

دور الذكاء التنافسي في تحسين جودة الخدمات بالأندية الرياضية

د / بسمة علاء على عبد

مدرس بقسم الإدارة الرياضية - كلية التربية الرياضية - جامعة كفر الشيخ

- مقدمة ومشكلة البحث :

تسعى الأندية الرياضية للبحث عن مختلف الطرق والأساليب من أجل المحافظة على بقائها وتعزيز قوتها وزيادة حصتها السوقية مقارنة بمنافسيها الحاليين والأندية الأخرى ومن خلال تفعيل قدراتها الابتكارية وتحسين مستوى الخدمات بها .

ويذكر محمد عبد المحسن أحمد (٢٠١٨) أنه في ظل التطور والتقدم الذي طرأ في العصر الحديث أصبح التنافس من أهم السمات التي تميز المؤسسات والمنظمات المختلفة سواء كانت منظمات خدمية أو ربحية ، وأصبحت التنافسية معياراً لتحديد النجاح أو الفشل ، وبالتالي تحتم على هذه المنظمات العمل الجاد المستمر لتحقيق وتوفير المزايا التنافسية والحفاظ على إستمرار هذه المميزات والسعى لمواجهة المنافسين الحاليين والمنافسين الجدد . (١٨ : ٨٩ - ١١٩)

كما تشير جودى محمد رمزى (٢٠٢٠) أنه نتيجة للتغيرات السريعة والضغوطات الهائلة التي أصبحت تعيشها المؤسسات في عالم الأعمال اليوم من شدة المنافسة والتعقد البيئى والتطورات التكنولوجية الهائلة والتي لها تأثير على أداء المؤسسات على المدى البعيد ، أصبحت تعاني صعوبة فى التكهن بمجريات الأحداث التي تحيط بها ، والتي فرضت عليها الحاجة إلى العمل على تقييم البيئة والمعلومات القادمة من تلك البيئة ، الأمر الذي حتم على المؤسسات البحث عن الأدوات الأكثر قدرة على مواجهة هذه التغيرات والضغوطات التي تمكنها من تحسين أدائها الإستراتيجى ، ومن بين الأدوات التي تمكن المؤسسات من تحقيق ذلك نجد الذكاء التنافسى الذي يعد نظاماً للمسح البيئى ، فيعد الإعتماد على الذكاء التنافسى بأنواعه المختلفة من أحد المناهج المتطورة فى هذا المجال حيث أن له خصائص ومميزات من شأنها توفير المعلومات عن البيئة التنافسية أى عن التكنولوجيا والعلاء وعن أقوى المنافسين للتحالف معهم والتي لها تأثير على الأداء الإستراتيجى للمؤسسات . (٥ : ٦٣ - ٧٥)

ويذكر فراين Freyn (٢٠١٧) أن الذكاء التنافسى يعتبر بمراحله المتمثلة فى (طبيعة النشاط ، التخطيط ، جمع المعلومات وتحليلها ونشرها ، والإتصال) من الأدوات الهامة التي تساهم فى إستقرار الهيئات وبقائها فى السوق ، إذ أن المعلومات المتحصلة من عملية الذكاء التنافسى تساعد الهيئات على إبتكار المنتج خصوصاً فى ظل سرعة تغيير أذواق المستهلكين ، ومعرفة ظروف السوق من فرص وتهديدات عن طريق تحليل البيئة الخارجية وبالتالي تحقق الهدف الأساسى لها وهو البقاء مع تحقيق الربحية فى البيئة . (٢٦ : ٥٣)

ويذكر **جلوبال Global (٢٠٠٤)** أن الذكاء التنافسي واحداً من أهم الطرق التي تمكن الشركات من تفعيل قدراتها الابتكارية وذلك من خلال جمع وتحليل المعلومات بشكل رسمي حول المنتجات والعملاء والمنافسين لدعم المديرين في عملية صنع وإتخاذ القرار (٢٧ : ٢).

كما يشير **فواز الحموي ومحمد عبدالله (٢٠١٢)** أن الذكاء التنافسي بمراحله المتمثلة في طبيعة النشاط والوعي والتخطيط ودمج المعلومات والتحليل والاتصال من الأدوات الهامة التي تساهم في استقرار الشركات وبقائها في السوق ، كما أن المعلومات المتحصلة من عملية الذكاء التنافسي تساعد الشركات على الابتكار المنتج خصوصاً في ظل سرعة تغير أذواق المستهلكين ومعرفة ظروف السوق من فرص وتهديدات عن طريق تحليل البيئة الخارجية وبالتالي تحقق الهدف الأساسي لها وهو البقاء مع تحقيق الربحية في بيئة صناعية متقلبة . (١٤ : ٦٥)

كما يذكر **بوس Bose (٢٠٠٨)** إلى أن أهمية الذكاء التنافسي يمكن تحديدها بما يقدمه من مساعدة للمنظمات في عمليات إختيارها للإستراتيجيات التنافسية مع وضع الافتراضات حول البيئة التنافسية العاملة فيها بالإضافة إلى أن الذكاء التنافسي يسهم بشكل كبير في سد الفجوات في تجارب المنظمات عبر إعادة النظر إلى ما قامت به من أنشطة وعمليات قد تكالفت بالفشل والعمل على تجنب العثرات بما يسهم في الوصول إلى النجاح فيما بعد . (٢٣ : ٥١٠ - ٥٢٨)

ويرى **جوهري وأجاروال Johri & Aggarwal (٢٠١٦)** أن الذكاء التنافسي يمثل أحد نماذج إدارة المعرفة ويتضمن جمع المعلومات من مصادر متعددة لغرض المحافظة على الميزة التنافسية وزيادتها كما هو الأداة التي تمكن المنظمات من إدراك التهديدات كما يعمل على توفير طرق الحصول على المعلومات اللازمة من أجل التعامل معها ، كما تتمثل فوائد الذكاء التنافسي في تحسين معرفة السوق والبيئة المحيطة وتحسين العلاقات المتعددة في المؤسسات وزيادة الثقة في وضع الخطط الإستراتيجية والتحسينات في جودة المنتج والخدمة مقابل المنافس ويمكن تحديد قيمة المعلومات التنافسية من حيث مجالات المؤسسة التي يمكنها الإستفادة منها بشكل أفضل ولديها قيمة هائلة للموارد البشرية والتمويل والإنتاج والبحث والتطوير كما يتشكل جوهر المستقبل إلى حد بعيد من خلال قرارات اليوم المستندة إلى المعلومات ذات الصلة ومع ذلك فنحن لا نعيش في عصر المعلومات بعد الآن ولكن في عصر الذكاء . (٢٩ : ٣٢٥)

ويذكر **وائل طلعت نبيه سليمان (٢٠١٧)** أن الإرتقاء بجودة الخدمة المقدمة في مختلف المؤسسات والجهات المجتمعية تتطلب أساليب وطرق حديثة حتى تستطيع مسايرة التقدم التقني والحضاري المتزايد حيث أصبحت الجودة في الخدمة حق أساسي لجميع الأفراد خاصة في الأندية أو الأكاديميات الخاصة والتي تعتني بتقديم أرقى الخدمات لأعضائها الذين يشتركون فيها بحثاً عن الخدمات الجيدة المناسبة لهم ، فالخدمة هي كافة المتطلبات التي يحصل عليها الفرد بشكل يغطي إحتياجاته وتختلف درجات إحتياجاته لتلك الخدمات وفقاً لطبيعة وقدرات الأفراد . (٢٣ : ٢٩٩ - ٣٣٤)

ويذكر **جمال محمد ضانة (٢٠١٥)** أن الإهتمام بجودة الخدمات بأنواعها المختلفة لم يكن وليد اللحظة الحالية بل أنها تنامت بشكل سريع وكبير مع تنامي دور أهمية الخدمات في حياة الأفراد والمنظمات والإقتصاد ككل ، كما تعتبر الجودة في الوقت الحاضر من المهام التي تركز عليها المنظمات المنتجة للخدمات وذلك بسبب تزايد المنافسة بشكل كبير ، وبما أن الخدمة عبارة عن نشاط أو مجموعة من الأنشطة غير الملموسة تنتج وتقدم من خلال تفاعل مقدم الخدمة ومتلقيها ، فإن جودة الخدمة تقع في قلب عمليات تقديم الخدمات وتنفيذها . (٤ : ٥٦)

وترى الباحثة أن تحسين جودة الخدمات والمنتجات يوفر قيمة مضافة للعملاء حيث أن جودة الخدمات والمنتجات وما تقدمه من كفاءات وإمكانيات مهنية ومهارات تضمن للمؤسسات تحقيق نوعية جيدة من الخدمات والمنتجات .

كما تذكر **نضال صالح الحوامدة (٢٠٠٢)** أن للذكاء التنافسي دور في تحسين جودة المعلومات مما يؤثر على الخدمات حيث تمثل المعلومات مخرجات دورة إنتاج التميز الذكائي للمؤسسة حيث ينتج من خلال تشغيل البيانات التي تمثل بدورها مخرجات المعرفة من خلال المراجعة الحسابية والمستندية والإقتصادية كما تقدم هذه المعلومات إلى الأطراف والزبائن والعملاء الذين يتعاملون مع المؤسسة كما تعد هذه المعلومات بالنسبة للمستخدمين الداخليين والخارجيين مدخلات لعملية اتخاذ القرار وأن أهمية المعلومات التي ينتجها النظام تعتبر الأساس في عملية اتخاذ القرار في المؤسسة . (١٩ : ١١ - ٤٧)

كما يشير **سامر فهد سليمان الرياضي (٢٠١٦)** أن جودة الخدمات أحد المواضيع المعاصرة والتي أصبحت تشكل سمة أساسية لقياس جودة الخدمات المقدمة للعملاء على كافة أشكال الخدمات المقدمة للعمل حيث هناك العديد من العوامل التي رافقت الذكاء التنافسي كالتطور التكنولوجي والمنافسة والرغبة في تحسين العمل والسرعة والإتقان في تقديم الخدمات كما أن زيادة استخدام تكنولوجيا المعلومات وتطورها بشكل سريع وزيادة حدة التنافسية توسع مجالات الذكاء حول تقديم الخدمات بشكل واسع في الوقت الحالي أدى إلى فعل مقدم الخدمة يواجه تحديات في كيفية التفاعل مع استخدام الحاسوب ومتطلبات وسائل تكنولوجيا المعلومات ، وهذا يتطلب من مقدم الخدمة التمتع بمعرفة مقاييس جودة الخدمات التي يتوفر فيها خصائص معينة تساعده في القيام بعمله بكفاءة وفاعلية ومن هذه الخصائص أن يفهم المكونات المادية للحاسوب والبرامج الجاهزة ونظم التشغيل الآلية ، والإعتمادية على هذه النظم حيث تشير إلى قدرة النظام في تقديم المعلومات والخدمات المطلوبة للمستفيدين بدقة وإستقلالية وإستجابة هذه التقنيات إلى رغبة العاملين في نظام تكنولوجيا المعلومات في خدمة المستفيدين منه وتلبية مطالبهم ، والتعاطف الذي يشير إلى قدرة نظام المعلومات على خلق الثقة عند مستخدميه والأمن والذي يعنى سلامة أمن المعلومات وخلوها من المخاطر . (٨ : ٤٥)

ويذكر **عمرو مصطفى الشتيحي (٢٠٠٩)** أن الأندية الرياضية تمثل أحد أهم المؤسسات التربوية التي تسهم بشكل كبير في تكوين الشخصية المتكاملة في النواحي البدنية والإجتماعية والصحية والنفسية والفكرية والترويحية من خلال ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة ، وتقدم الأندية الرياضية خدمات مباشرة لأعضائها ومع إنتشار هذه الأندية تتكامل الخدمات المقدمة لقطاع عريض في المجتمع ، وتتمثل أهم هذه الخدمات في توفير المنشآت الرياضية المختلفة وأجهزة وأدوات ومرافق مصاحبة لإقامة المنافسات الرياضية ، وتكوين الفرق الرياضية وتوفير المدربين والإداريين لتدريب وإدارة شئون هذه الفرق ، فضلاً عن رعاية اللاعبين المنضمين للمنتخبات القومية ، وقد أدت المنافسة الشديدة بين الأندية الرياضية بما تقدمه من خدمات رياضية وإجتماعية وترفيهية إلى إحتياجها الشديد إلى عمليات التطوير والتحسين المستمر لهذه الخدمات لتحقيق الميزة التنافسية ومواكبة التغيير والتطوير التقنى على المستوى العالمى . (١٣ : ٣٥٥)

كما قامت الباحثة بإجراء دراسة إستطلاعية من خلال عدة مقابلات شخصية مُقننة مع بعض رؤساء وأعضاء مجالس الإدارة ورؤساء الأجهزة الرياضية والمدراء التنفيذيين ومدراء النشاط الرياضى والمدربين والإداريين الرياضيين بالأندية الرياضية للتعرف على دور الذكاء التنافسى من حيث (الموارد المادية والمالية ومدى التقدم التقنى ومستويات عمليات الإتصال والتواصل وطرق وأساليب جمع وتحليل ونشر المعلومات ومستوى الإبداع والإبتكار وسرعة الإستجابة للمتغيرات الداخلية والخارجية بالأندية الرياضية) والتعرف على مستوى جودة الخدمات من حيث (مستوى الخدمات المقدمة والتكاليف المالية وما مستوى الفائدة للأعضاء والعملاء ودرجة الإنجاز التى يتم بها تحقيق خدمات الأعضاء من حيث تقليل التعقيدات الإدارية بالأندية الرياضية) ، وقد أظهرت نتيجة هذه المقابلات الشخصية أن مستوى الذكاء التنافسى ودورة فى تحسين جودة الخدمات بالأندية الرياضية جاء مرتفعاً وهذا يشير إلى أن الأندية الرياضية تطبق معايير الذكاء التنافسى ، الأمر الذى دعا الباحثة إلى ضرورة التعرف على دور الذكاء التنافسى فى تحسين جودة الخدمات بالأندية الرياضية من خلال التعرف على واقع تطبيق الذكاء التنافسى بالأندية الرياضية وواقع تطبيق جودة الخدمات بالأندية الرياضية .

وفى ضوء ما تقدم ترى الباحثة أن مشكلة البحث تنحصر أن كون طبيعة الأندية الرياضية بأنها تسعى إلى تحسين جودة خدماتها المقدمة فى ظل البيئة التنافسية التى توجد بها حيث أن الخدمات المقدمة هى العامل الأساسى فى هذه المنافسة وتحقيق جودة الخدمات وتميزها يعنى المحافظة على موقعها فى السوق التنافسى وتطورها حيث تسعى دائماً الأندية الرياضية بإستمرار إلى تحسين جودة خدماتها من خلال إستخدام الأنظمة والعمليات الحديثة مثل الذكاء التنافسى للحصول على المعلومات وجمعها وتحليلها حول سوق المنافسين والأندية الأخرى للإستفادة منها فى إتخاذ القرارات الإدارية التى تساعد فى تحسين جودة الخدمات المقدمة وعليه تم تحديد مشكلة البحث من خلال التعرف على الدور الذى يلعبه الذكاء التنافسى من خلال عملياته فى تعزيز وتحسين وتطوير جودة الخدمات المقدمة فى الأندية الرياضية .

ومن خلال البحث المرجعى وما أستطاعت الباحثة الوصول إليه وجدت ندرة الأبحاث التى تناولت دور الذكاء التنافسى فى تحسين جودة الخدمات بالأندية الرياضية وهذا ما دعا الباحثة لدراسة هذا الموضوع من جوانبه المتعددة ، ومحاولة الوصول إلى أفضل مستوى خدمات يقدم للعملاء بالأندية الرياضية.

- أهمية البحث :

ترجع الأهمية العلمية للبحث بشكل رئيسى فى التعرف على دور الذكاء التنافسى فى تحسين جودة الخدمات بالأندية الرياضية ، وترجع الأهمية التطبيقية للبحث فى التعرف على دور الذكاء التنافسى وعملياته على تحسين وتعزيز جودة الخدمات بالأندية الرياضية حيث أنه يعمل على تزويد الإدارة بالمعلومات والمعرفة عن السوق والمنافسين وعن الخدمات المتوفرة فى السوق المستهدف وتزويد العاملين بالأندية الرياضية بالمعارف التى تساعدهم فى تعزيز جودة الخدمات المقدمة وتنمية الوعي لديهم بأهمية الإبتكار والتجديد فى تقديم الخدمات ، وترجع الأهمية الإقتصادية للبحث فى كونه يسعى إلى تحقيق التنمية الإقتصادية حيث أن للبحث أهمية تسويقية للأندية الرياضية بإختلاف أنشطتها ومواقعها وبما تقدمه من خدمات للعملاء .

- هدف البحث :

يهدف البحث إلى التعرف على دور الذكاء التنافسي في تحسين جودة الخدمات بالأندية الرياضية من خلال التعرف على :

- واقع تطبيق الذكاء التنافسي بالأندية الرياضية .
- واقع تطبيق جودة الخدمات بالأندية الرياضية .
- العلاقة بين واقع تطبيق الذكاء التنافسي وواقع تطبيق جودة الخدمات بالأندية الرياضية.

