

الجدوى الاقتصادية لرعاية الشركات الاستثمارية للأندية الرياضية بالجمهورية اليمنية

د/ عصام احمد عبد الله المروعي

جامعة صنعاء اليمن

الملخص:

هدف البحث إلى وضع نموذج مقترح لكيفية إجراء دراسات الجدوى الاقتصادية لعقود الرعاية المقدمة من الشركات الاستثمارية للأندية الرياضية. واستخدم الباحثان المنهج الوصفي بأسلوب الدراسات المسحية للمأتمنة لطبيعة البحث وتحقيق أهدافه. وتمثل مجتمع البحث في فئات الإداريين بالأندية الرياضية بالجمهورية اليمنية والبالغ عددها (120) نادي موزعة على (18) منطقة إدارية، وبلغت عينة البحث الأساسية (87) فرداً تم اختيارهم من الفئات المكونة لمجتمع البحث، حيث تضمنت (12) من أعضاء مجالس الإدارات، (8) مديري إدارات تسويق، (67) إداري بإدارات التسويق. وتوصلت النتائج إلى:

- قلة المعلومات المتوفرة لدى مسؤولي التسويق بالنادي لاتخاذ قرارات الرعاية.
- عدم قدرة النادي على استخدام اللاعبين من خلال الظهور الإعلامي في تدعيم الراعي.
- تدخل الرئاسة العامة لرعاية الشباب بصفتها الجهة الإدارية الحكومية التابع لها الأندية الرياضية في عقود الرعاية.
- وفي ضوء استنتاجات هذه الدراسة يقترح الباحثان التوصيات التالية:
- الاستعانة بما توصل إليه الباحثان عند دراسة الجدوى الاقتصادية من عقود الرعاية الرياضية بالأندية الرياضية بالجمهورية اليمنية
- ضرورة توحيد الرؤية الخاصة بالرعاية بين الشركة الراعية والنادي الرياضي قبل البدء في تنفيذ برنامج الرعاية.
- وضع تشريعات وقوانين خاصة بالرعاية الرياضية تضمن حقوق الراعي والنادي وباقي أطراف عقد الرعاية.

المداخلة:

مقدمة البحث :

إن الحركة الرياضية تمثل الآن جزء هاماً من اهتمامات الحكومات في جميع دول العالم المتقدم والنامي، لما تلعبه الرياضة من دور فعال وحيوي على المستوى الوطني والمستوى الدولي في مختلف الأصعدة السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية. وفي الدول المتقدمة أصبحت الرياضة صناعة تعتمد على الأسلوب العلمي والتكنولوجيا الحديثة (الشرييني، 1996).

فقد شهدت صناعة الرياضة خلال السنوات الماضية تطوراً مذهلاً في نظم الإدارة والتمويل، وأصبحت الرياضة صناعة تعتمد على فلسفة النظام الرأسمالي الذي يعتمد على توفير روح المنافسة والابتكار، وهو بالتالي يطلق الحريات في الإدارة في ظل إشراف الدولة على تطبيق النظام. (سالم، 2004). وتسعى الرياضة في الوقت الحالي إلى أن يكون الهدف الرئيسي من وراء إقامة النشاط الرياضي هو الربح المادي، لمحاولة تغطية نفقاتها، وإقامة نشاط رياضي يتصف بالجودة، ولكن تفرض القوانين الحالية للرياضة أن يكون هدفها الرئيسي نشر الممارسة الرياضية وما تتصل بها من نواحي اجتماعية وثقافية وخلقية وسياسية. (عبد الرحيم، 1996).

والجدير بالذكر أن مصطلح إرتباط الإقتصاد بالرياضة ظهر في السنوات الأخيرة عندما بدت الحاجة ماسة إلى وجود إقتصادي لصناعة الرياضة، والذي بدوره أظهر في الأفق المشكلات الاقتصادية المرتبطة بصناعة الرياضة مما أدى إلى دراسة العلاقة التكاملية بين الأنشطة الرياضية والمصالح الاقتصادية لأن نظام الرياضة يقوم على دعائم اقتصادية تتمثل في ميزانيات الأنشطة والبرامج، والإدارات والأجهزة، والأجور. (الحولي، 1996). ومن جهة أخرى فإن أغلب المشكلات الاقتصادية في الرياضة سواء على مستوى الأفراد أو الهيئات التي تعمل في المجال الرياضي، ناتجة عن الاتجاه الدائم للحصول على دعم مادي من الدولة بصفة مستمرة لتدعيم الاتجاه للصرف على جميع مفردات النشاط الرياضي سواء على مستوى الممارسة أو على مستوى البطولة. (إبراهيم، 1995).

مما سبق اتضح أن المجال الرياضي في حاجة ماسة إلى تطوير النظم الاقتصادية التي يتبعها، لتحسين أوضاعه المالية حتى يتسنى له تحقيق أهدافه، ولذا إتجهت الهيئات والمؤسسات الرياضية على المستوى المحلي والعالمي إلى إتباع بعض الأساليب والطرق الإستثمارية الحديثة، والذي أدى بدوره إلى ظهور العديد من العلاقات التي تربط بين الهيئات الرياضية والشركات الإستثمارية، وتوضح هذه العلاقة في صور شتى منها الرعاية الرياضية، فأصبحت

الشركات الإستثمارية تتصارع لتوقيع عقود رعاية مع الهيئات الرياضية ويرجع ذلك إلى إهتمام وسائل الإعلام في تغطية الأحداث الرياضية بوجه أفضل ولمدة أطول، وكذلك تزايد إهتمام قطاعات كبيرة من المجتمع بالمشاركات الرياضية أو مشاهدة الأنشطة الرياضية. فعقود الرعاية الرياضية تسمح للشركات الإستثمارية أن تستغل الأحداث والهيئات الرياضية كأحد الأدوات الإعلامية التسويقية المتطورة للإعلان عن منتجاتها، والتي تتميز عن الوسائل الأخرى للإعلان بكلفتها المنخفضة نسبياً، وتتأثر هذه الكلفة بمدى نجاح الحدث الرياضي في الوصول إلى الجمهور المستهدف وبالتالي عدد المشاهدين الذين يتم الوصول اليهم من جراء الحدث الرياضي، فالإعلام له دور هام في تحقيق الإنتشار للحدث الرياضي وبالأخص التلفزيون والذي يتيح متابعة الحدث لحظة حدوثه من داخل المنزل.

ويرى الباحثان أن الرعاية الرياضية أصبحت أحد أهم أشكال الإستثمار التي تستخدمها الشركات والهيئات الإستثمارية في المجال الرياضي، فالآن لا يوجد حدث رياضي سواء كان بطولة أو دورة رياضية إلا ولها راعي أو أكثر، كما أن تلك الشركات الإستثمارية تتجه أيضاً إلى رعاية الهيئات الرياضية الناجحة وذلك لضمان تحقيق الإرتباط الوجداني والعاطفي ما بين العلامة التجارية للشركة واسم الهيئة التي ترعاها. وحيث أن عقود الرعاية التي يتم إبرامها بين الشركات الإستثمارية والهيئات الرياضية الهدف منها الكسب المادي لكلاهما، فيجب أن تتم دراسة الجدوى الإقتصادية لتلك العقود وذلك للمساعدة في التوصل إلى قرار بشأن إبرام العقد أو عدمه، حيث يتطلب الأمر كماً من المعلومات والبيانات وأساليباً علمياً للتعامل معها وتحليلها.

وتُعد دراسات الجدوى ترجمة عملية لسياسات الإستثمار وهي دراسة موسعة لكافة جوانب الإستثمار في المشروعات سواء لخدمة المستثمر أو لخدمة التنمية في الدولة ككل. (جلال، 1982).

