

دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة من وجهة نظر زبائن شركة كوندور

سمير بن سايح	عصام لعباضي
جامعة سوق أهراس، الجزائر	جامعة سوق أهراس، الجزائر
s.bensayah@univ-soukahras.dz	i.layadi@univ-soukahras.dz

The role of sports sponsorship in consolidating the culture of the organization from the point of view of the customers of Condor Company

تاريخ النشر: 2023/12/31

تاريخ القبول: 2023/01/07

تاريخ الاستلام: 2022/11/03

ملخص:

تهدف من خلال دراستنا إلى إبراز دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة من وجهة نظر زبائن شركة كوندور ، حيث قام الباحثان باستخدام المنهج الوصفي على عينة عشوائية بسيطة قدرت ب 40 زبوناً بالوكالة التجارية للهواتف النقالة لشركة كوندور لولاية برج بوعرييج ، وتمثلت أداة الدراسة في استخدام استمارة الاستبيان ، وأهم النتائج المتوصل إليها مايلي: - لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية $0.05 \geq \alpha$ لاستجابات أفراد العينة حول دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة تعزى لمتغري الجنس - تساهم الرعاية الرياضية في تقديم المساعدات المادية للأندية الرياضية من وجهة نظر زبائن شركة كوندور بدرجة كبيرة.

الكلمات المفتاحية: الرعاية الرياضية، ثقافة المؤسسة، الزبون.

Abstract:

We aim through our study to highlight the role of sports care in consolidating the culture of the institution from the viewpoint of the customers of Condor Company, where the two researchers used the descriptive approach on a simple random sample estimated at 40 customers in the commercial agency for mobile phones, the Condor Company for the state of Bordj Bou Arreridj, and the study tool was to use a form The questionnaire, and the most important findings are the following: - There are no statistically significant differences, $\alpha \leq 0.05$, for the responses of the sample members about the role of sports care in consolidating the culture of the institution due to the variables of gender, age - Sports sponsorship contributes to the provision of financial aid to sports clubs from the viewpoint of Condor's customers to a large extent.

Key Words : Sports sponsorship, corporate culture, customer

Jel Classification Codes: Z00-Z02

المقدمة:

تعتبر الرعاية الرياضية هي الحلقة الواصلة للتسويق من خلال محاولة الفرد اقتناء بعض الأجهزة والوسائل والمعدات مقابل ما تقوم به الأخيرة من دعاية وإعلانات وخدمات مالية وغيرها للوصول لجميع الأطراف إلى تحقيق الأهداف.

حيث أن الرعاية الرياضية هي جميع الأنشطة التي ترتبط بتشجيع ودعم المؤسسات الاقتصادية لاحتياجات الأفراد والمنظمات في مختلف المجالات الرياضية من الأموال والأدوات والأجهزة والخدمات حتى تستطيع المؤسسات الاقتصادية في الوقت نفسه إنجاز الأهداف الاتصالية والوصول إلى المجموعات المستهدفة¹.

وتسعى المنظمات الرياضية في الوقت إلى رسم أهدافها وتحسين صورتها أمام الرأي العام من خلال البحث عن أساليب حديثة للرعاية الرياضية تتماشى مع خصوصيات وأبعاد الجمهور وذوقه، تركز في ذلك على المشاركة في اتخاذ القرار عبر قنوات الاتصال، وفهم وتحليل السلوك البشري للتعامل معه بطرق أفضل.

ولعل أن الشركات الكبرى تبحث عن آليات لترسيخ ثقافتها عبر فتح معابر الرعاية الرياضية للأندية الرياضية لكرة القدم باعتبارها أيفون الشعوب وبل الأوكسجين الذي تستنشق، لذا كان من الضروري نشر تلك الثقافة في أوساط الجمهور بالإعلان والدعاية وغيرها للفرق الرياضية التي تحمل الألقاب.

ونظرا للأهمية القصوى للرعاية الرياضية لدى الأندية الرياضية من خلال العائدات التي تتحصل عليها والتي تقوم بتغطية أعباء النادي من جهة، وتحفظ صورة المؤسسة أمام الجمهور من جهة أخرى، حيث أن الرعاية الرياضية تسمح بنشر ثقافة المؤسسة عن طريق الإعلان والاشهار للمنتوج ما يعطي للمستهلك صورة عن الشركة التي يتعامل معها.

وقد سمحت الرعاية الرياضية للأندية المحترفة لكرة القدم بزيادة تسويق المنتج نظرا للإشهار الواسع الموجود للعلامة التجارية على أقمصة اللاعبين مما يساهم في نشر ثقافة المؤسسة والتعريف بها أكثر للزبون، ولعل الشركات الاقتصادية في الفترة الحالية تقوم بالإشهار لمنتجاتها عن طريق الألعاب الرياضية التي يوجد فيها جمهور كبير، إذ ينعكس تمويل الأندية الرياضية ورعايتها مقابل الخدمات والعوائد الممنوحة لها بتحقيق أهداف الشركة وهي نشر ثقافتها داخل ذلك الجمهور الرياضي.

