

المحاضرة 04 :

المقومات الأساسية لتنفيذ
برامج الأنشطة الرياضية

تمهيد:

يخضع العمل الإداري، أيا كان موقعه أو مستواه، لمجموعة قيود سواء في استقطابه للموارد أو في تخطيطه للعمل أو في تحديده للأهداف. بمعنى أن فاعلية الإدارة ترتبط دائما بمدى القيود المفروضة على حركتها، ومدى قدرتها على مواجهة تلك القيود. والقائد الإداري الناجح هو الذي يتمكن من استخدام ما يقع تحت سيطرته من متغيرات لمواجهة التكيف مع ما لا يقع تحت سيطرته من متغيرات، وذلك في سعيه الدائب نحو تحقيق الأهداف.

والرياضة كأحد مناشط المجتمع، تعتمد في إدارتها على مجموعة من القادة المتخصصين أو المتطوعين يعملون متضامنين لتنفيذ أهداف محددة قد تكون أحيانا لها صفة الاستقلالية بينما تكون غالبا مرتبطة بالأهداف العامة للدولة.

ويخضع العمل الإداري في المجال الرياضي لعدة أسس يستطيع من خلالها تحقيق أهدافه، وإذا لم يكن القائمون على هذا العمل متفهمين تماما لدورهم، أصبحت هناك صعوبة في تنفيذ ما يوكل إليهم من أعمال، وبالتالي تعثروا في تحقيق الأهداف.

ويجدر بنا هنا أن نوضح أن كلمة إداري منشقة من العمل " يدير " أي أن الإاري هو الذي يدير، وهذا لن يتأتى إلا في وجود مجموعة من العاملين معه، يحدد دور كل منهم، وينسق بينهم، ويدربهم ويوجههم ويتابعهم لتحقيق الأهداف.

أما ما يطلق عليه لقب " فني " فهو ذلك الشخص الذي تخصص في عمل معين حتى أصبح يتقنه ويؤديه بأكبر درجة من الكفاءة في أقصر وقت.

ويقوم العمل الإداري في المجال الرياضي على عناصر خمسة رئيسية يمكن تحديدها في الآتي:

أولاً: البرامج

وهي التي يضعها متخصصون في المجالات الرياضية المتعددة شاملة الرياضة للأسوياء ورياضة المعاقين ورياضة الموهوبين على المستويات الرياضية الثلاثة وهي الرياضة الإخبارية والرياضة الإختيارية (الترويحية) ورياضة المستويات.

ثانياً: المستفيدون

وهم الأشخاص الذين تقدم لهم هذه البرامج وتحدد نوعياتهم وفئاتهم وفقاً للمراحل العمرية، أو وفقاً لسن البداية بكل لعبة من الألعاب، وأيضاً وفقاً لنتائج إختبارات الانتقاء التي تجرى عليهم إذا كان ذلك يتعلق بإعدادهم للمستويات العالية. أما باقي المستويات فإن الإختبارات هي التي تثبت قدرتهم على الاشتراك في برنامج معين.

ثالثاً: القادة

ويشمل هذا العنصر جميع قيادات العمل الرياضي من قادة مهنيين ومتطوعين ومدى ما يسند إلى كل منهم من أعمال وفقاً لقدراته ومؤهلاته وخبرته. ولا شك أن الاختيار الجيد للقادة يعد من أهم مقومات النجاح لأي عمل من الأعمال وحيث إن العمل في المجال الرياضي هو في أساس تعامل مع الإنسان، وهو أصعب أنواع التعامل، لذلك فإنه يجب عند اختيار القائد الذي يعمل مع الشباب أن يتأكد من الإجابة على ثلاثة أسئلة هي:

من القائد؟ ماذا يستطيع القائد؟ وماذا يريد القائد؟

وتمشيا مع المبادئ العامة للإدارة العلمية، فإنه طالما توجد جماعة لها هدف فلا بد أن يكون لها قائد يقودها. وقد قال رسول الله صلى الله عليه وسلم في هذا المجال: " إذا سافر ثلاثة فليؤمروا أحدهم " فالثلاثة هنا هم مجموعة من الأفراد، والسفر هذف لذلك فعليهم أن يختاروا من بينهم قائدا لتسيير الجماعة، ومن ثم فالقيادة ضرورية إذا ما روعي في اختيارها:

1- اختيار القائد المناسب في المكان المناسب.

2- أن تكون له القدرة على تنمية صف ثان.

3- وجود معايير موضوعية لعملية الاختيار.

4- التأهل العلمي.

5- الإعداد الإداري.

6- الموصفات السلوكية والشخصية.

رابعاً: المنشآت

ويشمل هذا العصر جميع المنشآت الرياضية التي يحتاجها التنفيذ. بما في ذلك الأدوات والأجهزة وما يدخل على هذه المنشآت والأجهزة من تطوير واستحداث. وتوفير عوامل الأمن والسلامة للممارسين، فلا يجب أن يكون اهتمامنا متجهاً إلى الكم في عدد هذه الأجهزة والمنشآت، ولكن يجب أن يكون اهتمامنا بالكيف من حيث تكاملها مع بعضها وخضوعها للمواصفات الدولية والاستفادة في خدمة أكبر عدد من الممارسين بمختلف النوعيات.

خامساً: الميزانيات

وتلعب الميزانيات دوراً أساسياً في تنفيذ أي خطة وتحقيق أهدافها والميزانيات هي التي تسبب النجاح، وهي أيضاً التي تسبب الفشل في بعض الأحيان، لذلك فإن من الواجب أن تحدد الميزانيات وفقاً لمصدرها وحجمها وقواعد صرفها وأن نعلم أن كل مبلغ يصرف لابد وأن يكون له مردود واضح يعبر عن تنفيذ جزء من الخطة الموضوعية، وإلا أصبحنا بعيدين كل البعد عن العمل الموضوعي. تحدد الميزانيات المتاحة حجم ونوع

الأهداف بما يحقق توازنا بين ما يصرف على تحقيق كل هدف. ويجب أن يكون هدفنا دائما أن كل ما يخصص من ميزانيات، لا يتم صرفه أبدا بعيدا عن المبادئ التربوية المتعارف عليها والتي تهدف في النهاية إلى إعداد اللاعب أو المواطن السليم. وحتى زمن قريب كانت هذه العناصر الخمسة هي الأساس في نجاح أي عمل إداري، وقد ساد هذا المفهوم حتى منتصف القرن العشرين حيث اكتشف علماء الإدارة غياب عنصر (سادس) هام وحاسم، وهو عنصر "التنظيم والإدارة" فمهما كان لدينا من برامج ومستفيدين وقادة ومنشآت وميزانيات، فإن غياب كيان تنظيمي واضح يدار بطريقة علمية، وبالتالي لا يمكن التنسيق بين هذه المقومات الخمسة ودفعها لتحقيق الأهداف الموضوعية. وعلى ذلك فقد أصبحت المقومات الأساسية لنجاح العمل الإداري ستة مقومات

هي:

(البرامج: المستفيدون - القادة - المنشآت - الميزانيات - التنظيم والإدارة).

وفي مجال التربية البدنية والرياضة، نجد أن جميع الدول أصبحت تهتم بتوفير الأنشطة الحركية التي تحقق لأبنائها اللياقة البدنية، وقد تتعدد صور وأشكال هذه الأنشطة فشملت ما يمارس من أجل الصحة أو الترويح، وشملت أيضا ما يمارس من أجل الارتقاء بالمستوى الحركي للفرد، وإظهار أقصى ما يمكن أن تصل إليه قدراته.

وأدى ذلك إلى إنشاء الكليات والمعاهد المتخصصة لتخريج القادة اللازمين لتنفيذ هذا الدور الهام، إضافة إلى القادة المتطوعين أو الطبيعيين الذين يقومون بدور ملحوظ في مجالات التربية البدنية والرياضية.

ومن المعلوم أن حجم ما ينفذ من أهداف أي خطة، إنما يرجع إلى كفاءة وقدرة من يقوم على تنفيذها، ومدى ما يتمتع به ومن معه من توجيه العمل لتحقيق الأهداف بأقل تكلفة وفي أقصر وقت، وهذه هي الأسس العلمية لإدارة أي عمل حيث يهدف العلم عموماً إلى الإجابة على سؤال أو حل مشكلة أو تحقيق فرض، والعلم هو المعرفة المنسقة التي تهدف لكشف حقائق معينة.

والفرد المتحضر هو الذي يفكر إلى أبعد مدى، ثم يتخذ القرار ويكون هنا القرار عادة اختيار بين بديلين على الأقل، وكلما تعددت البدائل كان الاختيار سهلاً، وبالرغم من أن نتائج جميع القرارات تكون مستقبلية وتخضع لنظرية الاحتمالات، إلا أنه أصبح من الضروري على كل من يعمل في المجال الرياضي، باعتباره أحد مجالات التنمية البشرية وبصفة خاصة في تربية الأفراد، أن يكون على إلمام كامل بالمبادئ التي تنظم العمل والعلاقات بين الفرد وزميله وبين الفرد والمجموعة، وبين المجموعة ومثيلتها.

وتحكم هذه العلاقات مبادئ وأصول اتفق على تسميتها بالإدارة ومهما تعددت مفاهيمها وصورها وأشكالها وأنواعها إلا أنها تعني بصفة عامة " تنسيق الجهود التي يبذلها الأفراد وتوجيهها بطريقة تسمح بالوصول للهدف بدقة وبرقة ".

والمؤسسات كثيرة ومتعددة سواء في جهاز الدولة أو في القطاع الأهلي مثل اللجنة الأولمبية والنوعية والأندية الرياضية ومراكز الشباب وتتطلب هذه المؤسسات عددا كبيرا من القيادات المدربة لممارسة العمل بها وتنفيذ البرامج وتحقيق أهدافها.

وفي مجال العمل الرياضي، نجد أن الإداري يعتمد في تحقيق أهدافه على العناصر الأساسية السابق ذكرها وهي: البرامج - المستفيدون - القادة - المنشآت - الميزانيات وإذا ما توافرت لدى الإداري العناصر الخمسة الأولى، فعليه أن يسعى لإيجاد العنصر السادس وهو الإدارة.

المحاضرة 05

أساليب تسويق البطولات الرياضية

تمهيد:

لم يعد يقتصر مفهوم التربية الرياضية علة معاني محددة كما عهدناها مسبقاً، كأن يقال بأن الرياضة هي مجال للترويح، أو مجالا للصحة أو للتنافس فقط بل تطور بعد الرياضة لتصبح سوقا مستهدفة وعملا تجاريا تنهافت عليه المؤسسات والشركات سواء كانت ذات قطاع عام أو خاص.