وتتم دراسة الجدوى بالعديد من المراحل تبدأ بتحديد وتصفية الأفكار الإستثمارية ثم القيام بدراسات الجدوى التمهيدية ثم يأتي بعد ذلك دراسة الجدوى التفصيلية، ثم دراسة الجدوى التسويقية، ثم دراسة الجدوى الفنية، ثم دراسة الجدوى المالية والاقتصادية، وإعداد تقرير بالإقتراح الإستثماري وتوجيهه إلى الإدارة المختصة بالتنفيذ واتخاذ القرار. (ملوخية، 2002).

فدراسة الجدوى تتضمن كافة الدراسات (القانونية والتسويقية والمالية والاقتصادية) التي تمكن من توفير قدر من البيانات والمعلومات التي تساعد متخذ القرار الإستثماري في اتخاذ قراره بما يحقق أهدافه. وهنا فإن دراسة الجدوى تشمل المفهوم الواسع والذي في إطاره تتحقق الربحية على المستوى الفردي (الربحية التجارية أو تحقيق أقصى عائد ممكن للموارد المتاحة).

وتتطلب دراسة الجدوى الإلمام بالعديد من المعارف الإدارية والاقتصادية والتسويقية والمحاسبية والإحصائية وغيرها من العلوم. وهي من المجالات بين علوم أساسية ثلاثة هي الاقتصاد والمحاسبة والإدارة. (الحنوي، 1996).

ويرى الباحثان أن إعداد دراسات الجدوى بشكل علمي سليم يترتب عليه توفير للموارد حيث إن الإقدام علي تنفيذ مشروع دون دراسة كافية يمكن أن يكون سبباً في فشله نتيجة اكتشاف صعوبات فنية أو تسويقية أو قانونية أو بيئية قد يترتب عليه تبديد للموارد.

مشكلة البحث:

لما كانت الأندية الرياضية إحدى قطاعات العمل الأهلي بالجمهورية اليمنية وتعاصر بطبيعة الحال موجات التقدم وضرورات وتداعيات الأحداث المعاصرة، ومن خلال الإطلاع على الدراسات السابقة التي طُبقت على الأندية الرياضية لدراسة وتقييم وضعها المالي والإقتصادي، ومن خلال عمل الباحثان وخبراته وملاحظاته الشخصية اتضح أن الأندية الرياضية بوضعها وواقعها الحالي تحيط بها بعض المعوقات الإقتصادية التي تقف حائلاً أمام تحقيق الأهداف والنتائج المرجوة منها باعتبارها مؤسسة أهلية تخضع للرقابة من الدولة وتخضع لكثير من الضوابط والقيود الإدارية تجعلها غير قادرة على تحقيق المرونة الكافية لمواكبة آليات العصر.

مما دفع إدارات الأندية الرياضية إلى محاولة تحسين أوضاعها المالية والإقتصادية وذلك من خلال إتباع العديد من الأساليب والطرق الإقتصادية الحديثة والتي تحاول من خلالها إستثمار مواردها المختلفة، وأحد أهم الأساليب الإستثمارية التي تتخذها الأندية محورياً رئيسياً للإرتقاء بمستواها الإقتصادي هي الرعاية الرياضية، فالأندية الرياضية غالباً ما تحاول إستقطاب الشركات الإستثمارية لرعايتها وذلك مقابل مبالغ مادية أو خدمات عينية، وعلى الجانب الآخر تتدافع الشركات الإستثمارية لإبرام عقود رعاية مع الأندية الرياضية وخاصة الأندية ذات الشعبية الأكبر، ويتبع عقود الرعاية الرياضية المبرمة في السنوات العدة الأخيرة لاحظ الباحثان تفاوت كبير في المبالغ النقدية التي تدفعها الشركات الإستثمارية مقابل رعايتها للأندية الرياضية.

كما لاحظ الباحثان عدم وجود معايير أو أسس يسترشد بها النادي الرياضي عند إبرام مثل هذه العقود، حيث يعتمد هذا البحث على نظرية المقايضة، فالنادي الذي يقوم بإبرام عقد رعاية مع شركة إستثمارية ليس له دراية بكيفية حساب العائد الإقتصادي الأمثل من هذا العقد وما هي الجدوى الإقتصادية منه، وهذا على العكس في الجانب الآخر (الشركة الإستثمارية) فلديها متخصصون في الإقتصاد والإستثمار والتسويق والمحاسبة، فهي تتمكن من إجراء دراسة للجدوى الإقتصادية من عقد الرعاية.

لذا قام الباحثان بإجراء دراسة استطلاعية على عينة بلغت (16) فرداً تم إختيارهم بالطريقة العشوائية من العاملين بإدارات التسويق بالأندية الرياضية، حيث مثلت العينة المختارة عدد (8) أندية رياضية، وذلك بهدف التعرف على الجانب المعلوماتي والمفاهيمي لديهم عن كيفية إجراء دراسات الجدوى ومدى أهميتها، حيث قام الباحثان بإجراء مقابلات شخصية مع أفراد العينة وتوجيه الأسئلة التالية لهم:

- هل تقوم إدارتكم بإجراء دراسة للجدوى الاقتصادية لعقود الرعاية التي سيتم إبرامها؟

- ما هي الخطوات المتبعة لإجراء دراسات الجدوى الاقتصادية؟

- هل تعتقد أن عقود الرعاية مع الشركات الإستثمارية تحتاج لدراسة جدوى اقتصادية قبل إبرامها؟

وتوصل الباحثان من خلال إجراء الدراسة الإستطلاعية إلى ما يلي:

- أن (14) من الأفراد العاملين بالأندية عينة الدراسة بنسبة (87.5%) لا تقوم بإجراء دراسة للتعرف على الجدوى الاقتصادية لعقود الرعاية التي تبرمها مع الشركات الإستثمارية.

- أن (12) من الأفراد العاملين بالأندية عينة الدراسة بنسبة (75%) ليس لها دراية بالخطوات التي يجب إتباعها عند إجراء دراسات الجدوى الاقتصادية بصفة عامة.

- أن (14) من الأفراد العاملين بالأندية عينة الدراسة بنسبة (87.5%) ترى ضرورة إجراء دراسة جدوى اقتصادية لعقود الرعاية قبل إبرامها.

ومن هذا المنطلق كان لزاماً على الباحثان أن يقوم بإجراء تلك الدراسة لوضع نموذج مقترح يتضمن إجراءات وآليات تنفيذية تسترشد بها إدارات التسويق بالأندية الرياضية بالجمهورية اليمنية تمكنها من إجراء دراسة الجدوى الاقتصادية لعقود الرعاية المقدمة إليها من الشركات الإستثمارية، وذلك لتحقيق أعلى عائد إقتصادي للنادي.

هدف البحث:

يهدف البحث إلى وضع نموذج مقترح لكيفية إجراء دراسات الجدوى الاقتصادية لعقود الرعاية المقدمة من الشركات الاستثمارية للأندية الرياضية.

المصطلحات المستخدمة في البحث :

- دراسة الجدوى الاقتصادية : هي عملية جمع معلومات عن مشروع مقترح ومن ثم تحليلها لمعرفة إمكانية تنفيذه، وتقليل المخاطر والتعرف على ربحية المشروع، مما يساعد على معرفة مدى نجاح هذا المشروع أو خسارته (عبد الله، 2004).

- الشركات الإستثمارية: الشركات الاستثمارية بالجمهورية اليمنية هي " الهيئات والمؤسسات التي يتم إشهارها بوزارة الصناعة والتجارة وهيئة سوق المال وتهدف إلى إقامة أنشطة تجارية بغرض تحقيق أقصى عائد مادي".

