



دور القطاع الرياضي في التنمية البشرية

The Role Of Sports Field In Human Development

د. توفيق بوعيطة ♦، جامعة أمحمد بوقرة، (مخبر SPAPSA)، بومرداس، الجزائر

د. عبدالرزاق بوعيطة، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوغريبيج، الجزائر

تاريخ النشر: 2020/06/01	تاريخ القبول: 2020/05/15	تاريخ الإرسال: 2020/05/01
الكلمات المفتاحية	الملخص	
القطاع الرياضي؛ التنمية البشرية؛ الاستثمار الرياضي.	تهدف هذه الدراسة النظرية إلى إبراز دور القطاع الرياضي في التنمية البشرية، فمع تطور المجال الرياضي وبرز نجوم عالميين في مختلف الرياضات الجماعية والفردية و إتساع عدد الممارسين والمتابعين له حول العالم أصبحت العلاقة بين الرياضة والاقتصاد علاقة تلازمية وذلك بعد أن أصبحت الرياضة عملية إقتصادية في الأساس، وهذا من خلال عمليتي الإستثمار والتسويق في المجال الرياضي والتي عمدت إليها دول العالم الكبرى مند سنوات عديدة وقامت بتحويل الرياضة إلى صناعة حقيقية تدر عليهم بأرباح جد كبيرة، لذا ارتأينا الخوض في هذا البحث لتتعرف على الدور الذي تقدمه الرياضة للتنمية البشرية وهذا من خلال إستعراض عمليتي الإستثمار والتسويق ومعرفة أوجه المنافع منهما للمساهمة في خدمة التنمية البشرية.	
Abstract	Keywords	
This theoretical study aims to highlight the role of sports in the development of individuals. With the development of sports, the emergence of international super stars (both in team and individual sports) in addition to the increased number of practitioners and followers around the world, the relationship between sports and economy has become correlative because sports have basically turned into an economic transaction; through investments and marketing. Many world's major countries have relied on these activities for many years and have transformed the sports field into a real industry that brings them great profits. So, we decided to make this research to highlight the role of sports in the development of individuals, through reviewing investment and marketing processes and figuring out their benefits to contribute to the human development.	Sports Field; Human Development; Sports Investment.	
JEL Classification Codes : L80 ; L83 ; O10 ; O15 ; Z00 ; Z2		

♦ المؤلف المرسل: بوعيطة توفيق، الإيميل: t.bouaita@univ-boumerdes.dz

1. مقدمة:

يعتبر مفهوم التنمية البشرية مفهوما مطور لمفاهيم تنموية سابقة، كانت تعتبر إن الاستثمار في تحسين القدرات البشرية للمساهمة في النمو الإقتصادي لا يقل أهمية عن الاستثمار في رأس المال المادي، ولكن يختلف عن هذه المفاهيم في أنه يجعل الأفراد هم محور التنمية والمشاركين بها، ويعيد الإنسان إلى مكانه الصحيح في العملية التنموية. (حميدوش، 2013، صفحة 195)

فالإنسان يعتبر الثروة الحقيقية لأي مجتمع وأساس تقدمه، فهو المنتج عندما يبذل الجهد ويستخدم طاقته الذهنية والجسدية، وهو المستهلك عندما يقوم باستهلاك السلع والخدمات التي تلي حاجاته ورغباته، وهو المستثمر عندما ينتج وسائل الإنتاج ويبحث عن مجالات الاستثمار، ما يجعله المحرك الرئيسي لعجلة التنمية وعليه لا يمكن أن تتحقق أهداف التنمية دون تحرير طاقات البشر ودون توفير الجو المناسب لتفجيرها وهذا هو المبدأ الرئيسي في التنمية البشرية. (مزبان، محمودي، و العيداني، 2019، صفحة 30)

ومن المجالات التي تحمل أبعاد تربوية وإجتماعية وتنموية وإقتصادية وسياسية وتعتبر جزء رئيسي من أجزاء التنمية البشرية وتمكن الانسان من تحرير طاقاته نجد القطاع الرياضي، فهذا القطاع يعد أحد أسباب رقي المجتمعات وهي نشاط لا ينفصل عن النشاطات الأخرى، فالرياضة أصبحت في وقتنا الحالي عملية تجارية مربحة في كثير من بلدان العالم، وغدا الاستثمار الرياضي من أهم ضروب الاستثمار الغائبة عن الذهن ومن أكثر الأسلحة فعالية. (الطويل و الحديدي، 2007، صفحة 304)

ومع اقتران الرياضة بالاقتصاد أصبحت تمثل صناعة عالمية بلا منازع؛ حيث يشير مدير الاتصالات بهيئة الأمم المتحدة السيد إريك فالت (Eric Falt) بان الرياضة هي صناعة ذات إمتداد عالمي لم يسبق لها مثيل في العالم وعلى ذلك نجد أن جميع مؤسسات المجتمع سواء العامة أو الخاصة أصبحت تنظر للرياضة على أنها مصدر للتمويل فنجد الجامعات و الثانويات على سبيل المثال في الولايات المتحدة الأمريكية أصبحت تجري عقود رعاية لفرقها الرياضية والبطولات والمنافسات التي تنظمها مع شركات ومؤسسات إقتصادية لزيادة المداخيل وتمويل أنشطتها. (منجحي، 2015، صفحة 01)

فالرياضة قد استطاعت أن تنشأ علاقات متشابكة وحتى مهن متخصصة، ففي فرنسا مثلا هناك ما يقارب 300,000 شخص يمارسون مهن مرتبطة بالرياضة، إداريين، محللين، مستشارين، خبراء، إعلاميين،... إلخ، وبعبارة مختصرة شكلت الرياضة لنفسها خصوصا في الدول المتقدمة قطاعا إقتصاديا منتجا تزداد أهميته وتظهر معالمه يوما بعد يوم. (بربريس، 2017، صفحة 183)

وبالنظر إلى الأرقام التي تحققت الرياضة إقتصاديا نجد على سبيل المثال أن نسبة مساهمة الرياضة في الإقتصاد الإنجليزي قد بلغ 20,3 مليار جنيه إسترليني في عام 2010 قبل الأولمبياد 2012، أي ما نسبته 1,9 % من إجمالي الدخل في إنجلترا، موفرة بذلك نحو 400,000 وظيفة متعلقة بالنشاط الرياضي والأنشطة المتصلة بالرياضة بنسبة 2,3 % من بين جميع الوظائف في إنجلترا وهذا ما جعل الرياضة ترتب ضمن أعلى 15 قطاعا إقتصاديا في إنجلترا متجاوزة

بذلك صناعة السيارات، وخدمات الإتصالات، والخدمات القانونية، والمحاسبة، والنشر والإعلان والمرافق العامة. (منجحي، 2015، صفحة 01) لذا فان دول العالم الكبرى تولي إهتماما كبيرا لقطاع الرياضة وهذا لمعرفةهم بأن هذا المجال يعد جزء هام من أجزاء التنمية البشرية.

