



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف المسيلة

المسيلة في :/...../2020

معهد العلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم : إعلام واتصال رياضي

**دور العلاقات العامة في زيادة جاذبية المستثمرين
نحو تمويل أندية كرة القدم الجزائرية
- نجم شباب مقرة أنموذجا -**

مذكرة التخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

الأستاذ المشرف:

- جلال صلاح الدين

إعداد الطالب:

- رضوان سالم

السنة الجامعية: 1440هـ - 1441هـ / 2019م - 2020م



شكر وعرفان

نشكر الله سبحانه وتعالى على فضله وتوفيقه لنا ، والقائل في محكم تنزيل

﴿وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ ﴾ الآية رقم: (07) سورة إبراهيم

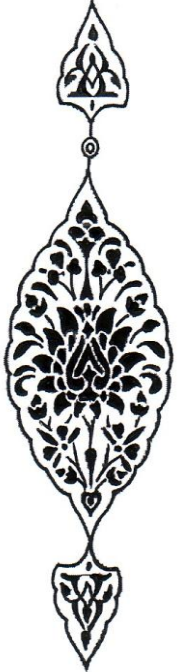
الحمد لله رب العالمين حمدا طيبا مباركا فيه ملء السموات والأرض وملء ما بينها وملء ما شاء من شيء بعد والصلاة والسلام على خير المرسلين سيدنا وحبينا محمد صلى الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه أجمعين .

شكرا لله أولا وأخيرا فهو الذي أعانني على إكمال هذه الدراسة، وبعد ذلك يطيب لي أن أتقدم بجزيل الشكر والعرفان لأستاذي المشرف " جلال صلاح الدين " على جهده ومتابعته الذي لولاه لما تمكنت من إنجاز هذا البحث، فجزاها الله خير الجزاء .

كما يطيب لي أن أتقدم بجزيل الشكر لكل من ساهم على إنهاء هذه الدراسة

فهرس

المحتويات





قائمة المحتويات

	الموضوع
	شكر وعران
	قائمة المحتويات
أ	مقدمة
الفصل الأول: الخلفية النظرية والدراسات السابقة	
04	1- العلاقات العامة
04	تمهيد
05	1-1- مفهوم العلاقات العامة
05	1-2- تعريف العلاقات العامة
07	1-3- مبادئ العلاقات العامة
08	1-4- أهمية العلاقات العامة
09	1-5- أهداف العلاقات العامة
11	1-6- دوافع الاهتمام بالعلاقات العامة
11	1-7- وظائف العلاقات العامة
12	خلاصة
14	2- الاستثمار الرياضي
15	2-1- ماهية الاستثمار وطبيعته
15	2-1-1- مفهوم الاستثمار
15	2-1-2- تعريف الاستثمار
16	2-1-3- أهمية الاستثمار
16	2-1-4- أنواع الاستثمار ومميزاته
17	2-1-5- سياسة الاستثمار في الجزائر
20	2-2- الاستثمار الرياضي
20	2-2-1- أهداف الاستثمار في الأندية الرياضية



21	2-2-2- الاتجاهات الحديثة في الاستثمار في المجال الرياضي
21	2-3-3- مجالات الاستثمار الرياضي
21	2-3-1- الاستثمار الرياضي بالمؤسسة الرياضية
22	2-3-2- استثمار عام بالمؤسسة الرياضية
23	2-4- العوامل التي تؤثر على الاستثمار في المجال الرياضي
24	2-5- وسائل وآليات جذب المستثمرين وتحفيزهم على الاستثمار في المجال الرياضي
24	2-6- استثمارات الأندية في ظل تطبيق الاحتراف الرياضي
25	2-7- طرق الاستثمار الرياضي
26	2-8- الاستثمار الرياضي في الجزائر
27	2-9- معوقات تطبيق الاستثمار في المجال الرياضي
28	2-9-1- المعوقات الاقتصادية والسياسية
29	2-9-3- العوائق الاعلامية والاجتماعية
32	3- التمويل
32	تمهيد
33	3-1- ماهية التمويل
33	3-1-1- تعريف التمويل
34	3-1-2- خصائص خصائص التمويل
34	3-1-3- تصنيفات التمويل
36	3-1-4- أهمية التمويل
36	3-1-5- أهداف التمويل
37	3-2- نظريات التمويل
37	3-2-1- الأهداف الأساسية لنظرية التمويل
38	3-2-2- احتياجات التمويل
39	3-2-3- دور الوظيفة المالية في المشروع الاستثماري ووظائفها الأساسية
39	3-2-3-1- التخطيط المالي



39	3-2-3-2- الرقابة المالية
40	3-3-2-3- الحصول على الأموال
40	3-2-3-4- استثمار الأموال
40	3-2-3-5- مقابلة مشاكل خاصة
40	3-3- التمويل الرياضي في الجزائر
43	3-1-3- الرياضة والاقتصاد
44	3-1-1-3- السبونسورينغ الرياضي
45	3-1-2-3- مختلف التعاريف لسبونسورينغ
46	3-1-3-3- أشكال السبونسورينغ الرياضي
46	3-2-3-3- اختيار طريقة التمويل
47	3-2-1-3-3- سياسات التمويل
48	3-3-3-3- التمويل في المنافسات الرياضية
48	3-4-3-3- تصنيف أعمال الرياضة
48	3-4-1-3-3- الإيراد المباشر
49	3-4-2-3-3- الإيراد المدعم
49	3-4-3-3-3- الإيراد الغير مباشر
50	3-4-4-3-3- المحاسبات المالية
50	3-4-5-3-3- مختلف التعاريف الهامة للتسيير المالي
53	4- الأندية الرياضية
53	تمهيد
54	4-1- مفهوم الأندية الرياضية
55	4-2- النادي الجزائري لكرة القدم
55	4-3- الإطار القانوني للنادي
56	4-4- هيكله النوادي الرياضية حسب المشرع الجزائري
56	4-4-1- نوادي رياضية هاوية
56	4-4-2- نوادي رياضية شبه محترفة

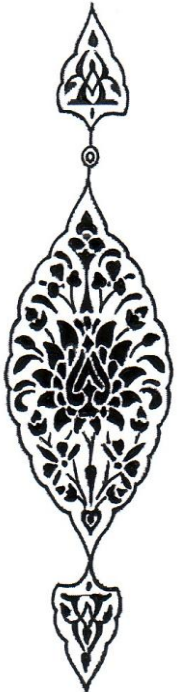


56	4-4-3- نوادي رياضية محترفة
58	4-5- مشروع النادي
58	4-6- أهداف النادي
59	4-7- دور النادي الرياضي ومهامه لخدمة الجمهور المحلي
60	4-7-1- الدور التربوي للنادي الرياضي
61	4-7-2- الدور الاجتماعي للنادي الرياضي
62	4-7-3- الدور الثقافي للنادي الرياضي
63	4-8- الهياكل المنظمة والمسيرة للنادي الرياضي
63	8-8-1- الجمعية العامة
64	4-8-2- مكتب النادي
65	4-8-3- الأمانة العامة
65	4-8-4- اللجان المختصة
66	5- الدراسات السابقة
الفصل الثاني: الإطار العام للدراسة	
71	1- الاشكالية والتساؤلات
72	2- الفرضيات
72	3- أسباب اختيار الموضوع
73	4- أهمية الدراسة
73	5- أهداف الدراسة
74	6- الكلمات الدالة في الدراسة
الفصل الثالث: الاجراءات المنهجية للدراسة	
79	تمهيد
80	1- الدراسة الاستطلاعية
80	2- المنهج المتبع في الدراسة
81	3- مجتمع وعينة الدراسة
82	4- حدود الدراسة



82	5- أدوات جمع البيانات والمعلومات
83	6- إجراءات التطبيق الميداني للأداة
83	7- الأساليب الاحصائية
الفصل الرابع: الجانب التطبيقي (تحليل واستنتاج)	
85	تمهيد
85	دراسات سابقة
87	استنتاج عام
88	اقتراحات
90	خاتمة
93	قائمة المصادر والمراجع
ملاحق	
ملخص	

مقدمة





تعتبر العلاقات العامة من الظواهر الاجتماعية التي تتمتع بجاذبية لدى عامة الناس والمتخصصين وظهرت العلاقات العامة منذ القديم مع ظهور الحضارات القديمة وفرضت نفسها على مستوى تعامل الأفراد فيما بينهم أو بين المؤسسات والمشروعات الخاصة والعامة وأصبحت العلاقات العامة موضوعات ذات أهمية بالغة في البحث العلمي نتيجة تطور المجتمعات، حيث تعتبر ظاهرة اجتماعية حتمية لا بد أن توجد في كل مجتمع نتيجة للاحتكاك بين الأفراد والمؤسسات والهيئات وكذلك تشعب العلاقات الانسانية في شتى الميادين الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، ونتيجة المتغيرات الهائلة في مجال التكنولوجيا والاعلام والاتصال أحداث قفزات وتطورات نوعية في شتى المجالات جعلت الباحثين يدركون أن هذه العلاقات جديرة بالدراسة والبحث والاستسقاء، لذلك نجح أن أغلبية التنظيمات والمؤسسات اليوم توجهت إلى الاهتمام بالعلاقات العامة كنشاط متخصص ووسيلة ضرورية لاغنى عنها في ترقية المؤسسات وتطويرها والحفاظ على سمعتها وتعاملاتها الداخلية والخارجية ومد جسور المعرفة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي.

وإن المنتبغ للحركة الاقتصادية يجد أن العلاقة بين الرياضة والاقتصاد تعتبر علاقة قديمة ووطيدة وتنامت هذه العلاقة في السنوات الماضية بصورة سريعة وأصبحت تبادلية بين الاقتصاد والرياضة تأخذ الجدية والاحترافية في العمل الاستثماري، بحيث أسهم الاستثمار في المؤسسات الرياضية في إحداث نقلة نوعية في المنشآت الرياضية والاقتصادية وتطوير الألعاب وزيادة المداخل عبر مشاريع كثيرة بمبالغ تحقق لهم أرباحا خيالية.

إذن لا بد على الشركات الاقتصادية الصناعية والتجارية الجزائرية أن تضع حدا لهذا الركود وتغيير الأفكار السائدة والتثقف بثقافة رياضية حديثة وعصرية تأخذ بكل ما هو مفيد لمصلحة الحركة الرياضية الجزائرية ككل، ومن خلال كل هذه المعطيات يمكن اعتماد العلاقات العامة كأداة أساسية لجذب المستثمرين نحو تمويل كرة القدم الجزائرية.

وقد شملت دراستنا التي جاءت بعنوان (دور العلاقات العامة في زيادة جاذبية المستثمرين نحو تمويل اندية كرة القدم الجزائرية)، اربع فصول وهي:



الفصل الأول: الخلفية النظرية والدراسات السابقة.

الفصل الثاني: الاطار العام للدراسة.

الفصل الثالث: الاجراءات المنهجية للدراسة.

الفصل الرابع: عرض وتحليل ومناقشة النتائج.

الفصل الأول

الخلفية النظرية والدراسات السابقة

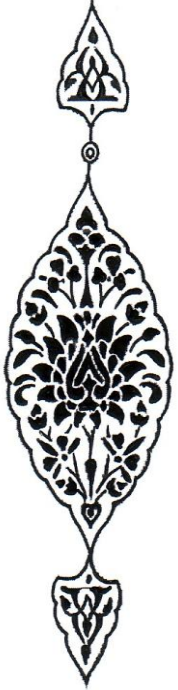
1- العلاقات العامة

2- الاستثمار الرياضي

3- التمويل

4- الأندية الرياضية

5- الدراسات السابقة





1- العلاقات العامة:

تمهيد:

فرض الاتساع في الأنشطة والفعاليات التي تمارسها المجتمعات نموا كبيرا في مؤسساتها وزيادة حاجة بعضها إلى البعض الآخر، وضرورة التنسيق فيما بينها سواء فيما يتعلق بحصولها على مستلزماتها أو في ترويج منتجاتها، نظرا للدور الحيوي الذي تقوم به العلاقات العامة في المؤسسات تعي وتدرك هذه الأخيرة أهمية القيام بهذا النشاط، حيث برزت نتيجة لزيادة حدة المنافسة وازدياد وعي المستهلك واعتماد قرار اختيار في كثير من الأوضاع على اعتبارات رمزية.

وبناء عليه بدأت الإدارة العليا في معظم المنشآت باعتمادها وقبول فكرة إقامة علاقات طيبة وكسب ثقة وتأييد الجماهير المتصلة بها، من ثم زاد أهمية العلاقات العامة ودورها في رسم سياسات واستراتيجيات المؤسسة، وارتفعت مكانتها إلى مستوى الإدارة العليا. ويهدف هذا الفصل إلى توضيح مفهوم العلاقات العامة وتاريخ نشأتها وإعطاء بعض التوصيفات الخاصة بوظيفة العلاقات العامة داخل المؤسسة من حيث أهدافها ومبادئها ووظائفها ومعرفة مهامها.



1-1- مفهوم العلاقات العامة:

على الرغم من أن العلاقات العامة علم حديث نسبياً، إلا أن مفهومها كظاهرة إجتماعية قديمة نسبة إلى إهتمام الإنسان منذ فجر التاريخ بالتعايش مع الناس والتعاون معهم وتبادلهم الرأي¹.

وعرفت العلاقات العامة بمفهومها الحديث في أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين، حيث كانت نتيجة التقدم الصناعي في المجتمعات الغربية وظهور الثورة الصناعية الضخمة التي تعتمد على الإنتاج الكبير، كما تضاعفت أعداد الجماهير التي تتعامل معها هذه المؤسسات، الأمر الذي شكل صعوبة على المؤسسات في الإتصال بهذه الجماهير الجديدة، حيث حرصوا على كسبهم والحصول على رضاهم وأول من يرجع إليه الفضل في تلك الفترة هو " إيفي لي " الذي دعا إلى معاملة العاملين معاملة أخلاقية إنسانية منبها إلى ضرورة رعاية مصالح الجماهير².

1-2- تعريف العلاقات العامة:

عرفها قاموس " ويسترن " بأنها:

"الفن القائم على أسس علمية لبحث أنسب طرق التعامل المتبادلة بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق الأهداف مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة للمجتمع.

كما أضاف أن العلاقات العامة هي مجموعة من الأنشطة التي تقوم بها هيئة أو إتحاد أو حكومة أو تنظيم إجتماعي من أجل خلق علاقات جيدة وطيبة وسليمة مع الجماهير المختلفة التي تتعامل معها كجمهور مستخدمين ومستهلكين وجملة الأسهم وكذلك لتفسير نفسها للمجتمع حتى تكسب رضاهم³.

¹ حسين محمد علي، المدخل المعاصر لمفاهيم العلاقات العامة، القاهرة، الطبعة الفنية الحديثة، 1976، ص 3.

² حسين رشوان، العلاقات العامة، ط 2، القاهرة، علم الكتب، 1995، ص 33.

³ بسام عبد الرحمن الجرايدة، إدارة العلاقات العامة، ط 1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012، ص 32.



- تعريف الجمعية الدولية للعلاقات العامة: بأنها:

"وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلالها المنشأة العامة والخاصة إلى كسب والمحافظه على تفهم وتعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بهم، وذلك عن طريق تقييم الرأي العام بها من أجل ربط سياستها وإجراءاتها قدر الإمكان التحقيق تعاون مثمر ومقابلة المصالح بدرجة أكفاً عن طريق المعلومات المخططة ونشرها"¹.

- ويعرف أحمد كمال وعدي سليمان في كتاب الخدمة الإجتماعية والمجتمع:

"العلاقات العامة بأنها عملية القياس وتحليل الرأي العام لتوصيل رأي الجمهور للمؤسسات من ناحية، أو لتوصيل رأي المسؤولين في المؤسسات إلى الجمهور من ناحية أخرى، وهي عملية مستمرة في نشاط المؤسسة"².

وفي ضوء ما سبق يمكن إستخلاص تعريف العلاقات العامة من خلال النقاط التالية:

1. أن العلاقات العامة عملية القياس وتوصيل ونشر بيانات ومعلومات من وإلى الجماهير والتنظيمات في مجالات العمل المتعددة.
2. أن العلاقات العامة عمليات تطبيقية للعلوم والمهن الاجتماعية والتي من بينها مهنة الخدمة الاجتماعية.
3. تهدف العلاقات العامة إلى إيجاد توازن مستمر بدون رأي المختصين والعاملين في المؤسسات من جانب، وبين رأي الجمهور من جانب آخر، فالجمهور له أهميته الخاصة بالنسبة للمؤسسات والعاملين بها.
4. أنها تحتاج إلى متخصصين على مستويات من التدريب والمهارة المهنية والتطبيقية لتحقيق أهدافها بصورة إيجابية.

¹ أنعام حسن أيوب: وآخرون، العلاقات العامة والإتصال في الخدمة الإجتماعية، ط1، الأردن، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2016، ص 14.

² نفس المرجع، ص 14.



5. أنها وسيلة هامة لتدريب واعداد الجماهير لتقبل أفكار وآراء جديدة أو للقيام بمسؤوليات مطلوبة في إطار طبيعة وأهداف المهن المختلفة ومن بينها مهنة الخدمة الاجتماعية.
6. تضمن العلاقات العامة التفاهم بين المؤسسات وجماهيرها وتعمل على الترابط وتحقيق التعاون بينهما، وهي عملية لازمة لنجاح المهنة المختلفة ثم نجاح المنظمات في تحقيق أهدافها.
7. تستخدم العلاقات العامة الاتصال والإعلام والبحوث العلمية لتحقيق أغراضها بما يتفق مع إيديولوجية وثقافة المجتمع.
8. تساعد العلاقات العامة القائمين على المنظمات في مجالات العمل المختلفة على توضيح حجم ونوع المجهودات المبذولة لخدمة الجماهير وتوضيح أفضل السبل للإنتفاع بها.
9. العلاقات العامة في المجتمع المعاصر أصبحت أحد الأنشطة الضرورية في كافة المؤسسات (الإنتاجية والخدماتية) التي تمارس فيها مهنة الخدمة الاجتماعية¹.

1-3- مبادئ العلاقات العامة:

يستترشد المشتغلون بالعلاقات العامة في المجال العلمي بالمبادئ التالية:

- كسب ثقة الجمهور.
- نشر الوعي بين أفراد المجتمع.
- احترام رأي الفرد والإيمان بقوة الرأي العام فأراء الجمهور هي مقياس لمدى نجاح عمل المؤسسة.
- مساهمة المؤسسة في رفاهية المجتمع الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية نحه.
- الابتعاد عن التكتم إتباع سياسة كشف المعلومات للجمهور، فالصراحة تبعث بالثقة في المؤسسة.

¹ أنعام حسن أيوب وآخرون، المرجع السابق، ص 15.



إتباع الأسلوب العلمي.

- العلاقات العامة تبدأ من الداخل على الخارج.

- تعاون المؤسسات فيما بينها إذ لا يمكن لمؤسسة ما أن تتجح في تأدية رسالتها ما لم تتعاون مع غيرها.

- إتباع الأسلوب الديمقراطي في العلاقات العامة بعد هذا المبدأ أساساً لنشاطها، بعيداً عن

الروح الدكتاتورية وسيطرة القلة وتتاح الفرصة للإبداع الابتكار عرض المقترحات.¹

- العلاقات العامة وظيفة استشارية بمعنى أن مدير العلاقات العامة ينصح الإدارة ويشجعها على اتخاذ القرارات التي تلاقي قبل الجماهير ويحذرهما من تلك التي لا يرضى عنها.

- إن الإيمان بهذه المبادئ والالتزام بها ينتج عن التطبيق السليم للعلاقات العامة بمفهومها العلمي الحديث، ذلك بتبصير الجماهير بإمكانيات المؤسسة مهدها، بالعقبات الصعاب التي تواجهها، حتى يتحقق بذلك عنصر التضامن والتماسك بين الطرفين، وبهذا تكن للعلاقات العامة أهداف اجتماعية².

1-4- أهمية العلاقات العامة:

تبرز أهمية العلاقات العامة في أن المنشأة تسعى دائماً إلى تنمية الاتصالات وتكوين آراء حول سلع ومنتجات المؤسسة، وإذا لم تكن إدارة العلاقات العامة في المنشآت الصناعية على مستوى علمي عالي من الخبرة والكفاءة فلا شك أن علاقتها مع جمهورها الداخلي والخارجي سوف تتأثر بذلك، وقد يحدث أن تواجه المنشأة مواقف سيئة وصعبة تحتاج إلى القدرة واللباقة والحكمة في معالجتها، حتى لا يظهر أي رأي مضاد أو كراهية للمنشأة ومنتجاتها وخاصة في مجال المنافسة، وهنا تبرز أهمية العلاقات العامة في مواجهة هذه الصعوبات.

¹ حسن الحسن، التفاوض والعلاقات العامة، المؤسسات الجامعية، بيروت، لبنان، 1993، ص 159.

² حسن الحسن، التفاوض والعلاقات العامة، المرجع السابق، ص 159.



وتتضح أهمية العلاقات العامة في الدور الذي تقوم به في تحسين العلاقات بين المنظمة وجمهورها. ولقد نمت العلاقات العامة وتطورت كمفهوم إداري وكوظيفة حيوية في المنظمات الحكومية في الدول المتقدمة خلال ثلاثين عام الماضية.

وتظهر أهمية العلاقات العامة في أنها تؤدي وظيفة مهمة وحيوية للإدارة العامة، إذ أصبح من واجب الإداريين أن يجسوا الرأي العام قبل هذه السياسات، ومن حقهم أن يردوا على الانتقادات ويبرروا تصرفاتهم التي تشغل الرأي العام.

وقد ظهرت الحاجة إلى العلاقات العامة على إثر التغيير الكبير الذي حدث في المجتمعات الحديثة، فقد تميز المجتمع الحديث بتغيرات واسعة في شكله وتكوينه وطبيعته من النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

وبمعنى آخر أن العلاقات العامة لا بد أن يكون لها قاعدة صلبة داخل المؤسسات وهيئتها التي تعمل بها تمهيدا للإنتلاق خارجها، أي أن يكون هناك تفاهم متبادل بين المؤسسة وجميع الأفراد الذين يعملون في خدمتهم، فلا بد أولاً من خلق روح الجماعة والعمل الفريقي والتعاون بين أفراد القوى العاملة على اختلاف مستوياتهم الإدارية، ثم بعد ذلك نبداً في خلق وتنمية وتوطيد العلاقات الحسنة بين المؤسسة وجمهورها الخارجية.¹

1-5- أهداف العلاقات العامة:

إن الهدف الرسمي للعلاقات العامة والذي تلتقي حوله باقي أهدافها الأخرى هو كما يقول الدكتور " إبراهيم إمام " تحقيق الانسجام والتوافق في المجتمع الحديث الذي تعثر به التغيرات السريعة في نظم الحكم والسياسة والمخترعات العلمية والمستحدثات الجديدة التي غيرت وجه التاريخ، التي خلقت التخصص وأوجدت المؤسسات المسؤولة عن توثيق أوامر المجتمع حتى لا يحل الصراع من أجل الربح العاجل دون اعتبار الصالح العام.²

لذلك فإن الأهداف العامة الرئيسية التي يجب أن تنطلق من خلالها إدارات العلاقات

العامة تكمن في:

¹ أنعام حسن أيوب وأخرون، المرجع السابق، ص 23.