الدراسات السابقة:

قام "عمرو فاروق عبد القادر" (2009م) بدراسة بعنوان " نظام مقترح للرعاية الرياضية بجمهورية مصر العربية " بهدف وضع نظام مقترح للرعاية الرياضية بجمهورية مصر العربية يجمع كل ما يتعلق بحقوق ومهام وواجبات جميع أطرافه، وتم استخدام المنهج الوصفي (الدراسات المسحية) واعتمد الباحثان على استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات ، وبلغت عينة البحث (93) فرد من الإعلاميين وبعض الكوادر الإدارية بالمجلس القومي للرياضة وخبراء في مجال التسويق وبعض العاملين بإدارات التسويق بالشركات الراعية للأحداث الرياضية، وكانت أهم النتائج: يعمل نظام الرعاية الرياضية على توفير الإمكانيات الضرورية والإضافية لإقامة نشاط رياضي، الرعاية الرياضية تؤثر إيجابياً في مقومات النهوض بالرياضة المصرية، الرعاية الرياضية تجذب أعداد كبيرة من المشاهدين في المدرجات وأمام شاشات التلفزيون، تساهم آليات الرعاية الحالية في تنفيذ أهداف وبرامج الهيئات الرياضية، تعمل الرعاية الرياضية على الإعلام عن أفضل خدمات الراعي للجمهور والمستهلكين، الرعاية الرياضية توفر جزء من مصروفات الإعلان التلفزيوني للراعي طبقاً للأنشطة القطاع الاقتصادي بالتلفزيون المصري، تعمل الرعاية الرياضية على رواج منتجات الراعي لارتباطها بالبطولات الرياضية، تعمل الرعاية الرياضية على استحداث أفكار تسويقية لزيادة الموارد المالية.

قام " أحمد فاروق عبد القادر " (2005م) بدراسة بعنوان " العائد الاقتصادي والسياسي والاجتماعي للإتفاق الحكومي على الرياضة القمية بجمهورية مصر العربية " هدفت إلى التعرف على العائد الاقتصادي والسياسي والاجتماعي للإتفاق الحكومي على الرياضة القمية واستخدم الباحثان المنهج الوصفي "الدراسات المسحية والدراسات النقدية التحليلية" , وكانت عينة البحث مكونة من (الاتحادات الرياضية الأولمبية، العاملين بالاتحادات الرياضية الأولمبية , العاملين بالتفتيش المالي والإداري بوزارة الشباب وشعبة الاتحادات الرياضية بالجهاز المركزي للمحاسبات، مديري الاتحادات الرياضية) , واستخدم الباحثان (تحليل السجلات والوثائق , الاستبيان) كأدوات لجمع البيانات , وكانت أهم النتائج أن هناك انخفاض في مستوى الصرف على قطاعات ومركز تدريب الناشئين مما يعني ضغط قاعدة الممارسة وتجهيز الأبطال , كما أن هناك علاقة طردية بين حجم الإنجازات على المستوى الدولي وحجم الإنفاق عليه. قام "ساري أحمد حمدان , وسهى عيسى" (1995) بدراسة بعنوان "أساليب التسويق من خلال الأنشطة الرياضية كما يراها رجال الأعمال في الأردن" وهدفت الدراسة إلى معرفة رأى رجال الأعمال في الإعداد والتنظيم ومستوى النشاط الرياضي الذي يرغبون التسويق من خلاله , وأيضاً معرفة رأيهم في

أنواع الأنشطة والرياضات التي يرونها أكثر فاعلية في تسويق مؤسساتهم ، وأيضاً آرائهم في أساليب التسويق من خلال الأنشطة الرياضية ، واستخدم الباحثان المنهج الوصفي وعينة قوامها ثلاثون فرداً بالطريقة العمدية والاستبيان كداه لجمع البيانات وكانت من أهم النتائج :

حظيت لقاءات المنتخب الوطني على المستوى الدولي على اهتمام وسائل الإعلام المختلفة وخاصة التلفزيون والنقل المباشر عبر القنوات الأرضية والفضائية على أعلى نسبة مئوية من اهتمام رجال الأعمال ، وجاءت أقل النسب المئوية لمستويات البطولات الرياضية في الدرجة الثانية ، بالنسبة لآراء رجال الأعمال نحو أنواع الأنشطة التي يرونها أكثر فاعلية في تسويق مؤسساتهم هي كرة القدم ، وذلك لكونها الأكثر انتشاراً ونقلًا على شاشات التلفزيون وهي الأكثر متابعة من رجال الإعلام والصحافة ، وجاءت أقل النسب المئوية لأنشطة الجلباز والريشة الطائرة والدراجات. بالنسبة لآراء رجال الأعمال نحو أساليب التسويق من خلال الأنشطة الرياضية جاءت أعلى النسب المئوية للدعاية من خلال نقل المباريات في التلفزيون الأكثر رغبة لدى رجال الأعمال وتلاها الدعاية في الملاعب ثم الصفحات الرياضية .

قام "ديفيد ستوتلر David Stotlar (2003) بدراسة بعنوان "تقييم الرعاية - دراسة حالة للنظرية والتطبيق" باستخدام طرق كيفية لدراسة الحالة حيث قام الباحثان بفحص ممارسات تقييم الرعاية الرياضية بشمال أمريكا لأكثر راعي للرياضة في أمريكا الشمالية وهو شركة بيبسي - كولا ، وقارن هذه الممارسات مع بعض النظريات المهمة حتى يضيف المادة العلمية المستخلصة إلى نتائج الدراسة ، وقد تكونت دراسات الحالات من الرياضات "كرة البيسبول والجولف" والبيانات التي جمعت من خلال لقاءات رسمية مع مديري حسابات التسويق لكل من الشركات الراعية للمؤسسات الرياضية ، كانت حول علاقة رعاية الرياضة والجوانب الاقتصادية ، والتي جمعت بغرض وضع نموذج تقييم الرعاية ، وأشارت النتائج إلى أن الهدف الأساسي لشركة بيبسي - كولا فيما يختص بالرعاية الرياضية ، هو دفع حجم مستخدمي بيبسي كولا بحيث يمكنها زيادة عدد مخارج منتجاتها وبالنسبة لزيادة حجم مبيعاتها ، ولهذا الهدف هي تستخدم بروتوكول تقييم دقيق وفعال ، وهو تقارير المبيعات وأهداف أخرى حول تقييم المنتج في أسواقها المحلية بسبب التكلفة المصاحبة ، وتحتاج بيبسي لتحسين بروتوكولات تقييمها لأهداف ثانوية لممارسة أبحاث تسويق أساسية.

قام كلاً من "سكوت Scott ، وودز Woods ، بوكر Booker" (1998) بدراسة بعنوان "إعداد نموذج عملي للرعاية الرياضية لإدارة وتنفيذ برامج الرعاية الرياضية بفاعلية" ويهدف هذا البحث إلى فهم واستيعاب معظم ما قد تحقق فعلاً على يد الباحثان في مجال الرعاية الرياضية ووضعه في إطار إرشادي مفيد ومنطقي للمنظمات سواء المشاركة بالفعل أو التي تسعى إلى دخول هذا المجال ، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي ، وتمثلت عينة البحث في بعض الدراسات التي تم إجرائها في مجال الرعاية الرياضية بواسطة باحثين أكاديميين ، وكانت أهم النتائج أن الرعاية الرياضية تقوم على أساس تجاري وعلى أداة تسويقية راسخة تستخدمها الشركات الاستثمارية لتحقيق أغراضها على مستوى العالم ، كما تم التوصل إلى نموذج عملي للرعاية الرياضية والذي يمثل المتطلبات الأساسية للاستخدام الفعال لوسائل الرعاية الرياضية لإنجاز الأهداف الاستثمارية للشركات التجارية والتي كان من أهمها دراسة الجدوى المالية والاقتصادية لعقود الرعاية الرياضية قبل الشروع في إبرامها.

