



جامعة الجزائر 3

معهد التربية البدنية والرياضية - دالي ابراهيم -



أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

الشعبة: إدارة وتسيير رياضي

تخصص: تسيير المنشآت الرياضية والموارد البشرية

واقع الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية في الجزائر

دراسة ميدانية على مستوى المنشآت الرياضية الخاصة في الجزائر

تحت إشراف الأستاذ:

- د. شيشة عبد الرحمان

من إعداد الباحث:

- شلوش بوعلام

- بورايو وسيم

السنة الجامعية: 2026/2025

شكر وتقدير

نحمد الله تعالى ونشكره الذي وفقنا أوامراننا بالعلم وأحاطنا بالتوفيق في سبيل إنجاز

هذا العمل.

أنتقدم بالشكر والعرفان إلى الأساتذة المشرفين* د شيشة عبد الرحمان، بورايو

وسيم* اللذان لم يبخل علي بنصائحه ما ومساعداته ما وتوجيهاته ما القيمة خلال مشوارتي

الدراسي ولا إنجاز هذا العمل.

ونتقدم بالشكر الجزيل إلى كل الأساتذة والزلاء ولكل من ساعدنا في مشوارنا

الدراسي.

إهداء

إلى ينبوع العطاء الذي زرع في نفسي الطموح والمثابرة

إلى نبع الحنان الذي لا ينضب

إلى من يحملون في عيونهم ذكريات طفولتي وشبابي

إلى من ضاقت السطور من ذكرهم فوسعهم قلبي

إلى محبي العلم والمعرفة

إلى كل من فرح بفرحي وسره بنجاحي

مستخلص الأطروحة باللغة العربية :

"واقع الاستثمار الخاصة في المنشآت الرياضية في الجزائر"

تحت إشراف الدكتور: ديشيشة عبد الرحمان

إعداد الطالب: شلوش بوعلام

ملخص الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الهادفة إلى تشخيص واقع المنشآت الرياضية الخاصة في الجزائر، من خلال التعرف على خصائصها الاستثمارية والتنظيمية، وتحليل العوامل المؤثرة في إنشائها وتسييرها وتطويرها. وتكتسي هذه الدراسة أهمية خاصة في ظل التحولات الاقتصادية التي تعرفها الجزائر، وما يصاحبها من توجه نحو تشجيع الاستثمار الخاص كآلية لدعم التنمية في مختلف القطاعات، ومن بينها القطاع الرياضي، لما له من دور في توسيع العرض الرياضي، وتوفير مناصب الشغل، وتنشيط الاقتصاد المحلي، وتحسين جودة الخدمات الرياضية.

وهدفنا الدراسة إلى التعرف على واقع الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية بالجزائر، والكشف عن خصائصه الأساسية، مع تحديد أهم العراقيل والصعوبات التي تواجه المستثمرين في هذا المجال، سواء تعلق الأمر بالجوانب القانونية والتنظيمية، أو بالتمويل والمرافقة، أو بالإجراءات الإدارية والبيئة الاستثمارية عموماً. ولتحقيق أهداف الدراسة، تم الاعتماد على المنهج الوصفي، واستخدام الاستبيان أداة رئيسية لجمع البيانات من عينة من أصحاب المنشآت الرياضية الخاصة، تم اختيارها بطريقة العينة العشوائية البسيطة، وبعد جمع

البيانات، تمت معالجتها وتحليلها إحصائياً باستخدام برنامج SPSS.

وأظهرت نتائج الدراسة أن أغلب الاستثمارات الخاصة في مجال المنشآت الرياضية بالجزائر تندرج ضمن الاستثمارات المصغرة، إذ توظف معظمها ما بين عامل واحد وتسعة عمال، كما تقتصر غالبية هذه المنشآت على اختصاص رياضي واحد، وهو ما يعكس محدودية حجم الاستثمار وضعف التنوع في الخدمات الرياضية. كما بينت النتائج أن السياسة العامة للاستثمار والإطار القانوني المنظم له لا يوفران بيئة مشجعة بالشكل الكافي على الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية.

كما كشفت الدراسة أن معظم المستثمرين لم يستفيدوا من الامتيازات والمزايا التي تمنحها الدولة من خلال أجهزة الدعم والمرافقة، ويرجع ذلك أساساً إلى ضعف التواصل مع هذه الهيئات، مما جعل أغلب المشاريع تعتمد على التمويل الذاتي، أبرزت الدراسة أيضاً أن المنشآت الرياضية الخاصة تواجه عدة معوقات تحد من نشاطها وتطورها، من أهمها صعوبات التمويل والتسويق، ومشكل الحصول على العقار، والعراقيل الإدارية. إلى جانب نقص المعلومات والإحصائيات المتعلقة بالسوق وصعوبة التنبؤ بحجم الطلب. وعليه، خلصت الدراسة إلى أن تطوير الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية في الجزائر يظل مرتبطاً بتحسين مناخ الاستثمار الرياضي، وتبسيط الإجراءات، وتعزيز آليات المرافقة والإعلام الاقتصادي.

➤ **الكلمات المفتاحية:** المنشآت الرياضية، الاستثمار الخاص

"The reality of private investment in sports facilities in Algeria"

Submitted by:Chelouche Boualem

Supervised by:Dr. Dchicha Abdel Rahman

Abstract :

This study is part of the research aimed at diagnosing the reality of private sports facilities in Algeria by identifying their investment and organizational characteristics and analyzing the factors affecting their establishment, management, and development. The study is of particular importance in light of the economic transformations taking place in Algeria and the growing orientation toward encouraging private investment as a mechanism for supporting development across various sectors, including the sports sector, given its role in expanding sports services, creating employment opportunities, stimulating the local economy, and improving the quality of sports services.

The study aimed to identify the reality of private investment in sports facilities in Algeria, reveal its main characteristics, and determine the most significant obstacles and difficulties faced by investors in this field, whether related to legal and regulatory aspects, financing and support mechanisms, administrative procedures, or the investment environment in general.

To achieve the objectives of the study, the descriptive method was adopted, and a questionnaire was used as the main tool for data collection from a sample of private sports facility owners selected through simple random sampling. After data collection, the data were statistically processed and analyzed using the SPSS program.

The findings showed that most private investments in the field of sports facilities in Algeria fall within the category of micro-investments, employing between one and nine workers. Most of these facilities are also limited to a single sports specialization, reflecting the limited scale of investment and the weak diversification of sports services. The results also indicated that the general investment policy and the legal framework governing investment do not provide a sufficiently encouraging environment for private investment in sports facilities.

The study further revealed that most investors did not benefit from the incentives and advantages granted by the state through support and assistance bodies, mainly due to weak communication with these institutions, which led most projects to rely on self-financing. The study also highlighted that private sports facilities face several constraints hindering their activity and development, most notably difficulties related to financing and marketing, problems in obtaining land, administrative obstacles, as well as the lack of market information and statistics and the difficulty of forecasting demand. Accordingly, the study concluded that the development of private investment in sports facilities in Algeria remains closely linked to improving the sports investment climate, simplifying procedures, and strengthening support and economic information mechanisms.

Keywords,Sports facilities, private investment.

قَالَ مَحْمُودٌ

قائمة محتويات البحث

الصفحة	العنوان
	تشكرات
	إهداء
	ملخص الأطروحة
	قائمة محتويات البحث
أ	مقدمة
	الفصل التمهيدي
02	1-الإطار العام للإشكالية
03	2-الفرضيات
03	3-أهداف البحث
04	4-أهمية البحث
04	5-أسباب إختيار الموضوع
05	6-تحديد المصطلحات و المفاهيم
07	7-دراسات سابقة ومثابهة
	الجانب النظري
	الفصل الأول: الاستثمارالخاص في المنشآت الرياضية
34	تمهيد
34	1- الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية
34	1-1- السياسة العامة للاستثمار في الجزائر
34	1-2- التطور القانوني للاستثمار في الجزائر
37	1-3- أهداف الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية
38	1-4- أنواع الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية
39	2- قرار الاستثمار في الخاص في المنشآت الرياضية
40	1-2- مفهوم القرار الاستثماري
40	2-2- تصنيف القرارات الاستثمارية
41	2-3- الأسس والمبادئ العلمية اتخاذ القرار الاستثماري.
42	2-4-العوامل المؤثرة على القرار الاستثماري

45	3- دور التشريعات والقوانين في جذب الإستثمارات الخاصة في المنشآت الرياضية في الجزائر
45	3-1-اهتمام الدول بالقطاع الخاص
45	3-2-الضمانات التي تقدمها الدولة عند الاستثمار في المنشآت الرياضية
47	3-3-المزايا الممنوحة عند الإستثمار في المنشأة الرياضية
50	4- الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية عن طريق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
51	4-1-المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
53	4-2-أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
54	4-3-مزايا المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
55	4-4-معوقات وتحديات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
58	4-5-سبل تطوير وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
60	5- دور الآليات التمويلية في التشجيع على الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية
60	5-1-الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار وسيرها(AAPI)
64	5-2-الشباك الوحيد للوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار
70	5-3-الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية(ANAD)
75	5-4-الوكالة الوطنية للقرض المصغر (ANGEM)
78	5-5-وكالة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الابتكار(ADPMEPI)
81	خلاصة
	الفصل الثاني: إحداث وإستغلال المنشآت الرياضية الخاصة
83	تمهيد
84	1-أنواع المنشآت الرياضية في الجزائر
84	1-1-منشآت رياضية لإحتضان التظاهرات الرياضية الكبرى
85	1-1-1-الملعب الأولمبي
85	1-1-2-قاعة رياضية كبيرة
86	1-1-3-ملعب متعدد الرياضات
86	1-1-4-مسبح مغطى بطول 50 متر
86	1-1-5-ملعب ألعاب القوى
87	2-1-منشآت رياضية لتعميم الممارسة الرياضية
87	1-2-1-منشآت رياضية جهوية
88	2-2-1-المسابح
89	3-2-1-قاعات الرياضة
91	3-1-منشآت للرياضات الفردية
91	1-3-1-ميدان الرماية

91	1-3-2-مركز فروسية
91	1-3-3-حلبة الكارتينغ أو مضمار الرياضة الميكانيكية
91	1-3-4-قاعدة بحرية
91	1-3-5-منتجع تزلج
91	1-3-6-مضمار الدراجات
91	1-3-7-نوادي الطيران
92	1-4-المنشآت الرياضية المرافقة
92	1-4-1-مركز تجمع
92	1-4-2-مراكز الأساسيات والتكوين المسبق والتكوين
92	2-الاعتبارات الضرورية في بناء وتصميم المنشآت الرياضية
92	2-1-الاعتبارات الضرورية في تصميم المنشأ الرياضي
92	2-2-الاعتبارات الضرورية في بناء المنشأة الرياضي
93	2-3-الاعتبارات الضرورية في استخدامات المنشأة الرياضي
94	2-4-الاعتبارات الضرورية في التخطيط المالي للمنشأة الرياضية
95	3-دراسة الجدوى كآلية لنجاح الاستثمار الخاص في المنشأة الرياضية
95	3-1-مفهوم دراسة الجدوى
97	3-2-أهداف دراسة الجدوى الاقتصادية
97	3-3-دراسة الجدوى التسويقية والقانونية
99	3-4-دراسة الجدوى الفنية
106	3-5-دراسة الجدوى التمويلية
109	4-الإلتزامات التي تسمح بإحداث منشأة رياضية
109	4-1-الإلتزامات قصد تسليم قرار الترخيص المسبق لإحداث منشأة رياضية
111	4-2-الإلتزامات قصد الحصول على قرار فتح المنشأة الرياضية
112	4-3-العقوبات عند الإخلال بالأحكام المتعلقة بالمقاييس التقنية المتعلقة بالاستغلال بالشروط
115	خلاصة
	الفصل الثالث : تسويق الخدمة التي تقدمها المنشأة الرياضية الخاصة
117	تمهيد
118	1-مفهوم التسويق
118	1-1-تعريف التسويق
119	1-2-أهمية التسويق
119	1-2-1-أهمية التسويق للمنظمة

119	1-2-2-أهمية التسويق للمشتري
120	1-2-3- أدوات المزيج التسويقي
133	1-3- دراسة سلوك المستهلك اتجاه الخدمة التي تقدمها المنشأة الرياضية الخاصة
133	1 3 3 -العوامل المؤثر على سلوك المستهلك
134	1-3-2-مراحل اتخاذ قرار شراء الخدمة التي تقدمها المنشأة الرياضية
136	1-3-3- نماذج سلوك الشراء الاستهلاكي
137	1-4- تقسيم السوق
137	1-4-1- مفهوم تقسيم السوق
138	1-4-2- أسس تقسيم السوق
139	1-4-3- استراتيجيات اختيار السوق المستهدفة
140	1-4-4- الإستراتيجيات المستخدمة في تجزئة السوق
141	1-4-5- قوى بورتر الخمسة
142	1-4-6- عوامل إختيار السوق المستهدفة
143	1-5- طرق التنبؤ بالمبيعات
143	1-5-1- طريقة آراء رجال الإدارة
144	1-5-2- آراء رجال البيع
144	1-5-3- طريقة آراء الخبراء والمتخصصين
144	2- تسويق الخدمة الرياضية في المنشأة الرياضية
144	2-1- مفهوم الخدمات
144	2-1-1- تعريف الخدمة
145	2-1-2- خصائص الخدمة
146	2-1-3- الأبعاد الأساسية لجودة تسويق الخدمات
146	2-2- عناصر المزيج التسويقي لتسويق الخدمة التي تقدمها المنشأة الرياضية الخاصة
146	2-2-1- المنتج
147	2-2-2- السعر
147	2-2-3- التوزيع
147	2-2-4- الترويج
148	2-2-5- عناصر المزيج التسويقي الخدمي الإضافي
149	2-3- إستراتيجيات لتسويق الخدمة التي تقدمها المنشأة الرياضية الخاصة
149	2-3-1- مفهوم إستراتيجية التسويق
149	2-3-2- أهمية استراتيجيات التسويق
149	2-3-3- أنواع استراتيجيات لتسويق الخدمة التي تقدمها المنشأة الرياضية الخاص

152	2-4- البيئية التسويقية
152	2-4-1- مفهوم البيئة التسويقية
153	2-4-2- أسباب دراسة البيئة التسويقية
153	2-4-3- خصائص البيئة التسويقية
153	2-4-4- أنواع البيئة التسويقية
157	خلاصة
	الجانب التطبيقي
	الفصل الرابع : طرق ووسائل البحث وإجراءاته الميدانية
160	تمهيد
161	1- الدراسة الاستطلاعية
161	2- أدوات البحث
164	3- المنهج المتبع في البحث
164	4- مجتمع وعينة البحث
165	5- الأسلوب الإحصائي
165	6- مكان الدراسة
165	7- صعوبات البحث
167	خلاصة
	الفصل الخامس : عرض وتحليل ومناقشة النتائج
169	تمهيد
170	عرض وتحليل ومناقشة النتائج
170	1- عرض وتحليل النتائج
170	1-1- عرض وتحليل نتائج الإحصاء الوصفي
173	1-2- عرض وتحليل نتائج الفرضية الجزئية الأولى
185	1-3- عرض وتحليل نتائج الفرضية الجزئية الثانية
196	1-4- عرض وتحليل نتائج الفرضية الجزئية الثالثة
204	1 4 - عرض وتحليل نتائج الفرضية الجزئية الرابعة
214	2- عرض ومناقشة النتائج
214	2-1- عرض ومناقشة النتائج على ضوء الفرضية العامة
216	2-2- عرض ومناقشة النتائج على ضوء الفرضية الجزئية الأولى

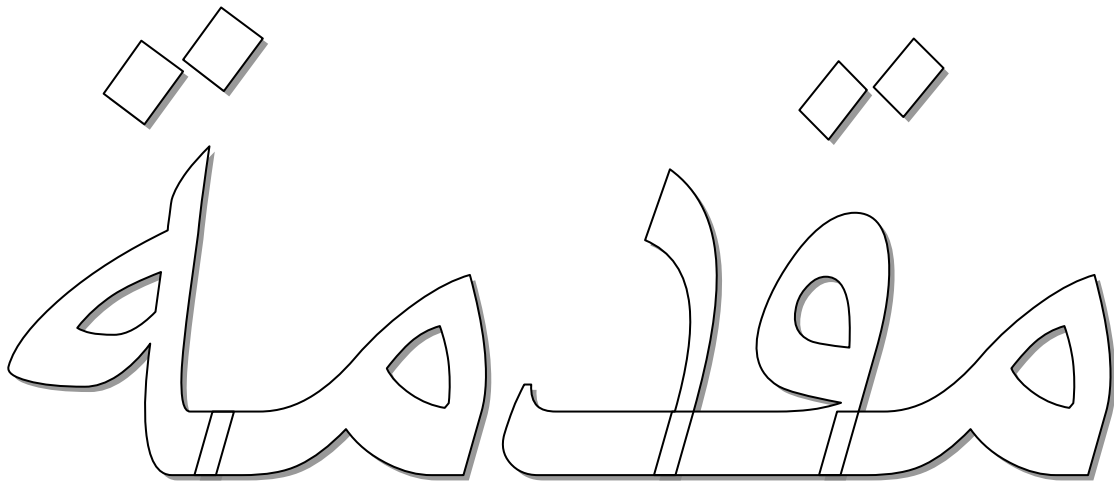
217	2-3- عرض ومناقشة النتائج على ضوء الفرضية الجزئية الثانية
219	2-4- عرض ومناقشة النتائج على ضوء الفرضية الجزئية الثالثة
221	2-5- عرض ومناقشة النتائج على ضوء الفرضية الجزئية الرابعة
224	خلاصة
229	خاتمة
231	إقتراحات
	قائمة المراجع
	ملاحق

قائمة الجداول :

رقم الجدول	عنوان الجداول	الصفحة
جدول رقم(01)	يمثل ثبات استبيان الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية	163
جدول رقم(02)	قيمة الصديق الذاتي لاستبيان ١ لاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية	164
جدول رقم(03)	يوضح اختبار كا ² لنوع جنس المستثمر	170
جدول رقم(04)	يوضح اختبار كا ² لنوع لسن المستثمر	171
جدول رقم(05)	يوضح اختبار كا ² للمستوى الدراسي المستثمر	172
جدول رقم(06)	يوضح اختبار كا ² لنوع المشروع الذي يمكن للمستثمر أن ينجزه.	173
جدول رقم(07)	يوضح اختبار كا ² لعدد الإختصاصات الموجودة في المنشأة الرياضية.	174
جدول رقم(08)	يوضح اختبار كا ² لحجم المشاريع	175
جدول رقم(09)	يوضح اختبار كا ² لقيام المستثمر بدراسات حول مشروعه	176
جدول رقم(10)	يوضح اختبار كا ² لنوع الدراسات التي قام بها المستثمر	177
جدول رقم(11)	يوضح اختبار كا ² للجوء المستثمر في دراسته إلى خبير متخصص في دراستك	178
جدول رقم(12)	يوضح اختبار كا ² لتخصيص الإدارة العامة لإدارة خاصة بالتسويق	179
جدول رقم(13)	يوضح اختبار كا ² لاستعمال المستثمر لأدوات ونشاطات في التسويق.	180
جدول رقم(14)	يوضح اختبار كا ² لإستعانت المستثمر بمؤسسات أخرى لإشهار مشروعاتك	181
جدول رقم(15)	يوضح اختبار كا ² لقيام المستثمر بالتسويق لمشروعه	182
جدول رقم(16)	يوضح اختبار كا ² لوجود أساليب تسويقية معينة يستعملها المستثمر في التسويق	183
جدول رقم(17)	يوضح اختبار كا ² للمحور الأول	184
جدول رقم(18)	يوضح اختبار كا ² للجوء المستثمر للوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية(ANAD)	185
جدول رقم(19)	يوضح اختبار كا ² لتواصل المستثمر مع المصالح المرافقة.	186
جدول رقم(20)	يوضح اختبار كا ² لتواصل المستثمر مع الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار وسيرها(AIPA)	187
جدول رقم(21)	يوضح اختبار كا ² لتواصل المستثمر مع الشباك الوحيد للوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار	188
جدول رقم(22)	يوضح اختبار كا ² لهدى استفادة المستثمر من تسهيلات الإدارة.	189
جدول رقم(23)	يوضح اختبار كا ² الطريقة التي تم بها تمويل المشاريع الاستثمارية.	190
جدول رقم(24)	يوضح اختبار كا ² للجوء المستثمر إلى الوكالة الوطنية للقرض	191

	المصغر (ANGEM)	
192	يوضح اختبار كا ² للجوء المستثمر في تمويله إلى وكالة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الابتكار (ADPMEPI)	جدول رقم (25)
193	يوضح اختبار كا ² لطبيعة المرافقة بين المستثمر وبين المؤسسات المرافقة	جدول رقم (26)
194	يوضح اختبار كا ² لاستفادة المستثمر من مرافقة الجهات الوصية	جدول رقم (27)
195	يوضح اختبار كا ² للمحور الثاني	جدول رقم (28)
196	يوضح اختبار كا ² لمدى مواجهة عراقيل عند قيام المستثمر بالإجراءات الإدارية.	جدول رقم (29)
197	يوضح اختبار كا ² لمدى مواجهة المنشأة الرياضية للمشاكل التمويلية في تسييرها	جدول رقم (30)
198	يوضح اختبار كا ² لمعرفة مدى مواجهة المستثمر لمشكل العقار.	جدول رقم (31)
199	يوضح اختبار كا ² لمواجهة المستثمر لمشكل التسويق.	جدول رقم (32)
20	يوضح اختبار كا ² لمنافسة الأسعار المستخدمة من طرف المنشآت الرياضية العمومية	جدول رقم (33)
201	يوضح اختبار كا ² للمستثمرين الذين واجهو مشكلة عدم توفر المعلومة والإحصائيات المطلوبة عن السوق والمستهلكين	جدول رقم (34)
202	يوضح اختبار كا ² لمواجهة المستثمر لصعوبة التنبؤ بعدد الممارسين المتوقعين.	جدول رقم (35)
203	يوضح اختبار كا ² للمحور الثالث.	جدول رقم (36)
204	يوضح اختبار كا ² لاستقادات المستثمر من الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة فيما يخص السلع والخدمات المستوردة أو المقتناة محليا التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار.	جدول رقم (37)
205	يوضح اختبار كا ² لاستفادة المستثمر من الإعفاء من حقوق التسجيل المفروضة فيما يخص العقود التأسيسية للشركات والزيادات في الرأسمال	جدول رقم (38)
206	يوضح اختبار كا ² لاستقادات المستثمر من الإعفاء من حقوق التسجيل والرسم على الإشهار العقاري ومبالغ الأملاك الوطنية المتضمنة حق الامتياز على الأملاك العقارية المبنية وغير المبنية الموجهة لإنجاز المشاريع الاستثمارية.	جدول رقم (39)
207	يوضح اختبار كا ² لاستفادة المستثمر من الإعفاء من الرسم العقاري على الملكيات العقارية	جدول رقم (40)
208	يوضح اختبار كا ² لاستقادات المستثمر من الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات	جدول رقم (41)
209	يوضح اختبار كا ² لاستقادات من الإعفاء من الرسم على النشاط	جدول رقم (42)

	المهني	
210	يوضح اختبار كا ² لإستفادة المستثمر من الإعفاء من الحقوق الجمركية فيما يخص السلعة المستوردة التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار.	جدول رقم (43)
211	يوضح اختبار كا ² لاستقللت المستثمر من الإعفاء من دفع حق نقل الملكية بعوض والرسم على الإشهار العقاري عن كل المقتنيات العقارية التي تتم في إطار الاستثمار	جدول رقم (44)
212	يوضح اختبار كا ² لاستفادت المشاريع من المزايا.	جدول رقم (45)
213	يوضح اختبار كا ² للمحور الرابع	جدول رقم (46)
213	يوضح اختبار كا ² للدرجة الكلية للاستبيان	جدول رقم (47)



مقدمة :

يحرص قطاع الرياضة على تطوير وترقية الرياضة على كل المستويات من خلال إجراء إصلاح شامل للمناهج والتشريعات والتدخلات العامة في هذا المجال، وذلك من خلال التخطيط الإستراتيجي وتحسين البنى التحتية وتنمية الموارد البشرية وإستغلال الموارد وجميع الجهات الفاعلة في ذلك، حيث هذا الأخير يؤدي إلى التأثير على العديد من الجوانب الاجتماعية والتعليمية والثقافية والصحية مما ينتج نوع من حالات الهوية الاجتماعية، والتي تفرض نفسها كنشاط إقتصادي يتغلغل بشدة في الحياة الاجتماعية والسياسية لدولة أو منطقة أو مدينة ما، وبالتالي فإن هذه الجوانب تظهر التحديات العديدة التي يجب على قطاع الشباب والرياضة مواجهتها عن طريق إستراتيجية مدعومة بتشخيص مستقبلي وأهداف حكومية وبرامج قطاعية مشتركة ومحددة وواقعية وتشغيلية من الناحية الزمنية والمكانية.

وفي ذات السياق فهذه الإستراتيجية القطاعية الوطنية المتوسطة والطويلة المدى تهدف إلى تحسين المؤشرات المختلفة لقياس الممارسة الرياضية، وتحدد الأساليب والمعايير والوسائل والمعدات والأهداف المرجوة من ذلك. ولكي يتم مواجهة التحديات العديدة التي تواجه قطاع الرياضة وكجزء من الخيارات الوطنية للتخطيط للنهوض بقطاع الرياضة، يجب تحديد خطة رئيسية قادرة على تحسين الرؤية الإستشرافية للقطاع خصوصا الإستثمار الرياضي الخاص في الزمان والمكان، والتي تتوافق مع أهداف الدولة لاسيما تشجيع وصول المواطنين إلى الخدمات والمعدات والأماكن والمواقع المتعلقة بالممارسات الرياضية في جميع أنحاء البلاد، مع مراعاة الموارد والاحتياجات التدريبية وتطوير الممارسات الرياضية.

إن تنفيذ هذا المفهوم الجديد لتطوير الأنشطة البدنية والرياضية يتطلب تنفيذ برنامج البنى التحتية الرياضية والتدريبية الرئيسية لتقليل العجز المسجل، وضمان المساواة الإقليمية وتلبية المتطلبات الدولية، وبالتالي فإن تحسين رؤية القطاع على المدى المتوسط والطويل هو استجابة لمخاوف القطاع والتي تتجلى من خلال أهدافها المتمثلة في معالجة الإختلالات القائمة وتعزيز الأنشطة الرياضية وفقا للأهداف والخيارات المنهجية

المعتمدة، وهذا مايسمح للإستثمار الخاص أن يكون أحد الحلول في معالجة هذه الإختلالات، حيث يمكن لأي مجموعة إقتصادية وإدارية بناء منشآت رياضية في ظل نفس الظروف، ويمكن أيضا للأشخاص الطبيعيين والاعتباريين بموجب القانون العام أو الخاص إنشاء وإستغلال المنشآت الرياضية أو الترفيهية مع استفادة الخاص في هذا المجال من الحوافز التي تحددها التشريعات المعمول بها.

لقد أعطت معظم دول العالم اهتمام كبير لمجال الإستثمار في المنشآت الرياضية وجعلته من بين أولوياتها لما له من دور في تطوير وترقية الرياضة بكل أنواعها، حيث أن الشركات العالمية أصبحت تتفنن وتبدع في إنشاء هذه المنشآت ووفقا للمواصفات العالمية وهذا ما يعكس مدى تطور البلد المستضيف لمثل هذه الإستثمارات ومرافقته لها، حيث أصبحت تعتبرها وسيلة لتطوير وترقية الممارسة الرياضية، فبتوفر هذه المنشآت الرياضية وجودتها وحسن تسييرها يتحسن ويرتفع مردود مستوى الرياضة العالي، وينألق في المحافل الدولية.

يسهر قطاع الرياضة على انجاز وتهيئة المنشآت الرياضية المتنوعة والمكيفة مع مختلف أشكال التربية البدنية والرياضية وعلى كل المستويات طبقا للخريطة الوطنية للتطوير الرياضي وفي إطار المخطط التوجيهي للرياضة والتجهيزات الرياضية الكبرى.

إن موضوع الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية من الموضوعات الهامة لما له من دور في الإقتصاد الوطني كخلق لفرص عمل وزيادة للدخل القومي، وكذا اعتباره أحد الحلول التي يمكن المساهمة بها في بناء المنشآت الرياضية من طرف الخواص مما يضمن تخفيف العبئ المالي عن الدولة.

وفي هذا السياق فقد قسمنا بحثنا هذا إلى بابين، الباب الأول يتضمن الجانب النظري والباب الثاني يتضمن الجانب التطبيقي، حيث استهلكت هذه الدراسة بفصل تمهيدي يتضمن الإطار العام للإشكالية، الفرضيات، أهداف البحث، أهمية البحث، أسباب إختيار الموضوع، تحديد المصطلحات والمفاهيم وكذا الدراسات سابقة ومشابهة لموضوع البحث.

وبلي ذلك الباب الأول والذي يتضمن ثلاث فصول، الفصل الأول إلى مفهوم الاستثمار بصفة عامة وإلى دور التشريعات والقوانين في جذب الإستثمارات الخاصة في المنشآت الرياضية في الجزائر مع إبراز دور الآليات التمويلية في التشجيع على هذا الإستثمار، بالإضافة إلى تسليط الضوء على الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية عن طريق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

وتطرقنا في الفصل الثاني إلى كل من أنواع المنشآت الرياضية في الجزائر و الإعتبارات الضرورية في بناء وتصميم المنشأة الرياضية مع دراسة الجدوى كآلية لنجاح الاستثمار الخاص في المنشأة الرياضية والإلتزامات التي تسمح بإحداث منشأة رياضية، وتطرقنا في الفصل الثالث إلى مفهوم التسويق وكذا تسويق الخدمة الرياضية في المنشأة الرياضية.

أما بالنسبة للباب الثاني والمتمثل في الجانب التطبيقي والذي يحتوي فصلين، الفصل الأول يتضمن طرق ووسائل البحث وإجراءاته الميدانية، والفصل الثاني يحتوي عرض وتحليل ومناقشة النتائج. وتطرقنا في الأخير إلى استنتاجات هذا البحث مع تقديم اقتراحات تهم موضوع دراستنا مع عرض قائمة المراجع المعتمد عليها خلال الدراسة وكذا الملاحق.

الفصل التمهيدي

1-الإطار العام للإشكالية :

شهد العالم خلال العقود الأخيرة تحولات متسارعة في النظرة إلى قطاع الرياضة، حيث لم يعد ينظر إليه بوصفه نشاطا ترفيهيا أو وسيلة للمنافسة الرياضية فحسب، بل أصبح قطاعا اقتصاديا واستثماريا ذا أبعاد تنموية متعددة، يسهم في تحقيق النمو الاقتصادي، وتوفير فرص العمل، وتنشيط الاستثمار، وتحسين الصحة العامة، وتعزيز التماسك الاجتماعي.

وقد أدى هذا التحول إلى بروز مفهوم **الاقتصاد الرياضي** الذي يقوم على اعتبار الرياضة صناعة قائمة بذاتها، تعتمد على الاستثمار في مختلف مكوناتها، وفي مقدمتها المنشآت الرياضية، باعتبارها الدعامة الأساسية لممارسة الأنشطة الرياضية وتنظيم المنافسات واستقطاب المستثمرين والمتعاملين الاقتصاديين (الشافعي، 2006، ص 17).

وتعد المنشآت الرياضية من أهم عناصر البنية التحتية لأي منظومة رياضية، إذ تمثل الإطار المادي الذي تمارس داخله مختلف الأنشطة البدنية والرياضية، سواء تعلق الأمر بالرياضة التنافسية أو الرياضة المدرسية أو رياضة الترفيه أو رياضة النخبة.

كما أصبحت هذه المنشآت معيارا أساسيا لتقييم مستوى تطور الدول في المجال الرياضي، نظرا لما تؤديه من أدوار في اكتشاف المواهب الرياضية، وتكوين الرياضيين، وتنظيم المنافسات المحلية والدولية، إضافة إلى مساهمتها في تحسين جودة الخدمات الرياضية المقدمة للمجتمع ، ويرى الشافعي أن نجاح السياسة الرياضية في أي دولة يرتبط بدرجة كبيرة بمدى توفر منشآت رياضية حديثة، وكفاءة استغلالها، وقدرتها على تحقيق عوائد اقتصادية واجتماعية مستدامة (الشافعي، 2006، ص 45).

وفي ظل التحولات الاقتصادية العالمية، اتجهت العديد من الدول إلى إعادة النظر في أساليب تمويل المنشآت الرياضية، بعدما أصبحت الحكومات تواجه صعوبات متزايدة في تحمل تكاليف إنشائها وصيانتها وتسييرها بصورة منفردة، خاصة مع الارتفاع المستمر في تكاليف التجهيزات الرياضية، والتطور التكنولوجي الذي تشهده هذه المنشآت، وتزايد متطلبات الاتحادات الرياضية الدولية فيما يتعلق بالمواصفات الفنية والتنظيمية، لذلك برز الاستثمار الخاص باعتباره أحد أهم الآليات الحديثة لتطوير المنشآت الرياضية، من خلال مساهمة المستثمرين الخواص في تمويل وإنجاز واستغلال هذه المنشآت، سواء بصفة مستقلة أو في إطار الشراكة مع القطاع العام، وهو ما ساهم في تحسين جودة الخدمات الرياضية، ورفع كفاءة التسيير، وتخفيف الأعباء المالية عن الدولة (عبد الحميد، 2001، ص 89).

وأصبح الاستثمار في المنشآت الرياضية يمثل أحد المحاور الأساسية للسياسات الرياضية الحديثة، لما يحققه من آثار إيجابية على مختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية، إذ يسهم في تنويع مصادر التمويل، وتحقيق الاستدامة المالية للهيئات الرياضية، وزيادة مساهمة القطاع الرياضي في الناتج المحلي الإجمالي، فضلا عن توفير فرص عمل مباشرة وغير مباشرة، وتنشيط القطاعات المرتبطة بالرياضة مثل السياحة، والنقل، والإعلام، والتسويق، والصناعات الرياضية. كما أن وجود منشآت رياضية ذات جودة عالية يشجع على استضافة البطولات والتظاهرات الرياضية الوطنية والدولية، الأمر الذي ينعكس إيجابا على التنمية المحلية وتحسين صورة الدولة على المستوى الدولي (نوار، 2019، ص 52).

كما أن التطورات التي عرفها الاقتصاد العالمي فرضت على الدول تبني نماذج جديدة في إدارة المرافق الرياضية، تقوم على مبادئ الكفاءة الاقتصادية، وجودة الخدمات، وترشيد النفقات، وتعزيز مساهمة القطاع الخاص في التنمية الرياضية، ولم يعد نجاح المنشآت الرياضية يقاس فقط بعددها أو حجمها، وإنما بمدى قدرتها على تحقيق التوازن بين أهدافها الرياضية والاجتماعية والاقتصادية، وتحويلها إلى

مؤسسات منتجة للقيمة المضافة، قادرة على توفير خدمات رياضية ذات جودة، وتحقيق عائد اقتصادي يضمن استمرارية نشاطها وتطويره (عبد المقصود، 2005، ص 138).

ومن هذا المنطلق، أصبحت الدول المتقدمة والعديد من الدول النامية تتنافس على توفير بيئة استثمارية جاذبة للمستثمرين في المجال الرياضي، من خلال تطوير التشريعات، وتقديم الحوافز الجبائية والمالية، وتبسيط الإجراءات الإدارية، وتوفير العقار الموجه للاستثمار، وإرساء مبادئ الحوكمة والشفافية، إدراكا منها بأن الاستثمار في المنشآت الرياضية لم يعد مجرد وسيلة لتوفير البنية التحتية الرياضية، بل أصبح استثمارا في التنمية البشرية والاقتصادية، وعنصرا من عناصر تحقيق التنمية المستدامة (حسنين، 2004، ص 213) .

ولمعالجة هذه الإشكالية يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية :

- هل يوجد استثمار خاص في المنشآت الرياضية في الجزائر؟
- هل السياسة العامة للاستثمار في الجزائر كفيلة بتشجيع الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية؟
- هل توجد معوقات تعيق وتعرقل الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية؟
- هل استفاد الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية من الهزايا والضمانات الممنوحة من طرف الدولة؟

2-الفرضيات :

الفرضية العامة :

يرتبط ضعف الإقبال على الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية في الجزائر بعدم توفر مناخ استثماري ملائم، رغم وجود نصوص قانونية وآليات تهدف إلى تشجيع الاستثمار الخاص.

الفرضيات الجزئية :

- يوجد إستثمار خاص في المنشآت الرياضية في الجزائر .
- السياسة العامة للإستثمار في الجزائر غير كفيلة بتشجيع الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية.
- المعوقات التمويلية تعتبر من أبرز الم عوقات التي يمكن أن تعيق وتعرقلا لإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية في الجزائر .
- لم يستفد الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية من المزايا والضمانات الممنوحة من طرف الدولة.

3-أهداف البحث :

- من خلال هذه الدراسة نسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف ولعل أبرزها :
- التعرف على مدى وجود الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية.
- التعرف على طبيعة المنشآت الرياضية المستثمر فيها.
- إبراز أهمية الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية.
- التعرف بالإستثمار وبالامتيازات التي يمكن ان يتحصل عليها عند الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية.

4-أهمية البحث :

- الأهمية العلمية :
- إثراء الجانب المعرفي المتعلق بالاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية .
- المساهمة في سد النقص في الدراسات التي تناولت هذا الموضوع في الجزائر .
- توفير قاعدة علمية يمكن الاستناد إليها في بحوث لاحقة .
- الأهمية العملية / التطبيقية :
- الكشف عن واقع الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية والصعوبات التي تعترضه .

- مساعدة صناع القرار والهيئات المعنية على تطوير سياسات تشجيع الاستثمار الرياضي .
- تقديم معطيات يمكن أن يستفيد منها المستثمرون والفاعلون في المجال الرياضي.

5- أسباب إختيار الموضوع:

لقد تم إختيارنا لهذا الموضوع إنطلاقا من مجموعة من الأسباب نذكر من بينها :

أسباب ذاتية :

- الميولات الشخصية والرغبة في دراسة المواضيع ذات الطابع الميداني ومنها المتعلقة بالمنشآت الرياضية.

-الاهتمام الشخصي والعلمي بمجال الرياضة والمنشآت الرياضية.

-الرغبة في التعمق في موضوع الاستثمار الرياضي.

-الانسجام مع التخصص العلمي للباحث.

-أسباب موضوعية:

-أهمية الاستثمار الخاص في تطوير القطاع الرياضي.

-أهمية المنشآت الرياضية في ترقية الرياضة.

-الحاجة إلى تشخيص واقع الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية في الجزائر.

-وجود عراقيل تحد من تطور الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية.

-ندرة الدراسات التي تناولت الموضوع في البيئة الجزائرية.

-مسايرة التوجهات الحديثة في إشراك القطاع الخاص.

-إمكانية الاستفادة من نتائج الدراسة عملياً.

6-تحديد المصطلحات و المفاهيم:

6-1- الإستثمار:

التعريف الإصطلاحي:

-الاستثمار هو عمل أو تصرف في رأس المال من أجل تطوير نشاط اقتصادي لتحقيق أكبر قدر من

الربح. (الأستاذ عليوش قريوع كمال، 1999، ص2)

-الاستثمار هو استعمال الأموال الحالية للحصول على أموال مستقبلية، حيث يكون الهدف

الأساسي من الاستثمار هو تعظيم معدل العائدات، أما العملية الاستثمارية فهي مجموعة الإجراءات

والكيفية التي يتم بها انجاز الاستثمار. (رعد حسن الصرن، 2004، ص124)

-الاستثمار هو زيادة رأس المال بين مدتين زمنيتين (ز1، ز2). (Anne-MaryDrai- Roselyne

Guillotini , 1984, p10.

التعريف الإجرائي :

يقصد بالاستثمار توظيف رؤوس الأموال الخاصة في إنشاء المنشآت الرياضية أو تطويرها أو

استغلالها، بهدف تحقيق عائد اقتصادي أو مالي مستقبلي، مع المساهمة في توفير خدمات رياضية

للممارسين . ويشمل ذلك مختلف العمليات التي يقوم بها المستثمر الخاص، مثل تخصيص الموارد

المالية والمادية والبشرية لإنجاز مشروع رياضي، أو توسيع نشاط منشأة رياضية قائمة، أو تحسين

تجهيزاتها وخدماتها، في إطار السعي إلى تحقيق الربح وضمان استمرارية النشاط.

6-2- التسويق:

التعريف الإصطلاحي:

-التسويق هو جميع النشاطات المرتبطة بالتسويق من تخطيط وتسعير وترويج وتوزيع للأفكار والسلع

والخدمات والتي بواسطتها يتم تحقيق رضا الزبون(رعد حسن الصرن، 2004، ص135)، ويعرف التسويق

بأنه تحقيق الأهداف والمنافع الاقتصادية والاجتماعية للمستهلك عن طريق انتقال للأفكار والسلع والخدمات من أماكن إنتاجها إلى مشتريها، كذلك يعرف بأنه تقديم المزيج التسويقي الذي يشبع حاجات ورغبات المستهلكين. (نعمان عبد الغني، 2017، ص242)

-التسويق هو فن إنشاء وتقديم القيمة للمستهلك ، حيث يمكن ان تكون
في شكل سلع أو خدمة أو أي عرض منشأها ليلبي احتياجات ورغبات المستهلكين ولردود أفعال إيجابية فيه ، وتعرفه
جمعية التسويق الفرنسية علأنه إستراتيجية تبنيها للمنظمات للأسواق التنافسية، للتأثير لصالحها على سلوك الجمهور الذي تعتم
د عليه، من خلال عرض تكون قيمتها المتصورة متفوقة بشكل مستدام على المنافسين (Imade Ben Nasr, 2019, p6)
التعريف الإجرائي :

يقصد بالتسويق مجموعة الأنشطة والعمليات التي تقوم بها المنشأة الرياضية الخاصة للتعرف على
حاجات ورغبات المستفيدين والممارسين، والعمل على تلبيتها من خلال تقديم خدمات رياضية تتلاءم
مع توقعاتهم، مع السعي إلى استقطابهم والمحافظة عليهم وتحقيق عائد للمنشأة ، ويشمل ذلك دراسة
السوق، والتعرف على الفئة المستهدفة، والترويج للخدمات الرياضية، وتحديد الأسعار المناسبة،
واختيار أساليب الاتصال والتواصل مع الزبائن، بما يساهم في تحسين الإقبال على المنشأة الرياضية
وتعزيز قدرتها على الاستمرار والتنافس.

6-3- المنتج :

التعريف الإصطلاحي:

يعتمد تعريف المنتج على أساس معرفة الفئة المستهدفة، ويتميز بطبيعته وشكله وذوقه وسعره والمحيط الذي

هو فيه (Bernard Krief, 1971, p168)

-المنتج هو كل ما يمكن عرضه في السوق ليلبي حاجة ورغبة المستهلك .

(حمزة الجبالي، 2016 ، ص7)

التعريف الإجرائي :

يقصد بالمنتج كل ما تقدمه المنشأة الرياضية الخاصة للمستفيدين أو الممارسين بغرض تلبية حاجاتهم ورغباتهم وتحقيق منفعة لهم، سواء كان في شكل سلعة مادية أو خدمة رياضية، ويشمل المنتج في هذا السياق مختلف الخدمات والأنشطة التي تعرضها المنشأة الرياضية، مثل حصص التدريب، وبرامج اللياقة البدنية، وخدمات الترفيه الرياضي، إضافة إلى السلع أو المستلزمات الرياضية التي يمكن عرضها داخل المنشأة، وذلك بهدف تحقيق الإقبال على المنشأة وضمان استمرارية نشاطها.

6-4- الخدمة:

التعريف الإصطلاحي:

الخدمة هي نشاط اقتصادي خلق قيمة ومنافعة للمستهلكين، في وقت ومكان محدد، وتعرف أيضا هي تفاعل بين ثلاثة عناصر المستهلك، الدعم المادي والموظفين محل الاتصال حيث ينتج عن هذا التفاعل تلبية حاجات ورغبات المستهلك. (Alliouche -Laradi Bahia, 2017, p6)

الخدمة هي إنتاج منفعة غير مادية في جوهرها، إما في حد ذاتها أو كعنصر هام في منتج مادي ملموس، تشبع من خلال شكل من أشكال التبادل حاجة محددة. (ادريان بالمر ترجمة بهاء شاهين وعلاء احمد اصلاح ودعاء شراقي، 2020، ص35)

التعريف الإجرائي :

يقصد بالخدمة كل نشاط أو منفعة غير ملموسة تقدمها المنشأة الرياضية الخاصة للمستفيدين أو الممارسين مقابل عائد مادي، بهدف تلبية حاجاتهم ورغباتهم الرياضية أو الترفيهية، وتشمل الخدمة في

هذا السياق مختلف الأنشطة والبرامج التي توفرها المنشأة الرياضية، مثل التدريب الرياضي، وحصص اللياقة البدنية، والتأطير والمرافقة الرياضية، واستغلال الفضاءات والتجهيزات الرياضية، بما يسهم في تحقيق رضا المستفيدين وضمان استمرارية النشاط وتحقيق الأهداف الاقتصادية للمنشأة.

7-الدراسات السابقة والمماثلة:

1-دراسة ناجي بن الحسين 2006-2007 ، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، بعنواندراسة تحليلية لمناخ الاستثمار في الجزائر ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة منتوري - قسنطينة، حيث تطرق في دراسته إلى السؤال العام والمتمثل هل يشجع مناخ الإستثمار الحالي في الجزائر نمو الإستثمار الخاص الوطني ويجذب الإستثمار الأجنبي؟، هدفت الدراسة إلى تحليل واقع مناخ الاستثمار في الجزائر، والتعرف على العوامل المؤثرة في جذب الاستثمارات، وتقييم الإصلاحات الاقتصادية والتشريعية، والكشف عن أهم المعوقات التي تحد من تدفق الاستثمارات، مع تقديم مقترحات لتحسين مناخ الاستثمار .استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لملاءمته لطبيعة الدراسة، واعتمد على تحليل الوثائق والبيانات والإحصاءات الرسمية والدراسات السابقة كأداة لجمع المعلومات.

وقدأسفرت نتائج الدراسة على مايلي:

- محدودية جدوى الاستثمار الأجنبي في الجزائر نظرا لمحدودية الاستثمارات الأجنبية في القطاعات الصناعية التي تساهم في رفع معدلات النمو وتوفير مناصب الشغل وتحسين مستوى التكنولوجيا المستخدمة.

- لا يمكن للدولة الجزائرية أن تجعل من الاستثمار الأجنبي قاعدة لتنميتها الاقتصادية والاجتماعية، ولكن بإمكانها أن تجعله مكملا ومساعد في تسريع وتيرة تطوير وتحديث القاعدة الصناعية.

- أهمية الاعتماد على الاستثمار الوطني ومدى مساهمته في التنمية الاقتصادية.
- تركيز الاستثمارات الجديدة في عدد محدود من ولايات الوطن.
- تراجع القطاع العمومي الذي حقق قدرا من التوازن الجهوي في السبعينات والثمانينات من القرن الماضي لم يتم تعويضه بمستثمرين جدد.
- عدم تمكن المستثمرين من الحصول على موارد الاستثمار في جميع الولايات بسبب صعوبة الحصول على العقار والتمويل بإحصائيات (ANDI) تشير إلى أن نسبة 47 % من الاستثمارات توجد في ولايات الوسط بقيمة تقدر بـ 52% من الاستثمارات الكلية، بينما لا تمثل سوى نسبة 20 % في ولايات الشرق أي ما يمثل 25 % فقط من قيمة الاستثمارات الإجمالية، أما في ولايات الغرب فتتمثل نسبة 25 % من الاستثمارات أي ما يعادل 17 % فقط من الحجم الإجمالي لقيمة الاستثمارات المنجزة.
- عدم توفر البنية التحتية للاستثمار في الولايات الداخلية للوطن، كعدم توفر شبكة بنكية واسعة الانتشار، حيث نلاحظ قلة الوكالات البنكية في أغلبية الولايات ما عدا في المدن الكبرى.
- جل المشاريع الجديدة فيما يخص الاستثمار الخاص الوطني هي عبارة عن مشاريع تتعلق بمؤسسات صغيرة ومصغرة، ويعود السبب في ذلك إلى السياسات المعتمدة من طرف الحكومة الجزائرية لتشجيع المنشئين الجدد عبر توفير العديد من الآليات المساعدة لهم.
- على الرغم من أهمية سياسات الدعم الحكومي للمؤسسات الصغيرة وتخصيص وزارة كاملة لها ما تزال هذه المؤسسات تعاني من وجود العديد من العوائق التي تعترضها و تحد من تطورها واستمرار نشاطها.
- التأخر في استكمال برامج الإصلاحات الاقتصادية خاصة تلك المتعلقة بالإصلاحات الهيكلية كالتأخر في تنفيذ برامج الخصوصية أو في تطوير النظام المالي.

- نقص الاتصالات مع مجتمع الأعمال الداخلي والخارجي عمل على تشويه صورة الجزائر لدى المستثمرين الأجانب على الرغم من كل الإصلاحات التي تم القيام بها.
- لجهل المستثمرين للتطورات الإيجابية التي تماقيا بهاء، وعلية لا يمكن للجزائر أن تكسب ثقة المستثمرين إلا إذا عملت على تحسين صورتها عن طريق القيام بالترويج الجيد للبلد.
- تعدد القيود الخاصة بإنشاء المؤسسات نذكر منها مشكلة العقار وتزايد حجم القطاع غير الرسمي وتأخر تهيئة البنية التحتية وعدم تكيف النظام القضائي وتخلف النظام المالي عامة والقطاع المصرفي على وجه التحديد.
- ضعف مستوى التأهيل بالنسبة للعاملين وضعف إنتاجيتهم .
- النظام المصرفي في الجزائر يعاني من عدة نقائص تتمثل أساسا في تخلف أنظمة الدفع وسيطرة البنوك العمومية على 95 % من البنوك التجارية، ولهذا كله ترى أغلبية المؤسسات (خاصة الصغيرة والمتوسطة) بأن الوصول إلى التمويل يمثل أحد أهم العوائق التي تعترض استثماراتها، ويعود السبب في ذلك لدرجة المخاطرة المرتفعة التي تتوقعها البنوك في تعاملها مع هذه المؤسسات نظرا لعدم تمكن أصحابها من تقديم الضمانات المطلوبة بسبب عدم توفر هذه المؤسسات (الصغيرة والمصغرة) على حسابات مصادق عليها.
- النظام البنكي في الجزائر لا يوفر بدوره العديد من البدائل التمويلية التي يمكن أن تفتح مجالات جديدة للمساهمة في التخفيف من مشكلة التمويل.
- عمليات البيع الإيجاري وإنشاء مؤسسات رأس المال المخاطر وبنوك الاستثمار لا تزال في الواقع في بداياتها ولم يتم بعد تعميم استعمالها.

-ضعف المؤسسات القائمة الرسمية منها وغير الرسمية وعدم قدرتها على مواكبة التحولات الكبيرة التي يشهدها الاقتصاد الوطني، إقامة قواعد جديدة رسمية لم يكن كافيا بشكل يسمح للاقتصاد الجزائري من الانتقال لاقتصاد السوق وذلك لسببين هامين على الأقل هما :

-يتعلق أساسا بالظروف السياسية والأمنية الصعبة التي مرت بها الجزائر في أعقاب توقيف المسار الانتخابي سنة 1992 وما نتج عنها من أزمة سياسية وأمنية كبيرة الأمر الذي لم يسمح ببناء مؤسسات جديدة ومستقرة، غير أنهذه الظروف الأمنية لا يمكن أن تفسر وحدها أسباب تردي مناخ الاستثمار في الجزائر، بل هناك عوامل أخرى لها تأثير أكبر في تحديد شروط الاستثمار .

- تغيير الإطار القانوني دون الأخذ بعين الاعتبار الاستقلالية النسبية لبعض الأعوان الذين يعني التغيير بالنسبة لهم القطيعة مع الامتيازات السابقة التي استفادوا منها، وقد انعكس هذا الوضع على عدم تطبيق الأعوان لهذه القواعد المؤسساتية الجديدة الأمر الذي أدى إلى جمود وبطء في تجسيد برامج الخصخصة وفي تطبيق الإصلاحات الاقتصادية بصفة عامة.

-الضعف الهيكلي للاقتصاد الوطني المتميز بسيطرة قطاع المحروقات وضعف فعالية القطاع المالي وأيضا إلى ضعف مستوى المؤشرات الاجتماعية كتزايد معدلات الفقر وارتفاع معدلات البطالة.

- إن الجزائر منذ انتقالها نحو اقتصاد السوق لم تتوفر على مؤسسات الحكم الجيد التي تسمح لها بتحقيق تنمية مستدامة.

- للدولة دور كبير يجب أن تقوم به لتحسين الإطار العام للاستثمار.

- يجب أن يكون تدخل الدولة محدودا في مجال الإنتاج وأن يكون تواجدھا قويا فيما يتعلق بالمؤسسات، حيث إن هذا الأمر لا ينطبق على الجزائر التي لم تحقق الكثير فيما يتعلق بإصلاحات الجيل الثاني، وهي الإصلاحات الفعلية التي تسمح بانتقال دور الدولة تدريجيا نحو اقتصاد قائم على المنافسة ودعم القطاع الخاص بما يتطلبه من محاربة الفساد وضمان حقوق الملكية وتنفيذ العقود.
 - بقاء معدلات النمو الاقتصادي المسجلة في الجزائر في مستويات متواضعة بسبب ضعف معدل الاستثمار الخاص نظرا لغياب البيئة المناسبة المشجعة لنمو هذا القطاع
 - الزيادة التي كان ينتظر حدوثها في الاستثمارات الخاصة في ضوء الإصلاحات التي نفذت لم تتحقق بالوجه المطلوب حتى الآن.
 - عدم تناسب مردودية الاستثمارات العمومية الإجمالية التي تم القيام بها مع حجمها.
- 2-دراسة محمد سارة 2009-2010، بحث مقدم لنيل درجة الماجستير - تخصص قانون الأعمال، بعنوان آليات لاستثمار الأجنبي في الجزائر - دراسة حالة أوراسكوم -جامعة منتوري قسنطينة كلية الحقوق و العلوم السياسية،**
- هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع الاستثمار الأجنبي في الجزائر من خلال دراسة حالة مؤسسة أوراسكوم، وتحليل الإطار القانوني والتنظيمي للاستثمار، وإبراز أثر الاستثمار الأجنبي في التنمية الاقتصادية، مع تحديد أهم العراقيل التي تواجه المستثمرين .استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لدراسة الجوانب القانونية والاقتصادية للاستثمار الأجنبي، واعتمد على تحليل الوثائق والقوانين والتشريعات والبيانات والإحصاءات الرسمية كأداة لجمع المعلومات.

وقد أسفرت نتائج الدراسة على مايلي:

- المستثمر أوراسكوم تيليكوم هو مستثمر ذو خبرة عالية في مجال المواصلات السلكية و اللاسلكية ، فقد نجح بأن يندمج مع سياسة الإستثمار الوطنية باستغلاله الأقصى لجملة الامتيازات و الضمانات الممنوحة له.

- يعتبر استثمار أوراسكوم تيليكوم الجزائر استثمارا ناجحا.

- ملاحظة بعض النقائص والتي لا تكمن أساسا في النصوص القانونية الخاصة بتشجيع الاستثمارات بقدر ما تكمن في تنفيذ و تطبيق هذه الأخيرة من طرف السلطات المختصة.

