

**مدركات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي (SPO)****وأثرها علي رضا أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية****أ.م.د / عبد الرحمن محمد ربيع مجاهد**

أستاذ مساعد بقسم الإدارة الرياضية ، كلية التربية الرياضية جامعة المنصورة

**د / محمد ممدوح عبد السلام عبد الخالق**

مدرس علم الإجتماع الرياضي بقسم علم النفس الرياضي، كلية التربية الرياضية جامعة المنصورة

**مقدمة ومشكلة البحث:**

أدى تزايد دور العولمة الاقتصادية خلال سنوات التسعينيات الي تزايد الضغوط على المؤسسات من طرف المجتمع ، مما أدى إلى ظهور مؤسسات لعبت دورا في الحدّ من الفقر وعملت على تحقيق مبدأ الحق في الملكية وتفعيل أنظمة الحوكمة، حيث أخذ البعد الاجتماعي للأداء مكاناً لا يستهان به من اهتمامات الباحثين، لا سيما وأن الجانب الاجتماعي أصبح الشغل الشاغل للمنظمات الدولية الداعية لترسيخ مفاهيم حديثة، يطغى عليها مراعاة الجوانب العصرية للتنمية المستدامة في مختلف الأنشطة ذات الصلة بأداء المؤسسات عمومية كانت أو خاصة. (رايس، ٢٠١٧).

وقد تجسدت هذه المساهمات بشكل فعلي في شكل مبادرة أعلن عنها الأمين العام للأمم المتحدة عام ١٩٩٩م، فيما يسمى بالاتفاق العالمي للمسؤولية الاجتماعية. والمستمد أساساً من المواثيق الدولية كالإعلان العالمي لحقوق الإنسان، إعلان المبادئ والحقوق الأساسية في العمل، وإعلان مؤتمر الأرض ريو دي جانيرو.

وتتجلى أهمية المسؤولية الاجتماعية في زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع وزيادة الشعور بالانتماء لدى الأفراد والفئات المختلفة. وبالتالي فإن تحقيق العدالة الاجتماعية من شأنه أن يساهم في تحقيق الاستقرار الاجتماعي، حيث تساهم المسؤولية الاجتماعية في تحسين نوعية الحياة في المجتمع بأسره، وتعمل على تحقيق التنمية الاجتماعية وتحسينها من خلال زيادة مستوى التنقيف بالوعي الاجتماعي، سواء على مستوى الأفراد أو المجموعات أو المؤسسات. (الغالبى، ٢٠٠٩)

وبمفهوم اقتصادي " يجب على المؤسسات استيعاب الآثار الخارجية السلبية لأنشطتها " ذلك لأن الالتزام بها صار جزء من الحوار المؤسسي، وفي ذات الوقت، وعالمياً، يتم تكريم المؤسسات المتميزة في تضمين مبادئ المسؤولية الاجتماعية في ممارساتها وأعمالها، والتي تظهر في إدارتها لأعمالها قيادة متميزة والتزاماً في إدماج القيم الأخلاقية والشفافية والامتثال للمتطلبات القانونية واحترام الأفراد ومشاركة المجتمعات بالإضافة إلى المساهمة في حماية البيئة ( Kotler, 2011)

ويعتبر العميل من أهم أصول المنظمة الرياضية، لذا صبت اهتمامها عليه، هذه الفكرة تبلورت عن التطور الكبير الحاصل في الفكر التسويقي عبر مختلف المراحل، انطلاقاً من الفكر التسويقي الكلاسيكي، وصولاً لمفهوم التسويق الحديث الذي خصص مكاناً محورياً لمفهوم رضا العميل الذي يساعد على رسم سياسات المنظمة، وتقييم أدائها، وبالتالي نجاحها، لذا أصبحت أهم

مهمه للمنظمات، هي خلق واكتشاف العميل والمحافظة عليه، من خلال كسب رضاه وبالتالي ولانه والذي يعتبر ميزة تنافسية غير قابلة للتقليد أو المحاكاة. (ناصرى، ٢٠١٥)

وعليه سيجادل الباحثان أن يبيننا من خلال هذا البحث أثر مدركات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي (SPO) علي رضا أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية ، كونها تلعب دور هام ورئيسي في نسبة رضا أعضاء الأندية الرياضية.

### هدف البحث:

يهدف البحث إلى التعرف على مدركات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي (SPO) وأثرها علي رضا أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية، من خلال الاهداف الفرعية التالية:

- ١- دراسة العلاقة بين مدركات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي ومحاورها، و رضا أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية ومحاورها.
- ٢- الكشف عن طبيعة الفروق لعينه البحث في كل من مدركات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي ومحاورها، و رضا أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية ومحاورها. تبعاً لـ (النوع).
- ٣- التعرف على الاختلافات بين عينه البحث في كل من مدركات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي ومحاورها، و رضا أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية ومحاورها. تبعاً لـ (فترة اشتراكك في الخدمات الرياضية).

### فروض البحث:

- ١- توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين مدركات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي ومحاورها، و رضا أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية ومحاورها.
- ٢- توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات عينه البحث في كل من مدركات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي ومحاورها، و رضا أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية ومحاورها. تبعاً لـ (النوع).
- ٣- يوجد تباين دال إحصائياً بين درجات عينه البحث في كل من مدركات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي ومحاورها، و رضا أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية ومحاورها. تبعاً لـ (فترة اشتراكك في الخدمات الرياضية).

## الدراسات المرجعية:

١- دراسة حسيني، ٢٠٢٢، بعنوان: رضا العملاء كمؤشر لتحقيق الميزة التنافسية وفقا لنظرية 7P's بالأندية الرياضية الخاصة بجمهورية مصر العربية، حيث هدف البحث إلى التعرف على مدى رضا العملاء وفقا لنظرية 7P's كمؤشر لتحقيق الميزة التنافسية بالأندية الخاصة، وتكونت العينة الأساسية من (٢٧٠ فرد) من (أعضاء مجالس إدارات الأندية- مديري عموم الأندية الرياضية - مديري الأنشطة الرياضية بالأندية- مديري التسويق بالأندية الرياضية - أعضاء الجمعية العمومية بالأندية)، وكانت أهم النتائج أنه لا توجد متابعه مستمرة لاتجاهات السوق والاستفادة منها في تقديم الأنشطة المختلفة بالنادي.

٢- دراسة طحاح، ٢٠٢٠، بعنوان دور التدقيق الاجتماعي في دعم متطلبات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الجزائرية، حيث هدف البحث الى توظيف مدى اهمية المراجعة الاجتماعية في المؤسسات الجزائرية، وتحسين اداء العاملين والتطبيق لمبادئ المسؤولية الاجتماعية حيث يلعب التدقيق الاجتماعي دورا كبيرا في تحقيق المنظمة لأهدافها الاقتصادية والاجتماعية على حد سواء لماله من أهمية كبيرة في تحقيق الرفاهية الاجتماعية للأفراد

٣- دراسة **Donna J. Wood, 2010** بعنوان قياس الأداء الاجتماعي للشركات، حيث تستعرض هذه الورقة الأدبيات المتعلقة بقياس الأداء الاجتماعي للشركات (CSP) وتضع تلك الأدبيات في سياق نظري. بعد مراجعة تطوير نظرية الطاقة الشمسية المركزة والأدبيات المتعلقة بالعلاقات بين الطاقة الشمسية المركزة والأداء المالي للشركات ، استخدم جهاز تنظيم لعرض ومناقشة الدراسات التي تستخدم مقاييس معينة لـ CSP. تؤكد الاستنتاجات على حاجة علماء الطاقة الشمسية المركزة إلى إعادة التركيز على أصحاب المصلحة والمجتمع ، ودمج الآداب ذات الصلة من المجالات العلمية الأخرى.

٤- دراسة إدريس، ٢٠٠٨، بعنوان دور الموازنات التخطيطية في ترشيد الأداء الاجتماعي لشركة سكر كنانة المحدودة، تتمثل المشكلة الأساسية لهذا البحث في عدم وجود موازنات تخطيطية لمقابلة المشاكل الاجتماعية ضمن الموازنة التخطيطية الشاملة لمحيط شركة سكر كنانة المحدودة بالتالي، هدفت الدراسة إلى تأسيس علاقات بين منشآت الأعمال والبيئة المحيطة بحيث تشارك الأطراف الأخرى في وضع الخطط والبرامج الاجتماعية والبيئية في حدود الامكانيات والمبالغ المرصودة لهذا الغرض.

## إجراءات البحث:

## المنهج المستخدم:

استخدم الباحثان المنهج الوصفي، الأسلوب المسحي لتناسبه مع طبيعة البحث.

## مجتمع البحث:

أعضاء الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية.

## عينة البحث الاستطلاعية:

تحدد العينة الاستطلاعية من أعضاء الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية، وتم اختيارهم بطريقة عشوائية من خارج عينة البحث الأساسية وممثلة لمجتمع البحث وعددها (٤٣) من أعضاء الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية.

## عينة البحث الأساسية وحدودها:

- **الحدود البشرية:** قام الباحثان بتطبيق البحث على عينة أساسية (٣٩٨) فردا من أعضاء الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية، وتم اختيارهم بطريقة صدقيه غرضيه من مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة. وتم الالتزام بالمبادئ التوجيهية الأخلاقية أثناء إجراء البحث.
- **الحدود المكانية:** تم التطبيق الميداني على عينة من أعضاء الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية.
- **الحدود الزمانية:** قام الباحثان بالتطبيق على العينة الأساسية للبحث في الفترة من ٢٠٢٢/١٠/١ م، والى ٢٠٢٢/١٠/٣٠ م.

## جدول (١)

بيان عددي ونسبي للعينة قيد البحث وفقاً لمتغير النوع (ن=٤٤١)

م	النوع	العينة الأساسية	العينة الاستطلاعية	الإجمالي
١	العدد	٢٩٨	٢٧	٣٢٥
	النسبة المئوية	٧٤.٨%	٦٢.٧%	٧٣.٦%
٢	العدد	١٠٠	١٦	١١٦
	النسبة المئوية	٢٥.١%	٣٧.٢%	٢٦.٣%
الإجمالي	العدد	٣٩٨	٤٣	٤٤١
	النسبة المئوية	٩٠.٢%	٩.٨%	١٠٠.٠%

يتضح من جدول (١) ، أن عدد العينة قيد البحث (٤٤١)، وعدد العينة الأساسية (٣٩٨) بنسبة مئوية (٩٠.٢%) بواقع (٢٩٨) ذكور بنسبة مئوية (٧٤.٨%)، و(١٠٠) إناث بنسبة مئوية (٢٥.١%)، بينما عدد العينة الاستطلاعية (٤٣) بنسبة مئوية (٩.٨%) بواقع (٢٧) ذكور بنسبة مئوية (٦٢.٧%)، و(١٦) إناث بنسبة مئوية (٣٧.٢%).

أدوات جمع البيانات (إعداد الباحثان):

- ١- استمارة " البيانات الاولية العامة لعينه البحث " مرفق (٢).
- ٢- استبيان " مدركات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي"، مرفق (٣).

٣- استبيان " رضا أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية."، مرفق (٤).