- تساؤلات البحث :

- ما واقع تطبيق الذكاء التنافسي بالأندية الرياضية .
- ما واقع تطبيق جودة الخدمات بالأندية الرياضية .
- ما العلاقة بين واقع تطبيق الذكاء التنافسي وواقع تطبيق جودة الخدمات بالأندية الرياضية.

- تعريفات البحث :**الذكاء التنافسي :**

هو عملية مستمرة لجمع البيانات والمعلومات والمعرفة حول الجهات الفاعلة كالمنافسين والعملاء والموردين والحكومة والتي تتفاعل مع المنظمة في بيئة الأعمال لدعم عملية صنع القرار وتعزيز القدرة التنافسية للمنظمة . (٣١ : ٣)

- الجودة :

هي عبارة عن مجموعة من الصفات والخصائص التي يتميز بها المنتج أو الخدمة والتي تؤدي إلى الإشباع التام لإحتياجات المستهلك . (١١ : ٣٤)

- الخدمة :

هي كل نشاط أو إنجاز أو منفعة يقدمها طرف لطرف آخر وتكون غير ملموسة ولا تنتج عنها أى ملكية وأن إنتاجها أو تقديمها قد تكون مرتبطة بمنتج مادي ملموس . (١٠ : ٩٣)

- جودة الخدمة :

هي إدراك الزبون لمدى تلبية الخدمة لتوقعاته أو تجاوز تلك التوقعات . (٦ : ٦٤)

- الدراسات السابقة :

١- دراسة وائل طلعت نبيه سليمان (٢٠١٧) (٢١) وعنوانها " جودة الخدمات بالأندية الرياضية والأكاديميات الرياضية الخاصة: دراسة مقارنة " وأستهدفت الدراسة التعرف على واقع الخدمة المقدمة في كل من الأندية الرياضية والأكاديميات الخاصة والفروق بين الأندية الرياضية والأكاديميات الخاصة في الخدمات المقدمة ، وتم إستخدام المنهج الوصفي لملائمته لطبيعة الدراسة ، وتمثلت أدوات البحث في تحليل المحتوى والمراجع العلمية ، وإستمارة الإستبيان ، وتم تطبيقها على عينة قوامها (٣٨٤) مستفيد من المستفيدين من الأندية الرياضية والأكاديميات الرياضية الخاصة منها (٢٧٩) من الأندية الرياضية وعدد (١٠٥) من الأكاديميات الخاصة ، وجاءت نتائج الدراسة إلى وجود فروق بين إستجابات عينة البحث من المستفيدين من الخدمات الرياضية بالأندية والأكاديميات الرياضية في محور الجوانب المادية الملموسة لصالح عينة البحث من الأندية الرياضية ، وعدم وجود فروق بين إستجابات عينة البحث من المستفيدين من الخدمات الرياضية بالأندية والأكاديميات الرياضية في محور الإعتمادية والأمان والتعاطف والمجموع الكلي لإستبيان جودة الخدمات الرياضية .

٢- دراسة أحمد سالم فلاح الفالح (٢٠١٨) (٢) وعنوانها " أثر الذكاء التنافسي على جودة الخدمة في البنوك الإسلامية الأردنية " ، وهدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الذكاء التنافسي بأبعاده (التخطيط والتركيز ، وجمع المعلومات ، والتحليل والنشر) على جودة الخدمة بأبعادها (الإعتمادية ، والمصداقية ، والاتصال ، وسرعة الإستجابة ، والأمان والملموسية) ، وإستخدم الباحث المنهج الوصفي ، وتكونت العينة من (٧٧) فرداً في البنوك الإسلامية الأردنية ، وإستخدم الباحث إستمارة إستبيان والمقابلة كأدوات لجمع البيانات ، وأظهرت نتائج الدراسة أن مستوى تطبيق أبعاد الذكاء التنافسي أن بُعد التخطيط والتركيز احتل المرتبة الأولى وبدرجة مرتفعة كما جاء بُعد جمع المعلومات في المرتبة الرابعة والأخيرة وبدرجة مرتفعة متفاوتة كما أظهرت نتائج مستوى تطبيق جودة الخدمة أن بُعد الأمان احتل المرتبة الأولى وبدرجة مرتفعة بينما كان بعد سرعة الإستجابة هو أقل الأبعاد موافقة

٣- دراسة سهام موسى وسميرة فرحات (٢٠١٨) (٩) وعنوانها " أثر الذكاء التنافسي في تحسين الأداء الصناعي دراسة حالة : مؤسسة بيقا صوالتوبي للصناعات الغذائية وصناعة البسكويت التركيبية في الجزائر " وإستهدفت الدراسة توضيح الدور الفعال للذكاء التنافسي في التأثير على أداء المؤسسة الصناعية من خلال عدة جوانب منها الربحية ، الإبتكارات التكنولوجية ، الحصص السوقية ، وأستخدمت الباحثة المنهج الوصفي متبعاً الأسلوب المسحي ، وأشتملت عالينة من المدراء ورؤساء الأقسام والشعب في المؤسسة وبلغ عدد العينة (٥٠) فرداً ، ولتحقيق أهداف البحث تم إعداد إستبانة ، وكانت أهم نتائج الدراسة أن للذكاء التنافسي أثر إيجابي على المؤسسة لأنه يوفر المعلومات الذكية التي تخص المنتجات الجديدة والسوق ومتطلبات المستهلك كما يساهم في رفع كفاءة المؤسسة والقرارات المتخذة التي توصل المؤسسة إلى أهدافها الإستراتيجية .

٤- دراسة إستيمبر وإلياس " Estember & Elias, " (٢٠١٨) (٢٤) بعنوان " أثر جودة المعلومات والهندسة البشرية على جودة الخدمة في إستخدام آلات الصرف الآلي ، وهدفت الدراسة إلى إختبار تأثير جودة المعلومات (أي جودة المعلومات التي توفرها الماكينة) وبيئة العمل (أي جودة تصميم الماكينة) على جودة خدمة أجهزة الصرف الآلي وتوفير إطار تحسين لتصميم أجهزة الصرف الآلي لتحسين جودة الخدمة ، وإستخدم الباحث المنهج الوصفي ، وتمثلت أداة الدراسة في إستبانة كأداة لجمع البيانات ، وتم إجراء مسح عشوائي على عينة تكونت من (٢٥٠) شخص من بين مستخدمى أجهزة الصرف الآلي في مترو مانيلا لجمع البيانات فيما يتعلق بإستخدامها وجودة الخدمة المتصورة لأجهزة الصراف الآلي ، وكانت أهم النتائج أن إستخدام الصراف الآلي يختلف حسب العمر والتعليم والحالة الإجتماعية والإقتصادية للعملاء وعادة ما يكون مستخدمى أجهزة الصراف الآلي من الشباب وأكثر معرفة بالقراءة والكتابة ولهم وضع إقتصادي أعلى والأهم من ذلك وجد أن مكونات المعلومات والصفات المريحة لها تأثير عادل على جودة الخدمة مع وجود مكونات قليلة فقط لها تأثير كبير .

٥ - دراسة جيوماريس ووالتون " Guimaraes ,Paranjape & Walton, " (٢٠١٩) (٢٤) بعنوان " توسيع نموذج لعوامل النجاح لأداء NPD " وتهدف الدراسة إلى إختبار العوامل المهمة لنجاح وتطوير المنتجات الجديدة من خلال عدة مجالات أهمها الذكاء التنافسي

لتطوير المنتج والقدرة الإستيعابية للشركة على إستخدام المعلومات المتاحة لإنتاج وتسويق منتجات جديدة حيث إستخدام إختبار ميداني ، وأستخدم الباحث المنهج الوصفي ، وتمثلت أداة الدراسة في إستبانة بريدية لجمع المعلومات ، وتكون مجتمع الدراسة من (١١٣) شركة ، وكانت أهم النتائج أن هناك أهمية كبيرة للمعلومات الناتجة من عملية الذكاء التنافسي في تطوير منتجات جديدة ونجاح الشركات وإتخاذ القرارات المناسبة من قبل الإدارة العليا .

٦- دراسة **محمد عبد المحسن أحمد (٢٠٢٠) (١٧)** وعنوانها " نموذج مقترح لتحقيق الميزة التنافسية بحمامات السباحة في ضوء إدارة الذكاء التنافسي " ، وهدفت الدراسة إلى تصميم نموذج مقترح لتحقيق الميزة التنافسية بحمامات السباحة في ضوء إدارة الذكاء التنافسي ، وإستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي ، وتكونت عينة الدراسة من الخبراء في مجال الإدارة العامة والإدارة الرياضية وبلغ عددهم (٧٥) خبيراً والعاملين بحمامات السباحة بمحافظات (المنيا ، أسيوط ، سوهاج ، قنا) وبلغ عدد أفراد العينة (١٠٥) فرداً ، وأظهرت النتائج أنه يتوافر قنوات إتصال مع العملاء والإدارة ويتم إستخدام الحوافز التشجيعية بحمامات السباحة لتقديم الأفكار الإبداعية وتوفير الأجهزة الإلكترونية لعمليات الذكاء التنافسي ، وإعداد فرق متخصصة ومدرّبة على جمع وتحليل البيانات والمعلومات .

٧- دراسة **هبة ضرار محمد عبيدات (٢٠٢٠) (٢٠)** وعنوانها " أثر الذكاء التنافسي في إبتكار المنتج : دراسة تطبيقية على شركات تصنيع الأغذية الأردنية " ، وهدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير الذكاء التنافسي في إبتكار المنتج بشقيه الإبتكار الجذري والإبتكار التدريجي في شركات تصنيع الأغذية الأردنية ، وإستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي ، وتكونت عينة الدراسة من (١٩٠) فرداً من (١٣) شركة لتصنيع الأغذية ، وأظهرت النتائج أن تطبيق شركات تصنيع الأغذية للذكاء التنافسي بمستوى عالي ، وكذلك تطبيق شركات الأغذية لنشاط إبتكار المنتج بشقيه الإبتكار الجذري والإبتكار التدريجي بمستوى عالي ، كما توصلت الدراسة إلى وجود أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية للذكاء التنافسي في إبتكار المنتج بشقيه الجذري والتدريجي ، وأن إستخدام تقنيات وآليات الذكاء التنافسي بشكل مرتفع تساعد الشركات في التعرف على المنافسين المحتملين والمنتجات الجديدة .

١١- دراسة **أسجاري " Asghari et al " (٢٠٢٠) (٢٢)** بعنوان " إطار مفاهيمي جديد لتحديد العوامل المؤثرة في فعالية الذكاء التنافسي " وتهدف الدراسة إلى وضع إطار مفاهيمي جديد لتحديد العوامل التي تؤثر على فعالية الذكاء التنافسي ، وأستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي ، وتمثلت أداة الدراسة في إستبانة ، وتكون مجتمع الدراسة من (١٣) شركة تعمل في مجال تكنولوجيا المعلومات في الهند ، وكانت أهم النتائج أن تكنولوجيا المعلومات تؤثر على فعالية الذكاء التنافسي كما تؤثر الثقافة التنظيمية في فعالية الذكاء التنافسي .

١٢- دراسة **جاسيما وزاكيوانس " Jasima & Zakuance " (٢٠٢٠) (٢٨)** بعنوان " تأثير نجاح الذكاء التنافسي على الميزة التنافسية للأعمال: عمل زراعي مفاهيمي " وهدفت الدراسة إلى تحليل أثر الذكاء التنافسي في نجاح الميزة التنافسية للأعمال ، وأستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي ، وتمثلت أداة الدراسة في إستبانة كأداة لجمع البيانات ، وتكون مجتمع الدراسة من شركات الخطوط الجوية العاملة في ماليزيا والبالغ عددها (١٤) شركة ، وكانت أهم النتائج أن وجود أثر للذكاء التنافسي في تحقيق الميزة التنافسية في الشركات المبحوثة .

- إجراءات البحث :

- منهج البحث :

قامت الباحثة بإستخدام المنهج الوصفي بإستخدام الدراسات المسحية كأحد أنماطه وذلك لملائمته لطبيعة البحث وأهدافه .

- مجتمع البحث :

يُمثل مجتمع البحث كل من رؤساء وأعضاء مجالس الإدارة ورؤساء الأجهزة الرياضية والمدراء التنفيذيين ومدراء النشاط الرياضي والمدربين والإداريين الرياضيين ببعض الأندية الرياضية .

- عينة البحث :

تم إختيار عينة البحث بالطريقة العمدية الطبقية من رؤساء وأعضاء مجالس الإدارة ورؤساء الأجهزة الرياضية والمدراء التنفيذيين ومدراء النشاط الرياضي والمدربين والإداريين الرياضيين ببعض الأندية الرياضية حيث تم إختيار (٨) من الأندية الرياضية ببعض محافظات جمهورية مصر العربية وهى بالترتيب أندية (الإتحاد السكندري ، الإسماعيلي ، الأهلى للرياضة البدنية ، الزمالك للألعاب الرياضية ، طنطا ، كفر الشيخ ، المصرى البورسعيدى ، المنصورة) من محافظات (الإسكندرية ، الإسماعيلية ، الجيزة ، الدقهلية ، الغربية ، القاهرة ، بورسعيد ، كفر الشيخ) ، وقد بلغ إجمالى عدد أفراد عينة البحث (٢٠٠) فرد ، وقد تم تقسيمهم إلى عدد (٣٠) فرداً لإيجاد المعاملات العلمية لإستمارة الإستبيان وعدد (٢٠) فرد لعمل الدراسة الإستطلاعية ، وعدد (١٥٠) فرد لإجراء التطبيق النهائى لإستمارة الإستبيان والجدول رقم (١) يوضح توصيف وتوزيع عينة البحث .

جدول (١)
توصيف وتوزيع عينة البحث

عينة البحث	رؤساء وأعضاء مجالس الإدارة ورؤساء الأجهزة الرياضية	المدراء التنفيذيين ومدراء النشاط الرياضى والمدربين الرياضيين	الإداريين الرياضيين	المجموع
توزيع عينة البحث	٢	١٨	١٠	٣٠
عينة المعاملات العلمية	٤	١٢	٤	٢٠
عينة الدراسة الإستطلاعية	٢٤	١٠٨	١٨	١٥٠
عينة تطبيق إستمارة الإستبيان	٣٠	١٣٨	٣٢	٢٠٠
إجمالى عدد أفراد عينة البحث				

- الأدوات المستخدمة فى جمع البيانات :

إستخدمت الباحثة فى جمع بيانات البحث المقابلة الشخصية وإستمارة إستبيان من تصميم الباحثة وقد إتبع الخطوات التالية فى إعدادها :

- ١- القراءات النظرية للمراجع العلمية والدراسات المرتبطة بموضوع البحث .
- ٢- إقتراح المحاور الإفتراضية لإستمارة الإستبيان .
- ٣- عرض المحاور الإفتراضية على السادة الخبراء .
- ٤- إقتراح عدد من العبارات لكل محور من محاور الإستمارة .
- ٥- عرض مجموعة العبارات الخاصة بكل محور على السادة الخبراء .
- ٦- صياغة الصورة النهائية للإستمارة .

- المعاملات العلمية لإستمارة الإستبيان :
أولاً : صدق إستمارة الإستبيان :

قامت الباحثة بحساب معامل الصدق لإستمارة الإستبيان عن طريق الصدق المنطقي وصدق الإتساق الداخلي .

أ- الصدق المنطقي لإستمارة الإستبيان (صدق المحكمين) :

إستخدمت الباحثة الصدق المنطقي بعرض محاور إستمارة الإستبيان مرفق (٢) على عدد (١١) من أعضاء هيئة التدريس المتخصصين في مجال الإدارة الرياضية مرفق رقم (١) ، وذلك في الفترة من ٢٠٢٢/٨/٧م – ٢٠٢٢/٨/٢٥م ، وإتبعته الباحثة الخطوات التالية حيث قامت بإقتراح المحاور الإفتراضية لإستمارة الإستبيان وعددها (٢) محور . مرفق (٢) ، وقامت بعرضها على السادة الخبراء مستخدمة في ذلك مقياس ثنائى التقدير (مناسب - غير مناسب) ، وقد جاءت آراء الخبراء حول مناسبة محاور إستمارة الإستبيان كما يلي فى الجدول (٢) :

جدول (٢)

آراء الخبراء حول مناسبة محاور إستمارة الإستبيان

ن = ١١

رقم المحور	محاور وأبعاد إستمارة الإستبيان	الأهمية النسبية	النسبة المئوية
١	واقع تطبيق الذكاء التنافسى بالنادى الرياضى .		
	البُعد الأول	الموارد المادية والمالية بالنادى الرياضى .	٩٥.٤٥
	البُعد الثانى	التقدم التقنى بالنادى الرياضى .	٩٠.٩١
	البُعد الثالث	الإتصال والتواصل بالنادى الرياضى .	١٠٠.٠٠
	البُعد الرابع	جمع وتحليل ونشر المعلومات بالنادى الرياضى .	١٠٠.٠٠
	البُعد الخامس	الإبداع والإبتكار بالنادى الرياضى .	١٠٠.٠٠
٢	البُعد السادس	سرعة الإستجابة للمتغيرات الداخلية والخارجية بالنادى الرياضى .	٨٦.٣٦
	واقع تطبيق جودة الخدمات بالأندية الرياضية		
	البُعد الأول	تحسين مستويات الخدمة بالنادى الرياضى .	١٠٠.٠٠
	البُعد الثانى	تخفيض التكلفة المالية .	٩٥.٤٥
	البُعد الثالث	تحقيق الفائدة القصوى للعملاء (رضا العملاء)	٩٠.٩١
	البُعد الرابع	تقليل التعقيدات الإدارية (سرعة الإنجاز)	٨١.٨٢

يتضح من الجدول (٢) الأهمية النسبية والنسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول مناسبة محاور إستمارة الإستبيان وقد تراوحت ما بين (٧٢.٧٣ % - ١٠٠ %) وإرتضت الباحثة بالمحاور التى حصلت على أهمية نسبية قدرها (٧٠ %) فأكثر .