لقد حظيت الرياضة في العالم والدول المتقدمة، بالكثير كمن الاهتمام والرعاية بأبعادها الاقتصادية والاجتماعية والتنافسية هذا بالإضافة على البعد الأكثر أهمية وهو البعد التسويقي للرياضة.

لقد أصبحت الرياضة من أهم النشاطات التي تجذب الشركات الصناعية، حيث بدأ الاهتمام بها يتزايد يوما بعد آخر فأصبحت من أهم الأدوات التسويقية التي تخصص لها الشركات مبالغ طائلة في سبيل توزيع سلعها.

إضافة إلى محاولة اقترابها لما يسمى بمفهوم " المسؤولية الاجتماعية ".

فمن خلال الدورات والمهرجانات والبطولات التي تقام في تلك الدول، أخذت الشركات والمؤسسات تتسابق في تسويق منتجاتها لإدراكها لأهمية هذه الوسائل في زيادة نسبة مبيعاتها، نظرا لأن تلك الأحداث تحظى بحضور جماهيري هائل، فالرياضة في تلك الدول تعتبر من أكثر الأساليب التسويقية استخداما وبالتالي أصبحت موضوعا وهدفا لتسويق الأدوات والمنتجات الرياضية وغير الرياضية.

1- مفهوم التسويق:

التسويق كفلسفة، يعني أن توجه كل أنشطة وجهود المؤسسة من وجهة نظرا احتياجات ومتطلبات السوق أو المجتمع.

وهو كفن: يعني إيجاد أفضل السبل التي يمكن بها تلبية وإشباع حاجات الجماهير وهذا يوضح أهمية التعرف على الجماهير وتقييمها وتصميم البرامج التسويقية الملائمة لها.

حيث يعرفه كوتلر بأنه نشاط انساني يهدف إلى إشباع الاحتياجات والرغبات من خلال عملية تبادلية بين المستثمر والمستفيد.

ويعرفه كل من Carman and UHT أنه هو العملية أو النشاط في أي مجتمع بمقتضاه يمكن توقع هيكل أو شكل الطلب على السلع والخدمات ثم محاولة تنشيطه عن طريق الترويج والتبادل والتوزيع المادي لهذه السلع والخدمات.

وقد اختلف مفهوم التسويق باختلاف الفترة الزمنية التي زجد فيها ومن أمثلة ذلك: ما قدمته " الجمعية الأمريكية للتسويق " في عام 1947، وهو أن:

التسويق أنشطة المشروع التي توجه تدفق السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك النهائي.

وفي عام 1995 عادت نفس الجمعية وعرفت التسويق بأنه:

عملية تخطيط وتنفيذ التصور الكلي لتسعير وترويج وتوزيع الأفكار والسلع والخدمات لخلق عملية التبادل التي تشبع حاجات الأفراد والمنشآت.

2- التسويق في المجال الرياضي:

يعرف جرانت وباشوم Grant and Bashom (1995) التسويق الرياضي

على أنه:

" هو استطلاع للرأي والاتجاهات السائدة في السوق ومن ثم توجيه المنتجات والخدمات الرياضية لتتوافر مع تلك الاتجاهات ".

ويشير سعد أحمد شلبي (2008) على أن التسويق الرياضي هو:

" الجزء الديناميكي المعقد في كل عمل تجاري رياضي، وعملية تصميم وتنفيذ أنشطة الانتاج وتسعير وتوزيع السلع والخدمات وترويج الأفكار الرياضية لإشباع احتياجات أو رغبات المستهلكين مع تحقيق أهداف المنظمات الرياضية بما لا يتعارض مع القيم التربوية الرياضية.

3- الأسباب والدوافع لاستخدام المفهوم التسويقي في المجال

الرياضي:

- إذا كان ممارسي الرياضة من الهواة يستطيعون تحمل تكاليف ممارسة رياضية فردية، فإن تنظيم الأنشطة الرياضية على المستوى المحلي والدولي يتطلب الكثير من المال، لذا جاءت فكرة التسويق في المجال الرياضي للمبررات التالية:
- انخفاض معدلات الدخل المالي وصعوبة توفيرها للمنظمة أو الهيئة الرياضية بسبب عدم ثبات وانحصار مصادر التمويل.
 - انخفاض معدلات الاقدام من جانب الأفراد على تقديم المساهمات الخدمية التطوعية لأسباب قد تكون اجتماعية أو معيشية أو غيرها.
 - إدراك القائمين على إدارة الهيئات الرياضية أن الكفاءة التسويقية إذا توافرت لديهم فإنها سوف تساعدهم كثيرا على تحقيق أهدافهم، هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى إدراكهم أن الهيئات الرياضية أصبحت تقابلها عدد من المشاكل المالية مما يتطلب حولا لضمان نموها واستقرارها.
 - زيادة أهمية الهيئات الرياضية ودورها في المجتمع، وأنها تعد من الأركان الأساسية لقيام مجتمعات قوية هادفة.

4- أهمية التسويق الرياضي:

- أ- من خلال التسويق الرياضي يمكن جذب الاهتمام نحو ممارسة الرياضة.
- ب- يعتبر مصدر مهم لتنمية موارد المؤسسة الرياضية.
- ج- تنفيذ خطط المؤسسة الرياضية والارتقاء بما تقدمه من خدمات وبرامج عديدة.
- د- ترشيد الدعم الحكومي للهيئات الرياضية.
- هـ - توفير فرص عمل جديدة.
- و- التفاعل الاجتماعي بين المؤسسة الرياضية وجمهور المستهلكين.

5- العوامل المؤثرة على التسويق الرياضي:

- أ- النظام السياسي والاقتصادي بالدولة.
- ب- العادات والتقاليد والأعراف والانتماء الديني.
- ج- نوعية الرياضة وشعبيتها.
- د- حجم الاهتمام الإعلامي بالرياضة.
- هـ - التقدم التكنولوجي والحراك الاجتماعي.
- و- الموروث الثقافي الذي يحمله أفراد المجتمع.

6- مجالات التسويق الرياضي:

- تتعدد صور الوسائل التي يمكن من خلالها التسويق لخدمة ما أو سلعة ما لشركة تجارية معينة من خلال الأنشطة الرياضية ومن هذه الصور والأشكال الآتي:
- السماح للشركة التجارية باستخدام وطباعة الشعارات الخاصة بالهيئة الرياضية على منتجاتها وخدماتها.
 - استخدام ملابس وأدوات اللاعبين كوسيلة للإعلان عن إسم أو شعار الشركة التجارية.
 - نشر ووضع مجموعة من الإعلانات للشركة التجارية داخل المنشأة الرياضية ذات العلاقة.
 - استثمار المرافق والخدمات في الهيئات الرياضية.
 - طباعة إسم وشعار الشركة التجارية على كافة المطبوعات والمنشورات الخاصة بالهيئة الرياضية مثل: طباعة إسم وشعار الشركة التجارية على تذاكر دخول المباريات، وضع إسم وشعار الشركة التجارية بجانب إسم وشعار الهيئة الرياضية الموجود في مقدمة الأوراق الرسمية للهيئة (التروسية).
 - الإعانات والتبرعات والهبات.
 - مساهمات واشتراكات الأعضاء.
 - إصدار الطوابع والعملات التذكارية في الأحداث الرياضية.

- عائد دخول المباريات والمناسبات الرياضية.
- حقوق البث الإذاعي والتلفزيوني للأنشطة والمناسبات الرياضية، وما يتخلل هذه الأنشطة الرياضية من إعلانات تجارية قد تكون وسيلة من وسائل التسويق الرياضي.

- إن ما ذكر سابقا هو شكل أو أسلوب لتنمية الموارد الذاتية بعيدا عن الصناعة الرياضية، فالصناعة تبحث عن منتج يمكن تسويقه وعرضه على المستهلك، والهيئة الرياضية يمكن أن تلجأ إلى استخدام الأساليب جميعها، وأدناه بعض مجالات صناعة الرياضة ومنها على سبيل المثال:

أ- تسويق برامج الإعداد والتدريب الرياضي:

- فمن المتعارف عليه أن التدريب الرياضي يبني على أسس علمية وقواعد تربوية هادفة وأن مجال إعداد برامج الإعداد والتدريب الرياضي مجالا هاما لتحقيق أهدافها، ومن هذا المنطلق يمكن أن يقوم نادي رياضي بإعداد برامج تدريبية مقننة على أقراص ممغنطة بالإستعانة بمدربيها المحليين والأجانب وتسويق هذه البرامج.

ب- تسويق اللاعبين (صناعة البطل):

فمن الممكن أن تلجأ الهيئة الرياضية وتحقيقها لمبدأ الاحتراف الذي دخل معظم الأندية إلى إعداد اللاعبين الناشئين أو إنشاء مدرسة أو أكاديمية رياضية والاستفادة من تسويق هؤلاء اللاعبين.

ج- التسويق في مجال التغذية الرياضية:

وهو اتجاه متميز في عالم التسويق الرياضي وخصوصا فيما يتعلق بطعام وشراب الرياضي.

د- تسويق تكنولوجيا المعدات الرياضية:

وهذا مجال يعتبر من أخصب المجالات التي ينبغي أن تحوز على اهتمام الكير من الهيئات الرياضية.

و- تسويق أماكن ممارسة الرياضة:

وهو من المتطلبات الأساسية للممارسة الرياضية.

7- أساليب التسويق في التربية البدنية والرياضية:

- أ- الرعاية الرياضية: رعاية الشركات، المؤسسات التجارية، الهيئات، الأفراد، الجماعات، الأحداث والأنشطة والبطولات والدورات والاتحادات الرياضية المختلفة.
- ب- النقل التلفزيوني للأحداث والبطولات الرياضية محليا ودوليا، ولهذا يجب مراعاة

الآتي:

- يجب تحديد الميعاد للبطولة بفترة كافية.
- يتم اختيار الوقت المناسب للبطولة أو المنافسة الرياضية.
- عدم رعاية عدة أحداث رياضية في وقت واحد.
- ج-العلاقات الشخصية: دعوة شخصيات هامة محلية ودولية للتسويق لهذا الحدث أو المناسبة الرياضية.
- د- اجتذاب أكبر عدد من الجماهير بتقديم مميزات ومسابقات لهم عن طريق:
 - وضع شاشات عرض كبيرة في الأماكن العامة والمؤسسات المختلفة.
 - تقديم مسابقات بجوائز مالية.
 - عمل تخفيضات للهيئات والمؤسسات والجماعات.
 - التعاقد مع الشخصيات الهامة للاستقبال الجماهيري.

هـ - الإعلام الرياضي ووسائله المختلفة: الوسيلة الغير شخصية لتقديم المعلومات والأفكار، بواسطة وسائل الإعلام المختلفة، السمعية والبصرية أو السمعية والبصرية معا.

