات لوضع اللوحات الإشهارية داخل منشآت هذا النادي.



الشكل رقم 11: نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 09 وكذا الاختبار الإحصائي لها.

جدول رقم 11: يوضح توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 09 وكذا الاختبار الإحصائي لها.

عرض وتحليل النتائج:

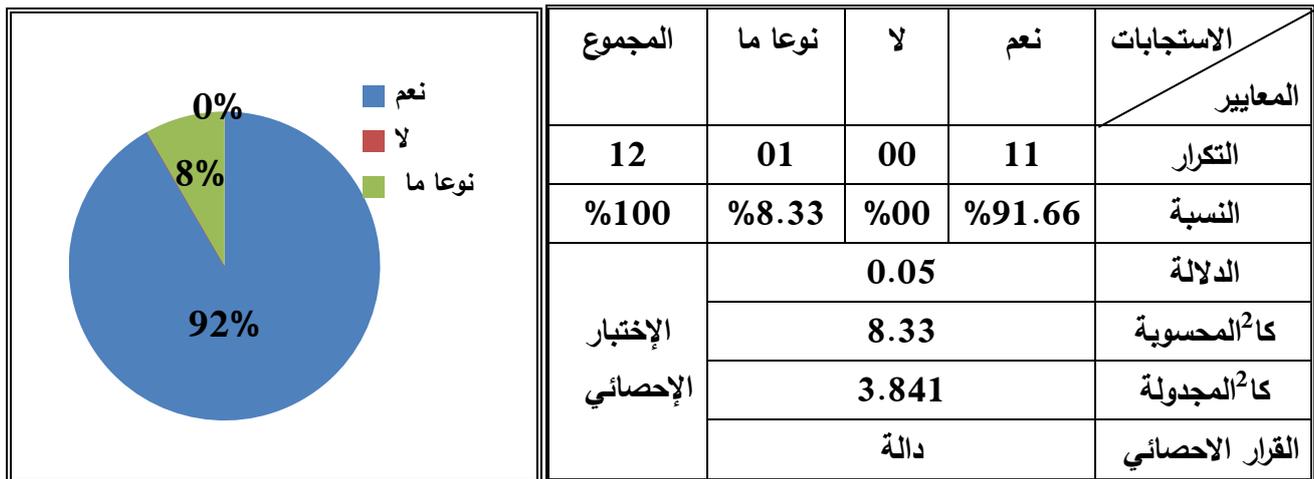
من خلال النتائج الواردة في الجدول نجد أن إجابات أفراد العينة قد وزعت حسب النسب التالية: نسبة الإجابة بنعم (91.66%)، ونسبة الإجابة ب لا (00%)، أما نسبة الإجابة بنوعا ما (8.33%) ومنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، والنسبة لصالح القيمة الأكثر تكرارا وهي الإجابة بنعم .

استنتاج :

ومنه نستنتج أن أغلب رؤساء الأندية لديهم قناعة بأن عملية التسيير الجيد هو سبيل النجاح لجذب الشركات لوضع اللوحات الإشهارية داخل منشآت هذا النادي والتي تعود بالفائدة على الشركات والنادي.

السؤال 10: ترون أن العمل وفق تخطيط عقلائي يؤدي إلى جذب الشركات من أجل وضع العلامات التجارية داخل منشآت النادي.

الغرض من السؤال: معرفة رأي رؤساء ومسيري النوادي الرياضية أن العمل وفق تخطيط عقلائي يؤدي إلى جذب الشركات من أجل وضع العلامات التجارية داخل منشآت النادي.



جدول رقم 12 : يوضح توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 10 وكذا الإختبار الإحصائي لها.

الشكل رقم 12: نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 10 وكذا الإختبار الإحصائي لها.

عرض وتحليل النتائج:

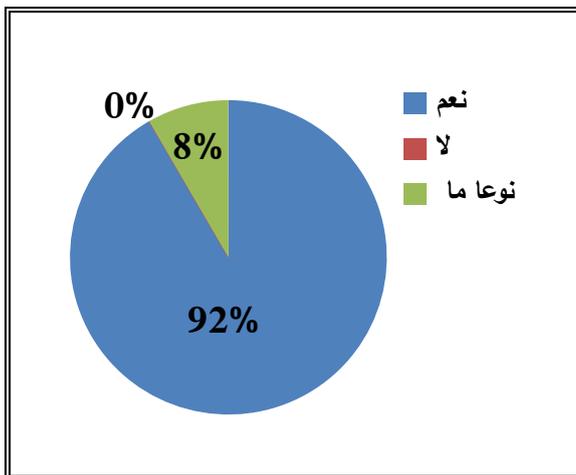
من خلال النتائج الواردة في الجدول نجد أن إجابات أفراد العينة قد وزعت حسب النسب التالية: نسبة الإجابة بنعم (91.66%)، ونسبة الإجابة ب لا (00%)، أما نسبة الإجابة بنوعا ما (8.33%) ومنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، والنسبة لصالح القيمة الأكثر تكرارا وهي الإجابة بنعم

استنتاج :

نستنتج أن أغلب رؤساء الأندية لديهم قناعة أن العمل وفق تخطيط عقلائي يؤدي إلى جذب الشركات من أجل وضع العلامات التجارية داخل منشآت النادي. وهنا تكمن أهمية التخطيط في تسيير أي مؤسسة رياضية.

السؤال 11: فكرتم في نقل بعض التجارب الناجحة في التسيير من أندية أخرى إلى ناديهم للنجاح في جذب الشركات من أجل وضع العلامة التجارية داخل منشآت ناديكم.

الغرض من السؤال: معرفة وجود إتصال بين رؤساء ومسيري النوادي الرياضية في نقل بعض التجارب بينهم للنجاح في جذب الشركات من أجل وضع العلامة التجارية داخل منشآت ناديهم.



المعيار	نعم	لا	نوعا ما	المجموع
التكرار	11	00	01	12
النسبة	91.66%	00%	8.33%	100%
الدلالة	0.05			
كا ² المحسوبة	8.33			
كا ² الجدولة	3.841			
القرار الإحصائي	دالة			

الشكل رقم 13: نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 11 وكذا الاختبار الإحصائي لها.

جدول رقم 13: يوضح توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 11 وكذا الاختبار الإحصائي لها.

عرض وتحليل النتائج:

من خلال النتائج الواردة في الجدول نجد أن إجابات أفراد العينة قد وزعت حسب النسب التالية: نسبة الإجابة بنعم (91.66%)، ونسبة الإجابة ب لا (00%)، أما نسبة الإجابة بنوعا ما (8.33%) ومنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، والنسبة لصالح القيمة الأكثر تكرارا وهي الإجابة بنعم.

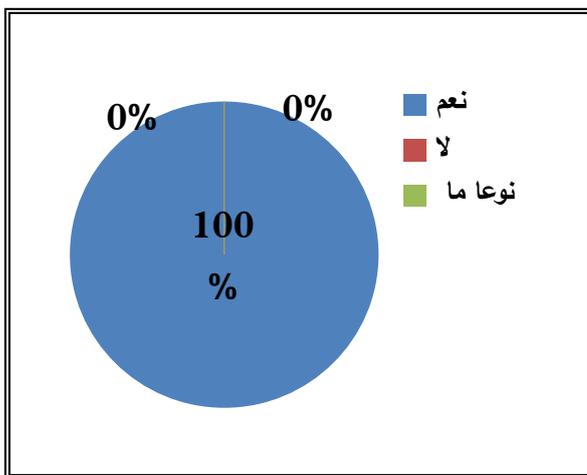
استنتاج :

ومنه نستنتج أن أغلب رؤساء الأندية فكروا في نقل بعض التجارب الناجحة في التسيير من أندية أخرى إلى ناديهم للنجاح في جذب الشركات من أجل وضع العلامة التجارية داخل ناديهم. وهذا نظرا لأن الأندية العالمية قد بلغت أشواط كبيرة في مجال التمويل والإستثمار الرياضي.

المحور الثالث: يعتبر الإعلام من بين الأساليب التي تساهم في تنويع مصادر تمويل الأندية الرياضية المحترفة لكرة القدم بالجزائر

السؤال 12: ترون أن لوسائل الإعلام دور في جذب الأموال للنادي.

الغرض من السؤال: معرفة رأي ورؤساء ومسيري النوادي الرياضية المحترفة حول ما إذا كان لوسائل الإعلام دور في جذب الأموال للنادي.



المعيار	نعم	لا	نوعا ما	المجموع
التكرار	12	00	00	12
النسبة	%100	%00	%00	%100
الدلالة	0.05			
كا ² المحسوية	/			
كا ² المجدولة	/			
القرار الإحصائي	/			

الشكل رقم 14: نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 12 وكذا الاختبار الاحصائي لها.

جدول رقم 14: يوضح توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 12 وكذا الإختبار الإحصائي لها.

عرض وتحليل النتائج:

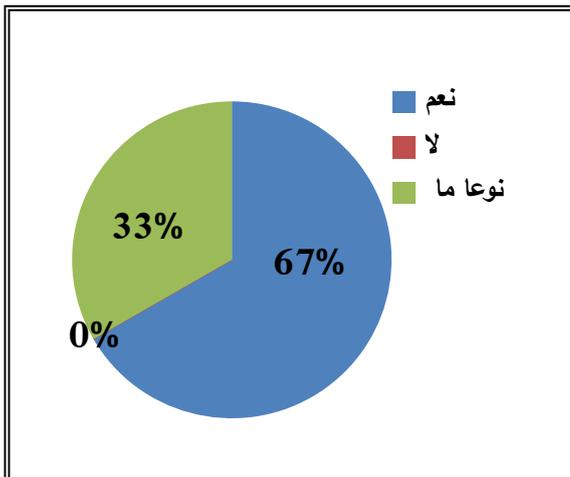
من خلال النتائج الواردة في الجدول نجد أن إجابات أفراد العينة قد وزعت حسب النسب التالية: نسبة الإجابة بنعم (100%)، ونسبة الإجابة ب لا (00%)، أما نسبة الإجابة بنوعا ما (00%) ومنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، والنسبة لصالح القيمة الأكثر تكرارا وهي الإجابة بنعم .

استنتاج :

ومنه نستنتج أن كل رؤساء الأندية يرون أن لوسائل الإعلام دور في جذب الأموال للنادي. بالتالي فإن وسائل الإعلام لها عوائد كبيرة ومهمة على النادي الرياضي.

السؤال 13: لديكم عقود مع وسائل إعلام تقوم بنقل أخبار ناديكم.

الغرض من السؤال: معرفة رأي رؤساء ومسيري النوادي الرياضية المحترفة حول إن كان لديهم عقود مع وسائل إعلام تقوم بنقل أخبار ناديهم.



المعايير	نعم	لا	نوعا ما	المجموع
التكرار	08	00	04	12
النسبة	%66.66	%00	%33.33	%100
الدلالة	0.05			
كا ² المحسوبة	1.33			الإختبار
كا ² المجدولة	3.841			الإحصائي
القرار الإحصائي	دالة			

الشكل رقم 15: نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 13 وكذا الإختبار الاحصائي لها.

جدول رقم 15: يوضح توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 13 وكذا الإختبار الإحصائي

عرض وتحليل النتائج:

من خلال النتائج الواردة في الجدول نجد أن إجابات أفراد العينة قد وزعت حسب النسب التالية: نسبة الإجابة بنعم (66.66%)، ونسبة الإجابة ب لا (00%)، أما نسبة الإجابة بنوعا ما (33.33%) ومنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، والنسبة لصالح القيمة الأكثر تكرارا وهي الإجابة ب نعم.