وأضحت الرعاية الرياضية كدعامة اقتصادية لبعض الشركات الاقتصادية بنشر القيم والعادات والتقاليد بإشهار المنتج تحت غطاء لاعب رياضي معروف أو شخصية لها باع كبير في وسط الجماهير الرياضية، من خلال التواصل معهم حول القيام بالدعاية للمنتوج كلعبة مباراة تحمل اسم الشركة أو الإشهار الذي يصل إلى قلوب الأفراد الرياضيين.

وعليه سنحاول في هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة، ووفقا لما سبق ذكره سلفا تمّ بناء التساؤل العام لهذه الدراسة على النحو التالي:

- ما دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة من وجهة نظر زبائن شركة كوندور؟
- من خلال هذا التساؤل تبنى التساؤلات الجزئية التالية:
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية $0.05 \geq \alpha$ لاستجابات أفراد العينة حول دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة تعزى لمتغير الجنس؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية $0.05 \geq \alpha$ لاستجابات أفراد العينة حول دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة تعزى لمتغير السن؟
- هل تساهم الرعاية الرياضية في تقديم المساعدات المادية للأندية الرياضية من وجهة نظر زبائن شركة كوندور؟
- وللإجابة على التساؤلات المطروحة نقترح الفرضيات التالية:
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية $0.05 \geq \alpha$ لاستجابات أفراد العينة حول دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة تعزى لمتغير الجنس.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية $0.05 \geq \alpha$ لاستجابات أفراد العينة حول دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة تعزى لمتغير السن.
- تساهم الرعاية الرياضية في تقديم المساعدات المادية للأندية الرياضية من وجهة نظر زبائن شركة كوندور بدرجة كبيرة.

نهدف من خلال دراستنا إلى مايلي:

- إبراز دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة من وجهة نظر زبائن شركة كوندور.
- التعرف على إن كانت توجد فروق ذات دلالة إحصائية $0.05 \geq \alpha$ لاستجابات أفراد العينة حول دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة تعزى لمتغير الجنس.
- التعرف على إن كانت توجد فروق ذات دلالة إحصائية $0.05 \geq \alpha$ لاستجابات أفراد العينة حول دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة تعزى لمتغير السن .
- معرفة درجة مساهمة الرعاية الرياضية في تقديم المساعدات المادية للأندية الرياضية من وجهة نظر زبائن شركة كوندور .

وتكمن أهمية هذه الدراسة في:

- التطرق إلى موضوع مهم يتمثل في دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة من وجهة نظر زبائن شركة كوندور ، ونسعى من خلال دراستنا إلى تزويد وإثراء المكتبة بموضوع يكشف اللبس والستار عن حالة الرعاية الرياضية بالجزائر، لكون هذه الدراسة تكتسي طابعا جديا حديثا يوفر كم هائل من المعارف والمعلومات للباحثين حتى تكون نقطة انطلاق لبحوث علمية جديدة.
- أما بالنسبة للمنهج المعتمد في دراستنا فقد استخدمنا المنهج الوصفي باعتباره يدرس الظواهر كما هي على أرض الواقع.

أولا. الإطار النظري:

1. الدراسات السابقة:

قام الباحثان بالبحث عن الدراسات السابقة التي تخدم موضوع الدراسة الحالية على النحو الآتي:
الدراسة الأولى: قام الباحثان سيف الدين رحايلية، ياسين بن قارة 2022 بدراسة تحت عنوان " تأثير الرعاية الرياضية على ترسيخ العلامة التجارية للمؤسسة الرياضية من وجهة نظر المستهلك، مقال منشور بمجلة الابتكار والتسويق² .
 وتمحورت تساؤلات الدراسة على الشكل التالي:

- هل تؤثر رعاية المؤسسة موبيليس للرابطة المحترفة بشكل إيجابي على ترسيخ علامتها التجارية في ذهن المستهلك.
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لإجابات أفراد العينة تعزى إلى متغير الجنس، بسبب اختلاف أهمية الرياضة بالنسبة للذكور والإناث وهدفت الدراسة إلى النقاط التالية:
- التعرف على مدى تأثير رعاية الأحداث الرياضية على ترسيخ العلامة التجارية للمؤسسة في ذهن المستهلك.
- التعرف على مكونات العلامة التجارية ووظائفها
- وقد استخدم الباحثان المنهج الوصفي، واعتمدا في بحثهما على عينة من 50 فردا من زبائن مؤسسة موبيليس تم اختيارهم بصفة عشوائية، أما أداة الدراسة فقد استخدمنا الاستبيان.
- وأهم النتائج المتوصل إليها مايلي:

