

ISSN: 2392-5442, ESSN : 2602-540X		مجلة المنظومة الرياضية
المجلد: 09 العدد: 02 السنة: 2022		مجلة علمية دولية تصدر بجامعة الجلفة - الجزائر
الصفحات: 375- 395		تاريخ الإرسال: 2022/01/15 تاريخ القبول: 2022/02/11

مدى اعتماد الأندية الرياضية المحترفة على أساليب الرعاية الرياضية كمصدر للتمويل.

دراسة تطبيقية على بعض النوادي الرياضية المحترفة لكرة اليد

The extent to which professional sports clubs depend on sports sponsorship methods as a source of funding.

An applied study on some professional sports clubs for handball

عادل عاشور^{1*}، بومدين حجاج²، بن حرز الله حوداشي³

¹ جامعة الأغواط (الجزائر)، a.achour@lagh-univ.dz

² جامعة الأغواط (الجزائر)، boumedhadj@gmail.com

³ جامعة الأغواط (الجزائر)، h.houdachi@lagh-univ.dz

ملخص:

انطلاقاً من دراستنا التي هدفت إلى الكشف عن أساليب الرعاية الرياضية و مدى اعتماد الأندية الرياضية المحترفة لكرة اليد علماً فإن النتائج المتوصل إليها أثبتت أن أساليب الرعاية الرياضية تساهم في تنوع مصادر تمويل النوادي الرياضية المحترفة مما يؤكد صحة الفرضيات المطروحة .

و بالتالي نستطيع أن نقول أن هناك أساليب رعاية رياضية مختلفة تواكب تطورات الرياضة بشكل عام و كرة اليد بشكل خاص و أن الأندية الرياضية المحترفة لكرة اليد في الجزائر تعتمد عليها كمصدر رئيسي من مصادر التمويل و ليس مصدر بديل عن تمويل الدولة.

كلمات مفتاحية: الرعاية الرياضية ، مصادر التمويل ، الأندية الرياضية

Abstract:

Based on our study, which aimed to reveal the methods of sports care and the extent to which professional sports clubs depend on handball, the results obtained ; proved that sports care methods contribute to diversifying the sources of funding for professional sports clubs, which confirms the validity of the hypotheses .

Therefore we can say that there are various sports sponsorship methods keep pace with the sports developments in general and handball in particular, and that professional handball sports clubs in Algeria rely on them as a major source of funding and not an alternative source of state funding.

Keywords: Sports sponsorship, funding sources, professional sports clubs

*المؤلف المرسل

1. مقدمة:

في وقتنا الحالي يعتبر الاهتمام بالرياضة كمؤشر لقياس التقدم و الازدهار للأمم و المجتمعات لأن ما نلاحظه اليوم في البلدان المتقدمة هو أن الرياضة تحتل مكانة كبيرة في أوساط مجتمعاتها، فهي مورد لا يمكن الاستغناء عنه و بواسطتها يحدث التعارف بين البلدان، و تعتبر رياضة كرة اليد من أهم و أكثر الرياضات شعبية و تطورا ، و لكي تساير انديتنا هذا التطور لجأت إلى الإحتراف وهو ما يفرض عليها وجود أشخاص يهتمون بالبحث عن مصادر التمويل المختلفة، كما يكون لهم الوعي الكامل بطرق و استراتيجيات التمويل الحديثة بغية الوصول إلى المساهمة الفعلية عن طريق برامج طويلة المدى مصممة من طرف خبراء، و من أجل هذا حاولت الجزائر وضع معايير توضح سياسة التمويل للأندية الرياضية خصوصا بعد دخول مرحلة الإحتراف في الموسم الرياضي 1999-2000 من خلال مصادر التمويل الذاتية للأندية و المتمثلة في (قسط من مداخيل نتائج المنافسات و التظاهرات الرياضية و كذا مداخيل الأعمال الاستثمارية و مداخيل الرعاية و الدعم و انتقالات اللاعبين بالإضافة إلى حقوق البث التلفزيوني و الذي كان محصورا على بعض النوادي التي تنافس في المستوى العالي أو حققت ألقابا).

ولم تكن الجزائر بعيدة عن الاتجاه العالمي المتزايد بالاهتمام بالرياضة كصناعة مربحة في السنوات الأخيرة تحديدا حيث أصبح الدوري الجزائري المحترف لكرة اليد مصدرا للاستثمار و التسويق لعدد من الشركات التي تتنافس فيما بينها للحصول على عقود الرعاية لهذه الفرق معلننة حملة تسويقية و بداية مرحلة جديدة قد تؤسس مبدأ الكفاية وعدم اعتماد الأندية على المساعدات الحكومية. فهاهي المنافسة مشتتة بين شركات الهاتف النقال من أجل رعاية الأندية و البطولات بالجزائر بشكل غير مسبوق رغم افتقار هذه الرعاية إلى استراتيجية واضحة تتناسب و حجم الأموال المستثمرة و التي قاربت 100 مليون أورو في السنوات الأخيرة وهي ذات المساعدات الحكومية المخصصة لذات الغرض. و تبلغ رعاية جازي للأندية الأربعة مليون أورو سنويا بعدما خسرت رعاية المنتخب الوطني لصالح أوريديو التي كانت تنفق عليه أربعة مليون أورو سنويا قبل أن تخسره لصالح موبيليس الراعي لرسعي للاتحادية الجزائرية و المنتخب الوطني لكرة اليد بمبلغ أربعين مليون أورو لمدة أربع سنوات مقابل الحصول على عقود الرعاية.

و بالنظر إلى متطلبات الاحتراف كنظام فرض نفسه في المجال الرياضي حيث يلعب التمويل فيه دورا هاما خصوصا عقود الرعاية فإننا نطرح التساؤل التالي:

ماهي أساليب الرعاية الرياضية وما مدى اعتماد الأندية الرياضية المحترفة لكرة اليد في الجزائر عليها كمصدر من مصادر التمويل ؟

والذي تفرعت منه التساؤلات الجزئية التالية

- هل تعتمد الأندية الرياضية المحترفة لكرة اليد بالجزائر على وضع العلامة التجارية في أقمصتها الرياضية كمصدر تمويلي؟
- هل تستخدم الأندية الرياضية المحترفة لكرة اليد في الجزائر اللوحات الإشهارية داخل منشآتها الرياضية كمصدر من مصادر التمويل؟
- هل يساهم الإعلام للنادي في تنوع مصادر تمويل الأندية الرياضية المحترفة لكرة اليد بالجزائر؟

مدى اعتماد الأندية الرياضية على أساليب الرعاية الرياضية كمصدر للتمويل

- ماهي الافاق المستقبلية لتطوير أساليب جديدة للرعاية الرياضية من أجل تنوع مصادر تمويل النوادي الرياضية المحترفة لكرة اليد بالجزائر؟
وللإجابة عن التساؤلات السابقة تم اقتراح الفرضيات التالية
- تعتمد الأندية الرياضية المحترفة لكرة اليد بالجزائر على وضع العلامة التجارية في أقمصتها الرياضية كمصدر تمويلي.
- تستخدم الأندية الرياضية المحترفة لكرة اليد في الجزائر اللوحات الإشهارية داخل منشآتها الرياضية كمصدر من مصادر التمويل.
- يعتبر الإعلام الرياضي مهما في تنوع مصادر تمويل الأندية الرياضية المحترفة لكرة اليد بالجزائر.
- هناك آفاق مستقبلية لأساليب جديدة للرعاية الرياضية من أجل تنوع مصادر تمويل النوادي الرياضية المحترفة لكرة اليد بالجزائر.