- ملاحظة وجود منافسة قوية و فعلية في قطاع المواصلات السلكية و اللاسلكية مقارنة بسنة 2002 و التي تمثل بداية استثمار أوراسكوم إتصالات الجزائر.

- وفيما يخص مناصب الشغل فالتقارير السنوية المصرح بها لشركة أوراسكوم اتصالات الجزائر تقدر اليد العاملة الجزائرية ب 4000 عامل.

- الامتيازات و الضمانات المقدمة لشركة أوراسكوم تبقى جد متفاوتة مقارنة بما تقدمه السوق الجزائرية من فرص نجاح في هذا المجال ، فالتمسنا حينها النقص الواضح في تنفيذ و تطبيق القوانين المتعلقة بالاستثمار من طرف السلطات المختصة و نخص بالذات الوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار و مصلحة الضرائب .

- عدم دفع شركة اوراسكوم لمستحققاتها الضريبية الأمر الذي نتج عنه تراكم في ديون الشركة و اعتبارها في وضعية تهرب ضريبي بتحويلها لأموال معتبرة في شكل أرباح دون أن تخصم منها.

- استثمار اوراسكوم يبقى استثمارا مفيدا للجزائر، إلا أن جملة الامتيازات المقدمة للمستثمر الأجنبي أوراسكوم تبقى جد متفاوتة إذ أن حقيقة هذا الإستثمار قد أظهرت مدى خصوبة الأرضية التشريعية للاستثمار في الجزائر.
- نقص قوانين تشجيع الاستثمارات من ناحية التطبيق و التنفيذ حيث لاحظنا و في غالب الأحيان تقديم المشرع الجزائري تعديلات في المجال الجبائي و في مجال تحويل الأرباح ضمن قوانين مالية تكميلية و التي بطبيعتها لاعلاقة لها ببند الإستثمار، فهذا إن دل على شيء فإنما يدل على عدم استقرار القوانين الشيء الذي يمكن أن يبعد المستثمرين الأجانب ، فالتدرك المستمر لبند الإستثمار بقوانين مالية يدل حسب رأينا على التسيير السيء للوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار و على السلطات المختصة بالاستثمار و ذلك في متابعة و مراقبة الاستثمارات.
- العمل على تشجيع ودعم المستثمرين الوطنيين .
- إصدار تشريع جديد يضبط النقائص و الثغرات الملاحظة في تطبيق القوانين السارية و المتعلقة بالاستثمار و ذلك بمراجعة المشرع الجزائري لبعض الإجراءات عند التعامل مع المستثمر الأجنبي خاصة من ناحية التنفيذ ، وكذا في تقييم و تقدير الامتيازات الممنوحة له.
- إقامة نظام إعلام اقتصادي في الجزائر مع التحديث الدوري للبيانات مع مراعاة نوعيتها و مصداقيتها حتى تكون المرجع الأساسي لأصحاب القرار و الباحثين، مع ضرورة إحداث القطاع المالي و المصرفي في الجزائر و إعطاء البورصة دورها الاقتصادي.
- 3-دراسة زغبة طلال ، مقال منشور في مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية العدد 2012/07 (ص196-215)، بعنوان واقع مناخ الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر بين المعوقات ومتطلبات تحسين بيئة الاستثمار حيث تطرق في دراسته إلى السؤال العام والمتمثل في ما

هو واقع مناخ الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر؟، وما هي معوقاته، وكيف يمكن تحسين المناخ الملائم لجذبه؟،

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع مناخ الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر، وإبراز أهم المعوقات التي تحد من استقطابه، واقتراح المتطلبات والإجراءات الكفيلة بتحسين بيئة الاستثمار وزيادة جاذبيتها للمستثمرين. استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لملاءمته لطبيعة الدراسة، واعتمد على تحليل الوثائق والقوانين والتشريعات والبيانات والإحصاءات الرسمية والدراسات السابقة كأداة لجمع المعلومات.

وقد أسفرت نتائج الدراسة على مايلي:

- مناخ الاستثمار يتطلب توفير العديد من العوامل ذات طابع سياسي واجتماعي، وعوامل أخرى ذات طابع اقتصادي تتعلق بخصائص ومستوى التنمية الاقتصادية في البلد و، عوامل أخرى تتعلق بالضمانات والحوافز القانونية المتضمنة في التشريعات.

- مناخ الاستثمار الأجنبي المباشر لا يقف عند حدود العوامل الاقتصادية فحسب، بل يتجاوز ذلك إلى الظروف المكونة للمحيط الذي تتم فيه العملية الاستثمارية كالظروف السياسية، الاجتماعية والتشريعية، وهي عناصر متداخلة وتتفاعل فيما بينها لتخلق عوامل جذاب أو عوامل طرد لرأس المال.

4-دراسة عبد الحق طير 2017-2018، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد تطبيقي وإدارة المنظمات، بعنوان محددات جذب الاستثمار الأجنبي المباشر وجدواه في الجزائر - دراسة مقارنة مع بعض تجارب الدول العربية 1995 - 2015، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة قاصدي مرباح ورقلة،

هدفت الدراسة إلى قياس محددات جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر وتقييم جدواه، من خلال مقارنته ببعض التجارب العربية، والتعرف على أهم العوامل الاقتصادية وغير الاقتصادية المؤثرة في استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر. استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي والمنهج القياسي لتحليل البيانات وتقدير أثر المتغيرات باستخدام نموذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة (ARDL). واعتمد على الوثائق والتقارير الرسمية والإحصاءات الوطنية والدولية وقواعد البيانات الاقتصادية كأدوات لجمع المعلومات

وقد أسفرت نتائج الدراسة على مايلي:

فبالنسبة لتطور الاستثمار الأجنبي المباشر توصل الباحث في دراسته إلى أن استحواذ الدول المتقدمة على معظم الاستثمارات حتى سنة 2008 ثم تراجعت بسبب تأثيرات الأزمة المالية العالمية، حيث كانت ضعيفة بالنسبة للدول العربية، وشهدت الاستثمارات بالجزائر تحسنا ملحوظا بلغت في المتوسط حوالي 3% من إجمالي التدفق العربي، ويبقى قطاع المحروقات الأكثر جذبا وهذا لما يكتسيه من أهمية بالغة في الاقتصاد الجزائري والدولي، اذ تعتبر السعودية والإمارات من بين الدول العربية الأبرز في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر، وتدفقاتها عرفت ارتفاعا مستمرا، ثم تأتي مصر في المركز الثالث ثم تأتي المغرب في المركز الخامس عربيا.

تركزت الاستثمارات في صناعة المواد الكيميائية ثم في مجال الفحم والنفط والغاز الطبيعي في السعودية، أما في الإمارات فقد كان مجال العقارات الأكثر جذبا ثم مجال الفنادق والسياحة، وفي مصر والمغرب فقد تركزت في مجال العقارات ثم في المركز الثاني مجال الفحم والنفط والغاز،

وبالنسبة لمحددات جذب الاستثمار الأجنبي المباشر لم تتحسن بيئة الاستثمار في الجزائر بناءا على مختلف المؤشرات الدولية والإقليمية وتراجعت من حيث النقاط المتحصل عليها أو من حيث

ترتيبها عالميا وعربيا، حيث الموارد الطبيعية لها تأثير ايجابي على المحددات الأساسية الجاذبة

للاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر

وبالنسبة للجزائر لجدوى الاستثمار الأجنبي المباشر كانت له آثار ايجابية في زيادة الصادرات،

بحيث كلما زاد بنسبة 1% زادت بنسبة 7.25 % وكان له أثر تحفيزي على الاستثمار المحلي

بحيث كلما زاد بـ 1% زاد الاستثمار المحلي بـ 2.15 %، وساهم في تخفيض معدل البطالة بـ

0.36 %، وقد سجلت له علاقة عكسية مع الناتج المحلي الإجمالي، وكذلك قيمة الأرباح المحولة إلى

الخارج واصلت ارتفاعها، وقد بلغت قيمتها أكثر من قيمة التدفقات سنويا، مما قلل من أهميته.

5-دراسة حشروف فاطمة الزهراء و صديقي وحيدة، مقال منشور في مجلة الاقتصاد الصناعي العدد

14 سنة 2018 (ص 01 - 15)، بعنوان واقع مناخ الاستثمار في الجزائر بين المؤهلات والمعوقات،

حيث تطرق في دراسته إلى السؤال العام والمتمثل في ما مدى تأثير المناخ الإستثماري في الجزائر

على جذب الإستثمارات الأجنبية إليها؟،

هدفت الدراسة إلى تحليل واقع مناخ الاستثمار في الجزائر، وإبراز أهم المؤهلات التي تتمتع بها

البلاد لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر، مع تحديد أبرز المعوقات التي تحد من تدفقه، واقتراح السبل

الكفيلة بتحسين بيئة الاستثمار .استخدمت الباحثتان المنهج الوصفي التحليلي لملاءمته لطبيعة

الدراسة، واعتمدتا على تحليل الوثائق والتقارير والإحصاءات الرسمية والدراسات السابقة كأداة لجمع

المعلومات.

وقد أسفرت نتائج الدراسة على مايلي:

لاتزال النتائج الخاصة بالإصلاحات التي قامت الجزائر فيما يخص توفير بيئة أعمال مناسبة وخلق مناخ استثماري قادر على استقطاب الاستثمارات الأجنبية خاصة المباشرة، وكذا توفير إطار تشريعي ملائم ومنح مزايا ضريبية .

- عدم توفر إرادة رسمية تسهل ونظام المصرف مسابير للتطورات الاقتصادية الدولية والعالمية.

- عدم استقرار البيئة التشريعية والقانونية للبلد يولد نوعا من التخوف لدى المستثمرين الأجانب.

- إعادة النظر في السياسة الاستثمارية المتبعة وفي البرامج الاستثمارية .

- إعادة النظر في سياسة الحوافز الضريبية من اجل توجيه الاستثمارات الأجنبية نحو المشروعات والأنشطة الإنتاجية.

- العمل على القضاء على المعاملات البيروقراطية ومحاربة الفساد وضمان شفافية أكبر في التعاملات .

- التقييم والمراجعة المستمرة لجاذبية البلد الاستثمارية فيما يخص القدرة التنافسية للبلد.

6- دراسة بن مريم محمد أستاذ محاضر قسم ب، مقال منشور في مجلة الأكاديمية للدراسات

الاجتماعية والإنسانية قسم العلوم الاقتصادية و القانونية العدد 20 جوان 2018 (ص55 -71)

جامعة حسيبة بن بوعلي - الشلف-الجزائر ، بعنوان دور الاستقرار السياسي كعامل أساسي إلى جانب

المتغيرات الاقتصادية الكلية في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر يف الجزائر - دراسة قياسية

باستخدام نموذج الانحدار الذاتي ذي الفجوات الزمنية الموزعة المتباطئة (ARDL) خلال الفترة

1987 - 2016، حيث تطرق في دراسته إلى السؤال العام والمتمثل في هل جنحت هذه الجهود في

جذب الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الجزائر؟ أو بصيغة أدق: ما هي أهم المحددات السياسية

للاستثمار الأجنبي المباشر في الاقتصاد الجزائري، و كيف يمكن تصنيف هذه المحددات من خلال حجم تأثيرها على الاستثمار الأجنبي خلال فترة الدراسة.

هدفت الدراسة إلى تحليل أثر الاستقرار السياسي إلى جانب المتغيرات الاقتصادية الكلية في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر، وتحديد أهم العوامل المؤثرة في تدفقات الاستثمار خلال الفترة المدروسة. استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي والمنهج القياسي بالاعتماد على نموذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة (ARDL)، واعتمد على البيانات والإحصاءات الرسمية وقواعد البيانات الاقتصادية والتقارير الوطنية والدولية كأداة لجمع المعلومات.

وقد أسفرت نتائج الدراسة على مايلي:

- إن الموقع الجيو استراتيجي للجزائر وتوفرها على موارد طبيعية هائلة وحجم السوق المتجه نحو التطور والانضمام المرتقب للجزائر للمنظمة العالمية للتجارة وذلك ما يفتح لها الباب على مصريه للاندماج في الاقتصاد العالمي، كل هذه العوامل تمثل نقاط ايجابية لاستقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر.

- لا بد للحكومة الجزائرية الإسراع في الإصلاحات والاستثمار أكثر في مجال تحسين مناخ الأعمال ووضع سياسة ترقية حقيقية لجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، وهذا ما ينعكس على النمو الاقتصادي وخلق مناصب شغل ونقل التكنولوجيا وغيرها من الفوائد .

- تسريع عملية تطوير مسار تحرير النظام الاقتصادي أي التخفيض من وزن الدولة في الاقتصاد، بالإضافة إلى ذلك تسهيل عملية الاستثمار وتقوية القطاع الخاص وتوفير جو مناسب للاستثمار أي توفير مناخ تنافسي مع بقية دول العالم.

- حل مشكل العقار الاقتصادي الذي يعتبر مشكل حقيقي في وجه المستثمر الأجنبي.

- تبسيط الإجراءات المتبعة في خلق المؤسسات الخاصة لاسيما في وجه الأجانب حيث أن الإجراءات المعقدة تعتبر من أهم العوامل المنفرة للمستثمر الأجنبي.
- إصلاح النظام القانوني الجزائري لكي يضع المستثمر الثقة في المنظومة التشريعية.
- تحسين قواعد التحكيم ونشر أو إذاعة حق المستثمر الأجنبي أن يحتكم لأي مجلس قضائي دولي.
- تقوية شبكات العقود الثنائية لاسيما اتفاقيات الشراكة بين الجزائر والدول الأخرى فيما يخص حماية المستثمر.
- التحسين من شفافية التشريعات الخاصة بالاستثمار وذلك بتحديد قراءة وحيدة المفهوم التشريع، وكذلك تبسيط وتوضيح نظام الطعن في قرارات الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار.
- وضع سياسة استثمارية حقيقية بمشاركة جميع الهيئات وتقادي تضارب القرارات بين مختلف الهيئات
- تقوية أداء الشباك الوحيد اللامركزي في نشاطاته بترقية الاستثمار ووضع عقود الشراكة بين القطاع العام والمستثمر الأجنبي.
- ضمان المستثمر الأجنبي من الناحية القانونية وذلك من خلال وضع اتفاقيات تخص حمايته.
- وضع أدوات معلوماتية حديثة للوزارة المنتدبة والتي تسمح لها بمعرفة حركة الاستثمارات الدولية مما يجعلها في مركز تنافسي أحسن.
- وضع إستراتيجية ترقية الاستثمار من خلال الوكالة الوطنية وضرورة القيام بعملية المراجعة لهذه الوكالة لتستجيب هذه الأخيرة للمعايير الدولية لجلب الاستثمار الأجنبي كذلك لابد عليها أن تعمل

بشراكة مع مكتب التسويق دولي لإظهار قدرات الجزائر وجاذبية السوق وكذلك تكوين إطارات في هذا المجال مهمتهم العمل على الإعلان والترويج لذلك.

- ربط علاقات بين المؤسسات الوطنية والأجنبية من خلال تقوية الحوار بين القطاع العام والخاص وإزالة جميع أنواع الحواجز بينهما.

- إن تكوين المورد البشري عامل لاستقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة .

- الرفع من ميزانية الدولة الموجهة للجامعات خاصة ميزانية البحث والتطوير وتشجيع البحث العلمي.

- دعم القطاع الخاص بقوانين تحفيزية لكي يضع أو يفتح على مستوى مؤسساته مخابر البحث والتطوير لتطوير منتجاتها.

- العمل على خلق ارتباط بين الجامعة ومراكز التكوين والبحث من جهة والقطاع العام والخاص من جهة أخرى.

7- دراسة ميلود بوعبيد و أمحمد بن البار، مقال منشور في مجلة المجلة الجزائرية للأمن والتنمية

المجلد 10 - العدد 03 -جويلية 2021 -ص: 920-936، بعنوان دور المناخ الاستثماري في

جذب الاستثمار الاجنبي المباشر في سنغافورة، حيث تطرق في دراسته إلى السؤال العام والمتمثل

ماهو دور المناخ الاستثماري في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في سنغافورة ؟،

هدفت الدراسة إلى إبراز العلاقة بين الاستثمار الأجنبي المباشر ومتطلبات الأمن والتنمية في الجزائر،

وتحليل واقع مناخ الاستثمار والعوامل المؤثرة في جذب الاستثمارات الأجنبية، مع توضيح دور

الاستقرار الأمني والمؤسسي في تحسين بيئة الاستثمار وتحقيق التنمية الاقتصادية .استخدم الباحثان

المنهج الوصفي التحليلي لملاءمته لطبيعة الدراسة، واعتمدا على تحليل الوثائق والتقارير والإحصاءات

الرسمية والدراسات السابقة كأداة لجمع المعلومات.

وقد أسفرت نتائج الدراسة على مايلي:

-يمثل الاستثمار الأجنبي المباشر مصدراً مهماً للتمويل الخارجي لكثير من الدول، وهو يختلف عن الأشكال الأخرى لتدفقات رؤوس الأموال الخارجية، كونه يعتبر مقيدا ولا يمكنه الهروب بسهولة من أول بادرة للأزمات عكس باقي التدفقات المالية التي تتم الاعتبارات المضاربة.

-توجه تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر أكثر فأكثر إلى الدول المتقدمة والدول الناشئة الآسيوية بسبب عمليات الاندماج والتملك عبر الحدود التي تقوم بها الشركات المتعددة الجنسيات في هذه الدول.

-تظهر تقارير مناخ الأعمال أن سنغافورة من البلدان التي حققت قفزة نوعية في مختلف مؤشرات تقييم مناخ الاستثمار المعتمدة من طرف التقارير الصادرة من الهيئات والمنظمات الدولية مثل مؤشر سهولة أنشطة الأعمال ومؤشر التنمية البشرية ومؤشر الحرية الاقتصادية ومؤشر التنافسية الاقتصادية.

- وفقاً للإحصائيات الصادرة عن منظمة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية UNCTAD ، فإن سنغافورة تعتبر من الدول الرائدة عالمياً في مجال استقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، وأضحت قبلة رئيسية للمستثمرين الأجانب.

8- دراسة عبابو الطيب، مقال منشور في مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا العدد 31 سنة 2023

(ص97-114)، بعنوان سياسات الاستثمار في الجزائر بين القطاع الحكومي و القطاع الخاص وأثرها

على النمو الاقتصادي - دراسة قياسية للفترة (1990 - 2021)، جامعة عبد الحميد بن باديس

مستغانم- الجزائر، حيث تطرق في دراسته إلى السؤال العام والمتمثل في ما مدى أثر سياسي الإنفاق

الحكومي الاستثماري والاستثمار الخاص على النمو الاقتصادي في الجزائر للفترة (1990 - 2021)؟

هدفت الدراسة إلى تقييم واقع الاستثمار في الجزائر وتحليل دوره في دعم النمو الاقتصادي، مع إبراز

أهم العوامل التي تؤثر في جاذبية الاستثمار واقتراح السبل الكفيلة بتحسين بيئة الاستثمار وزيادة

مساهمته في التنمية الاقتصادية .استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لملاءمته لطبيعة الدراسة، واعتمد على تحليل الوثائق والإحصاءات الرسمية والتقارير الاقتصادية والدراسات السابقة كأداة لجمع المعلومات

وقد أسفرت نتائج الدراسة على مايلي:

- جميع السلاسل الزمنية لمتغيرات الدراسة ذات صيغة خطية غير مستقرة الأمر الذي يدل على التغيرات الناتجة عن عدم استقرار الاقتصاد الجزائري الذي تظهر أثره السلبية والايجابية بوضوح على الإنفاق الحكومي الاستثماري والاستثمار الخاص حيث يرتبط الأول بطبيعة التمويل الناتج عن الإيرادات الجباية البترولية والذي يجعله عرضة لتقلبات المستمرة.
- الاستثمار الخاص مرتبط بمدى توفر السيولة ومدى نجاعة السياسات التحفيزية المالية وغيرها حيث شهد الاقتصاد الجزائري ارتباك في إتباع مسار ثابت وفعال تجاه هذا القطاع، ومع ذلك نلاحظ أن الناتج المحلي الخام في تزايد مستمر بالإضافة إلى الإنفاق الحكومي الاستثماري الذي تنطبق عليه نظرية تزايد الإنفاق العام.
- يشير إختبار التكامل المشترك لجوهانسن إلى قبول فرضية عدم بوجود علاقة تكامل مشترك، وبالتالي المتغيرات المفسرة للناتج المحلي الخام ترتبط معه بعلاقة طردية ومعنوية، وهذا يعني أن هيكل الناتج المحلي الخام متكاملا تكاملا متزامنا مع الإنفاق الحكومي الاستثماري والاستثمار الخاص وبالتالي وجود علاقة توازنية طويلة الأجل بين الاستثمار الحكومي والاستثمار الخاص والنمو الاقتصادي هي متغيرات طويلة الأجل، وبالتالي وجود حركة مشتركة فيما بينها.
- من خلال نتائج نموذج تصحيح الخطأ نجد أن حد معلمة تصحيح الخطأ معنوية عند مستوى 1 %مع الإشارة السالبة المتوقعة ومن خلال هذه النتيجة تدعم العلاقة التوازنية الطويلة الأجل بين

المتغيرات المدروسة، حيث تعكس هذه المعلمة سرعة تكيف النموذج للانتقال من اختلالات الأجل القصير إلى التوازن طويل الأجل حيث تشير قيمة معامل حد تصحيح الخطأ (10.0) إلى أن الناتج المحلي الخام يتعدل نحو قيمته التوازنية في كل فترة زمنية بنسبة من اختلال التوازن المتبقي من الفترة (1) -t والتي تعادل 10 %، أي أنه عندما ينحرف الناتج المحلي الخام خلال الفترة القصيرة (1) -t عن قيمته التوازنية في المدى الطويل فإنه يتم تصحيح ما يعادل 10 % من هذا الانحراف في الفترة (t) ، كذلك يمكن القول أن الناتج المحلي الخام يستغرق ما يقارب 10 سنوات للتعديل باتجاه قيمته التوازنية أي بعد أي صدمة تطرأ على النموذج نتيجة تغير الاتفاق الحكومي والاستثماري والاستثمار الخاص، وبينت النتائج على أن هناك تأثير لكل من الإنفاق الحكومي والاستثماري والاستثمار الخاص والوضع الاقتصادي للبلد على الناتج المحلي الخام.

-لقد أكدت الإختبارات التشخيصية على جودة النموذج المستخدم وبالتالي اعتماده في تقدير آثار الإنفاق الحكومي والاستثماري والاستثمار الخاص على النمو الاقتصادي.

9- دراسة زرزور بن نولي ، مقال منشور في مجلة مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال المجلد 08 - العدد 02 - 2023 - ص: 220 - 231، بعنوان حوافز و ضمانات جلب المستثمر الأجنبي في الجزائر وفق قانون الاستثمار 22- 18 ، حيث تطرق في دراسته إلى السؤال العام والمتمثل مدى نجاعة الحوافز والضمانات التيجاء بها قانون الاستثمار 22- 18 في تشجيع الاستثمار الأجنبي ؟،

هدفت الدراسة إلى إبراز الحوافز والضمانات القانونية التي جاء بها قانون الاستثمار الجزائري رقم 22-18 لجذب المستثمر الأجنبي، وتحليل مدى مساهمة هذه الحوافز في تحسين مناخ الاستثمار وتشجيع تدفق الاستثمارات الأجنبية إلى الجزائر . استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لعرض وتحليل النصوص القانونية المتعلقة بالاستثمار، واعتمد على تحليل القوانين والتشريعات والوثائق والدراسات السابقة كأداة لجمع المعلومات.

وقد أسفرت نتائج الدراسة على مايلي:

- رقمنة الإجراءات المتصلة بعملية الاستثمار من خلال وضع منصة رقمية للمستثمر " تسمح باستكمال الإجراءات المتصلة بالاستثمار عبر الشبكة الالكترونية.
- تعزيز صلاحيات الشبابيك الوحيدة، وذلك بتأهيل ممثلي الهيئات والإدارات لدى هذه الشبابيك الإصدار أي قرار وتسليم كل وثيقة تسمح بتجسيد المشروع الاستثماري.
- التسليم الفوري لشهادة تسجيل المشروع الاستثماري مرفقة بقائمة السلع والخدمات التي من شأنها الاستفادة من المزايا بعنوان الضمانات الممنوحة للمستثمرين.
- تم إنشاء لجنة تابعة لرئيس الجمهورية تتعلق بالفصل في الطعون التي يقدمها المستثمرون، وترسل الطعون الهاته اللجنة في أجل شهرين ابتداء من تاريخ تبليغ القرار موضوع الاعتراض، وتفصل هاته اللجنة في هذا الطعن في اجل شهر ابتداء من تاريخ إخطارها.
- إمكانية منح العقار الموجه للمشاريع الاستثمارية والذي يجب أن يكون عرضه موضوع نشر عبر المنصة الرقمية للمستثمر.
- تسهيل الحصول على رخصة البناء على مستوى الشبابيك الوحيدة على أن يكون تاريخ تسليمها في بداية سريان أجل إنجاز الاستثمار.
- توسيع نطاق ضمان تحويل المبالغ المستثمرة والعائدات الناجمة عن ذلك إلى المستثمرين غير المقيمين (ترمي هذه القاعدة بشكل أساسي إلى تشجيع الجالية الوطنية المقيمة بالخارج واستقطابها للاستثمار في الجزائر).

10-دراسة منصوري الزين ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص نقود ومالية ، بعنوان آليات تشجيع وترقية الاستثمار كأداة لتمويل التنمية الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة الجزائر، حيث تطرق في دراسته إلى السؤال العام والمتمثل في فما هي يا ترى الأسباب التي حالت دون تحقيق السياسة الاستثمارية التي رسمتها الجزائر خلال العشرية الأخير ؟،

هدفت الدراسة إلى تحليل آليات تشجيع وترقية الاستثمار ودورها في تمويل التنمية الاقتصادية، وتقييم السياسات والإجراءات المتبعة في الجزائر لجذب الاستثمار، وإبراز أهم المعوقات التي تحد من فعالية هذه الآليات، واقتراح السبل الكفيلة بتطويرها وتعزيز مساهمتها في تحقيق التنمية الاقتصادية . استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لملاءمته لطبيعة الدراسة، واعتمد على تحليل الوثائق والتشريعات والتقارير والإحصاءات الرسمية والدراسات السابقة كأداة لجمع المعلومات.

وقد أسفرت نتائج الدراسة على مايلي:

- أن الجزائر تتوفر على العديد من المؤهلات التي تجعل منها قطبا اقتصاديا كبيرا و هذا بفضل الموارد الطبيعية، والتركيبية البشرية و الموقع الجغرافي و محاولات الاندماج في الاقتصاد العالمي ... مما يؤهلها لتطوير قدراتها الذاتية (استثمار القطاع الخاص و العام) ولاستقطاب الاستثمارات الدولية.
- إن الجزائر أبدت إرادة قوية و بذلت جهودا معتبرة لتطوير و ترقية الاستثمار، و ذلك بانتهاج سياسة إصلاح اقتصادي، و بسن التشريعات و القوانين المحفزة للاستثمار، و بعث المؤسسات المؤطرة له، وتخصيص الأموال اللازمة لتطويره من خلال برامج الدعم، و الإنعاش الاقتصادي (PSRE) .

1-دراسة ناجي بن حسين (2006- 2007) :

تعد دراسة ناجي بن حسين (2006-2007) (من الدراسات المرجعية في مجال مناخ الاستثمار في الجزائر، إذ قدمت تحليلا شاملا للعوامل الاقتصادية والمؤسسية المؤثرة في جذب الاستثمار الوطني والأجنبي، واعتمدت على المقارنة مع بعض الدول من أجل تقييم موقع الجزائر الاستثماري، كما أبرزت أهمية تحسين الإطار التشريعي والمؤسسي لتشجيع الاستثمار .

ورغم القيمة العلمية لهذه الدراسة، إلا أنها تختلف عن الدراسة الحالية في عدة جوانب، يمكن إبرازها فيما يلي:

-ركزت الدراسة على مناخ الاستثمار في الاقتصاد الجزائري بصفة عامة، ولم تتناول قطاع المنشآت الرياضية باعتباره قطاعا استثماريا له خصوصياته التنظيمية والتشريعية .

-انصب اهتمامها على تحليل البيئة الكلية للاستثمار والعوامل الاقتصادية والمؤسسية، في حين لم تبحث واقع الاستثمار الخاص داخل قطاع الرياضة أو خصائص المستثمرين الرياضيين .

-اعتمدت الدراسة على تحليل مؤشرات الاقتصاد الكلي والبيئة الاستثمارية، ولم تستند إلى دراسة ميدانية مباشرة لآراء أصحاب المشاريع أو المستثمرين في المنشآت الرياضية الخاصة .

-أنجزت الدراسة في ظل الإطار القانوني السائد قبل الإصلاحات الاستثمارية اللاحقة، ولا سيما صدور قانون الاستثمار الجديد لسنة 2022 وما صاحبه من استحداث الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار، وهو ما يجعل بعض نتائجها مرتبطة بالظروف الاقتصادية والتشريعية لتلك المرحلة .

- ركزت الدراسة على الاستثمار الخاص الوطني والاستثمار الأجنبي المباشر، بينما تهدف الدراسة الحالية إلى تشخيص واقع الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية والكشف عن معوقاته التنظيمية والتمويلية والإدارية، واقتراح آليات لتطوير هذا القطاع في الجزائر .

-أوجه الاستفادة من الدراسة:

استفاد من هذه الدراسة في بناء الإطار النظري لمفهوم مناخ الاستثمار، وفهم أهم محدداته الاقتصادية والمؤسسية، والاستئناس ببعض المتغيرات المتعلقة بالبيئة الاستثمارية عند تفسير نتائج الدراسة الحالية، مع توجيه البحث نحو قطاع متخصص لم تتناوله الدراسة السابقة بصورة مباشرة. تتفق دراسة ناجي بن حسين (2006-2007) مع الدراسة الحالية في اهتمامهما بموضوع الاستثمار في الجزائر وتشخيص واقعه، والكشف عن العوامل المؤثرة فيه، مع التأكيد على أهمية الإطار التشريعي والمؤسسي في تشجيع الاستثمار. إلا أنهما تختلفان في نطاق الدراسة وأهدافها؛ إذ ركزت دراسة ناجي بن حسين على مناخ الاستثمار في الاقتصاد الجزائري بصفة عامة ومدى قدرته على جذب الاستثمار الوطني والأجنبي، بينما تركز الدراسة الحالية على واقع الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية باعتباره قطاعاً متخصصاً، وتعتمد على دراسة ميدانية لآراء أصحاب المنشآت الرياضية الخاصة، وهو ما يمنحها خصوصية تختلف عن الدراسة السابقة.

2- دراسة محمد سارة (2009-2010) :

تعد دراسة محمد سارة (2009-2010) من الدراسات المهمة التي تناولت الاستثمار الأجنبي في الجزائر من منظور قانوني، حيث ركزت على تحليل الآليات القانونية والتنظيمية للاستثمار الأجنبي من خلال دراسة حالة شركة أوراسكوم، وهو ما أسهم في إبراز واقع التشريع الاستثماري والصعوبات التي تواجه المستثمر الأجنبي في الجزائر .

ومع ذلك، يلاحظ أن الدراسة انحصرت في الاستثمار الأجنبي ولم تتناول الاستثمار الخاص الوطني، كما ركزت على قطاع الاتصالات ممثلاً في شركة أوراسكوم، وهو قطاع يختلف من حيث الخصائص التنظيمية والاقتصادية عن قطاع المنشآت الرياضية الخاصة. كذلك اعتمدت الدراسة على المدخل القانوني بصورة أساسية، دون التوسع في دراسة الجوانب الاقتصادية والإدارية أو الاعتماد على دراسة ميدانية لقياس واقع الاستثمار وآراء المستثمرين. كما أن نتائجها ارتبطت بالإطار التشريعي السائد آنذاك، قبل صدور العديد من التعديلات التي عرفها قانون الاستثمار في الجزائر خلال السنوات اللاحقة .

ومن ثم، تختلف هذه الدراسة عن الدراسة الحالية التي تركز على واقع الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية في الجزائر، من خلال دراسة ميدانية تعتمد على استبيان موجه لأصحاب المنشآت الرياضية الخاصة، بهدف تشخيص واقع الاستثمار، والكشف عن المعوقات التي تواجه المستثمرين، واقتراح السبل الكفيلة بتطوير الاستثمار في هذا القطاع.

3- دراسة زغبة طلال (2012:)

تعد دراسة زغبة طلال (2012) من الدراسات المهمة التي تناولت واقع مناخ الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر، حيث قدمت تحليلاً لأهم معوقات جذب الاستثمار الأجنبي، واقترحت مجموعة من المتطلبات الكفيلة بتحسين بيئة الاستثمار، مما ساهم في إبراز العلاقة بين جودة المناخ الاستثماري وقدرة الجزائر على استقطاب رؤوس الأموال الأجنبية .

ورغم أهمية الدراسة، إلا أنها تؤخذ عليها بعض الملاحظات، منها:

- ركزت الدراسة على الاستثمار الأجنبي المباشر بصفة عامة، ولم تتناول الاستثمار الخاص في قطاع محدد، كقطاع المنشآت الرياضية، الذي يمتلك خصوصيات تنظيمية وتشريعية واستثمارية تختلف عن باقي القطاعات .

- اقتصرنا على تحليل معوقات مناخ الاستثمار من منظور كلي (Macro) ، دون التطرق إلى العوامل الميدانية المرتبطة بسلوك المستثمرين أو المؤسسات الاستثمارية داخل القطاعات المختلفة .

- اعتمدت على تحليل البيئة الاستثمارية خلال الفترة السابقة لسنة 2012، وهو ما يجعل نتائجها أقل ملاءمة للواقع الحالي، خاصة بعد التعديلات التي شهدتها التشريع الاستثماري في الجزائر، ومنها صدور قانون الاستثمار لسنة 2022 وإنشاء الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار، وما صاحب ذلك من إصلاحات مؤسسية .

- لم تعتمد الدراسة على بيانات ميدانية مستمدة من المستثمرين، وإنما ارتكزت أساساً على التحليل النظري والوصفي للبيئة الاستثمارية، الأمر الذي قد يحد من قدرتها على تفسير الصعوبات العملية التي يواجهها المستثمرون .

- مدى الاستفادة من الدراسة:

استفاد من هذه الدراسة في تحديد أهم معوقات البيئة الاستثمارية في الجزائر، والاسترشاد بالإطار النظري المتعلق بمناخ الاستثمار، إلا أن الدراسة الحالية تتميز عنها بتركيزها على واقع الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية في الجزائر، مع الاعتماد على دراسة ميدانية موجهة لأصحاب المنشآت الرياضية الخاصة، بما يسمح بتشخيص الواقع الفعلي لهذا النوع من الاستثمار واقتراح حلول أكثر ارتباطاً بخصوصية القطاع.

4- دراسة عبد الحق طير (2017-2018) :

تعد دراسة عبد الحق طير (2017-2018) من الدراسات المرجعية في مجال الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر، لما تميزت به من اعتمادها على أساليب قياسية متقدمة، وإجراء مقارنة مع عدد من الدول العربية (السعودية، الإمارات، مصر، المغرب) خلال الفترة (1995-2015)، مما أتاح تحديد أهم العوامل الاقتصادية وغير الاقتصادية المؤثرة في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر وقياس جدواه الاقتصادية. كما اعتمدت الدراسة على نماذج قياسية مثل ARDL و OLS و FMOLS، وهو ما عزز من دقة النتائج وموضوعيتها .

ورغم أهمية هذه الدراسة، إلا أنها تختلف عن الدراسة الحالية في عدة جوانب، حيث انصب اهتمامها على الاستثمار الأجنبي المباشر ومحددات جذبه وآثاره الاقتصادية الكلية، بينما تركز الدراسة الحالية على واقع الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية في الجزائر، باعتباره أحد مكونات الاستثمار المحلي في قطاع رياضي متخصص. كما أن الدراسة اعتمدت على بيانات اقتصادية كلية ومؤشرات قياسية على مستوى الدول، في حين تعتمد الدراسة الحالية على المنهج الوصفي وجمع البيانات الميدانية من أصحاب المنشآت الرياضية الخاصة باستخدام الاستبيان، بهدف تشخيص واقع الاستثمار والعوائق التي تواجهه.

ومن جهة أخرى، فإن الفترة الزمنية التي تناولتها الدراسة انتهت سنة 2015، أي قبل صدور العديد من الإصلاحات القانونية والمؤسسية الخاصة بالاستثمار في الجزائر، مما يجعل نتائجها لا تعكس بصورة كاملة التطورات التشريعية والتنظيمية الحديثة المتعلقة بتحسين مناخ الاستثمار .

الاستفادة من الدراسة الحالية:

استفاد من هذه الدراسة في بناء الإطار النظري المتعلق بمحددات الاستثمار ومناخ الاستثمار، والتعرف على أهم العوامل الاقتصادية والمؤسسية المؤثرة في جذب الاستثمارات، والاستئناس ببعض

المؤشرات المستخدمة في تحليل البيئة الاستثمارية، مع توظيفها بما يتناسب مع خصوصية الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية في الجزائر.

5- دراسة حشروف فاطمة الزهراء و صديقي وحيدة :

تعد هذه الدراسة من الدراسات المهمة التي تناولت موضوع مناخ الاستثمار في الجزائر من خلال تحليل المؤهلات والمعيقات المؤثرة في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر، كما اعتمدت على مؤشرات مناخ الاستثمار والسياسات التي انتهجتها الجزائر لتشجيع الاستثمارات خارج قطاع المحروقات، وهو ما وفر إطاراً نظرياً وتحليلياً مفيداً لفهم واقع البيئة الاستثمارية الجزائرية .

ومع ذلك، اقتصرَت الدراسة على الاستثمار الأجنبي المباشر ولم تتناول واقع الاستثمار الخاص المحلي، كما ركزت على تحليل البيئة الاستثمارية من منظور كلي دون التطرق إلى خصوصية القطاعات الاقتصادية، ومن بينها قطاع المنشآت الرياضية الذي يمتلك خصائص تنظيمية وتشريعية واستثمارية تختلف عن بقية القطاعات. إضافة إلى ذلك، لم تعتمد الدراسة على بيانات ميدانية من المستثمرين، وإنما استندت أساساً إلى التحليل الوصفي للمؤشرات والتشريعات، مما يجعل نتائجها أقل قدرة على تفسير المشكلات التطبيقية التي تواجه المستثمرين على أرض الواقع. لذلك، تختلف هذه الدراسة عن الدراسة الحالية التي تسعى إلى تشخيص واقع الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية بالجزائر اعتماداً على دراسة ميدانية تستند إلى آراء أصحاب المنشآت الرياضية الخاصة، بما يسمح بتحديد المعوقات الفعلية واقتراح حلول عملية لتطوير هذا النوع من الاستثمار.

6- دراسة الدكتور بن مريم محمد :

تميزت هذه الدراسة بتناولها لموضوع مهم يتمثل في أثر الاستقرار السياسي، إلى جانب المتغيرات الاقتصادية الكلية، في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر، كما اعتمدت على

أسلوب قياسي متقدم باستخدام نموذج الانحدار الذاتي ذي الفجوات الزمنية الموزعة (ARDL) ، وهو ما منح نتائجها درجة عالية من الدقة في تحليل العلاقة طويلة وقصيرة الأجل بين المتغيرات. كذلك امتدت فترة الدراسة من 1987 إلى 2016، مما وفر قاعدة زمنية واسعة لتحليل تطور الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر.

إلا أن الدراسة اقتصرت على تحليل محددات الاستثمار الأجنبي المباشر على المستوى الكلي، مع التركيز على المتغيرات السياسية والاقتصادية، دون التطرق إلى واقع الاستثمار الخاص المحلي أو خصوصية القطاعات الاقتصادية المختلفة، ومن بينها قطاع المنشآت الرياضية. كما أن اعتمادها على البيانات الكلية والأسلوب القياسي لم يسمح بالكشف عن العراقيل الميدانية والتنظيمية والإدارية التي يواجهها المستثمرون في الواقع العملي. إضافة إلى ذلك، لم تتناول الدراسة دور التشريعات الرياضية، أو الحوافز الموجهة للاستثمار في المنشآت الرياضية، ولا واقع تمويل هذه المنشآت أو خصائص المستثمرين فيها.

لذلك تختلف هذه الدراسة عن الدراسة الحالية من حيث موضوع البحث ومجاله؛ إذ تركز الدراسة الحالية على تشخيص واقع الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية في الجزائر من خلال دراسة ميدانية تعتمد على آراء أصحاب المنشآت الرياضية الخاصة، بهدف التعرف على واقع الاستثمار، وأهم المعوقات التي تواجهه، واقتراح سبل تطويره، وهو ما يمثل جانباً لم تتناوله الدراسة السابقة بصورة مباشرة.

7- دراسة ميلود بوعبيد و أمحمد بن البار :

تعد هذه الدراسة من الدراسات المهمة التي تناولت أثر المناخ الاستثماري في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر من خلال تجربة سنغافورة، حيث أبرزت العوامل التي جعلت هذا البلد من أكثر الدول

جذبًا للاستثمارات الأجنبية، مع الاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي للوصول إلى نتائجها. وقد خلصت إلى أن تحسن مؤشرات مناخ الاستثمار كان له أثر إيجابي في زيادة تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر إلى سنغافورة .

ورغم أهمية الدراسة، إلا أنها تؤخذ عليها بعض الملاحظات، من أبرزها:

-اقتصرت على التجربة السنغافورية التي تتميز ببيئة اقتصادية ومؤسسية وتشريعية متقدمة، وهو ما يجعل تعميم نتائجها على الدول النامية، ومنها الجزائر، أمرًا يحتاج إلى الحذر .

-ركزت على الاستثمار الأجنبي المباشر ولم تتناول الاستثمار الخاص المحلي، وهو ما يختلف عن موضوع الدراسة الحالية التي تهتم بواقع الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية .

-لم تتطرق إلى قطاع المنشآت الرياضية أو خصوصية الاستثمار الرياضي، بل تناولت مناخ الاستثمار على المستوى الكلي، مما يجعل الاستفادة منها مقتصرة على الجانب النظري المتعلق بمحددات المناخ الاستثماري .

-اعتمدت على مؤشرات دولية لتقييم مناخ الاستثمار، دون التعمق في تحليل العوامل القطاعية أو المحلية التي قد تؤثر في قرارات المستثمرين داخل القطاعات الاقتصادية المختلفة .

-لم تقدم مقارنة مع دول مشابهة أو مع دول نامية، الأمر الذي كان من شأنه تعزيز إمكانية الاستفادة من نتائجها في صياغة سياسات استثمارية قابلة للتطبيق في بيئات مختلفة .

أوجه الاستفادة من الدراسة الحالية:

استفادت الدراسة الحالية من هذه الدراسة في تحديد مفهوم المناخ الاستثماري، والتعرف على أهم المؤشرات المؤثرة في جذب الاستثمار، والاستناد إلى التجربة السنغافورية كنموذج دولي ناجح يمكن

الاستثناس به عند تفسير نتائج الدراسة المتعلقة بواقع الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية في الجزائر، مع مراعاة اختلاف البيئة الاقتصادية والتشريعية بين البلدين .

8- دراسة عابو الطيب (2023)

تعد دراسة عابو الطيب (2023) من الدراسات المهمة التي تناولت أثر سياسات الاستثمار الحكومي والاستثمار الخاص على النمو الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة (1990-2021)، واعتمدت على التحليل القياسي لتحديد طبيعة العلاقة بين المتغيرات. وقد توصلت إلى أن الإنفاق الحكومي الاستثماري والاستثمار الخاص لهما تأثير إيجابي في النمو الاقتصادي، مع تفوق أثر الاستثمار الحكومي، إضافة إلى وجود علاقة تكامل بين الاستثمارين على المدى الطويل وإمكانية تعزيز النمو من خلال التنسيق بينهما .

ومع ذلك، يلاحظ على الدراسة أنها ركزت على المستوى الكلي للاقتصاد الجزائري، إذ تناولت الاستثمار الخاص باعتباره متغيراً اقتصادياً عاماً دون التطرق إلى خصوصيات القطاعات الاقتصادية المختلفة، ومنها قطاع المنشآت الرياضية. كما اقتصر على قياس أثر الاستثمار في النمو الاقتصادي، ولم تتناول العوامل المؤثرة في قرار المستثمر الخاص أو معوقات الاستثمار القطاعية، مثل البيئة التشريعية والإدارية والتمويلية التي تؤثر في الاستثمار الرياضي. إضافة إلى ذلك، فإن نتائجها تعكس واقع الاقتصاد الوطني بصورة عامة، وهو ما يجعل تعميمها على قطاع المنشآت الرياضية محدوداً، نظراً لخصوصية هذا القطاع من حيث طبيعة النشاط ومتطلبات الاستثمار فيه.

وتستفيد الدراسة الحالية من هذه الدراسة في إبراز أهمية الاستثمار الخاص في تحقيق التنمية الاقتصادية، إلا أنها تختلف عنها في موضوع الدراسة ومستوى التحليل؛ إذ تركز على واقع الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية في الجزائر، من خلال تحليل البيئة الاستثمارية والمعوقات التي تواجه

المستثمرين في هذا القطاع، بالاعتماد على الدراسة الميدانية واستطلاع آراء أصحاب المنشآت الرياضية الخاصة، بدل الاختصار على التحليل القياسي لمؤشرات الاقتصاد الكلي.

9- دراسة زرور بن نولي (2023) :

تعد دراسة زرور بن نولي (2023) من الدراسات الحديثة التي واكبت صدور قانون الاستثمار رقم 18-22، وقد أسهمت في إبراز أهم الحوافز والضمانات القانونية التي استحدثها المشرع الجزائري لتشجيع المستثمر الأجنبي، مع التركيز على الجوانب التشريعية والإجرائية التي تضمنها القانون الجديد .

ومع ذلك، يُلاحظ أن الدراسة اعتمدت على المنهج القانوني التحليلي دون الاستناد إلى بيانات ميدانية أو مؤشرات اقتصادية تقيس مدى فعالية هذه الحوافز والضمانات في استقطاب الاستثمار الأجنبي بعد دخول القانون حيز التنفيذ، مما يجعل نتائجها ذات طابع نظري أكثر من كونها تطبيقية. كما أن حداثة صدور القانون وقت إنجاز الدراسة لم تسمح بتقييم أثره الفعلي على تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر أو على سلوك المستثمرين، وهو ما أقرته الدراسة ضمناً من خلال تركيزها على تحليل النصوص القانونية أكثر من تقييم نتائجها العملية .

بالإضافة إلى ذلك، لم تتناول الدراسة تأثير عوامل أخرى لا تقل أهمية في جذب الاستثمار، مثل الاستقرار الاقتصادي، وجودة مناخ الأعمال، وكفاءة الإدارة والرقمنة، وهي متغيرات تؤثر بشكل مباشر في قرار المستثمر الأجنبي إلى جانب الحوافز القانونية. كما لم تُجرِ مقارنة بين أحكام القانون الجديد والقوانين السابقة من حيث النتائج الفعلية أو بالمقارنة مع تجارب دول نجحت في استقطاب الاستثمار الأجنبي .

وتختلف هذه الدراسة عن الدراسة الحالية في أن الأولى ركزت على تحليل الإطار القانوني للحوافز والضمانات الموجهة للمستثمر الأجنبي، بينما تركز الدراسة الحالية على واقع الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية في الجزائر من خلال دراسة ميدانية تعتمد على استبيان وتحليل إحصائي، بهدف تقييم واقع الاستثمار في قطاع رياضي محدد، والكشف عن المعوقات العملية التي تواجه المستثمرين واقتراح سبل تطويرها.

10- دراسة منصوري الزين :

تُعد هذه الدراسة من الدراسات المهمة التي تناولت آليات تشجيع وترقية الاستثمار في الجزائر وعلاقتها بتمويل التنمية الاقتصادية، حيث قدمت تحليلاً للإطار التشريعي والمؤسسي المنظم للاستثمار، كما سعت إلى تفسير أسباب عدم تحقيق السياسة الاستثمارية للأهداف المسطرة خلال الفترة المدروسة. وتبرز أهميتها في ربط الاستثمار بالتنمية الاقتصادية، وهو ما يمنحها بعداً استراتيجياً.

غير أن الدراسة ركزت بصورة أساسية على السياسات والآليات العامة للاستثمار في الجزائر، دون التطرق إلى الاستثمار الخاص في قطاع المنشآت الرياضية باعتباره قطاعاً يتميز بخصوصية قانونية وتنظيمية واقتصادية تختلف عن باقي القطاعات. كما اعتمدت الدراسة على تحليل كلي للسياسات الاستثمارية، ولم تعتمد دراسة ميدانية لقياس واقع الاستثمار من خلال المستثمرين أنفسهم، الأمر الذي قد يحد من قدرتها على تشخيص الإشكالات التطبيقية التي تواجه المستثمرين على أرض الواقع.

وتختلف هذه الدراسة عن الدراسة الحالية في أن هذه الأخيرة تركز على واقع الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية في الجزائر، من خلال دراسة ميدانية تعتمد على استبيان موجه لأصحاب المنشآت الرياضية الخاصة، بهدف الوقوف على المعوقات الفعلية التي تواجههم، ومدى فاعلية السياسات

والحوافز الاستثمارية المطبقة في هذا القطاع، وهو ما يمثل إضافة علمية تسهم في سد الفجوة المتعلقة بدراسة الاستثمار الرياضي في الجزائر.

الجانب النظري

الفصل الأول: الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية

تمهيد :

إن الجانب النظري يعتبر حجر الأساس للبحث العلمي، إذ يمثل الإطار المرجعي والفكري الذي يوجه الباحث، فهو يعمل على مساعدة الباحث في تأطير إشكاليته وكذا تحديد المصطلحات و المفاهيم والمقاربات الأساسية التي بنيت عليها الدراسة، حيث من خلال هذا الفصل سنتطرق إلى مفهوم الإستثمار بصفة عامة وإلى دور التشريعات والقوانين في جذب الإستثمارات الخاصة في المنشآت الرياضية في الجزائر مع إبراز دور الآليات التمويلية في التشجيع علل الإستثمار ، بالإضافة إلى تسليط الضوء على الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية عن طريق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

1- الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية :

يمثل الإستثمار الخاص ركيزة أساسية هامة في الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة بما ينسجم مع مصالح الدولة، حيث يعتبر توجه الجزائر لإعادة بعث إستراتيجية وطنية لتشجيع الإستثمار الخاص كنوع من الاهتمام وكذا لما له من أهمية بالنسبة لاقتصاد الدولة المستضيفة لهذا الإستثمار .

1-1- السياسة العامة للإستثمار في الجزائر:

انتهجت الجزائر في ضوء الإصلاح الاقتصادي سياسات متعددة لتحقيق تنمية اقتصادية في كل المجالات تميزت بفتح اقتصادي، حيث شملت هذه التنمية مجال الإستثمار عن طريق تشجيع الإستثمار المحلي والأجنبي، بالإضافة إلى ذلك اكتسبت الجزائر بعد تبني سياسات الإصلاح الاقتصادي خبرة في مجال التشريعات وقوانين الإستثمار ، كان الغرض من هذا الأخير هو تشجيع المبادرات وجلب رؤوس الأموال التي كانت منعدمة، ولكن بعد ذلك تم إعتماد تدابير جديدة لتوجيه الإستثمار بشكل تدريجي وفق محاور رئيسية و التي تمثلت في التوجه نحو المشاريع التي تخلق مناصب شغل ، ثم نحو القطاعات التي تخلق مناصب شغل غير مكلفة، وإلى أنشطة الصناعات التقليدية والحرفية و المهن الصغرى التي تخلق على الأقل عشرة مناصب شغل، وكذا خلق تحفيز نوعي للمستثمر الذي يريد أن يستثمر في المناطق المراد ترقيتها من طرف الدولة .(منصوري زين، 2010، ص128)

1-2- تطور الإطار القانوني للإستثمار في الجزائر :

لقد تعاقبت مجموعة من القوانين منذ الاستقلال حيث صدرت عدة تشريعات تضمنت العديد من الحوافز و المزايا للمستثمر ومن بين هذه القوانين قانون الإستثمارات الصادر في سنة 1963 (قانون رقم 63-277 الصادر بتاريخ 26 جويلية 1963) و قانون الإستثمارات الصادر في 1966 (الأمر رقم 66-284 المؤرخ في 15 جوان 1966) أين تبنت الجزائر موقفا حذرا من الإستثمار الأجنبي، حيث أسندت مبادرة تحقيق المشاريع الإستثمارية في القطاعات الحيوية للقطاع العمومي ، ثم قانون سنة

1982 (القانون رقم 82-11) ثم قانون سنة 1988 (القانون رقم 88-25 المؤرخ في 12 جويلية 1988) ثم قانون النقد والقرض في سنة 1990 (القانون رقم 90-10 المؤرخ في 14 أفريل 1990) الذي أعطى لبنك الجزائر مسؤولية مراقبة البنوك التجارية في توزيع القروض، إضافة إلى محاربة التضخم و الترخيص للاستثمارات الأجنبية و إلغاء الأحكام المتعلقة بنسبة الملكية بالنسبة للشركات المختلطة و كذا إلغاء التمييز بين القطاعين العام والخاص، مع حرية الإستثمار وحرية تحويل رؤوس الأموال بعد تأشيرة بنك الجزائر و ضمانات ضد إجراء المصادرة، ثم قانون سنة 1993 (المرسوم التنفيذي رقم 93-12 المؤرخ في 5 أكتوبر 1993) المتعلق بتشجيع وترقية الإستثمار في الجزائر الذي تمحور حول اقتصاد السوق والاستعداد للاندماج في الاقتصاد العالمي، حيث لم يعد فيه أي تمييز بين الإستثمار الخاص و العام ولا بين المستثمر المقيم و المستثمر غير المقيم، كما أعطى حرية إنجاز هذه الإستثمارات إلى المستثمر الذي يتولى التصريح بها، ثم جاء الأمر الرئاسي في سنة 2001 (الأمر الرئاسي رقم 01-03 الموافق ل 20 أوت 2001) و المتعلق بتطوير الإستثمار والذي أصبح فيه تدخل الدولة يتمثل في تقديم الامتيازات التي طلبها المستثمر عن طريق الوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار (ANDI) من خلال الشباك الوحيد الذي أنشأته لهذا الغرض، بالإضافة إلى ضمان تحويل رأس المال و الأرباح و إمكانية اللجوء إلى التحكيم الدولي في حالة نشوب خلاف بين الأطراف المتعاقدة، وبموجب القانون 93-12 و الأمر الرئاسي رقم 01-03 اشتمل الإستثمار على الضمانات القانونية وكذا على ميدان التطبيق (المجال) بحيث أن المادة الأولى من المرسوم التنفيذي 93-12 المتعلق بتشجيع وترقية الإستثمار ذكرت صراحة أنها تستبعد المجالات المخصصة صراحة للدولة أو لفروعها، أو لأي شخص معنوي معين صراحة بموجب نص تشريعي، فهي تطبق على الإستثمارات الوطنية الخاصة والإستثمارات الأجنبية التي تنجز ضمن الأنشطة الاقتصادية الخاصة بإنتاج السلع أو الخدمات ، وأن يكون الإستثمار موضوع تصريح خاص بالإستثمارات لدى الوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار .(منصوري زين، 2010، ص129)

ثم جاء القانون الصادر في سنة 2022 (القانون رقم 22-18 الموافق لـ 24 جويلية 2022) والذي عالج أوجه القصور التي كانت تعاني منه القوانين السابقة، لاسيما فيما يخص إحداث منصة رقمية خاصة بالمستثمر والتي بواسطتها يتم تسجيل كل الإستثمار المراد الإستثمار فيها، حيث تسير المنصة من طرف الوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار، وتعتبر خطوة لإلغاء التعاملات الورقية وكذا الحد من التعاملات البيروقراطية. (عرقاب عبد الرزاق وحيولة إيمان، 2025، ص13)

1-3- أهداف الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية:

إن التطور الهائل في الفكر المالي أدى إلى تطور أهداف الإستثمار حيث أصبح يهدف إلى السعي إلى تعظيم ثروة المستثمر، والحصول على اكبر عائد من خلال توظيف رؤوس الأموال، حيث إن تفكير المستثمر في تحقيق الأرباح يختلف من مستثمر إلى آخر و يتجلى ذلك في من حيث تفضيل الأدوات الإستثمارية ودرجة المخاطر التي يتقبلونها، فالإستثمار هو الاستعداد الكامل لتحمل درجة من المخاطر تتناسب مع الأرباح المنتظرة، و تختلف درجات المخاطر باختلاف رغبات وطموحات المستثمر، حيث أن المستثمر المحافظ هدفه الحصول على أرباح بدون تحمل مخاطر عالية و المستثمر الرشيد هدفه الموازنة بين الأرباح والمخاطر، أما المضارب فهو الذي يقبل بأقصى درجات المخاطر المدروسة للحصول على الأرباح، والمغامر الذي يراهن برأس ماله للحصول على الربح مع الاستعداد الكامل لتحمل كل المخاطر بدون دراسة لقراراته تاركا ذلك للحظ. (دريد كامل آل شيب، 2009، ص19)

إن اتخاذ قرار الإستثمار يكون تحت تأثير مجموعة من العناصر، و تختلف تأثيرها حسب الحالة المالية وحجم الفائض من الأموال المتاحة لدى المستثمر والدخل المتوقع تحقيقه من هذا الإستثمار والثروة التي يرغب المستثمر تحقيقها ودرجة تقبل المخاطر التي يتعرض لها وطبيعة القوانين

والتشريعات التي يخضع لها هذا الإستثمار فيما يتعلق بتنظيم الإستثمارات والضرائب والرسوم المعمول بها. (دريد كامل ال شيب، 2009، ص20)

يسعى المشرع من خلال القانون رقم 18-22 المتعلق بالإستثمار والذي نص في مادته الثانية (02) إلى تحقيق جملة من الأهداف الإستراتيجية والتي تهدف إلى إنعاش الاقتصاد الوطني وتحقيق التنمية المستدامة لاسيما فيما يخص تطوير قطاعات ذات الأولوية وذات قيمة مضافة عالية وتعميم استعمال التكنولوجيا الحديثة مع استحداث مناصب شغل دائمة وكذا ترقية كفاءات الموارد البشرية وتحسين تنافسية الاقتصاد الوطني.