- أن رعاية موبيليس للرابطة المحترفة له تأثير متوسط/ عالي عل ترسيخ علامتها التجارية لدى المستهلكين.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات عينة الدراسة حول الرعاية الرياضية وأثرها في ترسيخ العلامة التجارية تعزى لمتغير الجنس
- الدراسة الثانية:** قام الباحثان هتمان موراد، موزاوي عبد القادر 2017 بمقال منشور في مجلة المالية والأسواق تحت عنوان " الرعاية الرياضية وأثرها على تحسين تنافسية المؤسسات الاقتصادية -دراسة حالة مؤسسة كوندور³ .
 وتمحورت تساؤلات الدراسة على النحو التالي:

- ما طبيعة العلاقة بين الرعاية الرياضية وتحسين مبيعات مؤسسة كوندور؟.
- هل يوجد فروق ذو دلالة إحصائية لآجهاات إجابات العينة حول واقع الرعاية الرياضية تعزى إلى المتغيرات الشخصية؟
- كان الهدف من الدراسة تحليل وتحديد وتقييم الرعاية الرياضية وأثره في التحسين من تنافسية مؤسسة كوندور.
- محاولة استقراء بعمق وتأصيل منهجي بعض الإسهامات المعرفية المقدمة من طرف العديد من الباحثين في مجال الرعاية الرياضية وتحسين المبيعات وتحليلها.

وقد استخدم الباحثان المنهج الوصفي الملائم للدراسة، وتكونت العينة من 60 فرد من 6 مديريات (الإشهار، الرعاية، مصلحة الزبائن، الإعلان) في مؤسسة كوندور والذين مثلوا نسبة 20% من مجتمع الدراسة، وقد تم اختيار هذه العينة بطريقة عشوائية، أما أداة الدراسة فقد اعتمدا على الاستبيان.

وأهم النتائج التوصل إليها مايلي:

- توجد علاقة تأثير بين الرعاية الرياضية وتحسين مبيعات مؤسسة كوندور للصناعات الإلكترونية.
 - لا يوجد تباين ذو دلالة إحصائية في اتجاهات الإجابات حول واقع الرعاية الرياضية إلى متغيرات الجنس والسن ومدة الخدمة.
- التعقيب على الدراسات السابقة :**

أولاً: أوجه الاتفاق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة في النقاط التالية:

-من حيث موضوع الدراسة وأهدافها:

اتفقت الدراسة الحالية مع كل الدراسات من حيث موضوع الدراسة وأهدافها.

-مجتمع وعينة الدراسة:

اتفقت الدراسة الحالية مع كل الدراسات من حيث كيفية اختيار العينة.

- من حيث المنهج المستخدم وأداة الدراسة:

-اتفقت جميع الدراسات مع الدراسة الحالية من حيث استخدام المنهج الوصفي التحليلي والاستبيان.

2. الإطار النظري للدراسة:

1.2 مفهوم الرعاية الرياضية: قيام مؤسسات أو شركات أو جمعيات أهلية أو حكومية أو أفراد أو جامعات أو مؤسسات تجارية بدعم

أنشطة رياضية أو اتحادات رياضية أو أبطال رياضيين في كافة الأنشطة الرياضية أو بطولات - دورات منافسات هذا الدعم بشكل مادي ومعنوي بهدف دعاية وإعلان تجارى أو سياسي أو تبعاً للعرض من هذه الدعاية⁴.

وهي كذلك " قيام المؤسسات التجارية أو الأفراد أو الهيئات المختلفة بدعم نشاط رياضي أو فريق أو لاعب رياضي في مختلف مجالات التربية الرياضية، وهي وسيلة دعائية أو إعلانية للمؤسسات التجارية أو الاجتماعية أو السياسية محليا، وإقليميا، وتساعد على تطور الرياضة في المؤسسات المختلفة⁵.

التعريف الإجماعي: هي عبارة عن مؤسسات تقدم خدمات رياضية لفائدة المؤسسات أو الأفراد الرياضيين بهدف تحقيق عائد مادي نظير الإعلان والدعاية.

مميزات الرعاية الرياضية:⁶

-القدرة على لفت نظر الزبائن وتوسيع قاعدة العملاء للاسم التجاري وكسب ولاء العملاء.

-تكلفة منخفضة مقارنة بالإعلانات المباشرة.

-كسب الوعي بالعلامة التجارية والقبول لدى الزبائن.

-ترويج الاسم التجاري للراعي وبالتالي زيادة المبيعات.

-تطوير العلاقات التجارية لرجال الأعمال.

أطراف الرعاية الرياضية:⁷

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

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

منظم الحدث الرياضي: لزيادة شهرته ، نشاطاته الرياضية أو المالية ، وهو يقدم للرعي وسائل للترويج لصورته، علامته أو منتوجه في ظل وجود تغطية إعلامية، تضمن الربط بين المؤسسة الراعية مع صورة الرياضة الممارسة أو الحدث المنظم في معظم الحالات، الرعاية الرياضية تمكن من الرفع من شهرة العلامة، من خلال إشراك منتجاتها مع الفريق أو الحدث أو الرياضي الذي قامت برعايته، من خلال تغطية إعلامية جيدة التي تسمح باستهداف فئة عريضة من الجمهور المستهدف هذا الأثر الكمي، يمكن أن يضاف إليه أثر كيمي، من خلال زيادة إدراك الجودة في ذهن المستهلكين مثال العلاقة بين سباق formul1 وشركة Renault لذلك فالإعلام يلعب دور فعال في العالقة القائمة بين الشركات الاقتصادية(الراعية) و المؤسسات الرياضية (الفرق والنوادي) بالإضافة إلى الجمهور الرياضي.