² محمد حجاب، سحر محمد وهبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، دار الفجر، مصر، 1999، ص 59.



1. توضيح الأهداف الفلسفية التي تقوم عليها المؤسسة.
 2. بناء سمعة طيبة للمؤسسة داخل محيطها الداخلي والخارجي.
 3. دعم سياسات المؤسسة وتقبل الجمهور لها. تكوين صورة ذهنية إيجابية عن المؤسسة لدى الجماهير.
 5. تشكيل صلة من التوافق المصلحي بين المؤسسة وجماهيرها .
 6. تقييم اتجاهات الجمهور والتنبؤ بها والاستجابة لها.
 7. العمل كنظام تحذير مبكر يساعد الإدارة في اتخاذ القرارات في حالة الأزمة.
 8. تنمية شعور العاملين بالانتماء للمؤسسة كسب تأييدهم وولائهم بها.
- وتشير إحدى الدراسات التي تم إجرائها إلى 85 مؤسسة أمريكية إلى مجموعة من الأهداف التي تسعى إدارات العلاقات العامة إلى تحقيقها، هذه الأخيرة، تبت بحسب أهميتها¹
- زيادة المبيعات.
 - تفهم للمؤسسة وسياستها.
 - بناء سمعة طيبة للمؤسسة.
 - إرضاء العاملين المساعدة في تعيين عاملين جدد .
 - تنمية روح التفاهم بين الإدارة والعاملين كوسيلة لزيادة الإنتاج.
 - شرح الدور الذي تلعبه المؤسسة في الاقتصاد الأمريكي.
 - حماية نظام الاقتصاد الحر.
 - تقديم المؤسسة ومنتجاتها للجمهور.
 - إمداد العاملين بالمعلومات الكاملة عن المؤسسة وأنشطتها وعملياتها .

¹ محمد عبد الله عبد الرحيم، مدحت مصطفى راغب، إدارة العلاقات العامة، الشركة العربية للنشر، مصر، ص.ص 18-



1-6- دوافع الاهتمام بالعلاقات العامة:

ويرى الدكتور محمد عبد الله عبد الرحيم أن هناك عدد من العوامل التي أدت إلى إبراز أهمية العلاقات العامة وجعلها عملية متخصصة تحظى باهتمام الإدارة ويمكن تقسيم هذه العوامل إلى مجموعتين:

المجموعة الأولى: وتشتمل التغيرات التي طرأت على المناخ التنظيمي وبيئة العمل.

المجموعة الثانية: تشمل التغيرات التي طرأت على الفكر الإداري في نظرتة الطبيعية التفاعل بين المؤسسة والمناخ التنظيمي المحيط بها.

هناك العديد من العوامل التي أدت إلى الاهتمام بالعلاقات العامة كنشاط إداري متخصص يحظى باهتمام الإدارة العليا في معظم المشروعات ويلاحظ أن هذه العوامل متداخلة في طبيعتها وتأثيرها على تزايد أهمية هذا النشاط.

نذكر من بينها:

- ظهور الأنظمة الديمقراطية.
- الثورة الصناعية وظهور الإنتاج الكبير.
- المنافسة الحادة بين الشركات.
- انتشار التعليم وتزايد الوعي الجماهيري.
- الثورة الهائلة في عالم الاتصالات.
- مكانة إدارة العلاقات العامة داخل المؤسسة.
- اتساع العلاقات الاعتمادية في التعاملات.¹

1-7- وظائف العلاقات العامة:

تختلف الوظائف التي تمارسها إدارات العلاقات العامة في المؤسسات ومنظمات الأعمال المختلفة ذلك استنادا إلى العوامل المختلفة كطبيعة عمل المؤسسة وحجمها، ومجال عملها وحجم الجماهير التي تتعامل معها وحجم الموارد المتاحة المخصصة لإدارة العلاقات

¹ محمد عبد الله عبد الرحيم، المرجع السابق، ص 35.



العامة، وطبيعة المناخ السياسي والاقتصادي والاجتماعي الذي تعمل فيه إدارة العلاقات العامة وإدراك الإدارة العليا للمؤسسة لمفهوم العلاقات العامة.¹

يقسم " فيليب ليز لي " " p . lesly " فيحدد هذه الوظائف في أربعة محاور هي:

1. النصح والمنشور .

2. الإعلام .

3. الأبحاث والتحليل .

4. بناء الثقة الشاملة.²

¹ محمد عبد الله عبد الرحيم، مدحت مصطفى راغب، المرجع السابق، ص 36.

² حسين محمد علي، المرجع السابق، ص 99.



خلاصة:

مما سبق نستنتج أن العلاقات العامة تعد نشاطا حيويا من أنشطة الإدارة التي أصبحت ضرورية لاغنى عنها داخل أي مؤسسة، وبالرغم من حداثة هذا النوع من فروع المعرفة إلا أنه بدأ يلقي العناية باعتباره اتصال يؤثر في نجاح المؤسسة لإيجاد مكان لها في محيطها وبناء صورة لها ودعم علاقات جيدة قوية ومستمرة بين جماهيرها.

ومن هنا يظهر جليا أهمية ممارسة العلاقات العامة بالنسبة للمؤسسات والأعمال الحديثة، لما يمكن أن تقوم به من أجل بقائها واستمرارها غير أن هذا النجاح لن يكون إذا لم تضع هذه الأخيرة في إطار إداري يسمح لها بالتعاون مع باقي أنشطة المؤسسة الأخرى.



2- الاستثمار الرياضي:

تمهيد:

إن المتتبع للحركة الاقتصادية يجد أن العلاقة بين الرياضة و الاقتصاد تعتبر علاقة قديمة ووطيدة، وتنامت هذه العلاقة في السنوات الماضية بصورة سريعة وأصبحت تبادلية بين الاقتصاد والرياضة تأخذ الجدية والاحترافية في العمل الاستثماري، حيث أسهم الاستثمار في المؤسسات الرياضية في إحداث نقلة نوعية في المؤسسات الرياضية والاقتصادية وتطوير الألعاب وزيادة المداخل عبر مشاريع كثيرة بمبالغ تحقق لهم أرباحا خيالية، وبالنظر للأهمية الكبيرة لهذا المفهوم سنعرض في هذا الفصل، ومن خلال هذا الفصل سنتطرق إلى تحديد مفاهيم وأساسيات الاستثمار بصفة عامة والاستثمار الرياضي بصفة خاصة و كذا الاستثمار الرياضي في الجزائر ومعوقاته.



2-1-1- ماهية الاستثمار و طبيعته:

2-1-1- مفهوم الاستثمار:

الاستثمار كلمة من الكلمات التي يصعب وضع تعريف محدد لها ، فنظرة الأفراد إلى عملية الاستثمار وطبيعته تختلف باختلاف ظروفهم والمهن التي يشغلونها والأغراض التي يبعون تحقيقها من وراء استثماراتهم فالمصنع من ينظر إلى عملية الاستثمار نظرة تختلف تماما عن نظرة التاجر، وهذه الأخيرة تختلف من مثيلاتها بالنسبة للأفراد العاديين الذين يملكون كميات صغيرة أو كبيرة من رؤوس الأموال والذين يرغبون في استخدامها للحصول على عائد مناسب في شتى الميادين.

وهذه بعض وجهات النظر المختلفة بخصوص تعريف كلمة الاستثمار:

الاستثمار بصفة عامة يمكن أن يعرف بأنه التوظيف أو الاستخدام الأمثل الرأس المال ، فالاستثمار من الناحية الاقتصادية ينطوي على توجيه المدخرات أو الثروة الجمعة إلى الاستخدامات المنتجة التي يمكن أن تسد حاجة اقتصادية وفي نفس الوقت ينتظر أن تنتج عائدا.

ما لو نظرنا إلى هذه المسألة نظرة أوسع فإننا نجد أن ما تفقه الحكومة من أموال لغرض تقديم الخدمات الاجتماعية يعتبر استثمار من وجهة النظر العامة كما لو استخدمت تلك الأموال بواسطة المؤسسات التجارية المحلية لغرض تمويل شالها وزيادة أصول الثابتة والمتداولة.

ويلاحظ أنه من الناحية المالية يقصد بالاستثمار نفس وجهة النظر الأخيرة الخاصة بالمستثمرين والسابق ذكرها أو هي توظيف الأموال المدخرة لغرض الحصول على دخل.

2-1-2- تعريف الاستثمار:

للاستثمار تعاريف عديدة ومتنوعة حذب نمط الدراسية، غير أن الاستثمار يبقى في الدرجة الأولى مفهوم اقتصادي، وهذا السبب فمن الصعب تعريفه من جانب قانوني أو مالي.



إن تعريف الاستثمار يختلف من اقتصاد لآخر و سنقدم بعض التعريفات لعدد من الاقتصاديين البارزين كما يلي:

فحسب (لومبار) LAMBERT الاستثمار هو شراء أو صنع منتجاته آلية ووسيلة" أما (غيتون) GUITTON فيقول أن الاستثمار هو تطوير وتنمية لوسائل الطاقات الهيئة، فالاستثمار تحسين في المستقبل مع إتفاق و تضحية"، أما (ديتر لان) DIETERIEN فيقول أن الاستثمار يوجد في قلب الحياة الاقتصادية والنظرية النقدية و نظرية التنمية و نظرية الفائدة".

2-1-3- أهمية الاستثمار: www.wikipedia.org

زيادة الإنتاج والإنتاجية مما يؤدي إلى زيادة الدخل القوي و ارتفاع متوسط نصيب الفرد منه و بالتالي تحسين مستوى المعيشة المواطنين.

- توفير الخدمات للمواطنين والمستثمرين.
- توفير فرص عمل و تقليل نسبة البطالة.
- زيادة معدلات التكوين الرأسمالي للدولة.
- توفير التخصصات المختلفة من الفنيين والإداريين والعمالة الماهرة.
- انتاج السلع والخدمات التي تشبع حاجات المواطنين و تصدير الفائض منها للخارج مما يوفر العملات الأجنبية اللازمة لشراء الآلات و المعدات وزيادة التكوين الرأسمالي.

2-1-4- أنواع الاستثمار ومميزاته:

للاستثمارات تصنيفات عديدة نظرا لأهدافها وطبيعتها وأهميتها ومن هذه التصنيفات نذكر:

2-1-4-1-2- تمن حيث الطبيعة القانونية: ممكن تصنيع الاستثمار إلى ثلاثة أنواع:

- استثمارات عمومية.

- الاستثمارات الخاصة.

- الاستثمارات المختلطة.

2-1-4-1-2- من حيث المدة الزمنية: وتصنف من حيث مدتها الزمنية إلى تلامت

أصناف هي:



- استثمارات قصيرة الأجل.

- استثمارات متوسطة الأجل.

- استثمارات طويلة الأجل.

2-1-4-3- من حيث الأهمية والغرض: تنقسم بدورها إلى عدة أقسام منها:

- استثمارات الجديد.

- استثمارات النمو (الإستراتيجية).

- الاستثمارات المنتجة والغير منتجة.

- الاستثمارات الإجبارية.

- الاستثمارات التعويضية.

- استثمارات الرفاهية.

2-1-4-4- من حيث الموطن: و تنقسم الاستثمارات إلى قسمين:

- الاستثمارات الأجنبية.

- الاستثمار الأجنبي الغير مباشر.¹

2-1-5- سياسة الاستثمار في الجزائر:

اكتسبت الجزائر خبرة لا يستهان بها في ميدان تشريع وتنظيم الاستثمارات بعد انتهاج سياسة الإصلاحات الاقتصادية الأخيرة، فبعدما كان التشريع الخاص بالاستثمارات يأخذ أساسا بعين الاعتبار قيمة رؤوس الأموال المستثمرة عدد منحه التسهيلات للمستثمرين، حيث كان الغرض هو تشجيع المبادرات أو جلب رؤوس الأموال التي كانت منعدمة في بداية الأمر، لكن شيئا فشيئا فرضت تدابير جديدة نفسها لتوجيه الاستثمارات نحو القطاعات المخالفة لمواطن الشغل بتكاليف معتجلة (الصناعات المتوسطة والصغيرة) ثم نحو أنشطة الصناعات التقليدية، وإقرار تحفيزات هامة للمناطق المراد ترقيتها.

أنواع الاستثمار الضمة في قانون الاستثمار الجزائري:

¹ (حسين عمر، 1992، ص 40)

(المادة 02 من الأمر رقم 01-03)

يقصد بالاستثمار في مفهوم الأمر رقم 01-03 المؤرخ في 20 أوت 2003 المتضمن تطوير الاستشعار:

- اقتناء أصول تدرج في إطار الاتحاد امته نشاطاته جاليادة، أو توسيع قداراسته الإنتاج، أو إعادة الهيكلة.

- المساهمة في رأسمال متنوعة في كل مالهما ته نقدية أو عينية.

- استعادة النشاطات في إطار خصخصة جزئية أو كلية .

* المسموح لهم بالاستثمار :

في مفهوم قانون الاستثمار فانه يستطيع الاستثمار في الجزائر كل شخص طبيعي أو معنوي، أقيم أو خير القيم .

* كيفية إقامة مشاريع استثمارية في الجزائر:

يستطيع كل مستمر مهتم بفرص الاستثمار في الجزائر، فيما كان أو غير مقيم، (خص طبيعي أو معوي، جزائري أو أجنبي)، أن يقيم مشروعا اسمت ماريا حسب الطرق الآتية:

- بانشاء كيان قانوني باسمه الشخصي، خاضع للقانون الجزائري في حدود 100% من الرأسمال المقيم أو الغير مقيم.

- مشاركته مع شخص أو مجموعة أشخاص، طبيعيين كانوا أو معنويين، خاضعين للقانون الجزائري.

- المالية في رأسمال موسعة قائمة في شكل مسالهجمات نقدية أو عينية.

- استعادة نشاط المؤسسة في إطار خصخصة جزئية أو كلية.

* حماية المستثمر و الضمانات المقدمة له:

(المواد من 14 إلى 17 من الأمر 01-03)

- يعامل الأشخاص التليعيون والمعنويون الأجانب بمنثل ما يعامل به الأشخاص الطبيعيون والمعنويون الجزائريون، في مجال الحقوق والواجبات ذات الصلة بالاستثمار.



- يعامل جميع الأشخاص الطبيعيين و المعويين الأجانب نفس المعاملة مع مراعاة أحكام الاتفاقيات التي أبرمها الدولة الجزائرية مع دولهم الأصلية.
- عدم التراجع عن الامتيازات المكتسبة.
- إمكانية تحويل رؤوس الأموال المستمرة والعائدات الناجمة عنها.
- حماية من خلال الاتفاقيات الدولية النسائية والمتعددة الأطراف التشجيع و حماية الاستثمارات.

- إمكانية اللجوء إلى التحكيم الدولي في حالة نزاع بالنسبة للمستثمرين غير المقيمين.

* النشاطات التي باشغالها الاستفادة من الامتيازات:

- النشاطات الاقتصادية المتحدة للسلع والخدماتها.
- الاستثمارات التي شح في إطار منح الامتياز و الرخصة.

* كيفية الحصول على الامتيازات:

بالقرب من الشبابيك الوحيدة اللامركزية للحصول على الاستثمارات الخاصة بتصريح الامتياز و طلب المزايا و كذا الحصول على كل المساعدة الضرورية الإجرائية المتعلقة بالاستثمار المرغوب في انجازه.

* الإطار المؤسسي للاستثمار في الجزائر:

أصدرت الجزائر بالخصوص لي فيرة الإصلاحات مجموعة من النصوص القانونية تسعى كلها إلى قية المناخ الملائم لتطوير الاستثمارات.

ومن أهم ما جاشه به هذه القوانين إنشاء وكالات الترقية الاستثمارات وأجهزة أخرى نذكر منها بالسوس و كالة ترقية ودعم الاستثمارات (PSI)، لجنة دعم مواقع الاستثمارات اغلية و ترقياها (CALPI)، الوكالة الوعلبة لدعم تشغيل الشباب (ANSEJ)، الوكالة الوطنية لتطوير الأمانات (ANDI)، المجلس الوطني للاعتار (CNI)، الشباك الوحيد (GU)، صندوق دعم الأمانات (CSI)، والوزارة المادية المكلفة بترقية الأستعمار و متابعة الإصلاحات...



2-2- الاستثمار الرياضي:

والاستثمار الرياضي يعد من القصر الطرق وصولاً إلى النجاحات الاقتصادية في المجتمعات كافة ويلعب الأعمار الميرياني دوراً مهماً وحبوباً في تطور الرياضة وهو من أهم العمليات ذات الدفع الكبير والمردود الإيجابي نحو بناء إستراتيجية اقتصادية رياضية مستقبلية تركز عليها الأجيال، وقد استمرت تلك المجتمعات القطاع ، خاصة في مجال كرة القدم قامت الشهرة الأوسع عالمياً، فالاستثمار في المجال الرياضي من بين العمليات الأسرع في تحقيق المكاسب المادية وتطوير الموارد البشرية بالإضافة إلى أنه يشكل مصدراً اقتصادياً آخر.

2-2-1- أهداف الاستثمار في الأندية الرياضية:

للمشروع الاستثماري الرياضي و العلاقة المتوقعة تلخصها فيما يلي:

- تحقيق العائد أو الربح المادي عن طريق المشروعات المختلفة في المجالات الرياضية.
- زيادة الإنتاج السلعي و الخلدها في المجال الرياضي الممكن تسويقه بفاعلية.
- زيادة قدرة الاقتصاد الوطني على تشغيل عامل الإنتاج، و إيجاد فرص التوليف من القوى العاملة و رأس المال و الأرض و الإدارة، بالشكل الذي يقضي على البطالة في كافة صورنا و أتمكالا-
- تعليم الربح لأنه الهدف الذي يسعى المشروع لتحقيقه، كعائد على من المالي المستتر و لزيادة نموه و تنطوره.
- تحقيق التنمية الاجتماعية المتوازنة بين مختلف المناطق عن طريق استخدام المشاريع الاستعمارية الرياضية كأداة للاسراع بتنمية و تطوير بعض مناطق.
- المساهمة في القضاء على ظاهرة البطالة، وعلى بؤر الفساد الاجتماعي والأمراض الاجتماعية الخطرة التي تفرزها البطالة .
- تحقيق الاستقرار الاجتماعي والإقلال من حالاته التوتر والقلق الاجتماعي وذلك بتوفير احتياجاته المجتمع من السلع و الخدمات الضرورية.



- تغيير نمط وسلوكيات البشر وانتظامهم في كياناته و منظماته ومشروعات تجعل منهم قوة فاعلة في الدبع تؤكد أمن الوطن.¹

2-2-2- الاتجاهات الحديثة للاستثمار في المجال الرياضي:

استأثرت الرياضة باهتمام الجمهور في الغالبية العظمى في بلاد العالم وأصبح لكل نوع من أنواع الرياضة مشجعية الدين يزحفون التشجيع أي نوع من هذه الرياضات و كان طبيعياً أن يكون التقرير داخل هذه الدول إلى الوصول لأعماله به غير تقليدية التمويل هذه الريا متمات والوصول بها إلى المستوى العالمي فالاعتماد على المصادر التقليدية في التمويل من إعاناته و تبر خاسته و اعتماد استه من قبل الدولة ورجال الأعمال لم يعد كافياً لتمكين الدول من الوصول بالرياضة إلى أخلاقها المنشودة ، لذلك كان طبيعياً أن يتقدم الممتثرون بالتفكير الإيجاد مصادر تمويلية تقليدية نفق للرياضة ما تصبوا إليه ونفق الربحية و العائد القبول للمستثمرين.

ويعمل الاتجاه على تكوين الشركات المسالمة التي تتولى إدارة هذه الرياضات والإشراف على الاستثمار، والذي يمكن استغلاله في إعادة تمويل كافة الأنتلة الرياضية والوصول بما إلى مستوى العالمية.²

2-3- مجالات الاستثمار الرياضي:

2-2-1- استثمار رياضي بالمؤسسة الرياضية:

الاستثمار الرياضي بالمؤسسة الرياضية يكون عن طريق رعاية الفرق الرياضية العاب الفردية والجماعية، إنشاء أندية صحية، حقوق البث التلفزيوني، حقوق الرعاية والإعلان، إضافة الفرق الأجنبية العالمية، حق بيع التذاكر المبارياته والمنافسات، حق بيع وشراء اللاعبين، توفير صالات مغلقة متعددة الأغراض مع إنشاء مدارس التعليم وتدريب الألعاب الرياضية المختلفة.

¹ (الطاغر حيدر حردان، 1997، مرة)

² اسماعيل حامد عثمان، 1998، ص 175.

2-2-2- استثمار عام المؤسسة الرياضية:

استثمار عام المؤسسة الرياضية يكون عن طريق إنشاء مراكز علاجية، و سالانه مبابية فيها مطاعم للوجبات السريعة، تنظيم حفلات مختلفة، قاعات الانترنت، شراء أسهم الشركات، حملة تزويد بالوقود ودورات تدريبية للتعليم والتدريب والترويج والإدارة الرياضية.¹ الشكل يبين: رسم توضيحي لمجالات الاستثمار الرياضي بالمؤسسات الرياضية المختلفة:²



¹ أحمد محمد رجب جبريل، 2000.

² (حجار مبروكي، حسين رحيم، 2006)



2-4- العوامل التي تؤثر على الاستثمار في المجال الرياضي:

إن السماع شعبية الرياضة وانتشارها ورواحها على المستوى العالي جعلها حالا عاما لجذب المستثمرين لزيادة رأئ المال، وهذا ما يعكس النور الحقيقي والحضاري الذي تلبيه الرياضة في التنمية العامة هذا من جهة، ومن جهة أخرى مجال الاستثمار أهمية قصوى في المجال الرياضي من خلال المساعدة على تحقيق الهيئة والمؤسسة الرياضية لأهدافها، فوادي كرة القدم لا يمكن الاستمرار والارتقاء بمستواها من توفر الموارد المالية، التي يعتبر الأشعار من أهم الأليات التي تساعد في تحقيق ومن بين العوامل التي تؤثر على الاستثمار في المجال الرياضي ما يلي:

- **الاستقرار:** هو مدى استقرار في السباحات التي تباعها الدولة سواء في المجال السياسي، الأقتصادي والمالي للدولة أو المسمع لأن الاستقرار داخل المؤسسات ومدى التدخل الحكومي وسيطرته على المال الرياضي.

- **النظام القانون والتنظيم:** السياساته المستقرة سواء بالقواعد والإجرائاته تسهدف حماية المستمر والعقود والعاء منه بين الأطراف مع وضع نظام قانوني في فضاء مساعد على حسم المنازعات به شكل مربع وعادل.

- **السنة الأساسية (التحتية):** من الملاعب، المنشآت والأجهزة الرياضية للاعبين والجهاز الفني والجمهور.

- **العاملين "العمالة":** الأفراد القائمين بالعمل في مجال الاستثمار الرياضي سواء رؤساء أو مرؤوسين، لاعب إداري، جمهور، مدری.

- **التمويل:** مصادر التمويل المختلفة، نسألك صعوبة العالم معرفة طبيعة الا الرياضة كنظرة تقليدية، أصبحت الرياضة مصادر للأرباح العالية والعائد الاقتصادي للمجتمع.