1-4- أنواع الإستثمارات الخاصة في المنشآت الرياضية :

✓ الإستثمارات المحلية :

هي الإستثمارات التي تكون في البلد الأصلي للمستثمر مهما كانت طبيعة هذه الإستثمارات وبغض النظر عن الأدوات المختارة، وتتمثل هذه الإستثمارات في الإستثمار في تكوين رأس المال الثابت، حيث هذا أن الإستثمار هو عبارة عن توجيه النفقات نحو اقتناء الأصول المنتجة التي تستخدم في عملية الإنتاج، حيث هذا النوع من الإستثمار يساهم بشكل مباشر في تعزيز القدرة الإنتاجية للاقتصاد الوطني، (دريد كامل ال شيب، 2015، ص41)

يعد الإستثمار في تكوين رأس المال الثابت في القطاع الرياضي ركيزة أساسية لتطوير البنية التحتية من ملاعب وقاعات رياضية ومراكز تدريبية، مع تحسين المكانة التنافسية للدولة رياضيا واقتصاديا على المستوى المحلي أو الدولي. (د. حياة، 2024، ص876)

✓ الإستثمارات الخارجية :

الإستثمار الخارجي هو انتقال الأموال الفائضة في الأدوات الإستثمارية إلى الأسواق الأجنبية، أي الإستثمار خارج دولة المستثمر المقيم مهما كانت طبيعة هذه الإستثمارات فردية مباشرة أو غير مباشرة، أي يستثمر أمواله في احد الإستثمارات المتاحة خارج دولته ،حيث هذا النوع يسمى استثمار مباشر خارجي، أما الإستثمار غير المباشر الخارجي فيتم من خلال مساهمة المستثمر بحصة في محفظة مالية لشركة استثمارات تستثمر أموالها في بورصة لدولة أخرى.(دريد كامل ال شيب،2015،ص38)

وتختلف الإستثمارات الخارجية عن المحلية حسب نوع الأدوات الإستثمارية المختارة ودرجة المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها المستثمر وحجم الأرباح، حيث تلعب بعض العناصر دورا هاما في جذب الإستثمارات الخارجية كالاستقرار السياسي وحجم السوق والدخل القومي والنتائج المحلي الإجمالي ودخل الفرد إضافة إلى توفر البنية التحتية والهيكلية الأساسية في اقتصاد البلد.(دريد كامل ال شيب،2015،ص38)

2- قرار الإستثمار في المنشآت الرياضية:

إن حياتنا تحكمها قرارات سواء كنا أعضاء في أسرة أو مواطنين في المجتمع أو مدراء ، وقدرتنا على اتخاذ قرارات تكون بين بديلين أو أكثر، وجودة عملنا تتوقف على جودة ما نتخذه من قرارات ، حيث تعتبر عملية اتخاذ القرارات من الوظائف المستمرة في النشاط الإداري، فهي في الواقع تنتشر في كل أرجاء المؤسسة وتمارس على جميع مستوياتها(د. فائق حسني أبو حليلة،2004 ، ص145).

2-1- مفهوم القرار الإستثماري:

قرار الإستثمار هو قرار يعتمد على اختيار بديل مناسب من البدائل الحالية ، ويمكن أن يكون اتخاذه أكثر صعوبة في حالة ارتباطه بالجانب المالي، ويعتبر هذا الأخير أحد أهم القرارات التي تتخذها المستثمر.(محمد ساحل ، 2019، ص27).

إن القرار الإستثماري هو ذلك الاختيار المدرك والواعي بين البدائل المتاحة في موقف معين، وهو اختيار بوعي يقوم على التدبير والحساب في الغاية والوسيلة، والأصل في اتخاذ القرار هو التأكد الناتج من وجود مناهج وبدائل متعددة، وعلى هذا الأساس يعد اتخاذ القرار العملية الحرجة في الإدارة و الذي يجد المستثمر نفسه فيها في حالة مخاطرة إذا لم يقيم بإختيار أفضل بديل متاح.(دريد كامل ال شيب،2015، ص29)

إن القرار الإستثماري يتضمن تحديد الإستراتيجية التي يجب العمل بها لا سيما فيما يخص الإستثمارات المستقبلية، ويتميز بعدم القدرة على تحديد العائد من الإستثمار بالدقة نظرا لوجود هامش واسع من التقدير المعتمد على التنبؤ، وبالتالي فإن العائد المتوقع الحصول عليه يختلف بإختلاف المخاطر المرتبطة به، وعلى هذا الأساس وقبل البدء بعملية الإستثمار لابد من إعداد خطة استثمارية مريحة أو ذات مردود اقتصادي جيد على الأقل.(دريد كامل ال شيب،2015، ص31)

2-2- تصنيف القرارات الإستثمارية:

✓ قرار الإستثمار في حالة المستقبل الأكيد :

هو القرار الذي يملك فيه المستثمر كافة المعلومات الضرورية الخاصة بمشروعه مسبقا، ويكون المستثمر على علم بالنتائج والتوقعات التي سيحصل عليها ولا توجد أي مخاطرة أو احتمالات في النتائج المستقبلية.(محمد ساحل ، 2019، ص28)

✓ قرار الإستثمار في حالة المخاطرة :

هو القرار الذي يتم اتخاذه في حالة النتائج المستقبلية غير متأكدة، حيث يكون لدى المستثمر معلومات تاريخية يمكن له أن تساعد فيوضع احتمالات تخص التوقعات والنتائج التي سيحصل عليها، مع إمكانية تحديد احتمالات كل نتيجة استثمارية بناء على تلك المعلومات. (محمد ساحل، 2019، ص28)

✓ قرار الإستثمار في حالة عدم التأكد :

هو القرار الذي يتم اتخاذه في حالة عدم وجود أي معلومة عن النتائج المستقبلية، وبالتالي سيعتمد على الخبرات الشخصية أو ما يسمى بالتوزيع الإحتمالي الشخصي. (محمد ساحل، 2019، ص28)

2-3- الأسس والمبادئ العلمية لإتخاذ القرار الإستثماري:

لاتخاذ أي قرار استثماري يجب أن يعتمد المستثمر على مجموعة من العناصر المنهجية في صناعة قراره لضمان جدوى قراره في بيانات اقتصادية تنافسية (محمد ساحل، 2019، ص29)

✓ الأسس العلمية لاتخاذ القرار الإستثماري:

يرتكز اتخاذ القرار الإستثماري على مجموعة من الأسس العلمية والمتاكلمة فيما بينها من تحديد للهدف الإستثماري والمعلومات اللازمة لإتخاذ القرار وكذا العوامل الملائمة لإتخاذ القرار، مع تقييم العوائد المتوقعة للفرص الإستثمارية واختيار أفضل بديل المناسب للأهداف المحددة. (محمد ساحل، 2019، ص29)

✓ مبادئ اتخاذ القرار الإستثماري:

تقوم قرارات الإستثمار على مبادئ أساسية تضمن فعالية هذا القرار والمتمثلة في مبدأ الخيارات الإستثمارية والذي يختار فيها المستثمر ما يناسبه من أداة إستثمارية مع إستراتيجيته الإستثمارية، بالإضافة إلى مبدأ الخبرة والتأهيل والذي يجب أن تتوفر لدى المستثمر معومات كافية وخبرة معينة تمكنه من اتخاذ القرار، وكذا مبدأ الملائمة حيث هذا المبدأ يجب على المستثمر أن يبنى قراره على معومات وبيانات لها علاقة مباشرة بالقرار الذي سيتم اتخاذه مع ملائمة هذه المعلومات مع العائد المتوقع ودرجة المخاطرة ودرجة الأمان والمخاطر، كما يجب الإعتماد على مبدأ تنويع الأموال الإستثمارية على مجموعة من الأدوات أو الأصول المختلفة بدلا في وضعها في أصل واحد وهذا لتقليل المخاطر الكلية للمحفظة الإستثمارية. (محمد ساحل، 2019، ص29)

2-4- العوامل المؤثرة على القرار الإستثماري :

✓ الإستقرار السياسي:

يلعب الاستقرار السياسي دورا كبيرا ومؤثرا على الإستثمارات والمستثمرين، ويعتمد على درجة المخاطر السياسية التي تختلف من دولة إلى أخرى، ويمكن قياس هذا المخاطر من خلال دراسة التغيرات السياسية في هذا البلد وطريقة تداول السلطة وشكل الحكومة واستقرارها والاحتجاجات المستمرة والإضرابات والنزاعات ومستوى العلاقة مع الدول المجاورة والعالم الخارجي والصراعات الإيديولوجية والعنصرية والدولية وسوء توزيع السلطة والدخل ومن حيث احتمالات الحرب أو الأطماع. ويقع ضمن هذا العنصر عامل مهم هو الحروب الإقليمية والأهلية وعلاقة البلد المعني بذلك، وعلى المستثمر أن يأخذ بعين الاعتبار طبيعة النظام السياسي وجماعات الضغط والمعارضة وطبيعة الحكومة من حيث الكفاءة والقبول، إضافة إلى العوامل الدولية والعوامل المتعلقة بمدى التجانس السكاني والثقافي والاجتماعي. (دريد كامل ال شيب، 2015، ص21)

بالإضافة إلى درجة الانقسامات الدينية والطائفية والعنصرية والمزاج النفسي وذلك لتأثير الاستقرار السياسي على الإنتاج وحجم الطلب والعرض وكلفة مستلزمات الإنتاج واستمرارية التعاملات واستقرارها والحفاظ على استقرار الأسواق الداخلية والخارجية. (دريد كامل ال شيب، 2015، ص21)

إن استقرار النظام السياسي يؤدي إلى استقرار القوانين والأنظمة المؤثرة على الإستثمار مما يشجع على استقرار الإستثمارات وتوسيعها وتنوعها، وتلعب إيديولوجية الحكومة دورا كبيرا في استقرار الإستثمارات من خلال التشريعات المحفزة للإستثمار ودرجة الانفتاح الاقتصادي وتحقيق استقرار قيمة العملة. (دريد كامل ال شيب، 2015، ص21)

✓ الاستقرار الإقتصادي:

يمكن معرفة الاستقرار الاقتصادي من خلال المؤشرات الاقتصادية الكلية المتحققة في الناتج الإجمالي والتوازن الداخلي والتوازن الخارجي وكذا السياسات المالية والنقدية للدولة ومدى اعتماد سياسات اقتصادية تتوافق مع الإستثمار، وطبيعة الإتفاقيات الدولية الإقتصادية والعلاقات الإقتصادية مع الدول المختلفة وشروط التبادل التجاري. (دريد كامل ال شيب، 2015، ص22)

ويتجلى الإستقرار الإقتصادي في سياسة الإنفتاح الإقتصادي وإستراتيجية الحكومات بهذا الشأن ودور القطاع الحكومي والخاص وطرق التعامل مع أسعار الفائدة وأسعار الصرف للعملة وتحرير التعامل بهما ووضع ميزان المدفوعات والميزان التجاري ونسبة المديونية إلى الناتج المحلي الإجمالي ونسبة خدمة الدين إلى الصادرات وكذا معدلات البطالة والتضخم وحجم السوق ودرجة الإنكشاف الإقتصادي للبلد وتأثير الدخل القومي على ارتفاع حجم ومرونة الطلب الكلي للمجتمع. (دريد كامل ال شيب، 2015، ص22)

إن الاستقرار الاقتصادي غالبا ما يقاس بدرجة المخاطر الاقتصادية التي يتعرض لها الإستثمار ومدى كون هذه المخاطر من مصادر داخلية، والمؤشرات التي تؤثر على قرارات الإستثمار والمستثمرين. (دريد كامل ال شيب، 2015، ص22)

بالإضافة إلى الارتفاع المستمر في مستوى الأسعار ولفترة طويلة من الزمن وبمعدل غير طبيعي ، حيث أن إرتفاع معدل التضخم يؤثر بطريقة سلبية على الإستثمار لأنه يخلق جو منعدم الاستقرار في قطاع الأعمال، ويؤدي إلى عدم معرفة المستثمر للحالة الاقتصادية للبلد، ويرفع درجة المخاطر لأنه يؤدي إلى انخفاض القوة الشرائية. (دريد كامل ال شيب، 2015، ص24)

إن توفر البنى التحتية الضرورية للأنشطة الإستثمارية وخاصة الإنتاجية منها تعد من أهم العناصر المؤثرة على الإستثمار، والمقصود بالبنى التحتية الطرق والمواصلات والاتصالات، الانترنت وغيرها. (دريد كامل ال شيب، 2015، ص24)

ويتأثر الإستثمار أيضا بالعوامل المحيطة به سواء الخارجية أو الداخلية والمتمثلة لاسيما في فلسفة الإدارة، تحليل السوق ، سلوك المستهلكين ، الفرص البديلة، مصادر التمويل والظروف الاقتصادية. (فائن عبد الأول منشي، 2019، ص41).

3- دور التشريعات والقوانين في جذب الإستثمارات الخاصة في المنشآت الرياضية في الجزائر:

شهدت الدول العربية لاسيما منها الجزائر تحسن في أطرها التشريعية سواء بإصدارها التشريعات المرتبطة بالإستثمار كحماية حقوق الملكية الفكرية، تشجيع المنافسة والحد من الاحتكار، وكذا مواصلة تطوير التشريعات المتعلقة بالإستثمار بإصدار قوانين جديدة وتعديل القوانين القائمة. (عميروش محند شلغوم، 2012، ص174)

3-1- اهتمام الدول بالقطاع الخاص:

لقد تزايدت أهمية الإستثمار خلال هذه الفترة، وأصبح من الدعائم الأساسية للمنافسة الدولية، فقد عرفت أغلب الدول الصناعية نموا كبيرا لهذه الظاهرة، وتعود هذه الأهمية التي اكتسبها الإستثمار الخاص إلى عدد من العوامل أبرزها تبني أغلب الدول النامية برامج إصلاحية اقتصادية وتحرير حركة التجارة ورأس المال وتبني برامج الخصوصية ، وكذا التقدم التكنولوجي خاصة في مجال الاتصالات على سرعة انتقال المعلومات والإحصاءات، وبالتالي سرعة اتخاذ القرارات المتعلقة بالإستثمار في الدول المختلفة، فضلا عن أن هذا التقدم التكنولوجي سهل من عملية انتقال الأموال ، إضافة إلى الزيادة الكبيرة في حاجة الدول إلى تمويل بناء المنشآت الرياضية في وقت تناقص فيه معدل الادخار على مستوى العام، وتناقصت فيه أيضا مصادر التمويل الأخرى بالنسبة لكثير من الدول النامية. (عميروش محند شلغوم، 2012، ص32)

3-2- الضمانات التي تقدمها الدولة عند الإستثمار في المنشآت الرياضية :

إن اختلاف طبيعة المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها الإستثمار الخاص، يجب أن تقابلها حماية مادية وقانونية تتسجم مع طبيعة تلك المخاطر، يتحقق من خلالها تطبيق ما تفرضه قواعد القانون ، وفي ضوء ذلك يمكن تصنيف الحماية التي يتمتع بها الإستثمار إلى نوعين:

3-2-1- الحماية المادية:

هذا النوع من الحماية يتوافق مع المخاطر المادية التي يمكن أن يتعرض لها الإستثمار الخاص كالاستيلاء المادي أو الحيلولة المادية بين المستثمر وبين إدارة ملكيته أو الإضرار المادي المباشر باستثماره كإتلافه أو الإضرار به، أو الإضرار المادي غير المباشر مثل إغلاق الميناء البحري الذي يعتبر المنفذ الوحيد للبضائع والمواد الأولية، ويكون من واجب الدولة أن تتخذ الإجراءات والتدابير التي تمنع هذه الأعمال، وان تحول بينها وبين الإضرار بملكية المستثمر. (احمد كاضم الساعدي، 2019، ص63)

3-2-2- الحماية القانونية:

كانت الحماية المادية هي الأساس في تأمين حماية ملكية الأجانب، إلا إن الحال تغير كثيرا فأصبحت الحماية القانونية تشكل الركيزة الأساسية لحماية تلك الحقوق، حيث تتماشى الحماية القانونية مع التطورات التي حصلت في مفهوم حق الملكية الذي لم يعد مقتصرًا على الممتلكات، وإنما أصبحت شاملة الحقوق والتراخيص والملكية الذهنية والحق في النفاذ إلى السوق وغيرها والتي لا يمكن أن تؤمن حمايتها بالوسائل المادية فقط. (احمد كاضم الساعدي، 2019، ص64)

إن التزام الدولة بعدم المساس بحقوق المستثمر وعدم نزع الملكية بالمصادرة أو التأميم لا يكون إلا وفقا لما تقرره القواعد القانونية الوطنية والدولية، مع ضمان معاملته معاملة عادلة ومنصفة وعدم اتخاذ إجراءات تمييزية بحقه، وتأمين إمكانية الدفاع عن حقوقه والمطالبة بها أمام الهيئات القضائية وفقا لإجراءات ومعايير عادلة، مع عدم اتخاذ الدولة إجراءات وتدابير قانونية تجعل الإستثمار يفقد جدواه الاقتصادية أو تؤدي إلى التقليل من فعاليته ومردديته وتعيق الأهداف المرجوة من الاستثمار. (احمد كاضم الساعدي، 2019، ص64)

3-3-المزايا الممنوحة عند الإستثمار في المنشأة الرياضية :

يهدف قانون رقم 22-18 المؤرخ في 24 جويلية 2022 المتعلق بالإستثمار إلى تحديد القواعد التي تنظم الإستثمار وحقوق المستثمرين والتزاماتهم والأنظمة التحفيزية المطبقة على الإستثمارات في الأنشطة الاقتصادية لإنتاج السلع والخدمات المنجزة من طرف الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين الوطنيين أو الأجانب مقيمين كانوا أو غير مقيمين. (قانون رقم 22-18، 2022، المادة (01))

حيث يضمن هذا القانون حرية الإستثمار لكل شخص طبيعي أو معنوي وطنيا كان أو أجنبيا، مقيم أو غير مقيم يرغب في الإستثمار ، ويكون حر في اختيار استثماره وذلك في ظلال احترام التشريع والتنظيم المعمول بهما وكذا ضمان الشفافية والمساواة في التعامل مع الإستثمارات. (قانون رقم 22-18، 2022، المادة (03))

وفي هذا السياق، يمكن أن تستفيد المشاريع الإستثمارية القابلة للاستفادة من الأنظمة التحفيزية المنصوص عليها في هذا القانون من أراض تابعة للأموال الخاصة للدولة، وتمنح الأراضي من طرف الهيئات المكلفة بالعقار طبقا للشروط والكيفيات المنصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول بهما. (قانون رقم 22-18، 2022، المادة (06))

وبالإضافة إلى ذلك، تعفى من إجراءات التجارة الخارجية والتوطين البنكي، المساهمات الخارجية العينية التي تدخل حصريا في إطار عمليات نقل الأنشطة من الخارج وتعفى أيضا من إجراءات التجارة الخارجية والتوطين البنكي، السلع الجديدة التي تدخل ضمن الحصص العينية الخارجية. (قانون رقم 22-18، 2022، المادة (07))

كما تنص المادة (08) من قانون رقم 22-18 المتعلق بالإستثمار ضمانات أيضا من بينها ضمان حرية تحويل رأس المال والعائدات المتولدة عنه، ويشمل هذا الضمان الاستثمارات المنجزة على أساس مساهمات في رأس المال مقدمة في شكل حصص نقدية مستوردة عبر القنوات المصرفية المعتمدة، ويشترط في هذه الحصص أن تكون محررة بعملة قابلة للتحويل، ويحدد سعر صرفها بانتظام من قبل

بنك الجزائر، وإن يتم التنازل عنها لصالح هذا الأخير، كما يجب أن تعادل قيمتها أو تفوق الحدود الدنيا المحددة وفقا للتكلفة الكلية للمشروع، وذلك بهدف ضمان جدية الاستثمار وفعاليتها الاقتصادية. تعتبر عملية إعادة الاستثمار في رأس المال للفوائد وأرباح الأسهم المصرح بقابليتها للتحويل وفقا للتشريع والتنظيم المعمول به حصصا خارجية في رأس المال، حيث يطبق عليها ضمان تحويل رأس المال وكذا الحدود الدنيا التي نصت عليها المادة (08)، كما يشمل هذا الضمان أيضا الحصص العينية المنجزة في الأشكال المحددة قانونا شريطة أن يكون مصدرها خارجيا، ويجب أن تخضع لتقييم وفقا للإجراءات والقواعد المعمول بها في تأسيس الشركات، حيث يمتد التحويل ليشمل صافي المداخل الحقيقية الناتجة عن التنازل أو تصفية الاستثمارات ذات المصدر الاجنبي حتى وإن تجاوزت هذه المداخل قيمة رأس المال المستثمر في البداية (قانون رقم 22-18، 2022، المادة (08))

وفي هذا السياق، إن الإستثمار المنجز في إطار هذا القانونلا تسري عليه الآثار الناجمة عن مراجعة أو إلغاء هذا القانون التي قد تطرأ مستقبلا على إلا إذا طلب المستثمر ذلك صراحة . (قانون رقم 22-18، 2022، المادة (13))

يمكن أن تستفيد من الأنظمة التحفيزية الإستثمارات المنجزة من خلال اقتناء الأصول المادية أو غير المادية التي تدرج مباشرة ضمن نشاطات إنتاج السلع والخدمات في إطار إنشاء أنشطة جديدة وتوسيع قدرات الإنتاج أو إعادة تأهيل أدوات الإنتاج أو المساهمة في رأسمال مؤسسة رأسمال مؤسسة في شكل حصص نقدية أو عينية وكذا نقل أنشطة من الخارج. (قانون رقم 22-18، 2022، المادة (03))

وبناء على طلب من المستثمر ، يمكن له الإستفادة من النظام التحفيزي للقطاعات ذات الأولوية ومن النظام التحفيزي للمناطق التي توليها الدولة أهمية خاصة، وكذا أيضا من النظام التحفيزي للاستثمارات ذات الطابع المهيكلي. (قانون رقم 22-18، 2022، المادة (24))

ومن أجل الاستفادة من المزايا المنصوص عليها في أحكام هذا القانون ، يجب أن تخضع الإستثمارات قبل إنجازها للتسجيل لدى الشبابيك الوحيدة المختصة ، حيث بعد تسجيل الإستثمار يتم تسليم شهادة على الفور مرفقة بقائمة السلع والخدمات القابلة للاستفادة من المزايا التي ترخص للمستثمر الاستفادة من الامتيازات التي تتيح له حق المطالبة بها لدى الإدارات والهيئات المعنية .)
قانون رقم 22-18، 2022، المادة (25))

وتستفيد الإستثمارات القابلة للاستفادة من نظام القطاعات، زيادة على التحفيزات الجبائية وشبه الجبائية والجمركية بالمنصوص عليها في القانون العام من المزايا الآتية :

❖ بعنوان مرحلة الإنجاز :

- الإعفاء من الحقوق الجمركية فيما يخص السلعة المستوردة التي تدخل مباشرة في إنجاز الإستثمار .
- الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة فيما يخص السلع والخدمات المستوردة أو المقتناة محليا التي تدخل مباشرة في إنجاز الإستثمار .
- الإعفاء من دفع حق نقل الملكية بعوض والرسم على الإشهار العقاري عن كل المقتنيات العقارية التي تتم في إطار الإستثمار المعني .
- الإعفاء من حقوق التسجيل المفروضة فيما يخص العقود التأسيسية للشركات والزيادات في الرأسمال .
- الإعفاء من حقوق التسجيل والرسم على الإشهار العقاري ومبالغ الأملاك الوطنية المتضمنة حق الامتياز على الأملاك العقارية المبنية وغير المبنية الموجهة لإنجاز المشاريع الإستثمارية .
- الإعفاء من الرسم العقاري على الملكيات العقارية التي تدخل في إطار الإستثمار لمدة عشر (10) سنوات ابتداء من تاريخ الافتناء . (قانون رقم 22-18، 2022، المادة (27))

❖ بعنوان مرحلة الاستغلال :

تكون هذه المرحلة ضمن مدة تتراوح من ثلاث (3) إلى خمس (5) سنوات ابتداء من تاريخ الشروع في الاستغلال :

- الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات

- الإعفاء من الرسم على النشاط المهني.

(قانون رقم 22-18، 2022، المادة (27))

4- الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية عن طريق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة :

يمثل الإستثمار ركيزة أساسية هامة في دعم الاقتصاد الوطني، وتحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة

بما ينسجم ومصالح الدولة الاقتصادية، ويحقق لها الاستقرار السياسي والاجتماعي والأمني

والاقتصادي، وذلك من خلال تفعيل الترابط بين الاقتصاد والمكونات الأخرى للدولة والمجتمع بمنظومة

متكاملة، ويعتبر توجه الجزائر لبعث إستراتيجية وطنية لتشجيع الإستثمار وإصلاح اقتصادي يشمل

جميع المجالات، والمشاركة في الاتفاقات التجارية الدولية أساسا لتوفير البيئة الإستثمارية الملائمة

لتحقيق تنمية اقتصادية مستدامة.

تلعب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دورا هاما في الاقتصاد الوطني لكثير من الدول

المتقدمة والنامية، وتشير التحليلات الاقتصادية والاجتماعية للتجارب العالمية في هذا المجال إلى أن

بعض الدول قد حققت انجازات هائلة خلال العقدين الأخيرين في هذا المجال بما يتلائم مع الزيادة

السكانية وقلة الإستثمارات اللازمة لها .

وبالنظر إلى أهمية الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية في خلق ديناميكية تنموية في جميع

القطاعات، وفي إطار سياسة تشجيع و تطوير الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية، إعتد

المشرع الجزائري جملة من الآليات والتحفيزات التي أقرها ضمن القوانين المتعاقبة ذات الصلة بمجال

الإستثمار .

4-1- المؤسسات الصغيرة والمتوسطة :

❖ المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

المؤسسة الصغيرة والمتوسطة هي مؤسسة لإنتاج السلع أو الخدمات، حيث تشغل من واحد (01) إلى مائتين وخمسين (250) شخصا، ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي أربعة (04) ملايين دينار جزائري، ولا يتجاوز مجموع حصيلته السنوية مليار (01) دينار جزائري وتستوفي معيار الاستقلالية. (القانون رقم 02-17، 2017، المادة (05))

❖ المؤسسة المتوسطة:

هي مؤسسة تشغل ما بين خمسين (50) إلى مائتين وخمسين (250) شخصا، ورقم أعمالها السنوي ما بين أربع مائة (400) مليون دينار جزائري إلى أربعة (4) ملايين دينار جزائري، أو مجموع حصيلتها السنوية ما بين مائتي (200) مليون دينار جزائري إلى مليار (1) دينار جزائري. (القانون رقم 02-17، 2017، المادة (08))

4.1. المؤسسة الصغيرة :

هي مؤسسة تشغل ما بين عشرة (10) إلى تسعة وأربعين (49) شخصا، ورقم أعمالها السنوي لا يتجاوز أربع مائة (400) مليون دينار جزائري، أو مجموع حصيلتها السنوية لا يتجاوز مائتي (200) مليون دينار جزائري. (القانون رقم 02-17، 2017، المادة (09))

1.5. المؤسسة الصغيرة جدا :

هي مؤسسة تشغل من شخص (1) واحد إلى تسعة (9) أشخاص، ورقم أعمالها السنوي أقل من أربعين (40) مليون دينار جزائري، أو مجموع حصيلتها السنوية لا يتجاوز عشرين (20) مليون دينار جزائري. (القانون رقم 02-17، 2017، المادة (10))

الجدول رقم (01): تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.

المعيار المؤسسة	عدد العمال	رقم الأعمال السنوي (دج)	الحصيلة السنوية (دج)
مؤسسة الصغيرة جدا	9-1	أقل من 40 مليون	أقل من 20 مليون
مؤسسة صغيرة	49-10	أقل من 400 مليون	أقل من 200 مليون
مؤسسة متوسطة	250-50	400 مليون إلى 4 مليار	200 إلى 1 مليار

المصدر: من إعداد الطالب بناء على نص المواد (10-09-08-05) من القانون رقم 02-17 المتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

4-2- أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

لقد حظيت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة باهتمام ملموس في معظم الدول الصناعية وبيعض الدول النامية (أحمد علي القططي، 2012، ص 17)، فقد أدت هذه المؤسسات دورا لا يستهان به في تحقيق الأهداف التنموية الاقتصادية والاجتماعية، لاسيما فيما يخص توفر فرص عمل بتكلفة مناسبة وبتكلفة اقل مقارنة بالمشاريع الكبرى مما يجعلها أكثر مرونة واستجابة لحاجيات السوق المحلي، كما تعمل على القضاء على البطالة عن طريق استقطاب عمالة بمختلف أنواعها، كما تساهم في تحريك الموارد

المالية داخل الاقتصاد من خلال توجيه هذه المدخرات نحو مشاريع إنتاجية تحقق عوائد مالية وتنمية تعود بالفائدة على الأفراد والإقتصاد الوطني بصفة عامة.(شهدان عادل عبد اللطيف الغرابوي،2020، ص10)

تسعى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى تعزيز النشاط الإنتاجي من خلال إنشاء مؤسسات جديدة أو توسعة القديمة منها، حيث تقوم بتوجيه رؤوس الأموال نحو القطاعات المنتجة التي تساهم بشكل مباشر في زيادة الإنتاج الوطني، حيث تعتبر مرونة هذه المؤسسات من بين أهم العوامل التي تضمن استمراريته ونجاحها في بيئة تمتاز بالتغير المستمر، فالقدرة على التكيف مع هذه التحولات الإقتصادية تعزز من فعالية أدائها.(شهدان عادل عبد اللطيف الغرابوي،2020، ص10)

تلعب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دورا حيويا في تنشيط الاقتصاد الوطني، ويمكن لهذه المؤسسات أن تتطور من مؤسسات صغيرة ومتوسطة إلى مؤسسات كبيرة ذات قدرة إنتاجية عالية وقادرة على المنافسة في الأسواق المحلية وحتى الدولية، حيث يمكن أن تكون لهذه المؤسسات علاقة تكاملية مع المؤسسات الكبيرة في عديد من الحالات وذلك من خلال توفير بعض المستلزمات التي تحتاجها المؤسسات الكبيرة.(شهدان عادل عبد اللطيف الغرابوي،2020، ص10)

4-3- مزايا المؤسسات الصغيرة والمتوسطة :

تتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بهيكل تنظيمي بسيط وهذا ما يتيح لها القدرة على التكيف مع المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية، فحجمها ومواردها يسمحان لها باتخاذ قرارات سريعة وفعالة، حيث تمتاز إدارتها بالمرونة وسهولة التسيير مما يقلل الصعوبات والتعقيدات الإدارية التي تواجهها المؤسسات الكبيرة، وتمنحها سهولة في التحكم في الكفاءة التشغيلية في مختلف الظروف.(خليل محمود محمد، 2018، ص22)

إن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هي أكثر قربا من المحيط الاقتصادي والاجتماعي، فهي الميزة التي تجعلها أكثر معرفة بالعملاء والأسواق وهذا راجع لحجمها واتصالاتها المباشرة مع العملاء. (خليل محمود محمد، 2018، ص22)

كما تمتاز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أيضا باندماجها القوي في محيطها الاقتصادي والاجتماعي، وهذا من خلال الموارد البشرية المحلية التي تقوم بتوظيفها، والذي يعزز من الانتماء والمسؤولية، وبالتالي يقيم علاقة جيدة مع المجتمع المحلي تقوم على الثقة المتبادلة والتفاعل المستمر مما ساهم في استقرارها واستدامتها. (خليل محمود محمد، 2018، ص22)

بالإضافة إلى أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تنسم بانخفاض نسبة رأس المال المستخدم، فهي تنسم بقدرتها الكبيرة على الانتشار في مناطق مختلفة، و بالإضافة إلى أنها تستغل فرص العمل المتاحة بالكامل وبالتالي فهي تحقق تنمية محلية ذاتية. (خليل محمود محمد، 2018، ص22)

تتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمرونتها التي تساعدها في التأقلم مع الأسواق والقطاعات المتخصصة، وبفضل هذه الميزة تنجح في الأسواق التي لا تعمل بها المؤسسات الكبيرة. (احمد عبده الصباغ، مصر، 2023، ص20)

4-4- معوقات وتحديات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة :

رغم الأهمية الكبيرة التي تحظى بها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الوطني، إلا أنها تواجه العديد من المعوقات والتحديات التي قد تعيق من استمراريتها (المهندس وائل الغول، 2010، ص29) ، والتي يمكن حصرها فيما يلي :

❖ التمويل :

رغم تزايد تزايدت اهتمامات البنوك التي تقوم بدور الوسيط للإقراض و ظهور شركات تضمن قروض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، و الخدمات المالية الأخرى لكالتأمين على المؤسسات الصغيرة

والمتوسطة سواء كانت جديدة أو منشآت قائمة، إلا أن غياب إطار قانوني واضح ينظم مختلف هذه العمليات يشكل عائقا أمام التمويل، حيث يعتبر مشكل التمويل من بين أبرز المعوقات التي تعيق سير وتطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والتي تعاني منه أغلب هذه المؤسسات لاسيما صعوبة الحصول على القروض البنكية. (المهندس وائل الغول، 2010، ص29)

❖ التدريب:

إن توفير اليد العاملة التي يمكن أن تحتاجها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يكون بالتوفيق بين سوق العمل الخاص بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وبرامج التعليم ومنهاجه التي يتلقاها المتعلم خلال مراحل تعليمه، حيث يبرز دور الدولة في تنظيم ذلك عن طريق وضع إستراتيجية طويلة المدى تتوافق مع السياسة التي اتخذتها الدولة مع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، إذ تعاني العديد من المؤسسات من صعوبة في إيجاد يد عاملة مؤهلة تتماشى مع خصوصية المؤسسات الصغير والمتوسطة. (المهندس وائل الغول، 2010، ص31)

❖ التسويق :

إن طرح فكرة أي منتج أو خدمة جديدة في السوق يمكن أن تتعرض إلى مخاطر كبيرة من حيث الخسارة المادية، فأى منتج أو خدمة لكي يكون ناجحا يجب أن يكون في مقوماته ما يوصف بالنوعية الفريدة أي تكون له خاصية الاستجابة السريعة من طرف المستهلك (د. جلال البنا، 2006، ص49)، والذي يستلزم خلق صورة ايجابية عن المنتج لدى المستهلك وذلك عن طريق نشاطات وبرامج معدة لتدعيم علاقة المؤسسة به وتلبية الاحتياجات وتأسيس علاقة ذات ثقة جيدة معه. (كمال درويش، 2013، ص78)

يعتبر التسويق من الركائز الأساسية التي تقوم عليها المؤسسات وتحقق أرباحها، حيث أصبح لزاما علينا طرح بعض الأسئلة والتي تتمحور حول كيف وصلت منتجات من دول أسيوية وبعض البلاد البلدان الأخرى إلى أسواقنا رغم أنها لا تتنافس مع منتجاتنا المحلية، وبالتالي أصبحت ظاهرة الواجب دراستها دراسة شاملة والبحث عن وسائل وطرق لإقامة شركات تسويق ومعارض للمنتجات المحلية وتوفير قواعد بيانات للمنتجات المحلية التي تتفوق على مثيلاتها المستوردة من الخارج، والاستعانة من مراكز الشباب الموجودة لإقامة أسواق للمنتجات المحلية بمساعدة من طرف الهيئات الوصية وخلق أسواق جديدة. (كمال درويش، 2013، ص30)

❖ التطوير:

يعد ضعف التطوير من بين المعوقات الجوهرية التي تعيق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فغياب ثقافة الابتكار والتكنولوجيا الحديثة داخل المؤسسات يعيق تحسين وتطوير منتجات المؤسسة، حيث تحتاج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تماشيا مع السوق العالمي بصورة دائمة ومستمرة لمعدات وآلات متطورة من أجل تخفيض تكاليف الإنتاج والدخول للمنافسة الدولية. (كمال درويش، 2013، ص30)

❖ التحديث:

تظهر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ببطء في مواكبة التطورات والتكنولوجيا والإدارة الحديثة، فللسوق الخارجي يحتاج إلى شهادات جودة في الإدارة والبيئة والإنتاج والتنمية البشرية، حيث أصبحت هذه الشهادات أمرا أساسيا من أجل القدرة على التصدير إلى العالم الخارجي، فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة قد لا تحتاج إلى التحديث بصفة كبيرة إذا كانت تعتمد على السوق المحلي، إلا أنه أصبح

لزاما عليها إذا كانت تعمل في مجالات تحتاج إلى التصدير ، لأن شهادات الجودة مطلوبة من كافة الموردين لهذه المصانع التي تقوم بالتصدير.(كمال درويش،2013،31)

❖ معوقات سياسية وإدارية:

يعتبر الاستقرار السياسي من أهم دعائم تطور القطاع الخاص وذلك من خلال دوره الكبير في جلب الإستثمارات الخاصة سواء المحلية أو الخارجية، فعدم الثقة في الاستقرار السياسي يزيد من تخوف المستثمرين الخواص بخصوص الأوضاع الاقتصادية في البلاد، مما يحد من مبادرة القطاع الخاص في الإستثمار والتوسع.(أ. إسماعيل علي شكر،2016، ص31)

إن المعوقات السياسية والإدارية هي من أكثر المعوقات التي يمكن أن تتعرض لها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فلا بد أن تتدخل الدولة لأجل حل المشاكل التي لا يمكن لغيرها حلها، فلا يصح أن يتعامل المستثمر الصغير مع هذا الكم من المعوقات التي قد تصيبه بالإحباط وتدحض كل ما يفكر فيه عند بداية أي مشروع يخدمه ويخدم أسرته ويخدم المجتمع ، وتتفرع الجهات الحكومية وتتشعب وتجعل المستثمر الصغير تائه.(أ. إسماعيل علي شكر،2016، ص31)

4-5- سبل تطوير وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

يتطلب تطوير وترقية المؤسسات الصغيرة مجموعة من الآليات المترابطة فيما بينها والتي بواسطتها تتيح لها القدرة على التكيف مع المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والوصول إلى الأهداف المرجوة وتحسن من أدائها وتعزيز قدرتها التنافسية، ومن بين أبرز هذه السبل العمل على توفير ومنح قروض لفائدة هذه المؤسسات ، حيث يعد تمويل هذه المؤسسات من أبرز محاور الدعم التي ينبغي التركيز

عليها لتشجيع هذا النوع من الإستثمارات بصفة خاصة وهذه المؤسسات بصفة خاصة، ويكون عن طريق وضع صيغ تمويلية مع تخفيف شروط الضمان. (أ. اسماعيل علي شكر، 2016، ص33)

إن من أبرز أسباب تعثر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هو ضعف التكوين في مجال تسيير وإدارة هذه المؤسسات، حيث يعد إنشاء مراكز لتكوين أصحاب هذه المؤسسات خطوة إستراتيجية تهدف إلى رفع مستوى ومردودية هذه المؤسسات، وتمكين أصحاب المشاريع من اكتساب مهارات حول التسيير والإدارة. (أ. اسماعيل علي شكر، 2016، ص33)

تعمل معظم المؤسسات بمختلف أحجامها من التخفيف من تكاليف إنجاز واستغلال هذه المؤسسات، فتوفر الوعاء العقاري الذي يحتضن المشروع الاستثماري يسهم في تقليص هذه التكاليف ويسرع في نسبة انجازه، وهذا يكون عن طريق تبسيط إجراءات منح العقار الاستثماري والحد من العراقيل الإدارية التي تدخل ضمن منح. (أ. اسماعيل علي شكر، 2016، ص33)

لنجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يجب أن تضمن وصول منتجاتها إلى الأسواق المستهدفة، وهذا يكون بالاهتمام بالجانب التسويقي والذي يتطلب التعريف بالمنتجات والخدمات واستقطاب الزبائن وبناء علاقة مستدامة معهم، حيث نجاحها مرتبط بمدى قدرتها على استخدام التسويق بشكل ذكي وفعال من خلال تبني استراتيجيات تسويقية تركز على تحليل احتياجات السوق وتحديد الشرائح المستهدفة. (أ. اسماعيل علي شكر، 2016، ص33)

تقوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة قبل الانطلاق الفعلي لها بتقييم مختلف الجوانب للمشروع الاستثماري سواء الاقتصادي، الفني، أو المالي، فمساعدة هذه المؤسسات في دراسة جدوى مشاريعها يؤدي إلى تقليل مخاطر الفشل وتحديد الفرص التي يمكن للمستثمر أن يستفيد منها والتحديات التي سيواجهها، حيث تكون هذه المساعدة عن استحداث هيئة أو مراكز تقوم بهذه الدراسات. (أ. اسماعيل علي شكر، 2016، ص33)

تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العديد من المعوقات لاسيما حديثة النشأة، ومن أبرزها التعقيدات المرتبطة بالمحاسبة الضريبية والتراخيص والتأمينات الاجتماعية والسجل التجاري والسجل الصناعي والبيئة وغيرها ، فإزالة هذه المعوقات يعد أمرا ضروريا لنجاح هذه المؤسسات. (أ. اسماعيل علي شكر، 2016، ص33)

إن إنشاء قاعدة بيانات يساهم في تسهيل مجموعة من العمليات لاسيما دراسات الجدوى التي تعتمد بدرجة كبيرة على المعطيات والإحصائيات المتعلقة بالسوق والسكان والاستهلاك والتكلفة والمنافسة، فتوفير قاعدة بيانات تمكن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من اتخاذ قرارات مبنية على معطيات حقيقية ودقيقة، كما تعبر الحوافز الاستثمارية من أبرز الأدوات التي تعتمد عليها الدولة في استقطاب وتشجيع الاستثمارات، حيث توفير هذه الحوافز يعد خطوة إستراتيجية لتحفيز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ومن بين هذه التحفيزات تخفيضات وإعفاءات ضريبية وتسهيلات جمركية. (أ. اسماعيل علي شكر، 2016، ص33)

5- دور الآليات التمويلية في التشجيع على الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية :

إن الموارد المالية يعتبر الشريان الحيوي لأي نظام اقتصادي ولا يمكن لأي عملية تنمية أن تحقق أهدافها وغاياتها ما لم تستند إلى ركيزة تمويلية، فهي بذلك تلعب دورا هاما في الإستثمار من خلال منح قروض أو إعتمادات خاصة، حيث تساهم المؤسسات المالية من عرض الأموال لمن يحتاجها ويتمكن من توظيفها في أنشطة وفعاليات استثمارية تخدم المجتمع وتعمل على الحركة التنموية في البلد. (الشمري، صادق راشد، 2011، ص44)

5-1 - الوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار (AAPI) :

أنشئت الوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار طبقا لأحكام المادة (18) من القانون رقم 22-18 المؤرخ في 25 ذي الحجة عام 1443 الموافق لـ 24 يوليو سنة 2022، حيث أن هذه الوكالة هي مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وتوضع تحت وصاية الوزير الأول. (مرسوم تنفيذي رقم 22-298، 2022، المادة (02))

❖ مهام الوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار (AAPI):

تعمل الوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار (AAPI) على مرافقة المستثمرين خلال جميع مراحل انجاز مشاريعهم، وذلك من خلال التوجيه والمساعدة والعمل على تسهيل الإجراءات المتعلقة بالإستثمار، حيث وبموجب المرسوم التنفيذي رقم 22-298 مؤرخ في 11 صفر عام 1444 الموافق لـ 8 سبتمبر سنة 2022 والذي يحدد تنظيم الوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار وسيرها أسندت إلى الوكالة عدة مهام وهي كالآتي :

➤ في مجال الإعلام :

تسهر الوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار (AAPI) على ضمان خدمة الاستقبال والإعلام لصالح المستثمرين في جميع المجالات الضرورية للإستثمار ، وعلى جمع الوثائق الضرورية التي تسمح بالتعرف الأحسن على التشريعات والتنظيمات المتعلقة بالإستثمار ومعالجتها وإنتاجها ونشرها بواسطة كل وسيلة مناسبة، وهي تعمل أيضا على توفير و وضع أنظمة إعلامية تسمح للمستثمرين بالحصول على كل المعطيات الضرورية لتحضير مشاريعهم ، بالإضافة إلى وضع بنوك بيانات تتعلق بفرص

الأعمال والموارد والطاقات الكامنة على المستوى المحلي مع توفير قاعدة بيانات بالتنسيق مع الإدارات والهيئات المعنية عن توفر العقار الموجه للاستثمار. (المرسوم التنفيذي رقم 22-2022-

298، 2022، المادة(04))

➤ في مجال التسهيل :

في إطار التحول الرقمي وتسهيل الإجراءات الإدارية، باديرتلكوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار (AAPI) على وضع المنصة الرقمية للمستثمر والتي تعد أداة إستراتيجية تهدف إلى رقمنة مختلف الخدمات ذات الصلة بالعمليات الاستثمارية، حيث تمكن المستثمر من إيداع ملفه إلكترونيا ومتابعة مسار معالجته وكذا الاستفادة من خدمات التوجيه والمرافقة عن بعد، حيث تعمل أيضا الوكالة على بصفة دورية من خلال جمع وتحليل المعطيات الاقتصادية والقانونية والإدارية المرتبطة بمحيط الاستثمار، وهذا من أجل رفع مختلف المعوقات والعراقيل التي قد تواجه الاستثمار، بالإضافة إلى اقتراح التدابير التي من شأنها تحسين مناخ الاستثمار في الجزائر، مع تقديم جميع المعلومات اللازمة لا سيما حول فرص الإستثمار في الجزائر والعرض العقاري والحوافز والمزايا المتعلقة بالإستثمار وكذا الإجراءات ذات الصلة. (المرسوم التنفيذي رقم 22-2022، المادة(04))

➤ في مجال ترقية الإستثمار :

تضطلع الوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار (AAPI) بإعداد واقتراح مخطط لترقية الإستثمار على الصعيدين الوطني والمحلي يتضمن الأهداف الإستراتيجية والبرامج العملية الرامية إلى تحسين جاذبية الاستثمار، حيث يكون هذا المخطط عن طريق تحليل لمؤشرات الاستثمار الوطنية أو الدولية، بالإضافة إلى تصميم آليات وعمليات حشد رؤوس الأموال اللازمة لإنجازها المشاريع الاستثمارية وتنفيذها، وذلك من خلال تعزيز التعاون مع المؤسسات المالية والبنوك وهيئات التمويل بما يسمح

بتحقيق الأهداف المرجوة في المخطط، كما تسند أيضا للوكالة مهمة تعزيز التعاون المؤسساتي من خلال المبادرة بكل نشاط مع الهيئات العمومية والخاصة في الجزائر وفي الخارج بهدف ترقية الإستثمار في الجزائر ، وذلك من خلال إقامة شراكات إستراتيجية وتنظيم لقاءات اعمالا وملتقيات اقتصادية وتبادل الخبرات بما يسهم في استقطاب رؤوس الأموال، كما تعمل أيضا الوكالة على ضمان خدمة إقامة علاقات أعمال وتسهيل الاتصالات بين المستثمرين بهدف تعزيز فرص الشراكة وتوسيع نطاق المبادلات الإقتصادية، مما تسهم في خلق بيئة تفاعلية تسهل التقاء العرض بالطلب الاستثماري بما يدعم تطوير المشاريع ونقل التكنولوجيا والخبرات، بالإضافة الى تعمل أيضا إلى إقامة علاقات تعاون مع الهيئات الأجنبية المماثلة **العمل على تطويرها .(المرسوم التنفيذي رقم 22-2022، المادة(04))**

➤ في مجال مرافقة المستثمر :

في إطار مهام الوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار (AAPI) لاسيما فيما يخص مرافقة المشاريع الاستثمارية خلال مختلف مراحل المشروع الاستثماري، تعمل الوكالة على إحداث و تنظيم مصلحة للتوجيه والتكفل بالمستثمرين لضمان مرافقة فعالة ومستمرة على المسويين المركزي و المحلي ، وعلى استقبال المستثمرين وتقديم المعلومات حول الإجراءات والامتيازات وتوجيههم والتكفل بإنشغالاتهم، وفي سياق تعزيز قدراتها في مرافقة المستثمرين تسهر الوكالة على وضع خدمة الاستشارات فيما يخص المجال التقني والقانوني والاقتصادي للمستثمرين مع إمكانية اللجوء إلى الخبرة الخارجية عند الحاجة ، كما تعمل الوكالة على مرافقة المستثمرين لدى الإدارات والمؤسسات العمومية المعنية والتي لها علاقة بهذا المشروع الاستثماري قصد تسهيل وتسريع معالجة ملفاتهم وضمان تنفيذ المشاريع في ظروف مناسبة.(المرسوم التنفيذي رقم 22-2022، المادة(04))

➤ في مجال تسيير الامتيازات :

تتولى الوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار (AAPI) دراسة ملفات الاستثمار والتأكد من إستيفائها للشروط القانونية التي تخول لها الاستفادة من الامتيازات المنصوص عليها في قانون الاستثمار، وهذا يكون بداية من إعداد شهادات تسجيل الإستثمار والتي تخول للمستثمر الاستفادة من الامتيازات المنصوص عليها في القانون، كما يمكن للوكالة القيام بتعديل شهادات تسجيل الإستثمار عند الاقتضاء ، كما تتكفل الوكالة بتحديد المشاريع المهيكلّة التي تكتسي طابعا استراتيجيا أو التي لها أثر اقتصادي واسع استنادا إلى المعايير والقواعد المحددة في التنظيم المعمول به ، حيث يهدف هذا التصنيف إلى مرافقة هذه المشاريع بطريقة خاصة نظرا لما تحققه من قيمة مضافة في الاقتصاد الوطني، كما تعمل أيضا الوكالة على إبرام الاتفاقيات المقررة في المادة (31) من القانون رقم 22-18 المؤرخ في 25 ذي الحجة 1443 الموافق 24 يوليو سنة 2022 والتي تهدف إلى تحديد الامتيازات الخاصة الممنوحة للمشاريع الاستثمارية التي تتوفر فيها شروط معينة، فتتم هذه الاتفاقية في إطار تعاقد بين الدولة والمستثمر، حيث تشرف الوكالة على مهمة التحقق من قابلية المشاريع الاستثمارية المسجلة للاستفادة من المزايا والامتيازات، وهذا من خلال دراسة معمقة للملفات المقدمة والتأكد من مطابقتها للشروط والمعايير المحدد في قانون الاستثمار، مع التأشير على قوائم السلع والخدمات القابلة للاستفادة من المزايا المقدمة من طرف المستثمر وإصدار قرارات سحب المزايا وتحرير محاضر معاينة الدخول في مرحلة الاستغلال وتحديد مدة مزايا الاستغلال الممنوحة للاستثمار ، كما تعمل على القيام وفقا للتنظيم المعمول به بتسيير عمليات التنازل وتحويل السلع والخدمات التي استفادت من المزايا وإعداد شهادات الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة. (المرسوم التنفيذي رقم 22-22-

298، 2022، المادة (04))

➤ في مجال المتابعة :

في إطار متابعة الوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار (AAPI) للمشاريع الاستثمارية لاسيما فيما يخص تنفيذ المشاريع الاستثمارية المسجلة تعمل الوكالة على التأكد بالاتصال مع الإدارات والهيئات المعنية من مدى احترام الإلتزامات التي تعهد بها المستثمرون بها عند تسجيل مشاريعهم الاستثمارية، حيث تهدف هذه المتابعة إلى ضمان تنفيذ هذه المشاريع وفقا للشروط والمواعيد المحددة، كما تضمن معالجة العرائض والشكاوى التي يتقدم بها المستثمرين المتعلقة بالعراقيل الإدارية أو الصعوبات الميدانية التي يمكن أن تواجه المشاريع، حيث تسعى إلى التكفل بانشغالات المستثمرين والحرص على إيجاد حلول بالتنسيق مع الهيئات المعنية، بالإضافة إلى ذلك تعمل أيضا على تطوير خدمة الرصد والإصغاء والمتابعة لفائدة الإستثمارات المسجلة بهدف مراقبتها في مختلف مراحل الإنجاز والإستغلال. (المرسوم التنفيذي رقم 22-298، 2022، المادة (04))

5-2- الشباك الوحيد للوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار :

تنشأ لدى الوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار (AAPI) شبايك وحيدة والتي تعتبر مخصصة لاستقبال ومرافقة المستثمرين، حيث توضع من طرف الوكالة عند الحاجة وفقا لمتطلبات كل منطقة أو قطاع بناء على اقتراح من المدير العام وبعد رأي مجلس الإدارة وموافقة السلطة الوصية، وتتمثل في الشباك الوحيد للمشاريع الكبرى والإستثمارات الأجنبية والذي يتمتع باختصاص وطني والشبايك الوحيدة اللامركزية والتي تتمتع باختصاص محلي بخصوص الإستثمارات. (المرسوم التنفيذي رقم 22-298، 2022، المادة (18))

➤ مهام الشبايك الوحيدة :

للشبايك الوحيدة المنشأة لدى الوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار (AAPI) مجموعة من المهام والتي تهدف إلى تبسيط الإجراءات الإدارية وتسهيل مرافقة المستثمرين، وتشمل هذه المهام استقبال المستثمر ومعالجة ملف التسجيل الخاص بمشروعه الإستثماري مع التنسيق مع مختلف الإدارات والهيئات

