

نموذج اجابة امتحان مادة : تطبيقات الإدارة فى المنازلات والرياضات الفردية

الفرقة الرابعة (شعبه ادارة)

(١٥ درجات)

السؤال الأول :

- من خلال المشاركة فى تنظيم بطوله.
- تناول بالتفصيل كيفية تنظيم بطوله رياضيه فى رياضات المنازلات الفردية ؟ مع ذكر مهام اللجان بها ؟

اجابة السؤال الأول :

خطوات تنظيم وإدارة الدورات الرياضية

أولاً : خطوات يجب إتباعها قبل بدء الدورة

وتكون من تاريخ الموافقة على تنظيم الدورة وحتى يوم الأفتتاح علماً بأن الدورة الاوليمبية الصيفية يتم اختيار المدينة التى سوف تنظمها قبل موعد الدورة بسبع سنوات وهنا يلاحظ هذا التنافس فى تنظيم بطولة كأس العالم والذى تتقدم لتنظيمه عدد كبير من الدول حتى يتم التصويت لأختيار الدولة .

وتتمثل هذه الخطوات فيما يلى :

١- تشكيل اللجنة المنظمة

وتتكون اللجنة المنظمة من مجموعة من الأفراد وتتولى مسئولية إدارة وتنظيم الدورة بتكليف من الجهة المنظمة وتختص هذه اللجنة المنظمة بالتخطيط والتنظيم والإدارة والأشراف على التنفيذ والتقويم وتتفرع من هذه اللجنة لجان فرعية متخصصة .

وضع الهيكل التنظيمى ويتضمن :

- ١- موقع القيادة والأفراد المعينون والعاملون بالدورة .
 - ٢- قطاعات وأقسام ووحدات العمل .
 - ٣- تحديد مهام القطاعات والأقسام .
 - ٤- مواصفات العاملين .
- ويتم وضع الهيكل التنظيمى للجهة المسئولة عن تنظيم الدورة بحيث تشمل على أوجه الأنشطة المطلوبة لتنظيم الدورة ثم تقسيمها إلى عدة لجان بعدها تحدد الوظائف الخاصة لكل لجنه وأخيراً تحدد السلطات والمسئوليات لكل وظيفة أو عمل .

- تشكيل اللجان المتخصصة فى تنظيم الدورات الرياضية

يتوقف عدد اللجان على نوع الدورة وحجمها وأهميتها وعند تشكيل اللجان المختلفة يجب مراعاة ما يلي :

- ١- أن تضم كل لجنة مجموعة من المتخصصين والخبراء في ضوء مهمتها .
- ٢- أن يرأس اللجنة قيادات من أصحاب القدرات الإدارية والتخصص أو الخبرة في نوعية اللجنة .
- ٣- وجود عنصر أو أكثر متفرغ داخل كل لجنة .

أولا : اللجنة العليا للدورة

- تشكل لجنة عليا للدورة تضم المسؤولين عن أنشطتها من الذين يملكون إصدار القرار وتكون مهمتها وضع الأسس العامة للدورة من حيث :

- ١- تحديد الفرق المشتركة .
- ٢- تحديد موعد الافتتاح وموعد الختام وأعتقاد برنامج الدورة .
- ٣- الميزانية العامة للدورة وأسلوب الصرف من الميزانية .
- ٤- تعيين مدير للدورة .
- ٥- تحديد المنشآت الرياضية وأماكن الإقامة .
- ٦- تقديم التقرير النهائى للدورة .

رئيس البطولة أو الدورة

ويكون عادة هو رئيس الاتحاد أو رئيس اللجنة المنظمة أو النادى وبياسر الاختصاصات الآتية

- ١- الأشراف العام على الدورة .
- ٢- رسم سياسات العمل للدورة .

مدير البطولة أو الدورة

ويكون عادة وكيل النادى أو سكرتير أو مدير الأتحاد أو من يراه اللجنة المنظمة مناسب لهذا

المنصب وبياسر الاختصاصات الآتية :

- ١- حسن سير العمل فى الدورة .
- ٢- الأشراف العام على التنفيذ .
- ٣- تحقيق الهدف العام للدورة والعمل على نجاحها .
- ٤- تسهيل مهمة رؤساء اللجان وتذليل العقبات التى تعترض تنفيذ واجباتهم .
- ٥- الأتصال المباشر برئيس الدورة .

رؤساء اللجان

وتنحصر أختصاصاتهم فيما يلي :

- ١- وضع البرامج التنفيذية لأعمال اللجان .
- ٢- التدخل المباشر فى أعمال اللجان لتحقيق هدف كل لجنة .
- ٣- الاتصال بمدير عام الدورة .
- ٤- كتابة التقارير لعمل اللجان .

- لجنة الأستقبال

وتنحصر اختصاصاتها فيما يلي :

- ١- طلب كشوف بأسماء كل بعثة من لجنة السكرتارية الفنية ومعرفة مستوى الضيوف المصاحبين للفرق والاتصال بلجنة المراسم لتحديد مستوى مندوب الأستقبال .
- ٢- أستقبال الوفود المشاركة وفقاً للمواعيد المحددة لوصولها وتسهيل إجراءات دخولها .
- ٣- توزيع كتيب على الضيوف عن الدورة يتضمن جميع أسماء القيادات المسئولة وأرقام تليفوناتها وأماكن تواجدها .
- ٤- إعداد وسيلة للمواصلات المخصصة لنقل الوفود إلى مكان الأقامة وتقديم المترجم لرئيس الوفد .
- ٥- إعداد مكان مناسب للجنة الأستقبال فى مكان الوصول توضع عليه لافتة بشعار الدورة ويراعى وجود مندوب اللجنة بصفة دورية فى الأيام المحددة للأستقبال لتسهيل مهمة الفرق التى تصل خارج مواعيد الوصول المحددة مسبقاً .
- ٦- إعداد بطاقات المشتركين بالدورة وفقاً لما لديها من بيانات .
- ٧- إعداد بيان بمواعيد فتح صالة كبار الزوار للوفود الرسمية والمسئولين للوفود .

- لجنة المواصلات

وتنحصر أختصاصاتها فيما يلي :

- ١- إعداد بيان بعدد الاعضاء لكل وفد وتخصيص سيارات المناسبة لهم .
- ٢- ترجمة جدول المباريات إلى وسائل أنتقال الفرق والضيوف من وإلى الملاعب .
- ٣- ترجمة جدول الحفلات والزيارات إلى وسائل أنتقالات .
- ٤- الأشراف اليومى على تحركات فرق الضيوف .
- ٥- تخصيص سيارة صغيرة وأتوبيس بصفة احتياطية يمكن الأستعانة بها فور حدوث أى خلل .

- لجنة الإقامة والأعاشة

وتنحصر أختصاصاتها فيما يلي :

- ١- حصر عدد الوفود المشاركة فى الدورة وتوزيعها على فئات تمثل كل منها لاعبين – إداريين – مشرفيين – رؤساء بعثات – ضيوف .
- ٢- تخصيص أماكن الإقامة لكل فئة ويستحسن تحديدها بالأسم ورقم الغرفة .
- ٣- إعداد بيان يتضمن تسكين جميع الفرق والضيوف فى الأماكن المخصصة للإقامة وتبلغ بها لجنة الأستقبال لأطلاع الوفود عليها عند الوصول .
- ٤- عقد إجتماع مع رؤساء الوفود وعرض أصناف الطعام الرئيسية عليها لمعرفة رأيهم فيها ومدى قبولهم لها وفى حالة الرفض يمكن الاتفاق على أصناف غيرها على ان تبلغ لجنة التغذية بذلك .

- لجنة الأعلام

وتنحصر أختصاصاتها فيما يلي :

- ١- إعداد نشرة يومية توزع على جهات الأعلام المختلفة (صحافة – إذاعة – تليفزيون) تتضمن بيانات عن اللاعبين المشتركين وكذلك بيان رؤساء الوفود والضيوف .
- ٢- نشر نتائج المقابلات وأنتداب متخصصين لتحليل المباريات بطريقة علمية .
- ٣- تنظيم المقابلات الصحفية والإذاعية والتليفزيونية التى تقيمها أجهزة الأعلام مع اللاعبين أو الإداريين أو الضيوف .
- ٤- تنظيم إذاعة المباريات مع أجهزة الأعلام بالتنسيق مع أجهزة الملاعب .
- ٥- تنظيم أقامة المراكز الصحفية لخدمة الدورة .

- لجنة الملاعب والأدوات

وتنحصر أختصاصاتها فيما يلي :

- ١- تحديد الملاعب التى ستقام عليها مباراة الدورة والتأكد من صلاحيتها ومواصفاتها القانونية .
- ٢- وضع خطة لتنفيذ وأنشاء وأصلاح الملاعب المطلوبة بحيث يتم تسليمها للجنة قبل موعد الدورة بثلاثة اشهر على الأقل .