ثم قامت الباحثة بصياغة مجموعة من العبارات لكل محور وعددها (٧٣) عبارة وعرضها على السادة الخبراء لإبداء الرأى فيها . مرفق (٣) ، وكانت النسبة المئوية لأراء السادة الخبراء حول مناسبة عبارات إستمارة الإستبيان وتراوحت ما بين (٤٥.٤٥ % - ١٠٠.٠٠ %) وقد إرتضت الباحثة بالعبارات التى حصلت على أهمية نسبية قدرها (٧٠ %) فأكثر وبذلك تم حذف العبارات أرقام (٢٩ ، ٤١ ، ٤٥)

ب- صدق الإتساق الداخلى :

قامت الباحثة بحساب معامل صدق الإتساق الداخلى لإستمارة الإستبيان عن طريق تطبيق الإستبيان على (٣٠) فرداً من من رؤساء وأعضاء مجالس الإدارة ورؤساء الأجهزة الرياضية والمدراء التنفيذيين ومدراء النشاط الرياضى والمدرّبين والإداريين الرياضيين ببعض الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية مُمثلة لمجتمع البحث وذلك بغرض تقدير صدق عبارات الإستبيان وقد تم ذلك بحساب معاملات الارتباط بين كل عبارة ومجموع المحور وبين كل عبارة والمجموع الكلى للمحاور وبين مجموع المحور والمجموع الكلى للمحاور ، وذلك فى الفترة من ٢٠٢٢/٨/٢٩م – ٢٠٢٢/٩/١٣م ، علماً بأن هذه العينة إستخدمت لحساب المعاملات العلمية لإستمارة الإستبيان فقط ، والجداول (٣) ، (٤) توضح معامل صدق الإتساق الداخلى لإستمارة الإستبيان .

جدول (٣)

صدق الإتساق الداخلى بين كل عبارة ومجموع المحور وبين كل عبارة والمجموع الكلى لمحاور إستمارة الإستبيان

ن = ٣٠

م	العبارة مع مجموع المحور	العبارة مع مجموع المحاور	م	العبارة مع مجموع المحور	العبارة مع مجموع المحاور	م	العبارة مع مجموع المحور	العبارة مع مجموع المحاور	م	العبارة مع مجموع المحور	العبارة مع مجموع المحاور
			٥٣	٠.٨٨	٠.٧٨						
			٥٤	٠.٨٨	٠.٨٣						
			٥٥	٠.٧٧	٠.٧٢						
			٣٨	٠.٨٥	٠.٩٢						
			٣٩	٠.٩١	٠.٩٧						
			٤٠	٠.٩٠	٠.٨٤						
			٤١	٠.٩٣	٠.٩٧						
			٥٩	٠.٩٣	٠.٩٨						
			٦٠	٠.٩٣	٠.٩٧						
			٦١	٠.٩٠	٠.٨٦						
			٦٢	٠.٩٩	٠.٩٩						
			٤٤	٠.٩٦	٠.٨٤						
			٤٥	٠.٧٣	٠.٨٤						
			٤٦	٠.٩٣	٠.٩٧						
			٤٧	٠.٨٨	٠.٨٥						
			٤٨	٠.٨٦	٠.٩٢						
			٤٩	٠.٨٦	٠.٩٣						
			٦٨	٠.٩٦	٠.٨٤						
			٦٩	٠.٨٦	٠.٩٢						
			٧٠	٠.٩١	٠.٩٤						
			٥٢	٠.٨٧	٠.٩٣						

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية ٠.٠٥ = ٠.٣٦ .

يتضح من جدول (٣) وجود ارتباط ذو دلالة إحصائية بين العبارة ومجموع المحور وبين العبارة والمجموع الكلي للمحاور ، وأن قيمة الارتباط بين العبارات والمحاور قد انحصرت ما بين (٠.٦٩ - ٠.٩٩) ، وأن قيمة الارتباط بين العبارات والمجموع الكلي للمحاور قد انحصرت ما بين (٠.٦٧ - ٠.٩٩) مما يُشير إلى صدق الإتساق الداخلي لإستمارة الإستبيان .

جدول (٤)

صدق الإتساق الداخلي بين مجموع المحور ومجموع المحاور وبين مجموع البُعد ومجموع المحاور وبين مجموع البُعد ومجموع المحاور

ن = ٣٠

رقم المحور	رقم البُعد	إسم المحور	البُعد مع مجموع المحور	البُعد مع مجموع المحاور	المحور مع مجموع المحاور
١	واقع تطبيق الذكاء التنافسى بالأندية الرياضية :				
	١	الموارد المادية والمالية بالنادى الرياضى .	٠.٩٢	٠.٩٣	٠.٩٣
	٢	التقدم التقنى بالنادى الرياضى .	٠.٩١	٠.٩٢	
	٣	الإتصال والتواصل بالنادى الرياضى .	٠.٩٣	٠.٩١	
	٤	جمع وتحليل ونشر المعلومات بالنادى الرياضى .	٠.٩٢	٠.٩٢	
	٥	الإبداع والإبتكار بالنادى الرياضى .	٠.٩٤	٠.٩٢	
	٦	سرعة الإستجابة للمتغيرات الداخلية والخارجية بالنادى الرياضى	٠.٩١	٠.٩٠	
٢	واقع تطبيق جودة الخدمات بالأندية الرياضية :				
	١	تحسين مستويات الخدمة (رضا العملاء) .	٠.٩٣	٠.٩٢	٠.٩٢
	٢	تخفيض التكلفة المالية .	٠.٩٠	٠.٩١	
	٣	تحقيق الفائدة القصوى للعملاء .	٠.٩٢	٠.٩٣	
	٤	تقليل التعقيدات الإدارية (سرعة الإنجاز) .	٠.٩٢	٠.٩١	

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية ٠.٠٥ = ٠.٣٦ .

يتضح من جدول (٤) وجود ارتباط ذو دلالة إحصائية بين مجموع المحور ومجموع المحاور وبين مجموع البُعد ومجموع المحاور وبين مجموع البُعد ومجموع المحاور بإستمارة الإستبيان ، وأن قيمة الارتباط بين مجموع المحور ومجموع المحاور قد انحصرت ما بين (٠.٩٢ - ٠.٩٣) ، وأن قيمة الارتباط بين مجموع البُعد ومجموع المحاور الأول قد انحصرت ما بين (٠.٩١ - ٠.٩٤) ، وأن قيمة الارتباط بين مجموع البُعد ومجموع المحاور الثانى قد انحصرت ما بين (٠.٩٠ - ٠.٩٣) ، وأن قيمة الارتباط بين مجموع البُعد ومجموع المحاور قد انحصرت ما بين (٠.٩٠ - ٠.٩٣) مما يُشير إلى صدق الإتساق الداخلي لإستمارة الإستبيان .

- ثانياً : ثبات إستمارة الإستبيان :

قامت الباحثة بحساب معامل الثبات لإستمارة الإستبيان عن طريق كلٍ من التطبيق وإعادة التطبيق Test Retest ومعامل ألفا كرونباخ .

أ - التطبيق وإعادة التطبيق Test Retest :

قامت الباحثة بحساب معامل الثبات لإستمارة الإستهبان عن طريق التطبيق وإعادة التطبيق Test Retest حيث تم تطبيق الإستمارة على (٣٠) فرداً من رؤساء وأعضاء مجالس الإدارة ورؤساء الأجهزة الرياضية والمدراء التنفيذيين ومدراء النشاط الرياضي والمدربين والإداريين الرياضيين ببعض الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية مُمثلة لمجتمع البحث ، وتم إعادة تطبيق إستمارة الإستهبان مرة ثانية على نفس العينة للتأكد من ثبات الإستمارة وكان الفاصل الزمني بين التطبيقين (١٥) يوم ، وذلك في الفترة من ٢٠٢٢/٨/٢٩ م – ٢٠٢٢/٩/١٣ م ، علماً بأن هذه العينة إستخدمت لحساب المعاملات العلمية لإستمارة الإستهبان فقط ، وقد تم ذلك بإستخدام معادلة سبيرمان لإرتباط الرتب والجدول (٥) يوضح معامل الثبات لكل عبارة من عبارات إستمارة الإستهبان .

جدول (٥)

معامل الارتباط بين التطبيق وإعادة التطبيق لبيان معامل الثبات لإستمارة الإستهبان

ن = ٣٠

م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط
	المحور الأول	١٨	٠.٨٤		سرعة الإستجابة	٥٣	٠.٩٠
	الموارد المادية والمالية	١٩	٠.٩٣	٣٦	٠.٨٩	٥٤	٠.٩١
١	٠.٩٠	٢٠	٠.٩٧	٣٧	٠.٩٣	٥٥	٠.٩٤
٢	٠.٨٩	٢١	٠.٨٩	٣٨	٠.٩٢	تحقيق الفائدة القصوى للعملاء	
٣	٠.٩١	٢٢	٠.٩٦	٣٩	٠.٨٨	٥٦	٠.٩٤
٤	٠.٨٧	جمع وتحليل ونشر المعلومات		٤٠	٠.٨٢	٥٧	٠.٩١
٥	٠.٨٩	٢٣	٠.٩٣	٤١	٠.٨٤	٥٨	٠.٨٧
٦	٠.٩٤	٢٤	٠.٨٧	المحور الثاني		٥٩	٠.٨٩
٧	٠.٨٨	٢٥	٠.٨٦	تحسين مستويات الخدمة		٦٠	٠.٨٦
٨	٠.٩٧	٢٦	٠.٨٧	٤٢	٠.٨٧	٦١	٠.٨٩
٩	٠.٧٨	٢٧	٠.٨٩	٤٣	٠.٨٤	٦٢	٠.٩٤
التقدم التقني		٢٨	٠.٨٩	٤٤	٠.٩٠	تقليل التعقيدات الإدارية	
١٠	٠.٨٨	٢٩	٠.٩٣	٤٥	٠.٩٢	٦٣	٠.٩٢
١١	٠.٩٠	٣٠	٠.٩٤	٤٦	٠.٨٩	٦٤	٠.٨٩
١٢	٠.٩٧	٣١	٠.٩٤	٤٧	٠.٨٧	٦٥	٠.٩٤
١٣	٠.٨٨	الإبداع والإبتكار		٤٨	٠.٨٩	٦٦	٠.٩٦
١٤	٠.٨٩	٣٢	٠.٨٧	٤٩	٠.٨٦	٦٧	٠.٩٠
١٥	٠.٩١	٣٣	٠.٨٧	تخفيض التكلفة المالية		٦٨	٠.٩٠
١٦	٠.٩٤	٣٤	٠.٩٠	٥٠	٠.٨٣	٦٩	٠.٩٤
الإتصال والتواصل		٣٥	٠.٨٩	٥١	٠.٨٣	٧٠	٠.٩٤
١٧	٠.٩١			٥٢	٠.٨٦		

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية ٠.٠٥ = ٠.٣٦ .

يتضح من جدول (٥) وجود إرتباط ذو دلالة إحصائية بين التطبيق وإعادة التطبيق لإستمارة الإستهبان ، حيث إنحصرت معاملات الإرتباط ما بين (٠.٧٨ - ٠.٩٧) وهى معاملات إرتباط ذو دلالة عالية مما يُشير إلى ثبات إستمارة الإستهبان .

ب - معامل ألفا كرونباخ :

كما قامت الباحثة بحساب معامل الثبات لإستمارة الإستبيان عن طريق معامل ألفا كرونباخ حيث تم التطبيق على (٣٠) فرداً رؤساء وأعضاء مجالس الإدارة ورؤساء الأجهزة الرياضية والمدراء التنفيذيين ومدراء النشاط الرياضي والمدرّبين والإداريين الرياضيين ببعض الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية مُمثلة لمجتمع البحث ، علماً بأن هذه العينة إستخدمت لحساب المعاملات العلمية لإستمارة الإستبيان فقط والجدول (٦) يوضح معامل الثبات لإستمارة الإستبيان .

جدول (٦)

معامل ألفا كرونباخ		
٠.٩٣٧		
م	إسم المحور	Cronbach's Alpha if Item Deleted
	المحور الأول : واقع تطبيق الذكاء التنافسي بالأندية الرياضية :	٠.٩٣٧
١	الموارد المادية والمالية بالنادى الرياضى .	٠.٩٢٣
٢	التقدم التقنى بالنادى الرياضى .	٠.٩٣١
٣	الاتصال والتواصل بالنادى الرياضى .	٠.٩٢٤
٤	جمع وتحليل ونشر المعلومات بالنادى الرياضى .	٠.٩١٥
٥	الإبداع والإبتكار بالنادى الرياضى .	٠.٩٢٧
٦	سرعة الإستجابة للمتغيرات الداخلية والخارجية بالنادى الرياضى .	٠.٩٣٣
	المحور الثانى : واقع تطبيق جودة الخدمات بالأندية الرياضية :	٠.٩٢٢
١	تحسين مستويات الخدمة (رضا العملاء) .	٠.٩٣٢
٢	تخفيض التكلفة المالية .	٠.٩٢٨
٣	تحقيق الفائدة القصوى للعملاء .	٠.٩٢٧
٤	تقليل التعقيدات الإدارية (سرعة الإنجاز) .	٠.٩٣١
	معامل الثبات الكلى لإستمارة الإستبيان	٠.٩٢٩

يتضح من جدول (٦) معامل ألفا كرونباخ لمحاور وأبعاد إستمارة الإستبيان وقد إنحصرت معاملات ألفا كرونباخ لمحاور إستمارة الإستبيان ما بين (٠.٩٢٢ – ٠.٩٣٧) ، وقد إنحصرت معاملات ألفا كرونباخ لأبعاد إستمارة الإستبيان ما بين (٠.٩١٥ – ٠.٩٣٣) وهى معاملات إرتباط متقاربة وذو دلالة عالية مما يُشير إلى ثبات إستمارة الإستبيان وأن حذف أى محور من المحاور أو أى بُعد من الأبعاد سوف يؤثر سلباً على ثبات إستمارة الإستبيان ، كما يتضح من الجدول معامل الثبات الكلى لإستمارة الإستبيان حيث بلغ (٠.٩٢٩) وهو معامل ثبات ذو دلالة عالية مما يُشير إلى ثبات إستمارة الإستبيان .

- الدراسة الإستطلاعية :

قامت الباحثة بإجراء دراسة إستطلاعية على (٢٠) فرد من رؤساء وأعضاء مجالس الإدارة ورؤساء الأجهزة الرياضية والمدراء التنفيذيين ومدراء النشاط الرياضى والمدرّبين والإداريين الرياضيين ببعض الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية مُمثلة لمجتمع البحث ، وذلك فى الفترة من ٢٠٢٢/١٠/١٥م إلى ٢٠٢٢/١٠/٢٩م ، علماً بأن هذه العينة إستخدمت لحساب الدراسة الإستطلاعية فقط وكان الهدف من إجراء الدراسة الإستطلاعية التعرف على مدى فهم عينة البحث للعبارات التى يتضمنها الإستبيان ، والتعرف على الصعوبات المحتمل ظهورها أثناء التطبيق للعمل على تلافيتها ، والتعرف على زمن تطبيق الإستبيان ، وقد أسفرت نتائج الدراسة الإستطلاعية عن فهم عينة البحث للعبارات التى يتضمنها الإستبيان حيث لم يدر من أى منهم الإستفسار عن أى عبارة من عبارات الإستبيان ، وتم التعرف على زمن تطبيق الإستبيان بحساب الزمن الذى إستغرقته عينة الدراسة الإستطلاعية فى الإجابة على عبارات الإستبيان وقد تراوحت بين ١٥ : ١٨ دقيقة .

- تطبيق إستمارة الإستبيان :

بعد التأكد من توافر كافة الشروط العلمية والإدارية للإستبيان قامت الباحثة بتطبيق إستمارة الإستبيان فى صورتها النهائية . مرفق (٥) على (١٥٠) فرداً من رؤساء وأعضاء مجالس الإدارة ورؤساء الأجهزة الرياضية والمدراء التنفيذيين ومدراء النشاط الرياضى والمدرّبين والإداريين الرياضيين ببعض الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية مُمثلة لمجتمع البحث ، وذلك فى الفترة من ٢٠٢٢/١١/١م إلى ٢٠٢٢/١١/٢٤م مع مراعاة التأكيد على أفراد العينة بأهمية إستجاباتهم وأنها تُجمع فقط من أجل البحث العلمى لإزالة أى مخاوف قد تقلل من تفاعلهم فى الإجابة على الإستبيان ، ثم قامت الباحثة بجمع الإستمارات مكتملة الإستجابات وتم تفرغ البيانات فى كشوف التفرغ المُعدة لذلك وتصحيح الإستبيان وفقاً لمفتاح التصحيح المُعد لذلك ورصد وجدولة الدرجات الخام وإعدادها لإجراء المعالجات الإحصائية ، وقد قامت الباحثة بإستخدام مقياس ثلاثى التقدير بإستمارة الإستبيان النهائية التى طُبقت على عينة البحث (نعم - إلى حد ما - لا) ، وقد وافق السادة الخبراء على أسلوب تصحيح عبارات الإستبيان بحيث يتم منح العبارات درجات كما يلى (نعم) وتُقدر لها ثلاث درجات ، (إلى حد ما) وتُقدر لها درجتان ، (لا) وتُقدر لها درجة واحدة ، وبذلك تكون الدرجة الكلية للإستبيان (٢١٠) درجة والدرجة الصغرى للإستبيان (٧٠) درجة .