أولاً: استمارة البيانات الاولية العامة لعينة البحث: تم إعداد استمارة البيانات الأولية بهدف الحصول على بعض المعلومات لتحديد بعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لأعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية عينة البحث، وقد اشتملت على البيانات التالية: نوع المشترك:

وتم تقسيمه وإعطائه Code ذكر (١) وأنتي (٢)، هل سبق لك في الاشتراك بالخدمات الرياضية بالنادي: وتم تقسيمه وإعطائه Code نعم (١) لا (٢)، فترة اشتراكك في الخدمات الرياضية: وتم تقسيمه وإعطائه Code من شهر حتى ٣ شهور (١)، من ٣ إلى ٦ شهور (٢)، أكثر من سنة (٣).  
ثانياً: استبيان مدركات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي: تم إعداد الاستبيان حيث اشتمل على (٣٧) عبارة مقسمة الي ٦ محاور وهم: مدركات مدراء التسويق نحو تحديد ومتابعة الأهداف الاجتماعية. ويشتمل علي (٧) عبارات، حيث كانت أعلى قيمة (٣٢) بينما كانت أقل قيمة (١٢)، و مدركات مدراء التسويق نحو ضمان التزام مجلس الإدارة والعاملين بالأهداف الاجتماعية. ويشتمل علي (٥) عبارات، حيث كانت أعلى قيمة (٢٤) بينما كانت أقل قيمة (٨)، و مدركات مدراء التسويق نحو التعامل مع الأعضاء بطريقة مسؤولة. ويشتمل علي (٦) عبارات، حيث كانت أعلى قيمة (٢٥) بينما كانت أقل قيمة (٨)، ومدركات مدراء التسويق نحو تصميم منتجات وخدمات وقنوات تفي باحتياجات الأعضاء. ويشتمل علي (٧) عبارات، حيث كانت أعلى قيمة (٢٨) بينما كانت أقل قيمة (١٢)، ومدركات مدراء التسويق نحو التعامل مع العاملين بطريقة مسؤولة. ويشتمل علي (٧) عبارات، حيث كانت أعلى قيمة (٣٠) بينما كانت أقل قيمة (٧)، ومدركات مدراء التسويق نحو التوازن ما بين الأداء المالي والاجتماعي، ويشتمل علي (٥) عبارات، حيث كانت أعلى قيمة (٢٣) بينما كانت أقل قيمة (٨)، في صورته النهائية؛ وذلك في ضوء المفاهيم والمصطلحات البحثية، وفي إطار المفهوم الإجرائي والدراسات السابقة، وتتحدد استجابتهن وفقاً للتقدير خمسي (موافق بشدة- موافق - أحياناً- غير موافق - غير موافق بشدة) علي مقياس متصل (١ - ٢ - ٣ - ٤ - ٥) للعبارات.

ثالثاً: استبيان رضا أعضاء الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية: تم إعداد الاستبيان حيث اشتمل على (٤٣) عبارة مقسمة الي أربعة محاور وهم: الجودة المدركة لخدمات الأندية الرياضية، ويشتمل علي (١٢) عبارات، حيث كانت أعلى قيمة (٥١) بينما كانت أقل قيمة (٢٣)، توقعات عملاء الأندية الرياضية، ويشتمل علي (١٠) عبارات، حيث كانت أعلى قيمة (٤١) بينما كانت أقل قيمة (١٦)، ولاء العملاء للأندية الرياضية، ويشتمل علي (١٢) عبارات حيث كانت أعلى قيمة (٤٩) بينما كانت أقل قيمة (١٦)، شكاوى أعضاء الأندية الرياضية، ويشتمل علي (٩) عبارات حيث كانت أعلى قيمة (٣٧) بينما كانت أقل قيمة (١٤)، في صورته النهائية؛ وذلك في ضوء المفاهيم والمصطلحات البحثية، وفي إطار المفهوم الإجرائي والدراسات السابقة، وتتحدد استجابتهن وفقاً للتقدير خمسي (موافق بشدة- موافق - أحياناً- غير موافق - غير موافق بشدة) علي مقياس متصل (١ - ٢ - ٣ - ٤ - ٥) للعبارات.

### خطوات البحث:

بعد تحديد عينة البحث وإعداد أداة جمع البيانات قام الباحثان بالخطوات التالية:

### المعاملات الإحصائية للاستبيان.

#### حساب معامل الصدق:

#### أولاً: صدق المحكمين:

قام الباحثان بعرض محاور الاستبيان المقترحة، وكذلك عبارات كل محور من المحاور، علي (٩) خبراء، لإبداء الرأي حول مناسبة وكفاية المحاور والعبارات ومناسبة صياغتها لعينة البحث، ويوضح مرفق (١) أسماء السادة الخبراء و(٢)،(٣)،(٤) الصورة النهائية للاستمارات. ثانياً: صدق الاتساق الداخلي:

للتحقق من مدى ملائمة عبارات الاستبيان، قام الباحثان بتطبيق الاستبيانين على عينة استطلاعية قوامها (٤٣) فرداً من أعضاء الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية، عينة البحث.

واستخدم الباحثان صدق الاتساق الداخلي لحساب صدق محاور وعبارات الاستبيان من خلال إيجاد معامل الارتباط بين العبارات ومحاورها، كما يتضح من الجداول من (٣).

## جدول (٢)

معامل الارتباط بين محاور وعبارات استبيان مدرجات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي، ورضا أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية عينه البحث (ن=٤٣)

العبارة	الارتباط	العبارة	الارتباط	العبارة	الارتباط	العبارة	الارتباط
العبارة	الارتباط	العبارة	الارتباط	العبارة	الارتباط	العبارة	الارتباط
الأداء الاجتماعي	١٦	٤٩	٦٦	المحور السادس	٣٣	١٧	١٦
المحور الأول	١٧	٥٠	٦٧	المحور الثاني	٣٤	١٨	١٧
١	١٨	٥١	٦٨	المحور الرابع	٣٥	١٩	١٨
٢	١٩	٥٢	٦٩	٣٦	٣٦	٢٠	١٩
٣	٢٠	٥٣	٧٠	٣٧	٣٧	٢١	٢٠
٤	٢١	٥٤	٧١	رضا الأعضاء	٢١	٢١	٢١
٥	٢٢	٥٥	٧٢	المحور الأول	٢٢	٢٢	٢٢
٦	٢٣	٥٦	٧٣	٣٨	٢٣	٢٣	٢٣
٧	٢٤	٥٧	٧٤	٣٩	٢٤	٢٤	٢٤
المحور الثاني	٢٥	٥٨	٧٥	٤٠	٢٥	٢٥	٢٥
٨	٢٦	٥٩	٧٦	٤١	٢٦	٢٦	٢٦
٩	٢٧	٦٠	٧٧	٤٢	٢٧	٢٧	٢٧
١٠	٢٨	٦١	٧٨	٤٣	٢٨	٢٨	٢٨
المحور الخامس	٢٩	٦٢	٧٩	٤٤	٢٩	٢٩	٢٩
١١	٣٠	٦٣	٨٠	٤٥	٣٠	٣٠	٣٠
١٢	٣١	٦٤	٨٠	٤٦	٣١	٣١	٣١
المحور الثالث	٣٢	٦٥	٨٠	٤٧	٣٢	٣٢	٣٢
١٣	٣٣	٦٥	٨٠	٤٨	٣٣	٣٣	٣٣
١٤	٣٤	٦٥	٨٠	٤٨	٣٤	٣٤	٣٤
١٥	٣٥	٦٥	٨٠	٤٨	٣٥	٣٥	٣٥

(\*\*) قيمة (ر) الجدولية عند (٠.٠١) = ٠.٣٥٤ (\*) قيمة (ر) الجدولية عند (٠.٠٥) = ٠.٢٧٣

ويتضح من جدول (٢): وجود علاقة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠١)، (٠.٠٥) بين استبيان مدرجات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي والعبارات الخاص به، حيث كانت قيم معامل الارتباط المحسوبة أعلى من القيمة الجدولية، فيما عدا العبارة (١٩) بالمحور الرابع، حيث كانت قيم معامل الارتباط المحسوبة أقل من القيمة الجدولية، كما توجد علاقة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠١)، (٠.٠٥) بين محاور استبيان رضا أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية والعبارات الخاصة به، حيث كانت قيم معامل الارتباط المحسوبة أعلى من القيمة الجدولية، فيما عدا العبارة (٣٩) بالمحور الأول، والعبارة (٥٧) بالمحور الثاني، والعبارات (٦٣-٦٤-٦٥) بالمحور الثالث، والعبارة (٨٠) بالمحور الرابع، حيث كانت قيم معامل الارتباط المحسوبة أقل من القيمة الجدولية. وبذلك يمكن الاستناد إلى صدق الاتساق الداخلي بين محاور وعبارات الاستبيان ودرجة المحور التي ينتمي إليها.

## جدول (٣)

معامل الارتباط بين المحاور و استبيان مدركات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي، و استبيان رضا أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية عينه البحث (ن=٤٣)

م	المحاور	الاستبيان
استبيان مدركات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي		
١	مدركات مدراء التسويق نحو تحديد ومتابعة الأهداف الاجتماعية.	**٠.٧٩٣
٢	مدركات مدراء التسويق نحو ضمان التزام مجلس الإدارة والعاملين بالأهداف الاجتماعية.	**٠.٨٥٠
٣	مدركات مدراء التسويق نحو التعامل مع الأعضاء بطريقة مسؤولة.	**٠.٧٠٩
٤	مدركات مدراء التسويق نحو تصميم منتجات وخدمات وقنوات تفي باحتياجات الأعضاء.	**٠.٧٦٥
٥	مدركات مدراء التسويق نحو التعامل مع العاملين بطريقة مسؤولة.	**٠.٧٧١
٦	مدركات مدراء التسويق نحو التوازن ما بين الأداء المالي والاجتماعي.	**٠.٧٦٢
استبيان رضا أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية		
١	الجودة المدركة لخدمات الاندية الرياضية	**٠.٨٦٩
٢	توقعات عملاء الاندية الرياضية	**٠.٧٩٤
٣	ولاء العملاء للاندية الرياضية	**٠.٨٨١
٤	شكاوى أعضاء الاندية الرياضية	**٠.٧٩٩

(\*\*) قيمة (ر) الجدولية عند (٠.٠١) = ٠.٣٥٤ (\* ) قيمة (ر) الجدولية عند (٠.٠٥) = ٠.٢٧٣

ويتضح من جدول (٣): وجود علاقة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠١) بين المحاور و استبيان مدركات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي، و كذلك استبيان رضا أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية عينه البحث، حيث كانت قيم معامل الارتباط المحسوبة أعلى من القيمة الجدولية . وبذلك يمكن الاستناد إلى صدق الاتساق الداخلي بين محاور الاستبيان ودرجة الاستبيان.

حساب معامل الثبات:

استخدم الباحثان معامل ألفا كرونباخ و دلالة الاتساق الداخلي، لحساب معامل ثبات محاور الاستبيان، حيث قام الباحثان بتطبيق الاستبيان على عينة استطلاعية قوامها (٤٣) فرداً، وتم حساب معامل الثبات لمحاور الاستبيان كما يتضح من الجدول رقم (٤) أن:

## جدول (٤)

اختبار معامل ارتباط الفا كرو نباخ في استبيان مدركات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي، و استبيان رضا أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية عينه البحث (ن=٤٣)

م	المحور	الفا كرونباخ
استبيان مدركات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي		
١	مدركات مدراء التسويق نحو تحديد ومتابعة الأهداف الاجتماعية.	٠.٨٥٥
٢	مدركات مدراء التسويق نحو ضمان التزام مجلس الإدارة والعاملين بالأهداف الاجتماعية.	٠.٧١٣
٣	مدركات مدراء التسويق نحو التعامل مع الأعضاء بطريقة مسؤولة.	٠.٦٥٠
٤	مدركات مدراء التسويق نحو تصميم منتجات وخدمات وقنوات تفي باحتياجات الأعضاء.	٠.٣٦٠
٥	مدركات مدراء التسويق نحو التعامل مع العاملين بطريقة مسؤولة.	٠.٦٦٩
٦	مدركات مدراء التسويق نحو التوازن ما بين الأداء المالي والاجتماعي.	٠.٦٩١
	الاستبيان ككل	٠.٩٠٤
استبيان رضا أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية		
١	الجودة المدركة لخدمات الاندية الرياضية	٠.٨٥٤
٢	توقعات عملاء الاندية الرياضية	٠.٧٥٧
٣	ولاء العملاء للاندية الرياضية	٠.٦٥٨
٤	شكاوى أعضاء الاندية الرياضية	٠.٦٢٣
	الاستبيان ككل	٠.٩٠٤

\* دال

ويتضح من جدول (٤): ثبات محاور الاستبيان، حيث بلغ معامل ثبات الفا كرونباخ (٠.٩٠٤)(٠.٩٠٤) للاستبيان استبيان مدركات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي واستبيان استبيان رضا أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية على التوالي، وكان معامل الاتساق الداخلي لكل محور دال مما يشير لارتفاع معامل ثبات محاور الاستبيانين.