2-5- وسائل وآليات جذب المستثمرين وتحفيزهم على الاستثمار في المجال الرياضي:

يتم جذب المستثمرين عن طريق الوسائل التالية:

- تحديد المجالات الربانية والأسواق والمشاريع المستقبلية الحملة مع البحث المستمر عن المستثمرين وتحديد وسائل الإقاع الاستثمار في المجال الرياضي.
- أنشطة الدعم المستمرة لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر في الحالات الرياضية عن طريق توفير معلومات عن تدفقات الأمطار عامة والرياضة شكل خاص وتوضيح الصورة الإيجابية للتون في السوق المستهدفة مع تقديم مشروعاته النحس بيئة الأعمال.
- إظهار المزايا والفوائد للخدمات ما قبل تأسيس عملية الاستثمار في المجال الرياضية وتقديم الدعم المتواصل المستمر بعد اتخاذ قراره بالاستثمار في المجال الرياضي من قبل الدول مع مواصلة تقديم الدعم لما بعد تأسيس الاستثمار.
- الارتقاء بدنظم خصال المعلوماته تقديم الدعم للبرامج الوظيفية في الرياضية والعمل على توفير الموارد المالية بصفة مستمرة في إدارة التمويل والموارد البشرية وتكنولوجيا المعلومات في الرياضة.¹

2-6- استثمارات الأندية في ظل تطبيق الاحتراف الرياضي:

أصبحت كرة القدم في ظل نظام الاحتراف مشروحا استثماريا يجب أن يدار بفكر اقتصادي لتحقيق أرباح مالية، وعلى الأندية الجزائرية أن تتبع سياسة تحويل المشاريع إلى مضجع و مشارك من أجل زيادة رس المال للمساعدة على تغطية نفقاته وحاجات النادي من أجل تحقيق أهدافه ولسايرة نظام الاحتراف الرياضي كما يجب تشجيع الشركات الكبرى والاستثمارية والهيئات الحكومية الكبرى لرعاية فرق كرة القدم بالأبدية ورعاية البعلولاعه الرياضية التنافسية.²

ولمسايرة تعطور كرة القدم العالية في ظل نظام الاحتراف الرياضي من خلال فلسفة تعتمد على الجانب الأقتصادي من خلال تزويد المصادر التمويل يجب الاستفادة من

¹ حص أحد الشفي 2006، ص 41

² (عزت الكاشف، 1996، م 141)



التجارب الاقتصادية والاستثمارية للأندية الأوروبية في كرة القدم من أجل زيادة مواردها المالية، خاصة بعد نجاح هذه الأندية في الارتقاء بمستواها بالاعتماد على الإستراتيجية وفكر اقتصادي جعلها مؤسساته تمويل نفسها بشكل ثاني من خلال مجموعة من الاستثمارات، وتعبير البنية التحتية للأندية عاملا أساسيا لنجاحها لذا وجب على أنديةنا الجزائرية إنشاء ملاعب ومرافق تكون مصممة بفكر استثماري، والتفعيل الية الاستعمار الكرياتي في بلادنا في رياضة كرة القدم عدة عوامل تساعد على ذلك من بينها:

- يجب السماح لأندية الرياضة بإنشاء مصانع إنتاجية بالتعاون مع توكيلات رباعية لإنتاج الملابس الرياضية و سازمانها و الأجهزة الرياضية ومنتجات أخرى عليها شعار وألوان النادي .

- إنشاء قوات فضائية خاصة للأندية الرياضية.

- إنشاء مركز تجاري استثماري لمنتجات مختلفة داخل النادي لخدمة أعماء النادي والجمهور.

- تحديد عدد ساعات معية للجمهور على مدار الأسبوع للقاء اللاعبين والأجهزة مقابل تذكرة دخول يحدد تخمها من خلال الإدارة المسؤولة.

- السماح للأندية بيع حق البيت التلفزيوني في بعض البطولاته التي تشترك فيها.

2-7- طرق الاستثمار الرياضي:¹

من بين أهم مجالاته الاستثمار في الأندية الرياضية ما يلي:

- إصدار صحف و مجلات أسبوعية باسم الأندية الرياضية.
- إقامة المطاعم المدينة والبوفيهاته داخل الأندية تقدم وجبات مختلفة و بأسعار مناسبة، فمن نجد أن أندية العالم المتقدم تتوفر على مقصوراته خاصة برجال المال والأعمال من محبي الرياضة، تحجز طيلة الموسم الرياضي بأنمية باهظة.

¹ (حجار ميرو كي، حسين رحيم، 2008)



الاستفادة من أسوار الأندية في الدعاياته والإعلانات المعصماء والمتحركة، لبعض الشركات من أجل ترويج سجانا، وإقامة محلاته تجارية وأنشطة تجارية أخرى متنوعة حول السور، خلال ما فعلته شركة موبايلى لزيادة مبيعاها عن طريق المحاذ أسوار نادي الهلال لوضع إعلاناتها أخذة بعين الاعتبار عدد المشاهدين و السائح التي تحصل عليها نادي الهلال، هذه الخطوة الجريئة لشركة "موبايلى فتح المجال أمام تمركاته كبرى أخرى للدخول في هذا المجال.

- انشاء مدارس التربية الرياضية ذات التكلفة و الرسوم المنامية للموهوبين والهوايين.

- تسويق شعارات الأندية واستثمارها على المنتجات الرياضية للنادي.

- رسوم الاشتراك التي تبلغ قيما مرتفعة، وفي مصادر رئيسي للتمويل الذاتي.

كما نجد أن صفقاته بيع اللاعبين و شعر انهم، التي فاقت الملايين من الدولارات يتضح من الوقائع المسابقة أن الرياضية بالإضافة إلى كونها تسلية فهي صناعة تامر عائد ماديا ضخما يساهم في تنمية الاقتصاد القومي.

2-8- الاستثمار الرياضي في الجزائر:

الاستثمارات الرياضية في الجزائر قليلة، مقارنة بالأرقام المسجلة عالميا رحم دخول عالم الاحتراف وعزوف المؤسسات الاقتصادية من المخاطرة باستثمارته رياضية، بالرحم الرحمية المعتمونة في هذا المجال.

فتشوه الصورة الذهنية لدى المستثمرين سواء كانوا أشخاصا طبيعيين أو معنويين، بالإضافة إلى هشاشة المعلومة القانونية والتنظيمية لقتلاع الرياضة والإعلام، الشيء الذي لا يسمح باستقطاب أكبر عدد من المعتمرين في هذا المجال، ويتضمن حقوق المستمر ويعطيه ثقة كبيرة في الدخول إلى عالم الرياضة.

وبالرغم من أهمية الاستثمار في المجال الرياحتى و اندى قيمته في زيادة الموارد المالية للهيئات الريايسية سواء كانت اتحاد امته أو نوادي أو غيرها إلا الاستثمار الرياضي في الجزائر لا يزال يواجه امعوقاته ومشاكل تحول دون مواكبته للتطور العالي والإقليمي في هذا المجال.



ونستخلص إلى بعض النقاط ندرجها كالتالي:

- رسم المجهودات المبذولة لتطوير الاستثمارات الرياضية إلا أنه يعمل ضعيفا جدا وغير محفز.
- ما زال التوجه إلى قطاع المحروقاته ينال النصيب الأكبر من الاستثماراته على محرار الاستثمار الرياضي.
- هناك مجموعة من العوائق التي تحد من تدفق الاستثمار في المجال الرياضي كانصراف الدولة في الاستثمار في هذا الحال بالإضافة إلى طبيعة القوانين والتنظيمات في هذا المجال
- - لم يحقق الاستثمار الرياضي الأهداف التي تسعى إليها الدولة.
- نعتبر المعوقات الإدارية من أهم المعوقات في طريق الأنهار الرياضي.
- الابل من اتخاذ التدابير اللازمة للحد من المعوقات ولا يكون ذلك إلا بإرادة سياسية قوية وفعالة.

2-9- معوقات تطبيق الاستثمار في المجال الرياضي: ¹

إن الاستثمار في المجال الرياضي يواجه المعوقات تحول دون تطبيقه ونظرا لمقاومته الإيرادات والموارد للمؤسسات - الأندية الرياضية - نشأت حالة عدم التوازن النقدي بين الإيرادات والمصروفات مما أدي إلي تعترفا وعجزها عن تحقيق أهدافها والوفاء بالتزاماتها ويرجع ذلك لقصور النواحي التمويلية الإدارية و التسويقية والتغيرات الخارجية عن سيطرة إدارة المؤسسة - النادي الرياضي - كالبينة السياحية والتشريعية وعدم انتظام التدفقات النقدية لتمويل المشروع نتيجة التغيرات الاقتصادية.

ويري "حسام كامل" أنه لهيئة البيئة الاقتصادية - الأندية الرياضية بحيث يجب علاج العشياته لسناب مع نمط القطاع الرياضي ويرتبط ذلا بالإجراءات التمهيدية للاستثمار على مستوى الاقتصاد الكلي وضرورة التخطيط للسوق الحر والإصلاح الهيكلي والاستقرار الاقتصادي.

¹ (بورزنامه رايح، بورزنامه جمال، 2009، ص 351)



وانحصر منه معوقات الأمدنمار بالنادي الرياضي وفقا كل من حسام حسن و أشرف

العجيلي فيما يلي:

- المعوقات الاقتصادية والسياسية.

- المعوقات الإدارية والتشريعية.

- المعوقات الإعلامية و الاجتماعية.

2-9-1- المعوقات الاقتصادية والسياسية:

عدم توافر المناخ الاستثماري اللام للاستثمار في الأندية الرياضية ويعرف من كاظم العيساوي ودنيا راضي بأنه مجموعة الظروف السياسية والمؤسسات الاقتصادية والسوي العام لاحقمار وحدود العراب وضمانات وحوافز الاستثمار وتمويل الأموال ورأس المال التي تؤثر على ثقة المستمر ونقعه بوجيه احتماره تيلده نو بحال معين حيف بعد الضعف الوعي الاستثماري - رياضي- وانخفاض معدلات نمو الدخل القومي و العردي ملى يؤدي إلى انخفاض الحراسته التي تسعي للاستثمار وارتفاع معدلات النمو السكاني، ضعف السوق المالية المحلية لذلك يجب التدرج في التنفيذ ووضع القدرة الاستيعابية في الاعتبار.

عدم توافر البيئة اللازمة للاستثمار في معظم الأندية والمؤسسات الرياضية والتي بحصرها كل من "حسام حسن" و"حسام كمال في عدد اللاعبين والملاعب والمسرات والمستوي الفني والنظام الإداري والأدوات والإمكانيات والوعي والإقبال الجماهيري حيث يحتاج الأشعار الناجح لبيئة أمامية كافية في نومبها و تكاليف استخدامها ومدي توافقها مع احتياجات المستمر كمحدد أمامي لاتخاذ القرار الأمدنمار في الأندية الرياضية.

2-9-2- المعوقات الإدارية :

تعاني الأندية من عدم توفر الإدارة المتخصصة واخرقة للمهارات التمويلية والتسويقية والاستثمارية الرياضية وصعوبة حصر مراقبي الحسابات الأصول الثابتة والمتداولة واتساع الفجوة بين القوائم و حقيقية الأصول لعدم وجود مداومته لها وتسالي وجود الوصيف الوظيفي للعاملين بالنادي و جداول المرتبات ومحدداتها و كذلك خضوعها للتقديرات الجزافية، فتعددت



الأخطاء الإدارية والمحاسبية و القوائم المالية، فضلا عن إجهام بيوت الحرة عن مرافية الحسابات الأندية الضعف العائد المادي وكذلك ضعف التأهيل العلمي للعاملين بالمغاديش المالي والإداري بالمجلس.

وكذلك القصور في النظم التشريعية والتي يلخصها "خالد طالعت في تعقد الإجراءات والهيئات و ابلهانه للحصول على المراحي للاختمار و كذا تعقد الأوراق المطلوبة لكل جهة والعقيدات الروبية التي تواجه المستشعر شيجة عدم إدراك نصوص قوانين ولوائح الاعتمار أو تسالي وجود تشريعات تشجيعية الامطار الرياضي والبيروقراطية والمركزية في القطاع الرياضي وتدني المستوي الرياضي بالاعتماد على الدعم الحكومي الغير الكافي لأنشطة الرياضة مما يعوق السعيد وإنشاء المشروعات لعدم وضوح اللوائح.

2-9-3- العوائق الإعلامية والاجتماعية :

عدم توفير نو تسهيل المعلومات الكافية للمستثمرين من المناخ الاستثماري واللازمة لدراماته جلوى للمشروع الأمشماري شيجة عدم الاهتمام بالإعلان عن الفرص الاحتمارية الرياضية المتاحة بالداخل والخارج و المزايا الأمعمارية التي تمنحها الدولة والتي تهم المستمر ويحتاج لقا في اتخاذ قراراء الاستثماري واغتمام وسائل الإعلام برياضاته مون غيرها.

غياب الوعي بأهمية الاستثمار موقع الرأي العام بي معني غياب الثقافة الاستثمارية بالأندية الرياضية في السمع كيجة لأزمة الثقة في السياسات الاقتصادية والاستعمارية الرياضية حيث تعبر ثقافة السع من قيم وأفكار ومبادئ معيار هام فكلما ابتعدت الثقافة الشخصية للأفراد عن روح المبادرات الخاصة تعددته مصاعب تطبيق الأسنمار الرياضي والعكس كلما اتسعت الثقافة بذيوخ روح المبادرات والاستقلال من الحكومة كان ذلك دافع التطبيق الأحمدمار الرياضي مع إبراز دور الحكومة بإجراء حوار قومي حول جدوى الأعمار الرياضي وعلاقتها بالتنمية الاقتصادية ، فأني تصرف ليبي يترك أحد أفراد المجتمع من درابة أو بدون وعي يؤدي إلى فقدان الدولة لمشروع كان يمكن أن يساء فراغ إنتاجي أو يتيح



فرص عمل متعددة، وهناك بعض الجهات الملعبية: التعليم - الثقافة والإعلام و الرياضة والمساحة يصنع ثقافة الاستثمار.



خلاصة:

إن أهمية الأستثمار بصفة عامة و الرياضي بصفة خاصة، واتساع شعبية الرياضية التي أصبحت بالا فما لجذب المستثمرين لزيادة رأس المال، ومن جهة أخرى نجد للاستثمار أهمية قصوى في المجال الرياضي من خلال المساعدة على تحقيق الهيئة والمؤسسة الرياضية لأهدافها، فانه من حق هؤلاء المستثمرين الأطلاع على موضوع الاسعار من خلال المعلومات المعرفية والغم القوانين و الامتيازات التي يمنحها القانون الجزري في هذا الجمال ومن خلال دراسة هذا الفصل نجد أن الاحتمار في الجزائر قد حتى خطوة كبيرة خاصة في النظام الاقتصادي الجديد وذلك من عدة قوانين عملت على تشجيع الاستماره ولكنه بقي مرهون بمدى تطبيق هذه القوانين على أرض الواقع وتقديم التسهيلات الإدارية المطلوبة وكذا التغير في السياحية الاستثمارية المنهجة والوعي بأهمية الأمطار، لكن يبقى الاستثمار في المجال الريامي في الجزائر في حالة ركود، إذ يجب على الدولة تضرب قوانين مرنة تشجع المؤسسات الاقتصادية على الاعتمار في الجمال الرياضي، وكذا تكوين إطارات خاصة و مؤهلة تعمل على وضع خطط إستراتيجية للأندية الرياحية فيما يخص التمويل والاحتراف لضمان بقاء هذه الأندية ، والتعريف بالمؤمومته التي تملكها الجزائر في المجال الرياضي وذلك السمية الرياضة في بلادنا.



3- التمويل:

تمهيد:

تعد المنشأة الرياضية هي أساس الموارد البشرية التي تساعد على التطوير ومساعدته على التفكير الجيد وتسهيلات في جو حسن ويلعب التمويل دورا هاما في المنشأة الرياضية، بحيث يعتبر التمويل آلية أولية في المنشأة الرياضية، ويمكن تقسيم التمويل تبعاً لمعايير بالمنشأة حيث يتم تقسيمها إلى مصادر تمويل داخلية التمويل الذاتي وأيضا تسمى بأموال الملكية وهي أموال يتم الحصول عليها من داخل المنشأة ولدينا أيضا مصادر التمويل الخارجية وهناك مصادر مباشرة ومصادر غير مباشرة والتي يتم الحصول عليها من خارج المنشأة الرياضية ومن أهم هذه المصادر التي يتطرق إليها هي طويلة الأجل وقصيرة الأجل.

وتطرق في فصلنا هذا بالتفصيل إلى كيفية التمويل وطرقها المختلفة في المنشأة الرياضية.



3-1-1- ماهية التمويل:

لقد ظهر التمويل وتطور بشكل ملحوظ وكان ضروريا للتغلب على التحديات المتفاوتة التي تواجهها أعمال الاستثمارية حيث يمكن تلخيص تلك المشاكل فيما يلي:

- وحدة المنافسة (داخليا وخارجيا).

- ازدياد حدة الضخم.

- تأثير التطور التكنولوجي

كل هذه التحديات تحولت إلى أسباب كافية تدفع بالمستثمرين ورجال الأعمال إلى البحث عن مصادر التمويل المختلفة والمتعددة، ومنه يمكن تعريف التمويل على أنه:

"التمويل هو توفير المال الاستثمار جديد وهذا المال إذا لم يتوفر للمستثمر من مدخراته اقرضه من مدخر آخر".¹

"التمويل هو النواة الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسة في توفير مستلزماته الإنتاجية وتمديد جميع مستحققاتها ونفقاتها".

"التمويل يعني توفير المبالغ النقدية اللازمة لإنشاء أو تطوير مشروع خاص و عام وأنه باعتبار التمويل يقصد به الحصول على الأموال بغرض استخدامه لتشغيل أو تطوير المشروع كان يمثل نظرة تقليدية".

حيث تركز النظرة الحديثة للوظيفة التمويلية على تحديد أفضل مصر للأموال عن طريق المفاضلة بين عدة مصادر متاحة من خلال دراسة التكلفة والعائد²، التمويل يعني تدبير الأموال اللازمة للقيام بالنشاط الاقتصادي".

3-1-1- تعريف التمويل: التمويل في تلك الوظيفة الإدارية في أي شركة التي تختص بعمليات التخطيط الأموال، والحصول عليها من مصدر التمويل المناسب، وتحقيق التوازن

¹ الحجازي محمد عبيد أحمد، مصادر التمويل، بدون طبعة، دار النهضة العربية، مصر، 2001، ص 11.

² بوراص أحمد، تمويل المنشآت الرياضية، بدون طبعة، دار العلوم، عنابة الجزائر، 2008. ص ص 24-25.



بين الرغبات المعارضة للفئات المؤثرة في نجاح واستمرار الشركة والتي تشمل المستثمرين، العمال، المديرين، المجتمع والمستهلكين¹.

3-1-2- خصائص التمويل: إن عملية تمويل الاستثمارات فيما يلي:

- تمويل الاستثمارات وتمكن من تخصيص أموالها الخاصة للاستثمارات الأخرى.
- الحفاظ على استقلالية المؤسسة بتوفير الرسائل الضرورية وذلك من أجل تطويرها وتنميتها.

- تجديد واستبدال تجهيزات الإنتاج للمؤسسة في فترات مختلفة.

- تعجيل مسار التطور الاقتصادي دون أن نقف المؤسسة استقلاليتها المالية.

- التقسيم الجيد لمرتونية المشروع الاستثماري.

3-1-3- تصنيفات التمويل : يمكن أن تصنف التمويل من خلال 3 زوايا:

1-3-1- من زاوية المدة التي يستغرقها: ويمكن تقسيمه إلى:²

أ- تمويل قصير الأجل :

تتمثل مصادر التمويل قصيرة الأجل في مجموعة من التزامات التي لا تتجاوز فترة استطاقها سنة واحدة والتي تلجأ إليها المؤسسة النقع البرامج التشغيلية، وشي تي نورا هاما في استمرارية النشاط وتوسعه بالمؤسسات فهو بمثابة المحرك للعمليات الجارية عن طريق تغطية جزء كبير من عناصر الأصول المتداولة كالمخزون.

ب- تحويل متوسط الأجل:

ويظهر أساس في تلك العمليات التي يطلب استعمال الأموال فيها فترة تتراوح ما بين 2 إلى 5 سنوات قبل استردادها كإجراء الآلات والمعدات وغيرها.

¹ محمد عثمان إسماعيل حميد، التمويل والادارية المالية في منظمات الأعمال، دار النهضة العربية، 1995.

² الزعبي محمد هيثم، الادارة المالية، ط1، دار الفكر، الأردن. 2000، ص 75.



ج- تمويل طويل الأجل:

يحقق التمويل طويل الأجل للمؤسسة مصير مالي بمبالغ كبيرة لتمويل عمليات أو شراء أصول ويمكن تعريف مصادر التمويل طويلة الأجل بأنها ذلك النوع من القروض أو الأوراق المالية أو الاستئجار الذي يتم سداه في فترة تزيد عن 5 سنوات.

1-3-2- من زاوية مصدر الحصول عليه: ويمكن تقسيمه إلى:

أ- تمويل ذاتي:¹

يشكل التمويل الذاتي الادخار الداخلي المسجل بواسطة نشاط المؤسسة الذي يخصص لتمويل الجهاز الإنتاجي، لهذا تحرص المؤسسة على تخفيض النفقات المتعلقة بالإنتاج إلى أكبر قدر ممكن، أو تسعى للحصول على أكبر هامش ربح ممكن ما يمكنها من تحقيق فرائض تقيه تجعل المؤسسة في وضعية أكثر استقراراً، كما توضح لنا مدى قدرة وكفاية المسيرين.

ب- تمويل خارجي: وينقسم إلى:

- التمويل المباشر: يعبر عن العلاقة المباشرة بين المقرض والمستمر دون تدخل أي وسيط ما مصرفي أو غير مصرفي. فالوحدات التي لها فائض في الموارد توجه إلى الوحدات ذات العجز في الموارد التي تحتاجها في عملياتها الاستثمارية.

- التمويل غير المباشر: يتم هذا النوع من التمويل عن طريق الأسواق بواسطة المؤسسات المالية بمختلف أنواعها (مصرفية أو غير مصرفية).

تقوم هذه الأخيرة بتجميع المدخرات التتقوية عن الوحدات ذات الفائض سواء كانوا أفراد أو مشروعات لم توزعها على الوحدات التي تحتاج إليها.

¹ لطرش الطاهر، تقنيات البنوك، ط3، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر، ص 153.



1-3-3- من زاوية الغرض الذي يستخدم من أجله: ويمكن تقسيمه إلى:

أ- تمويل الاستغلال:

يتمثل في ذلك القدر من الموارد المالية التي يتم التضحية به في فترة معينة من أجل الحصول على عائد في نفس الفترة وهي تلك الأموال التي توجد لمواجهة النفقات التي تتعلق أساسا بتشغيل الطاقة الإنتاجية للمشروع قصد الاستفادة منها كنفقات شراء مواد الخام ورفع أجور العمال وغيرها من المداخلات اللازمة لإتمام العملية الإنتاجية.

ب- تمويل الاستثمار:

وهي تلك الأموال المتخصصة من أجل خلق نشاط إنتاجي جديد أو لأجل توسيع نشاط إنتاجي قائم كافتاء أو شراء بعض الآلات والتجهيزات أو غير ذلك.