أهمية الدراسة:

إن أهمية الدراسة تتضح من خلال أهمية أساليب الرعاية الرياضية و دورها كمصدر من مصادر تمويل الاندية الرياضية المحترفة لكرة اليد لضمان نجاح تلك الأندية مستقبلا لكون النوادي الرياضية عموما تحتاج إلى مصادر مادية و مالية ، ذلك أن تطورها مرتبط بتوفر الأموال ، كما أن نمو الرياضة مرتبط بدعم الشركات للمسابقات و التظاهرات الرياضية.

أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة بشكل عام إلى تحديد أساليب الرعاية الرياضية المختلفة ومدى مساهمتها في تمويل الأندية الرياضية المحترفة لكرة اليد بالجزائر بالإضافة لتسليط الضوء على واقع الرعاية في المجال الرياضي بالجزائر من خلال التعرف على نوعية العلاقة الموجودة بين رؤساء المؤسسات الإقتصادية و رؤساء النوادي الرياضية بالإضافة لمعرفة مدى استجابة سياسات الأندية الرياضية الجزائرية المحترفة لكرة اليد لأساليب الرعاية في المجال الرياضي.

منهج الدراسة :

للوصول إلى معرفة دقيقة لعناصر إشكالتنا، وقصد فهم أدق و أفضل، تم اعتماد المنهج الوصفي والتحليلي، وذلك في تحديد ماهية الرعاية الرياضية ، و تحليل كيفية مساهمتها في تنوع مصادر تمويل الأندية الرياضية المحترفة لكرة اليد بالجزائر.

2. مفهوم الرعاية الرياضية

إن البطولات الرياضية التي تقام دوريا تستقطب الملايين من الجماهير، وتثير اهتمام مسيري المؤسسات فقد أدرك مسيري المؤسسات الاقتصادية أن الرياضة يمكن أن تعطي نتيجة موجبة في زيادة الدخل القومي للأمة باحتلالها مكانا في الاقتصاد الوطني ، حيث تحول هذا الإدراك إلى قناعة تامة عندما أعلن أن دخل الرياضة في الولايات المتحدة الأمريكية عام 2009 قد بلغ 90.1 مليار دولار أمريكي وأنها احتلت المرتبة الخامسة عشر في الاقتصاد الأمريكي متقدمة في ذلك على كثير من المداخليل الأمريكية ، كما أن هذه المرتبة سوف تتحسن بشكل ملموس في السنوات القادمة .هذا ما أثار اهتمام مسيري المؤسسات الاقتصادية حيث يجدون فيها فرصة للترويج التجاري والبيع ودعمها لعلامتها التجارية وهذا ما يسعى بالرعاية الرياضية والأسباب الذي أدت إلى ظهور الرعاية الرياضية هي :

أولاً: المنافسة بين المؤسسات وظهور الاقتصاد الحر في الدول الرأسمالية وكذلك النماذج الناجحة على غرار تجربة كأس العالم لكرة اليد التي أقيمت في البرازيل عام 2014 م و التي قدرت مداخيل بيع التذاكر فقط ب 1.2 مليار دولار بالإضافة إلى دخل النقل التلفزيوني .

ثانياً: الإقلال من الإنفاق الحكومي على دعم وتمويل الرياضة جعل الأندية تبحث عن ممول لها.

مما سبق يمكن تعريفها بأنها اتصال بين مؤسسة أو علامة تجارية عن طريق الممارسة أو الحدث الرياضي الذي يجذب جمهور معين، فهي جميع الأنشطة التي ترتبط بتشجيع و دعم المؤسسات الاقتصادية لاحتياجات الأفراد و المنظمات في مختلف المجالات الرياضية من الأموال و الادوات و الأجهزة و الخدمات حتى تستطيع المؤسسات الاقتصادية في الوقت نفسه انجاز الاهداف الإتصالية و الوصول إلى المجموعات المستهدفة (شلي، 2005، 158). ففي المجال الرياضي يستطيع المرء أن يقرر أي من الأشكال التقليدية للرعاية يمكن أن يحظى بتعاقدات المؤسسة و الرعاية الرياضية تأخذ أشكالاً متعددة نذكر منها (سيدي احمد، 78، 2009):

1.2 الرعاية الرياضية للاعبين والفرق الرياضية:

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

2.2 رعاية الإقامات والأحداث الرياضية:

تزايدت أهمية الرعاية لأحداث الإقامات الرياضية الكبرى في الوقت الحالي و ذلك نظراً لارتفاع متطلبات التمويل لتلك الأحداث الرياضية الكبرى مثل الدورات الأولمبية و بطولات كأس لعالم وغيرها، هذا الشكل من الرعاية يوفر مجموعة من الخدمات و الخدمات المقابلة لكل من طرفي الرعاية، فالمؤسسات الراعية قد تساهم في عمليات التمويل أو توفير الادوات و الأجهزة الضرورية للحدث و في المقابل تحصل على مجموعة من الخدمات منها :

- لوحات الإعلان في مكان إقامة الحدث؛ - الإعلان على تذاكر الدخول للمباريات؛
- الفوز بعنوين الرعاية؛ - النشرات الإعلامية للحدث؛
- العرض في وسائل الإعلام.

3.2 رعاية الاتحادات الدولية :

ترتبط رعاية الاتحادات بسلسلة من إجراءات الرعاية مثل رعاية الفرق الرياضية أو الأحداث و الإقامات التي ينظمها الاتحاد، غير أن المؤسسات الراعية في الغالب تحصل على حزمة من الخدمات يمكن الإستفادة منها في تنفيذ الحملات الإعلانية و أنشطة العلاقات العامة و هذا النوع يشتمل على :

- الإستفادة من العناوين الرسمية؛ - لوحات الإعلانات حول الملعب؛
- الإعلان على ملابس اللاعبين؛ - التوقيع للمعجبين؛
- المجلات الرياضية المتخصصة للاتحاد؛ - الإسم المسند للراعي.

4.2 رعاية البرامج وصفحات الانترنت الرياضية :

في الوقت الحاضر ظهرت في الأفق بعض الصور الحديثة للرعاية أبرزها رعاية صفحات الانترنت الرياضية، و يتوقع رجال التسويق الرياضي النمو و التطور المستقبلي في استخدام هذا الشكل ، و رعاية الانترنت تقدم العديد من الفرص للرعاة للتواصل مع المجموعات المستهدفة و التأكيد على تطور المؤسسة في استخدام الأساليب التكنولوجية الحديثة.