- المعالجات الإحصائية المستخدمة :

إستخدمت الباحثة المعالجات الإحصائية الملائمة لطبيعة بيانات البحث وذلك من خلال البرنامج الإحصائى **SPSS** وكانت كالتالى (المتوسط الحسابى ، الإنحراف المعياري ، معامل الارتباط ، صدق المحكمين ، معامل الصدق (صدق الإتساق الداخلى) ، معامل الثبات (التطبيق وإعادة التطبيق **Test Retest**) ، معامل ألفا كرونباخ **Cronbach's Alpha** ، النسبة المئوية ، الوزن النسبى ، الأهمية النسبية ، إختبار كا^٢ .

أولاً : عرض ومناقشة نتائج المحور الأول الخاص بواقع تطبيق الذكاء التنافسي بالأندية الرياضية :

البُعد الأول : الموارد المادية والمالية بالنادى الرياضى :

جدول (٧)

آراء عينة البحث فى البُعد الأول الخاص بالموارد المادية والمالية بالنادى الرياضى

ن = ١٥٠

م	نعم		إلى حد ما		لا		الوزن النسبى	الأهمية النسبية	كا
	ك	%	ك	%	ك	%			
١	١١٢	٧٤.٦٧	٢٧	١٨.٠٠	١١	٧.٣٣	٤٠.١	٨٩.١١	*١١٧.٨٨
٢	٨٦	٥٧.٣٣	٤٣	٢٨.٦٧	٢١	١٤.٠٠	٣٦٥	٨١.١١	*٤٣.٧٢
٣	٩١	٦٠.٦٧	٤٧	٣١.٣٣	١٢	٨.٠٠	٣٧٩	٨٤.٢٢	*٦٢.٦٨
٤	١٢١	٨٠.٦٧	٢٧	١٨.٠٠	٢	١.٣٣	٤١٩	٩٣.١١	*١٥٧.٤٨
٥	١٠٩	٧٢.٦٧	٣٠	٢٠.٠٠	١١	٧.٣٣	٣٩٨	٨٨.٤٤	*١٠٨.٠٤
٦	١٢٤	٨٢.٦٧	١٨	١٢.٠٠	٨	٥.٣٣	٤١٦	٩٠.٤٤	*١٦٥.٢٨
٧	١٢٧	٨٤.٦٧	١٩	١٢.٦٧	٤	٢.٦٧	٤٢٣	٩٢.٨٠	*١٨٠.١٢
٨	١٣٢	٨٨.٠٠	١٥	١٠.٠٠	٣	٢.٠٠	٤٢٩	٩٤	*٢٠٣.١٦
٩	٩٨	٦٥.٣٣	٣٥	٢٣.٣٣	١٧	١١.٣٣	٣٨١	٨٤.٦٦	*٧٢.٣٦

قيمة كا الجدولية عند مستوى معنوية ٠.٠٥ = ٥.٩٩ .

يوضح الجدول (٧) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لآراء عينة البحث فى جميع عبارات البُعد الأول الخاص بالموارد المادية والمالية بالنادى الرياضى .

وكانت أعلى نسبة فى آراء عينة البحث الذين إختاروا (نعم) فى العبارة رقم (٨) بنسبة ٨٨.٠٠% وكانت أقل نسبة فى العبارة رقم (٢) بنسبة ٥٧.٣٣% ، وكانت أعلى نسبة فى آراء عينة البحث الذين إختاروا (إلى حد ما) فى العبارة رقم (٣) بنسبة ٣١.٣٣% وكانت أقل نسبة فى العبارة رقم (٨) بنسبة ١٠.٠٠% ، وكانت أعلى نسبة فى آراء عينة البحث الذين إختاروا (لا) فى العبارة رقم (٢) بنسبة ١٤.٠٠% وكانت أقل نسبة فى العبارة رقم (٤) بنسبة ١.٣٣% ، ومثلت العبارة رقم (٨) أعلى درجة مقدرة ٤٢٩ وأكثر أهمية نسبية ٩٤ بين عبارات المحور ، بينما مثلت العبارة رقم (٢) أقل درجة مقدرة ٣٦٥ وأقل أهمية نسبية ٨١.١١ بين عبارات المحور .

فيما يلى سوف تقوم الباحثة بمناقشة النتائج التى توصلت إليها فى ضوء التساؤل الأول من المحور الأول : " ما هى الموارد المادية والمالية بالنادى الرياضى ؟ " :

أشارت نتائج جميع عبارات الجدول (٧) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لآراء عينة البحث فى جميع عبارات البُعد الأول من المحور الأول ، وهذا يشير إلى أنه يتوافر بالأندية الرياضية قاعات للانتظار ملائمة ومريحة للأعضاء وأماكن ملائمة لوقوف السيارات ، وأن

التجهيزات والمباني ذات مظهر جميل ومميز والتصاميم الداخلية للأندية الرياضية توفر جواً مريحاً للأعضاء ، كما يوجد وحدة طبية للإسعافات الأولية مجهزة بأحدث الأدوات والمعدات كما يتوافر عدد كافى من الملاعب والمنشآت الرياضية ، وأن مواقع الأندية الرياضية مناسب بالنسبة للأعضاء ويسهل الوصول إليه كما أن وحدات خلع ملابس ودورات مياه كافية على مستوى عالى من الجودة وأيضاً المطاعم والكافتریات تتميز بمستوى راقى وخدمات عالية الجودة وأسعار مناسبة .

وإتفق ذلك مع دراسة وائل طلعت نبيه سليمان (٢٠١٧) (٢١) التى أشارت بتوافر وحدة طبية للإسعافات الأولية ومجهزة بأحدث الأدوات والأجهزة والمعدات وأنها جاءت فى الترتيب الأول وبنسبة عالية وتوافر مواقف ملائمة لإنتظار سيارات المستفيدين وأيضاً بتوافر عدد كافى من الملاعب الخارجية للمستفيدين مجهزة بأحدث الأدوات والأجهزة والمعدات وبالمستوى الراقى كما يتمتع النادى بموقع ملائم يسهل الوصول إليه ، وإتفق أيضاً ذلك مع نتائج دراسة أحمد سالم فلاح الفالح (٢٠١٨) (٢) بأن شكل المبنى يمتاز بالحداثة والجاذبية كما إختلف معه فى أن التصميم الخارجى والداخلى إلى حد ما للنادى يتمتع بالجاذبية ، بالإضافة إلى أن المطاعم والكافتریات إلى حد ما تتميز بمستوى راقى وخدمة عالية الجودة وهذا عكس ما أشارت إليه نتائج البحث الحالى .

وترى الباحثة أن الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية ذات جودة عالية من حيث قاعات إنتظار الأعضاء وأماكن وقوف السيارات والمباني والمنشآت سواء من الداخل أو من الخارج وتوافر وحدات طبية مجهزة وأن الملاعب مجهزة ومواقع الأندية مناسبة بالنسبة للأعضاء وسهل الوصول إليه وأسعار المأكولات مناسبة لجميع الأعضاء .

وبذلك يكون قد تم الإجابة على التساؤل الأول من المحور الأول والذى ينص على ما هى الموارد المادية والمالية بالنادى الرياضى ؟

البُعد الثانى : التقدم التقنى بالنادى الرياضى :

جدول (٨)

آراء عينة البحث فى البُعد الثانى الخاص بالتقدم التقنى بالنادى الرياضى

ن = ١٥٠

م	نعم		إلى حد ما		لا		الوزن النسبى	الأهمية النسبية	كا
	ك	%	ك	%	ك	%			
١٠	١٠٢	٦٨.٠٠	٣٧	٢٤.٦٧	١١	٧.٣٣	٣٩١	٨٦.٨٨	*٨٧.٨٨
١١	١١١	٧٤.٠٠	٣٥	٢٣.٣٣	٤	٢.٦٧	٤٠٧	٩٠.٤٤	*١٢١.٢٤
١٢	١١٨	٧٨.٦٧	٢٧	١٨.٠٠	٥	٣.٣٣	٤١٣	٩١.٧٧	*١٤٣.٥٦
١٣	٨٧	٥٨.٠٠	٥١	٣٤.٠٠	١٢	٨.٠٠	٣٧٥	٨٣.٣٣	*٥٦.٢٨
١٤	١٢٣	٨٢.٠٠	١٨	١٢.٠٠	٩	٦.٠٠	٤١٤	٩٢	*١٦٠.٦٨
١٥	١١٤	٧٦.٠٠	٢٧	١٨.٠٠	٩	٦.٠٠	٤٠٥	٩٠	*١٢٦.١٢
١٦	١٠٣	٦٨.٦٧	٣٢	٢١.٣٣	١٥	١٠.٠٠	٣٨٨	٨٦.٢٢	*٨٧.١٦

قيمة كا الجدولية عند مستوى معنوية ٠.٠٥ = ٥.٩٩ .

يوضح الجدول (٨) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لآراء عينة البحث فى جميع عبارات البُعد الثانى الخاص بالتقدم التقنى بالنادى الرياضى .

وكانت أعلى نسبة في آراء عينة البحث الذين إختاروا (نعم) في العبارة رقم (١٤) بنسبة ٨٢.٠٠% وكانت أقل نسبة في العبارة رقم (١٣) بنسبة ٥٨.٠٠% ، وكانت أعلى نسبة في آراء عينة البحث الذين إختاروا (إلى حد ما) في العبارة رقم (١٣) بنسبة ٣٤.٠٠% وكانت أقل نسبة في العبارة رقم (١٤) بنسبة ١٢.٠٠% ، وكانت أعلى نسبة في آراء عينة البحث الذين إختاروا (لا) في العبارة رقم (١٣) بنسبة ٨.٠٠% وكانت أقل نسبة في العبارة رقم (١١) بنسبة ٢.٦٧% ، ومثلت العبارة رقم (١٤) أعلى درجة مقدرة ٤١٤ وأكثر أهمية نسبية ٩٢ بين عبارات المحور ، بينما مثلت العبارة رقم (١٣) أقل درجة مقدرة ٣٧٥ وأقل أهمية نسبية ٨٣.٣٣ بين عبارات المحور .

وفيما يلي سوف تقوم الباحثة بمناقشة النتائج التي توصلت إليها في ضوء التساؤل الثاني من المحور الأول : " ما التقدم التقني بالنادى الرياضى ؟"

أشارت نتائج جميع عبارات الجدول (٨) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لآراء عينة البحث في جميع عبارات البعد الثاني لآراء عينة البحث الذين أختاروا (نعم) ، وهذا يشير إلى أن إدارة الأندية الرياضية تقوم بجمع المعلومات اللازمة حول التطورات التكنولوجية في مجال الرياضة كما تعتمد في جمع المعلومات إلكترونياً على خبراء متخصصين ، وتحفظ بالوثائق الخاصة بالأعضاء في نظام محوسب ، كما تهتم إدارة الأندية الرياضية بإشراك موظفيها بالدورات التدريبية المتخصصة بالذكاء ويتوافر لديها التجهيزات والمعدات ذات التقنية المتطورة والجودة العالية ، كما يوجد موقع إلكترونى مميز خاص بالأندية الرياضية يساعد في تقديم الخدمات للأعضاء ويتم الإهتمام بمتابعة آخر التطورات التكنولوجية وتفعيلها .

وإتفق ذلك مع دراسة **وائل طلعت نبيه سليمان (٢٠١٧) (٢١)** بأن إدارة النادى تحتفظ بسجلات إلكترونية دقيقة وموثقة ويوجد موقع إلكترونى مميز يساعد فى تقديم الخدمات ويتم إقامة محاضرات وندوات وفاعليات فى المجال الرياضى للعاملين لتسهيل نشرها وتعميم فائدتها وإستفادة العاملين منها وتزويد معارفهم الرياضية وإتفق ذلك أيضاً مع دراسة **خالد مسعود يحيى البارونى (٢٠١٧) (٧)** بتوافر موقع إلكترونى يسهل الوصول إليه ومعروف لكافة العملاء تقريباً ومواكبة آخر التطورات التقنية .

كما إتفقت أيضاً مع دراسة **هبة ضرار محمد عبيدات (٢٠٢٠) (٢٠)** بأنه يتوافر برامج تدريب حول الذكاء التنافسى لجميع الموظفين وتدريبهم على عمليات وتقنيات جمع وتحليل المعلومات بالإضافة إلى أنه يتم فحص جميع المعلومات المتحصلة من عمليات الذكاء التنافسى للتأكد من دقتها والتحقق من صحتها وتقييم مدى موثوقية تلك المعلومات ومصادرهما وجمع المعلومات اللازمة حول التطورات التكنولوجية فى المجال كما يتم إستخدام التكنولوجيا الحديثة لتقديم منتجات جديدة ، وإتفق مع ذلك نتائج دراسة **أحمد سالم فلاح الفالح (٢٠١٨) (٢)** بأنه يتم الحرص على تحديث المعدات والأجهزة المستخدمة فى تقديم الخدمة للعملاء ، ومتابعة آخر التطورات التكنولوجية المستخدمة .

وإتفق أيضاً مع نتائج دراسة **على سالم محمد عجم الحبابى (٢٠٢٠) (١٢)** بإمتلاك وسائل تكنولوجيا المعلومات والأنظمة الحاسوبية والمعدات اللازمة فى أنجاز الأعمال بإستمرار ، وإستخدام أنظمة حاسوبية خاصة لتوليد المعلومات الدقيقة حول البيئة المحيطة بها .

وأشارت نتائج دراسة ماهر فايز محمد (٢٠١٩) (١٥) أن مستوى الذكاء التكنولوجي جاء مرتفعاً وأن الشركات تسعى لإمتلاك نظام للمعلومات يقوم بحماية المعلومات التي يتم جمعها، كما أنه يتم تحفيز العاملين على استخدام التكنولوجيا في تسجيل ملاحظاتهم ومعلوماتهم التنافسية .

وترى الباحثة أن الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية تهتم بالتطورات التكنولوجية وبجميع المعدات ذات التقنيات المتطورة ومتابعة كل ما هو جديد في مجال التكنولوجيا للإستفادة منه وتدريب العاملين بالاندية الرياضية على استخدام التكنولوجيا في جميع مهامهم .

وبذلك يكون قد تم الإجابة على التساؤل الثاني من المحور الأول والذي ينص على ما هو التقدم التقنى بالنادى الرياضى ؟

البُعد الثالث : الإتصال والتواصل بالنادى الرياضى :

جدول (٩)

آراء عينة البحث فى البُعد الثالث الخاص بالإتصال والتواصل بالنادى الرياضى

ن = ١٥٠

م	نعم		إلى حد ما		لا		الوزن النسبى	الأهمية النسبية	كا
	ك	%	ك	%	ك	%			
١٧	١١٦	٧٧.٣٣	٢٢	١٤.٦٧	١٢	٨.٠٠	٤٠.٤	٨٩.٧٨	*١٣١.٦٨
١٨	١٠٧	٧١.٣٣	٢٤	١٦.٠٠	١٩	١٢.٦٧	٣٨٨	٨٦.٢٢	*٩٧.٧٢
١٩	٩٦	٦٤.٠٠	٣٥	٢٣.٣٣	١٩	١٢.٦٧	٣٧٧	٨٣.٧٧	*٦٦.٠٤
٢٠	١١٨	٧٨.٦٧	٢٧	١٨.٠٠	٥	٣.٣٣	٤١٣	٩١.٧٧	*١٤٣.٥٦
٢١	١٢٩	٨٦.٠٠	١٨	١٢.٠٠	٣	٢.٠٠	٤٢٦	٩٤.٦٦	*١٨٩.٤٨
٢٢	١٢٧	٨٤.٦٧	١٨	١٢.٠٠	٥	٣.٣٣	٤٢٧	٩٤.٨٨	*١٧٩.٥٦

قيمة كا الجدولية عند مستوى معنوية ٠.٠٥ = ٥.٩٩ .

يوضح الجدول (٩) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لآراء عينة البحث فى جميع عبارات البُعد الثالث الخاص بالإتصال والتواصل بالنادى الرياضى .

