



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد بوضياف المسيلة  
معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية



الرقم التسلسلي: .....

الرمز: .....

القسم: الإدارة والتسيير الرياضي

الشعبة: .....

التخصص: .....

مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة  
ماستر

الاشهار ومساهمته في إنجاح التظاهرات الرياضية  
"دراسة ميدانية لمديرية الشباب والرياضية لولاية المسيلة"

إشراف الاستاذ:

- الدكتور بوعزيز ساسي

اعداد الطالب:

- حمور شعيب

السنة الجامعية : 2020/2019

## شكر

### يقول الله تعالى :

(قال رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي وان اعمل صالحا  
ترضاهوادخلني برحمتك في عبادك الصالحين) سورة النمل الاية 19

### صدق الله العظيم

الحمد والشكر لله العلي القدير الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعاننا  
على إنجاز هذا العمل.

يقول أعظم الخلق سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.

"أفلا أكون عبدا شكورا".

كما نقدم بجزيل الشكر والامتنان لأستاذنا الفاضل: "ساسي بوعزيز".

علما أبده من تعامل طيب، وتشجيع صادق.

فجزاه الله خير الجزاء.

كما نتقدم بالشكر لكل من ساندنا في إنجاز هذا البحث ولو بالشيء  
القليل.

وشكر خاص للجنة المناقشة

# الاهداء

كل باسمه

الحمد لله الذي وفقنا لهذا ولم نكن لنصل اليه لولا فضل الله علينا أما بعد فالى من نزلت في جقمهم الايتين الكريمتين في قوله تعالى

بسم الله الرحمن الرحيم

{وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا آفٌ وَلَا تُنْهَرُهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا\* وَأَخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذَّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيْتَنِى صَغِيرًا\* رَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَا فِي نُفُوسِكُمْ إِن تَكُونُوا صَالِحِينَ فَإِنَّهُ كَانَ لِلأَوَّابِينَ غَفُورًا} (25-23).

اهدي عملي هذا الى الشمعة التي أنارت دربي وفتحت لي أبواب العلم والمعرفة، الى أعز إنسان في الوجود وهدوتي في الحياة التي ضحت من أجلي ، الى الصدر الحنون والقلب الرفيق الى أعز ما املك في الدنيا الحبيبة الطاهرة ، الى امي ، والى ابي الكريم الذي لم يبخل سواء من الجانب المادي او المعنوي الى هدوتي ، ونور عيني حفظهما الله ، الى جميع الأصدقاء الى كل من رافقني ، الى طلبة معهدنا العزيز ، بالخصوص الى استاذنا الطيب حفظه الله من كل سوء الدكتور بوعزيز ساسي



## قائمة المحتويات

	شكر
	إهداء
	فهرش المحتويات
	قائمة الجداول
أ	مقدمة
	<b>الجانب المنهجي</b>
الصفحة	<b>الفصل الأول: الإطار العام للدراسة</b>
2	1- 1- إشكالية الدراسة
3	1- 2- فرضيات الدراسة
3	1- 3- أهمية الدراسة
3	1- 4- أهداف الدراسة
4	1- 5- تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة
4	1- 6- الدراسات السابقة
7	1- 7- مميزات الدراسة الحالية
	<b>الجانب النظري</b>
الصفحة	<b>الفصل الأول: الإشهار</b>
10	تمهيد
11	<b>1- 1- الإشهار</b>
11	<b>2- 1- لمحة تاريخية عن الإشهار</b>
12	3- أهمية الإشهار
13	4- أنواع الإشهار
15	5- الرعاية الإشهارية

الصفحة	الفصل الثاني:التظاهرات الرياضية
18	تمهيد
19	1- ماهية الدورات الرياضية
19	2-مفهوم المنافسة حسب بعض العلماء
20	3-مفهوم المنافسة عامة
20	4- أسس و مراحل المنافسات الرياضية
22	5-الغرض من المنافسات الرياضية
24	6- أنواع الدورات الرياضية
24	7-تنظيم المسابقات الرياضية
29	خلاصة
الصفحة	الفصل الثالث:المؤسسات الرياضية
31	تمهيد
32	1-مفهوم المؤسسة
32	2-المؤسسة الرياضية وفلسفة المجتمع
33	3-الهيئات الرياضية
34	4-أنواع المؤسسات الرياضية
34	5-مديرية الشباب و الرياضة
35	6-هيكله النوادي الرياضية حسب المشرع الجزائري
36	7-النادي الرياضي كمؤسسة اقتصادية
36	8-المؤسسة الرياضية كهيئة استثمارية
38	9-المؤسسة الرياضية في المحيط الاقتصادي
38	10-ركائز العمل في المؤسسة الرياضية
39	11-أهداف وغايات المؤسسة الرياضية
40	12-الامكانيات في المؤسسة الرياضية

41	13- عملاء المؤسسة الرياضية
42	14- مكونات الإدارة الرياضية
42	15- صفات الإدارة العلمية الفعالة
42	16- المهارات الأساسية في الإدارة الرياضية
46	خلاصة
<b>الجانب التطبيقي</b>	
الصفحة	الفصل الأول: الإجراءات الميدانية للدراسة
50	1 - الدراسة الاستطلاعية
50	2 - منهج الدراسة
51	3 - مجتمع وعينة الدراسة
51	4- متغيرات الدراسة
52	5 - الشروط العلمية لاداة القياس (الخصائص السيكومترية)
55	6- أدوات الدراسة
الصفحة	الفصل الثاني: عرض و تحليل و مناقشة النتائج
59	1- عرض وتحليل نتائج الدراسة
74	2- مناقشة النتائج على ضوء الفرضيات
75	3- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضية العامة
75	خلاصة
76	الاقتراحات
78	قائمة المراجع
82	قائمة الملاحق

### قائمة الجداول

الصفحة	رقم الجدول	عنوان الجدول
52	1	الجدول رقم (01) : يوضح نتائج الارتباط للمحور الأول

53	2	الجدول رقم (2): يوضح نتائج الارتباط للمحور الثاني
55	3	الجدول رقم (03): يوضح نتائج الارتباط بين كل محور والدرجة الكلية للمقياس
55	4	الجدول رقم (4): يوضح نتائج اختبار ألفا كرونباخ:
56	5	الجدول رقم (5) يوضح تصنيف ودرجات المقياس
59	6	الجدول رقم (06) يوضح النسب المئوية و نتائج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وكا <sup>2</sup> المحسوبة
67	7	الجدول رقم (07): يوضح النسب المئوية ونتائج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وكا <sup>2</sup> المحسوبة

مفاته

## مقدمة :

يعتبر الاشهار والاعلان رسالة تهدف إلى ترويج سلعة أو خدمة أو فكرة. وفي العديد من البلدان، يعايش الناس يومياً أشكالاً مختلفة من الإعلان. والإعلانات المطبوعة تشغل مساحة كبيرة من الصحف والمجلات، بينما تظهر الملصقات الإعلانية في كثيرٍ من المركبات العامة والمحلات التجارية والمرافق العامة. وتتخلل الإعلانات التجارية برامج التلفاز والمذياع.

يصل الإعلان إلى الجمهور عن طريق أشكال متعددة من وسائل الاتصال. وتشمل هذه الوسائل الصحف اليومية والمجلات والتلفاز والمذياع، حيث تشتري الجهات المعلنة مساحات في الصحف والمجلات لتتشر إعلاناتها، كما تشتري جزءاً من وقت التلفاز والمذياع لتعرض فيه إعلاناتها التجارية. إضافة إلى الأشكال الرئيسية للفتات الخارجية التي يطلق عليها الإشهار الخارجي وهي: الملصقات واللوحات الملونة واللوحات الكهربائية الضخمة. وهناك وسائل إشهارية أخرى تشمل: الإعلانات الموضوعة على وسائل المواصلات وعرض الواجهات والعرض في مكان البيع ودليل الهاتف و توزيع التذكارات.

وعند ربطنا للإشهار بالجانب الرياضي او تنظيم التظاهرات الرياضية خاصة ان الموضوع جد هام سواء من الجانب المالي او الجانب الرياضي ونشر الثقافات ، حيث أصبحت التظاهرات الرياضية عبارة عن سوق عالمي، الكل يريد الاحتواء عليه، حيث أن تنظيمها هو هدف كل دولة تريد جلب أرباح مالية، وهذا ما أدى إلى تطوير سبل تنظيمها إن التنظيم التظاهرة الرياضية قد يستغرق عشرة سنوات، مع العلم بأن مدتها قد لا تتجاوز بضعة أيام، فالتظاهرة الرياضية بمثابة ساحة صراع قانوني وتجاري، حيث أن منظموها في بحث دائم ومستمر عن ممول لها، والتمويل الرياضي هنا قد يتم بعقود الرعاية الرياضية التي تتسابق عليها كل الشركات العالمية للحصول على هذه المكانة، كما أنه قد يتم بعقود تراخيص المنتجات المشتقة، وكذا عن طريق بيع حقوق البث الرياضي.

ومن جهة أخرى يعد الاشهار منتوجا اجتماعيا يؤثر في المجتمع ويتأثر به، فهو يوفر للأفراد المعلومات حول حاجاتهم الاستهلاكية والخدماتية، وبالمقابل يحمل قيم وثقافة هذا المجتمع.

فالإشهار الرياضي هو أحد وسائل الاتصال الجماهيرية المستخدمة في هذا المجال كوسيلة اشهارية حيث أصبحت مقصدا للمعلنين لما تختص به عن الوسائل الأخرى وما يميز جمهورها الذي يحضر الملعب عن جمهور الوسائل الأخرى

فالافتات الاشهارية بالملاعب أو الاقصصة البارزة لاهم أعضاء الفريق أو العلامات الاشهارية المميزة للنادي تعتبر أبرز أنواع الاشهار المرئي، والتي تستهدف بخدماتها قطاع محدود من السكان داخل الدولة (جمهور المشجعين داخل الملعب وخارجه

الفصل التمهيدي

الإطار العام للدراسة

## 1- إشكالية الدراسة :

يبرز الأشهار في عصرنا الحالي بمظاهر حديثة ومتطورة على عكس بداياته الأولى حيث انتقل من المظاهر التقليدية التي كانت تقتصر على الطابع الاخباري الى مظاهره الحالية العالية التأثير ونظام معقد من المؤثرات والاساليب الاعلامية مستفيدا في ذلك من التكنولوجيات الحديثة وتطور اساليب الاعلام وتطبيقاتها المختلفة في وسائل الاتصال الجماهيرية فالإشهار يعتبر مؤثرا في الأفراد و الجماعات لأنه يساهم في بناء الأفكار و المواقف و الاتجاهات و القيم و السلوك، لأن الفرد يتميز بكونه يتفاعل شعوريا ووجدانيا ولا شعوريا مع كل ما يتلقاه ويدفعه إلى اكتساب هذه الأفكار والقيم

يمكن اعتبار الاشهار الاداة التي يتم بواسطته ربط الجمهور بالفكرة او العمل او المنتج المراد نشره ، وله أهمية كبيرة في الكثير من المجالات الرياضية والاقتصادية والثقافية وغيرها .

أما الاشهار الرياضي هو احد وسائل الاتصال الجماهيرية ( مجلة الابداع العلمي سعد سعود ..... ) ومنه يحقق الاعبون والنادي ارقام ضخمة كل سنة وكمثال على ذلك سنة 2014 وصلت العائدات

الاشهارية لكرستيانو رونالدو ل 84 مليون اورو وتلاه اللاعب الارجنتيني ليونيل ميسي ب 75 مليون اورو اما اذا نظرنا الى التظاهرات الرياضية نجد أنها تعتبر سلسلة من المباريات او المقابلات الرياضية التي تقام بين وحدات رياضية مختلفة لمعرفة أحسن هذه الوحدات او ترتيبها فيما بينها من جهة الأداء الرياضي وهي وسيلة للتعبير عن الكثير من الحاجيات الضرورية للأفراد والجماعات من اهمها المنافسة ، من حيث انها ظاهرة طبيعية في الانسان قوامها ان الفرد او الجماعة لا يجب ان يكون اقل كفاءة عن الآخرين

وعندما نتكلم عن نجاح التظاهرات الرياضية وجب ان نتكلم على مقومات وأسباب نجاحها وكمثال كأس العالم الاخيرة التي اشرفت على تنظيمها روسيا 2018 والتي حققت نجاحا كبيرا فيها ووجدنا ذلك في عدة اسباب منها مستوى الفنادق والمنشآت والملاعب والبنية التحتية نخص بذلك الاشهار قبل وبعد انطلاق فعالية كأس العالم

فقد حققت روسيا في المونديال الاخير عائدات اشهارية ضخمة والتي ساهمت بشكل كبير في نجاحها ،فقد حققت الإعلانات لشبكتي TF1 وBeIN Sports خلال بطولة كأس العالم لكرة القدم إيراداتٍ قياسية بلغت 128.3 مليون يورو وفي عام 2014، خلال بطولة كأس العالم التي أقيمت في البرازيل، حققت TF1 مبلغ 87.7 مليون يورو، وجمع مونديال روسيا 195 معلن على شاشاتٍ فرنسيّة بمجموع 3709 إعلانات، أي أكثر من ضعف إعلانات كأس العالم عام 2014 والتي كان مجموعها 1376 . الا انه في بلادنا لا يرتقي

الى هاته الاهمية وهذا التطور حيث نحاول قي هاته الدراسة ان نسلط الضوء على الاشهار ومساهمته في نجاح التظاهرات الرياضية.

ومن خلال كل هذه المعطيات يمكن حصر الاشكالية في سؤال جوهرى عام كالتالى :

هل يساهم الاشهار في انجاح التظاهرات الرياضية ؟

**2-تساؤلات الدراسة:**

س1: هل للإشهار اهمية في انجاح التظاهرات الرياضية؟

س2: هل التخطيط الجيد للإشهار يساهم في انجاح التظاهرات الرياضية؟

**3-فرضيات الدراسة:**

**الفرضية العامة:**

يساهم الاشهار في انجاح التظاهرات الرياضية

**الفرضيات الفرعية:**

**الفرضية الاولى:** للإشهار اهمية في انجاح التظاهرات الرياضية .

**الفرضية الثانية:** التخطيط الجيد للإشهار يساهم في انجاح التظاهرات الرياضية

**4- أهداف الدراسة:**

✓ معرفة مدى أهمية الإشهار في نجاح التظاهرات الرياضية.

✓ مساهمة الاشهار في استقطاب المشتركين لإنجاح التظاهرات الرياضية.

✓ معرفة مزايا وعيوب الاشهار.

✓ دور الاشهار في احداث التواصل بين الهيئة المنظمة وجمهورها لإنجاح التظاهرات الرياضية.

✓ ابراز دور الاشهار في نجاح التظاهرات الرياضية

**5- أهمية الدراسة:**

تكن أهمية هذه الدراسة أساسا في الأهمية التي يكتسبها الإشهار كأبرز نشاط اتصالي يقوم عليه الترويج

التسويقي في مختلف القطاعات بمؤسساتها المتنوعة، وإداراتها المتنوعة المتعددة التربوية، الصحية، التعليمية،

الاقتصادية، الإعلامية والسياحية...، هذه الأخيرة ومن خلال مختلف مؤسساتها منها المنظمات

**6- أسباب اختيار الدراسة:**

تعود أسباب اختيارنا هذا الموضوع المتمثل في "الاشهار ومساهمته في إنجاح التظاهرات الرياضية" إلى كون

عملية الاشهار أصبحت الطريقة الأمثل في إجناح التظاهرات الرياضية لدورها الفعال في شتى المجالات

حيث:

- ✓ الرغبة في معرفة دور الاشهار في إنجاح التظاهرات الرياضية.
- ✓ نقص الدراسات وقلة البحوث الخاصة حول الموضوع.
- ✓ نظرا لأهمية الاشهار في المجال الرياضي.

#### 7- تحديد المفاهيم والمصطلحات الدالة:

المصطلحات الدالة عمل علمي منهجي يتطلبه إنجاز أي بحث علمي أو تربوي ولقد ارتأينا إلى تعريف بعض المصطلحات الواردة في بحثنا هذا بغية نزع اللبس والغموض عليها وإبرازها للقارئ الكريم ليتسنى له فهمها بكل وضوح وهذه المفاهيم والمصطلحات هي :

#### 7-1 : الإشهار :

**لغة:** هو الإظهار والجهر بشيء ما أو أمر ما أو أي طريقة من طرق الجهر والإظهار المتعارف عليها في أي مجتمع من المجتمعات .

**اصطلاحا:** يعرفه محمد العليان "هو عملية الاتصال غير الشخصي من خلال وسائل الاتصال العامة بواسطة معلنين يدفعون ثمناً معيناً لإيصال معلومات إلى فئات معينة من المستهلكين بحيث يفصح المعلن عن شخصيته. (محمد جودت ناصر: الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، ط1، دار مجدلاوي، عمان، الأردن، 1997-1998، ص103)

#### 7-2 - : التظاهرات :

**لغة:** من الفعل تظاهر، القوم قامو بمظاهرة، أشهر الشيء

**اصطلاحا:** هي القسم في تركيب النشاط الرياضي والمرحلة الأكثر أهمية في أي نشاط، حيث تعتبر أنها محصلة عمليات الأداء الرياضي وهذا لتحقيق أعلى مستوى ممكن أو التحصيل على نتيجة جيدة أو الفوز على الآخرين (جناي عبد الحكيم وآخرون، 2003، ص30).

**إجرائيا:** هي ظاهرة إجتماعية تتحقق بتوفر عدة شروط منها المنافسين لتحقيق نتيجة سواء عامة أو خاصة

#### 8- الدراسات السابقة :

**8-1-الدراسة الأولى :** طوبال وسيم(2009) أسباب ضعف الرعاية الرياضية في الجزائر :حالة الاتحادات الرياضية الجزائرية، يهدف الباحث من خلال هذه الدراسة إلى معرفة هل عدم ترسخ ثقافة الرعاية الرياضية لدى مس وولي المؤسسات الاقتصادية من جهة، وغياب المنافسة في بعض القطاعات الاقتصادية من الأسباب المؤدية لضعف عملية الرعاية، وهل سوء التسيير والتنظيم في الاتحادات الرياضية وهل القوانين الحالية وسوء التغطية الإعلامية من العوامل التي قد تؤدي إلى ضعف الرعاية الرياضية ، وأجريت الدراسة على عينة تشمل ( 30 ) اتحادية جزائرية.

وقد اعتمد الباحث في أدوات البحث على استمارة الاستبيان الموجهة لرئيس الاتحادية أو الأمين العام، وكان المنهج المتبع المنهج الوصفي.

توصل الباحث إلى:

-عدم ترسخ ثقافة الرعاية الرياضية لدى مسؤولي هذه المؤسسات، ومن الناحية الاقتصادية تشكل الحالة الاقتصادية للمؤسسات الراعية وغياب المنافسة في بعض القطاعات أهم الأسباب، ومن ناحية الاتحاديات فان نقص التسيير الفعال والتنظيم الإداري هي من الأسباب التنظيمية التي أدت لهذا الوضع، ومن الناحية القانونية نجد أن غياب الإطار الفعال والتنظيم الإداري هي من الأسباب التنظيمية التي أدت لهذا الوضع، ومن الناحية القانونية نجد أن غياب الإطار القانوني الذي ينظم هذه العملية، كما أن الجانب الإعلامي جد هام في هذه العملية من خلال التغطية الإعلامية للإحداث الرياضية التي تنظمها الاتحادات.

**8-2- الدراسة الثانية:** جبريل محمد رجب احمد(2001 ) ترويج البطولات والمباريات الرياضية باستخدام المفهوم الحديث للتسويق استهدفت الدراسة معرفة وسائل الترويج الرياضي للبطولات باستخدام مفهوم التسويق الحديث وتوصلت إلى عدم مراعاة التخطيط الحالي لتسويق البطولات الرياضية، حاجات ورغبات المستهلك الرياضي.

و عدم وجود الإدارة المتخصصة في الاشهار وألإسياسة الحالية للتسعير لا تقنع المستفيد الرياضي بمشاهدة البطولات والمبارياتو عدم القيام بدراسات دورية على أماكن توزيع التذاكر.

**8-3-الدراسة الثالثة:** بركة زهاري، يوسفى أمال، 2010 -2011، جامعة محمد بوضياف "المسيلة": مذكرة مكملة لنيل شهادة ليسانس بعنوان تأثير الإعلام على قرار شراء المنتج، دراسة حالة مؤسسة ماتريكس .حيث انه وبعد عرض المفاهيم الأساسية المرتبطة بموضوع الدراسة: الإعلان، سلوك المستهلك، تأثير الإعلان والمزيج الترويجي على حجم المبيعات والمؤسسة، تم التطرق ميدانيا الى الكشف عن واقعها في مؤسسة ماتريكس بالاعتماد على المنهج المسحي على عينة من المستهلكين الأوفياء ومعرفة ما إذا كان للإعلان دور في التأثير على قرارالم الشرائية، خلصت هذه الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها: اعتماد المؤسسة محل الدراسة على الإعلان كأهم العوامل، يعتبر الإعلان أكثر العناصر تأثيرا بعد السعر والجودة على المستهلك على شرائه للمنتج.

8-4-الدراسة الرابعة: من إعداد الطلبة: يوسف مشيكي، احمد زواق، عمر بلحوت، الطيب بن نويوة (2004) جامعة "محمد بوضياف" المسيلة: رسالة مكملة لنيل شهادة الليسانس في علوم التسيير، فرع إدارة الأعمال، تحت إشراف الأستاذ: كمال قاسمي، بعنوان "دور الإشهار في تغيير النط الاستهلاكي"، دراسة ميدانية بحي (500) مسكن بالمسيلة، تمحورت إشكالية الدراسة حول "ما مدى تأثير الحملات الإشهار في السلوك الشرائي والنمط الاستهلاكي للمستخدمين؟" ولمعالجتها تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي وذلك بالتطرق لكافة الجوانب العملية الإشهارية وتحليلها مع تبيان أهميتها في تغيير أو توحيد السلوك الشرائي للمستهلكين اتجاه السلع أو خدمات معينة. وخلصت في النهاية مجموعة من النتائج أهمها - :أغلبية الناس يرون أن العنصر الأكثر فعالية في المزيج الترويجي هو الإشهار - .تكن أهمية الإشهار في التأثير على المستهلك بالدرجة الاولى وثم التوفير المعومات من اجل المفاضلة بين المنتوجات أو الخدمات ومن ثم تلبية حاجيات المستهلك - .العلاقة الموجودة بين الطبقات الاجتماعية ونمط الشراء ثم رجل الإشهار بالمؤشرات اللازمة لتخطيط استراتيجيات مختلفة للإشهار .