## مناقشة وتفسير الدلالات الإحصائية:

## أولاً: النتائج الوصفية لعينه البحث:

- استبيان مدركات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي:  
عرض الدلالات الإحصائية وتفسيرها ومناقشتها للمحور الأول: مدركات مدراء التسويق  
نحو تحديد ومتابعة الأهداف الاجتماعية.

## جدول (٥)

توزيع نسبي لاستجابات عينة البحث نحو مدركات مدراء التسويق نحو تحديد ومتابعة الأهداف الاجتماعية  
(ن=٣٩٨)

م	أوافق بشدة		أوافق		أحياناً		أوافق		أوافق بشدة		٢كا
	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	
١	٢٤.٦	٩٨	٣.٣	١٣	٨.٣	٣٣	٢٩.٦	١١٨	٣٤.٢	١٣٦	١.٠٣٥٥
٢	١٤.٦	٥٨	٢.٨	١١	١٣.٣	٥٣	٢٨.٦	١١٤	٤٠.٧	١٦٢	٠.٩٨٧٩
٣	١٣.٣	٥٣	٤.٥	١٨	٢٢.٤	٨٩	٣٦.٢	١٤٤	٢٣.٦	٩٤	١.٠٦٨٠
٤	٢١.٤	٨٥	٦.٨	٢٧	١٤.١	٥٦	٢٢.٦	٩٠	٣٥.٢	١٤٠	١.١٧٠٠
٥	١٥.١	٦٠	٧.٨	٣١	٢١.٤	٨٥	٣١.٧	١٢٦	٢٤.١	٩٦	١.١٥٨٧
٦	١٢.٣	٤٩	٧.٥	٣٠	١٧.٦	٧٠	٣٥.٩	١٤٣	٢٦.٦	١٠٦	١.٠٩٧٥
٧	١٧.٨	٧١	١١.٦	٤٦	١٩.٣	٧٧	٢٨.٦	١١٤	٢٢.٦	٩٠	١.٢٥٤٧

\* قيمة (٢كا) الجدولية عند (٠.٠٥) = ٩.٤٩

ويتضح من جدول (٥): تتراوح متوسطات استجابات عينة البحث من (٢.٣١)، لعبارة رقم (١)، والتي تنص على " تعزيز قيم الأمانة والعدل والقيم النبيلة في أداء رسالتها الاجتماعية تجاه خدمة المجتمع وتنمية البيئة.. " الي (٢.٨٤) لعبارة رقم (٧)، والتي تنص على " يطبق نظم التحول الرقمي الحديث فيما يخص إدخال البيانات وتخزينها. "

كما يتضح أن قيمة (٢كا) المحسوبة أكبر من الجدولية (٩.٤٩)، لجميع العبارات الخاصة بالمحور، حيث تراوحت قيمة (٢كا) المحسوبة ما بين (١٧٤.٠٣٥ : ٣١.٤٢٢)، مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية في كل العبارات، ومن نتائج المحور يتضح ان هناك فروق ذات دلالة احصائية عند مستوي (٠.٠٥) لصالح الاختيار (أوافق) بالنسبة للعبارات (٤-٢-١)، وأيضاً لصالح الاختيار (أحياناً) بالنسبة للعبارات (٧-٦-٥-٣)، حيث كانت (٢كا) المحسوبة أكبر من الجدولية مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية.

ويرجع ذلك الي التركيز على اظهار قيم الأمانة والعدل والقيم النبيلة في أداء رسالتها الاجتماعية تجاه خدمة المجتمع وتنمية البيئة، و المساهمة في التنمية الاقتصادية الشاملة للدولة بشكل معاصر ومتحضر من خلال ممارسات منتظمة بالأندية الرياضية، كما توجد رسالة وأهداف اجتماعية تستهدف المجموعات المهمشة أو الأقليات في الحصول على الخدمات والمزايا.

ويري الباحثان أنه يجب التأكيد بأن تكون برامج المسؤولية الاجتماعية حق من حقوق الإنسان وواجب مجتمعي أصيل، كما يجب يتم صياغة الأهداف الاجتماعية بناء على احتياجات الأطراف المعنية (الأعضاء)، وضرورة تصنيف البيانات على أساس الحاجات الاجتماعية

للأطراف المعنية (الأعضاء)، كما يجب تطبيق نظم التحول الرقمي الحديث فيما يخص إدخال البيانات وتخزينها.

ويتفق ذلك مع دراسة العلي، (٢٠١١)، حيث هدفت هذه الدراسة للكشف عن منظومة الأداء الاجتماعي و الأخلاقية لدى عينة من طلاب المرحلة الثانوية، حيث يعد الأداء الاجتماعي لجنة أساسية في البناء التربوي، و هي الخطوة الأولى لأي عمل منظم يعتمد على وضع استراتيجيات لتحقيق غاياته.

عرض الدلالات الاحصائية وتفسيرها ومناقشتها للمحور الثاني: مدرجات مدراء التسويق نحو ضمان التزام مجلس الإدارة والعاملين بالأهداف الاجتماعية.

### جدول (٦)

توزيع نسبي لاستجابات عينة البحث نحو مدرجات مدراء التسويق نحو ضمان التزام مجلس الإدارة والعاملين

بالأهداف الاجتماعية. (ن=٣٩٨)

م	أوافق بشدة		أوافق		أحيانا		غ موافق		غ موافق بشدة		متوسط حسابي	انحراف معياري	٢كا
	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن			
٨	٢٢.١	٨٨	٢٥.٤	١٠١	٣٥.٧	١٤٢	١٢.٣	٤٩	٤.٥	١٨	٢.٥١	١.١٠١١	١١٤.٩٩٠
٩	١٢.٨	٥١	٢٠.٦	٨٢	٢٦.٩	١٠٧	١٠.٣	٤١	١٣.٨	٥٥	٣.٠٧	١.٢٣٦٤	٣٤.٢٦١
١٠	١٢.٦	٥٠	٢٣.٦	٩٤	٣٣.٩	١٣٥	٢٠.٨	٨١	٩.٥	٣٨	٢.٩٠	١.١٤٨٣	٧٣.٩٣٥
١١	١٦.٨	٦٧	٢٧.٤	١٠٩	٢١.٩	٨٧	١٩.١	٧٦	١٤.٨	٥٩	٢.٨٧	١.٣١١٦	١٩.٠٣٥
١٢	٢٠.١	٨٠	٢٧.٩	١١١	٢٢.٤	٨٩	١٨.٨	٧٥	١٠.٨	٤٣	٢.٧٢	١.٢٧٧٢	٣٠.٥٩٣

\* قيمة (٢كا) الجدولية عند (٠.٠٥) = ٩.٤٩

ويتضح من جدول (٦): تتراوح متوسطات استجابات عينة البحث من (٢.٥١)، لعبارة رقم (٨)، والتي تنص على " يتم الاعلان على أعضاء مجلس الإدارة الرسالة والأهداف الاجتماعية، ومسؤولية المجلس فيما يتعلق بإدارة الأداء الاجتماعي." الي (٣.٧) لعبارة رقم (٩)، والتي تنص على " تصدر ميثاق أو مدونة بممارسات الأداء الاجتماعي بشكل مستمر."

كما يتضح أن قيمة (٢كا) المحسوبة أكبر من الجدولية (٩.٤٩)، لجميع العبارات الخاصة بالمحور، حيث تراوحت قيمة (٢كا) المحسوبة ما بين (١٩.٠٣ : ١١٤.٩٩٠)، مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية في كل العبارات، ومن نتائج المحور يتضح ان هناك فروق ذات دلالة احصائية عند مستوي (٠.٠٥) لصالح الاختيار (أوافق) بالنسبة للعبارات (١١-١٢)، وأيضا لصالح الاختيار (أحيانا) بالنسبة للعبارات (٨-٩-١٠)، حيث كانت (٢كا) المحسوبة أكبر من الجدولية مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية.

ويرجع ذلك الي اهتمام مجالس الإدارة بدمج معايير إدارة الأداء الاجتماعي في تقييمه لأداء المدير التنفيذي (على سبيل المثال: تحقيق أهداف التواصل مع أصحاب المصلحة)، والتركيز على تقييم موظفيها على مسؤوليات الأداء الاجتماعي والمالي المتعلقة بوظائفهم، وبالتالي الي الوصول لتقييم موضوعي بالنسبة للعاملين داخل الأندية الرياضية.

ويري الباحثان أنه يجب أن يتم الاعلان علي أعضاء مجلس الإدارة الرسالة والأهداف الاجتماعية، ومسؤولية المجلس فيما يتعلق بإدارة الأداء الاجتماعي، كما يجب أن تصدر ميثاق أو مدونة بممارسات الأداء الاجتماعي بشكل مستمر، وضرورة يقدم مجلس الإدارة إرشادات ويراقب استراتيجية المنظمة في علاقة الأداء الاجتماعي بالربحية والأداء المالي.

ويتفق ذلك مع دراسة خضراوي، ٢٠١٩م، حيث هدفت الدراسة الي توضيح أثر الالتزام بأخلاقيات المهنة على الأداء الوظيفي في ظل تبني الإدارة بالأهداف في المؤسسات العمومية، وتوصلت الي اهمية الالتزام بالأداء الاجتماعي بصفه عامة ووعي مجالس الادارات بالمعايير العالمية للأداء الاجتماعي بصفه خاصه.

عرض الدلالات الاحصائية وتفسيرها ومناقشتها للمحور الثالث: مدركات مدراء التسويق نحو مدركات مدراء التسويق مع الأعضاء بطريقة مسؤولة.

#### جدول (٧)

توزيع نسبي لاستجابات عينة البحث نحو مدركات مدراء التسويق نحو مدركات مدراء التسويق مع الأعضاء بطريقة مسؤولة. (ن=٣٩٨)

م	أوافق بشدة		أوافق		أحياناً		غ موافق		غ موافق بشدة		متوسط حسابي	انحراف معياري	كا
	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن			
١٣	١٦.٨	٦٧	١٩.٨	٧٩	٢٨.١	١١٢	٢١.١	٨٤	١٤.١	٥٦	٢.٩٥	١.٢٨٣٧٦	٢٢.٤٢٧
١٤	٢٠.١	٨٠	٢٣.١	٩٢	٣١.٧	١٢٦	١٧.٨	٧١	٧.٣	٢٩	٢.٦٩	١.١٨٨٧٢	٦٠.٠٧٥
١٥	٢٠.٤	٨١	٢٧.٤	١٠٩	٣٠.٩	١٢٣	١٥.٨	٦٣	٥.٥	٢٢	٢.٥٨	١.١٤٠٥٣	٧٩.٦٨٨
١٦	١٦.٦	٦٦	٣٢.٤	١٢٩	٣١.٩	١٢٧	١٠.٦	٤٢	٨.٥	٣٤	٢.٦٢	١.١٣٧٥٣	١٠٥.٠٩٠
١٧	١٥.٨	٦٣	٣٧.٤	١٤٩	٣٠.٧	١٢٢	١١.٣	٤٥	٤.٨	١٩	٢.٥١	١.٠٣٩٩٨	١٤٧.٧٢٩
١٨	٣١.٩	١٢٧	٢٦.١	١٠٤	٢٨.٩	١١٥	٨.٣	٣٣	٤.٨	١٩	٢.٢٧	١.١٣٧٩٠	١٢٤.٨٦٤

\* قيمة (كا) الجدولية عند (٠.٠٥) = ٩.٤٩

ويتضح من جدول (٧): تتراوح متوسطات استجابات عينة البحث من (٢.٢٧)، لعبارة رقم (١٨)، والتي تنص على " يستغرق انجاز الاجراءات والمعاملات في النادي فتره قصيرة." الي (٢.٩٥) لعبارة رقم (١٣)، والتي تنص على " يهتم النادي بتعريفه بخصائص الخدمات الرياضية المقدمة."

كما يتضح أن قيمة (كا) المحسوبة أكبر من الجدولية (٩.٤٩)، لجميع العبارات الخاصة بالمحور، حيث تراوحت قيمة (كا) المحسوبة ما بين (٢٢.٤٢٧ : ١٤٧.٧٢٩)، مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية في كل العبارات، ومن نتائج المحور يتضح ان هناك فروق ذات دلالة احصائية عند مستوي (٠.٠٥) لصالح الاختيار (أوافق بشدة) بالنسبة للعبارة (١٨)، ولصالح الاختيار (أوافق) بالنسبة للعبارات (١٥ - ١٦ - ١٧)، وأيضا لصالح الاختيار (أحياناً) بالنسبة للعبارات (١٣ - ١٤)، حيث كانت (كا) المحسوبة أكبر من الجدولية مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية.