وكانت أعلى نسبة فى آراء عينة البحث الذين إختاروا (نعم) فى العبارة رقم (٢١) بنسبة ٨٦.٠٠% وكانت أقل نسبة فى العبارة رقم (١٩) بنسبة ٦٤.٠٠% ، وكانت أعلى نسبة فى آراء عينة البحث الذين إختاروا (إلى حد ما) فى العبارة رقم (١٩) بنسبة ٢٣.٣٣% وكانت أقل نسبة فى العبارتين رقم (٢٢ ، ٢١) بنسبة ١٢.٠٠% ، وكانت أعلى نسبة فى آراء عينة البحث الذين إختاروا (لا) فى العبارتين رقم (١٨ ، ١٩) بنسبة ١٢.٦٧% وكانت أقل نسبة فى العبارة رقم (٢١) بنسبة ٢.٠٠% ، ومثلت العبارة رقم (٢٢) أعلى درجة مقدرة ٤٢٧ وأكثر أهمية نسبية ٩٤.٨٨ بين عبارات المحور ، بينما مثلت العبارة رقم (١٩) أقل درجة مقدرة ٣٧٧ وأقل أهمية نسبية ٨٣.٧٧ بين عبارات المحور .

وفيما يلي سوف تقوم الباحثة بمناقشة النتائج التي توصلت إليها في ضوء التساؤل الثالث من المحور الأول : " ما هو الإتصال والتواصل بالنادى الرياضى ؟ " :

أشارت نتائج جميع عبارات الجدول (٩) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لآراء عينة البحث في جميع عبارات البُعد الثالث لآراء عينة البحث الذين أختاروا (نعم) ، وهذا يشير إلى أنه يتوافر بالأندية الرياضية قنوات إتصال تتم بين الأعضاء وإدارة النادى وتتمثل فى صندوق للشكاوى وبريد إلكترونى ، ويتم عمل لقاءات مستمرة للأعضاء للتعرف على المشكلات وحلها ، ويتم التواصل مع الأعضاء وإبلاغهم بمواعيد تقديم الخدمات بدقة ، كما يتوافر بالأندية الرياضية خدمات الهاتف على مستوى إحترافى لضمان التواصل الفعال مع الأعضاء ، ويتم بإستمرار الإعلان عن مميزات الأندية الرياضية لجذب أعضاء جدد .

وإنفق ذلك مع نتائج دراسة وائل طلعت نبيه سليمان (٢٠١٧) (٢١) بتوافر قنوات إتصال بين المستفيدين والإدارة ممثله فى صندوق شكاوى ومقترحات وبريد إلكترونى وإقامة لقاءات مستمرة من قبل إدارة النادى للمستفيدين للتعرف على المشكلات وحلها وإبلاغ المستفيدين بمواعيد تقديم الخدمات بدقة ، وتوافر خدمات الهاتف على مستوى عالى لضمان التواصل الفعال مع المستفيدين .

وترى الباحثة أن عمليات الإتصال والتواصل فى الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية تتم بشكل جيد جداً سواء بين العاملين بين بعضهم البعض أو بين العاملين مع الأعضاء ويوجد إنسياب فى عمليات الإتصال ويتم عمليات الإتصال من خلال البريد الإلكتروني أو صندوق الشكاوى أو خدمات الهاتف .

وبذلك يكون قد تم الإجابة على التساؤل الثالث من المحور الأول والذى ينص على ما هو الإتصال والتواصل بالنادى الرياضى ؟

البُعد الرابع : جمع وتحليل ونشر المعلومات بالنادى الرياضى :

جدول (١٠)

آراء عينة البحث فى البُعد الرابع الخاص بجمع وتحليل ونشر المعلومات بالنادى الرياضى

ن = ١٥٠

م	نعم		إلى حد ما		لا		الوزن النسبى	الأهمية النسبية	كا
	ك	%	ك	%	ك	%			
٢٣	١٠٨	٧٢.٠٠	٣٧	٢٤.٦٧	٥	٣.٣٣	٤٠.٣	٨٩.٥٥	*١١١.١٦
٢٤	١٠٢	٦٨.٠٠	٣٨	٢٥.٣٣	١٠	٦.٦٧	٣٩٢	٨٧.١١	*٨٨.٩٦
٢٥	١٢٤	٨٢.٦٧	٢٣	١٥.٣٣	٣	٢.٠٠	٤٢١	٩٣.٥٥	*١٦٨.٢٨
٢٦	١٢١	٨٠.٦٧	٢٧	١٨.٠٠	٢	١.٣٣	٤١٩	٩٣.١١	*١٥٧.٤٨
٢٧	١٢٣	٨٢.٠٠	١٨	١٢.٠٠	٩	٦.٠٠	٤١٤	٩٢	*١٦٠.٦٨
٢٨	٧٩	٥٢.٦٧	٥١	٣٤.٠٠	٢٠	١٣.٣٣	٣٥٩	٧٩.٧٨	*٣٤.٨٤
٢٩	١٣٦	٩٠.٦٧	٩	٦.٠٠	٥	٣.٣٣	٤٣١	٩٥.٧٧	*٢٢٢.٠٤
٣٠	١٢٦	٨٤.٠٠	١٧	١١.٣٣	٧	٤.٦٧	٤١٩	٩٣.١١	*١٧٤.٢٨
٣١	١١٩	٧٩.٣٣	١٨	١٢.٠٠	١٣	٨.٦٧	٤٠٦	٩٠.٢٢	*١٤٣.٠٨

قيمة كا الجدولية عند مستوى مغنوية ٠.٠٥ = ٥.٩٩ .

يوضح الجدول (١٠) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لآراء عينة البحث فى جميع عبارات البُعد الرابع الخاص بجمع وتحليل ونشر المعلومات بالنادى الرياضى .

وكانت أعلى نسبة فى آراء عينة البحث الذين إختاروا (نعم) فى العبارة رقم (٢٩) بنسبة ٩٠.٦٧% وكانت أقل نسبة فى العبارة رقم (٢٨) بنسبة ٥٢.٦٧% ، وكانت أعلى نسبة فى آراء عينة البحث الذين إختاروا (إلى حد ما) فى العبارة رقم (٢٨) بنسبة ٣٤.٠٠% وكانت أقل نسبة فى العبارة رقم (٢٩) بنسبة ٦.٠٠% ، وكانت أعلى نسبة فى آراء عينة البحث الذين إختاروا (لا) فى العبارة رقم (٢٨) بنسبة ١٣.٣٣% وكانت أقل نسبة فى العبارة رقم (٢٩) بنسبة ١.٣٣% ، ومثلت العبارة رقم (٢٩) أعلى درجة مقدرة ٤٣١ وأكثر أهمية نسبية ٩٥.٧٧ بين عبارات المحور ، بينما مثلت العبارة رقم (٢٨) أقل درجة مقدرة ٣٥٩ وأقل أهمية نسبية ٧٩.٧٨ بين عبارات المحور .

وفيما يلي سوف تقوم الباحثة بمناقشة النتائج التى توصلت إليها فى ضوء البُعد الرابع من المحور الأول : " ما هو جمع وتحليل ونشر المعلومات بالنادى الرياضى ؟ " :

أشارت نتائج جميع عبارات الجدول (١٠) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لآراء عينة البحث الذين أختاروا (نعم) ، وهذا يشير إلى أنه يتم بإدارة الأندية الرياضية تحليل الخطط والإستراتيجيات الخاصة بالمنافسين للتنبؤ بخطواتهم المستقبلية وتجنب تهديداتهم ، والتدقيق فى جميع المعلومات التى تم جمعها لمعرفة مدى دقتها وصحتها ومدى مصداقيتها وجودتها ، وتضع إدارة الأندية الرياضية عملية جمع المعلومات فى مقدمة إهتماماتها لإرتباطها بإستمراره العمل ، ويتم التركيز على نوع المعلومات التى يتم جمعها كما تمتلك الإدارة بالأندية الرياضية طرق ووسائل متنوعة لجمع المعلومات ، ويتم توفير برامج تدريبية للعاملين حول طرق تحليل وجمع المعلومات ، وأن عملية تحليل المعلومات تساعد الإدارات بالاندية الرياضية صانعى القرار فى إتخاذ القرارات الإستراتيجية ، ويتم توفير المعلومات اللازمة للأعضاء فى أى وقت ، ويتم نشر وتوزيع المعلومات على الأعضاء الجدد .

وإتفق ذلك مع نتائج دراسة **هبة ضرار محمد عبيدات (٢٠٢٠) (٢٠)** بأنه يتم تحليل خطط وإستراتيجيات المنافسين للتنبؤ بخطواتهم المستقبلية وتجنب تهديداتهم بالإضافة إلى إنه يتم تقييم نتائج المعلومات المتحصلة من عمليات الذكاء التنافسى ومعرفة مدى مساهمتها فى عملية صناعة القرارات .

كما إتفق أيضاً مع نتائج دراسة **أحمد سالم فلاح الفالح (٢٠١٨) (٢)** بأن عملية جمع المعلومات يتم وضعها فى مقدمة الإهتمامات بإرتباطها بإستدامة الأعمال ويتم إعتداد المعلومات بعد التأكد منها ، كما يتم جمع المعلومات عن المنافسين من خلال التعامل مع مصادر خارجية والتعرف على خدمات المنافسين من أجل إنتاج منتجات ذات مزايا تنافسية أفضل من منافسيه وذلك يتم من خلال خبراء متخصصين فى عمليات جمع المعلومات إلكترونياً ، وإمتلاك أقسام خاص بتحليل المعلومات الخاصة بالبيئة المنافسة كما تساعد عملية تحليل المعلومات المديرين فى عملية إتخاذ القرارات الإستراتيجية ، وينشر المعلومات على العملاء وجذب عملاء جدد من خلال نشر المعلومات عن الأعمال والخدمات المتنوعة .

وأشارت نتائج دراسة **أحلام نمر زهدى أسعد (٢٠١٣) (١)** أن مستوى ممارسة جمع المعلومات كأحد أبعاد الذكاء التنافسى جاء متوسطاً ، وتتنطبق هذه النتيجة مع دراسة **صالح وبنى حمدان (٢٠١٢) (٣)** ، ودراسة **Nenzhelele (٢٠١٢) (٣٠)** ، كما أن مستوى ممارسة تحليل المعلومات تراوح بين المتوسط والمرتفع وهذا يفسر أن هناك إهتماماً فى إدراك تحليل المعلومات أو تنفيذها بالطريقة السليمة إذ أن من المفروض أن يعطى تحليل المعلومات معلومات وافية عن وضع المنافسين ، وتتنطبق هذه النتيجة مع دراسة **Farham (٢٠١١) (٢٥)** ، كما أن مستوى

ممارسة تحليل المعلومات تراوح بين المتوسط والمرتفع ، وهذا يُفسر أن هناك إهتماماً في إدراك تحليل المعلومات أو تنفيذه بالطريقة السليمة إذ أن من المفروض أن يُعطى تحليل المعلومات معلومات وافية عن وضع المنافسين ، وتنطبق هذه النتيجة مع دراسة Farham (٢٠١١) (٢٥) ، كما تبين أن مستوى ممارسة نشر المعلومات جاء بمستوى مرتفع ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى الإهتمام بنشر المعلومات بين العاملين إذ أن إطلاع العاملين على المعلومات المتعلقة بالنشاطات يعزز من قدرات العاملين على إنجاز أدائهم بشكل أفضل والذي ينعكس بدوره على الميزة التنافسية وتنطبق هذه النتيجة جزئياً مع دراسة أحمد صالح وبني حمدان (٢٠١٢) (٣) من حيث ممارسة الذكاء التنافسي ككل وتخالف دراسة Farham (٢٠١١) (٢٥) التي توصلت إلى أن مستوى نشر المعلومات كان ضعيفاً.

وترى الباحثة أن الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية تقوم بتحليل وجمع ونشر المعلومات وتستخدم في ذلك وسائل متنوعة وتدريب العاملين من خلال برامج تدريبية على طرق تحليل وجمع المعلومات .

وبذلك يكون قد تم الإجابة على التساؤل الرابع من المحور الأول والذي ينص على ما هو جمع وتحليل ونشر المعلومات بالنادي الرياضي ؟

البُعد الخامس : الإبداع والإبتكار بالنادي الرياضي :

جدول (١١)

آراء عينة البحث في البُعد الخامس الخاص بالإبداع والإبتكار بالنادي الرياضي

ن = ١٥٠

م	نعم		إلى حد ما		لا		الوزن النسبي	الأهمية النسبية	كا
	ك	%	ك	%	ك	%			
٣٢	١٠٦	٧٠.٦٧	٢٣	١٥.٣٣	٢١	١٤.٠٠	٣٨٥	٨٥.٥٦	*٩٤.١٢
٣٣	١٢١	٨٠.٦٧	٢٧	١٨.٠٠	٢	١.٣٣	٤١٩	٩٣.١١	*١٥٧.٤٨
٣٤	١١١	٧٤.٠٠	٣٥	٢٣.٣٣	٤	٢.٦٧	٤٠٧	٩٠.٤٤	*١٢١.٢٤
٣٥	١٠٩	٧٢.٦٧	٣٠	٢٠.٠٠	١١	٧.٣٣	٣٩٨	٨٨.٤٤	*١٠٨.٠٤

قيمة كا^٢ الجدولية عند مستوى معنوية ٠.٠٥ = ٥.٩٩ .

يوضح الجدول (١١) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لآراء عينة البحث في جميع عبارات البُعد الخامس الخاص بالإبداع والإبتكار بالنادي الرياضي .

وكانت أعلى نسبة في آراء عينة البحث الذين إختاروا (نعم) في العبارة رقم (٣٣) بنسبة ٨٠.٦٧% وكانت أقل نسبة في العبارة رقم (٣٢) بنسبة ٧٠.٦٧% ، وكانت أعلى نسبة في آراء عينة البحث الذين إختاروا (إلى حد ما) في العبارة رقم (٣٤) بنسبة ٢٣.٣٣% وكانت أقل نسبة في العبارة رقم (٣٢) بنسبة ١٥.٣٣% ، وكانت أعلى نسبة في آراء عينة البحث الذين إختاروا (لا) في العبارة رقم (٣٢) بنسبة ١٤.٠٠% وكانت أقل نسبة في العبارة رقم (٣٣) بنسبة ١.٣٣% ، ومثلت العبارة رقم (٣٣) أعلى درجة مقدرة ٤١٩ وأكثر أهمية نسبية ٩٣.١١ بين عبارات المحور ، بينما مثلت العبارة رقم (٣٢) أقل درجة مقدرة ٣٨٥ وأقل أهمية نسبية ٨٥.٥٦ بين عبارات المحور .

وفيما يلي سوف تقوم الباحثة بمناقشة النتائج التي توصلت إليها في ضوء التساؤل الخامس من المحور الأول : " ما الإبداع والابتكار بالنادى الرياضى ؟ " :

أشارت نتائج جميع عبارات الجدول (١١) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لآراء عينة البحث الذين أختاروا (نعم) ، وهذا يشير إلى أن الأندية الرياضية توفر للعاملين لديهم بيئة مناسبة تعزز الإبداع لديهم ، وأن إدارة الأندية الرياضية تعتمد الإبداع كمنهج أساسى لتحسين خدماتها ، ويتم تحقيق رغبات الأعضاء بإسلوب إبداعى وإبتكارى يحقق رضاهم ، وتتسم الافكار الإبداعية المقترحة من العاملين بالنادى الرياضى بقابلية تنفيذها .

وإتفق ذلك مع نتائج دراسة **على سالم محمد عجم الحبابى (٢٠٢٠) (١٢)** بأن الإدارة لديها تعتمد على الإبداع كمنهج إدارى شامل لتحسين خدماتها وتعزيز قدرات العاملين الإبداعية والعمل فى بيئه تعزز الإبداع وتلبيه متطلبات الأسواق وتقديم الخدمات بإسلوب إبداعى كما تتسم الأفكار الإبداعية المقدمة والمقترحة من العاملين بالقابلية للتنفيذ فى ظل الموارد المتاحة .

وإختلف مع دراسة **وائل طلعت نبيه سليمان (٢٠١٧) (٢١)** أن العاملين بالاندية الرياضية سواء كانوا إداريين أو مدربين أو مشرفين بأنهم إلى حد ما مؤهلين للعمل وإلى حد ما على مستوى عالى من الكفاءة والمظهر الجيد ولايقوموا بأدوارهم على أكمل وجهه حيث جائت هذه العبارة فى الترتيب العاشر بين العبارات بوزن نسبى (٦٨.٠٢٢%) وكا هذا فى إتجاه إلى حد ما .

وترى الباحثة أن الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية لديها بيئة مناسبة تعزز الإبداع والابتكار لدى العاملين لديها وأن العاملين يتمتعون بالأفكار الأبداعية .

وبذلك يكون قد تم الإجابة على التساؤل الخامس من المحور الأول والذى ينص على ما هو الإبداع والابتكار بالنادى الرياضى ؟

البُعد السادس : سرعة الإستجابة للمتغيرات الداخلية والخارجية بالنادى الرياضى :

جدول (١٢)

آراء عينة البحث فى البُعد السادس الخاص بسرعة الإستجابة للمتغيرات الداخلية والخارجية بالنادى الرياضى

$n = 150$

م	نعم		إلى حد ما		لا		الوزن النسبى	الأهمية النسبية	ك ^٢
	ك	%	ك	%	ك	%			
٣٦	١٠.٣	٦٨.٦٧	٣٨	٢٥.٣٣	٩	٦.٠٠	٣٩٤	٨٧.٥٥	*٩٢.٦٨
٣٧	١٠.٤	٦٩.٣٣	٣٧	٢٤.٦٧	٩	٦.٠٠	٣٩٥	٨٧.٧٧	*٩٥.٣٢
٣٨	١٠.٧	٧١.٣٣	٣٥	٢٣.٣٣	٨	٥.٣٣	٣٩٩	٨٨.٦٦	*١٠٤.٧٦
٣٩	١٠.٢	٦٨.٠٠	٣٧	٢٤.٦٧	١١	٧.٣٣	٣٩١	٨٦.٨٨	*٨٧.٨٨
٤٠	١١.٦	٧٧.٣٣	٢٣	١٥.٣٣	١١	٧.٣٣	٤٠٥	٩٠.٠٠	*١٣٢.١٢
٤١	١٢.٥	٨٣.٣٣	١٨	١٢.٠٠	٧	٤.٦٧	٤١٨	٩٢.٨٨	*١٦٩.٩٦

قيمة ك^٢ الجدولية عند مستوى معنوية ٠.٠٥ = ٥.٩٩ .