قام كلاً من "جرين ولد Greenwald ، فيرناندز بالبو Fernandez-Balboa" (1998) وهدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير شعبية الرياضة على استقطاب الشركات في الولايات المتحدة الأمريكية نحو الرعاية الرياضية ، وقد استخدم المنهج الوصفي ، حيث تم تحليل التقارير التي وردت مؤخرًا من مديري التسويق بإدارات التسويق الخاصة بالهيئات الرياضية والتي تحلل الاتجاهات الديموجرافية واتجاهات السوق ، وذلك بالاستعانة بـ 14 فردًا من مقدمي المعلومات يمثلون أربع مؤسسات ، وهي أربعة منظمات تسويق رياضية ، وأربعة من منظمات الرياضة الشعبية ، وشركة نشر واحدة تعمل في المجال الرياضي ، حيث أجريت مقابلات مطولة للتحقق من هذه التقارير ، وتسلط الضوء على الاتجاهات والقضايا الإضافية التي تؤثر على رعاية الرياضة على مستوى القاعدة الشعبية للرياضة ، وكانت أهم النتائج أن الأغلبية من مقدمي المعلومات أكدوا على زيادة اهتمام الشركات الاستثمارية بالرعاية الرياضية كأداة تسويقية ، كما أكدوا أيضاً أن تلك الشركات تهتم برعاية الأحداث الرياضية ذات الشعبية التي يتم بثها عبر القنوات التلفزيونية الأرضية والفضائية.

قام كل من "كرافيل Carville ، كوبيلاند Copeland" (1994) بدراسة بعنوان "تفهم الرعاية الرياضية من خلال نظرية التبادل (المقايضة)" وهدفت الدراسة إلى استخدام نظرية التبادل (المقايضة) لمناقشة ووصف نظم الرعاية الرياضية ووضع بعض المقترحات التي تقوم بوجه عام على مبادئ التبادل بين الشركات الراعية والهيئات الرياضية والتي غالباً ما تعكس الممارسات الحالية للرعاية الرياضية. بالإضافة إلى أنها تسلط بعض الضوء على الشركات الاستثمارية والهيئات الرياضية التي تأمل في أن تبدأ وأن تستمر في اتفاقيات الرعاية ، وكانت أهم النتائج أن يقوم أطراف نظام الرعاية باختيار فرص الرعاية التي تحقق أقصى جدوى اقتصادية مع تهيئة الفرصة الأكبر لنجاح نظام الرعاية ، ومن المقترح أيضاً أنه ربما تسهم النجاحات السابقة في مجال الرعاية الرياضية في تحديد ورسم قرارات الرعاية المستقبلية.

منهج البحث :

استخدم الباحثان المنهج الوصفي مختصاً بالدراسات المسحية وذلك لمناسبته لموضوع البحث.

مجتمع البحث :

يمثل مجمع البحث في مديري الأندية وفئات الإداريين بالأندية الرياضية بالجمهورية اليمنية والتابعة للجنة الأولمبية اليمنية والبالغ عددها (142) نادي موزعة على (17) محافظة إدارية.

عينة البحث: قام الباحثان باختيار عينة عمدية من الأندية الرياضية مجمع البحث بلغ عددها (10) أندية رياضية من أندية الدرجة الأولى لكرة القدم عددها (14) ويرجع الباحثان اختياره لتلك الأندية إلى أنها الأندية الأكثر جماهيرية باليمن والتي تسعى الشركات الاستثمارية إلى إبرام عقود الرعاية معها، ثم قام باختيار الأفراد المكونين للعينة الأساسية والاستطلاعية من بين الفئات المكونة لمجمع البحث من داخل هذه الأندية.

أدوات جمع البيانات:

الاستبيان: هو أحد أدوات جمع البيانات والمعلومات الرئيسية في هذه الدراسة وقد قام الباحثان انطلاقاً من مشكلة البحث بتصميم استبيان معتمداً في بنائه على طبيعة الإجراءات التطبيقية للبحث والتي تمثلت في:

- تحديد المحاور الرئيسية لاستمارة الاستبيان:

قام الباحثان بتحديد المحاور الرئيسية للاستبيان عن طريق الإطلاع على الدراسات العلمية والمراجع والوثائق والتطبيقات الأجنبية التي تناولت دراسات الجدوى الاقتصادية، وقد بلغ عدد المحاور الافتراضية للاستمارة (5) محاور جاءت على النحو التالي:

المحور الأول : دراسة الجدوى القانونية لبرنامج الرعاية الرياضية

المحور الثاني : دراسة الجدوى التسويقية لبرنامج الرعاية الرياضية

المحور الثالث : دراسة الجدوى الفنية لبرنامج الرعاية الرياضية

المحور الرابع : دراسة الجدوى المالية والاقتصادية لبرنامج الرعاية الرياضية

المحور الخامس : دراسة مخاطر برنامج الرعاية الرياضية

صدق الاستبيان:

قام الباحثان بتصميم استمارة استطلاع رأي للخبراء تضم المحاور الافتراضية للاستبيان لعرضها على مجموعة من الخبراء بلغ عددهم (7) خبراء من المتخصصين في مجال التربية الرياضية، وقد تم الأخذ بآرائهم في فقرات الاستبيان ومحاوره وتم التعديل والحذف والإضافة بناء على مقترحاتهم. تحديد العبارات المكونة للاستبيان وصياغتها:

قام الباحثان بصياغة العبارات الخاصة بكل محور من خلال الإطلاع على التراث النظري والدراسات السابقة وما جاءت به بعض المراجع المتخصصة، وكذلك الاستعانة بشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)، كما راعى الباحثان عند صياغته للعبارات الأهمية النسبية لكل محور، حيث تمت مراعاة أن يكون عدد العبارات المدرجة أسفل كل محور متناسب مع الأهمية النسبية للمحور، وبلغت عدد عبارات الاستبيان (154) عبارة موزعة على المحاور الرئيسية للاستبيان كما هو موضح بالجدول رقم (5).

جدول رقم (1)

توصيف استمارة الاستبيان في صورتها المبدئية

م	المحاور	عدد العبارات	النسبة المئوية
1	دراسة الجدوى القانونية لبرنامج الرعاية الرياضية	74	48.05%
2	دراسة الجدوى التسويقية لبرنامج الرعاية الرياضية	25	16.23%
3	دراسة الجدوى الفنية لبرنامج الرعاية الرياضية	18	11.69%
4	دراسة الجدوى المالية والاقتصادية لبرنامج الرعاية الرياضية	24	15.58%
5	دراسة مخاطر برنامج الرعاية الرياضية	13	8.44%
الإجمالي		154	100%

يتضح من جدول (1) ما يلي:

بلغ عدد عبارات المحور الأول " دراسة الجدوى القانونية لبرنامج الرعاية الرياضية " (74) عبارة بنسبة مئوية قدرها (48.05٪)، حيث كانت الأهمية النسبية للمحور الأول وفقاً لآراء الخبراء (44.44٪).

بلغ عدد عبارات المحور الثاني " دراسة الجدوى التسويقية لبرنامج الرعاية الرياضية " (25) عبارة بنسبة مئوية قدرها (16.23٪)، حيث كانت الأهمية النسبية للمحور الثاني وفقاً لآراء الخبراء (17.78٪).

بلغ عدد عبارات المحور الثالث " دراسة الجدوى الفنية لبرنامج الرعاية الرياضية " (18) عبارة بنسبة مئوية قدرها (11.69٪)، حيث كانت الأهمية النسبية للمحور الأول وفقاً لآراء الخبراء (13.89٪).