### التعليق على الدراسات السابقة:

بعد مراجعة الدراسات السابقة منها ما أجريت في الجزائر ومنها الدراسات العربية تم استعراض في هذه الدراسة عدة دراسات سابقة والتي تناولت معظمها الترويج والإشهار وكذا التسويق .ومن خلال قراءة هذه البحوث سجلت الملاحظات التالية:

-جل الدراسات استخدمت المنهج الوصفي، وأساليب احصائية متعددة لتحليل وتفسير البيانات وذلك لاختلاف مواضيع وأهداف الدراسات إلا أن معظمها استخدمت برنامج الرزم الإحصائية  
-اعتمدت أغلبها على أسلوب الاستقصاء في جمع البيانات وذلك باستخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات إلا أن بعضها مدخل المسح الشامل لجميع أفراد الدراسة ومنها من اكتفي بأخذ عينة , وهو نفس المنهج الذي اعتمده في هذه الدراسة , كما تم توظيف أداة الاستبيان في جمع البيانات والمعلومات  
-اختلفت الدراسات التي تناولت موضوع الإشهار فيما بينها من حيث مجتمع الدراسة فبعضها قد أجريت على منظمات ذات طابع انتاجي أو اقتصادي ومنها ما يجري على المواقع الإلكترونية ومنها ما يجري على المؤسسات الرياضية والاتحاديات الرياضية والأندية الرياضية المحترفة.

-اختلفت الأهداف التي سعت إليها الدراسات السابقة إما بسبب إختلاف الموضوعات أو بسبب اختلاف مجتمع الدراسة مما أدى إلى وجود نتائج متفاوتة.  
وأهم ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة :

- اختلف في المجال الزمني والمكاني عن الدراسات السابقة, حيث أن هذه الدراسة أجريت في الموسم الجامعي 2020/2019
- اختلفت الأهداف التي سعت إليها الدراسات السابقة عن أهداف الدراسة الحالية بسبب اختلاف الموضوع ومجتمع الدراسة .
- تتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بالتركيز على وجهة موظفي مديرية الشباب والرياضة لولاية المسيلة حول دور التسويق الإلكتروني في إنجاح التظاهرات الرياضية.

الجناب

الآنظري

الفصل الأول

الأشهار

**تمهيد :**

يعتبر الإشهار والترويج أحد أهم الأنشطة الاتصالية التي تركز عليها أي مؤسسة في سبيل التعريف بالسلع والخدمات التي تساهمها في العرض المتوفر في سوق معين، من هنا كان من الضروري الانطلاق من دراسة استطلاعية قبل البدء في تصميم الحملات الإشهارية الترويجية، حيث تسمح هذه الأخيرة بالتعرف على حاجات ورغبات المستهلك والتي تتحول إلى طلبات بمجرد حصول الزبون على الموارد الكافية لتحصيلها. كما تجدر الإشارة إلى أن دور الإشهار والترويج يختلف حسب عدة متغيرات، فهما مرتبطان أساسا بالخطة التسويقية بصفة عامة والإستراتيجية الاتصالية المسطرة من طرف المؤسسة بصفة خاصة، كما ترتبط وظيفتهما بالسوق الممثل في العرض والطلب وبالظرف الاقتصادي الذي تمر به المؤسسة من جهة والمميز لقطاع النشاط من جهة أخرى

## 1 - الإشهار:

## 1 - ماهية الإشهار:

يمثل الإشهار أحد الأنماط التواصلية الأساسية لترويج البضائع والسلع عبر الوسائط الإعلامية الشفوية أو المكتوبة أو المرئية الثابتة أو المتحركة، بأسلوب مباشر وصريح يتجه فيه المعلن (المشهر) بإعلانه نحو الزبون أو بأسلوب غير صريح قصد الاستمالة والإغراء العاطفي ويشير روبير لوديك إلى هيمنة الإشهار على الخطاب الاتصالي المعاصر فهو مثل الهواء الذي يستنشقه صباح مساء Robert Leduc, la publicité une force au service de l'Enterprise, Paris, Dunod, 4ème édition, 1973, p4 هذا ويشير الإشهار المنجز من طرف فرد أو جماعة إلى الرغبة في تنامي طاقة الاستهلاك لدى الزبائن أو المتلقين في ظل توقع استجابة مرغوب فيها من طرف أولئك الزبائن الحريصين على إشباع لذة تذوق الجديد، كما يقوم الإشهار بدور خطير في توجيه الرأي العام بفضل قدرته على تمرير إيديولوجيته وقيمه إلى المتلقي عبر شبكة صورولوجية قابلة للاستهلاك الآني وبشكل طبيعي، وبالنسبة إلى طبيعة الرسالة الإشهارية يمكن القول بأنها تقوم على تنظيم من العبارات الشفوية أو المكتوبة المتسمة بالإيجاز والإيقاع الخفيف داخل إطار مميز من الصور والحركات والموسيقى تنزع في الغالب إلى الخيال بخاصة إذا تم الترويج للرسالة الإشهارية عبر الوسائط السمعية البصرية، ويخضع الفعل الإشهاري إلى تنظيم من القواعد التي تحقق نجاحه وهي بمثابة شروط صحة وسلامة لتوفيقه في التداول؛ من ذلك :

- 1- تحكم صاحب الإشهار في الرسالة الإشهارية، من حيث الحجم والمدة الزمنية
- 2- عمومية الرسالة الإشهارية، وعدم اختصاصها في الغالب بكل فرد على حدة.
- 3- تضخيم السلعة في مقابلتهوين القيمة . بركات أيوب وبعلي مصطفى وبركات عبد الحق: مداخلة بعنوان "توظيف الإشهار عبر الانترنت في الاحتراف الرياضي"، الملتقى الدولي حول الاحتراف الرياضي في الجزائر، جامعة دجالي إبراهيم، الجزائر، يومي 25-26 جانفي 2009.

## 2- لمحة تاريخية عن الإشهار:

إذا نظرنا إلى مفهوم ودور الإشهار الحالي نجده تجاريا بحث، لكن إذا بحثنا في جذوره نجده وليد الدعاية التي كان يستعملها زعماء الإمبراطوريات خاصة جزيرة العرب للتاريخ في معاركهم التي كانوا منتصرين أو منهزمين فيها، أو في تجسيد وجودهم كالصور المنقوشة في الجدران والأهرامات مثلا أو التماثيل المنتشرة في شتى أنواع العالم. لكن الطابع التجاري للإشهار يظهر حسب الضرورة بحيث استعمله التجار المتنقلون لعرض سلعهم فينادوا باسمه، وكانت روما من المدن القديمة في العالم، فقد كانت مركزا تجاريا مهما في

أوروبا، لذا فقد ظهرت بوادر الإشهار الذي يشبه إلى حد كبير الإشهارات الحالية، فقد استعمل تجارها الإشهارات المكتوبة واللوحات وهذا يرجع إلى 3000 سنة قبل الميلاد.

وإن اختصرنا الوقت إلى غاية القرن 17 في 16 فيفري 1652 ظهر أول إشهار تجاري وذلك ببريطانيا أما عام 1751 فقد قام القسيس أبار بتأسيس أول جريدة تحتوي على إشهارات عن العقارات سواء عن بيعها أو عن شرائها أو كرائها، كما ظهرت في أواخر القرن 17 وبداية القرن 18 أنواع مكتوبة أخرى من الإشهارات كاللافتات والملصقات وغيرها، وقد شهد الإشهار فترة مهمة خلال القرن 19، لحدوث الثورة الصناعية التي أدت إلى زيادة الإنتاج وانتشار التعليم وخاصة على يد الصحفي الفرنسي إيميل جيرارد حيث جعل الصحف عنصرا مهما للإشهار، وقامت الجريدة بالمبادرة الأولى وقد كتب وفي أول عدد لها والذي نزل في 24 أبريل 1845 والذي نص أن الإشهار يجب أن يكون مفهوما ويقتصر على ما يلي: العنوان، الرقم الهاتفي، تباع السلعة بكذا ... وكذا ...، ومنذ ذلك الحين شهد الإشهار في الجرائد تطورا كبيرا، وبالتالي يحتل مساحات أهم، وصار جذاب أكثر وخاصة بعد استعمال الصور والرسومات وهذا التطور لم يكن إلا بعد دخول القرن 20، حيث أنه شهد نوعا من الركود في نهاية القرن 19، لكن وظيفته خلقت حيوية خاصة بالاستعمال الرسم الحائطي والمعلقات وبطبع الجرائد، لكن مع التطور العلمي وظهور التلفزة والإذاعة صار الإشهار أكثر فعالية حيث صار سمعيا وبصريا، وبهذا يحقق المزيد من الدعاية ويعطي جهودا أكبر وخاصة أنالتلفزيون هو الوسيط المباشر بين المنتج والمستهلكين وهي الوسيلة التي تحقق أكبر نجاح للإشهار. أحمد عادل رائد: الإعلام، دار النهضة العربي، 1981، ص 20-2

### 3- أهمية الإشهار :

يعتبر الإشهار من المفاهيم ذات الأهمية البالغة، وذلك على المستوى الأكاديمي حيث كان موضوعا لدراسات وبحوث في مختلف التخصصات، أو حتى من حيث الممارسة باعتباره نشاط اتصالي بين منتج لسلعة أو خدمة وبين مستهلك يريد تحصيل هذه الخدمة أو السلعة قصد الحصول على قيمتها الاستعمالية أو النفعية . لقد حددنا هنا نوعين من الجماهير، يكتسي الإشهار بالنسبة إليهم أهمية بالغة وهما المنتج والمستهلك . فبالنسبة لهذا الأخير يعد الإشهار ضرورة ملحة لتحقيق غايته في الإشباع لأنه هو الذي يزوده بالمعلومات ويحيطه إحاطة كاملة بأفضل أنواع السلع والخدمات المعروضة وكذا مواصفاتها وأسعارها وكيفية الحصول عليها، وأماكن تواجدها لكي يمكّنه من المفاضلة والتمييز بين أنواع وبدائل فيما يتعلق بالسلع من نفس الصنف. فالمستهلك قبل أن يقوم باتخاذ قرار الشراء يكون في حالة تشويش معرفي بينما يختاره وما بتوافق وما يطلبه وما يملكه من إمكانيات الحصول عليه

أما بالنسبة لفئة المنتجين فيعد الإشهار من أهم الوسائل التي تربطه بعلاقات دائمة مع جمهور المستهلكين، فهو يحث المستهلك على شراء سلعة أو تحصيل خدمة وهذا ما يؤدي إلى تصريف المنتجات في السوق وبالتالي فهو حل لمشكلة الكساد التي تترك المنتج، أما الفئة الثالثة فهي التي تلعب دور الوسيط، ألا وهي وسائل الإعلام، إذ لولاها لما وصل الإشهار إلى الجماهير العريضة، وهي أيضا لها مصلحة تتمثل في كسب قدر كبير من الجماهير، فالإشهار يشكل أهم نسبة في ميزانية هذه الوسائط. (محمد جودت ناصر: الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، ط1، دار مجدلاوي، عمان، الأردن، 1997-1998، ص102).

#### 4- أنواع الإشهار :

يقسم الإشهار إلى عدة أنواع مختلفة منها ما هو على حسب :

- طبيعة الجمهور المستهدف.

- طبيعة ونوع المعلن.

- الوسائل الإعلانية.

- الأهداف المرجوة منه.

#### 4-1- حسب طبيعة الجمهور :

##### أ- الإشهار الاستهلاكي :

وهو الموجه إلى المستهلك لسلعة معينة أو خدمة معينة، مثل إعلانات عن صابون الغسيل، المنظفات...

##### ب- الإشهار الطبقي :

وهو الذي يكون موجه إلى طبقة معينة أو فئة معينة من الجمهور.

#### 4-2- حسب نوع وطبيعة المعلن :

##### أ- إشهار دولي أو عالمي :

ويغطي أكثر من دولة واحدة، فيقوم المعلن بالإعلان عن إنتاجه من سلع أو خدمات في وسائل الإعلام في دولة أخرى كأن يعلن في مجلات أجنبية أو فضائيات وبالعكس، فقد يعلن الأجنبي عن سلعه وخدماته في داخل الوطن، أي في وسائل الإعلانات المحلية لبلد ما لخلق سوق جديد له.

##### ب- إشهار قومي أو وطني :

حيث يغطي الإعلان الدولة بأكملها، ولا يقتصر على جزء محدد أو معين من الدولة، كتلك الإعلانات التي توجه إلى المستهلكين في جميع أنحاء السوق المحلي باستخدام وسيلة اتصال عامة (جريدة يومية أو مجلة واسعة التوزيع والتغطية).

## ج- إشهار محلي :

وهو الإعلان الذي يقتصر على دائرة جغرافية محددة كالإعلانات التي تقتصر هدفها على التأثير على المستهلكين الذين يقيمون في منطقة محددة. (محمد أبو سمرة: إدارة الإعلان التجاري، ط1، دار أسمة للنشر، عمان، الأردن، 2008، ص 18).

## 4-3- حسب وسائل الإعلان :

## أ- إشهار مسموع:

ويتم من خلال الكلمة المسموعة في الإذاعات والمحاضرات والندوات والخطب ... وتعد الكلمة المسموعة أقدم وسيلة استعملها الإنسان في الإشهار، وأهم ما يميزها هو طريقة أدائها، إذ يلعب الصوت دورا بالغ الأهمية في التأثير على المتلقي بما يحمل من خصوصيات في التنغيم والنبر والجرر والهمس، وتصحب الكلمة المسموعة أحيانا الموسيقى فتزيدها طاقة كبرى على الإيحاء والوهم والتخيل، وعملا على استناره الحلم وإيقاظ الراقد في الأعماق

## ب- الإشهار المكتوب:

ويتخذ وسيلة له الصحف والمجلات والكتب والنشرات والتقارير والملصقات على جدران المدن، أو ساحاتها العامة حيث يكثر الناس، وذلك ما نلاحظه من صور لزجاجات العطر أو أنواع الصابون أو الساعات ... الخ، والأمر نفسه لما نلاحظه من إشهار على اللوحات الإعلانية الثابتة أو المتحركة في ملاعب كرة القدم مثلا، لأن ذلك يجعلها تشيع ويتسع مداها وتصل إلى أكبر قدر ممكن مكن المتلقين ... أي أن الإشهار المكتوب يتمثل في:

-الإعلانات المطبوعة، وهي الأقدم على الإطلاق بين فنون الإعلان وهي إعلانات الصحف والمجلات والدوريات والمنشورات والملصقات.

-الإعلانات غير المباشرة ومنها الكتيبات والمطويات التي ترسل بالبريد لأشخاص بعينهم.

-الإعلانات الخارجية، إعلانات الشوارع والمعارض والإعلانات على جوانب الحافلات العامة

## ج- الإشهار المسموع والمكتوب (السمعي-البصري):

وسيلته الأساسية التلفزة، ويتم بالصورة واللون والموسيقى وطريقة الأداء والحركة والموضوع، فهو إن صح التعبير، عبارة عن "ميكرو فيلم" يتعاون على إنتاجه وإنجازه فريق عمل متخصص في: الإخراج والديكور ووضع الأثاث، والحلاقة والتجميل، والإضاءة والتسجيل وضبط الصوت والتركييب والتمثيل... الخ، وهذا يبين أهمية الإشهار كخطاب سار في المجتمع فهو يساعد المعلن على إبلاغ رسالته الإعلانية إلى جمهور

المشاهدين بطريقة تستطيع جذب انتباههم وتشجعهم على شراء السلعة. (بشير إبرير: مقال بعنوان "بلاغة الصورة وفعالية التأثير في الخطاب الإشهاري"، مجلة الموقف الأدبي، تموز 2005، العدد 411).

ومن بين الوسائل الإعلانية المرئية التي تشارك التلفزيون مزايه الإعلانية هي السينما وأهم ميزة تميز السينما هي الشاشة وبالتالي كبر حجم الصورة المعروضة، وتأتي السينمائي في آخر قائمة الوسائل الإعلانية لأن نصيبها من جملة الإنفاق الإعلاني نسبة ضئيلة.

ومن بين الوسائل الإعلانية المرئية الأخرى هي الانترنت وهي استخدام تكنولوجيا المعلومات للتعريف بالفوائد والخدمات وللربط الفعال بين الوظائف التي يوفرها البائعون والمشترون، ويمكن للإعلانات عبر الانترنت أن تتم بالتفاعل مع الجمهور.

#### 4-4- حسب الهدف المطلوب:

يهدف الإشهار إلى ترويج وبيع سلعة أو خدمة معينة وهنا ينقسم الإشهار إلى:

##### أ- إشهار أولي:

حيث يهدف الإشهار إلى ترويج بيع سلعة أو خدمة بغض النظر عن الماركات أو العلامات التجارية، مثال ذلك القيام بحملة إعلانات لترويج زيت الزيتون أو أعشاب علاجية أو ما شابه ذلك مثل الحليب واللبن وفوائده وضرورته للمستهلك بغض النظر عن الماركة.

##### ب- إشهار اختياري:

ويهدف هذا الإشهار إلى التأثير على سلوك المستهلكين للتوجه إلى شراء ماركة معينة دون غيرها من الماركات أو العلامات التجارية.

##### ج- إشهار توجيهي:

يهدف هذا الإشهار لتوجيه الجمهور للتعامل مع مؤسسة معينة بكافة إنتاجاتها وسلعها وخدماتها عن طريق إلصاق أهم المؤسسة أو المشروع في ذهن القارئ دون تفاصيل وافية عن السلع أو الخدمات المباشرة كالإعلان الذي يركز على اسم للمصرف معين أو شركة اتصالات معينة أو شركة إنتاج ألبسة معينة. (محمد أبو سمرة: إدارة الإعلان التجاري، مرجع سابق، ص 5)

#### 5- الرعاية الإشهارية:

هي شكل من أشكال التمويل والدعم والمساهمة يقوم بها شخص معنوي لعمليات تهدف إلى ترقية البرامج والتظاهرات والأنشطة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والرياضية بشكل يسمح بترقية اسم هذا الشخص المعنوي أو علامته التجارية أو أنشطته أو خدماته.

**5-1- الرعاية :**

وهي مساهمة شخص طبيعي أو معنوي لتمويل نشاط ما أو دعمه أو ترقيته مقابل حقه في إبراز اسمه أو الاسم التجاري لشركته قصد ترقية سمعته بشرط ألا يكون القصد من وراء ذلك بصفة مباشرة أي الترقية التجارية للمواد أو المنتجات أو الخدمات من خلال ذلك النشاط.

**5-2- الرعاية الفنية والأدبية:**

وهي شكل من أشكال التمويل أو الدعم أو الترقية يقوم بها شخص طبيعي أو معنوي قصد المساهمة في إنجاز برامج أو تنظيم أنشطة ذات أهمية ثقافية أو علمية أو فنية أو اجتماعية موجهة للبحث أو العرض.

**5-3- الإشراف:**

وهو وضع تظاهرة ما تحت سمعة شخص طبيعي أو معنوي

الفصل الثاني

التظاهرات

الرياضية

**تمهيد:**

تعد المنافسات ظاهرة طبيعية في الحياة الإنسانية، فلا يجب أن تكون أقل مكانة أو منزلة من غيرها وهي عامل قوي من عوامل البحث على العمل ومحاولة الإتقان والتطور والارتقاء بالمستوى. فالأعمال التي تخلو من عنصر المنافسة يصبح التقدم بطيء والفرق واضح، بين أن يقوم أحدنا بتمارين لوحده وبين ان يشارك في مباراة أو نشاط رياضي. عموما المنافسة السليمة من أهد الأساليب المستخدمة لتطوير القدرات وتحسينها، وكذلك هي اسلوب من أساليب البحث عن العمل والرقي وارتقاء المستوى للأداء البشري خاصة في المجال الإداري والرياضي.

**1- ماهية الدورات الرياضية:**

هي سلسلة المنافسات التي تقام بين مجموعة الوحدات افرادا وجماعات، يقصد تحديد الفائز من بينهم او ترتيبهم حسب نتائجهم. وهي وسيلة للتعبير عن كثير من الحاجات الضرورية للأفراد والجماعات ومن اهمها المنافسة من حيث انها ظاهرة طبيعية في الإنسان قوامها أن الفرد او الجماعة ال جيب ان يكون اقل كفاءة من الآخرين، والمنافسة السليمة تشكل عاملا مهما من عوامل الإلتقان والتقدم والارتقاء بالمستوى خاصة في المجال الرياضي. فالنشاط الحال من المنافسة يدعو إلى الملل والسأم ويحتاج إلى قدر كبير من التركيز والإدارة وتنظيم اساليب المنافسة تكون قد اسهمت بقدر كبير في رفع المستوى الفني والتربوي للنشاط الرياضي من الأفراد والجماعات (مروان عبد المجيد إبراهيم، 2002، ص9)

**2- مفهوم المنافسة حسب بعض العلماء :**

المنافسة هي القسم الرئيسي في تركيب النشاط الرياضي وهي المرحلة الأكثر أهمية لأي نشاط، حيث تعتبر محصلة جميع العمليات لأراء الإداري وهذا لتحقيق أعلى مستوى ممكن أو التحصل على نتيجة جيدة للفوز على الآخرين. والمنافسة في رأي darmanbal هي ذلك الصراع القائم بين فردين أو أكثر ، وهي الوضعية التي يكون فيها المشاركون غير متساوون من حيث القدرات والكفاءات ويتبنى ذلك عن طريق اختلاف نتائجهم والأرقام والمراتب التي يحصلون عليها.

أما randan-haget-rossا فريون أن المنافسة نوعان:

الأول يتجسد في نشاط رياضي يريد فيه الرياضي تحطيم الرقم القياسي الشخصي، أي انه ينافس نفسه عكس المظهر المباشر أين يكون الرياضي امام منافس او مجموعة منافسين يحاول كل واحد منهم إحراز النصر أو التحصل على المرتبة الأولى وهذا ما نراه في كل الرياضات. (تيطراوي عبد الباسط وآخرون، 2007، ص47)

تعرفها "مارغريت ماد " بقولها هي بني فردين أو مجموعة من الأفراد يدخلون المنافسة من أجل المنافسة والشهرة ونيل مكانة في المجتمع.

يعرفها "شارس" بقوله هي صراع بني فردين أو مجموعة من الأفراد للوصول إلى هدف موحد أو التحصل على نتيجة معينة (نجاي عبد الكريم، وآخرون، 2009، ص29)

**3- مفهوم المنافسة عامة:**

تعتبر المنافسة الرياضية من العوامل الهامة والضرورية لكل نشاط رياضي، سواء المنافسة مع الذات أو المنافسة في مواجهة العوامل الطبيعية، أوفي مواجهة منافس وجها لوجه، أو المنافسة في مواجهة منافسين آخرين ، وغير ذلكمن أنواع المنافسة الرياضية.

يعتمد الباحثون في تعريف المنافسة بشكل عام على وصف عملياتها، فهناك العديد من المفاهيم التي قدمها هؤلاء الباحثين كتعريف للمنافسة، ومنبين تلك المفاهيم التعريف الذي قدمه "مورثون دويش" عام 1996م والذي اشار الى ان المنافسة بصفة عامة هي "موقف تتوزع فيه المكافآت بصورة غير متساوية بين المشتركين او المتنافسين وهذا يعني أن مكافأة الفائز في المنافسة تختلف عن مكافأة غير الفائز أو المنهزم".

