**المحاضره (22) المرحله الرابعه —------- ماده الاداره الرياضيه**

**مجالات التسويق الرياضي**

في الواقع مصادر التمويل الذاتي للرياضة عديدة ومجالاتها واسعة منها:

* + الترخيص باستخدام العلامات والشعارات على المنتجات ووسائل الخدمات.
  + الاعلان على ملابس وادوات اللاعبين .
  + الاعلان على المنشآت الرياضية.
  + استثمار المرافق والخدمات في الهيئات الرياضية .
  + عائدات تذاكر الدخول للمباريات والمناسبات الرياضية .
  + الاعانات والتبرعات والهبات .
  + عائدات انتقال اللاعبين .
  + اشتراكات الاعضاء ومساهمات الاعضاء .
  + استثمار حقوق الدعاية والاعلان .
  + اصدار الطوابع والعملات التذكارية للمناسبات والاحداث الرياضية .
  + حقوق البث الاذاعي والتليفزيوني للانشطة والمناسبات الرياضية .
  + عائدات نسبة من قيمة سلع يعلن انها مخصصة لدعم مجال او هدف رياضي.

ان ما سبق ذكره هو شكل او اسلوب من اساليب تنمية الموارد الذاتية بعيدا عن مجالات صناعة الرياضة فالصناعة تبحث عن منتج يمكن تسويقه وعرضه على المستهلك والهيئة الرياضية يمكن ان تلجأ الى استخدام الاساليب جميعها سواء من خلال ما سبق ذكره اذا كانت امكانياتها لا تسمح بالدخول في مجال صناعة الرياضة وسنعرض الان بعض مجالات صناعة الرياضة منها على سبيل المثال:

1. تسويق اللاعبين ( صناعة البطل ) الاحتراف اصبح اساسي لدى الاندية حيث توقع عقود الاحتراف مقابل مبالغ اصبحت خيالية في بعض الاحيان واصبح للاعبين المحترفين بورصة عالمية تحدد قيمة عقود اللاعبين .
2. تسويق برامج الاعداد والتدريب الرياضي من المعروف ان التدريب الرياضي يبنى على اسس علمية وقواعد تربوية ولم يصبح عشوائيا واصبح مجال اعداد برامج الاعداد والتدريب الرياضي مجالات هاما تستطيع من خلاله الهيئات الرياضية العلمية ان تخوض هذا المجال لتحقق اهدافها.
3. التسويق في مجال التغذية الرياضية وهو اتجاه متميز في عالم التسويق الرياضي وخصوصا فيما يتعلق بطعام وشرب الرياضيين .
4. تسويق تكنولوجيا المعدات الرياضية وهذا المجال يعتبر من اخصب المجالات التي ينبغي ان تحوز على كثير من الهيئات لاستخدام التكنولوجيا للمعدات الرياضية .
5. تسويق اماكن ممارسة الرياضة وهو من المتطلبات الاساسية للممارسة الرياضة حيث ان المواءمة بين النشاط وطبيعة البيئة تلعب دورا اساسيا في تحقيق الانجاز الرياضي .
   * تسويق الخدمات الرياضية من خلال وكلاء اسواق ومن خلال اعداد دليل عن الاندية لقضاء وقت الفراغ بالاضافة الى الخدمة الرياضية للاستمتاع والتسلية والاستجمام .
   * تسويق الثقافة الرياضية الخاصة بسيكولوجية الرياضة والتدريبات.
   * تسويق صناعة المحركات الرياضية والسيارات الرياضية والدراجات الرياضية والشاحنات الرياضية .
   * الشبكة الرياضية الديموجرافية التسويقية وهي شبكة لتحديد الاوصاف الخاص بالديموجرافية في كل بورصة من الاسواق التجارية وتقديم معلومات سكانية عن نمط السكان في شبكة رياضية محددة .
   * تسويق برامج لأسس اختيار اللاعبين وفقا لمتطلبات الالعاب الرياضية المختلفة.
   * تسويق مستلزمات اللياقة البدنية والصحة.
   * تخطيط للتسويق الرياضي استنادا على الرؤية المستقبلية والاستعداد لتقلبات السوق .

