

مدى توافر متطلبات تطبيق التجارة الإلكترونية بالمجال التسويقي في الأندية الرياضية المصرية

أ.د/ أحمد السيد محمود متولي

أستاذ كلية التربية الرياضية

جامعة حلوان

أ.م.د/ أحمد رمضان توفيق محمد

أستاذ مساعد كلية التربية الرياضية

جامعة حلوان

الباحث/ محمود محمد ماجد ابو زيد

باحث ماجستير كلية التربية الرياضية

جامعة حلوان

Doi: 10.21608/jsbsh.2024.263817.2646

١/ المقدمة ومشكلة البحث:

شهدت السنوات القليلة الماضية ثورة ونقل نوعية في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الالكترونية، مما أدى إلى تطوير سريع ومنتام للتبادل الالكتروني وشبكة المعلومات الدولية وغيرها وانعكس الأمر وبشكل جذري على الطريقة التي يتم بها إجراء الصفقات التجارية، حيث حل التبادل الالكتروني للبيانات محل المستندات الورقية الخطية على نحو متزايد وبصورة مطردة. (٤ : ٧٦)

وأن التجارة الالكترونية والتعاقد عبر الانترنت من أكثر المواضيع إثارة للجدل والنقاش القانوني في هذا العصر لخصوصيتها ووضعها القانوني الجديد إذ أن التجارة الالكترونية (E - Commerce) تتطوي على إشكالات وتحديات قانونية جعلت الفقه القانوني يختلف في توصيفها وتحديد معالمها وأثارها والتصرفات التي تنبثق منها، سواء ما تعلق منها بإنشاء التصرفات القانونية وتنفيذها ام إثباتها والآثار القانونية المترتبة عليها كالملكية الفكرية والقانون الواجب التطبيق والخصوصية. (٨ : ٥٣)

فالتجارة الإلكترونية هي نظام يُتيح عبر الإنترنت حركات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات، كما يُتيح أيضا الحركات الإلكترونية التي تدعم توليد العوائد مثل عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع والخدمات والمعلومات، كما إن التجارة الإلكترونية تُتيح عبر الإنترنت عمليات دعم المبيعات وخدمة العملاء، وقد تصل إلى الدعم الفني المباشر. (٦ : ١٤)

وتوجد عده أشكال من التجارة الإلكترونية المنتشرة حاليا، فيظن بعض الناس أن التجارة الالكترونية هي مجرد استخدام البريد الالكتروني أو محركات البحث في العثور على المنتجات المناسبة وأسعارها وكفى، ولكن في الحقيقة ان التجارة الإلكترونية أصبحت جزء لا يتجزء من اقتصاديات الدول ولا يمكن أن تكون بهذه البساطة. (١٤ : ١٣٤)

والتجارة الإلكترونية تعد نموذجاً أكثر تطوراً وابتكاراً للإدارة العامة التي تفرض واقعاً مغايراً للنشاط تمارس فيه مهامها وترتقى من خلاله إلى أعلى مستوى في عصرنة الإدارة وتحسين مستوياتها، وقد شكلت التجارة الإلكترونية في بعدها النظري والتنفيذي الواقعي حلقة متميزة في بناء تصور يتكيف مع المستويات الحديثة في تقديم الخدمة العمومية ويرتكز أساساً على ميكانيزمات محددة ومبتكرة تتضمن أدائها بشكل جيد يُساهم في نجاحها وفعاليتها. (١٢ : ٢١)

ويرى الباحث من خلال عمله وخبرته في مجال الإدارة الرياضية أن التجارة الإلكترونية من الاتجاهات الحديث في الإدارة، لاستخدامها للتقنيات الإلكترونية المتقدم ذات التأثير الفعال، وهي تمثل إحدى مفاهيم الثورة الرقمية التي تتيح للجميع المعرفة والخدمات في أقل وقت ممكن وبأقل تكلفه ممكن، وكذلك التواصل الإلكتروني بالبيئة الداخلية والخارجية لوضع خطة تسويقية للنشاط الرياضي يتناسب مع الامكانيات بصورة تحقق أقصى استفادة ممكنة منها. وقد فرضت هذه الثورة المعلوماتية بكاف أشكالها أمام الاندية الرياضية على اختلاف أشكالها متطلبات كثيرة. لذلك لابد من تنسيق الجهود المختلفة لمناقشة تلك المتطلبات، وإيجاد الحلول المناسب لها، مع ضرورة مواكب لتطورات التي يشهدها العالم في مجال النشاط الرياضي داخل الاندية الرياضية.

مما دفع الباحث إلى التعرف على امكانية ومتطلبات تطبيق التجارة الإلكترونية في الاندية الرياضية من وجهة نظر العاملين فيها من خلال تفعيل تطبيقات التجارة الإلكترونية وما تحققه من سرعة ودقة وشفافية في العمل التسويقي، كمدخلا للتطوير التسويقي في الاندية الرياضية عن طريق إجراء تغييرات وتعديلات في الهياكل التنظيمية، وتطوير الأداء والحد من السلبيات الموجودة من خلال زيادة اللامركزية بين المستويات الإدارية بغرض اختصار الإجراءات الروتينية التي تبدد الكثير من الوقت والجهد في عملية اتخاذ القرارات مع إتاحة قدر أكبر من الحرية للعاملين لاتخاذ القرار والاستفادة من قدراتهم وإبداعاتهم في ظل التطور الكبير في قطاع المعلومات والاتصالات الحالي، والذي مهد بيئة خصبة لتطبيق التجارة الإلكترونية في المجال التسويقي داخل الاندية الرياضية.

٢/ أهمية البحث والحاجة اليه:

يفرض التنافس بين الاندية الرياضية ضرورة تبني آليات جديدة لتطوير أدائها وتجويد خدماتها بشكل يلبي حاجات وطموحات المجتمع الرياضي. ومن هنا يمكن أن تتحدد الأهمية النظرية والتطبيقية للبحث الحالي في الجوانب التالية:-

١/٢ أنه قد يمثل نقطة انطلاق نحو دراسات مستقبلية أخرى في جمهورية مصر العربية حول تطبيق مدخل التجارة الإلكترونية في المجال الرياضي عامة والاندية الرياضية خاصة.

٢/٢ أنه يتمشى مع الاهتمام المتزايد في العالم بموضوع "التجارة الإلكترونية" بوصفه نهجاً إدارياً حديثاً بصفة عامة وفي مجال الرياضي بصفة خاصة.

٣/٢ يمكن أن تستفيد من نتائج المؤسسات الرياضية الحكومية والخاصة في جمهورية مصر العربية.
٤/٢ استغلال امكانات المجال الرياضي الالكتروني للاستفادة منه علي الصعيد المادي والمالي وجعلها وسيلة جديدة من وسائل التمويل للهيئات الرياضية.

٣/ هدف البحث:

يهدف البحث إلى معرفة مدى توافر متطلبات تطبيق التجارة الإلكترونية في المجال التسويقي ببعض الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية من خلال التعرف على:-

١/٣ مدى توافر المتطلبات البشرية للتجارة الإلكترونية في المجال التسويقي بالاندية الرياضية.

٢/٣ مدى توافر المتطلبات المالية للتجارة الإلكترونية في المجال التسويقي بالاندية الرياضية.

٣/٣ مدى توافر المتطلبات الإدارية للتجارة الإلكترونية في المجال التسويقي بالاندية الرياضية.

٤/٣ مدى توافر المتطلبات القانونية للتجارة الإلكترونية في المجال التسويقي بالاندية الرياضية.

٥/٣ مدى توافر المتطلبات الفنية والتقنية للتجارة الإلكترونية في المجال التسويقي بالاندية الرياضية.