5.2 رعاية أماكن المنافسات الرياضية

تزايدت في السنوات الأخيرة الرغبة لدى المؤسسات الاقتصادية في دعم و تشجيع أماكن إقامة المنافسات الرياضية لأن العدد كبير لمشاهدي المباريات و التظاهرات الرياضية بالإضافة لفاعلية تأثير الإعلان على المستهلكين. فرعاية أماكن المنافسات هي أحد الأشكال التي ترتبط بعمليات التخطيط طويل المدى للوصول إلى التأثير المطلوب، و يمكن للرعاة عبر هذا النوع الحصول على حزمة من الخدمات المتميزة تتضمن ما يلي :

الاتصال : اتصالات مباشرة و متنوعة مع الجماهير في الملعب و المشاهدين لوسائل الإعلام.

حقوق البيع : عرض بيع المنتجات و الخدمات للراعي في الملعب مع إمكانية البيع المباشر للجماهير.

الضيافة : الاستفادة من الخدمات المقدمة لنادي رجال الأعمال و الاستفادة من استخدام الملعب في بعض الاقامات الخاصة بالراعي.

الإعلان : إمكانية الإعلان حول الملعب و الارتباط بجميع أنشطة العلاقات العامة للراعي (ابراهيم علي صالح غراب، بن قناب الحاج، 2018، ص ص 198-215).

3. مميزات الرعاية الرياضية :

- القدرة على لفت نظر الزبائن مما يؤدي إلى توسيع قاعدة العملاء للإسم التجاري؛
- تطوير ولاء العملاء؛
- أقل تكلفة من الإعلانات الصريحة و أكثر قبولا لدى الزبائن؛
- زيادة الوعي بالعلامة التجارية؛
- ترويج الإسم التجاري للراعي؛
- زيادة المبيعات؛
- تطوير العلاقات التجارية لرجال الأعمال.

4. السبونسورينغ الرياضي:

1.4 مفهوم السبونسورينغ :

هو لفظ ذو أصل لاتيني مشتق من كلمة Sponsor الذي يعني ضامن أو راعي أو كفيل شخص ، فالسبونسورينغ عبارة عن تزاوج بين مصالح الفرد و مصالح المؤسسة. أما السبونسورينغ الرياضي فهو اتفاق بين طرفين حيث يكون الطرف الأول هو الممول و هو الذي يوفر المال و بعض الخدمات و الطرف الثاني الممول و هو الذي يوفي أو يضمن إمكانية التواصل أو المقابل الذي يطلبه الممول كتحسين صورة او سمعة مؤسسة أو علامة تجارية و يكون ذلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة عن طريق ممارسة الحدث الرياضي.

(grosens et paul fédération et sponsoring sportif , un manuel,p02) و بالتالي فإن لعملية السبونسورينغ هدفين أولهما عملية الإتصال و الثاني هدف تجاري و إشهاري و يحمل طابعا ترفيهيا.

2.4 أشكال السبونسورينغ الرياضي :

1.2.4. سبونسورينغ الشهرة : و يهدف هذا النوع إلى التعريف بمنتوج المؤسسة عن طريق وضع اسم العلامة التجارية بين أعين الكاميرات سواء على البسة الرياضيين او على اللوحات الإشهارية. و نجد هذا الشكل يستعمل كثيرا من طرف القطاعات التي يمنعها القانون من الإشهار لمنتجاتها كالكحول و التبغ.

2.2.4. سبونسورينغ الصورة : و يعتمد استغلال الصورة الحسنة لفريق كبير أو لاعب مشهور من طرف شركة ترغب في الاستفادة من خدمات شهرته مقابل مبلغ مالي.

3.2.4. سبونسورينغ التجربة و المصداقية : يعتمد على الحدث و المنتج و المؤسسة، و هذا الشكل لا تستعمله إلا المؤسسات التي لها علاقة بنوع الرياضة مثل شركة السيارات تستعمل هذا النوع من للإشهار بسياراتها في منافسات الرالي و بالتالي يخضع المنتج للتجربة، و نفس الشيء بالنسبة للشركات الرياضية مثل شركة adidas.

4.2.4. سبونسورينغ الشبكة : حيث تعتمد المؤسسة الممولة على استغلال الحدث الرياضي لتنشيط شبكة بيعها الخاصة و تربطها بفكرة النجاح التقني كأن تقوم بتنظيم مسابقات كبرى من خلال نقاط البيع بهدف استقطاب اكبر عدد من الزبائن.(إسماعيل مقران، 520-525)

5. أنماط التمويل الرياضي :

يخضع اختيار الحدث الرياضي من طرف الشركة المهتمة بالإشهار إلى الهدف الذي تسعى إليه الشركة و كذا اختيار المنتج الذي تريد ربطه بالحدث و يكون تدخل الممول بالطرق التالية :

- مساعدة مالية لفريق رياضي
- مساعدة مادية للاعب
- مساندة تظاهرة رياضية
- المساهمة في المناسبات الرياضية

إن العلاقة بين الرياضة و الاقتصاد تتصل برعاية المصالح التجارية و الاستهلاكية أو بمفهوم آخر هو الجسر الذي تمر من خلاله الشركات لترويج الاعلانات و السلع للمشاهدين و المتابعين للأحداث الرياضية، فقد أصبحت الرياضة في وقتنا الحالي مصدر دخل ثابت لمعظم بلدان العالم حتى أنها ساهمت في نمو اقتصاديات بعض الدول، كما أن الدول أصبحت توليها اهتمام كبير و تخصص لها أموال ضخمة.