- ٣- تحديد أوقات التدريب لكل فريق .
- ٤- تزويد الملاعب بالأدوات والأجهزة اللازمة وإعدادها للمباريات .
- ٥- تقسيم أماكن للمتفرجين – تحديد أماكن الضيوف ورؤساء البعثات .
- ٦- تجهيز غرف الحكام – خلع الملابس وأماكن الاحتياط من الفريقين .
- ٧- أخطار لجنة الأمن بمكان وموعد كل مباراه لأتخاذ الإجراءات الأمنية اللازمة .
- ٨- تنظيم أماكن وسائل الاعلام .
- ٩- تحديد أماكن الأسعافات الأولية والتعاقد مع احدى المستشفيات لنقل الحالات الطارئة إليها من الملاعب

- لجنة المسابقات والبرامج

وتنحصر اختصاصاتها فيما يلي :

- ١- تنظيم جدول مباريات الدورة .
- ٢- تحديد الطريقة التي يتم احتساب النتائج على أساسها .
- ٣- تحديد الطريقة التي يتم احتساب ترتيب الأوائل على أساسها .
- ٤- تحديد الطريقة التي يتم أتباعها فى حالة التعادل .
- ٥- الأشراف على سير المباريات والتأكد من تنفيذ الطريقة التي تم الأتفاق عليها .

- لجنة التغذية

وتنحصر اختصاصاتها فيما يلي :

- ١- التأكد من وجود جميع الاصناف الغذائية التي تحقق كفاءة تقديم الوجبات وفقاً لما هو محدد .
- ٢- الأشراف على المكان التي تقدم فيه الوجبات ومتابعة أعمال النظافة والخدمة .
- ٣- المرور بين الحين والآخر على المطبخ للتأكد من أن كل شئ مستعد .
- ٤- تحديد مواعيد تقديم الوجبات وإعلانها على الجميع إبلاغ لجنة الأقامة بها .
- ٥- حصر أماكن السائقين وتدريب الوجبات اللازمة لهم فى أوقات مناسبة وفى أماكن غير مقر تغذية اللاعبين والإداريين .

- لجنة الحكام

وتنحصر اختصاصاتها فيما يلي :

- ١- حصر المباريات التي ستقام فى الدورة .

- ٢- تحديد الحكام اللازمين لكل مباراة .
- ٣- عقد إجتماع مع الحكام الضيوف والأتفاق على المباريات التى سيقومون بتحكيمها .
- ٤- دراسة إمكانية عقد دورات ترقية أو تأهيل للحكام أثناء الدورة .
- ٥- هى المسئولة عن تقييم المباراة وإخراج النتائج .
- ٦- إعداد الاستمارات ودفاتر وبطاقات التحكيم .

- لجنة الجوائز

وتنحصر أختصاصاتها فيما يلى :

- ١- تحديد أماكن الفوز فى كل مسابقة .
- ٢- توفير الجوائز الخاصة بكل منها وتسليمها فى الوقت المناسب للجنة المراسم فى مكان التوزيع .
- ٣- أستلام الجوائز والمسابقات وفقاً لنوع المسابقة .
- ٤- الأعلان عن جوائز كل مسابقة فى بداية الدورة .
- ٥- إعداد نظام تقديم الهدايا والميداليات وتدريب الفتيات على تقديم الهداي

- لجنة الطعون والأحتجاجات

وتنحصر أختصاصاتها فيما يلى :

- ١- دراسة كل الشكاوى التى تقدم لها عن سير المباريات .
- ٢- تحديد الوقت اللازم لتقديم الأحتجاج ومن المسئول عن تقديمه وكذلك الرسم المقرر لكل أحتجاج .
- ٣- ألتخاذ القرارات الخاصة بالأحتجاجات وإعلانها وموافاة مقدم الأحتجاج بصورة منها

- اللجنة الطبية

وتنحصر أختصاصاتها فيما يلى :

- ١- حصر مباريات التى ستقام واماكنها .
- ٢- توزيع الأطباء والمساعدين على الملاعب .
- ٣- تخصيص طبيب مقيم بمكان الاقامة للحالات الطارئة .
- ٤- الأتفاق مع مستشفى لتخصيص عدد من الأسره للحالات التى تتطلب ذلك أثناء الدورة .
- ٥- توفير أماكن التديك والسونا للفرق التى تطلب ذلك .
- ٦- الأشراف على معمل المنشطات وعدد اللاعبين الذين سيتم الكشف عليهم .

٧- إعداد الادوية اللازمة للاسعافات الأولية .

٨- إجراء عمليات الاسعافات الأولية فى الملعب .

٩- التواجد فى جميع أوقات الدورة .

- لجنة الشؤون المالية

وتنحصر أختصاصاتها فيما يلى :

١- اتخاذ جميع الإجراءات المالية للصرف على الدورة بناء على التعليمات واللوائح القائمة .

٢- أستلام قيمة الأشتراك من الوفود .

٣- عرض بيان تفصيلى على رؤساء اللجان بما يخصهم وما يصرف والمتبقى من البند المخصص لكل لجنة .

٤- مراجعة جميع مستندات الصرف .

٥- تقديم التقرير المالى النهائى .

٦- تحرير الشيكات اللازمة للفنادق ووسائل المواصلات وغيرها .

٧- توفير سيولة مادية (سلف) للصرف منها فى حالة الصرف الفورى .

- لجنة المراسم

وتنحصر أختصاصاتها فيما يلى :

١- مراسم أستقبال الوفود المشتركة .

٢- مراسم رفع أعلام الوفود المشتركة .

٣- مراسم أفتتاح الدورة .

٤- مراسم الفوز .

مراسم الختام - 1

- لجنة السكرتارية الفنية

تعتبر هذه اللجنة هى المسئولة الفعلية عن تجميع كل ما يختص بالدورة حيث تتجمع لديها كافة

البيانات الخاصة لكل لجنة ، فهى تتولى الأشراف الفنى على الدورة ومراقبة سير المباريات

والبت فى الأستفسارات الفنية والتأكد من صلاحية الملاعب والاجهزة المستخدمة إجراء قرعة

المسابقات ويضاف إلى أعمالها المسئوليات الآتية :

١- تجميع أسماء المشتركين فى الدورة ونوعياتهم .

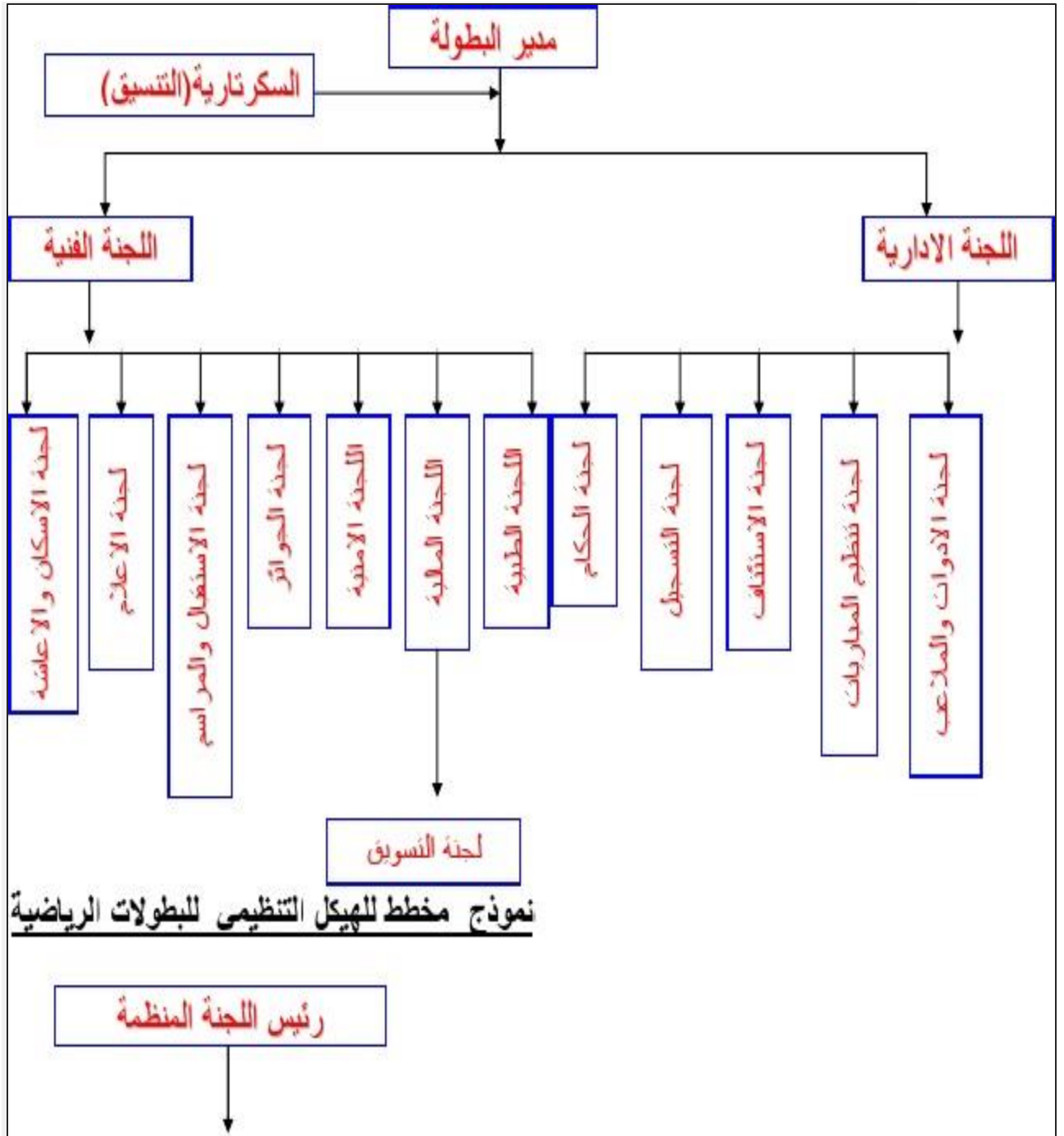
٢- تجميع نتائج جميع المسابقات .