8- ما يجب مراعاته عند اختيار المناسبات والبطولات والدورات الرياضية

المراد تسويقها:

- أ- أهمية البطولة أو المناسبة يساعد على جذب المستثمر والتسويق الرياضي.
- ب- يتوقف نجاح المناسبة الرياضية على صناعة الحدث إعلاميا.
- ج- وجود عقود بالمؤسسة التكنولوجية الحديثة في التصوير يساعد على تواجد التسويق الرياضي.
- د- الترويج عن المناسبة الرياضية يساعد في التسويق الرياضي.
- هـ - استخدام الأبحاث العلمية لإقناع المؤسسات التجارية لترويج منتجاتها من خلال التسويق الرياضي.
- و- استخدام التجمعات الجماهيرية للترويج عن المناسبة الرياضية.
- ز- استخدام الشخصيات العامة المشهورة للترويج عن المناسبة الرياضية.
- ح- إسناد رعاية المناسبات الرياضية للشخصيات القيادية المسؤولة في الدولة.

ط-إستخدام دور العلاقات العامة في إظهار أهمية التسويق في مجالات التربية البدنية والرياضية.

ي- مراعاة عوامل جذب المؤسسات التجارية للتسويق الرياضي من خلال:

- حجم الحدث، البطولة تحت رعاية شخصية قيادية مشهورة، الإقبال الجماهيري، شعبية اللعبة، دعوة شخصيات عامة، وجود محترفين والمستوى الفني العالي للمشاركين وسائل تنشيط المبيعات، تصميم المنشأة الهندسية، وجود قانوني لتنظيم التسويق الرياضي.

ك- توافر الخدمات التي تقدم للمستفيد من حيث الآتي:

- خدمات مرورية وأمنية، هدايا تذكارية، خدمات ترويحية، أغذية ومشروبات، معلومات ومعاريف عن المناسبة الرياضية.

ل-توافر وسائل جذب الجماهير أو المستفيدين مثل: مجانية الدخول، الدعاية، المستوى الفني للفرق والمنافسين، وجود محترفين وتذاكر مخفضة، هدايا مجانية، وسائل نقل للمستفيدين، وجود تخفيضات من المحلات التجارية، إنتشار مراكز بيع التذاكر في التجمعات الجماهيرية، نوعية المنافسات، التصميم الهندسي للمنشأة، المعرض الخاص بالمناسبة الرياضية.

م- إستخدام وسائل الإعلام المختلفة في التسويق الرياضي مثل: التلفزيون، الصحافة، المجلات، اللوحات الإعلانية في الطرق، الملصقات، الإذاعة، الإنترنت.

ن-مراعاة الوقت المناسب للإعلان عن الشركات المسوقة، قبل المنافسات، أثناء المنافسات، في الفواصل، بعد المنافسات.

س- استخدام أساليب التسويق الرياضي المختلفة مثل: رعاية المناسبة الرياضية تحت رعاية كبار الشخصيات، الترويج للمناسبة إعلاميا، دعوة شخصيات عامة مشهورة، لاعبين محترفين، جذب الجماهير، نقل تلفزيوني، تصميم هندسي فني للمنشأة، وجود قانون للتسويق الرياضي.

ع- إستخدام وسائل الاتصال المختلفة في التسويق الرياضي عن طريق الآتي: العلاقات الشخصية، البريد والبرقيات والبريد الإلكتروني، الهاتف، مندوبون، رسالة إعلامية مصورة، الفاكس، الصحافة، مخاطبة الشركات قبل المناسبة بوقت مناسب.

ف- إستخدام التسويق الرياضي من أجل العائد الاقتصادي عن طريق الرعاية المناسبة الرياضية أو للاعبين أو الاتحادات الرياضية، بيع أماكن للإعلانات، الإعلان عن الملابس الرياضية، الرعاية في وسائل الإعلام، تأجير أماكن

للإعلانات في المؤسسة، تذاكر المباريات، حق استغلال شعار المنافسة الرياضية.

9- أساليب تسويق البطولات والمباريات الرياضية:

أ- مراعاة دعوة كبار المسؤولين في الدولة لمشاهدة المباريات الهامة مما يساعد على زيادة الإقبال الجماهيري.

ب- مراعاة طرح كمية من التذاكر تتناسب مع أهمية المباراة.

ج- مراعاة تخصيص ميزانية لتسويق المباريات والبطولات الرياضية.

د- الإهتمام بمشاركة النادي في بطولات على المستوى المحلي والدولي.

هـ- مراعاة تحديد أسعار تذاكر المباراة حسب أهمية المباراة.

و- مراعاة تقديم هدايا تذكارية للفائزين في عملية السحب على الجوائز.

ز- الإهتمام بإجراء بحوث ودراسات خاصة بتسويق الخدمات الرياضية مع الاتحاد

المختص.

ح- الإهتمام بتحديد عدد منافذ توزيع تذاكر المباريات بناء على مكان إقامة المباراة.

ط- مراعاة تخفيض أسعار التذاكر كوسيلة من وسائل تنشيط وبيع التذاكر.

ي- مراعاة فتح منافذ لبيع التذاكر في مختلف المحافظات.

ك- مراعاة طرح التذاكر الموسمية، ومنع الدعوات المجانية.

ل- مراعاة تخصيص تذاكر لدخول الزائرين للنادي.

م- الإهتمام بتقديم نسب خصم على تذاكر دخول المباريات.

المحاضرة 06

قواعد البطولات للأنشطة البدنية والرياضية

تمهيد :

تتسابق الكثير من الدول والمدن على استضافة البطولات والدورات الرياضية وذلك
ايماناً منها أن إقامة مثل هذه الأحداث على أراضيها إنما يحقق لها الشهرة، التاريخ
والعائد المادي.

وقد أصبح تنظيم البطولات الدورات العالمية يحتاج الى جهد وخبرة من
المختصين في مجالات التنظيم والادارة والاخراج، بل أصبحت هناك مؤسسات
وشركات متخصصة في اعداد الدراسات الخاصة بهذا الموضوع تتكون من مجموعة من
المختصين في مجالات الادارة والتمويل والتسويق والاعلام وغيرهم.

والاداري الرياضي أيا كان موقعه عليه أن يكون ملماً بقواعد استضافة هذه
البطولات وما تتطلب من قادة ومنشآت وميزانيات وبرامج الى جانب الأسس العامة
للعبات الرياضية، وما يتطلبه تنفيذ بطولاتها من برامج وأدوات قانونية، وملاعب وأماكن
للتسخين والتحكيم والجمهور وقوة الاضاءة وغيرها من القواعد التي تضعها الاتحادات
الرياضية لتنفيذ بطولاتها.

والنجاح لا يأتي وليد الصدفة، وإنما يعوزه التخطيط الجيد والتنظيم الفعال والتوجيه
التربوي والتقويم الموضوعي... الخ وجميعها تدخل في نطاق منظومة العمل الاداري،
سواء تم هذا العمل على المستوى الأولمبي أو القاري أو العالمي أو الدولي أو حتى على
مستوى الدولة ذاتها أو المحافظة أو الهيئة أو المنظمة أو المدرسة، فالجميع يتشارك في

منظومة العمل الاداري تلك سعيًا وراء الأجر والأفضل، معتمدين وبصورة محددة على مدخلات جيدة بكافة أشكالها المطلوبة حيث تدور في اطار من العمليات المحسوبة بدقة كي تعزز في النهاية مخرجات أكثر جودة وموضوعية ومصداقية.

1 / خطوات إدارة و تنظيم البطولات و الدورات الرياضية :

هناك عدد من الخطوات الواجب اتباعها من الهيئة المنظمة لتنظيم الدورة أو بطولة رياضية و هذه الاجراءات تتمثل فيما يلي :

أولاً : تشكيل اللجنة المنظمة العليا للبطولة :

تتكون هذه اللجنة من مجموعة من الأفراد و تتولى مسؤولية إدارة و تنظيم الدورة بتكليف من الجهة المنظمة ، فقد يتطلب الأمر تشكيل لجنة على مستوى الدولة خاصة اذا كانت البطولة دولية أو قارية أو إقليمية ، أما في حالة تنظيم دورة على المستوى المحلي النادي أو المدرسة ، فإن هذا يتطلب عددا قليلا من الأفراد ، و تكون مهمة هذه اللجنة ، التخطيط و التنظيم و الادارة و الاشراف على التنفيذ و التقويم و تتفرع من هذه اللجنة لجان فرعية متخصصة .

ثانيا : التخطيط :

حيث يتم من خلاله :

- 1- تحديد الهدف من اقامة الدورة
- 2- جمع المعلومات الخاصة بالدورة - عدد الملاعب ، الحكام ، الفرق المشاركة ، الأدوات و الأجهزة و المنشآت الرياضية .
- 3- وضع السياسات العامة التي تحكم تصرفات العاملين بالدورة
- 4- تحديد أسس الاشتراك و شروط البطولة (الدورة)
- 5- تحديد الاحتياجات المادية و البشرية و كيفية توفيرها
- 6- وضع الاجراءات التفصيلية لخطوات التنفيذ للعمليات المختلفة
- 7- وضع الخطط البديلة لحالات تقليص عدد المشاركين أو عدد أيام الدورة أو تعديل الموعد
- 8- دراسة و تحديد الميزانية التقديرية ، و كيفية الحصول عليها ، و بنود الصرف

المالي

ثالثا : التنظيم

يختلف تنظيم الدورات الرياضية باختلاف أهميتها و مستواها و تمر عملية التنظيم

بمراحل مختلفة أهمها :

3-1 - وضع الهيكل التنظيمي للبطولة (الدورة) :

يتم وضع الهيكل التنظيمي للجهة المسؤولة عن تنظيم البطولة أو الدورة بحيث تشمل على أوجه الأنشطة المطلوبة لهذه الدورة . ثم تقسيمها الى لجان أو أقسام بعدها تحدد الوظائف الخاصة لكل لجنة أو قسم و تحديد السلطات و المسؤوليات لكل وظيفة أو عمل .

و من أهم اللجان التي يمكن تشكيلها هي :

اللجنة المالية ، اللجنة الاعلامية ، لجنة العلاقات العامة ، لجنة الحكام ، اللجنة الفنية ، لجنة الخدمة ، اللجنة الطبية ، الأمانة العامة للبطولة ، لجنة الأمن و الحماية .

- و تختص كل لجنة من اللجان السابقة بوظيفة محددة مثل :

لجنة العلاقات العامة : تشرف على توزيع الدعوات ، الاستقبال و الوداع للضيوف ، اعداد الهدايا و الجوائز ، تنظيم الحفلات و الرحلات السياحية ، الاشراف على المنصة الرئيسية للملاعب .