استنتاج :

ومنه نستنتج أن أغلب رؤساء الأندية لديهم عقود مع وسائل إعلام تقوم بنقل أخبار ناديهم.

السؤال 14: يعتبر التسيير داخل النادي من بين العراقيل التي تواجهونها من أجل إنشاء وسائل إعلام خاصة بناديكم.

الغرض من السؤال: معرفة رأي رؤساء ومسيري النوادي الرياضية حول التسيير داخل النادي من بين العراقيل التي تواجهونها من أجل إنشاء وسائل إعلام خاصة بناديهم.



الشكل رقم 16: نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 14 وكذا الاختبار الإحصائي لها.

جدول رقم 16: يوضح توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 14 وكذا الاختبار الإحصائي لها.

عرض وتحليل النتائج:

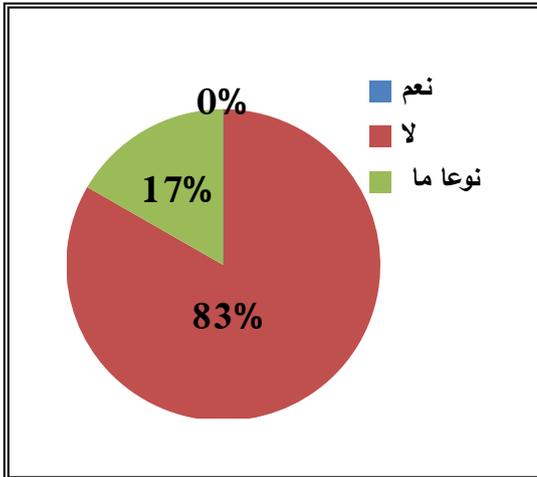
من خلال النتائج الواردة في الجدول نجد أن إجابات أفراد العينة قد وزعت حسب النسب التالية: نسبة الإجابة بنعم (50%)، ونسبة الإجابة ب لا (25%)، أما نسبة الإجابة بنوعا ما (25%) ومنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، والنسبة لصالح القيمة الأكثر تكرارا وهي الإجابة بنعم .

استنتاج :

ومنه نستنتج أن أغلب رؤساء الأندية يعتبرون التسيير داخل النادي من بين العراقيل التي يواجهونها من أجل إنشاء وسائل إعلام خاصة بناديهم. وهنا يمكن القول أن وسائل الإعلام ضرورية في كل النوادي نظرا لأهميتها في نقل أخبار النادي وكذلك بالفائدة التي تعود على النادي

السؤال 15: لديكم وسائل إعلام خاصة بناديكم؟

الغرض من السؤال: معرفة رأي رؤساء ومسيري النوادي الرياضية حول ما إذا كان لديهم وسائل إعلام خاصة بناديهم.



المعايير	نعم	لا	نوعا ما	المجموع
التكرار	00	10	02	12
النسبة	%00	%83.33	%16.66	%100
الدلالة	0.05			
كا ² المحسوبة	5.32			
كا ² الجدولة	3.841			
القرار الإحصائي	دالة			

الشكل رقم 17: نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 15 وكذا الاختبار الإحصائي لها.

جدول رقم 17: يوضح توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 15 وكذا الاختبار الإحصائي لها.

عرض وتحليل النتائج:

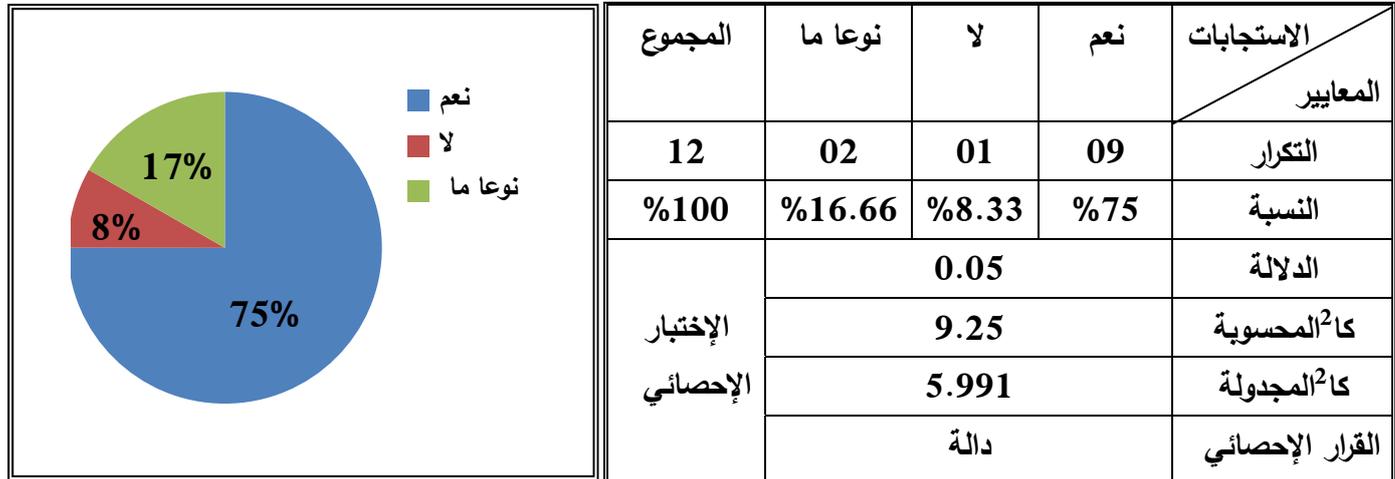
من خلال النتائج الواردة في الجدول نجد أن إجابات أفراد العينة قد وزعت حسب النسب التالية: نسبة الإجابة بنعم (00%)، ونسبة الإجابة بـ لا (83.33%)، أما نسبة الإجابة بنوعا ما (16.66%) ومنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، والنسبة لصالح القيمة الأكثر تكرارا وهي الإجابة بـ لا.

استنتاج :

نستنتج أن أغلب رؤساء الأندية ليس لديهم وسائل إعلام خاصة بناديهم. وبالتالي على الأندية إنشاء وسائل إعلام تقوم بنقل أخبار النادي.

السؤال 16: لديكم قناعة أن إنشاء قناة أو مجلة خاصة بالنادي تعود بأموال لصالح النادي؟

الغرض من السؤال: معرفة رأي رؤساء ومسيري النوادي الرياضية بإنشاء قناة أو مجلة خاصة بالنادي تعود بأموال لصالح النادي.



جدول رقم 18: يوضح توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 16 وكذا الإختبار الإحصائي لها.

الشكل رقم 18: نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 16 وكذا الإختبار الإحصائي لها.

عرض وتحليل النتائج:

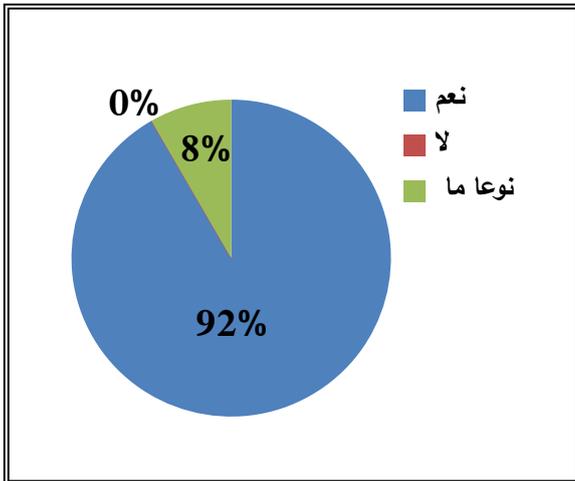
من خلال النتائج الواردة في الجدول نجد أن إجابات أفراد العينة قد وزعت حسب النسب التالية: نسبة الإجابة بنعم (75%)، ونسبة الإجابة ب لا (8.33%)، أما نسبة الإجابة بنوعا ما (16.66%) ومنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، والنسبة لصالح القيمة الأكثر تكرارا وهي الإجابة ب نعم.

استنتاج :

ومنه نستنتج أن أغلب رؤساء الأندية لديهم قناعة بأن إنشاء قناة أو مجلة خاصة تعود بأموال لصالح النادي.

السؤال 17: فكرتم في الإستثمار في جانب الإعلام لناديكم ؟

الغرض من السؤال: معرفة رأي رؤساء ومسيري النوادي الرياضية حول تفكير في جانب الإعلام بأنديتهم.



المجموع	نوعا ما	لا	نعم	الاستجابات المعايير
12	01	00	11	التكرار
%100	%8.33	%00	%91.66	النسبة
		0.05		الدلالة
الإختبار		8.33		كا ² المحسوبة
الإحصائي		3.841		كا ² المجدولة
		دالة		القرار الإحصائي

الشكل رقم 19: نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 17 وكذا الاختبار الإحصائي لها.

جدول رقم 19: يوضح توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 17 وكذا الإختبار الإحصائي لها.

عرض وتحليل النتائج:

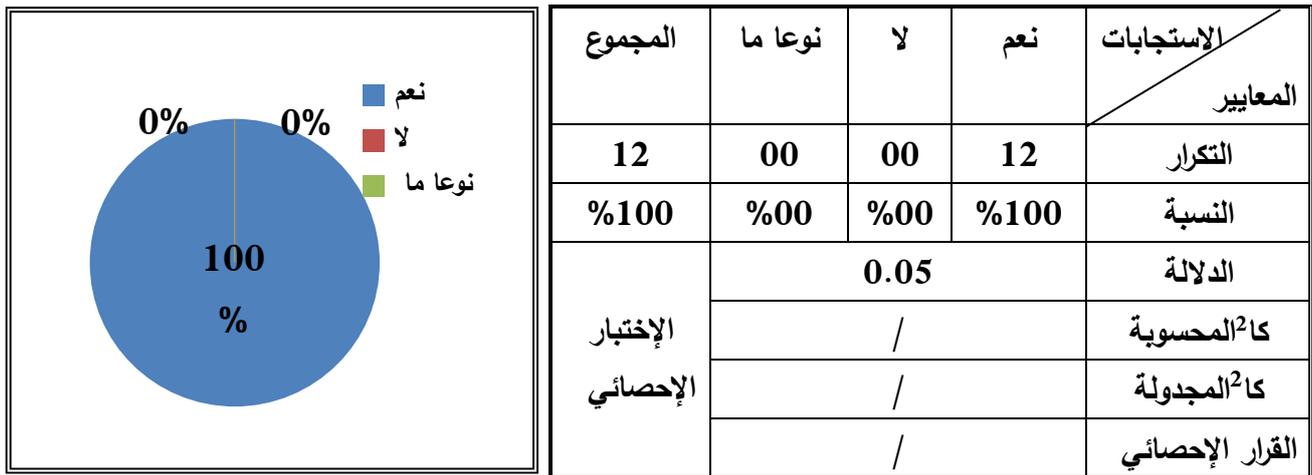
من خلال النتائج الواردة في الجدول نجد أن إجابات أفراد العينة قد وزعت حسب النسب التالية: نسبة الإجابة بنعم (91.66%)، ونسبة الإجابة بـ لا (00%)، أما نسبة الإجابة بنوعا ما (8.33%) ومنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، والنسبة لصالح القيمة الأكثر تكرارا وهي الإجابة بـ لا.

استنتاج :

ومنه نستنتج أن أغلب رؤساء الأندية فكروا في الاستثمار في جانب الإعلام لناديهم.

المحور الرابع: الآفاق المستقبلية لتطوير أساليب الرعاية من أجل تنويع مصادر تمويل للأندية الرياضية لكرة القدم.
السؤال 18: فكرتم في نموذج تسمية للملاعب الخاصة بالنادي.