٤/ تساؤلات البحث:

١/٤ ما مدى توافر المتطلبات (البشرية - المالية - الإدارية - القانونية - الفنية والتقنية) اللازمة لتطبيق التجارة الإلكترونية في الأندية الرياضية المصرية ؟

٥/ المصطلحات المستخدمة في البحث :

١/٥ التجارة الإلكترونية : هي عملية البيع والشراء عبر شبكة الانترنت وليس فقط علي السلع ولكن يشمل الكثير من الانشطة المكملة للسلعة كالخدمات والمعلومات وبرامج الكمبيوتر، وغيرها من الانشطة التي تصبح في نهايتها تمثل الممارسات التجارية". (١١ : ٧٢)

٥/٢ الأداء التسويقي:

هو مستوى تحقيق المنظمة لأهدافها الموضوعة في الخطة التسويقية ويعكس درجة نجاحها او فشلها من خلال قدرتها على البقاء والتكيف مع متغيرات البيئة وما تواجهه من منافسة في السوق. (٩ : ١٧)

٦/ الدراسات المرجعية:

١/٦ الدراسات المرجعية العربية:

١/١/٦ أجرى أحمد رمضان توفيق (٢٠١٩) (١) دراسة عنونها "نموذج مقترح للعقود الإلكترونية في المجال الرياضي بجمهورية مصر العربية"، هدف الدراسة الي التعرف علي ماهية العقود الإلكترونية، والمتطلبات (القانونية، الفنية) للعقود الإلكترونية، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي، واستخدم العينة بالطريقة العمدية العشوائية حيث بلغ عدد العينة الأساسية (٢١٠) مفحوص، وكان من أهم الاستنتاجات معرفة ماهية العقود الإلكترونية في المجال الرياضي بانها مجموعة المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية إلكترونية يتلاقى فيه الإيجاب بالقبول على شبكة المعلومات الدولية بوسائط إلكترونية من خلال

وسيلة تقنية فرضها التطور التكنولوجي لمواكبة التجارة الإلكترونية عن طريق مجموعة المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية إلكترونية والتي تتم بإستعمال الوثائق الإلكترونية.

٢/١/٦ أجرى إسلام غلاب إبراهيم (٢٠١٦) (٣) دراسة عنونها "معوقات التجارة الإلكترونية في مجال التسويق الرياضي في بعض الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية"، يهدف البحث إلى تحديد المعوقات التي تواجه تطبيق التجارة الإلكترونية في مجال التسويق الرياضي في بعض الأندية الرياضية في ج.م.ع، واستخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي لمناسبته لتحقيق أهداف البحث، وقد تمثلت عينة البحث الأساسية من (١٥٠) فرد هي ٣٠ عضو من أعضاء مجالس إدارات بعض الأندية الرياضية، و ١٢٠ من جمهور المستخدمين للمواقع الإلكترونية الخاصة بالأندية الرياضية المصرية، وقد أسفرت نتائج البحث إلى وجود عدة معوقات وعقبات تقف في طريق الأندية الرياضية نحو تطبيق التجارة الإلكترونية منها ما يتعلق بالنادي الرياضي كضعف التمايز التنافسي بين الأندية الرياضية بما يتواكب مع حركة التجارة الإلكترونية. وضرورة إعادة صياغة تشريعات وقوانين الأندية الرياضية بما يلبي تفعيل استخدام التجارة الإلكترونية في مجال التسويق الرياضي.

٣/١/٦ اجرت مي محفوظ محمد (٢٠١٤م) (١٠) دراسة عنونها: " اتجاهات الجمهور المصري نحو التجارة الإلكترونية دراسة ميدانية " هدفت الدراسة الي التعرف على اتجاهات الجمهور المصري المستخدم للتجارة الإلكترونية على شبكة الانترنت للتعرف على خصائصه وسماته والكشف عن معوقات انتشار التجارة الإلكترونية في مصر، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها (٥٠٠) مبحوث، أهم نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين سنوات الخبرة في التعامل مع مواقع التجارة الإلكترونية واستخدام الخدمات الإضافية التي تقدمها مواقع التجارة الإلكترونية عبر شبكة الانترنت مثل خدمات البريد الإلكتروني والاتصال بالقائمين على مواقع التجارة الإلكترونية، أوضحت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين تقييم مستخدمي مواقع التجارة الإلكترونية للمواقع المختلفة (الأجنبية-العربية-المصرية) واختلاف الغرض (الهدف) من استخدام هذه المواقع سواء في البيع أو الشراء أو دفع الفواتير، بينما تختفي هذه الفروق الإحصائية بين تقييم هذه المواقع ومعدل استخدامها.

٤/١/٦ اجرت رباب محمد السيد محمد (٢٠١٢) (٥) دراسة بعنوان "أخطار التجارة الإلكترونية دراسة تحليلية" هدفت الدراسة الي تحليل الأخطار التي تواجه الصفقات التي تتم بأسلوب التجارة الإلكترونية ومن ثم إمكانية إيجاد السبل الممكنة لمواجهتها، تمثلت العينة من ٥٤ شركة في مصر تتعامل بصورة الكترونية حيث كان مجتمع البحث متمثل في الشركات الإلكترونية في مصر، على مستوى كلاً من المحافظات الآتية: الدقهلية - القاهرة - طنطا - الأسكندرية، وتم جمع البيانات منها، واشتملت هذه البيانات على المعلومات الآتية (تاريخ الصفقة - قيمة الصفقة - قيمة الخسارة - سبب الخسارة).

٥/١/٦ اجري محمد عادل حمد الكبيسي (٢٠١٢)(٧) دراسة بعنوان "أثر التخطيط الاستراتيجي في تبني التجارة الالكترونية علي الحصة السوقية (دراسة تطبيقية)، هدفت الدراسة التعرف علي اثر التخطيط الاستراتيجي لتبني التجارة الالكترونية علي الحصة السوقية وذلك من خلال الكشف عن العوامل التي تحملها التجارة الالكترونية والتي تؤثر علي شركات البرمجيات المتبنية للتجارة الالكترونية في تحقيق ميزة تنافسية تزيد من الحصة السوقية للشركات، ولقد اتبع الباحث المنهج التحليلي، كما استخدم الباحث الاستبيان كأحد ادوات جمع البيانات، ومن أهم النتائج ان التخطيط الاستراتيجي عامل مهم يدعم شركات البرمجيات المتبنية للتجارة الالكترونية في حصولها علي الحصة السوقية وذلك لوجود رسالة واضحة لجميع العاملين في الشركة، كما ينعكس التخطيط الاستراتيجي بشكل ايجابي علي العمليات الالكترونية في شركات البرمجيات المتبنية للتجارة الالكترونية اذ أن توفير التخطيط الاستراتيجي للعمليات الالكترونية يؤدي الي رسم صورة مستقبلية لعمليات الشركة.

٦/١/٦ اجري أحمد عبد الله العوضي (٢٠١٠)(٢) دراسة بعنوان " العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية"، هدفت الدراسة الي تسليط الضوء على التجارة الإلكترونية وأثارها في الاقتصاد العالمي، التعرف على واقع التجارة الإلكترونية في الوطن العربي، التعرف على أهم المخاطر التي تتعرض لها التجارة الإلكترونية ووسائل مجابقتها واستخدام الباحث المنهج الوصفي، واشتملت عينة البحث على عدد (٦٣٢) فرد، ومن اهم النتائج انخفاض الوعي بأهمية عقد الصفقات التجارية إلكترونيا من حيث أنها توفر الوقت وتشمل كل الأسواق والمستهلكين المحتملين في العالم، عدم توفر عنصرى السرية والأمان ونقص الثقة بالأطراف الأخرى المتعاملة في التجارة الإلكترونية وهذا يرجع إلى عدم تحكم العالم العربي في استخدام تكنولوجيا الاتصال وشبكة الإنترنت.