المعنية بمنح التراخيص والإعتمادات، من خلال ضمان المعالجة الفورية واللامركزية لملفات المستثمرين وتسهيل التنسيق بين مختلف الجهات المتدخلة، وهذا مايعزز فعالية الأداء الإداري وتحسين مناخ الاستثمار. (المرسوم التنفيذي رقم 22-298، 2022، المواد (19، 20))

يؤهل ممثلو الإدارات والهيئات الممثلة في الشباك الوحيد للقيام في الآجال المحددة في التشريع والتنظيم المعمول بهما بتسليم جميع القرارات والوثائق والتراخيص المرتبطة بإنجاز الإستثمار واستغلاله، ويلزمون زيادة على ذلك بالتدخل لدى إداراتهم أو هيئاتهم الأصلية لتذليل الصعوبات المحتملة التي يواجهها المستثمرون ، حيث تعتبر الوثائق التي يسلمها ممثلو الإدارات والهيئات المعنية في الشباك الوحيد ملزمة إزاء الإدارات والهيئات المعنية ، ويلتزم ممثلو الإدارات والهيئات العمومية الممثلة في الشبائيك الوحيدة بجميع الأعمال ذات الصلة بمهامهم. (المرسوم التنفيذي رقم 22-298، 2022، المواد (21، 22، 25))

✓ مهام ممثل الوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار (AAPI):

يضطلع ممثل الوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار (AAPI) ضمن الشباك الوحيد بتسجيل الإستثمارات وتبليغ شهادات التسجيل ومعالجة كل طلبات تعديل شهادة تسجيل الإستثمار وتقديم الخدمات المتصلة بالإجراءات التأسيسية للمؤسسات وإنجاز المشاريع الإستثمارية ، والتأشير خلال الجلسة على قائمة السلع والخدمات القابلة للاستفادة من المزايا وعند الاقتضاء على مستخرج القائمة التي تشكل المساهمة العينية، مع ضمان معالجة طلبات تعديل القوائم والترخيص بالتنازل عن الإستثمار وتحويل المزايا، مع مباشرة سحب المزايا بالنسبة للإستثمارات التابعة لاختصاصه بناء على اقتراح من ممثل إدارة الضرائب وتحديد مدة مزايا الاستغلال من خلال شبكة التقييم. (المرسوم التنفيذي رقم 22-298، 2022، المادة (26))

✓ مهام ممثل إدارة الضرائب :

يكلف ممثل الضرائب ضمن الشباك الوحيد لوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار (AAPI) بعدة مهام تتعلق بالجانب الجبائي، وتشمل هذه المهام تقديم التوضيحات اللازمة حول الامتيازات الجبائية الممنوحة وفقا للقوانين المعمول بها، و إعداد شهادة الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة المتعلقة باقتناء السلع والخدمات الواردة في قائمة السلع والخدمات المستفيدة من المزايا ، وكذا محضر معاينة الدخول في الاستغلال بالتنسيق مع مصالح الضرائب المختصة إقليميا، وفي حالة الإخلال وعدم احترام الإلتزام بتقديم كشف تقدم مشروع الإستثمار أو إعداد محضر معاينة الدخول في الاستغلال بتوجيه إدارات لهؤلاء المستثمرين، مع إعداد كل ستة (6) أشهر . كشفا للمقاربة بين الإستثمار االتحتلت أجال آثار تسجيلها ومحاضر معاينة الدخول في الاستغلال المستلمة. ((المرسوم التنفيذي رقم 22-298، 2022، المادة (26))

✓ مهام مثل إدارة الجمارك :

يقوم ممثل إدارة الجمارك ضمن الشباك الوحيد لوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار (AAPI) بعدة مهام فيما يخص الجانب الجمركي لاسيما الامتيازات الجمركية المقررة في إطار قانون الاستثمار، حيث يعمل على مساعدة المستثمر في استكمال الإجراءات الجمركية فيما يتعلق بإنجاز استثماره واستغلاله ومعالجة طلبات رفع عدم القابلية للتنازل عن السلع المقتناة في ظل شروط تفضيلية . ((المرسوم التنفيذي رقم 22-298، 2022، المادة (26))

✓ مهام ممثل المركز الوطني للسجل التجاري:

يضمن ممثل المركز الوطني للسجل التجاري لدى الشباك الوحيد لوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار (AAPI) المهام التي تهدف إلى تسهيل الإجراءات المرتبطة بإنشاء الكيانات القانونية للمشاريع الاستثمارية، وتشمل هذه المهام تسليم شهادة عدم سبق التسمية العمل على مساعدة

المستثمر في استكمال الإجراءات المرتبطة بالتسجيل في السجل التجاري. (المرسوم التنفيذي رقم 22-298، 2022، المادة (26))

✓ مهام ممثل مصالح التعمير:

يكلف ممثل مصالح التعمير ضمن الشباك الوحيد لوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار (AAPI) بدور أساسي في مرافقة المستثمرين فيما يتعلق بالجانب العمراني والعقاري للمشاريع، وتشمل مهام تقديم التوضيحات المتعلقة بشروط البناء والتهيئة العمرانية و مساعدة المستثمر في استكمال الإجراءات المرتبطة بالحصول على رخصة البناء والرخص الأخرى المتعلقة بحق البناء ويتسلم الملفات التليها علاقة بصلاحياته ويتولى متابعتها حتى انتهائها. (المرسوم التنفيذي رقم 22-298، 2022، المادة (26))

✓ مهام ممثل مصالح البيئة:

يضطلع مهام ممثل مصالح البيئة ضمن الشباك الوحيد لوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار (AAPI) بمهام تتعلق بضمان احترام المشاريع الاستثمارية للمعايير البيئية والتنمية المستدامة، وتشمل هذه المهام تقديم الإرشادات للمستثمرين حول قوانين البيئة المعمول بها، وبقوم بمساعدة المستثمر في الحصول على التراخيص المطلوبة فيما يخص حماية البيئة. ويتسلم الملفات التي لها علاقة بصلاحياته، ويتولى متابعتها حتى انتهائها. (المرسوم التنفيذي رقم 22-298، 2022، المادة (26))

✓ مهام ممثلو المصالح المكلفة بالعمل والتشغيل:

يكلف ممثلو المصالح المكلفة بالعمل والتشغيل ضمن الشباك الوحيد لوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار (AAPI) بدور محوري في مرافقة المستثمرين فيما يتعلق بالجوانب التنظيمية المرتبطة بتوظيف البد العاملة، وتشمل مهامه تقديم التوضيحات اللازمة حول التشريعات الاجتماعية وقوانين

العمل المعمول بها، وكذا بإعلام المستثمرين بالتشريع والتنظيم المتعلقين بالعمل والتشغيل، وتسليم في الآجال القانونية تراخيص العمل وكل وثيقة ذات صلة مطلوبة بموجب التشريع والتنظيم المعمول بهما، كما يكلفون أيضا بجمع عروض العمل المقدمة من المستثمرويقدمون لهم المترشحين للمناصب المقترحة. (المرسوم التنفيذي رقم 22-298، 2022، المادة (26))

✓ مهام ممثلو هيئات الضمان الاجتماعي:

يتولى ممثلو هيئات الضمان الاجتماعي ضمن الشباك الوحيد ل لوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار (AAPI) مهام تتعلق بمرافقة المستثمرين في الجوانب الاجتماعية والاجرائية المتعلقة بالضمان الاجتماعي، وتشمل هذه المهام تقديم التوجيهات اللازمة حول اجراءات التصريح بالعمال وشرح اليات الانخراط في منظومة الضمان الاجتماعي، كما يكلفون بتسليم شهادات المستخدم وتغفي عدد المستخدمين والتحيين وتسجيل المستخدمين والأجراء، وكذا كل وثيقة أخرى تخضع لإختصاصهم. (المرسوم التنفيذي رقم 22-298، 2022، المادة (26))

✓ مهام ممثلو الهيئات المكلفة بمنح العقار الموجه للإستثمار:

يضمن ممثلو الهيئات المكلفة بمنح العقار الموجه للإستثمار الشباك الوحيد ل لوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار (AAPI) مرافقة المستثمرين في مايتعلق بالحصول على العقار العمومي الضروري لانجاز مشاريعهم، وتشمل مهامهم معالجة طلبات تخصيص العقار وتوجيههم نحو المناطق المؤهلة للإستثمار، و بإعلام المستثمرين بتوفير الأوعية العقارية ومرافقتهم لدى إداراتهم الأصلية لاستكمال الإجراءات المرتبطة بالحصول على العقار. (المرسوم التنفيذي رقم 22-298، 2022، المادة (26))

➤ المنصة الرقمية للمستثمر :

تعد المنصة الرقمية اداة محورية ضمن مسار رقمنة الخدمات المقدمة من طرف ل لوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار (AAPI)، والتي تهدف إلى تسهيل الإجراءات الإدارية وتمكين المستثمر من التواصل

مع مختلف الهياكل المعنية بالاستثمار، تسمح هذه المنصة بستجيل المشاريع الاستثمارية إلكترونياً وتتبع مراحل معالجتها، حيث يتم توجيه الإستثمارات ومراقبتها ومتابعتها منذ تسجيلها وخلال فترة استغلالها عن طريق هذه المنصة، والتي بدورها تضمن إزالة الطابع المادي لجميع الإجراءات واستكمال جميع الإجراءات المتعلقة بالإستثمار عبر الانترنت، وتسمح بتكثيف الإجراءات الواجب إتباعها حسب نوع الإستثمار ونوع الطلبات تكون مترابطة مع الأنظمة المعلوماتية الخاصة بالهيئات والإدارات ذات العلاقة مع فعل الإستثمار . (المرسوم التنفيذي رقم 22-298، 2022، المادة ((26))

حيث تهدف هذه المنصة الرقمية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الرامية إلى تحسين مناخ الاستثمار وتبسيط العلاقة بين المستثمر والإدارة، ومن بين أبرز هذه الأهداف التكفل بعملية إنشاء الشركات والإستثمارات وتبسيطها وتسهيلها وتحسين التواصل بين المستثمرين والإدارة الاقتصادية، مع ضمان شفافية الإجراءات التي يتعين القيام بها وكيفية تفحص ومعالجة ملفات المستثمرين والإسراع في معالجة ملفات المستثمرين ودراساتها من قبل الإدارات المعنية، والسماح للمستثمرين بمتابعة تقدم ملفاتهم عن بعد مع تحسين الخدمة العامة من حيث المواعيد ومردودية الأعوان وجودة الخدمة المقدمة وكذا تحسين أداء المرافق العامة وجعلها أكثر إتاحة وذات ولوج أسهل بالنسبة للمستثمرين، بالإضافة إلى ذلك تنظيم التعاون الفعال بين مصالح الإدارة المعنية بفعل الإستثمار والسماح بالتبادل المباشر والفوري بين أعوان الإدارات والهيئات المعنية. (المرسوم التنفيذي رقم 22-298، 2022، المادة ((28))

5-3- الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية (ANAD) :

تم إحداث الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية (ANAD) بموجب المرسوم التنفيذي رقم 20-329 المؤرخ في 6 ربيع الثاني عام 1442 الموافق 22 نوفمبر سنة 2020، يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 96-296 المؤرخ في 24 ربيع الثاني عام 1417 الموافق 8 سبتمبر سنة 1996 والمتضمن إنشاء

الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب وتحديد قانونها الأساسي وبغير تسميتها، حيث تخضع لوصاية الوزير المفوض المكلف بشؤون المؤسسات المصغرة. (الرسوم التنفيذية رقم 22-298، 2022، الماد (02،01))

➤ مهام الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية (ANAD):

تتمثل مهام الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية (ANAD) في مرافقة الشباب الحامل لمشاريع خلال مراحل إنشاء وتطوير مؤسساتهم وتقديم الدعم التقني والمالي من خلال تسهيل الحصول على القروض والمزايا الجبائية وشبه الجبائية، و توفير جميع المعلومات الاقتصادية والتقنية والتشريعية والتنظيمية المتعلقة بأنشطة حاملي المشاريع بهدف تمكين الشباب الراغبين في إنشاء مؤسساتهم من الوصول الى معطيات دقيقة وموثوقة تساعد في بناء مشاريعهم على أسس موضوعية، كما تسعى الوكالة إلى تطوير العلاقات مع الشركاء والجهات المعنية سواء على المستوى المحلي او الوطني وهذا في اطار مقاربة تشاركية تهدف إلى تحسين منظومة دعم المقاولاتية. (ال مرسوم التنفيذي رقم 22-298، 2022، المادة (01))

وبالإضافة إلى ذلك تتولى الوكالة بمهمة المرافقة والمتابعة عن بعد للمؤسسات المصغرة المنشأة من طرف أصحاب المشاريع وذلك في إطار إستراتيجيتها الرامية إلى ضمان ديمومة المشاريع واستقرارها، وتشمل هذه المرافقة تقديم التوجيهات التقنية والإدارية عن بعد، وفي اطار سعيها لتعزيز مصادر تمويل المشاريع المقاولاتية تسهر الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية (ANAD) على تطبيق كل التدابير التيمن شأنها أن تسمح برصد الموارد الخارجية المخصصة لتمويل إحداث نشاطات لصالح الشباب واستعمالها في الآجال المحددة وفقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما ، مع الحرص على

استعمالها ضمن الاجال المحددة ووفقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما، ويشمل ذلك برامج الدعم

الدولية والمنح والقروض. (المرسوم التنفيذي رقم 22-298، 2022، المادة (01))

وفي هذا السياق تتولى الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية (ANAD) بإعداد البطاقة الوطنية للنشاطات التي يمكن استحداثها من طرف الشباب أصحاب المشاريع وتحسينها دوريا بالاشتراك مع مختلف القطاعات المعنية بما يضمن ملائمتها مع التحولات الاقتصادية والاحتياجات التنموية المحلية، كما تعمل أيضا على تشجيع استحداث وتطوير الأنظمة البيئية وفتح فرص الإستثمار المتاحة من مختلف القطاعات التي تلبي احتياجات السوق المحلي والوطني، بهدف تلبية احتياجات السوق المحلي والوطين، وتتمثل هذه الأنظمة في الحاضنات وشبكات التمويل وآليات الدعم التقني والإداري، وتعمل أيضا لوكالة على تطوير أدوات الذكاء الاقتصادي وفق نهج استشرافي بهدف تنمية اقتصادية متوازنة وعصرية ورقمنة آليات إدارة وتسيير الوكالة و جهاز استحداث المؤسسات المصغرة، مع التشجيع على تبادل الخبرات من خلال برامج الهيئات الدولية والشراكة مع الوكالات الأجنبية لدعم وترقية المقاولاتية والمؤسسة المصغرة. (المرسوم التنفيذي رقم 22-298، 2022، المادة (01))

➤ الامتيازات المتعلقة بدعم تشغيل الشباب :

يهدف دعم تشغيل الشباب إلى تشجيع إحداث أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوسيعها من قبل الشباب ذوي المشاريع، حيث تستفيد الإستثمارات الخاصة بإحداث وتوسيع الأنشطة التي ينجزها الشباب ذوو المشاريع في إطار المرسوم الرئاسي رقم 03 - 300 مؤرخ في 14 رجب عام 1424 الموافق 11 سبتمبر سنة 2003 . يعدل ويتم المرسوم الرئاسي رقم 96 - 234 المؤرخ في 16 صفر عام 1417 الموافق 2 يوليو سنة 1996 والمتعلق بدعم تشغيل الشباب من الامتيازات

المنصوص عليها في التشريع المعمول به والممنوحة في إطار الإجراءات القائمة .(المرسوم التنفيذي رقم 22-298، 2022، المادة (02، 03))

في إطار سياسة الدولة لدعم وتشجيع أصحاب المشاريع من فئة الشباب، يمكن لهم الاستفادة من إعانات مالية من الصندوق الوطني لدعم تشغيل الشباب والتي يمكن أن تكون هذه الإعانة عبارة عن قروض غير مكافأة، وهي قروض تمنح بدون فائدة وتهدف إلى تخفيف الأعباء المالية في المراحل التأسيسية للمشروع الاستثماري، وفي هذا السياق أعطت الدولة اهتمام خاص لهم وذلك من خلال وضع آليات الى جانب منح القروض تخفيضات في نسب الفائدة بالنسبة للقروض البنكية المحصل عليها من البنوك، مع ال تكفل بالمصاريف المحتملة المرتبطة بالدراسات والخبرات التي تنجزها وتطلبها الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب في إطار مساعدة الشباب ذوي المشاريع.(المرسوم التنفيذي رقم 22-298، 2022، المادة (07))

ويجب أن يستوفي الشباب ذوي المشاريع عند إحداث أنشطتهم الشروط المرتبطة على الخصوص بالسن والتأهيل ومستوى المساهمة الشخصية، حيث لا يمكن أن يتجاوز مبلغ الإستثمارات المنصوص عليه في المرسوم الرئاسي رقم 03-300 المؤرخ في 11 سبتمبر سنة 2003 المعدل والمتمم والمتعلق بدعم تشغيل الشباب، عشرة (10) ملايين دينار جزائري (المرسوم التنفيذي رقم 22-298، 2022، المواد (04، 05))

ويستفيد الشباب ذوو المشاريع من استشارة الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب ومساعدتها من أجل تأسيس مشاريعهم وإقامتها ، حيث تكون المشاريع الاستثمارية التي تستفيد من الإمتيازات المنصوص عليها في التشريع المعمول به وكذا في أحكام المرسوم المتعلق بدعم تشغيل الشباب محل متابعة خلال الاستفادة من هذه الامتيازات تتولاها الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب، وبإستثناء حالة القوة القاهرة يؤدي عدم مراعاة الإلتزامات المنصوص عليها في دفتر الشروط الذي يربط الشباب ذوو

المشاريع بهذه الوكالة إلى السحب الجزئي أو الكلي للإمميزات الممنوحة، ضمن نفس الأشكال التي تم منحها بموجبها وهذابون الإخلال بتطبيق الأحكام القانونية والتنظيمية الأخرى المعمول بها .(المرسوم التنفيذي رقم 22-298،2022،المواد(08،10))

➤ شروط منح الإعانة للشباب صاحب المشروع:

للإستفادة من إعانة الصندوق الوطني لدعم تشغيل الشباب عند إنشاء مشاريعهم الاستثمارية ، يجب على الشباب ذوي المشاريع أن يستوفوا الشروط اللازمة والمتمثلة في أن يتراوح عمره م ما بين 19 و 40 سنة، وأن تكون لديه م شهادة أو تأهيل مهني أو لهم مهارات معرفية معترف بها بشهادة أو أي وثيقة مهنية أخرى، وأن يقدم و مساهمة شخصية في شكل أموال خاصة بمستوى يطابق الحد الأدنى المحدد، حيث ألا يكونوا قد استفادوا من تدبير إعانة بعنوان إحداث النشاطات. (المرسوم التنفيذي رقم 20-374،المادة(02))

يوفر الصندوق الوطني لدعم تشغيل الشباب مجموعة من أنماط التمويل والموجهة لدعم ذوي المشاريع، وتتمثل هذه الأنواع فيما يلي :

✓ بعنوان التمويل الثلاثي الذي يشمل البنوك أو المؤسسات المالية :

التمويل الثلاثي هو نمط تمويلي يجمع بين مساهمة شخصية من صاحب المشروع ودعم مالي من طرف الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية في شكل قرض وبالإضافة إلى قرض بنكي يقدم من طرف البنوك والمؤسسات المالية، حيث تحدد نسبة المساهمة الشخصية لصاحب المشروع بـ 15 % من المبلغ الإجمالي للإستثمار عندما يقل الإستثمار عن (10) ملايين دينار أو يساويها ، حيث تحدد نسبة المساهمة الشخصية بـ 12 % عندما ينجز الإستثمار في المناطق الخاصة والهضاب العليا

وتحدد ب 10% عندما ينجز الإستثمار في مناطق الجنوب، و يتم تحديد هذه المناطق بموجب قرار وزاري مشترك بين الوزراء المكلفين بذلك.(المرسوم التنفيذي رقم 20-374، المادة(03))

✓ بعنوان التمويل الثنائي دون اللجوء إلى التمويل البنكي :

التمويل الثنائي هو نمط تمويلي يجمع بين مساهمة شخصية من صاحب المشروع ودعم مالي من طرف الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية في شكل قرض، حيث تحدد نسبة المساهمة الشخصية لصاحب المشروع بـ 50 % من المبلغ الإجمالي للاستثمار عندما يقل الإستثمار عن عشرة (10) ملايين دينار أو يساويها، حيث في حالة الضرورة يستفيد أصحاب المشاريع المتعثرة من إعادة تمويل مؤسساتهم المتعثرة وفق التمويل الثلاثي ، كما يستفيد أيضا الشباب ذو المشاريع دون مقابل من المساعدة التقنية للوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية ومن استشارتها ومرافقتها ومتابعتها، وكذا أيضا من برامج تكوين التي تنجزها أو تطلبها الوكالة.(المرسوم التنفيذي رقم 20-374، المادة(03))

5-4-الوكالة الوطنية للقرض المصغر (ANGEM) :

➤ تعريف الوكالة الوطنية للقرض المصغر (ANGEM) :

تم إحداثالوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر طبقا لأحكام المادة (07) من المرسوم الرئاسي رقم 04 - 13 المؤرخ في 29 ذي القعدة عام 1424 الموافق 22 يناير سنة 2004 والمتعلق بجهاز القرض المصغر وهي هيئة ذات طابع خاص، حيث توضع هذه الوكالة تحت سلطة رئيس الحكومة ويتولى الوزير المكلف بالتشغيل المتابعة العملية لمجمل نشاطات الوكالة وفقا لأحكام المرسوم التنفيذي رقم 04-14 مؤرخ في 29 ذي القعدة عام 1424 الموافق 22 يناير سنة 2004، الذي يتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر وتحديد قانونها الأساسي ، وتتمتع الوكالة بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، حيث تحدث الوكالة فروعاً على المستوى المحلي بناء على قرار مجلسها التوجيهي.(المرسوم التنفيذي رقم 04-14 ، 2004، المواد رقم (01،02،03،04))

➤ مهام الوكالة الوطنية للقرض المصغر (ANGEM) :

تتمثل مهام الوكالة الوطنية للقرض المصغر (ANGEM) في تمويل مشاريع مصغرة عبر منح القروض، كما تعمل على تقديم المرافقة التقنية والإدارية لأصحاب المشاريع الاستثمارية، وتشمل أيضا تسيير جهاز القرض المصغر، ودعم المستفيدين وتقديم لهم الإستشارة ومرافقتهم خلال مراحل تنفيذ مشاريعهم الاستثمارية وفي تنفيذ أنشطتهم ومنح قروض لهم بدون مكافأة، كم تعمل أيضا على تبليغ المستفيدين أصحاب المشاريع المؤهلة للجهاز بمختلف الإعانات التي تمنح لهم وتضمن متابعة الأنشطة التي ينجزها المستفيدون مع الحرص على احترام بنود دفاتر الشروط التي تربطهم بالوكالة ومساعدتهم عند الحاجة لدى المؤسسات والهيئات المعنية بتنفيذ مشاريعهم، وتكف الوكالة أيضا بإنشاء قاعدة للمعطيات حول الأنشطة والمستفيدين من الجهاز، مع تقدم الاستشارة والمساعدة للمستفيدين من جهاز القرض المصغر في مسار التركيب المالي ورصد القروض وإقامة علاقات متواصلة مع البنوك والمؤسسات المالية في إطار التركيب المالي للمشاريع وتنفيذ خطة التمويل ومتابعة إنجاز المشاريع واستغلالها والمشاركة في تحصيل الديون غير المسددة في آجالها، وإبرام اتفاقيات مع كل هيئة أو مؤسسة أو منظمة يكون هدفها تحقيق عمليات الإعلام، والتحسس ومرافقة المستفيدين من جهاز القرض المصغر في إطار إنجاز أنشطتهم، وذلك لحساب الوكالة. (المرسوم التنفيذي رقم 04-14 ، 2004 ، المادة رقم (05))

وفي هذا السياق ومن اجل القيام بمهامها على أكمل وجه يمكن للوكالة الوطنية للقرض المصغر (ANGEM) من أجل الاضطلاع بمهامها على أحسن وجه، أن تستعين بأي شخص معنوي أو طبيعي يساعدها على إنجاز مهامها، كما يمكن لها أن تكلف مكاتب دراسات متخصصة بإنجاز مدونات نموذجية خاصة بالتجهيزات ودراسات مونوغرافية محلية وجهوية، وتعمل على تنفيذ كل تدبير من شأنه أن يسمح برصد الموارد الخارجية المخصصة لدعم تحقيق أهداف جهاز القرض المصغر

واستعمالها وفقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما. (المرسوم التنفيذي رقم 04-14 ، 2004 ، المادة رقم ((05))

➤ شروط الإعانة المقدمة للمستفيدين من القرض المصغر ومستواها :

تقدم الوكالة الوطنية للقرض المصغر (ANGEM) الإعانات في إطار جهاز القرض المصغر وفق شروط محددة تهدف إلى توجيه التمويلات الفئات المستهدفة، حيث يستفيد من الإعانات في إطار القرض المصغر المواطنون الذين يبلغون من العمر ثمانية عشر (18) سنة فما فوقدون دخل أو ذوي دخل ضعيف غير مستقر وغير منتظم، وأن يتوفروا على إقامة مستقرة ، وأن يكونوا ذوي مهارات لها علاقة بالنشاط المرتقب ، ولم يستفيدو من مساعدة أخرى لإحداث الأنشطة ، مع تقديمهم لمساهمة جزافية على المرافقة.(المرسوم التنفيذي رقم 134-11 ، المادة ((02))

يتم معالجة ملفات القرض البنكي من النظام المصرفي طبقا للقواعد والمقاييس الخاصة بمنح القروض، وتكمل هذه القروض البنكية الإعانة التي يمنحها الصندوق الوطني لدعم القرض المصغر المنصوص عليه في المادة (07) من المرسوم الرئاسي رقم 04 - 13 المؤرخ في 29 ذي القعدة عام 1424 الموافق 22 يناير سنة 2004 والمتعلق بجهاز القرض المصغر ر (مرسوم تنفيذي رقم 134-11 ، المادة ((04))، ويحدد مستوى القرض البنكي بـ 70 % من الكلفة الإجمالية للنشاط . (مرسوم تنفيذي رقم 134-11 ، المادة ((07))

وبناء على المادة (07) من المرسوم الرئاسي رقم 04-13 المؤرخ في 29 ذي القعدة عام 1424 الموافق 22 يناير سنة 2004 والمتعلق بجهاز القرض المصغر، لا يمكن أن يتجاوز مبلغ القرض بدون فوائد المنصوص عليه في 30% من الكلفة الإجمالية للنشاط بعنوان إحداث أنشطة باقتناء العتاد الصغير والمواد الأولية اللازمة لانطلاق المشروع ، و 100% من الكلفة الإجمالية بعنوان شراء المواد

الأولية والتي لا يمكن أن تفوق مائة ألف دينار (100.000) دج، ويحدد معدل تخفيض نسب فوائد القروض البنكية الممنوحة بعنوان القرض المصغر من البنوك والمؤسسات المالية للمستفيد، المنصوص عليه في المادة 7 من المرسوم الرئاسي رقم 04 - 13 المؤرخ في 29 ذي القعدة عام 1424 الموافق 22 يناير سنة 2004 والمذكور أعلاه بـ 100 % من المعدل المدين الذي تطبقه البنوك والمؤسسات المالية بعنوان الأنشطة المنجزة، بما أن المعدل المدين هو نفس المعدل المطبق في السوق فيما يخص التمويلات المماثلة. (مرسوم تنفيذي رقم 134-11، المواد (06،08))

5-5- وكالة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الابتكار (ADPMEPI):

➤ تعريف وكالة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الابتكار (ADPMEPI) :

تم إحداث وكالة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية بناء لأحكام المادتين 18 و 20 من القانون رقم 17-02 المؤرخ في 11 ربيع الثاني عام 1438 الموافق لـ 10 يناير سنة 2017 والمتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، هذه الوكالة هي مؤسسة عمومية ذات طابع خاص توضع تحت وصاية الوزير المكلف بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي ، وتزود الوكالة على المستوى المحلي بمراكز دعم واستشارة ومشاتل مؤسسات. (المرسوم التنفيذي رقم 18-170 ، 2018 ، المواد رقم (01،02،03))

➤ مهام وكالة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الابتكار (ADPMEPI) :

تتمثل مهام وكالة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الابتكار في تنفيذ سياسة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال إنشاء المؤسسات وإنمائها وديمومتها، بالتنسيق مع القطاع المعني، حيث تكلف أيضا على التشجيع على تكثيف نسيج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة،

بالتشاور مع أجهزة دعم إنشاء الأنشطة لاسيما من خلال نشر الثقافة المقاولاتية ومرافقة حاملي المشاريع واحتضان وإيواء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في طور الإنشاء ومرافقة هذه المؤسسات لدى البنوك والمؤسسات المالية ، و دعم الابتكار والبحث والتطوير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكذا المؤسسات الناشئة ، و تنفيذ برامج عصرنة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تهدف إلى تحسين تنافسيتها مع دعم تطوير المناولة.

كما تكلف أيضا الوكالات التشجيع على ظهور بيئة ملائمة لإنشاء وتطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال مساعدة مختلف شبكاتها وترقية الخبرة والاستشارة الصالح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وإنجاز الدراسات الاقتصادية، والقيام بكل عمل يتعلق بالتحسيس والإعلام والمساعدة لدى الهيئات العمومية، من أجل ترقية وتسهيل حصول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الطلبات العمومية ودعم تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خصوصا من خلال التصدير والتحويل التكنولوجي والشراكة ومساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في جهودها الرامية إلى تعزيز مواردها البشرية بالتنسيق مع المنظومة الوطنية للتكوين وأجهزة الإدماج المهني مع وضع منظومة إعلام اقتصادي حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تواجه صعوبات بسبب نقائص في مجال التنظيم والتسيير المالي أو التموقع في السوق.

➤ مشاتل المؤسسات ومراكز الدعم والاستشارة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة :

أ - مشاتل المؤسسات :

تتولى مشاتل المؤسسات مهمة تنفيذ نظام دعم إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على المستوى المحلي، الذي تحدده الهياكل المركزية للوكالة، و تقديم الخدمات الخاصة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. (المرسوم التنفيذي رقم 20-331، 2020، المادة (04))

✓ مهام مشاتل المؤسسات :

تعمل مشاتل المؤسسات على تشجيع إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بتقديم خدمات الاحتضان للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة حديثة النشأة والتسريع بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة المبتكرة أو تلك التي لديها إمكانات نمو كبيرة ، وعلى توفير إيواء ظرفي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تواجه صعوبات المسجلة في نظام الدعم للديمومة ، وكذا القيام بأعمال تحسيسية وتكوينية لفائدة الشباب فيما يخص المقاولاتية بالتكامل مع الأجهزة الموجودة .(المرسوم التنفيذي رقم 20-

331،2020،المادة (04))

كما تعمل أيضا على تقييم الإمكانات المحلية لإنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتكثيف النسيج الصناعي ، وتحديد فرص الاستعانة بمصادر خارجية لأنشطة المؤسسات الكبيرة لاسيما الصناعية بهدف تشجيع إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في هذا الإطار، مع مساعدة حاملي المشاريع لدى صناديق الإطلاق والمصادر الأخرى للتمويل.(المرسوم التنفيذي رقم 20-331،2020،المادة (04))

ب مراكز الدعم والاستشارة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة :

تتولى مراكز الدعم والاستشارة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة مهمة تنفيذ برامج وأنظمة دعم تطوير وديمومة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على المستوى المحلي، المحددة من طرف الهياكل المركزية للوكالة لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمتوسطة مع ضمانات المرافقة.(المرسوم التنفيذي رقم 20-

331،2020،المادة (04))

مهام مراكز الدعم والاستشارة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

تكلف مراكز الدعم والاستشارة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بدراسة وتحليل احتياجات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالاتصال مع مجموع الفاعلين المعنيين على المستوى المحلي، وهذا بهدف اقتراح التكيفات المطلوبة للبرامج والأنظمة التي تنفذها، واقتراح مشاريع للتطوير الجماعي أو للنظم البيئية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مع تنفيذ البرامج و أنظمة دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المحددة من طرف الوكالة بالاتصال مع الفاعلين المعنيين على المستوى المحلي في مجال عصنة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتطوير المناولة ودعم تعزيز الاندماج الصناعي الوطني، دعم الابتكار والرقمنة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكذا دعم ديمومة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والحفاظ عليها بالإضافة إلى تطوير النظم البيئية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. (الرسوم التنفيذية رقم 20-331، 2020، المادة (04))

خلاصة :

تعتبر البيئة التشريعية من بين العوامل التي يملك لها أُنْثأثر بشكل كبير على الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية، إذ يعتبر توجه الجزائر لإعادة بعث إستراتيجية وطنية لتشجيع وتحفيز الإستثمار الخاص كنوع من اهتمام بالنسبة لاقتصاد الدولة المستضيفة لهذا النوع من الإستثمار، حيث بالنظر إلى أهمية الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية في خلق ديناميكية تنموية في جميع القطاعات

وفي إطار سياسة تشجيع تطوير هذا الإستثمار، اعتمد المشرع الجزائري مجموعة من الآليات والتحفيزات التي أقرها ضمن القوانين المتعاقبة ذات الصلة بمجال الإستثمار .

الفصل الثاني : إحدآث وإستغلال المنشآت الرياضية الخاصة

تمهيد :

لقد تزايد الاهتمام في السنوات الأخيرة بالمنشآت الرياضية لإعتبارها رافد اجتماعي واقتصادي وثقافي، إذ تعتبر المنشآت الرياضية عنصرا أساسيا في السياسة العامة الرياضية الرامية إلى دعم القطاع الرياضي، حيث توفر فضاء ملائما لممارسة الأنشطة البدنية والرياضية بمختلف أنواعها، إلى جانب تطوير رياضة النخبة والمستوى العالي، حيث تختلف المنشآت الرياضية عن بعضها بناء لما تحتويه من مرافق والغرض الذي بنيت لأجله ، ولإحداء وإستغلال هاته المنشآت الرياضية يجب مراعات مجموعة من الإعتبارات والالتزامات الضرورية في البناء والتصميم والإحداء.

1 -أنواع المنشآت الرياضية في الجزائر :

لقد أصبح من الضروري إعادة هيكلة المنشآت الرياضية بما يخدم الحركة الرياضية وفقا للقوانين السارية المفعول، حيث سارعت معظم الدول بوضع مخططات حديثة لبناء منشآت رياضية تماشيا مع التقدم العلمي والتكنولوجي في العالم لإحتضان تظاهرات رياضية عالمية(شريف بربريس،2017،ص134).

وفي هذا السياق حدد المخطط التوجيهي للرياضة والتجهيزات الرياضية الكبرى تمركز الأقطاب الرياضية ووضع الخدمات والتجهيزات المهيكل ذات الصلة بها، حيث تكون الإستثمارات والتجهيزات التي لم تنص عليها أدوات تهيئة الإقليم موضوع دراسة تأثير على تهيئة الإقليم من الجوانب الإقتصادية والاجتماعية والثقافية لكل مشروع.(Ministere de la Jeunesse et des Sport,2008,P208)

حيث يمكن للمستثمر الخاص أن يقد بإحداء منشأة رياضة بناء على تصنيف حظيرة المنشآت الرياضية المبين في المخطط التوجيهي للرياضة والتجهيزات الرياضية الكبرى التي تصنف لأربعة (4) فئات:

1 1 - منشآت رياضية لإحتضان التظاهرات الرياضية الكبرى :

تعتمد برمجة هذه المنشآت الرياضية على طبيعتها الإستراتيجية على المستويين الوطني والدولي، بغض النظر عن حجم السكان في تجمع ما، وتشمل الملاعب الأولمبية بسعة أكثر من أربعون ألف (40) مقعد و قاعات رياضية كبيرة بسعة خمسة آلاف (5000) مقعد أو أكثر، حيث تستضيف الأحداث الرياضية الوطنية والدولية الكبرى، وتكون قادرة على ضمان الظروف المطلوبة لإحتضان هذه التظاهرات (هياكل التدريب، والإقامة، والنقل وما إلى ذلك).

(Ministère de la Jeunesse et des Sport,2008,p208)

تعد المنشآت الرياضية من بين الركائز الأساسية لتطوير الرياضة على المستويين المحلي والدولي، فهي توفر فضاءات مخصصة لممارسة مختلف الرياضات، وتنقسم هذه المنشآت الرياضية إلى مايلي :

1-1-1- الملعب الأولمبي:

هو منشأة رياضية مخصصة لإستضافة مسابقات كرة القدم الدولية والوطنية أو ألعاب القوى للمستوى العالي، وهو مجهز بأرضية لعب بأبعاد معتمدة (105 × 68) بالعشب الطبيعي، وأرضيتين أو أكثر بالعشب الطبيعي أو الاصطناعي مع مسار ألعاب القوى بعشرة (10) ممرات بطلاء اصطناعي، ومدرجات بسعة لا تقل عن أربعون ألف (40000) مقعد، بالإضافة إلى أن الملعب الأولمبي يحتاج إلى مساحة تقدر بثلاث مائة وثمانون متر مربع (380 ألفم²).

(Ministère de la Jeunesse et des Sport,2008,p208)

1-1-2-قاعة رياضية كبيرة :

هي قاعة لعب مغطاة متعددة التخصصات ومتعددة الوظائف بحجم معتمد (44 م × 22 م)(ارتفاع السقف 13 مترا)، مخصصة لإستقبال المسابقات الدولية والوطنية في الرياضات الجماعية والفردية، وهي مجهزة بمدرجات بسعة أربعة عشر ألف (14000) مقعد أو أكثر، وتحتوي أيضا فضاءات تحت المدرجات والتي يمكن أن تضم قاعات رياضية لمختلف التخصصات،حيث تتطلب القاعة الرياضية الكبيرة مساحة تقدر بخمسة عشر ألف متر مربع (15000 م²).

(Ministère de la Jeunesse et des Sport,2008,p208)

1-1-3-ملعب متعدد الرياضات :

هو منشأة رياضية مخصصة لإستضافة منافسات كرة القدم الرسمية لفئتي القسم الأول والثاني، وهي مجهزة بلبوضية لعب من عشب طبيعي أو إصطناعي بأبعاد معتمدة (105×68) وأرضيات مرافقة، وكذا مسارات ألعاب القوى بثمانية (8) ممرات. (Ministère de la Jeunesse et des Sport, 2008, p208)

وتحتوي هذه المنشأة الرياضية مدرجات بسعة لا تقل عن خمسة آلاف (5000) مقعد وأكثر، حسب حجم المواقع المخصصة للإنجاز، فضاءات تحت المدرجات يمكن أن تضم قاعات رياضية لمختلف التخصصات، حيث يحتاج الملعب المتعدد الرياضات لمساحة تقدر بخمسين (50000 م^2) متر مربع. (Ministère de la Jeunesse et des Sport, 2008, p208)

1-1-4- مسبح مغطى (50 متر) :

منشأة رياضية مخصصة لإستضافة منافسات السباحة الوطنية والدولية، حيث تحتوي على حوض سباحة رئيسي مغطى بحجم معتمد يقدر بخمسين (50) مترا وبطول خمسة وعشرون (25) مترا، وحوضا للتسخينات وحوض للغطس، حيث يوفر المسبح الأولمبي مساحة مائية (سطح مائي) بمساحة 1250 مترا مربعا، وتحتاج هذه المنشأة إلى مساحة خمسة آلاف متر مربع (5000 م^2).

(Ministère de la Jeunesse et des Sport, 2008, p209)

1-1-5- ملعب ألعاب القوى:

مساحة مخصصة لإستقبال المنافسات الرياضية على المستوى الوطني أو الجهوي، وهي مجهزة بأرضية رمي بالعشب الطبيعي ومسار بطول أربعة مائة (400) متر (10 ممرات) مغطى بمادة اصطناعية مع مسار للإحماء، بالإضافة إلى ورشات للقفز أفقية وعمودية ومدرجات بسعة لا تقل عن ألفين (2000) مقعد على الأقل، وتحتاج هذه المنشأة لمساحة تقدر بستة آلاف (6000 م^2) متر مربع. (Ministère de la Jeunesse et des Sport, 2008, p209)

1-2- منشآت رياضية لتعميم الممارسة الرياضية:

هذه المنشآت الرياضية هي الأكثر انتشارًا على المستوى الوطني، وهي مخصصة لتمكين لجميع السكان بممارسة الرياضة (مختلف الأعمار والفئات)، و تنقسم إلى ثلاث فئات منشآت رياضية جهوية، مسابح 25 م، مسابح جوارية وقاعات رياضية.

1-2-1 منشآت رياضية جهوية :

✓ ملعب كرة قدم:

هو منشأة رياضية مخصصة لإستضافة المنافسات الرسمية لفئتي القسم الثاني والثالث، وهي تحتوي على مساحة لعب ترابية (Tuf) طبيعية أو اصطناعية بأبعاد (45 × 90) ومدرجات بسعة ألف (1000) إلى ألفين (2000) مقعد مع سياج ، حيثتحتاج هذه المنشأئل مساحة تقدر بعشرين ألف (20000م²) متر مربع.(Ministère de la Jeunesse et des Sport,2008,p209)

✓ أرضية لكرة قدم:

مساحة لعب ترابية (Tuf) لممارسة كرة القدم مع الحد الأدنى للأبعاد المطلوبة (45 م × 90 م) أو أكثر إذا كانت مساحة الأرضية تسمح لإستضافة المنافسات ذات الطابع المحلي لفئات الشابة، وتحتوي الأرضية على غرف لتغيير الملابس وسياج بدون مدرجات، حيث تحتاج هذه الأرضية لمساحة ستة آلاف (6000م²) متر مربع.(Ministère de la Jeunesse et des Sport,2008,p210)

✓ المرافق الأخرى لألعاب القوى:(Ministère de la Jeunesse et des Sport,2008,p210)

هي مرافق مخصصة لتطوير الممارسة الرياضية وليس بالضرورة أن تكون معتمدة ويمكن أن تأخذ شكل مسار دائري مع أربعة (4) ممرات أو مسار مستقيم من مائة وخمسة وعشرون (125) إلى مائة وثلاثون (130) مترا ، حيث يمكن أن يكون طلاء هذه المسارات اصطناعي، مع أرضية للقفز وأرضية للرمي.

يمكن دمج هذه المرافق (حسب مساحة الأرضية) كملحقات لبرامج لإنجاز قاعات التربية البدنية والرياضية أو القاعات المتعددة الرياضات أو المركبات الرياضية الجوارية.

(Ministère de la Jeunesse et des Sport,2008,p210)

✓ أرضيات للرياضة:

هي مساحة مخصصة لممارسة الرياضات الجماعية، ذات أبعاد ليست بالضرورة معتمدة، يمكن أن تأخذ شكل أرض مشتركة لممارسة كرة اليد أو كرة السلة أو الكرة الطائرة أو كرة القدم أو التنس أو الكرة الحديدية (لعب الطويل، الكرة الحديدية). (Ministère de la Jeunesse et des Sport,2008,p210)

1-2-2- المسابح :

✓ مسبح مغطى (25 م) :

هو منشأة مخصصة لأبجديات وتطوير السباحة، وتحتوي على حوض مغطى بطول خمسة وعشرون (25) مترا معتمدا وستة (6) ممرات، حيث يوفر المسبح فضاء مائيا (مسطح مائيا) بمساحة ثلاث مائة وإثني عشر (312 م²) مترا مربعا، حيث تحتاج هذه المنشأة ل مساحة تقدر بألفين (2000 م²) متر مربع.

✓ مسبح جوارى مغطى أو مكشوف:

هو منشأة رياضية مخصصة لأبجديات وتطوير السباحة تحتوي حوض سباحة بأبعاد معتمدة، حيث تحتاج هذه المنشأة لمساحة من ألف متر مربع (1000 م²) إلى ألفين متر مربع (2000 م²) حسب أبعاد المسبح (12.5م أو 25 م). (Ministère de la Jeunesse et des Sport, 2008, p210)

1-2-3- قاعات الرياضة :

✓ قاعة رياضية متعددة الرياضات :

هي مساحة لعب مغطاة بأبعاد معتمدة (22 × 44) (ارتفاع سقف 13 مترا) مخصصة لإستقبال المنافسات الجهوية للرياضات الجماعية والفردية ، حيث تحتوي هذه المنشأة مجهزة مدرجات بسعة خمس مائة (500) مقعد أو أكثر ، وفضاءات تحت المدرجات يمكن أن تضم قاعة أو قاعتين رياضيتين، حيث تحتاج هذه المنشأة الرياضية لمساحة تقدر بألفين متر مربع (2000 م²).

(Ministère de la Jeunesse et des Sport, 2008, p211)

✓ قاعة التربية البدنية والرياضية (E.P.S) أو قاعة متخصصة :

هي مساحة لعب مغطاة بدون مدرجات مخصصة حسب حجم الممارسات الرياضية الفردية أو الجماعية، فبالنسبة للرياضات الفردية تكون الأبعاد (15 × 20) مع ارتفاع السقف لسنة (6) أمتار، أما بالنسبة للرياضات الجماعية فتكون الأبعاد (22 × 44) مع ارتفاع السقف لثمانى (8) أمتار. وتحتوي هذه المنشأة الرياضية على غرف تبديل الملابس ومساحات ملحقة، حيث يمكن تخصيص قاعة التربية البدنية والرياضية (E.P.S) عندما تضم تخصصا واحدا، وتحتاج هذه المنشأة لمساحة تقدر بثمانمائة متر مربع (800 م²). (Ministère de la Jeunesse et des Sport, 2008, p211)

✓ المركب الرياضي الجوّاري (CSP) :

هي منشأة ذات طابع رياضي وإجتماعي تعليمي تنقسم إلى ثلاث (3) مستويات حسب حجم الموقع المخصص لها وهي كالآتي :

- المركب الرياضي الجوازي (CSP1) بمساحة 5400 م² :

هي قاعة للتربية البدنية والرياضة متعددة الأغراض والاستعمالات لأنشطة الشباب، مع أرضية مشتركة وأرضية للكرة الحديدية. (Ministère de la Jeunesse et des Sport, 2008, p211)

- المركب الرياضي الجوازي (CSP2) بمساحة 9700 م² :

هي قاعة للتربية البدنية والرياضة متعددة الأغراض والاستعمالات لأنشطة الشباب، مع مضمار لألعاب القوى بطول مئتينترا (250 م) وأرضية مشتركة وأرضية للكرة الحديدية. (Ministère de la Jeunesse et des Sport, 2008, p211)

- المركب الرياضي الجوازي (CSP3) بمساحة 15000 م² :

هي قاعة للتربية البدنية والرياضة متعددة الأغراض والاستعمالات لأنشطة الشباب، مع أرضية لكرة القدم محاطة بمضمار لألعاب القوى وأرضية مشتركة وأرضية للكرة الحديدية. (Ministère de la Jeunesse et des Sport, 2008, p211)

1-3- منشآت للرياضات الفردية :

1-3-1-ميدان الرماية :

هو فضاء مخصص لممارسة الرمي باستخدام أسلحة رياضية بتجوي فواحد أو أكثر مع غرف لتبديل ملابس، حيث يحتاج ميدان الرماية لمساحة تقدر بخمسين ألفمتر مربع (50000 م²).

(Ministère de la Jeunesse et des Sport,2008,p212)

1-3-2-مركز فروسية :

هو فضاء مكشوف مخصص لممارسة رياضات الفروسية للتدريب والمنافسة، مع غرف تغيير ملابس ومدرجات، حيث يتطلب مركز الفروسية مساحة تقدر بمائة ألف متر مربع (100000 م²).

(Ministère de la Jeunesse et des Sport,2008,p212)

1-3-3-حلبة الكارتينغ أو مضمار الرياضة الميكانيكية :

هي فضاء مخصص لممارسة الرياضة الميكانيكية وتتكون من مسار طبيعي ومنصة مدرجات، مع غرف تغيير الملابس وورشة صيانة ومرآب.(Ministère de la Jeunesse et des Sport,2008,p212)

1-3-4-قاعدة بحرية :

هي منشأة مخصصة لإستقبال الرياضات المائية المختلفة (الإبحار والتجديف والغوص)، تقام على مستوى الساحل أو على حافة السدود.(Ministère de la Jeunesse et des Sport,2008,p212)

1-3-5-منتجع تزلج

1-3-6-مضمار الدراجات

1-3-7-نوادي الطيران

1-4-المنشآت الرياضية المرافقة :

1-4-1- مركز تجمع :

مجموعة من المرافق الرياضية والمرافقة (الإقامة، والطعام، والرعاية، والاسترجاع) المعدة لإستقبال التجمعات الرياضية بهدف التحضير للمنافسات الوطنية والدولية، حيث يتم التخطيط لهذه المرافق وفق الخصائص الجيومورفولوجية والمناخية (الارتفاع، الساحل،...)، ويحتاج مركز التجمع لمساحة تقدر بمائة ألفمتر مربع (100000م²). (Ministère de la Jeunesse et des Sport, 2008, p212)

1-4-2- مراكز الأساسيات والتكوين المسبق والتكوين :

مجموعة من المنشآت الرياضية والمرافقة (التكوين، والإقامة، والمطاعم، والتعليم، والرعاية والاسترجاع) مخصصة لإستقبال المواهب الرياضية الشابة للتكوين ولتحسين الأداء، ويمكن أن تكون هذه المراكز متعددة الرياضات أو متخصصة. (Ministère de la Jeunesse et des Sport, 2008, p212)

2 - الإعتبارات الضرورية في بناء وتصميم المنشآت الرياضية :

تختلف المنشآت الرياضية عن بعضها البعض بناءا على ماتحتويه من مرافق والغرض الذي بنيت لأجله، حيث هناك مجموعة من الأساسيات التي يجب أخذها بعين الإعتبار في بناء وتصميم هذه المنشآت مع وضع كل التصورات التي ستكون عليها هذه المنشآت في المستقبل. (مفتي ابراهيم ،ص157)

2-1- الإعتبارات الضرورية في تصميم المنشأ الرياضي:

يتم تصميم المنشآت الرياضية بما يتوافق مع احتياجات المستخدمين ، كما يجب أن تأخذ بعين الاعتبار متطلبات وقواعد الإتحاد الدولي للإختصاص الرياضي المعني، كما يجب مراعاة التفاصيل الخاصة بالمنشأة الرياضية كطبيعة أرضية المنشأة ومتطلبات الإضاءة ونظام الصوت وقاعات تغيير

الملابس وطبيعة الاستخدامات المتعددة للقاعات ومساحات الممارسة الرياضية. (مفتي ابراهيم، ص157)

كما يجب أيضا أن يخطط مسيري المنشأة الرياضية جيدا لكيفية إدارتها، وتحقيق أفضل استغلال لها، وكذا لعملية النظافة وحضيرة السيارات وأساليب إزالة الفضلات والنفايات، وأن يضعوا في الاعتبار استخدامات المنشأة من طرف فئة المعاقين، كما عليهم أن يحددوا الخدمات المطلوبة للمستخدمين، وكذا كيفية وصول كل من المتفرجين والمستخدمين والعاملين إلى المنشأة الرياضية.

2-2-الاعتبارات الضرورية في بناء المنشآت الرياضية :

إنبناء المنشأة الرياضية يكون على أساس استخدامها على المدى الطويل والذي سوف يوفر كثيرا في المستقبل، حيث استخدام الأدوات ومواد البناء الجيدة في البناء سوف تزيد في عمر المنشأة الرياضية، مع مراعاة مواصفات وشروط البناء طبقا للقواعد التي تضعها الاتحادات الدولية للإختصاصات الرياضية في حالة استعمال المنشأة الرياضية للمنافسات الدولية.(مفتي ابراهيم، ص158)

2-3-الاعتبارات الضرورية في استخدامات المنشآت الرياضية :

عند تصميم المنشأة الرياضية يجب وضع تصور لما ستكون عليها المنشأة من حيث عدد العمال الذين سيعملون بها ووظيفة كل منهم وكذا تكاليف استخدامها وصيانتها وكذا إجراءات الأمن مع تصور عدد ساعات استغلال المنشأة الرياضية، مع معرفة الأنشطة الأخرى التي يمكن أن ترافق الخدمات التي توفرها المنشأة الرياضية بجانب الاستخدامات الرياضية (قاعة الإستقبال والإجتماعات، مكتبة).(مفتي ابراهيم، ص158)

حيث يجب أن تتماشى استخدامات المنشأة الرياضية مع اتجاهات المجتمع، وأن تكون استخدامات أوائها وأجهزتها ومبانيها آمنة وجذابة، وأن تسير المنشأة بأسلوب يضمن دخل مادي يعوض تكاليف صيانتها مع ضمان أفضل استغلال للمنشأة الرياضية من خلال تصور الأنشطة التي يمكن أن تحقق

دخلا من استغلالها، وذلك عن طريق وضع سياسات وتكاليف الإستخدم، مع التأكد من تغطية تكاليف تسيير الموارد البشرية للمنشأة والتي تعتبر هي أكبر المصاريف الجارية، مع المحافظة على كفاءة العمال، والأدوات والأجهزة.

إن وضع ملصقات لكيفية الاستعمال ضروري في المنشأة الرياضية و التي يمكن تعديلها عند اللزوم كرسـم الأرضيات، كـيفيات الاستخدام وقوائم الأدوات الرياضية وكيفية استخدامها، واجبات العاملين بها ومسئولياتهم، مع ضرورة وضع نظام لعمل واستغلال المنشأة الرياضية وكذا الجوانب المالية والتقارير وتأمين المبنى ضد الحرائق والسرقات وتدريب العاملين.

تعتبر زيارة منشآت رياضية مشابهة لها ومحاولة معرفة سلبيات وإيجابيات التصميم وغيرها ومحاولة التعرف على كيفية إدارتها وتكاليف عملياتها مهمة لاسيما في ما يخص وضع الخطة المالية لموارد المنشأة الرياضية، حيث يجب التركيز على جوانب التشابه والاختلاف بين المنشأة الرياضية الحالية والمنشأة الرياضية المطلوب إنجازها وإجراء المقارنة بينهما.

2-4-الاعتبارات الضرورية في التخطيط المالي للمنشأة الرياضية :

إن الحصول على صورة شاملة للعمليات ونشاطات المنشأة الرياضية مهمة بالنسبة للمدير المالي لاسيما فيما يخص الخطط الطويلة المدى الخاصة بالتوسع في الأصول الرأسمالية من مباني ومنشآت (جميل احمد توفيق، 2013 ،ص38).

حيث هذه الأخيرة تستلزم بطبيعتها استثمار مبالغ ضخمة فيها وبالتالي يجب أن يقوم بعمل التقديرات المتعلقة بالتدفق النقدي (التدفق الداخل والتدفق الخارج) خلال الفترة الزمنية المقبلة، حيث يقوم المدير المالي بتخطيط الاحتياجات المالية للمنشأة سواء الاحتياجات قصيرة الأمد أو الاحتياجات طويلة الأجل. (جميل احمد توفيق، 2013 ،ص39)

عند تصميم هذه التقديرات التي يطلق عليها إسم الميزانيات التقديرية، يجب على المدير المالي أن يأخذ في الحسبان صعوبة التنبؤ بالمستقبل، وعليه أن يعترف باحتمال انقلاب خطه رأساً على عقب نتيجة العوامل الداخلية والخارجية للمنشأة ، فأى تطور يمكن أن يحدث للمعدات سيجبر المدير المالي على استثمار أموال ضخمة لشراء معدات جديدة لكي تحتفظ المنشأة بمركزها في السوق ، حيث ان الاعتراف بوجود مثل هذه الاحتمالات التي لا يمكن التنبؤ بها بدقة أن يغض النظر عن التخطيط وأن تستبعد الميزانيات التقديرية، بل يعني هذا ضرورة تمتع هذه التقديرات المالية بدرجة كافية من المرونة تجعلها قادرة على التجاوب مع مثل هذه التغيرات. (جميل احمد توفيق، 2013، ص39)

3-دراسة الجدوى كآلية لنجاح الاستثمار الخاص في المنشأة الرياضية :

دراسة الجدوى هي مجموعة من الدراسات المتعلقة بالاستثمار في مختلف مراحله بداية من الفكرة وصولاً إلى اتخاذ القرار بقبول الفكرة أو رفضها، والمتمثلة في كافة الدراسات الاقتصادية، الفنية والهندسية، التسويقية، القانونية والمالية التي يمكن لها من توفير مجموعة من البيانات والمعلومات التي تساعد في اتخاذ القرار الاستثماري.