1.1. إشكالية الدراسة:

وعلى ضوء ما سبق فان الإشكالية الرئيسية هي التالية: ما دور القطاع الرياضي في التنمية البشرية ؟

2.1. أسئلة الدراسة:

للإحاطة بجوانب هذا البحث سنحاول الإجابة على التساؤلات التالية :

- ما هي العلاقة بين التنمية البشرية والنمو الاقتصادي؟

- ما هو دور القطاع الرياضي في خدمة التنمية البشرية؟

3.1. فرضيات الدراسة: نسعى في هذه الدراسة للتحقق من الفرضيات التالية

- توجد علاقة بين التنمية البشرية والنمو الاقتصادي .

- للقطاع الرياضي دور في خدمة التنمية البشرية .

4.1. أهداف الدراسة:

يهدف هذا البحث إلى توضيح دور القطاع الرياضي في خدمة التنمية البشرية وهذا من خلال تبيان العلاقة بين الرياضة والاقتصاد، وكيف تلعب كل من عمليتي الاستثمار والتسويق في المجال الرياضي دورهما الفعال للمساهمة في خدمة التنمية البشرية.

5.1. منهج الدراسة:

من أجل الوصول إلى أهداف الدراسة والتحقق من الفرضيات المطروحة نعلم في دراستنا على المنهج الوصفي لوصف متغيرات الدراسة، بالإضافة إلى المنهج التحليلي لتحليل البيانات والمعطيات المتحصل عليها.

2. التنمية البشرية وعلاقتها بالنمو الاقتصادي: إطار نظري

1.2. مفهوم التنمية البشرية:

يعد مفهوم التنمية البشرية مفهوما قديما قدم الفكر الإنساني، حيث نجد له أصولا في الفكر اليوناني مع أرسطو وفي الفكر العربي الاسلامي مع ابن خلدون وفي الفكر الغربي مع فرانسوا كوينسن، وقد إستلهم برنامج الأمم المتحدة الإنمائي هذا المفهوم وجعله عنوانا لتقريره السنوي الذي أصدره للمرة الاولى عام 1990 وطبقا لما ورد في هذه التقارير فان التنمية البشرية تعرف على أنها عملية توسيع إختيارات الناس، وهذه الإختيارات بطبيعتها لانهائية، غير أنها محددة في الواقع بمحددات إقتصادية، إجتماعية، ثقافية وسياسية، وكذا ما هو متاح لتلبية هذه الإحتياجات. (لمطوش و اقسام، 2016، صفحة 149)

وقد فسر مصطلح التنمية البشرية على أنه "تنمية الناس من أجل الناس"، وكما فسر آخرون ذات المصطلح على أنه "هو الإستخدام الأفضل للموارد المتاحة للدولة بشكل عادل يضمن إستمرارية النمو الإقتصادي فيها وأن مظاهر التنمية البشرية المهمة هي: العناية بالأمن الغذائي، تعميم خدمات الصحة والتعليم في مناطق الدولة المختلفة مع توفير فرص العمل المنتج". (مزبان، محمودي، و العيداني، 2019، صفحة 30)

كما أن التنمية البشرية ليست هي التنمية التي تؤدي إلى نمو إقتصادي وحسب، بل هي التي تسمح إلى جانب ذلك بتوزيع مكاسبه بعدالة بين الأفراد، بالحفاظ على البيئة بدلا من تخريبها، تدعم قدرات البشر تعزز إندماجهم في مجتمعاتهم بدلا من تهميشهم. (طالم، 2018، صفحة 107)

إذن هي عملية تعزيز وتدعيم فعالية الفرد الحالية و المستقبلية، والعمل على تغيير كل من سلوك و إتجاهات الفرد في العمل بما يساهم في تحقيق الأهداف المرجوة من عملية التنمية، والتي تستلزم تعديل كل من الإدراك والمهارات، وقدرت عرفت تقارير الأمم المتحدة التنمية البشرية بأنها (عملية توسيع الخيارات المتاحة للناس وهذه الخيارات هي أ- العيش حياة طويلة وصحية، ب- الحصول على المعارف، ج- الحصول على الموارد الضرورية لتوفير مستوى المعيشة المناسب). (غيدان، 2015، صفحة 122)

ومن حيث المبدأ، فإن هذه الخيارات غير محدودة وتتغير بمرور الوقت، غير أنه يجب تمييز ثلاثة خيارات أساسية هي "أن يحيا الناس حياة مديدة وصحية (خالية من الأمراض)، وأن يكتسبوا المعرفة (التعليم)، وأن يحصلوا على الموارد اللازمة لتحقيق مستوى معيشة لائق" وتتسع بعد ذلك الخيارات لتشمل الحريات السياسية والإقتصادية والإجتماعية، والتمتع باحترام الذات، وتوفير فرص الإبداع والإنتاج. (طهراوي، 2017، صفحة 189)

وفي ظل تطور مفهوم التنمية البشرية تم إضافة بعد جديد وهو الإستدامة ليتحول المفهوم الحديث إلى التنمية البشرية المستدامة، إذ عرفها المدير التنفيذي لبرنامج الأمم المتحدة على أنها "تنمية لا تكفي بتوليد النمو وحسب بل توزع عائدها بشكل عادل أيضا، وهي تجدد البيئة وتمكن الناس بدل تهميشهم وتوسع خياراتهم وفرصهم، وتؤهلهم للمشاركة في القرارات التي تمس حياتهم وبذلك فهي عملية توسيع خيارات الناس وقدراتهم"، من خلال بناء رأس المال الإجتماعي، بحيث تتم تلبية إحتياجات الأجيال الحالية بأكبر قدر ممكن من الإنصاف دون المساس بحقوق الأجيال القادمة. (لمطوش و اقسام، 2016، صفحة 150)

2.2. العلاقة بين التنمية البشرية والنمو الاقتصادي:

ذكر تقرير التنمية البشرية للعام 1996 أنه لا توجد صلة تلقائية بين النمو الإقتصادي والتنمية البشرية، ولكن هذه الصلة تتشكل بواسطة السياسات والتصميم، وإنها يمكن أن تعزز بعضها بعضا، لأن النمو الإقتصادي سيؤدي بفعالية وسرعة إلى تحسين التنمية البشرية، وينبغي أن يتركز دور السياسات الحكومية في هذا الصدد على تحسين طبيعته (بنينته)، ونوعية النمو الإقتصادي وذلك فضلا عن العمل على زيادة وتيرته في بعض الدول. (حميدوش، 2013، صفحة 199_200)

ويعتمد تعزيز التنمية البشرية في النمو الإقتصادي على تراكم رأس المال البشري من خلال الإستثمارات في الصحة، والتعليم، والتغذية ومهارات التدريب، كما يعتمد أيضا على حصول الناس على فرص عمل كي يساهموا في العملية الإقتصادية من خلال المشاركة الإجتماعية، والسياسية، والإقتصادية. (طهراوي، 2017، صفحة 190) كما ميز التقرير للعام 1996 خمسة أصناف من النمو الإقتصادي التي ينبغي تجنبها إذا أريد للتنمية البشرية التقدم والإطراد وهي (حميدوش، 2013، صفحة 200):