3-4-1- أهمية التمويل:¹

تأتي أهمية التمويل من الحاجة إلى الأموال فتزداد أهمية وظيفة التمويل بزيادة الحاجة إلى المال وتتنقص ينقصان هذه الحاجة. فالتمويل يحير فرعا من فروع علم الاقتصاد وتبرز أهميته في كونه:

- يؤمن ويسهل انتقال الفرائض النقية والقوة الشرائية من الوحدات الاقتصادية ذات الفائض إلى تلك الوحدات التي يكون لها عجز مالي هي التي يزيد إنفاقها على تلك السلع والخدمات من خلها في حين أن الوحدات ذات الفائض هي التي من زان نخليها عن إنفاقها للسلع والخدمات.

- توفير المبالغ النقدية اللازمة للوحدات الاقتصادية ذات العجز في أوقات عجزها. لذلك تعد آلية التمويل عامة على جملة من الحوافز التي تعمل عن طريقها الوحدات الاقتصادية ذات الفائض لأن تتنازل عن فوائدها النقية لصالح الوحدات الاقتصادية ذات العجز.

3-1-5- أهداف التمويل: تتجلى أهدافه أساسا في بعض النقاط منها:

* يساهم في تطوير النشاط الاقتصادي من خلال خلق مشاريع جديدة.

¹ الزعيبي محمد هيثم، مرجع سابق، 2000م، ص 77.



* يساعد التمويل في تسوية التوازن المالي و الخارجي للمؤسسة.

* تبرز أهميته في توجيه السياسة الاقتصادية للبلاد.

* يساهم في تفعيل ميكانيزمات الجهاز المصرفي من خلال حركة رأس المال.

3-2- نظريات التمويل:

على الرغم من أن التمويل أحد فروع علم الاقتصاد، فقد بقيت دراسته حتى عهد قريب خارج نطاق هذا العلم، حيث أن دراسة الاقتصاد قد تطورت تطورا كبيرا، وحقات بالكثير من أساليب التحليل الاقتصادي الجزئي والكلّي، And . Economic Analysis Micro Macro فإن دراسة التمويل لم تشهد تطورا مماثلة إلى أن أدرك الباحثون أنه لا بد من وضع المبادئ اللازمة للنظرية التمويل، لاسيما بعد أن لاحظوا ثراء النظرية الاقتصادية Economie Theory وما أسفرت عنه الدراسات التحليلية في هذا العلم عن نتائج تمثلت في مجموعة مبادي أصبح من السهل تطويعها وبلورتها في نظرية الأمور، ولهذا يمكننا القول أن التطيل الاقتصادي قد ساهم في وضع الإطار العام لنظرية التمويل، وساعد على تكامل هذه النظرية.

3-2-1- الأهداف الأساسية لنظرية التمويل:

ترتبط الوظيفة التمويلية بأهداف المؤسسة عامة، بالتهابات التي تسعى إلى تحقيقها من خلال الإستراتيجية العامة التي تتفرع إلى إستراتيجيات فرعية، منها الاستراتيجية العالية والسياسات التي يتم تحديدها كموجهات لتلك الإستراتيجية ويمكن أن نذكر باختصار الأهداف الخاصة بهذه الوظيفة:

دراسة الحاجة المالية المرتبطة بالنشاط طبقا للخطط الإستراتيجية والعلمية، وذلك لتحديد الوسائل المالية الضرورية لتغطية هذا النشاط.

دراسة الإمكانيات المتوفرة للحصول على الأموال المطلوبة، بحيث تعمل على المقارنة بين مختلف الاختيارات المملكة، واقتراح أحسنها مردودية، أي أقلها تكلفة وفقا تراعي فيه مختلف طرق التمويل والعوامل المؤثرة فيها من خلال السوق النقدية و السوق المالية اختيار أحسن



طرق للتمويل، حيث تكون عادة في شكل مزيج بين مختلف المصادر وتحقق أحن مردودية مالية.

إن الأهداف المالية الشاملة للمشروع يتم تحقيقها عن طريق مبدأ المردودية المالية التي تسمح لنا باختيار وانتقاء المشاريع الناجحة بهذا يصبح التمويل عاملاً هادفاً. وتصبح الوظيفة التمويلية من أهم الوظائف الأخرى، فالاستخدام العقلاني للأموال يعني الموازنة بين الاستخدامات المتوقعة وبين تكلفة المصادر البديلة المحتملة.

3-2-2- احتياجات التمويل:

تتمثل احتياجات التمويل بالنسبة للأعوان الاقتصاديين فيما يلي:

أ- **المؤسسات:** تحتاج المؤسسة في نشأتها وتطورها إلى موارد مالية و إلى رؤوس أموال التجهيزاتها وتسييرها.

تقوم المؤسسة ببيع إنتاجها وليس من الضروري أن يكون توازن بين المداخل والمصاريف في كل عملية فأحياناً نلاحظ مجموع المداخل يفوق مجموع المصاريف ما يؤدي إلى تزويد الخزينة وقد يحدث العكس أحياناً فتدهور الخزينة نلاحظ أن المؤسسة تعجز عن تق نيونها عند أجال الاستحقاق فتلجأ المؤسسة إلى طلب دعم خارجي أو الافتراض.

ب- الأفراد:

يتلقى الفرد في بعض الأحيان صعوبات على أساس الفرق بين مستوى النخل ومستوى النفقات التي يواجهها وذلك حين اضطراره إلى بعض النفقات الاستثنائية والطارئة التي تتطلب منحولاً استثنائياً فيلجأ الفرد بي الإقراض ويتم تحمل هذه النفقة يتوزيعها خلال الزمن و تعطيها تدريجاً عن طريق النقل، وهذا بعد التأكد من إمكانية الادخار من الدخل ومنه التسديد.

ج- الدولة:

تحتاج الدولة إلى تمويل خارج التغطية عجز الميزانية العامة للدولة وتتعيم الجماعات المطية للقيام بالتجهيز العمومي وتمويل المشاريع الاستثمارية.



3-2-3- دور الوظيفة المالية في المشروع الاستشاري ووظائفها الأساسية:

تتوقف أهمية وحجم الوظيفة المالية إلى حد كبير على حجم المشروع. فالمشروعات الصغيرة تمارس هذه الوظيفة بصفة عامة من خلال الإدارة المحاسبية، بينما تزداد أهمية هذه الوظيفة مع نمو المشروع.

وتبرز أهمية هذه الوظيفة المالية في مختلف الوظائف التي تقوم بها لإنجاز المشروع وتحقيق الأهداف. وأهم هذه الوظائف:

3-2-3-1- التخطيط المالي:¹

يركز على الأموال ويساعد في إعداد المستقبل، حيث أن تقديرات المبيعات والمصاريف التشغيلية الرأسمالية توجه تفكير المدير المالي سواء كانت احتياجات قصيرة أو طويلة المدى، ويجب الأخذ في الاعتبار صعوبة التبر بالمستقبل وبأن خطته تقوم على معلومات، غير كاملة أو أكيدة وهذا لا يعني استعادة التخطيط جاتها بل يتطلب ضرورة وضع الخطط التي تتمتع بمرونة كافية تجعلها قادرة على التماشي مع الظروف غير متوقعة.

3-2-3-2- الرقابة المالية:

تعمل على تقييم أداء المؤسسات بمقارنتها بالخطط الموضوعة لغرض اكتشاف الانحرافات وتصحيح انحراف الأداء وتعديل الخطط نفسها ثم متابعة التصحيح للتأكد من تنفيذه.

والقيام بتصميم نظام الرقابة يكون عند القيام بنظام التخطيط المالي حيث يمكن مراجعة التنفيذ الفعلي مع الخطط الموضوعة وبواسطة تقارير الأداء يمكن اكتشاف الانحراف، ويستلزم هذا الاكتشاف البحث عن أسباب حدوث هذه الانحرافات. وعادة تكون الرقابة المالية مسؤولية المراقب المالي الذي عمله الأساسي هو الإشراف على الحسابات وفي معظم المشاريع يكون مسؤولاً أمام المدير العام.

¹ حنفي عبد الغفار، أساسيات التنظيم وإدارة الأعمال، الاسكندرية (مصر) - 2004، ص ص 15-16.



3-2-3-3- الحصول على الأموال:

في التخطيط المالي يبين التدفقات النقدية الداخلية والخارجية خلال الفترة التي تشملها الخطة وبين، دار الأموال التي تحتاجها المؤسسة ومواعيد حاجة هذه الأموال، والتغطية هذه الحاجة فإن المنير يلجأ إلى مصادر خارجية للحصول على هذه الأموال وعليه البحث عن الأموال المناسبة وتكون بشروط سهلة وتكلفة قليلة.

3-2-3-4- استثمار الأموال:

بعد قيام المهر المالي بإعداد الخطط المالية والحصول على الأموال من مصدرها عليه أن يتأكد أن هذه الأخير تستخدم بحكمة تستخدم استخداما اقتصاديا داخل المؤسسة وذلك من خلال استثمار الأموال في الأصول المختلفة حيث أن كل أصل من الأصول الدينية والمتداولة يم استثمار الأموال.

ومن المهم جدا أن تتمكن المؤسسة بمرور الوقت من الحصول على أموالها التي استثمرتها الدول فهي تحتاج إلى هذه الأموال لسداد احتياجاتها.

3-2-3-5- مقابلة مشاكل خاصة:

إن الوظائف الأربع السابقة في وظائف دورية ودائمة للإدارة المالية والمدير المالي ولكن قد تواجه المدير المالي من وقت لآخر مشاكل مالية ذات طبيعة خاصة وغير متكررة وقد لا تحدث خلال حياة المشروع وهذه المشاكل تتعلق بتقديم المؤسسة كاملة أو تقديم جزء من أموالها ويتم ذلك عادة عند تجميع مشروعين أو أكثر من مشروع واحد.

3-3- التمويل الرياضي في الجزائر:

نصت المادة رقم 69 من القانون 03-98 والمادة 25-09 من القانون الجزائري على أن التولة هي التي تتضمن تمويل النشاطات البدنية والرياضية وذلك عن طريق الجماعات المحلية، المؤسسات والمنشآت والهيئات العمومية، إلى أن جاء مشروع جديد وبعد المصادقة عليه في البرلمان ور قانون 10-64 المؤرخ في 27 جمادى الثانية عام 1425 الموافق ل 14 أوت سنة 2004 المتعلق بالتربية البدنية فألغي قانون 09-95 ويحمل هذا



القانون الأهداف والقواء العامة التي تدير التربية اليمنية الرياضية وكذا رسائل ترفيتها رجاء بمواد جديدة تحت فيها عن التمويل و مصادره حسب المواد التالية:

المادة 72: تتولى الدولة والجماعات المحلية والمؤسسات البيئات العمومية الخاصة تمويل أو المساهمة في تمويل الأنشطة التالية:

- تعليم التربية البدنية الرياضية.
- المنافسة الرياضية ورياضة النخبة والمستوى العالي.
- تكوين الرياض لين ومستخدمي التأطير.
- عمليات الوقاية والحماية الطبية الرياضية.
- إنجاز منشآت رياضية وتقويمها وظيفيا.
- تطبيق مخططات وبرامج البحث في ميدان علوم الرياضة وتكنولوجياها.
- الرياضة للجميع.
- الممارسات الرياضية الاحترافية وشبه الاحترافية.
- مكافحة تعاطي المنشطات.
- التمثيل الدولية.¹

المادة 73: عليها في المادة 72، أخذ في الحساب المعايير يتم تمويل الأنشطة المنصوص والمقاييس الآتية:

- وضع آليات للتخفيف من التباينات الجهوية.
- ضبط معايير التمويل حسب الخريطة الوطنية للتنمية الرياضية.
- ضبط المراقبة والتقييم.
- تحدد كفاءات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم.

المادة 74: يسند حسب طبيعة المنافسات، إلى اللجنة الوطنية الأولمبية، الاتحادات الرياضية الوطنية، النوادي الرياضية، تسويق الإشهار المختوم به لباس الرياضيين، وخاصة

¹ صادق الحسيني، التحليل المالي والمحاسبي، الأردن، دار مجدلوي للنشر والتوزيع، عمان، 1998م، ص 73.



تلك التي تبثها الإذاعة أو التلفزة أو السينما أو عن طريق الانترنت التي تجري على التراب الوطني أو تعيد، وكذا على كل المنافسات الدولية التي يشارك فيها الرياضيون الجزائريون تحدد كفاءات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم.

المادة 75: يمكن للمتعاملين العموميين أو الخواص، التدخل لتمويل عمليات دعم وترقية ورعاية لفائدة الرياضيين والنوادي الرياضية والرابطات والاتحادات الرياضية الوطنية، وكذا اللجنة الوطنية الأولمبية. يمكن أن تأخذ عمليات الدعم على الخصوص شكل مساهمات مالية أو تكوين الرياضيين أو دعم وسائل النوادي والرابطات والاتحادات الرياضية الوطنية و اللجنة الأولمبية، بضبط الحد الأقصى المبلغ المخصص للتمويل والرعاية التي يقبل خصمها التحديد الريح الخاضع للضريبة طبقا للتشريع المعمول به.

المادة 77: يهدف الصندوق الوطني والصناديق الدولية التريبية مبادرات الشباب والممارسات الرياضية وخصوصا إلى تعزيز عمل الدولة في مجال الشباب والرياضة خصوصا ودعم الهيئات الرياضية، وتحفيز النتائج.

المادة 78: يمول الصندوق الوطني شرفة مبادرات الشباب و الممارسات الرياضية خاصة بالموارد الآتية:

- قسط عن حاصل أنشطة الهيئات أو المؤسسات المطلقة بتنظيم الرهان الرياضي والألعاب المماثلة والرهان المشترك.

- قسم عن تاصل الإشهار في الملاعب والقاعات الرياضية يحدد عن طريق:

* مساهمة الدولة.

* مساهمة الجماعات المحلية.

* مساهمة المؤسسات والهيئات العمومية والخاصة.

* الحاصل المحقق بمناسبة أنشطة التريبية المرتبطة بموضوعه.

* الهيئات والوصايا.

* المداخل المحققة من طرف مقاييل ختماته و كل عملية تجارية مرتبطة بموضوعه.

* المداخل المحققة من طرف الصندوق في إطار ترقية الأنشطة الرياضية والإشهار.



كل الموارد الأخرى المسموح بها قانونا والمرتبطة بموضوعه.

المادة 79: تحدد الطبيعة القانونية للصندوق الوطني لكرة مبادرات الشباب والممارسات الرياضية، وكذا طرق تنظيمية وعمله وتسييره وكذا تخصيص النفقات وموارده الأخرى من القضاء، عن طريق التنظيم.

المادة 80: بتمويل الصندوق الوادي للترقية مبادرات الشباب والممارسات الرياضية عن طريق مساهمة مقتطعة من ميزانيات الولايات والبلديات تحدد طبيعتها ومبلغها عن طريق تسيير الصناديق الوالية لترقية مبادرات الشباب والممارسات الرياضية ميزانية ملحة للولاية.

3-3-1- الرياضة و الاقتصاد:

للرياضة علاقة وثيقة بالاقتصاد منذ القدم نظرا للإمكانيات المتوفرة للرياضيين والمدربين ، فكل هذا كانت له اعتبارات اقتصادية، ففي اليونان مثلا، المساحات القديمة وما يتطلبه مصارعة الثيران من أحذية مصنوعة بعناية أربطة رجليه، رقابة علام الفخذ، وكل ذلك دليل على المال الذي كان ينفق عندما كانت تقام استعراضات والحضارة اليونانية، إلا أن ازدياد حاجات الرياضيين والتي كان يجب الوفاء بها، أدى إلى ازدياد النفقات وهذا ما أدى إلى تطور الحضارة اليونانية فأصبحت لها صالات، منادين سباق الخيل وبقت تركيب رياضي معقد ساعدت الثورة التكنولوجية في القرن التاسع عشر في زيادة الاعتبارات الاقتصادية وزمة ماكنتوش معلومات على الاقتصاد والرياضة في انجلترا في هذه الفترة.

أصبحت الرياضة في النصف الأخير من القرن التاسع عشر أن المؤسسات التي أصبت بصدمة كاملة وذلك بفضل التطور التكنولوجي، وهناك من يؤكد أن الرياضة رد فعل مباشر ضد الميثة وتقسيم العمل ولكن الرياضة في أمريكا في القرن التاسع عشر كانت نتيجة التصنيع يقر ما كانت دواء له.

فكل هذه التغيرات الحديثة على الرياضة وكان قتال تخيرات ظاهرية في كلا التسهيلات ومعدات الرياضة لأن الرياضة أصبحت عملا كبير له صناعات على مستوى عال من التخصص قد برزت المقابلة متطلبات كرة القدم، الهوكي، السلة، ألعاب القوى، والألعاب الأخرى.



ويؤخذ في اعتبار قيمة الرياضة الاقتصادية للعمال المتميزين بواسطة عدد من المدن والاقراض هو أن الناس الأحسن جسمانيا وصيا هم أكثر العمال كفاءة وبقية العمل المشر للأمة.

ان الوجه الأول للعلاقة بين الرياضة والاقتصاد شر أن الرياضة تعتمد على الاقتصاد التمويل مختلف أوجه النشاط بها، غير أن عالم الاقتصاد تقطن إلى أن الرياضة تمثل وسيلة دعاية ومجال إشهار واسع الانتشار فضلا على أنه وسيلة قبيلة التكلفة نوعا ما.

3-3-1-1- السبونسورينغ الرياضي:

إن ما تستقطبه البطولات الرياضية من الملايين من الجمادر در امام مسيري المؤسسات. اكل نخل الرياضة المرتبة الخامسة عشر من المداخيل الأمريكية عام 1998/ 1999 وقد بلغ 1.75 مليار دولار، ويضيف الأمريكان أن هذه المرئية سوف تتحسن بشكل ملموس في السنوات القادمة، الشيء الذي أكسب مسيري المؤسسات الاقتصادية القاعة القامة أن الرياضة يمكن أن تعطي نتيجة مرجية في زيادة الدخل القومي للأمة لاحتلالها مكانا في الاقتصاد الوطني بعد أن كانوا يدركون ذلك.

كل هذا يعطي مسيري المؤسسات الاقتصادية فرصة للترويج التجاري والبيع وهذا ما يسمي باسبونورينغ الرياضي

3-3-1-2- مختلف التعاريف للسبونسورينغ:

أ- **التعريف الأول:** إن كلمة السبونسورينغ من أصل لاتيني sponsor بمعنى الكفالة والرعاية، تقوم المؤسسة بالدعاية والإعلان لمبيعاتها والإشهار لمؤسساتها مقابل دعم مالي يقدمه الموصي المالي¹ وهو ما يعرف السبونسورينغ.

ب- **التعريف الثاني:** يشكل السبونسورينغ اتصال بين مؤسسة أو علامة تجارية عن طريق الممارسة أو الحدث الرياضي الذي يجنب جمهور معين.

¹ La rousse 1997. 2-pierre sahnnon sponsoring mode et emploi ,chatard associer E, 1989, P25.



ج- **التعريف الثالث** : ونلاحظ أن عملية السبونسورينغ تمنح للأشخاص الذين يعملون في المجال الرياضي، فير عبارة عن عقد بيع بين نادي رياضي الذي يقوم بالإشهار باستخدام أساليب وخطط معينة من المنتج إلى المستهلك بغرض تحفيزه لشراء المنتج والمؤسسة الممولة والجمهور.¹

3-3-1-3 أشكال السبونسورينغ الرياضي:

أ- سبونسورينغ شهيرة:

تنتهج المؤسسة سوسورينغ الشهيرة التعريف في القاعات الرياضية وألبسة الرياضيين²، بها وتمنتوجاتها حيث تضع اسمها واضحا.

ب- سبونسورينغ الصورة:

يقوم على استغلال صورة فريق أو لأعلي مقابل مبالغ مالية عن طريق عقود تبرم مع الشركة، حيث تستأنيد هذه الأخيرة من تحسين صورتها عند الجمهور.

ج- سبونسورينغ التجربة و المصادقية:

يعتمد هذا الشكل من السبونسورينغ على المؤسسة، المنتج والحنث وهذا الشكل يستعمل من طرف المؤسسات التي لها علاقة بنوع الرياضة ويعتمد على الرياضي المستعمل للمنتج وعلى المنتج نفسه.

د- سبونسورينغ الشبكة:

في هذا الشكل من السبونسورينغ تقوم المؤسسة بإجراء مسابقات لجلب عدد من الجمهور عن طريق تنشيط شبكة بيعها بالنسبة للزبون:

- هذه الطريقة أفضل التسيير الخزينة.

- تكلفة هذه العملية أقل بكثير من تكلفة قروض الصندوق.

¹ revue française du marketing N:131 janvier 1991 ,p 14.

² sylvert piquet ,sponsoring et mécénat la communication par l'événement paris ,vuibert gestion 1987 ,p13.



3-3-2- اختيار طريقة التمويل :

للمؤسسة اختيار لتمويلها: التمويل الداخلي والتمويل الخارجي وفي إطار التمويل الخارجي لها الاختيار أيضا بين الديون والأموال الخاصة، فالمؤسسة تستطيع اللجوء إلى الشبكة المصرفية، والمؤيد بسات المالية أو الأسواق المالية.

3-3-2-1- سياسات التمويل:

إذا قارنا في الميزانية لأحد النوادي فنجد أن التكاليف أكثر من المداخل حيث أن الأندية لها نفقات مالية محيرة على الفتحة مثلا، تحويل اللاعبين وكراء الملاعب وغيرها من النفقات.

مما جعل الأندية تعاني من العجز من ممارسة أنشطتها تجد نفسها أمام اختبارين للتمويل.

اختيار بين الداخلي (الذاتي) الذي يتمثل في عائدات تذاكر الدخول للمبارات وعائدات تحويل اللاعبين ..الخ. والتمويل الخارجي الذي يتمثل في الدخول إلى السوق المالية وذلك عن طريق إصدار الأسهم والسندات أو إلى الشبكة المصرفية أو إلى السيونسورينغ، التسويق الرياضي والخصخصة.

أ- التمويل الذاتي:

ان قدرة التمويل الذاتي للمؤسسة إمكانية المؤسسة للمويل نفسها من خلال نشاطها إلا أن مصادر التمويل الذاتي للرياضة أو النادي عديدة منها:¹

- الإعلان على ملابس وأدوات اللاعبين.
- الإعلان على المنشآت الرياضية.
- الترخيص باستخدام العلامات والشعارات على المنتجات ورسائل الخدمات.
- استثمار المرافق وان ختمات في الهيئات الرياضية.
- الإعانات والتبرعات والهيئات.

¹ ناصر دادي عدون، تقنية مراقبة التسيير، ط1، دار المحمدية العامة ، الجزائر، 2000 م، ص 83.