٣- تجميع مواعيد وصول ومغادرة الوفود .

٤- تجميع التقرير النهائى من اللجان وإعداد مشروع التقرير النهائى لعرضه على اللجنة العليا .

الإعداد لإقامة الدورة

بعد ذلك تبدأ اللجنة المنظمة للدورة بتحديد واختيار أسماء العاملين باللجان الفرعية وتبدأ الإعداد للدورة قبل موعدها بوقت كاف يتم خلاله إرسال الدعوات للفرق والدول المشاركة فى هذه الدورة موضحة أهداف وشروط وموعد ومكان إقامة الدورة وأهمية المشاركة فيها .
ثم تبدأ اللجنة عملها بإعداد الملاعب وتوفير الاجهزة والأدوات وتجهيز المواصلات والتغطية الإعلامية وأعداد الحكام وأعداد الحفلات والزيارات للوفود المشاركة والاتفاق على الهدايا المطلوبة .



السؤال الثانى :

(١٠ درجة)

- تؤثر الازمات في الرياضة تكلم عن الازمات في المجال الرياضي؟ وكيف نواجه الازمات الرياضية؟ مع ذكر مثال لأزمة في المجال الرياضي وطريقة الحل؟

اجابة السؤال الثانى :

الآزمات الرياضية

مفهوم الأزمة

- الازمة فى مفهومها تعنى اللحظة الحرجة ونقطة تحول التى تتعلق بالمصير الادارى للوطن أو المجتمع أو المنظمة ويهدد بقائها وغالبا ما تتزامن الازمة مع عنصر المفاجئة مما يتطلب مهارة عالية لإدارتها والتصدى لها .
- الأمر الذى يضع القائد فى مواجهة لحظة حاسمة وتدعوه للتصرف الفورى فى ظل دائرة قد تكون مجهولة ، ويحتمل أن يواجه بعنف كم كبير من المفاجآت مما قد يؤدى إلى تدهور الامور بصورة متلاحظة.

تعريف الأزمة

- هى عبارة عن خلل يؤثر تأثير مادياً على النظام كله ، كما يهدد الافتراضات الرئيسية التى يقوم عليها النظام .
- وتعريف آخر هو بأنها موقف ينتج عنه تغيرات بيئية مولدة للآزمات ويتضمن قدرا من الخطورة والتهديد وضيق الوقت والمفاجأة ويتطلب استخدام أساليب إدارية مبتكرة وسريعة .

تعريفات مرتبطة بالأزمة :

١- الكارثة

هى حادثة كبيرة ينتج عنها خسائر فى الأرواح والممتلكات وقد تكون طبيعية سببها فعل الطبيعة (زلزال – براكين – سيول) وقد تكون كارثة فنية أى سببها فعل الإنسان سواء كانت عمداً أو اهمال ، وتتطلب لمواجهتها معونة الدولة أو معونة دول أخرى إذا كانت مواجهتها تفوق قدرات الدولة .

٢- الصدمة

- هي شعور مفاجئ حاد نتيجة حادث غير متوقع وأحد نتائج الازمات التي تأتي بشكل مفاجئ وسريع بدون أذنار ولا سابق تمهيد .

٣- المشكلة

- هي حادث عارض يواجه الإدارة قد تصدر له مجموعة من القرارات لايجاد حلول للمشكلة وهذه القرارات مجرد خطوة للتقليل من حدة المشكلة وليس حلها والقضاء عليها ، فالمشكلة قد تكون هي سبب الأزمة التي حدثت ولكنها لا تكون هي الازمة في حد ذاتها

٤- الصراع

- هو عبارة عن تصارع إرادتين وتضاد مصلحتهما وتعارضهما – إلا ان الصراع قد لا يكون بالغ الحدة وشديد التدمير كما هو الحال في الأزمات ، كما أن الصراع الأبعاد والاتجاه والاطراف في حين تكون هذه المعلومات مجهولة في الازمات .

٥- الخلاف

يعبر الخلاف عن مفهوم المعارضة والتضاد وعدم التطابق ، وهو ما قد يكون أحد مظاهر الازمة ولكنه لا يعبر عنها تماماً .

٦- الحادث

هو خلل يؤثر تأثيراً مادياً على النظام بأكمله وفي هذه الحالة يتوقف الانتاج حتى الانتهاء من عملية الاصلاح التي نتجت عن هذا الحادث .

خصائص الأزمات

- ١- هي نقطة تحول تتزايد فيها الحاجة إلى فعل متزايد لمواجهة الظروف الطارئة .
- ٢- تتميز بدرجة عالية من الشك في القرارات المطروحة .
- ٣- يصعب فيها التحكم على الأحداث .
- ٤- ضغط الوقت والحاجة إلى إتخاذ قرارات سريعة وصائبة مع عدم وجود احتمال للخطأ .
- ٥- تسود فيها ظروف عدم التأكد ونقص المعلومات .
- ٦- التهديد الشديد للمصالح والأهداف .
- ٧- التداخل والتعدد في الأسباب والعوامل والعناصر والقوة المؤيدة والمعارضة .

- ٨- تسود فيها حالة من الخوف والهلع وعدم الانتباه قد تصل إلى حد الرعب وتقييد التفكير .
٩- السرعة والمفاجئة العنيفة والشديدة التي تحدث بها الأزمة تجعلها قادرة على شد أنتباه الأفراد والمنظم .

- تصنيف الأزمات

تتعد أنواع الازمات وتختلف إلا انه يمكن تصنيفها وفقاً لعدة أسس وهى :

* تصنيف الازمات من حيث مرحلة التكوين :

- ١- الازمة فى مرحلة الميلاد .
- ٢- الازمة فى مرحلة النمو .
- ٣- الازمة فى مرحلة النضج .
- ٤- الازمة فى مرحلة الانحناء .
- ٥- الازمة فى مرحلة الاختفاء .

* تصنيف الأزمات من حيث معدل تكرار حدوثها :

- ١- أزمات ذات طابع دورى متكرر الحدوث .
- ٢- أزمات ذات طابع فجائى عشوائى غير متكرر .

* تصنيف الأزمات من حيث عمق الأزمة :

- ١- أزمات سطحية غير عميقة وهامشية التفكير .
- ٢- أزمات عميقة متغلغلة جوهرية هيكلية التأثير .

* تصنيف الازمات من حيث شدتها :

- ١- أزمات عنيفة جامحة ساحقة يصعب مواجهتها .
- ٢- أزمات هادئة خفيفة يسهل مواجهتها .

* تصنيف الازمات من حيث موضوع أو محور الازمة :

- ١- أزمة مادية .
- ٢- أزمة معنوية .
- ٣- أزمة تجمع بين المادية والمعنوية .

* تصنيف الأزمة من حيث الشمول والتأثير :

- ١- أزمات عاملة شاملة لجميع أجزاء الكيان الإدارى الذى حدثت به الازمة .

- ٢- أزمات عامة شاملة لجميع المرتبطين من الجماهير .
- ٣- أزمات عامة شاملة لمناطق جغرافية أكبر من منطقة حدوث الأزمة .
- ٤- أزمات خاصة جزئية تنحصر فى جزء أو أكثر من أجزاء الكيان أو المنطقة التى حدثت فيها الازمة

* تصنيف الأزمات من حيث المستوى :

- ١- أزمات على مستوى وحدة صغيرة .
- ٢- أزمات على المستوى المحلى فى المحافظة .
- ٣- أزمات على المستوى المحلى فى الدولة .
- ٤- أزمات على المستوى العربى .
- ٥- أزمات على المستوى الافريقى .
- ٦- أزمات على المستوى الدولى .
- ٧ - أزمات على المستوى العالمى .