- 1_ النمو الذي لا يتبع بفرص عمل، وتزداد معه البطالة بكل شروطها الإجتماعية.
- 2_ النمو غير الرحيم، أي الذي تعود غالبية ثماره على الأغنياء تاركة ملايين البشر يسقطون تحت خط الفقر.
- 3_ النمو الأبكم، أي النمو غير المقترن بالديموقراطية، أو التمكين من تحقيق حقوق المشاركة.
- 4_ النمو المنبت الجذور، أي الذي يطمس الهويات الثقافية سواء من خلال إستيراد أنماط غريبة للحياة، أو من خلال الجور على الحقوق الثقافية للأقليات.
- 5_ النمو الذي لا مستقبل له، حين يبدد الجيل الحالي الموارد التي تحتاج إليها الأجيال التالية، بالاستغلال الجائر، والتلوث والإخلال بالتوازنات البيئية، والعبث بالتنوع البيولوجي.

3. دور القطاع الرياضي في التنمية البشرية:

1.3. علاقة الرياضة بالإقتصاد:

قبل الحديث عن العلاقة التي تربط النشاط الرياضي بالإقتصاد من الضروري تحديد أولا مفهوم علم الإقتصاد، حيث أن علم الإقتصاد يعني "العلم الذي يعنى بدراسة النشاط الإنساني في سعيه لإشباع حاجاته الكثيرة والمتزايدة بواسطة موارده المحدودة"، ويعرفه محمد دويدار بأنه "علم القوانين التي تحكم العلاقات الإقتصادية، أي العلاقات الإجتماعية التي تنشأ بين أفراد المجتمع بواسطة الأشياء المادية والخدمات التي تشبع حاجات الإنسان في المجتمع أي اللازمة لمعيشة الأفراد في معيشتهم المادية والثقافية". (بربريس، 2017، صفحة 180)

وعموما فالنظام الإقتصادي يعتبر مجموعة المبادئ التي تنظم العلاقات الإقتصادية بين أفراد المجتمع وهي التي تحكم سلوكهم في ممارسة النشاط الإقتصادي والتي تحدد الإطار القانوني والإجتماعي الذي يتم في ظلّه إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها، وهو يتحدد بثلاث عناصر أساسية هي (بن عكي، 2015، صفحة 138):

- 1_ قوى الإنتاج: أي عناصر إنتاج السلعة أو الخدمة أغلبها العنصر البشري، رأس المال والقدرات التنظيمية.
- 2_ علاقات الإنتاج: أي الروابط التي تنشأ بين الأفراد نتيجة إشتراكهم في الإنتاج.
- 3_ علاقات التوزيع: وهي المبادئ التي تنظم طريقة التوزيع.

أما بالنسبة لعلاقة الإقتصاد بالرياضة تكمن في أن الرياضة تعتمد على الإقتصاد لتمويل مختلف الألعاب اليونسكو 1986 م، وهي وسيلة دعاية و إشهار و إنتشار وتعد سوقا داجما في مجال الإنتاج والتسويق الرياضي للمنتج والخدمات الرياضية ويحتوي على مجالين (المهادي و رعاش، 2011، صفحة 43):

- 1_ مجال الممارسة بغرض زيادة قاعدة الممارسين مع إقناع بان الممارسة حقا لكل إنسان، ميثاق اليونسكو 1978م.

2_ مجال البطولة والمنافسة الرياضية.

أ_ الهواية (الألعاب الأولمبية)

ب_ الإحتراف لأن الرياضة كوظيفة أو مهنة من أجل العائد المادي أو الإقتصادي.

فالرياضة أصبحت تشكل علاقة وثيقة بالإقتصاد، ومن بين الإسهامات المباشرة للرياضة والتي تدعم الإقتصاد ما يلي (محمود و رشيد، 2014، صفحة 130_131):

1_ تنظيم التظاهرات الرياضية الكبرى وإقامة البطولات والدورات التي تعد مصدرا ماليا للدولة المنظمة.

2_ التسوق والرسوم وحقوق النقل التلفزيوني وعوائد الدعاية والإعلان والتي تصب في مصلحة الدولة.

3_ تخصيص الفرد والأسرة لميزانية خاصة في النشاط الرياضي كإقتناء الملابس الرياضية.

4_ حضور المباريات ومشاهدتها عبر القنوات التلفزيونية المشفرة ذات الرسوم المختلفة التكاليف.

5_ رسوم النوادي الاهلية وصلات اللعب والتدليك والعلاج الطبيعي.

6_ واردات السياحة الرياضية.

هذا بالنسبة للعلاقة القائمة بين الرياضة والإقتصاد أما بالنسبة لدور القطاع الرياضي في التنمية البشرية فإن الرياضة كممارسة أو حدث تعد مادة إستهلاكية لمختلف الأسر، قدرت قيمتها سنة 1999 بما يقارب 74 مليار فرنك فرنسي، منها 20 مليار خصصت لإقتناء الملابس والأحذية الرياضية، 27,6 مليار لإقتناء مختلف الخدمات المعروضة من قبل مختلف الفرق الرياضية، وكنشاط إنتاجي إستطاع القطاع الرياضي إنشاء سوق يقارب 1% من الناتج المحلي الخام لمجمل دول منظمة التعاون والتنمية الإقتصادية OCDE، وإتسع نطاق أسواق المعدات والتجهيزات والألبسة والأحذية الرياضية لتصبح بحق عالمية، وتنشط بها مؤسسات مختلفة الأحجام، صغيرة، متوسطة، كبيرة. (بربريس، 2017، صفحة 182)

فالرياضة لها آثار إقتصادية يمكن إستخدامها لتحقيق التنمية، ليس فقط على المستوى المحلي، وإنما على المستوى الدولي. وتتمثل في كيفية خلقها لمناصب عمل، وكذلك تحفيز النمو وزيادة الصادرات، فهي كلها أمور أساسية تخص إستراتيجية التنمية الإقتصادية بالرياضة، بالإضافة إلى ضرورة الأخذ بعين الإعتبار كيفية المساهمة في توفير صحة ورفاهية البلد، وكذا المساهمة في الإقتصاد عموما سواء على المستوى المحلي أو الدولي. (أمعافية، 2018، صفحة 53)