- عالد انتقال اللاعبين.
- استثمار حقوق الدعاية والإعلان.
- الإعلان في المطبوعات والنشرات والبرامج الخاصة بالأنشطة الرياضية.
- حقوق البث الإذاعي والتلفزيوني لخطة والمناسبات الرياضية.¹

ب- التمويل الخارجي:

في الحين الذي يصبح فيه التمويل الداخلي غير كاف بالنسبة للمؤسسات المواجهة حاجياتها يصبح التمويل الخارجي حتميا بالنسبة لها. وتجد المؤسسة نفسها أمام حلين:

الاستناد مصدر تمويل مدة حياته محشودة إليه المؤسسة بحيث لا تعطي المؤسسة عادة لشرف الممولة حق التدخل في تسيير المؤسسة أو اللجوء إلى الأموال الخاصة - توزيع رأس المال - وهذا من شأنه زيادة الكفاءات من جهة، وإعادة النظر في هيكله اتخاذ القرارات في المؤسسة من جهة أخرى.

ونلاحظ نفس الشيء بالنسبة للأندية الرياضية الاحترافية حيث أن مواجهة حاجياتها لا تمده فقط طرق التمويل التقليدية (عائدات الدخول إلى المباريات، الإعلان على ملابس وأنوات الرياضيين، حقوق البث الإذاعي والتلفزيوني ... الخ) بل تعدى ذلك وفي كل البلدان إلى سياسة التمويل الخارجي من أجل جلب مستثمرين خواص عن طريق الدخول إلى السوق المالية، سوق البورصة وإصدار الأسهم أو الشبكة المصرفية والتي تعتبر وسائل فعالة في تطوير النوادي خاصة ذات المردود الرياضي الجيد، وسائل الدعمها فهي تعتبر بالنسبة لها جوهر عملية الاحتراف.

3-3-3- التمويل في المنافسات الرياضية:

للتتمويل مصادر متعددة و التي تأخذ أشكالا مختلفة: الحكومية منها وغير الحكومية.

¹ سمير عبد الحميد علي، إدارة البيئات الرياضية، منشأة المعارف، الاسكندرية، 1999، ص 104.



سبق وأن لنا أن التمويل الرياضي ومصادره المختلفة يعتبر جوهر عملية الاحتراف وإلى جانب تطبيقات علم الاقتصاد في المجال الرياضي لاعتباره أحد الوسائل الرئيسية للتمويل خاصة في كرة القدم، التي أصبحت يعتمد عليها في كثير من الأندية الأوروبية والأمريكية في دعم ميزانياتها وتغطية تكاليف أنشطتها، حيث أن التطبيقات التي تدخل في تمويل المنافسات الرياضية، الإنتاج الرياضي، التخصصة والسبونسورينغ الرياضي.

حيث تستخدمها الأندية كوسائل الدعمها لاعتبارها جوهر عملية الاحتراف.

فالرياضة ويفضل الاحتراف الرياضي تتحول إلى صناعة، ومنه يمكن القول أن الاحتراف الرياضي يخدم الأندية القادرة فقط دون بقية الأندية.

فالقائمون على شؤون كرة القدم العالمية أمنوا بأهمية جوانب اللعبة المختلفة وقدموا كل الجهد والفكر التدعيم ومساندة كل جانب مؤمنين بأن الارتفاع يسوى كل جات إنما شر باقة وعلامة بارزة على الطريق للارتقاء مستوى اللعبة ككل.

3-3-4- تصنيف أعمال الرياضة:

كيف أن العمل ينتج دخلا أو إيرادا، وهي الطريقة الأكثر اعتمادا عليها التصنيف أعمال الرياضة قجد ثلاثة أنواع في هذا الشأن.

3-3-4-1- الإيراد المباشر:

تعتمد بعض المنظمات والهيئات والمؤسسات الرياضية في تظها على الأحداث الرياضية الخاصة بها، وهذا ما يسمى بالإيراد المباشر.

نجد العديد من المنظمات الكبيرة في أمريكا تعتمد على هذا النوع من التخل منها:

كرة القدم القومية، منظمة الكرة الرئيسية، منظمة التركي القومية، منظمة كرة القدم القومي، الجمعية التعلية القومية، كذلك بالنسبة لكل الفرق الرياضية التي تتبع هذه الهيئات، وأيضا في جميع المؤتمرات التي تنظمها هذه الهيئات.

والمعيار هذا مر أن الفريق أو الهيئة الرياضية، تتبع التذاكر أو تبيع حق الحدث الرياضي الي جهة من الجهات وفي جميع الأحوال فإن الدخل الموارد من هذه الإجراءات ينخل تحت الإيرادات المباشرة، ويجب ملاحظة أن بعض الوحدات الصغيرة لا تعبر ذات



إيراد مباشر انها لا تستخدم هذه المعايير، ونظرا لأن بعض الهيئات الرياضية تقع تحت ضغط قلة الإيرادات فإن الإيراد الكبير الذي ينتج عن الإعلان المطلق يعتبر من أكثر طرق زيادة الدخل المباشر لهذه الهيئات.

3-3-4-2- الإيراد المدعم:

بعض الأعمال المرتبة بالرياضة مثل الدخل الوارد من شركات التأمين ويكون كل ذلك مرتبط بالحدث الرياضي نفسه ويسمى ذلك بإيراد مدعما ويربط بوجود الحدث الرياضي. لذلك فإن نجاح الإيراد المباشر يؤثر على التدعيم التابع وهو الإيراد المدعم، ففي عام 1995 م بلغ حجم مبيعات التجارة المرخصة 3.15 مليون دولار ، قامت بها الشركات التي نجحت في تدعيم دورات رياضية كبيرة وأحداث رياضية شهيرة، ومن أمثلة هذه الشركات (دالاس كادبوري لوس أنجلوس دون جزر) (شيكاغو بالن) هذه الشركات فقد قامت بدعم نخل آلاف من الأعمال الأصغر المتعلقة بالرياضة.

3-3-4-3- الإيراد غير المباشر:

هذا هو الأسلوب الثالث لإنتاج نخل، ويطلق عليه الدعم الغير مباشر، وجميع الهيئات والمؤسسات التي توائم مع الدخل المباشر (النوع الأول) أو النقل الست من (النوع الثاني) تستخدم و تقع تحت طائلة هذا النوع، وهذه الأعمال لا تعتمد بشكل مباشر على العمل ولكن على شية الفرق الرياضي واللاعبين، وهذه الأعمال تشتمل على مبيعات الرياضة، والأجهزة الرياضية وشولاء هم التين يجون الإيراد الأحداث الرياضة وبالنسبة لهذه الأعمال فإن الحضور لا يعد هاما كما في أعمال إيرادات النعم، ولكن الأهم عر شعبية الفريق.

الكثير من اللاعبين يتقاضون أجورا عالية في تعاملاتهم مع بعض الشركات التي حققت نجاحا متميزا من خلال هؤلاء اللاعبين المشهورين.



3-3-4-4- المحاسبة المالية:

إن من أهم الصعوبات التي تتلقاها الهيئات سوء التسيير المالي أر تعب النفقات على المداخل وهذا ما توضحه العديد من تقارير المنظمات، المؤسسات والهيئات الرياضية، فمثلا بعض الأدية تشير إلى أنها تواجه ضائقة مالية أو بعض الهيئات تلوح إلى أن المصروفات تفرى الإيرادات، وتتكو بعض المنظمات أن الإعانات الحكومية غير كافية، ومصادر التمويل الذاتي محتوده ويقول الخبراء أن الأمر ستطلب إدارة جيدة تعمل على تقليل الإتفاق و ترشيده و زيادة الموارد.

3-3-4-5- مختلف التعاريف الهامة للتسيير المالي:

أ- **التعريف الأول:** يعرف التسيير المالي بأنه عبارة عن عملية معالجة البيانات المالية المتاحة عن المؤسسة الأهالي الحصول منها على المعلومات تستعمل في عملية اتخاذ القرارات وفي تقييم أداء المؤسسات التجارية والصناعية وفي الماضي والحاضر، وكذلك في تشخيص أية مشكلة موجودة (مالية أو تشغيلية) وتوقع ما سيكون عليه الوضع في المستقبل.

ب- **التعريف الثاني:** يعتبر التسيير المالي أهم المجالات المعرفة التي تتبر الطريق أمام كل طائفة من العطوائف المستخدمة للقوائم المالية المهتمة بالمنشآت الخاصة والعامه، وكل من يعنيه للمال العام أو الخاص وترشيد استخدامه، حيث أن التسيير المالي من الوسائل والأنوات ما يمكنه من الإسهام الفعال في ترشيد القرارات والسياسات والخطط إضافة إلى تقييم المنشآت تقييما شاملا أو جزئيا¹.

هذا الأمر يعطي الحركية والحيوية اللازمة والضرورية لتحقيق وتيرة نمو اقتصادي مقول وتنمية شاملة ينبغي الإشارة أن هناك 3 قواعد أساسية في تمويل المؤسسات الاقتصادية:

¹ الزغيبي محمد هيثم، مرجع سابق، ص 2000م، ص 75.



- يجب تمويل الأموال الثابتة للمؤسسة عن طريق الأموال الدائمة بمعنى الأموال الخاصة مضافا إليها القروض طويلة الأجل والمتوسطة.
- يمكن تمويل الأصول بواسطة القروض قصيرة الأجل.
- ينبغي المحافظة على هامش أمان يتمثل في تمويل جزء من الأموال المتداولة بالأموال الدائمة وهذا الهامش يعرف رأس المال العامل الدائم.



خلاصة الفصل:

تعتبر المنشأة الرياضية مؤسسة اقتصادية تخضع لنفس المعايير التي تخضع لها المؤسسات والمنشآت الاقتصادية في القطاعات الأخرى، وفي فصلنا هذا تطرقنا لمختلف اليات وأنماط تمويل هذه الأخيرة، كما اتضح لنا أن للمنشأة الرياضية عدة سيل وطرق تمويل مباشرة وغير ما أشرت داخلية وخارجية، للمدى القصير أي التمويل دورة الاستغلال، أو للمدى الطويل وذلك للتمويل المشاريع الاستثمارية للمنشأة أو تطويرها ومتابعة هذه المشاريع ومراقبتها.



4- الأندية الرياضية:

تمهيد:

الأندية الرياضية لم يتسع عملها في ممارسة الرياضة فحسب بل بلغ تأثيرها في هيئة الشباب وأعدادهم ثقافيا واجتماعيا ونفسيا، أما من ناحية الرياضية فهي تعتبر العمود الفقري للاعب الذي يشترك في البطولات الرياضية التي تقيمها مختلف الإتحادات العالمية. ولم تسع رقعة النشاط الرياضي وممارسته على صعيد الإحترافي بالهواية فحسب بل تطلب ذلك أموالا لتغطية نفقات أنشطة النادي إلى أن أصبح النادي الرياضي في الكثير من الدول المتقدمة كشركة أو مؤسسية ذات أسهم تحتوي على إطارات وإداريين مختلفي الاختصاصات.

وفي كلم من الأحيان نرى أن بعض الأندية تفتقد إلى بعض قواعد الأعمال التنظيمية والإدارية لاعتماد معالمها ومواقفها، فتعتمد في إعداد قراراتها على العشوائية والارتجالية والعكس في بعض الأندية التي حذت حذوها نحو الأمام يفعل السليم اد اي وضوح مهام القائمين فيها.

ومما لا شك فيه أن النادي الرياضي يلزمه هيكل أو مركز للتدريب والقيام بمختلف أنشطه الرياضية، أو لإجراء منافسه وقذا وجب أن تكون له منشآت حديثة.



4-1-1 مفهوم الأندية الرياضية:

الأندية الرياضية هي العمود الفقري الذي يقوم عليه التكوين الرياضي في أي دولة من دول العالم وأي تنظيم رياضي لا يمكن أن يجني ثماره ، إلا إذا نظمت الأندية الرياضية بصورة سليمة تمكنها من تأدية رسالتها الرياضية على أكمل وجه.¹

4-1-1-1 تعريف النادي الرياضي:

- هو هيئة تكون جماعة من الأفراد كدف تكوين شخصية الشباب موز متكاملة من الناحية الاجتماعية والصحية والنفسية والفكرية والروحية عن طريق نشر التربية الرياضية والاجتماعية وبث روح القوة بين الأعضاء من الشباب وإتاحة الظروف المناسبة لتنمية مهاراتهم وكذلك هيئة الوسائل وتيسير السبل لشغل فراغ الأعضاء.

- وهو جمعية رياضية، ثقافية، سياسية، سياحية إطار أين يعقد اجتماع للكلام للعب للقراءة.

- هو هيئة رياضية لها شخصية اعتبارية مستقلة وتعتبر من الهيئات الخاصة ذات النفع العام ويتكون من عدد لا يقل عن خمسين عضوا من الأشخاص الطبيعيين الذين لا يستهدفون الكسب المادي.²

- هو جمعية منصوص عليها بموجب القانون 90-31 المؤرخ في 14 ديسمبر 1990.³

4-2-1 النادي الجزائري لكرة القدم:

النادي الجزائري لكرة القدم جمعية تعنى بالاهتمام بالنشاط الرياضي و تسيير وتنظيم الرياضة في إطار الترفية الخلفية وكذا تطوير المستوى وجعله يتلاءم مع مستلزمات وتطلعات الجماهير الرياضية ، وقد تأسى لأول نادي رسمي لكرة القدم بتاريخ 07 أوت

¹ عصام بدوي، موسوعة الغدرة والتنظيم، التربية البدنية والرياضية، دار الفكر العربي، الطبعة الأولى، مصر، 2004م، ص 441.

² حسن أحمد الشاف، التشريعات في التربية البدنية والرياضية، دار الوفاء الجزء الأول الطبعة الأولى، الاسكندرية، مصر، 2004م، ص 191.

³ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية القانون 90-31 المؤرخ في ديسمبر 1990م، المتعلق بالجمعيات الجريدة الرسمية رقم 53 الصادرة بتاريخ 05 ديسمبر 1990.



1921م ، و المتمثل في عميد الأندية "مولودية الجزائر" ميع العلم أن هناك من يقول أن النادي الرياضي القسنطينة هو الذي تأسس قبل 1921م.

4-3- الإطار القانوني للنادي:

النادي الجزائري لكرة القدم هو جمعية منصوص عليها بموجب القانون رقم : 3190 المؤرخ في 04 ديسمبر 1990 م المتعلق بالجمعيات ، وموجب الأمر رقم : 09-95 المؤرخ في 23 فيفري 1995 م المتعلق بتوجيه المنظومة الوطنية للتربية البدنية والرياضية وتنظيمها وتطويرها ، وخاصة المونا 17-18 منه بمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 01-96 المؤرخ في 05 جانفي 1996 م المتضمن تعيين أعضاء الحكومة ومقتضى المرسوم التنفيذي رقم 118 / 90 المؤرخ في 30 أبريل 1990 م المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 28490 المؤرخ في 22 ديسمبر 1990 الذي تحدد صلاحيات وزير الشباب والرياضة ومقتضى المرسوم التنفيذي رقم 247/94 المؤرخ في 10 أوت 1994م الذي يحدد صلاحيات وزير الداخلية والجماعية المحلية والبيئة والإصلاح الإداري.¹

4-4- هيكله النوادي الرياضية حسب المشرع الجزائري:

تكامل الأنشطة الرياضية و المصالح الاجتماعية و الاقتصادية أدى بها إلى الارتقاء و لأن قيام الأندية الرياضية يعتمد على دعائم اقتصادية مثل الميزانيات المالية و الأدوات والتجهيزات و غيرها من عوامل، فصال عن ذلك تزايد عدد ممارسي النشاط البدني الرياضي ميا بدأ بالمشرع الجزائري البحث المستمر في هذا المجال و تغطية الفجوات المشهودة سابقا في شان الأندية الرياضية ما تجسد في استمرار تعديل و إصدار القوانين و آخرها قانون الرياضية 2004 المؤطر لنوع الأندية و الراسم حظوظها المالية من ميزانية الدولة و الدعم الخاص، فنجد في الفصل السابع من القانون 04-10 المتعلق بالتربية البدنية و الرياضة في مبادئه 42، و التي تشير إلى النوادي الرياضية ولا هيئات تمارس مهنة تربية و تكوينية

¹ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية القانون 90-31 المؤرخ في ديسمبر 1990م، المتعلق بالجمعيات الجريدة الرسمية رقم 53 الصادرة بتاريخ 05 ديسمبر 1990.



للشباب عن طريق تطوير برامج رياضية و مشاركتها في ترقية الروح الرياضية و الوقاية من العنف ومحارنه، و تخضع لمراقبة الرابطة و الاتحادية الرياضية المنظمة إليها.

و لقد صنف هذا الأمر النوادي الرياضية تصيق والتي يتمثل في توادي متعددة الرياضيات و أخرى ذات رياضة واحدة و كل منها بدورها فيها حسب نفس الأمر.

4-4-1- نوادي رياضية هاوية:

ويشار إليها حسب المادة 43 من قانون 2014: هو جمعية رياضية ذات نشاط غير مريح، و باحكام القانون المتعلق بالجمعيات و كذا قانونه الأساسي .

و تحد المهام في النادي الرياضي في كما ينظم عن طريق قانونه الأساسي النموذجي الذي تعده الاتحادية الرياضية الوطنية و يوافق عليه الوزير المكلف بالرياضة.

4-4-2- نوادي رياضية شبه محترفة :

أتت بها المادة 44 من الأمر 10-04 و التي نصت أن النادي الرياضي شبه محترف يمثل جمعية رياضية، يكون جزء من النشاطات المتعلقة ، هدفها طابع تجاري. لا سيما تنظيم التظاهرات الرياضية المدفوعة الأجر و دفع أجر بعض من لاعبيها و موطنها، و يعتمد النادي الرياضي شبه المحترف فائونا أساسيا لا سيما تنظيمه و شرطو تعيين أعضاء أجهزته السورة مسئوليلام و و كيفية مراقبتهم. وتحدد كفيات تطبيق هذه المادة و القانون الأساسي النموذجي للنادي الرياضي شبه الحرف عن طريق التنظيم.¹

4-4-3- النوادي الرياضية المحترفة :

ضمن المادة 22 من قانون 03-89 سمح المشرع بالجمعية الرياضة بالتفاوض و إبرام عقود مع كل المنظمات المؤسسات أو الجماعات العمومية من أجل ضمان و دعم الممارسات الرياضية. أما من خلال المادة 23 من نفس القانون فقد شرع إنشاء مؤسسات ذات طابع تملى و أهداف رياضية، أو في صيغة هياكل أخرى هذا ما إذا تطلب كرة و تنوع النشاطات طرق تنظيم وتسبير ليست بنفس سيم عمل الجمعية إلا أنه لم يأتي تخصيص في

¹ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية : 10-04 المادة: 42-43.



صيغة الأحرف إلا في الأمر 09-95 في مادته 20 و التي تصرح بالاتي: " تعد نوادي رياضية محترفة، النوادي التي تؤسس مهامها على نشاط رياضي دائم بواسطة حصص متنوعة الطبيعة يوفرها أشخاص طبون أو معنويون يكون هدفها تحقيق نتائج رياضية مقابل أجرة.¹

وهذا قد خضع إنشائه و تأسيس النوبنا الرياضية اخترقه إلى الأحكام المقررة في التشريع المعاني مفعولها الخاص ب: " الشركات التجارية" ،

و حزم الأمر في شأن النادي الرياضي الحرف وفق الأمر 04-10 في المادة 46 الذي يشير إلى إمكانية تخليه أو اتخاذه أحد أشكال الشركات التجارية. مثل أن يكون شركة وحيدة الشخص EURL أو شركة ذات مسؤولية محدودة SARL ، أو شركة رياضية ذات أسهم SSPA . و في هذا السياق تخضع هذه المؤسسات إذا ما اغلقت أحد هذه الصيغ المذكورة إلى أحكام القانون الجني و كذا قوانينها الخاصة بها. هنا يتضح لنا أن النادي الرياضي الحرف أصبح يعد مؤسسة اقتصادية يمكن التعامل معها بنفس شأن باقي المؤسسات الاقتصادية ، و حكم النادي الرباعي المحورف بشكل وحدة مؤسساتية تجمع بين مختلف عوامل الإنتاج من مدخلات الإشراف و المعدات و التجهيزات و اليد العاملة لدمج في دارة إنتاج بهدف تحقيق مردود رياضي يتمثل في النتائج الرياضية التي تتعكس مباشرة على تحصيل الربح المادي، أو بالأحرى موازاة مع ذلك تحقيق قيمة مضافة.

فبالرغم من بعضي الدافضا ات يعتبر الحل الأمثل لإستمرار كما أشار إليه الباحث كلود مارشال: "الإحتراف هو عالم صغير رياضي، ثقافي، الرمادي أو جنماعي" ، حيث من خلال هذا حدد الأبعاد من وراء الإحترافي في النشاط البدني الرياضي، و من وراء كل هذا يتجسد سيب اتجاهنا نحو دراسية الأندية الرياضية المحترفة كونها تقوم على سياسات تمويل مشروعة و ملك إداري فاعل في تسيير و تطوير نشاطها، وفق منهج موضوعي لدراسة الحقائق و معالجة مجراها الواقعي.²

¹ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية : 09-95 المادة: 20.

² الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: 03-89 المؤرخ 14 فيفري 1989، المادة 20.



4-5- مشروع النادي :

إن القوانين الأساسية للنادي تشكل السند الشرعي العقد كل شخص منخرط , والقانون الداخلي للنادي بدل على الشكل الخاص العمل الجمعية بتطبيق هذه القوانين الأساسية , فنجد هذه القوانين غير كافية في خلق نشاط فما هي إلا سوابق ولا يمكن الاستغناء عن السوابق في العمل الذي يأتي من طرف المسيرين و المؤطرين التخيين و فعليهم حقا بتأسيس مشروع النادي الذي يمكن تعريفه وسيلة نظرية التي تسمح بالنشاط .

4-6- أهداف النادي:

يعتبر النادي مؤسسة رياضية يهدف إلى المساهمة بندر إيماني في التنمية الرياضية والاجتماعية لأفراد جمع في إطار احتياجات ووفيات أعضائه وما يؤدي إلى تحقيق فلسفة الدولة، وبتزايد اهتمام الدول المتحضرة بشغل وقت الفراغ وينعكس ذلك على ما تقدمه هذه الدول المتحضرة يشغل وقت الفراغ وينعكس ذلك على ما تقدمه هذه الدول من خدمات وخاصة في اعمال الرياضي وقالت كنعق استثمار هذا الوقت فيما يعود على الفرد بالفائدة والنفع.