2.2 مفهوم ثقافة المؤسسة: هي مجموعة القيم والرموز والمعتقدات والافتراضات الموجهة والمشكلة للإدراك والتقدير والسلوك والمساعدة على التعامل في مختلف الظواهر والمتغيرات فهي تمثل روح المؤسسة والبعد الخفي الذي يشكل الطابع المميز لشخصيته⁸.
التعريف الإجرائي: هي عبارة عن مجموعة من العادات والتقاليد داخل المؤسسة الرياضية تعمل على ضبط الفرد وتوطيد علاقاته بالآخرين في ظل التنظيم السائد.

3.2 مفهوم الزبون: ذلك الفرد الذي يقوم بالبحث عن سلعة أو خدمة ما وشراؤها لاستخدامه الخاص أو استخدامه العائلي⁹.
التعريف لإجرائي: هو عبارة عن شخص يبحث عن سلعة بغرض شراءها من شركة أو مصنع أو السوق بغرض استهلاكها الفردي أو الجماعي.

ثانيا: الطريقة والأدوات والمعطيات المستخدمة:

مجتمع البحث: إن المجتمع يعتبر شمول كافة وحدات الظاهرة التي نحن بصدد دراستها، ومجتمع بحثنا هذا يشمل زبائن الوكالة التجارية للهواتف النقالة شركة كوندور لولاية برج بوعريريج.

– عينة البحث:

العينة هي مجموعة من الأفراد يبني الباحث عمله عليها وهي مأخوذة من المجتمع الأصلي للدراسة والبالغ عددهم 40 زبونا بالوكالة التجارية للهواتف النقالة شركة كوندور لولاية برج بوعريريج من أصل 100 زبون، حيث مثلت 40% من المجتمع الأصلي للدراسة، وتم اختيارهم بطريقة عشوائية بسيطة.

– أدوات جمع البيانات والمعلومات:

أ. الاستبيان:

قام الباحثان باستخدام طريقة الاستبيان باعتباره الأمثل وأنجع الطرق للتحقق من الإشكالية المطروحة، كما أنه يسهل عملية جمع المعلومات المراد الحصول عليها انطلاقا من الفرضيات، واعتمد الباحثان في إنجازها للاستبيان على الشكل المغلق الذي يحدد الاستجابات المحتملة لكل سؤال، أي على طريقة مقياس ليكرت الخماسي نسبة لعالم النفس "رينسيس"

حيث قسّم الباحثان استمارة الاستبيان إلى ثلاث محاور، وكان الغرض منها خدمة فرضيات البحث وهي كالتالي:

المحور الأول: المتغيرات الديمغرافية (الجنس - السن)

المحور الثاني: تم التطرق فيه إلى الرعاية التنظيمية (عدد 7 عبارات)

المحور الثالث: تم التطرق فيه إلى ثقافة المؤسسة (عدد 7 عبارات)

توزيع البيانات:

الجدول (01): يوضح طبيعة توزيع البيانات

Test Kolmogorov-Smirnov pour un échantillon

		ثقافة المؤسسة	الرعاية الرياضية
N		40	40
Paramètres	Moyenne	25,9500	27,9250
normaux,a,b	Ecart type	4,02803	4,82488
Différences les plus extrêmes	Absolue	,130	,127
	Positif	,121	,111
	Négatif	-,135	-,132
Statistiques de test		,135	,132
Sig. asymptotique (bilatérale)		,115 a	,120 a

a. La distribution du test est Normale.

b. Calculée à partir des données.

c. Correction de signification de Lilliefors.

المصدر: البرنامج الإحصائي spss، الاصدار 22

من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه نجد أن قيمة Sig لمحور الرعاية الرياضية كانت 0.120، في حين محور ثقافة المؤسسة قدرت ب 0.115، وهي أكبر من مستوى الدلالة 0.05 ما يعني أن البيانات موزعة توزيعاً طبيعياً.

- حساب الخصائص السيكومترية للأداة:

تم حساب الخصائص السيكومترية للأداة والتحقق من صدق وثبات أداة الاستبيان عن طريق تطبيقه على عينة الدراسة (5 زبائن تم استثناءهم من العدد الإجمالي للعينة - لأجل التأكد من صدق وثبات الأداة)

صدق الأداة:

- صدق المحكمين (الصدق الظاهري):

قام الباحثان بعرض الاستبيان في صورته الأولية على مجموعة من المحكمين من ذو الخبرة في مجالات البحث العلمي ومن المؤهلين في مجال موضوع الدراسة للحكم عليه. وفي ضوء التوجيهات التي أبدها المحكمون، قام الباحثان بإجراء التعديلات التي اتفق عليها معظم المحكمين سواء كان بتعديل الصياغة أو حذف بعض العبارات بعد تحديد مواضيع الالتباس فيها أو إضافة عبارة جديدة.