3-1- مفهوم دراسة الجدوى :

تعمل دراسة الجدوى علماً لتعرف على مدى صلاحية فكرة مشروع ما، حيث تلك الدراسة تبدأ بفكرة المشروع ثم تمر بمراحل متتابعة في محاولة لاكتشاف كل مرحلة، وبناءاً على نتائجها في مرحلة ما يمكن الاستمرار والذهاب للمرحلة التي تليها إذا كانت هذه النتائج إيجابية ومشجعة لذلك، أو اتخاذ قرار التوقف عند هذه المرحلة إذا تبين فشل هذا المشروع وكذا لتوفير الوقت والجهد والتكاليف، وهكذا وصولاً للمرحلة الأخيرة والمتمثلة في اتخاذ القرار النهائي بتحويل فكرة المشروع إلى حقيقة أو التخلي عنها والبحث عن فكرة لمشروع آخر. (زينب صالح الاشوح، 2016، القاهرة، مصر، ص13)

إن دراسة الجدوى تتطلب جمع وتصنيف وتحليل كافة البيانات الممكن جمعها عن الفرص الاستثمارية المتاحة الإدارية والاقتصادية والتسويقية والمحاسبية والإحصائية والفنية والهندسية وغيرها، وإعدادها يكون بشكل علمي وسليم يترتب عليها توفير للموارد عند تنفيذ المشروع، حيث دراسة الجدوى إذا لم تكن كما هو مطلوب يمكن أن تكون سببا في فشل المشروع نتيجة اكتشاف صعوبات فنية أو تسويقية أو قانونية أو بيئية قد يترتب عليها خسارة للموارد المالية.

قبل القيام بدراسة الجدوى التفصيلية تأتي مرحلة تسمى الدراسة الأولية أو دراسة الفكرة وتتم من خلال دائرة الأصدقاء أو الزملاء أو حتى باللجوء إلى مستشارين أو مختصين، حيث لابد من توفر لدى المستثمر قدر من المعلومات والبدائل المراد دراستها، كما يجب أن يتوفر أيضا قدر من البيانات المراد اختبارها وإمكانية الاعتماد عليها. (د. خليل محمد خليل عطية، 2008، ص5)

إن الدراسة التي تعقب مرحلة تشخيص فكرة المشروع الهدف منها هو التأكد من عدم وجود مشاكل جوهرية تعوق تنفيذ الاقتراح الاستثماري وتشير بعض الدراسات إلى جملة من المعايير التي تستخدم في تقييم دراسات الجدوى الأولية أهمها تحليل الكلفة والعائد الاستثماري. (مصطفى يوسف كافي، 2009، ص10)

3-2- أهداف دراسة الجدوى الاقتصادية :

أن دراسات الجدوى تشمل الأبعاد القانونية ، البيئية ، التسويقية ، الفنية والهندسية، المالية ، التجارية و الاجتماعية ، حيث تكون هذه الدراسات وقفاًس وقواعد ما يحقق درجة عالية من الدقة في التقديرات والنتائج البحثية. (حمدي عبد العظيم ، 2006، ص7)

تعتبر دراسة الجدوى الاقتصادية مهمة للاستثمار فهي تعتمد على التحليلات التسويقية والفنية والمالية والتي تساعد في اتخاذ القرار لدى المستثمر، باعتبار اتخاذ القرار عملية متكاملة والتي يجب فيها أن يُؤخذ في الحسبانكل العوامل التي يمكن أن تؤثر على أداء المشروع، وبالتالي عملية حساب المخاطر

المتوقعة هي أيضا عملية دقيقة ، حيث هذه التحليلات تجنب المستثمر الأعباء المالية التي يمكن إن تنتج عن القرار الخطأ وفي وقت يصعب تعديله، كما أنها تعمل على تحقيق المكاسب المرجوة، وبالتالي هذه الدراسات تعمل على تصويب القرار والابتعاد عن عدم التأكد والقرارات العشوائية ، فهي توضح موضوعية جدوى نجاح المشروع من عدمه. (بسام حسين عطا، 2010، ص25)

إن دراسة الجدوى الاقتصادية تعمل على معرفة الطاقة الإنتاجية للمشروع والعائد المراد تحصيله وتمكنه من تجنب العناصر الحرجة التي ترتبط بالإنتاج ومستلزماته، وتبين الفترة أو الفترات الزمنية اللازمة لتحقيق الأرباح المرجوة، حيث تعتبر وسيلة لتحقيق أهداف الدراسة واختيار المشروع الأصح والأمثل بين البدائل المتاحة، حيث أسلوب دراسة الجدوى يمكن أن يتخذ شكلا رسميا وغير رسمي وفقا على نوع المشروع وحجمه. (بسام حسين عطا، 2010، ص26)

3-3-دراسة الجدوى التسويقية والقانونية :

إنعناصر البيئة السياسية تفرض قيودا على سلوك الشركات والأفراد ، ويعتبر من التصورات الخاطئة الاعتقاد بأن الحكومات وحدها هي التي تضع القواعد والقوانين ، لكن في الواقع توجد ثلاث فئات من الجهات الفاعلة تستخدم القواعد لحماية نفسها والممثلة في الحكومات والشركات والمستهلكين، حيث تضع الحكومات القوانين والمواثيق والمعايير التي تهدف إلى توفير بيئة متناغمة لمختلف الجهات الفاعلة في المجتمع، وفي المقابل تضع الشركات تشريعات لتنظيم ممارساتها التجارية بشكل يناسبها، بالإضافة إلى المستهلك الذي بدوره يتبنى دورا استباقيا في تحديد ماسبق ولاسيما عندما لا توفر له الأنظمة أو التنظيم الذاتي الحماية الكافية أو النزعة الاستهلاكية والتي تتمثل في زيادة وحماية نفوذ المستهلكين وقوتهم وحقوقهم داخل المجتمع. (بسام حسين عطا، 2010، ص26)

تعتبر دراسة الجدوى القانونية من أهم الدراسات لما لها من أهمية في دراسة المشروع من الناحية القانونية، حيث يجب أن يكون الشكل القانوني للمشروع يتلاءم مع طبيعة ومخاطر وأهداف المشروع

والظروف البيئية، وكذا لعدم الوقوع في مخالفات للقوانين الحالية والأنظمة المعمول بها .(د. خليل محمد خليل عطية، 2008، ص15)

تعتبر الدراسة التسويقية هي محاولة يتم التعرف على العوامل المؤثرة في الطلب والمصادر المختلفة والتي تتمثل في تقدير الطلب على المنتج المزعم إنتاجه في المستقبل، حيث تهدف هذه الدراسة إلى التأكد من وجود طلب كاف أو سوق للمنتج المزعم إنتاجه وذلك لتحديد الكميات التي يمكن إنتاجها، ولمعرفة ذلك يجب التعرف على مجموعة من المحددات والمتمثلة في السوق الذي سوف يباع فيه المنتج والمنافسين الموجودين في السوق ودرجة تدخل الدولة فيما يتعلق بتحديد سعر المنتج أو الخدمة، كما يجب التعرف أيضا على المستهلك لهذه المنتج ونوعه والشريحة التي ينتمي إليها وقدرته الشرائية .(د. خليل محمد خليل عطية، 2008، ص16)

تتمثل أهمية دراسة الجدوى السوقية في أنها تساعد على تقدير أو تحديد الطلب على المنتج محل الدراسة، فهي الأساس للدراسة التشغيلية للمشروع وما يرتبط بذلك من تقدير للتكاليف، فهي تساهم في رسم السياسة التسويقية والترويجية للمنتج و معرفة افضل الطرق المناسبة لوصول المنتج إلى المستهلك.(د. خليل محمد خليل عطية، 2008، ص16)

دراسة السوق وتحليل جدواها تعتبر بمثابة محور ارتكازي لتحديد الطاقة الإنتاجية للمشروع أو التوسع في مشروع قائم واختيار التقنية الملائمة لمواصفات السلعة أو السلع أو الخدمات المزعم أن ينتجها المشروع، حيث ينبغي في دراسة السوق تحديد الطريقة التي تستخدم لتقدير حجم الطلب في الفترة القادمة ومن بين هذه الطرق هو متوسط استهلاك الفرد والتنبؤ على أساس قياسي والتغيرات في حجم السكان والطلب والعرض المحلي والمنافس والأسعار المحلية والتنافسية وأنماط الاستهلاك ومستويات الدخل وعادات المستهلكين وتأثيرات نظم الاستيراد والرسوم الجمركية وغيرها.

تعتبر دراسة الطلب على منتجات المشروع من أهم عناصر الدراسة التسويقية ، وتتضمن هذه الدراسة دراسة العوامل المحددة للطلب والعرض بالنسبة للسلعة التي سينتجها المشروع والتعرف على هيكل السوق وحجمه وخصائصه مع القيام بتحليل العرض السابق والحالي من حيث مصدره مستورد أو إنتاج محلي ومدى استقرار الأسعار والسياسات التسويقية للمنافسين.

3-4-دراسة الجدوى الفنية :

الدراسة الفنية هي كل ما هو مرتبط بإنشاء المشروع وتشبيد أقسامه وتحديد احتياجاته من مستلزمات الإنتاج، وتقدير طاقته الإنتاجية اليومية أو الشهرية أو السنوية، وتقدير التكاليف الاستثمارية وتكاليف التشغيل للسنة القياسية المالية والموسمية.

دراسة الجدوى الفنية هي دراسة إمكانية تنفيذ المشروع المقترح من الناحية الهندسية والفنية والتي يمكن من خلالها الوصول إلى تقدير لإجمالي الاستثمارات وتكاليف التشغيل، حيث إن عدم الدقة فيها هو الذي يحدد نوع المشكلات التي يمكن أن يواجهها المشروع في المستقبل .(د. خليل محمد خليل عطية، 2008، ص27)، حيث تتناول الدراسة الفنية للمشروع الجوانب التالية:

✓ الدراسة الهندسية للمشروع :

تتعلق دراسات الجدوى الفنية للمشروع بكفاءة أداء عناصر الإنتاج وفق المؤشرات المعتمدة سواء ذلك بالنسبة لكل عنصر أو مجموعة العناصر، وكذا بربحية النشاطات التي تمارسها إدارة الإنتاج بوظائفها الرئيسية كافة وبوظائفها الثانوية التي تخص تنظيم الإنتاج وتطويره، من حيث النوع والكم . (مصطفى يوسف كافي، 2009، ص17)

إن تبني أفضل البرامج في إعداد التصاميم واختيار التكنولوجيا المناسبة وتشغيل الأجهزة وإدارة الصيانة وفق أكثر الأساليب واقعية تعتبر من المبادئ الأساسية لدراسات الجدوى الفنية، فهي تعمل

على توفير الوقت على المشروع الاستثماري، مما يعمل على تقليل تكاليف وحدة المنتج وتعظيم كفاءة التشغيل وتحقيق الأسبقية عند المبادرة الاستثمارية أو التحول التكنولوجي أو المنافسة في الأسواق، واعتماد صيغة تضمن تكثيف الارتباطات التكنولوجية ما بين المشروع الاستثماري وبقية الوحدات الاستثمارية والإنتاجية في المشروع، حيث ذلك بإخراج دراسات الجدوى عن أطرها التقليدية في التعامل مع المعلومات المتاحة وفي النظرة إلى المشروع. (مصطفى يوسف كافي، 2009، ص18)

ومن بين أهم المبادئ في الدراسة الهندسية تحديد دقيق لمكان المشروع ومساحته والمجال الذي سيقع ضمنه المشروع المقترح حضريا أو ريفيا، أو إن كان في حدود الموانئ أو داخل أقاليم شبه مغلقة، مع الأخذ بعين الاعتبار التغيرات التي تمر بها وسائل الإنتاج وتصاميمها وتفاعلاتها البيئية والآلات والتجهيزات وحتى السلوكيات الاجتماعية على معدلات اهتلاك المباني والآلات والتجهيزات والمواد والأثاث. (مصطفى يوسف كافي، 2009، ص19)

✓ تقدير تكاليف المشروع :

تركز الدراسة تكاليف المشروع الاستثماري على القوائم المالية التي تمكن من تقدير الاحتياجات المالية للمنشأة والمتمثلة في تقدير التكاليف الاستثمارية للمشروع وتقدير تكاليف التشغيل لسنة قياسية. (مصطفى يوسف كافي، 2009، ص20)

-خطوات الدراسة الفنية :

للدراسة الفنية خطوات وجب القيام بها وهي كالتالي:

✓ دراسة واختيار موقع المشروع:

تعتبر أول خطوة في الدراسة الفنية هي تحديد المنطقة الجغرافية التي سوف يقام عليها المشروع الاستثماري ثم التحديد الدقيق للمكان الذي سيقام عليه هذا المشروع ، حيث تختلف أهمية دراسة الموقع

من مشروع لأخر حسب طبيعة المشروع ، حيث يجب الأخذ في الحسبان أنه توجد عوامل ومحددات تؤثر على عملية اختيار الموقع لخصائص الطبيعية والفنية للموقع مثل خصائص التربة المقام عليها المشروع المقترح، حيث يجب أن تدرس خصائص التربة بشكل جيد في حالة استخدام آلات ضخمة في المشروع الاستثماري.(د. خليل محمد خليل عطية، 2008، ص39)

وبالإضافة إلى ذلك تكلفة الحصول على الأراضي سواء كانت التكلفة في صورة إيجار أو شراء، حيث أن طول فترة استمرار المشروع تلعب دورا هاما في المفاضلة بين التأجير والتملك فالمشروع المخطط له لفترة مؤقتة ربما يكون من الأنسب له التأجير بينما المشروع المخطط له بالاستمرار لوقت أطول فيحتاج للتملك.(د. خليل محمد خليل عطية، 2008، ص39)

تعتبر دراسة تأثير العوامل الاقتصادية مهمة لما لها من تأثير على المشروع الاستثماري كتوفر الوقود والمياه والقرب من مستلزمات الإنتاج والقوى العاملة والقرب من أسواق تصريف المنتجات، وبشكل عام فإن المشروع يفضل أن يقام بالقرب من المواد الخام اللازمة عندما تكون المادة الخام ثقيلة الوزن وتستخدم منها كميات كبيرة لتصنيع المنتج، أو إذا كانت مستلزمات الإنتاج سريعة التلف وتكلف كثيرا في حفظها ونقلها مثل مشروعات الألبان وتعبئة وتغليف الخضر والفاكهة، كما يفضل أن تقام هذه المشروعات بجوار المواد الخام إذا كان المنتج النهائي يعتمد على مادة خام واحدة أو عدد محدود من المواد الخام التي تمثل تكاليف نقلها نسبة عالية من تكاليف التشغيل أو التكاليف الكلية بالمقارنة بتكاليف نقل المنتج النهائي، كما يفضل أيضا قرب المشروع الاستثماري من السوق وفي هذه الحالة تقل تكلفة نقل المنتج النهائي إلى السوق.(د. خليل محمد خليل عطية، 2008، ص39)

تشمل الدراسة الفنية أيضا دراسة مدى توافر القوى العاملة بالكم والنوع المطلوبين، فتوفر عمالة غير مدربة قد يلزم صاحب المشروع ببرمجة دورات تدريبية لتكملة النقص في مهارات العمال، كما قد تتدخل الدولة بفرض حد أدنى للأجور يلزم به صاحب المشروع الاستثماري ، بالتالي زيادة في تكلفة

الإنتاج، حيث يجب الأخذ بعين الاعتبار والبحث عن المشروعات التي تمتاز بتسهيلات ضريبية ومالية وتحفيزات من طرف الدولة والتي تعتبر من العوامل الهامة في المفاضلة بين المواقع المختلفة. (د. خليل محمد خليل عطية، 2008، ص39)

✓ تخطيط العملية الإنتاجية :

يمكن التمييز بين الطاقة الإنتاجية القصوي أو التصميمية والطاقة الإنتاجية العادية، حيث تشير الأولى إلى أقصى ما يمكن إنتاجه من خلال الاستخدام الكامل للآلات في فترة زمنية معينة، و معرفة هذه الطاقة تفيد في فترات الذروة أو اشتداد الطلب على المنتج محل الدراسة حيث يمكن تحميل الآلات بأعباء ضخمة لفترة معينة، حيث لا يتم اللجوء لمثل هذا الأسلوب إلا عند الحاجة حفاظا على العمر الإنتاجي لهذه الآلات، أما الطاقة الإنتاجية العادية فهي الطاقة الإنتاجية في ظل الظروف العادية مع فترات الصيانة الدورية والراحة العادية . (د. خليل محمد خليل عطية، 2008، ص39)

✓ تحديد طريقة الإنتاج واختيار التكنولوجيا:

هناك العديد من الطرق المختلفة في الإنتاج فهناك ما تعتمد بدرجة كبيرة على العنصر البشري وتسمى طريقة إنتاج كثيف الاستخدام للعميل، كما توجد أيضا طريقة تعتمد على رأس المال وتسمى طريقة كثيف الاستخدام لرأس المال ، حيثتحدد طريقة الإنتاج في ضوء المعطيات المحلية من الموارد والإمكانات، وفي ضوء طبيعة المنتج، وباعتبار أن تقنيات الإنتاج هي وليدة البيئة الموجودة فيها فما يصلح لبيئة معينة لا يصلح بالضرورة لكل البيئات كما أن استتساخ طريقة إنتاجية معينة من بلد ما تقوم على تكنولوجيا معينة لا يمكن استخدامها في أماكن أخرى دون إجراء تغييرات وتطويرات عليها لجعلها صالحة للبيئة الجديدة الموجودة فيها. (د. خليل محمد خليل عطية، 2008، ص44)

يشير تطبيق الأساليب الحديثة في الإنتاج عددا من القضايا كمدى استيعاب العنصر البشري لهذه الأساليب ومدى احتياجه إلى تدريب لاستعمالها، وإلى أي مدى يمكن تحمل تكاليف هذه التدريبات، وبشكل عام إن درجة الكثافة السكانية ومستوى التعليم ومستوى التدريب المتخصص ونوعية المهارات الفنية المتاحة للمشروع وطريقة أداء وتنفيذ العمليات الإنتاجية تعد من المحددات الهامة عند اختيار التكنولوجيا. (د. خليل محمد خليل عطية، 2008، ص44)

✓ تخطيط احتياجات المشروع من المواد الخام والعمالة :

يحتاج المشروع الاستثماري الى نوعين من العمال عمال مؤقتين في أوقات معينة خاصة في المراحل الأولى لتأسيس وإنشاء المشروع مثل المهندسين المعماريين ومهندسي التركيب، وعمال دائمون وهم مطلوبون في المشروع الاستثماري بشكل دائم، ويختلف عدد العمال من مشروع إلى آخر حسب طبيعة المشروع وحجم المشروع والطاقة الإنتاجية له (د. خليل محمد خليل عطية، 2008، ص45)، حيث تخطيط احتياجات المشروع من المواد الخام والعمالة يستند إلى ثلاث محاور وهي :

- تحديد العناصر البشرية المطلوبة.

- تحديد احتياجات المشروع من الأثاث والمهمات الإدارية ووسائل النقل.

- إعداد التنظيم الداخلي للمشروع.

✓ تقدير التكاليف الإجمالية للمشروع :

1 تكلفة الفرصة البديلة:

هي قيمة السلع الأخرى التي بالإمكان إنتاجها بتلك الموارد المستخدمة في إنتاج السلعة التي اختار المستثمر إنتاجها، ولذلك فهي تعد التكلفة الحقيقية من وجهة نظر المجتمع أو الإقتصاد، فإعتبار إمكانية عمل أحد العاملين في مصنع السيارات أن يعمل في مصنع الثلجات فإن تكلفة

الفرصة البديلة لعمله في صناعة السيارات تتمثل بمقدار مساهمته في عمل صناعة الثلجات. (د.

خليل محمد خليل عطية، 2008، ص46)

2 -التكاليف النقدية الصريحة والضمنية:

التكاليف النقدية هي المبالغ النقدية التي ينفقها المستثمر على إنتاج كمية معينة من سلعة ما، وتوجد نوعين من النفقات نفقات صريحة ونفقات ضمنية، النفقات الصريحة هي تلك المبالغ التي يدفعها فعليا المستثمر للحصول على خدمات أدوات الإنتاج المستخدمة في العملية الإنتاجية، أما النفقات الضمنية فهي تكلفة ما يستخدمه المستثمر من أدوات إنتاج تكون ملكيته له والتي يتطلب دفعها نقديا .(د. خليل محمد خليل عطية، 2008، ص47)

3 تكاليف الإنتاج:

تنقسم تكاليف الإنتاج إلى تكاليف الإنتاج في الأجل الطويل وهي التي تسمح لمشروع ما بتغيير الكميات المستخدمة من عناصر الإنتاج الثابتة والمتغيرة، حيث يستطيع المشروع تغير حجم الطاقة الإنتاجية.(د. خليل محمد خليل عطية، 2008، ص47)

وتنقسم أيضا إلى تكاليف الإنتاج في الأجل القصير وهي التي لا تسمح للمشروع إلا بتغيير الكميات المستخدمة من عناصر الإنتاج المتغيرة دون الثابتة، فخلال هذه الفترة القصيرة يستطيع المشروع تغير الكميات المستخدمة من عناصر الإنتاج المتغيرة مثل العمل والمواد الأولية ولكنه لا يستطيع خلال هذه الفترة تغيير الكميات المستخدمة من عناصر الإنتاج الثابتة مثل المباني والآلات والتجهيزات.(د. خليل محمد خليل عطية، 2008، ص47)

3-5-دراسة الجدوى التمويلية :

بعد انتهاء مرحلة الدراسة التسويقية وتم تقدير التكلفة الاستثمارية للمشروع تأتي مرحلة البحث عن مصادر لتمويل هذا المشروع أو ما يسمى بالدراسة التمويلية، والتي هي عبارة عن تخطيط وتوجيه وتنظيم ومتابعة تأمين احتياجات المشروع من الناحية المالية مع إدارة وتوظيف وتشغيل هذه الأموال في مجالات النشاط الاقتصادي المختلفة الخاصة بهذا المشروع، حيث تعمل الدراسة التمويلية في مساعدة المستثمرين على تحديد كافة الاحتياجات المالية اللازمة لإنشاء وتشغيل المشروع كما تعمل أيضا على مساعدة المستثمر في تحديد أفضل مصادر التمويل. (د. خليل محمد خليل عطية، 2008، ص55)

✓ مصادر تمويل المشروع الإستثماري :

مصادر التمويل الاستثماري هي الوسائل التي يمكن من خلالها الحصول على الأموال اللازمة لتأسيس المشروع أو توسعته أو تشغيله، وتنقسم إلى :

1-مصادر تمويل ذاتية :

- رأس المال :

وهي المبالغ التي يضعها المستثمر خدمة المشروع الإستثماري . (د. خليل محمد خليل عطية، 2008، ص56)

- الأرباح المحتجزة :

وهي الأرباح التي تم تحقيقها خلال فترة معينة ولم يتم حسابها بعد . (د. خليل محمد خليل عطية، 2008، ص57)

- الاحتياطات :

وهي الأرباح التي تم جنيلها خلال السنوات الماضية لمواجهة الأخطار التي يمكن أن تهدد استمرار المشروع الإستثماري في المستقبل كإرتفاع التكاليف الاستثمارية. (د. خليل محمد خليل عطية،

2008، ص57)

- قروض الشركاء في شركات الأشخاص :

وهي مبالغ يتم تقديمها من طرف أصحاب المشروع وهي عبارة عن قروض للمشروع. (د. خليل محمد

خليل عطية، 2008، ص57)

2- مصادر مالية مقترضة :

- القروض طويلة الأجل :

هي قروض تزيد مدة تسديدها عن سنة وتكون واردة من البنوك وشركات التأمين. (د. خليل محمد

خليل عطية، 2008، ص57)

- القروض قصيرة الأجل :

هي قروض التي لا تزيد مدة تسديدها من سنة وغالبا ما تستخدم لتمويل رأس المال العامل اللازم

للدورة الأولى من التشغيل. (د. خليل محمد خليل عطية، 2008، ص58)

الهيكل التمويلي المناسب:

إن عدم اختيار هيكل تمويلي مناسب سيؤثر بالسلب على مستوى العائد المحقق والمخاطر التي

يمكن أن يواجهها المشروع في المستقبل، حيث يجب الأخذ بعين الإعتبار اختيار مصدر تمويلي معين

يتوقف على عديد من العوامل التي تختلف وتتفاوت من مشروع إلى آخر (د. خليل محمد خليل عطية،

2008، ص63)، ويمكن حصر هاته العوامل فيما يلي :

1 -الملائمة :

يتعين استخدام الأموال قصيرة الأجل في استخدامات قصيرة الأجل كدفع أجور العمال و شراء مواد خام، وفي المقابل تستخدم الأموال طويلة الأجل في شراء الآلات والمعدات. (د. خليل محمد خليل عطية، 2008، ص63)

2 تكلفة المصدر:

يجب اختيار أفضل مصدر تمويلي يتم تحقيق أكبر عائد منه.

المخاطر :

يجب مراعاة المخاطر التي ستواجه المشروع الإستثماري لاسيما تلك الناتجة عن الإلتزامات اتجاه

الدائنون.(د. خليل محمد خليل عطية، 2008، ص63)

4-الوقت المناسب :

يجب مراعاتها اختيار التوقيت المناسب في الحصول على المصادر التمويلية وبأقل تكلفة ممكنة.

(د. خليل محمد خليل عطية، 2008، ص63)

4-الإلتزامات التي تسمح بإحداء المنشآت الرياضية :

يتوقف إحداء منشأة رياضية على قرار من الوالي بعد رأي بالمطابقة التقنية (المرسوم التنفيذي رقم 91-416، 1991، المادة (03).)، حيث يتم تقديم ملف إنشاء المنشأة الرياضية من المعني يتضمن طلب ترخيص لإنشاء منشأة رياضية موجه إلى الوالي المختص إقليميا يحتوي على اسم المؤسس ولقبه واسم المسير ولقبه، أو اسم مدير المنشأة ولقبه عند الاقتضاء، بالإضافة إلى قائمة أعوان التأطير المعتمدين، مع ذكر اختصاص المنشأة وطاقاتها والأنشطة المقرر تنظيمها فيها، وطبيعتها وتسميتها وعنوانها (موقع المشروع - تصميماته - التقدير المالي للمشروع - الأجهزة المقررة - الأنشطة الأساسية والأنشطة الثانوية). (قرار، 1997، المادة (03).)

4-1-الإلتزامات قصد تسليم قرار الترخيص المسبق لإحداء منشأة رياضية :

يقدم صاحب المنشأة الرياضية تعهد كتابي بضمان أعمال التنشيط و التأطير من طرف أعوان مؤهلين قانونا حاصلين على شهادات معترف بها، مع احترام الضوابط فيما يتعلق بالوقاية والأمن، والخضوع إلى المراقبات الدورية للمصالح والسلطات والهيكل المذكورة في المواد (03) و(14) من المرسوم التنفيذي رقم 91 - 416 المؤرخ في 2 نوفمبر سنة 1991، والإلتزام بالشروط العامة المحددة عن طريق دفتر الأعباء. (قرار، 1997، المادة (03).)

يكون إيداع الملف من طرف المؤسس لدى مصالح مديرية الشباب والرياضة للولاية المعنية، حيث يصدر الوالي لكل مؤسس الذي استوفي الشروط المحددة في المادة (3) من دفتر الأعباء قرارا بالترخيص المسبق بعد رأي بالمطابقة التقنية.

وفي المقابل تتلزم مصالح الولاية بالسهل على احترام المؤسس لكل الأحكام المقررة في المرسوم التنفيذي رقم 91 - 416 المؤرخ في 2 نوفمبر سنة 1991 لاسيما فيما يخص التأكد من مطابقة

المنشأة المبرمجة مع الخصائص الفنية وشروط الوقاية والأمن طبقا للتنظيم الساري المفعول، حيث يتم تبليغ القرار الولائي للترخيص المسبق لإحداث المنشأة الرياضية إلى المؤسس عن طريق مديرية الشباب والرياضة في أجل أقصاه شهرين (2) ابتداء من تاريخ إيداع الملف لدى مديرية الشباب والرياضة للولاية، وبعد انقضاء هذه الأجل يعتبر الترخيص مكتسبا. (قرار، 1997، المادة (08))

يسلم وصل إيداع الملف إلى المؤسس وترسل نسخة من قرار الترخيص المسبق إلى الوزير المكلف بالرياضة، وفي حالة الرفض المحتمل للملف يتم تبليغ المؤسس وإعلامه بآجال تقديم ملف جديد وكذا كل الطعون طبقا للمادة (7) من المرسوم التنفيذي رقم 91- 416 المؤرخ في 2 نوفمبر سنة 1991. (قرار، 1997، المادة (10))

يفصح عن رأي المطابقة التقنية بعد دراسة الملف عن طريق لجنة تقنية استشارية يرأسها مدير الشباب والرياضة للولاية المعنية وتتكون كالاتي :

- رئيس مصلحة الرياضة لدى مديرية الشباب والرياضة.
- ممثل مصالح الصحة على مستوى الولاية.
- ممثل مصالح الحماية المدنية على مستوى الولاية.
- رئيس أو ممثل المندوبية التنفيذية للبلدية مقر موقع المشروع.
- رئيس أو ممثل المرصد الولائي للرياضة.
- رئيس أو ممثل الموكل قانونا من طرف الرابطة الولائية للرياضة المسيرة للاختصاص المقدم في المنشأة الرياضية المقررة.

يتم تسليم رأي المطابقة الفنية في شكل شهادة المطابقة التقنية ممضاة من طرف رئيس اللجنة التقنية الاستشارية، حيث يصدر الوالي لكل مؤسس الذي يستوفي الشروط المحدد في دفتر الأعباء قرار بالترخيص المسبق بعد رأي المطابقة التقنية. (قرار، 1997، المادة (10))

4-2-إلتزامات قصد الحصول على قرار فتح المنشأة الرياضية :

يجب على المؤسس استيفاء للإلتزامات لاسيما فيما يخص خضوع المنشأة الرياضية للمراقبات الدورية للأعوان والمصالح المذكورة في المادتين (3) و (14) من المرسوم التنفيذي رقم 91 - 416 المؤرخ في 2 نوفمبر سنة 1991، وكذا فيما يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة الرياضية من طرف مفتشي الرياضة، وبضوابط الوقاية والشروط الصحية من طرف مفتشي الصحة وبضوابط الوقاية والأمن من طرف مصالح الحماية المدنية، حيث يجب أن يقدم تعهد بإحترام كل من الضوابط فيما يخص النظافة والأمن، وكذا اكتتاب تأمين فيما يخص الأنشطة المتبعة وهذا قبل فتح المنشأة ، مع الإلتزام بالشروط العامة المقررة في دفتر الأعباء وتقديم وثيقة السجل التجاري . (قرار، 1997، المادة (03))

بالإضافة إلى تلك الشروط يجب على صاحب المنشأة الرياضية أن يكون حاملا لوثيقة السجل التجاري و أن يخضع إلزاما للقيد في السجل التجاري، لأن هذا الأخير هو الوثيقة الرسمية التي تمنحه الأهلية القانونية لممارسة النشاط التجاري (المرسوم التنفيذي 04-08 ، 2004، المادة (04))، وبحصوله على هذه الوثيقة يجب عليه إجراء الإشهارات القانونية لما نصت عليها المادة (11) من المرسوم التنفيذي 04-08 المؤرخ في 45 غشت سنة 2004 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية.

وزيادة على ذلك يخضع لإلزامية القيد في السجل التجاري وفق ما ينص عليه التشريع المعمول به مع مراعاة الموانع المنصوص عليها فيه كل من: (المرسوم التنفيذي رقم 03-453، 2003، المادة ((04)

- كل تاجر، شخصا طبيعيا كان أو معنويا.
 - كل مؤسسة تجارية يكون مقرها في الخارج وتفتح مقرها في الخارج وتفتح في الجزائر وكالة أو فرعا أو مؤسسة أجنبية أخرى.
 - كل ممثليه تجارية أجنبية تمارس نشاطا تجاريا على التراب الوطني.
 - كل مؤسسة حرفية وكل مؤدي خدمات، شخصا طبيعيا كان أو معنويا.
 - كل مستأجر مسير لمحل تجاري
- وبعد حصول المؤسس على قرار الترخيص المسبق لإنشاء منشأة رياضية والذي استوفى جميع الشروط العامة لإنشاء المنشآت الرياضية واستغلالها يستفيد من قرار فتح المنشأة الرياضية. (قرار 1997، المادة ((07)

وفي الجهة الأخرى تلزم المصالح الولائية، لاسيما تلك المنصوص عليها في المادة (03) من المرسوم التنفيذي رقم 91 - 416 المؤرخ في 2 نوفمبر سنة 1991 الذي يحدد شروط إحداء المنشآت الرياضية وإستغلاله مراقبة المنشأة الرياضية المحدثة من طرف المؤسس على أساس أحكام دفتر الأعباء هذا وذلك قبل تسليم القرار الولائي لفتح المنشأة، وتوجيه مذكرة معللة إلى المؤسس بعد ثمانية (8) أيام من المراقبة في حالة عدم تنفيذ شروط دفتر الأعباء، قصد دعوته للامتثال في أجل يحدد باتفاق مشترك لايفوق ستة (6) أشهر وإلا فإن قرار الفتح يلغي من طرف الوالي، مع إعلام

المؤسس حول حالات الطعن المقررة بالمادة(10) من المرسوم التنفيذي رقم 81 - 416 المؤرخ في 2 نوفمبر سنة 1991.(قرار، 1997، المادة (11))

حيث يتم إخضاع المنشأة في كل وقت وفي فترة الإستغلال لمراقبة وتفتيش كل من مفتشي الرياضة فيما يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة الرياضية، مفتشي الصحة فيما يتعلق بضوابط الوقاية والشروط الصحية ومصالح الحماية المدنية فيما يتعلق بضوابط الوقاية والأمن، مع السهر على تطبيق العقوبات المقررة في المادة(15) من المرسوم التنفيذي رقم 91 - 416 المؤرخ في 2 نوفمبر سنة 1991، في حالة الإخلال بأحكامه و أحكام دفتر الأعباء المتضمن الشروط العامة لإنشاء المنشآت الرياضية واستغلالها، كما تصدر التبليغات الموجهة إلى المؤسس من طرف مديرية الشباب والرياضة للولاية المعنية.(قرار، 1997، المادة (11))

4-3-العقوبات عند الإخلال بالأحكام المتعلقة بالمقاييس التقنية المتعلقة بالإستغلال بالشروط:

إن كل تقصير في تطبيق أحكام هذا المرسوم والأحكام المتعلقة بالمقاييس التقنية للإستغلال وبشروط النظافة والأمن والأخلاق الرياضية وكفاءة موظفي التأطير يمكن أن تترتب عليه العقوبات التالية والمتمثلة في إنذار كتابي يأمر باحترام المقاييس السالفة الذكر في خلال شهر واحد ابتداء من تاريخ تسجيل المخالفة، أو الإغلاق المؤقت للمنشأة مدة ستة (6) أشهر في حالة عدم احترام الإنذار، أو الإغلاق النهائي للمنشأة بعد ستة (6) أشهر من الإغلاق المؤقت في حالة عدم تنفيذ الإلتزامات التي تقع على عاتق المستغل للمنشأة، حيث ينطق بالعقوبات المنصوص عليها في هذه المادة بقرار من الوالي المختص إقليميا بناء على اقتراح من المصلحة او المصالح المذكورة في المادة (14) من المرسوم التنفيذي رقم 91-416 المؤرخ 02 نوفمبر 1991 الذي يحدد شروط إحداء المنشآت الرياضية وإستغلالها، حيث يمكن مستغل المنشأة الرياضية في حالة الغلق النهائي أن يرفع طعنا إلى

الوزير المكلف بالرياضة، الذي يبت فيه نهائيا، بعد استشارة الوالي في ظرف شهر واحد (01) ابتداء من تاريخ استلام الطعن. (المرسوم التنفيذي رقم 91-416 ، 1991 ، المادة (15))

خلاصة :

يمكن للمستثمر الخاص أن يحدث منشأة رياضية بناء على تصنيف حظيرة المنشآت الرياضية حسب المخطط التوجيهي للرياضة والتجهيزات الرياضية الكبرى والمتمثلة في أربع (4) فئات، حيث لإحداث هذه المنشآت يجب دراسة مدى صلاحية فكرة هذا المشروع ، حيث تلك الدراسة تبدأ بفكرة المشروع ثم تمر بمراحل متابعة في محاولة لاكتشاف كل مرحلة، وبناء على نتائجها في مرحلة ما يمكن الاستمرار والذهاب للمرحلة التي تليها.

يخضع إنشاء وإستغلال منشآت رياضية من طرف الخواص لإلتزامات من طرف كل من المؤسس ومن طرف الولاية قصد تسليم قرار الترخيص المسبق لإحداث المنشأة الرياضية وإلتزامات قصد الحصول على قرار فتح المنشأة الرياضية.

الفصل الثالث :

تسويق الخدمة التي تقدمها المنشأة الرياضية الخاصة

تمهيد :

تعتبر المنشآت الرياضية من بين مكونات البنية التحتية للقطاع الرياضي، حيث باعتبارها تقدم خدمات كغيرها من المنشآت فهي تحتاج إلى تسويق هذه الخدمات، مما يتطلب مقارنة خاصة ومفاهيم واستراتيجيات لتسويق المنتجات غير المادية، والتي يجب أن تأخذ بعين الاعتبار خصائص هذه الخدمة، وحتى تحافظ على بقائها وكذا لزيادة حصتها في السوق يجب تراعي مجموعة من العناصر والتي تتماشى مع حاجات ورغبات المستهلك.

1- مفهوم التسويق :

يتمثل دور التسويق في تحسين التقاء بين قدرات الشركة واحتياجات المستهلكين بما يرضي الطرفين ، لكن ولد هذا المفهوم سوء فهم لاسيما فيما يخص تحليل توقعات العملاء، حيث غالباً ما تنتهم الشركات بالتلاعب بالمستهلكين لجعلهم يريدون أشياء لا يحتاجون إليها بالفعل ، وبالتالي سيضعون أنفسهم في موقف محرج حيث ستقتل نسبة كبيرة من المنتجات الجديدة التي يتم إطلاقه (Casimir Ilunga, 2023,p09.Kasambay).

1-1 - تعريف التسويق :

يلتقي كل من المشتريين والبائعين في مكان يسمى السوق، حيث يتعاملون فيما بينهم بمجموعة من السلع والخدمات، ويمتاز هذا السوق بوجود مجموعة من الأفراد بائعين ومشتريين ولديهم الرغبة والقدرة على تبادل سلعة أو خدمة أو فكرة ما. (د.محمد الهادي عفيفي، 2009، ص19)

إن التسويق عبارة عن نشاط يهدف إلى تحقيق الإشباع للمشتري من خلال معرفة حاجاته ورغباته وتلبيةها من طرف البائع، حيث يتم إشباع حاجات ورغبات المشتريين عن طريق حصوله على السلعة أو الخدمة التي يحتاجها، وفي مقابل ذلك يتم إشباع حاجات البائع عن طريق حصوله على الأموال مقابل نقل الملكية للسلعة أو الخدمة. (د.محمد الهادي عفيفي، 2009، ص20)، حيث يرى كوتلر أن التسويق عبارة عن نشاط إنساني يهدف إلى إشباع الحاجات والرغبات الإنسانية عن طريق التبادل، ولكي يتم التبادل لابد من امتلاك كل طرف لشيء له قيمة لدى الطرف الآخر وأن كل طرف من الطرفين له القدرة على الاتصال بالآخر مع حرية كل من الطرفين في قبول أو رفض عرض الطرف الآخر. (د.محمد الهادي عفيفي، 2009، ص21)

عرفت جمعية التسويق الأمريكية على أن التسويق هو عبارة عن عملية تخطيط وتنفيذ كل ما يتعلق بالمنتجات من تسعير وترويج وتوزيع للأفكار والسلع والخدمات بهدف خلق التبادلات التي تؤدي

إلى تحقيق وإشباع حاجات الأفراد والمنظمات ، ويمكن أن يكون المنتج سلعة أو خدمة أو فكرة، حيث لابد من تحقيق أهداف المشتري المتمثلة في إرضائه وإشباع رغباته وكذا تحقيق أهداف المنظمة التي تتولى تسويق منتجاتها من ربح ونمو وبقاء.(د.محمد الهادي عفيفي،2009،ص21)

1-2-أهمية التسويق:

1-2-1 - أهمية التسويق للمنظمة:

يتوقف نجاح المنظمة على إشباع احتياجات ورغبات عملائها بكفاءة والتفوق على المنافسين، حيث يعمل التسويق بتحديد وتعريف واكتشاف هذه الحاجات وتوجيه الإنتاج بالمنظمة لتصنيع المنتجات المطلوبة في السوق مع تحديد السعر المناسب لهذه المنتجات، وكذا طرق وأماكن التوزيع المناسبة، وتعريف الجمهور المستهدف بالمنتجات ومزاياها وكيفية استخدامها، ومتابعة المشتري بعد شرائه للمنتجات للتأكد من إرضائه بمنتجات المنظمة، وينتج عن ذلك وجود عملاء راضيين عن المنظمة والمنتجات مما يزيد من المبيعات والأرباح.(د.محمد الهادي عفيفي،2009،ص21)

1-2-2-أهمية التسويق للمشتري :

يعمل التسويق على خلق المنفعة الزمنية والمكانية ومنفعة المعلومات، وذلك عن طريق قيام المسوق بتخزين السلعة لحين حاجة المستهلك إليها وما لم يتم ذلك فسوف يقوم المستهلك بنفسه بهذه المهمة، فتحقيق المنفعة المكانية والزمانية يعني نقل السلعة من مكان إنتاجها إلى مكان استهلاكها وبالتالي إعفاء المستهلك من الجهد والوقت، وعليه فإن التسويق يعمل على تنتقل ملكية السلعة من البائع إلى المشتري عن طريق البيع الشخصي وحصول المستهلك على المعلومات المتعلقة بالمنتجات المختلفة وأماكن تواجدها وأسعارها حتى يستطيع اتخاذ قرار الشراء.(د.محمد الهادي عفيفي،2009،ص22)

1-2-3- أدوات المزيج التسويقي :

المزيج التسويقي هو مجموعة من العناصر التسويقية التي تستخدمها المنظمات لتحقيق أهدافها التسويقية والتي يطلق عليها (4ps) وتتمثل في المنتج، السعر، المكان والترويج، حيث أضيف إلى تلك العناصر (4ps) ثلاث مكونات أخرى في مجال الخدمات ليصبح (7ps) وتتمثل في: (د.محمد الهادي عفيفي، 2009، ص22)

- الأفراد اللذين يقدمون الخدمة.

- العمليات المرتبطة بتقديم الخدمة.

- التجهيزات المادية اللازمة لأداء الخدمة.

وبالتالي فالتسويق هو عملية مستمرة تبدأ بدراسة رغبات وحاجات المستهلك وتستمر إلى ما بعد انتقال السلعة للمستهلك للتأكد من مدى إشباع حاجاته ورغباته بالسلع أو الخدمات المقدمة.

1-2-3-1- المنتج :

المنتج هو الشيء المراد تبادله لإشباع حاجات ورغبات الأفراد والمنظمات، حيث يمكن أن يكون فكرة أو سلعة مادية أو خدمة، وهو من أهم عناصر المزيج التسويقي لإعتباره الحلقة الأولى في التسويق، فالمستهلك يرى أنه مجموعة من المنافع التي يمكن لها إشباع حاجاته ورغباته. وهو أيضا المنتج الشيء الذي يجذب الانتباه في السوق وله خصائص وصفات ملموسة وغير ملموسة ويلبي حاجات ورغبات إنسانية مادية أو خدمية قصد إشباع حاجة من حاجاته المتعددة وتلبية متطلباتها. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، 2015، ص134)

وحسب تعريف كوتلر للمنتج على أنه " أي شيء يمكن تقديمه للسوق بغرض الاستهلاك أو الاستخدام أو الحيازة أو الإشباع لحاجة معينة أو رغبة معينة. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، 2015، ص135)

إن للمنتجات الجديدة أهمية مالية وتجارية ولها بالمقابل احتمالات الفشل في عدد المبيعات، حيث تظهر دراسة حديثة أن 95% من المنتجات الجديدة التي تطلقها شركات السلع الصناعية أو الاستهلاكية في سوق أمريكا الشمالية تفشل، إلا أن هذا يبقى نسبي ومتعلق بالميزانيات المخصصة لعمليات التطوير والتسويق للمنتجات الجديدة (Christoph hqon dqvid gottelqnd, 2005, p5)

➤ دورة حياة المنتج :

➤ مرحلة تقديم المنتج أو الخدمة:

في هذه المرحلة يكون فيها عرض المنتج أو الخدمة في السوق، حيث قرار شرائها يكون تحت تأثير مقاومة المستهلك فيما يخص مدى أن يكون المنتج أو الخدمة الجديدة بديل للمنتج أو للخدمة القديمة، وكذا مقاومة موزعي المنتج لصعوبة توزيع منتج أو خدمة جديدة وارتفاع أسعارها. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، 2015، ص132)

➤ مرحلة النمو:

خلال هذه المرحلة يتم فيها قبول المنتج أو الخدمة من طرف المستهلك مع زيادة الطلب عليه في السوق حيث قرار شرائها يكون تحت تأثير عوامل زيادة ودخول منافسين جدد مع انخفاض في الأسعار. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، 2015، ص133)

➤ مرحلة النضج:

في هذه المرحلة يكون فيها تتزايد للمبيعات مع تواجد منافسة شديدة التي بدورها تؤدي إلى انخفاض في الأسعار، حيث قرار شرائها يكون تحت تأثير بقاء المؤسسات الكبيرة التي تتصف بمزايا تنافسية حيث تعمل هذه المؤسسات على تحسين مركزها في السوق مع زيادة الحصة السوقية بما يتناسب مع طموح الإدارة التسويقية. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، 2015، ص133)

➤ مرحلة التشبع (الإشباع) :

خلال هذه المرحلة يكون فيها السوق في حالة تشبع من هذا المنتج أو الخدمة حيث يمتاز السوق بانخفاض في المبيعات والتفكير في إيجاد منتج أو خدمة جديدة، حيث قرار الشراء يكون تحت تأثير تغييرات في منافذ التوزيع مع استخدام مزيجا من الإستراتيجيات الترويجية كالمسابقات والهدايا وغيرها. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، 2015، ص133)

➤ مرحلة التدهور والانحطاط :

في هذه المرحلة تبقى المبيعات منخفضة رغم استخدام كل الإستراتيجيات الممكنة وهذا راجع لتغير حاجات ورغبات المستهلك والتي تتطلب منتج أو خدمة جديدة تتماشى معها. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، 2015، ص134)

ب- استراتيجيات التسويق خلال دورة حياة المنتج أو الخدمة :

حدد "كوتلر" عدة استراتيجيات خلال دورة حياة المنتج وفقا لمراحله التسويقية وهي كالتالي :

➤ استراتيجيات التسويق في مرحلة التقدم:

✓ إستراتيجية الاستخلاص السريع :

تتميز هذه الإستراتيجية بمنتج جديد بسعر مرتفع وبمستوى ترويجي عالي لزيادة التغلغل في السوق، و يكون فيها جزء كبير من السوق غير مدرك لهذا المنتج حيث المستهلك الذي أدركه سيسارع في اقتنائه مهما كان سعره، مع عدم احتمال تواجد منافسة. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، 2015، ص148)

✓ إستراتيجية الاستخلاص البطيء:

في هذه الإستراتيجية يكون فيها المنتج جديد بسعر مرتفع وبمستوى ترويجي عالي، حيث تكون هذه الإستراتيجية مقبولة حين إدراك جزء كبير من السوق بهذا المنتج ويرغبون في دفع السعر المرتفع له، مع احتمال تواجد منافسة. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، 2015، ص148)

✓ إستراتيجية التغلغل السريع:

تتميز هذه الإستراتيجية بمنتج بسعر منخفض وبمستوى ترويجي عالي لضمان أسرع تغلغل في السوق والحصول على أكبر حصة في السوق، حيث تكون مقبولة هذه الإستراتيجية في حالة السوق كبير الحجم واحتمال وجود منافسة قوية. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، 2015، ص149)

✓ إستراتيجية التغلغل البطيء :

في هذه الإستراتيجية يكون فيها المنتج جديد بسعر منخفض وبمستوى ترويجي منخفض، حيث السعر المنخفض يعمل على القبول السريع للمنتج، وتكون مقبولة هذه الإستراتيجية في حالة ما إذا ما كانت السوق كبيرة الحجم وعندما يتم ادراك السوق للمنتج وعندما يكون السعر يآثر على السوق، مع توقع وجود منافسة. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، 2015، ص149)

➤ استراتيجيات التسويق في مرحلة النمو :

تستخدم إدارة التسويق الاستراتيجيات التي تحافظ على النمو السريع في السوق وذلك من خلال إضافة خصائص جديدة للمنتج مع تحسينه وتطويره، وكذا إضافة نماذج جديدة له ومنتجات جانبية والعمل على الدخول في أجزاء جديدة للسوق وزيادة في قنوات التوزيع مع تخفيض الأسعار لجذب أكبر عدد من المشتريين.