وهذا التعريف الذي قدمه "دويش" كان أساسا للمقارنة بين عمليتي المنافسة والتعاون، على أساس أن التعاون على التنافس يقصد به أن المشاركين يقتسمون المكافآت بصورة متساوية أو طبقا لإسهامات كل فرد وليس كما هو الحال في المنافسة (محمد حسن عاليوي، 2002، ص 22).

#### 4- أسس و مراحل المنافسات الرياضية :

##### 4-1-الاسس الواجب مراعاتها عند ادارة المنافسات الرياضية :

هناك أسس هامة يلزم مراعاتها عند إدارة المنافسات الرياضية وهذا لتحقيق أغراضها وضمان جناحها ومن أهمها:

##### أ-المنشآت الرياضية:

يجب ان تعد الميادين قبل بدأ المنافسة مع مراعاة الابعاد والمقاييس المتفق عليها دوليا إن أمكن ذلك وهذا حسب نوع النشاط الذي تحتضنه المنافسة.

##### ب-الوسائل الرياضية:

ونعني بها الادوات والتجهيزات التي تساعد الرياضي على ممارسة نشاطه على أكمل وجه وتجرب هذه الادوات من مدى صلاحيتها وتصنف من حيث الوزن، الطول، الحجم والعدد(نجاي عبد الحكيم ،ص 29 - 30)

##### ج-عدد المتنافسين والمتنافسات:

من أهم الاسس التي تبني عليها المنافسة هي إحصاء عدد الرياضيين من الجنسين، حتى يتسنى ضبط المعطيات النهائية التي من خلالها تجرى المنافسة.

##### ج-تخطيط برنامج المؤسسة:

تعمل الجمعية على أن يكون البرنامج في متناول كل الرياضيين والفرق المشاركة، من ناحية المكان والزمان حيث تعلم جميع الفرق المشاركة ببرنامج المنافسة قبل بدئها ، حتى يتوفر لهم الوقت اللازم لإعداد رياضيينهم على أكمل وجه ، ويتضمن البرنامج المثالي للمنافسات على ما يلي:

- تاريخ المنافسة وموعدها بالتحديد
- مكان المنافسة بالضبط
- المشاركين في المنافسة.
- نوع المنافسة وهو أهم عنصر يجب اعتماده (تيطراوي عبد الباسط و اخرون 2007 ص 49, 48).

#### د-الدعاية:

من وسائل نجاح أي منافسة رياضية الدعاية والاعلام الرياضي، لذلك فعلى المنظم أن يتقن أساليب الدعاية ليضمن مشاركة أكبر عدد من المشاركين ومن الاساليب المتخصصة في ذلك:

- استخدام لوحات الاعلان في معظم ارجاء الاماكن التي ستقام فيها المنافسة.
- إرسال البرنامج النهائي للجرائد والاذاعة والتلفزيون بغرض شمولية الدعاية (حسن السيد عوض ، ص 28, 29).

#### 4-2- المراحل الاساسية في تنظيم المنافسات الرياضية:

لإدارة برنامج المنافسات الرياضية بطريقة ناجحة، يجب على الهيئة المنظمة للمنافسة أن تنتهج أسلوباً سليماً، وأن تتبع الخطوات المنطقية في قيامها بهذا العمل، فتبدأ بتحديد الغرض من التظاهرة ثم تنتقل الى وضع البرنامج وواحة النشاط الذي تشتغل عليه، ويلى ذلك وضع سياسة إدارية وكيفية تشكيل الفرق الرياضية، وقد تختلف المنافسات الرياضية من حيث الحجم، وبالتالي من حيث كمية وتنوع الاعمال اللازمة لتنظيمها وإدارتها، ولكن الخطوات التي يجب مراعاتها في أي منافسة رياضية لا تختلف من حيث المبدأ وإدارة المنافسات تلك الخطوات تتمثل في :

- ✓ تحديد الغرض من المنافسة.
- ✓ وضع السياسة الادارية.
- ✓ تقسيم العمل وتوزيعه على اللجان المختلفة.
- ✓ تهيئة جو العمل.
- ✓ القيام بالعمل.

✓ المتابعة والتنظيم.

### 5- الغرض من المنافسات الرياضية :

تعلم اي مهارة او اكتساب خبرة ليس له معنى بالنسبة للمتعلم إذ لم يجد فرصة للاستخدام هذه المهارات في حالات يبين لبعض حاجاته ورغباته.

ففي مرحلة الطفولة مثال يتدرب الطفل ليكتسب اللياقة البدنية المتكاملة، ويتعلم كل المهارات الفردية أو الجماعية التكتيكية، فلا يقبل الطفل هذا الجهد بارتياح إذا لم يجد فرصة سانحة لاستخدام هذه المهارات والخبرات، فإنه عن طريق المنافسة نستطيع تلبية حاجيات الطفل النفسية دون أن نترك ذلك للصدفة أو عوامل أخرى، فالمنافسة تعتبر امكانية تربوية ذات أبعاد عميقة، يمكن أن تؤثر ايجابيا إذا ما وضعت تحت إشراف أيدي سليمة وقيادة تربوية رشيدة، لذا فمن واجبنا ان نتعرف على اهم الاغراض الايجابية التي يمكن للمنافسات أن تعمل على تحقيقها .

### 5-1- تطوير طرق التدريب و الارتقاء بالمستوى الفني في الاداء الرياضي:

في بعض المنافسات الرياضية تتضح نواحي الضعف والقوة في الاداء عند الطفل، وفي أداء الجماعة للوحدة متجانسة متعاونة كما يمكن في هذه المباريات تعديل وتطوير طرق التدريب حتى تقوى نقاط الضعف ويرتفع المستوى.

### 5-2- الاهتمام بالمهارات العقلية:

لكي يرقى الطفل أو الجماعة على مستوى المنافسة الرياضية، ولكي يستطيع أن يدخل ميدان الدورات الرياضية وهو يشعر بكفاءة وثقة في النفس، كان إجباريا عليه أن يتقنهم قوانين اللعبة التي يمارسها نصا وروحا، وأن يعرف كذلك سبيل استخدام كل مهارة وأن يعرف ماله وما عليه اثناء المنافسة، كل هذه المهارات تتطلب مقدرة عظيمة ذات مستوى معين من هذا الباب، كما لا ينسى الاهتمام والعناية بالناحية العقلية، التي تعتبر من اهم الاغراض التربوية للتدريب الرياضي والاستعداد للمنافسة الرياضية .

### 5-3- اكتساب الصحة المتكاملة و توازن الشخصية:

إن الاشتراك في المنافسة يتطلب من الانسان مستوى اعلى، من مجرد الصحة البدنية العادية او حتى الصحة المتكاملة، إذ يجب على الرياضي الوصول الى المستوى الجيد في اللياقة البدنية العامة عقلية، واجتماعية والتي تأتي عن طريق التدريب المتواصل، ويجب على الرياضي أن يتبع القواعد والاسس السليمة في الحياة من خلال العمل و النمو، الراحة واتباع العادات الصحية وعدم التدخين والابتعاد عن الكحول(تيطراوي عبد الباسط ، 2007 ، ص 50).

**4-5- النمو الاجتماعي:**

ان الرياضي حين يشترك في المنافسات الرياضية تتيح له الفرصة ان يعرف نفسه بالنسبة للآخرين بطريقة اكثر وضوحا، ويتأكد من انه فرد متكامل المواهب والقدرات كما ان الاحتكاك بزملائه عن قرب وكذا اعضاء الفرق المنافسة يتيح له الفرصة كي يلم بالسلوك البشري في المواقف المتباينة، بين الهدوء والانفعال وبين الدور وعدم الرضى ويزيد ذلك من معرفته للناس واطراف مجتمعه الذي يعيش فيه .

**5-5- ممارسة الاسلوب الديمقراطي في الحياة:**

اثاء المنافسات الرياضية يمارس الرياضي الاكثر من مقومات الحياة الديمقراطية هي:

- ✓ احترام حقوق الاخرين .
- ✓ احترام السلطة القانونية (الهيئة المسيرة).
- ✓ مراعاة القواع والقوانين .
- ✓ عدم التفرقة بين الاشخاص بسبب الدين، اللون او المركز الاجتماعي .
- ✓ تقدير الفرد تبعا لمقدار الجهد الذي يبذله .
- ✓ العمل مع الاخرين متعاوننا لتحقيق الهدف الجماع .
- ✓ احترام الخصم ومحاولة الفوز بطريقة شريفة.

**5-6- تنمية النضج الانفعالي:**

ان معرفة الرياضي لنواحي القوة والضعف واعترافه بذلك، هي الخطوة الاولى في سبيل النقد الذاتي واولى العلامات الدالة على النضج الانفعالي، وهذا يدفع الرياضي الى ان يدرس اسباب هذا الضعف عن طريق ممارسة التقويم النفسي.

**5-7- تلقين الصفات الخلقية الايجابية:**

ان افضل الطرق لاكتساب الصفات الخلقية الايجابية كالاتحاد على النفس و الشجاعة وتحمل المسؤولية .... الخ هي طريقة المنافسة (تيطراوي عبد الباسط و آخرون ، 2007 ، ص 51).

**5-8- حسن قضاء وقت الفراغ:**

ان اكبر المشاكل المتواجدة حاليا هي ازدياد وقت الفراغ ، ومن الملاحظ على ان اغلب الانحرافات ترجع لوجود فائض في وقت الفراغ، وللقضاء على بعض هذه السلبيات يمكن اقامة بعض المنافسات الرياضية، وخاصة اذا وضعنا في عين الاعتبار الوقت التحضيري للمنافسة من تدريب مستمر ومنتظم، وبذلك تكون

المنافسة الرياضية احدى الوسائل الناجحة والقوية والاكثر مساهمة في تربية هذا الجزء الهام من السمات التربوية للشعوب والامم في عصرنا هذا.

#### 6- أنواع الدورات الرياضية:

الدورات الرياضية اما ان تكون في نشاط واحد كبطولة العامل للجمباز، او تكون لأكثر من نشاط رياضي كدورة العاب البحر الابيض المتوسط والتي تشتمل على العاب منها الجمباز، كرة القدم و الكرة الطائرة..... الخ، وقد تكون الدورة الرياضية على مستوى محلي ضيق كبطولة محافظة في كرة القدم او على مستوى محلي يشمل البلاد كلها ، او تكون على مستوى اقليمي بحيث يشمل اقليم اكثر من دولة كدول البحر الابيض المتوسط، او الدورة العربية المدرسية ، او على مستوى عالمي كبطولة العالم لكرة القدم او الدورات الاولمبية الرياضية، وعلى ذلك فالدورات الرياضية تتسع وتضيق بالنسبة لعدد او حسب النشاطات التي تحتويها، كما تضيق وتتسع بالنسبة للوحدة الجغرافية التي تشملها (مروان عبد المجيد ابراهيم ، 2002 ، ص 9).

#### 7-تنظيم المسابقات الرياضية:

أكد جعفر يفصح اطار بوزارة الشباب والرياضة والمسؤول عن تنظيم التظاهرات الرياضية بالجزائر، على ان الدول المنظمة لمثل هذه التظاهرات تجني ارباح طائلة كما تساهم في النهوض بالمنشآت القاعدية لهذه البلدان والتعريف بها دوليا من خلال:

- ✓ تحقيق مداخيل مالية معتبرة من وراء العقود الاشهارية وبعض العمليات المرتبطة بتسويق (FIFA)
- ✓ تحقيق مداخيل وارباح من خلال المردود السياحي.
- ✓ استفادة الموظفين بعد تنظيم المظاهرة من تحسين وسائل المواصلات كإنجاز مطارات وتوسيع شبكة الطرقات والمنشآت القاعدية.
- ✓ خلق مناصب شغل مؤقتة للعاطلين عن العمل.
- ✓ استفادة الشركات الاقتصادية الكبرى المهمة بالأمور الرياضية من تسويق منتجاتها كالألبسة الرياضية.

✓ استفادة البلد المنظم من العد المالي المقدم من طرف الفيفا لإنجاز المنشآت الرياضية.

كما اكد وزير الشباب والرياضة اليمني في خضم المؤتمر الرياضي اقيم قبل استضافة خليجي 20 ،على اهمية تأهيل المنشآت الرياضية والمرافق التابعة لها وهذا لما تحمله من اهمية بالغة في جناح تنظيم هذه التظاهرة الرياضية لمالها من فائدة اقتصادية وسياحية تعود على البلد المنظم .

واشار كذلك على استفادة ابناء المحافظة من فرص عمل للشباب وتوفير عوامل الجذب السياحي والاستثماري، من خلال المنافسات السياحية لخلق سوق تجارية حقيقية، مؤكدا دعم الدولة واستعدادها لتوفير المساحات المطلوبة من اراضي لبناء المنشآت الرياضية باعتبارها خطوة هامة في طريق بناء البنية التحتية واحداث تطور تنموي شامل يقود الى تحقيق انجازات لصالح الرياضة ولصالح الوطن ( ابو العلاء احمد عبد الفتاح ، 1997 ، ص 25-26).

#### 7-1-1 انواع المنافسات الرياضية:

هناك انواع مختلفة للمنافسات الرياضية فهناك التمهيدية والمنافسات الرئيسية ( الرسمية ) .

#### 7-1-1-1 المنافسة التمهيدية :

ويعتبر هذا النوع من المنافسات نوعا تجريبيا يستخدمه المدرب لتعويد الرياضي على الشكل المبدئي للمنافسات، ويعتبر وسيلة من وسائل الاعداد المتكامل.

#### 7-1-2-1 المنافسة الاختبارية:

وتستخدم المنافسة الاختبارية لغرض اختبار مستوى اعداد الرياضي، ودراسة تأثير مراحل التدريب المختلفة على الحالة التدريبية، والتعرف على نقاط الضعف والقوة، ودراسة تركيب النشاط التنافسي، وبناءا على تحليل نتائج هذه المنافسة يتم التخطيط للبرنامج التدريبي للمرحلة المقبلة.

#### 7-1-3-1 المنافسة التجريبية :

يتم خلال هذه المنافسة التركيز على نموذج المنافسة الرئيسية التي يشارك فيها الرياضي، وبصفة خاصة على الدور المطلوب منه خلال هذه المنافسة، وفي هذه الحالة يجب توفر كافة الظروف المشابهة للظروف الرئيسية بأقصى درجة ممكنة.

#### 7-1-4-1 منافسات الانتقاء :

يتم بناءا على هذه المنافسة انتقاء الرياضيين وتشكيل الفريق في المنافسات الرئيسية.

#### 7-1-5-1 المنافسة الرئيسية:

تعتبر الهدف الرئيسي من المشاركة في المنافسات الرسمية هو تحقيق اعلى مستوى ممكن، ويتحقق ذلك من خلال التعبئة القصوى لكافة امكانيات الرياضي البدنية، المهارية، الخططية والنفسية.

#### 7-2-1 طرق تنظيم المسابقات:

#### 7-2-1-1 طريقة خروج المغلوب من مرة واحدة:



يكون عدد الفرق زوجيا فيلاعب كل فريق فريقا كما بالشكل المبين ( مروان عبد المجيد ابراهيم ، 2002 ، ص 33).

**ثانيا- اذا كان عدد الفرق لم يكن من قوى العدد 2:**  
**الاستبقاء:**

هو بقاء فريق او اكثر دون لعب الدور الاول من الدورة والغرض من هذا هو الحصول على عدد من الفرق يساوي قوة من قوى العدد 2، الدور الثاني من الدورة حتى تسير بشكل متزن ومضبوط وحتى لا تواجه مشكلة وجود عدد فردي من الفرق في الادوار النهائية من اللعبة، واول شرط من شروط الاستبقاء بطرح عدد المشاركين من اقرب قوة للرقم 2 اكبر من عدد المشاركين ، ويراعي توزيع الاستبقاء على نصف الجدول ( النصف العلى و النصف الاقل) ، ( مروان عبد المجيد ابراهيم ، 2002 ، ص 34)

**7-2-2- طريقة خروج المغلوب من مرتين:**

لإيجاد عدد مباريات في هذا النوع تستخدم المعادلة التالية:

عدد المباريات =  $N \times 2 - 1$  حيث:  $N$  هو عدد الفرق المشاركة.

عند رسم الجدول الخاص بالدورة على طريقة خروج المغلوب من مرتين يكون الجدول مزدوجا بحيث يتجه سهم الغالب الى اليمين وسهم المغلوب الى اليسار اما من يهزم مرة ثانية فيسقط من الجدول كله.

**7-2-3- طريقة الدوري :**

هذه الطريقة اعدل الطرق من ناحية تنظيم الدورات والبطولات الرياضية وهي المفضلة دائما كلما امكن استخدامها، وفي هذه الطريقة يلاعب كل الفرق او فرد الفرق او اللاعبين الاخرين وهناك نوعين من الدوري .  
**أ-دوري مزدوج او كامل:**

ويلاعب كل فريق الفرق الاخرى مرتين ويكون اللعب عادة على ارض الفريقين بالتبادل وهذا النوع افضل انواع الدورات ويحسن استخدامه كلما كان ذلك في الامكان .

**ب- النصف دوري:**

وفيه يلاعب كل فريق الفرق الاخرى مرة واحدة ويكون اللعب على ارض محايدة.

**7-2-3-1- مميزات طريقة الدوري:**

- تستمر متعة التنافس مدة طويلة .
- تضمن قسطا او فرض العدل في اعطاء كل الفرق فرص الفوز .
- تجعل كل الفرق المشتركة نشيطة عاملة حتى نهاية الموسم.

### 7-2-3-2- عيوب هذه الطريقة:

قد يكون في المأخذ الوحيد الذي يواجهه هذه الطريقة هو طول المدة اللازمة لإتمامها وكثرة مبارياتها وهذا يحتاج لزمان طويل كما أنه يحتاج لعدد كبير من التسهيلات والادوات والاداريين(مروان عبد المجيد ابراهيم ، 2002، ص 36).

### 7-2-4- طريقة المزج :

تستخدم هذه الطريقة في حالة اشتراك عدد كبير من الفرق في بطولة من البطولات ، حيث تحقيق النتائج المطلوبة تتمثل فيها الدقة وتكافؤ الفرص، دون استغراق ذلك وقتا طويلا فمثلا اذا اقمنا دورة لعشرين فريقا لان ذلك يتطلب اجراء 190 مباراة بطريقة دورية من مرة واحدة و 39 مباراة بطريقة خروج المغلوب من مرتين و 19 مباراة بطريقة خروج المغلوب من مرة واحدة ، ففي الحالة الاولى تستغرق الدورة وقتا طويلا جدا قد لا يكون متوفرا ، وفي الحالة الثانية والثالثة قد لا تعطي عدد المباريات لكل فريق فرص كافية لإضهار قدرته وقوة تحمله، كذلك لا تعطينا هاتان الطريقتان الا الاولى والثانية على الاكثر كما سبق شرحه، وعلى ذلك استغلال ميزات الطرق المختلفة مجتمعه قد يحقق اهدافنا من ناحية اقتصادية في الوقت واعطاء الفرص الكافية للجميع والحصول على النتائج المطلوبة وهذا ما تحققه طريقة المزج( مروان عبد المجيد ابراهيم ، 2002 ص 34).

**مثال :** ترتيب الفرق للقرعة الى خمس مجموعات مع مراعاة توزيع الفرق القوية ان كانت معرفة على مجموعات لكي لا تصطدم ببعضها مبكرا .

✓ تجرى بين فرق كل مجموعة دورة بطريقة الترضية (20 مباراة).

✓ تقسم الفرق حسب نتائجها في الخطوة السابقة الى المجموعات التالية :

أ- المجموعة الاولى: وهي التي انتصرت مرتين ( د و ط ص ق ).

ب - المجموعة الثانية: وهي التي انتصرت اولا وانتصرت ثانيا ( ب ج ك ف س ).

ت - المجموعة الثالثة : وهي التي هزمت اولا وانتصرت ثانيا ( أ س ي ع ز ).

ث - المجموعة الرابعة: وهي التي هزمت مرتين ( ج ه ل م ن ).

✓ تجرى بين كل مجموعة من المجموعات الاربعة دورة بطريقة الدوري من مرة واحدة لتحديد ترتيبها (

$$10 \times 4 = 40 \text{ مباراة}).$$

✓ يؤخذ اوائل المجموعات بنسب متفاوتة حسب قوتها ويجرى بينها المباراة الختامية بالطريقة التي

تتناسب والنتائج المطلوبة ، فمثال يؤخذ من المجموعة الاولى وهي اقوى المجموعات ثلاث فرق

ويؤخذ من المجموعتين الثانية والثالثة فريقان كما تؤخذ من المجموعة الرابعة فريق واحد وبذلك يكون مجموع من يدخل الدور النهائي ثمانية فرق.

تقام المباريات النهائية بين الفرق الثمانية بطريقة دورية او خروج المغلوب حسب النتائج المطلوبة والوقت المحدد للدورة وهي تستغرق اما 28 مباراة في الحالة الاولى او 07 مباريات في الحالة الثانية ( مروان عبد المجيد ابراهيم ، 2002 ص 43)

#### 7-2-4-1- مميزات هذه الطريقة :

- تستغرق المباراة وقتا معقولا لعدد كبير من الفرق.
  - يتم تقسيم المجموعة الكبيرة الى مجموعات صغيرة متكافئة القوى فلا يتقابل القوى مع الضعيف.
  - تحقيق مبدأ التكافؤ للفرص على كل المستويات المشتركة .
  - تعطي للفريق فرصة كافية للاستمرار في النشاط قبل ان يقرر اخراجه او تحديد نتائجه حسب الدورة الختامية المتبعة.
  - تعطي النتائج الدقيقة.
- خلاصة :**

تطرقنا في هذا الفصل إلى ماهية الدورات الرياضية بأنها سلسلة المنافسة التي تقام بين مجموعة الوحدات أفرادا وجماعات، بقصد تحديد الفائز من بينهم أو ترتيبهم حسب نتائجهم، وتم التطرق إلى الاسس الواجب مراعاتها عند إدارة منافسة رياضية والمراحل الاساسية في تنظيم المنافسات الرياضية، كما تطرقنا إلى الغرض من المنافسات الرياضية وأنواع الدورات الرياضية، وفي النهاية تطرقنا إلى طرق تنظيم المسابقات الرياضية .

الفصل الثالث

المؤسسات

الرياضية

**تمهيد:**

المؤسسات الرياضية مهما اختلف تصنيفها تتكون من مجموعات وأفراد يتفاعلون فيما بينهم لإتمام وظائف تلك المؤسسات فضلا عن الأهداف الاجتماعية التي تؤديها تلك المؤسسات لخدمة المجتمع الذي توجد فيه وتأثيرها على ذلك المجتمع.

تختلف طبيعة المؤسسات الرياضية طبقا لنوع النشاط الممارس وطبقا لأهداف تلك الأنشطة فالأنشطة الأندية تختلف عن الاتحاديات وتختلف عن مديريات الشباب والرياضة.... الخ، وتختلف كل مؤسسة عن أخرى طبقا لطبيعة النشاط الممارس وطبقا لهدف كل مؤسسة، ونتيجة لذلك نجد كل مؤسسة من هذه المؤسسات لها أهدافها التي تحدد نشاطاتها وسياستها الخدمية.

