

التسويق الرياضى

سمات التسويق:

- 1- يقوم على دراسات حاجات ورغبات الناس.
- 2- يقوم على دراسة الظروف والمتغيرات المحيطة قبل وضع الاستراتيجيات والسياسات التسويقية المناسبة.
- 3- انه محاولة جادة للمواءمة بين طرفين رئيسيين هما المنتج والمستهلك واهداف كل منهما ودون الاضرار بالمصلحة العامة.
- 4- التسويق وظيفة مستمرة قبل واثناء وبعد الانتاج والبيع.
- 5- ان التسويق يعتمد على التخطيط والتنفيذ الجيدين.

الاسباب والدوافع لاستخدام المفهوم التسويقي:

- 1- انخفاض معدلات المساهمات المالية أو صعوبة توفيرها وهذه تمثل المصدر التمويلي الرئيس للمنظمة او الهيئة وذلك بسبب ارتفاع المصروفات بجانب عدم ثبات وانحسار مصادر الاموال.
- 2- انخفاض معدلات الاقدام من جانب الافراد على تقديم المساهمات الخدمية التطوعية لاسباب قد تكون اجتماعية أو معيشية أو غيرها.
- 3- ادراك القائمين على ادارة هذه المنشآت ان الكفاءة التسويقية إذا توافرت لديهم فانهم سوف تساعدهم كثيراً على تحقيق اهدافهم.
- 4- ادراك القائمين على ادارة تلك الهيئات انها اصبحت تقابلها عدد من المشاكل ومن ثم تتطلب حلولاً لضمان نموها واستقرارها.
- 5- زيادة أهمية تلك الهيئات ودورها في المجتمع وانها تعد من الاركان الاساسية لقيام مجتمعات قوية هادفة.

مجالات التسويق الرياضي:

تتمثل مصادر التمويل في الرياضة بما يأتي:

- الترخيص باستخدام العلاقات والشعارات على المنتجات ووسائل الخدمات.
- الاعلان على ملابس وادوات اللاعبين.
- الاعلان على المنشآت الرياضية.
- استثمار المرافق والخدمات في الهيئات الرياضية.
- عائدات تذاكر الدخول للمباريات والمناسبات الرياضية.
- الاعانات والتبرعات والهبات.
- عائدات انتقال اللاعبين.
- اشتراكات الاعضاء ومساهمات الاعضاء.
- استثمار حقوق الدعاية والاعلان.
- حقوق البث الاذاعي والتلفزيوني للانشطة والمناسبات الرياضية.
- الاعلان في المطبوعات والنشرات والبرامج الخاصة بالانشطة الرياضية.

ان ما ورد اعلاه هو شكل أو اسلوب لتنمية الموارد الذاتية بعيداً عن الصناعة الرياضية، فالصناعة تبحث عن منتج يمكن تسويقه وعرضه على المستهلك والهيئة الرياضية يمكن ان تلجأ إلى استخدام الأساليب جميعها وادناه بعض مجالات صناعة الرياضة ومنها على سبيل المثال:

- 1- تسويق اللاعبين (صناعة البطل) الاحتراف اصبح اساسي لدى الاندية اذ نرى ان توقيع العقود (الاحتراف) لقاء مبالغ اصبحت خيالية في بعض الاحيان واصبح اللاعبين المحترفين بورصة عالمية.
- 2- تسويق برامج الاعداد والتدريب الرياضي فمن المتعارف عليه ان التدريب الرياضي يبني على اسس علمية وقواعد تربوية هادفة وان مجال اعداد برامج الاعداد والتدريب الرياضي مجالاً هاماً لتحقيق اهدافها.
- 3- التسويق في مجال التغذية الرياضية وهو اتجاه متميز في عالم التسويق الرياضي وخصوصاً فيما يتعلق بطعام وشراب الرياضي.
- 4- تسويق تكنولوجيا المعدات الرياضية وهذا مجال يعتبر من اخصب المجالات التي ينبغي ان تحوز على كثير من الهيئات لاستخدام التكنولوجيا للمعدات الرياضية.
- 5- تسويق اماكن ممارسة الرياضة وهو من المتطلبات الاساسية للممارسة الرياضية.