اللجنة الفنية : تتولى الاشراف الفني على الدورة ، تنظيم البرنامج الزمني للمباريات و مراقبة سير البطولة ، البث في الاستفسارات الفنية و الاحتجاجات و التأكد من صلاحية الملاعب و الأجهزة الفنية المستخدمة .

لجنة الخدمات : و تتولى الاشراف على أعمال الزينة و توفير أماكن السكن و إقامة

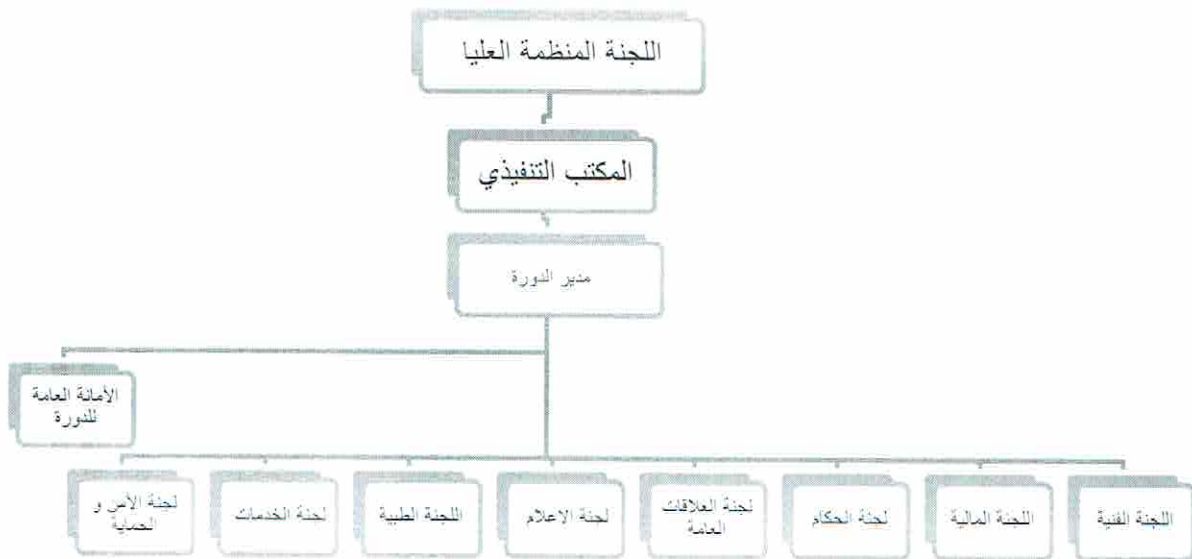
الوفود و توفير وسائل النقل و التغذية .

لجنة الاعلام : تقوم بتغطية أخبار البطولة و تقوم بإعداد النشرات اليومية عن النتائج و التحليلات الخاصة بالبطولة .

3 - 2 - الهيكل التنظيمي :

يتم تحديد الهيكل التنظيمي على شكل خريطة توضح التقسيمات الرئيسية و

مستويات اللجان المختلفة كما في الشكل



3 - 3 - تحديد السلطات و المسؤوليات :

تحدد علاقات و اختصاصات العاملين في التنظيم و يتم وضع صف وظيفي لكل

شخص و مسؤولياته و ذلك منعا للتداخل و الازدواجية في العمل

رابعاً : الاعداد لإقامة البطولة (الدورة) :

بعد ذلك تبدأ اللجنة المنظمة بتحديد و اختيار العاملين في اللجان الفرعية المختلفة و تبدأ هذه المرحلة بوقت كاف قبل موعد البطولة ، يتم من خلالها ارسال الدعوات للفرق و الدول المدعوة للمشاركة موضحة أهداف و شروط البطولة و موعدها و مكان إقامتها و نظام البطولة و طريقتها ثم تبدأ اللجان عملها بإعداد الملاعب و توفير الأجهزة و الأدوات و تجهيز المواصلات و التغطية الاعلامية بالإضافة الى اعداد البرامج الخاصة بالحفلات و الزيارات السياحية للوفود و اعداد الهدايا و الميداليات الخاصة بالبطولة .

خامساً : إقامة البطولة أو الدورة :

تأتي هذه المرحلة حسب البرنامج الزمني الموضوع مسبقاً و تتضمن هذه المرحلة تنظيم و ادارة المسابقة و المباريات و تطبيق البرامج المختلفة

سادساً : تقويم الدورة :

تتم عملية التقويم منذ بداية تشغيل اللجنة المنظمة العليا مروراً بكل مرحلة و اللجان الفرعية و اعطاء تقرير أولاً بأول عن سير الأعمال في الاعداد للبطولة ، و كما يتم تقويم خلال البطولة و سماع الاقتراحات و الشكاوي و محاولة تذليل الصعوبات بالإضافة الى التقويم النهائي للبطولة و وضع التقارير الكلية عن البطولة بشكل عام ، و مدى تحقيقها الأهداف و وضع توصيات للبطولات القادمة .

2 - نموذج لتنظيم بطولة محلية :

1 - سبعة أشهر قبل البطولة الرياضية :

الواجبات المطلوب انجازها هي كما يلي :

- مقابلة رؤساء اللجان و أعضاء اللجان في لقاءات متعددة قدر الامكان
- يقدم رؤساء اللجان اقتراحات بحدود أعمالهم و مسؤولياتهم
- كل رئيس لجنة يضع ميزانية أولية بعد أول اجتماع

2 - ستة أشهر قبل البطولة الرياضية :

- تحديد قائمة الامكانيات و الملاعب و المنشآت المطلوبة
- مراجعة كافة ميزانيات اللجان و ضمها في ميزانية واحدة
- التحديد الدقيق لأعمال اللجان المختلفة و ذلك من خلال اجتماع رؤساء اللجان و ان يحدد كل رئيس لجنة أعمال لجنته و الزمن المتوقع لانجاز كل عمل فيها
- بدء خطط الترويج للبطولة الرياضية

3 - أربعة أشهر قبل البطولة :

- البدء في تنظيم السجلات التي سوف تستخدم في البطولة ، و كذلك دعوات و تذاكر الدخول .
- تحديد موعد لمقابلة أسبوعية واحدة على الأقل لرؤساء اللجان على الأفراد العاملين في كل لجنة للتعرف على مدى التقدم في المهام الموكلة للمشاركين في التنظيم للتعرف على ما تم انجازه من أعمال مختلفة مثل الطباعة و الترويج الخ

4 - شهران قبل البطولة :

- عمل اجتماع لرؤساء اللجان للتعرف على مدى التقدم الذي أحرز في أعمال كل لجنة .
- ارسال دعوات و تذاكر الدخول الى الجهات المعنية و ارسال السجلات الى اماكن استخدامها

5 - أسبوع قبل البطولة :

- مراجعة كافة الأعمال للتأكد من أن كل شيء جاهز للبطولة
- مناقشة خطط التعامل مع المشكلات الطارئة
- اجراء اللمسات الأخيرة على التنسيق بين رؤساء اللجان المختلفة

6 - بعد البطولة :

- اعادة الأجهزة و الأدوات و المنشآت المستخدمة الى الجهات التي كانت قد استعيرت منها في حالة جيدة ، و كتابة خطابات شكر و تقدير لهذه الجهات
- عقد اجتماع لكتابة التقرير النهائي ، يناقش خلاله المشكلات ، و مراجعة التوصيات و توجيه الشكر للجهات التي أسهمت في أعمال البطولة .

3 - نموذج لقواعد تنظيم و ادارة البطولات الاقليمية لمسابقات ألعاب القوى بالاتحاد :

- قد تحتوي بعض البطولات الاقليمية على مسابقات أخرى حسب ما ترى الدول المشتركة و اللجان المنظمة للدورة - و المسابقات تتنوع وفق الهدف منها و هي تتناسب مع مراحل الموسم الرياضي السنوي . و قد تكون أحيانا :
- مسابقات تجريبية - مسابقات مفتوحة - مسابقات السن فيها تحت 14 سنة أو 16 سنة أو 18 سنة أو 20 سنة ، مسابقات عامة (فردية - أندية - مناطق) مسابقات المدارس ، الجامعات ، الشركات - الشرطة - القوات المسلحة - مسابقات اقليمية - عالمية قارية .

و البرنامج في كل منها يتناسب مع الهدف منها ، و لكل مسابقة لائحة خاصة بها تحدد شروط الإشتراك و عدد المسابقات التي يشترك فيها المتنافس - و كل ما يتعلق بالتفاصيل الخاصة بالبرنامج و التصفيات و احتساب النقط .

الاجراءات التنظيمية و الادارية للبطولة بالاتحاد :

تعلن الجهة المنظمة عن ميعاد و مكان البطولة و كذلك شروط الاشتراك في المسابقات ، و تسلم كشوف المشتركين و أرقامهم الى الجهة المنظمة قبل موعد اقامتها بأسبوع .

ويضم تنظيم البطولة عدة بنود أساسية هي:

البند الأول: يختص بما قبل البطولة

ويتطلب هذا البند تكوين اللجان التالية:

اللجنة الفنية - المالية - الإقامة والمواصلات - الدعاية - الملعب والأدوات - التحكيم - الجوائز - النظام والمراسم.

ويتم تشكيلها قبل البطولة بوقت كاف حتى يمكن عمل دراسة لكل الجوانب المتعلقة باللجان.

البند الثاني: يختص بوقت البطولة

ويتطلب ضرورة تواجد لجنة الحكام قبل الميعاد المحدد للبطولة بفترة وجيزة كي يتم توزيعهم على البرنامج وكذلك لجنة السكرتارية وتكون معدة ببطاقات التسجيل لكل من العدو والجري والوثب والرمي. بأسماء المشتركين والمدير والمدير الفني ولجنة النظام والمراسم ولجنة الجوائز والإسعاف والطبيب والمذيع.

البند الثالث: ويختص بما بعد البطولة

ويتم من خلاله الآتي:

- جمع جميع الأدوات التي استخدمت في البطولة عن طريق لجنة الأدوات.
- تقدم لجنة التحكيم جميع التقارير عن سير البطولة.
- تطبع لجنة السكرتارية، النتائج وترسلها مع خطاب شكر بجميع الجهات التي اشتركت في البطولة.
- تقدم كل لجنة تقريراً عن كل ما قامت به وما اعترضها من مشاكل حتى يمكن التغلب عليها في البطولات المستقبلية.
- إرسال خطابات شكر لجميع اللجان.

الشروط التي يجب مراعاتها عند تنظيم البطولة:

عند تنظيم بطولة الألعاب القوى يجب مراعاة الآتي:

- التنوع - استمرار حيوية البطولة أو اللقاء.
- توزيع المسابقات وعدم تكديسها في جانب واحد.