الغرض من السؤال: معرفة رأي رؤساء ومسيري النوادي الرياضية حول التفكير في نموذج التسمية للملاعب الخاصة بأنديتهم.



جدول رقم 20: يوضح توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 18 وكذا الإختبار الإحصائي لها.

الشكل رقم 20: نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 18 وكذا الاختبار الإحصائي لها.

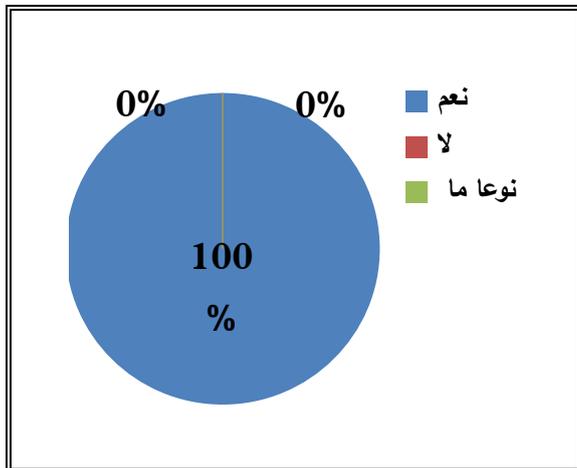
عرض وتحليل النتائج:

من خلال النتائج الواردة في الجدول نجد أن إجابات أفراد العينة قد وزعت حسب النسب التالية: نسبة الإجابة بنعم (100%)، ونسبة الإجابة ب لا (00%)، أما نسبة الإجابة بنوعا ما (00%) ومنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، والنسبة لصالح القيمة الأكثر تكرارا وهي الإجابة بنعم.

استنتاج :

ومنه نستنتج أن رؤساء الأندية فكروا في نموذج التسمية للملاعب الخاصة بالنادي. وبالتالي فعلى الدولة فتح هذا المجال أمام الأندية من أجل مواكبة الأندية العالمية الكبرى.

السؤال 19: فكرتم في أسلوب الخدمات الممتازة والتشريفات داخل الملاعب الخاصة بناديكم.
الغرض من السؤال: معرفة رأي رؤساء ومسيري النوادي الرياضية حول ما إذا فكروا في أسلوب الخدمات الممتازة والتشريفات داخل الملاعب الخاصة بأنديتهم.



المعايير	نوعا ما	لا	نعم	المجموع
التكرار	00	00	12	12
النسبة	%00	%00	%100	%100
الدلالة	0.05			
كا ² المحسوبة	/			الإختبار
كا ² المجدولة	/			الإحصائي
القرار الاحصائي	/			

الشكل رقم 21: نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 19 وكذا الاختبار الإحصائي، لها.

جدول رقم 21: يوضح توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 19 وكذا الإختبار الإحصائي لها.

عرض وتحليل النتائج:

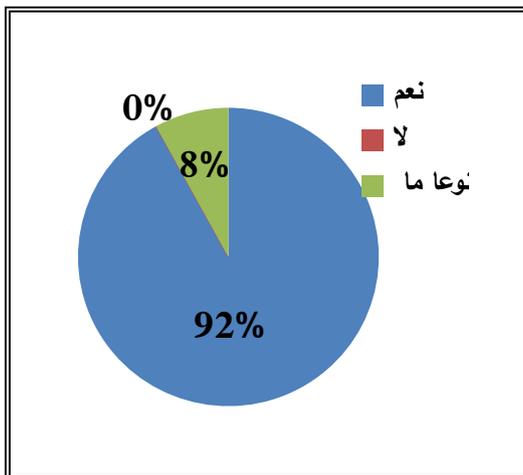
من خلال النتائج الواردة في الجدول نجد أن إجابات أفراد العينة قد وزعت حسب النسب التالية: نسبة الإجابة بنعم (100%)، ونسبة الإجابة ب لا (00%)، أما نسبة الإجابة بنوعا ما (00%) ومنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، والنسبة لصالح القيمة الأكثر تكرارا وهي الإجابة ب نعم

استنتاج :

ومنه نستنتج أن رؤساء ينفقون حول أسلوب الخدمات الممتازة والتشريفات داخل الملاعب الخاصة بناديهم. وهنا يكن التطور في مجال أساليب الرعاية الرياضية وتوزيعها من أجل الابتعاد عن التمويل الحكومي.

السؤال 20: تدركون بأهمية الخدمات داخل المنشآت الرياضية الخاصة بناديكم.

الغرض من السؤال: معرفة رأي رؤساء ومسيري النوادي الرياضية حول ما إذا يدركون بأهمية الخدمات داخل المنشآت الرياضية الخاصة بناديهم.



المجموع	نوعا ما	لا	نعم	الاستجابات المعايير
12	01	00	11	التكرار
%100	%8.33	%00	%91.66	النسبة
الإختبار الإحصائي	0.05			الدلالة
	8.33			كا ² المحسوبة
	3.841			كا ² المجدولة
	دالة			القرار الاحصائي

الشكل رقم 22: نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 20 وكذا الاختبار الإحصائي لها.

جدول رقم 22: يوضح توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 20 وكذا الإختبار الإحصائي لها.

عرض وتحليل النتائج:

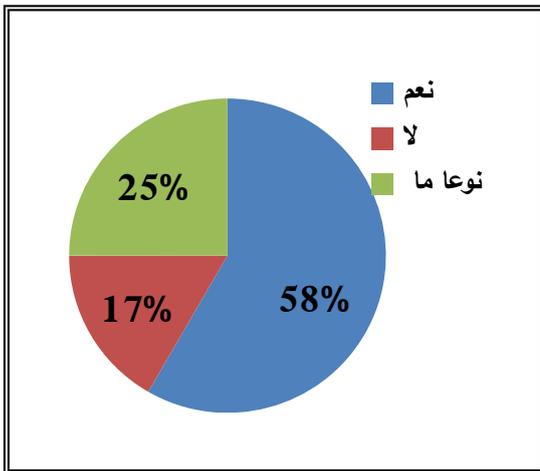
من خلال النتائج الواردة في الجدول نجد أن إجابات أفراد العينة قد وزعت حسب النسب التالية: نسبة الإجابة بنعم (91.66%)، ونسبة الإجابة ب لا (00%)، أما نسبة الإجابة بنوعا ما (8.33%) ومنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، والنسبة لصالح القيمة الأكثر تكرارا وهي الإجابة ب نعم.

استنتاج :

ومنه نستنتج أن أغلب رؤساء الأندية يدركون بأهمية الخدمات داخل المنشآت الرياضية الخاصة بناديهم.

السؤال 21: هناك نظرة تفاؤلية حول أساليب الرعاية الرياضية مستقبلا ؟

الغرض من السؤال: معرفة رأي رؤساء ومسيري النوادي الرياضية حول ما إذا كانت لديهم نظرة تفاؤلية حول أساليب الرعاية الرياضية لأنديتهم مستقبلا.



المعيار	نعم	لا	نوعا ما	المجموع
التكرار	07	02	03	12
النسبة	58.33%	16.66%	25%	100%
الدلالة	0.05			
كاف المحسوبة	3.5			
كاف الجدولة	5.991			
القرار الاحصائي	دالة			

الشكل رقم 23: نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 21 وكذا الاختبار الإحصائي لها.

جدول رقم 23 : يوضح توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 21 وكذا الاختبار الإحصائي لها.

عرض وتحليل النتائج:

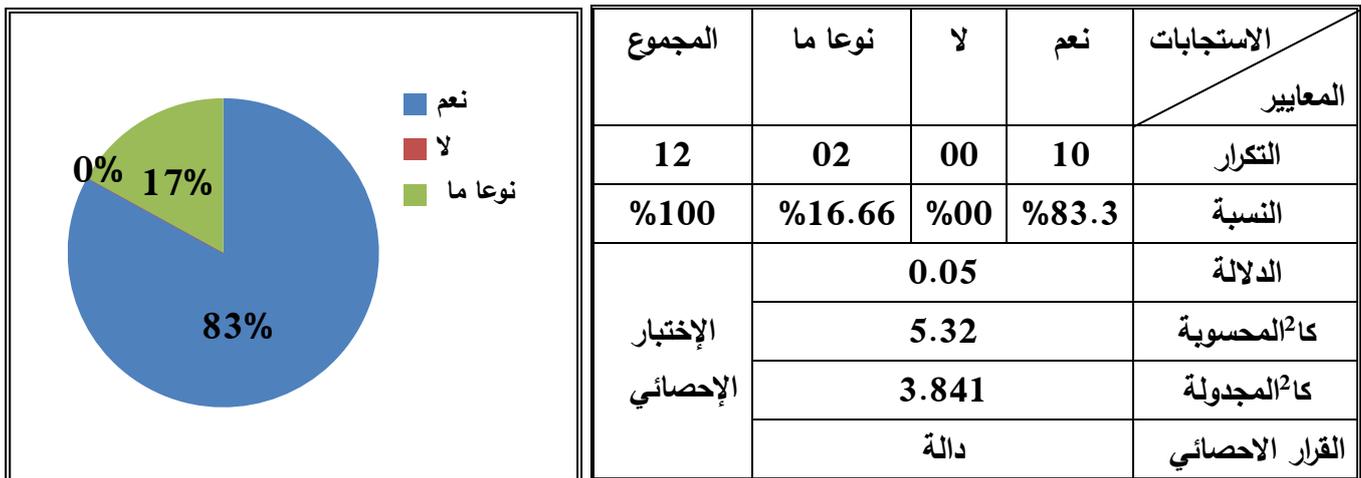
من خلال النتائج الواردة في الجدول نجد أن إجابات أفراد العينة قد وزعت حسب النسب التالية: نسبة الإجابة بنعم (58.33%)، ونسبة الإجابة ب لا (16.66%)، أما نسبة الإجابة بنوعا ما (25%) ومنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، والنسبة لصالح القيمة الأكثر تكرارا وهي الإجابة ب نعم.

استنتاج :

ومنه نستنتج أن أغلب رؤساء الأندية لديهم نظرة تفاؤلية حول أساليب الرعاية الرياضية مستقبلا.

السؤال 22: فكرتم في جعل بعض الشركات راعي دائم لكم ؟

الغرض من السؤال: معرفة رأي رؤساء ومسيري النوادي الرياضية حول ما إذا كان في مفكرتهم شركة تكون راعي دائم لأنديتهم.



الشكل رقم 24: نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 22 وكذا الاختبار الإحصائي لها.

جدول رقم 24: يوضح توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 22 وكذا الإختبار الإحصائي لها.

عرض وتحليل النتائج:

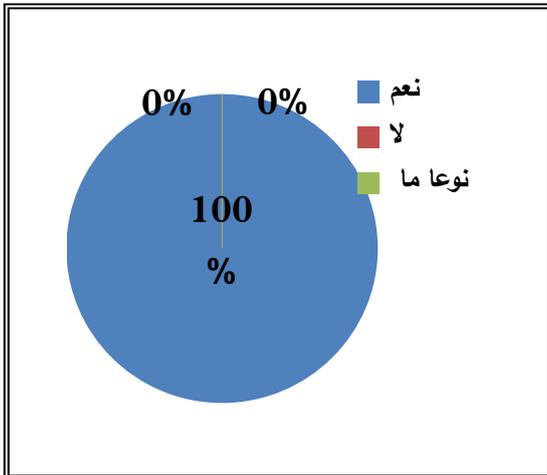
من خلال النتائج الواردة في الجدول نجد أن إجابات أفراد العينة قد وزعت حسب النسب التالية: نسبة الإجابة بنعم (83.33%)، ونسبة الإجابة ب لا (00%)، أما نسبة الإجابة بنوعا ما (16.66%) ومنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، والنسبة لصالح القيمة الأكثر تكرارا وهي الإجابة ب نعم.