6. سوق الرعاية الرياضية

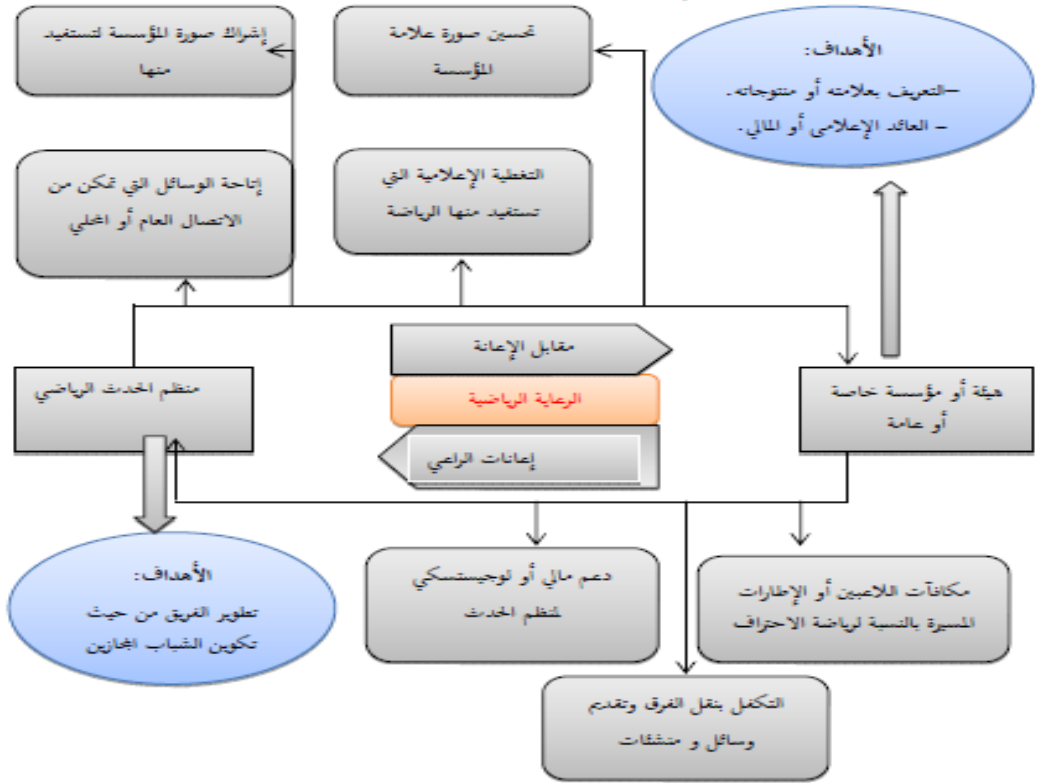
يمكن تحديد التبادلات التي تتم في سوق الرعاية الرياضية، بين الأطراف التالية:

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

2.6 منظم الحدث الرياضي :لزيادة شهرته، نشاطاته الرياضية و/أو المالية .وهو يقدم للراعي وسائل للترويج لصورته، علامته أو منتوجه، في ظل وجود تغطية إعلامية، تضمن الربط بين المؤسسة الراعية مع صورة الرياضة الممارسة أو الحدث المنظم.

ومنه يمكن تمثيل آليات التبادل في سوق الرعاية الرياضية، من خلال الشكل التالي:

الشكل 01: آلية عمل سوق الرعاية الرياضية



Source : Pierre Sahnoun,p22.

في معظم الحالات، تمكن الرعاية الرياضية من الرفع من شهرة العلامة، من خلال إشراك منتوجاتها مع الفريق أو الحدث أو الرياضي الذي قامت برعايته، من خلال تغطية إعلامية جيدة والتي تسمح باستهداف فئة عريضة من الجمهور المستهدف. هذا الأثر الكمي يمكن أن يضاف إليه أثر كمي، من خلال زيادة إدراك الجودة في ذهن المستهلكين. مثلا العلاقة بين سباق السيارات و شركة مرسيدس (محمد عزوز، 2015، ص ص 79-91).

7. الرعاية الرياضية في الجزائر:

شهدت الجزائر غداة الاستقلال تحولات سياسية واقتصادية مسّت العديد من القطاعات، حسب الظروف والمواقف التي مرت بها. حيث نجد أن قطاع الرياضة تأثر بها فطّرت عليه بعض التغييرات في مجال التمويل الرياضي عامة أو الرعاية الرياضية خاصة، من خلال صياغة قوانين تركز استغلال الموارد المتاحة، والتفكير في إيجاد وسائل تمويل جديدة. وبالنظر في تاريخ الرياضة الجزائرية من جهة، والتحوّلات التي شهدتها الاقتصاد الجزائري من جهة أخرى (مكي، 2013، 103)، يمكن أن نميّز ثلاث مراحل أساسية هي:

1.7 مرحلة ما بعد الإستقلال : 1962-1975

تميزت هذه المرحلة بغياب التقنيين للمبادئ والقواعد المرتبطة بالتمويل الرياضي عامة والرعاية الرياضية خاصة، عدا بعض الإشارات التي يمكن استخلاصها عند قراءة النصوص القانونية.

2.7 مرحلة الإصلاح الرياضي 1976 - 1988

عرف قطاع الرياضة ابتداء من 1976 تحولاً كبيراً فيما يخص أسسه القانونية، فبإصدار قانون التربية البدنية والرياضية سنة 1976 ، والشروع في تنفيذ الإصلاح الرياضي الذي حمله ابتداء من سنة 1976، و 1977 ، ما سمح بتقنين أولى للتنظيم والسير الحسن والتكفل بالتربية البدنية والرياضية، من خلال إضفاء الطابع الاشتراكي واضطلاع الدولة بقطاع الرياضة، من خلال التمويل من طرف الوزارة والجماعات المحلية والمؤسسات الاقتصادية العمومية. ففي هذا الإطار تم إدراك تطوير "الجمعيات الرياضية للنخبة"، وهياكل دعم وتنظيم النشاطات الرياضية المدمجة ضمن الشركات الوطنية التي تضمن تسييرها، إمدادها بالدعم الاجتماعي والمهني والمالي، وحتى مراقبتها. فمن خلال التصور الذي جاء به قانون التربية البدنية والرياضية لسنة 1976 يمكن استخلاص المزايا التالية:

- إنشاء موارد مالية، دائمة وثابتة
- حماية اجتماعية ومهنية للرياضيين، وتأطيرهم.
- بعث الحيوية وروح التنافس في الفاعلين الرئيسيين.
- التمويل من طرف الدولة للمنشآت الرياضية، والتي نشأت عنها مجموعات رياضية كبيرة مثل: ديوان المركب الأولمبي، ديوان الرياضة للولاية، القاعات المتعددة الرياضيات...الخ.

3.7 مرحلة الدخول لاقتصاد السوق : بعد 1989

بصدور قانون 89-03 المؤرخ في 14 فيفري 1989 ، ضمن سياق الأزمة الاقتصادية وعدم ، والمتعلق بإعادة تنظيم وتطور المنظومة الوطنية للتربية البدنية والرياضية؛ الذي يكرّس التصوّر الجديد للتمويل الرياضي، والمتضمن في المادتين 73-74 اللتان تشركان القطاع العام والخاص في التمويل من خلال مشاركة الدولة، والجماعات المحلية، والمؤسسات والهيئات العمومية في التكفل بالنشاطات الرياضية. ثم إنشاء الصندوق الوطني لترقية نشاطات الشباب والرياضة، والصناديق الولائية المخصصة لدعم نشاط الدولة في هذا المجال ولقد أدخل المشروع في هذا القانون مفاهيم جديدة تتعلق بالمتعاملين العموميين والخواص من خلال ميكانيزمات التكفل المالي ذات الطابع الإشعاري والتكفل المالي بالأشكال والإجراءات الأخرى المتعلقة بتسويق النشاطات الرياضية، مداخل الملاعب والقاعات، حقوق النقل التلفزيوني. وبالتالي . فقد أضفى هذا القانون تصوراً جديداً على المستوى النظري.