٢/٦ الدراسات المرجعية الاجنبية:

١/٢/٦ أجرى علام وآخرون Alam, et.al (2011)(١١) دراسة عنوانها " دراسة عن عوامل تجريبية تؤثر على اعتماد التجارة الإلكترونية بين الشركات الصغيرة والمتوسطة في ماليزيا"، وهدفت هذه الدراسة التطبيقية إلى دراسة العوامل المؤثرة في تبني تطبيق التجارة الإلكترونية بين الشركات المتوسطة والصغيرة في ماليزيا، وقد تكونت عينة الدراسة من ٢٠٠ شركة متوسطة وصغيرة الحجم. ودرست أثر كل من الميزة النسبية، التوافقية، سهولة الاستخدام، الاستعداد التنظيمي، السرية، الكلفة، وخصائص المديرين. ومن أهم النتائج أن المنفعة النسبية، والملائمة، الاستعداد التنظيمي، خصائص المديرين، السرية، لها تأثير هام على تبني التجارة الإلكترونية. وأعطت انطباع واضح.

٢/٢/٦ قام ماهان الثالث، جي اي Mahan,J.E (2011)(١٣) بدراسة بعنوان "دراسة تنبؤية لاستجابة المستهلك لتسويق الرياضة عبر وسائل الاعلام الاجتماعية الرقمية"، تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أهمية التكنولوجيا الرقمية التي أصبحت لها تأثير عميق على صناعة الرياضة على مدى العقود القليلة

الماضية، حيث أن المنظمات الرياضية تستخدم باستمرار وسائل جديدة لتعزيز العلامة التجارية الخاصة أو التواصل مع الجماهير، وغالبا ما تكون الابتكارات التكنولوجية في صميم الاستراتيجيات من هذا القبيل، وعلى الرغم من الاستعمال المفرط لهذه التكنولوجيا في هذه الصناعة، هناك ندرة في البحوث العلمية التي تتناول فعالية مثل هذه التكتيكات في مجال التسويق الرياضي، الدراسة الحالية تستخدم نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) كإطار لدراسة تنبؤية لتفضيل المستهلكين للابتكار الخاص لوسائل الاعلام الاجتماعية والرقمية مثل الفيسبوك وتويتر، وتشير تحليلات النتائج إلى التأكيد على انشاء نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) جنبا إلى جنب مع بعض خصائص المستهلك، مناقشة اتجاهات البحوث في المستقبل والآثار المترتبة عليها لمسوقي الرياضة.

٧/ إجراءات البحث:

١/٧ منهج البحث: استخدم الباحث المنهج الوصفي مستخدماً الأسلوب المسحي التحليلي، لملائمة لطبيعة ومتغيرات البحث.

٢/٧ مجتمع البحث: يتمثل مجتمع البحث في الكوادر الادارية ببعض الاندية الرياضية بجمهورية مصر العربية كاندية (الاهلى - الصيد- المعادى - ٦ اكتوبر - سموحة - سبورتنج).

٣/٧ عينة البحث: قام الباحث باختيار عينه البحث بالطريقة العشوائية من مجتمع البحث والتي استطاع الباحث أخذ موافقات ادارية وعمل مقابلات شخصية معهم، حيث بلغت حجم العينة (٨٥) فرد، وبلغ حجم العينة الأساسية (٧٠) فرد في حين بلغ حجم العينة الاستطلاعية (١٥) فرد تم اختيارهم من داخل مجتمع البحث ومن خارج العينة الأساسية للبحث، وجدول (١) يوضح توصيف مجتمع وعينة البحث.

جدول (١) توصيف أفراد عينة البحث الأساسية والاستطلاعية

م	عينة البحث	العينة الاساسية		العينة الاستطلاعية		مجتمع البحث	
		العدد	النسبة المئوية %	العدد	النسبة المئوية %	العدد	النسبة المئوية %
١	مدير الانشطة الرياضية بالاندية	٥	٧.١٤ %	٠	٠ %	٥	5.88 %
٢	مسئولى الادارة التسويقية بالاندية	12	١٤.١٢ %	4	٤.٧١ %	16	18.82 %
٣	إدارى الانشطة الرياضية بالاندية	53	٧٥.٧١ %	11	١٢.٩٤ %	64	75.29 %
	الاجمالى	٧٠	٨٢.٣٥ %	١٥	١٧.٦٥ %	٨٥	١٠٠ %

٣/٧ أدوات جمع البيانات: اعتمد الباحثين في جمع البيانات على المراجع المتخصصة والمقابلات الشخصية المقننة والدراسات السابقة بمتغيرات البحث كدراسة أحمد رمضان توفيق (٢٠١٩) (١)، إسلام غلاب إبراهيم (٢٠١٦) (٣)، محمد عادل حمد (٢٠١٢) (٧)، Alam, et.al (2011) (١١)، Mahan, J.E (2011) (١٣) لبناء الاستمارة كوسيله لجمع البيانات في البحث بعد التأكد من صدقها وثباتها.

١/٣/٧ استثمار الاستبيان :

١/١/٣/٧ خطوات بناء الاستبيان :

١/١/٣/٧ تحديد المحاور الرئيسية لاستثمار الاستبيان: قام الباحثين بتحديد المحاور الرئيسية المستخدمة بأستثمار الاستبيان عن طريق الإطلاع على الدراسات السابقة والمراجع العلمية المتخصصة، حيث تم تصميم أستثمار لاستطلاع رأي الخبراء وأشتملت على (٥) محاور رئيسية مقترحة مرفق (2) ، كما قام الباحث بعرض المحاور المقترحة على عدد (٥) من الخبراء في مجال الادارة الرياضية مرفق (١) حيث تم تحديدهم وفقاً للمعايير التالية :-

- أن يكون أكاديمياً حاصلًا على درجة دكتوراه مجال الادارة الرياضية.
- أن يكون لديه خبرة في العمل بمجال الادارة الرياضية لا تقل عن خمسة عشرة عاماً.
- وذلك لاستطلاع رأيهم العلمي حول المحاور الرئيسية المقترحة للاستبيان ومعرفة مدى ارتباط المحور بموضوع البحث، واطافة او دمج بعض المحاور او حذف بعضها ومعرفة النسبة المئوية لكل محور، وتم تحديد (٥) محاور فرعية لاستثمار الاستبيان الخاصة بالتجارة الالكترونية مرفق (٢).
- ٢/١/٣/٧ تحديد العبارات المكونة لاستثمار الاستبيان وصياغتها:

تم صياغة العبارات الخاصة بكل محور من خلال الإطلاع على المراجع المتخصصة والدراسات السابقة، وكذلك الإستعانة بشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)، وتم اختيار المعايير الاتية لوضع العبارات :-

- تحمل العبارة معنى واحد محدد او تتبنى فكره واحده فقط لتعبر عنها.
- كل عبارة مستقلة عن غيرها من عبارات الاستبيان، أى لا تكون مبنية على غيرها من العبارات.
- تم تصميم استثمار الإستبيان في صورتها المبدئية بعدد (٥) محاور، (٢٨) عبارة ، وتم عرضهما على مجموعة من الخبراء، وذلك لاستطلاع رأيهم العلمي حول مدى مناسبة العبارات الموضوعية لكل محور وكذلك مدى مناسبة ميزان التقدير المقترح والذي يمثل في استجابته لاستخدامه في التطبيق الأساسي وكذلك اقتراح ميزان آخر أكثر مناسبة وكانت استجابة الخبراء لميزان التقدير المقترح (١٠٠٪)، والجدول رقم (٢) يوضح توصيف استثمار الإستبيان في صورته المبدئية.