ويرجع ذلك الي الاهتمام بأن تنجز جميع المعاملات والاجراءات داخل النادي في فتره قصيرة، والاهتمام بأن تستجيب إدارة النادي بشكل سريع لأي استفسارات أو شكاوى للأعضاء، وبالتالي الي رفع درجة الرضا والولاء بين الأعضاء والنادي. كما تحرص إدارة الأندية علي الوفاء

بالعود التي تقدمها للأعضاء في مواعيدها. واهتمام الأندية عينة البحث بإبلاغ الأعضاء عن موعد تقديم الخدمات الرياضية والانتهاؤها منها بدقة.

**ويري الباحثان** ضرورة أن تقوم الأندية عينة البحث بتوجيه رسائل تعريفية حول الخدمات الرياضية المقدمة بشكل أكبر والتأكد أن تصل لجميع الأعضاء، وضرورة الاهتمام بتعرف الاعضاء بخصائص الخدمات الرياضية المقدمة بالأندية.

**ويتفق ذلك مع دراسة فوزي، (٢٠٢٢)**، حيث حاولت الدراسة فهم وتفسير العلاقة بين سياسات واستراتيجيات إدارة رأس المال البشري بالأندية، ومدى تأثير هذه النظم والعمليات الإدارية التي تعكس مدي كفاءة أو فشل الهيكل المؤسسي علي ثقة وتعامل الأعضاء، وشعورهم بالالتزام والرضا عن الخدمات والمزايا التنافسية المقدمة لهم.

**عرض الدلالات الاحصائية وتفسيرها ومناقشتها للمحور الرابع:** مدركات مدراء التسويق نحو مدركات مدراء التسويق نحو تصميم منتجات وخدمات وقنوات تفي باحتياجات الأعضاء.

#### جدول (٨)

توزيع نسبي لاستجابات عينة البحث نحو مدركات مدراء التسويق نحو مدركات مدراء التسويق نحو تصميم منتجات وخدمات وقنوات تفي باحتياجات الأعضاء. (ن=٣٩٨)

م	اوافق بشدة		أوافق		أحيانا		أوافق		متوسط حسابي		انحراف معياري	٢كا
	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن		
١٩	١٣.٦	٥٤	١٨.٣	٧٣	٢١.٤	٨٥	٢٢.٦	٩٠	٣.٢٥	١.٣٦٢٨٥	١٣.٨٨٤	
٢٠	١٩.٦	٧٨	٢٥.٦	١٠٢	٣٣.٩	١٣٥	١٣.٦	٥٤	٢.٦٣	١.١٥٥٩١	٨٥.٢٩١	
٢١	٢٠.٤	٨١	١٩.١	٧٦	٢٣.٤	٩٣	٢٠.٤	٨١	٢.٩٤	١.٣٧٢٣٣	١٠.٤٦٢	
٢٢	١٦.٨	٦٧	٢١.٦	٨٦	٣٦.٧	١٤٦	١٤.١	٥٦	٢.٨٠	١.١٩٤٧٨	٨١.٧٢٤	
٢٣	٣٠.٢	١٢٠	٢٦.١	١٠٤	٢٤.٩	٩٩	١٣.٦	٥٤	٢.٣٧	١.١٩٥٥٧	٨٤.٠٨٥	
٢٤	٢٠.٤	٨١	٣٣.٢	١٣٢	٢٦.٢	١٠٦	١٣.٦	٥٤	٢.٥٢	١.١٤٣٧٠	٨٨.٩٦٠	

\* قيمة (٢كا) الجدولية عند (٠.٠٥) = ٩.٤٩

**ويتضح من جدول (٨):** تتراوح متوسطات استجابات عينة البحث من (٢.٣٧)، لعبارة رقم (٢٣)، والتي تنص على " يهتم النادي بطرح خدمات رياضية جديدة بغرض استهداف شريحة من الأعضاء بخصائص مميزة." الي (٣.٢٥) لعبارة رقم (١٩)، والتي تنص على " عقد مقابلات شخصية واستبيانات للتعرف على الرغبات المتجددة من قبل الأعضاء."

**كما يتضح أن قيمة (٢كا) المحسوبة أكبر من الجدولية (٩.٤٩)، لجميع العبارات الخاصة بالمحور، حيث تراوحت قيمة (٢كا) المحسوبة ما بين (١٠.٤٦٢ : ٨٨.٩٦٠)، مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية في كل العبارات، ومن نتائج المحور يتضح ان هناك فروق ذات دلالة احصائية عند مستوي (٠.٠٥) لصالح الاختيار (أوافق بشدة) بالنسبة للعبارة (٢٣)، ولصالح الاختيار (أوافق) بالنسبة للعبارات (٢٤)، وأيضا لصالح الاختيار (أحيانا) بالنسبة للعبارات (٢٠ - ٢١ - ٢٢)، ولصالح الاختيار (غير موافق بشدة) بالنسبة للعبارات (١٩)، حيث كانت (٢كا) المحسوبة أكبر من الجدولية مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية.**

ويرجع ذلك الي اهتمام بعض الأندية عينة البحث بطرح خدمات رياضية جديدة بغرض استهداف شريحة من الأعضاء بخصائص مميزة، كما لوحظ اهتمام بعض الاندية عينة البحث بدراسة وتحليل وظيفي لمراحل الخدمة المقدمة للتعرف على تكلفة كل مرحلة.

ويري الباحثان ضرورة أن تسمح إدارة النادي بمتابعة طلبات الأعضاء وتتبع اجراءاته ومخاطبة العضو صاحب الطلب بالنتيجة في أقرب وقت، كما يجب الاهتمام بالتعرف على مواصفات الخدمات الرياضية لدى المنافسين أولاً بأول، وضرورة إعداد مزيج ترويجي خاص ومكثف وجذاب للخدمات الرياضية المقدمة، والاهتمام بعقد مقابلات شخصية واستبيانات للتعرف على الرغبات المتجددة من قبل الأعضاء .

ويتفق ذلك مع دراسة حيدر، (٢٠٢٠)، حيث هدفت الدراسة إلى الكشف عن البناء العملي البسيط للعلاقات بين أعضاء الأندية الرياضية ومجالس الإدارة والبنود التي تشكل مقياساً للعلاقات الاجتماعية بين أعضاء مجالس إدارة الأندية الرياضية.

عرض الدلالات الاحصائية وتفسيرها ومناقشتها للمحور الخامس: مدركات مدراء التسويق نحو مدركات مدراء التسويق نحو التعامل مع العاملين بطريقة مسؤولة.

#### جدول (٩)

توزيع نسبي لاستجابات عينة البحث نحو مدركات مدراء التسويق نحو مدركات مدراء التسويق نحو التعامل مع العاملين بطريقة مسؤولة. (ن=٣٩٨)

م	اوافق بشدة		اوافق		أحياناً		غ موافق		غ موافق بشدة		متوسط حسابي	انحراف معياري	كا
	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن			
٢٥	٣٩.٧	١٥٨	١٢.٠	٤٨	٢١.٤	٨٥	٥.٣	٢١	١٤	٣.٥	٢.٠٢	١.٠٦٧٨٤	١٩٥.٢٩١
٢٦	٢٥.٦	١٠٢	١١٩	٩٦	٢٤.١	٩٦	١٥.٣	٦١	٢٠	٥	٢.٤٤	١.١٧٠٧٧	٧٨.١٥٦
٢٧	٢٥.١	١٠٠	١١٧	١٢٣	٣٠.٩	١٢٣	٧.٣	٢٩	٢٩	٧.٣	٢.٤٢	١.١٥٤٤٣	١١٠.٧٩٤
٢٨	١٩.٨	٧٩	١٠٠	١٣٣	٣٣.٤	١٣٣	١٤.٦	٥٨	٢٨	٧	٢.٦٣	١.١٥٩٦٧	٨٠.٣٦٧
٢٩	١٩.٣	٧٧	٩٥	١٣٠	٣٢.٧	١٣٠	١٣.٦	٥٤	٤٢	١٠.٦	٢.٧٢	١.٢٢٣٢٥	٦٠.٩٧٠
٣٠	٢٥.١	١٠٠	٩٨	١١١	٢٧.٩	١١١	١٢.٦	٥٠	٣٩	٩.٨	٢.٥٧	١.٢٦١١١	٥٣.٥٨٣
٣١	٢٤.٦	٩٨	١٠٢	١٣٤	٣٣.٧	١٣٤	٧.٨	٣١	٣٣	٨.٣	٢.٤٩	١.١٨٢٨٩	١٠٤.٦٨٨

\* قيمة (كا) الجدولية عند (٠.٠٥) = ٩.٤٩

ويتضح من جدول (٩): تتراوح متوسطات استجابات عينة البحث من (٢.٠٢)، لعبارة رقم (٢٥)، والتي تنص على " الاهتمام بتحسين المعيشة للعاملين من خلال التوظيف الكامل والمؤمن والمناسب." الي (٢.٧٢) لعبارة رقم (٢٩)، والتي تنص على " مشاركة العاملين الأعياد والعادات والتقاليد الوطنية."

كما يتضح أن قيمة (كا) المحسوبة أكبر من الجدولية (٩.٤٩)، لجميع العبارات الخاصة بالمحور، حيث تراوحت قيمة (كا) المحسوبة ما بين (٥٣.٥٨٣ : ١٩٥.٢٩١)، مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية في كل العبارات، ومن نتائج المحور يتضح ان هناك فروق ذات دلالة احصائية عند مستوي (٠.٠٥) لصالح الاختيار (أوافق) بالنسبة للعبارات (٢٥ - ٢٦)، وأيضاً لصالح الاختيار (أحياناً) بالنسبة للعبارات (٢٧-٢٨-٢٩ - ٣٠ - ٣١)، حيث كانت (كا) المحسوبة أكبر من الجدولية مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية.

ويرجع ذلك الي الاهتمام بتحسين المعيشة للعاملين من خلال التوظيف الكامل والمؤمن والمناسب وتطبيق معايير الأمان الوظيفي للعاملين بالأندية عينة البحث، والاستعانة في تيسير الأعمال بشخصيات معترف بها قانوناً أو الاهتمام بالجانب القانوني في تيسير الأعمال بالأندية الرياضية.

ويري الباحثان ضرورة منع الفصل التعسفي أو التمييزي قبل إجراء تحقيق قانوني من قبل الجهات القانونية المختصة داخل النادي، وضرورة تطبيق الحد الأدنى من الاشتراطات المحددة في معايير العمل الدولية، والعمل على مشاركة العاملين الأعياد والعادات والتقاليد الوطنية، وإدراك أهمية الحوار والعلاقات الاجتماعية ومدى تأثيرها في فاعلية العمل الرياضي، كما يجب توفير تأمين اجتماعي ومعاش للمتقاعدين الرياضيين والأجهزة الفنية والإدارية والطبية والوظيفية.

عرض الدلالات الاحصائية وتفسيرها ومناقشتها للمحور السادس للبحث: مدركات مدراء التسويق نحو مدركات مدراء التسويق نحو التوازن ما بين الأداء المالي والاجتماعي.