➤ استراتيجيات التسويق في مرحلة النضج :

في هذه المرحلة تتخلى بعض المنظمات عن المنتجات الضعيفة وتبقي على المنتجات ذات الربح العالي، حيث الاستراتيجيات المتبعة هي:

✓ استراتيجيات تعديل السوق :

هذه الإستراتيجية تعتمد في توسيع حجمها في السوق عن طريق علامتها التجارية، فتبحث عن متعاملين لها حيث يقاس حجم المبيعات عن طريق حساب نسبة استخدام العلامة التجارية، تستطيع المنظمة أن توسع عدد مستخدمي العلامة التجارية عن طريق تحويل غير المستخدمين للمنتج إلى

مستخدمين له والدخول في أجزاء جديدة للسوق مع كسب المنافسين عن طريق جذبهم عند تقديم المنتج بطريقة جديدة. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، 2015، ص150)

✓ إستراتيجية تعديل المنتج:

في هذه الاستراتيجية تقوم المنظمة بتعديل عن طريق تحسينه نوعيته او تحسين خصائصه المنتج حتى تجذب مستهلكين جدد للمنتج والحفاظ على حجم المبيعات، حيث هذه العملية تعود بالنفع على المنظمة من خلال تحسين قدراتها في نظر المستهلكين و أيضا من خلال محاولتها لكسب زبائن مرتقبين. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، 2015، ص150)

✓ إستراتيجية تعديل مزيج التسويق :

تتميز هذه الإستراتيجية بتعديل العناصر الأخرى لمزيج التسويق كتخفيض أو زيادة السعر أو تغيير منافذ التوزيع. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، 2015، ص151)

➤ إستراتيجية التسويق في مرحلة الانحدار:

في هذه الإستراتيجية يتم فيها وقف إنتاج السلعة و تقرر المنظمة هنا ما إذا كان هذا الوقف بسرعة أو ببطء أو بالتدرج. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، 2015، ص151)

1-2-3-2-التسعير :

يعتبر التسعير أحد أهم القرارات التي تتخذها إدارة التسويق لأنه يلقي اهتماما كبيرا من مستهلكين أو منتجين أو موزعين أو موردين، حيث أن له تأثير مباشر على حجم المبيعات من خلال تأثيره على حجم الطلب في السوق، كما ينظر إلى السعر على أنه عبارة عن القيمة النقدية للسلعة ، حيث يرى المشتري السعر الثمن الذي يدفعه لسلعة أو الخدمة، ويرى البائع السعر على أنه الوسيلة الأساسية

التي يحقق من خلالها عائدا معينا كما أنه المحدد الأول للربح. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، 2015، ص169)

➤ العوامل التي تؤخذ بعين الاعتبار عند وضع الأسعار:

✓ العوامل الداخلية :

-الأهداف التسويقية:

تضع المنظمة هدف البقاء في السوق والذي يجب أن يخدم التسعير هذا الهدف، كما ينبغي أن تضع أسعار منخفضة في حالة تغير حاجات ورغبات المستهلك للمحافظة على البقاء لسنوات أخرى، أما إذا كان الهدف هو زيادة حصة السوق فيجب وضع أسعار تتماشى مع التكاليف للوصول إلى أكبر ربح على المدى الطويل، أما إذا كان الهدف زيادة في جودة المنتج فعلى المنظمة الحصول على هامش ربح يغطي الجودة العالية والتكاليف المرتفعة. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، 2015، ص172)

-إستراتيجية المزيج التسويقي وعلاقته بالتسعير:

تستخدم المنظمة السعر لتحقيق أهدافها التسويقية، حيث يعتبر أحد عناصر المزيج التسويقي وأدواته في المنظمات، ولتحقيق أهدافها تقوم المنظمة باتخاذ قرارات تتماشى مع تعميم المنتج وتوزيعه ومع قرارات الترويج الخاصة به لأجل البقاء، حيث في المقابل القرارات المتعلقة المزيج التسويقي الأخرى تؤثر على عملية التسعير، فنجد معظم الشركات تقوم بعملية التسعير في بداية التسويق ثم تليها باقي قرارات المزيج التسويقي. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، 2015، ص148)

-التكاليف والتسعير :

تعتبر التكاليف التي تنطلق منها عملية التسعير، حيث تقوم المنظمات بتسعير منتجاتها على أساس تغطية تكاليفها مع هامش ربح معقول يشمل تكاليف الإنتاج والتوزيع والبيع. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، 2015، ص148)

-تنظيم عملية التسعير أو الاعتبارات التنظيمية :

تنظيم عملية التسعير يجب أن تسند إلى مسؤول معين لأجل وضع سياسة الأسعار، حيث هذا التنظيم يختلف من منظمة إلى أخرى. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، 2015، ص148)

➤ العوامل الخارجية :

✓ طبيعة السوق وأسعار المنافسين :

أسعار المنافسين من العوامل الخارجية التي تؤثر في عملية التسعير للمنتجات، حيث أن المنظمات تقوم بتقييم منتجاتها وقيمتها مقابل الأسعار والقيم للمنتجات المماثلة الموجودة في السوق ، وبالتالي يجب على المنظمة الأخذ بعين الاعتبار طبيعة أسعار المنافسين وأثرها على أسعار منتجاتها. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، 2015، ص174)

✓ طبيعة الطلب وبعض العوامل الخارجية الأخرى :

إن طبيعة الطلب والحالة الاقتصادية العامة للبلاد وكذا معدل البطالة، والكساد، والتضخم الاقتصادي وانتشار البيع الالكتروني وغيرها من العوامل يمكن لها أن تؤثر على سعر المنتج، حيث أسعار البيع لبعض المنتجات أو الخدمات يمكن أن تتحكم فيها قواعد وقوانين حكومية. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، 2015، ص174)

1-2-3-3-التوزيع:

التوزيع هو من العناصر الأساسية للمزيج التسويقي، حيث هو عبارة عن مجموعة من الأنشطة التي تعمل على تسهيل عملية انتقال المنتجات أو الخدمات إلى مراكز الاستهلاك، فمنافذ التوزيع تعمل على ضمان استفادة المستهلك من المنتجات سواء كان ملموسة أو غير ملموسة. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، 2015، ص193)

ويعتبر التوزيع أيضا استخدام قناة يتم عبرها انتقال المنتج أو الخدمة من المنظمة إلى المستهلك النهائي، حيث بعض السلع قد تتدفق من خلال قناة توزيعية واحدة ويمكن لأخرى أن تتدفق في أكثر من قناة، وفي المقابل نجد أن هيكل التوزيع هو كافة قنوات التوزيع المتاحة لتوصيل منتجات أو خدمات معينة، وتكون عمليات التوزيع غالبا في ثلاثة مستويات أساسية وهي المنتج وتجار الجملة وتجار التجزئة. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، 2015، ص193)

ومن اجل إيصال المنتج أو الخدمة من المنظمة إلى المستهلك النهائي يجب اختيار قنوات توزيعية والتي يمكن الاعتماد عليها أثناء ممارسة النشاط التوزيعي، حيث هذه اختيار هذه القنوات يكون تحت تأثير عدة عوامل والتي تتمثل في خصائص السوق، وذلك باعتبار أن لكل سوق له خصائص تميزه عن الأسواق الأخرى، وعليه يجب على القائم بالإدارة التسويقية أن يختار القناة التي تكون مناسبة لهذا السوق، حيث حجم السوق وعدد العملاء يؤثر على نوع العملية التوزيعية، فمثلا إذا كان العملاء يتركزون في منطقة جغرافية محددة فيفضل استخدام التوزيع المباشر للمستهلك ويتم استخدام الوسيط

في حالة انتشار السوق وتناثره على مساحة واسعة مع اختلاف أنماط الشراء وعدم انتظامها لدى فئات المستهلكين، كما تؤثر أيضا إستراتيجية المزيج التسويقي على اختيار قنوات التوزيع، فاختيار إستراتيجية الانتشار والنمو في المزيج التسويقي يتطلب التزام إستراتيجية التوزيع بالبحث عن عملاء جدد يمثلون حجما اقتصاديا بالنسبة لأعمال المنظمة، كما أن الاستراتيجيات عرضة للتغيير لتتماشى مع أحوال السوق وأهداف المنظمة ورؤيتها. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، 2015، ص193)

إن طبيعة السلع والخدمات المنتجة تعمل أيضا على التأثير على اختيار قنوات التوزيع فالسلع الملموسة التي لها وزن وحجم ومدى قابليتها للتلف والكسر يؤثر ذلك على إستراتيجية التوزيع التي تطبقها المنظمات، حيث تفضيل المستهلك وسلوكه الشرائي يعمل على التأثير أيضا فبعض السلع يفضل المستهلك شراؤها من تاجر التجزئة القريب وبعضها يفضل شراؤها من سوبر ماركت (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، التسويق المعاصر، 2015، ص194)، حيث مع التطور الحاصل والتكنولوجيا أصبح التوزيع في وضعية متغيرة نتج عنها شبكات وممارسات وأساليب جديدة كظهور التوزيع الإلكتروني، التجارة الإلكترونية وتطور مراكز التسوق الكبيرة ، حيث أدى تطور العلامات التجارية إلى تغيير أسلوب عرض المنتج أو الخدمة سواء من خلال المنافسة المباشرة بسبب انخفاض الأسعار أو من خلال الطرح السريع والمتزايد لمنتجات مماثلة بمجرد أن تقدم علامة تجارية رائدة ابتكارا إلى السوق ، حيث يمكن لها أن تصل إلى نصف مبيعات السوق اعتمادا على فئة المنتج . (Christian Michon, 2010, P98)

1-2-3-4- الترويج:

الترويج هو نشاط دعائي قد يقوم به فرد أو مجموعة من الأفراد وذلك من أجل جذب ولفت الانتباه نحو سلع أو فكرة ما، ويختلف الترويج باختلاف الموضوع الذي يتم الترويج له، حيث للترويج تأثير

قوي وإيجابي على سلوكيات واتجاهات الأفراد والجماعات في المجتمع .(انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم،2015،ص25)

إن المنظمة لا تتوقف عند الإنتاج والتسعين وتوزيع المنتجات والخدمات بل تعمل على إعلام المستهلكين بالمنتجات أو الخدمات الموجودة لدى المنظمة ويكون ذلك عن طريق وجود نظام ترويجي متجانس وقائم على أسس علمية، إذ يجب توفير اتصالات المنظمة مع المستهلكين والوسطاء حيث يقوم أيضا الوسطاء بدور الاتصال بالمستهلكين، حيث يعمل الترويج بتعريف المستهلك بالمنتجات وإقناعه بها وتعريفه بأنواع السلع والخدمات التي بحوزة البائع ، وذلك بتقديم معلومات عن المنظمة وأنشطتها من خلال المنتج والعلامة التجارية والأسعار ووفرة السلعة واستخداماتها وأماكن تواجدها، حيث يهدف الترويج إلى إنجاز الأنشطة التسويقية وتسهيل إيصال السلع والخدمات إلى من يحتاجها من المستهلكين.(انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم،2015،ص225)

عرف فيليب كوتلر التسويق على أنه "الجهود التي يبذلها الأفراد والجماعات في إطار إداري واجتماعي معين للحصول على حاجاتهم ورغباتهم من خلال إيجاد وتبادل المنتجات والقيم مع الآخرين"، وبالتالي الترويج هو محاولة التأثير على المستهلك ومحاولة إقناعه بشراء المنتج مع تعريف المستهلك بالمنتج وخصائصه ووظائفه ومزاياه وكيفية استخدامه وأماكن وجوده في السوق وأسعاره.(انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم،2015،ص225)

إن نجاح استراتيجيه الترويج يتطلب ضرورة ميل الاتجاه العام للطلب إلى الارتفاع وكذا وجود تنسيق بين الترويج وعناصر المزيج التسويقي الأخرى مع وجود خطة متكاملة يتم بواسطتها وصول المنتجات إلى المستهلك الأخير، حيث يقوم بهذا الترويج جهود شخصيه تتمثل في مندوبو البيع وجهود غير شخصيه وهي التي يقوم بها الإعلان ووسائل ترويج المبيعات الأخرى. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم،2015،ص225)

يساعد الترويج الأفراد المشتريين في معرفه المنتجات الجديدة وأماكن توافرها، وعلى التمييز بين منتجات المنظمة والمنتجات المقدمة من المنافسين، كما يستخدم أيضا لتقليل تأثير تقلبات الطلب على المنتجات التي تواجه فترات يخل فيها الطلب لموسمية المنتجات في بعض فترات السنة . (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، 2015، ص225)

يعتبر الترويج أحد العناصر الهامة في إحداث التغيير في المجتمعات البشرية، حيث يعمل على تهيئة المجتمع لتقبل التغيير في مفاهيم واتجاهات الناس، ويمكن المجتمع من فهم كافة جوانب السلعة أو الفكرة أو موضوع ما مع تبني ما هو مناسب، مع التقليل من درجة مقاومة المجتمع في قبول فكرة أو موضوع التغيير ويزيد من درجة تجاوبهم معه، كما يساعد أفراد المجتمع على تبني الأفكار والتغييرات حيث يجعلهم قادرين على إقناع غيرهم. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، 2015، ص227)

للقيام بعملية الترويج يجب التخطيط له و ذلك بعد معرفة كافة المعطيات الخاصة بالترويج وذلك بتحديد الأهداف والفئة المستهدفة والموضوع الذي يتم الترويج له ، مع تحديد الإطار الزمني والموارد المطلوبة والأنشطة الترويجية المناسبة، ثم تأتي عملية تنفيذ الترويج والتي يجب توفر خطة والتي تحتوي على أنشطة ترويجية كالمقابلات الفردية والمقابلات في إطار مجموعات صغيرة والمطبوعات والملصقات وغيرها، حيث بعد عملية تنفيذ الترويج تأتي مرحلة تقييم عملية الترويج وهي معرفة مدى تحقيق النتائج المرجوة منها، وبناء على ذلك يتم تحديد مدى الحاجة إلى تنفيذ حملة أخرى أو الاكتفاء بما تحقق من نتائج. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، 2015، ص228)

تستخدم المنظمات أنشطة ترويجية مختلفة تتماشى مع عدة عوامل كطبيعة عمل المنظمة ونوع السلعة أو الخدمة التي تتعامل بها وطبيعة المستهلك ومدى توفر الوسائل المختلفة لإستخدام الأنشطة الترويجية. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، 2015، ص230)

تسعى المنظمة من خلال بذل الجهود في الترويج للوصول إلى أهداف معينة والتي تتمثل في التعريف بكل من المنظمة أو الشركة وخلق صورة وسمعة إيجابية لدى المستهلك، وكذا إقناع المستهلك بأن المنتج يلبي حاجاته ورغباته، مع إقناع المستهلك وتذكيره بتفوق المنتج على منتجات المنافسين الموجودة في السوق، حيث يحتاج المستهلك دائماً إلى تذكيره بالمنتج أو الخدمة بين فترة وأخرى. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، التسويق المعاصر، 2015، ص230)

إن اختيار المزيج الترويجي لأي نشاط في المنظمات غالباً ما يتأثر بالعديد من العوامل كالميزانية المخصصة للترويج، فالمبلغ المخصص للترويج هو الذي سيتحكم في الاعتماد على البيع الشخصي وتنشيط المبيعات أو استخدام الإعلان، حيث كلما زاد حجم الأسواق التي تتعامل معها المنظمة كلما زاد الاعتماد على الإعلان وكلما كانت الأسواق محدودة زاد الاعتماد على البيع الشخصي في الترويج، وتعمل أيضاً المنافسة على تحديد نوع الأدوات المستخدمة في الترويج ففي حالة المنافسة الاحتكارية يتم استخدام الإعلان بسبب اختلاف منتجات المنظمة عن منتجات المنافسين وفي حالة المنافسة الكاملة يتم التركيز على البيع الشخصي. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، التسويق المعاصر، 2015، ص234)

من أجل وصول المنظمة إلى أهدافها والتي لا بد من اختيار طرق وأساليب ترويجية تتماشى مع مراحل دورة الحياة المنتج في مرحلة التقديم يتم استخدام الإعلان والنشر لترويج المبيعات وخاصة السلع الاستهلاكية، يتبعهما البيع الشخصي وتنشيط المبيعات وذلك بهدف إقناع المستهلك بتجربة المنتج، وفي مرحلة النمو تنخفض الأهمية الترويجية لكل أدوات الترويج بسبب نمو الطلب، أما في مرحلة النضج تشتد المنافسة ولذلك تزيد أهمية تنشيط المبيعات بالمقارنة بالإعلان الذي يستخدم لتذكير العملاء بالمنتج، يلي ذلك البيع الشخصي في الأهمية النسبية، وفي الأخير مرحلة التدهور والذي يستمر فيها تنشيط المبيعات بهدف الوصول إلى المجموعات الباقية داخل السوق والتي لم يسبق

لها استخدام المنتج، بينما تقل أهمية كل من الإعلان والبيع الشخصي. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، التسويق المعاصر، 2015، ص232)

1-3- سلوك المستهلك اتجاه الخدمة التي تقدمها المنشأة الرياضية الخاصة:

إن تحديد الاتجاهات الاجتماعية والثقافية وتأثيرها على الاستهلاك تسمح للقائم على التسويق بتحديد هدفه بشكل أفضل وتوجيه عروضه بشكل أفضل. (Christian Michon, 2010, P98)

1-3-1- العوامل المؤثر على سلوك المستهلك :

➤ عوامل شخصية:

إن الخصائص الفردية للمستهلك يمكن أن تؤثر على عادات وسلوكياته لاسيما الدخل والعمر والشخصية، كما أن لمنط وأسلوب حياة المستهلك يؤثر بشكل كبير على المنتجات والخدمات التي يشتريها ، حيث تجده يكتسب من خلالها مواقف اتجاه هذه المنتجات والخدمات. (Roy Priyabrata And Dhananjay Datta, 2022, P212)

➤ عوامل اجتماعية :

باعتبار المستهلك اجتماعي بطبعه فهو يتأثر بما حوله من أشخاص بما فيهم عائلة والنادي المنخرط فيهم وغيرها، حيث هذه الأخيرة يمكن لها أن تؤثر على قراراته كمستهلك اتجاه منتج أو خدمة ما . (Roy Priyabrata And Dhananjay Datta, 2022, P212)

➤ عوامل ثقافية :

إن الاعتبارات الثقافية المتكونة لدى المستهلك لها تأثير كبير على كيفية تفسيره للمنتجات والخدمات، فالقيم والمعتقدات والعادات والتقليد وأنماط السلوك التي يكتسبها المستهلك في المجموعة التي ينتمي إليها تولد له مواقف اتجاه هذه المنتجات والخدمات. (Roy Priyabrata And Dhananjoy Datta,2022,P212)

➤ المكونات العاطفية :

إن عملية إدراك المستهلك لهذه المنتجات أو الخدمات تؤثر على قرار شرائه، فمدى إدراك المستهلك لهذه المنتجات والخدمات تكون لديه رغبة قوية على الشراء . (Roy Priyabrata And Dhananjoy Datta,2022,p213)

نقل المكونات العاطفية في العناصر التي تشكل الاستجابة أو التجربة العاطفية لدى المستهلك اتجاه المنتج أو الخدمة المعروضة عليه، والمتمثلة في المشاعر والانفعالات والتغيرات الجسدية وغيرها.

1-3-2- مراحل اتخاذ قرار شراء الخدمة التي تقدمها المنشأة الرياضية :

➤ وجود حاجة :

إن الحاجة هي ذلك الشعور بالنقص أو الحرمان الجسدي أو النفسي الذي تولد لدى المستهلك والذي تدفعه إلى القيام بسلوك الشراء لإشباع هذا النقص والحرمان، فالتعرف على حاجة المستهلك ضروري لكي تستطيع المؤسسة بوضع خطط واستراتيجيات ترويجية تظهر للمستهلك بإمكانية منتجاتها على إشباع حاجاته. (والي عمار، 2011-2012، ص10)

➤ البحث عن المعلومات :

بعد إدراك المستهلك لحاجاته سيقوم بعملية بحث وجمع معلومات عن طبيعة الخدمات التي يمكن لها أن تلبي حاجاته، ويمكن أن تكون عن طريق الأسرة أو الإعلان أو وسائل الإعلام أو عن طريق تجربة سابقة لهذه الخدمات. (والي عمار، 2011-2012، ص11)

➤ تقييم البدائل :

بعد أن ينتهي المستهلك من جمع معلومات حول الخدمة التي يبحث عنها يقوم بتقييم ومقارنة البدائل باستخدام مجموعة من المعايير (معايير فنية، معايير اقتصادية، معايير اجتماعية، معايير شخصية). (والي عمار، 2011-2012، ص12)

➤ قرار الشراء :

بعد تقييم البدائل واختيار الخدمة التي اقتنع بأنها تستطيع أن يحقق له الإشباع، تأتي مرحلة الشراء الفعلي حيث المستهلك بمجرد انه اختار الخدمة من بين البدائل قد وصل لقرار الشراء، حيث يجب على المؤسسة صاحبة الخدمة أن تقوم بتدعيم المستهلك بالمعلومات الكافية (وسائل ترويجية) حتى تجعله لا يتراجع عن قرار الشراء. (والي عمار، 2011-2012، ص13)

➤ سلوك ما بعد الشراء :

الرضا أو عدم الرضا هو السلوك المتوقع من طرف المستهلك اتجاه الخدمة التي قدمتها له المؤسسة، فإذا شعر المستهلك بالرضا اتجاه هذه الخدمة فيكون له صورة ايجابية عنه وبالتالي إعادة الشراء مرة أخرى مرات عديدة، وإذا شعر بعدم الرضا يكون له ردة فعل معاكسة لذلك. (والي عمار، 2011-2012، ص13)

1-3-3- نماذج سلوك الشراء الاستهلاكي :

➤ نماذج تقليدية :

✓ النموذج الاقتصادي :

هذا النموذج يتمحور على أن سلوك المستهلك يكون مبني على العقلانية وتحقيق أقصى منفعة من دخله المحدود في ظل أسعار السوق. (زياني نجية، 2022-2023، ص88)

✓ نموذج بافلوف (pavlove) :

نموذج بافلوف يفسر سلوك المستهلك على أنه استجابة مكتسبة نتيجة محفز معين ويقوم على مفاهيم المتمثلة في الدافع والمزاج والتجاوب وتقوية المؤثر. (زياني نجية، 2022-2023، ص89)

✓ نموذج فرويد (freud) :

يتمثل نموذج فرويد في العوامل النفسية اللاواعية التي تؤثر على سلوك المستهلك، فحاجاته يتم تخزينها في اللاشعور فدراسة الدوافع ينتج عنها بعض المفاهيم الجديدة عما يكمن في ذهن المستهلك عن الشراء. (زياني نجية، 2022-2023، ص89)

➤ نماذج حديثة:

✓ نموذج نكوزيا (nicosia) :

يقوم نموذج نكوزيا على الاتصال بين المؤسسة والمستهلك وذلك من خلال الرسائل التسويقية التي تصل إلى المستهلك واستجابتهم بالشراء. (زياني نجية، 2022-2023، ص92)

✓ نموذج Engel, Kollat et Blakwell :

هذا النموذج يتمحور على أن عملية اتخاذ قرار الشراء تكون وفق مراحل (التعرف على الحاجة، البحث على الحاجة، البحث عن المعلومات، تقييم البدائل، قرار الشراء، السلوك بعد الشراء). (زياني نجية، 2022-2023، ص93)

✓ نموذج Howard and Sheth :

يهتم هذا النموذج بالسلوك الداخلي للمستهلك الذي لا يمكن ملاحظته، حيث هذا النموذج يقوم على تفسير رد فعل المستهلك اتجاه الخدمة عند رؤيته، حيث يتلخص هذا النموذج في شكل مخ طط يتكون من مدخلات ثم وإدراك وينتهي بمخرجات. (زياني نجية، 2022-2023، ص94)

1-4- تقسيم السوق :

1-4-1 مفهوم تقسيم السوق :

تقسيم السوق هو تقسيم المستهلكين إلى مجموعات متجانسة تستطيع من خلاله المن ظمة أن تضع سياستها التسويقية لتتناسب مع احتياجات كل قسم تسويقي محدد وذلك بهدف تحقيق الحصول على اكبر قدر من الربح، وذلك عن طريق إتباع إستراتيجية موحدة. (زياني نجية، 2022-2023، ص35)

يعد السوق هو ذلك المكان الذي تلتقي فيه قوى العرض والطلب ليحقق كلا منهما اشباعاته الممكنة، ويعتبر عنصرا أساسيا في العملية التسويقية سواء كان ذلك على المستوى الفردي الشخصي أو المنظمات أو الاقتصادي بشكل عام، حيث تم تعريف السوق من طرف الاقتصاديون التقليديون الجدد على أنه "العلاقة بين العرض والطلب لسلعة ما وفي مكان ما، أما برايد وفريل فقد عرفا السوق على انه مجموعة من الشركات أو الأشخاص الذين لهم حاجة لسلعة معينة ولديهم المقدرة والرغبة والسلطة لشراء تلك السلعة، وحسب نظر ستانتون بأنه "المكان الذي يلتقي به الأشخاص الذين لهم حاجات ورغبات غير مشبعة ولديهم النقود والرغبة للإنفاق مع آخرين يمتلكون تلك الحاجات ولديهم الاستعداد لتقديمها لمن يقدم المقابل المناسب لها. (زياني نجية، 2022-2023، ص59)

1-4-2- أسس تقسيم السوق :

يعتبر تقسيم السوق أسلوب إداري شائع، حيث يتم تقسيم السوق إلى أقسام أو قطاعات يكون لكل قسم حاجاته ورغباته المختلفة عن الأقسام والقطاعات الأخرى، ويتم التعامل مع الأسواق بأساليب متعددة منها أسلوب الأسواق الكلية (الأسواق الموحدة) في هذا الأسلوب تنتظر المؤسسة إلى السوق على أنه يتكون من أفراد لهم رغبات وحاجات متشابهة أو متجانسة وتستخدم لهم مزيجا تسويقيا واحدا أي سلعة واحدة وسعر واحد، ولنجاح هذا الأسلوب يستلزم وجود نسبة كبيرة من الزبائن ذوي حاجات ورغبات متشابهة ومقدرة الشركة على تطوير ومتابعة برنامج تسويقي واحد يهدف إلى إشباع حاجات ورغبات هؤلاء الزبائن.(زياني نجية،2022-2023،ص60)

ويتم التعامل مع الأسواق أيضا بأسلوب تجزئة الأسواق إلى قطاعات بإعتبار أن المستهلكين لهم رغبات وحاجات غير متشابهة، وبالتالي افتراض وجود أسواق مختلفة وكل سوق يحتوي مستهلكين بحاجات ورغبات متشابهة، حيث هذا الأسلوب يتميز بارتفاع تكلفة التسويق، إلا أنه في المقابل يتم تحديد حاجات ورغبات كل قطاع على حدى وبدقة.

يتم تقسيم السوق إلى أقسام أو قطاعات وفقا لتقسيمات جغرافية كمناطق ريفية و مناطق حضرية أو مناطق حارة ومناطق باردة أو مدن ساحلية ومدن غير ساحلية وغيرها، ويتم تقسيم السوق أيضا وفقا لتقسيمات ديمغرافية (إحصائيات السكان) ذكور وإناث أطفال وشباب وكبار عائلات صغيرة وعائلات كبيرة، تقسيم حسب مستوى الدخل، تقسيم حسب المهنة (مهندسين ومحاسبين وصيادلة ومديرين)، وتقسيم حسب مستوى التعليم (تعليم متوسط وتعليم جامعي وتعليم فوق الجامعي)، ويمكن أن يستند التقسيم إلى تقسيمات سلوكية (سلوك المستهلك تجاه المنتج، مستهلك سابق مستهلك محتمل مستهلك دائم) وحسب استخدام المنتج (استخدام خفيف وشديد و متوسط) وحسب توقيت الشراء (مستهلك يقوم

بالشراء عادة صباحا أو مساءً) ، وحسب الفائدة المطلوبة من المنتج (الجودة والراحة والسرعة والسعر). (زياني نجية، 2022-2023، ص61)

وبالإضافة إلى التقسيمات التي تم ذكرها سابقا قد تستخدم تقسيمات أخرى حسب طبيعة المنتج والمستهلكين، وعليه فعملية تقسيم السوق ليس لها قواعد ثابتة وتستند إلى الأهداف المراد الوصول إليها، لاسيما الوصول إلى مجموعات متجانسة فيما بينها في الاحتياجات ومختلفة عن المجموعات الأخرى بحيث يكون حجم المجموعة كبيرا بالقدر الذي يسمح بإنتاج منتجات تناسب احتياجاتهم بشكل مريح، وبالتالي لا بد أن نكون قادرين على تقدير حجم كل شريحة وعلى إيصال منجاتنا إليهم. (زياني نجية، 2022-2023، ص61)

1-4-3- استراتيجيات اختيار السوق المستهدفة :

يعتمد اختيار السوق المستهدفة على طبيعة المنتج أو الخدمة والاستراتيجية المعتمدة من طرف المنظمة ، حيث هناك ثلاث استراتيجيات وهي كالتالي :

➤ اختيار السوق :

✓ التسويق الموحد أو غير المتنوع :

يكون التسويق بهذه الإستراتيجية عن طريق إشباع ما هو شائع من احتياجات ورغبات المستهلكين الموجودين في السوق وليس على ما هو مختلف بينهم، حيث تقدم السلعة بأشكالها المختلفة مع مزيج تسويقي واحد لجميع مفردات السوق. (زياني نجية، 2022-2023، ص36)

➤ التسويق المتباين أو المتنوع:

يكون في هذه الإستراتيجية تسويق لمنتجات أو خدمات مختلفة بإتباع برامج تسويقية مختلفة تتلاءم كل منها مع احتياجات ورغبات كل قطاع، وذلك بعد تقسيم السوق إلى قطاعات متباينة من المستهلكين المرتقبين. (زياني نجية، 2022-2023، ص37)

➤ التركيز على مجموعة معينة من المشترين:

في هذه الإستراتيجية تقوم المنظمة بالتركيز في نشاطها على قطاع تسويقي واحد أو على قطاعات قليلة مربحة من السوق فقط. (زياني نجية، 2022-2023، ص37)

1-4-4- الإستراتيجيات المستخدمة في تجزئة السوق:

✓ إستراتيجية التركيز :

وهي اختيار قطاع معين من السوق المستهدف وتوجيه الجهود والنشاطات التسويقية لهذا القطاع بسعر يناسب المشترين وتطوير وسائل تشجيعية وترويجية ونظم توزيعية مناسبة، حيث من مزايا هذه الإستراتيجية يمكن الاستفادة من هذا التخصص، ويمكن تحقيق مركز قوي في السوق ووفرة اقتصادية في مجالات الإنتاج والتوزيع والترويج، وبالمقابل إن الاعتماد الكامل على سلعة واحدة وعلى مجموعة واحدة من المستهلكين يمكن أن يشكل خطورة هبوط الطلب على هذا المنتج. (زياني نجية، 2022-2023، ص78)

✓ إستراتيجية قطاعات السوق المتعددة :

هي تقسيم السوق إلى قطاعات مختلفة حسب الرغبات والحاجات، ثم اختيار قطاعات معينة ومعاملة كل قطاع على انه سوق وكل سوق وبرامجه التسويقية، حيث من مزايا هذه الإستراتيجية زيادة المبيعات، وفي مقابل هذا يكون ارتفاع التكلفة التسويقية الناتجة عن تنوع البرامج التسويقية.

1-4-5- قوى بورتر الخمسة :

➤ قوة المنافسون في السوق (المنافسة داخل القطاع) :

يجب معرفة ما شدة هي وحجم المنافسة ومن هم المنافسون في كل قطاع ، وما هي شدة هي وحجم المنافسة التي هي موجودة في السوق.(زياني نجية،2022-2023،ص76)

➤ قوة المنافسون المتوقع دخولهم :

يجب معرفة من هم المنافسين المتوقع دخولهم إلى كل قطاع في المستقبل القريب وما هو أكثر القطاعات الذي يحوز على اهتمام المنافسين، وما هي نوع خدمات المنافسة المتوقع دخولها في العام القادم وفي الأعوام الخمسة القادمة.(زياني نجية،2022-2023،ص76)

➤ قوة المنتجات أو الخدمات البديلة:

يجب معرفة ما هي المنتجات التي يمكن استبدالها بسهولة والتفكير في وسائل الاتصال الأخرى التي يمكن للشخص استخدامها في كل قطاع، وتحديد لكل قطاع واحدة من الوسائل التي تستخدم بكثرة.

(زياني نجية،2022-2023،ص76)

➤ قوة المشترين :

يجب معرفة ماهو مستوى قوة التفاوض التي يمكن أن تكون في كل قطاع في السوق ، وهل يتوفر لدى بعض القطاعات قوة أكثر من غيرها ، في حين تعدد الخيارات أمام المستهلكين يؤدي إلى توفر قوة التفاوض وتزداد لديهم للحصول على أجود وأفضل منتجات وخدمات وبأفضل سعر . (زياني

نجية، 2022-2023، ص76)

➤ قوة المزودين:

إن تواجد مزودين وحيدين يزيد من قوة التفاوض لديهم. (زياني نجية، 2022-2023، ص76)

1-4-6- عوامل إختيار السوق المستهدفة:

➤ الموارد المتاحة للمنشأة :

عندما تكون الموارد محددة يتم اختبار استراتيجية التركيز أو العكس. (زياني نجية، 2022-

2023، ص37)

➤ طبيعة السلعة :

فالتسويق الموحد يكون ملائماً للسلع المتجانسة مثل ملح الطعام ومنتجات الصلب أما المنتجات الأخرى التي تتميز بالتنوع فانه يفضل استخدام التسويق المتباين أو التسويق المركز. (زياني

نجية، 2022-2023، ص37)

➤ استراتيجيات المنافسين :

تتأثر المؤسسة عند اختيار استراتيجية إختيار السوق من الاستراتيجية التي يستخدمها المنافس فإذا

كان المنافس يستخدم سياسة التسويق المتباين فإن المنشأة لا يجب أن تستخدم التسويق

الموحد. (زياني نجية، 2022-2023، ص37)

➤ مدى تنوع أو تشابه احتياجات المشتري :

إذا كانت احتياجات المشترين متنوعة ينبغي استخدام سياسة التسويق المتباين أما إذا كانت هذه الاحتياجات متشابهة فإنه يمكن استخدام سياسة التسويق الموحد. (زياني نجية، 2022-2023، ص37)

1-5- طرق التنبؤ بالمبيعات :

1-5-1- طريقة آراء رجال الإدارة :

بناءا على خبرات رجال الإدارة العليا للمشروع الشخصية وتفسيراتهم للمؤشرات الاقتصادية السائدة والمتوقعة يتم عقد اجتماع مشترك بينهم قصد طرح ومناقشة وتجميع آرائهم حول المبيعات ثم يتم التوفيق بين هذه الآراء للوصول إلى رقم متفق عليه من طرفهم لحجم المبيعات التقديرية للمشروع من سلعة معينة خلال فترة أو فترات التنبؤ دون إتباع أي أساس علمي في ذلك، مع صعوبة تحديد المسؤول عن هذه التقديرات إذا ما حدثت أخطاء بعد ذلك، حيث تتميز هذه الطريقة بسهولة وسرعة انجازها ولكن يؤخذ عليها الاعتماد على الحكم أو التقدير الشخصي للمدير مع إشراك بعض المديرين الذين لا الذين ليس لهم خبرة بالتنبؤ ولا يهتمون بهذا المجال. (زياني نجية، 2022-2023، ص39)

1-5-2- آراء رجال البيع:

باعتبار رجال البيع هم أكثر الأطراف اتصالا بالسوق ومعرفة ظروفه وهم أقدر على التنبؤ بالمبيعات من غيرهم، يتم استخدامهم لتحديد حجم المبيعات المتوقعة لكل منتج على حدى بكل منطقة بيعية على حده وبكل قطاع من العملاء على حدى، حيث تؤدي هذه الطريقة إلى سهولة عملية الرقابة على المبيعات ولكن لهذه الطريقة سلبيات تتمثل في نقص خبرة رجال البيع فيم يخص عمليات التنبؤ وعدم استقرار الظروف المحيطة والمستقبلية هذا إلى جانب، ومن جانب آخر ميل رجال البيع إلى وضع تقديرات منخفضة للمبيعات خاصة إذا كان تقييم أداء رجال البيع سوف يكون على أساس هذه التعديلات. (زياني نجية، 2022-2023، ص39)

1-5-3- طريقة آراء الخبراء والمتخصصين :

يتم في هذه الطريقة بجمع تقديرات مجموعة من الأشخاص سواء تربطهم علاقة بالمشروع أو من خارج المشروع ذوي الخبرة والمتخصصين والذين لهم دراية بتسويق المنتجات والخدمات وتحليلها والوصول إلى رقم تقديري للمبيعات، حيث تتميز هذه الطريقة بأن الأشخاص الذين قاموا بهذه التقديرات متخصصون ومحايدين.

2 تسويق الخدمة الرياضية في المنشأة الرياضية :

بعدما كانت حاجات ورغبات المستهلك كلها منصبة على السلع المادية فقط ظهرت حاجات ورغبات أخرى له والمتمثلة في السلع غير المادية ،حيث أصبحت تحتل هذه السلع أهمية متزايدة في حياته، حيث بدأ مفهوم جديد في التسويق ألا وهو تسويق الخدمات، حيث يحتاج إلى مجهودات تسويقية متكاملة تركز على متطلبات ورغبات المستهلك في الأسواق المختلفة، حيث تزايد الطلب على هذه الخدمات نتيجة مجموعة من العوامل لاسيما فيما يخص ارتفاع الدخل الفردي للكثير من أفراد المجتمع وما ترتب عليه من تزايد درجات الرفاهية لهذه الفئات، مع تزايد التعقيد والتنوع في قطاع الخدمات المقدمة دفع الكثير من المنظمات إلى البحث عن شركات متخصصة أو توظيف أخصائيين لتسويق هذه الخدمات. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم،ص105)

2-1- مفهوم الخدمات :

2-1-1- تعريف الخدمة :

الخدمة هي نشاط غير ملموس يهدف أساسا إلى إشباع رغبات وحاجات المستهلك، حيث هناك بعض الأسس التي يستند إليها عند تصنيف الخدمات ، حيث يمكن تقسيم الخدمات طبقا لنوع السوق أو المستهلك أو المؤسسات التي تقدم لها هذه الخدمات، مما يؤدي هذا الاختلاف إلى تنوع في المزيج التسويقي طبقا لهذا النوع من التقسيم للخدمة، حيث هناك العديد من الخدمات التي تحتاج في تقديمها إلى توفر المهارات والخبرات لمقدمي هذه الخدمات مثل خدمات التعليم والبنوك وشركات الطيران ، وهناك أيضا بعض الخدمات تخضع لتقييم العميل لجودة هذه الخدمات بناء على التسهيلات المرتبطة بالخدمة مثل النظافة والمباني. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، ص106)

إن بعض الخدمات تمتاز بنوع من التعقيد كالخدمات الحرفية والمهنية والتي تحتاج مهارة معينة لتقديم لهذه الخدمة، حيث تسويق هذه الخدمات تختلف حسب هدف مقدم الخدمة ، فالخدمات الربحية تختلف في تسويقها عن الخدمات التي لا تهدف إلى الربح، حيث هناك عامل مهم والمتمثل بالتشريعات والقوانين الحكومية والتي يمكن لها التأثير على الخدمات المقدمة.

2-1-2- خصائص الخدمة :

- عدم إمكانية لمس الخدمة من طرف المستهلك مما يصعب عليه التعرف وتقييم جودة هذه الخدمة باستخدام حواسه المختلفة. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، ص107)
- اختلاف أداء مقدم الخدمة من فرد إلى آخر ومن وقت لآخر وبالتالي عدم إمكانية تقديم نفس خدمات بنفس النمط والجودة.
- عدم إمكانية تخزين الخدمة للاستفادة من نتائجها مرة أخرى.
- استخدام الاتصال المباشر بين شركات الخدمات وعملائها نظرا لعدم احتياج الخدمة إلى الاستخدام الكثيف لقنوات التوزيع المادية.

2-1-3- الأبعاد الأساسية لجودة تسويق الخدمات :

إن جودة تسويق الخدمات تتحكم فيها ثلاثة أبعاد والمتمثلة في سمعة مقدم الخدمة والتي تعتبر إحدى المؤشرات الهامة في تسويق هذه الخدمة خاصة في حالة تسويق الخدمات المهنية كالخدمات الطبية والقانونية والمحاسبية، حيث مهارة مقدمي الخدمات تتحكم أيضا في جودة تسويق الخدمات فهي إحدى المؤشرات الهامة التي بواسطتها يمكن الحكم على مدى جودة هذه الخدمات، فجودة تقديم الخدمة قد تختلف من فرد لآخر ومن وقت لآخر (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، ص108)، وتلعب أيضا القيمة المضافة للخدمات المساعدة في الحكم على مدى جودة الخدمة المقدمة، حيث تعد هذه الخدمات المساعدة أحد الطرق التنافسية التي يمكن أن تميز المنظمة عن غيرها. (انس عبد الباسط عباس وجمال ناصر الكميم، ص109)

2-2- عناصر المزيج التسويقي في لتسويق الخدمة التي تقدمها المنشأة الرياضية الخاصة :

المزيج التسويقي بقطاع الخدمات يختلف عن المزيج التسويقي للمنتج ويتمثل فيما يلي :

2-2-1- المنتج :

المنتج هو الشيء الذي تقدمه المؤسسة إلى المستهلك لإرضاء حاجاته، فهو نشاط يقدم من طرف إلى طرف آخر، وغالبا ما يكون غير مادي وغير ملموس ويستهلك في نفس وقت تقديمها. (ساسي حسيبة، 2020-2021، ص31)

2-2-2- السعر :

القيمة التي يدفعها المستهلك مقابل الخدمة التي حصل عليها، حيث يعتبر السعر من بين أهم عناصر المزيج التسويقي لما له من تأثير على قرار الشراء، وتسعير الخدمات يتم بطرق التسعير حسب التكلفة أو السعر حسب السوق. (ساسي حسيبة، 2020-2021، ص43)

2-2-3- التوزيع :

إن التوزيع هو تلك العملية التي بواسطتها يتم انتقال الخدمة من مكان إنتاجها إلى مكان استهلاكها، حيث يأخذ التوزيع نوعين إما أن يكون توزيعا مباشرا ، أو غير مباشر أي يوجد بين المؤسسة ووسطاء وقنوات لتوصيل هذا المنتج إلى المستهلك. (ساسي حسيبة، 2020-2021، ص31)

2-2-4- الترويج:

يعتبر الترويج هو كل الأنشطة التي تقوم بها المؤسسة من اجل إعلام المستهلك الحالي أو المحتمل بالخدمة التي تقدمها، بهدف إيصال المنافع التي تميز الخدمة إلى المستهلك، وكذا زيادة الوعي بخدمة جديدة أو موجودة مع دفع وتشجيع العملاء الحاليين على مواصلة الشراء وزيادة معدلات شرائهم وتشجيع غير المستخدمين للقيام بتجربة الشراء وذلك عن طريق أدوات كالبيع الشخصي وتنشيط المبيعات والعلاقات العامة والإعلان وغيرها. (ساسي حسيبة، 2020-2021، ص54)

2-2-5- عناصر المزيج التسويقي الخدمي الإضافي :

إضافة للعناصر المذكورة سابقا ونظرا للخاصية التي تمتاز بها الخدمة غير الملموسة، استوجب على المسوقين إيجاد عناصر إضافية تساعد على سير العملية التسويقية بطريقة صحيحة ومجدية وتتمثل فيمايلي :

✓ الأشخاص :

وهم الموظفون القائمون على تقديم الخدمة، حيث يمكن لهم التأثير بشكل مباشر على المستهلك وقرار شراءه.(ساسي حسيبة، 2020-2021، ص63)

✓ العمليات :

وهي تلك الإجراءات والأنظمة التي تستخدم في تقديم الخدمة للمستهلك بشكل منظم وفعال، وتهدف إلى تقليل الإجراءات الروتينية التي تدخل في تحقيق جودة الخدمة وتقليل وقت الانتظار. (ساسي حسيبة، 2020-2021، ص64)

✓ الدلائل المادية :

وهي مختلف العناصر الملموسة التي تساعد المستهلك في تقييم جودة الخدمة المقدمة له من طرف المؤسسة والتي ترتبط بزيادة الرضا لديه كالمظهر الداخلي والخارجي للمؤسسة . (ساسي حسيبة، 2020-2021، ص61)

2-3- إستراتيجيات لتسويق الخدمة التي تقدمها المنشأة الرياضية الخاصة :

2-3-1- مفهوم إستراتيجية التسويق :

إستراتيجية التسويق هي الخطة التي بواسطتها يمكن الدخول إلى السوق الجديد وجذب عملاء جدد، وهي أيضا هي عملية إيجاد فرص لزيادة المبيعات والوصول إلى ميزات تنافسية، بالإضافة إلى أنها البرنامج المتبنى من طرف المنظمة الموجهة بالسوق. (فاطمة حسين عواد ،2011،ص44)

2-3-2- أهمية استراتيجيات التسويق : (فاطمة حسين عواد ،2011،ص45)

- معرفة الفرص البديلة المتاحة والتهديدات التي تؤثر على المنظمة.

- القدرة على تحديد وتحليل خصائص السوق الذي تعمل فيه المنظمة.

- التعرف على الآثار المستقبلية للقرارات.

- تحديد وتحليل مواطن القوة والضعف.

- القدرة على قياس وتحليل وتقييم الفرص التسويقية.

-تسهيل مهمة الرقابة على أنشطة التسويق .

2-3-3-أنواع استراتيجيات تسويق الخدمة التي تقدمها المنشأة الرياضية الخاصة :

➤ الإستراتيجيات الموسمية :

إن القرارات الإستراتيجية التي يجب التفكير فيها هي التي تقوم بالإعلان عن المنتج أو الترويج له أو تخزينه، ولنموذج لذلك نجد نموذج بورتر (PORTIER) للإستراتيجيات العامة والذي يفترض وجود ثلاث إستراتيجيات يمكن أن تحقق من خلالها المنظمة ميزة تنافسية مستدامة في السوق والتي تستعمل المناسبات والفترات الزمنية الخاصة. (فاطمة حسين عواد،2011،ص54)

➤ التكتيكات التنافسية :

التكتيكات التنافسية هي تلك الخطة التنفيذية والتي ، يمكن النظر إليها كحلقة وصل بين صياغة وتنفيذ الإستراتيجية، وهي مواجهة المنافسين في السوق من خلال خطوات عملية قصيرة او متوسطة المدى للحفاظ على حصتها السوقية أو زيادتها.(فاطمة حسين عواد،2011،ص54)

➤ إستراتيجية قيادة التكلفة :

هي الإستراتيجية التي تقوم على بتقديم المنتج بسعر اقل من المنافس مع الحفاظ على الجودة. (فاطمة حسين عواد،2011،ص54)

➤ إستراتيجية التمييز :

إستراتيجية التمييز هي الأفراد بخصائص استثنائية الخاصة بالخدمة مثل الأسعار الشخصية وخدمات ما بعد البيع.(فاطمة حسين عواد،2011،ص54)

➤ إستراتيجية التركيز :

تستند هذه الإستراتيجية على أساس اختيار مجال تنافسي محدود داخل قطاع معين، حيث يتم التركيز على جزء معين من السوق وتكثيف العمل في هذا الجزء لإبعاد الآخرين ومنعهم من التأثير على المنظمة في حصة هذا الجزء.(فاطمة حسين عواد،2011،ص54)

➤ استراتيجيات المزيج التسويقي :

يتم استخدام في هذه الإستراتيجية عناصر المزيج التسويقي المنتج ، السعر ، التوزيع والترويج بما يخدم أهداف المؤسسة.(فاطمة حسين عواد،2011،ص54)

➤ استراتيجيات الإنفاق :

هي استراتيجيات تستخدم عادة في ادارة المالية، وهي تعمل على تدعيم المبيعات الضعيفة والمنافذ والأسواق ذات المبيعات الأقل والذي يتطلب هذا استثمارات مالية.(فاطمة حسين عواد،2011،ص54)

✓ كما يمكن تصنيف الاستراتيجيات إلى :

➤ استراتيجيات المحيط الأزرق :

هي الاستراتيجيات التي تعتمد على البحث عن أسواق جديدة غير مستغلة من خلال الابتكار وتقديم شيء مختلف للسوق.(فاطمة حسين عواد،2011،ص74)

➤ استراتيجيات المحيط الأحمر :

هي الاستراتيجيات التي تعتمد على كيفية البقاء والتفوق في السوق المزدحمة بالمنافسين بتخفيض السعر والتركيز على العلامة التجارية مع استهداف شريحة محددة من المستهلكين وتقديم عروض اقوي من المنافسين.(فاطمة حسين عواد ،2011،ص74)

2-4- البيئة التسويقية :

تعمل دراسة البيئة التسويقية على تحديد الفرص والتهديدات وكذا نقاط القوة والضعف للمؤسسة والتي تعتبر ذات أهمية كبيرة نظرا لما توفره من موارد معلوماتية للمؤسسة التي بدورها تساعد في اتخاذ القرار المناسب.(فاطمة حسين عواد ،2011،ص52)

2-4-1 مفهوم البيئة التسويقية :

البيئة التسويقية هي مجموعة العوامل والمتغيرات التي تؤثر في نشاط المؤسسة سواء كان ذلك بشكل مباشر أو غير مباشر، والتي يجب استغلالها للقيام بالأنشطة والفعاليات لإشباع رغبات وحاجات المستهلكين. (فاطمة حسين عواد، 2011، ص52)

وتعرف أيضا البيئة التسويقية بأنها كل القوى والمؤثرات الخارجية التي لا تخضع لسيطرة إدارة التسويق بالمنظمة، ولكن تؤثر في قدرتها على تنمية والحفاظ على معاملاتها الناجحة مع عملائها في أسواقها المستهدفة، وعليه يمكن القول أن البيئة التسويقية يمكن لها أن تمنح للمنظمة فرصا، كما يمكن لها أن تعيق نشاطاتها بالتهديدات التي يجب على المؤسسة أن تتكيف معها للتخفيف من حدتها، وبالتالي البيئة التسويقية تتأثر وتؤثر في قرارات المؤسسة. (فاطمة حسين عواد، 2011، ص52)

2-4-2- أسباب دراسة البيئة التسويقية :

كل المؤسسات هي بمثابة نظام مفتوح يتأثر بالبيئة ويؤثر فيها، وتتشط في ظل عوامل البيئة التسويقية المختلفة، فعلى المؤسسة التكيف مع معطيات متغيرات البيئة وقدرتها على تحقيق أهدافها والسيطرة على السوق أو المحافظة على المركز التنافسي بصفة عامة، مع ضرورة استغلال الفرص التسويقية المتاحة أو المرتقبة، وكذلك مواجهة التهديدات المحتملة. (فاطمة حسين عواد، 2011، ص53)

إن البيئة الخارجية على المستوى الدولي أو على المستوى المحلي والمتمثلة في القيود والمتغيرات الخاصة يمكن لها أن تؤثر على المؤسسات بشكل مباشر أو غير مباشر وبدرجات متفاوتة. (فاطمة حسين عواد، 2011، ص53)

2-4-3- خصائص البيئة التسويقية :

تتميز البيئة التسويقية بالعديد من الخصائص كالتعدد، حيث تعتبر البيئة التسويقية أنها مركبة ومتداخلة فيما بينها بحيث يصعب الفصل بين الأجزاء المكونة لها فمنها ما يؤثر بطريقة مباشرة كالبيئة التنافسية ومنها ما يؤثر بطريقة غير مباشرة كالمؤثرات الوطنية والدولية، ومن بين خصائص

البيئة العدائية والتي تمتاز بقلّة الموارد واشتداد المنافسة، وفي المقابل البيئة الهادئة التي تكون فيها البيئة غنية بالموارد وسهولة الحصول عليها، كما تقل المنافسة بين الأطراف. (فاطمة حسين عواد، 2011، ص53)

إن إفتقار القائم بالتسويق للمعلومات وعدم القدرة على توقع تأثير المتغيرات البيئية على مستقبل المؤسسة وصعوبة تحديد احتمالية وقوع الحدث يؤدي إلى عدم التأكد من التغيرات الرئيسية الحالية التي يصعب فيها اتخاذ القرارات، حيث يتحكم في تموضع وتطور المؤسسة تنوع عوامل البيئة والتي بدورها تؤدي إلى تعدد القطاعات من موردين وعملاء وموزعون. (فاطمة حسين عواد، 2011، ص53)

2-4-4- أنواع البيئة التسويقية :

تنقسم البيئة التسويقية للمؤسسة إلى بيئة داخلية وبيئة خارجية، حيث أن البيئة الداخلية تشمل على عدة متغيرات يمكن التحكم فيها بواسطة إدارة المؤسسة ، أما البيئة الخارجية للمنظمة تتمثل في المتغيرات الخارجية المحيطة بالمؤسسة. (فاطمة حسين عواد ، 2011، ص54)

➤ البيئة الداخلية:

إن تحليل البيئة الداخلية يعتمد على تحديد مستويات أداء المؤسسة وكذا نقاط القوة ونقاط ضعفها، حيث تعمل الإدارة على خلق توازن بين الخطط الإستراتيجية والإمكانات المتاحة المتمثلة في الإمكانيات المالية والبشرية و التكنولوجيا التسويقية والإنتاجية والإمكانات ذات الصلة بالبحث والتطوير. (فاطمة حسين عواد ، 2011، ص55)

➤ البيئة الخارجية:

بعد تحليل المنظمة لبيئتها الداخلية والمتمثلة في نقاط القوة والضعف تقوم بتحليل البيئة الخارجية إلى المتمثلة في الفرص والتهديدات التي يمكن أن تواجهها المنظمة، حيث تنقسم البيئة الخارجية إلى بيئة خارجية جزئية وبيئة خارجية كلية.

✓ البيئة الخارجية الكلية :

يقصد بالبيئة الخارجية الكلية البيئة العامة لنشاط المؤسسة والتي تؤثر بصفة غير مباشرة وتؤثر على المؤسسة على المدى البعيد، وتتكون من البيئة الاجتماعية المتمثلة في المؤسسات والأفراد وقيمهم ومعايير السلوك التي يتم تعلمها ومشاركتها مع أفراد المجتمع، وتتكون أيضا من البيئة الديموغرافية التي تهتم بدراسة الأفراد والسكان لحجم السكان، ومعدل المواليد وتوزيع السكان وفقا للعمر والمناطق السكنية والديانة والجنس والتعليم والدخل وغيرها، وبالإضافة إلى ذلك البيئة الاقتصادية حيث يجب على القائم بالتسويق الأخذ بعين الاعتبار القدرة الشرائية ومتوسط دخل المستهلك وكذا الوضع الاقتصادي للبلاد.

كما تعمل أيضا البيئة التكنولوجية على التأثير على المنظمة من ناحية المهارات والأدوات التكنولوجية الحديثة التي يستعملها المستهلك والتي تؤثر على السلوك الشرائي، حيث يجب على المنظمة الاهتمام بهذه التغيرات والتحديات التكنولوجية للإحاطة بمتطلبات التسويق. (فاطمة حسين عواد، 2011، ص55)

وتجد الإشارة إلى إن البيئة السياسية والقانونية لها دور أيضا في التأثير على المنظمة باعتبار أنها تعمل وفقا للقوانين والتشريعات التي تصدرها الدولة والجهات المنظمة لذلك وتعتبر ملزمة للمؤسسة، والتي يمكن لها التأثير على العمل التسويقي كالتسعير (فاطمة حسين عواد، 2011، ص56)، مواصفات المنتجات، طرق التوزيع وكذا حماية المستهلك، وبالإضافة إلى ذلك البيئة الطبيعية والتي

تؤثر أيضا من ناحية الموارد الطبيعية التي تستعملها المؤسسة كمدخلات في عملياتها الإنتاجية، وكذا الأضرار التي يمكن تلحقها المنظمة بالبيئة. (فاطمة حسين عواد، 2011، ص57)

✓ البيئة الخارجية الجزئية :

إن نجاح إدارة التسويق مرتبط بمدى مواجهة المنظمة للمؤثرات المتمثلة في الخصوم، الوسطاء التسويقيين والمستهلكين الذين يستهلكون منتجاتها والموردون الذين يزودون الشركة بما تحتاجه من مواد أولية لإنتاج السلع. (فاطمة حسين عواد، 2011، ص57)

1-المنافسون:

وهي جميع المؤسسات الموجودة في السوق التي تتنافس فيما بينها للحصول على الموارد، حيث تعمل المنظمة على متابعة هذه البيئة من حيث احتمال دخول منافسين جدد، قوة العملاء والموردين وخصائص المنافسين. (فاطمة حسين عواد، 2011، ص57)

2- الموردون:

الموردون هم المنظمات التي تقوم بتزويد المنظمة بمختلف الموارد (المواد الخام والطاقات والتكنولوجيا) من أجل تصنيع منتجاتها أو تقديم خدماتها للمستهلك. (فاطمة حسين عواد، 2011، ص58)

3- العملاء :

يعمل التسويق على دراسة حاجات ورغبات المستهلكين قصد تلبيةها وخصائصهم السلوكية واتجاهاتهم

الشرائية قصد تلبية هذه الحاجات.(فاطمة حسين عواد ،2011،ص58)

4- الوسطاء :

يتمثل الوسطاء في تجار الجملة وتجار التجزئة والوكلاء والسماسرة وشركات النقل والتخزين

وشركات التأمين ووكالات الإعلان وغيرها، حيث هذه الأخيرة تقدم خدمات للمنظمة للوصول إلى

المستهلكين والحفاظ على ولائهم.(فاطمة حسين عواد ،2011،ص59)

خلاصة :

تسويق الخدمات أصبح ضروري في ظل التطور الاقتصادي والتحول المتزايد نحو اقتصاد

الخدمات، حيث لم يعد خيارا ثانويا بل أصبح ضروري لاستدامة المنشآت الرياضية وتعزيز الجاذبية

الرياضية، والتي تتطلب رؤية شاملة تجمع بين الإنتاج والتسويق وتوزيع المنتجات والخدمات وكذا

إعلام المستهلكين بالخدمات الموجودة لدى المؤسسة عن طريق وجود نظام ترويجي متجانس وقائم على أسس علمية.

الجانب التطبيقي

الفصل الرابع :

طرق ووسائل البحث وإجراءاته الميدانية

تمهيد :

يعتبر البحث العلمي أداة لفهم الواقع وتفسير الظواهر واقتراح الحلول، فهو مفتاح لحل مشكلة محددة أو كشف الغموض أو اللبس حول حقيقة ما باستخدام أسس ومعايير علمية منضمة ومتسلسلة، حيث يستخدم البحث العلمي طرق ووسائل بحث وإجراءات ميدانية والتي تعتبر من أهم مراحل تنفيذ البحوث العلمية، ونجاح أي بحث علمي يرتبط بمدى دقة الوسائل والأساليب المستخدمة في جمع البيانات الخاصة به.

1- الدراسة الاستطلاعية :

الدراسة الاستطلاعية هي المرحلة الأولى من البحث العلمي والتي تهدف إلى جمع معلومات أولية عن موضوع لبحث معين غير واضح أو غير مدروس بشكل كاف، إذ تعد الدراسة الاستطلاعية عبارة عن دراسة أولية يقوم بها الباحث على عينة صغيرة قبل قيامه ببحثه بهدف اختيار أساليب البحث وأدواته، حيث قمنا بإجراء الدراسة الاستطلاعية على عشرة (10) من أصحاب ومسيري المنشآت الرياضية الخاصة وهي من نفس المجتمع الأصلي موضوع الدراسة وخارج عينة الدراسة الأساسية، والهدف من الدراسة الاستطلاعية هو:

- تحديد أبعاد المشكلة وجمع معلومات أولية عن البحث.
- تحديد المفاهيم والعوامل المؤثرة في الظاهرة.
- اختبار أدوات البحث والتأكد من معاملات البحث (الصدق والثبات).
- توجيه الباحث لإختيار الطريقة والمنهج المناسب للبحث.

2- أدوات البحث:

إن الباحث يحتاج في دراسته إلى أدوات فعالة تمكنه من جمع البيانات والمعلومات المرتبطة بموضوع بحثه، حيث تعتبر أدوات البحث العلمي من أهم العناصر في العملية البحثية، فإختيار الأداة المناسبة يسهم في الحصول على بيانات موثوقة ويعزز من مصداقية النتائج وتسهيل تحليلها وتفسيرها بشكل علمي، حيث تم إستخدام في هذه الدراسة الإستبيان.

إن الهدف الرئيسي من الاستبيان في الدراسة هو جمع المعلومات الميدانية للبحث العلمي، ويتم تصميمه وصياغته بما يلائم موضوع البحث العلمي يمكننا من الاقتراب بشكل عام من الإجابة على التساؤلات

المطروحة في هذا البحث، حيث تم توزيع 217 استبياناً على أصحاب المنشآت الرياضية الخاصة بأسلوب عشوائي لضمان تمثيل فئات مختلفة من مجتمع البحث.