- إحتساب الفترات الزمنية القانونية من وقت انتهاء تأدية آخر تصفية في أي دور إلى وقت بداية الدور التالي بما في ذلك وقت تنفيذ التصفيات حتى آخر تصفية في كل مسابقة.
- عدم توقيت البرنامج في حيز زمني قصير مما يصعب معه القدرة على التنفيذ لبدء المسابقة في الميعاد مع حساب قدرة الأشخاص القائمين على المعاونة في التنظيم وعدد اللاعبين.
- يجب ملاحظة قدرات هيئة التحكيم وكفاءتها حين وضع البرنامج كذا المساعدين من إداريين وعمال لتجهيز المسابقات.
- يجب أن يعرف كل شخص المسؤولية الموكولة إليه قبل البطولة ويعقد اجتماع لكافة العاملين وبها حذا لو تم ذلك بعمل بروفة أو أكثر لإخراج البطولة في الصورة المشرفة لاسيما في البطولات الدولية - ويطبع البرنامج ويوزع على كل من يهمله الأمر.

هيئة التحكيم:

يعين حكم مستقل لكل من سباقات الميدان وآخر للمضمار والمشى إذا اقتضى الأمر.

إختصاصات هيئة التحكيم:

- توزيع الاختصاصات على الحكام والتمسك بالنظام أثناء سير المسابقات.
- حصر عدد اللاعبين المشتركين في كل مسابقة لعمل التصفيات حسب مستوياتهم.

- وضع البرنامج وتنسيق وتوزيع المسابقات على أيام البطولة وتحديد ميعاد بدء كل مسابقة.
- مطالبة اللاعبين بالشهادة الدالة على السن والهيئة التابع لها.
- التأكد من تثبيت الأرقام للاعبين على الفانلات قبل الاشتراك في المسابقات.
- تعيين مساعدين لجمع النتائج واعتمادها من الحكم والمدير وإعلانها.
- عمل محاضر للأرقام القياسية إن وجدت واستيفاء شروطها القانونية.

القضاة:

- في البطولة المحلية يتولى المنظمون توزيع القضاة وتدرج أسماؤهم في البرنامج.

- في البطولات العالمية وبطولات المناطق يقوم الحكم بتوزيع القضاة.
- استناد للقواعد الموضوعة بمعرفة الاتحاد الدولي باستثناء البطولات الأولمبية وبطولات العالم فلمنظمي البطولات الحق في تعيين القضاة للمسابقات المختلفة، ولا يجب دعوة أكثر من قاض واحد من كل دولة للمشاركة في التحكيم.

وفي مسابقات المضمار يعمل جميع القضاة في الجانب الداخلي من المضمار وعليهم أن يقرروا ترتيب وصول المتسابق عند خط النهاية وأن يجهز لهم مدرج مرتفع لتيسير رؤية جيدة، وأن يجهز جهاز تصوير فوتوغرافي للنهاية للاستخدام لمساعدة الحكم والقضاة وفي مسابقات الميدان على القضاة أن يقوموا بقياس وتسجيل المحاولات الصحيحة التي تقرر النتيجة فيها بالمسافة والارتفاع.

وفي مسابقات الطريق (المشي) على القضاة للنهاية ترتيب وصول المتسابقين أما الباقي من القضاة فعليهم ملاحظة السلوك الذي يتوقف عليه إما بالإنذار أو الإبعاد كما في الحالات المحددة قانونيا على أن يخطر بإبعاده من قبل رئيس القضاة.

وإذا كانت البطولة تنظم تحت إشراف وبموافقة الاتحاد الدولي لألعاب القوى فإنه يسمح تحت أي ظروف لقاضيين من بلد واحد حق إبعاد المتنافس.

المراقبون:

هم المساعدون للحكم وليست لهم سلطة اتخاذ أية قرارات - وأفضل مكان يستطيع فيه المراقبون رؤية المتسابقين هو الجزء الخارجي من المضمار وعلى جزء من المنحنى التي تجرى فيه سباقات 300 م، 800 م، 400 × 4 م، وفي حالة حدوث خطأ أو مخالفة للقواعد بواسطة اللاعب فعليه كتابة تقرير فوري بما حدث لتقديمه للحكم مع رفع العلم الأحمر، ويجب تعيين عدد وفير من المراقبين خاصة في سباقات التتابعات عند مناطق التسليم والتسلم، وفي سباقات 400 م حواجز، 800 م جرى لمراقبة الأركان.

الميقاتيون:

يجب على الميقاتيين التأكد من سلامة ساعاتهم وضبطها وأن يتدربوا على استعمالها في يسر قبل بدء البطولة وعلى رئيس الميقاتيين التأكد من أي جميع الميقاتيين أعادوا ساعاتهم على الصفر قبل إعطاء إشارة البدء بالاستعداد.

ممنوع أن يعلن الميقاتي بمفرده الزمن للمتسابق، بل رئيس الميقاتيين هو الذي يحدد الزمن الرسمي لكل متنافس وعلى الميقاتيين عدم إرجاع الساعات إلى الصفر إلا إذا أمرهم رئيس الميقاتيين بذلك. وفي حالة السباقات التي تؤدي أو تبدأ خارج المضمار ينتقل الميقاتيون إلى مكان البدء لتشغيل ساعاتهم وعودتهم إلى المضمار لانتهاؤ نهاية السباق.

ويقوم رئيس الميقاتيين بتفريغ الأزمنة في البطاقة الخاصة بذلك مع إثبات الزمن الرسمي طبقاً لنصوص هذه المادة ليتسنى إعلانه.

الأزمة المسجلة والتي سوف يعترف بها رسمياً لها طريقتان هما:

أ- التوقيت اليدوي:

- يتم التوقيت اليدوي بواسطة ثلاثة ميقاتيين رسميين يكون أحدهم رئيساً ومستخدمين إما ساعات الإيقاف أو أجهزة التوقيت الإلكترونية ذات القراءة الرقمية الإلكترونية ذات القراءة الرقمية والتي تعمل باليد، بالإضافة إلى ميقاتي أو إثنتين احتياطي، ولا تؤخذ الأزمة المسجلة بساعاتهم إلا في حالة إخفاق ساعة أو الزمن بالساعات الرسمية.

- يعمل الميقاتيون كل منفصلاً عن الآخر ويسجل كل منهم الوقت على البطاقة المخصصة لهذا الغرض بدون الرجوع للآخر وتسلم لرئيس الميقاتيين بعد التوقيع عليها ويحق له مطابقة الزمن على الساعات.

- إذا توقف العقرب بين شرطين في ساعة 60 ثانية في اللفة وكان أقرب إلى الزمن الأطول فيقرأ (10,3 - 10,5 ثانية) وفي المسابقات التي منافستها ميل أو ما يعادله بالمتري ويدخل معها التتابعات فإن الزمن يؤخذ لعشر الثانية، وفي المسابقات الأطول من الميل فإن الزمن يؤخذ بخمس الثانية ولكنه يسجل بالعشر. مثل:

(10 / 2 ، 10 / 4 ، 10 / 6 ، 10 / 8)

من المستحسن تسجيل زمن اللفة في سباق 800 م وما فوقها بالإضافة إلى تسجيل زمن كل من 1000 م في السباق 3000 م فما فوقها.

وعند تسجيل أرقام عالمية قياسية يجب أن يقوم عضو الاتحاد الدولي لألعاب القوى الموجود بالدولة التي سجل فيها الرقم بإجراء اللازم لجمع المعلومات التي تعزز هذا الرقم.

- وإذا استعملت ساعة (1 : 100 / ثانية) فيقرأ الوقت إلى أقرب عشر ثانية مثال (9,94 ، 9,95 / 10 ث).
- وإذا كانت الساعة ذات لفة واحدة ومقدارها 30 ثانية مقسمة إلى أجزاء (0,1) من الثانية فإنها تقرأ كالتالي في حالة وقوف عقرب الساعة على شرط (10,1 ث ، 10,2 ث ، 10,3 ث ، 10,4 ث وهكذا).

التوقيت الكهربائي الكامل الآلية:

ويختص به قضاة التصوير الآلي للنهاية.

وهم المسؤولون عن تشغيل أجهزة التوقيت الآلية وبمعاونة مساعديه الاثنين، ويقوم بالتعرف على المتسابقين وتحديد ترتيبهم وزمن كل منهم وإذا وجدت الامكانيات يجب تجهيز 2 عدد كاميرا على الأقل واحدة لتصوير النهاية بشرط أن توضع واحدة على كل جانب. وتستخدم أجهزة التوقيت الكهربائي الكامل الآلية في جميع اللقاءات الدولية والأولمبية والقارية كمعدات تشغيل للبداية والنهاية لتسجيل الزمن آليا على أن تكون سرعة الفيلم متطابقة مع آلية التوقيت حيث تبلغ من 1 / 100 الثانية.

ولوجود أي احتمال لفشل أجهزة التوقيت الآلية يجب تسجيل الزمن يدويا بواسطة مقياتيين احتياطيين وبمجرد انتهاء السباق تملأ البطاقة ويسجل الوقت مباشرة وتوقع من رئيس المقياتيين وتسلم للمسجل فالحكم فالمذيع.

الآذن بالبدء والمعيدون للبدء:

- عليه أن يقرر كل ما يتعلق بالبدء وقرار الإنذار أو الاستبعاد الشامل يطبق بواسطة الآذن بالبدء فقط.
- للآذن بالبدء مطلق التحكم ومراقبة المتسابقين وهم في أماكنهم.

- في حالات البدء الذي لا يقف فيه جميع المتسابقين خلف خط واحد فيجب على الآذن بالبدء أن يتخذ مكانا بحيث يكون بعده عن المتسابقين متساويا بقدر الإمكان مثل (200 م - 400 م) في مضمار دائري.
- وفي الملاعب التي يمكن أن يتخذ فيها الآذن بالبدء مثل هذا المكان فيجب عليه أن يستعمل مكبر صوت أمام كل نقطة بداية في كل حارة.
- عندما يكون جميع المتسابقين على استعداد في أماكنهم يطلق المسدس.
- في جميع اللقاءات الدولية تكون كلمات الآذن بالبدء بلغته الأصلية.
- القاضي الوحيد المسؤول عن صحة بداية السباق، ويجب أن نتأكد أن الميقاتيين والقضاة مستعدون.

مساعدة الآذن بالبدء:

- على جميع الأعضاء المساعدين أن يتأكدوا من أن المتسابقين يتسابقون في تصفياتهم أو سباقاتهم المسجلين فيها، وأن أرقامهم في المسابقة موجودة واحدة على الصدر والأخرى على الظهر.
- وعليهم أن يساعدوا الآذن بالبدء في سحب القرعة على الحارات مع العلم بأن الحارات ترقم من اليسار إلى اليمين في اتجاه الجري أو العدو.
- على الأعضاء المساعدين أيضا أن ينظموا وقوف المتسابقين كل في حارته بعد سحب القرعة على الحارات.
- وفي سباق 1500 م وما دونها عليهم أن يتجمعوا على بعد ثلاثة أمتار من خط البداية وعندما يتم ذلك فعليهم أن يعطوا إشارة للآذن بالبدء على أن الجميع على استعداد وعندما ينادى على السباق من جديد فعلى السكرتارية أن يجمعوا المتسابقين مرة أخرى.