**1- مفهوم المؤسسة**

إن مفهوم المؤسسة لا يمكن الإشارة إليه بتعبير واحد بل هناك مجموعة من المفاهيم تتأتى من جوانب عدة، اقتصادية و اجتماعية و خاصة قانونية حيث هي ذات تطور تاريخي مستمر. ففي سياق الجانب الاقتصادي ، تمثل المؤسسة هيكل تنظيم يركز على تفعيل مجموعة من العوامل قصد تحقيق إنتاج إذن الغاية الأسمى لعمل المؤسسة هي الوظيفة الإنتاجية للخدمة أو السلعة ، أما من الجانب الاجتماعي فالمؤسسة مكون اجتماعي (الاسرة، الفرد) ينشط في نطاق معين لأداء وظيفة اجتماعية لبلوغ أهداف منها تحقيق مقابل ، توفير الرفاهية الاجتماعية.....، و بهذا فإن الفرد الكائن في هذا الموقف يعتبر أحد عوامل الإنتاج الأساسية هذا ما يبرز الفرق بين المؤسسة الاقتصادية التي تهدف إلى تحقيق الربحية ، و المؤسسة الاجتماعية التي تمثل بنية خلوية لها أهداف اجتماعية أي ذات طابع اجتماعي محض.

**2- المؤسسة الرياضية وفلسفة المجتمع:**

عموما ما يحقق النشاط البدني الرياضي أهداف اجتماعية سامية، فإضافة إلى كون الرياضة هواية يمارسها الكثيرون ، هي حق لكل فرد من أفراد المجتمع و فن يمكن الاحتراف فيه هذا ما يسمى فلسفة المجتمع اتجاه الرياضة. وفق ذلك تقوم و تنشأ المؤسسات الرياضية باختلاف أنواعها لتعد الفرد بدنيا و عقليا و اجتماعيا بصورة متكاملة. و نظرا للطلب و الحاجة المتزايد لمثل هذه الهيئات التي تمارس فيها الأنشطة الرياضية و التخصص و سمو المهارات ، نظمت هذه الاداءات في أندية هاوية و شبه محترفة و أخرى محترفة ، حيث أن مع الفلسفة الاجتماعية الطاغي عليها طابع العولمة أصبحت الاهتمامات توجه نحو الأندية الرياضية المحترفة التي تجمع بين الممارسة الرياضية و تحقيق الربح المادي ، يجري ذلك في إطار قانون ووفق سلم تنظيمي محكم مثل الفدراليات و الجمعيات الرياضية و الأندية و الفرق...الخ.

فبعد مرور ممارسة هذه الأنشطة عبر مراحل الهواية و الترويج في التجمعات الرياضية المختلفة ، أصبحت تشكل مؤسسات تجمع بين عدة عوامل لتبلغ أهداف معينة ، فباتت مواضيعها الأنشطة التجارية و الصناعية تحت قيادة هيئة إدارية تحدد برامج العمل و تنفذها ثم تراقب النتائج ، أما من الناحية القانونية فأصبحت هذه الهيئات تخضع للقانون التجاري و المدني الذي يحكم كل ما يتعلق بهذه المؤسسات.

و من هذا يمكننا استخلاص أن موضوع و أهمية المؤسسة الرياضية في مجتمع معين ، يتوقف على الفلسفة السائدة فيه رغم الإدراك غير كافي بأهميتها الاجتماعية و الاقتصادية و الثقافية ، و هنا يمكننا التأكيد على أن للرياضة بعد فلسفي كعميق ، حيث ارتبط دورها بالمهام الدينية و قوانين الحكم المثبتة إضافة

إلى أنها مجرد غرض يحققه الرياضيون كعمل مقدس ، و تختلف فلسفة الرياضة عند المجتمعات باختلافها فتتغير حسب الاتجاهات و الديانة و الثقافة السائدة ( مروان 2000 ، ص 48).

### 3-الهيئات الرياضية:

النشاط البدني الرياضي فاعل قوي في تأسيس الثقافات و تتميتها ، و له القدرة الكبيرة على التنشئة الاجتماعية ، و البناء و التطور و الازدهار يرتكز على قيم عدة نذكر منها التنظيم ، المنافسة ، اللياقة البدنية ، و تحقيق البطولات ، و الأرقام القياسية فعبّر تلك القيم يكون :

الاتحادات الدولية الأولمبية IOF

اللجنة الأولمبية الأهلية NOC

الاتحادات غير أولمبية الوطنية INF

الاتحادات الأولمبية الوطنية ION

الأندية الرياضية SC

للنشاط البدني الرياضي بعد فلسفي و مهام دينية ، إلا أنه سرعان ما تحت هاته المبادئ و أصبحت أهداف الممارسة مادية و تجارية بحتة ، و أتى التنظيم الجديد لذلك النشاط الذي ينجز في هيئات رياضية تشمل على هيئات أهلية و أخرى حكومية.

### 3-1- الهيئات الرياضية الحكومية :

و هي مؤسسات تفوضها الحكومة عنها لإدارة و تسيير النشاطات البدنية و الرياضية منها وزارات الشبيبة والرياضة، هيئات عامة للشباب والرياضة أو مؤسسات حيث تختلف التسمية من دولة لأخرى، وإلى جانب هاته المؤسسات نجد وزارات التربية والتعليم كونها مسؤولة عن برامج تربية وتعليم النشأ والشباب عبر مختلف مراحل التكوين و التعليم .

### 3-2- الهيئات الرياضية الأهلية :

صاحبة الحصص الكبرى لممارسة النشاط البدني و الرياضي في المجتمع لاختلافها و تعددها و انتشارها و تمثل الهيئة الأهلية كل جماعة ذات تنظيم مستمر تتألف من أشخاص عدة طبيعيين أو اعتباريين (معنويين). فالمؤسسات الرياضية الأهلية وحدات تحمل طابع رياضي ، اجتماعي ثقافي ، صحي ترويحي ، و يجب أن نشير أنه من المستجدات التي تشهدها الأنظمة الاقتصادية و الانتقال الى نظام الرأسمالية أصبحت تلك

الهيئات ذات طبيعة اقتصادية بصفقتها تجمع بين كثير من عوامل الانتاج بما فيها المادية و المعنوية. و قد

صنفت الهيئات الرياضية الالهية الى :

-الجان الاولمبية الالهية.

-الاتحادات الرياضية.

-الاندية الرياضية.

-مراكز الشباب و الرياضة.

-جمعيات الانشطة الرياضية (مروان ، 2000 ص 46).

#### 4- أنواع المؤسسات الرياضية :

المؤسسة الرياضية هي الاطار المكاني و القانوني الذي يحيط بممارسة النشاط البدني الرياضي الهادف ،

باعتبار هذا النشاط اصبح يشغل مكانة اجتماعية هامة نظرا لثقافة العولمة السائدة في أيامنا فأصبح يوجد

ما يعرف بأقسام صناعة الرياضة المتمثلة في التجمعات الاتية :

-رياضة الفرق المحترفة.

-الرياضة الجامعية و المدرسية.

-المنشآت الرياضية.

-الاندية الرياضية.

-مضمرات السباق.

-الرياضات التجارية (البولينغ)...

-أندية الصحة.

-الاندية الترويحية.

-المعسكرات الرياضية.

هذه كلها تمثل قلوب مؤسساتي يتوفر على أنظمة معينة لسياق العلاقات و الشؤون بين مجموعة من الافراد

و كذا تنشأ على تركيبات و تضم أدوات و تجهيزات مختلفة ، ذات صفة اعتبارية مستقلة و مركز معين كل

هذا ينجز ضمن اطار قانوني ، و تهدف الى الاستمرارية في النشاط و الرقي بالمنتوج المادي و الخدماتي

بناء على برامج و خطط واضحة تحت اشراف قادة معينين. هذا ما يؤتيها طابع مؤسسات صناعة رياضية.

#### 5-مديرية الشباب و الرياضة :

هي هيئة تنفيذية تابعة لوزارة الشباب و الرياضة ، حيث يشرف عليها مدير تنفيذي و هي هيئة تعمل على ترقية الحركات الجمعوية للشباب و الرياضة و كذا هياكلها و تنظيمها و اعداد البرامج الهادفة و تعميم التربية البدنية و الرياضية لاسيما الوسط التربوي و التكوينو تأطير و كذا اعداد مخططات تطوير الرياضة للولاية بالتنسيق مع مجمل الهياكل و الهيئات المعينة و قد أنشأت مديرية الشباب و الرياضة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 234/90 المؤرخ في 28 جويلية 1990 الذي يحدد قواعد تنظيم مصالح ترقية الشباب بالولاية و عملها ثم بعدها جاء مرسوم تنفيذي يعدل في تسمية المديرية و هو المرسوم التنفيذي 283/93 المؤرخ في 23 نوفمبر 1993 و المتضمن تغير تسمية مصالح ترقية الشباب في الولاية الى مديرية الشباب طبقا لإحكام المادة 04 من الرسوم التنفيذية رقم 345/06 المؤرخ في 5 رمضان 1427 الموافق ل 28 سبتمبر 2006 يهدف هذا القرار الى تحديد و تنظيم مصالح مديرية الشباب و الرياضة للولاية.

#### 6- هيكله النوادي الرياضية حسب المشرع الجزائري:

تكامل الانشطة الرياضية و المصالح الاجتماعية و الاقتصادية أدى بها الى الارتقاء ، و لان قيام الاندية الرياضية يعتمد على دعائم اقتصادية مثل الميزانيات المالية و الادوات و التجهيزات و غيرها من عوامل ، فضلا عن ذلك تزايد عدد ممارسي النشاط البدني الرياضي ما أدى بالمشرع الجزائري البحث المستمر في هذا المجال و تغطية الفجوات المشهودة سابقا في شأن الاندية الرياضية ما تجسد في استمرار تعديل و اصدار القوانين و آخرها قانون 05/13 الصادر سنة 2013 المؤطر لنوع الاندية و الراسم لحظوظها المالية من ميزانية الدولة ، و لقد صنف هذا القانون النوادي الرياضية الى صنفين هما:

#### 6-1- النوادي الرياضية الهاوية: حسب المادة 75 : "النادي الرياضي الهاوي جمعية رياضية ذات نشاط

غير مريح ، تسير بأحكام القانون المتعلق بالجمعيات و أحكام هذا القانون ، و كذا قانونه الاساسي "

#### 6-2- النوادي الرياضية المحترفة: حسب المادة 78 : يعد النادي الرياضي المحترف شركة تجارية ذات

هدف رياضي يمكن أن تأخذ أحد أشكال الشركات التجارية الآتية:

-المؤسسة ذات الشخص الوحيد الرياضية ذات المسؤولية المحدودة

-الشركة الرياضية ذات المسؤولية المحدودة

-الشركة الرياضية ذات الاسهم

تسير الشركات المنصوص عليها أعلاه ، بأحكام القانون التجاري و أحكام هذا القانون ، و كذا قوانينها الاساسية الخاصة التي يجب أن تحدد ، لا سيما كيفيات تنظيمها و طبيعة المساهمات. تحدد القوانين

الاساسية النموذجية للشركات المذكورة أعلاه ، عن طريق التنظيم. (الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، 2013 المادة 78) ،

#### 7- النادي الرياضي كمؤسسة اقتصادية:

الاندية الرياضية هيئات اجتماعية بصفقتها تنشأ عن تجمع فئة من الاشخاص لممارسة النشاط البدني الرياضي ، كذلك تمثل هيئات اقتصادية كونها اصبحت ذات هدف تجاري و مادي خاصة الاندية المحترفة منها حيث تقوم عن ادماج موارد مادية و أخرى بشرية هذا أساسا ما يمنحها الطابع الاقتصادي للمؤسسة . و كذا نجد شأن الاندية الرياضية في الدول المتقدمة بالخصوص نفس شأن باقي المؤسسات ضمن الجهاز الاقتصادي للدولة. و على مختلف المستويات كجهاز التموين و التمويل ، و جهاز التأمين حيث كلما ازدهر نشاط تلك المؤسسات الرياضية و كان ذلك بالاستغلال الامثل للموارد المادية المتاحة و الطاقات البشرية ، ما يسهم في تحريك عجلة الاقتصاد الوطني ، و من خلال المخطط التالي يمكننا ابراز مكانة المؤسسات الرياضية في جهاز المؤسسات الاقتصادية المتحركة في الدولة.

هكذا يمكننا توضيح المكانة و القسم الذي تشغله الاندية الرياضية في الجهاز الاقتصادي للدولة . لأنها ذات نفقات غير محدودة و متزايدة ، مقابل ذلك تواجد احتياجات و جب توفير موارد لتغطيتها. وإذا كان الاستثمار في المؤسسة الرياضية يهدف إلى خلق قيمة مضافة ، فيجدر بنا إدراك أن الاستثمار لإنعاش الموارد البشرية وترقيتها بهدف الرفع من الإنتاج وتحقيق الأهداف المرجوة ، وهي أشمل من أهداف باقي المؤسسات . فهي تشمل على أهداف اجتماعية منها التربية والقضاء على الآفات. وأهداف أخرى اقتصادية كتحقيق المردود المادي والتحرك ضمن باقي عناصر الجهاز الاقتصادي للدولة .وفق ذلك أكد الباحثون على أهمية المؤسسة الرياضية التي تعتبر جزء فاعل فيالدورة الاقتصادية ، لتغطية التكاليف مثلا أثناء تأدية العمل بها ، كما تمنح أجور للمؤسسين الذين يعتبرون أعوانا اقتصادية وبدورهم يمثلون عملاء في شركات ومؤسسات اقتصادية التي تعرض للبيع سلع وخدمات حيثتسهم في تمويلها.

#### 8- المؤسسة الرياضية كهيئة استثمارية:

إن النشاط في أي مؤسسة كانت يقوم على استثمار الطاقات البشرية و المتاحات المالية بأفضل طريقة وصولا إلى التفوق ، ومن السمات المحددة لنجاح العملية الاستثمارية في المؤسسة : تقديم أفضل خدمة أو سلعة ذات جودة للمستفيدين، أي الجمهور الخارجي والداخلي وكذا استحداث المنتجات بالوزارة مع تجدد الاحتياجاتوتزايدها. والمؤسسة الرياضية شأنها نفس شأن باقي المؤسسات حيث أنها تمثل هيئة استثمارية تقوم على عدة محاورتشمل الآتي:

**8-1-1- محاور الاستثمار في المؤسسة الرياضية:**

**8-1-1-1- المحور القانوني:** يعني أن النشاط الاستثماري في المؤسسة يتوفر على وسط يسوده المناخ القانوني بناء على تشريعات مدققة خاصة بالمجال الرياضي، تنظم هذا النوع من الأعمال. وفي هذا الإطار يتم تحديد كل من مصادر التمويل لتلك المؤسسات وحدود العمليات الاستثمارية وأداء المعاملات ، بناء على مبدأ التحفيز بعد إصدار قوانين ولوائح تتضمن هذه المعاملات.

**8-1-1-2- محور الوعي الاستثماري:** أي ضرورة نشر وتنمية الوعي لتنشيط أو تفعيل الأداء الاستثماري واستقطاب المستثمر لتشغيل رؤوس أمواله أو طاقاته المعنوية إلى المؤسسة الرياضية. ليتم استغلال الممولين والمسؤولين في الهيئة الرياضية، علما أن التكاليف عالية والأخطار معتبرة في هذا القطاع من الاستثمار. **8-1-1-3- محور السياسات المتخذة:** حيث يجب تخطي سياسات تضع أهداف واضحة ، تتعلق بالنواتج المادي والمعنوي أي المردود الرياضي. وينبغي كذلك تحديد طابع الهوية والاحتراف وإتباع تسلسل إداري محكم حسب السياسة المتبناة لتحقيق التوافق بين مدخلات العمل

**8-1-1-4- المحور الفني:** وتتحقق الفنية على مستوى المؤسسة. الإنتاجي وبالتالي تحقيق الأهداف الرياضية، بتوفر محيط تنشأ فيه علاقات عامة منشودة ومسؤولية تحدد أشكال وأنواع الاستثمارات المنجزة في هذا النوع من الهياكل وتنتهي بنشر وتعريف المنتج للجمهور المستهلك وبهذا يتم تحقيق الاستقرار الإداري بناء على عناصر التسيير للمؤسسة.

**8-1-1-5- محور الاجراءات الادارية:** فبوجود جهاز إداري فعال يوجد خطة استثمارية بالمؤسسة ويعمل للخدمن التدخل الحكومي وفق سياسات الخوصصة الإدارية ، تتأسس مشاريع الاستثمار والإنتاج وتزيج العوائق للقضاء على نظام المركزية. كما تسهم في ترشيد القرارات الاستثمارية وجعلها استراتيجية محفزة.

**8-1-1-6- محور التمويل:** حيث أن المؤسسة الرياضية حاجتها متزايدة ويجب تغطيتها عبر مختلف وسائل وطرق التمويل، وتحديد ومعالجة الميزانيات واستقطاب الائتمان من قبل الوزارات، والمؤسسات الاقتصادية وذلك بخلق مخصصات الاستثمار في المؤسسة الرياضية.

**8-1-1-7- محور البنى الأساسية (التحتية):** فكون المؤسسة الرياضية جهاز عمل ينشأ ويتوفر على أدوات و اجهزة، وتمارس نشاطاته في منشآت خاصة بالنشاطات البدنية والرياضية، تساعد على تسهيل مهام هذه الممارسة. وبدورها هذه المنشآت تستثمر لزيادة الدخل القومي.

ومن هذا فإن العلاقة بين مصطلح الاستثمار وكلمة رياضة تتوافق على مستويين هما:

- استثمار رياضي بالمؤسسة: يتم بالرعاية والتمويلوجني مختلف عائدات الأحداث الرياضية من

المنافسات المقامة وتنمية هذه الأنشطة.

- **استثمار عام:** و هو استثمار ثاني، يعني البحث و العمل من أجل تنمية القيمة المضافة و هي الناتجة عن الفرق بين النتيجة و تكلفة العمل في المؤسسة الرياضية. (الشافعي، 2006، ص 87)

### 9- المؤسسة الرياضية في المحيط الاقتصادي:

إن التأثير الاقتصادي للأنشطة الرياضية أولى أهمية كبرى في الأونة الأخيرة، حيث ظهر ما يعرف بصناعة الرياضة. هذا ما تطلب حضور محللين اقتصاديين في المجال الرياضي، لإعطاء الأنشطة أهمية تحليلية بصيغة وحدوية جزئية تتعرض لمؤسسة النشاط الرياضي ومعالجة وحداته الإنتاجية من حيث التدريب والتجهيز وتسويق المنتجات ودراسات استهلاكها ، بعد العمل المستمر من أجل تطويرها.

بهذا يقوم المحللون الاقتصاديون بدراسة الوحدات الكبرى والكلية لعمل الأعران الاقتصادية وعلاقتها بالقطاع الرياضي، من خلال استعراض النتائج المادية لأعمال المؤسسة الرياضية ، لكن يبقى هذا الجانب من التحليل الذي يدرس المجتمعات الاقتصادية بالاهتمام بجانب النشاط الرياضي يشهد اهتماما ضئيلا مقارنة وباقي الأنشطة. راجع لعدم توفر الوسائل والتقارير المالية المحاسبية المصرح بها بصفة دورية ، بسبب كذلك التدفقات المالية غير مستثمرة في الميدان بصفة استراتيجية . كما يمكننا إيجاد التحليل الاقتصادي للأعمال الرياضية يدرس الروابط بين المؤسسات الرياضية كهيئات مستقلة والمجتمعات الكائنة فيها ، من هذه التحاليل يمكن الإشارة إلى مكانة الأندية الرياضية ضمن الفدراليات والوزارات التابعة لها. هنا يبرز الدور السامي للهيئة الرياضية في محيطها الاقتصادي والاجتماعي الذي تنشأ فيه . حيث تتأثر بأوضاعه وتؤثر فيه ، فالأول معناه أن رقي الهيئة الرياضية وازدهار نشاطاتها وأعمالها يتوقف على المستوى الاقتصادي والاجتماعي للبلد حيث يحظى بالدعم المادي والمعنوي ، بينما بإمكانها الإسهام في تطوير المجتمع واقتصاده من خلال زيادة مداخيله وإسهامه كذلك في التنمية المحلية. (Liliane et Jaques.2000.P19)

### 10- ركائز العمل في المؤسسة الرياضية:

هدف أي مؤسسة كانت هو تحقيق الربحية والتنمية المستدامة فيها، ولنجاح عملها وجب دمج مختلف عوامل الإنتاج من موارد مادية وطاقات بشرية بأنسب طريقة ممكنة. وإدراج عمل إداري سليم يلم بطرق علمية

بجوانب نفسية ، اقتصادية ، واجتماعية وكذا فلسفة المجتمع ، على كل هذا يتركز العمل في المؤسسة الرياضية ، ضف إلى ذلك آليات التسويق المطورة والعلمية . حيث أن تبني تلك المبادئ يؤمن تحقيق الأرباح والمواصلة في الإنتاج الجيد ، والأعمال الرياضية تعرف تطورا مستمرا خصوصا في الدول المتقدمة ، إثر

رسكلة معارف المشرفين علماء أعمال فيها واستحداث الوسائل و الآليات المستخدمة هناك .وبذلك على الأعضاء في الهيئة الرياضية الإلمامبتلك الركائز وأسس العمل بتطبيقها وتوجيه العناصر الفاعلة ، ثم يأتي تقييمهم ومراقبتهم بصفة مستمرة ودائمة ،لكي يتمكن المشرف السامي من التصرف إذا ما تطلب الأمر ذلك حين بروز متغيرات دخيلة على الأحداث لميرتقب لها أو ضغوط مختلفة المصدر والنوع. وصناعة الرياضة بدورها تبنى على ركائز يجب العمل بها في الهيئاتالرياضية ، بهدف ترقية أخلاقيات ونتائج الرياضة ، وفق الإدارة الفاعلة للنشاطات الممارسة .وما ينبغي أن نخصبالذكر التركيز على التسيير العلمي السليم والجيد للعنصر المادي خاصة ، والذي يعتبر محركا أساسيا لتفعيل بقيةعوامل الإنتاج في هذه الهيئات .وهذا يتم باستحداث الطرق والدقة في التطبيق ، لأجل التمكن من تغطية المتطلبات المتزايدة بالإمكانيات المحدودة (ZEGHDOUD.2001.F89).

### 11- أهدافوغايات المؤسسة الرياضية:

يتم إنشاء وتخطيط أهداف المؤسسة الرياضية منذ نقطة الإنطلاق ، كما يمكن تعيين الإشارة إلى الأهداف الشائعة منها من خلال الآتي:

- تكوين الشخصية المتكاملة من النواحي الاجتماعية ، الصحية ، الفكرية و الروحية.
- بث الروح القومية بين الأعضاء من الشباب و إتاحة الظروف المناسبة لتحقيق ذلك.
- تهيئة الوسائل و تسيير الاموال لاستغلال الطاقات و المهارات الفردية.