تم اختيار عينة الدراسة من أصحاب المنشآت الرياضية الخاصة على مستوى عدد من الولايات الجزائرية، بالاعتماد على أسلوب العشوائي، وذلك بالنظر إلى طبيعة مجتمع الدراسة و مدى امكانية الحصول على قائمة شاملة وكاملة تضم جميع أصحاب المنشآت الرياضية الخاصة ، وتم الاستعانة بمديريات الشباب والرياضة في الولايات محل الدراسة من أجل تحديد المنشآت الرياضية الخاصة الناشطة والوصول إلى أصحابها، باعتبارها الجهة الإدارية الأكثر ارتباطاً بهذا المجال ، وبعد التواصل مع هذه المديريات والحصول على المعطيات المتاحة حول المنشآت الرياضية الخاصة، تم التوجه ميدانياً إلى أصحاب هذه المنشآت وتوزيع الاستبيان عليهم وفق مدى توفرهم واستعدادهم للمشاركة في الدراسة، وقد بلغ عدد الاستبيانات الموزعة 217 استبياناً، تم استرجاع 207 استبياناً صالحاً للتحليل الإحصائي، وبعد هذا الأسلوب مناسباً لطبيعة الدراسة الميدانية، لأنه مكن الباحث من الوصول إلى الفئة المستهدفة مباشرة وجمع بيانات واقعية حول واقع الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية.

وتم تقسيم الإستبيان إلى أربعة (04) محاور وهي كالتالي :

المحور الأول : الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية.

المحور الثاني : السياسة العامة والإطار القانوني لتشجيع الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية.

المحور الثالث: المعوقات.

المحور الرابع: المزايا والضمانات.

2-1-الشروط العلمية للأداة :

2-1-1-الثبات :

يعتبر الثبات من أهم العوامل التي يجب ان تتوفر في الاستبيان كشرط أساسي وعلمي لهذه الأداة، وهو يعني اتساق نتائج البحث إذا أعيد تطبيقه في نفس الظروف، ولحساب ثبات الاستبيان اعتمدنا على طريقة "اختبار-إعادة اختبار"، وقد شملت العينة عشرة (10) من أصحاب المنشآت الرياضية الخاصة، والجدول التالي يبين قيمة معامل الثبات لتحديد ثبات الأداة.

جدول رقم(01) يمثل ثبات استبيان الاستثمار في المنشآت الرياضية الخاصة

معامل الاستبيان	الاستبيان
0.81	استبيان الاستثمار في المنشآت الرياضية الخاصة

يلاحظ من الجدول أن قيمة معامل الثبات مرتفعة وقوية ودالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.05 وهذا مايعكس ثبات الاستبيان بدرجة معينة.

2-1-2-الصدق :

للتأكد من صدق الأداة وملائمتها لموضوع البحث قمنا بما يلي :

✓ صدق المحكمين :

تم عرض الإستیبان على الأستاذ المشرف والأستاذ المساعد وكذا مجموعة من الأساتذة الجامعيين والبالغ عددهم أربعة (04) أساتذة، حيث كانت توجيهات حول تعديل بعض الأسئلة وقد تم الأخذ بعين الاعتبار بهذه التوجيهات بإعتبارها تعدل وتفق من مستوى قياس الاستمارة لما أعدت إليه.

✓ الصدق الذاتي :

يحسب عن طريق حساب الجذر التربيعي لمعامل ثبات الأداة من خلال المعادلة التالية :

جدول رقم(02) يوضح قيمة الصدق الذاتي لإستیبان الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية

الاستبيان	الصدق الذاتي
استبيان الاستثمار في المنشآت الرياضية الخاصة	0.9

3-المنهج المتبع في البحث:

إن المنهج في البحث العلمي هو الطريقة أو الأسلوب المنظم الذي يتبعه الباحث لجمع البيانات وتحليلها من أجل الوصول نتائج علمية دقيقة تساعد على فهم الظاهرة أو حل المشكلة موضوع الدراسة، فاختيار المنهج المناسب يعد من الخطوات الأساسية في إعداد بحث علمي ناجح، ومن أجل حل الإشكالية

المطروحة والتأكد من الفرضيات المطروحة إستخدمنا المنهج الوصفي في دراستنا، مع تحويل النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها.

4- مجتمع وعينة البحث:

مجتمع البحث هو جميع الأفراد أو العناصر أو الوحدات التي تشترك في خاصية أو مجموعة من الخصائص والتي يستهدفها الباحث بالدراسة، ويعد مجتمع البحث هو الإطار العام الذي يستمد منه العينة وتطبق عليه نتائج الدراسة والذي كان عدد أفرادها 2070 منشأة رياضية، وحرصا منا على الوصول إلى نتائج أكثر دقة وموضوعية ومطابقة للواقع، قمنا باختيار عينة البحث شملت أصحاب المنشآت الرياضية التابعة للقطاع الخاص في الجزائر والتي كان عدد أفرادها 207.

5- الأسلوب الإحصائي :

استخدمنا في بحثنا هذا أسلوب كاي تربيع بإستعمال البرنامج الإحصائي (SPSS) لتحليل البيانات المتحصل عليها من الإستبيان التي تم جمعها، وذلك بهدف الوصول إلى نتائج دقيقة وموثوقة تسهم في الإجابة على تساؤلات البحث واختبار فرضياته.

- مكان الدراسة:

تمت الدراسة على مستوى ولايات الجزائر.

7- صعوبات البحث :

لاتخلو أي دراسة علمية من تحديات قد تواجه الباحث أثناء مختلف مراحل البحث العلمي، سواء في مرحلة جمع البيانات، تحليلها أو صياغة النتائج، وتعد هذه الصعوبات جزءا طبيعيا من العملية البحثية، وفي هذا البحث صادفتنا مجموعة من الصعوبات التي أثرت بدرجات متفاوتة على سير العمل والذي تطلب منا بذل جهدا إضافيا لضمان استمرارية العمل والوصول إلى الأهداف المرجوة، ومن ابرز هذه الصعوبات:

-نقص الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة مما تطلب بذل جهد اكبر للبحث عن مصادر علمية تدعم الإطار النظري.

- نقص في المصادر والمراجع العلمية.

-صعوبة الوصول إلى بعض أفراد العينة.

- صعوبات ميدانية في توزيع وإسترجاع الإستبيان.

- تأخر بعض المستجوبين في الرد على الاستبيان وعدم تعاونهم وترددهم في الإجابة مما أدى إلى تأجيل مراحل جمع البيانات وتحليلها مما تطلب جهد ووقت إضافي في ذلك.

خلاصة:

إن طرق ووسائل البحث وإجراءاتها الميدانية تشكل العمود الفقري للبحث العلمي، حيث تعتبر المرحلة الميدانية أهم خطوات جمع البيانات وتحويلها إلى معلومات قابلة للتحليل والتفسير، وقد اعتمدنا في بحثنا على المنهج الوصفي مع استخدامنا للاستبيان في مرحلة جمع البيانات بما يتماشى مع أهداف البحث، وتم تطبيقها على عينة البحث وفق معايير محددة، حيث ساعدنا البرنامج الإحصائي (SPSS) في تحليل البيانات التي تم جمعها مما مكننا من استخلاص مؤشرات واضحة تدعم فرضيات البحث وتسهم في الإجابة على تساؤلاته، حيث تمثل المرحلة التطبيقية عنصرا حاسما في نجاح البحث العلمي.

الفصل الخامس : عرض وتحليل ومناقشة النتائج

تمهيد :

بعد الانتهاء من المرحلة الميدانية التي تميزت بجمع البيانات وتحويلها إلى معلومات قابلة للتحليل والتفسير من خلال الأداة المستعملة في هذا البحث، تأتي مرحلة عرض وتحليل ومناقشة النتائج، وهي من أهم مراحل البحث العلمي حيث يتم على مستواها تفسير المعطيات التي تم الحصول عليها وربطها بإشكالية البحث وتساؤلاته وفرضياته، حيث تهدف هذه المرحلة إلى تقديم قراءة علمية دقيقة للبيانات من خلال استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة وتحليل استجابات أفراد العينة بطريقة تبرز الاتجاهات العامة والاختلافات ذات الدلالة، كما يتم مقارنة بين النتائج المتوصل إليها والدراسات السابقة ذات الصلة ليحدد أوجه الاختلاف وأوجه الاتفاق، مع تسليط الإضافات التي يقدمها البحث ، وتعد هذه المرحلة مرحلة محورية في بلورة الخلاصات النهائية وتقديم توصيات علمية مستندة إلى نتائج مدروسة وموثوقة.

❖ عرض وتحليل ومناقشة النتائج :

1- عرض وتحليل النتائج :

فيما يلي سيتم عرض النتائج المترتبة عن اختيار كل فرضية من فرضيات الدراسة :

1-1- عرض وتحليل نتائج الإحصاء الوصفي:

➤ جدول خاص بالإحصاء الوصفي (البيانات الشخصية):

✓ عرض وتحليل نتائج لنوع جنس المستثمر:

الجدول رقم (03) يوضح النسبة المئوية لنوع جنس المستثمر

النسبة %	التكرار	النتائج الإجابات
67.1	139	ذكر
32.9	68	أنثى
%100	207	المجموع

عرض نتائج الجدول :

يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب الجنس، حيث من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 67.1% من المستثمرين ذكور في حين نجد نسبة 32.9 % من المستثمرين إناث، مع حجم العينة بـ 207 مستثمر.

✓ عرض وتحليل نتائج سن المستثمر:

الجدول رقم (04) يوضح النسبة المئوية لسن المستثمر

النسبة %	التكرار	النتائج الإجابات
28.5	59	من 20-30 سنة
46.4	96	من 31-40 سنة
25.1	52	من 41 سنة فما فوق
100%	207	المجموع

عرض نتائج الجدول :

يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب السن، حيث من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 28.5 % من المستثمرين يبلغ سنهم ما بين 20 إلى 30 سنة، في حين نجد نسبة 46.4 % من المستثمرين يبلغ سنهم ما بين 31 إلى 40 سنة، وكذا نسبة 25.1 % من المستثمرين يبلغ سنهم من 41 سنة فما فوق ، مع حجم العينة بقدر 207 مستثمر .

✓ عرض وتحليل نتائج المستوى الدراسي للمستثمر:

الجدول رقم (05) يوضح النسبة المئوية للمستوى الدراسي للمستثمر

النسبة %	التكرار	النتائج الإجابات
3.9	8	ابتدائي
18.8	39	متوسط
58.5	121	ثانوي
16.9	35	جامعي
1.9	4	أخرى
%100	207	المجموع

عرض نتائج الجدول :

يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي، حيث من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 3.9% من المستثمرين مستواهم ابتدائي، في حين نجد نسبة 18.8% من المستثمرين من المستثمرين مستواهم متوسط ، ونسبة 58.5% من المستثمرين مستواهم ثانوي، أما نسبة 16.9% من المستثمرين مستواهم جامعي، وفي الأخير نجد نسبة 16.9% من المستثمرين ذوي مستوى آخر، مع حجم العينة تقدر بـ 207 مستثمر.

1-2- عرض وتحليل نتائج الفرضية الجزئية الأولى:

➤ تتص الفرضية الجزئية الأولى على أنه " يوجد إستثمار خاص في المنشآت الرياضية في الجزائر".

✓ عرض الجداول الإحصائية للفرضية الأولى:

السؤال رقم (01): ما نوع مشروعك ؟

الهدف من السؤال (01): هو معرفة نوع المشروع الذي يمكن للمستثمر أن ينجزه.

الجدول رقم(06) يوضح اختبار كا² لنوع المشروع الذي يمكن للمستثمر أن ينجزه

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
رياضي	163	78,7	198.609	0.05	2	0.000	توجد دلالة إحصائية
ترفيهي	7	3,4					
معا	37	17,9					
المجموع	207	100%					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 78,7% من المستثمرين مشروعهم رياضي في حين نجد نسبة 3,4% من المستثمرين مشروعهم ترفيهي، ونجد أيضا نسبة 17.9% نوع مشروعهم رياضي وترفيهي معا، مع حجم العينة قدر ب 207 مستثمر، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 198,609 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية (sig) بلغت 0.000 عند الدرجة الحرية 2، ومستوى الدلالة 0.05.

الاستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أن معظم المشاريع الاستثمارية هي رياضية، وهذا ما يفسر بأن المجال الرياضي يعد أفضل بيئة للإستثمار مقارنة بغيره لما يحققه من أرباح مالية مستمرة.

السؤال رقم (05): هل يوجد اختصاص رياضي واحد في المنشأة الرياضية؟

الهدف من السؤال (05): معرفة عدد الإختصاصات الموجودة في المنشأة الرياضية.

الجدول رقم (07) يوضح اختبار كا² لعدد الإختصاصات الموجودة في المنشأة الرياضية.

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
نعم	171	82,6	88.043	0.05	1	0.044	توجد دلالة إحصائية
لا	36	17,4					
المجموع	207	%100					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 82,6% تمثل وجود اختصاص رياضي واحد في المنشأة الرياضية حين نجد نسبة 17,4 % تمثل وجود أكثر من اختصاص رياضي في المنشأة الرياضية ، مع حجم العينة قدر ب 207 ، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 88,043 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية بلغت 0.000 عند الدرجة الحرية 1 ومستوى الدلالة 0.05.

الإستنتاج:

من خلال الجدول نستنتج أن معظم المنشآت الرياضية الخاصة تحتوي على اختصاص رياضي واحد، وهذا ما يبرز دور تصميم المنشأة الرياضية والذي خصص لاستقبال اختصاص رياضي واحد وحجمها الذي يغطي تكلفة اختصاص رياضي واحد.

السؤال رقم (09): ما هو حجم مشروعك؟

الهدف من السؤال (09): معرفة حجم المشاريع.

الجدول رقم (08) يوضح النسبة المئوية لحجم المشروع

النسبة %	التكرار	النتائج الإجابات
100	207	مصغر
00	00	صغير
00	00	متوسط
%100	207	المجموع

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 100 % تمثل المشاريع المصغرة، مع حجم العينة قدر ب207.

الإستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أن معظم المشاريع مصغرة ، وهذا ما يبرر حداثة هذه المشاريع والتي غالبا ما يفضل أصحابها البدء برأس مال محدود لتقليل المخاطر، وكذا حجمها المصغر الذي يساعد في تخفيض تكلفة التشغيل والصيانة مما يجعل هذه المؤسسات المصغرة خيارا مناسباً للاستثمار.

السؤال رقم (13): هل قمت بدراسات حول مشروعك ؟

الهدف من السؤال (13): معرفة مدى قيام المستثمر بدراسات حول مشروعه.

الجدول رقم (09) يوضح اختبار كا² لقيام المستثمر بدراسات حول مشروعه

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
نعم	202	97.6	187.483	0.05	1	0.000	توجد دلالة
لا	5	2.4					إحصائية
المجموع	207	%100					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 97،6 % تمثل المستثمرين الذين قاموا بدراسات حول مشروعاتهم في حين نجد نسبة 2،4 % تمثل المستثمرين الذين لم يقوموا بدراسات حول مشروعاتهم ، مع حجم العينة قدر ب 207 ، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 187،483 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية بلغت 0.000 عند الدرجة الحرية 1 ومستوى الدلالة 0.05.

الاستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أن معظم المستثمرين قاموا بدراسات حول مشاريعهم، وهذا راجع لأهمية الدراسات التي تعمل على تقليل المخاطر وضمان نجاح هذه المشاريع.

السؤال رقم (17): مانوع الدراسات التي قمت بها ؟

الهدف من السؤال (17): معرفة نوع الدراسات التي قام بها المستثمر .

الجدول رقم (10) يوضح اختبار كا² لنوع الدراسات التي قام بها المستثمر

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
دراسات تقنية	57	27.5	149.246	0.05	2	0.000	توجد دلالة احصائية
دراسات مالية	146	70.5					
دراسات تسويقية	4	1.9					
المجموع	207	100%					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 27,5 % تمثل المستثمرين الذين قامو بدراسات تقنية حين نجد نسبة 70,5 % تمثل المستثمرين الذين قامو بدراسات مالية و نسبة 1,9 % تمثل المستثمرين الذين قامو بدراسات تسويقية، مع حجم العينة قدر ب 207 ، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 149,246 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية بلغت 0.000 عند الدرجة الحرية 2 ومستوى الدلالة 0.05.

الإستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أن معظم الدراسات هي دراسات مالية، وهذا مايثبت مدى أهمية الجانب المالي لدى المستثمرين بصفة عامة وللمشاريع الاستثمارية بصفة خاصة.

السؤال رقم (21): هل لجأت في دراستك إلى خبير متخصص في دراستك؟

الهدف من السؤال (21): معرفة مدى لجوء المستثمر في دراسته إلى خبير متخصص.

الجدول رقم (11) يوضح اختبار كا² للجوء المستثمر في دراسته إلى خبير متخصص

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
نعم	140	67.6	25,744	0.05	1	0.000	توجد دلالة إحصائية
لا	67	32.4					
المجموع	207	100%					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 67,6% تمثل المستثمرين الذين لجؤوا في دراستهم إلى خبير متخصص، في حين نجد نسبة 32,4% تمثل المستثمرين الذين لم يلجؤوا في دراستهم إلى خبير متخصص، مع حجم العينة قدر بـ 207، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 25,744 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية بلغت 0.000 عند الدرجة الحرية 1 ومستوى الدلالة 0.05.

الإستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أن معظم المستثمرين استعانوا بخبير متخصص في دراساتهم، لأن هذا الأخير يملك من المعرفة والخبرة العملية التي تمكنه من تحليل السوق والجانب المالي بدقة.

السؤال رقم (29): هل لديك إدارة خاصة بالتسويق؟

الهدف من السؤال (29): معرفة مدى تخصيص الإدارة العامة لإدارة خاصة بالتسويق.

الجدول رقم (12) يوضح اختبار كا² لتخصيص الإدارة العامة لإدارة خاصة بالتسويق

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
نعم	52	25.1	51.251	0.05	1	0.000	توجد دلالة إحصائية
لا	155	74.9					
المجموع	207	100%					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 25,1 % لديهم إدارة خاصة بالتسويق، في حين نجد نسبة 74,9 % لا يملكون إدارة خاصة بالتسويق، مع حجم العينة قدر ب 207، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 51,251 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية بلغت 0.000 عند الدرجة الحرية 1 ومستوى الدلالة 0.05.

الاستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أن معظم المنشآت الرياضية الخاصة لا تملك إدارة خاصة بالتسويق، وهذا ما يرتبط بحجم المنشأة الرياضية والتي لا تملك العدد الكافي من العمال للقيام بمهمة التسويق وكذا لا يوجد قسم مخصص للتسويق في هيكلها التنظيمي.

السؤال رقم (35): هل توجد أدوات ونشاطات إستعملتها في التسويق؟

الهدف من السؤال (35): معرفة مدى استعمال المستثمر لأدوات ونشاطات في التسويق.

الجدول رقم (13) يوضح اختبار كا² لاستعمال المستثمر لأدوات ونشاطات في التسويق.

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
نعم	62	30	33.280	0.05	1	0.000	توجد دلالة احصائية
لا	145	70					
المجموع	207	%100					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 30 % تمثل المستثمرين الذين استعملوا أدوات ونشاطات في التسويق، حين نجد نسبة 70% تمثل المستثمرين الذين لم يستعملوا الأدوات ونشاطات في التسويق ، مع حجم العينة قدر ب 207 ، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 33،280 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية بلغت 0.000 عند الدرجة الحرية 1 ومستوى الدلالة 0.05.

الإستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أن معظم المستثمرين لم يستعملوا أدوات ونشاطات في التسويق، وهذا مايفسر تركيز المستثمرين على الجانب التشغيلي والمالي للمشروع فقط.

السؤال رقم (37): هل إستعنت بمؤسسات أخرى لإشهار مشروعك؟

الهدف من السؤال (37): معرفة مدى إستعانت المستثمر بمؤسسات أخرى لإشهار مشروعك

الجدول رقم(14) يوضح اختبار كا² لإستعانة المستثمر بمؤسسات أخرى لإشهار المشروع

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
نعم	3	1.4	195.174	0.05	1	0.000	توجد دلالة احصائية
لا	204	98.6					
المجموع	207	%100					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 1،4 % تمثل المستثمرين الذين استعانوا بمؤسسات أخرى لإشهار مشروعهم، في حين نجد نسبة 98،6% تمثل المستثمرين الذين لم يستعينوا بمؤسسات أخرى لإشهار مشروعهم، مع حجم العينة قدر ب 207 ، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 195،174 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية بلغت 0.000 عند الدرجة الحرية 1 ومستوى الدلالة 0.05 .

الإستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أن معظم المستثمرين لم يستعينوا بمؤسسات لإشهار مشروعهم، وهذا راجع لما يرونه في تكاليف هذه المؤسسات التي ستكون مرتفعة مقارنة مع حجم مشروعهم.

السؤال رقم (32): هل قمت بالتسويق لمشروعك؟

الهدف من السؤال (32): معرفة مدى قيام المستثمر بالتسويق لمشروعه.

الجدول رقم (15) يوضح اختبار كا² لقيام المستثمر بالتسويق لمشروعه

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
نعم	141	68.1	27.174	0.05	1	0.000	توجد دلالة إحصائية
لا	66	31.9					
المجموع	207	%100					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 68,1 % تمثل المستثمرين الذين قاموا بالتسويق لمشروعهم، في حين نجد نسبة 31,9 % تمثل المستثمرين الذين لم يقوموا بالتسويق لمشروعهم، مع حجم العينة قدر بـ 207 ، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 27,174 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية بلغت 0.000 عند الدرجة الحرية 1 ومستوى الدلالة 0.05.

الإستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أن معظم المستثمرين لم يقوموا بالتسويق لمشاريعهم، وهذا مايفسر تركيز المستثمرين على إطلاق مشاريعهم وتشغلها فقط، معتقدين أن جودة الخدمة تكفي لجلب الزبائن.

السؤال رقم (25): هل توجد أساليب تسويقية معينة تسعملها في التسويق؟

الهدف من السؤال (25): معرفة مدى وجود أساليب تسويقية معينة يستعملها المستثمر في التسويق

الجدول رقم (16) يوضح اختبار كا² لوجود أساليب تسويقية معينة يستعملها المستثمر في التسويق

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
نعم	67	32.4	25.744	0.05	1	0.000	توجد
لا	140	67.6					دلالة
المجموع	207	%100					إحصائية

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 32.4% تمثل المستثمرين الذين استعملوا أساليب تسويقية معينة في التسويق لمشروعهم، في حين نجد نسبة 67.6% تمثل المستثمرين الذين لم يستعملوا أساليب تسويقية معينة في التسويق لمشروعهم، مع حجم العينة قدر بـ 207، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 25,744 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية بلغت 0.000 عند الدرجة الحرية 1 ومستوى الدلالة 0.05.

الإستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أن معظم المستثمرين لم يستعملوا أساليب تسويقية لتسويق مشاريعهم، وهذا راجع لعدم امتلاك المنشأة الرياضية لإدارة تهتم بالتسويق وكذا عدم وجود الثقافة التسويقية.

الجدول رقم (17) يوضح اختبار كا² للمحور الأول

المحور الأول	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية	376.014	0.05	11	0.000	توجد دلالة احصائية

عرض نتائج الجدول:

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن قيمة "كا²" بلغت 376.014 وقيمة احتمال المعنوية

(sig) قدرت بـ 0.000 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 وعند درجة الحرية

11، مع حجم العينة قدر بـ 207 مستثمر.

3-1- عرض وتحليل نتائج الفرضية الجزئية الثانية:

➤ تنص الفرضية الجزئية الثانية على أن "السياسة العامة للإستثمار في الجزائر غير كفيلة بتشجيع الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية".

عرض الجداول الإحصائية للفرضية الثانية:

السؤال رقم (10): هل لجأت عند تمويلك للمشروع إلى الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية(ANAD)؟

الهدف من السؤال (10): معرفة مدى لجوء المستثمر للوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية(ANAD)

الجدول رقم (18) يوضح اختبار كا² للجوء المستثمر للوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية(ANAD)

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
نعم	64	30.9	30.150	0.05	1	0.000	توجد دلالة إحصائية
لا	143	69.1					
المجموع	207	100%					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 30,9% تمثل المستثمرين الذين لجؤوا للوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية(ANAD) حين نجد نسبة 69,1% تمثل المستثمرين الذين لم يلجؤوا للوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية (ANAD)، مع حجم العينة قدر بـ 207، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 30,150 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية بلغت 0.000 عند الدرجة الحرية 1 ومستوى الدلالة 0.05.

الإستنتاج :من خلال الجدول نستنتج أن معظم المستثمرين لم يلجؤوا عند تمويلهم إلى الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية (ANAD)، وهذا مايفسر عدم وجود الثقة لدى المستثمرين في تمويل مشاريعهم من طرف هذه الوكالة والاكتفاء بالتمويل الذاتي لمشاريعهم.

السؤال رقم (26): هل تتواصل مع المصالح المرافقة معك؟

الهدف من السؤال (26): معرفة مدى تواصل المستثمر مع المصالح المرافقة.

الجدول رقم (19) يوضح اختبار كا² لتواصل المستثمر مع المصالح المرافقة.

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
نعم	77	37.2	13,570	0.05	1	0.000	توجد دلالة احصائية
لا	130	62.8					
المجموع	207	%100					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 37.2% تمثل المستثمرين الذين تواصلوا مع المصالح المرافقة، حين نجد نسبة 62.8% تمثل المستثمرين الذين لم يتواصلوا مع المصالح المرافقة ، مع حجم العينة قدر ب 207 ، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 13.570 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية بلغت 0.000 عند الدرجة الحرية 1 ومستوى الدلالة 0.05.

الإستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أن معظم المستثمرين لم يتواصلوا مع المصالح المرافقة، وهذا ما يبرر عدم معرفة المستثمرين بهذه الهياكل وكذا تفضيلهم الاستقلالية في اتخاذ قراراتهم.

السؤال رقم (22): هل تواصلت مع الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار (AIPA)؟

الهدف من السؤال (01): معرفة مدى تواصل المستثمر مع الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار (AIPA)

الجدول رقم (20) يوضح اختبار كا² لتواصل المستثمر مع الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار (AIPA)

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
نعم	6	2.9	183,696	0.05	1	0.000	توجد دلالة إحصائية
لا	201	97.1					
المجموع	207	100%					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 2,9 % تمثل المستثمرين الذين تواصلوا مع الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار (AIPA)، حين نجد نسبة 97,1 % تمثل المستثمرين الذين لم يتواصلوا مع الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار وسيرها (AIPA)، مع حجم العينة قدر بـ 207 ، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 183,696 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية 0.000 بلغت عند الدرجة الحرية 1 ومستوى الدلالة 0.05.

الإستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أنمعظم المستثمرين لم ي تواصلوا مع الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار (AIPA)، وهذا مايفسر خوف المستثمرين من الإجراءات المعقدة المرتبطة بها والتي تأخذ وقتا طويلا بسبب البيروقراطية وكذا اعتقادهم بأن هذه الوكالة تهتم بالمشاريع الكبيرة فقط.

السؤال رقم (30): هل تواصلت مع الشباك الوحيد للوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار؟

الهدف من السؤال (30): معرفة مدى تواصل المستثمر مع الشباك الوحيد للوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار

الجدول رقم (21) يوضح اختبار كا² لتواصل المستثمر مع الشباك الوحيد للوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
نعم	3	1.4	195.174	0.05	1	0.000	توجد دلالة احصائية
لا	204	98.6					
المجموع	207	%100					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 1,4 % تواصلوا مع الشباك الوحيد للوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار ، في حين نجد نسبة 98,6 % لم يتواصلوا مع الشباك الوحيد للوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار، مع حجم العينة قدر ب 207 ، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 195,174 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية بلغت 0.000 عند الدرجة الحرية 1 ومستوى الدلالة 0.05.

الإستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أن معظم المستثمرين لم يتواصلوا مع الشباك الوحيد للوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار ، وهذا ما يؤكد عدم علمهم بوجود شباك تابع للوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار يعمل على تذليل الصعوبات التي يمكن أن يواجهها المستثمر .

السؤال رقم (04): هل هناك تسهيلات من طرف الإدارة؟

الهدف من السؤال (04): معرفة مدى استفادة المستثمر من تسهيلات الإدارة.

الجدول رقم (22) يوضح اختبار كا² لمدى استفادة المستثمر من تسهيلات الإدارة.

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
نعم	139	67,1	24,353	0.05	1	0.000	توجد دلالة إحصائية
لا	68	32,9					
المجموع	207	100%					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 67,1 % من المستثمرين استفادوا من تسهيلات الإدارة حين نجد نسبة 32,9 % من المستثمرين لم يستفيدوا من تسهيلات الإدارة، مع حجم العينة قدر ب 207 ، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 24,353 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية بلغت 0.000 عند الدرجة الحرية 1 ومستوى الدلالة 0.05.

الاستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أن معظم المستثمرين استفادوا من تسهيلات الإدارة، وهذا راجع لسعي الدولة الجزائرية لتشجيع الاستثمار بمختلف أنواعه وجذب رؤوس الأموال عبر تبسيط الإجراءات وتقليل العراقيل.

السؤال رقم (06): بأي طريقة تم تمويلك لمشروعك؟

الهدف من السؤال (06): معرف الطريقة التي تم بها تمويل المشاريع الاستثمارية.

الجدول رقم (23) يوضح اختبار كا² الطريقة التي تم بها تمويل المشاريع الاستثمارية.

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
رأس مالك الخاص	136	65,7	117,942	0.05	2	0.000	توجد دلالة احصائية
القروض من البنوك	62	30					
القروض من المؤسسات العمومية والصناديق التابعة لها	9	3,4					
المجموع	207	%100					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 65,7 % تمثل المشاريع التي تم تمويلها برأس المال الخاص في حين نجد نسبة 30 % تمثل المشاريع التي تم تمويلها عن القروض من البنوك أما 4,3 % تمثل المشاريع التي تم تمويلها عن طريق المؤسسات العمومية والصناديق التابعة لها ، مع حجم العينة قدر ب207، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 117,942^a وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية بلغت 0.000 عند الدرجة الحرية 2 ومستوى الدلالة 0.05.

الإستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أن معظم المشاريع تم تمويلها بؤس المال الخاص ، وهذا ماقد يوضح أن المستثمرين لهم رغبة في الاستقلالية المالية لاسيما في اتخاذ القرارات بعيدا عن شروط البنوك الملزمة وكذا التخوف من الديون والفوائد البنكية.

السؤال رقم (14) : هل لجأت عند تمويلك للمشروع إلى الوكالة الوطنية للقرض المصغر (ANGEM)؟

الهدف من السؤال (14) : معرفة مدى لجوء المستثمر إلى الوكالة الوطنية للقرض المصغر (ANGEM)؟

الجدول رقم (24) يوضح اختبار كا² لجوء المستثمر إلى الوكالة الوطنية للقرض المصغر (ANGEM)

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
نعم	4	1.9	191,309	0.05	1	0.000	توجد دلالة احصائية
لا	203	98.1					
المجموع	207	%100					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 1,9% تمثل المستثمرين الذين لجؤوا إلى الوكالة الوطنية للقرض المصغر (ANGEM)؟ حين نجد نسبة 98,1% تمثل المستثمرين الذين لم يلجؤوا إلى الوكالة الوطنية للقرض المصغر (ANGEM)؟، مع حجم العينة قدر ب 207 ، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 191,309 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية بلغت 0.000 عند الدرجة الحرية 1 ومستوى الدلالة 0.05.

الإستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أن معظم المستثمرين لم يلجؤوا إلى الوكالة الوطنية للقرض المصغر (ANGEM)، وهذا راجع إلى اعتقادهم أن هذا النوع من التمويل يوجه إلى ذوي المشاريع الصغيرة أو النشاطات المنزلية ولا يكفي لتغطية متطلبات المشروع الاستثماري.

السؤال رقم (18): هل لجأت عند تمويلك للمشروع إلى وكالة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الابتكار (ADPMEPI) ؟

الهدف من السؤال (18): معرفة مدى لجوء المستثمر في تمويله إلى وكالة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الابتكار (ADPMEPI)

الجدول رقم (25) يوضح اختبار كا² للجوء المستثمر في تمويله إلى وكالة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الابتكار (ADPMEPI)

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
نعم	3	1.4	195,174	0.05	1	0.000	توجد دلالة احصائية
لا	204	98.6					
المجموع	207	100%					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 1.4 % تمثل المستثمرين الذين لجؤوا في تمويلهم إلى وكالة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الابتكار (ADPMEPI) حين نجد نسبة 98.6 % تمثل المستثمرين الذين لم يلجؤوا في تمويلهم إلى وكالة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الابتكار (ADPMEPI)، مع حجم العينة قدر ب 207، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 195.174 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية بلغت 0.000 عند الدرجة الحرية 1 ومستوى الدلالة 0.05.

الإستنتاج : من خلال الجدول نستنتج أنمعظم المستثمرين لم يلجؤوا في تمويلهم إلى وكالة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الابتكار (ADPMEPI)، وهذا مايفسر بعدم معرفة المستثمرين بهذه الوكالة والخدمات التي تقدمها وكذا مايرونه من أنها تقدم خدمات في الابتكار فقط.

السؤال رقم (33): ماهي طبيعة المرافقة بينك وبين المؤسسات المرافقة؟

الهدف من السؤال (33): معرفة طبيعة المرافقة بين المستثمر وبين المؤسسات المرافقة

الجدول رقم (26) يوضح اختبار كا² لطبيعة المرافقة بين المستثمر وبين المؤسسات المرافقة

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
دائما	4	1.9	141,768	0.05	2	0.000	توجد دلالة احصائية
مرحلية	143	69.1					
لا توجد مرافقة	60	29					
المجموع	207	%100					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 1,9 % تمثل المرافقة الدائمة للمؤسسات المرافقة للمستثمرين، في حين نجد نسبة 69,1% تمثل المرافقة المرحلية للمؤسسات المرافقة للمستثمرين ، حين نجد نسبة 29% تمثل عدم وجود مرافقة المؤسسات المرافقة للمستثمرين، مع حجم العينة قدر بـ 207 ، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 141,768 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية بلغت 0.000 عند الدرجة الحرية 2 ومستوى الدلالة 0.05.

الإستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أنه معظم مرافقات المؤسسات المرافقة كانت مرحلية، وهذا ما يتوافق مع إلزام المؤسسات المرافقة في متابعتها للمشاريع والتي كانت عبر مراحل انجاز هذه المشاريع (من الانطلاق إلى الإنشاء أو التوسع).

السؤال رقم (02): هل استفدت من مرافقة الجهات الوصية؟

الهدف من السؤال (02): هو معرفة مدى استفادة المستثمر من مرافقة الجهات الوصية.

الجدول رقم (27) يوضح اختبار كا² لاستفادة المستثمر من مرافقة الجهات الوصية

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
نعم	118	57	4,063	0.05	1	0.044	توجد دلالة إحصائية
لا	89	43					
المجموع	207	100%					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 57 % استفادت من مرافقة الجهات الوصية حين نجد نسبة 43% لم تستفد من مرافقة الجهات الوصية، مع حجم العينة قدر بـ 207 ، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 4,063 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية عند بلغت 0.044 عند درجة الحرية 1 و وكذا مستوى الدلالة هي 0.05 .

الإستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أن معظم المستثمرين استفادوا من مرافقة الجهات الوصية ، وهذا مايرتبط مع أن هذه الأخيرة هي المسؤولة المباشرة عن تأطير هذا النوع من المشاريع ومتابعتها.

الجدول رقم (28) يوضح اختبار كا² للمحور الثاني

المحور الثاني	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
السياسة العامة والإطار القانوني لتشجيع الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية	281.870	0.05	11	0.000	توجد دلالة إحصائية

عرض نتائج الجدول:

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن قيمة "كا²" بلغت 281.870 وقيمة احتمال المعنوية

(sig) قدرت بـ 0.000 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 وعند درجة الحرية

11، مع حجم العينة قدر بـ 207 .

1-4- عرض وتحليل نتائج الفرضية الجزئية الثالثة:

➤ تنص الفرضية الجزئية الثالثة على أن "المعوقات التمويلية تعتبر من أبرز المعوقات التي يمكن أن تعيق وتعرقل الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية في الجزائر .

عرض الجداول الإحصائية للفرضية الثالثة:

السؤال رقم (03): عند قيامك بالإجراءات الإدارية الخاصة بمشروعك هل واجهت عراقيل؟

الهدف من السؤال (03): معرفة مدى مواجهة المشاريع الاستثمارية للعراقيل الإدارية .

الجدول رقم (29) يوضح اختبار كا² لمدى مواجهة عراقيل عند قيام المستثمر بالإجراءات الإدارية

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
نعم	160	77,3	61,686	0.05	1	0.000	توجد دلالة إحصائية
لا	47	22,7					
المجموع	207	%100					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 77,3 % تمثل وجود عراقيل عند قيام المستثمر بالإجراءات الإدارية حين نجد نسبة 22,7 % تمثل عدم وجود عراقيل عند قيام المستثمر بالإجراءات الإدارية، مع

حجم العينة قدر ب 207 ، كما نجد قيمة χ^2 المحسوبة بلغت 61,686 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية بلغت 0.000 عند درجة الحرية عند 1 وكذا مستوى الدلالة 0.05.

الإستنتاج : من خلال الجدول نستنتج أنه معظم المشاريع واجهت عراقيل عند قيام المستثمر بالإجراءات الإدارية ، وهذا قد يكون راجع للوقت الذي تحتاجه الإدارة من أجل إصدار العقود والتراخيص الخاصة بالمشروع وكذا غياب التنسيق بين الإدارات المعنية وكثرة الوثائق.

السؤال رقم (07): هل تواجه مشاكل تمويلية في تسيير المنشأة الرياضية ؟

الهدف من السؤال (07): معرفة مدى مواجهة المنشأة الرياضية للمشاكل التمويلية في تسييرها.

الجدول رقم (30) يوضح اختبار χ^2 لمدى مواجهة المنشأة الرياضية للمشاكل التمويلية في تسييرها

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	χ^2	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
نعم	113	54.6	1,744	0.05	1	0.187	توجد دلالة إحصائية
لا	94	45.4					
المجموع	207	100%					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 54,6 % تمثل مواجهة المنشأة الرياضية للمشاكل التمويلية حين نجد نسبة 54,4 % تمثل عدم مواجهة المنشأة الرياضية للمشاكل التمويلية، مع حجم العينة قدر ب 207 ، كما نجد قيمة χ^2 المحسوبة بلغت $1,744^b$ وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية بلغت 0.187 عند الدرجة الحرية 1 ومستوى الدلالة 0.05.

الإستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أن معظم الإستثمارات تعاني من مشكل التمويل ، وهذا قد يكون راجع لعدم قيام المستثمر بدراسة جدوى شاملة لمختلف جوانب المشروع ما أدى إلى عجز المنشأة الرياضية من تمويل وتغطية تكاليفها، وكذا الشروط الصارمة التي تفرضها البنوك لتمويل المشاريع لاسيما فيما يخص الضمانات والقدرة على التسديد.

السؤال رقم (11): هل واجهت مشكل العقار؟

الهدف من السؤال (11): معرفة مدى مواجهة المستثمر لمشكل العقار.

الجدول رقم (31) يوضح اختبار كا² لمعرفة مدى مواجهة المستثمر لمشكل العقار

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
نعم	136	65,7	20,411	0.05	1	0.000	توجد دلالة احصائية
لا	71	34,3					
المجموع	207	%100					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 65,7 % تمثل المستثمرين الذين يواجهون مشكل العقار حين نجد نسبة 34,3 % تمثل المستثمرين الذين لا يواجهون مشكل العقار ، مع حجم العينة قدر ب 207 ، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 20,411 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية بلغت 0.000 عند الدرجة الحرية 1 ومستوى الدلالة 0.05.

الإستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أن معظم المستثمرين واجهوا مشكل العقار ، وهذا مايفسر صعوبة الحصول على العقار الموجه للاستثمار وندرته مع ارتفاع أسعاره وكذا الإجراءات المعقدة المرتبطة بالحصول عليه.

السؤال رقم (15): هل تواجه مشكل التسويق؟

الهدف من السؤال (15): معرفة مدى مواجهة المستثمر لمشكل التسويق.

الجدول رقم (32) يوضح اختبار كا² لمواجهة المستثمر لمشكل التسويق

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
نعم	149	72	40,005	0.05	1	0.000	توجد دلالة احصائية
لا	58	28					
المجموع	207	100%					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 72% تمثل المستثمرين الذين واجهوا مشكل التسويق في حين نجد نسبة 28% تمثل المستثمرين الذين لم يواجهوا مشكل التسويق، مع حجم العينة قدر ب 207 ، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 40,005 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية بلغت 0.000 عند الدرجة الحرية 1 ومستوى الدلالة 0.05.

الإستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أن معظم المستثمرين واجهوا مشكل التسويق ، وهذا مايرتبط بتركيز المستثمرين على إطلاق وتشغيل المشروع فقط دون الأخذ بعين الاعتبار تناقص في عدد مستعملي المنشأة الرياضية مع مرور الوقت وكذا تزايد عدد المنافسين، والذي يستلزم إعداد إستراتيجية تسويقية في بداية المشروع لتفادي هاته المشاكل في المستقبل.

السؤال رقم (19): هل تواجهون منافسة الأسعار المستخدمة من طرف المنشآت الرياضية العمومية؟

الهدف من السؤال (19): معرفة مدى منافسة الأسعار المستخدمة من طرف المنشآت الرياضية العمومية.

الجدول رقم (33) يوضح اختبار كا² لمنافسة الأسعار المستخدمة من طرف المنشآت الرياضية العمومية

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
نعم	140	67.6	25,744	0.05	1	0.000	توجد دلالة احصائية
لا	67	32.4					
المجموع	207	%100					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 67,6 % تمثل المستثمرين الذين يواجهون منافسة الأسعار المستخدمة من طرف المنشآت الرياضية العمومية، في حين نجد نسبة 32,4 % تمثل المستثمرين الذين لم يواجهوا منافسة الأسعار المستخدمة من طرف المنشآت الرياضية العمومية ، مع حجم العينة قدر ب 207، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 25,744 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية 0.000 بلغت عند الدرجة الحرية 1 ومستوى الدلالة 0.05.

الإستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أن معظم المستثمرين يواجهون منافسة الأسعار المستخدمة من طرف المنشآت الرياضية العمومية ، وهذا راجع إلى أن السعر الذي تحدده الدولة لا يعكس التكلفة الحقيقية للخدمة التي تقدمها المنشأة الرياضية العمومية والسياسة التي تنتهجها في تعميم الممارسة الرياضية.

السؤال رقم (23): هل تواجهون مشكلة عدم توفر المعلومة والإحصائيات المطلوبة عن السوق والمستهلكين؟

الهدف من السؤال (23): معرفة مدى مواجهة المستثمرين لمشكلة عدم توفر المعلومة والإحصائيات المطلوبة عن السوق والمستهلكين

الجدول رقم (34) يوضح اختبار كا² للمستثمرين الذين واجهوا مشكلة عدم توفر المعلومة والإحصائيات المطلوبة عن السوق والمستهلكين

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المغنوية (sig)	القرار الإحصائي
نعم	151	72.9	43,599	0.05	1	0.000	توجد دلالة إحصائية
لا	56	27.1					
المجموع	207	100%					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 72,9% تمثل المستثمرين الذين واجهوا مشكلة عدم توفر المعلومة والإحصائيات المطلوبة عن السوق والمستهلكين، حين نجد نسبة 27,1% للمستثمرين الذين لم يواجهوا مشكلة عدم توفر المعلومة والإحصائيات المطلوبة عن السوق والمستهلكين ، مع حجم العينة قدر ب 207، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 43,599 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المغنوية بلغت 0.000 عند الدرجة الحرية 1 ومستوى الدلالة 0.05.

الإستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أن معظم المستثمرين واجهوا مشكلة عدم توفر المعلومة والإحصائيات المطلوبة عن السوق والمستهلكين ، وهذا يمكن أن يكون بسبب آليات جمع البيانات في كثير من القطاعات مازال ضعيفة وغير حديثة، وكذا عدم نشر دراسات تفصيلية وغير متاحة للمستثمرين.

السؤال رقم (27): هل تواجهون صعوبة في التنبؤ بعدد الممارسين المتوقعين؟

الهدف من السؤال (27): معرفة مدى مواجهة المستثمر لصعوبة التنبؤ بعدد الممارسين المتوقعين

الجدول رقم (35) يوضح اختبار كا² لمواجهة المستثمر لصعوبة التنبؤ بعدد الممارسين المتوقعين

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
نعم	130	62.8	13,570	0.05	1	0.000	توجد دلالة إحصائية
لا	77	37.2					
المجموع	207	%100					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 62,8 % يواجهون صعوبة في التنبؤ بعدد الممارسين المتوقعين حين نجد نسبة 37,2 % لا يواجهون صعوبة في التنبؤ بعدد الممارسين، مع حجم العينة قدر بـ 207 ، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 13,570 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية بلغت 0.000 عند الدرجة الحرية 1 ومستوى الدلالة 0.05.

الاستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أن معظم المستثمرين يواجهون صعوبة في التنبؤ بعدد الممارسين المتوقعين ، وهذا مايفسر عدم وجود إحصائيات دقيقة حول عدد الممارسين الفعليين للرياضة مما يصعب التقدير والتنبؤ بعدد الممارسين المتوقعين.

الجدول رقم (36) يوضح اختبار كا² للمحور الثالث.

المحور الثالث	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
المعوقات	391.454	0.05	7	0.000	توجد دلالة إحصائية

عرض نتائج الجدول:

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن قيمة "كا²" بلغت 391.454 وقيمة احتمال المعنوية (sig) قدرت بـ 0.000 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 وعند درجة الحرية 7، مع حجم العينة قدر بـ 207 .

1-5- عرض وتحليل نتائج الفرضية الجزئية الرابعة :

➤ تنص الفرضية الجزئية الرابعة على أنه "المستفيدون الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية من المزايا والضمانات الممنوحة من طرف الدولة".

عرض الجداول الإحصائية للفرضية الرابعة:

السؤال رقم (16): هل استفدت من الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة فيما يخص السلع والخدمات المستوردة أو المقتناة محليا التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار؟

الهدف من السؤال (16): معرفة مدى استفادت المستثمر من الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة فيما يخص السلع والخدمات المستوردة أو المقتناة محليا التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار.

الجدول رقم (37) يوضح النسبة المئوية لإستفادات المستثمر من الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة فيما يخص السلع والخدمات المستوردة أو المقتناة محليا التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار.

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %
لا	207	100
نعم	00	00
المجموع	207	100%

عرض نتائج الجدول: من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 100% تمثل المستثمرين الذين لم يستفيدوا من الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة فيما يخص السلع والخدمات المستوردة أو المقتناة محليا التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار، مع حجم العينة قدر بـ 207 .

الإستنتاج : من خلال الجدول نستنتج أن معظم المستثمرين لم يستفيدوا من الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة فيما يخص السلع والخدمات المستوردة أو المقتناة محليا التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار ، وهذا قد يكون بسبب شروط الاستفادة المعقدة وكذا الإجراءات الطويلة وغياب الاستشارة القانونية.

السؤال رقم (24): هل استفدت من الإعفاء من حقوق التسجيل المفروضة فيما يخص العقود التأسيسية للشركات والزيادات في الرأسمال؟

الهدف من السؤال (24): معرفة مدى استفادة المستثمر من الإعفاء من حقوق التسجيل المفروضة فيما يخص العقود التأسيسية للشركات والزيادات في الرأسمال.

الجدول رقم (38) يوضح اختبار كا² لاستفادة المستثمر من الإعفاء من حقوق التسجيل المفروضة فيما يخص العقود التأسيسية للشركات والزيادات في الرأسمال

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
نعم	5	2.4	187,483	0.05	1	0.000	توجد دلالة إحصائية
لا	202	97.6					
المجموع	207	100%					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 2,4 % تمثل المستثمرين الذين استفادوا من الإعفاء من حقوق التسجيل المفروضة فيما يخص العقود التأسيسية للشركات والزيادات في الرأسمال، في حين نجد نسبة 97,6 % تمثل المستثمرين الذين لم يستفيدوا من الإعفاء من حقوق التسجيل المفروضة فيما يخص العقود التأسيسية للشركات والزيادات في الرأسمال ، مع حجم العينة قدر ب 207 ، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 187,483 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية بلغت 0.000 عند الدرجة الحرية 1 ومستوى الدلالة 0.05.

الإستنتاج : من خلال الجدول نستنتج أن معظم المستثمرين لم يستفيدوا من الإعفاء من حقوق التسجيل المفروضة فيما يخص العقود التأسيسية للشركات والزيادات في الرأسمال ، وهذا مايفسر بعدم تواصل المستثمرين بلوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار (AIPA) وكذا تسجيل مشاريعهم لديها وفقا للإجراءات المعمول بها.

السؤال رقم (28): هل استفدت من الإعفاء من حقوق التسجيل والرسم على الإشهار العقاري ومبالغ الأملاك الوطنية المتضمنة حق الامتياز على الأملاك العقارية المبنية وغير المبنية الموجهة لإنجاز المشاريع الاستثمارية؟

الهدف من السؤال (28): معرفة مدى استفادت المستثمر من الإعفاء من حقوق التسجيل والرسم على الإشهار العقاري ومبالغ الأملاك الوطنية المتضمنة حق الامتياز على الأملاك العقارية المبنية وغير المبنية الموجهة لإنجاز المشاريع الاستثمارية.

الجدول رقم (39) يوضح اختبار كا² لاستفادت المستثمر من الإعفاء من حقوق التسجيل والرسم على الإشهار العقاري ومبالغ الأملاك الوطنية المتضمنة حق الامتياز على الأملاك العقارية المبنية وغير المبنية الموجهة لإنجاز المشاريع الاستثمارية.

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
نعم	4	1.9	191,309	0.05	1	0.000	توجد دلالة احصائية
لا	203	98.1					
المجموع	207	100%					

عرض نتائج الجدول : من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 1,9% تمثل المستثمرين الذين استفادوا من الإعفاء من حقوق التسجيل والرسم على الإشهار العقاري ومبالغ الأملاك الوطنية المتضمنة حق الامتياز على الأملاك العقارية المبنية وغير المبنية الموجهة لإنجاز المشاريع الاستثمارية ، في حين نجد نسبة 98,1% تمثل المستثمرين الذين لم يستفيدوا من الإعفاء من حقوق التسجيل والرسم على الإشهار العقاري ومبالغ الأملاك الوطنية المتضمنة حق الامتياز على الأملاك العقارية المبنية وغير المبنية الموجهة لإنجاز المشاريع الاستثمارية ، مع حجم العينة قدر ب 207، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 191,309 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية بلغت 0.000 عند الدرجة الحرية 1 ومستوى الدلالة 0.05.

الإستنتاج : من خلال الجدول نستنتج أن معظم المستثمرين الذين لم يستفيدوا من الإعفاء من حقوق التسجيل والرسم على الإشهار العقاري ومبالغ الأملاك الوطنية المتضمنة حق الامتياز على الأملاك العقارية المبنية وغير المبنية الموجهة لإنجاز المشاريع الاستثمارية ، وهذا مايرتبط بعدم تسجيل المشروع الاستثماري لدى الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار (AIPA) وعدم الالتزام بالشروط القانونية الكاملة كالتخصيص الفعلي للعقار للمشروع الاستثماري أو التأخر في البدء في الانجاز أو الإستغلال.

السؤال رقم (31): هل استفدت من الإعفاء من الرسم العقاري على الملكيات العقارية ؟

الهدف من السؤال (31): معرفة مدى استفادة المستثمر من الإعفاء من الرسم العقاري علالمملكيات العقارية

الجدول رقم (40) يوضح اختبار كا² لاستفادة المستثمر من الإعفاء من الرسم العقاري على الملكيات العقارية

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
نعم	1	0.5	203,019	0.05	1	0.000	توجد دلالة إحصائية
لا	206	99.5					
المجموع	207	100%					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 0,5 % تمثل المستثمرين الذين استفادوا من الإعفاء من الرسم العقاري على الملكيات العقارية، حين نجد نسبة 99,5 % تمثل المستثمرين الذين لم يستفيدوا من الإعفاء من الرسم العقاري على الملكيات العقارية ، مع حجم العينة قدر ب 207، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 203,019 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية بلغت 0.000 عند الدرجة الحرية 1 ومستوى الدلالة 0.05.

الإستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أن معظم المستثمرين لم يستفيدوا من الإعفاء من الرسم العقاري على الملكيات العقارية ، وهذا يمكن أن يكون بسبب عدم تسجيل المشروع لدى الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار (AIPA) والتي بدورها تمنح شهادة تسجيل المشروع والذي يخول له الإستفادة من هذه الامتيازات و مع عدم إثباته لتقدم أشغاله.

السؤال رقم (34): هل استفدت من الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات؟

الهدف من السؤال (34): معرفة مدى استفادت المستثمر من الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات

الجدول رقم (41) يوضح اختبار كا² لاستفادت المستثمر من الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
نعم	18	8.7	141,261	0.05	1	0.000	توجد دلالة إحصائية
لا	189	91.3					
المجموع	207	100%					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 8,7 % تمثل المستثمرين الذين استفادوا من الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات، في حين نجد نسبة 91,3 % تمثل المستثمرين الذين لم يستفيدوا من الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات ، مع حجم العينة قدر ب 207 ، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 141,261 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية بلغت 0.000 عند الدرجة الحرية 1 ومستوى الدلالة 0.05.

الإستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أن معظم المستثمرين لم يستفيدوا من الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات ، وهذا راجع إلى أن المستثمرين لم يسجلوا مشاريعهم في نظام الامتيازات، أو تم الإخلال ببعض الإلتزامات كعدم دخول المشروع حيز الإستغلال الفعلي أو لم يتم التصريح ببداية النشاط أو عدم تشغيل الحد الأدنى من العمال وغيرها.

السؤال رقم (36): هل استفدت من الإعفاء من الرسم على النشاط المهني؟

الهدف من السؤال (36): معرفة مدى استفادت من الإعفاء من الرسم على النشاط المهني

الجدول رقم (42) يوضح اختبار كا² لاستفادت من الإعفاء من الرسم على النشاط المهني

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
نعم	8	3.9	176,237	0.05	1	0.000	توجد دلالة احصائية
لا	199	96.1					
المجموع	207	%100					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 3,9% تمثل المستثمرين الذين استفادوا من الإعفاء من الرسم على النشاط المهني، حين نجد نسبة 96,1% تمثل المستثمرين الذين لم يستفيدوا من الإعفاء من الرسم على النشاط المهني ، مع حجم العينة قدر ب 207، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 176,237 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية بلغت 0.000 عند الدرجة الحرية 1 ومستوى الدلالة 0.05.

الإستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أن معظم المستثمرين لم يستفيدوا من الإعفاء من الرسم على النشاط المهني، وهذا ماثبت عدم تواصل المستثمرين مع الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار (AIPA) والتي بدورها تمنح شهادة التسجيل التي تخول للمستثمر أن يستفيد من هذا الإمتياز.

السؤال رقم (12): هل استفدت من الإعفاء من الحقوق الجمركية فيما يخص السلعة المستوردة التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار؟

الهدف من السؤال (12): معرفة مدى استفادة المستثمر من الإعفاء من الحقوق الجمركية فيما يخص السلعة المستوردة التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار.

الجدول رقم (43) يوضح النسبة المئوية لإستفادة المستثمر من الإعفاء من الحقوق الجمركية فيما يخص السلعة المستوردة التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار.

النسبة %	التكرار	النتائج الإجابات
100	207	لا
00	00	نعم
%100	207	المجموع

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 100 % تمثل المستثمرين الذين لم يستفيدوا من الإعفاء من الحقوق الجمركية فيما يخص السلعة المستوردة التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار ، مع حجم العينة قدر ب 207.

الإستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أن كل المستثمرين لم يستفيدوا من الإعفاء من الحقوق الجمركية فيما يخص السلعة المستوردة التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار ، وهذا مايفسر عدم تسجيل المستثمرين مشروعاتهم لدى الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار (AIPA) أو تم استيراد تجهيزاتهم دون المرور على هذه الوكالة وكذا غياب الاعتماد المسبق من طرف الجمارك أو التجهيزات التي تم إستيرادها لا تدخل مباشرة في إنجاز المشروع الإستثماري.

السؤال رقم (20): هل استفدت من الإعفاء من دفع حق نقل الملكية بعوض والرسم على الإشهار العقاري عن كل المقتنيات العقارية التي تتم في إطار الاستثمار ؟

الهدف من السؤال (20): معرفة مدى استفادت المستثمر من الإعفاء من دفع حق نقل الملكية بعوض والرسم على الإشهار العقاري عن كل المقتنيات العقارية التي تتم في إطار الاستثمار

الجدول رقم (44) يوضح النسبة المئوية لاستفادت المستثمر من الإعفاء من دفع حق نقل الملكية بعوض والرسم على الإشهار العقاري عن كل المقتنيات العقارية التي تتم في إطار الاستثمار

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %
لا	207	100
نعم	00	00
المجموع	207	100%

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 100% تمثل المستثمرين الذين لم يستفيدوا من الإعفاء من دفع حق نقل الملكية بعوض والرسم على الإشهار العقاري عن كل المقتنيات العقارية التي تتم في إطار الاستثمار ، مع حجم العينة قدر ب 207.

الإستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أن معظم المستثمرين لم يستفيدوا من الإعفاء من دفع حق نقل الملكية بعوض والرسم على الإشهار العقاري عن كل المقتنيات العقارية التي تتم في إطار الاستثمار ، وهذا راجع إلى أن المستثمرين لم يسجلوا مشاريعه في نظام الامتيازات أو أنه تم اقتناء العقارات دون المرور على الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار (AIPA) أو كان العقار غير مرتبط بالمشروع الإستثماري.

السؤال رقم (08): هل منحت لك مزايا لإنشائك المنشأة الرياضية؟

الهدف من السؤال (08): معرفة مدى استفادت المشاريع من المزايا.

الجدول رقم (45) يوضح اختبار كا² لاستفادت المشاريع من المزايا.

النتائج الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
نعم	64	30.9	30,150	0.05	1	0.000	توجد دلالة احصائية
لا	143	69.1					
المجموع	207	%100					

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 30.9 % تمثل المشاريع التي استفادت من المزايا حين نجد نسبة 69.1% تمثل المشاريع التي لم تستفد من المزايا، مع حجم العينة قدر بـ 207، كما نجد قيمة كا² المحسوبة بلغت 30.150 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية واحتمال المعنوية بلغت 0.000 عند الدرجة الحرية 1 ومستوى الدلالة 0.05.

الإستنتاج :

من خلال الجدول نستنتج أن معظم المشاريع لم تستفد من المزايا، وهذا ما يرتبط بعدم تسجيل المشاريع لدى الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار (AIPA)، حيث أن المشاريع الذين باثروا مشاريعه م بدون المرور على هذه الوكالة لا يعتبرون قانونيا ضمن النظام الإمتيازي.

الجدول رقم (46) يوضح اختبار كا² للمحور الرابع

المحور الرابع	كا ²	مستوى الدلالة α	درجة الحرية df	احتمال المعنوية (sig)	القرار الإحصائي
المزايا والضمانات	401.865	0.05	6	0.000	توجد دلالة احصائية

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن قيمة "كا²" بلغت 401.865 وقيمة احتمال المعنوية (sig) قدرت بـ 0.000 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 وعند درجة الحرية 6، مع حجم العينة كان قد قدر بـ 207 .

الجدول رقم (47) يوضح اختبار كا² للدرجة الكلية للاستبيان

القرار الإحصائي	احتمال المعنوية (sig)	درجة الحرية df	مستوى الدلالة α	كا ²	
توجد دلالة	0.000	31	0.05	489.734	الدرجة الكلية للاستبيان

إحصائية					
---------	--	--	--	--	--

عرض نتائج الجدول :

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن قيمة "كا²" بلغت 489.734 وقيمة احتمال المعنوية

(sig) قدرت بـ 0.000 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 وعند درجة الحرية

31، مع حجم العينة كان قد قدر بـ 207 .

2- عرض ومناقشة النتائج :

2-1- عرض ومناقشة النتائج على ضوء الفرضية العامة :

مناقشة الفرضية العامة والتي تنص على انه يرتبط ضعف الإقبال على الاستثمار الخاص في المنشآت

الرياضية في الجزائر بعدم توفر مناخ استثماري ملائم، رغم وجود نصوص قانونية وآليات تهدف إلى

تشجيع الاستثمار الخاص، ومن خلال الجداول رقم (16)، (27)، (35)، (45)، (46) وتحليل نتائجهم، تبين

أن معظم الاستثمارات نوعها رياضي وهي مصغرة أي توظف من واحد (1) إلى تسعة (9) عمال، حيث

تتخصص اختصاصات المنشآت الرياضية الخاصة في اختصاص رياضي واحد، كما قام المستثمرون بدراسات

لمشاريعهم لاسيما الدراسات المالية، إذ نلاحظ أن معظم المستثمرين لم يتواصلوا مع المصالح المرافقة لكن

في المقابل تواصلوا مع الجهات الوصية التي بدورها قدمت تسهيلات وكذا مرافقات مرحلية لإستثماراتهم.

وفي هذا السياق نجد أنهؤلاء المستثمرين لم يتواصلوا مع الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار (AIPA) وكذا

الشباك الوحيد للوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار، و أن أغلب المنشآت الرياضية في تسييرها تواجه مشاكل

تمويلية، فالمستثمر عند قيامه بالإجراءات الإدارية واجه عراقيل وواجه أيضا مشاكل من بينها عدم وجود

العقار وكذا مشكل التسويق، حيث أنه أغلب المشاريع الاستثمارية لم تستفيد من المزايا التي تقدمها

المؤسسات المرافقة للإعفاءات لا سيما الرسم على القيمة المضافة فيما يخص السلع والخدمات المستوردة أو المقتناة محليا التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار.

ومن خلال مقارنة مستوى الدلالة (0.05) وقيمة احتمال المعنوية (sig) في الجداول المذكورة سابقا نجد أن مستوى الدلالة اكبر من قيمة احتمال المعنوية (sig) وهذا ما يبين صحة الفرضية العامة التي تنص على أنه يرتبط ضعف الإقبال على الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية في الجزائر بعدم توفر مناخ استثماري ملائم، رغم وجود نصوص قانونية وآليات تهدف إلى تشجيع الاستثمار الخاص ، وهذا نظرا لعدم وجود مناخ استثماري يشجع هذا النوع من الاستثمار ، وبالتالي فالفرضية محققة ، وهذا ما يتفق مع دراسة الباحث "تاجي بن الحسين (2006-2007)" الذي توصل إلى أن معدل النمو الاقتصادي المسجلة في الجزائر في مستويات متواضعة بسبب ضعف معدل الاستثمار الخاص نظرا لغياب البيئة المناسبة المشجعة لنمو هذا القطاع، وكذا مع دراسة الباحث "محمد سارة (2009-2010)" والذي توصل إلى أنه تم ملاحظة بعض النقائص والتي لا تكمن أساسا في النصوص القانونية الخاصة بتشجيع الاستثمارات بقدر ما تكمن في تنفيذ وتطبيق هذه الأخيرة من طرف السلطات المختصة، مع نقص قوانين تشجيع الاستثمارات من ناحية التطبيق والتنفيذ حيث لاحظنا غالب الأحيان تقديم المشرع الجزائري تعديلات في المجال الجبائي في مجال تحويل الأرباح ضمن قوانين مالية تكميلية والتي بطبيعتها لا علاقة لها ببنود الإستثمار، فهذا إن دل على شيء فإنما يدل على عدم استقرار القوانين الشيء الذي يمكن أن يبعد المستثمرين الأجانب، فالتدرك المستمر لبنود الإستثمار بقوانين مالية يدل حسب رأي هـ على التسيير السيئ للوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار وعلى السلطات المختصة بالاستثمار وذلك في متابعة ومراقبة الاستثمارات ، مع العمل على إصدار تشريع جديد يضبط النقائص والثغرات الملاحظة في تطبيق القوانين السارية والمتعلقة بالاستثمار وذلك بمراجعة المشرع الجزائري لبعض الإجراءات عند التعامل مع المستثمر الأجنبي خاصة من ناحية التنفيذ، وكذا في تقييم و تقدير الامتيازات الممنوحة له.

ودراسة الباحث الدكتور "بن مريم محمد جوان 2018" والذي توصل إلى أنه لابد للحكومة الجزائرية الإسراع في الإصلاحات والاستثمار أكثر في مجال تحسين مناخ الأعمال ووضع سياسة ترقية حقيقية لجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، وهذا ما ينعكس على النمو الاقتصادي وخلق مناصب شغل ونقل التكنولوجيا وغيرها من الفوائد، وتبسيط الإجراءات المتبعة في خلق المؤسسات الخاصة لاسيما في وجه الأجانب حيث أن الإجراءات المعقدة تعتبر من أهم العوامل المنفرة للمستثمر الأجنبي، وكذا إصلاح النظام القانوني الجزائري لكي يضع المستثمر الثقة في المنظومة التشريعية.

2-2- عرض ومناقشة النتائج على ضوء الفرضية الجزئية الأولى :

مناقشة الفرضية الجزئية الأولى والتي تنص على أنيوجد استثمار خاص في المنشآت الرياضية في الجزائر ،ومن خلال الجدول رقم (16) وكذا الجداول رقم (05)، (06)، (07)، (08)، (09)، (10)، (11)، (12)، (13)، (14)، (15) وتحليل نتائجه م تبيين أن معظم الاستثمارات نوعها رياضي وهي مصغرة أي توظف من واحد (01) إلى تسعة (09) عمال ، حيث تنحصر اختصاصات المنشآت الرياضية الخاصة في اختصاص رياضي واحد، إذ نجد هؤلاء المستثمرين قاموا بدراسات لمشاريعهم لاسيما الدراسات المالية، وكانت هذه الدراسات منجزة من طرف خبير متخصص ، وبما أن المستثمرين ليس لديهم إدارة خاصة بالتسويق وكذا عدم استعانتهم بمؤسسات أخرى لإشهار مشروعهم لم يقم المستثمرون باستعمال أساليب أدوات تسويقية للتسويق لمشاريعهم.

ومن خلال مقارنة مستوى الدلالة (0.05) وقيمة احتمال المعنوية (sig) في الجدول رقم (16) نجد أن مستوى الدلالة اكبر من قيمة احتمال المعنوية (sig)، وهذا ما بين صحة الفرضية التي تنص على انه يوجد استثمار خاص في المنشآت الرياضية في الجزائر، وبالتالي فالفرضية محققة وهذا ما يتفق مع دراسة الباحث دراسة الباحث "ناجي بن الحسين (2006-2007)" الذي توصل إلى أن جل المشاريع الجديدة فيما يخص الاستثمار الخاص الوطني هي عبارة عن مشاريع تتعلق بمؤسسات صغيرة ومصغرة، ويعود السبب

في ذلك إلى السياسات المعتمدة من طرف الحكومة الجزائرية لتشجيع المنشئين الجدد عبر توفير العديد من الآليات المساعدة لهم.

2-3- عرض ومناقشة النتائج على ضوء الفرضية الجزئية الثانية :

➤ مناقشة الفرضية الجزئية الثانية والتي تنص على أن السياسة العامة للإستثمار في الجزائر غير كفيلة بتشجيع الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية ، ومن خلال الجدول رقم (27) وكذا الجداول رقم (17)، (18)، (19)، (20)، (21)، (22)، (23)، (24)، (25)، (26)، وتحليل نتائجه م تبين أن معظم المستثمرين لم يحصلوا على الامتيازات الممنوحة من طرف الهيئات المرافقة وهذا راجع لعدم تواصلهم معها، حيث كان تمويل إستثماراتهم عن طريق أموالهم الخاصة.

وتجدر الإشارة إلى أن جل المرافقات مرحلية، حيث أن الجهات الوصية قدمت تسهيلات لمعظم المستثمرين الذين تواصلوا معها ، مع التنويه إلى أن أغلبية المستثمرين لم يتواصلوا مع الوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار (AIPA) والشباك الوحيد للوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار ، وكذا كل من الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية (ANAD) والوكالة الوطنية للقرض المصغر (ANGEM) ووكالة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الابتكار (ADPMEPI).

ومن خلال مقارنة مستوى الدلالة (0.05) وقيمة احتمال المعنوية (sig) في الجدول رقم (27) نجد أن مستوى الدلالة أكبر من قيمة احتمال المعنوية (sig) وهذا ما يبين صحة الفرضية التي تنص على أن

السياسة العامة للإستثمار وكذا الإطار القانوني للإستثمار في الجزائر غير كفيلان بتشجيع الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية، وبالتالي فالفرضية محققة وهذا ما يتفق مع دراسة الباحث دراسة الباحث "عبد الحق طير (2017-2018)" الذي توصل إلى أن بيئة الاستثمار لم تتحسن في الجزائر بناء على مختلف المؤشرات الدولية والإقليمية وتراجعت من حيث النقاط المتحصل عليها أو من حيث ترتيبها عالميا وعربيا، وكذا مع دراسة الباحث "ناجي بن الحسين (2006-2007)" والذي توصل إلى أن الضعف الهيكلي للاقتصاد الوطني المتميز بسيطرة قطاع المحروقات وضعف فعالية القطاع المالي وأيضا إلى ضعف مستوى المؤشرات الاجتماعية كزيادة معدلات الفقر وارتفاع معدلات البطالة ، مع بقاء معدلات النمو الاقتصادي المسجلة في الجزائر في مستويات متواضعة بسبب ضعف معدل الاستثمار الخاص نظرا لغياب البيئة المناسبة المشجعة لنمو هذا القطاع ، وبالإضافة إلى دراسة الباحث " محمد سارة (2009-2010)" الذي توصل إلى أنه تم ملاحظة بعض النقائص والتي لا تكمن أساسا في النصوص القانونية الخاصة بتشجيع الاستثمارات بقدر ماتكمن في تنفيذ وتطبيق هذه الأخيرة من طرف السلطات المختصة، مع نقص قوانين تشجيع الاستثمارات من ناحية التطبيق والتنفيذ حيث لاحظنا و في غالب الأحيان تقديم المشرع الجزائري تعديلات في المجال الجبائي و في مجال تحويل الأرباح ضمن قوانين مالية تكميلية والتي بطبيعتها لاعلاقة لها ببنود الإستثمار، فهذا إن دل على شيء فإنما يدل على عدم استقرار القوانين الشيء الذي يمكن أن يبعد المستثمرين الأجانب، فالتدراك المستمر لبنود الإستثمار بقوانين مالية يدل حسب رأي ه على التسيير السيء للوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار وعلى السلطات المختصة بالاستثمار وذلك في متابعة ومراقبة الاستثمارات ، مع وجوب إصدار تشريع جديد يضبط النقائص والثغرات الملاحظة في تطبيق القوانين السارية والمتعلقة بالاستثمار و ذلك بمراجعة المشرع الجزائري لبعض الإجراءات عند التعامل مع المستثمر الأجنبي خاصة من ناحية التنفيذ، وكذا في تقييم و تقدير الامتيازات الممنوحة له، وفي دراسة الباحث "الدكتور بن مريم محمد 2018" والذي توصل إلى العمل على تبسيط الإجراءات المتبعة في خلق المؤسسات

الخاصة لاسيما في وجه الأجانب حيث أن الإجراءات المعقدة تعتبر من أهم العوامل المنفرة للمستثمر الأجنبي وكذا إصلاح النظام القانوني الجزائري لكي يضع المستثمر الثقة في المنظومة التشريعية مع التحسين من شفافية التشريعات الخاصة بالاستثمار وذلك بتحديد قراءة وحيدة لمفهوم التشريع، وكذلك تبسيط وتوضيح نظام الطعن في قرارات الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، و دعم القطاع الخاص بقوانين تحفيزية لكي يضع أو يفتح على مستوى مؤسساته مخابر البحث والتطوير لتطوير منتجاتها.

وفي دراسة الباحث لأستاذ "زغبة طلال 2012" الذي توصل أيضا إلى إن مناخ الاستثمار يتطلب توفير العديد من العوامل ذات طابع سياسي واجتماعي، وعوامل أخرى ذات طابع اقتصادي تتعلق بخصائص ومستوى التنمية الاقتصادية في البلد، وعوامل تتعلق بالضمانات والحوافز القانونية المتضمنة في التشريعات ، وفي دراسة الباحثان " ميلود بوعبيد وأحمد بن البار 2021" اللذان توصلا إلى أن تقارير مناخ الأعمال تظهر أن سنغافورة من البلدان التي حققت قفزة نوعية في مختلف مؤشرات تقييم مناخ الاستثمار المعتمدة من طرف التقارير الصادرة من الهيئات والمنظمات الدولية مثل مؤشر سهولة أنشطة الأعمال ومؤشر التنمية البشرية ومؤشر الحرية الاقتصادية ومؤشر التنافسية الاقتصادية.

2-4- عرض ومناقشة النتائج على ضوء الفرضية الجزئية الثالثة :

مناقشة الفرضية الجزئية والتي تنص على أن المعوقات التمويلية تعتبر من أبرز المعوقات التي يمكن أن تواجه الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية في الجزائر ومن خلال الجدول رقم (35) وكذا الجداول رقم (28)، (29)، (30)، (31)، (32)، (33)، (34) وتحليل نتائجه م أن أغلب المنشآت الرياضية في تسييرها تواجه معوقات تمويلية، وبالإضافة إلى معوقات أخرى كالعقار، التسويق، صعوبة التنبؤ بعدد الممارسين المتوقعين، عدم توفر المعلومة والإحصائيات المطلوبة عن السوق والمستهلكين، صعوبة التنبؤ بعدد الممارسين المتوقعين، مع أن المستثمر أيضا عند قيامه بالإجراءات الإدارية واجه عراقيل إدارية.

ومن خلال مقارنة مستوى الدلالة (0.05) بقيمة احتمال المعنوية (sig) في الجدول رقم (35) نجد أن مستوى الدلالة أكبر من قيمة احتمال المعنوية (sig) وهذا ما يبين صحة الفرضية التي تنص على أن المعوقات التمويلية تعتبر من أبرز المعوقات التي يمكن أن تواجه الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية في الجزائر ، وبالتالي فالفرضية محققة وهذا ما يتفق مع دراسة الباحث "تاجي بن الحسين (2006-2007)" الذي توصل إلى أن تراجع القطاع العمومي الذي حقق قدرا من التوازن الجهوي في السبعينات والثمانينات من القرن الماضي لم يتم تعويضه بمستثمرين جدد ، وعدم تمكن المستثمرين من الحصول على موارد الاستثمار في جميع الولايات بسبب صعوبة الحصول على العقار والتمويل فإحصائيات (ANDI) تشير إلى أن نسبة 47 % من الاستثمارات توجد في ولايات الوسط بقيمة تقدر بـ 52 % من الاستثمارات الكلية، بينما لا تمثل سوى نسبة 20 % في ولايات الشرق أي ما يمثل 25 % فقط من قيمة الاستثمارات الإجمالية، أما في ولايات الغرب فتتمثل نسبة 25 % من الاستثمارات أي ما يعادل 17 % فقط من الحجم الإجمالي لقيمة الاستثمارات المنجزة ، مع عدم توفر البنية التحتية للاستثمار في الولايات الداخلية للوطن، كعدم توفر شبكة بنكية واسعة الانتشار، حيث نلاحظ قلة الوكالات البنكية في أغلبية الولايات ماعدا في المدن الكبرى ، وعلى الرغم من أهمية سياسات الدعم الحكومي للمؤسسات الصغيرة وتخصيص وزارة كاملة لها ما تزال هذه المؤسسات تعاني من وجود العديد من العوائق التي تعترضها و تحد من تطورها واستمرار نشاطها ، مع التأخر في استكمال برامج الإصلاحات الاقتصادية خاصة تلك المتعلقة بالإصلاحات الهيكلية كالتأخر في تنفيذ برامج الخصخصة أو في تطوير النظام المالي، وتعدد القيود الخاصة بإنشاء المؤسسات نذكر منها مشكلة العقار وتزايد حجم القطاع غير الرسمي وتأخر تهيئة البنية التحتية وعدم تكيف النظام القضائي وتخلف النظام المالي عامة والقطاع المصرفي على وجه التحديد، وكذا النظام المصرفي في الجزائر الذي يعاني من عدة نقائص تتمثل أساسا في تخلف أنظمة الدفع وسيطرة البنوك العمومية على 95 % من البنوك التجارية، ولهذا كله ترى أغلبية المؤسسات (خاصة الصغيرة والمتوسطة) بأن الوصول إلى التمويل يمثل أحد أهم العوائق التي تعترض

استثماراته، ويعود السبب في ذلك لدرجة المخاطرة المرتفعة التي تتوقعها البنوك في تعاملها مع هذه المؤسسات نظرا لعدم تمكن أصحابها من تقديم الضمانات المطلوبة بسبب عدم توفر هذه المؤسسات (الصغيرة والمصغرة) على حسابات مصادق عليها، وبالإضافة إلى ذلك النظام البنكي في الجزائر لا يوفر بدوره العديد من البدائل التمويلية التي يمكن أن تفتح مجالات جديدة للمساهمة في التخفيف من مشكلة التمويل.

2-5- عرض ومناقشة النتائج على ضوء الفرضية الجزئية الرابعة :

مناقشة الفرضية الجزئية والتي تنص على انه لم يستفد الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية من المزايا والضمانات الممنوحة من طرف الدولة ، ومن خلال الجدول رقم (45) وكذا الجداول رقم (36)،(37)،(38)،(39)،(40)،(41)،(42)،(43)،(44) وتحليل نتائجه م، نجد أن أغلب المشاريع الاستثمارية لم تستفيد من مزايا التي تقدمها المؤسسات المرافقة لاسيما الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة فيما يخص السلع والخدمات المستوردة أو المقتناة محليا التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار والإعفاء من حقوق التسجيل المفروضة فيما يخص العقود التأسيسية للشركات والزيادات في الرأسمال وكذا من الإعفاء من حقوق التسجيل والرسم على الإشهار العقاري ومبالغ الأملاك الوطنية المتضمنة حق الامتياز على الأملاك العقارية المبنية وغير المبنية الموجهة لإنجاز المشاريع الاستثمارية.

ولم تستفيد أيضا المشاريع الاستثمارية من الرسم العقاري على الملكيات العقارية وكذا من الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات والإعفاء من الرسم على النشاط المهني وكذا من الإعفاء من الحقوق الجمركية فيما يخص السلعة المستوردة التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار والإعفاء من دفع حق نقل الملكية بعبوض والرسم على الإشهار العقاري عن كل المقتنيات العقارية التي تتم في إطار الاستثمار.

ومن خلال مقارنة مستوى الدلالة (0.05) وقيمة احتمال المعنوية (sig) في الجدول رقم (45) نجد أن مستوى الدلالة أكبر من قيمة احتمال المعنوية (sig) وهذا ما يبين صحة الفرضية التي تنص على أنه لم يستفد الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية من المزايا والضمانات الممنوحة من طرف الدولة، وبالتالي فالفرضية محققة وهذا ما يتفق مع دراسة الباحثة الباحثة " محمد سارة (2010-2009)" الذي توصل إلى أن المستثمر أوراسكوم تيليكوم هو مستثمر ذو خبرة عالية في مجال المواصلات السلكية و اللاسلكية، فقد نجح بأن يندمج مع سياسة الإستثمار الوطنية باستغلاله الأقصى لجملات الامتيازات والضمانات الممنوحة له ، وهذه الامتيازات والضمانات المقدمة لشركة أوراسكوم تبقى جد متفاوتة مقارنة بما تقدمه السوق الجزائرية من فرص نجاح في هذا المجال، فالتمسنا حينها النقص الواضح في تنفيذ و تطبيق القوانين المتعلقة بالاستثمار من طرف السلطات المختصة ونخص بالذات الوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار ومصلحة الضرائب ، حيث أن استثمار أوراسكوم يبقى استثمارا مفيدا للجزائر، إلا أن جملة الامتيازات المقدمة للمستثمر الأجنبي أوراسكوم تبقى جد متفاوتة إذ أن حقيقة هذا الإستثمار قد أظهرت مدى خصوبة الأرضية التشريعية للاستثمار في الجزائر ، وبالإضافة إلى ذلك أن إقامة نظام إعلام اقتصادي في الجزائر مع التحديث الدوري للبيانات مع مراعاة نوعيتها ومصادقيتها حتى تكون المرجع الأساسي لأصحاب القرار والباحثين، مع ضرورة إحداث القطاع المالي والمصرفي في الجزائر و إعطاء البورصة دورها الاقتصادي.

ودراسة الباحث الدكتور "بن مريم محمد 2018" الذي توصل إلى وجوب تقوية أداء الشباك الوحيد اللامركزي في نشاطاته بترقية الاستثمار ووضع عقود الشراكة بين القطاع العام والمستثمر الأجنبي، مع وضع أدوات معلوماتية حديثة للوزارة المنتدبة والتي تسمح لها بمعرفة حركة الاستثمارات الدولية مما يجعلها في مركز تنافسي أحسن، وكذا أيضا وضع إستراتيجية ترقية الاستثمار من خلال الوكالة الوطنية وضرورة القيام بعملية المراجعة لهذه الوكالة لتستجيب هذه الأخيرة للمعايير الدولية لجلب الاستثمار الأجنبي ، كذلك

لا بد عليها أن تعمل بشراكة مع مكتب تسويق دولي لإظهار قدرات الجزائر وجاذبية السوق وكذلك تكوين إطارات في هذا المجال مهمتهم العمل على الإعلان والترويج لذلك.

وأيضاً دراسة الباحث الأستاذ "زغبة طلال 2012" الذي توصل إلى أن مناخ الاستثمار يتطلب توفير العديد من العوامل لاسيما فيما تتعلق بالضمانات والحوافز القانونية المتضمنة في التشريعات.

ودراسة الباحث "زرزور بن نولي 2023" والذي توصل إلى العمل على رقمنة الإجراءات المتصلة بعملية الاستثمار من خلال وضع منصة رقمية للمستثمر تسمح باستكمال الإجراءات المتصلة بالاستثمار عبر الشبكة الالكترونية، مع تعزيز صلاحيات الشبابيك الوحيدة، وذلك بتأهيل ممثلي الهيئات والإدارات لدى هذه الشبابيك لإصدار أي قرار وتسليم كل وثيقة تسمح بتجسيد المشروع الاستثماري، وكذا التسليم الفوري لشهادة تسجيل المشروع الاستثماري مرفقة بقائمة السلع والخدمات التي من شأنها الاستفادة من المزايا بعنوان الضمانات الممنوحة للمستثمرين.

خلاصة :

من خلال عرض وتحليل ومناقشة نتائج البحث تبين أن البيانات التي تم جمعها وتحليلها باستخدام الاستبيان قد أسهمت بشكل واضح في الإجابة على أسئلة البحث والتحقق من فروضه، وقد أظهرت النتائج أن المشاريع الاستثمارية تستطيع الاستفادة من الأنظمة التحفيزية المنصوص عليها في قانون الاستثمار، إلا أن الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية لم يستفد من هذه ال مزايا والضمانات الممنوحة من طرف الدولة.

كما مكن الربط بين نتائج هذا البحث والدراسات السابقة من تحديد أوجه التشابه مما يعزز من قيمة البحث العلمي ويساعد على فهم الظاهرة المدروسة بشكل أعمق والاستفادة من نتائجها في الواقع الميداني، حيث تمثل نتائج البحث إضافة جديدة لمجال البحث، مع التأكيد على أهمية مواصلة الدراسات المستقبلية للتوسع في الجوانب التي أظهرت تباينا أو لم تحض بتغطية كافية.

نتائج الدراسة:

تم التوصل إلى نتائج هذه الدراسة من خلال تحليل البيانات التي تم جمعها باستخدام أداة الاستبيان، وقد تم عرض النتائج وفقا لمحاور الاستبيان الأربعة، حيث تناول المحور الأول الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية ، وتناول المحور الثاني السياسة العامة والإطار القانوني لتشجيع الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية ، أما المحور الثالث فقد تناول المعوقات ، وفي الأخير المحور الرابع الذي تضمن المزايا والضمانات.

نتائج المحور الأول : الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية

- ✓ يوجد استثمار خاص في المنشآت الرياضية في الجزائر.
- ✓ معظم الاستثمارات مصغرة أي توظف من واحد (01) إلى تسعة (09) عمال ، حيث تنحصر اختصاصات المنشآت الرياضية الخاصة في اختصاص رياضي واحد.
- ✓ معظم المستثمرين ليس لديهم إدارة خاصة بالتسويق وكذا عدم استعانتهم بمؤسسات أخرى لإشهار مشروعاتهم.

نتائج المحور الثاني : السياسة العامة والإطار القانوني لتشجيع الاستثمار الخاص في المنشآت

الرياضية

- ✓ السياسة العامة للإستثمار وكذا الإطار القانوني للإستثمار في الجزائر غير كفيلا بتشجيع الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية.
- ✓ معظم المستثمرين لم يحصلوا على الامتيازات الممنوحة من طرف الهيئات المرافقة وهذا راجع لعدم تواصلهم معها، حيث كان تمويل معظم الاستثمارات عن طريق الأموال الخاصة.
- ✓ أغلبية المستثمرين لم يتواصلوا مع الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار (AIPA) والشباك الوحيد للوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار، وكذا كل من الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية (ANAD) والوكالة الوطنية للقرض المصغر (ANGEM) ووكالة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الابتكار (ADPMEPI).

نتائج المحور الثالث : المعوقات

- ✓ تعتبر المعوقات التمويلية من أبرز المعوقات التي يمكن أن تواجه الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية في الجزائر.
- ✓ أغلب المنشآت الرياضية في تسييرها تواجه معوقات تمويلية، وبالإضافة إلى معوقات أخرى كالعقار، التسويق وكذا صعوبة التنبؤ بعدد الممارسين المتوقعين ، حيث أن المستثمر عند قيامه بالإجراءات الإدارية واجه عراقيل.
- ✓ عدم توفر المعلومة والإحصائيات المطلوبة عن السوق والمستهلكين لدى المستثمرين وصعوبة التنبؤ بعدد الممارسين المتوقعين.

نتائج المحور الرابع : المزايا والضمانات

✓ لميستفد الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية من المزايا والضمانات الممنوحة من طرف الدولة.

✓ أغلب المشاريع الاستثمارية لم تستفيد من المزايا التي تقدمها المؤسسات المرافقة لاسيما الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة فيما يخص السلع والخدمات المستوردة أو المقتناة محليا التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار والإعفاء من حقوق التسجيل المفروضة فيما يخص العقود التأسيسية للشركات والزيادات في الرأسمال وكذا من الإعفاء من حقوق التسجيل والرسم على الإشهار العقاري ومبالغ الأملاك الوطنية المتضمنة حق الامتياز على الأملاك العقارية المبنية وغير المبنية الموجهة لإنجاز المشاريع الاستثمارية.

✓ لمستفيد أيضا المشاريع الاستثمارية من الرسم العقاري على الملكيات العقارية وكذا من الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات والإعفاء من الرسم على النشاط المهني وكذا من الإعفاء من الحقوق الجمركية فيما يخص السلعة المستوردة التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار والإعفاء من دفع حق نقل الملكية بعوض والرسم على الإشهار العقاري عن كل المقتنيات العقارية التي تتم في إطار الاستثمار.

خاتمة

خاتمة :

يعتبر الاستثمار من المواضيع ذات الأهمية الكبيرة لما له من دور على الصعيد الاقتصادي والاجتماعي، حيث شهد الاستثمار في السنوات الأخيرة اهتماما كبيرا من طرف الدولة لما له من مؤهلات تجعله كوسيلة لتنويع اقتصادها وفك التبعية لقطاع المحروقات وذلك عبر تشجيع قطاعات أخرى بديلة، وفي هذا الإطار حاولت دراسة "واقع الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية في الجزائر" على معرفة الواقع الفعلي للاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية في الجزائر، مركزة هذه الدراسة على مناخ الاستثمار في الجزائر والمعوقات التي تعيق هذا النوع من الاستثمار إضافة إلى المزايا والضمانات التي تمنحها الدولة، وللوصول إلى هذه النتائج أجريت الدراسة على أصحاب المنشآت الرياضية الخاصة.

وقد أظهرت النتائج إلى أن الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية بالرغم من تواجد منظومة قانونية تدعم وتشجع الإستثمار في الجزائر إلا أن الإقبال على الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية يبقى ضعيف، وهذا نظرا لعدم وجود مناخ استثماري يشجع هذا النوع من الاستثمار، حيث السياسة العامة للإستثمار وكذا الإطار القانوني للإستثمار في الجزائر غير كفيلا بتشجيع الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية، مع انه توجد معوقات تواجه الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية في الجزائر، بالإضافة إلى أن هذا النوع من الاستثمار لم يستقدم المزايا والضمانات الممنوحة من طرف الدولة.

إن الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية يمكن اعتباره من بين الخيارات الوطنية للتخطيط بالنهوض بقطاع الرياضة، وهذا لما يساهم به في تحسين جودة الخدمات عبر تبني معايير الكفاءة والحوكمة الرشيدة، وكذا أيضا لسعي المستثمرين إلى تحقيق عوائد مستدامة في ضل بيئة تنافسية، ومن أجل تشجيع هذا النوع من الإستثمار يستوجب توفير مناخ استثمار ملائم

يتميز بالإستقرار التشريعي وتبسيط الإجراءات الإدارية وضمان الشفافية وحماية حقوق المستثمرين مع إعطاء الاهتمام الكافي لهذا الإستثمار.

وبناء على ما توصلت إليه هذه الدراسة، يمكن القول أنه رغم الإهتمام غير الكافي للإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية من طرف الدولة إلا انه يسر في اتجاه إيجابي، غير أن الانتقال إلى بيئة استثمارية تنافسية ومستدامة يضل حبيس الإرادة السياسية والتفاعل مع التحديات التي يمكن إن تواجه هذا النوع من الاستثمار، ومن هذا المنطلق تشكل هذه الدراسة قاعدة تحليلية يمكن البناء عليها لمزيد من الأبحاث التي تعنى بالاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية.

الإقتراحات :

1-اقتراحات موجهة للجهات المختصة :

بناءا على نتائج الدراسة والتي أبرزت أهمية مناخ الاستثمار في تشجيع الاستثمارات الخاصة في المنشآت الرياضية، نوصي الجهات المختصة مايلي :

- ✚ إبراز أهمية الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية، مع إعطائه الاهتمام الكافي في المخطط التوجيهي للرياضة والتجهيزات الكبرى.
- ✚ إضافة قطاع الرياضة ضمن القطاعات التي يمكن الاستثمار فيها من طرف الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار (AIPA).
- ✚ إحداث مديرية أو مصلحة خاصة بمتابعة ومراقبة الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية سواء على المستوى المركزي أو المحلي.
- ✚ وضع بنك معلومات وأنظمة إعلامية تساعد المستثمرين الخواص على الحصول على المعطيات الإقتصادية بكل أشكالها والمراجع التوثيقية أو مصادر المعلومات الأنسب الضرورية للتحضير لمشاريعهم.
- ✚ تبسيط الإجراءات المتبعة في إحداث واستغلال المنشآت الرياضية الخاصة.
- ✚ ضرورة وضع إطار قانوني خاص بتشجيع الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية ، مع العمل على الاستقرار القانوني.
- ✚ العمل على إجراء اتفاقيات مع الوكالات التي تختص بالاستثمار مع تزويدها بكل المعلومات التي تخص الاستثمار الرياضي الخاص لاسيما رؤية الحكومة، نقاط القوة، المؤشرات الرياضية، الفرص الاستثمارية، الأقطاب التطويرية الرياضية المخطط التوجيهي.

✚ مراجعة آليات التمويل والتشريعات ذات الصلة بما يتناسب مع هذا النوع من الاستثمار، حيث هذه الخطوة من شأنها أن تخلق بيئة أكثر جذبا للمستثمرين وتعزز القدرة التنافسية للقطاع الرياضي.

✚ توفير مناخ ملائم يشجع على الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية وذلك ب توفير العوامل لاسيما المتعلقة بالجانب ال سياسي ، الاجتماعي ، الاقتصادي، مستوى التنمية الاقتصادية في البلد وكذا العوامل المتعلقة بالضمانات والحوافز القانونية المتضمنة في التشريعات.

✚ تمكين المستثمرين من الحصول على موارد الاستثمار في جميع الولايات لاسيما الحصول على العقار والتمويل وتوفير شبكة بنكية وتطوير النظام المالي. ✚ إقامة نظام إعلام اقتصادي في الجزائر مع التحديث الدوري للبيانات ومراعاة نوعيتها ومصادقيتها حتى تكون المرجع الأساسي لأصحاب القرار والباحثين، مع ضرورة إحداث القطاع المالي والمصرفي في الجزائر و إعطاء البورصة دورها الاقتصادي.

✚ وجوب تقوية أداء الشباك الوحيد اللامركزي في نشاطاته بترقية الاستثمار ووضع عقود الشراكة بين القطاع العام والمستثمر الخاص، مع وضع أدوات معلوماتية حديثة. ✚ وضع إستراتيجية لترقية الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية بالتنسيق مع الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار (AIPA)، وضرورة القيام بعملية المراجعة لهذه الوكالة لتستجيب هذه الأخيرة للمعايير الدولية لجلب الاستثمار.

✚ العمل على رقمنة الإجراءات المتصلة بعملية الاستثمار الخاص من خلال وضع منصة رقمية للمستثمر تسمح باستكمال الإجراءات المتصلة بالاستثمار عبر الشبكة الالكترونية.

اقتراحات للبحوث المستقبلية :

تقترح الدراسة إجراء بحوث مستقبلية تركز على دور الاستثمار الخاص في المنشآت الرياضية في النمو الاقتصادي بالإضافة إلى دراسة دور هذا الاستثمار في التنمية المستدامة وكذا موضوع الشراكة بين القطاعين العام والخاص في إحداث واستغلال المنشآت الرياضية، وأيضاً دور العقار الاقتصادي التابع للأموال الخاصة بالدولة الموجه لانجاز مشاريع استثمارية في تطوير الاستثمار الرياضي.

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

1-باللغة العربية:

❖ الكتب :

- 1-ادريان بالمر ترجمة بهاء شاهين وعلاء احمد ،إصلاح ; دعاء ، شراقي . (2020).مبادئ تسويق الخدمات. مصر: مجموعة النيل العربية.
- 2-أ.م إسماعيل، علي شكر.(2016).مشاريع القطاع الخاص ودورها في الحد من البطالة . عمان : مركز الكتاب الأكاديمي.
- 3-ال شبيب، دريد كامل.(2015).الاستثمار والتحليل الاستثماري. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- 4-جميل ، احمد توفيق.(2013).اساسيات الادارة المالية .بيروت : دار النهضة العربية للطباعة والنشر.
- 5-الجبالي ،حمزة . (2016).مهارات وفن إدارة المنتجات والتسويق .عمان : دار الأسرة ودار الثقافة للنشر والتوزيع.
- 6-درويش،كمال . (2013).اقتصاديات الرياضة. مصر: مكتبة الأنجلو المصرية.
- 7-زينب، صالح الاشوح.(2016).دراسة الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات . القاهرة: المجموعة العربية للنشر والتوزيع. ط 1 .
- 8-حمدي ،عبد العظيم . (2006).دراسات الجدوى الاقتصادية للمشروع الاستثمارية ومشاروعات. (B.O.T).مصر: المكتبة العالمية للنشر والتوزيع.ط4.
- 9-كافي، مصطفى يوسف.(2009). تقنيات دراسة الجدوى الاقتصادية. دمشق : دار ومؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع.

- 10- محمد، خليل محمود محمد. (2018). المشروعات الصغيرة مدخل للتنمية المستدامة . مصر : دار حميثرا للنشر والترجمة والتوزيع.
- 11- مفتي، إبراهيم حمادة. تطبيقات الإدارة الرياضية. المدارس. الجامعات. الاتحادات. الأندية الرياضية. القاهرة : المكتبة الرياضية الشاملة.
- 12- أ. نعمان، عبد الغني. د. حمروش أحمد رضا. (2017). الاتجاهات الحديثة في الإدارة الإستراتيجية الرياضية. الجزائر : دار الهدى.
- 13- الساعدي، أحمد كاضم. (2019). حماية الاستثمار الأجنبي في القانون الدولي العام . القاهرة - مصر: المركز العربي للنشر والتوزيع.
- 14- ساحل، محمد. (2019). التقييم المالي للمشاريع الاستثمارية. مركز الكتاب الأكاديمي.
- 15- عباس، انس عبد الباسط ; الكميم . د. جمال ناصر . (2015). التسويق المعاصر . عمان : الأكاديميون للنشر والتوزيع.
- 16- عطا، بسام حسين . (2010). الجدوى الاقتصادية للمشروعات -تحليل ودراسة . عمان :مركز الكتاب الأكاديمي.
- 17- عفيفي، د. محمد الهادي. (2009). برامج التسويق وإدارة الأعمال. المكتبة الأكاديمية شركة مساهمة مصرية. مصر.
- 18- عمروش، محند شلغوم. (2012). دور المناخ الاستثماري في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الدول العربية. ط1. بيروت: مكتبة حسن العصرية للطباعة والنشر والتوزيع.
- 19- الأستاذ عليوش قريوع، كمال. (1999). قانون الاستثمارات في الجزائر. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية- الساحة المركزية.
- 20- العربي، جلال البناء. (2006). المشروعات الصغيرة : مفهوم تطبيقي إدارتها . تمويلها . تسويق منتجاتها. مصر: المكتب العربي الحديث.

- 21- عواد، د. فاطمة حسين. (2011). الاتصال والإعلام التسويقي. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 22- فاتن، عبد الأول منشي. (2019). الاستثمارات العربية كمدخل للتكامل الاقتصادي. مصر: مركز الخبرات المهنية للإدارة.
- 23- د. فائق، حسني أبو حليلة. (2004). الحديث في الإدارة الرياضية. الأردن: دار وائل للنشر الطبعة الأولى.
- 24- الصباغ، أحمد عبده. (2023). المشاكل المحاسبية في المنشآت الصغيرة والمتوسطة الحجم وطرق علاجها. مصر: دار حميثرا للنشر والترجمة والتوزيع.
- 25- القططي، أحمد علي. (2012). كيف تقيم مشروعاً صغيراً ناجحاً. القاهرة- مصر: المركز العربي للصحافة والنشر.
- 26- رعد، حسن الصرن. (2004). نظريات الأعمال والإدارة. دمشق: دار الرضا للنشر.
- 27- شهدان، عادل عبد اللطيف الغرابوي. (2020). تمويل المشروعات الصغيرة كعنصر فعال في تحقيق التنمية الاقتصادية واليات مكافحة البطالة ودورها في التشغيل في الدول العربية. مصر: دار الفكر الجامعي.
- 28- الشمري، صادق راشد. (2011). أساسيات الاستثمار في المصارف الإسلامية. الأردن: اليازوري.
- 29- د. خليل، محمد خليل عطية. (2008). دراسة الجدوى الاقتصادية. القاهرة: مركز تطوير الدراسات العليا والبحوث. ط1.
- 30- الغول، المهندس وائل. (2010). الميسر لإدارة المشروعات بين النظرية والتطبيق. ط1. صوت القلم.
- 31- الشافعي، حسن أحمد. (2006). الاستثمار والتسويق في التربية البدنية والرياضية. الإسكندرية: منشأة المعارف.
- 32- عبد الحميد، سمير. (2001). إدارة الهيئات الرياضية. القاهرة: دار الفكر العربي.

33- عبد المقصود، حسن السيد . (2005). الإدارة الرياضية . القاهرة: مركز الكتاب للنشر .

❖ النصوص التشريعية و التنظيمية :

➤ النصوص التشريعية :

1- قانون رقم 22-18 المتعلق بالاستثمار (2022). الجريدة الرسمية، العدد (50).

2- القانون رقم 17-02 المتعلق بالقانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. (2017). الجريدة الرسمية، العدد (2).

➤ النصوص التنظيمية :

1- مرسوم تنفيذي رقم 22-298 الذي يحدد تنظيم الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار وسيرها. (2022). الجريدة الرسمية، العدد (60).

2- المرسوم تنفيذي رقم 20 - 329 والمتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب وتحديد قانونها الأساسي. (2020). الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية، العدد (70).

3- مرسوم تنفيذي رقم 20-331 الذي يحدد مهام وكالة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الابتكار وتنظيمها وسيرها. (2020). الجريدة الرسمية، العدد (70).

4- المرسوم التنفيذي رقم 20-374 الذي يحدد شروط الإعانة المقدمة للشباب ذوي المشاريع ومستواها. (2020). الجريدة الرسمية، العدد (77).

5- مرسوم تنفيذي رقم 18-170 الذي يحدد مهام وكالة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الابتكار وتنظيمها وسيرها. (2018). الجريدة الرسمية، العدد (39).

6- مرسوم تنفيذي رقم 11-134 الذي يحدد شروط الإعانة المقدمة للمستفيدين من القرض المصغر ومستواها. (2011). الجريدة الرسمية، العدد (19).

7- المرسوم التنفيذي 04-08 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية .(2004). الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية، العدد(52).

8- مرسوم تنفيذي رقم 04-14 الذي يتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر وتحديد قانونها الأساسي.(2004). الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية، العدد(06).

9- المرسوم التنفيذي رقم 03-453 المتعلق بشروط القيد في السجل التجاري .(2003). الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية، العدد(75).

10- مرسوم رئاسي رقم 03 - 300 والمتعلق بدعم تشغيل الشباب .(2003). الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية، العدد(55).

11- المرسوم التنفيذي رقم 91-416 الذي يحدد شروط إحداث المنشآت الرياضية وإستغلالها .(1991). الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية، رقم54.

12- القرار المؤرخ في 17 رمضان عام 1417 الموافق ل26 يناير سنة 1997 الذي يحدد دفتر الأعباء المتضمن الشروط العامة لإنشاء المنشآت الرياضية واستغلالها.(1997). الجريدة الرسمية، العدد(70).

❖ أطروحات :

1 - والي، عمار.(2011-2012). أهمية دراسة سلوك المستهلك في صياغة الإستراتيجية الترويجية

للمؤسسة الاقتصادية : دراسة حالة شركة الخطوط الجوية الجزائرية (أطروحة ماجستير. جامعة الجزائر).

2 - خوار، عادل مصطفى. (2019). آليات الاستثمار في الأندية الرياضية وفقاً لقانون الرياضة .رسالة ماجستير، جامعة المنوفية.

❖ مطبوعات جامعية :

1- ساسي، حسبية. (2020-2021) تسويق الخدمات [مطبوعة جامعية]. جامعة الجزائر3، كلية العلوم الاقتصادية والجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، الجزائر.

2-زياني ، نجية . (2022-2023).محاضرات ودروس فيمقياس سلوك المستهلك [مطبوعة جامعية].جامعة ابي بكر بلقايدتلمسان - ،كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، الجزائر.

❖ مقالات علمية :

1-بربريس،شريف. (2017). التسويق الرياضي كآلية لتحسين المردود الإقتصادي للأندية الرياضية الجزائرية في إطار نظام القطاع الخاص. مجلة آفاق فكرية. المجلد03. العدد07.

2-منصوري، زين .(2010).واقع وآفاق سياسة الاستثمار في الجزائر. مجلة اقتصاديات شمال افريقيا. العدد 02.

3-عرقاب، عبد الرزاق ؛ حيلولة، إيمان.(2025).دور قانون الاستثمار 22-18 في تحسين الخدمة العمومية للمستثمرين. مجلة البحوث والدراسات العلمية. المجلد19. العدد01.

4-د.حياة.(2024). تحديات استدامة الاستثمار في البنية التحتية الرياضية في الاقتصاد الجزائري من منظور تحليلي. مجلة الحكمة للدراسات والابحاث. المجلد رقم 4. العدد4.

2- باللغة الفرنسية :

❖ Les livres :

- 1-Alliouche ‘Laradi ,Bahia(.2017). le marketing des services : les connaissances de base.Alger :office des publications universitaires.
- 2-Christian, Michonle .(2010) .marketeur :Fondements et nouveautés du marketing.Paris:Pearson.3^{eme} édition
- 3-Anne-Mary Draï- Roselyne, Guillotin. (1984). L'investissement.Paris:Hatier (Réédition Numérique Fenixx).
- 4-Ben Nasr,Imed.(2019). le marketing en schémas.Paris:Ellipses.
- 5-Bernard, Krief.(1971). Le marketing en action: concepts, stratégie, techniques. Paris:(Fayard) réédition numérique FeniXX.
- 6- Gotteland, David‘Christophe, Haon.(2005). Développer un nouveau produit: méthodes et outils.Paris:Pearson Education.
- 7-Casimir Ilunga, Kasambay. (2023). L'essentiel du marketing.Paris:Editions l'harmattan.
- 8-Valérie Larose- William Menvielle-Théophile Serge Nomo-Jocelyne Gélina-Pierre Cadieux. (2012).Guide pratique pour étudier la faisabilité de projets.Canada:Presses de l'Université du Québec.

❖ Article :

- 1- Roy, Priyabrata, And Dhananjay Datta. (2022). Theory And Models Of Consumer Buying Behaviour: A Descriptive Study. Ssrn Electronic Journal. Aug.

❖ Documents administratifs :

- 1-Ministère de la Jeunesse et des Sports.(2008.)Schéma directeur des sports et des grands équipements sportifs a l’horizon 2025juillet.alger.

ملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الجزائر 3

معهد التربية البدنية والرياضية - دالي ابراهيم -

ميدان : علوم وتقنيات الأنشطة البدنية والرياضية

تخصص : تسيير المنشآت الرياضية والموارد البشرية

إستمارة استبيان حول واقع الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية في الجزائر

في إطار إعداد أطروحة دكتوراه بعنوان واقع الإستثمار الخاص في المنشآت الرياضية في الجزائر ،
يشرفنا أن نتقدم إليكم بهذه الإستمارة قصد الإجابة على أسئلة الإستبيان، حيث مساهم تكمهذه
ستساعد في انجاز هذا البحث من خلال المعلومات التي تمنحونا إياها.

ملاحظة : يرجى ملئ الاستمارة بوضع علامة X على الخانة المناسبة .

من إعداد الطالب: تحت إشراف الاستاذ:

- شلوش بوعلام - دشيثة عبد الرحمان

- بورايو وسيم

السنة الدراسية : 2023 - 2024

البيانات الشخصية :

➤ الجنس

ذكر ☐ أنثى ☐

➤ السن :

➤ المستوى التعليمي

ابتدائي متوسط ثانوي

جامعي أخرى

الإستبيان :

- 1- مانوع مشروعك ؟ رياضي ترفيهي ☐ معاً ☐ ☐
- 2- هل استفدت من مرافقة الجهات الوصية ؟ نعم ☐ لا ☐
- 3- عند قيامك بالإجراءات الإدارية الخاصة بمشروعك هل واجهت عراقيل ؟ نعم ☐ لا ☐
- 4- هل هناك تسهيلات من طرف الإدارة ؟ نعم ☐ لا ☐
- 5- هل يوجد اختصاص رياضي واحد في المنشأة الرياضية ؟ نعم ☐ ☐
- 6- بأي طريقة تم تمويلك لمشروعك؟ رأسمالك الخاص ☐ من البنوك ☐
- القروض من المؤسسات العمومية والصناديق التابعة لها ☐
- 7- تواجه مشاكل تمويلية في تسيير المنشأة الرياضية ؟ نعم ☐ لا ☐
- 8- هل منحت لك مزايا لإتشاؤكم المنشأة الرياضية ؟ نعم ☐ لا ☐
- 9- ماهو حجم مشروعك؟ مصغر ☐ كبير ☐ متوسط ☐
- من (1-9) عامل من (10-49) عامل من (50-250) عامل
- 10- هل لجأت عند تمويلك للمشروع إلى الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية (ANAD)؟
نعم ☐ لا ☐
- 11- هل واجهت مشكل العقار ؟ نعم ☐ ☐
- 12- هل استفدت من الإعفاء من الحقوق الجمركية فيما يخص السلعة المستوردة التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار؟ نعم ☐ لا ☐
- 13- هل قمت بدراسات حول مشروعك ؟ نعم ☐ لا ☐

14- هل لجأت عند تمويلك للمشروع إلى الوكالة الوطنية للقرض المصغر (ANGEM)؟

☐☐

نعم

☐☐

15- هل تواجه مشكل التسويق؟ نعم لا

16- هل استفدت من الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة فيما يخص السلع والخدمات المستوردة أو

☐☐

المقتناة محليا التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار؟ نعم لا

☐☐

17- مانوع الدراسات التي قمت بها ؟ دراسات تقنية دراسات مالية تسويقية

☐☐

18- هل لجأت عند تمويلك للمشروع إلى وكالة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية

الابتكار (ADPMEPI)؟

☐☐

نعم لا

☐☐

19- هل تواجهون منافسة الأسعار المستخدمة من طرف المنشآت الرياضية العمومية؟ نعم لا

20- هل استفدت من الإعفاء من دفع حق نقل الملكية بعوض والرسم على الإشهار العقاري عن كل

☐☐

المقتنيات العقارية التي تتم في إطار الاستثمار؟ نعم لا

☐☐

21- هل لجأت في دراستك إلى خبير متخصص في دراستك؟ نعم

☐☐

22- هل تواصلت مع الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار وسيرها (AIPA)؟ نعم

23- هل تواجهون مشكلة عدم توفر المعلومة والإحصائيات المطلوبة عن السوق والمستهلكين؟

☐☐

نعم

24- هل استفدت من الإعفاء من حقوق التسجيل المفروضة فيما يخص العقود التأسيسية للشركات والزيادات

☐☐

في الرأسمال؟ نعم لا

☐☐

25- هل توجد أساليب تسويقية معينة تسعملتها في التسويق؟ نعم لا

☐☐

26- هل تتواصل مع المصالح المرافقة معك؟ نعم لا

☐☐

27- هل تواجهون صعوبة في التنبؤ بعدد الممارسين المتوقعين؟ نعم

28- هل استفدت من الإعفاء من حقوق التسجيل والرسم على الإشهار العقاري ومبالغ الأملاك الوطنية

المتضمنة حق الامتياز على الأملاك العقارية المبنية وغير المبنية الموجهة لإنجاز المشاريع الاستثمارية؟ نعم

☐☐

لا

- 29- هل لديك إدارة خاصة بالتسويق؟ نعم ☐ لا ☐
- 30- هل تواصلت مع الشباك الوحيد للوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار؟ نعم ☐ لا ☐
- 31- هل استفدت من الإعفاء من الرسم العقاري على الملكيات العقارية؟ نعم لا ☐ لا ☐
- 32- هل قمت بالتسويق لمشروعك؟ نعم ☐ لا ☐
- 33- ماهي طبيعة المرافقة بينك وبين المؤسسات المرافقة؟ دائمة ☐ مرحلية ☐
- لا توجد مرافقة ☐
- 34- هل استفدت من الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات؟ نعم لا ☐ لا ☐
- 35- هل توجد أدوات ونشاطات إستعملتها في التسويق؟ نعم لا ☐ لا ☐
- 36- هل استفدت من الإعفاء من الرسم على النشاط المهني؟ نعم لا ☐ لا ☐
- 37- هل إستعنت بمؤسسات أخرى لإشهار مشروعك؟ نعملا ☐ لا ☐