- صدق الاتساق الداخلي:

بعد التأكد من الصدق الظاهري وصدق المحكمين لأداة الدراسة تم استخدام معامل الارتباط بيرسون للتأكد من الصدق البنائي والاتساق الداخلي لعبارات محور الرعاية الرياضية مع الدرجة الكلية لفقراته، وتحديد مدى التجانس الداخلي لها وهذا عن على النحو التالي:

أ. الاتساق الداخلي بين عبارات محور الرعاية الرياضية والدرجة الكلية المتحصل عليها في هذا المحور.

الجدول (2): يوضح معاملات الارتباط لكل فقرة من فقرات المحور مع الدرجة الكلية لفقراته

الرقم	محتوى العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
01	للرعاية الرياضية دور في تعريف النادي وتدفعك لتشجعه	0.716**	0.00
02	تتعامل مع شركة كوندور باعتبارها الراعي الرسمي لفريقك	0.720**	0.00
03	العلامة التجارية لكوندور معروفة ولها دور كبير في دعم الفرق الرياضية	0.596**	0.00

عصام لعباضي سمير بن سايح	دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة
-----------------------------	---

0.00	**0.705	تدفعك الرعاية الرياضية لشركة كوندور بالاعتزاز بمنتجاتها عند شراءه	04
0.00	**0.722	تعتقد أن رمز الرعاية الرياضية لشركة كوندور يتماشى مع التسويق الحديث	05
0.00	**0.767	لديك إحساس بأن شركة كوندور أحسن راعي للأندية الرياضية المحترفة بالجزائر	06
0.00	**0.551	الرعاية الرياضية لشركة كوندور حققت مكانة في السوق الوطني من خلال رعايتها للأندية	07

المصدر: البرنامج الإحصائي spss، الاصدار 22

نلاحظ من خلال الجدول أنّ معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور الرعاية الرياضية والدرجة الكلية لفقراته تراوحت ما بين: (0.767 – 0.551) حيث تعتبر دالة عند مستوى دلالة: (0.01 – 0.05) وبذلك تعتبر فقرات المحور صادقة لما وضعت لقياسه.

ب. الاتساق الداخلي بين عبارات محور ثقافة المؤسسة والدرجة الكلية المتحصل عليها في هذا المحور.

الجدول (3): يوضح معاملات الارتباط لكل فقرة من فقرات محور ثقافة المؤسسة مع الدرجة الكلية لفقراته

الرقم	محتوى العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
01	تشجع شركة كوندور المنافسة باقتراح مسابقات تشجيعية للزبائن	**0.453	0.00
02	تعتبر شركة كوندور الزبون أساسا في تحقيق أهدافها	**0.503	0.00
03	توفر شركة كوندور للزبائن فرصة إبداء آرائهم من خلال التواصل معها	**0.534	0.00
04	تلتزم شركة كوندور باحترام الزبون والعمل على ارضاءه	**0.643	0.00
05	يرى الزبون أن العاملون بشركة كوندور يؤدون أعمالهم بدقة متناهية	**0.804	0.00
06	تلتزم شركة كوندور بكل الحقوق لدى زبائنها وفق العقد المبرم	**0.710	0.00
07	تتابع شركة كوندور زبائنها باستمرار وتقدم لهم خدمات أفضل	**0.658	0.00

المصدر: البرنامج الإحصائي spss، الاصدار 22

نلاحظ من خلال الجدول أنّ معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور ثقافة المؤسسة والدرجة الكلية لفقراته تراوحت ما بين: (0.804 – 0.453) حيث تعتبر دالة عند مستوى دلالة: (0.01 – 0.05) وبذلك تعتبر فقرات المحور صادقة لما وضعت لقياسه.

النتائج:

المعالجة بألفا كرو نباخ (cronbach's alpha coefficient)

استخدم الباحثان المعالجة بألفا كرو نباخ لقياس ثبات الاستبيان حيث تحصل على قيمة معامل ألفا كرونباخ لكل من محور الرعاية الرياضية وثقافة المؤسسة وفقرات الاستبيان ككل، والجدول رقم (04) يوضح ذلك:

الجدول (4): يوضح معامل الثبات ألفا كرونباخ

محاور الاستبيان	عدد العبارات	كرو نباخ α
الرعاية الرياضية	07	0.790
ثقافة المؤسسة	07	0.659

المصدر: البرنامج الإحصائي spss، الاصدار 22

يتضح من خلال النتائج الموضحة في الجدول أن قيمة معامل ألفا كرو نباخ كانت مرتفعة بدرجة عالية لمحور الرعاية الرياضية حيث تراوحت قيمة معامل ألفا كرونباخ ما بين (0.790-0.659)، وهو معامل ثبات عالي ومرتفع وعليه يكون الباحثان قد تأكدا من ثبات أداة الدراسة مما يجعلهما على ثقة تامة بصحة النتائج .