- على المساعدين إعداد عصي التتابع للمتسابقين الأوائل من السباق.
- يساعد الآذن بالبده في بدايات السباقات التالية: (200 م، 400 م، 4 × 100 م، 4 × 400 م، 800 م).

مسجلو عدد اللفات:

عليهم أن يقوموا بحفظ سجل عدد اللفات التي يتمها كل متسابق في السباقات من 1500 م إلى 5000 م، وفي جميع السباقات التي تفوق الـ 5000 م وسباقات المشي فإنه يعين عدد من مسجلي عدد اللفات تحت إشراف الحكم بحيث يسجلوا وقت كل لفة ولا يصح أن يسجل المسجل الواحد أكثر من أربعة متسابقين، وستة متسابقين في حالات المشي ويزود ببطاقة تسجيل والتي يجب أن يسجل فيها زمن كل لفة (عن طريق مقياتي رسمي).

- يعين مسجل لفات خاص لإعلان كل متسابق بعدد اللفات التي عليه أن يتمها كما يعلن عن آخر لفة بقرع ناقوس أو ما شابه ذلك.

المسجل:

عليه أن يقوم بجميع نتائج جميع المسابقات سواء كانت بالزمن أو المسافة أو الارتفاع التي تصل عليه من الحكم ورئيس الميقاتيين أو رئيس قضاة التصوير الآلي - وكذلك بجمع المعلومات التي تمده بها حاسب سرعة الرياح - وعليه أن يبلغ النتائج للمذيع، ويعد تسجيل الزمن والترتيب والمسافة والارتفاع لجميع المسابقات عليه أن يسلمها لمدير الحفل يعد توقيع الحكم المختص.

مراقب النظام:

وله مطلق السلطة في الملعب وعليه أن يمنع أي شخص من دخول الملعب أو البقاء بداخله ماعدا الإداريين والمتسابقين. وهو المسؤول عن المحافظة على النظام في ساحة السباق - كما له حق الإشراف على مساعديه وتوزيع واجباتهم، وعليه أن يتأكد من وجود مكان خاص بالإداريين غير العاملين والإداريين الرسميين.

المساح الرسمي:

هو الذي يقوم بقياس (بمسح) المضمار قبل المسابقات مباشرة وبقيس كل المسافات وكذا الدوائر والأقواس أو القطاعات وجميع المقاسات الخاصة بمسابقات الميدان والمضمار وأن يكتب عنها تقريراً مفصلاً قبل البطولة بصحة القياسات على أن يكون تحت طلب الحكم قبل بدء المسابقات.

وإن يقدم له جميع المستندات الضرورية للاستناد عليها إذا ما احتاج الأمر.

المذيع:

في اللقاءات الدولية أو الأولمبية يتم تعيين مذيعين باللغتين الإنجليزية والفرنسية من قبل الاتحاد الدولي لألقاب القوى ويكونون تحت إشراف المندوبين الفنيين وهم المسؤولون عن كافة الأمور المتعلقة بمراسم وإجراءات الإذاعة

- يمكن المساهمة في تنفيذ زمن البرنامج وذلك بالتنبيه على اللاعبين قبل التصفية بوقت كاف وكذلك في محاولات الميدان.

- عليه أن يلفت نظر الجمهور بالتزام الهدوء في المسابقات الحساسة مثل بدء 100 م عدوا أو 110 م حواجز أو محاولات الوثب الطويل أو العالي أو القفز بالزانة.
- أن يكون ملما بالأرقام العالمية والمحلية والدولية لإذاعتها مع مقارنتها بأرقام المسابقة.
- يقوم بإعلام الجمهور بأسماء وأرقام المتسابقين في كل مسابقة ويعلن عن كل المعلومات المناسبة عن التصفيات والقرعة الخاصة بالحارات أو المراكز المقترنة بالآزمنة والمسافات المحددة لمراحل السابق.
- وعليه أن يذيع النتيجة (الترتيب - الأزمنة - الارتفاعات - المسافات) لكل مسابقة بمجرد وصول المعلومات من المسجل بأسرع وقت ممكن.

حاسب جهاز سرعة الرياح:

عليه أن يتأكد أن الجهاز مطابق وصالح للعمل ويتأكد من سرعة الرياح في اتجاه الجري مع العلم بأن الفترة الزمنية التي يقاس فيها تزايد سرعة الرياح من لحظة وهج طلقة المسدس أو جهاز معتمد كما يلي: 100 م تشغيل الجهاز لمدة 10 ث / 100 م حواجز لمدة 13 ثانية، وأثناء جري 200 م منحني تقاس سرعة الرياح لمدة 10 ث تبدأ من لحظة دخول المتسابقين في المستقيم، وفي الوثب الطويل والثلاثي تقاس لفترة 5 ثوان من لحظة مرور المتسابق على علامة معينة بطريقة الاقتراب موضوعة على جانب طريق الجري على بعد 40 م للوثب الطويل، 35 م للوثب الثلاثي وذلك من لوحة الارتفاع أو من مكان المتسابق.

يوضع جهاز سرعة الريح في منتصف المسافة المستقيمة والنوْثب على بعد 20 م من لوحة الارتقاء، ويجب ألا يزيد البعد الجانبي لوضع الجهاز عن 2 م من المضمار أو طريق الاقتراب وعلى ارتفاع 1,22 م تقريبا.

المحاضرة 07

أهداف تنظيم
البطولات الرياضية

تمهيد :

لما كان التنافس سمة من سمات البشر ، لذا فقد فكر الإنسان و منذ قديم الأزل في تطوير حركاته الطبيعية " المشي ، و الجري و العدو و اللقف و الوثب و القفز ... الخ . " للمنافسة و التحدي و إظهار قدراته فيها ، سواء فيما بينه و بين نفسه من جهة و هو ما يسمى علميا بالتنافس الذاتي أو "الداخلي" أو فيما بينه و بين الآخرين من الجهة الأخرى ، و هو ما يطلق عليه التنافس مع الآخرين أو " الخارجي".

و حتى تصطبغ تلك المنافسات بالشرعية وضع لها القوانين و التشريعات و القواعد التي تحكم إطارها الحركي و الزمني.

و تأصيلا لهذا المعنى فقد نظمت اللقاءات و المباريات و البطولات و الدورات على اختلاف أنواعها المحلية و الدولية و العالمية و القارية و الأولمبية ، و في كافة الألعاب و المسابقات و المنافسات " الفردية و الجماعية و الفريقية داخل أطر تلك المسافات القانونية و التربوية لبيدع الانسان الرياضي و يصبح الأقوى و الأعلى والأسرع بين أقرانه و منافسيه ، بل و زملائه أيضا و يرتفع العلم الوطني و يعزف النشيد القومي لبلده ، و يطوقوه بأكاليل الورد و يعدو سفيرا و رمزا لأمتهم و بلدته و أبناء جلدته على حد سواء .

1 - ماهية الدورات الرياضية و أهميتها :

تمثل الدورات الرياضية نموذجا جيدا للتنافس بين الأفراد أو الجماعات في الألعاب الفردية أو الألعاب الجماعية و الألعاب الفريقية بغرض ترتيب هؤلاء المتنافسين حسب نتائجهم التي أحرزوها و تحديد تصنيفهم الترتيبي و أوزانهم النسبية و من ثم فإن ادارة تلك الدورات انما يتطلب جهدا خارقا و علما و خبرة من هؤلاء القائمين عليه ، سواء قبل بدء التنافس أو خلال المنافسات ذاتها أو حتى بعد الانتهاء منها ، لتخرج الدورة مكتملة الأهداف و في أعلى صورها المرجوة .

و هي أيضا " سلسلة المنافسات التي تقام بين مجموعة من الوحدات أفرادا كانوا أو جماعات بقصد تحديد الفائزين منهم أو ترتيبهم حسب نتائجهم " .

المجال الرياضي شأنه شأن أي مجال آخر لا يؤتى نتائجه المرجوة إلا إذا أحسن تنظيمه و إدارته ، لذا كان من أهم الواجبات التي يجب مراعاتها هي حسن إدارة و تنظيم المهرجانات و الدورات و الحفلات الرياضية حتى لا يخرج الأمر من الخط التربوي السليم.

و المهرجانات و الحفلات تقام بغرض احياء ذكرى أو تخليد مناسبة أو افتتاح و ختام الدورات المختلفة مثل الألعاب الأولمبية ، أما الدورات الرياضية و هي التي تقام

بصفة دورية كل فترة زمنية محددة و تضم أكثر من لعبة رياضية جماعية أو فردية تتنافس للفوز بها فرقا أو أفرادا بغرض الاستئثار بشرف احراز لبطولة أو الاشتراك بها .

و أعلى مراتب هذه الدورات هي بلا شك الألعاب الأولمبية و تلها الدورات الدولية و الاقليمية مثل دورة حوض البحر الأبيض المتوسط ، الدورة الافريقية ، الدورة الآسيوية .

و الدورات الرياضية هي مجموعة من الألعاب المختلفة تقام بين الفرق الجماعية أو الفردية بقصد الحصول على بطولة أي لعبة على حدة أو بطولات الدورة كلها و يرتب الفائزون حسب نتائجهم وما أحرزوه من بطولات

02 - أنواع الدورات الرياضية :

الدورات الرياضية أما أن تكون في نشاط واحد كبطولة العالم للجهاز أو تكون لأكثر من نشاط رياضي كدورة البحر الأبيض المتوسط التي تشمل على ألعاب كثيرة منها كرة القدم و كرة السلة و الجهاز و السباحة و خلافه ، و قد تكون الدورة الرياضية على مستوى محلي ضيق كبطولة محافظة في كرة القدم ، أو على مستوى محلي يشمل البلاد كلها كالدوري العام لمحافظات العراق مثلا ، أو تكون على مستوى اقليمي بحيث يشمل الاقليم أكثر من دولة كدول البحر الأبيض المتوسط أو الدورة العربية المدرسية أو على مستوى عالمي ، كبطولة العالم في كرة القدم أو الدورات الأولمبية الرياضية و على ذلك

فالدورات الرياضية تضيق و تتسع بالنسبة لعدد أوجه النشاط التي تحويها ، كما تضيق و تتسع أيضا بالنسبة للوحدة الجغرافية التي تشملها .