- سمات الأزمة

- ١- الإدراك بأنها نقطة تحول .
- ٢- تتطلب إجراءات سريعة .
- ٣- تهدد أهداف وقيم الاطراف المشاركة بها .
- ٤- فقدان السيطرة أو ضعف السيطرة على الاحداث .
- ٥- تتميز بضغط عامل الوقت والشعور بالضبابية والاضطراب مما يولد القلق .

أسباب الأزمة

١- أسباب خارجية عن إدارة المنظمة :

مثل الزلازل والبراكين والكوارث الطبيعية التى يصعب التكهّن بها والتحكم فى أبعادها

- ٢- ضعف الامكانيات المادية والبشرية للتعامل مع الأزمة مما يؤدى إلى تفاقم الازمة وتحويلها إلى كوارث ومضاعفة الخسائر الناجمة عنها .

٣- تجاهل إشارات الانذار المبكر التى تشير إلى إمكانية حدوث أزمة مثل شكاوى العملاء .

٤- عدم وضوح أهداف المنظمة وما يترتب على ذلك من :

أ- عدم وضوح الاولويات المطلوب تحقيقها .

ب- عدم معرفة العاملين بالأدوار المطلوبة منهم .

٥- الخوف الوظيفى وما ينتج عنه من :

أ- عدم تشجيع العاملين على إبداء آرائهم ومقترحاتهم .

ب- ضعف وأنعدام الثقة بين العاملين .

٦- القيادة الادارية غير الملائمة وما يترتب على ذلك من :

أ- عدم قدرة المديرين على تحمل المسؤولية .

ب- عدم ثقة المديرين فى العاملين معهم .

٧- ضعف العلاقات بين العاملين بالمنظمة مما يؤدي إلى :

أ- عد تفهم وجهات النظر بين العاملين بشأن حل الأزمات .

ب- عدم وجود تخطيط مشترك من أجل المستقبل .

ج- عدم الثقة والمساندة .

٨- عدم ملائمة التخطيط والتدريب والتنمية للتعامل مع الازمات .

مراحل تطور الأزمة

هناك خمس مراحل رئيسية لتطور الازمة وهى :

١- مرحلة الميلاد

وفى هذه المرحلة تبدأ الازمة الوليدة فى الظهور لأول مرة فى شكل أحساس مبهم بوجود شئ يلوح الأفق وينذر بخطر غريب غير محدد المعالم أو الاتجاه أو الحجم أو المدى الذى سيصل إليه ، والأزمة غالبا لا تنشأ من فراغ وإنما هى نتيجة لمشكلة ما لم يتم معالجتها بالشكل الملائم ومن هنا يكون إدراك متخذى القرار وخبرته من العوامل الأساسية فى التعامل مع الأزمة فى مرحلة الميلاد ويكون محور التعامل هو تفرغ الأزمة ومن ثم تجميدها أو القضاء عليها دون أى خسارة .

٢- مرحلة النمو والأتساع

وتنشأ نتيجة عدم معالجة المرحلة (مرحلة الميلاد) فى الوقت المناسب تأخذ الازمة فى النمو والانتساع وفى هذه المرحلة يكون على متأخذ القرار التدخل من أجل افتقاد الأزمة ورافدها المحفظة والمقوية لها على النحو الاتى :

- تحييد وعزل العناصر الخارجية المدعمة للأزمة

- تجسيد نمو الازمة بإيقافها عند المستوى الذى وصلت إليه وذلك عن طريق استقطاب عوامل النمو الذاتى الذى حركت الازمة .

٣- مرحلة النضج

تعد من أخطر مراحل الأزمة ومن النادر أن تصل الأزمة إلى مثل هذه المرحلة وتحدث عندما يكون متخذى القرار الإدارى على درجة كبير من الجهل والتخلف والأستبداد برأيه وبذلك تصل الأزمة إلى أقصى قوتها وتصبح السيطرة عليها مستحيلة ، وقد تكون الأزمة بالغة الشدة وتطيح بمتخذى القرار والمؤسسة .

٤- مرحلة الانحسار والتقلص

تبدأ الأزمة بالأنحسار والتقلص نتيجة للصدام العنيف الذى تم أخاذه والذى يفقدها جزء هام من قوتها .

٥- مرحلة الأختفاء

وتصل الأزمة إلى هذه المرحلة عندما تفقد بشكل كامل قوة الدفع المولدة لها وحيث تتلاشى مظاهرها وينتهى الاهتمام بها والحديث عنها ، إلا انه من الضرورى الأستفادة من الدروس المستفادة منها لتلافى ما قد يحدث مستقبلاً من سلبيات .

الأزمات فى المجال الرياضى

لم تتناول مراجع التربية البدنية والرياضية الازمات التى واجهت الحركة الرياضية على المستوى الاوليمبى والدولى والمحلى والاقليمى والعربى وكيفية إدارتها ولعل أشهر الازمات التى واجهت الرياضة المصرية "عدم قدرة مصر على مواكبة العالمية والحصول على أحد الميداليات الذهبية فى الدورات الاوليمبية وقد قارب هذه الوضع ٥٠ سنة .

ولهذا اعتادت مصر بعد كل دورة اوليمبية تفشل فيها البعثة المصرية ميدالية تشكيل لجان من أجل التعرف على أسباب تعثر اللجنة الاوليمبية والاتحادات المصرية والابطال المصريين فى احراز الميداليات.

وخرجت اللجان المشكلة بالعديد من القرارات والتوصيات وإجراء بعض التعديلات على اللوائح المنظمة للجنة الاوليمبية والاتحادات الرياضية والاندية الرياضية ولكنها لم تتناول حتى الان

الاسلوب الامثل لمواجهة الازمة الحقيقة الحصول على الميداليات الاولمبية قبل ان تتكرر الازمة فى الدورات القادمة .

"**الازمة فى المجال الرياضى**" " تعنى وجود خلل فى النظام الرياضى يؤثر عليه تأثيراً مادياً ومعنوياً إلى الدرجة التى تثير الرأى العام ضد النظام الرياضى بكل مؤسساته" "**إدارة الازمات فى المجال الرياضى**" "هى إدارة تقوم على الدراسة والبحث والاستفادة من تجارب الدول المتقدمة والتى سبق أن واجهت مثل هذه الازمات أو حالات قريبة الشبه منها .

- المقومات الأساسية للتعامل مع الازمات

- ١- الثقة فى القدرة على مواجهة الموقف فى ثبات .
- ٢- المبادرة بتعبئة جميع الامكانات الضرورية للتعامل مع الازمة .
- ٣- التحرك المنظم للتدخل فى التعامل مع الازمة .
- ٤- المواجهة الفورية وتحقيق السيطرة الكاملة على الموقف والتنسيق المحكم بين القيادات .
- ٥- منح القيادات الميدانية حرية اتخاذ القرارات لضمان فورية التصرف ملاحقة الاحداث .
- ٦- وضوح الأوامر والتعليمات وعدم تضاربها والاسراف فيها .
- ٧- توفير نظام اتصالات على أعلى درجة من الفاعلية والكفاية يحقق تدفق المعلومات وأنسيابها .
- ٨- الاقتصاد فى استخدام الامكانات وترشيد استخدام القوة بالقدر الضرورى .
- ٩- تأمين الإمدادات والمهمات والاتصالات .
- ١٠- توفير نظام معلومات يتيح التقييم الموضعى للأحداث وترشيد اتخاذ القرارات .
- ١١- تنظيم عملية الأعلام ومخاطبة الجماهير .
- ١٢- الدروس المستفادة .

أدوات الأتصال فى الازمات الرياضىة

هناك العديد من الادوات يمكن الاعتماد عليها واستخدامها بنجاح اثناء الازمة نذكر منها :

١- البيانات الصحفية

حيث تصدر الجهة الأدارية المعنية بالازمة عدة بيانات صحفية تتسم بالصدق والامانة حول ما هو قائم خلال الازمة وتطور الوضع بعد ذلك على أن يكون البيان الصحفى شاملاً جامعاً لا تتعدى صفحاته الصفحة الواحدة .

٢- البرامج التلفزيونية

يتطلب الأمر عرض خلاصة عن الازمة فى التلفزيون بحيث يكون مقدم برنامج الازمة واعياً ودارساً وأحد فريق إدارة الازمة ويكون لديه قدر كبير من الحقائق عن الازمة ، ويكون مدرباً على مواجهه الكاميرا والتحدث مع الرأى حول أحداث الازمة .

٣- المؤتمرات الصحفية

يجب الدعوة لعقد مؤتمر صحفى أول أكثر لتزويد وسائل الاعلام بالبيانات والمستندات والوثائق والصور الموثوق بها حول احداث الازمة مع الاجابة عن الاستفسارات الموجهة منهم ، وفى نفس الوقت يعد المسئول بأن الإدارة سوف تعالج الأمر بكل اهتمام وسوف تحاسب المقصر بكل جدية .