إجراءات التطبيق الميداني للأداة:

المجال المكاني:

تمت هذه الدراسة على مستوى الوكالة التجارية للهواتف النقالة شركة كوندور لولاية برج بوعرييج والبالغ عددهم 40 زبونا. **المجال الزمني:** شرع الباحثان في هذه الدراسة في بداية شهر فيفري، أما الاستبيان بدأ تحضيره في شهر مارس، وتم توزيع الاستبيان في الفترة الممتدة ما بين * 2022-03-17 إلى * 2022-04-03 * وقد تم تحليل وفرز النتائج من * 2022-04-05 إلى * 2022-04-17-04.

الأساليب الإحصائية المعتمدة في الدراسة:

استعمل الباحثان البرنامج الإحصائي SPSS: الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية الإصدار رقم (22). باستخدام التقنيات الإحصائية التالية:

- معامل الارتباط بيرسون لتحديد مدى الاتساق الداخلي للأداة الدراسة .
- معامل الثبات كرونباخ (لقياس ثبات فقرات الاستبيان).
- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لقياس ومعرفة إجابات أفراد العينة.
- T test (لعتينتين مستقلتين) لمعرفة الفروق بين الخصائص الشخصية
- تحليل التباين الأحادي (one way anova) لإيجاد الفروق بين متوسطات عدة فئات.

ثالثا: تحليل وتفسير النتائج:

الإجابة على تساؤلات الدراسة:

الإجابة على التساؤل الأول: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية $0.05 \geq \alpha$ لاستجابات أفراد العينة حول دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة تعزى لمتغير الجنس ولالإجابة على هذا التساؤل تم استخدام (t-test) من أجل معرفة الفروق تبعا لمتغير الجنس والجدول (05) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتوسطات درجات الاستبيان حول دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة وقيمة (t) ومستوى دلالتها تبعا لمتغير "الجنس" عند درجة حرية 38.

الجدول(5): يبين نتائج اختبار (t) لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة حول دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة تعزى لمتغير الجنس.

محاو الاستبيان	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t-test	قيمة الدلالة	مستوى الدلالة
دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة	ذكر	35	27.94	3.18	-5.95	0.07	غير دال
	أنثى	05	18.20	5.01			

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على البرنامج الإحصائي SPSS، الإصدار 22

توصل الباحثان في محور دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة إلى أنّ قيمة المتوسط الحسابي عند الزبائن الذكور المقدر عددهم بـ (35) تكرار قدر بـ (27.94) بانحراف معياري قدره (3.18)، أما قيمة المتوسط عند لزيائن الإناث عددهن (05) تكرارات فتقدر بـ (18.20) بانحراف معياري قدره (5.01)، في حين أنّ قيمة T المحسوبة في هذا المجال بلغت (-5.95) بقيمة دلالة قدرت بـ (0.07).

وبمقارنة هذه القيمة بمستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) نجد انها قيمة أكبر من (0,05)، أي أنه " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية $0.05 \geq \alpha$ لاستجابات أفراد العينة حول دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة تعزى لمتغير الجنس .

الإجابة على التساؤل الثاني: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية $0.05 \geq \alpha$ لاستجابات أفراد العينة حول دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة تعزى لمتغير السن ؟

للإجابة على هذا التساؤل تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) والجدول (06) يبين مصدر التباين ومجموع المربعات ودرجات الحرية وقيمة "F" ومستوى الدلالة لاستجابة أفراد العينة تعزى لمتغير السن (15-25 سنة، 26-35 سنة، 36 سنة فأكثر).

الجدول (6) : يبين نتائج اختبار يبين تحليل التباين الأحادي الاتجاه للمتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة تبعاً لمتغير السن.

محاو الاستبيان	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "F"	قيمة الدلالة	مستوى الدلالة
دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة	بين المجموعات	164.2	02	82.13	4.36	0.02	دال
	داخل المجموعات	695.7	37	18.80			
	المجموع الكلي	859.9	39				

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات spss، الاصدار 22

من خلال النتائج المسجلة في الجدول وبعد تطبيق اختبار (Anova) كانت النتائج كالآتي:

محور دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة: توصل الباحثان في هذا المجال أنّ مصدر التباين بين المجموعات لمحور دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة بلغ مجموع المربعات بين المجموعات 164.2، بمتوسط المربعات 82.13، بينما بلغ مجموع المربعات داخل المجموعات 695.7، بمتوسط المربعات 18.80، وبلغت قيمة F المحسوبة (4.36) بقيمة دلالة قدرت بـ (0,02) وبمقارنة هذه القيمة بمستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) نجد أنّها قيمة أقل من (0,05)، وهذا ما يدل على أنّه "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في محور دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

وعليه: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية $0.05 \geq \alpha$ لاستجابات أفراد العينة حول دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة تعزى لمتغير السن" لصالح الزبائن الذين تتراوح أعمارهم ما بين 26-35 سنة بمتوسط حسابي قدره 28.54، وانحراف معياري قدره 2.80. الإجابة على التساؤل الثالث: هل تساهم الرعاية الرياضية في تقديم المساعدات المادية للأندية الرياضية من وجهة نظر زبائن شركة كوندور ؟

للإجابة على هذا التساؤل تم تحليل فقرات تساهم الرعاية الرياضية في تقديم المساعدات المادية للأندية الرياضية من وجهة نظر زبائن شركة كوندور ، وذلك من خلال استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وترتيب العبارات تنازلياً.