بلغ عدد عبارات المحور الرابع " دراسة الجدوى المالية والاقتصادية لبرنامج الرعاية الرياضية " (24) عبارات بنسبة مئوية قدرها (15.58٪)، حيث كانت الأهمية النسبية للمحور الأول وفقاً لآراء الخبراء (14.44٪).

بلغ عدد عبارات المحور الخامس " دراسة مخاطر برنامج الرعاية الرياضية " (13) عبارة بنسبة مئوية قدرها (8.44٪)، حيث كانت الأهمية النسبية للمحور الأول وفقاً لآراء الخبراء (9.44٪).

ثم قام الباحثان بتصميم استمارة الاستبيان في صورتها المبدئية (مرفق 4)، وتم عرضها على مجموعة من الخبراء بلغ عددهم (9) خبراء (مرفق 1)، وذلك لاستطلاع رأيهم العلمي حول مدى مناسبة العبارات الموضوعة لكل محور وكذلك مدى مناسبة ميزان التقدير المقترح والذي تمثل في استجابة من ثلاث (موافق - إلى حد ما - غير موافق) لاستخدامه في التطبيق الأساسي وكذلك اقتراح ميزان آخر أكثر مناسبة وكانت استجابة الخبراء لميزان التقدير المقترح (100٪).

ومن خلال تحليل محاور وعبارات الاستبيان بعد العرض على الخبراء ، تم إعطاء نسبة مئوية لكل عبارة من عبارات المقياس ، كما هو موضح بالجدول التالي.

جدول (2) : توصيف استمارة الاستبيان بعد استطلاع رأي الخبراء

م	المحاور	عدد العبارات المتبقية نهائياً	النسبة المئوية
1	دراسة الجدوى القانونية لبرنامج الرعاية الرياضية	72	48.32٪
2	دراسة الجدوى التسويقية لبرنامج الرعاية الرياضية	25	16.78٪
3	دراسة الجدوى الفنية لبرنامج الرعاية الرياضية	16	10.74٪
4	دراسة الجدوى المالية والاقتصادية لبرنامج الرعاية الرياضية	24	16.11٪
5	دراسة مخاطر برنامج الرعاية الرياضية	12	8.05٪
الإجمالي		149	100٪

يتضح من جدول (2) ما يلي:

بلغ عدد عبارات المحور الأول " دراسة الجدوى القانونية لبرنامج الرعاية الرياضية " (72) عبارة بنسبة مئوية قدرها (48.32٪).

بلغ عدد عبارات المحور الثاني " دراسة الجدوى التسويقية لبرنامج الرعاية الرياضية " (25) عبارة بنسبة مئوية قدرها (16.78٪).

بلغ عدد عبارات المحور الثالث " دراسة الجدوى الفنية لبرنامج الرعاية الرياضية " (16) عبارة بنسبة مئوية قدرها (10.74٪).

بلغ عدد عبارات المحور الرابع " دراسة الجدوى المالية والاقتصادية لبرنامج الرعاية الرياضية " (24) عبارة بنسبة مئوية قدرها (16.11٪).

بلغ عدد عبارات المحور الخامس " دراسة مخاطر برنامج الرعاية الرياضية " (12) عبارة بنسبة مئوية قدرها (8.05٪).

حساب صدق استمارة الاستبيان:

صدق المحكمين:

تم عرض الاستمارة في صورتها المبدئية (مرفق 4) على مجموعة من الخبراء بلغ عددهم (9) خبير (مرفق 1)، وذلك لاستطلاع رأيهم العلمي حول مدى مناسبة العبارات الموضوعة لكل محور وكذلك مدى مناسبة ميزان التقدير المقترح، بغرض حساب درجة اتفاقهم على العبارات، وبهذا تحقق الباحثان من صدق المضمون وفقاً لآراء الخبراء. الجداول (6 - 10)

2/3/4/3 صدق الانساق الداخلي:

قام الباحثان بإجراء دراسة استطلاعية من خلال تطبيق استمارة الاستبيان بعد حذف العبارات التي تم استبعادها وفقاً لرأي الخبراء (مرفق 5) على العينة الاستطلاعية التي تم تحديدها مسبقاً، وذلك لحساب صدق الانساق الداخلي عن طريق حساب معامل الارتباط بطريقة (بيرسون) بين عبارات كل محور والمجموع الكلي للمحور التي تندرج تحتها العبارة.

المعالجات الإحصائية:

استخدم الباحثان المعالجات الإحصائية الملائمة لطبيعة بيانات البحث وذلك من خلال البرنامج الإحصائي SPSS وهي:

المتوسط الحسابي.

الانحراف المعياري.

الالتواء.

التقاطع.

معامل بيرسون.

التكرارات والنسب المئوية.

اختبار معنوية النسبة.

الاستنتاجات:

في ضوء إجراءات الدراسة وفي حدود العينة التي طبقت عليها أداة جمع البيانات تمكن الباحثان من التوصل إلى النتائج التالية فيما يخص دراسة الجدوى الاقتصادية لعقد الرعاية الرياضية بالأندية الرياضية بالجمهورية اليمنية :

- دراسة الجدوى القانونية لبرنامج الرعاية الرياضية : وتعني دراسة الإطار القانوني الذي سيتم في ضوئه تنفيذ برنامج الرعاية من حيث توافر المتطلبات القانونية المتعلقة باتفاقيات الرعاية لضمان حقوق النادي وحقوق الشركة الراعية، وتتضمن ما يلي:

أطراف العقد:

- التبيان بوضوح من هي الأطراف المشاركة في اتفاقية الرعاية.

- ذكر اسم الراعي الذين لهم حقوق واجبة ومتفق عليها مسبقاً مع النادي.

- ذكر أسماء جميع الراعي، والعلاقة بين بعضهم البعض (أي من هو الراعي الرئيسي).

- وصف منشآت النادي والأحداث الخاصة به:

- في حالة رعاية حدث أو مناسبة خاصة بالنادي:

- توضيح تواريخ الحدث.

- التفاصيل المطلوبة لحضور شخصيات معينة في الحدث.

- توضيح المكان الذي سيتم إقامة الحدث فيه.

- توضيح الحدود الجغرافية للمناطق التي يشملها هذا الحدث.

في حالة رعاية لاعب رياضي بالنادي:

- توضيح مستوى الأداء الرياضي المطلوب للاعب في ضوء الإنجاز.

- توضيح الأحداث التي يشارك بها اللاعب.

في حالة رعاية فريق رياضي بالنادي:

- تفاصيل مستويات المنافسات التي يتوجب الاشتراك فيها.

- تفاصيل مواعيد المنافسات خلال الموسم الرياضي.

- الخطوط العريضة عن مستوى الأداء المطلوب.

المدة الزمنية:

- بيان طول فترة اتفاقية الرعاية.

- تحديد المدة الزمنية التي يمكن أن يجدد بها عقد الرعاية.

- التفاصيل حول ما إذا كان الراعي لديه اليد العليا في تجديد العقد.

- وضع الشروط والأحكام الخاصة بتجديد مدة عقد الرعاية.

طبيعة العلاقة مع الرعاية:

- توضيح عدد الرعاية الرئيسيين.

- صياغة بنود توضح حق كل راعي رئيسي في التفرد بالحدث أو النشاط الرياضي.

- ذكر الرعاية الخدميين مع ضرورة توصيف المنتجات أو الخدمات التي يتم تقديمها إلى النادي.

- بيان ما إذا كان الراعي الخدمي هو المتفرد بتقديم المنتج أو الخدمة أو هناك راعي آخر يقدم نفس الخدمة أو المنتج.