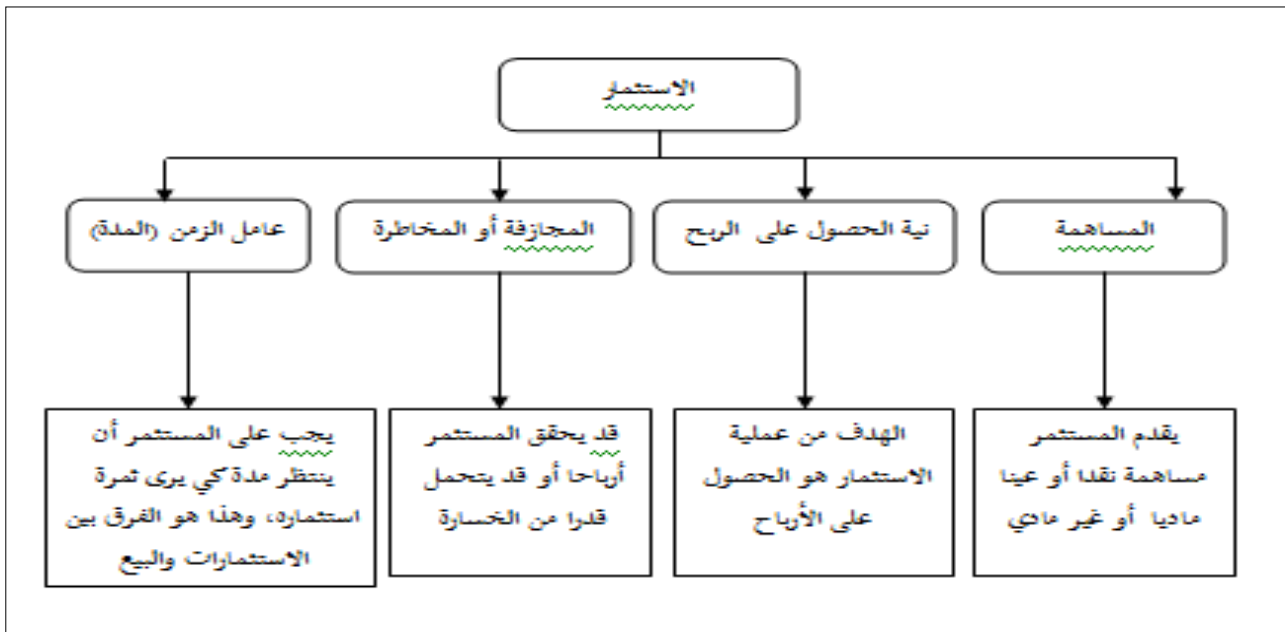
ومن الخيارات التي تمنحها التنمية البشرية هي أن يحيا الناس حياة مديدة وصحية (خالية من الأمراض) وهذا لن يكون إلا عن طريق القطاع الرياضي الذي يمنح أسلوب الحياة الصحية واللياقة البدنية التي تضاعف من جهود الناس في أعمالهم وبالتالي الدفع من عجلة النمو الإقتصادي في مختلف المؤسسات إلى الأمام، ومن بين العوامل المساهمة بشكل فعال في التنمية البشرية في عالم الرياضة نجد كل من مجالات الإستثمار والتسويق إذ تعتبر مجالات هامة جدا لتحقيق النمو الإقتصادي في مختلف الدول.

2.3. الإستثمار في المجال الرياضي:

يعتبر الإستثمار نهجا إقتصاديا حديث النشأة ظهر في أواسط السبعينات بعد زيادة حجم الإنتاج من النفط وما تبع ذلك من إرتفاع في الأسعار، فالإستثمار يتضمن غالبا التضحية بمجموعة من النفقات الإستثمارية المخططة بهدف الحصول على مجموعة متوقعة أكبر من التدفقات النقدية والتي تتميز بوجه عام بأنها غير مؤكدة خلال فترات زمنية مختلفة، كما عرف على أنه التضحية بأموال حالية في سبيل الحصول على أموال مستقبلية. (منجحي، 2015، صفحة 94)

وفيما يلي رسم توضيحي يساعدنا على إعطاء فكرة عن عملية الإستثمار:

شكل (01): شكل توضيحي لفكرة الإستثمار



المصدر: بربريس، شريف. (2017). "إقتراح مشروع تمهيدي لتحسين المردود الإقتصادي للأندية الرياضية الجزائرية في

إطار نظام القطاع الخاص". أطروحة دكتوراه، معهد التربية البدنية والرياضية، سيدي عبد الله، جامعة الجزائر 03، ص 214 .

وإذا كان هذا هو مفهوم الإستثمار بشكل عام، فإن الإستثمار في المؤسسات الرياضية يهدف إلى زيادة رأس أموالها عن طريق توظيف رأس المال، في مجال الأنشطة الرياضية المختلفة، مما يتيح تبادل المنفعة بين المستثمرين، وبين المؤسسات الرياضية المختلفة، فالمستثمر يستثمر أمواله وتستثمر المؤسسات الرياضية إمكانياتها المادية والبشرية اللازمة للأنشطة الرياضية (اللاعب، الإداري، الجمهور). (منجحي، 2015، صفحة 94)

1.2.3. أوجه منافع الاستثمار في المجال الرياضي والمساهمة في التنمية البشرية:

تمثل المنافع الإقتصادية بتعزيز فرص العمل وتدعيم القطاعات السائدة للاستثمارات الرياضية وتطوير البنى التحتية، والإستثمار الرياضي وتحديدًا في بطولات كأس العالم لكرة القدم تمنح الثقة بالإقتصاد المحلي للدول المستضيفة وتعد مؤشرا على الإستقرار والنمو الإقتصادي، وتبلغ حجم صناعة الرياضة ما يصل إلى (700) مليار دولار سنويا،

وهذا الحجم يفوق الدخل القومي ل (130) دولة. وتشكل كرة القدم والإستثمار في بطولات كأس العالم لكرة القدم 80 % بين مختلف الألعاب الرياضية، وتعد الإستثمارات الرياضية المقدمة ب (200) مليار دولار أمريكي لإستضافة دولة قطر لبطولة كأس العالم لكرة القدم لعام 2022 الأكبر على مستوى العالم بين مختلف الأحداث الرياضية الكبرى في كرة القدم والألعاب الأخرى. (الشكرجي، الحسيني، و النعيمي، 2019، صفحة 108) ومن بين الفوائد التي تجنيها المؤسسات الرياضية من عملية الإستثمار وتساهم في دفع عجلة التنمية البشرية إلى الأمام ما يلي (محمود و رشيد، 2014، صفحة 131):

- 1_ تسخير مبالغ لإعادة بناء البنية التحتية الرياضية للمنشآت وتطويرها.
- 2_ دعم القاعدة الأساسية البشرية والمادية للأنشطة الرياضية المختلفة.
- 3_ التنوع في تقديم الخدمات إلى المستفيدين من الناس المهتمين وبالتالي إزدهار المؤسسة الرياضية وزيادة الإقبال عليها لتنوع مصادر الخدمة فيها.
- 4_ تحقيق نسبة من الأرباح للمؤسسة الرياضية (وزارة _ نادي _ غيره).
- 5_ زيادة واردات الأندية والمؤسسات الرياضية وبالتالي التوصل إلى تحقيق الإنجاز العالي وإختيار الأفراد المناسبين لوجود الدعم المالي الكافي الذي يغطي تلك النفقات الكبيرة.
- 6_ تحويل الرياضة إلى صناعة حقيقية ... صناعة الشباب والمواهب الرياضية من جانب وكذلك تدوير الأموال وتطوير الإقتصاد الوطني من جانب آخر، ولمعرفة حجم المنافع الإقتصادية المتحققة والمتوقعة من إستضافة بطولات رياضية نستعرض بطولات كأس العالم لكرة القدم.