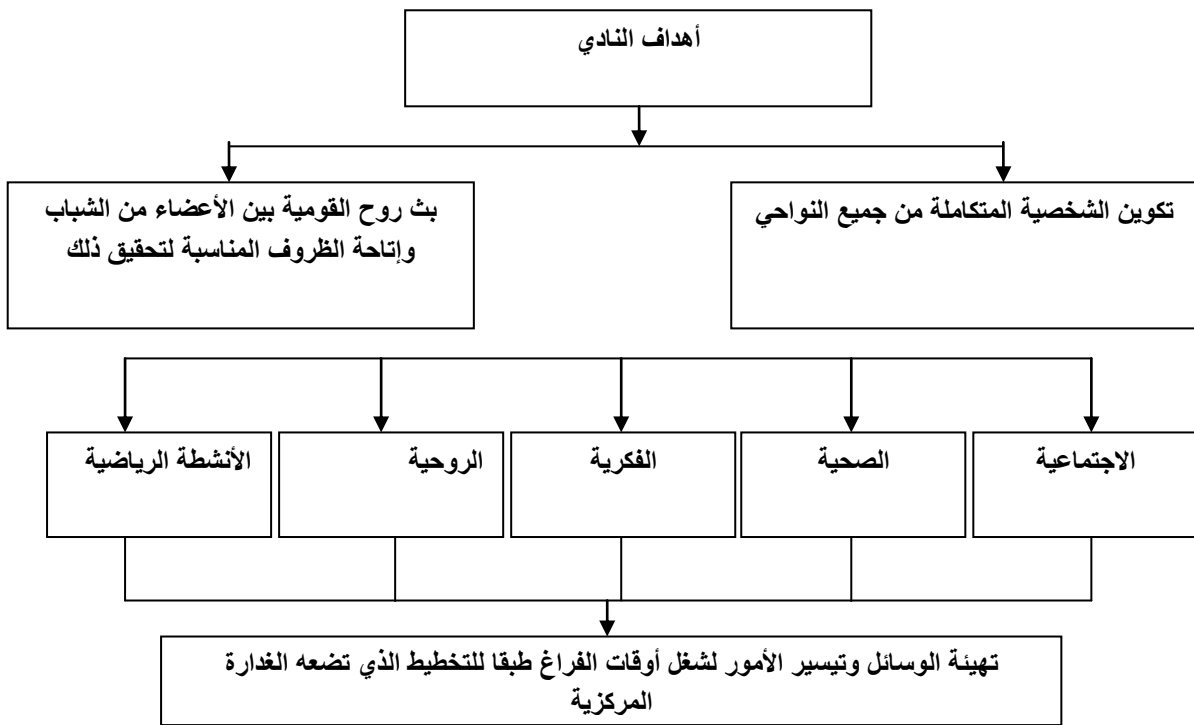
ويهدف النادي، طبقا للوائح المنظمة إلى تكوين شخصية المواطن مو مكتملة من النواحي الاجتماعية والنفسية الفكرية والروحية عن طريق الأنشطة الرياضية والاجتماعية وتيسير السيل تشغل أوقات فاع الأعضاء، وللنادي أن يتخذ كافة الوسائل تحقيق هذه الأهداف.

ومن ذلك نجد أن مهمة المادي لا تنحصر في تكوين الفرق الرياضية أو تشجيع النشاط الاجتماعي فقط بلى تتسحب على أهمية تمنع العضو بالنشاط الرياضي والذي هو ضمن أهدافه الأساسية.

ويتضح نور النادي في تحقيق الهدف من النشاط الرياضي عن طريق تنشر وتوسيع قاعدة الممارسين للأنشطة الرياضية ولا يأتي ذلك إلا عن طريق الإثارة الرشيدة التي تعمل على تحديد الأهداف وتحقيقها باستخدامها الجهد البشري والاستعانة بالموارد المائية المتاحة ويتم هذا من خلال عناصرها المختلفة وفي التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة.

فمن خلال عصر التخطيط يتم وضع الخطط المختلفة لكافة الأنشطة الرياضية ترويحية وتعويضية كانت أو تنافسي، كذلك عنصر التنظيم الذي يوضع الهيكل التنظيمي والأعمال المختلفة لإدای النادي كما لعنصر التوجيه والرقاية من أهمية قصوى في خلق الحوافز وتنشيط هم الأعضاء لممارسة النشاط الرياضي ثم تفهم العمل ومعرفة العوامل المعوقة خطة الأنشطة أو عتم تحقيقها الكامل للأهداف الموضوعه، ومن خلال الشكل المقابل توضح فيه أهداف النادي.¹

الشكل رقم 01: يوضح أهداف النادي.



المصدر: حسن أحمد الشافعي: الخصخصة الغدارية والقانونية، الاسكندرية، مطبعة الشعاع، 2001م، ص 192.

4-7- دور النادي الرياضي ومهامه لخدمة الجمهور المحلي:

إذا كان الدخول في الحلقة الاقتصادية يمثل بالنسبة للرياضة حدث هذه السنوات الأخوة والحدث المتعلق بكثرة من طرف وسائل الإعلام فإن الرياضة أيضا قد صاحبت التقدم الحضري لبلادنا.

¹ ابراهيم محمود عبد المقصود ، حسن أحمد الشافعي الموسوعة العلمية للإدارة الرياضية، التنظيم في مجال الرياضة الاسكندرية، دار الوفاء، ط1، 2003م، ص 127.



إن النشاطات الرياضية التي يقوم بها السائد الرياضي لكرة القدم تسجل في الإطار البلدي: التجهيزات الرياضية والمحلية المستخدمة من طرف الفريق الرياضي، المنخرطين، المشجعين للنادي الجمهور الرياضي، المورد في أغلب الأوقات حتى اسم المادي يعود إلى الحي. إذن سنحاول فيما يلي تحديد مختلف أدوار النادي الرياضي في المجال التربوي الاجتماعي والثقافي.

4-7-1- الدور التربوي للنادي الرياضي:

إن ممارسة رياضة كرة القدم تساهم في تربية الشبان الأطفال والمراهقين وبالخصوص حينما يستفيد النادي بتأطير بيداغوجي وذا كفاءة عالية. ومن بين المفاهيم المعروفة المقبلة بسهولة عليا مقارنة بالدول الأخرى) تتذكر تكوين الطبع والشخصية، تطوير الوظائف الشفوية الكبرى والوعائية الدموية، تعلم الحياة في الجماعية، التنشئة الاجتماعية والتحصير لكلية الحياة الكهلية. نحن لسنا بصدد تقريظ الممارسات الرياضية على مستوى نادي كرة القدم الأخأ أيضا يمكن أن تكون مرادفة لبعض السلبيات كالعنف، الغش واستهلاك المنشطات. دور التأطير البيداغوجي في هذه الحالة أن يكون جازما وقاطعا اتجاه هذه الانحرافات إذن ممارسة رياضة كرة القدم تحمل معها الايجابيات والسلبيات وعلى المربين الرياضيين العمل بطريقة صارمة تجعلهم يفدون هذه الأعرافات التي تعيل مهمة المادي والحي معا. إلى جانب المدارس والمؤسسات التربوية الأخرى فيان المادي لكيني مطالب هو أيضا بالقيام بفروه التربوي لأن هذا لني قبل كل شيء يعتبر مهمة كريمة وسامية، فمساهمة المادي الرياضي بتأطيره التقني والبيداغوجي وفي إطاره الجمعي تمثل مكسبا كبيرا ومساندة معنية بالنسبة لأولياء الممارسين الرياضيين، وحتى بالنسبة للأطباء الدين يواصلون في الحث والوصاية على ممارسة النشاطات الرياضية بمختلف أشكالها وخاصة الفئات الأطفال والمراهقين.



وأخيرا وزيادة على هذه الوظيفة التربوية التي تساهم في التكوين الأولي والبدائي للقرء فإن النادي يسعى أيضا إلى التكوين المتواصل، فهو يلعب اور مشط التكوين الدائم، بالسماح سواء للشباب أو الكهول للقيام بشكويئات الحكام النشطين الرياضيين أو المدربين، فقتل شاخال بعض هؤلاء الأعضاء إلى حيز المعرفة" ذات الطابع الخاص التي تتطلب التحكم في تقنيات المعرفة المسائي لكي إذن يفوق الوظيفة التقليدية البسيطة للتربية الرياضية ليدخل في الوظيفة التربوية الشائعة ومهمة تكوين الرجال.

المدققة الإطار التأسيسي لتركيز على العمليات الاتصالية.¹

4-7-2- الدور الاجتماعي للنادي الرياضي:

يمنح مجموعة النشاطات الرياضية ذات الأوقات الطويلة وخارجة عن الأوقات النارية، فالمادي يمثل نقطة استقبال لعدد كبير من الأطفال والمراهقين الشبان وخاصة أن بعض الأولياء ليس باستطاعتهم الاحتفاظ والحرص عليهم بسبب الإجباريات المهنية والعائلية.

إن النوادي الرياضية لكرة القدم تمتع بتجهيزات رياضية ومحلية مقدمة لها من طرف المجموعات اغلية، لكن الاستخدام هذه المنشآت في السطور التوظيف الكامل" فإنها تلعب دور شياكل استقباليه وتقدم مهمة اجتماعية قيمة ولا يمكن استنكارها.

وباعتبارها لعبة كرة القدم الرياضية الأكثر شعبية في العام، منها لغة كونية: نجري وتلعب كرة القدم بنفس الطريقة في الجزائر، إنجلترا، الصين وامريكا، اختلاف الثقافات والتعرف الاجتماعية لا يؤثر على ممارسة كرة القدم بلى بالعكس فهو يشري أساليب اللعب والتبادلات الثقافية والاجتماعية بين اللاعبين أو البلدان وبالتالي يساعد في عملية الإدماج الاجتماعي لهذا نجد عدة لاعبين كرة القدم في جسيات وثقافات مختلفة يلعبون في نفس النادي الرياضي.

¹ بقاح آكلي، دور وأهمية التسويق الرياضي في عالم الاحترافية، حالة كرة القدم الجزائرية معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر، مذكرة ماجيستر، دفعة، 2001م، ص70.



ولكن مهما قدمت اللغة الوحيدة لكرة القدم من تسهيلات في الاتصال والإدماج وجب على الإدارات المختلفة للنادي الإلتزام بالحضور الدائم بالكفاءة العالية نظرا لخصوصية ذلك الجمهور (سواء اللاعبين أو المشجعين المختلفين في الجنسيات والثقافات) وصعوبته في بعض الأحيان لأنه يجمع إعاقات الوسط الاجتماعي، إضافات لكن، اختلالات الأصول العرقية.

فعلا الإدماج الاجتماعي يتطلب المزيد من الوقت المزيد من المنشآت الاستقبالية، وكذا عدد كبير ومتزايد من الفاعلين الناشطين في المدارس المؤسسات السلطات العمومية والجمعيات (رواقم هذا النادي الرياضي لكري لا يزال يساهم في إنشاء هذه البناية، يعتبر ياه صعب ولكن مشوق.¹

4-7-3- الدور الثقافي للنادي:

يقول جال فلاماني Joconde et Platini [ط في كتابه : 1985 بأن الرياضة في ثقافة الأن الرياضة ابتكار حقا الرياضية ابتكار فهي اباكار للانفعاء ل للحركة، للصور للنشيط، لعلم الجمال ... وكنا إذن الرياضة تشارك في إثراء تراث الإنسانية. إن رياضة كرة القدم تعبير ثقافة شعبية، ومباريات كرة القدم مساء كل يوم تكاية أسبوع أحسن تعبير على ذلك.

المظاهرات التي تعطي إيقاعا حيويا للحياة في مندنا رأميافا ما هي إلا نتاجا للعمل او لجهود المبذولة من طرف النوادي الرياضية، فهذه الأخيرة تعني خلايا للنشيط، وأقطاب النشاط الاجتماعي والثقافي.

بفضل الآلاف من الحكام المتطوعين للنوادي الرياضية لا زالت هذه النشاطات ذات الطابع الترفيهي وهرجان ل تطور دائم ومتواصل، فهذه العروض الرياضية الكروية تمثل لهوا بالنسبة للملايين من الجزائريين، وتمثل أيضا من ثقافتنا.

¹ بقاح آكلي، دور ولأهمية التسويق الرياضي في عالم الاحترافية، ص 71.



النشاطات الرياضية تساهم في التقدم الإنساني بقدر ما تساهم فيه النشاطات الأمنية الأخرى ولو بطريقة مختلفة زيادة على هذا فهي تمس الأشخاص الذين لم يستطيعوا التعبير أو ممارسة النشاطات التقليدية الأخرى فبالنسبة لهؤلاء الممارسة الرياضية تمثل خطأ للتقديم وفرصة لتحقيق مشاريعهم الفردية أو الجماعية.

وهذا فإن النادي الرياضي لكرة القدم هو مكان للثقافة وله نفس التقديرات الرياضي الكور وي له نفس الاهتمام كالحفل الموسيقي أو نشاط ثقافي آخر.

إذن بدوره الثقافي الاجتماعي، والتربوي وعلى المستوى اخلّي النادي الرياضي لكرة القدم يقوم بتنفيذ مهمة مثالية تستطيع عمالتها مهمة الصلحة العامة.¹

4-8- الهيكل المنظمة والمسيرة للنادي الرياضي:

في الرياضة الجزائرية، يختلف التسيير على مستوى الأندية باختلاف وتفاوت مستوى الأندية.

فطريقة التسيير إذن قد تركت لرؤساء الأندية، وذلك باختلاف أهداف وطموحات كل فريق وكذا مستوى كل واحد منهم.

يعتبر النادي الخلية الأساسية لكرة القدم وتنظم هيكله ووظائفه كالاتي:

4-8-1- الجمعية العامة:

وتمثل الجهاز المداول للنادي الذي يجمع كل أعضاء النادي إذ يتكون من الأعضاء

التالية:

- الأعضاء المؤسسين.
- الأعضاء الشرفيين.
- أعضاء المكتب المالي للنادي.
- أعضاء مكاتب فرع الرياضية المتخصصة.
- التأطير التقني.

¹ بقاح آكلي، دور ولأهمية التسويق الرياضي في عالم الاحترافية، ص 72.



- التأطير الثاني المكلف بمهام التنظيم والتسيير .
- التأطير الطبي الرياضي .
- الأعضاء المنتخبين للرياضيين التابعين لكل فرع رياضي .
- المدير المنهجي للنادي .
- المدير التقني للفرع الرياضي .
- ممثلو المنخرطين المنتخبين من قبل زملائهم .

وتكمن وظيفة هذه الجمعية في توجيه وعراقية السياسة العامة للنادي، ومن خلالها تحدد الأهداف والإنجازات وتسهل على تحقيقها وهذا طبقاً للنصوص القانونية المعمول بها كما يهم أيضاً بما يلي:

- الموافقة على البرامج المقدمة لها من طرف مكتب النادي .
- البث في التقرير الأدبي وحصائل أنشطته وتسييره المالي .
- دراسة الطعون المقدمة .
- انتخاب الرئيس، أعضاء مكتب النادي وتجديده، لجنة قبول الترشيحات بمناسبة كل تحديد الأجهزة النادي .

4-8-2- مكتب النادي:

يسير النادي من طرف المكتب، إضافة إلى الرئيس المدير المنهجي للنادي الرؤساء المنتخبين للفرع الرياضية يشكل المكتب من 05 الى 08 أعضاء منتخبين من طرف الجمعية العامة من ضمن أعضائها .

فالمكتب هو الهيئة التنفيذية، إذ يضمن التسيير الإداري الفني والمالي للنادي

وبموجب هذا فهو مكلف بما يلي:

- تسيير أملاك الدولة .
- إعداد مشاريع برامج العمل السوية أو المتعددة السنوات للنادي .
- إعداد مشروع النظام الداخلي .
- دراسة و اقتراح العقوبات التأديبية في حق أي عضة من النوادي .



- ضم النادي لمختلف الرابطات والاتحاديات الرياضية.

4-8-3- الأمانة العامة:

يكلف الأمين العام بكل المسائل الإدارية العامة ويتول في الإطار هذا ما يلي:

- تحرير مشاريع محاضر المداولات وتدوينها في سجل المداولات.

- ضبط قائمة المنخرطين.

- ضبط قائمة الرياضيين الممارسين.

- ضبط قائمة كل المؤطرين.

- معالجة البريد وتسيير الأرشيف.

4-8-1- اللجان المختصة:

تقوم هذه اللجان بمساعدة المكتب في تحقيق نشاطات برنامجه، إذ يتوفر النادي في

إطار تطبيق برنامجه على:

- فروع رياضية متخصصة.

- تأطر رياضي طبي وتقني.

- لجان متخصصة عند الاقتضاء أو همها:

1- اللجنة الطبية.

2- لجنة الموارد المالية والرعاية .

3- لجنة التوجيه التقني والتنمية الرياضية.

4- لجنة التأديب.

5- لجنة نشاطات الأنصار ولروح الرياضية والمبادرات الثقافية والترفيهية.

6- لجنة العلاقات الخارجية والإعلام والاتصال.



فكل لجنة من شأنها أن تساهم في تحقيق أهداف النادي ونكف فروع المتخصصة بتنظيم وتنشيط وتطوير الممارسات الرياضية في مختلف فروع الرياضة المفتوحة في النادي وتقوم أيها بتنظيم وتنسيق نشاطات الخريطين.¹

5- الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة أو المشابهة بمثابة إطار مرجعي أو نظري يعود إليه الباحث ليستطيع تلمس كل جوانب موضوعه والاستفادة مهما وصلت إليه البحوث العلمية سواء في المجال النظري، حيث تساعده على طرح المشكلة بدقة وتحديد المفاهيم والمصطلحات وصياغة الفروض بشكل واضح، أو في الجانب الميداني إذ يتعرف على المناهج المستخدمة وأدوات البحث وكيفية توظيفه وكل هذا يساعد ويكون له عوناً مرشداً في إنارة طريقه لتفادي الأخطاء ومعرفة الصعوبات التي يضعها في الحسبان.

5-1- الدراسة الأولى: واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية الجزائرية.

- دراسة ميدانية ببلدية قسنطينة.

- مذكرة لنيل شهادة الماجستير مقدمة لقسم علوم الاعلام والاتصال - كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة، 2008/2009.

- نت إعداد الطالبة: عيواج عذراء.

- والهدف من هذه الدراسة هو معارضة واقع العلاقات العامة في الإدارات المحلية الجزائرية والأهمية التي حققتها، حيث تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق ما يلي:

* الكشف عن واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية ومكانتها في التنظيم الهيكلي.

* الكشف عن طبيعة الجهود التي تبذلها الغدارة المحلية في سبيل تحسين صورتها مع

الجمهور الداخلي والخارجي من خلال ترقية الاتصال بواسطة العلاقات العامة.

* محاولة معرفة المشاكل التي تعاني منها العلاقات العامة في الغدارة المحلية.

¹ عصام بروي، موسوعة التنظيم والادارة في التربية البنية والرياضية، دار الفكر العربي، ط1، 2001م، ص 416-417.



* محاولة إثارة اهتمام مسؤولي الغدارة العامة في الغدارة المحلية لأهمية العلاقات العامة ودورها في إنجاح العمل الغداري داخل الغدارة المحلية وقد خلصت الدراسة إلى بعض النتائج أهمها:

✓ أكدت الدراسة على أهمية ودور العلاقات العامة في أي مؤسسة وضرورة ممارستها من خلال جهاز إداري مختص تتوفر لديه الإطارات المختصة والقادرة على الاتصال الدائم بالجمهور الداخلي والخارجي.

✓ خلصت الدراسة إلى قلة استخدام وسائل الاتصال الجماهيري في الإدارة المحلية مقارنة مع وسائل الاتصال الشخصي.

✓ الغموض الذي يكشف وظيفة العلاقات العامة.

✓ كشف الدراسة عن الإهمال الذي يعاني من العلاقات العامة وعدم احتلالها المكانة المناسبة.

✓ توصلت الدراسة إلى جملة من المشاكل التي تواجه العلاقات العامة في الغدارة المحلية الجزائرية.

5-2- الدراسة الثانية:

دراسة رمزي جابر بعنوان دراسة تقييمية لدور وسائل الاعلام الفلسطينية في تشجيع الاستثمار الرياضي 2008.

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام الفلسطينية (التلفزيون، المذياع، الصحف والمجلات) في تشجيع الاستثمار الرياضي في فلسطين، وطرح الباحث التساؤل التالي مادور وسائل الاعلام الفلسطينية في تشجيع الاستثمار الرياضي في فلسطين؟ ولتحقيق ذلك أجريت الدراسة على عينة قوامها (200) فردا موزعين على الفئات الآتية (مدرسين، لاعبين، اداريين) ولجمع بيانات الدراسة وتحقيق أهدافها تم استخدام المنهج الوصفي، ، ومقياس دور وسائل الاعلام الفلسطينية في تشجيع الاستثمار الرياضي في فلسطين.



وقد بلغ عدد الاستبيانات التي جمعت (210) استبانة، واستبعد (10) استبانة، وذلك نظرا لعدم استكمال الاستجابة على فقرات المقياس، أظهرت النتائج أن دور وسائل الاعلام الفلسطينية في تشجيع الاستثمار الرياضي في فلسطين كانت قليلة جدا لدى عينة الدراسة، حيث وصلت النسبة المئوية للاستجابة لديهم إلى (36.9%) وهذا يعني أن دور وسائل الاعلام الفلسطينية في تشجيع الاستثمار الرياضي لدى عينة البحث كانت قليلة جدا.

في ضوء النتائج التي اسفرت عنها الدراسة يمكن استنتاج التالي:

أظهرت النتائج أن دور وسائل الاعلام الفلسطينية في تشجيع الاستثمار الرياضي في فلسطيني كانت قليلة جدا، حيث وصلت النسبة المئوية للاستجابة لديهم إلى (36.9%).

في ضوء ما توصل إليه البحث من نتائج، فإن الباحث يوصي بالتالي:

- ضرورة تشجيع وسائل الاعلام المختلفة في فلسطين المستثمرين العرب والأجانب للاستثمار في المجال الرياضي في فلسطين.

- ضرورة الاهتمام بالبرامج الرياضية المتعلقة في الاستثمار الرياضي في فلسطين.

- صقل الكوادر الاعلامية في المجال الرياضي.

3-5- الدراسة الثانية:

وهي عبارة عن بحث أكاديمي في إطار إنهاء رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير للطالبة - مسعودي كلثوم - بعنوان "العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية" للسنة الجامعية 2007/2008، فقد أرادت الطالبة إبراز أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الصناعية ولذلك فقد اعتمدت على تساؤل رئيسي فحواه- ما واقع العلاقة العامة في المؤسسة الصناعية؟ وقد تفرغت عنه أربع أسئلة فرعية وهي على التالي:

- ما مكانة العلاقة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصناعية.
- هل هناك متخصصين في العلاقة العامة.
- ماهي الوسائل الاتصالية الأكثر استعمالا في إدارة العلاقة العامة.
- ماهي المشاكل التي تحد من فعالية إدارة العلاقة العامة في المؤسسة الصناعية.



فقد اندرجت هذه الدراسة ضمن المنهج الوصفي التحليلي والتي تستعمل التقنيات الكمية في معالجة المعلومات والبيانات، أما عينة الدراسة فكانت العينة الطبقية العشوائية، حيث تم تقييم مجامع الدراسة إلى طبقات متجانسة اعتمادا على مجال العمل، واستعملت الطالبة الاستمارة كأداة أساسية لجمع البيانات، مدعمة ذلك بالملاحظة والمقابلة التي اجرتها مع بعض مسؤولي المؤسسة موضوع البحث في الأخير فقد خلصت الطالبة إلى النتائج التالية:

توصلت الدراسة إلى أن مكانة العلاقات العامة متواضعة جدا فوظيفة العلاقات العامة هي وظيفة مشتركة بين جميع عمال المؤسسة، أما في ما يخص العلاقات العامة كجهاز أو قسم أو إدارة قائمة بذاتها تشرف على مختلف الأنشطة خاصة الاتصالية منها غير موجودة، مع العلم أنه يوجد مكتب الاعلام والاتصال ويشرف على هذا المكتب موظف واحد، وهو تابع مباشرة لمكتب المدير العامة تحصر مهمته في ما يكلف السيد الرئيس المدير العام.