- توضيح العلاقة مع الرعاية الآخرين، ومكانتهم في هيكل الرعاية، وكذلك حقوقهم الواجبة النفاذ وفقاً للاتفاقات المبرمة من قبل.

طبيعة استخدام العلامة التجارية وشعار النادي أو الحدث:

- تفاصيل حقوق الراعي في استخدام الاسم الرسمي للحدث في تعزيزات الدعاية والإعلان والتفاصيل لأي من شروط الاستخدام، مثل الحصول على

موافقة مسبقة، حجم فيما يتعلق شعارات أخرى، تركيبات الألوان.

- شرح الاستخدام المرخص لاستخدام أسماء اللاعبين ذوي الجماهيرية من قبل الراعي.

- تفاصيل حقوق الراعي حول استخدام الشعار الرسمي للحدث في تعزيز الدعاية والإعلان ووضع التفاصيل لأي من شروط الاستخدام، مثل الحصول

على الموافقة المسبقة، الحجم فيما يتعلق بالشعارات الأخرى، تركيبات الألوان.

- تفاصيل ما إذا كانت شعارات الحدث هي علامات تجارية أو حقوق طبع ونشر.

- شرح الاستخدام المرخص لشعار النادي أو الحدث ومتى وكيف يستخدم.

الإعلان والدعاية:

- تفاصيل استخدام الراعي أي من اللقطات المصورة الخاصة بالمسابقات أو الأحداث في إعلاناته.

- تفاصيل وجود كاميرات القنوات الإخبارية والصحف في النادي أو الأحداث، وإذا تم ذلك فهل عليهم إظهار اللافتات والعلامة التجارية الخاصة بالراعي

أم لا.

- وصف حجم الشعار، وتحديد المواقع، وعلاقته بشعارات الراعي الأخرى ذات الصلة، وعملية الموافقة التي سيضطلع بها.

- وصف جميع المنشورات واللافتات التي ستقدم فيها الإعلانات الخاصة بالراعي، وذلك من خلال وضع قائمة توضح تواريخ النشر ومكان النشر.

- التفاصيل الخاصة بشكل ظهور الراعي أثناء فعاليات الأحداث الخاصة بالنادي.

- ذكر الأطراف الآخرين الذين يمتلكون حق عرض اللافتات بالنادي أو أثناء الحدث.

- وضع التفاصيل حول مسؤولية النادي والراعي في الاتفاق مع وسائل الإعلام التي ستقوم بتغطية الأحداث المتعلقة بالنادي.

- وصف استخدام شعارات الشركة الراعية على الأدوات المستخدمة بالحدث، والنشرات الورقية، اللافتات، إعلانات وملصقات السيارات، وحجم

لون الشعار.

- وجود بنداً لحماية الراعي من المزاحات خلال الإعلانات التي تبث من قبل منافسيه في حال بث المسابقات والأحداث بالتلفزيون.

- التفاصيل الخاصة بشكل ظهور الراعي أثناء المؤتمرات والمقابلات التلفزيونية الخاصة بالنادي.

حقوق اللافتات:

- توضيح من الذي يقوم بعملية الدفع للتصنيع وتركيب اللافتات.

- تحديد ما إذا كانت اللافتات دائمة أو مؤقتة.

- تحديد على من تقع مسؤولية الحصول على موافقة وضع اللافتات إذا تطلب الأمر كذلك.

- تحديد إمكانية شراء الراعي لافتات إضافية.

- ذكر ما إذا كان يلزم الحصول على موافقة من السلطات المحلية لوضع اللافتات.

- تحديد عدد المواقع بالنادي ومنشأته التي تم تقديمها للراعي لوضع اللافتات.

- تحديد المواد التي يتم استخدامها في صنع اللافتات المعروضة بالنادي ومنشأته كالطلاء والمادة المصنعة منها اللافتات.

- تحديد الأسعار والإجراءات الخاصة بشراء الراعي للافتات غير المتفق عليها بالعقد في حالة رغبته في ذلك.

- تحديد التفاصيل الخاصة بحجم ومواقع اللافتات الخاصة بالرعاة الآخرون.

- الاتفاق على حجم ونوع التغطية الإعلامية للافتات.

حقوق الضيافة:

- تحديد ما إذا كانت التذاكر المتاحة لموظفي الشركة الراعية مجانية أو بأسعار مخفضة.
- التفاصيل الخاصة بتخصيص مواقف السيارات ووسائل النقل الأخرى للراعي داخل النادي.
- توضيح من الذي يدفع المصروفات الخاصة بالطعام والمشروبات لأفراد الشركة الراعية الذين يحضرون فعاليات الأحداث الخاصة بالنادي.
- التفاصيل حول المقاعد المخصصة للراعي أثناء الأحداث الخاصة بالنادي (عدد ، موقعها ، تحمل علامته التجارية ...).
- التفاصيل حول إمكانية حصول الراعي على عدد معين من التذاكر الخاصة بحضور فعاليات أحداث النادي.

طريقة الدفع :

- تحديد المبلغ الذي يتوجب على الراعي دفعه.
- تبيان متى تتم عمليات الدفع من خلال جدولة مواعيد للدفع.
- توضيح ما إذا كانت هنالك غرامة مفروضة على التأخر في السداد ، وإذا كان الأمر كذلك يجب تحديد قيمة الغرامة.
- تحديد إلى من تتم عملية الدفع.
- تفاصيل دفع بعض أو كامل الرسوم في مقابل المنتجات والخدمات بدلاً من النقد.

أسباب انتهاء العقد:

- هبوط مستوى الأداء والإنجاز الرياضي للفريق المرعي.
- عدم قدرة الشركة الراعية على سداد الدفعات المستحقة للنادي.
- في حال تغيب شخص معين متفق على وجوده في الحدث.
- في حال أن أي من الطرفين تعرض إلى سمعة الآخر بالسوء.
- الإخلال بشروط العقد من قبل أي من الطرفين.

اعتبارات عند إنهاء التعاقد:

- تحديد متى يجب سحب الإعلانات واللافتات الخاصة بالراعي بعد إنهاء أو انتهاء العقد.
- تفاصيل عملية تسوية المنازعات تكون في شكل مكتوب خطياً ، لا تعليق علني.
- بيان حول ما إذا كان سيتم استرداد جميع المدفوعات التي تم دفعها أم جزء منها في حالة إلغاء الحدث المقرر رعايته.
- تضمين بنداً خاصاً بالظروف الطبيعية الطارئة التي تؤدي إلى إلغاء الحدث المرعي كلفيضانات والزلازل حيث يتم إنهاء التعاقد دون خطأ أو مسؤولية أي من الطرفين.

ضمان حماية التعاقد من منافسي الراعي:

- تفاصيل حول من سوف يقوم بعملية المراقبة وحفظ الأمن.
- بيان أي من الأطراف سيكون مسئول لضمان ملاحظة حقوق التسمية.
- من سيقوم ويتحمل مسؤولية الخطوات القانونية في حالة حدوث الترتيب بعقد الرعاية.
- ما إذا كان لشركة أخرى من خارج الرعاية سيسمح لها بوضع لافتات لها أثناء فعاليات الأحداث الخاصة بالنادي.