الجدول (01): المنافع الإقتصادية المتحققة والمتوقعة من إستضافة بطولات كأس العالم لكرة القدم

(ملايين الدولارات)

الإجمالي	2018	2017	2016	2015	المنفعة الاقتصادية (الإيرادات)
3,000	2,437	209	96	258	حق البث الإذاعي والتلفازي
1,450	9,7	261	115	157	حق التسويق الرياضي
363	60	48	204	51	حقوق التراخيص
575	530	45	0	0	بيع التذاكر
268	52	51	87	78	مصادر أخرى
5,656	3,996	614	502	544	الإجمالي

المصدر: الشكرجي بشار دنون محمد؛ الحسيني، دعاء نعمان محمد؛ النعيمي، أحمد عبد الكريم أحمد. (2019). "الإستثمار الرياضي: المنافع والكلف دراسة إستشرافية لاستضافة قطر لبطولة كأس العالم لكرة القدم 2022". مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، العراق، المجلد 11، العدد (24)، ص 108 .

"فالإستثمار الرياضي يحتل مرتبة في إقتصاد الدول بسبب إرتفاع عدد الشباب كما أنه في نفس الوقت تستخدم الأنشطة الرياضية والمراكز والأندية كعامل قوي لصيانة وحماية الشباب من الإنحرافات الخطيرة وسلوك الطرق المشبوهة بسبب الفراغ والملل" (نزال و كاظم، 2018، صفحة 218).

والتنمية البشرية بحاجة إلى المنافع الإجتماعية المتأتية من الإستثمار الرياضي وذلك بسبب تبادل تجارب الشعوب والتعرف على عادات وتقاليد البلدان الأخرى، وتدعيم السلوكيات الأخلاقية الإيجابية للتأثير على الصحة العامة ومعالجة الأمراض النفسية. كما أن له منافع البيئية، فقد أشار (Paul) بأن أغلب المنظمات المشرفة على إقامة البطولات الرياضية ومنها الإتحاد الدولي لكرة القدم (FIFA) تشترط أن تكون البيئة التي تقام فيها البطولات خالية من عوامل التلوث والأضرار البيئية، وكذلك فمن الناحية الطبيعية فقد أكد (Paul) بأن المنافع تتضمن المحافظة على اللياقة البدنية والصحة العامة. (الشكرجي، الحسيني، و النعيمي، 2019، صفحة 108_109)

وهذا ما تصبو إليه أهداف التنمية البشرية (الحياة الخالية من الأمراض والصحية، الحصول على الموارد الضرورية لتوفير مستوى المعيشة المناسب)، والإستثمار في المجال الرياضي يعد من أهم العوامل الفاعلة في تحقيق هذه الأهداف وهذا من خلال الإستثمار في العمليات الإقتصادية ذات الفوائد الكبيرة والمتعددة وذات المردود الإيجابي نحو بناء إستراتيجية إقتصادية مستقبلية تركز عليها الأجيال، والإستثمار الرياضي يعد من أقصر الطرائق وصولا إلى النجاحات الإقتصادية، وقد إستثمرت المجتمعات القطاع الرياضي بمختلف الإستثمارات الرياضية إلى أن قادها إلى الإزدهار الرياضي والإقتصادي على حد سواء. (شاكر و عبد الزهرة، 2017، صفحة 82)

2.2.3. الإستثمار الرياضي في الجزائر:

يمكن إستخلاص بعض النقاط ندرجها كالتالي (منجحي، 2015، صفحة 102):

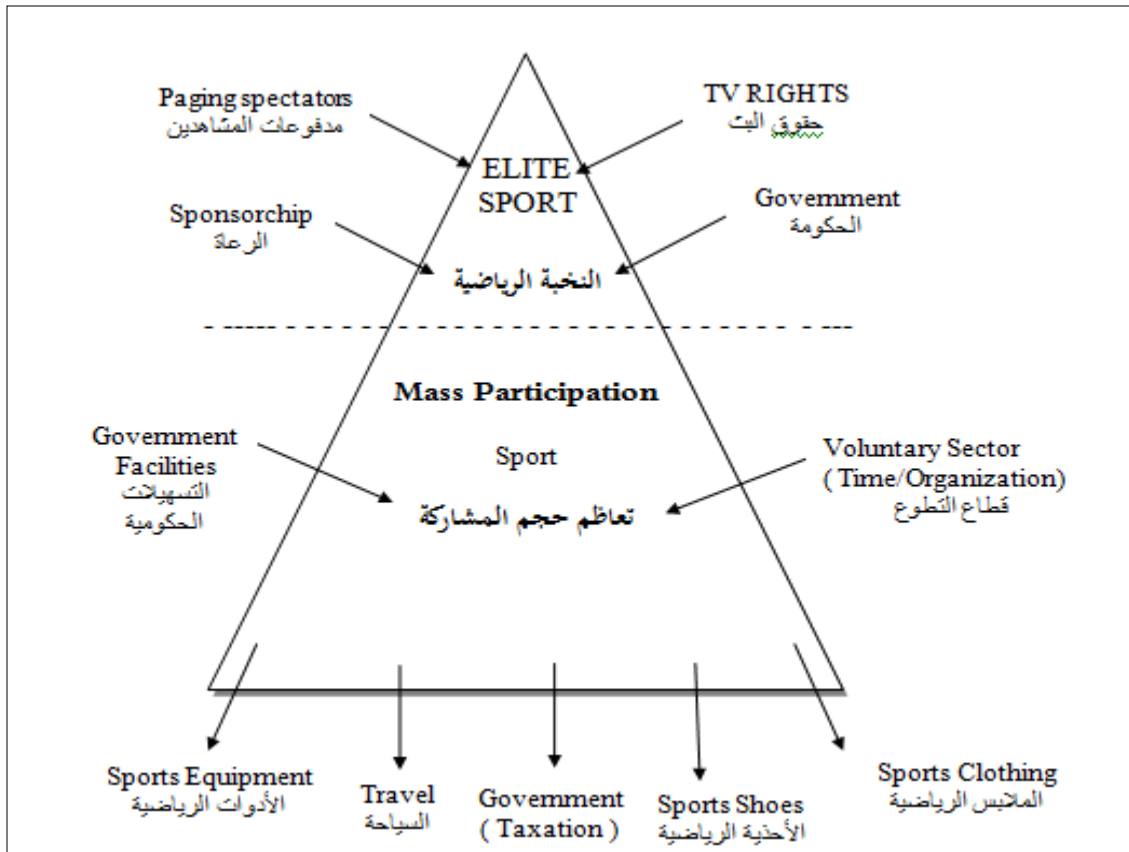
- 1_ رغم كل الجهود المبذولة لتطوير الإستثمارات الرياضية إلا أنه يضل ضعيفا جدا وغير محفز.
- 2_ مازال التوجه إلى قطاع المحروقات ينال النصيب الأكبر من الإستثمارات على عكس الإستثمار الرياضي.
- 3_ هناك مجموعة من العوائق التي تحد من تدفق الإستثمار في المجال الرياضي كإنصراف الدولة في الإستثمار في هذا المجال بالإضافة إلى طبيعة القوانين والتنظيمات في هذا المجال.
- 4_ لم يحقق الإستثمار الرياضي الأهداف التي تسعى إليها الدولة.
- 5_ تعتبر المعوقات الإدارية من أهم المعوقات في طريق الإستثمار الرياضي.
- 6_ لابد من إتخاذ التدابير اللازمة للحد من المعوقات ولا يكون ذلك إلا بإرادة سياسية قوية وفعالة.