03 - أهداف تنظيم البطولات الرياضية :

إن تعلم أي مهارة أو اكتساب أي خبرة يصبح غير ذي معنى بالنسبة للمتعلّم إذا لم يجد فرصة لاستخدام هذه المهارة أو الخبرة في مجالات يثبت بها واقعية المجتمع و يشبع بها بعض دوافعه و رغباته ، وفي مجال النشاط الرياضي لا يقابل الجهد المبذول في اكتساب اللياقة البدنية المتكاملة و في تعلم المهارات الفنية فردية كانت أو الجماعية التكتيكية أو التاكتيكية في خطط اللعب .

و خطط اللعب لا يقابل فيها هذا الجهد كله من اللاعب بارتياح إذا لم يجد هذا اللاعب الفرصة لاستخدام هذه المهارات و الخبرات جميعها في منافسة ذات معنى بالنسبة له ، و هي حاجة نفسية صحيحة و لا غبار عليها ، و يجب علينا كمدرّبين أن نقدم كل الفرص الممكنة للاعب لكي يشبع هذه الحاجة النفسية دون أن تترك الصدفة أو العوامل التي قد يساء استخدامها .

و الدورات الرياضية هي المجال التربوي السليم الذي يمكن أن يقدم هذه الفرص لهذا النشاط التنافسي و هي تعتبر امكانيات تربوية ذات أبعاد عميقة و فائقة و يمكن أن تؤثر تأثيرا ايجابيا فعّالا إذا أحسن تنظيمها و إدارتها ووضعت تحت ارتباط قيادة تربوية

رشيدة ، و من واجب المسؤولين عن النشاط الرياضي التنافسي بالمجتمع أ يبذلوا كل الجهد للعمل على تحقيق القيم التربوية و المفاهيم الاجتماعية التي تكمن في طبيعة هذا النشاط التنافسي خاصة أنه محبب الى النفس البشرية و منتشر بين جموع الشعب بكل فئاته من منتجين و فلاحين و طلبة و مثقفين كذلك بين الأندية و المدارس و الهيئات و المصانع و المؤسسات .

و تختلف الأهداف التي نسعى لتحقيقها من خلال تنظيم البطولات و الدورات الرياضية باختلاف مستوى البطولة (بطولة مدرسية ، بطولة دولية) و أهميتها (بطولة ودية أو بطولة رسمية) ، و مستوى اللاعبين المشاركين فيها (ناشئين ، محترفين) و حجم الامكانيات المادية و البشرية المتاحة و بصفة عامة تسعى الدولة أو مؤسساتها المعنية جراء اقامة البطولات و الدورات أو المشاركة فيها و لتحقيق ما يلي :

- اشباع حاجات الشباب
- نشر الثقافة الرياضية و الوعي الرياضي
- زيادة التقارب و التعارف بين الرياضيين
- المنافسة المشروعة من خلال اللقاءات و المباريات
- اظهار مدى تقدم الدولة في كافة المجالات الانسانية و العمرانية و الاجتماعية و البيئية الخ

- تفعيل الحس القومي و تعزيز الانتماء الوطني لدى جموع المشاركين و المشاهدين
- فتح بابا للحوار بين الدول المشاركة ، و خير دليل على ذلك أنه عندما أراد الرئيس الأمريكي " نيكسون " فتح بابا للتقارب مع الصين سياسيا لم يجد أفضل من ارسال فريق تنس الطاولة الأمريكي ليتبارى مع الفريق الصيني كبداية مقبولة للتقارب و عرفت يومئذ تلك الواقعة بدبلوماسية البنج بونج .
- تمثل المباريات و المنافسات نموذجا جيدا للترويج عن المشاهدين و الجماهير
- الاحتكاك الرياضي و زيادة الخبرات الرياضية للاعبين و المدربين و الاداريين و الحكام و القادة الرياضيين كل في مجال تخصصه
- التعرف على المستويات الرياضية الأفضل بين الرياضيين المتنافسين
- الاحتفال بالمنافسات القومية و الأعياد الوطنية
- تدعيم أهداف و أغراض التربية البدنية و الرياضية لدى الممارسين و المشاهدين
- الاستفادة من خبرات الآخرين و انجازاتهم مما ينعكس على دعم و زيادة خبرات العاملين في مجالات الرياضة و التربية الرياضية .
- تحقيق عائد مادي جراء تسويق البطولة أو الدورة ، فضلا عن الرواج الاقتصادي للمنتجات البلد المضيف نفسه .

- الاهتمام بالبنية التحتية و تحديث المنشآت الرياضية و السياحية و الفندقية و الطرق و المواصلات و المطارات و المستشفيات مما يعم بالفائدة على البلد المضيف سواء أثناء الدورة أو بعد الانتهاء منها خاصة في كأس العالم و الدورات القارية و الأولمبية .
- تنمية السياحة الدولية من خلال استضافة البطولات الرياضية العالمية .
- خلق دوافع لدى الناشئين لتطوير مستواهم و الاقبال على الأنشطة الرياضية
- تطوير طرق التدريس و الارتقاء بالمستوى الفني لأداء الرياضي .
- الاهتمام بالمهارات العقلية
- اكتساب و نمو الصحة المتكاملة و توازن الشخصية و تكاملها
- النمو الاجتماعي و تنمية الصفات الخلقية الايجابية .
- ممارسة الأسلوب الديمقراطي للحياة
- التدريب على القيادة البناءة .
- تنمية النضج الانفعالي .
- حسن قضاء الوقت الحر .

المحاضرة 08

القيمة الاقتصادية
للتنظيم الرياضي

تمهيد :

مرت الرياضة شأنها شأن الحقول الأخرى بمراحل و محطات مختلفة عبر العصور فمن الهواية إلى الاحتراف إلى أن أصبحت الآن صناعة عالمية فيها إيرادات و فيها انفاق بالمليارات الدولارات ، شركات تجوب العالم يتهافتون على شراء أندية بعشرات المليارات تحقق أرباحا سنوية بالملايين من الدولارات و باتت هذه الشركات مدرجة أسماؤها بالبورصات العالمية ، كشركات الملابس و التجهيزات الرياضية و شركات تكنولوجيا الرياضة ، نعم لقد تغيرت الرياضة و انتقلت من حالة إلى حالة ، فمن الهواية للألعاب الفردية إلى الألعاب الشعبية و التسويق الإعلامي و النقل التلفزيوني الفضائي ، فالرياضة أصبحت استثمارات و مفاوضات و أرباح يتم هذا كله بين الدول ، و أصبحت محرقة المال و غايته و اثبات السلطة و النفوذ .

زاد الصراع و امتلأت وسائل الإعلام بأخبار عن صفقات و ترتيبات جانبية للفوز بتنظيم بطولات عالمية ، إمكانات مالية ضخمة توظف في الرياضة عالميا ، و عائدات بالمليارات و منافع تكاد تكون محصورة في الدول المتقدمة ، و استمرت في الرياضة بكل تشعباتها حتى أنها وصلت إلى الرياضة المدرسية . و إن ما أحرزته الدول من تطور في الانجازات الرياضية اعتمد على المال لتوفير البنية التحتية و لإعداد اللاعبين فرقا وأفرادا

و تحول هذا القطاع مع استمرارية الوقت إلى أحد أهم روافد الاقتصاد الوطني و ركن أساسي في التنمية الاجتماعية و البيئية.

هذا التقدم المذهل في الحقل الرياضي لم يكن ليحصل لو لم تضع هذه الدول و خاصة المتقدمة منها الرياضة في مقدمة أولوياتها الوطنية و تتفق عليها بسخاء و تدعمها و ترعاها ، و خاصة أن القناعات الموجودة بين الدول أن المستوى الرياضي للدولة و ما تحققه من انجازات رياضية و ميداليات ذهبية يشكل جزءا من صورتها و مكانتها بين الدول المتحضرة ، و من هذه الزاوية نرى الصراعات القائمة بين الدول لانتزاع حق تنظيم ألعاب دولية على أراضيها و خاصة كرة القدم و الألعاب الأولمبية لما لها من تأييد جماهيري واسع النطاق ، و لما لهما من أهمية بالغة في دعم و تنمية اقتصادها .

1 / مفهوم علم الاقتصاد :

هو دراسة السلوك الإنساني الخاص بتوزيع موارده المحددة ذات الاستخدامات البديلة على حاجاته المتنوعة و المتجددة و المتزايدة لإشباع الحاجات .

- أو هو العلم الذي يدرس سلوك الأفراد و مجهوداتهم و أنشطتهم لإشباع حاجاتهم المتعددة من الموارد المحدودة .

- و يعني علم الاقتصاد بصفة شاملة ، العلم الذي يعنى بدراسة النشاط الإنساني في سعيه لإشباع حاجاته الكثيرة المتزايدة بواسطة موارده المحدودة ، هذا التعريف الأكثر تداولاً للعالم ليونيل روبنز 1952 م .

2/ مفهوم اقتصادات الرياضة : يتكون من :

الموازنة الاقتصادية بين رغبات كل من المستفيدين من الخدمات او المنتجات المرتبطة بالأنشطة الرياضية المختلفة ، و بين المستثمر أو القائم بالتمويل أو الممول للمشروع ، و هذا يتم في اطار منهج علمي منظم ، يحقق التوازن و التوافق بين الحاجات المراد إشباعها أو الخدمات و الأنشطة الرياضية المختلفة أو المنتج المرتبط بها مع الموارد المتاحة لتكوين رأس المال الموظف للاستثمار في مجال التربية البدنية و الرياضية .

- و النظام الاقتصادي هو مجموعة المبادئ التي تنظم العلاقات الاقتصادية بين أفراد المجتمع و هي التي تحكم سلوكهم في ممارسة النشاط الاقتصادي و التي تحدد الإطار القانوني و الاجتماعي الذي يتم في ظله إنتاج السلع و الخدمات و توزيعها .

- ان أي نظام اقتصادي يتحدد بثلاث عناصر و هي :

- 1 - قوى الإنتاج : يعني عناصر إنتاج السلعة أو الخدمة أو النشاط ، أغلبها من

العنصر البشري ، رأس المال و القدرات التنظيمية .

- 2 - علاقات الإنتاج : و هي الروابط التي تنشأ بين الأفراد نتيجة اشتراكهم في

الإنتاج.

- 3 - علاقات التوزيع : و هي المبادئ التي تنظم طريقة التوزيع .

- 2 - 1 عناصر المشكلة الاقتصادية :

1 - الحاجات و الرغبات التي يحتاجها الإنسان من الأنشطة الرياضية

2 - الموارد المتاحة لتحقيق أهداف الأنشطة الرياضية

3 - طريقة توزيع الموارد على الحاجات و الرغبات من الأنشطة الرياضية .

2 - 2 - المشكلة الاقتصادية في التربية البدنية و الرياضية :

• بالنسبة للفرد : إمكانات الفرد المتاحة لا تفي بالممارسة للأنشطة الرياضية .