#### جدول (١٠)

توزيع نسبي لاستجابات عينة البحث نحو مدركات مدراء التسويق نحو مدركات مدراء التسويق نحو التوازن ما بين الأداء المالي والاجتماعي. (ن=٣٩٨)

م	اوافق بشدة		أوافق		أحيانا		غ موافق		غ موافق بشدة		متوسط حسابي	انحراف معياري	٢٤
	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن					
٣٢	١٥.٨	٦٣	٢٢.٤	٩٣	٣٠.٤	١٢١	١٦.٨	٦٧	١٣.٦	٥٤	٢.٨٨	١.٢٥٢٨٤	٣٧.٤٧٧
٣٣	١٥.٨	٦٣	٢٠.١	٨٠	٣٤.٧	١٣٨	١٣.١	٥٢	١٦.٣	٦٥	٢.٩٣	١.٢٧٢٢١	٥٨.٥٥٨
٣٤	١٩.٨	٧٩	٢٧.٩	١١١	٣٠.٢	١٢٠	١١.٨	٤٧	١٠.٣	٤١	٢.٦٤	١.٢١٧٧٩	٦٤.٩٦٥
٣٥	١٩.٧	٧٨	١٩.١	٧٦	٣٢.٩	١٣١	١٥.٦	٦٢	١٢.٨	٥١	٢.٨٢	١.٢٧٢٠٤	٤٧.٥٥٣
٣٦	٢١.١	٨٤	٣٣.٧	١٣٤	٣٠.٧	١٢٢	٨.٥	٣٤	٦	٢٤	٢.٤٤	١.٠٩٧٧٣	١٢٤.٩٦٥

\* قيمة (٢٤) الجدولية عند (٠.٠٥) = ٩.٤٩

ويتضح من جدول (١٠): تتراوح متوسطات استجابات عينة البحث من (٢.٤٤)، لعبارة رقم (٣٦)، والتي تنص على " الهدف الاساسي في تقديم الخدمات الرياضية بالنادي ليس مادي فقط." الي (٢.٩٣) لعبارة رقم (٣٣)، والتي تنص على " يتبع النادي مبادئ خلقية أساسية في تقديم الخدمات الرياضية بالنادي"

كما يتضح أن قيمة (٢٤) المحسوبة أكبر من الجدولية (٩.٤٩)، لجميع العبارات الخاصة بالمحور، حيث تراوحت قيمة (٢٤) المحسوبة ما بين (٣٧.٤٧٧ : ١٢٤.٩٦٥)، مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية في كل العبارات، ومن نتائج المحور يتضح ان هناك فروق ذات دلالة احصائية عند مستوي (٠.٠٥) لصالح الاختيار (أوافق) بالنسبة للعبارة (٣٦)، وأيضاً لصالح الاختيار (أحيانا) بالنسبة للعبارات (٣٢ - ٣٣ - ٣٤ - ٣٥)، حيث كانت (٢٤) المحسوبة أكبر من الجدولية مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية.

استبيان رضا أعضاء الأندية الرياضية:

عرض الدلالات الاحصائية وتفسيرها ومناقشتها للمحور الأول: الجودة المدركة لخدمات الأندية الرياضية.

## جدول (١١)

توزيع نسبي لاستجابات عينة البحث نحو الجودة المدركة لخدمات الأندية الرياضية (ن=٣٩٨)

م	أوافق بشدة		أوافق		أحيانا		غ موافق		غ موافق بشدة		متوسط حسابي	انحراف معياري	٢٤
	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن			
٣٧	٣٢.٧	١٣٠	٢٨.٤	١١٣	٢٤.٩	٩٩	١٠.٣	٤١	٣.٨	١٥	٢.٢٤	١.١٢٧٦٧	١٢١.٧٩٩
٣٨	١٤.٦	٥٨	٤٠.٧	١٦٢	٢٨.٦	١١٤	١٣.٣	٥٣	٢.٨	١١	٢.٤٨	٠.٩٨٧٩١	١٧٤.٠٣٥
٣٩	١٣.٣	٥٣	٢٣.٦	٩٤	٣٦.٢	١٤٤	٢٢.٤	٨٩	٤.٥	١٨	٢.٨١	١.٠٦٨٠٥	١١٢.٣٧٧
٤٠	٢١.٤	٨٥	٣٥.٢	١٤٠	٢٢.٦	٩٠	١٤.١	٥٦	٦.٨	٢٧	٢.٤٩	١.١٧٠٠٥	٨٩.٣١٢
٤١	١٥.١	٦٠	٢٤.١	٩٦	٣١.٧	١٢٦	٢١.٤	٨٥	٧.٨	٣١	٢.٨٢	١.١٥٨٧٣	٦٥.٢٩١
٤٢	١٢.٣	٤٩	٢٦.٦	١٠٦	٣٥.٩	١٤٣	١٧.٦	٧٠	٧.٥	٣٠	٢.٨١	١.٠٩٧٥٦	١٠٣.٠٨٠
٤٣	١٧.٨	٧١	٢٢.٦	٩٠	٢٨.٦	١١٤	١٩.٣	٧٧	١١.٦	٤٦	٢.٨٤	١.٢٥٤٧٤	٣١.٤٢٢
٤٤	٢٢.١	٨٨	٢٥.٤	١٠١	٣٥.٧	١٤٢	١٢.٣	٤٩	٤.٥	١٨	٢.٥١	١.١٠١١٥	١١٤.٩٩٠
٤٥	١٢.٨	٥١	٢٠.٦	٨٢	٢٦.٩	١٠٧	٢٥.٩	١٠٣	١٣.٨	٥٥	٣.٠٧	١.٢٣٦٤٠	٣٤.٢٦١
٤٦	١٢.٦	٥٠	٢٣.٦	٩٤	٣٣.٩	١٣٥	٢٠.٤	٨١	٣.٨	٣٨	٢.٩٠	١.١٤٨٣٩	٧٣.٩٣٥
٤٧	١٦.٨	٦٧	٢٧.٤	١٠٩	٢١.٩	٨٧	١٩.١	٧٦	١٤.٨	٥٩	٢.٨٧	١.٣١١٦١	١٩.٠٣٥

\* قيمة (٢٤) الجدولية عند (٠.٠٥) = ٩.٤٩

ويتضح من جدول (١١): تتراوح متوسطات استجابات عينة البحث من (٢.٢٤)، لعبارة رقم (٣٧)، والتي تنص على " يلتزم النادي بتقديم الخدمات الرياضية في الوقت المحدد. " الي (٣.٠٧) لعبارة رقم (٤٥)، والتي تنص على " يعمل النادي في بيئة خالية من المخاطر ويسيطر على الحوادث المحتملة. "

كما يتضح أن قيمة (٢٤) المحسوبة أكبر من الجدولية (٩.٤٩)، لجميع العبارات الخاصة بالمحور، حيث تراوحت قيمة (٢٤) المحسوبة ما بين (١٩.٠٣٥ : ١٧٤.٠٣٥)، مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية في كل العبارات، ومن نتائج المحور يتضح ان هناك فروق ذات دلالة احصائية عند مستوي (٠.٠٥) لصالح الاختيار (أوافق بشدة) بالنسبة للعبارة (٣٧)، ولصالح الاختيار (أوافق) بالنسبة للعبارات (٣٨ - ٤٠ - ٤٧)، وأيضا لصالح الاختيار (أحيانا) بالنسبة للعبارات (٣٩ - ٤١ - ٤٢ - ٤٣ - ٤٤ - ٤٥ - ٤٦)، حيث كانت (٢٤) المحسوبة أكبر من الجدولية مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية.

ويرجع ذلك الي اهتمام إدارات الأندية بتقديم الخدمات الرياضية في الوقت المحدد، والتركيز على أن يكون العاملين في الأندية الرياضية راغبين بالعمل ومؤهلين لتطوير الخدمة الرياضية وبأسلوب منضبط، والتأكيد على أن يمتاز النادي بسمعة و مكانة جيدة لدى أفراد المجتمع الرياضي، والاهتمام بتبسيط إجراءات العمل من قبل قدر الإمكان لضمان السرعة و السهولة في تقديم الخدمة الرياضية.

ويري الباحثان ضرورة حرص الأندية على تقديم الخدمة الرياضية بشكل جيد و صحيح منذ أول مرة (توجيه العضو نحو الخدمة مباشرة)، كما يجب أن يتمتع العاملين بالنادي الرياضي بالمعاملة اللطيفة و الحسنة، وضرورة تقديم التسهيلات المادية في الأندية الرياضية تظهر بشكل أنيق ولائق، والتأكيد على حفظ سجلات النادي بطريقة دقيقة و موثقة عن الأعضاء، ويجب إعلام الأعضاء بدقة عن موعد تقديم الخدمة، كما يجب الاهتمام بأن يعمل النادي في بيئة خالية من

المخاطر ويسيطر على الحوادث المحتملة، وجوب أن تتلاءم اسعار الخدمات الرياضية المقدمة مع جودتها

ويتفق ذلك مع دراسة Abdelnaser, (2022)، حيث يهدف البحث الحالي التعرف على القيمة المدركة للعلامة التجارية وعلاقتها بالكلمة المنطوقة في ضوء الترويج لخدمات أكاديميات السباحة (ترفيه - ترويبي - تدريب - مسابقات) في المدن الشبابية والرياضية في الجمهورية العربية.

عرض الدلالات الاحصائية وتفسيرها ومناقشتها للمحور الثاني: توقعات عملاء الأندية الرياضية.

جدول (١٢)

توزيع نسبي لاستجابات عينة البحث نحو توقعات عملاء الأندية الرياضية (ن=٣٩٨)

م	اوافق بشدة		أوافق		أحيانا		غ موافق		غ موافق بشدة		متوسط حسابي	انحراف معياري	٢كا
	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن			
٤٨	٢٠.١	٨٠	٢٧.٩	١١١	٢٢.٤	٨٩	١٨.٨	٧٥	١٠.٨	٤٣	٢.٧٢	١.٢٧٧٢٠	٣٠.٥٩٣
٤٩	١٦.٨	٦٧	١٩.٨	٧٩	٢٨.١	١١٢	٢١.١	٨٤	١٤.١	٥٦	٢.٩٥	١.٢٨٣٧٦	٢٢.٤٢٧
٥٠	٢٠.١	٨٠	٢٣.١	٩٢	٣١.٧	١٢٦	١٧.٨	٧١	٧.٣	٢٩	٢.٦٩	١.١٨٨٧٢	٦٢.٠٧٥
٥١	٢٠.٤	٨١	٢٧.٤	١٠٩	٣٠.٩	١٢٣	١٥.٨	٦٣	٥.٥	٢٢	٢.٥٨	١.١٤٠٥٣	٧٩.٦٨٨
٥٢	١٦.٦	٦٦	٣٢.٤	١٢٩	٣١.٩	١٢٧	١٠.٦	٤٢	٨.٥	٣٤	٢.٦٢	١.١٣٧٥٣	١٠٥.٠٩٠
٥٣	١٥.٨	٦٣	٣٧.٤	١٤٩	٣٠.٧	١٢٢	١١.٣	٤٥	٤.٨	١٩	٢.٥١	١.١٣٧٥٣	١٤٧.٧٢٩
٥٤	٣١.٩	١٢٧	٢٦.١	١٠٤	٢٨.٩	١١٥	٨.٣	٣٣	٤.٨	١٩	٢.٢٧	١.٠٣٩٩٨	١٢٤.٨٦٤
٥٥	١٣.٦	٥٤	١٨.٣	٧٣	٢١.٤	٨٥	٢٢.٦	٩٠	٢٤.١	٩٦	٣.٢٣	١.٣٦٢٩٤	١٣.٨٨٤
٥٦	١٩.٦	٧٨	٢٥.٦	١٠٢	٣٣.٩	١٣٥	١٣.٦	٥٤	٧.٣	٢٩	٢.٦٣	١.١٥٥٩١	٨٥.٢٩١

\* قيمة (٢كا) الجدولية عند (٠.٠٥) = ٩.٤٩

ويتضح من جدول (١٢): تتراوح متوسطات استجابات عينة البحث من (٢.٢٧)، لعبارة رقم (٥٤)، والتي تنص على " العلم والدراية باحتياجات الأعضاء بشكل مستمر." الي (٣.٢٣) لعبارة رقم (٥٥)، والتي تنص على " يحرص النادي علي البحث المستمر عن الوسائل المناسبة لزيادة مستوي رضا الأعضاء."

كما يتضح أن قيمة (٢كا) المحسوبة أكبر من الجدولية (٩.٤٩)، لجميع العبارات الخاصة بالمحور، حيث تراوحت قيمة (٢كا) المحسوبة ما بين (١٣.٨٨٤ : ١٤٧.٧٢٩)، مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية في كل العبارات، ومن نتائج المحور يتضح ان هناك فروق ذات دلالة احصائية عند مستوي (٠.٠٥) لصالح الاختيار (أوافق بشدة) بالنسبة للعبارة (٥٤)، ولصالح الاختيار (أوافق) بالنسبة للعبارات (٤٨-٥٢-٥٣)، وأيضا لصالح الاختيار (أحيانا) بالنسبة للعبارات (٤٩-٥٠-٥١-٥٦)، ولصالح الاختيار (غير موافق) بالنسبة للعبارة (٥٥)، حيث كانت (٢كا) المحسوبة أكبر من الجدولية مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية.