٤- مركز المعلومات والبيانات

من المهم قيام إدارة الازمة بتوفير مركز للمعلومات والبيانات يكون فى مكان يسهل الاتصال به ويكون كذلك مزوداً بالحديث من أدوات معالجة وتشغيل وتصنيف وفرز وتلخيص البيانات والمعلومات .

٥- مخاطبة الجماهير

يجب أن نسلّم بأنه من حق المواطن أن يعرف الحقائق فى وسائل الاتصال المرئية والمسموعة وفى نفس الوقت يجب أن نقدر دور السلطات المسؤولة عن الأخبار والأعلام عن الازمة الجماهيرية

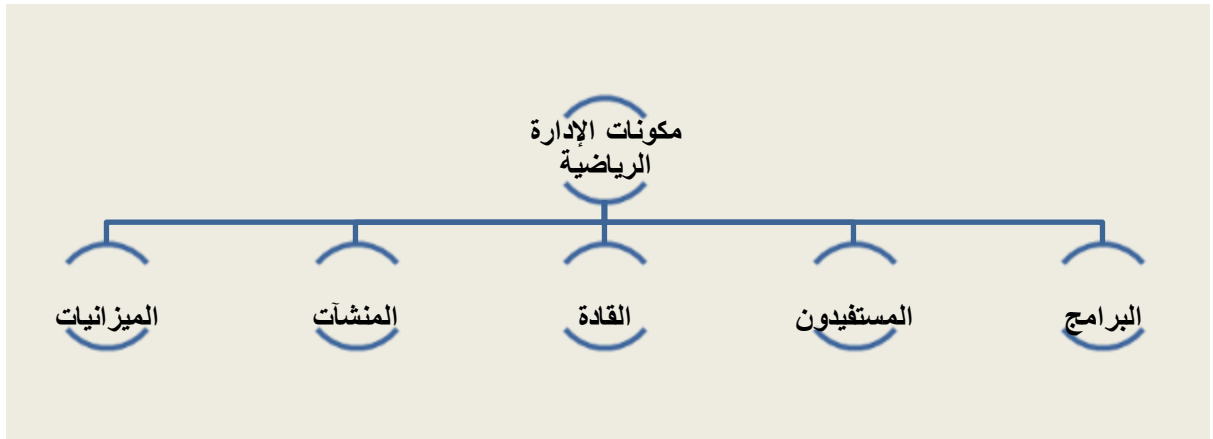
السؤال الثالث :

(١٠ درجة)

- تكلم عن الإدارة الرياضية من حيث مكونات العملية الإدارية فى المجال الرياضى وعناصر الإدارة والفرق بين القائد والرئيس ؟ مع ذكر صفات الاداري الناجح موضحا بالرسم الهيكل التنظيمي ؟

اجابة السؤال الثالث :

مكونات العملية الإدارية فى المجال الرياضى



البرامج : وهى التى يضعها المتخصصون فى المجالات الرياضية المتعددة أشكاله الرياضية

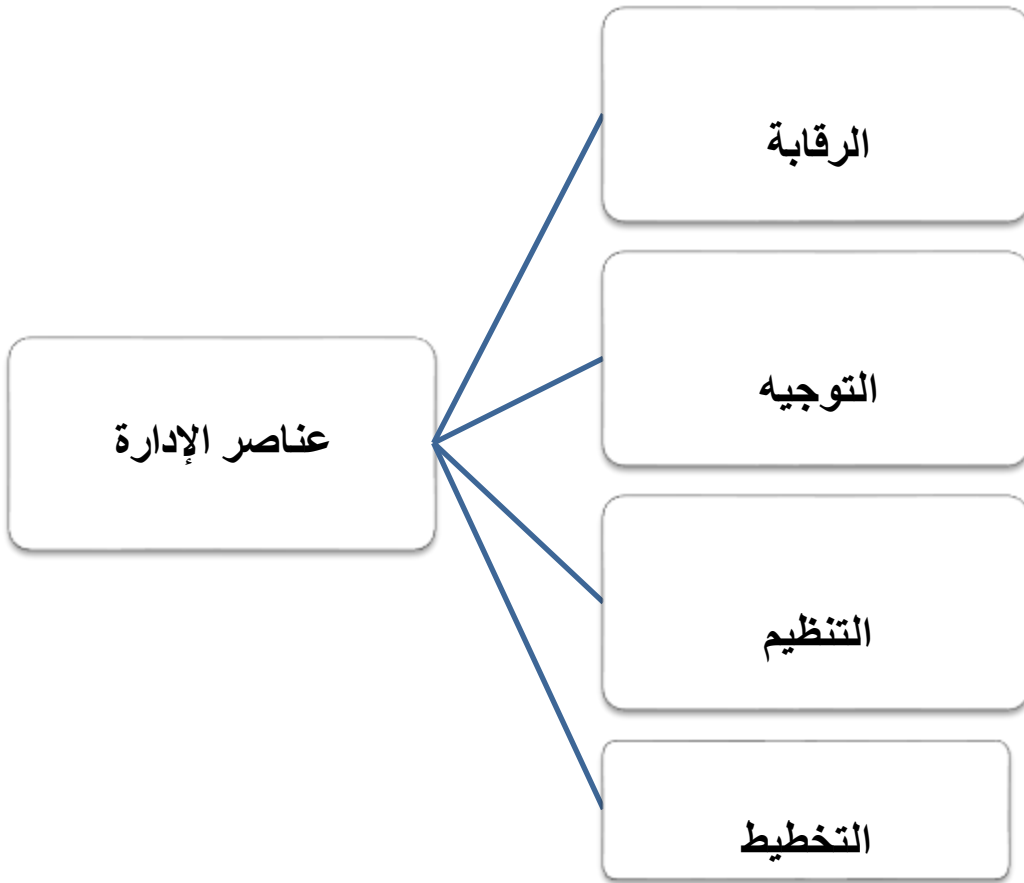
المستفيدون :- وهم الأشخاص الذين تقدم لهم هذه البرامج وتحدد نوعياتهم وفئاتهم وفقاً للمراحل السنوية أو وفقاً لسن البداية لكل لعبة من اللعابات ، وأيضاً وفقاً لنتائج اختبارات الانتقاء التى تجرى عليهم إذا كان ذلك يتعلق بإعدادهم للمستويات العالية ، أما باقى المستويات فيقصد بها الاختبارات التى تثبت قدرتهم على الاشتراك فى برنامج معين .

القادة :- ويشمل هذا العنصر جميع قيادات العمل الرياضى من قادة مهنيين ومتطوعين ومدى مايسند إلى كل منهم من أعمال وفقاً لقدراته ومؤهلاته وخبراته .

المنشآت :- ويشمل هذا العنصر جميع المنشآت الرياضية التى يحتاجها التنفيذ ، بما فى ذلك الأدوات والأجهزة وما يدخل على هذه المنشآت والأجهزة من تطوير واستحداث .

الميزانيات :- وهى التى تلعب دوراً رئيسياً فى تنفيذ أى خطة وتحقيق أهدافها ، والميزانيات هى التى تسبب النجاح وهى التى تسبب الفشل فى بعض الأحيان .

عناصر الإدارة



شكل عناصر الإدارة

المبادئ الأساسية للإدارة الحديثة :

١- التركيز على تحقيق الأهداف عن طريق إعادة النظر المستمر بتقييم أداء الافراد والمؤسسات بواسطة معايير دقيقة .

٢- تفويض الصلاحية للموظفين وأشراكهم في صناعة القرار .

٣- تنمية الموارد البشرية عن طريق التدريب المستمر والتحفيز المادي وأعطاء تقييم لتشجيع المبادرة .

٤- اعتماد التخطيط الاستراتيجي الذي يدور حول القدرة على توقع التطورات والتعامل معها قبل حدوثها وليس بعدها .

٥- القيادة والتي تركز على تحديد رؤيا مستقبلية والتعامل مع الأحداث والتطورات على قدر أهميتها .

٦-أدارة التغيير من خلال تحديد التغيير الواجب تحقيقه في طرق واساليب العمل والأجراءات وكذلك ٧-التغيير في مراكز الأفراد ومجموعات العمل والسياسة الأدارية .

٨-الرقابة بمفهومها الجديد الذي يهدف الى التأكد من تحقيق الأهداف الموضوعية وليس التقيد بالقوانين والأنظمة .

شروط نجاح الإدارة الحديثة :

١-الشجاعة في اتخاذ القرار وفي الأقوال والأعمال مها كانت الصعوبات والعقبات .

٢-التشديد على أدخل عامل المنافسة .

٣-عدم التدخل في عمل الإدارة من الخارج من خلال فصل السياسة عن الإدارة .