ثم جاء الأمر 95-09 المؤرخ في 25 فيفري 1995 ، أكثر وضوحاً والمتعلق بتوجيه المنظومة الوطنية - للتربية البدنية والرياضية وتنظيمها، الذي أعطى دلالة قوية على توجه الدولة إلى عملية الرعاية الرياضية، وتخفيض نسبة دعمها للرياضة الوطنية، وهو ما يتضح بجلاء في المادة 102 التي تنص على: "يمكن للمتعاملين العموميين أو الخواص التدخل فيما يخص تمويل عمليات دعم وترقية ورعاية الممارسات البدنية والرياضية. يضبط الحد الأقصى للمبالغ المخصصة لتمويل الممارسة

مدى اعتماد الأندية الرياضية على أساليب الرعاية الرياضية كمصدر للتمويل

الرياضية ورعايتها التي يقبل خصمها لتحديد الربح الخاضع للضريبة طبقاً للتشريع المعمول به "وفي نفس السياق جاء التشريع المعمول به، وهو قانون المالية لسنة 2004 ، من خلال المادة 03 ليضبط الحد الأقصى للمبالغ التي يمكن أن تخصصها المؤسسات الاقتصادية للرعاية الرياضية، والتي سوف تخصص من ربحها الخاضع للضريبة بـ 6 ملايين دينار، والتي يجب أن تثبت في حدود نسبة 10% من رقم أعمال السنة المالية للمؤسسة وقد جاءت المادة (13) من قانون المالية لسنة 2007 ، لترفع هذا المبلغ الذي يمكن أن تنفقه المؤسسات على الرياضة، إلى 10 ملايين دينار كحد أقصى وفي حدود نسبة 10% من رقم أعمال السنة المالية. وهو المبلغ المعمول به لحد الآن.

فهذه المرحلة والتي تزامنت مع انتاج الجزائر لاقتصاد السوق، كانت بداية لعهد جديد يستوجب فيه البحث عن مصادر جديدة لتمويل القطاع الرياضي، ومن بينها اللجوء لعملية الرعاية الرياضية مثلما هو معمول به في الدول ذات الاقتصاد الحر.

8. الإطار المنهجي للدراسة:

1.8 مجال الدراسة :

اقتصرت حدود الدراسة على مجموعة من الأندية الرياضية المحترفة و الناشطة بالرابطة الجزائرية المحترفة

الثانية لكرة اليد

2.8 عينة الدراسة :

تم اختيار عينة مكونة من 05 أندية من مجموع 16 نادي ينشط بالرابطة الجزائرية المحترفة الثانية لكرة اليد ، و تم توزيع ما مجموعه 15 استبيان على رؤساء و مسيري النادي بمعدل 03 إستمارات لكل نادي ، وتم استرجاع كل الاستمارات من طرف النوادي التالية و التي تمثل عينة الدراسة: - أهلي برج بوعريش - مولودية العلةمة - مولودية باتنة - أولمبي المدينة - أمل بوسعادة

3.8 أدوات الدراسة :

تناولت الدراسة أربعة محاور تضمنت 20 عبارة بواقع 5 عبارات لكل محور، و ركزنا في تكوينها على عامل الموضوع مع وضوح العبارات بقدر الإمكان ، و ترابط الأفكار مع بعضها ومع العبارات الأخرى لمختلف المحاور وكذا الفرضيات بما يخدم أهداف الدراسة، و قد جاءت عناوين المحاور على النحو التالي:

المحور الأول: وضع العلامة التجارية على أقمصة النادي يعد من أساليب الرعاية التي لها دور في تمويل الأندية الرياضية المحترفة لكرة اليد في الجزائر .

المحور الثاني: وضع اللوحات الإشهارية داخل منشآتها الرياضية يعد من أساليب الرعاية التي لها دور في تمويل الأندية الرياضية المحترفة لكرة اليد في الجزائر.

المحور الثالث: يعتبر الإعلام الرياضي مهما في تنوع مصادر تمويل الأندية الرياضية المحترفة لكرة اليد بالجزائر.

المحور الرابع: الآفاق المستقبلية لتطوير أساليب جديدة للرعاية الرياضية من أجل تنوع مصادر تمويل النوادي الرياضية المحترفة لكرة اليد بالجزائر

4.8 الأسلوب الإحصائي المستخدم :

من أجل تحقيق أهداف الدراسة و تحليل البيانات التي تم جمعها، تم استخدام برنامج التحليل المسمى بالحزمة الإحصائية للدراسات الاجتماعية SPSS و ذلك من أجل حساب :

- معامل ثبات ألفا كرونباخ لحساب معامل ثبات محاور الاستبانة بالإضافة إلى الاستبانة ككل.
- التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري لتحديد استجابات أفراد عينة الدراسة اتجاه محاور الدراسة إضافة لاختبار كا².

5.8 ثبات الاستبانة:

تم حساب ثبات الاستبانة بمحورها والاستبانة ككل بحساب قيمة ألفا كرونباخ لقياس مدى ثبات الاستبانة والجدول التالي يوضح معاملات الثبات ألفا / كرونباخ

الجدول 01 : معامل ثبات الإستبانة

الاستبانة	قيمة ألفا / كرونباخ
المحور الأول	0.78
المحور الثاني	0.83
المحور الثالث	0.92
المحور الرابع	0.81
الاستبانة ككل	0.87

ويتضح من قيمة ألفا كرونباخ للاستبانة ككل وهي 0.87 وهي قيمة عالية ، وعليه يمكن الاعتماد على نتائج الاستبانة والاستفادة من نتائجها في التفسير والمناقشة.

9. مناقشة النتائج على ضوء فرضيات الدراسة

1.9 مناقشة نتائج المحور الأول من استمارة الاستبيان الموجهة إلى رؤساء ومسيري الأندية الرياضية المحترفة :

تتمحور الفرضية رقم 1 و التي مفادها أن " الأندية الرياضية المحترفة لكرة اليد بالجزائر تعتمد على وضع

العلامة التجارية في أقمصتها الرياضية كمصدر تمويلي "

الجدول 02 : النتائج الممثلة لعبارات المحور الأول من استمارة الاستبيان الموجهة إلى رؤساء ومسيري الأندية الرياضية المخترفة

العبارة	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	القيمة الاحتمالية	كا
1	نعم	10	%66.67	0.001	6.72
	لا	00	%00		
	نوعا ما	05	%33.33		
2	نعم	08	%53.33	0.042	4.33
	لا	03	%20		
	نوعا ما	04	%26.67		
3	نعم	09	%60	0.037	5.91
	لا	02	%13.33		
	نوعا ما	04	%26.67		
4	نعم	11	%73.34	0.001	9.33
	لا	02	%13.33		
	نوعا ما	02	%13.33		
5	نعم	10	%66.67	0.003	8.33
	لا	02	%13.33		
	نوعا ما	03	%20		

الاستنتاج: من خلال الجدول أعلاه و الذي يحتوي على النتائج الممثلة لعبارات المحور الأول من استمارة الاستبيان الموجهة إلى رؤساء الأندية الرياضية المحترفة ، نلاحظ أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 و التي هي أكبر من القيمة الإحتمالية لذات العبارات لصالح الإجابة بنعم ، أي أن رؤساء الأندية يجمعون على أن وضع العلامة التجارية على الأقمصة يعتبر مصدر من مصادر التمويل و يساهم في تنوع مصادر تمويل الأندية الرياضية المحترفة ويتضح ذلك من خلال عبارات المحور الاول ومستويات دلالتها المبينة في الجدول أعلاه.