ويرجع ذلك الي اهتمام الأندية الرياضية عينه البحث بالعلم والدراية باحتياجات الأعضاء بشكل مستمر، كما تتوافق الخدمات الرياضية المقدمة بالنادي مع توقعات الأعضاء بشكل كبير، وأحيانا تكون الخدمات الرياضية المقدمة من النادي أفضل من توقعات الأعضاء، كما تحرص إدارة النادي علي تدريب العاملين علي التنبؤ بمشكلات الأعضاء والتعامل معها بمهارة.

ويري الباحثان ضرورة أن يحرص النادي علي البحث المستمر عن الوسائل المناسبة لزيادة مستوي رضا الأعضاء، مع ضرورة توفير قاعدة معطيات تتضمن معلومات عن اهتمامات الأعضاء، ويجب التركيز على أن تكون الخدمات الرياضية بالأندية في مستوى تطلعات الأعضاء، ويجب أن يحرص العاملين بالنادي علي مفاجأة الأعضاء بتقديم خدمة رياضية تفوق توقعاته، كما يجب أن يحرص النادي علي عدم المغالاة في تقديم الوعود.

ويتفق ذلك مع دراسة طلفاح، (٢٠١٧)، حيث هدفت الدراسة إلى معرفة مستوى تطبيق العدالة التنظيمية والتوقعات الادارية في المنظمات الرياضية في الأردن من وجهة نظر مدربي ألعاب المضرب تبعاً للمتغيرات الشخصية (الجنس، الخبرة، مكان العمل، نوع اللعبة، الدخل الشهري).

عرض الدلالات الاحصائية وتفسيرها ومناقشتها للمحور الثالث: ولاء العملاء للأندية الرياضية.

جدول (١٣)

توزيع نسبي لاستجابات عينة البحث نحو ولاء العملاء للأندية الرياضية (ن=٣٩٨)

م	أوافق بشدة		أوافق		أحياناً		غ موافق		غ موافق بشدة		متوسط حسابي	انحراف معياري	٢١٤
	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن					
٥٧	٢٠.٤	٨١	١٩.١	٧٦	٢٣.٤	٩٣	٢٠.٤	٨١	١٦.٨	٦٧	٢.٩٤	١.٣٧٢٣٣	١٠.٤٦٢
٥٨	١٦.٨	٦٧	٢١.٦	٨٦	٣٦.٧	١٤٦	١٤.١	٥٦	١٠.٨	٤٣	٢.٨٠	١.١٩٤٧٨	٨١.٧٢٤
٥٩	٣٠.٢	١٢٠	٢٦.١	١٠٤	٢٤.٩	٩٩	١٣.٦	٥٤	٥.٣	٢١	٢.٣٧	١.١٩٥٥٧	٨٤.٠٨٥
٦٠	٢٥.١	١٠٠	٢٩.٤	١١٧	٣٠.٩	١٢٣	٧.٣	٢٩	٧.٣	٢٩	٢.٤٢	١.١٥٤٤٣	١١٠.٧٩٤
٦١	١٩.٨	٧٩	٢٥.١	١٠٠	٣٣.٤	١٣٣	١٤.٦	٥٨	٧	٢٨	٢.٦٣	١.١٥٩٦٧	٨٠.٣٦٧
٦٢	١٩.٣	٧٧	٢٣.٩	٩٥	٣٢.٧	١٣٠	١٣.٦	٥٤	١٠.٦	٤٢	٢.٧٢	١.٢٢٣٢٥	٦٠.٩٧٠
٦٣	٢٥.١	١٠٠	٢٤.٦	٩٨	٢٧.٩	١١١	١٢.٦	٥٠	٩.٨	٣٣٩	٢.٥٧	١.٢٦١١١	٥٣.٥٨٣
٦٤	٢٤.٦	٩٨	٢٥.٦	١٠٢	٣٣.٧	١٣٤	٧.٨	٣١	٨.٣	٣٣	٢.٤٩	١.١٨٢٨٩	١٠٤.٦٨٨
٦٥	١٥.٨	٦٣	٢٣.٤	٩٣	٣٠.٤	١٢١	١٦.٨	٦٧	١٣.٦	٥٤	٢.٨٨	١.٢٥٢٨٤	٣٧.٤٧٧

\* قيمة (٢١٤) الجدولية عند (٠.٠٥) = ٩.٤٩

ويتضح من جدول (١٣): تتراوح متوسطات استجابات عينة البحث من (٢.٣٧)، لعبارة رقم (٥٩)، والتي تنص على " الخدمات الرياضية بالنادي هي الأكثر ملاءمة لاحتياجاتي." الي (٢.٩٤) لعبارة رقم (٥٧)، والتي تنص على " اشترك بالخدمات الرياضية بالنادي حتى وإن كانت أعلى من المنافسين."

كما يتضح أن قيمة (٢١٤) المحسوبة أكبر من الجدولية (٩.٤٩)، لجميع العبارات الخاصة بالمحور، حيث تراوحت قيمة (٢١٤) المحسوبة ما بين (١٠.٤٦٢ : ١١٠.٧٩٤)، مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية في كل العبارات، ومن نتائج المحور يتضح ان هناك فروق ذات دلالة احصائية عند مستوي (٠.٠٥) لصالح الاختيار (أوافق بشدة) بالنسبة للعبارة (٥٩)، ولصالح الاختيار (أحياناً) بالنسبة للعبارات (٥٧ - ٥٨ - ٦٠ - ٦١ - ٦٢ - ٦٣ - ٦٤ - ٦٥)، حيث كانت (٢١٤) المحسوبة أكبر من الجدولية مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية.

ويرجع ذلك الي اهتمام الأندية الرياضية بتقديم الخدمات الرياضية الأكثر ملاءمة لاحتياجات الأعضاء، وبالتالي تحسن مساوي الرضا عن الخدمات المقدمة، يأتي ذلك في اطار

وعى الأندية الرياضية عينه البحث بمتطلبات الأعضاء الرياضية وكيفية تقديمها بشكل مرضي، الأمر الذي أدى إلى ارتباط الأعضاء بالخدمات الرياضية بالنادي.

ويرى الباحثان ضرورة الاهتمام بالتسعير المناسب للخدمات الرياضية المقدمة بالأندية عينة البحث، وضرورة الاهتمام برفع ولاء الأعضاء للنادي، كذلك الاهتمام بخدمات ما بعد البيع، ضرورة التسوق للخدمات الرياضية المقدمة بالأندية من خلال الأعضاء، كما يجب قياس مدى الرضا على كل ما يقدمه النادي من عروض وخدمات، والاهتمام بتوعية العاملين بالنادي في التعامل مع الأعضاء.

عرض الدلالات الإحصائية وتفسيرها ومناقشتها للمحور الرابع للبحث: شكاوى أعضاء الأندية الرياضية.

#### جدول (١٤)

توزيع نسبي لاستجابات عينة البحث نحو شكاوى أعضاء الأندية الرياضية (ن=٣٩٨)

م	أوافق بشدة		أوافق		أحيانا		غ موافق		غ موافق بشدة		متوسط حسابي	انحراف معياري	٢ك
	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن			
٦٦	٦٣	١٥.٨	٨٠	٢٠.١	١٣٨	٣٤.٧	٥٢	١٣.١	٦٥	١٦.٣	٢.٩٣	١.٢٧٢٢١	٥٨.٥٥٨
٦٧	٧٩	١٩.٨	١١١	٢٧.٩	١٢٠	٣٠.٢	٤٧	١١.٨	٤١	١٠.٣	٢.٦٤	١.٢١٧٧٩	٦٤.٩٦٥
٦٨	٧٨	١٩.٦	٧٦	١٩.١	١٣١	٣٢.٩	٦٢	١٥.٦	٥١	١٢.٨	٢.٨٢	١.٢٧٢٠٤	٤٧.٥٥٣
٦٩	٨٤	٢١.١	١٣٤	٣٣.٧	١٢٢	٣٠.٧	٣٤	٨.٥	٢٤	٦	٢.٤٤	١.٠٩٧٧٣	١٢٤.٩٦٥
٧٠	١٠٢	٢٥.٦	١١٩	٢٩.٩	٩٦	٢٤.١	٦١	١٥.٣	٢٠	٥	٢.٤٤	١.١٧٠٧٧	٧٨.١٥٦
٧١	١٠٠	٢٥.١	١١٧	٢٩.٤	١٢٣	٣٠.٩	٢٩	٧.٣	٢٩	٧.٣	٢.٤٢	١.١٥٤٤٥	١١٠.٧٩٤
٧٢	٧٩	١٩.٨	١٠٠	٢٥.١	١٣٣	٣٣.٤	٥٨	١٤.٦	٢٨	٧	٢.٦٣	١.١٥٩٦٧	٨٠.٣٦٧
٧٣	٧٧	١٩.٣	٩٥	٢٣.٩	١٣٠	٣٢.٧	٥٤	١٣.٦	٤٢	١٠.٦	٢.٧٢	١.٢٢٣٢٥	٦٠.٩٧٠

\* قيمة (٢ك) الجدولية عند (٠.٠٥) = ٩.٤٩

ويتضح من جدول (١٤): تتراوح متوسطات استجابات عينة البحث من (٢.٤٤)، للعبارات رقم (٦٩ - ٧٠)، والتي تنص على " تصغي إدارة النادي إلى أعضائها - الاهتمام بمشاكل الأعضاء والرد على استفساراتهم." الي (٢.٩٣) لعبارة رقم (٦٦)، والتي تنص على " تستجيب إدارة النادي بسرعة لمشاكل و استفسارات الأعضاء."

كما يتضح أن قيمة (٢ك) المحسوبة أكبر من الجدولية (٩.٤٩)، لجميع العبارات الخاصة بالمحور، حيث تراوحت قيمة (٢ك) المحسوبة ما بين (٤٧.٥٥٣ : ١٢٤.٩٦٥)، مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية في كل العبارات، ومن نتائج المحور يتضح ان هناك فروق ذات دلالة احصائية عند مستوي (٠.٠٥) لصالح الاختيار (أوافق) بالنسبة للعبارات (٦٩ - ٧٠)، وأيضا لصالح الاختيار (أحيانا) بالنسبة للعبارات (٦٦ - ٦٧ - ٦٨ - ٧١ - ٧٢ - ٧٣)، حيث كانت (٢ك) المحسوبة أكبر من الجدولية مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية.

ويرجع ذلك الي اهتمام إدارات الأندية الي أن تصغي لأعضائها، والاهتمام بمشاكل الأعضاء والرد على استفساراتهم، وذلك من خلال وضع قنوات تواصل مع إدارة الأندية بشكل

واضح سواء كانت قنوات الكترونية مثل الميل ومواقع التواصل الاجتماعي، أو تقليدية مثل صناديق الشكاوى والمقترحات.

**ويري الباحثان ضرورة أن تستجيب إدارة النادي بسرعة لمشاكل و استفسارات الأعضاء،** وضرورة توافر المعرفة الكافية للإجابة عن أسئلة الأعضاء، والاهتمام بتقديم خدمات جيدة لما بعد البيع، كما يجب أن تولي إدارة النادي الاهتمام لأعضائها قدر المستطاع الاهتمام بسرعة الرد على شكاوى الأعضاء، العاملين بالنادي يصغون إلي ويتكلمون بأسلوب واضح و مفهوم.

**ويختلف ذلك مع دراسة حسيني، (٢٠٢٢):** حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى رضا العملاء وفقا لنظرية 7P's كمؤشر لتحقيق الميزة التنافسية بالأندية الخاصة، وكانت أهم النتائج أنه لا توجد متابعه مستمرة لاتجاهات السوق والاستفادة منها في تقديم الأنشطة المختلفة بالنادي، كما أن جودة الأنشطة الرياضية والاجتماعية والترفيهية بالنادي غير مقبولة لدى الأعضاء

ثانيا: نتائج عينه الدراسة الأساسية في ضوء فروض البحث:

**الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين مدركات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي ومحاورها، و رضا أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية ومحاورها.