جدول (٢) توصيف استثمار الإستبيان متطلبات التجارة الالكترونية في صورته المبدئية

م	أسم المحور	عدد العبارات	النسبة المئوية%
١	المتطلبات البشرية	٦	٪٢١.٤
٢	المتطلبات المالية	٦	٪٢١.٤
٣	المتطلبات الادارية	٦	٪٢١.٤
٤	المتطلبات القانونية	٥	٪١٧.٩
٥	المتطلبات الفنية والتقنية	٥	٪١٧.٩
المجموع الكلي		٢٨	٪١٠٠

- المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان :

أولاً : صدق المحكمين : قام الباحث بعرض محاور وعبارات استمارة الاستبيان على مجموعة من الخبراء بلغ عددهم (٥) خبراء (مرفق ١) وذلك لاستطلاع رأيهم العلمي حول مدى مناسبة المحاور وعبارات الموضوعة لكل محور، وبهذا يتحقق الباحث من صدق ومضمون محاور وعبارات استمارة الاستبيان وفقاً لآراء الخبراء حيث ارتضى الباحث بنسبة (٨٠٪) للموافقة على المحاور وعبارات الاستبيان.

جدول (٣) النسبة المئوية لآراء الخبراء في محاور و عبارات استمارة الاستبيان (ن = ٥)

المحور الاول رقم العبارة	النسبة المئوية	المحور الثاني رقم العبارة	النسبة المئوية	المحور الثالث رقم العبارة	النسبة المئوية	المحور الرابع رقم العبارة	النسبة المئوية	المحور الخامس رقم العبارة	النسبة المئوية
١	%١٠٠	٧	%١٠٠	١٣	%١٠٠	١٩	%٨٠	٢٤	%٨٠
٢	%١٠٠	٨	%٨٠	١٤	%١٠٠	٢٠	%١٠٠	٢٥	%١٠٠
٣	%١٠٠	٩	%١٠٠	١٥	%١٠٠	٢١	%١٠٠	٢٦	%١٠٠
٤	%٨٠	١٠	%١٠٠	١٦	%٨٠	٢٢	%١٠٠	٢٧	%١٠٠
٥	%١٠٠	١١	%١٠٠	١٧	%١٠٠	٢٣	%١٠٠	٢٨	%١٠٠
٦	%٨٠	١٢	%١٠٠	١٨	%١٠٠				

يتضح من جدول (٣) والخاص بالنسبة المئوية لآراء الخبراء على عبارات استمارة استبيان المقترحة نحو الصورة الاولى، حيث أن جميع العبارات التي حصلت على نسبة مئوية من (٨٠٪) فاكثرت من آراء الخبراء ليصبح اجمالى عبارات استمارة الاستبيان متطلبات التجارة الالكترونية (٢٨) عبارة.

ثانياً : صدق الإتساق الداخلي :

قام الباحث بإجراء الإتساق الداخلي من خلال تطبيق استمارة الاستبيان بعد رأي الخبراء على العينة الاستطلاعية التي بلغ قوامها (١٥) فرد والتي تم تحديدها مسبقاً، وذلك لحساب صدق الإتساق الداخلي عن طريق حساب معامل الارتباط (بيرسون) بين عبارة كل محور والمجموع الكلي للمحور التي يندرج تحته العبارة، وتم إجراء التطبيق على العينة الإستطلاعية وهذا يتضح في جدول رقم (٤).

جدول (٤) معاملات الارتباط بين عبارة كل محور والمجموع الكلي للمحور في استمارة الاستبيان (ن=١٥)

م	العبارات	معامل الارتباط (ر)
- المتطلبات البشرية		
١	يوجد خطط لتدريب وتأهيل العاملين على استخدام تكنولوجيا المعلومات.	٠.٥٠٩
٢	يتوفر في الاندية الرياضية الكوادر البشرية اللازمة لتطبيق التجارة الالكترونية.	٠.٥٥١
٣	يوجد قدرة لدى العاملين على استخدام الحاسوب والانترنت.	٠.٦١٣
٤	يوجد في الاندية الرياضية عدد كاف من الأفراد المؤهلين لتطوير البنية التحتية للشبكات.	٠.٥٧٦
٥	تتوفر لدى العاملين قدرة على التعامل مع تطبيقات التجارة الالكترونية	٠.٦٣٤
٦	يوجد في الاندية الرياضية متخصصون في تكنولوجيا المعلومات.	٠.٥١٨
- المتطلبات المالية		

٠.٧٩١	يتوفر في الاندية الرياضية المخصصات المالية اللازمة لشراء التجهيزات والبنية التحتية لمتطلبات التجارة الإلكترونية وصيانتها.	٧
٠.٦٥٧	يوجد نظام حوافز للمتميزين في مجال التجارة الالكترونية.	٨
٠.٥١١	يتوفر الدعم المالي اللازم لتصميم البرامج الإلكترونية المطلوبة.	٩
٠.٧٢٧	يتوفر الدعم المالي اللازم لتدريب الموارد البشرية وتأهيلهم.	١٠
٠.٦٤٧	يتوفر الدعم المالي اللازم للاستعانة بمدربين مؤهلين لتدريب العاملين على تطبيق آليات العمل الالكتروني.	١١
٠.٥٤٩	يتوفر الدعم المالي اللازم لصيانة الأجهزة وتطوير البرامج.	١٢
- المتطلبات الادارية		
٠.٥٨٢	تعمل الإدارة العليا على تهيئة الموظفين نفسياً ومعنوياً على استخدام التجارة الإلكترونية.	١٣
٠.٧٥٥	يتم تقديم دورات تدريبية متخصصة للعاملين في مجال التجارة الإلكترونية.	١٤
٠.٦٣٠	تدعم الإدارة في الاندية الرياضية سياسة تطبيق التجارة الإلكترونية.	١٥
٠.٥٦٩	توجد مرونة في الأنظمة الإدارية تجاه تطبيق التجارة الإلكترونية.	١٦
٠.٦٦٧	توجد خطط تتسم بالمرونة الكافية لاستيعاب أي تغييرات يتطلبها استخدام التجارة الإلكترونية.	١٧
٠.٤٩٧	تقوم الإدارة بالاستعانة بالجهات الاستشارية والخبراء لتقديم المشورة في مجال التجارة الإلكترونية.	١٨
- المتطلبات القانونية		
٠.٥٤٣	يؤدي استخدام التجارة الإلكترونية إلى زيادة الثقة في التعاملات الإلكترونية.	١٩
٠.٦٥٢	تتوفر في الاندية الرياضية خطط وآليات لحماية أمن المعلومات وسريتها.	٢٠
٠.٦٦٥	تدعم الإدارة في الاندية سياسة تطبيق التجارة الإلكترونية.	٢١
٠.٧٦٢	يوجد لجنة تضع الخطط وتنفذ وتتابع تطبيق التجارة الإلكترونية.	٢٢
٠.٥١٦	تستعين الاندية الرياضية بالجهات الاستشارية المتخصصة في تطبيق التجارة الإلكترونية.	٢٣
- المتطلبات الفنية والتقنية		
٠.٧٤١	تتوفر النظم والبرامج اللازمة لتطبيق التجارة الإلكترونية الحديثة.	٢٤
٠.٦٢٩	يوجد ربط بين المركز الرئيسي للاندية والفروع عن طريق شبكات الحاسب الآلي.	٢٥
٠.٦٨٠	يوجد موقع الكتروني فاعل للاندية على شبكة الانترنت.	٢٦
٠.٧٦	إمكانية أداء العمل عبر شبكة المعلومات الخاصة بالاندية الرياضية .	٢٧
٠.٦٣٢	يوجد ربط إلكتروني ما بين دوائر وأقسام الاندية المختلفة.	٢٨

قيمة "ر الجدولية عند مستوى (٠.٠٥) = ٠.٤٨٢١

يتضح من جدول (٤) ان جميع عبارات أستمارة الاستبيان جاءت دالة احصائياً عند مستوي (٠.٠٥) حيث ان جميع قيم معاملات الارتباط المحسوبة اكبر من قيمة معامل الارتباط الجدولية عند مستوى (٠.٠٥)، مما يدل على ان محاور وعبارات استمارة الاستبيان الخاصة بمتطلبات التجارة

الإلكترونية على درجة مقبولة من الصدق.