3.3. التسويق في المجال الرياضي:

يعتبر التسويق الرياضي أكثر وظائف المنظمات والمؤسسات الرياضية تعقيدا وأهمية لذلك مصطلح التسويق يعتبر من المصطلحات الشائعة على ألسنة الناس العامة والمتخصصين، بعض الناس يعرفون التسويق الرياضي في ضوء تجاربهم وممارساتهم الشخصية، دون أن يكون لديهم إدراك كامل بالدور الذي يقوم به التسويق في تنفيذ وتحقيق أهداف

المؤسسة، فعلى سبيل المثال تقوم بعض السلطات التنفيذية بوصف التسويق الرياضي على أنه للبضائع والخدمات لتحقيق ربح ما، وهذا مفهوم قاصر فالتسويق الرياضي عملية تتعدى في مفهومها مجرد بيع. (بن عكي، 2015، صفحة 149) "وقد قام كل من "ستونادر" و "بيتس" بتعريف التسويق الرياضي على أنه عملية تصميم وتنفيذ أنشطة رباعية الإتجاه "المنتج، السعر أو الثمن، المكان التوزيع" للمنتج الرياضي لإنشاء حاجات ورغبات المستهلكين وتحقيق أهداف الشركة" (ونوفي، حوداشي، و شارف، 2019، صفحة 59)

الشكل رقم 02: السوق الرياضي The Sports Market



المصدر: درويش، كمال الدين عبد الرحمن؛ وآخرون. (2013). "إقتصاديات الرياضة". مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ص 64 والشكل يوضح الطبيعة الهرمية لسوق الرياضة مع مجموعة صغيرة من اللاعبين في قمة الهرم، وفي هذه القمة تتدفق الأموال على الرياضة من الرعاة وأموال المشاهدين وحقوق البث التلفزيوني والحكومة وتعاظم حجم المشاركة في السوق الرياضية في قاعدة الهرم من خلال شركات الأحذية الرياضية والملابس، والضرائب والسياحة والسفر والأدوات الرياضية وقطاع التطوع والتسهيلات الحكومية والشكل يوضح أنه في الوقت الذي تساند فيه الحكومات الرياضية لتحقيق المشاركة الجماعية والتفوق الرياضي إلا أنها تفرض الضرائب على الرياضة التي تحد من إنطلاقها خاصة في مجال الأدوات والمنشآت الرياضية. (درويش و آخرون، 2013، صفحة 64). والعاملون في الإعلانات والعلاقات العامة ربما يعتبرون التسويق الرياضي هو بيع التذاكر الأكثر تمييزاً للعملاء، أو ضمان التسلية والترفيه في الملاعب الرياضية، ولكن التسويق الرياضي هو أكثر من مجرد مفهوم العاملين في مجال الإعلانات والعلاقات العامة. (بن عكي، 2015، صفحة 149)

ومن خلال ما سبق يمكن إستنتاج بأن « التسويق الرياضي هو عبارة عن إمتداد للتطبيقات الكلاسيكية للتسويق في المجال الرياضي ويستخدم: أولاً لغرض تسويق المنتجات/ الخدمات الرياضية (المنظمات الرياضية... إلخ)، ثانياً بغرض إستقطاب واجتذاب عدد كبير من المشاهدين (أهداف وسائل الاعلام) وأخيراً بغرض تحقيق أهداف إتصالية (المؤسسات الاقتصادية) أي التي تستخدم الرياضة كمجال للاتصال». (بن بوزيان، 2011، صفحة 22)

1.3.3. أساليب التسويق الرياضي:

هي مجموعة الأنشطة المختلفة التي يمكن تطبيقها باستخدام المجالات الرياضية والبطولات والدورات والمنافسات الحلية والدولية والقارية والأولمبية في التسويق الرياضي وفقاً لما يلي (مرتات، 2010، صفحة 71):

- 1_ تسويق حقوق الرعاية والإعلان
- 2_ التسويق التلفزيوني
- 3_ تسويق البطولات الرياضية
- 4_ تسويق اللاعبين
- 5_ تسويق المنشآت الرياضية والإجتماعية
- 6_ تسويق الخدمات الإجتماعية
- 7_ تسويق برامج الإعداد والتدريب الرياضي
- 8_ التسويق في مجال التغذية الرياضية
- 9_ تسويق تكنولوجيا المعدات الرياضية

2.3.3. أوجه منافع التسويق في المجال الرياضي والمساهمة في التنمية البشرية:

يسعى التسويق في المجال الرياضي إلى الإرتقاء بمستوى الأنشطة الرياضية ومجالات التربية البدنية والتدريب والإدارة والترويج وجذب الإهتمام نحو ممارسة الرياضة وتوضيح قيمتها للإنسان، وإعتبره مصدراً لتنمية موارد المؤسسات الرياضية وزيادة موارد الدولة من الضرائب بما تحققه من ربح وعائد مادي، إلى جانب توفير فرص عمل جديدة والتفاعل الإجتماعي بين المؤسسة الرياضية وجمهور المستهلكين. (رشيد و خلف، 2018، صفحة 412)

فالعلاقة بين الرياضة والإقتصاد أصبحت علاقة تلازمية بتطور التسويق الرياضي واتساع رقعته، وبنمو مجال التسويق الرياضي وإنتشاره وتنافس الشركات على رعاية الأحداث الرياضية غدت المنشآت الإنتاجية هي الممول الرئيسي لمعظم المناشط الرياضية الصغيرة منها والكبيرة خاصة في الدول المتقدمة وكثير من دول العالم. (الطويل و الحديدي، 2007، صفحة 315)

ولمعرفة حجم بعض المنافع المتأتية من مكاسب التسويق الرياضي للأندية العالمية نستعرض الجدول التالي:

الجدول (02): ترتيب أحسن أندية عالمية 2008

الترتيب	قيمة الأرباح المحققة (مليون أورو)	الدولة	النادي
1	365,8	اسبانيا	ريال مدريد
2	324,8	بريطانيا	مانشستر يونايتد
3	308,8	اسبانيا	برشلونة
4	295,3	ألمانيا	بايرن ميونيخ
5	268,9	بريطانيا	تشيلسي
6	264,4	بريطانيا	أرسنال
7	210,9	بريطانيا	ليفربول
8	209,5	إيطاليا	ميلان
9	175,4	إيطاليا	روما
10	172,9	إيطاليا	إنترميلان

المصدر: حنيش الحاج. (2009). "إستراتيجية التسويق في المؤسسات والمنشآت الرياضية". رسالة ماجستير، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر 3، ص 112 .