٤-تنمية الموارد القائمة على التحفيز المادي وغير المادي .

٥-التركيز على البيئة المحيطة (الخارجية) وتثقيف الجمهور .

٦-أدارة التغيير عن طريق تحديد التغيير الواجب تحقيقه .

٧-أعتماد التخصصية التي تؤدي الى المنافسة .

٨-التقويم المستمر من مصادر داخلية وخارجية .

الأهداف العامة للإدارة الحديثة :

١-العمل على بث روح التفاهم والتعاون والأنسجام والعمل بروح العمل الجماعي بين القائد والمدير والعاملين معه .

٢-السعي للوصول الى تحقيق اهداف المؤسسة .

٣-توجيه استخدام الطاقات البشرية والمادية المتاحة .

٤-تنظيم وتنسيق الجهود المبذولة من قبل العاملين وتوجيهها بما ينسجم مع أهداف الدولة .

٥-لمساعدة في حل المعضلات العصرية التي تواجه البشرية والمجتمع .

٦-تلعب دوراً كبيراً في أرساء قواعد مجتمع اقتصادي متين مع زيادة الإنتاج وتحسين الدخل وتطوير العلاقات الاجتماعية .

٧-المحافظة على الأشخاص والموارد وحماية مصالح العاملين ورعايتهم .

٨-المحافظة على النظام وتحقيق العدالة الاجتماعية ورعاية الشباب وتثيقه ورحماية الناس وضمان الأستقرار وتقديم الخدمات والمنافع والتوفيق بين المجتمعات وبين المصالح المشتركة .

صفات الإدارة الرياضية العلمية الفعالة :

الشمول :

بمعنى ضرورة تغطية الإدارة لكافة جوانب ومجالات العمل في الهيئة الرياضية في حدود أختصاصها .

التكامل :

ويعني ان يتولى كل قسم في الهيئة الرياضية جانب من التنظيم حيث يؤدي او يقوم بمهام محددة متخصصة مع مراعاة ان تكمل كافة الأقسام أو الأجزاء العملية الإدارية للهيئة الرياضية ككل ويكون ذلك في إطار ونسق واحد بحيث تتحقق النتائج المرجوة .

المستقبلية :

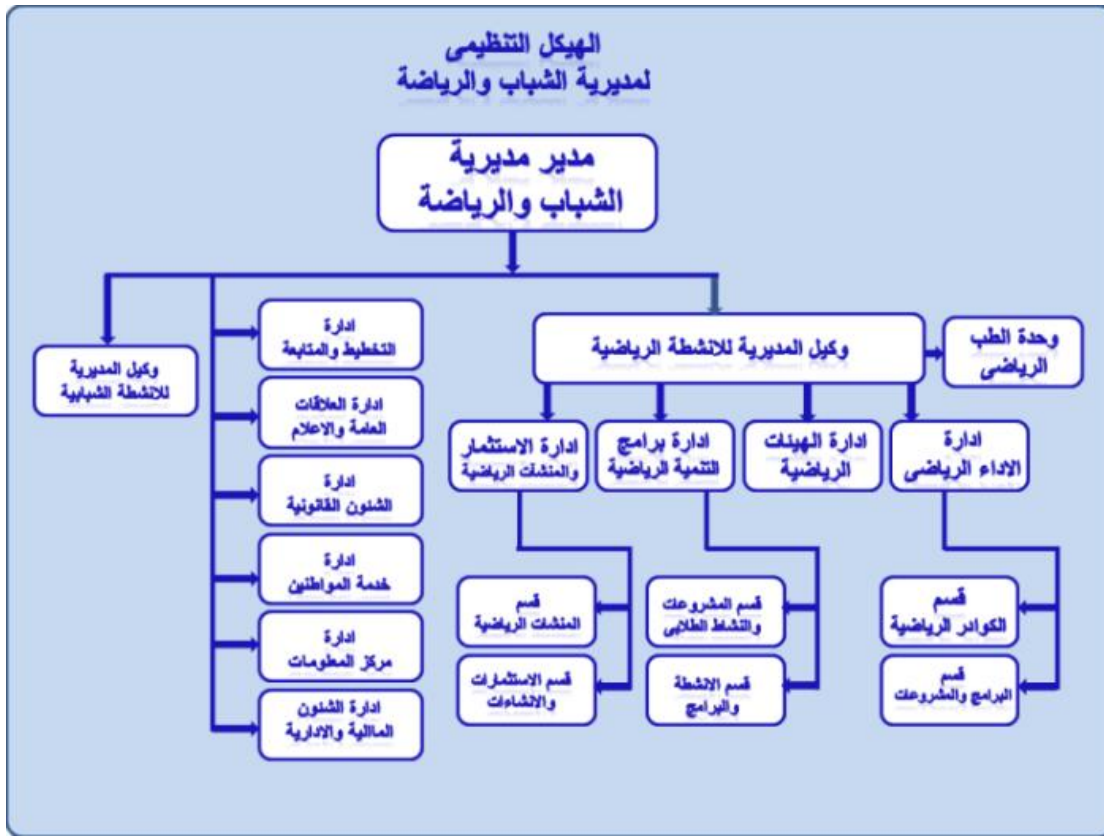
ويعني ذلك ضرورة ان تعمل الإدارة الرياضية ليس للحاضر فقط وانما للمستقبل أيضاً من خلال أهداف وأماني وتطلعات في زمن أت ، وعليها من خلال ذلك ان تنظر الى الماضي لتستقي منه الدروس وهنا تظهر اهمية التنبؤ بالمستقبل بأعتباره واجباً اساسياً من واجبات الإدارة الرياضية .

(مواصفات الإدارى الناجح)

١-	أن يكون الأول في انجازاته ولا يقبل بأقل من ذلك
٢-	أن يكون صادقاً في القول والعمل
٣-	أن يكون أميناً على المسؤولية الملقاة على عاتقه
٤-	أن يكون له القدرة على الإبداع المتجدد في العمل
٥-	أن يكون ذوقه راقياً في العمل
٦-	أن يكون له القدرة على التحدي
٧-	أن يكون متميزاً في العمل
٨-	أن يكون له القدرة على اتخاذ القرارات الصحيحة
٩-	أن يؤمن بالتغيير والتطوير والإبداع
١٠-	أن يعمل بروح الفريق الواحد
١١-	أن يحترم رؤسائه بالعمل
١٢-	أن يعتمد مبدأ المنافسة الشريفة في العمل
١٣-	أن يبتعد عن البيروقراطية والروتين في العمل
١٤-	أن يكون لديه قوة الإرادة والتصميم على النجاح
١٥-	أن يؤمن بان ليس هناك امرستحيل اوصعب التحقيق
١٦-	أن تكون له روح المبادرة في العمل
١٧-	أن يبتعد عن المجادلة والنقاش العقيم في العمل
١٨-	أن يكون مظهره لائقاً وشخصيته قوية وذو خلق حسن
١٩-	أن لا يرسخ مفاهيم الصعوبات والمشاكل في العمل
٢٠-	أن تكون لديه خطة إستراتيجية ونتائج عمل ملموسة
٢١-	أن يكون عمله على درجة عالية من الجودة
٢٢-	أن يحترم الآخرين مهما كان مستواهم الوظيفي ليحترمونه
٢٣-	أن يتسلح بالعلم والمعرفة والاختصاص ومواكبة التطورات
٢٤-	أن يحترم آراء الآخرين ويستخدمها لتطوير العمل
٢٥-	أن يبتكر الحلول للمشاكل والمعوقات التي تواجهه في العمل
٢٦-	أن يعطي الحلول الجذرية للمشاكل وإلا ستعود المشكلة
٢٧-	أن ينجز عمله فوراً ولا يؤجله إلى الغد مهما كانت الأسباب
٢٨-	أن يبحث عن كل ما هو جديد ليطور نفسه وعمله
٢٩-	أن يكون بشوشاً مبتسماً حسن المعشر
٣٠-	أن يحترم الصغير ويوقر الكبير لأنها من أخلاقنا الإسلامية

الفرق بين القيادة والإدارة :

- الحديث عن القيادة قديم قدم التاريخ ، بينما الحديث عن الإدارة لم يبدأ إلا في العقود الأخيرة ومع ذلك فالقيادة فرع من علم الإدارة .
- تركز الإدارة على أربع عمليات رئيسية هي : التخطيط ، التنظيم ، التوجيه والإشراف ، الرقابة .
- تركز القيادة على ثلاث عمليات رئيسية هي :
 - أ) تحديد الاتجاه والرؤية .
 - ب) حشد القوى تحت هذه الرؤية .
 - ج) التحفيز وشحن الهمم .
- القيادة تركز على العاطفة بينما الإدارة تركز على المنطق .
- تهتم القيادة بالكليات " اختيار العمل الصحيح " بينما تهتم الإدارة بالجزئيات والتفاصيل " اختيار الطريقة الصحيحة للعمل " .
- يشتركان في تحديد الهدف وخلق الجو المناسب لت



السؤال الرابع :

(١٠ درجات)

- تم تكليفك بملف التسويق الرياضي في احدى الاندية ما هي الإجراءات التي سوف تقوم بها للنهوض بهذه المؤسسة؟.