جدول (٥) معاملات الارتباط بين كل محور والمجموع الكلي لإستمارة الاستبيان (ن=١٥)

م	المحاور	عدد العبارات	معامل الارتباط (ر)
١	المتطلبات البشرية	6	**٠.٥٦٧
٢	المتطلبات المالية	6	**٠.٦٤٧
٣	المتطلبات الادارية	6	**٠.٦١٧
٤	المتطلبات القانونية	5	**٠.٦٢٨
٥	المتطلبات الفنية والتقنية	٥	**٠.٦٨٨
	المجموع الكلي لإستمارة الاستبيان	28	**٠.٦٢٩

قيمة r الجدولية عند مستوى (٠.٠٥) = ٠.٤٨٢١

ثالثاً : الثبات :

لتحقيق ثبات أستمارة الاستبيان، قام الباحث باستخدام معامل (الفا كرونباخ)، وكانت نتيجة حساب معاملات الثبات على النحو الآتي :

جدول (٦) قيم معامل ألفا Alpha لمحاور أستمارة الاستبيان (ن=١٥)

م	المحاور	عدد العبارات	قيمة معامل Alpha ألفا كرونباخ
١	المتطلبات البشرية	6	**٠.٦٥٤
٢	المتطلبات المالية	6	**٠.٥٧٨
٣	المتطلبات الادارية	6	**٠.٨١٢
٤	المتطلبات القانونية	5	**٠.٧٩٨
٥	المتطلبات الفنية والتقنية	٥	**٠.٧٥٣

قيمة r الجدولية عند مستوى (٠.٠٥) = ٠.٤٨٢١

ينضح من جدول (٦) ان أستمارة الاستبيان (متطلبات التجارة الإلكترونية) على درجة عالية من الصدق والثبات، وتؤكد الثقة في النتائج التي يمكن الحصول عليها عند تطبيقه على عينة الدراسة الأساسية.

- الدراسة الأساسية :

بعد تحديد مشكله البحث وهدفه وتساؤلاته واختيار عينه البحث وفقاً لشروط اختيار عينه البحث قام

الباحث بالاتي:-

١- تطبيق استماره الاستبيان في الفتره من ٢٠٢٣/١٠/٥م الى ٢٠٢٣/١١/٢٥م.

٢- تفرغ النتائج في الفتره من ٢٠٢٣/١١/٢٦م الى ٢٠٢٣/١٢/٢٨م.

- المعالجات الإحصائية :

استخدم الباحث المعالجات الإحصائية الملائمة لطبيعة بيانات البحث وذلك من خلال البرنامج

الإحصائي SPSS وهي التكرارات والنسب المئوية - المتوسط الحسابي - معامل الارتباط - المتوسط

الحسابي المرجح - الوزن النسبي - ٢١. ولقد ارتضى الباحث مستوى (٠.٠٥) لقبول نتائج البحث، كما ارتضى الباحث قبول النتائج التي تتجاوز نسبه (٨٠%)، كما استعان الباحث بميزان تقدير ثلاثي.

٨/ عرض ومناقشة النتائج وتفسيرها :

عرض ومناقشة نتائج وتفسير التساؤل البحث الذى ينص على ما مدى توافر متطلبات التجارة الإلكترونية (البشرية، المالية، الإدارية، القانونية، الفنية والتقنية) في المجال التسويقي ببعض الاندية الرياضية ؟

جدول (٧) التكرارات والوسط الحسابي المرجح والوزن المئوي والترتيب لاستجابات عينة البحث على متطلبات التجارة الإلكترونية (المتطلبات البشرية) (ن=٧٠)

م	العبارات	التكرارات			الدرجة المقدره	الوسط الحسابي	الوزن المئوية %	الترتيب
		موافق	موافق الى حد ما	غير موافق				
١	هناك خطط لتدريب وتأهيل العاملين على استخدام تكنولوجيا المعلومات.	10	40	20	1.86	61.90%	6	
٢	يتوفر في الاندية الرياضية الكوادر البشرية اللازمة لتطبيق التجارة الالكترونية.	21	24	25	1.94	64.76%	3	
٣	يوجد قدرة لدى العاملين على استخدام الحاسوب والانترنت.	24	20	26	1.97	65.71%	2	
٤	يوجد في الاندية الرياضية عدد كاف من الأفراد المؤهلين لتطوير البنية التحتية للشبكات.	19	23	28	1.87	62.38%	5	
٥	تتوفر لدي قدرة على التعامل مع الحاسوب وتطبيقاته بشكل جيد.	28	14	28	2.00	66.67%	1	
٦	يوجد في الاندية الرياضية متخصصون في تكنولوجيا المعلومات.	18	29	23	1.93	64.29%	4	
المجموع الكلي					1.93	64.29%		

يتضح من الجدول (٧) استجابات أفراد عينة البحث على جميع عبارات متطلبات التجارة الإلكترونية (المتطلبات البشرية) حصلت على المجموع الكلي للمحور فى الدرجة المقدره بقيمة (١٣٥)، ومتوسط حسابي مرجح بقيمة (١.٩٣)، ووزن مئوي بنسبة (٦٤.٢٩%) مما يدل على أن واقع مدى توافر متطلبات التجارة الإلكترونية (البشرية) لدى عينة البحث جاء بدرجة متوسطة.

يرى الباحث ان نتيجة ودرجة الاستجابة لعينة البحث الكلية المتوسطة فى واقع المتطلبات البشرية والقانونية والفنية والتقنية الى قلة تنفيذ خطط لتدريب وتأهيل الاداريين والاختصاصيين الرياضيين على استخدام تكنولوجيا المعلومات وضعف قدرة البعض على استخدام الحاسوب والانترنت، والعدد غير الكافي من الأفراد المؤهلين لتطوير البنية التحتية للشبكات.

كما يرى الباحث أن العنصر البشري يشكل أهم مورد في أي مؤسسة، باعتباره العامل الديناميكي، والعمل الذي يؤديه يجعل أداءه سواء كان إدارياً أو تنفيذياً هو الأساس في أداء المؤسسة، وكذلك هو مخزون استراتيجي مهم، تملكه المؤسسة للبقاء والنمو والازدهار والوقوف في وجه التحديات، وبهذا يمكن القول أن السبيل الوحيد للتفوق والتميز في المؤسسة، هو الأداء الجيد للعاملين، باعتبار العاملين هم

الركيزة الأساسية التي تقوم عليها أي مؤسسة، وذلك من خلال ممارسة مختلف النشاطات، بحيث لا يمكن بلوغ أي هدف دون أن يكون هناك أي أداء حقيقي ينظر إليه. وهذا يتفق مع نتائج دراسة أحمد عبد الله العوضي (٢٠١٠) (٢) أن هناك انخفاض في الوعي بأهمية عقد الصفقات التجارية إلكترونيا من حيث أنها توفر الوقت وتشمل كل الأسواق والمستهلكين المحتملين في العالم، عدم توفر العنصر البشري وتأهيله ونقص الثقة بالأطراف الأخرى المتعاملة في التجارة الإلكترونية وهذا يرجع إلى عدم تحكم العالم العربي في استخدام تكنولوجيا الاتصال وشبكة الإنترنت.