- العبارة الأولى (توجد لدى ناديكُم استثمار من ناحية العلامة التجارية للشركات على الأقمصة)

- العبارة الثانية (توجد رغبة من طرف الشركات من اجل تمويل النادي مقابل وضع العلامة التجارية على أقمصة النادي)

- العبارة الثالثة (توجد قوانين داخل النادي تعيق الشركات على وضع العلامة التجارية على أقمصة النادي) .. العبارة الرابعة (يعتبر التسيير داخل النادي من بين المعوقات التي تواجه الشركات من أجل وضع العلامة التجارية على الأقمصة).

- العبارة الخامسة (فكرتم في وضع التسهيلات أمام الشركات لتمويل ناديكُم مقابل وضع العلامة التجارية على الأقمصة).

نستخلص من المعطيات السابقة وحسب النسب العامة للدلالة و التي قدرت ب0.05 يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة بنعم ، وهذا يقودنا إلى القول إن رؤساء ومسيري النوادي الرياضية المحترفة لكرة اليد الجزائرية يعتمدون أسلوب وضع العلامة التجارية على الأقمصة كمصدر تمويل.

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

وهذا ما يتوافق مع دراسة ماستر للطالب أولاد حمادي عبد الجلي(2015): " معوقات استثمار العلامة التجارية في النوادي الرياضية المحترفة لكرة اليد الجزائرية " ، فقد بينت هذه الدراسة أن هناك معوقات قانونية وإدارية تواجه الاستثمار في جانب العلامة التجارية ، وبالتالي يجب على مسيري الأندية الرياضية وضع قوانين تساعد المؤسسات الاقتصادية على الاستثمار في الأندية الرياضية المحترفة .

2.9 مناقشة نتائج المحور الثاني في استمارة الاستبيان الموجهة إلى رؤساء ومسيري الأندية الرياضية المحترفة:

تتمحور الفرضية رقم 2 و التي مفادها أن " الأندية الرياضية المحترفة لكرة اليد في الجزائر تستخدم اللوحات الإشهارية داخل منشآتها الرياضية كمصدر من مصادر التمويل "

مدى اعتماد الأندية الرياضية على أساليب الرعاية الرياضية كمصدر للتمويل

الجدول 03: ي النتائج الممثلة لعبارات المحور الثاني من استمارة الاستبيان الموجهة إلى رؤساء و مسيري الأندية الرياضية المحترفة .

العبارة	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	القيمة الاحتمالية	كا
6	نعم	11	%73.34	0.001	13.5
	نوع ما	02	%13.33		
	لا	02	%13.33		
7	نعم	09	%60	0.015	9.32
	نوع ما	03	%20		
	لا	03	%20		
8	نعم	07	%46.67	0.028	0.32
	نوع ما	05	%33.33		
	لا	03	%20		
9	نعم	08	%53.33	0.039	8.72
	نوع ما	04	%26.66		
	لا	03	%20		
10	نعم	11	%73.34	0.003	10.85
	نوع ما	00	%0.00		
	لا	04	%26.66		

الاستنتاج : من خلال الجدول أعلاه والذي يحتوي على النتائج الممثلة لعبارات المحور الثاني من استمارة الاستبيان الموجهة إلى رؤساء و مسيري الأندية الرياضية المحترفة ، فنلاحظ أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند حدود مستوى 0.05 و التي هي أكبر من القيمة الإحتمالية لذات العبارات لصالح الإجابة بنعم ، أي أن رؤساء الأندية يجمعون على أهمية وجود اللوحات الاشهارية داخل المنشآت الخاصة بالنادي كما أنها من بين أساليب الرعاية الرياضية التي تدر مداخيل للنادي ويمكن إثبات ذلك من خلال عبارات المحور الثاني ومستويات دلالتها المبينة في الجدول أعلاه.

العبارة السادسة (لديكم دراية عن أهمية اللوحات الاشهارية داخل منشآتكم الرياضية)

العبارة السابعة (لديكم أماكن مخصصة لوضع اللوحات الاشهارية داخل منشآتكم الرياضية)

العبارة الثامنة (توجد استراتيجية واضحة تعمل على جذب الاستثمار في اللوحات الاشهارية داخل المنشآت الرياضية)

. العبارة التاسعة (لديكم قناعة بأن عملية التسيير الجيدة هو سبيل النجاح لجذب الشركات لوضع اشهاراتها على اللوحات من أجل رعاية النادي)

. العبارة العاشرة (فكرتم في نقل بعض التجارب الناجحة في التسيير من أندية أخرى إلى نادیکم للنجاح في جذب المؤسسات من أجل رعاية أنديةهم)

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

ف نجد من خلال دراسة منصوري الزين (2006) بعنوان : "آليات تشجيع وترقية الاستثمار كأداة لتمويل التنمية الاقتصادية " ، أن أداة الأعمال في الجزائر لا تزال ضعيفة وتنقصها العديد من عوامل التي تكبح الاستثمار وتعطل برامج الخصخصة ، ومشكل العقار و الرشوة والفساد ن فيجب على المسيرين النظر في هذا الجانب

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

تتمحور الفرضية رقم 3 والتي مفادها أن : "أسلوب وسائل الإعلام بأنواعه يساهم في تنوع مصادر تمويل

النوادي الرياضية المحترفة لكرة اليد بالجزائر"

مدى اعتماد الأندية الرياضية على أساليب الرعاية الرياضية كمصدر للتمويل

الجدول 04: النتائج الممثلة لعبارات المحور الثالث من استمارة الاستبيان الموجهة إلى رؤساء ومسيري الأندية الرياضية

المحترفة

العبارة	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	الدلالة	كا
11	نعم	15	%100	0.003	11.32
	لا	00	%00		
	نوعا ما	00	%00		
12	نعم	08	%53.34	0.042	2.23
	لا	02	%13.33		
	نوعا ما	05	%33.33		
13	نعم	07	%46.66	0.045	2.18
	لا	04	%26.67		
	نوعا ما	04	%26.67		
14	نعم	00	%00	0.003	9.17
	لا	12	%80		
	نوعا ما	03	%20		
15	نعم	10	%66.67	0.023	9.25
	لا	02	%13.33		
	نوعا ما	03	%20		

الاستنتاج: من خلال الجدول أعلاه والذي يحتوي على النتائج الممثلة لعبارات المحور الثالث من استمارة الاستبيان الموجهة إلى رؤساء ومسيري الأندية الرياضية المحترفة ، نلاحظ أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند حدود مستوى 0.05 لصالح الإجابة بنعم ماعدا العبارة رقم 14 ، أي أن رؤساء الأندية يعتبرون أن الإعلام من أساليب الرعاية التي تساهم في تنوع مصادر تمويل النوادي الرياضية المحترفة لكرة اليد بالجزائر . ويمكن إثبات ذلك من خلال عبارات المحور الثالث ومستويات دلالتها المبينة في الجدول أعلاه.