يوضح الجدول (١٢) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لآراء عينة البحث فى جميع عبارات البُعد السادس الخاص بسرعة الإستجابة للمتغيرات الداخلية والخارجية بالنادى الرياضى .

وكانت أعلى نسبة فى آراء عينة البحث الذين إختاروا (نعم) فى العبارة رقم (٤١) بنسبة ٨٣.٣٣% وكانت أقل نسبة فى العبارة رقم (٣٩) بنسبة ٦٨.٠٠% ، وكانت أعلى نسبة فى آراء عينة البحث الذين إختاروا (إلى حد ما) فى العبارة رقم (٣٦) بنسبة ٢٥.٣٣% وكانت أقل نسبة فى العبارة رقم (٤١) بنسبة ١٢.٠٠% ، وكانت أعلى نسبة فى آراء عينة البحث الذين إختاروا (لا) فى العبارتين رقم (٣٩ ، ٤٠) بنسبة ٧.٣٣% وكانت أقل نسبة فى العبارة رقم (٤١) بنسبة ٤.٦٧% ، ومثلت العبارة رقم (٤١) أعلى درجة مقدرة ٤١٨ وأكثر أهمية نسبية ٩٢.٨٨ بين عبارات المحور ، بينما مثلت العبارة رقم (٣٩) أقل درجة مقدرة ٣٩١ وأقل أهمية نسبية ٨٦.٨٨ بين عبارات المحور .

وفيما يلى سوف تقوم الباحثة بمناقشة النتائج التى توصلت إليها فى ضوء التساؤل السادس من المحور الأول : " ما هى سرعة الإستجابة للمتغيرات الداخلية والخارجية بالنادى الرياضى ؟"

أشارت نتائج جميع عبارات الجدول (١٢) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لآراء عينة البحث الذين أختاروا (نعم) ، وهذا يشير إلى أن العاملين بالأندية الرياضية يسارعون فى الخدمات فوراً للأعضاء وبدون تأخير ، وتأخذ إدارة الأندية الرياضية الشكاوى والإقتراحات بشكل جدى وتستجيب لها ، ويتم إعطاء صورة مشرفة من خلال التعامل السريع مع الحالات الطارئة ، وتهتم إدارة الأندية الرياضية بمشاكل الأعضاء ويتم الإجابة السريعة على إستفساراتهم ويمكنها التغلب على المواقف المفاجأة وغير المعتادة كما تقوم بالرد الفورى على إستفسارات الأعضاء .

وإنفق مع ذلك دراسة وائل **طلعت نبيه سليمان (٢٠١٧) (٢١)** بأن إدارة النادى الرياضى تلتزم بتقديم الخدمات الرياضية فى الوقت المناسب وفق جداول معلنة مسبقاً ، كما ان الإدارة تبدى إهتماماً كافياً لحل مشاكل وإستفسارات المستفيدين ، كما إختلفت معه بأنه إلى حد ما الإدارة قادرة على التغلب على المواقف المفاجأة وغير المعتادة التى قد تحدث ، وبقدرة الموظفين على حل المشاكل التى قد تواجهه المستفيدين بسرعة ودقة بالإضافة إلى الرد الفورى على إستفسارات الأعضاء جاء بدرجة متوسطة .

وترى الباحثة أن الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية بها عاملين لديهم إستجابة سريعة للمتغيرات الداخلية والخارجية التى قد تحدث من خلال الإستجابة لشكاوى الأعضاء سريعاً والسرعة فى تقديم الخدمات للأعضاء والتغلب على المواقف المفاجأة والإجابة السريعة على تساؤلات الأعضاء .

وبذلك يكون قد تم الإجابة على التساؤل السادس من المحور الأول والذى ينص على ما هى سرعة الإستجابة للمتغيرات الداخلية والخارجية بالنادى الرياضى ؟

ثانياً : عرض ومناقشة نتائج المحور الثاني الخاص بواقع تطبيق جودة الخدمات بالأندية الرياضية :

البُعد الأول : تحسين مستويات الخدمة (رضا العملاء) :

جدول (١٣)

آراء عينة البحث في البُعد الأول الخاص بتحسين مستويات الخدمة (رضا العملاء)

ن = ١٥٠

م	نعم		إلى حد ما		لا		الوزن النسبي	الأهمية النسبية	كا
	ك	%	ك	%	ك	%			
٤٢	١٢١	٨٠.٦٧	٢٧	١٨.٠٠	٢	١.٣٣	٤١٩	٩٣.١١	*١٥٧.٤٨
٤٣	١٠٧	٧١.٣٣	٢٤	١٦.٠٠	١٩	١٢.٦٧	٣٨٨	٨٦.٢٢	*٩٧.٧٢
٤٤	١١٢	٧٤.٦٧	٢٧	١٨.٠٠	١١	٧.٣٣	٤٠١	٨٩.١١	*١١٧.٨٨
٤٥	١١٩	٧٩.٣٣	٢٥	١٦.٦٧	٦	٤.٠٠	٤١٣	٩١.٧٧	*١٤٦.٤٤
٤٦	٩٣	٦٢.٠٠	٣٦	٢٤.٠٠	٢١	١٤.٠٠	٣٧٢	٨٢.٦٦	*٥٧.٧٢
٤٧	٩٤	٦٢.٦٧	٤١	٢٧.٣٣	١٥	١٠.٠٠	٣٧٩	٨٤.٢٢	*٦٤.٨٤
٤٨	٨٦	٥٧.٣٣	٤٣	٢٨.٦٧	٢١	١٤.٠٠	٣٦٥	٨١.١١	*٤٣.٧٢
٤٩	٩٢	٦١.٣٣	٤٣	٢٨.٦٧	١٥	١٠.٠٠	٣٧٧	٨٣.٧٧	*٦٠.٧٦

قيمة كا الجدولية عند مستوى معنوية ٠.٠٥ = ٥.٩٩ .

يوضح الجدول (١٣) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لآراء عينة البحث في جميع عبارات البُعد الأول الخاص بتحسين مستويات الخدمة (رضا العملاء) .

وكانت أعلى نسبة في آراء عينة البحث الذين إختاروا (نعم) في العبارة رقم (٤٢) بنسبة ٨٠.٦٧% وكانت أقل نسبة في العبارة رقم (٤٨) بنسبة ٥٧.٣٣% ، وكانت أعلى نسبة في آراء عينة البحث الذين إختاروا (إلى حد ما) في العبارة رقم (٤٩) بنسبة ٢٨.٦٧% وكانت أقل نسبة في العبارة رقم (٤٣) بنسبة ١٦.٠٠% ، وكانت أعلى نسبة في آراء عينة البحث الذين إختاروا (لا) في العبارة رقم (٤٦) بنسبة ١٤.٠٠% وكانت أقل نسبة في العبارة رقم (٤٢) بنسبة ١.٣٣% ، ومثلت العبارة رقم (٤٢) أعلى درجة مقدرة ٤١٩ وأكثر أهمية نسبية ٩٣.١١ بين عبارات المحور ، بينما مثلت العبارة رقم (٤٨) أقل درجة مقدرة ٣٦٥ وأقل أهمية نسبية ٨١.١١ بين عبارات المحور .

وفيما يلي سوف تقوم الباحثة بمناقشة النتائج التي توصلت إليها في ضوء التساؤل الأول من المحور الثاني : " ما هو تحسين مستويات الخدمة (رضا العملاء) ؟ " :

أشارت نتائج جميع عبارات الجدول (١٣) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لآراء عينة البحث الذين أختاروا (نعم) ، وهذا يشير إلى أن الإدارة الأندية الرياضية تلتزم بتقديم الخدمات وفقاً للوعود التي تم الإتفاق عليها مع الأعضاء ، ويمتلك العاملين بالأندية الرياضية المعرفة التامة للأنظمة والتعليمات اللازمة لإنجاز الخدمات المختلفة ، كما تحرص على تحسين مستوى أدائها باستمرار ، وتطابق الخدمات المقدمة في الأندية الرياضية مع السياسات المكتوبة والمتفق عليها ، كما يتم إنجاز الخدمات بطريقة صحيحة من المرة الأولى ، وتقدم إدارة الأندية الرياضية النصائح في إختيار الخدمة الملائمة لهم ، وتقديم الخدمات بشكل خالي من الأخطاء وبدرجة عالية الإتقان .

ويتفق ذلك مع نتائج دراسة وائل طلعت نبيه سليمان (٢٠١٧) (٢١) بأن الغدارة تعمل على إستمرارية تحسين وتطوير الخدمات وفقاً لرغبات وإحتياجات المستفيدين بالإضافة إلى تقديم الخدمات المناسبة للمستفيدين

كما أشارت نتائج دراسة أحمد سالم فلاح الفالح (٢٠١٨) (٢) بأن البنك يهتم بحل المشاكل المتعلقة بالعملاء ويمتاز بأن الخدمات التي يقدمها تخلو من الأخطاء من المرة الأولى كما أن لدى الموظفين الإستعداد الدائم لتلبية متطلبات العملاء وغالباً ما يطور خدماته لتلبية إحتياجات العملاء ويلتزم بتقديم الخدمات فى الوقت المحدد وإتفق مع ذلك نتائج دراسة خالد مسعود يحيى البارونى (٢٠١٧) (٧) بأن العاملون يسعون لتخفيض نسبة إرتكاب الأخطاء أثناء تقديم الخدمات للعملاء .

كما أشارت نتائج دراسة مجد علام هاشم شحادة (٢٠٢٢) (١٦) أن الأندية الرياضية عينة البحث لا تهتم بإستخدام أساليب جديدة ومبتكرة فى الإعلان عن الخدمات الرياضية الجديدة لديها ، كما أنها لا تزود الإعلان بصور مثيرة لجذب الإنتباه علاوة على أنه قد يستخدم النادى الرسائل المستهدفة للأعضاء فى الإعلان عن الخدمات الرياضية فى أغلب الأحيان ، كما يوجد قصور فى الأندية الرياضية عينة البحث بالإهتمام بتوعية الأعضاء بالخدمات الرياضية المقدمة بطرق مختلفة بإستمرار ، كما لا يستخدم النادى شخصيات رياضية مشهورة لجذب الإنتباه أثناء الإعلان عن الخدمات الرياضية ، كما لا يتم قياس التفاعل بين الأعضاء وإعلانات النادى الخاصة بالخدمات الرياضية ، ولا يعتمد تصميم الإعلان بالبحث عن مشاكل وعواطف أعضاء النادى ، وأن أعضاء الأندية الرياضية عينة البحث لديهم الرغبة فى التعرف على الخدمات الرياضية الجديدة ومتابعتها بإستمرار .

وترى الباحثة أن الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية توفر الرضا للعملاء من خلال الإلتزام التام للوعود والإتفاقيات وتطابق الخدمات المقدمة مع السياسات المكتوبة وتقديم الخدمات بشكل شحيح وخالى من الاخطاء بما يحقق رضا العاملين .

وبذلك يكون قد تم الإجابة على التساؤل الأول من المحور الثانى والذى ينص على ما هو تحسين مستويات الخدمة (رضا العملاء) ؟

البُعد الثانى : تخفيض التكلفة المالية :

جدول (١٤)

آراء عينة البحث فى البُعد الثانى الخاص بتخفيض التكلفة المالية

ن = ١٥٠

م	نعم		إلى حد ما		لا		الوزن النسبى	الأهمية النسبية	كا
	ك	%	ك	%	ك	%			
٥٠	٧٨	٥٢.٠٠	٥٦	٣٧.٣٣	١٦	١٠.٦٧	٣٦٢	٨٠.٤٤	*٣٩.٥٢
٥١	٧٦	٥٠.٦٧	٤١	٢٧.٣٣	٣٣	٢٢.٠٠	٣٤٣	٧٦.٢٢	*٢٠.٩٢
٥٢	١٢٤	٨٢.٦٧	٢٣	١٥.٣٣	٣	٢.٠٠	٤٢١	٩٣.٥٥	*١٦٨.٢٨
٥٣	١١١	٧٤.٠٠	٣٥	٢٣.٣٣	٤	٢.٦٧	٤٠٧	٨٨.٥٣	*١٢١.٢٤
٥٤	١١٦	٧٧.٣٣	٢٢	١٤.٦٧	١٢	٨.٠٠	٤٠٤	٩٠.٤٤	*١٣١.٦٨
٥٥	١٠٣	٦٨.٦٧	٣٢	٢١.٣٣	١٥	١٠.٠٠	٣٨٨	٨٦.٢٢	*٨٧.١٦

قيمة كا^٢ الجدولية عند مستوى معنوية ٠.٠٥ = ٥.٩٩ .

يوضح الجدول (١٤) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لآراء عينة البحث في جميع عبارات البُعد الثانى الخاص بتخفيض التكلفة المالية .

وكانت أعلى نسبة فى آراء عينة البحث الذين إختاروا (نعم) فى العبارة رقم (٥٢) بنسبة ٨٢.٦٧% وكانت أقل نسبة فى العبارة رقم (٥١) بنسبة ٥٠.٦٧% ، وكانت أعلى نسبة فى آراء عينة البحث الذين إختاروا (إلى حد ما) فى العبارة رقم (٥٠) بنسبة ٣٧.٣٣% وكانت أقل نسبة فى العبارة رقم (٥٤) بنسبة ١٤.٦٧% ، وكانت أعلى نسبة فى آراء عينة البحث الذين إختاروا (لا) فى العبارة رقم (٥١) بنسبة ٢٢.٠٠% وكانت أقل نسبة فى العبارة رقم (٥٢) بنسبة ٢.٠٠% ، ومثلت العبارة رقم (٥٢) أعلى درجة مقدرة ٤٢١ وأكثر أهمية نسبية ٩٣.٥٥ بين عبارات المحور ، بينما مثلت العبارة رقم (٥١) أقل درجة مقدرة ٣٤٣ وأقل أهمية نسبية ٧٦.٢٢ بين عبارات المحور .

وفيما يلى سوف تقوم الباحثة بمناقشة النتائج التى توصلت إليها فى ضوء التساؤل الثانى من المحور الثانى : " ما تخفيض التكلفة المالية ؟ " :

أشارت نتائج جميع عبارات الجدول (١٤) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لآراء عينة البحث الذين أختاروا (نعم) ، وهذا يشير إلى أن الإدارة بالأندية الرياضية تحدد القيمة المادية التى يدفعها الأعضاء مقابل الخدمة المقدمة لهم غير مبالغ فيها ، وتساهم فى طمأنة الاعضاء من خلال توظيف أموالهم بكفاءة عالية ، كما تراعى القوانين والتعليمات فى تحديد أسعار الخدمات المقدمة للأعضاء ، وتكلفة الإشتراك فى الأنشطة الرياضية مناسبة مع نوعية النشاط الممارس ، كما تعمل إدارة النشاط الرياضى بتخفيض الإشتراك للأعضاء المشتركين فى أكثر من نشاط ، ويتم تخفيض الإشتراك للأعضاء المميزين .

وإتفق ذلك مع دراسة **وائل طلعت نبيه سليمان (٢٠١٧) (٢١)** بأن تكلفة الإشتراك فى الأنشطة مناسبة مع نوعية الأنشطة الممارسة والإلتزام بقوانين تحديد الأسعار طبقاً للوائح النادى الموضوعه وهذا يعنى أن قيمة الإشتراك مناسبة للأعضاء وفى متناول الجميع .

وترى الباحثة أن الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية يتم تحديد القيمة المادية بها طبقاً للوائح والقوانين الخاصة بالنادى الرياضى وأن الالقيمة المالية مناسبة مقابل الخدمة المقدمة كما أن تكلفة الإشتراك مناسبة مع نوعية النشاط مما يحقق رضا الأعضاء .