### علاوة الى ذلك نشير الى أسمى هدف و المتمثل في:

تتمية القدرات و تهيئة الكفاءات للراقي بها إلى أعلى الدرجات ، و بلوغ المهارات أو ما يصطلح به " الرياضي المنتج " الذي يتمكن من تحقيق المردود المعنوي و تحصيل الأرباح المادية. ونظرا إلى أن المؤسسات الرياضية أصبحت تحمل صيغة المؤسسة الاقتصادية ، حيث تشتمل على نفس أهدافها ،كالاستغلال الاقتصادي والتمكن من إنتاج سلع وخدمات تغطي الطلب السوقي في حدود الإمكانيات المتوفرةورفع مستوى المعيشة وتحقيق العائد المناسب من رأس المال المستثمر ، وامتناص البطالة وتحقيق التكامل الاقتصادي وكذا تحقيق الاكتفاء الذاتي الوطني في سياق الاهتمام بالأحداث الرياضية المحلية والفرق الوطنية الذيمن شأنه تقليل التكاليف مثل شراء حقوق بث المباريات الدولية ، استقطاب المهتمين وأصحاب رؤوس الأموال.وصولاً بالهيئة الرياضية للدخول بها في أسواق تداول رؤوس الأموال مثل ذلك الذي حصل مع نادي" ليون "الفرنسي الذي دخل سوق معاملات البورصة في 2007ب رأسمال قدر ب 150 مليون أورو. وبناء على ما سبق نؤكد أنه، ككل عمل أهداف المؤسسة الرياضية يجب استحداثها لتجاوب والتطور

الحاصل في شتى الميادين إضافة إلى الأهداف الكلاسيكية ، التي تعمم في رفع القيمة المضافة ، التشغيل ، التوسع الاقتصادي والاجتماعي، تلبية الحاجات ، تحقيق التمويل الذاتي والأرباح .ويجب وضع غايات أسمى كالتوسع المالي وعولمة الأنظمة وسيادة النظام الرأسمالي بالتحكم في كل الاتجاهات.

## 12- الإمكانيات في المؤسسة الرياضية:

تصنف الموارد أو الإمكانيات في المؤسسة الرياضية بنفس شكل تصنيفها في باقي المؤسسات. وذلك إلى نوعين رئيسيين، المادية والبشرية وكل من هذين الصنفين يحتوي على عناصر. فبالنسبة للإمكانيات المادية تشمل:

- المنشأة أو الموقع وهي ما يسمى المقر الاجتماعي للهيئة.

- الأجهزة والأدوات والمعدات.

- رأس المال.

بينما الإمكانيات البشرية تتمثل في:

- الإشراف الفني:

والمنشآت الرياضية من ملاعب وقاعات ومساح وغيرها توفر المجال المكاني لقيام النشاط البدني الرياضي ويجب أن تتوفر على معايير وأسس فنية دولية وكذا المقاييس العلمية الدقيقة، في نفس تلك المنشآت يجب توفر أدوات ومعدات رياضية كالأجهزة من ملابس وآلات ووسائل.

ووراء كل ذلك تتواجد بكل مؤسسة رياضية محفظة مالية تسمح بتغطية الحاجيات المتزايدة لأداء نشاط المؤسسة مقابل الموارد المادية نجد الموارد البشرية والتي تمثل العنصر الفني العامل في المؤسسة من مديري مختلف الأقسام وموظفين ومشرفين فنيين يتبنون مهارات تدريبية كليا تدفع إلى خلق قيمة مضافة في المؤسسة.

## 12-1- المورد البشري ضمن الهيئات الرياضية:

المؤسسة الرياضية ككل الهيئات تقوم بحضور يد عاملة تنشط فيها، فتحصن الجهود بإرادة بلوغ الأهداف المرسومة. والعاملون في المجال الرياضي يمكن تصنيفهم ضمن فئتين:

الفئة الأولى تشمل المتخصصين الفنيين أما الفئة الثانية فتشمل المديرين أو المسيرين العاملين في القسم الإداري

## 12-2- المتخصصون الفنيون:

وهم الموظفون الذين يستخدمون مهارتهم المتخصصة وقدراتهم لإنجاز العمل أو النشاط الممارس في المؤسسة

كالمدرسين ذوي الخبرة والدقة في العمل واللاعبين المحترفين وهذه الفئة من العاملين تأخذ الحصة الكبرى من الموارد البشرية العاملة في المؤسسة، ومن أمثلة المتخصصين الفنيين في المؤسسة نجد:

- المدرب المحترف في الرياضات الممارسة في النادي.

- خبراء رياضيين.

- الرياضيين واللاعبين المحترفين.

- الحكام والقضاة الرياضيين.

**12-3- المدير ونوايا اداريون:**

وهم الذين يشغلون القسم الإداري، والذين يستثمرون قدراتهم و خبراتهم الإدارية ، فيبرزون مهاراتهم من خلالتنظيم، تخطيط ، توجيه والرقابة على الأعمال المنجزة في الهيئة .وهم أشخاص يتمتعون بالسلطة الرسمية لتصميمسير العمل حيث نجد من هذه الفئة.

- المدير العام و نوابه.

- مدراء أو مسؤولي الأقسام.

- المدراء التنفيذيين كالمدير الفني.

وهذه الفئة تترتب في هرم إداري تعلوه الإدارة العليا وتليها الإدارة الوسطى ثم الإدارة التنفيذية .والموارد المالية المتوفرة في الهيئة الرياضية تتطلب تنظيم توزيعها وتوجيه مشغليها ومراقبتهم .هذا يمكن إتمامه بعد انتهاء المهارات (شريفى مرجع سابق ، ص 80)

**13- عملاء المؤسسة الرياضية:**

المؤسسة الرياضية كهيئة تنظيمية تستشرف العديد من العملاء والمستفيدين ، وهي الفئة التي تتلقى منتج المؤسسة أو ما توفره من سلع وخدمات للمستهلك وقد تم تصنيف عملاء المؤسسة الرياضية إلى:

**فئة أولى:** تضم كلا من المشتريين ، المستخدم النهائي والجمهور عامة .يتعاملون مع المؤسسة وفق تسعيرات محددة لكل سلعة أو خدمة.

**فئة ثانية:** وهي الجهة المانحة للشهادات ، الهيئات الحكومية التي تكون في علاقة مستمرة بأعمال المؤسسة الرياضية وتوجد العميل بداخل المؤسسة.

**فئة ثالثة:** تشمل الجهات والهيئات المنظمة، والجهات التشريعية نجد على سبيل المثال اللجان الأولمبية و الوزارات وبهذا فإن المؤسسة الرياضية تحيا في نسيج اجتماعي و اقتصادي ، وتمثل بالنسبة للعملاء المتعلقين بنشاطات الهيئة الرياضية ، المورد أو الوحدة المنتجة التي توفر سلع وخدمات تلبي طلبات المستهلك وتعمل لأجل تحسين رضا هؤلاء العملاء والمستفيدين بتبني سياسات استراتيجية .يعني هذا اتخاذ مسار إنتاجي يوازي الاحتياجات ذات المعايير المحددة بالجودة بأقل تكلفة ممكنة .وبهذه الطريقة ألغي المفهوم الكلاسيكي للعمل كونه الذي ينشط في السوق وأصبح يعتبر السبب الرئيسي لوجود المؤسسة الرياضية والأساس الذي يواجه القرارات المتخذة في هذه الهيئات.(الشافعي 2003 ، ص12)

#### 14- مكونات الإدارة الرياضية:

لقد حلل الإداري الأمريكي kanz الإدارة الرياضية فوجد انها تتضمن اربعة مكونات اساسية هي:

- أ/ العامل البشري.
- ب/ العمل الجماعي.
- ج/ القائد الإداري.
- د/ المنظمة التي تعمل الإدارة لأجلها.

#### 15- صفات الإدارة العلمية الفعالة:

يمكن تحديد صفات الإدارة الرياضية العلمية السليمة كما يلي:

**الشمول:** بمعنى ضرورة تغطية الإدارة لكافة جوانب ومجالات العمل في الهيئة الرياضية في حدود اختصاصاتها

**التكامل:** ويعني أن يتولى كل جزء في الهيئة الرياضية جانب من التنظيم حيث يؤدي مهام محددة متخصصة مع مراعاة أن تكمل كافة الأقسام الإدارية للهيئة الرياضية ككل بحيث تتحقق النتائج المرجوة.

**المستقبلية:** وتعني ذلك أن ضرورة أن تعمل الإدارة الرياضية ليس للحاضر فقط بل للمستقبل أيضا من خلال

أهداف وتطلعات في زمن آت وهنا تظهر أهمية التنبؤ بالمستقبل باعتباره واجبا أساسيا من واجبات الإدارة الرياضية.

**الانفتاح:** ويعني هذا أن تتميز الإدارة الرياضية في الهيئة بالانفتاح على البيئة التي تعمل خلالها وتتأثر بها وتؤثر فيها ( بوداود ، 2014، ص 55)

#### 16- المهارات الأساسية في الإدارة الرياضية:

لقد أشاد الإداري الأمريكي "Kanz" بأنها الإدارة الناجحة تعتمد على ما يلي :

-المهارة الفنية: و قد وصفها الإداري Kanz بأنها التفهم الكامل و الكفاءة في نوع خاص من الفعاليات و هي تتضمن معلومات خاصة وقابلية كبيرة للتعليل في ذلك الاختصاص والقدرة على كيفية استخدام التقنن في المجال الرياضي

المهارة الانسانية: القابلية الدقيقة للعمل بشكل فعال كمجموعة واحدة من العاملين لغرض تعاون وتجانس تام في ذلك الفريق الذي يعمل معه أيضا وتتضمن معرفة الآخرين والقدرة على العمل معهم بشكل فعال وعلاقة جيدة.

مهارة الاستيعاب الفكري: القدرة على ربط الأجزاء الدقيقة وهذا يعني النظرة الشاملة والكلية للمنظمة التي يعملون فيها وكيفية اعتماد أقسام تلك المنظمة على بعضها البعض.

إن إدارة التربية الرياضية تعتبر من أهم وأصعب الوظائف الإدارية في أي مجتمع فهي تعتمد بالدرجة الأولى على القادة والرواد والمشرفين وجميع العاملين في مجالاتها الواسعة كما تعتمد على المؤسسة بالدرجة الثانية وعلى المنشآت والمرافق والمعدات والأدوات بالدرجة الثالثة.

على هذا يرى المؤلف أن الإدارة من وجهة النظر الرياضية تعني استخدام العلم في تنظيم وتدريب السلوك الإنساني والتي تسعى لاستخدام العناصر المادية والبشرية بكفاءة عالية لتحقيق الإنجازات الرياضية.

#### 17- أهمية العمل الإداري في المؤسسة الرياضية:

لا بد أن الهيئة الرياضية كباقي كل أنواع المؤسسات تعمل تحت قرارات إدارية ، ولجان مشرفة على قسم التسيير، لهذا يكون للنشاط الإداري أهمية كبيرة في دفع المؤسسة الرياضية وتنمية أعمالها وتكمن تلك الأهمية في:

-إدارة المؤسسة تؤثر مباشرة على الفرد الكائن فيها و بهذا ترسم أهداف موحدة ، و يتم من خلال ذلك وضع برامج تشمل كل طرف.

- يتسنى لكل عضو في المؤسسة كسب كل المفاهيم الأساسية والتقنيات والنظم ، و أسس التقييم الموضوعي للإدارات ، و توضع حدود الخبرة التي من شأنها الكشف عن أحسن و أنسب طرق العمل.

-إتباع المناهج العلمية لأداء الأعمال الرياضية في الهيئة الرياضية ، يؤدي بالضرورة إلى النجاح باستكمال الوظائف وتشابك و تضافر الجهود.

- النشاط الرياضي يبني على جهد جماعي يتم ضمن هيئة معينة ، فالإدارة تمثل أساس تحقيق الأهداف و تنمية روح العمل الجماعي ، و التعاون و التنسيق بين تلك الجهود.

- تسهم الإدارة في العمل على تحقيق استمرارية نشاط المؤسسة ، هذا بتبني سياسة إدارية مألها تأدية لتحقيق الإنتاج و استبعاد الأعمال المكلفة.

- كذلك تكمن أهمية الفعل الإداري في زيادة اكتساب المعرفة الهادفة إلى تحقيق علاقات إنسانية و تضخيم الإنتاج ، و تنمية المهارات و الكفاءات.

وبهذا فحقل النشاط البدني الرياضي يحتاج إلى إلقاء الضوء عليه من ناحية التكفل الإداري ، وهذا الأخير وجبأن يقوم على الخبرة والفعالية المضافة إلى الإنجازات الرياضية من قبل الرياضيين المحترفين .حيث تعتبر الإدارة الرياضية من أهم مقومات التطور الرياضي العلمي الحديث ، وفي هذا السياق يمكننا القول إنه كيفما تكون الإدارة في الهيئة الرياضية تكون الإنجازات ، ما يبرهن عليه في أندية البلدان المتطورة التي تسعى دوما لإثراء النشاط الإداري في القطاع الرياضي.

### 18- المبادئ الأساسية للإدارة الرياضية:

ينشط الإنسان دوما من أجل إشباع حاجاته المتزايدة في حدود الإمكانيات المتوفرة ، ما يعرف بالسلوك العقلاني الرشيد .والهيئة الرياضية بحكمها تجمع بين لعديد من عوامل ومدخلات الإنتاج ، وجب تسييرها لتحقيق الأهداف المرسومة .وليتم العمل الإداري بصفة جيدة هناك ينبغي اعتماد مبادئ معينة منها:

- استخدام الطرق العلمية في تحديد أجزاء العمل و تنظيمه و طرق تنفيذه من قبل الموظفين للرفع من مستوى الأداء .

- إتباع السبل العلمية الكفيلة لانتقاء قادة هذه الهيئات و إعدادهم و تكوينهم بصفة مستمرة.

- تشجيع التخصص و التعاون و التكامل بين الأشخاص لتفجير الطاقات و تحصيل المردود.

- تقسيم المهام و تنظيم العمل و المسؤوليات حسب هيكل مؤسساتي معين بصفة دقيقة.

- تنمية القيادة الديمقراطية الإيجابية و روح المسؤولية و الانتماء لتحقيق الصالح العام للهيئة. إضافة إلى تلك المبادئ فإن العمل الإداري في المؤسسة ينجز في دورات فنية تشمل التخطيط للمشروع و وضع البرامج ، ثم الأمر بتنفيذها والتوجيه و يليها التقييم للعمل المؤدى ، فينبغي إرفاق هذه الأعمال بالمهارات الفنية والإنسانية .واستيعاب وتفهم دقيقين بمجالي الإدارة و الرياضة ، لتنظيم السلوك الإنساني المستخدم أو المقوم بموارد مادية مختلفة.

### 19- المستفيدون من المؤسسة الرياضية:

هم الأشخاص المعنيون بالبرامج الموضوعة و يدار هؤلاء بسلوك تنظيمي محكم قصد الاستغلال الأمثل للموارد البشرية المتوفرة ، وتدفعها المستمر إلى تعظيم المنتوج في الهيئة الرياضية.

**20- تحديات الاداري على مستوى المؤسسات الرياضية:**

المهارة والكفاءة في ميدان إدارة المؤسسة الرياضية، تكمن في إمكانية مواجهة العراقيل والأزمات المواجهة. لذلك كان على الإداري أن يكتسب عدة صفات لتحديها ، كما صنفها " هندريكس **Hendricks** ، التحديات التي يواجهها المدير للأعمال في الهيئات الرياضية إلى:

-**التغيرات في القوى العاملة:** وهو التباين في خاصية عمل معينة ، بين عامل و آخر ما يؤثر على نوعية وكمية المنتج المحصل ، و المدير الفني في مثل هذه الأوضاع يتدخل في الحالة الاجتماعية لتحقيق المصالح.

-**التنافس بين القوى العاملة:** و يدخل في هذا المفهوم حجم عامل التحفيز في المؤسسة و تحقيق المساواة بين العاملين.

-**الثورة التكنولوجية:** التطور التكنولوجي السريع أتاح الفرص و فتح مجال الرياضة إلى كل المجتمع ، لذلك وجب على المدير الالتحاق بركب التكنولوجيا و الاستعانة بها لتوجيه و تقويم و تسويق الأعمال الرياضية.

-**عولمة الرياضة:** تم عولمة جميع النظم في شتى المجالات و منها الميدان الرياضي ، فتعدت الأعمال و العلاقات الرياضية الحواجز و ألغت الحدود بين الدول كما أصبح هناك ما يعرف بالمؤسسات الرياضية الخاصة و أندية المؤسسات الاقتصادية. فبالتالي جددت الثقافات من أهمها المبادئ الإدارية الحديثة وتدريب المهارات ، فاستوجب على كل الدول خلق اندماج في النظم مع ما تسنه العولمة.

-**المحاسبات المالية:** العديد من تقارير الهيئات الرياضية توضح أن هناك صعوبات مالية ، راجعة إلى ضيق الغلاف المالي و أحيانا إلى زيادة النفقات و المتطلبات نسبة إلى الإيرادات لعدم كفاية الموارد المتاحة من طرف الحكومة و قلة التمويل من قبل المؤسسات الاقتصادية الخاصة . (درويش و حسانين ، 2004 ، ص 03). فيشير خبراء الميدان إلى أن الأمر يتطلب اعتماد إدارة مالية دقيقة وجيدة ، تعمل على التقليل من النفقات وترشدها إلى منافذ مثمرة ، إلى جانب ذلك استقطاب التمويل وزيادة الموارد.

**21- إدارة الامكانيات في المؤسسة الرياضية:**

إن أهم عناصر الإدارة هو التخطيط ، وأحد عناصر التخطيط أو بالأحرى أولها هي الإمكانيات ، وهذه الأخيرة هي : العناصر المطلوب توظيفها لبلوغ الأهداف ، من حيث الكم و النوع ، وتمثل إمكانيات مادية وأخرى بشرية. فالإمكانيات المادية والتي تعتبر مادة خام تحول من شكلها الأولي إلى الشكل النهائي في ، على سبيل المثال الميزانيات المالية المعينة من حق الأندية المحترفة يقوم المسير لديها بتحويلها إلى تجهيزات

أو متطلبات أخرى بغرض استمرار النشاط وترقية النتائج المحصلة من وراء ممارسته. ونجد من الإمكانيات المادية الأجهزة والمعدات التي تساهم في الممارسة الرياضية ، كما نجد الأموال والتي تمثل الكمية من رأس المال اللازمة للتمويل وشراء السلع والخدمات التي تغطي نفقات الهيئة الرياضية وبدونها تصبح كل الخطط والبرامج عاجزة عن تحقيق الأهداف. أما الإمكانيات البشرية فتشمل الذين يؤدون عمل في هذه المؤسسات الرياضية مقابل حصص مالية ، ويتمحور موضوعهم عموماً حول المنفذون أو المدربون ، الفنيون المتخصصون في الممارسة الرياضية والعملية في مختلف المستويات الإدارية على غرار ذلك نجد الأطباء وعمال الصيانة... فكل عنصر مدخل في عملية الإنتاج بالهيئة من الإمكانيات السالفة الذكر ، يحتاج إلى توجيه وتشغيل وتقييم من قبل الهيئة المدبرة ، فيمر عبر مختلف مبادئ التسيير، ومن أجل سداد استخدام هذه الإمكانيات وجب تسليم مهام إدارتها إلى هيئة مختصة تعمل من أجل الإثراء المستمر وترقية المردود ، وتتمكن من معالجة المشاكل والخلل. هذا ما يسعى بنا إلى الإشارة للتخصيص في الميدان الإداري في المؤسسة الرياضية كباقي المؤسسات ، ذلك يجعل قسم يدير كل نوع من الموارد ، على سبيل المثال إدارة للموارد المالية وأخرى للموارد البشرية يتسنى من خلالها تطوير الهيئة ( عبد المقصود و الشافعي ، 2004 ، ص 42).

#### خلاصة:

لقد تطرقنا في هذا الفصل والتمثل في المؤسسات الرياضية إلى مفهوم المؤسسة وتطرقنا أيضاً إلى المؤسسة الرياضية والتي هي مجموعات وأفراد يتفاعلون فيما بينهم لإتمام وظائف تلك المؤسسات وتطرقنا أيضاً للمؤسسات الرياضية وفلسفة المجتمع وفيها أكدت على أن الرياضة هي حق لكل فرد من أفراد المجتمع وفن يمكن الاحتراف فيه هذا ما يسمى فلسفة المجتمع اتجاه الرياضة ، وتطرقنا إلى مختلف الهيئات الرياضية وتطرقنا أيضاً إلى أنواع المؤسسات الرياضية والمتمثلة في الفرق الرياضية المختلفة والمنشآت الرياضية والرياضة المدرسية والجامعية ..... الخ ، وتطرقنا أيضاً إلى النادي الرياضي كمؤسسة اقتصادية والمؤسسة الرياضية كهيئة استثمارية وفي النهاية تطرقنا إلى مكونات الإدارة الرياضية وإدارة الإمكانيات في المؤسسة الرياضية.

الجليل

التطبيقي

# الفصل الأول

## الأجزاء الميدانية للدراسة

**1- الدراسة الاستطلاعية:**

تعتبر أدوات البحث العلمي هي أساس الجانب التطبيقي الذي يعطي أكثر مصداقية للإشكالية المطروحة وتعد الدراسة الاستطلاعية أحد أهم الأدوات المستعملة في البحث العلمي فهي تفصح لنا عن خبايا المكان الذي نستفسر فيه وكان الهدف من وراء هذه الخطوات ما يلي:

- التأكد من واقعية إشكالية الدراسة.
- إعداد أرضية تناسب العمل والتنبؤ بالمشاكل المحتمل وقوعها لتجنبها.
- تحديد أفراد العينة من أجل التعرف على أهم إجراءات التطبيق الميداني.

بما أننا كنا بصدد إجراء دراسة ميدانية البد من إجراء دراسة استطلاعية كانت خلال الموسم الدراسي 2020/2019 للوقوف على الظروف اليت سيتم فيها إجراء البحث والتعرف على الأفراد الذين سيطبق عليهم أداة الدراسة وعلى مدى استعدادهم واستعداد المسؤولين عنهم للتعاون معنا، ومن خلال دراستنا الاستطلاعية قمنا بمقابلة الإداريين، من أجل معرفة آرائهم واقتراحاتهم ووجهات نظرهم حول مجموعة من النقاط الأساسية التي لها صلة وثيقة بموضوع الدراسة، والحصول على معلومات كافية.

ومن خلال ذلك اتضحت لنا الصورة أكثر على مشكلة الدراسة التي نحن بصدد مناقشتها وعلى واقع هذه الدراسة من حيث الزمان والمكان، كما تم التعرف على مجتمع الدراسة وعدد العينة التي نأخذها في الدراسة كذلك ساعدتنا هذه الدراسة الاستطلاعية في ضبط فرضيات الدراسة، وتحديد وقت توزيع الاستبيان.