• في القطاع الأهلي : متمثلة في المصادر المالية و إمكانات الهيئة الرياضية .

• في القطاع الحكومي : قلة المصادر المالية و الإمكانات المتاحة للمؤسسات

الرياضية المختلفة .

2 - 3 - علاقة الاقتصاد بالرياضة :

- اعتماد الرياضة على الاقتصاد لتمويل مختلف الألعاب اليونيسكو 1986 م
- وسيلة دعاية و إشهار و انتشار .
- تعد سوقا رابحا في مجال الإنتاج و التسويق الرياضي للمنتج و الخدمات الرياضية.

- في قطاع التربية البدنية و الرياضة : يحتوي على مجالين :

- مجال الممارسة بغرض زيادة قاعدة الممارسين اقتناعا بأن ممارسة الرياضة حقا لكل إنسان ، ميثاق اليونيسكو 1978 م .

- مجال البطولة و المنافسة الرياضية : 1 - الهواية (الألعاب الأولمبية)

2 - الاحتراف ، الرياضة كوظيفة أو

مهنة من أجل العائد المادي أو الاقتصادي .

3 / الأهمية الاقتصادية المترتبة على وجود التسويق بالمؤسسة

الرياضية :

1 - زيادة موارد الدولة من الضرائب

2 - زيادة الاتجاه إلى تطبيق التشفير في المجال الرياضي.

3 - استخدام اسم النادي و علاقته التجارية في مجال الصناعة الرياضية ،
الملابس الرياضية ، الأدوات و الأجهزة الرياضية ، معسكرات التدريب ، المنشآت
الرياضية .

4 - المساهمة في التنشيط السياحي .

5 - ترشيد الدعم الحكومي الرياضي .

6 - توفير فرص عمل جديدة لحل مشكلة البطالة .

4 / نموذج عن القيمة الاقتصادية لتنظيم الدورات و المنافسات الرياضية

الكبرى :

أ - التجربة الصينية ، أولمبياد بكين 2008 :

تم توظيف أعدادا ضخمة من المواطنين في بكين على مدار العشر سنوات التي
سبقت الدورة استعدادا للأولمبياد عام 2008 حيث أشار نائب مدير لجنة بلدية بكين
للتتمية و الإصلاح في مؤتمر صحفي عقد في مركز بكين الإعلامي الدولي ، أن عدد
السكان العاملين ازداد إلى (9.427) مليون بحلول عام 2007 من (6.289) مليون
عام (2001) حينما فازت بكين باستضافة الألعاب الأولمبية ، مع معدل نمو سنوي بلغ
(448) ألف وظيفة عمل جديدة ، و سجلت المدينة (16.33) مليون ساكن دائم فيما ظل
ما نسبته (1.89 %) من سكان الحضر بدون عمل تبعا لإحصاءات مكتب العمل و

الضمان الاجتماعي ببيكين ، و بحسب ما أشار له مدير المكتب ، ستبدل جهود إضافية لخلق (330 ألف) آخرين ، و تشير التقارير إلى أن المدينة قد شهدت تنمية اقتصادية و اجتماعية متواصلة على مدار السنوات العشر الماضية و قد ثبت فعلا أن الأولمبياد دفع الاستثمار و التنمية الاجتماعية الشاملة في جوانب شملت تعزيز الضمان الوظيفي و الخدمات الطبية و بناء الأداء الحكومي، و الاستثمار في الرفاهية الاجتماعية و التعليم و النشاطات الرياضية و الثقافية ، و أشارت التقارير النهائية لدورة بكين عام 2008 أنها حققت عائدات مباشرة للصين وصلت إلى حوالي ملياري دولار أمريكي .

و طبقا لما قالته جمعية بحوث اقتصاد أولمبياد بكين ، فإن هذه العائدات كانت من الجمعيات المراعية و منح التراخيص و الإعلانات و التذاكر و حقوق البث ، كما أن استضافة الأولمبياد ساهم بشكل ملحوظ في النمو الاقتصادي للعاصمة ، و أظهرت الأرقام الصادرة من مكتب الإحصاء في بكين أن معدل النمو السنوي الإجمالي الناتج المحلي للمدينة في الفترة 2005-2008 و التي شهدت استثمارات ضخمة من أجل الأولمبياد سوف يصل إلى (11.8 %) بارتفاع (0.8 %) عن الفترة من 2001 إلى 2005 و في عام 2007 وصل إجمالي الناتج المحلي للمدينة إلى (900) مليار يوان حوالي (132) مليار دولار أمريكي بارتفاع (12.3 %) عام 2006 و ساهم الأولمبياد بنسبة (1.14 %) في معدل النمو طبقا لما قاله المكتب ، و بشكل عام فإن الأنشطة الاقتصادية المتعلقة بالأولمبياد ستحقق إجمالي ناتج محلي لبكين قدره (105.5) مليار

يوان ما يعادل (15.34) مليار دولار في الفترة من 2004 - 2008 طبقا لمكتب

الاحصاء في بكين .

و ذكرت سلطات المدينة أنها أنفقت ما يقل عن (13) مليار يوان على انشاء (31) ملعبا للمسابقات الرياضية ، و (45) مركزا للتدريب و منشآت أخرى خاصة بالأولمبياد ، و على المستوى الوطني يقدر أن تحقق الأولمبياد إجمالي منافع اقتصادية و من ضمنها المنشآت تصل إلى قيمة حوالي (600) مليار يوان ما يعادل (88) مليار دولار أمريكي ، و هذا ما أشارت له الدراسة التي أعدها لين شيان بنج أستاذ الرياضة بجامعة بكين .

و من جهة أخرى أكد مسؤول من مصلحة السياحة الوطنية الصينية ، أن الصين شهدت موجة سياحية كبيرة خلال الأولمبياد و بعده ، و هذا ما دفع الدولة إلى تعزيز البيئة التحتية في المواقع السياحية ، و خاصة أن مصلحة السياحة حددت عام الأولمبياد كعام السياحة الأولمبية ، و اتخذت كافة الإجراءات لتعزيز هذا المفهوم و تقديم أفضل الخدمات للسياح ، و خلقت أحداثا سياحية جديدة ، وفقا لإحصاءات أن عدد الزوار للصين وصل إلى (132) مليون سائح ، الأمر الذي احتل المركز الرابع في العالم ، و ازداد عدد السياح إلى الصين بنسبة (2 %) بالمقارنة مع الفترات التي سبقت الألعاب الأولمبية و التي تقدر بـ (64.91) مليون سائح .

و وفقا للتقرير صحيفة الشعب الصينية واسعة الانتشار ، كما نقلتها شبكة الانترنت المشار اليها فان الاقتصاد الصيني لن يعاني من أي مشاكل عقب الأولمبياد ، بل الدلائل تشير إلى أنه سيأخذ دفعة قوية ، و نظريا كما أشارت بعض التقارير من الطبيعي أن يكون للأولمبياد تأثيرات معينة على اقتصاد الدول المستضيفة و هنا يبرز دور و براعة الجهات المنظمة للدورة و كيفية استغلالها لتعزيز اقتصاد الدولة و زيادة النمو فيها.

ب - تجربة بريطانيا ، دورة لندن 2012 : أشارت التقارير إلى أن إنفاق بريطانيا ، لتنظيم الألعاب الأولمبية الصيفية نحو (11.7) مليار يورو لتشييد الملاعب و توفير كل البنى التحتية و الخدمات الضرورية و قد أشارت بعض التقارير المنشورة على شبكات الانترنت أن الاقتصاد البريطاني قد تعزز بمبلغ (9.9) مليار جنيه استرليني من الاستثمار و التعاملات التجارية اثر استضافة دورة الألعاب الأولمبية ، و أولمبياد المعاقين في لندن عام 2012 و أشار تقرير حكومي بريطاني إلى تعزيز هذا الاقتصاد بعقود جديدة و مبيعات اضافية و استثمارات أجنبية نتيجة لهذه الاستضافة ، كما أن حفلات الأولمبياد زادت من مبيعات الأغاني و المقطوعات الموسيقية ، و أشار التقرير إلى أن مجمل ما حصلت عليه بريطانيا من فوائد يصل إلى ما بين (28) مليار إلى (41) مليار جنيه استرليني بحلول عام 2020 م .

كما ساهمت دورة الألعاب الأولمبية عام 2012 بلندن في زيادة الاستثمارات العقارية و على امتداد المملكة المتحدة من بناء سكن للطلاب إلى بناء العقارات الفخمة و قد كانوا جميع المستثمرين راضين تماما بالعائدات التي حصلوا عليها مقابل استثماراتهم كما كسبت لندن الميدالية الذهبية كأفضل مكان للاستثمار بالعقارات ، حيث ارتفعت مبيعات العقارات بنسبة (3.2 %) خلال الربع الأول من عام 2012 و ارتفعت أسعار الايجار في المدينة سنة بعد الأخرى بمعدل (1.5 %).

قائمة المراجع:

- 1- حسام سامر عبدة، الإدارة الرياضية الحديثة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
- 2- حسن أحمد الشافعي، الاستثمار والتسويق في التربية البدنية والرياضية، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، 2006.
- 3- حسين حريم، مبادئ الإدارة الحديثة (النظريات، العمليات الادارية، وظائف المنظمة)، ط2، دار الحامد للنشر، عمان، 2010.
- 4- رائد محمد السطري، الإدارة الرياضية، ط1، دار جليس الزمان، عمان، 2010.
- 5- سعد أحمد شلبي، أسس إدارة التسويق الرياضي، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2005.
- 6- عبد الحميد شرف، الادارة في التربية الرياضية بين النظرية والتطبيق، ط2، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 1999.
- 7- عبد الرحمن محمد مجاهد، الموارد المادية والبشرية ونظم المعلومات في القرى الأولمبية، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، 2013.
- 8- عصام بدوي، نازك مصطفى سنبل، البطولات والدورات الرياضية، استضافتها، تنظيمها، ادارتها، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004.

- 9- علاء الدين حمدي أحمد، استراتيجية تسويق خدمات النشاط الرياضي، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، 2011.
- 10- فائق حسين أبو حليلة، الحديث في الادارة الرياضية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 11- كمال جميل الرضي، الاستثمار الرياضي في التنمية الاقتصادية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 12- محمد عبد العزيز سلامة، سمير عبد الحميد علي، منظور حديث في الادارة الرياضية، ط1، ماهي للنشر والتوزيع، الاسكندرية، 2007.
- 13- مروان عبد المجيد ابراهيم، ادارة البطولات والمنافسات الرياضية، ط1، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع ودار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2002.
- 14- مفتي ابراهيم حمادة، تطبيقات الادارة الرياضية (المدارس، الجامعات، الاتحادات، الأندية الرياضية)، مطابع آمون، القاهرة، 1999.