"وكل هذه النوادي الرياضية تعمل على إستقطاب أحسن اللاعبين في العالم، حيث يحتدم الصراع بين تلك الأندية على جلب نجوم الرياضة وإحتكار العقود الرياضية، لإستثمارها في تمويل النادي وإبرام الصفقات التجارية المختلفة" (حنيش، 2009، صفحة 112)

أما بالنسبة لمساهمة التسويق في المجال الرياضي في التنمية البشرية فيمكن حصرها في بعض النقاط هي كالأتي (بن بوزيان، 2011، صفحة 23_24):

- _ تلبية الحاجات الرياضية للأفراد على أحسن وجه.
- _ جذب إهتمام نحو ممارسة الرياضة.
- _ توفير فرص عمل جديدة.
- _ السماح للأفراد بالإستفادة من إيجابيات الرياضة (الصحية، النفسية، الإجتماعية) وذلك عن طريق التحسيس.
- _ زيادة موارد الدولة من الضرائب كنتيجة للنشاطات المتعددة للمنظمات الرياضية.
- _ ترشيد الدعم الحكومي لتدخل القطاع الخاص لدعم الرياضة.
- _ يعتبر أداة للتنمية سواء في توفير فرص العمل أو المساهمة في الناتج الداخلي الخام فمثلا إسبانيا والبرازيل تحقق عائد هام من إيرادات الرياضة.

وعليه فان التسويق الرياضي يساعد على توفير أهم شرطين من التنمية البشرية (أسلوب الحياة الصحية والحصول على الموارد الضرورية لتوفير مستوى المعيشة المناسب)، وهذا من خلال التسويق للرياضة بمختلف أشكالها وخصوصا أن عدد كبير من الشباب يمارس الرياضة ولكن من دون تأطير، والتسويق الرياضي يعمل على إحتواء هؤلاء الشباب ويقدم لهم

خدمات وبرامج عديدة، ويعتني بالفئات العمرية ويؤهل الأندية والمنتخبات للمشاركة في المنافسات الدولية، لذا فان التسويق الرياضي يساهم بشكل مباشر في التنمية البشرية من خلال الترويج للسلع والمنتجات والخدمات الرياضية ويروج أساليب التدريب الرياضي التي تحسن من صحة ولياقة الإنسان وأيضا يوفر فرص عمل تحسن من مستوى معيشة الأفراد في مجتمعاتهم المختلفة.

3.3.3. التسويق الرياضي في الجزائر:

زاد الإهتمام في الآونة الأخيرة بدراسة وتطبيق المفاهيم التسويقية، خاصة الجزائر وذلك بعد إتحاد الدولة لسياسات الإصلاح الإقتصادي وتحرير الإقتصاد لتعمل في ظل الآليات الجديدة للسوق التي تقوم على المنافسة بين المنظمات المختلفة وبالرغم من هذا التوجه للدولة إلا أنه في حقيقة الأمر لم يتبع الآليات السليمة في مجال التسويق الرياضي إلى يومنا هذا نتيجة وجود فجوات كبرى في التمويل ومن جهة أخرى أكثر دقة في أعمال تسيير تلك الموارد المتوفرة لدى تلك الهيئات الرياضية وإلا غياب لوائح وقوانين لتسهيل من العمل التسويقي في المجال الرياضي بالشكل الأمثل. (ونوقي، حوداشي، و شارف، 2019، صفحة 68).

4. الخاتمة:

تمكنت العديد من دول العالم من جعل الرياضة صناعة حقيقية تجنى من خلالها العديد من الأرباح وهذا من خلال عمليتي الإستثمار والتسويق، فالنظم التقليدية للرياضة قد تحولت تماما إلى كونها نشاطا إقتصادي وإستثماري وصناعة قائمة بجد ذاتها، كما أن حجم الإستثمارات الكبيرة والتسويق في الأنشطة الرياضية وفي مختلف الأحداث الرياضية أصبحت تحتل مراتب متقدمة على العديد من القطاعات الصناعية، وعليه أصبح القطاع الرياضي يساهم في خدمة التنمية البشرية وهذا من خلال نشر ثقافة الحياة الصحية الخالية من الأمراض وتوفير فرص عمل للعديد من الشباب والإستثمار في مواهبهم للصالح العام، وعموما توفر الرياضة كمنشط للإنسان اللياقة البدنية والصحية وهذا لوحده كافي لتحقيق هدف من أهداف التنمية البشرية وبدون النظر إلى عالم الإستثمار والتسويق، لذا لا بد من أن تساهم الدولة في إستثماراتها وتسويقها للمؤسسات الرياضية حتى يعود النفع على دفع حركة الإقتصاد الوطنية للأمام وحتى يتم توفير حلول للشباب في إيجاد فرص للعمل وخصوصا الشباب الممارس للرياضة والطموح إلى تحقيق أشياء في عالم الرياضة تؤدي إلى إنتفاع عدد كبير من الناس، وهذا ما يثبت صحة الفرضيات المطروحة؛ ومنه نوصي بالاهتمام بهذا القطاع في الجانب الاستثماري خاصة الاستثمار الذي يقوم به القطاع الخاص، من حيث إنشاء نوادي رياضية تعمل على العديد من الجوانب الرياضية والاجتماعية وحتى الاقتصادية، مما يساهم في التنمية البشرية.