استنتاج :

ومنه نستنتج أن أغلب رؤساء الأندية يفكرون في جعل بعض المؤسسات راعي دائم لهم.

السؤال 23: ؟ هناك آفاق مستقبلية للرعاية الرياضية.

الغرض من السؤال: معرفة رأي رؤساء ومسيري النوادي الرياضية حول ما إذا كان هناك آفاق مستقبلية لرعاية رياضية.



المعايير	نعم	لا	نوعا ما	المجموع
التكرار	12	00	00	12
النسبة	%100	%00	%00	%100
الدلالة	0.05			
كا ² المحسوبة	/			الإختبار
كا ² المجدولة	/			الإحصائي
القرار الاحصائي	/			

الشكل رقم 25: نسبة توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 23 وكذا الاختبار الإحصائي لها.

جدول رقم 25: يوضح توزيع إجابات أفراد العينة وفقا للإجابات المقترحة حول السؤال 23 وكذا الإختبار الإحصائي لها.

عرض وتحليل النتائج:

من خلال النتائج الواردة في الجدول نجد أن إجابات أفراد العينة قد وزعت حسب النسب التالية: نسبة الإجابة بنعم (100%)، ونسبة الإجابة ب لا (00%)، أما نسبة الإجابة بنوعا ما (00%) ومنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، والنسبة لصالح القيمة الأكثر تكرارا وهي الإجابة ب نعم.

استنتاج :

نستنتج أن رؤساء الأندية يتفقون حول وجود آفاق مستقبلية لوضع إستراتيجية جديدة لرعاية المؤسسات الاقتصادية للنوادي الرياضية.

9. مناقشة ومقابلة النتائج بالفرضيات

مناقشة نتائج المحور الأول من إستمارة الإستبيان الموجهة إلى رؤساء الأندية الرياضية:

تتمحور الفرضية رقم 01 و التي مفادها أن "أسلوب وضع العلامة التجارية على أقمصة النادي يساهم في تنوع مصادر تمويل النوادي الرياضية لكرة القدم "

الجدول رقم 26: يمثل النتائج الممثلة لعبارات المحور الأول من استمارة الاستبيان الموجهة إلى رؤساء ومسيري الأندية الرياضية لكرة القدم.

العبارة	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	الدلالة	كا ²
1	نعم	10	%83.33	0.05	8.33
	لا	00	%00		
	نوعا ما	02	%16.66		
2	نعم	10	%83.33	0.003	5.33
	لا	01	%8.33		
	نوعا ما	01	%8.33		
3	نعم	09	%75	0.003	5.91
	لا	02	%16.66		
	نوعا ما	01	%8.33		
4	نعم	11	%91.66	0.05	8.33
	لا	01	%8.33		
	نوعا ما	00	%00		
5	نعم	10	%83.33	0.05	8.33
	لا	00	%00		
	نوعا ما	02	%16.66		

الاستنتاج: من خلال الجدول رقم (26) والذي يحتوي على النتائج الممثلة لعبارات المحور الأول من استمارة الاستبيان الموجهة إلى رؤساء الأندية الرياضية، نلاحظ أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند

حدود مستوى (0.05) لصالح الإجابة بنعم، أي أن رؤساء الأندية يجمعون على أن وضع العلامة التجارية على الأقمصة يساهم في تنويع مصادر تمويل الأندية الرياضية. ويمكن إثبات ذلك من خلال :

- العبارة الأولى (توجد لدى ناديك استثمار من ناحية العلامة التجارية للشركات على الأقمصة) يتضح لنا أن مستوى الدلالة بالنسبة للعبارة الأولى هو (0.05)، وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة المعتمدة، مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة بنعم وهذا يعني أنه توجد رغبة من طرف الشركات من أجل تمويل النادي مقابل وضع العلامة التجارية على أقمصة النادي.

- العبارة الثانية توجد رغبة من طرف الشركات من أجل تمويل النادي مقابل وضع العلامة التجارية على اقمصة النادي) يتضح لنا أن مستوى الدلالة بالنسبة للعبارة الثانية هو (0.003)، وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة المعتمدة، مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة بنعم وهذا يعني أنه توجد رغبة من طرف الشركات من أجل تمويل النادي مقابل وضع العلامة التجارية على اقمصة النادي.

- العبارة الثالثة (توجد قوانين داخل النادي تعيق الشركات على وضع العلامة التجارية على اقمصة النادي) يتضح لنا أن مستوى الدلالة بالنسبة للعبارة الثالثة هو (0.003) وذلك مقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة المعتمدة، مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة بنعم وهذا يعني توجد قوانين داخل الأندية تعيق الشركات على وضع العلامة التجارية على اقمصة النادي

- العبارة الرابعة (يعتبر التسيير داخل النادي من بين المعوقات التي تواجه الشركات من أجل وضع العلامة التجارية على الأقمصة) يتضح لنا أن مستوى الدلالة بالنسبة للعبارة الرابعة هو (0.05)، وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة المعتمدة، مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة بنعم وهذا يعني أن التسيير داخل النادي يعني من ان المعوقات التي تواجه الشركات من أجل وضع العلامة التجارية على الأقمصة.

- العبارة الخامسة (فكرتم في وضع تسهيلات أمام الشركات التمويل ناديك مقابل وضع العلامة التجارية على الأقمصة) يتضح لنا أن مستوى الدلالة بالنسبة للعبارة الخامسة هو (0.05)، وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة المعتمدة، مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة بنعم وهذا يعني أن مسيري الأندية قد فكروا في وضع تسهيلات أمام الشركات التمويل النادي مقابل وضع العلامة التجارية على الأقمصة.

نستخلص من المعطيات السابقة و حسب النسب العامة للدلالة و التي قدرت ب(0.05) يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة بنعم، وهذا يقودنا إلى القول إن رؤساء ومسيري النوادي الرياضية لكرة القدم الجزائرية يرون أن أسلوب وضع العلامة التجارية على الأقمصة يساهم في تنويع مصادر تمويل الاندية.

وهذا ما بينته دراسات الماجستير لبوصلاح النذير بعنوان: "مصادر تمويل الأندية المحترفة لكرة القدم بالجزائر من خلال الوصول إلى معرفة أن تمويل المؤسسات الاقتصادية للأندية يعتبر أحد المصادر الأساسية التي تعتمد عليها الأندية الرياضية لكرة القدم في عملية التمويل.

وبالتالي يجب على مسيري الأندية الرياضية وضع قوانين تساعد المؤسسات الاقتصادية على الاستثمار في الأندية الرياضية.

مناقشة نتائج المحور الثاني من استمارة الاستبيان الموجهة إلى رؤساء الأندية الرياضية.

تتمحور الفرضية رقم 2 والتي مفادها أن "أسلوب وضع اللوحات الإشهارية داخل المنشآت الرياضية ساهم في تنوع مصادر تمويل الأندية الرياضية.

الجدول رقم 27: يمثل النتائج الممثلة لعبارات المحور الثاني من استمارة الاستبيان الموجهة إلى رؤساء ومسوي الأندية الرياضية.

العبارة	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	الدلالة	كا ²
6	نعم	10	%83.33	0.003	13.5
	نوعا ما	01	%8.33		
	لا	01	%08.33		
7	نعم	10	%83.33	0.003	5.33
	نوعا ما	02	%16.66		
	لا	00	%00		
8	نعم	07	%58.33	0.008	0.32
	نوعا ما	05	%41.66		
	لا	00	%00		
9	نعم	11	%91.66		8.33
	نوعا ما	00	%00		
	لا	01	%08.33		
10	نعم	11	%91.66		8.33
	نوعا ما	00	%00		
	لا	01	%08.33		
11	نعم	11	%91.66		8.33
	نوعا ما	00	%00		
	لا	01	%08.33		

الاستنتاج: من خلال الجدول رقم (27) والذي يحتوي على النتائج الممثلة لعبارات المحور الثاني من استمارة الاستبيان الموجهة إلى رؤساء و مسيري الأندية الرياضية ، نلاحظ أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند حدود مستوى (0.05) لصالح الإجابة بنعم، أي أن رؤساء الأندية يجمعون دراية على أهمية وجود اللوحات الاشهارية داخل على المنشآت الخاصة بالنادي، ويمكن إثبات ذلك من خلال

- العبارة السادسة (لديكم دراية عن أهمية اللوحة الاشهارية داخل منشآتكم الرياضية) يتضح لنا أن مستوى الدلالة بالنسبة للعبارة السادسة هو (0.003) ، وذلك بمقارنته بالنسبة العامة ومستوى الدلالة المعتمدة ، مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة بنعم وهذا يعني أن رؤساء ومديري الأندية لديهم دراية عن أهمية اللوحة الاشهارية داخل منشآتكم الرياضية

- العبارة السابعة لديكم أماكن مخصصة لوضع اللوحات الاشهارية داخل منشآتكم الرياضية، يتضح لنا أن مستوى الدلالة بالنسبة للعبارة السابعة هو (0.003) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة ومستوى الدلالة المعتمدة، مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة بنعم وهذا يعني أن لديهم أماكن مخصصة لوضع اللوحات الإشهارية داخل منشآتكم الرياضة.

- العبارة الثامنة (توجد إستراتيجية واضحة تعمل على جذب الاستثمار في اللوحات الإشهارية داخل المنشآت الرياضية) يتضح لنا أن مستوى الدلالة بالنسبة للعبارة الثامنة هو (0.003)، وذلك بمقارنته بالنسبة العامة ومستوى الدلالة المعتمدة، مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة بنعم وهذا يعني وجود إستراتيجية واضحة تعمل على جذب الاستثمار في اللوحات الإشهارية داخل المنشآت الرياضية.

- العبارة التاسعة لديكم قناعة بأن عملية السير الجيد هو سبيل النجاح لجذب الشركات لوضع اشهاراتها على اللوحات من اجل رعاية النادي) يتضح لنا أن مستوى الدلالة بالنسبة للعبارة التاسعة هو (0.008)، وذلك بقارنته بالنسبة العامة ومستوى الدلالة المعتمدة، مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة بنعم وهذا يعني أن معظم المسيرين ورؤساء الأندية يعتبرون بأن عملية التسيير الجيد هو سبيل النجاح لجذب الشركات لوضع اشهاراتها على اللوحات من اجل رعاية النادي.

- العبارة العاشرة (ترون أن العمل وفق تخطيط عقلاي يؤدي إلى جذب الشركات لوضع اشهاراتها على اللوحات الخاصة بالنادي) يتضح لنا أن مستوى الدلالة بالنسبة للعبارة العاشرة هو (0.05) ، وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة المعتمدة، مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة بنعم وهذا يعني أن مسيري الأندية يرون أن العمل وفق تخطيط عقلاي يؤدي إلى جذب الشركات لوضع اشهاراتها على اللوحات الخاصة بالنادي.

- العبارة الحادية (عشر فكرتم في نقل بعض التجارب الناجحة في التسيير من أندية أخرى إلى ناديكم للنجاح في جذب المؤسسات من أجل رعاية أنديةكم) يتضح لنا أن مستوى الدلالة بالنسبة للعبارة الحادية عشر هو (0.05)، و ذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة المعتمدة، ما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة بنعم وهذا يعني أن مسيري الأندية فكروا في نقل بعض التجارب الناجحة في التسيير من أندية أخرى إلى ناديكم للنجاح في جذب المؤسسات من أجل رعاية أنديةكم.