اجابة السؤال الرابع :

التسويق فى المجال الرياضى

(الأنشطة الفردية ورياضات المنازلات)

• مفهوم التسويق :

التسويق هو احد الانشطة الرئيسة والمهمة لاية هيئة سواء اكانت رياضية ام غير رياضية وان خطة التسويق الرئيسة هي اولى الخطط التي يجب ان تبدأ بها المنشآت التي في ظلها يمكن تخطيط باقي أنشطة الهيئة ومن ثم تصبح الحاجة ضرورية إلى قيام هذا النشاط على اسس وقواعد علمية وفنية سليمة وعلى معرفة باحوال الادارة السليمة.

• أهمية التسويق الرياضى للرياضات الفردية (اقتصاديا واجتماعيا) :-

- ١- جذب الاهتمام نحو ممارسة الرياضة .
- ٢- مصدر لتنمية موارد المؤسسة الرياضية .
- ٣- تنفيذ خطط أ لمؤسسة الرياضية والارتقاء بما تقدمه من خدمات وبرامج عديدة .
- ٤- زيادة موارد الدولة من الضرائب وترشيد الدعم الحكومى .
- ٥- توفير فرص عمل جديدة .
- ٦- التفاعل الإجماعى بين المؤسسة الرياضية وجمهور المستهلكين .

• مجالات التسويق الرياضى فى الرياضات الفردية و رياضات المنازلات :

* تتمثل مصادر التمويل فى الرياضات الفردية بما يأتى :

- الترخيص باستخدام العلاقات والشعارات على المنتجات ووسائل الخدمات .
- الاعلان على ملابس وادوات اللاعبين .
- الاعلان على المنشآت الرياضية .
- استثمار المرافق والخدمات فى الهيئات الرياضية .

- عائدات تذاكر الدخول للمباريات والمناسبات الرياضية .
- الاعانات والتبرعات والهبات .
- عائدات انتقال اللاعبين .
- اشتراكات الاعضاء ومساهمات الاعضاء .
- استثمار حقوق الدعاية والاعلان .
- حقوق البث الاذاعي والتلفزيوني للانشطة والمناسبات الرياضية .
- الاعلان في المطبوعات والنشرات والبرامج الخاصة بالانشطة الرياضية .

* إدارة التسويق

(للرياضات الفردية و رياضات المنازلات) .

- ١- تطبيق كافة مراحل العمليات الإدارية (تخطيط - تنظيم - توجيه رقابة) على كافة الأنشطة التسويقية .
- حيث يعنى التخطيط بتحديد الإستراتيجيات ووضع الخطط فى حين يتكفل التنظيم بتقنين العمل وتحديد المسؤوليات - بينما يركز التوجيه على التعليمات والأوامر القيادية والتحفيز- وتختتم الرقابة أطر الأداءات والمقارنات بين ما هو كائن وماينبغى أن يكون وصولا للأداء الأمثل .
- ٢- تفعيل التناسق بين عناصر المزيج التسويقى والترويجى بما يحقق أهداف المؤسسة الرياضية .
- ٣- تخفيض تكلفة أداء الأنشطة التسويقية والترويجية .
- ٤- تحقيق التبادل النفعى بين المؤسسة الرياضية و جماهير المستفيدين .

• عناصر المزيج التسويقى للرياضات الفردية :-

- ١- المنتج أو السلعة.
- ٢- السعر أو الثمن .
- ٣- المكان أو الموقع .
- ٤- الترويج .

أولا : المنتج :-

- تعد السلعة هي المحور الاساس الذى يبنى عليه المزيج التسويقى .
- السلعة الرياضية هي أى منتج يلبي الرغبات الرياضية للعميل .
- هناك مستهلكين كثر و بالطبع منافسين أكثر .
- من المهم تلبية احتياجات العملاء وليس التركيز فقط على منتجات أو خدمات بعينها .

ثانيا : السعر أو الثمن :-

- للسعر أثر كبير فى إنجاح الخدمة المقدمة .
- يقدر السعر على عدة عوامل منها (إمكانيات العميل - تكلفة الإنتاج - إستراتيجيات الربح - الأسعار المنافسة - اليات العرض والطلب) .
- السعر هو القيمة المادية المقابلة للسلعة وهو أكبر تحدى للتسويق .
- للحراك الإجتماعى دورا كبيرا فى التسعير السعر .
- يرى علماء الاقتصاد أن السعر هو الذى يحدد النجاح أو الفشل أما علماء التسويق فينظرون اليه باعتباره أحد العناصر التسويقية الرئيسة .

ثالثا : المكان أو الموقع :-

- هو إيصال السلعة الرياضية للمستهلك ” التوزيع “ .
- تحليل طرائق التوزيع واختيار أنسبها للعميل .
- إجادة اختيار منافذ التوزيع لجذب العميل ” الموقع “ .
- تطوير آليات الاتصال وإستخدام التكنولوجيا بالعميل .

رابعا : الترويج :-

- هو الأسلوب المرئى للجهود التسويقية .
- يعد الترويج من أقوى العناصر لجذب الإنتباه لما تنتجه المؤسسة .
- تعتمد فلسفته على تنشيط وتوزيع المبيعات .
- تشجيع وحث المستهلك على الشراء بالوسائل العديدة .

- توجيه الرسائل الإعلامية المناسبة لثقافة الجمهور .
- العمل على إستثارة غريزة الشراء لدى المستهلك .
- التوقيت المناسب لاستخدام حزم البرامج الترويجية (الإعلانات التجارية - التلفزيون - الجرائد والمجلات -البريد أعمدة الانارة) .

* العوامل المؤثرة على التسويق الرياضى

(الرياضات الفردية و رياضات المنازل) :-

- ١- النظام السياسى والاقتصادى بالدولة .
- ٢- الديانات والعادات والتقاليد والاعراف .
- ٣- نوعية الرياضة وشعبيتها .
- ٤- الاهتمام الاعلامي بالرياضة .
- ٥- التقدم التكنولوجى والحراك الاجتماعى .
- ٦- الموروث الثقافى .

* أساليب التسويق الرياضى لرياضات المنازل :-

هى مجموعة الأنشطة المختلفة التى يمكن تطبيقها باستخدام المجالات الرياضية والبطولات والدورات والمنافسات المحلية والدولية والقارية والاولمبية فى التسويق الرياضى وتتعدد وفقا لما يلى :-

- ١- تسويق حقوق الدعاية والإعلان .
- ٢- التسويق التلفزيونى .
- ٣- تسويق البطولات والمباريات .
- ٤- تسويق اللاعبين .
- ٥- تسويق المنشآت الرياضية والاجتماعية .
- ٦- تسويق الخدمات الاجتماعية

* نموذج مقترح لتسويق الرياضة للجميع

● المحاور :-

- أهداف تسويق مشروعات أرياضه للجميع .
- الهيكل التنظيمي المقترح .
- أساليب التسويق المقترحة .
- مجالات العمل المقترحة .
- مشكلات تسويق مشروعات أرياضه للجميع .

● أهداف تسويق مشروعات الرياضة للجميع :-

- ١- زيادة إعداد الممارسين للرياضة .
- ٢- توجيه الرأي العام تجاه أهمية ممارسة أرياضه للجميع .
- ٣- العمل على إيجاد راعي رسمي لمشروعات أرياضه للجميع .
- ٤- زيادة فرص الاستثمار في مجال الرياضة للجميع .
- ٥- إيجاد التمويل المالي وتقليل الاعتماد على التمويل الحكومي

● الهيكل التنظيمي المقترح :-

- ١- يراعى في الهيكل التنظيمي درجة التخصص وتقسيم العمل .
- ٢- يراعى في الهيكل التنظيمي تنوع مشروعات الرياضة للجميع .
- ٣- يصمم الهيكل التنظيمي على أساس الخدمات التي تقدم للممارسين .
- ٤- يجب إن يتوفر في الهيكل التنظيمي في مشروعات الرياضة للجميع مدير التسويق المتخصص .
- ٥- يجب إن يتوفر في الهيكل التنظيمي في مشروعات الرياضة إدارة للبحوث والمعلومات .

● اساليب التسويق المقترحة :-

- ١- الاهتمام بالدعاية بالصفحات الرياضة في الصحف والمجلات
- ٢- عمل دعاية خلال النقل التلفزيوني والإذاعي للإحداث الرياضييه
- ٣- عرض منتجات الشركات الراعية على جمهور الممارسين

٤- وضع دعاية على ملابس الممارسين لمشروعات الرياضة للجميع

٥- رعاية الشركات للخدمات الترويحية (الأدوات-الملابس-لأجهزة)

وتقديمها بأسعار مخفضة للممارسين .