**2- المنهج المتبع في الدراسة:**

المنهج هو الطريقة أو الأسلوب الذي ينتهجه العامل في بحثه أو دراسة مشكلته، والوصول إلى حلول لها أو إلى بعض النتائج (عبد الفتاح محمد العيسوي وآخرون، 1996، ص 13)

وتختلف المناهج المتبعة تبعا لاختلاف الهدف الذي يود الباحث التوصل إليه في مجال البحث العلمي ويعتمد اختيار المنهج المناسب لحل مشكلة البحث بالأساس على طبيعة المشكلة نفسها، وفي بحثنا هذا حتمت علينا مشكلة الدراسة إتباع المنهج الوصفي.

**المنهج الوصفي:** هو عبارة عن وصف وتفسير ما هو كائن حي فنجد أن البحوث الوصفية تهتم بالظروف والعلاقات القائمة والمعتقدات ووجهات النظر والقيم والاتجاهات عند الناس وفي بعض الأحيان يهتم البحث الوصفي بدراسة العلاقة بين ما هو كائن وبين بعض الأحداث السابقة والتي تكون قد أثرت أو تحكمت في هذه الأحداث والظروف القائمة، فالبحوث الوصفية تحدد الطريقة التي توجد بها الأشياء، وتعتبر الدراسات المسحية والاتجاهات والرأي العام أمثلة من البحوث الوصفية حيث يتم غالبا جمع بيانات البحوث الوصفية عن طريق الاستفتاء أو المقابلة أو الملاحظة (خير الدين علي أمحد عويس، 1997، ص86)

ولا يقتصر البحث الوصفي على جمع البيانات والحقائق وتصنيفها وتبويبها وبالإضافة إلى تحليلها التحليل الكافي الدقيق المتعمق بل يتضمن أيضا قدرا من التفسير لهذه النتائج لذلك كثيرا ما يقترن الوصف بالمقارنة، بالإضافة إلى استخدام أساليب القياس والتصنيف والتفسير بهدف استخراج الاستنتاجات ذات الدلالة، ثم الوصول إلى تعميمات بشأن ظاهرة موضوع الدراسة. (فاطمة عوض صابر واخرون، 2002، ص87)

**3- مجتمع الدراسة وعينته:** يتكون مجتمع الدراسة من كافة الموظفين الإداريين في مديرية الشباب والرياضة بولاية المسيلة، والبالغ عددهم 33 موظف.

والعينة هي جزء من مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية وهي تعتبر جزءا من الكل، بمعنى أنه تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة لمجتمع البحث، بغية الوصول إلى نتائج قابلة لتعميمها على المجتمع الكلي للدراسة.

يستخدم الباحث العينة، لأن بعض الحالات من الصعب دراسة المجتمع ككل و وعلى الرغم من الأفضل من الناحية النظرية، دراسة كل العناصر المكونة لمجتمع البحث أفرادا كانوا أم أسرا، إلا أنه قد يصعب ذلك من الناحية العلمية، خاصة بالنسبة لمجتمعات البحث الكبيرة ولذا يبحث عن مجموعة جزئية من المجتمع الكلي موضوع الدراسة لتكون عينة ممثلة لمجتمع البحث الأصلي وتعميم نتائج هذه العينة على مجتمع البحث الذي تمثله، تعرف العينة على أنها مجموعة من المستجيبين (الناس) يتم اختيارهم من مجتمع أكبر لتحقيق أغراض الدراسة (عبد الواحد الكبيسي، 2007، ص217)

**والعينة:** حيث تم اختيار بطريقة العينة العشوائية بنسبة (76%) من مجتمع الدراسة ومن مختلف المستويات الإدارية وبلغ حجم عينة الدراسة (25) موظف.

**4- متغيرات الدراسة :**

4-1- المتغير المستقل: هو المتغير أو العامل الذي يغير الباحث في مقداره ليدرس الآثار المترتبة على ذلك في متغير آخر ( عبد الفتاح محمد دويدار، 2007، ص72)

4-2- المتغير التابع: هو المتغير الذي يتغير بتغير المتغير المستقل وهو ما ينعكس عليه آثار ما يحدث من تغير في المتغير المستقل، إذا كانت ثمة علاقة بين متغيرين (عبد الفتاح محمد دويدار، 2007، ص72)

وفي هذه الدراسة المتغير التابع هو التظاهرات الرياضية

5- الشروط العلمية لاداة القياس (الخصائص السيكمترية):

5-1 الصدق:

إن صدق الأداة المستخدمة في الدراسة مهما اختلف أسلوب القياس فهي تعين القدرة على قياس ما أعدت لقياسه فقط، ولقد رأى الباحث أن صدق الاتساق الداخلي هو أحسن طريقة لاستخراج درجة صدق الاستبانة حيث يتم هذا النوع من الصدق على أساس ملاحظة القياس ومحتوياته للوقوف على مدى تناسب عبارات أداة الدراسة مع أهداف الدراسة.

-صدق المحكمين :

أ-نتائج الارتباط بين درجة كل سؤال للمحور الأول:

الجدول رقم (01) : يوضح نتائج الارتباط للمحور الأول

معامل الارتباط مع الدرجة الكلية للمحور	نص العبارة	رقم العبارة
0,895**	تدرك المؤسسة مفهوم الأشهار جيدا.	01
0,886**	تعتقد المؤسسة الرياضية بأن الأشهار أسلوب دعم في إنجاز التظاهرات الرياضية	02
0,875**	تعتقد المؤسسة بأهمية الأشهار للتواصل مع كافة الشرائح لإنجاح التظاهرات الرياضية	03

0,632**	غياب الكفاءات المتخصصة في الأشهار يؤثر سلبا على نجاح التظاهرات الرياضية.	04
0,735**	يمكن القيام بالتظاهرات الرياضية بدون الأشهار لها	05
0,801**	الأشهار الجيد يساعد في نجاح التظاهرات الرياضية	06
0,866**	غياب الأشهار يعني فشل تنظيم التظاهرات الرياضية	07
0,920**	الأشهار ساهم في نجاح مونديال البرازيل	08
0,920**	كان نجاح مونديال البرازيل من خلال الاعمال الاشهارية	10
0,799**	للإشهار الجيد لا غنى عنه في نجاح التظاهرات الرياضية	11
0,712**	للإشهار عائدات ومداخيل مالية	11
0,880**	زيادة المستوى الفني للفرق الرياضية يساعد على الأشهار الامثل من خلال حقوق الدعاية-البث	12
0,780**	تروجون للتظاهرات الرياضية من خلال الاعلام	13
0,875**	الأشهار ذا فعالية كبيرة في إنجاز التظاهرات الرياضية	14

\*\*=0.01 مستوى الدالة

من الجدول (01): نلاحظ أن جميع أسئلة المقياس ترتبط ارتباط دال احصائيا مع الدرجة الكلية للمحور الأول ارتباطا موجب دال احصائيا.

ب-نتائج الارتباط بين درجة كل سؤال للمحور الثاني:

الجدول رقم (2): يوضح نتائج الارتباط للمحور الثاني

معامل الارتباط مع الدرجة الكلية للمحور	نص العبارة	رقم العبارة
0,799**	التخطيط للإشهار من مقومات نجاح التظاهرات الرياضية	01

0,688**	نجاح التظاهرات الرياضية يتطلب لها اشهارا مسبق	02
0,937**	الإشهار يعتبر أسلوب غير مكلف	03
0,868**	تهتم الإدارة بعملية التخطيط للإشهار أثناء التظاهرات الرياضية.	04
0,875**	تعتمد المؤسسة الرياضية بأهمية الاشهار لتحقيق السرعة في إنجاح التظاهرات الرياضية.	05
0,825**	تعتبر عملية التخطيط للإشهار داخل الادارات الرياضية ضرورية	06
0,808**	تساهم عملية الإشهار في نجاح التظاهرات الرياضية	07
0,950**	يقتضي دخولنا عالم الاحتراف الرياضي وجود تخطيط الإشهار في الادارة الرياضية	08
0,938**	التخطيط الجيد للإشهار يساهم في نجاح التظاهرات الرياضية	09
0,949**	بالإمكان تطوير الرياضة الجزائرية بتفعيل الإشهار في الاتحادات الرياضية	10
0,926**	تستطيع الترويج للسلع من خلال الإشهار أثناء التظاهرات الرياضية بالجزائر	11
0,905**	يتم ترويج وبيع تذاكر المباريات عن طريق الانترنت	12
0,919**	تسويق العلامة التجارية الكترونيا يضحخ قيمة ومستوى الحدث الرياضي	13
0,906**	الإشهار من خلال مؤسسات اشهارية ضخمة يساهم في نجاح التظاهرات الرياضية كمونديال كرة القدم مثلا	14

من الجدول رقم (02) نلاحظ أن جميع أسئلة المقياس ترتبط ارتباطا دال احصائيا مع الدرجة الكلية للمحور الثاني ارتباطا موجب دال احصائيا.

ج-نتائج الارتباط بين كل محور والدرجة الكلية للمقياس:

الجدول رقم (03): يوضح نتائج الارتباط بين كل محور والدرجة الكلية للمقياس

المحور	عدد العبارات	معامل الارتباط مع الدرجة الكلية للاستبيان
المحور الأول	14	0,998
المحور الثاني	14	0,999

من الجدول رقم (03) نلاحظ أن جميع محاور الاستبيان ترتبط مع الدرجة الكلية للمقياس ارتباطاً موجباً دالاً إحصائياً ، و منه فإن المقياس يتمتع بالصدق .

5-2- ثبات الأداة:

طريقة ألفا كرونباخ :و للتأكد من ثبات المقياس قمنا باتباع طريقة ألفا كرونباخ ، و كانت النتيجة كما يلي:

الجدول رقم (4): يوضح نتائج اختبار ألفا كرونباخ:

المحور	عدد العبارات	قيمة ألفا كرونباخ
الأول	14	0,961
الثاني	14	0,971
الكلية	28	0,983

من الجدول (4) نلاحظ أن قيمة ألفا كرونباخ للمقياس ككل كانت عالية جداً حيث بلغت قيمة (0.983) ، و بلغت قيمة ألفا كرونباخ للمحور الأول قيمة (0.961) بينما بلغت قيمة ألفا كرونباخ للمحور الثاني قيمة (0.971) ، و هي قيم جيدة تؤكد لنا أن المقياس يتمتع بثبات عالٍ .

6- أدوات الدراسة:

لأدوات الدراسة أهمية كبرى، وتتجلى هذه الأهمية من خلال استعانة الباحث بها في جمع المعلومات، والبيانات حول موضوع الدراسة، فهو يستعمل مجموعة من التقنيات والأساليب، لفهم والإحاطة بجوانب الدراسة، غير أن طبيعة الموضوع تلزم الباحث اختيار وانتقاء الأداة الملائمة، وفي هذا الموضوع اعتمد على استمارة المقياس كأداة لجمع البيانات.

**6-1 مقياس:** استمارة مقياس دور الإشهار في إنجاح التظاهرات الرياضية الذي تم بنائه من خلال الإطار النظري وبعض الدراسات السابقة كمقياس بورزق رقية (2012) التسويق الإلكتروني وأثره، حيث يحتوي على 24 عبارة مقسمة على محورين كالتالي :

**المحور الأول:** للإشهار أهمية في إنجاح التظاهرات الرياضية ويضم العبارات من 01 إلى 14

**المحور الثاني:** التخطيط الجيد للإشهار يساهم في إنجاح التظاهرات الرياضية ويضم العبارات من 15 إلى 24 وقد تم الإعتماد على مفتاح للمقياس ليكارت الخماسي لتحديد الإستجابات المحتملة لكل عبارة في الجدول التالي:

**الجدول رقم (5) يوضح تصنيف ودرجات المقياس**

التصنيف	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	05	4	03	02	01

**6-2- الأساليب الإحصائية:**

اعتمدنا تحليل البيانات على الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية *statistical package for social science* والتي يرمز لها اختصارا بالرمز **spss** وفيما يأتي مجموعة الأساليب الإحصائية التي قام الباحث باستخدامها :

- **النسب المئوية والتكرارات:** يستخدم هذا الأمر بشكل أساسي لأغراض معرفة تكرار فئات متغير ما وتفيد الباحث في وصف مجتمع الدراسة.

- **المتوسط الحسابي:** لتحديد الأهمية النسبية لإجابات أفراد العينة اتجاه محاور وأداة الدراسة، كما تم استخدام مقياس ليكارت الخماسي لمحوري الدراسة بإعطاء الدرجة (5) للإجابة أوافق بشدة والدرجة (4) للإجابة أوافق والدرجة (3) للإجابة غير متأكد، والدرجة (2) للإجابة لا أوافق والدرجة (1) للإجابة لا أوافق بشدة جدا المتوسط الحسابي استعمل لترتيب إجابات أفراد العينة حسب درجة الموافقة ولمعرفة مدى ارتفاع وانخفاض إجابات الأفراد عن كل عبارة من عبارات محاور المقياس.

- **الإنحراف المعياري**

- **معامل الارتباط بيرسون**

-مربع كأي مربع (كا<sup>2</sup>):الهدف من استخدام كا<sup>5</sup> يدخل ضمن هدف عام هو اختبار مدى صدق النتائج التي يفترض الحصول عليها في المجتمع الأصلي قياسا بالنتائج التيستحصل من العينة.

-معامل ألفا كرونباخ: يعتبر من الأمور المهمة لمعرفة مدى صلاحية أي إختبار أو مقياس ،كما تساعد الباحث في الحصول عى نفس النتائج عند إعادة الإختبار.

6-2-1- إجراءات التطبيق الميداني للأداة:

7- حدود الدراسة:

تتخصر حدود الدراسة فيما يلي:

الحدود المكانية: يقتصر تطبيق الدراسة على مديرية الشباب والرياضة لولاية المسيلة

الحدود الزمنية: طبقت الدراسة خلال الموسم الجامعي 2020/2019.

# الفصل الثاني

تحليل النتائج ومناقشتها

1- عرض وتحليل نتائج الدراسة:

1-1- نتائج الاشهار في إنجاز التظاهرات الرياضية:

لتأكيد هذا المحور لأهمية الاشهار في إنجاز التظاهرات الرياضية وتدعيمه لابد من تحليل فقرات المحور وذلك بحساب كا<sup>2</sup> المحسوبة وقيمة كا<sup>2</sup> المجدولة وحساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

الجدول رقم (06) يوضح النسب المئوية و نتائج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وكا<sup>2</sup> المحسوبة والمجدولة لكل فقرة من فقرات التسويق الإلكتروني ونتائج المحور الاول ككل في اهمية إنجاز التظاهرات الرياضية عند  $\alpha = 0.05$ , ودرجة الحرية  $df=4$  مستوى المعنوية

الرقم	التكرار	درجة الموافقة					كا <sup>2</sup> المحسوبة	كا <sup>2</sup> المجدولة	الإستنتاج الإحصائي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الدلالة	درجة الحرية
		النسبية	وافق بشدة	وافق	غير متأكد	لا اوافق							
1	ك	15	07	03	00	00	8.69	09.48	غير دالة	4.48	0.71	0.05	04
	%	60	28	12	00	00							
2	ك	15	08	02	00	00	10.16	09.48	دالة	4.52	0.65	0.05	04
	%	60	32	08	00	00							
3	ك	10	08	07	00	00	0.56	09.48	غير دالة	4.12	0.83	0.05	04
	%	40	32	28	00	00							
4	ك	15	08	02	00	00	10.16	09.48	دالة	4.52	0.65	0.05	04
	%	60	32	08	00	00							
5	ك	22	02	01	00	00	33.68		دالة	3.84	0.47	0.05	04

						00	00	04	08	88	%	
040.05	0.50	4.20	دالة	18.32	00	00	01	18	06		ك	6
					00	00	04	72	24		%	
040.05	0.92	3.44	دالة	18.36	00	00	03	15	01		ك	7
					00	00	12	60	04		%	
040.05	0.69	4.16	غير دالة	4.88	00	00	04	13	08		ك	8
					00	00	16	52	32		%	
040.05	0.69	4.16	غير دالة	4.88	00	00	04	13	08		ك	9
					00	00	16	52	32		%	
040.05	0.45	3.96	دالة	24.56	00	00	03	20	02		ك	10
					00	00	12	80	08		%	
040.05	0.35	3.96	دالة	33.68	00	00	02	22	01		ك	11
					00	00	08	88	04		%	
040.05	0.67	4.12	دالة	27.32	00	01	01	17	06		ك	12
					00	04	04	68	24		%	
040.05	0.41	3.80	غير دالة	9.00	00	00	05	20	00		ك	13
					00	00	20	80	00		%	
040.05	0.55	4.16	دالة	14.48	00	00	02	17	06		ك	14



يعادل نسبة 40% يوافقون بشدة على أن المؤسسة الرياضية تعتقد بأهمية الإشهار للتواصل مع كافة الشرائح لإنجاح التظاهرات الرياضية , بينما وافق 8 إداريين أي ما يعادل نسبة 32% على أن المؤسسة الرياضية تعتقد أن الإشهار أهمية للتواصل مع كافة الشرائح لإنجاح التظاهرات الرياضية , و كان 07 إداريين أي ما يعادل نسبة 28% غير متأكدين من أن المؤسسة الرياضية تعتقد أن الإشهار أهمية للتواصل مع كافة الشرائح لإنجاح التظاهرات الرياضية , بينما لم يجب أي من الإداريين أفرد العينة على البدائل الأخرى (لا أوافق بشدة , لا أوافق) و بالنظر إلى كا<sup>2</sup> المحسوبة نجدها قد بلغت قيمة 0.56 و هي أقل من قيمة كا<sup>2</sup> الجدولة التي بلغت 49.48, و منه نستنتج و منه نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار .

أما العبارة الرابعة وهي " غياب الكفاءات المتخصصة في الإشهار يؤثر سلبا على نجاح التظاهرات الرياضية حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجاباتهم 4.52 بإنحراف معياري 0.65 , نلاحظ أن 15 إداري أي ما يعادل نسبة 60% يوافقون بشدة على أن المؤسسة الرياضية تعتقد أن غياب الكفاءات المتخصصة في الإشهار يؤثر سلبا على نجاح التظاهرات الرياضية , بينما وافق 8 إداريين أي ما يعادل نسبة 32% على أن المؤسسة الرياضية تعتقد أن غياب الكفاءات المتخصصة في الإشهار يؤثر سلبا على نجاح التظاهرات الرياضية , و كان 02 إداريين أي ما يعادل نسبة 8% غير متأكدين من أن المؤسسة الرياضية تعتقد أن غياب الكفاءات المتخصصة في الإشهار يؤثر سلبا على نجاح التظاهرات الرياضية , بينما لم يجب أي من الإداريين أفرد العينة على البدائل الأخرى (لا أوافق بشدة , لا أوافق), و بالنظر إلى كا<sup>2</sup> المحسوبة نجدها قد بلغت قيمة 10.16 و هي أكبر من قيمة كا<sup>2</sup> الجدولة التي بلغت 0.48 , و منه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار , أي أن غياب الكفاءات المتخصصة في التسويق الإلكتروني يؤثر سلبا على نجاح التظاهرات الرياضية.

أما العبارة الخامسة وهي " يمكن القيام بالتظاهرات الرياضية بدون الإشهار لها" حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجاباتهم 3.84 بإنحراف معياري 0.47 نلاحظ أن 22 إداري أي ما يعادل نسبة 88% يوافقون بشدة على يمكن القيام بالتظاهرات الرياضية بدون التسويق الإلكتروني لها , بينما وافق 2 إداريين أي ما يعادل نسبة 8% على يمكن القيام بالتظاهرات الرياضية بدون الإشهار لها , بينما 1 إداري أي ما يعادل 4% غير متأكد من القيام بالتظاهرات الرياضية بدون الإشهار لها و بينما لم يجب أي من الإداريين أفرد العينة على البدائل الأخرى (لا أوافق بشدة, لا أوافق), و بالنظر إلى كا<sup>2</sup> المحسوبة نجدها قد بلغت قيمة

33.68 و هي أكبر من قيمة كا<sup>2</sup> الجدولة التي بلغت 9.48, و منه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار وهي يمكن القيام بالتظاهرات الرياضية بدون التسويق الكترونيا لها.

أما العبارة السادسة "الإشهار الجيد يساعد في نجاح التظاهرات الرياضية " حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجاباتهم 4.20 بانحراف معياري 0.50 نلاحظ أن 6 إداريين أي ما يعادل نسبة 24% يوافقون بشدة على أن الإشهار الجيد يساعد في نجاح التظاهرات الرياضية , بينما وافق 81 إداري أي ما يعادل نسبة 72% على أن الإشهار الجيد يساعد في نجاح التظاهرات الرياضية , و كان 1 إداري أي ما يعادل نسبة 4% غير متأكدين من أن الإشهار الجيد يساعد في نجاح التظاهرات الرياضية , بينما لم يجب أي من الإداريين أفراد العينة على البدائل الأخرى (لا أوافق بشدة , لا أوافق) , و بالنظر إلى كا<sup>2</sup> المحسوبة نجدها قد بلغت قيمة 18.32 و هي أكبر من قيمة كا<sup>2</sup> الجدولة التي بلغت 9.48, و منه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار , أي أن الإشهار الجيد يساعد في نجاح التظاهرات الرياضية

أما العبارة السابعة وهي " غياب الإشهار يعني فشل تنظيم التظاهرات الرياضية " حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجاباتهم 3.440 بانحراف معياري 0.92, نلاحظ أن 1 إداري أي ما يعادل نسبة 4% يوافقون بشدة على أن غياب الإشهار يعني فشل تنظيم التظاهرات الرياضية, بينما وافق 15 إداري أي ما يعادل نسبة 60% على أن غياب الإشهار يعني فشل تنظيم التظاهرات الرياضية, وكان 3 إداريين أي ما يعادل نسبة 12% غير متأكدين على أن غياب الإشهار يعني فشل تنظيم التظاهرات الرياضية, بينما 6 إداريين أي ما يعادل نسبة 12% لا يوافقون على أن غياب الإشهار يعني فشل تنظيم التظاهرات الرياضية, بينما لم يجب أي من الإداريين أفراد العينة على البديل الآخر (لا أوافق بشدة) , و بالنظر إلى كا<sup>2</sup> المحسوبة نجدها قد بلغت قيمة 18.36 و هي أكبر من قيمة كا<sup>2</sup> الجدولة التي بلغت 69.48 , و منه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار , أي أن غياب الإشهار يعني فشل تنظيم التظاهرات الرياضية.