الجدول (7): يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات محور تساهم الرعاية الرياضية في تقديم المساعدات المادية للأندية الرياضية من وجهة نظر زبائن شركة كوندور.

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
01	للرعاية الرياضية دور في تعريف النادي وتدفعك لتشجعه	3.50	1.13	06
02	تتعامل مع شركة كوندور باعتبارها الراعي الرسمي لفريقك	4.40	0.63	01
03	العلامة التجارية لكوندور معروفة ولها دور كبير في دعم الفرق الرياضية	4.30	0.60	02
04	تدفعك الرعاية الرياضية لشركة كوندور بالاعتزاز بمنهجها عند شراءه	3.60	0.81	04
05	تعتقد أنّ رمز الرعاية الرياضية لشركة كوندور يتمشى مع التسويق الحديث	3.50	1.19	06
06	لديك إحساس بأن شركة كوندور أحسن راعي للأندية الرياضية المحترفة بالجزائر	3.55	1.39	05
07	الرعاية الرياضية لشركة كوندور حققت مكانة في السوق الوطني من خلال رعايتها للأندية	3.87	1.01	03
	جميع فقرات المحور	3.81	0.96	

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات spss، الاصدار 22

يتضح من الجدول رقم(07) المتعلق بفقرات محور تساهم الرعاية الرياضية في تقديم المساعدات المادية للأندية الرياضية من وجهة نظر زبائن شركة كوندور على النتائج التالية:

حصلت كل من الفقرة الثانية" تتعامل مع شركة كوندور باعتبارها الراعي الرسمي لفريقك "على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 4.40 وانحراف معياري 0.63، وهذا لا يدل إلا على أن شركة كوندور تقوم برعاية الأندية الرياضية التي لديها قاعدة جماهيرية أكبر .

بينما تحصلت كل من الفقرة الأولى" تعتقد أن رمز الرعاية الرياضية لشركة كوندور يتماشى مع التسويق الحديث " والفقرة الخامسة " للرعاية الرياضية دور في تعريف النادي وتدفعك لتشجعه "على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 3.50 وانحراف معياري 1.13، وهذا ما يدل على أن رمز شركة كوندور لا يتماشى في الوقت الراهن مع التسويق الحديث، حيث يسعى الزبون إلى رؤية كل ما هو جديد خصوصا التركيز على الألوان وصورة المؤسسة، كما أن الزبائن يرون أيضا أن هناك نقص في الرعاية الرياضية الخاص بتعريف الفرق الرياضية. كما تحصل المتوسط الحسابي لكل فقرة من فقرات تساهم الرعاية الرياضية في تقديم المساعدات المادية للأندية الرياضية من وجهة نظر زبائن شركة كوندور على 3.81 وانحراف معياري 0.96.

وعليه" فتساهم الرعاية الرياضية في تقديم المساعدات المادية للأندية الرياضية من وجهة نظر زبائن شركة كوندور بدرجة كبيرة"

مناقشة النتائج:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية $0.05 \geq \alpha$ لاستجابات أفراد العينة حول دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة تعزى لمتغير الجنس ، وهذا ما يتفق مع دراسة تهمان موزاوي عبد القادر 2017 التي توصلت إلى أنه لا يوجد تباين ذو دلالة إحصائية في اتجاهات الإجابات حول واقع الرعاية الرياضية إلى متغير الجنس، وقد اختلفت مع دراسة سيف الدين رحايلية، ياسين بن قارة 2022 والتي توصلت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات عينة الدراسة حول الرعاية الرياضية وأثرها في ترسيخ العلامة التجارية تعزى لمتغير الجنس.

وعليه" لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية $0.05 \geq \alpha$ لاستجابات أفراد العينة حول دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة تعزى لمتغير الجنس.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية $0.05 \geq \alpha$ لاستجابات أفراد العينة حول دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة تعزى لمتغير السن "الصالح الزبائن الذين تتراوح أعمارهم ما بين 26-35 سنة بمتوسط حسابي قدره 28.54، وانحراف معياري قدره 2.80. وهذا ما يختلف مع دراسة تهمان موزاوي عبد القادر 2017 التي توصلت إلى لا يوجد تباين ذو دلالة إحصائية في اتجاهات الإجابات حول واقع الرعاية الرياضية إلى متغير التي توصلت إلى أنه لا يوجد تباين ذو دلالة إحصائية في اتجاهات الإجابات حول واقع الرعاية الرياضية إلى متغير السن.