وقد توصلت الدراسة كذلك إلى أنه لا يوجد ولا موظف واحد على الأقل له شهادة في مجال الاتصال أو العلاقات العامة، فالمكلف بمكتب الاعلام والاتصال متحصل على شهادة مهندس دولة في الأشغال البترولية أما وجوده في هذا المكتب كان لائقه اللغة الأجنبية فقط.

تستعمل المؤسسة وسائل اتصالية لا بأس بها، لكن استخدام هذه الوسائل بتفاوت حيث نجد أن الاجتماعات تستخدم بكثرة بالمقارنة مع الوسائل الأخرى ثم تليها في المرتبة الثانية لوحة الاعلانات لتأتي بعد ذلك الدعوات في المرتبة الثالثة.

توصلت الدراسة إلى أن العلاقات العامة تواجه مشاكل بالمؤسسة موضوع البحث أهمها:

* سوء فهم مصطلح العلاقات العامة.

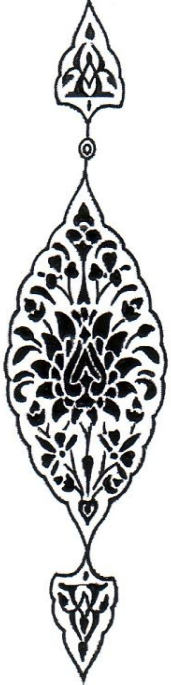
* تداخل المهام.

* عدم الاعتراف بالعلاقات العامة كإدارة قائمة بذاتها.

الفصل الثاني

الاطار العام للدراسة

- 1- الاشكالية والتساؤلات
- 2- الفرضيات
- 3- أسباب اختيار الموضوع
- 4- أهمية الدراسة
- 5- أهداف الدراسة
- 6- الكلمات الدالة في الدراسة





1/ الإشكالية والتساؤلات:

شهر عصرنا الحالي تطورا تكنولوجيا ملحوظ، حيث أصبح الاتصال والعلاقات العامة موضوعان من أهم الموضوعات في العلوم الإنسانية والاجتماعية، وأنهما علما قائما بحد ذاته والركيزة الأساسية في بناء أي مجتمع، فتطور أي مجتمع مقرون بتطور مؤسساته، وتطور هذه الأخيرة مقرون بنجاح العملية الاتصالية والعلاقات العامة.

وبهذا أصبحت العلاقات العامة من أهم النظم الاتصالية، وقد أولت المنظمات والمؤسسات على اختلاف مجالاتها اهتماما كبيرا بالعلاقات العامة حتى صارت لب الحياة داخل كل مؤسسة تسعى إلى النجاح، إذ تعتبر وظيفة حيوية مهمة من وظائف المؤسسة في العصر الحديث، لما تقوم به من دور فعال ورئيسي في الإدارة إذ أنها تقوم بتسهيل الاتصال والارتباط المتبادل بين المؤسسة والجمهور، وتعد ظاهرة إنسانية واجتماعية وحضارية في آن واحد، توجد حيثما يوجد المجتمع.

والعلاقات العامة ذات أهمية بالغة إذا نظرنا إليها من حيث ارتطابها على البحث والأسس العلمية المدروسة، المبنية على التخطيط والتحليل والتأثير، بينما تبنى المؤسسة على دراسات السيكولوجية المرتبطة بالحاجات البشرية والدوافع الشخصية للإنسان لإشباع حاجاته، وكذا التأثير المستمر عليه، بسبب التطور التكنولوجي الدائم وماشده العصر الحديث من تطور كبير في وسائل الاتصال، كما تعتبر العلاقات العامة أحد مجالات الإدارة التي ظهرت وحقت قبولا متسارعا في الدول المتقدمة ويرجع ذلك إلى تعاظم أهمية كسب تأييد الرأي العام، وزيادة شعور الإدارة بالمسؤولية الاجتماعية، حيث أصبحت معظم دول العالم المتقدم تعتمد على العلاقات العامة في زيادة وتطوير مختلف المنظمات والمؤسسات واءا الرياضية، الاقتصادية، السياسية... الخ.

وباستقلال قطاع الرياضة عن باقي القطاعات والهيئات، وقيامه كقطاع مستقل بحد ذاته من كافة النواحي والجوانب، تعرض للعديد من المشاكل والأزمات جعله يبحث عن حلول وبدائل من أجل تخطي مختلف العقبات للنهوض والتطور.

وهو ما أدى إلى ظهور مصطلح الاستثمار الرياضي الذي يبحث في كيفية توفير مختلف الموارد المالية والمنشآت الرياضية، وكيفية تسييرها وتحويل مختلف الهيئات الرياضية من جمعيات إلى مؤسسات اقتصادية ذات دخل مادي، وهو ما دفع هذه المؤسسات إلى الإستعانة بمختلف الطرق والأساليب الحديثة للحفاظ على ديمومة هذه الموارد ونذكر منها العلاقات العامة ومنه نطرح التساؤل التالي:

* هل للعلاقات العامة دور في زيادة جاذبية المستثمرين نحو أندية كرة القدم الجزائرية؟

- التساؤلات:

- 1- هل لدى مسيري الفريق اتجاهات إيجابية نحو استخدام العلاقات العامة؟.
- 2- هل للعلاقات العامة دور في تحسين صورة النادي لدى المستثمرين؟.
- 3- هل للعلاقات العامة دور في زيادة الشفافية المالية للنادي لدى المستثمرين؟.

2/ الفرضيات:

- 1- لدى مسيري الفريق اتجاهات إيجابية نحو استخدام العلاقات العامة.
- 2- للعلاقات العامة دور في تحسين صورة النادي لدى المستثمرين.
- 3- للعلاقات العامة دور في زيادة الشفافية للنادي لدى المستثمرين.

3/ أسباب اختيار الموضوع:

1- الأسباب الذاتية:

- * الارتباط المباشر لموضوع الدراسة بمجال تخصصنا.
- * التعرف على مكانة العلاقات العامة في المؤسسة.
- * تسليط الضوء على دور العلاقات العامة في زيادة جاذبية المستثمرين نحو تمويل أندية كرة القدم.

2- الأسباب الموضوعية:

- * كون الموضوع ظاهرة تتطلب البحث والدراسة.
- * نظرا لمكانة العلاقات العامة في المؤسسة كونها من أهم الركائز لنجاحها واستمرارها.

* محاولة الكشف عن دور العلاقات العامة في زيادة الشفافية المالية للنادي لدى المستثمرين.

* تقسيم الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في تحسين صورة النادي لدى المستثمرين.

4/ أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في أهمية الموضوع الذي نبحت فيه والمتمثل في تسليط الضوء على دور العلاقات العامة في زيادة جاذبية المستثمرين نحو تمويل فريق نجم شباب مقرة، وتتخلص هذه الأهمية في النقاط التالية:

1- إبراز دور العلاقات العامة في تحسين صورة النادي لدى المستثمرين.

2- نظرا لأهمية العلاقات العامة في زيادة الشفافية المالية للنادي.

3- إبراز الاتجاهات الإيجابية لمسيرتي الفريق نحو استخدام العلاقات العامة.

5/ أهداف الدراسة:

إن الهدف من هذه الدراسة هو الوقوف على دور العلاقات العامة في زيادة جاذبية المستثمرين نحو تمويل أندية كبيرة لكرة القدم الجزائرية، وعليه فالدراسة تهدف إلى:

1- معرفة مكانة العلاقات العامة الهيكل التنظيمي للمؤسسة.

2- تحديد الأساليب والاستراتيجيات المتبعة من طرف العلاقات العامة لإدارة وتمويل النادي الرياضي.

3- الوقوف على دور العلاقات العامة لتحسين صورة النادي لدى المستثمرين.

4- تقييم نشاطات العلاقات العامة للمؤسسة الرياضية.

5- الكشف عن الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في زيادة جاذبية المستثمرين نحو تمويل النادي الرياضي.

6- تقديم بعض النتائج التي من شأنها أن تساهم في زيادة جذب المستثمرين نحو تمويل المؤسسة الرياضية.

6/ الكلمات الدالة في الدراسة:

لقد شهدت الدراسة على العديد من المفاهيم، حيث أنه لا يمكن الوصول إلى درجة من التجدد والدقة العلمية إلا إذا تم توضيح هذه المفاهيم لأنها الكلمات المفتاحية لهذه الدراسة وهي كالتالي:

1- تعريف الدور:

أ- التعريف اللغوي:

الدور هو عودة الشيء إلى ما كان عليه "النوية" الطبقة من الشيء المضاد فوق بعض، ودور الممثل هو أحد المواقف التي يظهر الركن والتي تتكون منها المسرحية وقام بدور خطير على مسرح السياسة أي أظهر مقدرة كانت أثر بارز وفاعلية لها وزنها في هذا الميدان.

ب- التعريف اللغوي:

يستخدم مصطلح الدور في علم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي والانثروبولوجيا بمعاني مختلفة، فينطلق كمظهر للبناء الاجتماعي على وضع اجتماعي معين، يتميز بمجموعة من الصفات الشخصية والأنشطة تخضع لتقييم معياري إلى حد ما قبل ألك الذين يكون في الموقف، ومن قبل الآخرين ويعرفه لينتون ويقول: "إن الدور هو المظهر الديناميكي للمكانة فالسير على هذه الحقوق والواجبات معناه القيام بالدور.¹

التعريف الإجرائي:

مجموعة من الأفعال المكتسبة التي يؤديها الشخص في موقف تفاعل اجتماعي ومنهم من صرح بأنه مجموعة من الخدمات إذ تعلق الأمر بالجماعة ومجموعة من الدوافع إذ تعلق الأمر بالقدر.

¹ قاموس الجديد للطلاب، معجم عربي مدرس ألف بائي، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، دت، دط، ص 28.



2- تعريف العلاقات العامة:

أ- التعريف اللغوي:

إن المفهوم الذي يرمز له مصطلح العلاقات العامة يكون أكثر دلالة وأوفى إذا عرفنا بدقة معنى المصطلح من خلال معرفة الكلمتين "العلاقات" و"العامة".

إن كلمة العلاقات تعني الصلات والروابط وخيوط الاتصال بين الإدارة والعامة، أما العامة يقصد بها عامة الناس، الشعب جماهير متعاملة مع الإدارة والمؤسسة.¹

ب- التعريف الاصطلاحي:

أما اصطلاحاً فالعلاقات العامة هي مجموعة من الجهود التي تبذلها أي منظمة من المنظمات وهذا بهدف ضمان الثقة والتفاهم المتبادل بين هذه المنظمات والجمهور الذي تتعامل معه بمختلف أقسامه نشاط إداري واتصالي.²

التعريف الاجرائي:

نجد أن العلاقات هي مجموعة السياسات والنشاطات المختلفة، التي يقصد من ورائها إقامة التفاهم المستمر بين المنظمة وجماهيرها.³

3- تعريف الاستثمار:

أ- لغة: مصدر لفعّل استثمر يستثمر استثماراً، وهو مشتق من ثمر، والثاء والميم والواو أصل واحد يدل على شيء يتولد من شيء، ثم يحمل على غيره استعار.

ب- اصطلاحاً: عرف الاقتصاديون الاستثمار بعدة تعريفات:

* التعريف الأول:

"التنازل عن السيولة التي يمتلكها الفرد في لحظة معينة ولفترة من الزمن، قد تطول أو تقصر وربطها بأصل أو أكثر من الأصول التي يحتفظ بها لتلك الفترة الزمنية يقصد الحصول على تدفقات مالية مستقبلية".

¹ صلاح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي، دار العلوم للنشر والتوزيع، عناية، 2003م، دط، ص 37.

² عبد العزيز صالح، منهجية الإدارة المقارنة، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2000، ص 203.

³ سليمان الحربي، العلاقات العامة، دار الكتاب والطباعة للنشر، جامعة الموصل، العراق، 1981م، ص 34.

* التعريف الثاني:

"توظيف للنقود لأي أجل في أي أصل أو حق ملكية أو ممتلكات أو مشاركات محتفظ بها للمحافظة على المال أو تتميته، سواء بأرباح دورية أو بزيادات في قيمة الأموال في نهاية المدة أو بمنافع غير عادية".

التعريف الإجرائي:

الاستثمار هو توظيف المال في نشاط اقتصادي مشروع، بهدف الحصول على نفع يعود عليه أو على غيره في الحال أو المال ومنافي لدراستنا نقصد بالاستثمار الرياضي الذي يكون في النوادي الرياضية الجزائرية المحترفة يقصد الانتاج واضافته برؤوس الأموال الثابتة (كالمباني، الأراضي، المدرب، الأجهزة الرياضية) من طرف المؤسسات الاقتصادية.

4- تعريف التمويل المالي:

* **التعريف الاصطلاحي:**

ترتبط وظيفة التمويل المالي بتنوع حاجات ورغبات أفراد المجتمع وانتشار مبدأ التخصص وتقسيم العمل، وظهور الحاجة إلى النقود كوسيلة للتبادل التجاري بين الأفراد والدول المختلفة، ويتخصص في أدائها أفراد مختصون مهنيا ووظيفيا في ظل تنظيم إداري يسمى الغدارة المالية.¹

* **التعريف الإجرائي:**

التمويل المالي هو عملية أساسية تعتمد عليها المنشأة لتحقيق أهدافها وتغطية مختلف احتياجاتها ونفقاتها على المدى المتوسط والطويل.

5- تعريف النادي الرياضي:

أ- لغة: كلمة نادي جمعها أندية ونوادي وأندية، فمعناها مجلس القوة ماداموا مجتمعين فيه، أو هو مكان الاجتماع.²

¹ محمد عثمان اسماعيل، 1995م، ص 11.

² عصام بدوي، موسوعة الإدارة والتنظيم في التربية البدنية والرياضية، دار الفكر العربي، 2004م.



ب- اصطلاحا:

يقول عصام بدوي عن النادي أنه: هيئة يكونها جمع من الأفراد بهدف تكوين شخصية الشباب بصورة متكاملة من الناحية الاجتماعية والنفسية والفكرية والروحية، عن طريق نشر التربية الرياضية والاجتماعية وبناء الروح القومية بين الأعضاء من الشباب واثاحة الظروف المناسبة لتنمية مهاراتهم وكذلك تهيئة الوسائل وتسيير السبل لتشغل أوقات فراغ الأعضاء.¹

إجرائيا: النادي الرياضي هو عبارة عن جماعة اجتماعية رياضية لها ضوابط وقيم تسييرها.

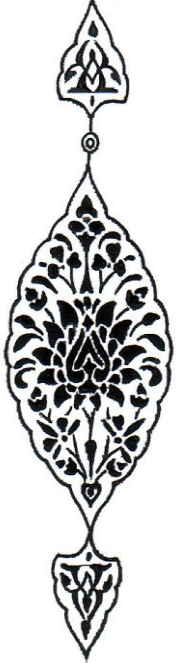
¹ عصام بدوي، مرجع سابق، ص 87.

الفصل الثالث

الاجراءات المنهجية للدراسة

تمهيد

- 1- الدراسة الاستطلاعية
- 2- المنهج المتبع في الدراسة
- 3- مجتمع وعينة الدراسة
- 4- حدود الدراسة
- 5- أدوات جمع البيانات والمعلومات
- 6- اجراءات التطبيق الميداني للأداة
- 7- الأساليب الاحصائية



**تمهيد:**

يعتبر الغطار المنهجي للبحث أحد الجوانب الهامة، بحيث لا يمكن لأي باحث أن يتخلى عنه، وهناك علاقة وطيدة بين موضوع البحث ومنهجه، فلكي يتم تأسيس عمل منهجي منظم لابد من توضيح جميع الجوانب والإجراءات التي يتم القيام بها أثناء عملية الدراسة، لكي يكون البحث موضوعي ويسير للمطلع فهم وتفسير النتائج على ضوء المعلومات الواردة فيه.



1- الدراسة الاستطلاعية:

من خلال دراستنا حول موضوع "دور العلاقات العامة في زيادة جاذبية المستثمرين نحو تمويل أندية كرة القدم الجزائرية" توجهنا لبعض النوادي بهدف إتاحة الفرصة لي كباحث لمعرفة بعض الجوانب المحيطة بموضوع الدراسة ومن أهمها:

- التعرف على مكان ومدى امكانية إجراء هاته الدراسة.

- تحديد العينة وطريقة اختيارها ومعرفة الأجواء والظروف المحيطة.

- التقرب أكثر من أفراد العينة (رؤساء ومسيري النوادي).

وكون موضوع الدراسة متعلق بدور العلاقات العامة في زيادة جاذبية المستثمرين نحو تمويل أندية كرة القدم الجزائرية فإن مجتمع الدراسة يمثل رئيس ومسيري نادي نجم شباب مقرة، حيث قمنا بتقديم استبيان لهم للاطلاع على مدى دور العلاقات العامة في زيادة جاذبية المستثمرين نحو تمويل النادي "نجم شباب مقرة".

2- المنهج المتبع في الدراسة:

إن منهجية البحث ترتبط بالموضوع، فطبيعة الموضوع هي التي تحدد المنهج الواجب اتباعه قصد الإحاطة بأهم جوانبها فالمسألة هي التي تفرضها طبيعة البحث أو المشكلة التي يتناولها الباحث فاختلف المواضيع من حيث التجديد والتعقيد، وكذا تنوع البحوث من حيث المتغيرات يستلزم اختلاف في المناهج المستخدمة ويتوقف استخدام الباحث لمنهج دون غيره على طبيعة الموضوع قيد الدراسة، فما يصطلح من المناهج لدراسة ظاهرة معينة قد لا يصلح لدراسة ظاهرة أخرى نظرا لاختلافها من حيث الخصائص والموضوعات.

ولذلك نعتمد في دراستنا هذه على المنهج الوصفي التحليلي.

- تعريف المنهج: عرفه موريس انجر: (هو مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة من أجل الوصول إلى نتيجة)، ويعرفه محمد شفيق بأنه الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته



للمشكلة لإكتشاف الحقيقة وللإجابة على الأسئلة والاستفسارات التي يثيرها موضوع البحث وهو البرنامج الذي يحدد السبيل للوصول إلى تلك الحقائق وطرق اكتشفها.¹

- تعريف المنهج الوصفي:

يرتبط المنهج الوصفي بدراسة المشكلات المتعلقة بالمجالات الانسانية والاجتماعية، وبدراسة أي من الظواهر الطبيعية المختلفة مثل وصف الظواهر الفلكية والفيزيائية والكيميائية والبيولوجية المختلفة، حيث يقوم الباحث بجمع معلومات دقيقة عن هذه الظاهرة، ويهتم بوصفها وصفا تفسيريا دقيقا بدلالة الحقائق المتوافرة، ويعبر عنها تعبيراً كيفياً بوصف الظاهرة وتوضيح خصائصها، أو تعبيراً كمياً بوصف الظاهرة وصفا رقمياً يوضح مقدار الظاهرة، أو حجمها، ودرجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى.²

3- المجتمع وعينة الدراسة:

المجتمع هو جميع الأفراد أو الأحداث أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث وضمن الموضوع العاج يتجسد مجتمع بحثنا في مجموعة.³

حجم المجتمع الأصلي للدراسة كبير (نوادي كرة القدم الجزائرية) فكان من اللازم علينا إجراء عملية اختيار العينة بواسطة الاختيار الغير عشوائي (العمدية).
المجموعة: وهي تخص رؤساء أندية كرة القدم الجزائرية.

- عينة الدراسة:

مجال استعمال العينة القصدية في دراستنا الاستطلاعية كان من خلال الاستبيان بهدف التعرف على اتجاهات وآراء فئة معينة من فئات المجتمع والمتمثلة في رؤساء ومسيري أندية كرة القدم الجزائرية، ثم قمنا بعد ذلك باختيار رئيس من رؤساء هذه الأندية دون أي اختيار عشوائي.

¹ محمد شفيق: البحث العلمي والخطوات المنهجية لاعداد البحوث الاجتماعية، المكتبة الجامعية، مصر، 2001م، ص 86.

² وائل عبد الرحمان التل: عيسى محمد فحل، البحث العلمي في العلوم الانسانية والاجتماعية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007م، ص 48.

³ حسن أحمد الشافعي، سوزان أحمد علي موسى، ميدان البحث العلمي، منشأة المعارف، ط1، الاسكندرية، 2004م.



ثم اختيار عينة البحث بالطريقة العمدية من نادي نجم شباب مقرة واشتملت عينة البحث في هذا الأخير على (رئيس النادي، نائب الرئيس، مناجير النادي، والمسير المالي للنادي) حيث وُزعت لكل شخص استمارته (استبيان).

4- حدود الدراسة:

من أجل الإحاطة بالمشكلة ومعرفة مختلف جوانبها وقع اختيارنا في دراسة هذه الإشكالية على نادي نجم شباب مقرة، حيث شملت عينة البحث على 4 (رئيس النادي، نائب الرئيس، مناجير النادي، والمسير المالي للنادي) ولقد كانت الانطلاقة في هذه الدراسة بعد الاجتماع مع الأستاذ المشرف لضبط موضوع الدراسة ضبطا حقيقيا وواضحا ومن ثم طرح الإشكالية.

5- أدوات جمع البيانات والمعلومات:

تعتبر أداة الدراسة المحور الذي يستند إليه البحث وتوظيفها يكون بقصد الوصول إلى كشف الحقائق التي تبنى عليها الدراسة وقد تم الاعتماد على:

* استمارة الاستبيان:

والتي تعرف بأنها: نموذجي ضمن أسئلة توجه إلى الأفراد من أجل الحصول على معلومات حول موضوع أو مشكلة أو موقف، ويتم تنفيذ الاستمارة إما عن طريق المقابلة الشخصية أو ترسل إلى المبحوثين عن طريق البريد.¹

ويستخدم الاستبيان لجمع البيانات التي لا يتيسر على الباحث جمعها عن طريق أدوات جمع البيانات الأخرى، وقد كانت استمارة الاستبيان هي الملائمة لإجراء هذه الدراسة ويضم هذا الاستبيان (21) سؤالا حيث يتم التطرق إلى جميع التساؤلات وذلك عن طريق أسئلة تدور حول "دور العلاقات العامة في زيادة جاذبية المستثمرين نحو تمويل أندية كرة القدم الجزائرية".

¹ محمد علي محمد، علم الاجتماع والمنهج العلمي، ط1، دار المعرفة الجامعية للطباعة والنشر، القاهرة، 1980م، ص



ويستخدم الاستبيان لجمع البيانات التي لا يتيسر على الباحث جمعها عن طريق أدوات البحث الأخرى، وكانت استمارة الاستبيان هي الملائمة لإجراء هذه الدراسة وتضم مجموعة من الأسئلة قد تكون مقيدة أو مفتوحة أو مقيدة مفتوحة.

6- اجراءات التطبيق الميداني للأداة:

- المجال المكاني: تم إجراء الدراسة على رئيس ومسيري نادي نجم شباب مقرة.
- المجال الزمني: تم إنجاز البحث في الفترة الممتدة من بداية شهر مارس 2020 إلى غاية بداية شهر أكتوبر 2020.
- الدراسة النظرية: من بداية شهر مارس 2020 إلى بداية شهر أكتوبر 2020.
- الدراسة الميدانية: تعذر علينا القيام بهذه الدراسة بسبب جائحة كورونا وامتداد فترة الحجر الصحي من مارس 2020 إلى غاية الآن.