للتحقق من صحة الفرض الأول إحصائياً قام الباحثان بحساب مصفوفة معاملات ارتباط بيرسون بين المتغيرات الخاصة بالبحث المتمثلة في الأداء الاجتماعي بمحاوره و رضا أعضاء الاندية بمحاوره كما بجدول (١٥).

#### جدول (١٥)

معاملات الارتباط بين مدركات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي ومحاورها، و رضا أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية ومحاورها. (ن=٣٩٨)

رضا أعضاء الاندية					المتغيرات	مدركات الاداء الاجتماعي
الدرجة الكلية	شكاوى أعضاء الاندية	ولاء العملاء للاندية	توقعات عملاء الاندية	الجودة المدركة لخدمات الاندية		
**٠.٧٦٠	**٠.٥٢٤	**٠.٥٣١	**٠.٥٧٤	**٠.٩٣٣	تحديد ومتابعة الأهداف الاجتماعية	مدركات الاداء الاجتماعي
**٠.٨١١	**٠.٦٣٤	**٠.٦٠١	**٠.٦٣٩	**٠.٨٨٤	ضمان التزام مجلس الإدارة والعاملين بالأهداف الاجتماعية	
**٠.٧٩٥	**٠.٥٧٧	**٠.٦١٤	**٠.٩٣١	**٠.٦٤٦	التعامل مع الأعضاء بطريقة مسؤولة	
**٠.٦٨٣	**٠.٥١٨٠	**٠.٧١١	**٠.٧٠٤	**٠.٤٥٩	تصميم منتجات وخدمات وقنوات تفي باحتياجات الأعضاء	
**٠.٨٧٣	**٠.٨٩٣	**٠.٩٢١	**٠.٦٤٣	**٠.٥٧٦	التعامل مع العاملين بطريقة مسؤولة	
**٠.٧٧٢	**٠.٩٠٠	**٠.٧٣٩	**٠.٥٢٥	**٠.٥١٧	التوازن ما بين الأداء المالي والاجتماعي	
**٠.٩٩٣	**٠.٨٥٥	**٠.٨٧١	**٠.٨٣٩	**٠.٨٥٧	الدرجة الكلية	

**يتضح من جدول (١٥):** وجود علاقة ارتباطية موجبة بين مدركات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي ومحاورها، و رضا أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية ومحاورها، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (\*\*٠.٩٩٣\*) وهي قيمة دالة إحصائياً عند (٠.٠١)، ويرجع الباحثان ذلك الي أنه كلما ازدادت مدركات مدراء التسويق لإدارة

الأداء الاجتماعي، أدى ذلك الي زيادة نسبة الرضا عن الخدمات الرياضية المقدمة بالأندية الرياضية عينة البحث، وذلك لشعور الأعضاء بالمسؤولية الاجتماعية للنادي.

الفرض الثاني: توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات عينة البحث في كل من مدركات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي ومحاورها، و رضا أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية ومحاورها. تبعاً لـ (النوع). (ذكر – أنثي):

للتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم حساب قيمة (ت) بين متوسط درجات عينة البحث من الذكور والاناث في الأداء الاجتماعي و استبيان رضا عملاء الأندية . ويوضح ذلك جدول (١٦)

## جدول (١٦)

الفروق بين الذكور والاناث في مدرجات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي ومحاورها، ورضا أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية ومحاورها. تبعا لـ (النوع). (ن=٣٩٨)

مستوى الدلالة	قيمة (ت)	الفروق بين المتوسطات	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النوع	المحاور
غير دال	٠.٧٢٦-	٠.٤٧٣-	٥.٧١٤	١٨.٤٧٦	ذكور (ن=٢٩٨)	تحديد ومتابعة الأهداف الاجتماعية
			٥.٤٠٩	١٨.٩٥٠	أنث (ن=١٠٠)	
غير دال	٠.٦٩٣-	٠.٣٤٩-	٤.٣٥١	١٤.٠١٠	ذكور (ن=٢٩٨)	ضمان التزام مجلس الإدارة والعاملين بالأهداف الاجتماعية
			٤.٤٢٥٦	١٤.٣٦٠	أنث (ن=١٠٠)	
دال	٠.٥١٥	٠.١٥٥-	٤.٣٩٠	١٥.٦١٤	ذكور (ن=٢٩٨)	التعامل مع الأعضاء بطريقة مسؤولة
			٣.٩٥٣	١٥.٧٧٠	أنث (ن=١٠٠)	
غير دال	٠.٣٣٨-	٠.١٧٤-	٤.٥٧١	١٨.٨٦٥	ذكور (ن=٢٩٨)	تصميم منتجات وخدمات وقنوات تفي باحتياجات الأعضاء
			٤.٠٩٢	١٩.٠٤٠	أنث (ن=١٠٠)	
غير دال	٠.٩٠٢-	٠.٥٤٦-	٥.٢٨٨	١٧.٤٥٦	ذكور (ن=٢٩٨)	التعامل مع العاملين بطريقة مسؤولة
			٥.٠٩٣	١٦.٩١٠	أنث (ن=١٠٠)	
غير دال	٠.٤٤٥-	٠.٢٣٥-	٤.٦٩٩	١٣.٦٩٤	ذكور (ن=٢٩٨)	التوازن ما بين الأداء المالي والاجتماعي
			٤.٢٠٧	١٣.٩٣٠	أنث (ن=١٠٠)	
غير دال	٠.٣٢٣-	٠.٨٤٢-	٢٣.٠٣٤	٩٨.١١٧	ذكور (ن=٢٩٨)	الدرجة الكلية
			٢١.٠٧٦	٩٨.٩٦٠	أنث (ن=١٠٠)	
غير دال	٠.٩٥٧-	٠.٩٦٣-	٨.٦٩٥	٣١.٩٢٦	ذكور (ن=٢٩٨)	الجودة المدركة لخدمات الاندية
			٨.٧٨٦	٣٢.٨٩٠	أنث (ن=١٠٠)	
دال	٠.٥٥٥	٠.٠٣٩-	٦.٩٨٠	٢٦.٦٣٠	ذكور (ن=٢٩٨)	توقعات عملاء الاندية
			٦.١٤٦	٢٦.٦٧٠	أنث (ن=١٠٠)	
غير دال	٠.٢٥١	٠.٢١٩-	٧.٧١٦	٣٠.٩٠٩	ذكور (ن=٢٩٨)	ولاء العملاء للاندية
			٧.٠٧٩	٣٠.٦٩٠	أنث (ن=١٠٠)	
غير دال	٠.٠٧٩-	٠.٠٦٥-	٧.١٨٤	٢٣.٦٤٤	ذكور (ن=٢٩٨)	شكاوى أعضاء الاندية
			٧.٢٢٢	٢٣.٧١٠	أنث (ن=١٠٠)	
غير دال	٠.٢٨٢-	٠.٨٤٩-	٢٦.٥٠٨	١.١٣١١	ذكور (ن=٢٩٨)	الدرجة الكلية
			٢٤.٨٠٠	١.١٣٣٩	أنث (ن=١٠٠)	

مدرجات مدراء التسويق لإدارة الأداء الاجتماعي

رضا أعضاء الاندية

ويتضح من جدول (١٦): وجود فروق دالة إحصائياً بين نوع المشترك (ذكر - أنثي) في محور التعامل مع الأعضاء بطريقة مسؤولة في استبيان مدراء التسويق لإدارة الأداء الاجتماعي، حيث بلغت قيمة (ت) (٠.٥١٥) وهي قيمة دالة إحصائياً عند (٠,٠٥، ٠,٠١) لصالح الذكور، كما يوجد فروق دالة إحصائياً بين نوع المشترك (ذكر - أنثي) في محور توقعات عملاء الأندية في استبيان رضا أعضاء الأندية، حيث بلغت قيمة (ت) (٠.٥٥٥) وهي قيمة دالة إحصائياً عند (٠,٠٥، ٠,٠١) لصالح الإناث، ويرجع الباحثين السبب لذلك إلى اهتمام السيدات بعوامل الوقت والمكان لتقديم الخدمات الرياضية. مما يعني أن الفرض تحقق جزئياً.

الفرض الثالث: يوجد تباين دال إحصائياً بين درجات عينه البحث في كل من مدركات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي ومحاورها، و رضا أعضاء الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية ومحاورها. تبعاً لـ (فترة اشتراكك في الخدمات الرياضية).

استخدم الباحثان أسلوب تحليل التباين أحادي الاتجاه **ONE WAY ANOVA** للتحقق من صحة الفرض إحصائياً لمعرفة التباين في الأداء الاجتماعي و رضا أعضاء الأندية تبعاً لفترة اشتراكك في الخدمات الرياضية ، ويوضح جدول (١٧) هذه الدلالات.

## جدول (١٧)

الفروق بين عينة الدراسة في مدركات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي ومحاورها، ورضا أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية ومحاورها. لـ (فترة اشتراك في الخدمات الرياضية) (ن=٣٩٨).

الاستبيان	المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
مدركات مدراء التسويق لإدارة الأداء الاجتماعي	تحديد ومتابعة الأهداف الاجتماعية	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	٢٣٧.٥٤٩ ١٢٧٦.٣٢٣ ١٢٦١٣.٨٧٢	٢ ٣٩٥ ٣٩٧	١١٨.٧٧٤ ٣١.٣٣٢	٣.٧٩١	غير دال
	ضمان التزام مجلس الإدارة والعاملين بالأهداف الاجتماعية	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	٥٩.٣٧٢ ٧٥١١.٨٠٦ ٧٥٧١.١٧٨	٢ ٣٩٥ ٣٩٧	٢٩.٦٨٦ ١٩.٠١٧	١.٥٦١	غير دال
	التعامل مع الأعضاء بطريقة مسؤولة	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	٥٨.٦٧٦ ٧٢١٥.٤٧٥ ٧٢٧٤.١٥١	٢ ٣٩٥ ٣٩٧	٢٩.٣٣٨ ١٨.٢٦٧	١.٦٠٦	غير دال
	تصميم منتجات وخدمات وقنوات نفي باحتياجات الأعضاء	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	٦٧.٤٩٢ ٧٧٩٩.٢٥٢ ٧٨٦٦.٧٤٤	٢ ٣٩٥ ٣٩٧	٣٣.٧٤٦ ١٩.٧٤٥	١.٧٠٩	غير دال
	التعامل مع العاملين بطريقة مسؤولة	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	١٤.٢٥١ ١.٠٨٨٤.٢٢٤ ١.٠٨٩٨.٤٧٥	٢ ٣٩٥ ٣٩٧	٧.١٢٥ ٢٧.٥٥	٠.٢٥٩	غير دال
	التوازن ما بين الأداء المالي والاجتماعي	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	٢٩.٧٣٨ ٨٢٨٦.١٣١ ٨٣١٥.٨٦٩	٢ ٣٩٥ ٣٩٧	١٤.٨٦٩ ٢٠.٩٧٨	٠.٧٠٩	غير دال
	الدرجة الكلية	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	٢٠.٦١.٤٢٤ ١٩٩٥٥٢.٤٥٨ ٢.١٦١٣.٨٨٢	٢ ٣٩٥ ٣٩٧	١٠.٣٠.٧١٢ ٥٠.٥.١٩٦	٢.٠٤٠	غير دال
تكرار استهلاك خدمات مراكز اللياقة البدنية	الجودة المدركة لخدمات الأندية	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	٣٨٦.٨٣٢ ٢٩٧٨٢.٨٨٩ ٣.١٦٩.٧٢١	٢ ٣٩٥ ٣٩٧	١٩٣.٤١٦ ٧٥.٤٠٠	٢.٥٦٥	غير دال
	توقعات عملاء الأندية	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	١٥٥.٠٦٤ ١٨.٥٨.٥٥٧ ١٨٢١٣.٦٢١	٢ ٣٩٥ ٣٩٧	٧٧.٥٣٢ ٤٥.٧١٨	١.٦٩٦	غير دال
	ولاء العملاء للأندية	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	٩٥.٢١٠ ٢٢٥٥٤.٣٣٨ ٢٢٤٩٩.٥٤٨	٢ ٣٩٥ ٣٩٧	٤٧.٦٠٥ ٥٧.١٠٠	٠.٨٣٤	غير دال
	شكاوى أعضاء الأندية	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	٣٣.٤٨٣ ٢.٤٦٣.٧٢٥ ٢.٤٩٧.٢٠٩	٢ ٣٩٥ ٣٩٧	١٦.٧٤٢ ٥١.٨٠٧	٠.٣٢٣	غير دال
	الدرجة الكلية	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	١٩٧٠.٣٤٤ ٢٦٧٦٧٠.٨٤٥ ١٦٩٦٤١.١٨٨	٢ ٣٩٥ ٣٩٧	٩٨٥.١٧٢ ٦٧٧.٦٤٨	١.٤٥٤	غير دال

ويتضح من جدول (١٧): عدم وجود تباين دال إحصائياً بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث في مدركات مدراء التسويق لإدارة الأداء الاجتماعي، حيث بلغت قيمة (ف) على التوالي (٣.٧٩١ - ١.٥٦١ - ١.٦٠٦ - ١.٧٠٩ - ٠.٢٥٩ - ٠.٧٠٩)، وهي قيم غير دالة إحصائياً. كما لا يوجد تباين دال إحصائياً بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث في رضا أعضاء الاندية الرياضية عينة البحث تبعاً لفترة الاشتراك، حيث بلغت قيمة (ف) على التوالي (٢.٥٦٥ - ١.٦٩٦ - ٠.٨٣٤ - ٠.٣٢٣) وهي قيم غير دالة إحصائياً.