وعليه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة حول السلوك التنظيمي تعزى لمتغير سنوات الخبرة وهذا ما يؤكد صحة الفرضية.

- حصلت الفقرة الثانية" تتعامل مع شركة كوندور باعتبارها الراعي الرسمي لفريقك "على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 4.40 وانحراف معياري 0.63.

- تحصل المتوسط الحسابي لكل فقرة من فقرات تساهم الرعاية الرياضية في تقديم المساعدات المادية للأندية الرياضية من وجهة نظر زبائن شركة كوندور على 3.81 وانحراف معياري 0.96.

-تساهم الرعاية الرياضية في تقديم المساعدات المادية للأندية الرياضية من وجهة نظر زبائن شركة كوندور بدرجة كبيرة.

الخلاصة:

تعتبر الرعاية الرياضية للأندية المحترفة مهمة للغاية كمصدر للتمويل ولها عوائد كبيرة من خلال الإشهار والدعاية ،وقد تناولنا في هذه الدراسة الجانب النظري والمتمثل في تعاريف تخصص الرعاية الرياضية وثقافة المؤسسة والزبون من خلال طرح التساؤل العام: ما دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة من وجهة نظر زبائن شركة كوندور ؟ لتتناول في الشق الثاني من الدراسة الاجراءات الميدانية للدراسة وعرض ومناقشة النتائج، ولعل أهم ما توصل إليه الباحثان النتائج التالية:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية $0.05 \geq \alpha$ لاستجابات أفراد العينة حول دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة تعزى لمتغير الجنس.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية $0.05 \geq \alpha$ لاستجابات أفراد العينة حول دور الرعاية الرياضية في ترسيخ ثقافة المؤسسة تعزى لمتغير السن.

- تساهم الرعاية الرياضية في تقديم المساعدات المادية للأندية الرياضية من وجهة نظر زبائن شركة كوندور بدرجة كبيرة.

من خلال ما تم عرضه من نتائج للدراسة يتقدم الباحثان بمجموعة من الاقتراحات أهمها:

- زيادة البحوث والدراسات أكثر حول موضوع الرعاية الرياضية للأندية الجزائرية.

- الشروع في القيام بأيام دراسية ودورات تدريبية حول الرعاية الرياضية والعلامة التجارية.

- الاهتمام بوضع الإجراءات الكفيلة التي من شأنها تحسين الرعاية الرياضية للأندية المحترفة بالجزائر.

المراجع:

1. سعد أحمد شلي، أسس إدارة التسويق الرياضي، د.ط، المكتبة العصرية، مصر، 2005، ص158.
2. سيف الدين رحابلية، ياسين بن قارة، (2022)، تأثير الرعاية الرياضية على ترسيخ العلامة التجارية من وجهة نظر المستهلك، دراسة حالة رعاية مؤسسة موبيليس للرابطة الجزائرية المحترفة، مجلة الابتكار والتسويق، المجلد 09، العدد 1، ص 140-159؛
3. تھتان موراد، موزاوي عبد القادر، (2017)، الرعاية الرياضية وأثرها على تحسين تنافسية المؤسسات الاقتصادية-دراسة حالة مؤسسة كوندور، مجلة المالية والأسواق، المجلد 4، العدد 1، ص 163-191؛
4. حسن أحمد الشافعي، الموسوعة العلمية للإدارة الرياضية الإدارية الاستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي في التربية البدنية والرياضة، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2007، ص99.
5. عبد الرحمان سيبار، استراتيجية الاحتراف الرياضي بالمؤسسات الاقتصادية، ط1، دار الوفاء لدنيا النشر، مصر، 2009، ص 55-54.
6. خلفان مجيد أمين، العمري مجيد، سيرين صدام، أساليب الرعاية الرياضية ودورها في تنوع مصادر تمويل الأندية الرياضية-دراسة ميدانية لبعض الأندية الرياضية لكرة القدم لولاية البويرة، مذكرة شهادة ليسانس في ميدان علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، تخصص تسيير المنشآت الرياضية، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة البويرة، 2018، ص18.
7. طوبال وسيم، أسباب ضعف الرعاية في الجزائر-حالة الاتحادات الرياضية الجزائرية-، رسالة ماجستير، غير منشورة، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2008، ص91.
8. خلفلاوي حكيم، (2018)، ثقافة المؤسسة وأثرها على مستوى الانضباط والتسيب-دراسة حالة على المؤسسات الجزائرية (مؤسسة عمومية ومؤسسة خاصة)، رسالة ماجستير في علم النفس العمل والتنظيم، تخصص التنمية البشرية وفعالية الأداء، قسم علم النفس والأرطوفونيا، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران 2، 2018، ص10.
9. حسين وليد حسين عباس، إدارة علاقات الزبون، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2017، ص16.