نستخلص من المعطيات السابقة وحسب النسب العامة للدلالة والتي قدرت ب (0.05) يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة بنعم، وهذا يقودنا إلى القول إن رؤساء ومسيري النوادي الرياضية لكرة القدم الجزائرية يرون أن أسلوب وضع اللوحات الإشهارية داخل المنشآت الرياضية يساهم في تنويع مصادر تمويل الأندية الرياضية لكرة القدم وهذا ما يبين صحة الفرضية الثانية.

فجد من خلال دراسة منصورى الزين (2006) بعنوان: "آليات تشجيع وترقية الاستثمار كأداة لتمويل التنمية الاقتصادية، أن أداء الأعمال في الجزائر لا تزال ضعيفة و تنقصها العديد من عوامل التي تكبح الاستثمار وتعطل برامج الخصخصة، ومشكل العقار و الرشوة الفساد، فيجب على المسيرين النظر في هذا الجانب

مناقشة نتائج المحور الثالث من استمارة الاستبيان الموجهة إلى رؤساء الأندية الرياضية

تتمحور الفرضية رقم 3 والتي مفادها أن أسلوب وسائل الإعلام بأنواعه يساهم في تنويع مصادر تمويل النوادي الرياضية لكرة القدم بالجزائر

الجدول رقم (28) يمثل النتائج الممثلة العبارات الحور الثالث من استمارة الاستبيان الموجهة إلى رؤساء ومسيري الأندية الرياضية

العبارة	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	الدلالة	كا ²
12	نعم	12	100%	0.003	5.32
	لا	00	00%		
	نوعا ما	00	00%		
13	نعم	08	75%	0.895	1.33
	لا	00	00%		
	نوعا ما	04	25%		
14	نعم	06	50%	0.459	1.5
	لا	03	25%		
	نوعا ما	03	25%		

5.32	0.003	00	00	نعم	15
		%83.33	10	لا	
9.25	0.003	%75	09	نعم	16
		%8.33	01	لا	
		16.66	02	نوعا ما	
8.32	0.003	%91.66	09	نعم	17
		%00	01	لا	
		8.33	02	نوعا ما	

الاستنتاج من خلال الجدول رقم (28) والذي يحتوي على النتائج الممثلة العبارات المحور الثالث من استمارة الاستبيان الموجهة إلى رؤساء و مسيري الأندية الرياضية ، نلاحظ أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند حدود مستوى (0.05) لصالح الإجابة بنعم، أي أن رؤساء الأندية يعتبرون أن الإعلام من أساليب الرعاية التي تساهم في تنويع مصادر تمويل النوادي الرياضية لكرة القدم بالجزائر . ويمكن إثبات ذلك من خلال

- العبارة الثانية عشر (تروى أن الوسائل الإعلام دور في جذب الأموال للنادي) يتضح لنا أن مستوى الدلالة بالنسبة للعبارة الثانية عشر هو (0.003) ، وذلك بمقارنته بالنسبة العامة ومستوى الدلالة المعتمدة، مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة بنعم وهذا يعني أن رؤساء ومسيري الأندية يرون لوسائل الإعلام دور في تنويع مصادر تمويل النوادي الرياضية.

- العبارة الثالثة عشر (لديكم عقود مع وسائل إعلام تقوم بنقل أخبار النادي) يتضح لنا أن مستوى الدلالة بالنسبة للعبارة الثالثة عشر هو (0.895)، وذلك بمقارنته بالنسبة العامة ومستوى الدلالة المعتمدة، كما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة بنعم وهذا يعني أن رؤساء و مسيري النوادي الرياضية يرون أن لديهم عقود مع وسائل إعلام تقوم بنقل أخبار النادي.

- العبارة الرابعة عشر (يعتبر التسيير داخل النادي من بين العراقيل التي تواجهها من أجل إنشاء مجلة أو قناة تلفزيونية خاصة بالنادي) يتضح لنا أن مستوى الدلالة بالنسبة للعبارة الرابعة عشر هو (0.493) ، وذلك مقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة المعتمدة، مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة بنعم وهذا يعني أن التسيير داخل النادي لا يتماشى مع الأساليب الحديثة للتمويل.

- العبارة الخامسة عشر (لديكم وسائل إعلام خاصة بناديكم) يتضح لنا أن مستوى الدلالة بالنسبة للعبارة الخامسة عشر هو (0.003) وذلك مقارنته بالنسبة العامة ومستوى الدلالة المعتمدة، مما يعني وجود فروق ذات دلالة

إحصائية لصالح الإجابة بلا وهذا يعني أن معظم المسيرين ورؤساء الأندية لا يعتبرون بانعدام وسائل إعلام خاصة بالأندية الرياضية .

- العبارة السادس عشر (لديكم قناعة بأن إنشاء قناة أو مجلة خاصة بالنادي تعود بالفائدة له) يتضح لنا أن مستوى الدلالة بالنسبة للعبارة السادس عشر هو (0.003) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة ومستوى الدلالة المعتمدة، مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة بنعم وهذا يعني أن رؤساء و مسيري الأندية لديهم قناعة بأن إنشاء قناة أو مجلة خاصة بالنادي تعود بالفائدة عليه.

- العبارة السابع عشر (فكرتم في الاستثمار في جانب الإعلام لناديكم) يتضح لنا أن مستوى الدلالة بالنسبة للعبارة السابع عشر هو ()، و ذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة المعتمدة، مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة بنعم وهذا يعني أن مسيري الأندية فكروا في الاستثمار في جانب الأعلام لصالح الأندية.

تستخلص من المعطيات السابقة وحسب النسب العامة للدلالة والتي قدرت ب(0.05) يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة بنعم، وهذا يقودنا إلى القول إن رؤساء و مصوري النوادي الرياضية يعتبرون أن الإعلام من الأساليب التي تساهم في تنويع مصادر تمويل الأندية الرياضية لكرة القدم الجزائرية و هذا ما يؤكد صحة الفرضية.

وحسب دراسة عمرو مفتاح (2013) بعنوان: "دور الإعلام في تشجيع الاستثمار الرياضي في الجزائر" فقد بين أن الوسائل الإعلام دور في التعريف ببرامج أصحاب المؤسسات و أهمية الاستثمار الرياضي وضرورته بالإضافة إلى أنها تعطي الفرصة المطلوبة لأصحاب المؤسسات الاقتصادية التعرف على النوادي الرياضية والانعكاسات الإيجابية للاستثمار على المؤسسات الاقتصادية والأندية الرياضية ومنه نستنتج أن للإعلام دور كبير في توزيع مصادر تمويل الأندية الرياضية.

مناقشة نتائج المحور الرابع من استمارة الاستبيان الموجهة إلى رؤساء الأندية الرياضية:

تتمحور الفرضية رقم 4 والي مفادها أن "الأفاق المستقبلية لأساليب الرعاية الرياضية ودورها في تنويع مصادر تمويل للأندية الرياضية لكرة القدم بالجزائر

الجدول رقم 29 يمثل النتائج الممثلة لعبارات المحور الأول من استمارة الاستبيان الموجهة إلى رؤساء الأندية الرياضية

العبارة	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	الدلالة	كا ²
18	نعم	12	100%	/	/
	لا	00	00%		

		00%	00	نوعا ما	
/	/	100%	12	نعم	19
		00%	00	لا	
		00%	00	نوعا ما	
8.33	/	91.66%	11	نعم	20
		00%	00	لا	
		8.33%	01	نوعا ما	
3.5	0.013	58.33%	07	نعم	21
		16.66%	02	لا	
		25%	03	نوعا ما	
5.32	0.003	83.33%	10	نعم	22
		00%	00	لا	
		16.66%	02	نوعا ما	
/	/	100%	12	نعم	23
		00%	00	لا	
		00%	00	نوعا ما	

الاستنتاج: من خلال الجدول رقم (29) والذي يحتوي على النتائج الممثلة لعبارات المحور الثالث من استمارة الاستبيان الوجهة إلى رؤساء ومسيري الأندية الرياضية ، نلاحظ أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند حدود مستوى (0.09) لصالح الإجابة بنعم، أي أن رؤساء ومسيري الأندية يتجمعون أن الأفاق المستقبلية لأساليب الرعاية الرياضية التي تساهم في تمويل الأندية الرياضية لكرة القدم بالجزائر. ويمكن إثبات ذلك من خلال؛

- العبارة الثامنة عشر (فكرتم في نموذج التسمية للملاعب الخاصة بالنادي) أكد رؤساء ومسيري الأندية بأنهم فكروا في نموذج التسمية لملاعب الخاصة بالنادي.

- العبارة التاسعة عشر (فكرتم في أسلوب الخدمات الممتازة والتشريفات داخل الملاعب) أكد رؤساء ومسيري الأندية بأنهم فكروا في أسلوب الخدمات الممتازة و التشريفات للأندية.

- العبارة العشرون (تدركون بأهمية الخدمات داخل المنشآت الرياضية الخاصة بالنادي) يتضح لنا أن محتوى الدلالة بالنسبة العبارة العشرون هو()، وذلك بمقارنته بالنسبة العامة ومستوى الدلالة المعتمدة، مما يعني وجود فروق

ذات دلالة إحصائية لمصالح الإجابة بنعم وهذا يعني أن رؤساء ومسيري الأندية لديهم قناعة بأهمية الخدمات داخل المنشآت الرياضية الخاصة بالنادي.

- العبارة الواحد والعشرون (هناك نظرة تفاؤلية حول أساليب الرعاية الرياضية مستقبلا) يتضح لنا أن مستوى الدلالة بالنسبة للعبارة الواحد العشرون هو (0.013)، وذلك بمقارنته بالنسبة العامة ومستوى الدلالة المعتمدة، مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة بنعم وهذا يعني أن هناك نظرة تفاؤلية حول أساليب الرعاية الرياضية للأندية مستقبلا.

- العبارة الثاني والعشرون (فكرتم في جعل بعض الشركات راعي دائم لكم) يتضح لنا أن مستوى الدلالة بالنسبة للعبارة الثاني والعشرون هو (0.003)، وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة المعتمدة مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة بنعم وهذا يعني أن معظم المسيرين ورؤساء الأندية قد فكروا في جعل بعض الشركات راعي دائم لأنديتهم.

- العبارة الثالث والعشرون (هناك أفاق مستقبلية للرعاية الرياضية) أكد رؤساء ومسيري الأندية على وجود افاق مستقبلية للرعاية الرياضية.

نستخلص من المعطيات السابقة و حسب النسب العامة للدلالة و التي قدرت ب(0.05) يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة بنعم، وهذا يقودنا إلى القول إن رؤساء ومسيري النوادي الرياضية لكرة القدم الجزائرية يرون أن هناك أفاق مستقبلية لأساليب الرعاية الرياضية لتتويع مصادر تمويل للأندية الرياضية لكرة القدم بالجزائر وقد بينت إجاباتهم ذلك وهذا مما يؤكد صحة الفرضية.