جدول (٨) التكرارات والوسط الحسابي المرجح والوزن المئوي والترتيب لاستجابات عينة البحث على متطلبات التجارة الإلكترونية (المتطلبات المالية) (ن=٧٠)

م	العبارات	التكرارات			الدرجة المقدرة	الوسط الحسابي المرجح	الوزن المئوي %	الترتيب
		موافق	الى حد ما	غير موافق				
١	يتوفر في الاندية الرياضية المخصصات المالية اللازمة لشراء التجهيزات والبنية التحتية لمتطلبات التجارة الإلكترونية وصيانتها.	13	32	25	1.83	60.95%	3	
٢	يوجد نظام حوافز للمتميزين في مجال التجارة الإلكترونية.	11	12	47	1.49	49.5%	6	
٣	يتوفر الدعم المالي اللازم لتصميم البرامج الإلكترونية المطلوبة.	9	29	32	1.67	55.7%	4	
٤	يتوفر الدعم المالي اللازم لتدريب الموارد البشرية وتأهيلهم.	20	23	27	1.90	63.3%	2	
٥	يتوفر الدعم المالي اللازم للاستعانة بمدربين مؤهلين لتدريب العاملين على تطبيق آليات العمل الإلكتروني.	7	25	38	1.56	51.9%	5	
٦	يتوفر الدعم المالي اللازم لصيانة الأجهزة وتطوير البرامج.	33	19	18	2.21	73.8%	1	
المجموع الكلي					1.78	59.21%		

يتضح من الجدول (٨) استجابات أفراد عينة البحث على جميع عبارات متطلبات التجارة الإلكترونية (المتطلبات المالية) حصلت على المجموع الكلي للمحور في الدرجة المقدرة بقيمة (١٢٤.٣)، ومتوسط حسابي مرجح بقيمة (١.٧٨)، ووزن مئوي بنسبة (٥٩.٢١%) مما يدل على أن واقع مدى توافر متطلبات التجارة الإلكترونية (المالية) لدى عينة البحث جاء بدرجة منخفضة. ويرى الباحث أن النتيجة ودرجة الاستجابة الكلية المنخفضة في واقع متطلبات المالية الى ضعف المخصصات المالية اللازمة لشراء التجهيزات والبنية التحتية للتجارة الإلكترونية وصيانتها وتصميم البرامج الإلكترونية المطلوبة وعدم وجود نظام حوافز للمتميزين في مجال التجارة الإلكترونية وتدريبهم وتأهيلهم، وعدم الاستعانة بمدربين مؤهلين لتدريب الاخصائيين الرياضيين على تطبيق آليات العمل الإلكتروني.

هذا يتفق مع نتائج دراسة محمود أحمد رضوان (٢٠١٣م) (٩) على ضرورة وجود متطلبات مالية تختلف في نوعها وحجمها عن المتطلبات المالية اللازمة لتطبيق نظم وأساليب الإدارة التقليدية، ومن أهم متطلباتها، التخطيط المالي الرشيد، ورصد المخصصات الكافية، مما يقتضي إعادة النظر في نظام الأولويات وتوفير الأموال الكافية لإجراء التحول المطلوب.

جدول (٩) التكرارات والوسط الحسابي المرجح والوزن المئوي والترتيب لاستجابات عينة البحث على

متطلبات التجارة الإلكترونية (المتطلبات الإدارية) (ن=٧٠)

م	العبارات	التكرارات			الدرجة المقدره	الوسط الحسابي المرجح	الوزن المئوي %	الترتيب
		موافق	الى حد ما	غير موافق				
١	تعمل الإدارة العليا على تهيئة الموظفين نفسياً ومعنوياً على استخدام التجارة الإلكترونية.	19	33	18	2.01	67.14%	1	
٢	يتم تقديم دورات تدريبية متخصصة للعاملين في مجال التجارة الإلكترونية.	11	15	44	1.53	50.95%	6	
٣	تدعم الإدارة في الأندية الرياضية سياسة تطبيق التجارة الإلكترونية.	11	31	28	1.76	58.57%	4	
٤	توجد مرونة في الأنظمة الإدارية تجاه تطبيق التجارة الإلكترونية.	19	24	27	1.89	62.86%	3	
٥	توجد خطط تتسم بالمرونة الكافية لاستيعاب أي تغييرات يتطلبها استخدام التجارة الإلكترونية.	12	25	33	1.70	56.67%	5	
٦	تقوم الإدارة بالاستعانة بالجهات الاستشارية والخبراء لتقديم المشورة في مجال التجارة الإلكترونية.	23	18	29	1.91	63.81%	2	
المجموع الكلي					126	1.80	٦٠%	

يتضح من الجدول (٩) استجابات أفراد عينة البحث على جميع عبارات متطلبات التجارة الإلكترونية (المتطلبات الإدارية) حصلت على المجموع الكلي للمحور في الدرجة المقدره بقيمة (١٢٤.٣)، ومتوسط حسابي مرجح بقيمة (١.٨٠)، ووزن مئوي بنسبة (٦٠%) مما يدل على أن واقع مدى توافر متطلبات التجارة الإلكترونية (الإدارية) لدى عينة البحث جاء بدرجة متوسطة.

يرى الباحث أن هناك ضعف المتطلبات الإدارية الى عدم تهيئة الإدارة العليا بالاندية نفسياً ومعنوياً على استخدام التجارة الإلكترونية وقلة تقديم دورات تدريبية متخصصة لهم في مجال التجارة الإلكترونية، كما لا يوجد مرونة في الأنظمة الإدارية تجاه تطبيق الإدارة الإلكترونية وخطط تتسم بالمرونة الكافية لاستيعاب أي تغييرات يتطلبها استخدام التجارة الإلكترونية، وعدم الاستعانة بالجهات الاستشارية والخبراء لتقديم المشورة في مجال التجارة الإلكترونية.

هذا يتفق مع نتائج دراسة إسلام غلاب (٢٠١٦) (٣) أنه من أهم متطلبات تطبيق التجارة

الإلكترونية وجود قيادات إدارية تتعامل بكفاءة وفعالية مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مع قدرتها على الابتكار وإعادة هندسة الثقافة التنظيمية وصنع المعرفة، ولذا ينبغي تحديد أهداف ورغبات الإدارة بشكل صحيح، والتخطيط الفعال لاحتياجات النظام ومشاركة الإدارات الرئيسية في المنظمة في الإعداد والتصميم للنظام.

جدول (١٠) التكرارات والوسط الحسابي المرجح والوزن المئوي والترتيب لاستجابات عينة البحث على

متطلبات التجارة الإلكترونية (المتطلبات القانونية) (ن=٧٠)

الترتيب	الوزن المئوي %	الوسط الحسابي المرجح	الدرجة المقدرة	التكرارات			العبارات	م
				موافق	الى حد ما	غير موافق		
1	84.76%	2.54	178	44	20	6	يؤدي استخدام التجارة الإلكترونية إلى زيادة الثقة في التعاملات الإلكترونية.	١
5	50.48%	1.51	106	11	14	45	تتوفر في الأندية الرياضية خطط وآليات لحماية أمن المعلومات وسريتها.	٢
3	57.14%	1.71	120	11	28	31	تدعم الإدارة في الأندية سياسة تطبيق التجارة الإلكترونية.	٣
2	70.48%	2.11	148	27	24	19	يوجد لجنة تضع الخطط وتنفذ وتتابع تطبيق التجارة الإلكترونية.	٤
4	55.71%	1.67	117	12	23	35	تستعين الأندية الرياضية بالجهات الاستشارية المتخصصة في تطبيق التجارة الإلكترونية.	٥
				المجموع الكلي				
63.71%		1.91	133.8					

يتضح من الجدول (١٠) استجابات أفراد عينة البحث على جميع عبارات متطلبات التجارة الإلكترونية (المتطلبات القانونية) حصلت على المجموع الكلي للمحور في الدرجة المقدرة بقيمة (١٣٣.٨)، ومتوسط حسابي مرجح بقيمة (١.٩١)، ووزن مئوي بنسبة (٦٣.٧١%) مما يدل على أن واقع مدى توافر متطلبات التجارة الإلكترونية (القانونية) لدى عينة البحث جاء بدرجة متوسطة.