من خلال عرض اساليب التمويل الذاتي وبعض مجالات صناعة الرياضة التي يمكن ان توظف من خلال الهيئات الرياضية باختلاف تنظيماتها فمنها برامج تصلح للجنة الاوليمبية والاتحادات الرياضية والاندية وكليات التربية الرياضية والاكاديمية العلمية وجميع هذه المجالات مكتملة يمكن ان توجد سوقا رياضية يساهم اولا في دعم تلك الهيئات بعائد مادي يمكنها من استمرار مسيرتها لتحقيق اهدافها وكذلك المساهمة الفعالة في احداث تطوير وتحديث للمستوى الرياضي للاعب والمستوى العام للرياضة دون الاخلال باهداف الرياضة وان يكون التسويق من اجل التطوير وليس المكسب التجاري فقط استنادا الى اننا نتحدث عن الهيئات الغير هادفة للربح ولا يجب ان ننسى هذا حتى لا ينقلب حال الهيئات الرياضية الى شركات يشتريها البعض لتحقيق الربح دون استبعاد الهدف الاسمى وهو رفع مستوى الرياضة سواء على المستوى المحلي او الدولي .

وفي هذا المجال لا يجب ان ننسى ان هناك بعض الحالات التي تسعى في مجال التسويق من خلال الهيئات الغير هادفة للربح بالخوض في مجال التسويق الرياضي ولكن ليس هذا بالمستوى المطلوب فالمشكلات المادية ما زالت تلعب دورا كبيرا وتعتبر من اهم المعوقات او الصعوبات التي تواجه الهيئات الرياضية .

**المبحث الرابع**

**سلبيات الاشراف الرياضي**

تطورت اساليب الاشراف نتيجة لتقدم العلوم الاجتماعية واستقرار مبادئ العلاقات الانساني مما كان له اكبر الاثر في خلق الاستقرار النفسي لدى مدرسي التربية الرياضية وزيادة كفايتهم وعطائهم وجعل المشرف في الوقت الحاضر يعتمد على مبادئ علم النفس الاجتماعي والعلاقات الانساني وعلى ذكائه وقدرته في قيادة الاخرين بعيدا عن التعسف الانفرادي مع ذلك هناك بعض السلبيات في الاشراف الرياضي يجب على المشرف ان يتحاشاها ويمكن تحديدها بما يلي:

1. يجب عدم الاعتماد كليا على الصلاحيات الممنوحة للمشرف الرياضي عند اصدار الاوامر بل يجب ان يشرح بصورة مفصلة الاسباب التي دعت الى اصدارها وكذلك عليه ان يفرق بين الاوامر والاقتراحات عند عرضها على المدرسين والعمل جهد الامكان اقناع المدرسين بفوائد تلك الاقتراحات واهمية الاوامر باعتبارها مبادئ سليمة لابد من الاخذ بها .
2. عند طرح الملاحظات او الانتقادات التي يوجهها خلال قيامه بالاشراف يجب ان تكون عملية تستندها النظريات وعلوم التربية الرياضية والمبادئ التربوية .
3. اثبتت نتائج التجارب ان افضل النتائج على المستوى الرياضي تأتي من خلال الدعم والتشجيع والتوجيه لمدرس التربية الرياضية وعدم تكرار التوجيهات والالحاح المستمر المزعج الذي قد يؤدي الى نتيجة معكوسة فعلى المشرف الرياضي ان يكون لبقا في تقديم هذه الملاحظات بدون ان يستفز المدرس ويحد من نشاطه وفعالياته .
4. ان نتائج الاشراف لا تظهر بعد فترة وجيزة وانما تحتاج الى وقت طويل لانها مرتبطة بتطور المدرس ونموه في مهنته مما يستوجب على المشرف الرياضي الا ينتظر من المدرسين الاذخ بملاحظاته بصورة عاجلة وانما يحتاج ذلك الى وقت كافي.