شروط الضمان والمسئولية:

- يجب التحديد بوضوح في العقد القوانين التي تم بموجبها عمل هذا الاتفاق.
- تحديد شرط جزائي (مادي) على كلا الطرفين في حالة ما إذا أحل أحدهم بشروط التعاقد.
- توفير بنداً يضمن بأن كافة أجزاء العقد قد تم تضمينها في وثيقة العقد.
- ضمان عدم دخول النادي في إبرام أي اتفاق من شأنه أن يؤثر سلباً على قيمة أو مكانة هذا الحدث بالنسبة للراعي.
- دراسة الجدوى التسويقية لبرنامج الرعاية الرياضية: وتعني دراسة النظم التسويقية الخاصة ببرنامج الرعاية الرياضية للوقوف على الأنشطة التسويقية التي سيتم استخدامها من أجل تحقيق الأهداف المنشودة من برنامج الرعاية، وتتمثل في عرض للفرص التسويقية التي سيتم الاستفادة منها:
- تنظيم ندوات مع بعض الشخصيات ذات الجماهيرية الكبيرة بالنادي (مدربين - لاعبين) تحت مسمى الراعي.
- تنظيم مهرجانات بالنادي تحت مسمى الشركة الراعية.
- تنظيم مسابقات بالنادي في الألعاب الرياضية تحت مسمى الراعي.

- وضع العلامة التجارية للراعى على بعض الأساسات بالنادى (المقاعد - المكاتب - ...).
 - وضع العلامة التجارية للراعى فى الخلفية الخاصة بالمؤتمرات التلفزيونية التى يعقدها النادى.
 - استخدام بعض اللاعبين والمدربين ذوى الجماهيرية المرتفعة بالنادى فى الحملات الإعلانية للراعى.
 - السماح للراعى بالتفرد والحصرية لرعاية بعض المسابقات المحددة التى تتميز بمتابعة جماهيرية كبيرة .
 - وضع اللافتات التى تحمل إعلانات الرعاية على الأسوار الخارجية للنادى.
 - توفير منافذ بيع بالنادى لمنتجات وخدمات الرعاية.
 - تصميم الراعى لمنتجات (ملابس رياضية - ميداليات - حافظات نقود - ...) تحمل العلامة التجارية للراعى بجانب شعار النادى.
 - استخدام الراعى لشعار النادى فى تصميم الإعلانات الخاصة به المعروضة بالصحف والجرائد.
 - وضع اللافتات التى تحمل إعلانات الرعاية على الأسوار الداخلية للنادى.
 - توفير المساحات بمجدول الإعلانات الخاص بالقناة التلفزيونية الخاصة بالنادى للرعاية بأسعار مخفضة.
 - ظهور علامة الراعى بالصور التى تنشر فى المقالات الإخبارية المتعلقة بالنادى فى الصحف والجرائد.
 - تصميم الملابس الخاصة باللاعبين والأجهزة الفنية والإدارية بالنادى تحمل العلامة التجارية للراعى.
 - استخدام الراعى لشعار النادى فى تصميم الإعلانات التلفزيونية الخاصة به.
 - وضع الراعى شعار النادى على المنتجات الخاصة به.
 - وضع العلامة التجارية للرعاية بصورة بارزة على الموقع الإلكتروني الرسمى للنادى.
 - نشر الإعلانات الخاصة بالرعاية على الموقع الإلكتروني الرسمى للنادى.
 - وضع اللافتات التى تحمل إعلانات الرعاية داخل الملاعب والصالات وحمامات السباحة.
 - نشر الأخبار والإعلانات الخاصة بالراعى فى الجريدة الخاصة بالنادى.
 - وضع العلامة التجارية (شعار الشركة الراعية) على الملابس التى يشارك بها اللاعبين فى المسابقات.
 - توفير منفذ بيع إلكترونى لمنتجات الراعى على الموقع الإلكتروني الرسمى للنادى.
 - تصميم الراعى لمنتجات أو خدمات جديدة تحمل اسم الراعى.
 - توفير الراعى للأدوات الخاصة بالألعاب الرياضية تحمل علامته التجارية.
- دراسة الجدوى الفنية لبرنامج الرعاية الرياضية: و
- +تعنى دراسة الطرق التى يتم استخدامها لتنفيذ الأنشطة التسويقية الخاصة بالرعاية للتعرف على الخطوات الإجرائية المختلفة التى تضمن تحقيق وتنفيذ الأنشطة التسويقية على الوجه المطلوب:
- إعداد قائمة بالرعاة المحتملين القادرين على تقديم خدمات أو منتجات إلى النادى بأسعار مخفضة أو مجانية.
 - إعداد قائمة بالرعاة المحتملين لكل نشاط رياضى أو لعبة داخل النادى.
 - تجهيز أماكن داخل الملاعب والصالات وحمامات السباحة تسمح بعرض اللافتات عليها.
 - تحديد الأماكن الخاصة بالنادى التى يمكن استخدامها من قبل الرعاية كمنافذ لبيع منتجاتهم وخدماتهم.
 - دراسة جدول المسابقات الخاص بالنادى فى مختلف الألعاب الرياضية للتعرف على المدد الزمنية التى تعرض فيها المسابقات وكذلك تحديد القنوات التلفزيونية الأرضية والفضائية التى لها حقوق البث.
 - وضع برنامج زمنى لتنظيم المسابقات الودية بحيث يتم إقامتها داخل النادى مع مراعاة أن يشارك بها أكبر عدد محتمل من الأندية الرياضية الأخرى.
 - تحديد المؤتمرات التلفزيونية التى سيتم تنظيمها عن النادى وفرقه والأنشطة الرياضية الخاصة به والتعرف على الحجم الذى ستأخذه عند البث وكذلك تحديد القنوات التى ستبث المؤتمرات عبرها.
 - تحديد المنتجات والخدمات والسلع التى تشبع حاجات الجمهور الداخلى الخاص بكل لعبة على حده.
 - تجهيز الأسوار الخارجية للنادى بحيث يمكن عرض اللافتات عليها
 - تحديد الأشخاص ذوى الجماهيرية (لاعبين - مدربين - أعضاء) لإقامة ندوات خاصة بهم داخل النادى.
 - وضع برنامج زمنى لإقامة المهرجانات الداخلية بالنادى فى مختلف الألعاب الرياضية.
 - تجهيز الأسوار الداخلية للنادى بحيث يمكن عرض اللافتات عليها
 - التعرف على خصائص الجمهور الداخلى لكل لعبة رياضية داخل النادى على حده.

- تصميم موقع إلكتروني رسمي خاص بالنادي.
- التعرف على القدرة الشرائية للجمهور الداخلي الخاص بكل لعبة.
- اقتراح نوع وشكل الخدمة أو السلعة التي يستطيع الراعي أن يقدمها تحت مسمى النادي.

دراسة الجدوى المالية والاقتصادية لبرنامج الرعاية الرياضية:

إجراء الدراسات المسحية:

- تعداد الجمهور الخارجي للنادي.
- تعداد الأعضاء والأفراد المستفيدين من أنشطة النادي.
- تعداد الجمهور الخارجي (المشجعين) لكل لعبة رياضية بالنادي على حده.
- تعداد الأفراد المتابعين للمسابقات المختلفة الخاصة بالنادي.
- عدد المسابقات والمباريات وكافة الأحداث الأخرى الخاصة بالنادي التي ستعرض في القنوات التلفزيونية الأرضية والفضائية.
- تعداد الأفراد المستفيدين المحتمل دخولهم إلى الملاعب والصالات وحمامات السباحة.
- تعداد الأفراد المحتمل حضورهم في المهرجانات التي تنظم بالنادي.
- تعداد الأفراد المحتمل مشاركتهم في الندوات التي يقيمها النادي مع النجوم الرياضيين والمدربين ذوي الجماهيرية الكبيرة وكذلك الشخصيات المجتمعية ذات الشهرة من أعضاء النادي.

النتائج الختامية لدراسة الجدوى المالية:

- تقدير حجم القطاعات الجماهيرية التي سيحدث لها ارتباط وجداني بالعلامة التجارية للراعي.
- تقدير حجم الزيادة في المبيعات وفقاً لتأثير برنامج الرعاية.
- تقدير العائد المادي الإجمالي من أنشطة الرعاية التي ستعود على الراعي.
- تحديد القيمة المالية والاقتصادية التي يسعى النادي إلى الحصول عليها من عقد الرعاية.