من خلال الدراسة الميدانية التي أجريناها و بعد تحليل النتائج المتوصل إليها في ضوء الفرضيات المطروحة و بالاعتماد على الدرامية البيبليوغرافية في أساليب الرعاية الرياضية و دورها في تنويع مصادر تمويل الأندية الرياضية لكرة القدم في الجزائر يمكننا استنتاج ما يلي:

فيما يخص وضع العلامة التجارية على الأقمصة الرياضية للنادي يساهم في تنويع مصادر تمويل الأندية الرياضية لكرة القدم، نجد أن وضع العلامة التجارية على اقمصة اللاعبين ضرورة من أجل رعاية الشركات للأندية، فالعلامة التجارية هي أسلوب يتحكم في نجاح عملية التمويل ، وهذا ما ينعكس إيجابا أو سلبا على الأندية ، فرعاية الشركات للأندية تعتبر أمر أساسي في دعم و تطوير كرة القدم في بلادنا، وتختلف القيمة المالية المقدمة للأندية الرياضية باختلاف الشركات الراعية لها ، وتبقى الرعاية للأندية من أهم المصادر في عملية التمويل بالنظر إلى الدعم الذي تقدمه المؤسسات للأندية وذلك بدعم الأندية بقروض مالية وإعانتها في إنجاز مشاريعها الرياضية والارتقاء بمستوى هذه الرياضية، وتعتبر الرعاية للأندية الرياضية عاملا أساسيا في تنظيم و تسيير المنظومة الكاملة لكرة القدم لمسايرة التطور الذي شهدته إقليميا وعالميا.

و بالنسبة لأسلوب وضع اللوحات الاشهارية داخل الملاعب الرياضية فهي تلعب دورا هاما في جذب المؤسسات الاقتصادية من أجل رعاية الأندية الرياضية وذلك باعتبار أن وضع اللوحات الاشهارية داخل الملاعب يؤدي إلى جذب المؤسسات لرعاية النادي وهذا يعود بالإيجاب عليه، فأغلب الأندية تحاول إيجاد رأس مال من أجل تطوير كرة القدم الجزائرية فهي بحاجة أكثر لتشجيع التمويل والرعاية في المجال الرياضي، وتبقى اللوحات الاشهارية داخل الملاعب أمر أساسي للقضاء على العجز المالي الذي تعانيه الأندية عن طريق جذب المؤسسات الاقتصادية لرعاية النوادي الرياضية .

ومن جهة اخرى يعتبر الإعلام من بين أساليب الرعاية التي تساهم في تنويع مصادر تمويل النوادي الرياضية، فيلعب الإعلام بأنواعه دورا هاما في جذب المؤسسات الاقتصادية لرعاية النادي، كل هذا من اجل تطوير كرة القدم في بلادنا بالإضافة إلى انشاء قنوات خاصة بالنادي يساعده على ترقية المستوى.

وفيما يخص وجود آفاق مستقبلية لأساليب الرعاية الرياضية من وجهة نظر رؤساء الأندية الرياضية بالجزائر، فنجد أن رؤساء الأندية لديهم تصور ايجابي لمستقبل الرعاية الرياضية في الجزائر، لذا فرؤساء النوادي الرياضية لديهم آفاق مستقبلية لتنويع مصادر التمويل بعيدا عن تمويل الدولة، من أجل تطوير كرة القدم في بلادنا ،

انطلاقا من النتائج المتوصل إليها والتي أثبتت تحقق الفرضيات الجزئية نتوصل إلى أن أساليب الرعاية الرياضية تساهم في تنويع مصادر تمويل النوادي الرياضية ما يؤكد صحة الفرضية العامة.

استنتاجات عامة

1. النتائج الجزئية

1- وضع العلامة التجارية على اقمصة النادي يساهم في تنوع مصادر تمويل النوادي الرياضية لكرة القدم بالجزائر.

2- وضع اللوحات الإشهارية داخل المشاة يساهم في تنوع مصادر تمويل النوادي الرياضية لكرة القدم بالجزائر.

3- يعتبر الإعلام من أساليب الرعاية التي تساهم في تنوع مصادر تمويل النوادي الرياضية لكرة القدم بالجزائر.

4- هناك آفاق مستقبلية لأساليب جديدة للرعاية من أجل تنوع مصادر تمويل النوادي الرياضية لكرة القدم بالجزائر.

2. استنتاج عام

أصبحت الرعاية في مجال الرياضية تحتل صدارة الاستثمارات في العالم المتقدم و نتيجة لما يدره من أموال ضخمة، تجعل العجز المالي آخر اهتمامات أندية، بالإضافة إلى مساهمته في الدخل القومي فالتسيير العلمي إلى هذا المجال أصبح القاعدة المتبعة في هذه البلدان، وباعتبار ما اكتسبه قطاع الرياضة في الجزائر من أهمية على مستوى الإنجازات والمنشآت التي كانت دافعا لتحقيق عدد من النجاحات والنتائج المشرفة فان الدولة قدم اهتمام بهذا القطاع، ، وذلك باعتبارها مشروعا اجتماعيا تجسد معطيات الاقتصاد الحر الذي يبنى على المنافسة وفق الجودة وتميز الإنتاج وهذا ما جعل الرياضة من بين أكثر القطاعات استقطابا للمنتجين والمستهلكين على حد سواء و بالتالي فان دراستنا عمدت إلى الكشف عن أساليب الرعاية الرياضية ودورها في تنوع مصادر تمويل النوادي الرياضية ومن خلال عرضنا في هذا الفصل البيانات و التحليل الإحصائي النتائج ومقارنتها بالفرضيات التي صاغها الباحث فانه قد تم التوصل إلى النتائج التالية:

- بالنسبة للجانب وضع العلامة التجارية على الأقمصة يساهم في تنوع مصادر تمويل الأندية الرياضية و بالتالي ضرورة الاستثمار في هذا الجانب وفتح المجال أمام المستثمرين الاستفادة أكثر.

- بالنسبة للجانب وضع اللوحات الإشهارية في الملاعب يساهم في تنوع مصادر تمويل الأندية الرياضية و بالتالي يجب توفير هذه اللوحات في كل الملاعب للتعريف بالمؤسسات الراعية والاستفادة من العوائد المادية جراء ذلك.

و بالنسبة لجانب الإعلام فهو أسلوب مميز له دور كبير في تمويل الأندية الرياضية لذا يجب استغلال هذا الجانب جيدا من خلال إنشاء قنوات و مجلات خاصة بالنادي تأتي بعوائد مهمة النادي.

- هناك آفاق مستقبلية لأساليب الرعاية الرياضية التي لها دور كبير في تمويل الأندية الرياضية لكرة القدم من خلال الخدمات داخل الملاعب بالإضافة إلى التشريلات و غيرها لذا يجب الاستفادة منها.

- وعلى ضوء ما توصلنا له في هذه المحاور من نتائج فإنه يمكن القول بتحقق الفرضيات الجزئية وفقا لكل محور، وهذا يقود إلى تحقق الفرضية العامة و الفائلة بأنه هناك أساليب للرعاية الرياضية كوضع العلامة التجارية على الأقمصة و وضع اللوحات الإشهارية داخل المنشأة الرياضية بالإضافة للإعلام ودورهم في تمويل الأندية الرياضية.

اقتراحات

- 1- ضبط النصوص المحددة لآليات ومصادر التمويل، والعمل على مساعدة الأندية ، بتسهيل الإجراءات التي من شأنها إيجاد مصادر التمويل من أجل التحول بالنادي إلى شركات تملك التمويل الذاتي بعيدا عن التحويل الحكومي.
- 2- ضبط جانب التسويق والإشهار، بحيث يكون الجانب التسويقي لأي رياضي أو نادي أو هيئة رياضية وفق ضوابط و قوانين واضحة.
- 3- ضرورة أن يكون الرؤساء و المسيرين متخصصين في المجال الرياضي.
- 4- ينبغي على رؤساء الأندية برمجة دورات تكوينية خاصة بالمسيرين.
- 5- تشديد الرقابية على الأموال التي تصرف على النوادي
- 6- مساعدة النوادي وتشيد المرافق و المنشآت و العناية بها.
- 7- تحويل رعاية الأندية من رعاية الدولة إلى رعاية الشركات الكبيرة.
- 8- ضرورة وجود وحدة للرعاية الرياضية.
- 9- إصدار قوانين مرنة لفتح باب الاستثمار الرياضي والاهتمام بالرقابة والمتابعة لقيمة الرعاية الرياضية.
- 10- تقديم منتجات تحمل العلامات التجارية للمؤسسات الراعية للنادي.
- 11- توفير الإمكانيات البشرية المتخصصة في هذا المجال.
- 12- مساعدة النوادي على تشييد مرافق ومنشآت رياضية و العناية بها.
- 13- ضرورة وضع لوحات الإعلان و الإشهار.
- 14- ضرورة الاستثمار في جانب الإعلام لما له أهمية لتمويل النوادي الرياضية.

الآفاق المستقبلية

- وانطلاقا من بحثنا هذا و الذي قمنا من خلاله بدراسة أساليب الرعاية الرياضية ودورها في تمويل النوادي الرياضية من خلال معرفة أهم أساليب الرعاية للنوادي الرياضية التي تعتبر من المصادر الأساسية المعتمدة في تمويل الأندية الرياضية و كذا الآفاق المستقبلية لتطويرها. فأتضح لنا أن التنوع في المصادر الأساسية لعملية التمويل ووضع إستراتيجية واضحة للرعاية في المجال الرياضي يؤدي إلى تطوير مستوى كرة القدم الجزائرية التي تعاني من عدة مشاكل منذ عدة سنوات فمن خلاله توصل الباحث إلى ما يلي:
- إجراء دراسات مماثلة في المؤسسات الرياضية و خصوصا لدى المؤسسات الاقتصادية من جهات نظر مختلفة.
 - إجراء دراسات تكون العينة فيها مزيج من المستثمرين والإداريين بالنوادي.
 - إجراء دراسات مماثلة خارج الوطن ومقارنتها بالدراسات الحالية.
 - القيام بدراسة من وجهة نظر المؤسسات الاقتصادية الواعية النوادي ومقارنتها بوجهة نظر الإداريين في الدراسة الحالية.

خاتمة:

أصبح الاستثمار في مجال الرياضة يحتل صدارة الاستثمارات في العالم المتقدم، نتيجة لما بدره من أموال ضخمة، تجعل العجز المالي آخر اهتمامات أنديةها الرياضية بالإضافة إلى مساهمته في الدخل القومي، فالتسيير العلمي في هذا المجال أصبح القاعدة المتبعة في هذه البلدان، في حين أن النظرة التقليدية للرياضة في دول العالم الثالث ما زالت هي السائدة.

لذا فإنه على هذه الدول التعامل مع الرياضة كصناعة حقيقية، والعمل على تشجيع المؤسسات الاقتصادية المحلية والأجنبية للرعاية في هذا المجال من خلال تسطير سياسية شاملة لإصلاح القطاع الرياضي تضم كل المجالات التشريعية والإجرائية والمالية و التسيير من أجل تهيئة الظروف لخلق المناخ الاستثماري باعتباره أهم العوامل المشجعة على توفير الأموال.

حيث و أنه من خلال هذه الدراسة التي وفقنا الله في انجازها، والتي قد تناولت أهم المعوقات التي تواجه المؤسسات الاقتصادية للرعاية في النوادي الرياضية، قد حاول الباحث من خلالها تسليط الضوء على واقع الرعاية الرياضية في الجزائر وقد خلص الباحثون إلى عدة نتائج ومنها أن فرضية وجود معوقات قانونية وتشريعية تواجه المؤسسات الاقتصادية للرعاية في النوادي الرياضية ، قد تأكدت مصحتها، وعليه فالقوانين والتشريعات فيما يخص الرعاية الرياضية في الجزائر ما زالت غير مشجعة ومحفزة للمستثمرين، وعليه لابد من تشريع قوانين تكون ملائمة و مرنة تعمل على تذليل العقبات أمام الرعاة في النوادي الرياضية وفيما يخص فرضية أن عملية التسيير في الأندية الرياضية تعتبر أحد المعوقات التي تواجه المؤسسات الاقتصادية لرعاية النوادي الرياضية فقد تأكدت هي الأخرى صحتها إذ أنه يجب تحسين عملية التسيير داخل النوادي والذي يرضي جميع الأطراف من أجل إيجاد أرضية لبناء أسس للرعاية الرياضية، وهو نفس الشيء بالنسبة لفرضية الثالثة والتي تقول بان البنية التحتية للنوادي الرياضية تشكل عائق أمام الرعاة في هذه النوادي الرياضية، إذ لابد من إدراج خطط للاستثمار في هذه البنية التحتية من خلال استغلال مصادر التمويل المختلفة ولابد أيضا من الاستغلال الأمثل للمؤهلات التي تمتلكها النوادي الرياضية و العمل على التعريف بها وخلق فضاءات التقارب و وجهات النظر من رؤساء المؤسسات الاقتصادية ورؤساء النوادي الرياضية، أما الفرضية الرابعة فقد أخذت الرأي العام من الأفاق المستقبلية للرعاية الرياضية.