## استنتاجات وتوصيات البحث:

## أولاً: استنتاجات البحث الوصفية:

أوضحت النتائج الوصفية أن قيمة (كا) المحسوبة أكبر من الجدولية (١٠.٤٦٢)، لجميع العبارات الخاصة بالاستبيانين، حيث تراوحت قيمة (كا) المحسوبة ما بين (١٩٥.٢٩١)، مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية في كل العبارات.

## ثانياً: الاستنتاجات في ضوء فروض البحث:

- ١- وجود علاقة ارتباطية موجبة بين مدركات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي ومحاورها، ورضا أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية ومحاورها، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.٩٩٣\*\*) وهي قيمة دالة إحصائياً عند (٠.٠١).
- ٢- وجود فروق دالة إحصائياً بين نوع المشترك (ذكر - أنثي) في محور التعامل مع الأعضاء بطريقة مسؤولة في استبيان مدركات مدراء التسويق لإدارة الأداء الاجتماعي، حيث بلغت قيمة (ت) (٠.٥١٥) وهي قيمة دالة احصائياً عند (٠,٠١، ٠,٠٥) لصالح الذكور.
- ٣- يوجد فروق دالة إحصائياً بين نوع المشترك (ذكر - أنثي) في محور توقعات عملاء الاندية في استبيان رضا أعضاء الاندية، حيث بلغت قيمة (ت) (٠.٥٥٥) وهي قيمة دالة احصائياً عند (٠,٠١، ٠,٠٥) لصالح الاناث.
- ٤- عدم وجود تباين دال إحصائياً بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث في مدركات مدراء التسويق لإدارة الأداء الاجتماعي، حيث بلغت قيمة (ف) على التوالي (٣.٧٩١ - ١.٥٦١ - ١.٦٠٦ - ١.٧٠٩ - ٠.٢٥٩ - ٠.٧٠٩)، وهي قيم غير دالة إحصائياً.
- ٥- لا يوجد تباين دال إحصائياً بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث في رضا أعضاء الاندية الرياضية عينة البحث تبعاً لفترة الاشتراك، حيث بلغت قيمة (ف) على التوالي (٢.٥٦٥ - ١.٦٩٦ - ٠.٨٣٤ - ٠.٣٢٣) وهي قيم غير دالة إحصائياً.

## ثالثاً: توصيات البحث:

استناداً الي ما توصل اليه نتائج البحث، وفي ضوء فروض البحث، يوصي الباحثان بما

يلي:

- ١- ضرورة رفع وعي مدراء التسويق نحو تحديد ومتابعة الأهداف الاجتماعية، وذلك من خلال:
  - صياغة الأهداف الاجتماعية بناءً على احتياجات الأطراف المعنية (المستفيدين)
  - تعزيز قيم الأمانة والعدل والقيم النبيلة في أداء رسالتها الاجتماعية تجاه خدمة المجتمع
  - المساهمة في التنمية الاقتصادية الشاملة للدولة بشكل معاصر ومتحضر.
  - وجود رسالة وأهداف اجتماعية تستهدف المجموعات المهمشة أو الأقليات في الحصول على الخدمات والمزايا.
- ٢- ضرورة التأكيد على الجودة المدركة لخدمات الأندية الرياضية المقدمة، وذلك من خلال:
  - التزام النادي بتقديم الخدمات الرياضية في الوقت المحدد.
  - حرص النادي على تقديم الخدمة الرياضية بشكل جيد و صحيح منذ أول مرة ( توجيه العضو نحو الخدمة مباشرة).
  - تتلاءم اسعار الخدمات الرياضية المقدمة مع جودتها
  - إعلام الأعضاء بدقة عن موعد تقديم الخدمة
  - تمتع العاملين بالنادي الرياضي بالمعاملة اللطيفة و الحسنة

## قائمة المراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية:

- ١- حسيني، أحمد، (٢٠٢٢): رضا العملاء كمؤشر لتحقيق الميزة التنافسية وفقاً لنظرية 7P's بالأندية الرياضية الخاصة بجمهورية مصر العربية، المجلة العلمية لعلوم التربية البدنية والرياضة، كلية التربية الرياضية جامعة الزقازيق.
- ٢- حيدر، عادل، (٢٠٢٠): العوامل المرتبطة بالعلاقات الاجتماعية بين أعضاء مجالس إدارة الأندية الرياضية، المجلة العلمية للبحوث والدراسات في التربية الرياضية، كلية التربية الرياضية، جامعة بور سعيد، المجلد ٠٤٠، ٠٤٠ (الجزء الثاني)، ديسمبر ٢٠٢٠، الصفحة ٢٥٢ - ٢٠٣.
- ٣- خضراوي، رابح، (٢٠١٩): أثر الالتزام بأخلاقيات المهنة على الأداء الوظيفي في ظل تبني الإدارة بالأهداف في المؤسسات العمومية دراسة حالة لبلديتي (محمد بوضياف- أولاد سليمان) بالمسيلة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف.
- ٤- رايس، وفاء، (٢٠١٧): عرض الأداء الاجتماعي والبيئي للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة مديرية الصيانة الأغواط سوناطراك، مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد والإدارة، المجلة (٠١)، العدد (٠٢)، ديسمبر.
- ٥- طحاح، فضيلة، (٢٠٢٠): دور التدقيق الاجتماعي في دعم متطلبات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الجزائرية، مجلة الدراسات المحاسبية والمالية المتقدمة، مجلد (٤)، عدد (٢)، صفحة ٦٣ - ٧٤.
- ٦- طلفاح، شافع، ٢٠١٧: مستوى العدالة التنظيمية في المنظمات الرياضية في الأردن من وجهة نظر مدربي ألعاب المضرب، مجلة المناره للبحوث والدراسات المجلد (٢٣)، العدد (٣)، ٢٠١٧م.
- ٧- العلي، فريال محمود، (٢٠١١): منظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية لدى طلاب المرحلة الثانوية، رسالة دكتوراه غير منشورة في علم التربية، كلية التربية، جامعة دمشق.
- ٨- الغالبي، طاهر و إدريس وائل، (٢٠٠٩): الإدارة الاستراتيجية منظور منهجي متكامل، دار وائل، الأردن، الطبعة الثانية، ص ٥٢٦.
- ٩- فوزي، محمود، (٢٠٢٢): رأس المال الهيكلي والبشري في الأندية الرياضية والاجتماعية وعلاقتها بثقة الأعضاء، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، المجلد ٢٠٢٢، العدد ٨٠ - الرقم المسلسل للعدد ٨٠ الجزء الثاني - المجلد الثالث الصفحة ١١٨٧ - ١١٤٥.
- ١٠- ناصري، أسيا، (٢٠١٥): أهمية رضا العميل في تدعيم الميزة التنافسية دراسة حالة بنك الخليج - الجزائر - AGB وكالة عين مليلة رقم ١١١، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي.

ثانيا: المراجع باللغات الاجنبية:

- 11- Abdalhalim Abdelnaser, (2022): The perceived value of the brand and its relationship to the spoken word of the swimming academies in the youth sports cities. The Scientific Journal of Sports Science and Arts, Faculty of Physical Education for Girls in Helwan 10.21608/IJSSAA.2022.147832.1877.
- 12- Donna J. Wood, Measuring Corporate Social Performance: A Review, Special Issue: Corporate Social Responsibility Guest editors: Adam Lindgreen and Valérie Swaen , March 2010 , Pages 50-84 , Volume12, Issue1
- 13- Philip Kotler, Nancy Lee (2011), Corporate Social Responsibility, translated by Ola Ahmed Salah, International House for Cultural Investments

## ملخص البحث

## مدركات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي (SPO) وأثرها علي رضا أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية

يهدف البحث إلى التعرف على مدركات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي (SPO) وأثرها علي رضا أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية، لعينة من أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية، إضافة إلى بيان الفرق في ذلك تبعاً لمتغيري كل من النوع – فترة اشتراك العضو في الخدمات الرياضية. ولتحقيق ذلك أستخدم الباحثان استبانة كل من (مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي) و(رضا أعضاء الاندية الرياضية) كأداة لجمع البيانات والمعلومات من عينة استطلاعية قوامها (٤٣) وعينة أساسية قوامها (٣٩٨) من أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية ، وقد أظهرت النتائج الوصفية للبحث أن قيمة (٢كا) المحسوبة أكبر من الجدولية (١٠.٤٦٢)، لجميع العبارات الخاصة بالاستبيانين، حيث تراوحت قيمة (٢كا) المحسوبة ما بين (١٩٥.٢٩١)، مما يظهر وجود فروق ذات دلالة احصائية في كل العبارات. وكما دلت النتائج في ضوء فروض البحث إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين مدركات مدراء التسويق للمعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي ومحاورها، و رضا أعضاء الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية ومحاورها، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.٩٩٣\*\*) وهي قيمة دالة إحصائياً عند (٠.٠١).

**كلمات مفتاحية:** وعي مدراء التسويق، مدركات مدراء التسويق، المعايير العالمية لإدارة الأداء الاجتماعي (SPO) ، المسؤولية الاجتماعية للشركات ، رضا أعضاء الاندية ، ولاء المستهلكين

The perceptions of marketing managers of the global standards of social performance (SPO) and its impact on the satisfaction of members of sports clubs in the Arab Republic of Egypt

**The research aims to** identify the perceptions of marketing managers of the global standards of social performance management (SPO) and its impact on the satisfaction of members of sports clubs in the Arab Republic of Egypt, for a sample of members of sports clubs in the Arab Republic of Egypt, in addition to a statement of the difference in that according to the variables of each type - member's subscription period in sports services. To achieve this, the researchers used the questionnaire of (Marketing Managers for International Standards for Social Performance Management) and (Satisfaction of Sports Club Members) as a tool for collecting data and information from a survey sample of (43) and a basic sample of (398) members of sports clubs in the Arab Republic of Egypt.

**The descriptive results of the research** showed that the calculated (Ka2) value is greater than the tabular (10.462), for all the statements of the two questionnaires, where the calculated (Ka2) value ranged between (195.291), which shows that there are Statistically significant differences in all the statements. As the results indicated in the light of the research hypotheses that there is a positive correlation between the perceptions of marketing managers of the international standards for social performance management and its axes, and the satisfaction of the members of sports clubs in the Arab Republic of Egypt and its axes, where the value of the Pearson correlation coefficient (0.993\*\*), which is a statistically significant value at (0.01).

**Keywords:** Awareness of marketing managers, perceptions of marketing managers, global standards for social performance management (SPO), corporate social responsibility, club member satisfaction, consumer loyalty.