أما العبارة الثامنة وهي " الإشهار ساهم في نجاح مونديال البرازيل 2014 حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجاباتهم 4.16 بانحراف معياري 0.69 نلاحظ أن 8 إداريين أي ما يعادل نسبة 32% يوافقون بشدة على أن الإشهار ساهم في نجاح مونديال البرازيل 2014 بينما وافق 13 إداري أي ما يعادل نسبة 52% على أن الإشهار ساهم في نجاح مونديال البرازيل 2014 و كان 4 إداريين أي ما يعادل نسبة 16% غير متأكدين من أن الإشهار ساهم في نجاح مونديال البرازيل 2014 بينما لم يجب أي من الإداريين أفراد العينة على البدائل الأخرى (لا أوافق بشدة , لا أوافق) , و بالنظر إلى كا<sup>2</sup> المحسوبة نجدها قد بلغت قيمة 4.88 و هي

أقل من قيمة كا<sup>2</sup> الجدولة التي بلغت 9.48 , و منه نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار .

أما العبارة التاسعة وهي " كان نجاح مونديال البرازيل 2014 من خلال الإشهار له" حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجاباتهم 4.16 بانحراف معياري 0.69 نلاحظ أن 8 إداريين أي ما يعادل نسبة 32% يوافقون بشدة على أن نجاح مونديال البرازيل 2014 كان من خلال الإشهار له, بينما وافق 13 إداري أي ما يعادل نسبة 52% على أن نجاح مونديال البرازيل 2014 كان من خلال الإشهار له, و كان 4 إداريين أي ما يعادل نسبة 16% غير متأكدين من أن نجاح مونديال البرازيل 2014 كان من خلال الإشهار له, بينما لم يجب أي من الإداريين أفرد العينة على البدائل الأخرى (لا أوافق بشدة , لا أوافق) , و بالنظر إلى كا<sup>2</sup> المحسوبة نجدها قد بلغت قيمة 4.88 و هي أقل من قيمة كا<sup>2</sup> الجدولة التي بلغت 9.48, و منه نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار .

أما العبارة العاشرة وهي " التسويق الالكتروني الجيد لا غنى عنه في نجاح التظاهرات الرياضية " حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجاباتهم 0.0 بانحراف معياري 45.0 , نلاحظ أن 62 إداريين أي ما يعادل نسبة 64% يوافقون بشدة على أن التسويق الالكتروني الجيد لا غنى عنه في نجاح التظاهرات الرياضية, بينما وافق 26 إداري أي ما يعادل نسبة 46% على أن التسويق الالكتروني الجيد لا غنى عنه في نجاح التظاهرات الرياضية, وكان 60 إداريين أي ما يعادل نسبة 12% غير متأكدين على أن التسويق الالكتروني الجيد لا غنى عنه في نجاح التظاهرات الرياضية, بينما لم يجب أي من الإداريين أفرد العينة على البدائل الأخرى ( لا أوافق, لا أوافق بشدة) , و بالنظر إلى كا<sup>2</sup> المحسوبة نجدها قد بلغت قيمة 10.2 و هي أكبر من قيمة كا<sup>2</sup> الجدولة التي بلغت 4... , و منه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار , أي أن التسويق الالكتروني الجيد لا غنى عنه في نجاح التظاهرات الرياضية.

أما العبارة الحادية عشر وهي " للإشهار عائدات ومداخل مالية" حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجاباتهم 3.96 بانحراف معياري 0.45 , نلاحظ أن 02 إداري أي ما يعادل نسبة 8% يوافقون بشدة على أن للإشهار عائدات ومداخل مالية, بينما وافق 20 إداري أي ما يعادل نسبة 80% على أن للإشهار عائدات ومداخل مالية, وكان 03 إداريين أي ما يعادل نسبة 12% غير متأكدين على أن للإشهار عائدات ومداخل مالية, بينما لم يجب أي من الإداريين أفرد العينة على البدائل الأخرى (لا أوافق, لا أوافق بشدة) , و بالنظر إلى كا<sup>2</sup> المحسوبة نجدها قد بلغت قيمة 24.56 و هي أكبر من قيمة كا<sup>2</sup> الجدولة التي بلغت 9.48 , و

منه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار , أي أن للإشهار عائدات ومداخل مالية.

أما العبارة الثانية عشروهي "زيادة المستوى الفني للفرق الرياضية يساعد على الإشهار الامثل من خلال حقوق الدعاية-البث" حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجابتهم 4.12 بانحراف معياري 0.67 , نلاحظ أن 6 إداريين أي ما يعادل نسبة 24% يوافقون بشدة على أن زيادة المستوى الفني للفرق الرياضية يساعد على الإشهار الامثل من خلال حقوق الدعاية-البث, بينما وافق 17 إداري أي ما يعادل نسبة 68% على أن زيادة المستوى الفني للفرق الرياضية يساعد على الإشهار الامثل من خلال حقوق الدعاية-البث, وكان 01 إداري أي ما يعادل نسبة 04% غير متأكد على أن زيادة المستوى الفني للفرق الرياضية يساعد على الإشهار الامثل من خلال حقوق الدعاية-البث, بينما 1 إداري أي ما يعادل نسبة 4% لا يوافق على أن زيادة المستوى الفني للفرق الرياضية يساعد على الإشهار الامثل من خلال حقوق الدعاية-البث, بينما لم يجب أي من الإداريين أفرد العينة على البديل الآخر (لا أوافق بشدة) , و بالنظر إلى ك<sup>2</sup> المحسوبة نجدها قد بلغت قيمة 27.32 وهي أكبر من قيمة ك<sup>2</sup> الجدولة التي بلغت 9.48, و منه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار , أي أن زيادة المستوى الفني للفرق الرياضية يساعد على الإشهار الامثل من خلال حقوق الدعاية-البث.

أما العبارة الثالثة عشروهي "تروجون للتظاهرات الرياضية من خلال الاعلام" حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجابتهم 3.80 بانحراف معياري 0.41, نلاحظ أن 20 إداري أي ما يعادل نسبة 80% يوافقون على أن المؤسسة تروج للتظاهرات الرياضية عن طريق الإعلام, بينما 05 إداريين أي ما يعادل نسبة 20% غير متأكدين من أن المؤسسة لا تروج للتظاهرات عن طريق الإعلام , بينما لم يجب أي من الإداريين أفرد العينة على البدائل الأخرى (أوافق بشدة, لا أوافق بشدة , لا أوافق) , و بالنظر إلى ك<sup>2</sup> المحسوبة نجدها قد بلغت قيمة 9.00 وهي أقل من قيمة ك<sup>2</sup> الجدولة التي بلغت 9.48 و منه نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار .

أما العبارة الرابعة عشر وهي " الإشهار ذا فعالية كبيرة في إنجاح التظاهرات الرياضية" حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجابتهم 4.16 بانحراف معياري 0.55 , نلاحظ أن 6 إداريين أي ما يعادل نسبة 24% يوافقون بشدة على أن للإشهار فعالية كبيرة في إنجاح التظاهرات الرياضية, بينما وافق 17 إداري أي ما يعادل نسبة 68% على أن للإشهار فعالية كبيرة في إنجاح التظاهرات الرياضية, وكان 02 إداريين أي ما يعادل نسبة

08% غير متأكدين على أن للإشهار فعالية كبيرة في إنجاح التظاهرات الرياضية, , بينما لم يجب أي من الإداريين أفرد العينة على البدائل الأخرى (لاأوافق , لا أوافق بشدة), و بالنظر إلى كا<sup>2</sup> المحسوبة نجدها قد بلغت قيمة 14.48 و هي أكبر من قيمة كا<sup>2</sup> الجدولة التي بلغت 9.48, ومنه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار , أي على أن للإشهار فعالية كبيرة في إنجاح التظاهرات الرياضية.

ومن خلال النتائج المتوصل إليها في الجدول رقم (06) لمحورالإشهارفي إنجاح التظاهرات الرياضية ككل نجد قيمة المتوسط الحسابي كان 57.12 وقيمة الانحراف المعياري بلغ 7.01 وقيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة 11.48 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولة والتي هي 9.48 عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة الحرية 04 مما يدل على أن الإشهار عامل مهم وأساسي في إنجاح التظاهرات الرياضية.

من خلال هذا نستنتج على أن للإشهار أهمية في إنجاح التظاهرات الرياضية.

1-2- نتائج التخطيط الجيد للاشهار في إنجاز التظاهرات الرياضية :

لتأكيد هذا المحور لتأكيد أن التخطيط الجيد للإشهار يساهم في إنجاز التظاهرات الرياضية وتدعيمه لابد من تحليل فقرات المحور وذلك بحساب كا2 المحسوبة والمجدولة وحساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري الجدول رقم (07): يوضح النسب المئوية ونتائج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وكا<sup>2</sup> المحسوبة لكل فقرة df=4 من فقرات الاشهار ونتائج المحور الثاني ككل في مساهمة التخطيط الجيد في إنجاز التظاهرات الرياضية عند مستوى المعنوية a=0.05 ودرجة الحرية .

رقم التكرار	درجة الموافقة					كا2 المحسوبة	كا2 المجدولة	الاستنتاج لأحصائي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الدلالة	درجة الحرية
	النسبة	اوافق بشدة	اوافق	غير متأكد	لا اوافق							
1	ك	06	18	01	00	00	09.48	دالة	4.20	0.50	0.05	04
	%	24	72	04	00	00						
2	ك	01	24	00	00	00	21.16	دالة	4.04	0.20	0.05	04
	%	04	69	00	00	00						
3	ك	08	10	03	04	00	5.24	غير دالة	3.88	1.05	0.05	04
	%	32	40	12	16	00						
4	ك	00	17	06	01	00	27.32	دالة	3.56	0.77	0.05	04
	%	00	68	24	04	00						
5	ك	15	07	03	00	00	8.96	غير دالة	4.48	0.71	0.05	
	%	60	28	12	00	00						
6	ك	04	19	02	00	00	20.72	دالة	4.08	0.49	0.05	04
	%											

							00	00	08	76	16	%	
04	0.05	0.53	3.88	دالة	45.52		00	01	02	21	01	ك	7
								00	04	08	84	04	%
04	0.05	0.81	4.08	دالة	11.00		00	01	04	12	08	ك	8
								00	04	16	48	32	%
04	0.05	0.79	3.96	دالة	21.24		00	02	02	16	05	ك	9
								00	08	08	64	20	%
04	0.05	0.83	4.12	دالة	9.48	17.40	00	02	01	14	08	ك	10
								00	08	04	56	32	%
04	0.05	0.76	3.92	دالة	14.52		00	01	05	14	05	ك	11
								00	04	20	56	20	%
04	0.05	0.92	3.48	غير دالة	5.24		00	04	08	10	03	ك	12
								00	16	32	40	12	%
04	0.05	0.71	4.20	دالة	21.56		00	01	01	15	08	ك	13
								00	04	04	60	32	%
04	0.05	0.68	4.28	غير دالة	5.36		00	00	03	12	10	ك	14
								00	00	12	48	40	%

نتائج محور التخطيط الجيد للإشهار في إنجاح التظاهرات الرياضية ،درجة الحرية Df=04وعنر مستوى المعنوية a=0.05	10.95	9.48	دالة	56.16	8.67
---	-------	------	------	-------	------

من خلال الجدول رقم(07) نجد أن العبارة الأولى وهي " التخطيط للإشهار من مقومات نجاح التظاهرات الرياضية." حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجابتهم 4.20 بانحراف معياري 0.50, نلاحظ أن 6 إداريين أي ما يعادل نسبة 24% يوافقون بشدة على أن التخطيط للإشهار من مقومات نجاح التظاهرات الرياضية , بينما وافق 18 إداري أي ما يعادل نسبة 72% بأن التخطيط للإشهار من مقومات نجاح التظاهرات الرياضية , و كان 1 إداري أي ما يعادل نسبة 4% غير متأكد من أن التخطيط للإشهار من مقومات نجاح التظاهرات الرياضية , بينما لم يجب أي من الإداريين أفرد العينة على البدائل الأخرى (لا أوافق بشدة , لا أوافق) , و بالنظر إلى ك<sup>2</sup> المحسوبة نجدها قد بلغت قيمة 18.32 و هي أكبر من قيمة ك<sup>2</sup> الجدولة التي بلغت 9.48 , ومنه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار , أي على أن التخطيط للإشهار من مقومات نجاح التظاهرات الرياضية.

أما العبارة الثانية وهي " نجاح التظاهرات الرياضية يتطلب لها اشهارا مسبق." حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجابتهم 4.04 بانحراف معياري 0.20, نلاحظ أن 1 إداري أي ما يعادل نسبة 4 % يوافق بشدة على أن نجاح التظاهرات الرياضية يتطلب لها اشهارا مسبق، بينما وافق 24 إداري أي ما يعادل نسبة 96 % بأن نجاح التظاهرات الرياضية يتطلب لها اشهارا مسبق , و كان 3 إداريين أي ما يعادل نسبة 12% , بينما لم يجب أي من الإداريين أفرد العينة على البدائل الأخرى ( غير متأكد,لا أوافق بشدة , لا أوافق) , و بالنظر إلى ك<sup>2</sup> المحسوبة نجدها قد بلغت قيمة 21.16 و هي أكبر من قيمة ك<sup>2</sup> الجدولة التي بلغت 9.48 ومنه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار . أي على أن نجاح التظاهرات الرياضية يتطلب لها اشهارا مسبق

أما العبارة الثالثة وهي " الاشهار يعتبر أسلوب غير مكلف" حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجابتهم 3.88 بانحراف معياري 1.05, نلاحظ أن 8 إداريين أي ما يعادل نسبة 32% يوافقون بشدة على أن الاشهار يعتبر أسلوب غير مكلف, بينما وافق 10 إداريين أي ما يعادل نسبة 10% بأن الاشهار يعتبر أسلوب غير مكلف , وكان 3 إداريين أي ما يعادل نسبة 12% غير متأكدين من أن الاشهار يعتبر أسلوب غير مكلف, بينما لم يوافق 4 إداريين أي ما يعادل نسبة 16% على أن الاشهار يعتبر أسلوب غير مكلف بينما لم يجب أي من

الإداريين أفرد العينة على البديل الآخر (لا أوافق بشدة) , و بالنظر إلى كا<sup>2</sup> المحسوبة نجدها قد بلغت قيمة 5.24 و هي أقل من قيمة كا<sup>2</sup> المجدولة التي بلغت 9.48 ومنه نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار .

أما العبارة الرابعة وهي " تهتم الإدارة بعملية التخطيط للإشهار أثناء التظاهرات الرياضية." حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجاباتهم 3.56 بانحراف معياري 0.77 نلاحظ أن 17 إداري أي ما يعادل نسبة 68% وافقوا على أن الإدارة تهتم بعملية الإشهار الإلكتروني أثناء التظاهرات الرياضية و كان 6 إداريين أي ما يعادل نسبة 24% غير متأكدين من أن الإدارة تهتم بعملية التخطيط للإشهار أثناء التظاهرات الرياضية , بينما لم يجب أي من الإداريين أفرد العينة على البدائل الأخرى (موافق بشدة, لا أوافق بشدة , لا أوافق) , و بالنظر إلى كا<sup>2</sup> المحسوبة نجدها قد بلغت قيمة 27.32 و هي أكبر من قيمة كا<sup>2</sup> المجدولة التي بلغت 9.48 ومنه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار, أي أن الإدارة تهتم بعملية التخطيط للإشهار أثناء التظاهرات الرياضية.

أما العبارة الخامسة وهي " تعتمد المؤسسة الرياضية بأهمية الأشهار لتحقيق السرعة في إنجاز التظاهرات الرياضية." حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجاباتهم 4.48 بانحراف معياري 0.71 نلاحظ أن 15 إداري أي ما يعادل نسبة 60% يوافقون بشدة على أن المؤسسة تفر بأهمية الأشهار لتحقيق السرعة في إنجاز التظاهرات الرياضية بينما وافق 7 إداريين أي ما يعادل نسبة 28% بأن المؤسسة تفر بأهمية الأشهار لتحقيق السرعة في إنجاز التظاهرات الرياضية , و كان 3 إداريين أي ما يعادل نسبة 12% غير متأكدين من أن المؤسسة تفر بأهمية الأشهار لتحقيق السرعة في إنجاز التظاهرات الرياضية , بينما لم يجب أي من الإداريين أفرد العينة على البدائل الأخرى (لا أوافق بشدة , لا أوافق) , و بالنظر إلى كا<sup>2</sup> المحسوبة نجدها قد بلغت قيمة 8.96 و هي أقل من قيمة كا<sup>2</sup> المجدولة التي بلغت 9.48 ومنه نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار .

أما العبارة السادسة وهي " تعتبر عملية التخطيط للإشهار داخل الإدارات الرياضية ضرورية." حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجاباتهم 4.08 بانحراف معياري 0.496 نلاحظ أن 04 إداريين أي ما يعادل نسبة 16% يوافقون بشدة على أن عملية التخطيط للإشهار داخل الإدارات الرياضية ضرورية , بينما وافق 19 إداري أي ما يعادل نسبة 76% بأن عملية التخطيط للإشهار داخل الإدارات الرياضية ضرورية , و كان 02 إداري أي ما يعادل نسبة 8% غير متأكدين من أن عملية التخطيط للإشهار داخل الإدارات الرياضية

ضرورية , بينما لم يجب أي من الإداريين أفرد العينة على البدائل الأخرى (لا أوافق بشدة , لا أوافق), و بالنظر إلى  $\chi^2$  المحسوبة نجدها قد بلغت قيمة 20.72 و هي أكبر من قيمة  $\chi^2$  الجدولة التي بلغت 9.48 ومنه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار وهي أن عملية التخطيط للإشهاد داخل الإدارات الرياضية ضرورية.

أما العبارة السابعة " تساهم عملية الاشهار في نجاح التظاهرات الرياضية" حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجاباتهم 3.88 بانحراف معياري 0.53, نلاحظ أن 1 إداري أي ما يعادل نسبة 4 % يوافق بشدة على أن عملية الاشهار تساهم في نجاح التظاهرات الرياضية , بينما وافق 21 إداري أي ما يعادل نسبة

84% على أن عملية الاشهار تساهم في نجاح التظاهرات الرياضية , و كان 2 إداري أي ما يعادل نسبة 8% غير متأكدين على أن عملية الاشهار تساهم في نجاح التظاهرات الرياضية ,بينما لم يوافق 1 إداري أي ما يعادل نسبة 4% على أن عملية الاشهار تساهم في نجاح التظاهرات الرياضية بينما لم يجب أي من الإداريين أفرد العينة على البديل الآخر (لا أوافق بشدة) , و بالنظر إلى  $\chi^2$  المحسوبة نجدها قد بلغت قيمة 45.52 و هي أكبر من قيمة  $\chi^2$  الجدولة التي بلغت 9.48 ومنه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار وهي أن عملية الاشهار تساهم في نجاح التظاهرات الرياضية.

أما العبارة الثامنة وهي " يقتضي دخولنا عالم الاحتراف الرياضي وجود تخطيط للإشهار في الادارة الرياضية " حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجاباتهم 4.0846 بانحراف معياري 0.81, نلاحظ أن 8 إداريين أي ما يعادل نسبة 32% يوافقون بشدة على أن دخولنا عالم الاحتراف الرياضي يقتضي وجود تخطيط للإشهار في الادارة الرياضية , بينما وافق 12 إداري أي ما يعادل نسبة 48% على أن دخولنا عالم الاحتراف الرياضي يقتضي وجود تخطيط للإشهار في الادارة الرياضية , و كان 4 إداريين أي ما يعادل نسبة 16% غير متأكدين على دخولنا عالم الاحتراف الرياضي يقتضي وجود تخطيط للإشهار في الادارة الرياضية ,بينما لم يوافق 1 إداري أي ما يعادل نسبة 4% على أن دخولنا عالم الاحتراف الرياضي يقتضي وجود تخطيط للإشهار في الادارة الرياضية, بينما لم يجب أي من الإداريين أفرد العينة على البديل الآخر (لا أوافق بشدة) , و بالنظر إلى  $\chi^2$  المحسوبة نجدها قد بلغت قيمة 11.00 و هي أكبر من قيمة  $\chi^2$  الجدولة التي بلغت 9.48 ومنه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار وهي يقتضي دخولنا عالم الاحتراف الرياضي وجود تخطيط للإشهار في الادارة الرياضية.

أما العبارة التاسعة وهي " التخطيط الجيد للإشهار يساهم في نجاح التظاهرات الرياضية" حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجاباتهم 3.96 بانحراف معياري 0.79 نلاحظ أن 5 إداريين أي ما يعادل نسبة 20% يوافقون بشدة على أن التخطيط الجيد للإشهار يساهم في نجاح التظاهرات الرياضية , بينما وافق 16 إداري أي ما يعادل نسبة 64% بأن التخطيط الجيد للإشهار يساهم في نجاح التظاهرات الرياضية , و كان 2 إداريين أي ما يعادل نسبة 8% غير متأكدين من أن التخطيط الجيد للإشهار يساهم في نجاح التظاهرات الرياضية , بينما لم يوافق 2 إداريين أي ما يعادل نسبة 8% على أن التخطيط الجيد للإشهار يساهم في نجاح التظاهرات الرياضية , ولم يجب أي من الإداريين أفراد العينة على البديل الآخر (لا أوافق بشدة) , و بالنظر إلى ك<sup>2</sup> المحسوبة نجدها قد بلغت قيمة 21.24 و هي أكبر من قيمة ك<sup>2</sup> الجدولة التي بلغت 9.48 ومنه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار وهي أن التخطيط الجيد للتسويق الالكتروني يساهم في نجاح التظاهرات الرياضية.

أما العبارة العاشرة وهي " بالإمكان تطوير الرياضة الجزائرية بتفعيل الاشهار في الاتحادات الرياضية " حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجاباتهم 4.12 بانحراف معياري 0.83, نلاحظ أن 8 إداريين أي ما يعادل نسبة 32% يوافقون بشدة على أنه بالإمكان تطوير الرياضة الجزائرية بتفعيل الاشهار في الاتحادات الرياضية , بينما وافق 14 إداري أي ما يعادل نسبة 56% أنه بالإمكان تطوير الرياضة الجزائرية بتفعيل الاشهار في الاتحادات الرياضية و كان 2 إداريين أي ما يعادل نسبة 8% غير متأكدين من أنه بالإمكان تطوير الرياضة الجزائرية بتفعيل الاشهار في الاتحادات الرياضية , بينما لم يوافق 2 إداريين أي ما يعادل نسبة 8% على أن التخطيط الجيد للإشهار يساهم في نجاح التظاهرات الرياضية , ولم يجب أي من الإداريين أف راد العينة على البديل الآخر (لا أوافق بشدة) و بالنظر إلى ك<sup>2</sup> المحسوبة نجدها قد بلغت قيمة 17.40 و هي أكبر من قيمة ك<sup>2</sup> الجدولة التي بلغت 9.48 ومنه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار وهي أنه بالإمكان تطوير الرياضة الجزائرية بتفعيل الاشهار في الاتحادات الرياضية.