دراسة مخاطر برنامج الرعاية الرياضية:

- وتعني بالتعرف على المعوقات والمشكلات التي قد تواجه تنفيذ الأنشطة الخاصة ببرنامج الرعاية وتتضمن دراسة المخاطر التالية:
- ندرة تحديد موازنات داخل الأندية الرياضية لتسويق الرعاية الرياضية.
- قلة المعلومات المتوفرة لدى مسؤولي التسويق بالنادي لاتخاذ قرارات الرعاية.
- عدم إقرار نظام للنشر الإعلاني والتسويقي لبرنامج الرعاية الرياضية.
- عدم مناسبة اللوائح والقوانين باليمن مع برامج ونظم الرعاية الرياضية بالأندية الرياضية.
- عدم وجود رؤية مشتركة لبرنامج الرعاية الرياضية يتفق عليها كل من النادي والشركات الراعية.
- قلة أعداد الجماهير لبعض الأندية الرياضية يؤثر في مدى قابلية حصولها على عقود الرعاية الرياضية.
- عدم قدرة النادي على استخدام اللاعبين من خلال الظهور الإعلامي في تدعيم الراعي.
- تدخل الرئاسة العامة لرعاية الشباب بصفقتها الجهة الإدارية الحكومية التابع لها الأندية الرياضية في عقود الرعاية.
- تأثير النقد السلبي من بعض أعضاء مجلس إدارة النادي على برامج الرعاية.
- قلة وجود مساحات إعلامية بالمجلات والجرائد اليومية لتغطية الأحداث الرياضية المختلفة.
- حقوق أكثر من جهة في استغلال إمكانات النادي الرياضي.
- كثرة طلبات الراعي من حيث وسائل الدعاية والإعلام.

التوصيات:

- في ضوء استنتاجات هذه الدراسة يقترح الباحثان التوصيات التالية:
- الاستعانة بما توصل إليه الباحثان عند دراسة الجدوى الاقتصادية من عقود الرعاية الرياضية بالأندية الرياضية بالجمهورية اليمنية.
- ضرورة توحيد الرؤية الخاصة بالرعاية بين الشركة الراعية والنادي الرياضي قبل البدء في تنفيذ برنامج الرعاية.
- وضع تشريعات وقوانين خاصة بالرعاية الرياضية باليمن تضمن حقوق الراعي والنادي وباقي أطراف عقد الرعاية.
- إعداد متخصصين في إجراء دراسات الجدوى بالأندية الرياضية.
- ضرورة أن تتضمن أقسام الإدارة الرياضية بكليات التربية الرياضية مادة علمية عن دراسات الجدوى الاقتصادية.

تأثير الإعلام الرياضى المدرسى على نشر الثقافة الرياضية لدى طلاب المدارس

بالجمهورية اليمنية

جامعة صنعاء

د. فايز يحيى حسين الهندي

جامعة صنعاء

د. إبراهيم علي محمد الورافي

الملخص:

يهدف البحث إلى التعرف على تأثير الإعلام الرياضى المدرسى على اتجاهات الطلاب نحو ممارسة التربية الرياضية وكذلك التعرف على تأثير الإعلام الرياضى المدرسى على الثقافة الرياضية لطلاب المرحلة الاعدادية ووضع الباحثان فرضيتين رئيسيتين للبحث حيث افترض الباحثان أن يؤثر الإعلام الرياضى المدرسى يؤثر تأثيراً إيجابياً على تعديل اتجاهات الطلاب نحو ممارسة الرياضية وكذلك يؤثر الإعلام الرياضى المدرسى تأثيراً إيجابياً على الثقافة الرياضية لطلاب المرحلة الاعدادية، وقد استخدم الباحثان المنهج التجريبي بتصميم المجموعة الواحدة بالقياس القبلى والبعدى باعتبارها مناسبة لهذه الدراسة، وتم تطبيق هذه الدراسة على عينة من طلاب الصفوف للمرحلة الاعدادية بمدارس أمانة العاصمة في العام الدراسى 2011-2012م وعددهم 200 طالب وقد استنتج الباحثان التالي:

- 1- يؤثر الاعلام الرياضى المدرسى تأثيراً إيجابياً على الثقافة الرياضية .
- 2- يؤثر الاعلام الرياضى المدرسى تأثيراً إيجابياً على تعديل الاتجاهات.
- 3- وجود فروق دالة احصائياً لصالح القياس البعدى عن القياس القبلى لعينة البحث فى الثقافة الرياضية وهذا الفرض رقم (1) وهو أن الاعلام الرياضى المدرسى يؤثر تأثيراً إيجابياً على الثقافة الرياضية لدى طلاب المرحلة الاعدادية .
- 4- وجود فروق دالة احصائياً لصالح القياس البعدى عن القياس القبلى لعينة البحث فى الاتجاهات وهذا يحقق الفرض رقم (2) وهو أن الاعلام الرياضى المدرسى يؤثر تأثيراً إيجابياً على تعديل الاتجاهات لدى طلاب المرحلة الاعدادية .
- 5- النسب المئوية لمعدلات تغير القياسات القبلى والبعدى لعينة البحث فى متغيرى الاتجاهات والثقافة ان نسب تحسن القياسات البعديّة عن القبليّة لعينة البحث بلغت 10.88% فى الاتجاهات وبلغت 29.64% فى الثقافة الرياضية وهذا يحقق اهداف البحث وفروضة .
- 6- ان البرنامج المستخدم وهو البرنامج الثقافى المنهجى أثر تأثيراً دال احصائياً على نتائج البحث .
- 7- وسائل الاعلام المدرسى المستخدمة فى البحث حققت الهدف منها وهو نشر الثقافة وتعديل اتجاهات الطلاب وهذا لأنها متنوعة وشيقة .

المداخلة:

المقدمة ومشكلة البحث :

التربية الرياضية بأوجه أنشطتها المتعددة تتناول الحياة الاجتماعية والمثل الخلقية والقدرة على التفكير بجانب عنايتها بصحة ونمو الأعضاء والحياة لذلك فأثرها عميق وقوى وهى تعد من أقوى أسلحة الدولة لتربية أبنائها وإعدادهم لحياة سعيدة موفقة .
وبما أن المدرسة تشترك مع مؤسسات اجتماعية أخرى فى مهمة واحدة وهى تربية الأفراد وإمدادهم بالمعلومات والاتجاهات والقيم اللازمة لهم فى الحياة فهذا يجعل وظيفة المدرسة غير محددة تماماً فكثيراً ما تختلف الآراء التى ينبغى أن تشمل المدرسة والحقيقة أن المدرسة مشغولة بجوانب متعددة تهدف جميعها إلى إعداد الفرد للحياة (4 : 319) .

تعد هذه المرحلة الحالية مهمة لأنها تتميز بالتقدم العلمى والتطور السريع حيث تتسابق دول العالم للاهتمام بالتكامل الثقافى فى جميع مصادرها التى دائماً تؤدى إلى وصف عام وخاص للبرامج المعطاه فى جميع مجالات التنمية الثقافية والتى هدفها الاستراتيجى النمو الحضارى للدول وعلى أساس البحث العلمى والدراسات والخدمات وتحقيق النمو الكامل المتزايد فتعتبر مؤسسات التربية والتعليم من أهم الركائز التى تعتمد عليها المجتمعات المتقدمة فى إعداد شبابها ومن أجل ذلك تطور مفهوم التربية والتعليم فى العصر الحديث من حيث الأهداف وأساليب تحقيقها فأخذت تهتم وتعتنى عناية فائقة بالتنمية المتكاملة للتلميذ من جميع الجوانب (1 : 42) .