يرى الباحث الوصول الى التوافق بين مشروعات التطوير التشريعي وتعزيز بناء المؤسسات الرياضية على المستوى الدولي وتغيير أسلوب الادارة الذاتية للرياضة باتجاه المحاسبة والشفافية وملائمة ومسايرة الصياغة التشريعية في المجال الرياضي لجهود النهوض وتطوير الدولة بشكل عام وخاصة انه اصبحت أصول الصياغة القانونية مسألة حتمية في ظل العولمة والاتجاه الدولي الحالي في توحيد القوانين أصبحت كل دولة لا تستطيع أن تسن قوانينها بمعزل عن القوانين والاتفاقيات الدولية.

هذا يتفق مع نتائج دراسة إسلام غلاب إبراهيم (٢٠١٦) (٣) إلى وجود عدة معوقات وعقبات تقف في طريق الأندية الرياضية نحو تطبيق التجارة الإلكترونية منها ما يتعلق بالنادي الرياضي كضعف التمايز التنافسي بين الأندية الرياضية بما يتواءم مع حركة التجارة الإلكترونية. وضرورة إعادة صياغة

تشريعات وقوانين الأندية الرياضية بما يلبي تفعيل استخدام التجارة الإلكترونية في مجال التسويق الرياضي.

جدول (١١) التكرارات والوسط الحسابي المرجح والوزن المنوي والترتيب لاستجابات عينة البحث على متطلبات التجارة الإلكترونية (المتطلبات الفنية والتقنية) (ن=٧٠)

م	العبارات	التكرارات			الدرجة المقدره	الوسط الحسابي المرجح	الوزن المنوي %	الترتيب
		موافق	الى حد ما	غير موافق				
١	تتوفر النظم والبرامج اللازمة لتطبيق التجارة الإلكترونية الحديثة.	11	18	41	110	1.57	52.38%	5
٢	يوجد ربط بين المركز الرئيسي للأندية والفروع عن طريق شبكات الحاسب الآلي.	20	31	19	141	2.01	67.14%	3
٣	يوجد موقع إلكتروني فاعل للأندية على شبكة الانترنت.	26	27	17	149	2.13	70.95%	1
٤	إمكانية أداء العمل عبر شبكة المعلومات الخاصة بالأندية الرياضية .	27	19	24	143	2.04	68.10%	2
٥	يوجد ربط إلكتروني ما بين دوائر وأقسام الأندية المختلفة.	16	23	31	125	1.79	59.52%	4
المجموع الكلي					١٣٣.٦	1.91	63.62%	

يتضح من الجدول (١١) استجابات أفراد عينة البحث على جميع عبارات متطلبات التجارة الإلكترونية (المتطلبات الفنية والتقنية) حصلت على المجموع الكلي للمحور في الدرجة المقدره بقيمة (١٣٣.٦)، ومتوسط حسابي مرجح بقيمة (١.٩١)، ووزن منوي بنسبة (٦٣.٦٢%) مما يدل على أن واقع مدى توافر متطلبات التجارة الإلكترونية (الفنية والتقنية) لدى عينة البحث جاء بدرجة متوسطة.

يرى الباحث أن توافر المتطلبات الفنية والتقنية في الأندية بمستوى متوسط نظراً لضعف الخطط وآليات الحماية لأمن المعلومات وسريتها، والاستعانة بالجهات الاستشارية المتخصصة في تطبيق متطلبات التجارة الإلكترونية في بعض الاوقات، وعدم تحديث النظم والبرامج اللازمة لتطبيق التجارة الإلكترونية، وعدم الربط بين المركز الرئيسي للأندية وبعض الفروع عن طريق شبكات الحاسب الآلي. هذا يتفق مع نتائج دراسة Alam, et.al (2011) (١١) على عدم رضا عن الخدمات المقدمة من خلال برنامج الحكومة الإلكترونية، والبيئة غير الامنة، وأن هناك ضعف في البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

كما يتفق مع نتائج دراسة أحمد رمضان توفيق (٢٠١٩) (١) على ضرورة توافر وسيلة تقنية لمواكبة التجارة الإلكترونية عن طريق مجموعة المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية إلكترونية والتي تتم بإستعمال الوثائق الإلكترونية.

جدول (١٢) الوسط الحسابي المرجح والوزن المئوي والترتيب لاستجابات عينة البحث على عبارات متطلبات التجارة الإلكترونية
ن = ٧٠

م	أسم المحور	الدرجة المقدرة	الوسط الحسابي المرجح	الوزن المئوي %	الترتيب
١	المتطلبات البشرية	135	1.93	64.29%	١
٢	المتطلبات المالية	124.3	1.78	59.21%	٥
٣	المتطلبات الادارية	126	1.80	٦٠%	٤
٤	المتطلبات القانونية	133.8	1.91	63.71%	2
٥	المتطلبات الفنية والتقنية	١٣٣.٦	1.91	63.62%	3
	المجموع الكلي	١٣٠.٥	1.87	62.17%	

يتضح من الجدول (١٢) استجابات أفراد عينة البحث على جميع ابعاد متطلبات التجارة الإلكترونية حيث حصلت على المجموع الكلي للمحور في الدرجة المقدرة بقيمة (١٣٠.٥)، ووسط حسابي مرجح بقيمة (١.٨٧)، ووزن مئوي بنسبة (٦٢.١%) مما يدل على أن واقع مدى توافر متطلبات التجارة الإلكترونية (البشرية- المالية- الادارية- القانونية- الفنية والتقنية) لدى عينة البحث جاء بدرجة متوسطة.

كما يتضح من الجدول (١١) ان واقع المتطلبات البشرية اللازمة للتجارة الإلكترونية لتطوير النشاط الرياضي من وجهة نظر الاخصائيين الرياضيين جاءت في الترتيب الاول بدرجة متوسطة بوزن نسبي بقيمة (٦٤.٢%)، والمتطلبات القانونية في الترتيب الثاني على وزن نسبي بقيمة (٦٣.٧%)، والمتطلبات الفنية والتقنية في الترتيب الثالث على وزن نسبي بقيمة (٦٣.٦%)، والمتطلبات الادارية في الترتيب الرابع على وزن نسبي بقيمة (60%)، والمتطلبات المالية في الترتيب الخامس على وزن نسبي بقيمة (٥٩.٢%). وهذا يتفق مع دراسة أحمد رمضان توفيق (٢٠١٩) (١) أن هناك معوقات (المالية، الادارية، البشرية، التقنية، القانونية) للإدارة الإلكترونية بكلية التربية الرياضية للبنين جامعة حلوان ووضع آليات تمكن الكلية من تطبيق الادارة الالكترونية بها والتوصل إلي بعض المساهمات التي تستفيد منها الكلية عند التطبيق.

وبهذا يتم الاجابة على التساؤل الاول والذي ينص على ما مدى توافر متطلبات الإدارة الإلكترونية (البشرية، المالية، الإدارية، القانونية، الفنية والتقنية) في الاندية الرياضية؟
٩/ الاستنتاجات والتوصيات

٩/١ الاستنتاجات: في ضوء نتائج الدراسة توصل الباحث إلى الاستنتاجات التالية :

١- المتطلبات البشرية :