أما العبارة الحادية عشر وهي " تستطيع الترويج للسلع من خلال الاشهار أثناء التظاهرات الرياضية بالجزائر " حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجاباتهم 3.92 بانحراف معياري 0.76 , نلاحظ أن 5 إداريين أي ما يعادل نسبة 26% يوافقون بشدة على أنه بالإمكان الترويج للسلع من خلال الاشهار أثناء التظاهرات الرياضية بالجزائر , بينما وافق 14 إداري أي ما يعادل نسبة 56% أنه بالإمكان الترويج للسلع من خلال الاشهار أثناء التظاهرات الرياضية بالجزائر, و كان 5 إداريين أي ما يعادل نسبة 20% غير متأكدين من أنه بالإمكان

الترويج للسلع من خلال الاشهارأثناء التظاهرات الرياضية بالجزائر , بينما لم يوافق 1 إداري أي ما يعادل نسبة 4% على أنه بالإمكان الترويج للسلع من خلال الاشهارأثناء التظاهرات الرياضية بالجزائر , ولم يجب أي من الإداريين أفراد العينة على البديل الآخر (لا أوافق بشدة) و بالنظر إلى كا<sup>2</sup> المحسوبة نجدها قد بلغت قيمة 14.52 و هي أكبر من قيمة كا<sup>2</sup> الجدولة التي بلغت 9.48 ومنه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار وهي أنه بالإمكان الترويج للسلع من خلال الاشهارأثناء التظاهرات الرياضية بالجزائر .

أما العبارة الثانية عشر وهي " يتم ترويج وبيع تذاكر المباريات عن طريق الانترنت" حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجابتهم 3.48 بانحراف معياري 0.92 , نلاحظ أن 3 إداريين أي ما يعادل نسبة 12 % يوافقون بشدة على أنه يتم ترويج وبيع تذاكر المباريات عن طريق الانترنت , بينما وافق 10 إداريين أي ما يعادل نسبة 40% أنه يتم ترويج وبيع تذاكر المباريات عن طريق الانترنت, وكان 8 إداريين أي ما يعادل نسبة 32% غير متأكدين من أنه يتم ترويج وبيع تذاكر المباريات عن طريق الانترنت , بينما لم يوافق 4 إداريين أي ما يعادل نسبة 16% على أنه يتم ترويج وبيع تذاكر المباريات عن طريق الانترنت, ولم يجب أي من الإداريين أفراد العينة على البديل الآخر (لا أوافق بشدة) و بالنظر إلى كا<sup>2</sup> المحسوبة نجدها قد بلغت قيمة 5.24 و هي أقل من قيمة كا<sup>2</sup> الجدولة التي بلغت 9.48 ومنه نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار .

أما العبارة الثالثة عشروهي "تسويق العلامة التجارية الكترونيا يضخم قيمة ومستوى الحدث الرياضي" حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجابتهم 3.48 بانحراف معياري 0.92 , نلاحظ أن 3 إداريين أي ما يعادل نسبة 12 % يوافقون بشدة على أن التسويق للعلامة التجارية الكترونيا يضخم من قيمة ومستوى الحدث الرياضي , بينما وافق 10 إداري أي ما يعادل نسبة 40% أن التسويق للعلامة التجارية الكترونيا يضخم من قيمة ومستوى الحدث الرياضي, و كان 8 إداري أي ما يعادل نسبة 32% غير متأكد من أن التسويق للعلامة التجارية الكترونيا يضخم من قيمة ومستوى الحدث الرياضي , بينما لم يوافق 4 إداري أي ما يعادل نسبة 16% على أن التسويق للعلامة التجارية الكترونيا يضخم من قيمة ومستوى الحدث الرياضي , ولم يجب أي من الإداريين أفراد العينة على البديل الآخر (لا أوافق بشدة) و بالنظر إلى كا<sup>2</sup> المحسوبة نجدها قد بلغت قيمة 10.21 و هي أكبر من قيمة كا<sup>2</sup> الجدولة التي بلغت 4... ومنه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار وهي تسويق العلامة التجارية الكترونيا يضخم قيمة ومستوى الحدث الرياضي .

أما العبارة الرابعة عشر وهي " الأشهار من خلال مؤسسات اشهارية ضخمة يساهم في نجاح التظاهرات الرياضية كمونديال كرة القدم مثلا " حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجابتهم 4.28 بانحراف معياري 0.68 , نلاحظ أن 10 إداريين أي ما يعادل نسبة 40% يوافقون بشدة على أن الأشهار من خلال مؤسسات اشهارية ضخمة يساهم في نجاح التظاهرات الرياضية , بينما وافق 12 إداري أي ما يعادل نسبة 48% بأن الأشهار من خلال مؤسسات اشهارية ضخمة يساهم في نجاح التظاهرات الرياضية , و كان 3 إداريين أي ما يعادل نسبة 12% غير متأكدين من أن الأشهار من خلال مؤسسات اشهارية ضخمة يساهم في نجاح التظاهرات الرياضية , بينما لم يجب أي من الإداريين أفراد العينة على البدائل الأخرى (لا أوافق بشدة , لا أوافق) , و بالنظر إلى ك<sup>2</sup> المحسوبة نجدها قد بلغت قيمة 5.36 و هي أقل من قيمة ك<sup>2</sup> الجدولة التي بلغت 9.48 ومنه نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار .

ومن خلال النتائج المتوصل إليها في الجدول رقم (07) لمحور التخطيط الجيد للإشهار في إنجاز التظاهرات الرياضية ككل نجد قيمة المتوسط الحسابي كان 56.16 وقيمة الانحراف المعياري بلغ 8.67 وقيمة ك<sup>2</sup> المحسوبة 10.95 وهي أكبر من ك<sup>2</sup> الجدولة والتي هي 9.48 عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة الحرية 04 مما يدل على أن التخطيط الجيد للإشهار ضروري ومهم في إنجاز التظاهرات الرياضية.

من خلال هذا نستنتج على أن التخطيط الجيد للإشهار يساهم في إنجاز التظاهرات الرياضية.

## 2- مناقشة النتائج على ضوء الفرضيات:

### 2-1- مناقشة الفرضية الأولى :

من خلال نتائج الجدول رقم (6) المتوصل إليها نستنتج أن للإشهار أهمية في إنجاز التظاهرات الرياضية حيث أن الأشهار يعتبر أسلوب دعم في إنجاز التظاهرات الرياضية حيث أن غياب الكفاءات المتخصصة في مجال الأشهار يؤثر سلبا على التظاهرات الرياضية فالإشهار الجيد يساهم في انجاحها ' بالإضافة الى ذلك يعتبر الأشهار مصدر هام لجلب الأموال المتمثلة في العائدات الاشهارية وحقوق البث والدعاية والترويج لهذا يعتبر الأشهار ذا فعالية كبيرة في إنجاز التظاهرات الرياضية.

• وعليه نؤكد على صحة الفرضية الأولى القائلة إن الأشهار أهمية في إنجاز التظاهرات الرياضية

### 2-2- مناقشة الفرضية الثانية :

من خلال نتائج الجدول رقم (07) المتوصل اليها نستنتج أن التخطيط الجيد للإشهار يساهم في إنجاز التظاهرات الرياضية حيث أن التخطيط للإشهار من مقومات نجاح التظاهرات الرياضية وهذا لاعتبارات عديدة كون الاشهار يعتبر غير مكلف ولأهميته في تحقيق السرعة لإنجاح التظاهرات الرياضية .

• وعليه نؤكد على صحة الفرضية الثانية القائلة إن التخطيط الجيد للإشهار يساهم في إنجاز التظاهرات الرياضية.

### 3-مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضية العامة :

والتي مفادها أن "للإشهار دور في إنجاز التظاهرات الرياضية" وتشير نتائج الدراسة الميدانية التي تم عرضها في مناقشة الفرضيات الجزئية إلى :

- أن للإشهار أهمية في إنجاز التظاهرات الرياضية.
- أن التخطيط الجيد يساهم في إنجاز التظاهرات الرياضية.

مما سبق نستنتج للإشهار أهمية في إنجاز التظاهرات الرياضية. وإذا يمكن القول أن الفرضية العامة محققة بالشكل المفروض.

### خلاصة :

بعد الدراسة المعمقة التي شملت مقياس الاستبيان وبعد الاطلاع على نتائج هذا الأخير الذي قدم إلى إداري مديرية الشباب والرياضة لولاية المسيلة من أجل معرفة دور التسويق الإلكتروني في إنجاز التظاهرات الرياضية ,والذي قمنا بتقسيمه إلى محورين حيث كل محور يحتوي على عدد معتبر من العبارات توصلنا إلى أن توظيف الاشهار للتظاهرات الرياضية في المؤسسات ال رياضية وأخص بالذكر مديرية الشباب والرياضة عامل مهم في إنجاز التظاهرات الرياضية وهذا لعدة اعتبارات, وفي هذا المجال توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

أن للإشهار أهمية في إنجاز التظاهرات الرياضية لتطبيق الاشهار في المؤسسات الرياضية وجب توفر الكفاءات المتخصصة وهذا لدورهم الفعال في هذا المجال لأن الاشهار الجيد يساهم في إنجاز التظاهرات الرياضية, فبالإمكان ضمان نجاح التظاهرات الرياضية بتفعيل الاشهار, فغياب الاشهار يؤثر على قلة الإيرادات المالية لأنه يعتبر مصدر هام لجلب الأموال والتي تتمثل في عائدات حقوق البث والدعاية والترويج, ولهذا يعتبر الاشهار ذا فعالية كبيرة في إنجاز التظاهرات الرياضية

وأن التخطيط الجيد يساهم في إنجاح التظاهرات الرياضية ولتطبيق الأشهر الجيد يجب له تخطيط جيد لأن التخطيط الجيد يساهم في إنجاح التظاهرات الرياضية، وأن التخطيط الجيد من مقومات نجاح التظاهرات الرياضية لإعتبارات عديدة بالدرجة الأولى فهو غير مكلف فهو لا يتطلب موارد بشرية كبيرة والأهمية الأخرى التي يكتسبها فهو يحقق السرعة في إنجاح التظاهرات الرياضية .

ويتوقف نجاح أي تظاهرة كانت يتوقف على مدى تطبيق وتوظيف الأشهر بالشكل المطلوب وعلى أساس سليم ووجب أن يكون مبني على أصول وقواعد وأساليب علمية لأن دور الأشهر في إنجاح التظاهرات الرياضية فعال إن وظف بالشكل الصحيح .  
وفي الأخير نتمنى أننا أضفنا ولو لبنة في خدمة العلم والمعرفة.

#### الاقتراحات:

- كما هو معلوم في البحوث العلمية الجيدة التي تنتهي باقتراحات ونتائج تضيء للباحث والقارئ معا مدى البعد العلمي والربط بين الدراسات السابقة حتى يكون هناك عملية ربط وتواصل بين الدراسات.
- وفي ضوء النتائج المتوصل إليها تم اقتراح ما يلي :
- عقد دورات تدريبية متخصصة في المجال الأشهر لجميع العاملين بالمؤسسات الرياضية.
- مواكبة المستجدات والتطورات والأوضاع العالمية الجديدة في المجال الأشهر
- تطوير مستوى الأشهر الإلكتروني
- العمل على استغلال فضاءات مواقع التواصل الاجتماعي والأشهر عليها.

قائمة المصادر

و

المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

1- المصادر:

القرآن الكريم:

-سورة الإسراء الآية (23-25)

-سورة النمل الآية(19)

2-المراجع باللغة العربية

- 1-اسماعيل محمد السيد، الإعلان، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، مصر، بدون تاريخ.
- 2-بركات أيوب وبعلي مصطفى وبركات عبد الحق: مداخلة بعنوان "توظيف الإشهار عبر الانترنت في الاحتراف الرياضي"، الملتقى الدولي حول الاحتراف الرياضي في الجزائر، جامعة دجالي إبراهيم، الجزائر، يومي 25-26 جانفي 2009.
- 3-بشير إبرير: مقال بعنوان "بلاغة الصورة وفاعلية التأثير في الخطاب الإشهاري"، مجلة الموقف الأدبي، تموز 2005، العدد 411
- 4- بشير عباس العلق وعلی محمد رباعة: الترويج والإعلان التجاري، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الطبعة العربية، عمان، 2007.
- 5- تيطراوي عبد الباسط وآخرون، إدارة التظاهرات الرياضية وعلاقتها بتطوير رياضة التايكواندو بالجزائر ، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الليسانس , 2007.
- 6-حنا نسيم، مبادئ التسويق، دار المريخ، الرياض، 1985.
- 7-حسن أحمد الشافعي، الإستثمار والتسويق في التربية البدنية والرياضية ، ط9، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ،الإسكندرية، 2003.
- 8-حسن السيد عوض ،حسن شلتوت، البطولات والدورات الرياضية، ملتزم الطبع والنشر ، دار الفكر العربي.
- 9-خير الدين علي عويس،العالم الاجتماعي الرياضي ط9 ،القاهرة دار الفكر العربي 1997 .
- 10-مروان عبد المجيد إبراهيم ، الإدارة والتنظيم في الرياضة.ط9، دار الفكر للطباعة والنشر ، عمان، 2000.
- 11- مروان عبد المجيد إبراهيم، ادارة البطولات والمنافسات الرياضية، الدار العالمية، ط9، الأردن، 2000.
- 12-منصور علي، مبادئ الادارة، مكتبة العلوم، القاهرة، 2000.

- 13- محمد حسن العلاوي علم النفس التدريب والمنافسة الرياضية, دار الفكر العربي, القاهرة, مصر, 2002.
- 14- نجاي عبد الحكيم, اهمية المنافسات الرياضية في تكوين رياضي النخبة, مذكرة تخرج, كلية العلوم الاجتماعية والانسانية, قسم التربية البدنية والرياضية.
- 15- نجاي عبد الكريم وآخرون, دور التخطيط في ادارة المنافسات والبطولات الرياضية , مذكرة تخرج, قسم التربية الرياضية, قسنطينة, 2003.
- 16- طوبال وسيم: أسباب ضعف الرعاية الرياضية في الجزائر حالة الإتحاديات الرياضية الجزائرية, رسالة ماجستير, جامعة الجزائر معهد التربية البدنية والرياضية ,جامعة الجزائر, 2003.
- 17- محمد رجب احمد جبريل : ترويج البطولات والمباريات الرياضية باستخدام المفهوم الحديث للتسويق, رسالة ماجستير غير منشورة ,كلية التربية البدنية للبنين بالقاهرة ,جامعة حلوان, 3009.
- 18- يوسف مسيكي وآخرون: دور الإشهار في تغيير النمط الاستهلاكي, دراسة ميدانية بحي 500مسكن المسيلة, رسالة مكملة لنيل شهادة ليسانس, في علوم التسيير , فرع :إدارة الأعمال: كمال قاسمي, جامعة محمد بوضياف المسيلة, 2004
- 19- محمد جودت ناصر: الدعاية والإعلان والعلاقات العامة, الأردن, دار المجدلوي, 1997
- 20- زهير احدان : مدخل العلوم والإعلام والاتصال, ط1, الجزائر, ديوان المطبوعات الجامعية, 1991
- 21- محمد أبو سمرة: إدارة الإعلان التجاري, ط1, دار أسمة للنشر, عمان, الأردن, 2008.
- 22- محمد جودت ناصر: الدعاية والإعلان والعلاقات العامة, ط1, دار مجدلوي, عمان, الأردن, 1997-1998.
- 23- جوديساجية: دور تفعيل تطبيق الإدارة الإلكترونية في تنظيم البطولات والمنافسات الرياضية ,مذكرة ماستر بمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية غير منشورة, جامعة المسيلة 2014.
- 24- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية قانون الرياضة 15/13 الصادر في 31 جويلية 2013
- 25- منصور علي, مبادئ الادارة, مكتبة العلوم, القاهرة, 3000.
- 26- مروان عبد المجيد إبراهيم , الإدارة والتنظيم في الرياضة1, دار الفكر للطباعة والنشر, عمان, 2000

27- حسن السيد عوض ,حسن شلتوت, البطولات والدورات الرياضية, ملتزم الطبع والنشر, دار الفكر العربي.

28- بن حبتور عبد العزيز صالح, الإدارة الاستراتيجية "ادارة جديدة في عالم متغير", دار المسيرة, عمان, 2007,

-الأجنبية :

29-Jaques FANTANEL et LilianeBENSAHEL:reflexionssurleconomie du sport,pressesuniversitaires de grenoble,frence,fevrier2000

30-zeghdoud nabil:lesenjeuxeconomique du sport,cas du c.m.c  
memoire de magister, faculté des sciences  
économiques,option,monnaie et finance, université d'alger,2001

31- Christine Lougovoy et Denis Huisman, trait de relation publique – paris  
1980.

32- . Jean Jacques Iambin,RubenChumpitaz , Chantal de Moerloose , Marketing  
tratégique et operationnel, Dunod, 6 ème édition , Paris,200

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي جامعة المسيلة

معهد علوم وتقنيات الانشطة البدنية والرياضية

استمارة مقياس موجهة للأفراد العاملين بالمؤسسة الرياضية لمذكرة نيل شهادة

الماستر في علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية تخصص الإدارة والتنظيم

في الرياضة

الاشهار ومساهمته في إنجاح التظاهرات الرياضية  
دراسة ميدانية لمديرية الشباب والرياضة لولاية المسيلة

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته، وبعد نضع بين أيديكم هذه الإستمارة والتي تهدف من خلالها تتبع المجال التطبيقي لهذا البحث لذا نرجوا قراءة هذه الأسئلة واختيار الإجابة التي ترونها تنطبق عليكم وذلك بوضع العلامة X في الخانة المناسبة مع العلم أنه لا توجد إجابات صحيحة وأخرى خاطئة

من إعداد الطالب : حمور شعيب تحت إشراف الدكتور: بوعزيز ساسي

2020/ 2019

المحور الأول: للتسويق الإلكتروني أهمية في إنجاح التظاهرات الرياضية .

الرقم	العبارات	الدرجات	أوافق بشدة	أوافق	غير متأكد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	تدرك المؤسسة مفهوم الأشهار جيدا.						
2	تعتقد المؤسسة الرياضية بأن الأشهار أسلوب دعم في إنجاح التظاهرات الرياضية						
3	تعتقد المؤسسة بأهمية الأشهار للتواصل مع كافة الشرائح لإنجاح التظاهرات الرياضية						
4	غياب الكفاءات المتخصصة في الأشهار يؤثر سلبا على نجاح التظاهرات الرياضية.						
5	يمكن القيام بالتظاهرات الرياضية بدون الأشهار لها						
6	الأشهار الجيد يساعد في نجاح التظاهرات الرياضية						
7	غياب الأشهار يعني فشل تنظيم التظاهرات الرياضية						
8	الأشهار ساهم في نجاح مونديال البرازيل 1022						
9	كان نجاح مونديال البرازيل 1022 من خلال الأشهار له						

					10	الاشهار الجيد لا غنى عنه في نجاح التظاهرات الرياضية
					11	للاشهار عائدات ومداخيل مالية

					12	زيادة المستوى الفني للفرق الرياضية يساعد على الاشهار الامثل من خلال حقوق الدعاية- البث
					13	تروجون للتظاهرات الرياضية من خلال الاعلام
					14	الاشهار ذا فعالية كبيرة في إنجاح التظاهرات الرياضية

**المحور الثاني:** التخطيط الجيد للتسويق الإلكتروني يساهم في إنجاح التظاهرات الرياضية.

الرقم	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	غير متأكد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
15	التخطيط للاشهار من مقومات نجاح التظاهرات الرياضية					
16	نجاح التظاهرات الرياضية يتطلب لها اشهار مسبق					
17	الاشهار يعتبر أسلوب غير مكلف					
18	تهتم الإدارة بعملية التخطيط للاشهار أثناء التظاهرات الرياضية					

					19	تعتمد المؤسسة الرياضية بأهمية الاشهار لتحقيق السرعة في إنجاز التظاهرات الرياضية
					20	تعتبر عملية التخطيط للاشهار داخل الادارات الرياضية ضرورية
					21	تساهم عملية الاشهار في نجاح التظاهرات الرياضية
					22	يقتضي دخولنا عالم الاحتراف الرياضي وجود تخطيط للاشهار في الادارة الرياضية
					23	التخطيط الجيد للاشهار يساهم في نجاح التظاهرات الرياضية
					24	بالإمكان تطوير الرياضة الجزائرية بتفعيل الاشهار في الاتحادات الرياضية
					25	تستطيع الترويج للسلع من خلال الاشهار أثناء التظاهرات الرياضية بالجزائر
					26	يتم ترويج وبيع تذاكر المباريات عن طريق الانترنت
					27	تسويق العلامة التجارية الكترونيا يضمن قيمة ومستوى الحدث الرياضي
					28	الاشهار من خلال مؤسسات اشهارية ضخمة يساهم في نجاح التظاهرات الرياضية كموندنال كرة القدم مثلا

## ملخص الدراسة :

1-عنوان الدراسة : الاشهار ومساهمته في إنجاح التظاهرات الرياضية

2-أهداف الدراسة :

- ✓ معرفة مدى أهمية الاشهار في نجاح التظاهرات الرياضية.
- ✓ مساهمة الاشهار في استقطاب المشتركين لإنجاح التظاهرات الرياضية.
- ✓ معرفة مزايا وعيوب الاشهار.
- ✓ دور الاشهار في احداث التواصل بين الهيئة المنظمة وجمهورها لإنجاح التظاهرات الرياضية.
- ✓ ابراز دور الاشهار في نجاح التظاهرات الرياضية

3-مشكلة الدراسة : هل يساهم الاشهار في انجاح التظاهرات الرياضية ؟

4-فرضيات الدراسة :

-الفرضية الرئيسية : يساهم الاشهار في انجاح التظاهرات الرياضية

-الفرضيات الجزئية :

- للإشهار أهمية في انجاح التظاهرات الرياضية

- التخطيط الجيد للإشهار يساهم في انجاح التظاهرات الرياضية

5-عينة الدراسة : تكون عينة البحث من 25 موظفا من موظفي مديرية الشباب والرياضية لولاية المسيلة

6-منهج الدراسة : إعتد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي كونه يتلائم مع طبيعة المشكلة المدروسة

7-أدوات الدراسة : لقد إستخدم الباحث في دراسته إستمارة مقياس كأداة لجمع المعلومات

8-النتائج المتوصل إليها :

- أن للإشهار أهمية في إنجاح التظاهرات الرياضية لتطبيق الاشهار في المؤسسات الرياضية وجب توفر

الكفاءات المتخصصة وهذا لدورهم الفعال في هذا المجال

- وأن التخطيط الجيد يساهم في إنجاح التظاهرات الرياضية

-الاشهار يساهم في إنجاح التظاهرات الرياضية

9-الإقتراحات:

-عقد دورات تدريبية متخصصة في المجال الاشهاري لجميع العاملين بالمؤسسات الرياضية.

- مواكبة المستجدات والتطورات والأوضاع العالمية الجديدة في المجال الاشهاري

-تطوير مستوى الاشهار الالكتروني

-العمل على استغلال فضاءات مواقع التواصل الاجتماعي والاشهار عليها.