وبذلك يكون قد تم الإجابة على التساؤل الثانى من المحور الثانى والذى ينص على ما هو تخفيض التكلفة المالية ؟

البُعد الثالث : تحقيق الفائدة القصوى للعملاء :

جدول (١٥)

آراء عينة البحث في البُعد الثالث الخاص بتحقيق الفائدة القصوى للعملاء ن = ١٥٠

م	نعم		إلى حد ما		لا		الوزن النسبي	الأهمية النسبية	كا
	ك	%	ك	%	ك	%			
٥٦	١٣١	٨٧.٣٣	١٤	٩.٣٣	٥	٣.٣٣	٤٢٦	٩٤.٦٦	*١٩٧.٦٤
٥٧	١١٤	٧٦.٠٠	٢٧	١٨.٠٠	٩	٦.٠٠	٤٠٥	٩٠	*١٢٦.١٢
٥٨	١٢١	٨٠.٦٧	٢٧	١٨.٠٠	٢	١.٣٣	٤١٩	٩٣.١١	*١٥٧.٤٨
٥٩	١٢٣	٨٢.٠٠	١٨	١٢.٠٠	٩	٦.٠٠	٤١٤	٩٢	*١٦٠.٦٨
٦٠	١٣٧	٩١.٣٣	٩	٦.٠٠	٤	٢.٦٧	٤٣٣	٩٦.٢٢	*٢٢٧.٣٢
٦١	١٠٩	٧٢.٦٧	٣٠	٢٠.٠٠	١١	٧.٣٣	٣٩٨	٨٨.٤٤	*١٠٨.٠٤
٦٢	١٢٦	٨٤.٠٠	١٧	١١.٣٣	٧	٤.٦٧	٤١٩	٩٣.١١	*١٧٤.٢٨

قيمة كا الجدولية عند مستوى معنوية ٠.٠٥ = ٥.٩٩ .

يوضح الجدول (١٥) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لآراء عينة البحث في جميع عبارات البُعد الثالث الخاص بتحقيق الفائدة القصوى للعملاء .

وكانت أعلى نسبة في آراء عينة البحث الذين إختاروا (نعم) في العبارة رقم (٦٠) بنسبة ٩١.٣٣% وكانت أقل نسبة في العبارة رقم (٥٧) بنسبة ٧٦.٠٠% ، وكانت أعلى نسبة في آراء عينة البحث الذين إختاروا (إلى حد ما) في العبارة رقم (٦١) بنسبة ٢٠.٠٠% وكانت أقل نسبة في العبارة رقم (٦٠) بنسبة ٦.٠٠% ، وكانت أعلى نسبة في آراء عينة البحث الذين إختاروا (لا) في العبارة رقم (٦١) بنسبة ٧.٣٣% وكانت أقل نسبة في العبارتين رقم (٥٨) بنسبة ١.٣٣% ، ومثلت العبارة رقم (٦٠) أعلى درجة مقدرة ٤٣٣ وأكثر أهمية نسبية ٩٦.٢٢ بين عبارات المحور ، بينما مثلت العبارة رقم (٦١) أقل درجة مقدرة ٣٩٨ وأقل أهمية نسبية ٨٨.٤٤ بين عبارات المحور .

وفيما يلي سوف تقوم الباحثة بمناقشة النتائج التي توصلت إليها في ضوء التساؤل الثالث من المحور الثاني: " ما هو تحقيق الفائدة القصوى للعملاء ؟ " :

أشارت نتائج جميع عبارات الجدول (١٥) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لآراء عينة البحث الذين أختاروا (نعم) ، وهذا يشير إلى أن الأعضاء بالأندية الرياضية يشعرون بالمصادقية في تنفيذ الخدمات بالنادى الرياضى ، وأن العاملين بالاندية الرياضية موضع ثقة بالنسبة للأعضاء ، كما أن العروض التى تطبقها إدارة الأندية الرياضية مطابقة للواقع ، بالإضافة إلى أن الأعضاء يشعرون بالأمان والراحة النفسية بتعاملهم مع إدارة الاندية الرياضية ، كما يتم إستخدام نظام حراسة فعال لحماية النادى والأعضاء ، كما يتم متابعة العاملين بالاندية الرياضية الإجراءات الخاصة بالأعضاء منذ الطلب وحتى تقديم الخدمة لهم والتعامل مع المعلومات الخاصة بالأعضاء بسرية تامة .

وإتفق مع ذلك دراسة وائل طلعت نبيه سليمان (٢٠١٧) (٢١) بأن المستفيدين يثقوا بخبرات و مهارات ومؤهلات الموظفين فى النادي بالإضافة إلى أن الإدارة تحافظ على خصوصيات جميع المستفيدين كما يتم متابعة من قبل المشرفين فى النادي على مراحل تقديم الخدمات باستمرار ، كما يشعر المستفيدين بانهم محل غهتمام من قبل الغدارة وكل العاملين ، كما إتفق ذلك مع نتائج دراسة أحمد سالم فلاح الفالح (٢٠١٨) (٢) بأن البنك يتعامل مع حسابات العملاء بسرية تامة .

كما أشارت نتائج خالد مسعود يحى البارونى (٢٠١٧) (٧) بأن الموظفين يحسنون إستقبال العملاء والترحيب بهم ومعاملتهم معاملة راقية مما ينعكس على شعور العملاء بالراحة والطمأنينة كما تأخذ الإدارة آراء العملاء ومقترحاتهم بعين الإعتبار لأجل تطوير الخدمات والإهتمام بمطالب العملاء وبمشاكلهم والسعى لحلها والإستجابة لها ، كما يتم المحافظة على سرية البيانات المعلومات الخاصة بالعملاء مما يشعرهم بالامان .

وترى الباحثة أن الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية تتعامل مع الأعضاء بمصادقية ومطابقة العروض مع الواقع مما يجعل الأعضاء يشعرون بالراحة والامان بتعاملهم مع إدارة النادي مما يجعلهم موضع ثقة بالنسبة للأعضاء .

وبذلك يكون قد تم الإجابة على التساؤل الثالث من المحور الثانى والذى ينص على ما هو تحقيق الفائدة القصوى للعملاء ؟

البُعد الرابع : تقليل التعقيدات الإدارية (سرعة الإنجاز) :

جدول (١٦)

آراء عينة البحث فى البُعد الرابع الخاص بتقليل التعقيدات الإدارية (سرعة الإنجاز)

ن = ١٥٠

م	نعم		إلى حد ما		لا		الوزن النسبى	الأهمية النسبية	كا ^٢
	ك	%	ك	%	ك	%			
٦٣	١١٩	٧٩.٣٣	٢٥	١٦.٦٧	٦	٤.٠٠	٤١٣	٩١.٧٧	*١٤٦.٤٤
٦٤	١٢٩	٨٦.٠٠	١٩	١٢.٦٧	٢	١.٣٣	٤٢٧	٩٤.٨٨	*١٩٠.١٢
٦٥	١٣٤	٨٩.٣٣	١٢	٨.٠٠	٤	٢.٦٧	٤٣٠	٩٥.٥٥	*٢١٢.٣٢
٦٦	١٢٦	٨٤.٠٠	١٩	١٢.٦٧	٥	٣.٣٣	٤٢٠	٩٣.٣٣	*١٧٥.٢٤
٦٧	١١١	٧٤.٠٠	٣٥	٢٣.٣٣	٤	٢.٦٧	٤٠٧	٩٠.٤٤	*١٢١.٢٤
٦٨	١١٢	٧٤.٦٧	٢٧	١٨.٠٠	١١	٧.٣٣	٤٠١	٨٩.١١	*١١٧.٨٨
٦٩	١٢٤	٨٢.٦٧	١٨	١٢.٠٠	٨	٥.٣٣	٤١٦	٩٢.٤٤	*١٦٥.٢٨
٧٠	١٣١	٨٧.٣٣	١٤	٩.٣٣	٥	٣.٣٣	٤٢٦	٩٤.٦٦	*١٩٧.٦٤

قيمة كا^٢ الجدولية عند مستوى معنوية ٠.٠٥ = ٥.٩٩ .

يوضح الجدول (١٦) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لآراء عينة البحث في جميع عبارات البُعد الرابع الخاص بتقليل التعقيدات الإدارية (سرعة الإنجاز) .

وكانت أعلى نسبة في آراء عينة البحث الذين إختاروا (نعم) في العبارة رقم (٦٥) بنسبة ٨٩.٣٣% وكانت أقل نسبة في العبارة رقم (٦٧) بنسبة ٧٤.٠٠% ، وكانت أعلى نسبة في آراء عينة البحث الذين إختاروا (إلى حد ما) في العبارة رقم (٦٧) بنسبة ٢٣.٣٣% وكانت أقل نسبة في العبارة رقم (٦٥) بنسبة ٨.٠٠% ، وكانت أعلى نسبة في آراء عينة البحث الذين إختاروا (لا) في العبارة رقم (٦٨) بنسبة ٧.٣٣% وكانت أقل نسبة في العبارة رقم (٦٤) بنسبة ١.٣٣% ، ومثلت العبارة رقم (٦٥) أعلى درجة مقدرة ٤٣٠ وأكثر أهمية نسبية ٩٥.٥٥ بين عبارات المحور ، بينما مثلت العبارة رقم (٦٨) أقل درجة مقدرة ٤٠١ وأقل أهمية نسبية ٨٩.١١ بين عبارات المحور

وفيما يلي سوف تقوم الباحثة بمناقشة النتائج التي توصلت إليها في ضوء التساؤل الرابع من المحور الثاني : " ما هي تقليل التعقيدات الإدارية (سرعة الإنجاز) ؟"

أشارت نتائج جميع عبارات الجدول (١٦) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لآراء عينة البحث الذين أختاروا (نعم) ، وهذا يشير إلى أن العاملين بالأندية الرياضية يقومون بإبلاغ الأعضاء بشكل محدد عن الوقت المطلوب لإنجاز الخدمة المطلوبة ، كما يتواجدون في أماكن عملهم مما يسهل الوصول إليهم ، ويقدموا الإجابات الواضحة عن جميع أسئلة الأعضاء وإستفساراتهم وشكواهم ، ويستعدوا دائماً لتقديم المساعدات وحل المشكلات التي قد تواجهه الأعضاء ، كما يستجيبوا لإحتياجات الأعضاء مهما كانت درجة إنشغالهم ، ويتم إختصار الإجراءات المتبعة في تقديم الخدمة للأعضاء بهدف سرعة الإنجاز ، وتقدم الخدمات في الأندية الرياضية للأعضاء حسب أولوية دخولهم للنادى الرياضى وبدون تجاوز ، كما يتوافر في الاندية الرياضية لوحات إرشادية لتقديم الخدمات بهدف تسريع الخدمة للأعضاء .

وإتفق ذلك مع نتائج دراسة أحمد سالم فلاح الفالح (٢٠١٨) (٢) بأنه يتم إبتكار آليات جديدة تساهم في تحسين سرعة تقديم الخدمة للعملاء كما يتم توفير وحدة خاصة تهتم بمتابعة ومعالجة شكاوى وإقتراحات العملاء ويتم إتباع الإجراءات السريعة في خدمة العملاء ، كما يستخدم لوحات إرشادية مناسبة في الممرات والطرق للعملاء وإتفق ذلك مع نتائج دراسة خالد مسعود يحيى البارونى (٢٠١٧) (٧) بأنه يتوافر صالات إنتظار مجهزة ولوحات إرشادية تعرف العملاء بالخدمات المقدمة .

وبذلك يكون قد تم الإجابة على التساؤل الرابع من المحور الثانى والذى ينص على ما هي النتائج ومؤشرات الأداء بمديرىات الشباب والرياضة بمحافظات وسط الدلتا ؟

وترى الباحثة أن العاملين بالأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية لديهم القدرة على العمل بسرعة ولديهم مهارات تمكنهم من الإنجاز فى الأعمال المختلفة المكلفين بها ودائماً على إستعداد تام للإستجابة لإحتياجات الاعضاء مهما كانت درجة إنشغالهم .

ثالثاً : عرض ومناقشة نتائج العلاقة بين واقع تطبيق الذكاء التنافسي وواقع تطبيق جودة الخدمات بالأندية الرياضية :

جدول (١٧)

معامل الارتباط لبيان العلاقة بين واقع تطبيق الذكاء التنافسي وواقع تطبيق جودة الخدمات بالأندية الرياضية

ن = ١٥٠

المحاور / الأبعاد	أبعاد جودة الخدمات				أبعاد الذكاء التنافسي
	تحسين مستويات الخدمة	تخفيض التكلفة المالية	تحقيق الفائدة القصوى للعملاء	تقليل التعقيدات الإدارية	
الموارد المادية والمالية	*٠.٩٢٤	*٠.٩١٧	*٠.٩١٥	*٠.٩٢٢	أبعاد الذكاء التنافسي
التقدم التقني	*٠.٩١٤	*٠.٩٢٣	*٠.٩١١	*٠.٩١٢	
الاتصال والتواصل	*٠.٩٣٢	*٠.٩٢٩	*٠.٩٢٧	*٠.٩٢٥	
جمع وتحليل ونشر المعلومات	*٠.٩٣١	*٠.٩٢٢	*٠.٩٢٧	*٠.٩٢٦	
الإبداع والابتكار	*٠.٩٢٧	*٠.٩٣٠	*٠.٩٢١	*٠.٩٣٣	
سرعة الإستجابة للمتغيرات الداخلية والخارجية	*٠.٩٢٦	*٠.٩١٧	*٠.٩١٨	*٠.٩٢٤	
الإجمالي					*٠.٩٢٣

يوضح الجدول (١٧) وجود ارتباط طردي موجب دال إحصائياً بين واقع تطبيق الذكاء التنافسي وواقع تطبيق جودة الخدمات بالأندية الرياضية بإجمالي قيمة ارتباط قدرها (٠.٩٢٣) .

كما يتضح من جدول (١٧) وجود ارتباط دال معنوياً ما بين أبعاد الذكاء التنافسي وأبعاد جودة الخدمات ، ويوجد ارتباط معنوي ما بين بُعد الموارد المادية والمالية وأبعاد جودة الخدمات حيث كانت أعلى نسبة ارتباط لبُعد تحسين مستويات الخدمة بنسبة (٠.٩٢٤) وكانت أقل نسبة ارتباط لبُعد تحقيق الفائدة القصوى للعملاء بنسبة (٠.٩١٥) ، كما يوجد ارتباط معنوي ما بين بُعد التقدم التقني وأبعاد جودة الخدمات حيث كانت أعلى نسبة ارتباط لبُعد تخفيض التكلفة المالية بنسبة (٠.٩٢٣) وكانت أقل نسبة ارتباط لبُعد تحقيق الفائدة القصوى للعملاء بنسبة (٠.٩١١) ، ويوجد ارتباط معنوي ما بين بُعد الاتصال والتواصل وأبعاد جودة الخدمات حيث كانت أعلى نسبة ارتباط لبُعد تحسين مستويات الخدمة بنسبة (٠.٩٣٢) وكانت أقل نسبة ارتباط لبُعد تقليل التعقيدات الإدارية بنسبة (٠.٩٢٥) ، كما يوجد ارتباط معنوي ما بين بُعد جمع وتحليل ونشر المعلومات وأبعاد جودة الخدمات حيث كانت أعلى نسبة ارتباط لبُعد تحسين مستويات الخدمة بنسبة (٠.٩٣١) وكانت أقل نسبة ارتباط لبُعد تخفيض التكلفة المالية بنسبة (٠.٩٢٢) ، كما يوجد ارتباط معنوي ما بين بُعد الإبداع والابتكار وأبعاد جودة الخدمات حيث كانت أعلى نسبة ارتباط لبُعد تقليل التعقيدات الإدارية بنسبة (٠.٩٣٣) وكانت أقل نسبة ارتباط لبُعد تحقيق الفائدة القصوى للعملاء بنسبة (٠.٩٢١) ، كما يوجد ارتباط معنوي ما بين بُعد سرعة الإستجابة للمتغيرات الداخلية والخارجية وأبعاد جودة الخدمات حيث كانت أعلى نسبة ارتباط لبُعد تحسين مستويات الخدمة بنسبة (٠.٩٢٦) وكانت أقل نسبة ارتباط لبُعد تخفيض التكلفة المالية بنسبة (٠.٩١٧)

- إستخلاصات البحث :

فى ضوء نتائج البحث توصلت الباحثة إلى أهم الإستخلاصات التالية :

- ١- الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية يتوافر بها جميع سبل الراحة للأعضاء من حيث قاعات الإنتظار وأماكن وقوف السيارات وتجهيزات المباني الداخلية والخارجية .
- ٢- يتوافر بالأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية وحدات طبية مجهزة بأحدث الادوات والاجهزة وعدد كافى من الملاعب ومنشآت الرياضية ووحدات خلع الملابس ودورات المياه ومطاعم وكافتریات على مستوى عالى من الجودة .
- ٣- تعتمد الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية على التطورات التكنولوجية وإستخدام أجهزة الحاسب فى حفظ الوثائق الخاصة بالأعضاء .
- ٤- تعتمد الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية على خبراء متخصصين فى جمع المعلومات إلكترونياً وتوافر موقع إلكترونى خاص لكل نادى يساعد فى خدمة الأعضاء .
- ٥- توافر قنوات إتصال وتواصل بالاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية بين الأعضاء والعاملين وبين العاملين بعضهم البعض وتتمثل فى صندوق للشكاوى وخدمات هاتفية .
- ٦- تقوم الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية بعمل تحليل للخطط والإستراتيجيات الخاصة بالمنافسين للتنبؤ بخطواتهم فى المستقبل .
- ٧- يتم بالأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية الإهتمام بجمع وتحليل ونشر المعلومات وتمتلك وسائل متنوعة لجمع المعلومات .
- ٨- يتم تدريب العاملين بالاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية على طرق جمع وتحليل المعلومات ونشر المعلومات وتوزيعها على الاعضاء الجدد للتعرف على خدمات النادى
- ٩- يتوافر بالأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية بيئة مناسبة تساعد العاملين على الإبداع والإبتكار والأفكار الإبتكارية تتسم بقابلية تنفيذها فى أرض الواقع .
- ١٠- العاملين بالأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية يسارعون فى تقديم الخدمات للأعضاء دون تأخير ويتم الإستجابة السريعة على إستفساراتهم .
- ١١- تأخذ إدارة الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية الشكاوى والإقتراحات الخاصة بالأعضاء بشكل جدى وتستجيب لها .
- ١٢- تلتزم الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية بتقديم الخدمات وفق ما تم الإتفاق عالية مع الأعضاء ومطابقة الخدمة مع السياسات المكتوبة .