5. المراجع:

- الحاج حنيش. (2009). "إستراتيجية التسويق في المؤسسات والمنشآت الرياضية". رسالة ماجستير. معهد التربية البدنية والرياضية، دالي ابراهيم: جامعة الجزائر 03، ص 112.
- الطيب أعارفية. (2018). "أثر إستضافة النظاهرات الرياضية على الإقتصاد المحلي". أطروحة دكتوراه. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية: جامعة الجزائر 03، ص 53.
- بشار دنون محمد الشكرجي، دعاء نعمان محمد الحسيني، و أحمد عبد الكريم أحمد النعيمي. (2019). "الإستثمار الرياضي: المنافع والكلف دراسة إستشرافية لإستضافة قطر لبطولة كأس العالم لكرة القدم 2022". مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، العراق، 11(24)، ص ص 108_109. متوفر على الموقع الإلكتروني بتاريخ (2020/04/21): <https://iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=166089>
- جليل كامل غيدان. (2015). "تحليل إثر إنفاق الموازنة العامة على بعض مؤشرات التنمية البشرية في العراق للمدة (1991_2010)". مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة واسط، 1(19)، ص 122. متوفر على الموقع الإلكتروني بتاريخ (2020/04/20): <https://iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=106469>
- حسن ناجي محمود، و علي بشير رشيد. (2014). "أهمية شركات القطاع الخاص في دعم الإقتصاد الوطني عبر رعاية المؤسسات الرياضية". مجلة التربية الرياضية، جامعة بغداد، 26(4)، ص ص 130_131. متوفر على الموقع الإلكتروني بتاريخ (2020/04/21): <https://iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=100961>
- حمزة مزيان، أحمد محمودي، و الياس العيداني. (2019). "واقع وتحديات التنمية البشرية بالدول المغاربية". مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، جامعة المسيلة، 4(1)، ص 30. متوفر على الموقع الإلكتروني بتاريخ (2020/04/20): <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/96099>

- 7) رقية صونية بن عكي. (2015). "ظاهرة الاحتراف الرياضي في ضوء الضوابط القانونية والإقتصادية ومدى إنعكاساتها على تحسين مستوى رياضة كرة القدم الجزائرية". أطروحة دكتوراه. معهد التربية البدنية والرياضية، سيدي عبد الله: جامعة الجزائر 03، ص ص 138_149.
- 8) رواء زكي يونس الطويل، و نبيل محمد صالح الحديدي. (2007). "أهمية الرياضة في الإقتصاد القومي". مجلة جامعة تكريت للعلوم الإنسانية، 14(3)، ص ص 304_315. متوفر على الموقع الإلكتروني بتاريخ [https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=44443:\(2020/04/23\)](https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=44443:(2020/04/23))
- 9) سلام خنتوش رشيد، و ياسين علي خلف. (2018). "دراسة واقع إدارة التسويق الرياضي للأندية الرياضية في كبرياء من وجهة نظر أعضاء الهيئات الإدارية". مجلة الثقافة الرياضية، جامعة تكريت، 9(2)، ص 412. متوفر على الموقع الإلكتروني بتاريخ [https://iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=157469:\(2020/04/23\)](https://iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=157469:(2020/04/23))
- 10) شريف بربريس. (2017). "إقتراح مشروع تمهيدي لتحسين المردود الإقتصادي للأندية الرياضية الجزائرية في إطار نظام القطاع الخاص". أطروحة دكتوراه. معهد التربية البدنية والرياضية، سيدي عبد الله: جامعة الجزائر 03، ص ص 180_182_183_214.
- 11) صلاح وهاب شاكر، و علاء خلف عبد الزهرة. (2017). "دور القيادات الإدارية في بعض جوانب الإستثمار الرياضي للأندية الرياضية العراقية". مجلة كلية التربية الأساسية، الجامعة المستنصرية، 23(97)، ص 82. متوفر على الموقع الإلكتروني بتاريخ [https://iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=127950:\(2020/04/22\)](https://iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=127950:(2020/04/22))
- 12) عبد الحليم جبر نزال، و مهند يوسف كاظم. (2018). "دراسة تحليلية لمستوى المخاطر التي تواجه الإستثمار الرياضي في وزارة الشباب والرياضة". مجلة دراسات وبحوث التربية الرياضية، جامعة البصرة، 54(1503_1818)، ص 218. متوفر على الموقع الإلكتروني بتاريخ [https://iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=167350:\(2020/04/21\)](https://iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=167350:(2020/04/21))
- 13) علي حميدوش. (2013). "علاقة النمو الإقتصادي بالتنمية البشرية مع رصد التجربة الجزائرية". مجلة معهد العلوم الإقتصادية، جامعة الجزائر 3، 17(1)، ص ص 195_199_200. متوفر على الموقع الإلكتروني بتاريخ (2020/04/20): <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/10529>
- 14) علي طالم. (2018). "التنمية البشرية مطلب ضروري لتحقيق التنمية الإقتصادية في الدول النامية _ الإشارة إلى واقع الجزائر". مجلة شعاع للدراسات الإقتصادية، المركز الجامعي لتيسميسيلت، 2(2)، ص 107. متوفر على الموقع الإلكتروني بتاريخ [https://www.asjp.cerist.dz/en/article/76941:\(2020/04/20\)](https://www.asjp.cerist.dz/en/article/76941:(2020/04/20))
- 15) عيسى الهادي، وكمال رعاش. (2011). "الإحتراف الرياضي في كرة القدم (دراسة مقارنة)". القاهرة: دار الكتاب الحديث، ص 43.
- 16) فريد طهراوي. (2017). "تحليل مكونات التنمية البشرية في الجزائر للفترة 1990_2014". مجلة معارف، جامعة البويرة، 12(22)، ص ص 189_190. متوفر على الموقع الإلكتروني بتاريخ (2020/04/20): <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/53648>
- 17) كمال الدين عبد الرحمن درويش، و آخرون. (2013). "إقتصاديات الرياضة". القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ص 64.
- 18) لطيفة لمطوش، و عمر اقسام. (2016). "التنمية البشرية في الجزائر: واقعها، قياسها ومعوقاتها". مجلة دفاتر بوادكس، جامعة ابن باديس مستغانم، 4(5)، ص ص 149_150. متوفر على الموقع الإلكتروني بتاريخ (2020/04/20): <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/30225>

- 19) محمد بن بوزيان. (2011). "التسويق الرياضي والسببوسوريزنغ في الجزائر: عن طريق دراسة إستطلاعية للمؤسسات الممولة للنوادي الرياضية". رسالة ماجستير. كلية العلوم الاقتصادية علوم التسيير والعلوم التجارية ، تلمسان: جامعة ابي بكر بلقايد، ص 22_23_24.
- 20) محمد مرتات. (2010). "مساهمة لدراسة واقع أساليب التسويق الرياضي بالشرق الجزائري". مجلة علوم وتقنيات النشاط البدني والرياضي، جامعة الجزائر 03، 2(1)، ص 71. متوفر على الموقع الإلكتروني بتاريخ (2020/04/23): <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/112062>
- 21) مخلوف منجحي. (2015). "الجانب القانوني لإستثمار المؤسسات الإقتصادية في النوادي الرياضية المحترفة _ لكرة القدم_ بالجزائر". أطروحة دكتوراه، معهد التربية البدنية والرياضية، سيدي عبد الله: جامعة الجزائر 03، ص 01_94_102.
- 22) يحيى ونوقي، حرز الله حوداشي، و سي العربي شارف. (2019). "التسويق الرياضي في الجزائر". مجلة المنظومة الرياضية، جامعة زيان عاشور الخلفة، 6(1)، ص 59_68. متوفر على الموقع الإلكتروني بتاريخ (2020/04/23): <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/82424>