العبارة الحادية عشر (ترو أن لوسائل الإعلام دور في جذب الأموال للنادي)

العبارة الثانية عشر (لديكم عقود مع وسائل إعلام تقوم بنقل أخبار النادي)

. العبارة الثالثة عشر (يعتبر التسيير داخل النادي من بين العراقيل التي تواجهها من أجل إنشاء مجلة أو قناة تلفزيونية خاصة بالنادي)

. العبارة الرابعة عشر (لديكم وسائل إعلام خاصة بناديكم)

. العبارة الخامسة عشر (لديكم قناة بأن إنشاء قناة أو مجلة خاصة بالنادي تعود بالفائدة له)

نستخلص من المعطيات السابقة وحسب النسب العامة للدلالة و التي قدرت ب (0.05) يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة بنعم ، وهذا يقودنا إلى القول إن رؤساء ومسيري النوادي الرياضية المحترفة يعتبرون أن الإعلام من الأساليب التي تساهم في تنوع مصادر تمويل الأندية الرياضية المحترفة لكرة اليد الجزائرية وهذا ما يؤكد صحة الفرضية . وهذا ما تؤكدته دراسة عمرون مفتاح (2013) بعنوان : "دور الإعلام في تشجيع الاستثمار الرياضي في الجزائر" فقد بين أن لوسائل الإعلام دور في تعريف ببرامج أصحاب المؤسسات وأهمية الاستثمار الرياضي وضرورته . بالإضافة إلى أنها تعطي الفرصة المطلوبة لصحاب المؤسسات الاقتصادية للتعرف على النوادي الرياضية و الانعكاسات الايجابية للاستثمار على المؤسسات الاقتصادية والأندية الرياضية .

ومنه نستنتج أن للإعلام دور كبير في تنوع مصادر تمويل الأندية الرياضية المحترفة .

4.9 مناقشة النتائج المحور الرابع من استمارة الاستبيان الموجهة إلى رؤساء الأندية الرياضية المحترفة :

تتمحور الفرضية رقم 4 والتي مفادها أن "هناك أفاق مستقبلية لأساليب جديدة للرعاية الرياضية من أجل

تنوع مصادر تمويل الأندية الرياضية المحترفة لكرة اليد بالجزائر"

مدى اعتماد الأندية الرياضية على أساليب الرعاية الرياضية كمصدر للتمويل

الجدول 05: النتائج الممثلة لعبارات المحور الأول من استمارة الاستبيان الموجهة إلى رؤساء الأندية الرياضية المحترفة

العبارة	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	الدلالة	كا
16	نعم	15	%100	0.00	21.27
	لا	00	%00		
	نوعا ما	00	%00		
17	نعم	15	%100	0.00	21.27
	لا	00	%00		
	نوعا ما	00	%00		
18	نعم	13	%86.67	0.001	10.33
	لا	00	%00		
	نوعا ما	02	%13.33		
19	نعم	07	%46.67	0.013	7.15
	لا	03	%20		
	نوعا ما	05	%33.33		
20	نعم	11	%73.33	0.003	9.12
	لا	00	00%		
	نوعا ما	04	%26.67		

الاستنتاج: من خلال الجدول أعلاه والذي يحتوي على النتائج الممثلة لعبارات المحور الثالث من استمارة الاستبيان الموجهة إلى رؤساء ومسيري الأندية الرياضية المحترفة ، نلاحظ أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند حدود مستوى (0.05) لصالح الإجابة بنعم ، أي أن رؤساء ومسيري الأندية يجمعون أن هناك آفاق مستقبلية لتطوير و استحداث أساليب الرعاية الرياضية التي تساهم في تمويل للأندية الرياضية المحترفة لكرة اليد بالجزائر .. ويمكن إثبات ذلك من خلال عبارات المحور الثالث ومستويات دلالتها المبينة في الجدول أعلاه.

العبارة السادسة عشر (فكرتم في نموذج التسمية للملاعب الخاصة بالنادي)

العبارة السابعة عشر (فكرتم في أسلوب الخدمات الممتازة والتشريفات داخل الملاعب)

العبارة الثامنة عشر (تدركون بأهمية الخدمات داخل المنشآت الرياضية الخاصة بالنادي)

العبارة التاسعة عشر (هناك نظرة تفاؤلية حول أساليب الرعاية الرياضية مستقبلا)

العبارة العشرون (فكرتم في جعل بعض الشركات راعي دائم لكم)

نستخلص من المعطيات السابقة وحسب النسب العامة للدلالة والتي قدرت ب(0.05) يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة بنعم ، وهذا يقودنا إلى القول إن رؤساء ومسيري النوادي الرياضية المحترفة لكرة اليد الجزائرية يرون أن هناك أفاق المستقبلية لأساليب الرعاية الرياضية لتنوع مصادر تمويل للأندية الرياضية المحترفة لكرة اليد بالجزائر وقد بينت إجاباتهم ذلك وهذا ما يؤكد صحة الفرضية .

خاتمة:

من خلال الدراسة الميدانية التي أجريناها وبعد تحليل النتائج المتوصل إليها في ضوء الفرضيات المطروحة وبالاعتماد على الدراسة البيلوغرافية في أساليب الرعاية الرياضية ودورها في تنوع مصادر تمويل الأندية الرياضية المحترفة لكرة اليد في الجزائر يمكننا استنتاج ما يلي :

- فيما يخص وضع العلامة التجارية على الأقمصة الرياضية للنادي يساهم في تنوع مصادر تمويل الأندية الرياضية المحترفة لكرة اليد ، نجد أن وضع العلامة التجارية على أقمصة اللاعبين ضرورة من أجل رعاية الشركات للأندية المحترفة ، فالعلامة التجارية هي أسلوب يتحكم في نجاح عملية التمويل ، وهذا ما ينعكس إيجاباً أو سلباً على الأندية لدخول مرحلة الاحتراف بقوة ، فرعاية الشركات للأندية تعتبر أمر أساسي في دعم و تطوير كرة اليد في بلادنا ، وتختلف القيمة المالية المقدمة للأندية الرياضية باختلاف الشركات الراعية لها ، وتبقى الرعاية للأندية من أهم المصادر في عملية التمويل بالنظر إلى الدعم الذي تقدمه المؤسسات للأندية وذلك بدعم الأندية بقروض مالية وإعانتها في إنجاح مشاريعها الرياضية ولإنجاح البطولة محترفة والارتقاء بمستوى هذه الرياضة ، وتعتبر الرعاية للأندية الرياضية عاملاً أساسياً في تنظيم وتسيير المنظومة الكاملة لكرة اليد لمسيرة التطور الذي شهده إقليمياً وعالمياً .