- ١٣- يتم بالاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية إنجاز الأعمال بالطريقة الصحيحة من المرة الأولى بشكل خالى من الأخطاء وبدرجة عالية من الإتقان .
- ١٤- القيمة المادية التى يدفعها الاعضاء فى الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية غير مبالغ فيها مقابل الخدمة المقدمة لهم كما أن تكلفة الإشتراك تتناسب مع نوع النشاط الممارس .
- ١٥- يشعر الاعضاء بالأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية بالرضا التام والمصادقية والثقة تجاه إدارة النادى لأن العروض المقدمة مطابقة للواقع .
- ١٦- يتم إستخدام نظام حراسة فعال بالاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية والتعامل مع المعلومات الخاصة بالأعضاء بسرية تامة .
- ١٧- يوجد سرعة فى الإنجاز بتقديم الخدمات للأعضاء بالاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية ويتم حل المشكلات التى تواجهه الاعضاء مهما كانت درجة إنشغالهم ويتم إختصار الإجراءات المتبعة فى تقديم الخدمات

- توصيات البحث :

- فى ضوء إستخلاصات البحث توصى الباحثة بما يلى :
- ١- تشجيع الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية حول إستمرارها بتحديث التقنيات الحديثة التى يمكن إستخدامها بشكل مستمر أول بأول .
 - ٢- تركيز الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية على عمل تحليل لجوانب القوة والضعف لمستويات رضا الأعضاء ومقارنتها بالمنافسين بالأندية الأخرى .
 - ٣- إستمرار الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية بتحديث المعدات والاجهزة المستخدمة فى تقديم الخدمات للأعضاء إلكترونياً .
 - ٤- إستكمال البحث الحالى مستقبلا بتغطية باقى أبعاد الذكاء التنافسى مثل (تقييم التغذية الراجعة للذكاء التنافسى والذكاء التنافسى والجودة الشاملة فى الاندية الرياضية) .

- قائمة المراجع أولاً: المراجع العربية :

- ١- أحلام نمر زهدي أسعد ، غسان عيسى إبراهيم العمري (٢٠١٣) : أثر ممارسات الذكاء التنافسي في مستوى تطبيق الإستراتيجيات التنافسية لشركات التأمين الأردنية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة عمان العربية ، عمان .
- ٢- أحمد سالم فلاح الفالح ، نعمة عباس خضير الخفاجي (٢٠١٨) : أثر الذكاء التنافسي على جودة الخدمة في البنوك الإسلامية الاردنية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الاسراء الخاصة ، عمان .
- ٣- أحمد صالح ، خالد محمد طلال بني حمدان (٢٠١٢) : مساهمة الذكاء التنافسي في تجنب فخ البيع العمياء في تحليل المنافسة ، دراسة استكشافية في شركات الصناعة الدوائية في الأردن ، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية ، سلسلة العلوم الانسانية ، العدد (١) ، المجلد (١٤)
- ٤- جمال محمد ضانة (٢٠١٥) : جودة الخدمات وأثرها على رضا الزبائن ، مجلة دراسات الإقتصاد و الأعمال ، جامعة مصراتة ، العدد (١) .
- ٥- جودي محمد رمزي ، ابتسام بن غزال (٢٠٢٠) : الذكاء التنافسي وأثره على الأداء الاستراتيجي للشركة ، دراسة حالة شركة سيلاس للإسمت جمورة - بسكرة ، مجلة الاقتصاديات المالية البنكية وإدارة الأعمال ، العدد (٢) ، المجلد (٩) .
- ٦- حسان بوزيان (٢٠١٤) : أثر جودة الخدمة على رضا الزبون ، دراسة حالة مؤسسة إتصالات الجزائر بمدينة العلمة ، مجلة رؤى الإقتصادية ، جامعة الشهيد حمه لحضر ، العدد (٦) .
- ٧- خالد مسعود يحيى الباروني (٢٠١٧) : تحسين جودة الخدمات المصرفية ، مدخل تحليل اتجاهات القيادات الإدارية نحو تطبيق التسويق الإلكتروني ، دراسة ميدانية على مصرف شمال أفريقيا وفرعه بجنزور ، مجلة البحوث العلمية ، العدد (٣) ، المجلد (٢) .
- ٨- سامر فهد سليمان الرياضي ، مصطفى سعيد الشيخ (٢٠١٦) : أثر أبعاد جودة الخدمة المصرفية على رضا العملاء في البنك العربي : دراسة ميدانية في مدينة الزرقاء ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الزرقاء ، الزرقاء .
- ٩- سهام موسى ، سميرة فرحات (٢٠١٨) : اثر الذكاء التنافسي في تحسين الأداء الصناعي دراسة حالة ، مؤسسة بيقا صوالتوبي للصناعات الغذائية وصناعة البسكويت التركية في الجزائر ، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة ، العدد (٥) .
- ١٠- شراف عفون (٢٠١٦) : أثر جودة الخدمة على رضا العملاء ، دراسة حالة خدمات النقل لحضاري بمدينة ميله ، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات ، العدد (٣) .
- ١١- طارق عمر طه الخليفة (٢٠١٩) : أثر جودة خدمات التأمين على رضا العملاء ، بالتطبيق على سوق التأمين السوداني ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة النيلين .
- ١٢- علي سالم محمد عجم الحبابي ، علي بن محمد عمر العضائلة (٢٠٢٠) : أثر التوجه الإبداعي في الذكاء التنافسي ، الدور الوسيط للقيادة الاستراتيجية في شركات الاتصالات القطرية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة مؤتة ، مؤتة .
- ١٣- عمرو مصطفى الشتيحي (٢٠٠٩) : حقيبة خرائط رقابية لتقييم مستوى الأداء الإداري بالأندية الرياضية المصرية ، بحث منشور ، مجلة أسبوط لعلوم وفنون التربية الرياضية ، كلية التربية الرياضية ، جامعة أسبوط ، العدد (٢٨) ، الجزء الثالث ، مارس ٢٠٠٩ م .

- ١٤- فوز الحموى ومحمد عبدالله (٢٠١٢) : الذكاء التنافسي للمؤسسات المصرفية في بيئة التجارة الإلكترونية ، المؤتمر العلمي السنوى الحادى عشر فى ذكاء الأعمال والمعرفة ، كلية الإقتصاد والعلوم الإدارية ، جامعة الزيتونة الأردنية ، الأردن .
- ١٥- ماهر فايز محمد فرحان ، علي زكريا القرعان (٢٠١٩) : أثر الذكاء التنافسي فى تحقيق التميز التنظيمي فى شركات الاتصالات فى الأردن ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة آل البيت ، المفرق .
- ١٦- مجد علام هاشم شحادة ، عبدالناصر عبدالرحيم محمد قدومي ، محمود حسنى حسن الأطرش (٢٠٢٢) : جودة الخدمات فى أندية المحترفين لكرة القدم فى فلسطين ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة النجاح الوطنية ، نابلس .
- ١٧- محمد عبد المحسن أحمد محمود (٢٠٢٠) : نموذج مقترح لتحقيق الميزة التنافسية بحمامات السباحة فى ضوء إدارة الذكاء التنافسي ، مجلة أسبوط لعلوم وفنون التربية الرياضية ، العدد (٥٢) ، المجلد (٢) .
- ١٨- محمد عبد المحسن احمد محمود (٢٠١٨) : التسويق بالعلاقات كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية للمنشآت الرياضية بجامعة سوهاج ، كلية التربية الرياضية للبنات ، المجلة العلمية لعلوم وفنون الرياضة ، العدد ٧٦ .
- ١٩- نضال صالح الحوامدة (٢٠٠٢) : أثر خصائص معلومات القرارات فى قدرة المنظمات على التكيف مع بيئة المهمات ، مجلة مؤتة للبحوث و الدراسات ، جامعة مؤتة ، المجلد ١٧ ، العدد ٧ ، الأردن .
- ٢٠- هبه ضرار محمد عبيدات ، أحمد ناصر أحمد أبو زيد (٢٠٢٠) : أثر الذكاء التنافسي فى ابتكار المنتج: دراسة تطبيقية على شركات تصنيع الأغذية الأردنية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة مؤتة، مؤتة.
- ٢١- وائل طلعت نبيه سليمان ، حسام الدين عبدالرازق هوارى (٢٠١٧) : جودة الخدمات بالاندية الرياضية والأكاديميات الرياضية الخاصة ، دراسة مقارنة، مجلة جامعة مدينة السادات للتربية البدنية والرياضة ، العدد (٢٨) .

- ثانياً : المراجع الأجنبية :

- 22- Asghari, S., Targholi, S., kazemi, A., Shahriyari, S., & Rajabion, L. (2020) : A new conceptual framework for identifying the factors influencing the effectiveness of competitive intelligence .**Acadmy of Management Journal.**, 2 (10), 201 – 229 .
- 23- Bose, R. (2008) : Competitive Intelligence process and tools for intelligence analysis. **Industrial management & data systems**, 108 (4), 510-528 .
- 24- Estember, R & Elias, J. (2018) : The Impact Of Information Quality And Ergonomics On Service Quality In The Use Of Automatic Teller Machines, **MATEC Web of Conferences 150**, 1 – 5 .

- 25- **Farham Amiri et. al., (2011),:** Analyzing the Impact of Competitive Intelligence on Innovation at Scientific Research Centers In Isfahan Science and Technology Town, Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business, Vol.٣, No. ٥, pp٩٣٩- ٩٤٧
- 26- **Freyn, S. P. (2017) :** Understanding the competitive intelligence process of the firm and the factors that impact its effectiveness. Unpublished Doctoral dissertation, Anderson University, Canada.
- 27- **Global Intelligence alliance (2004) :** Introduction to competitive intelligence GIAwhite paper, 2Guimaraes, T., Paranjape, K., & Walton, M (2019) : An Model of Success Factors for NPD Performance . **International Journal of Innovation and Technology Managemrnt**, 16 (7), 76 – 97 .
- 28- **Jasima, H., Sulaimanb, Z & Zakuanc, N. Influence of Competitive Intelligence Success on Business Competitive Advantage : A Conceptual Farmework . International Journal of Innovation, Creativity and Change.** 11, (12) , 795 – 807 .
- 29- **Johri, Amit & Aggarwal , Akshai ,(2016) :** Competitive Intelligence , Millennium Intelligence for Winning Businesses, **Himalaya Publishing House** , Newdelhi – India, Frist Edition: 2016
- 30- **Nenzhelele, Tsilidzi, (2012) :** "Study of awreness and practice of competitive intelligence in SMES in the city of Tshwane Metropolitan Municipality", not puplished thesis, University of South Africa.
- 31- **Nzewi, H., Chiekezie, O., & Anizoba, A. (2016) :** Competitive Intelligence and Performance of Selected Aluminium Manufacturing Firms in Anambra State, Nigeria. **International Journal of Business Administration**, 7(3) .

مستخلص البحث

" دور الذكاء التنافسي فى تحسين جودة الخدمات بالأندية الرياضية "

* د / بسمه علاء على عيد

يهدف البحث إلى التعرف على دور الذكاء التنافسي فى تحسين جودة الخدمات بالأندية الرياضية من خلال التعرف على واقع تطبيق الذكاء التنافسي بالأندية الرياضية ، وواقع تطبيق جودة الخدمات بالأندية الرياضية ، العلاقة بين واقع تطبيق الذكاء التنافسي وواقع تطبيق جودة الخدمات بالأندية الرياضية ، وإستخدمت الباحثة المنهج الوصفي ، وتم تطبيق البحث على عينة طبقية بالطريقة العمدية من رؤساء وأعضاء مجالس الإدارة ورؤساء الأجهزة الرياضية والمدراء التنفيذيين ومدراء النشاط الرياضى والإداريين الرياضيين ببعض الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية حيث تم إختيار (٨) من الأندية الرياضية وهى بالترتيب أندية (الإتحاد السكندري ، الإسماعيلي ، الأهلى للرياضة البدنية ، الزمالك للألعاب الرياضية ، طنطا ، كفر الشيخ ، المصرى البورسعيدى ، المنصورة) من محافظات (الإسكندرية ، الإسماعيلية ، الجيزة ، الدقهلية ، الغربية ، القاهرة ، بور سعيد ، كفر الشيخ) ، وقد بلغ إجمالى عدد أفراد عينة البحث (٢٠٠) فرد ، وقد تم تقسيمهم إلى عدد (٣٠) فرد لإيجاد المعاملات العلمية لإستمارة الإستبيان وعدد (٢٠) فرد لعمل الدراسة الإستطلاعية ، وعدد (١٥٠) فرد لإجراء التطبيق النهائى لإستمارة الإستبيان ، وإستخدمت الباحثة إستمارة الإستبيان لجمع البيانات ، وأسفرت أهم نتائج البحث عن أن الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية يتوافر بها جميع سبل الراحة للأعضاء وعدد كافى من الملاعب والمنشآت والادوات والأجهزة وتعتمد على التطورات التكنولوجية وبها قنوات إتصال وتواصل فعالة بين الاعضاء والإدارة وبين الأعضاء وبعضهم البعض ويتم تحليل للخطط والإستراتيجيات كما يتم جمع وتحليل ونشر المعلومات وتدريب العاملين على ذلك وتوافر بيئه مناسبة للإبداع والإبتكار وتقديم الخدمات للأعضاء دون تأخير وبسرعة وأخذ الشكاوى والإقتراحات والإستجابة لها والإلتزام بتقديم الخدمات وفق ما تم الإتفاق عليه كما أن القيمة المادية التى يدفعها الاعضاء تناسب الخدمة المقدمة لهم وشعور الأعضاء بالرضا التام والمصادقية والثقة تجاه إدارة النادى ووجود نظام حراسة فعال والحفاظ على سرية الأعضاء كما يوجد سرعة فى الإنجاز بتقديم الخدمات للأعضاء وحل المشكلات التى تواجههم بسرعة وإختصار الإجراءات المتبعة فى تقديم الخدمات ، وأوصت الباحثة بتشجيع الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية حول إستمرارها بتحديث التقنيات الحديثة التى يمكن إستخدامها بشكل مستمر أول بأول والتركيز على عمل تحليل لجوانب القوة والضعف لمستويات رضا الأعضاء ومقارنتها بالمنافسين بالأندية الأخرى وإستمرارها بتحديث المعدات والأجهزة المستخدمة فى تقديم الخدمات للأعضاء إلكترونياً .

Summary

The role of competitive intelligence in improving the quality of services in sports clubs*** Basma Alaa Ali Eid**

The research aims to identify the role of competitive intelligence in improving the quality of services in sports clubs by identifying the reality of applying competitive intelligence in sports clubs, the reality of applying quality of services in sports clubs, the relationship between the reality of applying competitive intelligence and the reality of applying quality of services in sports clubs, and the researcher used the descriptive approach, The research was applied to a stratified sample, in a deliberate manner, of chairmen and members of boards of directors, heads of sports bodies, executive directors, directors of sports activities, and sports administrators in some sports clubs in the Arab Republic of Egypt , Where (8) sports clubs were chosen, and they are, in order, the clubs (Al-Ittihad of Alexandria, Ismailia, Al-Ahly for Physical Sports, Zamalek Sports Games, Tanta, Kafr El-Sheikh, Al-Masry Al-Port Said, and Mansoura) from the governorates of (Alexandria, Ismailia, Giza, Dakahlia, Gharbia, Cairo). , Port Said, Kafr El-Sheikh). The total number of individuals in the research sample reached (200) individuals, and they were divided into (30) individuals to find the scientific parameters for the questionnaire form, (20) individuals to conduct the survey study, and (150) individuals to conduct The final application of the questionnaire form , The researcher used a questionnaire form to collect data, and the most important results of the research resulted in the fact that sports clubs in the Arab Republic of Egypt have all means of comfort for members and a sufficient number of stadiums, facilities, tools and devices. They rely on technological developments and have effective channels of communication and communication between members and management and between members and each other. The plans are analyzed. And strategies. Information is collected, analysed, and disseminated, and workers are trained on that. An appropriate environment is provided for creativity and innovation, providing services to members without delay and quickly, taking complaints and suggestions, responding to them, and an effective guarding system and maintaining the confidentiality of members. There is also speed in the delivery of services to members and solving the problems they face quickly and shortening the procedures followed in providing services , focusing on analyzing the strengths and weaknesses of members' satisfaction levels and comparing them to competitors in other clubs, and continuing to update the equipment and devices used in providing services to members electronically.

* Lecturer, Department of Sports Administration - Faculty of Physical Education - Kafrelsheikh University