7- الأساليب الإحصائية:

لقد اتبعنا مجموعة البحث عن الأساليب الإحصائية المتمثلة في النسبة المئوية كأسلوب إحصائي يخدم الموضوع كي يأخذ الشكل المقنن وذلك باتباع القانون التالي:¹

$$س = (ك \times 100) / مج$$

س: النسبة المئوية.

مج: مجموع التكرارات.

ك: التكرارات.

¹ محمد نصر الدين رضوان، مدخل إلى القياس في التربية البدنية والرياضية، ط1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة؟، 2006م.

الفصل الرابع البراعة

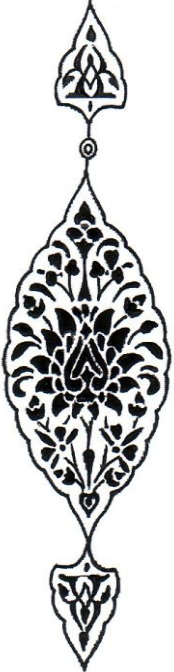
الجانب التطبيقي (تحليل واستنتاج)

تمهيد

دراسات سابقة

استنتاج عام

اقتراحات



تمهيد:

نظرا للجائحة الوبائية أو ما يعرف بفيروس كورونا تعذر علينا إجراء الدراسة الميدانية لذلك سنقوم بدراسة تحليلية لدراسات مشابهة.

1- الدراسات السابقة:

1-1- الدراسة الأولى: بعنوان المعوقات التي تواجه إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية.

- المصدر: المجلة العلمية لعلوم التربية.

- نوع المحتوى: بحوث ومقالات.

- المنهج المستخدم: منهج البحث الوصفي.

- الأدوات: استبيان.

- التساؤلات:

* ماهي المعوقات الغدارية التي تواجه إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية؟.

* ماهي دلالة الفروق بين متوسطات استجابات عينة البحث في المعوقات التي تواجه إدارة العلاقات العامة بالأندية.

تناولت هذه الدراسة المعوقات التي تواجه إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية،

ومنها:

عدم توافر الكفاءات المؤهلة لتخطيط وتنفيذ أنشطة وبرامج العلاقات العامة وقلة الصلاحيات التي تمنح لإدارة العلاقات العامة، لا يتم مشاركة المتخصص في عملية التخطيط عند وضع أهداف العلاقات العامة، عدم الاعتراف بالعلاقات العامة كحلقة وصل بين الجمهور المستهدف ومراكز صنع القرار داخل الأندية الرياضية، عدم توافر ميزانيات مخصصة للصرف على إدارة وأنشطة العلاقات العامة، اعتبار العلاقات العامة أحد الأنشطة الهامشية داخل الأندية.

- التوصيات:

* تعزيز مكانة العلاقة العامة في الهياكل الغدارية والتنفيذية في المؤسسات الرياضية بصفة عامة والأندية بشكل خاص.

* ضرورة وجود إدارة مستقبلية لممارسة أنشطة العلاقات العامة داخل الندية.

* يجب منع إدارة العلاقات العامة لصلاحيات كافية للقيام بمسؤولياتها بما يتناسب مع طبيعة العمل داخل الأندية.

* ضرورة توفير هيكل تنظيمي مناسب لإدارة العلاقات العامة داخل الأندية الرياضية.

* ضرورة توفير الدورات التدريبية في مجال العلاقات العامة والمجالات الأخرى لزيادة جاذبية مهارة العاملين بإدارة العلاقات العامة.

* زيادة التمويل الخاص لإدارة العلاقات العامة حتى تستطيع أداء جميع الأنشطة.

* ضرورة انتقاء العاملين لإدارة العلاقات العامة داخل الأندية الرياضية.

تناولت هذه الدراسة موضوع مهم للمجتمع العربي بشكل عام حيث تطرقت إلى معوقات العلاقات العامة، إن معوقات العلاقات العامة تكاد تكون متشابهة في معظم الدول العربية، حيث أن إدارة العلاقات العامة في هذه الدول لم تأخذ شكلها الحقيقي بعد ولم يتم تخصيص الميزانيات المناسبة لها ولا زالت مهمشة.

2- الدراسة الثانية: بعنوان استثمار المؤسسات الاقتصادية في النوادي الرياضي المحترفة لكرة القدم - بالجزائر - رسالة دكتوراه للباحث منجحي مخلوفي، هدفت هذه الدراسة في البحث عن أهم المعوقات التي تواجه المؤسسات الاقتصادية للاستثمار في النوادي الرياضية المحترفة - لكرة القدم بالجزائر - حيث توصلت هذه الدراسة إلى:

- بالنسبة للجانب القانوني والتشريعي فإنه مازال غامضا وغير مستقل فهو يشكل عائقا أمام الاستثمار في هذه النوادي الرياضية المحترفة.

- فيما يخص دفتر الأعباء الواجب اكتبه من طرف الشركات ورؤساء النوادي الرياضية فيرى أفراد العينة أنه يشكل عائقا أمام الاستثمار في النوادي الرياضية المحترفة.

- وتبقى البنية التقنية للأندية الرياضية غير مشجعة على الاستثمار فيها بالشكل الكافي وبالتالي فهي تشكل عائقا أمام الاستثمار في الأندية الرياضية.

2- الإستنتاج العام:

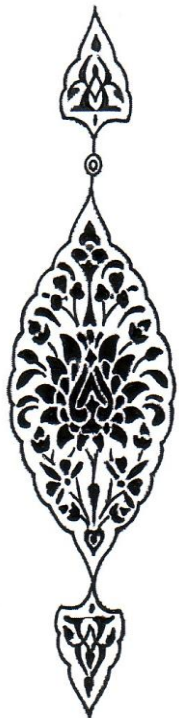
بناء على نتائج الدراسات المأخوذة يمكن استنتاج مايلي:

- للعلاقات العامة مكانة مهمة في تحسين صورة النادي لدى المستثمرين.
- تساهم العلاقات العامة بدرجة كبيرة في زيادة جذب المستثمرين نحو تمويل أندية كرة القدم.
- إن سياسة الأندية الرياضية المحترفة غير واضحة وغير فعالة لجذب المستثمر وبالتالي تشكل عائقا أمام الاستثمار في النوادي الرياضية المحترفة.
- إن معوقات العلاقات العامة تكاد تكون متشابهة في معظم الدول العربية وخاصة في الجزائر، حيث أن إدارة العلاقات العامة في هذه الدول لم تأخذ شكلها الحقيقي بعد ولم يتم تخصيص الميزانيات المناسبة لها ولا زالت مهمشة.
- وجود بعض العراقيل التي تصادف المستثمرين ورؤساء الأندية على حد سواء ألا وهي: بعض القوانين والبنود ودفتر الأعباء الواجب اكتتابه من طرف الشركات ورؤساء النوادي الرياضية فهي تشكل عائقا أمام الاستثمار في النوادي الرياضية.

3- اقتراحات:

- العمل على استقطاب الكفاءات المتخصصة في العلاقات العامة في الأندية الرياضية الجزائرية.
- إعطاء العلاقات العامة الدور والمكانة التي تستحقها لتحقيق الأهداف المرجوة منها.
- تكثيف البرامج التدريبية في مجال العلاقات العامة لموظفي العلاقات العامة في الأندية الرياضية الجزائرية.
- زيادة الدراسات العلمية والأبحاث في مجال ممارسة العلاقات العامة في الأندية الرياضية الجزائرية.
- تخصيص ميزانيات محددة لبرامج وأنشطة العلاقات العامة.
- إصدار قوانين مرنة لفتح باب الاستثمار الرياضي والاهتمام بالرقابة والمتابعة لقيمة الرياضة الرياضية.
- وتبقى من أهم الاقتراحات وأنجعها في هذا البحث هي:
- ضرورة تفكير المسؤولين على النوادي الرياضي بشكل جدي في إعطاء العلاقات العامة المكانة التي تستحقها ضمن الهيكل التنظيمي.

خاتمة





خاتمة:

لقد أصبحت الرياضة الآن مصدر دخل هائل في العالم كله وأصبحنا نسمع أرقاما تعتبر خرافية سواء في تسجيلات اللاعبين او دخول المباريات أو مداخيل الأندية والاتحادات وأصبح الاستثمار في مجال الرياضة يحتل صدارة الاستثمارات في العالم بالإضافة إلى مساهمته في الدخل القومي ومن خلال الأرقام والعائدات المالية الكبيرة التي أصبحت الرياضة تصدرها على المؤسسات الاقتصادية والأندية الرياضية، فالجزائر مطالبة بالدخول في هذا المجال من خلال إيجاد آليات لتحفيز المؤسسات الاقتصادية في الجزائر على الاستثمار في المجال الرياضي والتعامل مع الرياضة كصناعة حقيقة والعمل على نشر الاستثمارات المحلية والأجنبية في هذا المجال من خلال تسطير سياسة شاملة لإصلاح القطاع الرياضي تضم كل المجالات التشريعية والإجرائية والمالية من أجل تهيئة الظروف لخلق المناخ الاستثماري باعتباره أهم العوامل التي تساعد على نشر الاستثمار، ومن خلال هذه الدراسة التي وفقنا الله في إنجازها والتي تناولت دور العلاقات العامة في زيادة جاذبية المستثمرين نحو تمويل أندية كرة القدم الجزائرية والتي قامت بتسليط الضوء على واقع الاستثمار الرياضي في الجزائر والدور الذي يمكن أن تلعبه العلاقات العامة في زيادة جذب المستثمرين وقد خلصت هذه الدراسة إلى عدة نتائج ومنها:

أن العلاقات العامة تساهم بدرجة كبيرة في زيادة جذب المستثمرين نحو تمويل أندية كرة القدم الجزائرية، وقد تأكدت صحتها وعليه فإن العلاقات العامة في الجزائر حديثة الظهور وبالتالي عدم قيامها بالدور المنوط بها المشجع والمحفز لجذب المستثمرين ولا بد أن تعمل هذه الأخيرة على تذليل العقبات وتوضيح الصورة في ما يخص سياستها اتجاه المستثمرين لغرس الثقة لديها وكذا العمل على استقطاب الكفاءات المتخصصة في العلاقات العامة لدى الأندية الرياضية الجزائرية.

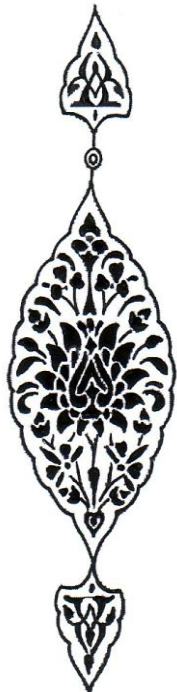
وفي الأخير نقول بأن كل الأعمال مهما اكتملت فهي ناقصة، ومهما أنجزنا وحرصنا على خلوها من الثغرات والعيوب فهي في النهاية تبدو خلاف ذلك، وهكذا طبيعة البحوث لأن العلم يتطور والرؤى تختلف والمفاهيم تنتشعب وبالتالي لا يدعى الباحث كامالا لعمله



ولايُنفي قصورا في جهده وهو يأمل أن يكون قد وفق في عرض المادة العلمية للدراسة بالشكل الذي يساعد القارئ على فهمه لها.

قائمة المصادر

والمراجع





- المصادر والمراجع:

1. ابراهيم محمود عبد المقصود ، حسن أحمد الشافعي الموسوعة العلمية للإدارة الرياضية، التنظيم في مجال الرياضة الاسكندرية، دار الوفاء، ط1، 2003م.
2. أنعام حسن أيوب: وآخرون، العلاقات العامة والإتصال في الخدمة الإجتماعية، ط1، الأردن، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2016.
3. بسام عبد الرحمن الجريدة، إدارة العلاقات العامة، ط 1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، .
4. بقاح آكلي، دور ولأهمية التسويق الرياضي في عالم الاحترافية.
5. بقاح آكلي، دور ولأهمية التسويق الرياضي في عالم الاحترافية.
6. بقاح آكلي، دور ولأهمية التسويق الرياضي في عالم الاحترافية، حالة كرة القدم الجزائرية معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر، مذكرة ماجيستر، دفعة، 2001م.
7. بوراص أحمد، تمويل المنشآت الرياضية، بدون طبعة، دار العلوم، عنابة الجزائر، 2008.
8. الحجازي محمد عبيد أحمد، مصادر التمويل، بدون طبعة، دار النهضة العربية، مصر، 2001.
9. حسن أحمد الشاف، التشريعات في التربية البدنية والرياضية، دار الوفاء الجزء الأول الطبعة الأولى، الاسكندرية، مصر، 2004م.
10. حسن أحمد الشافعي، سوزان أحمد علي موسى، ميدان البحث العلمي، منشأة المعارف، ط1، الاسكندرية، 2004م.
11. حسن الحسن، التفاوض والعلاقات العامة، المؤسسات الجامعية، بيروت، لبنان، 1993.
12. حسين رشوان، العلاقات العامة، ط 2، القاهرة، علم الكتب، 1995.



13. حسين محمد علي، المدخل المعاصر لمفاهيم العلاقات العامة، القاهرة، الطبعة الفنية الحديثة، 1976.
14. حنفي عبد الغفار، أساسيات التنظيم وإدارة الأعمال، الاسكندرية (مصر) - 2004.
15. الزعبي محمد هيثم، الادارة المالية، ط1، دار الفكر، الأردن. 2000.
16. سليمان الحربي، العلاقات العامة، دار الكتاب والطباعة للنشر، جامعة الموصل، العراق، 1981م.
17. سمير عبد الحميد علي، إدارة البيئات الرياضية، منشأة المعارف، الاسكندرية، 1999.
18. صادق الحسيني، التحليل المالي والمحاسبي، الأردن، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 1998م.
19. صلاح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، 2003م، دط.
20. عبد العزيز صالح، منهجية الادارة المقارنة، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2000.
21. عصام بدوي، موسوعة الإدارة والتنظيم في التربية البدنية والرياضية، دار الفكر العربي، 2004م.
22. عصام بدوي، موسوعة الغدارة والتنظيم، التربية البدنية والرياضية، دار الفكر العربي، الطبعة الأولى، مصر، 2004م.
23. عصام بروي، موسوعة التنظيم والادارة في التربية البنية والرياضية، دار الفكر العربي، ط1، 2001م.
24. قاموس الجديد للطلاب، معجم عربي مدرس ألف بائي، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، دت، دط.
25. لطرش الطاهر، تقنيات البنوك، ط3، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر.



26. محمد حجاب، سحر محمد وهبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، دار الفجر، مصر، 1999.
27. محمد شفيق: البحث العلمي والخطوات المنهجية لاعداد البحوث الاجتماعية، المكتبة الجامعية، مصر، 2001م.
28. محمد عبد الله عبد الرحيم، مدحت مصطفى راغب، إدارة العلاقات العامة، الشركة العربية للنشر، مصر.
29. محمد عثمان إسماعيل حميد، التمويل والادارية المالية في منظمات الأعمال، دار النهضة العربية، 1995.
30. محمد علي محمد، علم الاجتماع والمنهج العلمي، ط1، دار المعرفة الجامعية للطباعة والنشر، القاهرة، 1980م.
31. محمد نصر الدين رضوان، مدخل إلى القياس في التربية البدنية والرياضية، ط1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة؟، 2006م.
32. ناصر دادي عدون، تقنية مراقبة التسيير، ط1، دار المحمدية العامة ، الجزائر، 2000 م.
33. وائل عبد الرحمان التل: عيسى محمد فحل، البحث العلمي في العلوم الانسانية والاجتماعية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007م.

- القوانين والتشريعات:

34. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية : 04-10 المادة: 42-43.
35. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية : 95-09 المادة: 20.
36. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية القانون 90-31 المؤرخ في ديسمبر 1990م، المتعلق بالجمعيات الجريدة الرسمية رقم 53 الصادرة بتاريخ 05 ديسمبر 1990.
37. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية القانون 90-31 المؤرخ في ديسمبر 1990م، المتعلق بالجمعيات الجريدة الرسمية رقم 53 الصادرة بتاريخ 05 ديسمبر 1990.



38. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: 03-89 المؤرخ 14 فيفري 1989، المادة
20.

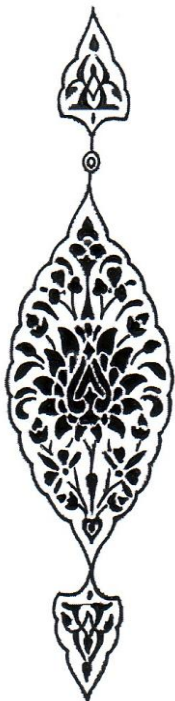
- المراجع الأجنبية:

39. La rousse 1997. 2-pierre sahnou sponsoring mode et emploi
,chatard associer E, 1989.

40. revue française du marketing N:131 janvier 1991.

41. sylvert piquet ,sponsoring et mécénat la communication par
l'événement paris ,vuibert gestion 1987.

ملاحق





جامعة محمد بوضياف - المسيلة -

معهد: علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم: الإعلام والاتصال الرياضي

تخصص: سمعي بصري

استمارة استبيان

في إطار موضوع البحث المتمحور حول:

دور العلاقات العامة في زيادة جاذبية المستثمرين نحو تمويل أندية كرة القدم
الجزائرية - نجم شباب مقرة أنموذجا -

نرجو من سيادتكم العجابه على الأسئلة من الحرص تفيدنا في دراستنا على الدقة
والموضوعية لأجل الحصول على نتائج دقيقة وذلك بوضع علامة (X) في الغطار
المخصص للإجابة المختارة ولنا فيكم خير سند لنجاح دراستنا ولكم منا فائق الاحترام.

الموسم الجامعي: 2019-2020



س1: هل لديك اتجاهات إيجابية نحو استخدام العلاقات العامة؟.

نعم لا

س2: هل يساعد مسيري الفريق في زيادة جاذبية المستثمرين نحو تمويل الفريق؟.

نعم لا قليلا

س3: هل للفريق أخصائي في العلاقات العامة؟

نعم لا

س4: هل لأخصائي العلاقات العامة دور فعال في زيادة جاذبية المستثمرين؟

نعم لا

س5: هل تمنحون إدارة العلاقات العامة صلاحيات كافية للقيام بمسؤولياتهم بما يتناسب مع طبيعة الفعل داخل النادي؟.

نعم لا صلاحيات محدودة

س6: هل تقومون بتكثيف البرامج التدريبية في مجال العلاقات العامة لموظفي العلاقات العامة في النادي؟.

نعم لا

س7: هل للعلاقات العامة دور في تحسين صورة النادي لدى المستثمرين؟.

نعم لا

س8: هل العلاقات العامة في الجزائر تقوم بالدور المنوط بها؟.

نعم لا أحيانا

س9: هل تعطون للعلاقات العامة المكانة التي تستحقها ضمن الهيكل التنظيمي للنادي؟.

نعم لا

س10: هل توجد معايير إدارية تواجه إدارة العلاقات العامة بالنادي؟.

نعم لا

س11: كم عدد العاملين بالعلاقات العامة بالنادي؟.

من 1 إلى 4 موظفين من 4 إلى 8 موظفين

أكثر من 8 موظفين لا يوجد

س12: هل توجد ميزانية مستقلة لدائرة العلاقات العامة؟.

نعم لا

س13: ماهي أهم الأهداف التي تسعى العلاقات العامة لتحقيقها داخل النادي؟.

س14: هل للعلاقات العامة دور في زيادة الشفافية للنادي لدى المستثمرين؟.

نعم لا نوعا ما

س15: هل لدى النادي مستثمرين خاصين به؟.

نعم لا

س16: إن كان للنادي مستثمرين فكم عددهم؟.

من 1 إلى 3 من 3 إلى 6 أكثر من 6

س17: هل المصادر الدائمة والمستمرة لتمويل النادي كافية؟.

نعم لا أحيانا



س18: هل يحدث أن يقع النادي في مشكلة عدم وفرة السيولة؟.

نعم لا أحيانا

س19: هل يعتمد النادي الرياضي بالدرجة الأولى على تمويل المستثمرين؟.

نعم لا أحيانا

س20: هل يحقق النادي الرياضي من نتائج مالية سنوية لمواجهة مشواره؟.

نعم لا أحيانا

ملخص:

- عنوان الدراسة: دور العلاقات العامة في زيادة جاذبية المستثمرين نحو تمويل أندية كرة القدم الجزائرية.

- الإشكالية: هل للعلاقات العامة دور في زيادة جاذبية المستثمرين نحو تمويل أندية كرة القدم الجزائرية.

- الفرضيات:

1- هل لدى مسيري الفريق اتجاهات إيجابية نحو استخدام العلاقات العامة.

2- هل للعلاقات العامة دور في تحسين صورة النادي لدى المستثمرين.

3- هل للعلاقات العامة دور في زيادة الشفافية المالية للنادي لدى المستثمرين.

- العينة: رئيس ومسيري نادي نجم شباب مقرة.

- المجال المكاني والزمني: تم البحث الميداني على نادي نجم شباب مقرة، أما المجال الزمني من مارس 2020 إلى بداية أكتوبر.

- المنهج المستخدم: المنهج الوصفي.

- الأدوات المستعملة: استمارة الاستبيان.

- نتائج الدراسة:

* للعلاقات العامة مكانة مهمة في تحسين صورة النادي لدى المستثمرين.

* تساهم العلاقات العامة بدرجة كبيرة في زيادة جذب المستثمرين نحو تمويل أندية كرة القدم.

* إن سياسة الأندية الرياضية المحترفة غير واضحة وغير فعالة لجذب المستثمر وبالتالي

تشكل عائقا أمام الاستثمار في النوادي الرياضية المحترفة.

* إن معوقات العلاقات العامة تكاد تكون متشابهة في معظم الدول العربية وخاصة في الجزائر، حيث أن إدارة العلاقات العامة في هذه الدول لم تأخذ شكلها الحقيقي بعد ولم يتم تخصيص الميزانيات المناسبة لها ولا زالت مهمشة.

* وجود بعض العراقيل التي تصادف المستثمرين ورؤساء الأندية على حد سواء ألا وهي: بعض القوانين والبنود ودفتر الأعباء الواجب اكتابته من طرف الشركات ورؤساء النوادي الرياضية فهي تشكل عائقا أمام الاستثمار في النوادي الرياضية.

- الاقتراحات:

* العمل على استقطاب الكفاءات المتخصصة في العلاقات العامة في الأندية الرياضية الجزائرية.

* إعطاء العلاقات العامة الدور والمكانة التي تستحقها لتحقيق الأهداف المرجوة منها.

* تكثيف البرامج التدريبية في مجال العلاقات العامة لموظفي العلاقات العامة في الأندية الرياضية الجزائرية.

* زيادة الدراسات العلمية والأبحاث في مجال ممارسة العلاقات العامة في الأندية الرياضية الجزائرية.

* تخصيص ميزانيات محددة لبرامج وأنشطة العلاقات العامة.

* إصدار قوانين مرنة لفتح باب الاستثمار الرياضي والاهتمام بالرقابة والمتابعة لقيمة الرياضة الرياضية.

* وتبقى من أهم الاقتراحات وأنجعها في هذا البحث هي:

* ضرورة تفكير المسؤولين على النوادي الرياضي بشكل جدي في إعطاء العلاقات العامة المكانة التي تستحقها ضمن الهيكل التنظيمي.