من خلال هذه النتائج يمكن أن نستنتج أن هناك معوقات أخرى تواجه المؤسسات الاقتصادية لرعاية النوادي الرياضية.

وعليه نأمل أن تكون دراستنا هذه لبنة أساسية في كشف المعوقات التي تواجه المؤسسات الاقتصادية في النوادي الرياضية في الجزائر، والتي يمكن أن تساعد الباحثون في دراساتهم لهذا الموضوع، و بالتالي يتطلب من الجميع المساهمة في إنجاح الاستثمار الرياضي و تبسيط وتذليل كل المعوقات التي تواجه المؤسسات الاقتصادية للرعاية في المجال الرياضي عموما، وذلك للنهوض بالرياضة في الجزائر بصفة خاصة وتنمية الاقتصاد الوطني بصفة عامة.

قائمة المصادر:

المراجع باللغة العربية:

الكتب:

- إبراهيم عبد المقصود ، د .حسن الشافعي :الموسوعة العلمية للإدارة الرياضية - العلاقات العامة،التنمية الإدارية ، التسويق ، التمويل في المجال الرياضي ، السياحة مصدر لتمويل الرياضة " ، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، ط1 ، الإسكندرية، 2004
- الحناوي محمد الصالح، أساسيات الاستثمار في الأوراق المالية، الدار الجامعية، 2ط مصر، 1997.
- السعدني خليل السعدي، كمال درويش، الاحتراف في كرة القدم، مركز الكتاب للنشر، ط1، القاهرة، 2006.
- أيمن محروس وآخرون، الاحتراف بين الواقع و التطبيق، دار الفكر العربي، ط2، القاهرة، 1996.
- جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية:شغب الملاعب و أساليب مواجهته، ط1، مركز الدراسات و البحوث، السعودية، 2004 ص176
- حميد. المنيري، عصام بدوي: الإدارة في الميدان الرياضي، ط1 ،المكتبة الأكاديمية للنشر، القاهرة-مصر 1991، ص255
- حسين أحمد الشافعي، الاستثمار و التسويق في التربية البدنية و الرياضية، دار الوفاء لدنيا الطباعة.
- حسن أحمد الشافعي، التمويل التأجير في التربية البدنية، ط1، دار وفاء الدنيا، الإسكندرية، 2006.
- حسن أحمد الشافعي، سوزان أحمد علي موسى، ميدان البحث العلمي، منشأة المعارف، ط 1، الإسكندرية، 2004
- خالد أمين عبد الله محاسبات الشركات، معهد الدراسات المصرفية، عمان، الأردن، 2000.
- خالد حامد منهج البحث العلمي، المكتب الجامعي الحديث، ط1، القبة الجزائر، 2003.
- خالد حامد، منهج البحث العلمي، دار ربحانة للنشر و التوزيع، ط1، القبة، الجزائر، 2003.
- رشيد، زرواتي، تدريبات على منهجيات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، الجزائر، 2002.
- رعاش كمال، الاحتراف الرياضي و مدى فاعليته في الارتقاء بمستوى كرة القدم، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر، 2009-2010.
- رعد محمد عبد ربه: كرة القدم رياضة الشعوب، ط1، الجنادرية للنشر والتوزيع،الأردن 2010، ص 8
- زغود علي، المؤسسات الاشتراكية ذات الطابع الاقتصادي في الجزائر، المؤسسة الجزائرية للطباعة، الجزائر، 1987.

- سمير عبد الحميد علي: إدارة الهيئات الرياضية، النظريات الحديثة وتطبيقاتها، منشأة المعارف، ط1 ، الإسكندرية ، 1999.
- سعد أحمد شلبي، أسس إدارة التسويق الرياضي، المكتبة العصرية، د، ط، مصر، 2005.
- سعد طبري، محمد الأمين بن الزبير، الاقتصاد و المناجمنت و القانون، ط1، 2008.
- صبحي أحمد قبلان، ونضال أحمد الغفري: مدخل إلى التربية الرياضية، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر و التوزيع، عمان-الأردن 2009 ص163
- عادل خير الله: الرياضة خطوة خطوة، ط1، دار المؤلف للنشر ك الطباعة والتوزيع، بيروت-لبنان 2006 ص 8
- عامر إبراهيم قديجي، البحث العلمي والاستخدام مصادر المعلومات، من دار البازوري العلمية، ط1، عمان، الأردن، 1999.
- عبد الحميد عثمان الحفني، عقد احتراف لاعب كرة القدم، المكتبة العصرية، د، ط، مصر، 2007.
- عبد الحميد عثمان الحفني، عقد احتراف لاعب كرة القدم، كلية الحقوق، الكويت، 1995.
- عبد الرحمان سيار، استراتيجية الاحتراف الرياضي بالمؤسسات الاقتصادية، دار الوفاء لدنيا النشر، ط1، 2009.
- عبد الرزاق بن حبيب، اقتصاد وتسيير المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000.
- عبد الفضيل محمد أحمد، القانون التجاري، مكتبة الجلاء الجديدة بالمنصورة، د. ط، مصر، 1991. -
عمر صخري، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1993.
- علية عبد المنعم حجازي ، د. حسن أحمد الشافعي ، إستراتيجية للتسويق الرياضي والاستثمار بالمؤسسات الرياضية المختلفة ، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، ط1 ، الإسكندرية ، 2009
- عيسى الهادي كمال رعاش الاحتراف في كرة القدم دار الكتاب الحديث الجزائر 2012 ص 11
- قاسمي فيصل ، أقميني حفيظ: حول رؤية مستقبلية للاحتراف ،مجلد المؤتمر العلمي الدولي الأول ، تسيير الإدارة الرياضية في ظل اقتصاد السوق ، مطبعة الثقة ، سطيف ، جامعة المسيلة ، الجزائر ، 2009
- كمال درويش، محمد صبحي حسانين، موسوعة متجهات في إدارة مطلع القرن الجديدة، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة.
- كمال درويش السعدني، خليل السعدني: الاحتراف في كرة القدم(المفهوم-الواقع-المقترح)، ط1، مركز الكتاب لمنشر، مصر، 2006 ص189
- محمد، الصغير بعلي، المؤسسات العمومية الاقتصادية في التشريع الجزائري، المعهد الوطني للدراسات والبحوث النقابية، كتيب رقم 2، ديسمبر 1988.

- محمد الصقور، الإعاقة رعاية المعاقين في أقطار الخليج العربي من بحث الرعاية الاجتماعية للمعاقين في التراث العربي الإسلامي، ط1، 2001.
- محمد أيوب ترجمة محمد السعيد الأيوبي، أكاديمية إنترناشيونال، مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، بيروت، ط1، 2009.
- محمد حسن علاوي، أسامة راتب: البحث العلمي، دار الفكر العربي، ط2، القاهرة، 1999.
- محمد حسن علاوي، محمد نصر الدين رضوان، القياس في التربية الرياضية وعلم النفس الرياضي، دار الفكر العربي، ط3، القاهرة، مصر، 1996.
- محمد حسن علاوي، أسامة راتب، البحث العلمي، دار الفكر العربي، ط2، القاهرة 1999.
- محمد سليمان الأحمد و آخرون، الثقافة بين القانون و الرياضة، دار وائل، ط1، العراق، 2005.
- محمد سيد فهمي، الرعاية الاجتماعية بين حقوق الإنسان وخصخصة الخدمات، دار الوفاء الإسكندرية، ط1، 2008.
- محمد شفيق، الإنسان والمجتمع، المكتب الجامعي الحديث، ط1، الإسكندرية، 2004
- محمد شفيق، البحث العلمي الأسس والإعداد، المكتب الجامعي الحديث، ط1، الإسكندرية.
- محمد صبحي، القياس والتقييم في التربية البدنية و الرياضية، دار الفكر العربي، ط3، القاهرة، مصر، 1996.
- محمد صبحي حسنين، عمرو أحمد جبر :اقتصاديات الرياضة "الرعاية و التسويق و التمويل"، ط1، مركز الكتاب لمنشر ، القاهرة 76ص، 2013.
- محمد عبد العزيز سلامة، سمير عبد الحميد علي، منظور حديث في الإدارة الرياضية، ماهي للنشر والتوزيع، د.ط، الإسكندرية، مصر، 2009.
- محمد عبد العظيم، طريق الاحتراف في كرة القدم، دار الفاروق، ط1، مصر، 2005.
- محمد عبده صالح الوحش، أساسيات كرة القدم، دار عالم المعرفة مؤسسة مختار النشر والتوزيع، ط1، 1994.
- مروان عبد المجيد إبراهيم، طرق ومناهج البحث العلمي في التربية البدنية والرياضية، الدار العلمية الدولية للنشر ودار الثقافة، ط1، الأردن، 2001.
- مشعل عدي النمري: مهارات كرة القدم و قوانينها، ط1، دار أسامة للنشر، عمان-الأردن، 2013، ص31
- منير إبراهيم هندي: الفكر الحديث في مجال مصادر التمويل" ، منشأة المعارف ، ط1 ، الإسكندرية 1998.

- ناصر ثابت، أضواء على الدراسة الميدانية، مكتب الفلاح، ط1، الكويت، 1984.
- ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية الحامة، ط1، الجزائر، 1998.
- ناصر دادي عدون، تقنيات مراقبة التسيير، دار المحمدية، د.ط، الجزائر 2000.