- توافر المتطلبات البشرية لتطبيق متطلبات التجارة الالكترونية بالاندية الرياضية بدرجة متوسطة.
 - عدم وضع خطط لتدريب وتأهيل العاملين على استخدام تكنولوجيا المعلومات.
 - ٢- المتطلبات المالية :
 - توافر المتطلبات المالية اللازمة لتطبيق متطلبات التجارة الالكترونية بالاندية الرياضية بدرجة ضعيفة.
 - يتوفر فى الاندية المخصصات المالية اللازمة لصيانة الاجهزة الإلكترونية فقط.
 - ٣- المتطلبات الادارية :
 - توافر المتطلبات الادارية لتطبيق متطلبات التجارة الالكترونية بالاندية الرياضية بدرجة ضعيفة.
 - عدم تواجد مرونة فى الأنظمة الإدارية تجاه تطبيق متطلبات التجارة الإلكترونية.
 - ٤- المتطلبات القانونية :
 - توافر المتطلبات القانونية لتطبيق متطلبات التجارة الالكترونية بالاندية الرياضية بدرجة متوسطة.
 - عدم توافر فى الاندية خطط وآليات لحماية أمن المعلومات وسريتها.
 - ٥- المتطلبات الفنية والتقنية:
 - توافر المتطلبات الفنية والتقنية لتطبيق متطلبات التجارة الالكترونية بالاندية الرياضية بدرجة متوسطة.
 - ضعف القيادة التحويلية داخل إدارات النشاط الرياضى بالاندية والتي تقوم بعملية التجارة الإلكترونية.
 - عدم ربط إستراتيجية النشاط الرياضى بإستراتيجية التجارة الإلكترونية داخل الاندية.
 - وجود معوقات وتحديات كثيرة تواجه عملية التجارة الإلكترونية داخل إدارات الاندية.
- ٢/٩ التوصيات:
- في ضوء النتائج والبيانات التي توصل إليه الباحث وبناء على الاستنتاجات يوصي الباحث بما يلي:
- ١- ضرورة الانتقال نحو التجارة الإلكترونية داخل الاندية الرياضية، نظراً لأهميتها في رفع مستويات الأداء، وتعزيز كفاءة العمل الإداري.
 - ٢- وضع استراتيجية للتجارة الالكترونية داخل الاندية تتناسب مع رؤيتها واهدافها وامكانياتها.
 - ٣- ضرورة توفير المتطلبات (البشرية - المالية - الادارية - القانونية - التقنية والفنية) للتحويل للتجارة الإلكترونية.
 - ٤- إعداد وتدريب وصقل الاخصائيين الرياضيين نحو كيفية استخدام التجارة الالكترونية والاستفادة منه.
 - ٥- توفير الادوات والاجهزة التكنولوجية التي تساعد الموارد البشرية على القيام بعملية التجارة الالكترونية داخل إدارات النشاط الرياضى بالاتحاد.
 - ٦- الاستعانة بخبراء مختصين فى مجال التجارة الالكترونية وتدريب القائمين عليها.
 - ٧- دراسة البيئة المحلية والعالمية قبل وضع استراتيجيات لعمليات التجارة الالكترونية.

١٠ / قائمة المراجع

- المراجع العربية :

- ١- أحمد رمضان توفيق (٢٠١٩): "نموذج مقترح للعقود الإلكترونية في المجال الرياضي بجمهورية مصر العربية"، بحث منشور، المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة، ج ١، ع ٨٨، كلية التربية الرياضية الهرم، جامعة حلوان.
- ٢- أحمد عبد الله العوضي (٢٠١٠): "العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية"، بحث منشور، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد ٦، الكويت.
- ٣- إسلام غلاب إبراهيم (٢٠١٦): معوقات التجارة الإلكترونية في مجال التسويق الرياضي في بعض الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية، بحث منشور، المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة، ع ٧٦، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان.
- ٤- ايهاب حسن علي الإيباري (٢٠١٠): بدراسة عنوانها "تقويم إستراتيجية المجلس القومي للرياضة" رساله ماجستير غير منشوره ، كليه تربيه رياضيه للبنين ، جامعه حلوان ، القاهره.
- ٥- رباب محمد السيد محمد (٢٠١٢م) : اخطار التجارة الالكترونية / دراسة تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة المنصورة.
- ٦- محمد سعيد أحمد (٢٠٠٥) : "أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الالكترونية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة عين شمس.
- ٧- محمد عادل حمد الكبيسي (٢٠١٢م) : "اثر التخطيط الاستراتيجي في تبني التجارة الالكترونية علي الحصه السوقية (دراسة تطبيقية علي شركات البرمجيات المتبنية للتجارة الالكترونية في الاردن)"، رسالة ماجستير، كلية الاعمال، قسم الاعمال الالكترونية، جامعة الشرق الأوسط.
- ٨- محمد علي البنان (٢٠٠٦م): "العقود الالكترونية"، مجلة عقود التجارة الدولية مقدمة في ندوة إدارة عقود التجارة الدولية المنعقدة في القاهرة برعاية جامعة الدول العربية ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
- ٩- محمود أحمد رضوان (٢٠١٣م) : الإدارة الإلكترونية وتطبيقاتها الوظيفية، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، مصر.
- ١٠- مي محفوظ محمد مصطفى (٢٠١٤): اتجاهات الجمهور المصري نحو التجارة الالكترونية دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الاداب ، قسم علوم الاتصال والاعلام، جامعة عين شمس.

- المراجع الاجنبية :

- 11- Alam, S. Ali, Y. Jani, F. (2011), "An Empirical Study of Factors Affecting Electronic Commerce Adoption among SMEs in Malaysia", Journal of Business Economics and Management, Volume 12.
- 12- David, G Laursen (٢٠٠٦) : Optimizing Training Programs And Maximizing Purance In Highiy Highiy Trained Athletes . Sport Medicine.
- 13- Mahan, J.E. (2011): Examining the Predictors of Consumer Response to Sport Marketing via Digital Social Media, International Journal of Sport Management and Marketing,.
- 14- Ratten. V., Ratten. H. (2011): International Sport Marketing Practical And Future Research Implications, Journal Of Business And Industrial Marketing,.

ملخص البحث

مدى توافر متطلبات تطبيق التجارة الإلكترونية بالمجال التسويقي في الأندية الرياضية المصرية

أ.د/ أحمد السيد محمود متولي

أ.م.د/ أحمد رمضان توفيق محمد

الباحث/ محمود محمد ماجد ابو زيد

يهدف هذا البحث وبصورة اساسية إلى التعرف على مدى توافر متطلبات تطبيق التجارة الإلكترونية في المجال التسويقي ببعض الأندية الرياضية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي، وقام الباحث باختيار عينة البحث بالطريقة العمدية من مجتمع البحث التي بلغ حجمها (٨٥) فرد، وبلغ حجم العينة الأساسية (٧٠) فرد في حين بلغ حجم العينة الاستطلاعية (١٥) فرد تم اختيارهم من داخل مجتمع البحث ومن خارج العينة الأساسية للبحث، وكانت اهم نتائج البحث أن التجارة الإلكترونية لها أثر هام في تطوير النشاط التسويقي بالاندية الرياضية وتوافر المتطلبات البشرية والقانونية والفنية والتقنية بدرجة متوسطة، وتوافر المتطلبات المالية والادارية بدرجة ضعيفة اللازمة لتطبيق الادارة الالكترونية، ويوصى البحث ضرورة الانتقال نحو التجارة الإلكترونية داخل ادارة النشاط التسويقي بالاندية الرياضية نظراً لأهميتها في رفع مستويات الأداء، وتعزيز كفاءة العمل الإداري.

Abstract**Requirements for applying e-commerce in the field of marketing in Egyptian sports clubs****Prof. Ahmed Al-Sayed Mahmoud Metwally****Dr. Ahmed Ramadan Tawfiq Mohamed****Researcher. Mahmoud Mohamed Majed Abu Zaid**

This research mainly aims to identify the role of electronic administration in developing sports activity in the Sports Federation for Mental Disabilities. The researcher used the descriptive approach, and the researcher selected the research sample by the intentional method from the research community, which amounted to (85) sports specialists. The size of the basic sample was (70) sports specialists, while the size of the exploratory sample was (15) sports specialists who were chosen from within the research community and outside the basic sample of the research. The most important results of the research were that electronic management has an important impact on the development of sports activity in the Sports Federation for Mental Disabilities, the availability of human, legal, technical and technical requirements to a medium degree, and the availability of financial and administrative requirements to a weak degree necessary to apply electronic management to sports activity in the Sports Federation for Mental Disabilities. The research recommends the need to move towards electronic management within the General Administration of Youth Welfare, given its importance in raising performance levels and enhancing the efficiency of administrative work.