٦- عقد مؤتمر صحفي للإعلان عن رعاية الشركات لمشروعات الرياضة للجميع .

مجالات العمل المقترحة :-

١- تسويق اللقاءات الرياضية القمية بالأندية .

٢- استخدام الملاعب والصالات الرياضية نظير مقابل مادي .

٣- استخدام مراكز اللياقة والترويح والصحة بمقابل مادي .

٤- انتاج شرائط صوتية وفيديو تباع في الأسواق تتضمن معلومات ومفاهيم

مشروعات الرياضة للجميع .

٥- إعداد مكاتب استشارية تقدم المعونة المادية والإدارية والقانونية .

مشكلات تسويق مشروعات أرياضه للجميع :-

١- عدم وضع الرياضة للجميع كمجال من مجالات الاستثمار ضمن الخطة

الاستثمارية .

٢- عدم مواكبة قوانين الهيئات الرياضية مع أساسيات ونظم التسويق المعاصر .

٣- ندرة التجارب التي سبق تطبيقها في مجال التسويق الرياضي .

٤- عدم وجود تكتلات اقتصادية (مجموعة شركات) للعمل في مجال الرياضة

للجميع .

٥- عدم قناعة رجال المال الأعمال بالاستثمار في مجال الرياضة للجميع .

*** العوامل البيئية المؤثرة على الأداء التسويقي :-**

١- المنافسة :- تؤدي المنافسة مع المنظمات الأخرى دورا هاما في تحفيز الأداء

٢- الظروف الاقتصادية :- حيث تؤثر تصاعديا وتنازليا على النظام التسويقي وفقا

للقوة الشرائية للمستفيدين .

٣- القيود القانونية والاتجاهات السياسية :- تؤدي القيود القانونية والاتجاهات

السياسية دورا هاما فى تحديد دور الأداء التسويقى الحالى أو المستقبلى .

٥- التطور التكنولوجى :- بمايقدمه من دعم هائل لتطوير المنتج وتخفيض التكلفة

وخدمات مابعد البيع .

٦- الاتجاهات الثقافية المجتمعية :- حيث يؤثر الحراك الإجتماعى فى الاتجاهات

الثقافية السائدة بما يؤثر على أنماط الحياة وسلوكيات المستفيدين .

•العناصر الأساسية للتسويق :-

* الحاجات.

* الرغبات.

* الطلبات.

* المنتجات.

* التبادل.

* المعاملات.

* الأسواق .

١- تسويق حقوق الدعاية والإعلان :-

* التعاقد مع شركات الملابس الرياضية مقابل الدعاية لها .

* استخدام صور وأسماء وأرقام اللاعبين .

* بيع حقوق استغلال العلامة التجارية للمنظمة .

* أعداد أفلام وصور عن المؤسسة .

* المؤتمرات الصحفية لإبراز أهم المشروعات .

* الصحف والقنوات التليفزيونية الخاصة .

* شعارات وأعلام المؤسسة .

٢- التسويق التليفزيونى :-

- * وضع شروط تعاقدية للتغطية التليفزيونية .
- * احتكار حقوق بث الاحداث الرياضية .
- * عقد اتفاقيات مع المؤسسات الاعلامية للدعاية للبطولات والاحداث الرياضية بالمؤسسة .
- * الاهتمام بتوقيت الاعلان“ وقت الذروة وكثافة المشاهدة .
- * التعاقد مع المهتمين بعمليات“ الرعاية الرسميين .
- * جذب إهتمام المستثمرين الرياضيين وتشجيع الاستثمار الرياضى .

٣- تسويق البطولات والمباريات :-

- * فتح العديد من منافذ بيع التذاكر مما يبسر على الجماهير .
- * دعوة كبار المسئولين مما يحفز الاقبال الجماهيرى .
- * طرح كمية من التذاكر تتناسب مع توقعات الحضور .
- * تحديد أسعار التذاكر بما يتناسب مع أهمية الحدث الرياضى .
- * تقديم هدايا تذكارية للفائزين فى عمليات السحب على التذاكر .
- * تسويق حقوق الاعلان للراغبين أثناء إقامة المباراة أوالحدث .
- * التعاقد للبث المباشر أو المسجل للبطولات أو الاحداث .
- * التعاقد لعقد الندوات أو التحليلات أو الاحاديث الرياضية المرتبطة .

٤- تسويق اللاعبين :-

- * تشكيل لجنة متخصصة لعمليات احتراف اللاعبين .
- * جذب إهتمام الرعاية لتبنى أحد الفرق او اللاعبين .
- * التامين على اللاعبين ضد الاصابات أو الحوادث .
- * الاهتمام ببناء قاعدة جيدة من الناشئين فى مختلف الالعاب .
- * تشجيع ورعاية المواهب الرياضية بالمؤسسة .
- * الاهتمام بدعم العلاقات مع الوكلاء الرسميين لعمليات الاحتراف الداخلى أو الخارجى .

* إعداد السجلات الخاصة باللاعبين و سيرهم الذاتية وتسجيلات مبارياتهم ومستوياتهم وتاريخهم الرياضى .

٥- تسويق منشآت المؤسسة :-

- * تأجير ملاعب وصالات المؤسسة فى غير أوقات الاستخدام .
- * تأجير حمامات السباحة وصالات اللياقة البدنية والساونا .
- * تاجير أو بيع المحال التجارية و استخدام أسوار المؤسسة .
- * تطوير المطاعم والكافيتريات و إسنادها للمستثمرين .
- * تخصيص صالة لتأجيرها للاجتماعات و الحفلات والندوات .
- * الاهتمام بأنشطة الطفل والأسرة كعامل جذب للمزيد من الرواد والأعضاء .

٦- تسويق الخدمات بالمؤسسة :-

- * الاهتمام بأنشطة الرحلات والحج والعمرة والمصايف .
- * أماكن انتظار السيارات - الحضانة - مكتب لخدمات الاعضاء .
- * البنك - البريد -الشهر العقار-المروور- الرقم القومي السينما .
- * الأنشطة الصيفية والرياضة للجميع ومراكز اللياقة البدنية .
- * السوق الخيرد- المعارض المختلفة -الحفلات - سداد الفواتير .
- * إصدار دليل للمؤسسة منذ إنشائها وتطورها وإنجازاتها .
- * تسجيل موقع للمؤسسة على شبكة الانترنت .

ان ما ورد اعلاه هو شكل أو اسلوب لتنمية الموارد الذاتية بعيداً عن

الصناعة الرياضية، فالصناعة تبحث عن منتج يمكن تسويقه وعرضه على

المستهلك والهيئة الرياضية يمكن ان تلجأ إلى استخدام الأساليب جميعها وادناه

بعض مجالات صناعة الرياضة ومنها على سبيل المثال :-

- ١- تسويق اللاعبين (صناعة البطل) الاحتراف اصبح اساسي لدى الاندية اذ نرى ان توقيع العقود (الاحتراف) لقاء مبالغ اصبحت خيالية في بعض الاحيان واصبح اللاعبين المحترفين بورصة عالمية .

- ٢- تسويق برامج الاعداد والتدريب الرياضى فمن المتعارف عليه ان التدريب

الرياضي يبني على اسس علمية وقواعد تربوية هادفة وان مجال اعداد برامج الاعداد والتدريب الرياضي مجالاً هاماً لتحقيق اهدافها .

٣- التسويق في مجال التغذية الرياضية وهو اتجاه متميز في عالم التسويق الرياضي وخصوصاً فيما يتعلق بطعام وشراب الرياضي .

٤- تسويق تكنولوجيا المعدات الرياضية وهذا مجال يعتبر من اخصب المجالات التي ينبغي ان تحوز على كثير من الهيئات لاستخدام التكنولوجيا للمعدات الرياضية

٥- تسويق اماكن ممارسة الرياضة وهو من المتطلبات الاساسية للممارسة الرياضية

- المعوقات والمشكلات المؤثرة في عملية التسويق الرياضي

- وهناك مشكلات وعوامل مؤثرة تواجه التسويق الرياضي نذكر منها ما يلي :-

١- عمل وضع الرياضة كمجال من مجالات الاستثمار ضمن الخطة الاستثمارية لبعض الشركات المؤثرة في عالم التجارة والمال .

٢- عدم مواكبة قوانين الهيئات الرياضية مع أساسيات ونظم التسويق المعاصر .

٣- قلة التجارب التي سبق تطبيقها في مجال التسويق الرياضي .

٤- عدم وجود تكتلات اقتصادية (مجموعة شركات) للعمل في المجال الرياضي .

٥- تخويف رجال المال والاعمال من الاستثمار في المجال الرياضي .