رسائل:

- طوبال وسيم: أسباب ضعف الرعاية في الجزائر- حالة الاتحاديات الرياضية الجزائرية-، رسالة ماجستير ، غير منشورة، معهد التربية البدنية و الرياضية، جامعة يوسف بن خدة - الجزائر، 2008 ص 80
- إفروحين غنية: الجانب القانوني و التسيير الإداري لكرة القدم، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه غير منشورة، كلية علوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2013 ص 109

المؤتمرات :

- أمال محمد إبراهيم، ورقة التسويق وتشغيل الأندية على أساس شركات مساهمة عامة ص2-8. ورشة عمل الاستثمار الرياضي الأكاديمية الاولمبية للجنة الاولمبية السودانية الخرطوم السودان 2009
- إسماعيل مقران، حول رؤية مستقبلية للاحتراف الرياضي ، مجلد المؤتمر العلمي الدولي الأول، تسيير الإدارة الرياضية في ظل اقتصاد السوق.
- بركات أيوب وآخرون، توظيف الإشهار عبر الانترنت في مجال الاحترافي الرياضي، المؤتمر الدولي الثالث، حول رؤية مستقبلية للاحتراف الرياضي في الجزائر، جامعة دالي إبراهيم، الجزائر، أيام 25 - 26 جانفي 2009.
- بورزامة رباح معوقات الاستثمار في الأندية الرياضية، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر 3، 2009.
- بوسكرة أحمد وآخرون، حول رؤية مستقبلية للاحتراف ،مجلد المؤتمر العلمي الدولي الأول، تسيير الإدارة الرياضية في ظل اقتصاد السوق.
- زينب محمد مكي، حول رؤية مستقبلية للاحتراف، مجلد المؤتمر العلمي الدولي الأول، تسيير الإدارة الرياضية في ظل اقتصاد السوق.
- سيدي أحمد عاج عيسى، التمويل والاستثمار في النادي الرياضي، مذكرة ماجستير، سوق أهراس، 2009.
- عمرن مفتاح، عزازية نسيم، التمويل والتسويق لعنصران هامن لتحقيق أهداف الاحتراف الرياضي، الملتقى الدولي الرابع حول الرهانات المستقبلية للاحتراف الرياضي في الجزائر، جامعة دالي إبراهيم، الجزائر، أيام 10-11 ماي 2010.
- عنابي بن عيسى: التمويل الرياضي في الجزائر: واقع و آفاق ، الملتقى الدولي الثالث ، رؤية مستقبلية حول الاحتراف الرياضي في الجزائر، غير منشورة ،مخبر علوم و تقنيات النشاط البدني الرياضي ،يومي 25-26 جانفي 2009

- غضبان أحمد حمزة وآخرون: المساهمة الفعلية والفعالة لرؤساء الأندية الرياضية لكرة القدم الجزائرية في تمويل فرقهم ، المؤتمر الدولي الأول حول تسيير الرياضة في ظل اقتصاد السوق ، جامعة المسيلة ، الجزائر، أيام 8-9-10 افريل 2008
- كمال مفاق و آخرون، حول رؤية مستقبلية للاحتراف، بمجلد المؤتمر العلمي الدولي الأول، تسيير الإدارة الرياضية في ظل اقتصاد السوق، مطبعة الثقة، سطيف، جامعة المسيلة، الجزائر، 2009.
- يعقوبي أدمة، دراسة تشخيصية لوضعية الاحتراف في الجزائر، مذكرة ماجستير، غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم التربية البدنية و الرياضية، جامعة دالي إبراهيم الجزائر، 2005.

القواميس:

- قاموس المنجد العربي في اللغة والإعلام، دار المشرق، بيروت، لبنان، ط2، 1984.
- قاموس مرشد الطلاب، دار المرشد الجزائرية، برج الكيفان، الجزائر العاصمة.
- يوسف محمد البقاعي، قاموس الطلاب، دار المعرفة، د. ط، المغرب، 2006.

الجرائد:

- علي الصباح، من الهواية إلى الاحترافي، جريدة الصباح، العدد 1388، 07 / 05 / 2009.
- رياض عيسى، ملاحظات حول الأسس القانونية الجديدة التي تحكم عقود المؤسسات الاقتصادية العامة و الرقابة على نشاطها، بمجلة الفكر العربي، العدد الخامس، مطبعة جريدة الوحدة، الصادرة في نوفمبر 1989، بدون بلد.
- الأمر رقم 76-81 المؤرخ في أكتوبر 1976 (الجريدة الرسمية) الصادرة بتاريخ 10 نوفمبر 1976.

المراجع باللغة الأجنبية:

- COROLGU E COMMERCE BUCINESS TECHNOLOGG
- SOCIETY 2009 KEMETH CLOLOUDON TRAFER
- Fédération Algérienne de foot Ball projet de statuts du groupement de foot Ball professionnel.
- Mohamed boussoumah la notion de l'entreprise économique. Dans r.a.s.j.e.p.n 01/88.p.85
- LeilaAbdeddaim. La privatisation de entreprises publiques dan les pays Maghreb les editioninternationales.alger.1998.p 66-67.
- Ais" - imprime en France - édition - 2001, p 76. ø5LARousse: dictionnaire de française.

جامعة البويرة

معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم الإدارة والتسيير المنشآت الرياضية

استمارة استبيان موجهة للنادي الرياضية لكرة القدم بولاية البويرة

{ بعض أساليب الرعاية الرياضية ودورها في تنويع مصادر تمويل الأندية الرياضية لكرة القدم بولاية البويرة }

دراسة ميدانية للأندية على مستوى ولاية البويرة

في إطار الدراسات التي تهتم بدراسة أساليب الرعاية ودورها في تمويل النوادي الرياضية لكرة القدم. نطلب من سيادتكم منحنا بعض المعلومات التي تتعلق بناديكم وعلاقته بالمؤسسات والتي تدخل ضمن مذكرة التخرج للحصول على شهادة ليسانس في الإدارة وتسيير المنشآت الرياضية. وفي الأخير تأكدوا أن هذه المعلومات التي نتحصل عليها من طرفكم ستستخدم لغرض البحث العلمي وشكرا.

المحور الاول : وضع العلامة التجارية على الأقمصة الرياضية يساهم في تنويع مصادر تمويل الأندية الرياضية.

الرقم	العبارات	نعم	لا	نوعا ما
01	توجد لدى ناديكم استثمار من ناحية العلامة التجارية			
02	توجد هناك رغبة من طرف الشركات من اجل تمويل ناديكم مقابل وضع العلامة التجارية على الأقمصة			
03	توجد قوانين داخل النادي تعيق وضع العلامة التجارية على اقمصة النادي			
04	تعتبر التسيير داخل النادي من بين المعوقات التي تواجه الشركات من اجل وضع العلامة التجارية على أقمصة النادي			
05	فكرتكم في وضع تسهيلات أمام الشركات من اجل وضع العلامة التجارية على اقمصة النادي			

المحور الثاني : وضع اللوحات الاشهارية داخل المنشآت يساهم في تنويع مصادر تمويل الاندية الرياضية لكرة

القدم بالبويرة ؟

الرقم	العبارات	نعم	لا	نوعا ما
01	لديكم دراية عن اهمية وضع اللوحات الاشهارية داخل منشآتكم الرياضية			
02	لديكم اماكم مخصصة لوضع اللوحات الاشهارية داخل منشآت ناديكم			
03	توجد هناك استراتيجية واضحة تعمل على جذب المؤسسات لوضع العلامة التجارية على اللوحات الاشهارية لمنشآت ناديكم			
04	لديكم قناعة بأن عملية التسيير الجيد هو سبيل النجاح لجلب الشركات لوضع اللوحات الاشهارية داخل منشآت هذا النادي			
05	ترون ان العمل وفق تخطيط عقلاني يؤدي لجذب الشركات من اجل وضع العلامات التجارية داخل منشآت النادي			

المحور الثالث: يعتبر الإعلام من بين الأساليب التي تساهم في تنويع مصادر تمويل الأندية الرياضية لكرة القدم بالبويرة

الرقم	العبارات	نعم	لا	نوعا ما
01	تزون أن لوسائل الإعلام دور في جلب الأموال للنادي			
02	لديكم عقود مع وسائل اعلام تقوم بنقل اخبار ناديكم			
03	يعتبر التسيير داخل النادي من بين العراقيل التي تواجهونها من اجل انشاء وسائل اعلام خاصة بناديكم			
04	لديكم وسائل اعلام خاصة بناديكم			
05	لديكم قناعة في انشاء قناة او مجلة خاصة بالنادي تعود بأوال لصالح النادي			
06	فكرتم في الاستثمار في جانب الاعلام لناديكم			

المحور الرابع: الافاق المستقبلية لتطوير اساليب الرعاية من اجل تنويع مصادر تمويل الاندية الرياضية لكرة القدم بالبويرة

الرقم	العبارات	نعم	لا	نوعا ما
01	فكرتم في نموذج التسمية للملاعب الخاصة بالنادي			
02	فكرتم في اسلوب الخدمات الممتازة والتشريفات داخل الملاعب الخاصة بناديكم			
03	تدركون باهمية الخدمات داخل المنشآت الخاصة بناديكم			
04	هناك نظرة تفاؤلية حول اساليب الرعاية الرياضية مستقبلا			
05	فكرتم في جعل بعض الشركات راعي دائم لناديكم			
06	هناك افاق مستقبلية للرعاية الرياضية			



إلى السيد (ة): .. إلى السيد .. هلا .. بوزال .. البرابنة .. الوطنية
لولاية البويرة ..

الموضوع: تسهيل مهمة.

يشرفني أن أتقدم إلى سيادتكم بهذا الطلب المتمثل في تسهيل مهمة الطالب:

سوق الخمسة
- الطالب (ة): .. خلفان .. محمد أمين .. رقم التسجيل: 120063 .. تاريخ ومكان الميلاد: 13/01/1991 ..

- الطالب (ة): .. العمور .. محمد .. رقم التسجيل: 150091 .. تاريخ ومكان الميلاد: 26/04/1993 .. عين بسام

- الطالب (ة): .. نسرين .. همدان .. رقم التسجيل: 161633472 .. تاريخ ومكان الميلاد: 23/03/1990 .. عين العزلة

من أجل القيام بانجاز مذكرة التخرج لنهاية التكوين خلال الموسم الجامعي 2018 / 2019 الذي يندرج ضمن التحضير لنيل شهادة الليسانس في علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية.

تقبلوا منا فائق التقدير والاحترام.

مدير المؤسسة المستقبلية

رئيس القسم

Ligue de Football W Bouira
Le Secrétaire Général P / J

S. HANLAOUI



رئيس قسم الإدارة و التسخير الرياضي
بالتبليغ

أ. بزرجم رقم ..

عنوان الدراسة: بعض أساليب الرعاية ودورها في تنوع مصادر التمويل للأندية الرياضية
لكرة القدم بالبويرة

إعداد:

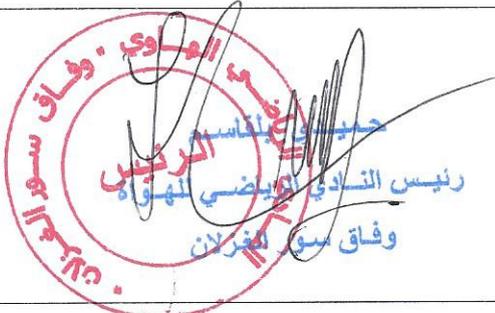
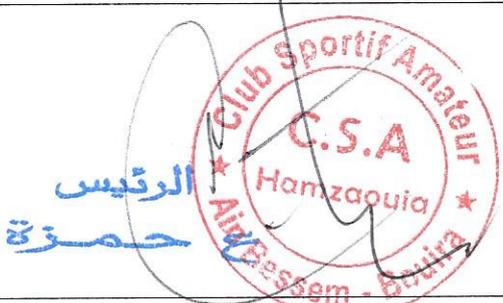
إشراف الدكتور:

➤ محمد العمري.

زريقي سليم

➤ خلفان محمد أمين.

➤ سيرين صدام.

الرقم	إسم النادي	توقيع وختم رئيس النادي
1	النادي الرياضي الهاوي وفاق سورا الغزلان E. S. G	
2	النادي الرياضي الهاوي شباب عين بسام A. S. S. A	
3	النادي الرياضي الهاوي حمزة Hamzaouia	
4	النادي الرياضي الهاوي M. S. B.	

عنوان الدراسة: اساليب الرعاية الرياضية ودورها في تنوع مصادر تمويل الأندية الرياضية

إشراف الدكتور:

- زريقي .

إعداد:

- خلفان محمد امين .

- العمري محمد .

- سيرين صدام .

قائمة الأساتذة المحكمين للاستبيان

رقم	اسم المحكم	الدرجة العلمية	الملاحظة
01	سهرى نسي	أستاذة عامر دمج	مقبول
02	فريد رضوان	أستاذة عامر دمج	أستاذة صفاء لغيره مقبول
03	لورا مريم عبد الله	أستاذة عامر دمج	مقبول أستاذة صفاء لغيره مقبول