- وبالنسبة لأسلوب وضع اللوحات الاشهارية داخل الملاعب الرياضية فهي تلعب دوراً هاماً في جذب المؤسسات الاقتصادية من أجل رعاية الأندية الرياضية المحترفة ، وذلك باعتبار أن وضع اللوحات الاشهارية داخل الملاعب يؤدي إلى جذب المؤسسات لرعاية النادي وهذا يعود بالإيجاب عليه ، فأغلب الأندية تحاول إيجاد رأس مال من أجل الدخول في عالم الاحتراف و الذي يعتبر الجانب الاقتصادي فيه من أهم العوامل التي ساعدت في تطوير كرة اليد في الدول التي انتهجت الاحتراف الرياضي ، وتبقى اللوحات الاشهارية داخل الملاعب أمر أساسي للقضاء على العجز المالي الذي تعانيه الأندية عن طريق جذب المؤسسات الاقتصادية لرعاية النوادي الرياضية .

- يعتبر الإعلام من بين أساليب الرعاية التي تساهم في تنوع مصادر تمويل النوادي الرياضية المحترفة ، فيلعب الإعلام بأنواعه دوراً هاماً في جذب المؤسسات الاقتصادية لرعاية النادي ، كل هذا من أجل تطوير كرة اليد في بلادنا، بالإضافة إلى إنشاء قنوات خاصة بالنادي يساعد على مواكبة الاحتراف وترقية المستوى .

- وفيما يخص وجود آفاق مستقبلية لأساليب الرعاية الرياضية من جهة نظر رؤساء الأندية الرياضية المحترفة بالجزائر فنجد أن رؤساء الأندية لديهم تصور إيجابي لمستقبل الرعاية الرياضية في ظل منظومة الاحتراف في الجزائر ، لذا فرؤساء النوادي الرياضية لديهم آفاق مستقبلية لتنوع مصادر التمويل بعيداً عن تمويل الدولة من أجل تطوير كرة اليد في بلادنا ومسيرة الاحتراف ومتطلباته وجعله يواكب التطور الحاصل على مستوى الرياضة في العالم .

انطلاقاً من النتائج المتوصل إليها والتي أثبتت تحقق الفرضيات الجزئية نتوصل إلى أن أساليب الرعاية الرياضية تساهم في تنوع مصادر تمويل النوادي الرياضية المحترفة مما يؤكد صحة الفرضيات المطروحة .

و بالتالي نستطيع أن نقول أن هناك أساليب رعاية رياضية مختلفة تواكب تطورات الرياضة بشكل عام و كرة اليد بشكل خاص و أن الأندية الرياضية المحترفة لكرة اليد في الجزائر تعتمد عليها كمصدر رئيسي من مصادر التمويل و ليس مصدر بديل عن تمويل الدولة.

التوصيات :

- ضبط النصوص المحددة لآليات و مصادر التمويل و العمل على مساعدة الأندية في الدخول لعالم الإحتراف و تحول الأندية إلى شركات؛
- ضبط جانب التسويق و الإشهار المرتبطة بالنادي المحترف؛
- تشديد الرقابة على الأموال التي تصرف على النوادي؛
- إصدار قوانين مرنة لفتح باب الإستثمار الرياضي و الاهتمام بالرقابة و المتابعة ؛
- ضرورة وضع لوحات للإعلان و الإشهار في المنشآت الرياضية؛
- ضرورة الإستثمار في جانب الإعلام؛
- ينبغي على رؤساء الأندية برمجة دورات تكوينية خاصة بالمسيرين مع ضرورة أن يكونوا متخصصين في المجال.

قائمة المراجع:

المؤلفات:

سعد احمد شليبي، 2009، أسس الإدارة و التسويق الرياضي، المكتبة العصرية، د ط ، مصر

5-Pierre Sahnoun , 2010, sponsoring mode et emploi chotart associer éditeur,PARIS , France.

الأطروحات:

سيدي احمد حاج عيسى، 2009، التمويل و الاستثمار في النادي الرياضي، مذكرة ماجستير ، سوق أهراس ، الجزائر

المقالات:

ابراهيم علي صالح غراب، بن قناب الحاج، 2018، إستراتيجيات التسويق الرياضي وأثرها في تطوير أداء المؤسسات الرياضية، مجلة المنظومة الرياضية، المجلد 5، العدد 1، 215-198

بن لعمودي طه البشير، نمرود بشير، 2021، علاقة صفة القوة الانفجارية ببعض قياسات العروض الجسمية لدى لاعبي كرة اليد فئة 17-19 سنة في ولاية البويرة، مجلة المنظومة الرياضية، المجلد 8، العدد 3، 508-494

محمد عزوز، 2015، تطوير العلاقة بزيائن المؤسسة الرياضية على ضوء معايير إدارة الجودة الشاملة، مجلة المنظومة الرياضية، المجلد 2، العدد 3، 91-73

المداخلات:

عمرون مفتاح – عازيزية نسيم، أيام 10-11 ماي 2010، التمويل و التسويق كعنصران هامان لتحقيق أهداف الاحتراف الرياضي، الملتقى الدولي الرابع حول الرهانات المستقبلية للاحتراف الرياضي في الجزائر، جامعة دالي ابراهيم ، الجزائر

اسماعيل مقران ، 2013، تسيير الإدارة الرياضية في ظل اقتصاد السوق حول رؤية مستقبلية للاحتراف ، مجلد المؤتمر العلمي الدولي الأول، الجزائر

زينب محمد مكي ، 2013، حول رؤية مستقبلية للاحتراف ، مجلد المؤتمر العلمي الدولي الأول ، الجزائر.

الجرائد الرسمية:

-الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة الشباب والرياضة، الأمر 95-09 لسنة 1995 ، الجريدة اليومية، الصادرة بتاريخ 28 رمضان عام 1415 الموافق ل 28 فبراير 1995 المادة 75 ، ص190 .

7-الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة الشباب والرياضة، الأمر 10-04 لسنة 2004 ، الجريدة الرسمية عدد 52، الصادرة بتاريخ 02 رجب عام 1425 الموافق ل 18 فبراير 2004 .، الفصل العاشر، المادة 102 ، ص32

8-الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة الشباب والرياضة، قانون رقم 06-24 يتضمن قانون المالية لسنة 2007.الجريدة الرسمية عدد 85 ، الصادرة بتاريخ 07 ذو الحجة عام 1427. الموافق ل 27 ديسمبر 2006 ، الفصل 2،

المادة 13 ص 07