

خطة مقترحة للتسويق الالكتروني لبعض أنشطة اتحاد كرة القدم بدولة الكويت

الدكتور/ محمد خليل العلي

استاذ مشارك بقسم التربية البدنية- كلية التربية
الاساسية- الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب-
دولة الكويت

مقدمة وأهمية البحث:

إن الإدارة الحديثة تلعب دوراً حيوياً في توجيه المؤسسات والمنظمات على اختلاف مجالاتها وتخصصاتها، فأصبح لزاماً عليها أن تتميز بالقدرة على التكيف مع التغير المستمر والتطور المتنامي في مختلف مجالات الحياة وذلك من خلال اكتسابها لأنماط تنظيمية مرنة ومتداخلة معتمدة في ذلك على الأساليب العلمية في التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة بما يتناسب مع طبيعة العمل والأدوار التي تؤديها.

إن تحقيق التنمية بشتى أشكالها هو أحد الأهداف الأساسية في كل مجتمع من المجتمعات، غير أن تحقيق التنمية لا يمكن أن تتم بمعزل عن القيام بالاستثمارات في شتى الميادين ولذلك فإن تنمية أي قطاع من يتم من خلال توجيه الاستثمارات إلى ذلك القطاع وتقديم التسهيلات كافة التي من شأنها الإنفاق وحشد الأموال في هذا القطاع لتأمين الاحتياجات الاستثمارية اللازمة للعمل في هذا القطاع فيرتفع من جراء ذلك أدائه عوائده ويشهد تطوراً في خدماته ومنتجاته كما ونوعاً . (26 - 27)

ويعد موضوع التسويق الالكتروني من الموضوعات الهامة خاصة مع تسارع معدلات التغيير في بيئة الأعمال وزيادة حدة المنافسة بين المنظمات ازدادت أهمية هذا الموضوع بوصفه أحد الخيارات التي تلجأ إليها المنظمة للتكيف والتلائم مع متطلبات المنافسة والتغيير.

الى الاستثمار بمفهوم العام يعنى توظيف الأموال فى الموجودات المختلفة الثابته والمتداولة والموجودات الأخرى , بينما ينظر إليها (Mantra & Gasmen) على أنه إيداع مقدار من الأموال فى الوقت الحاضر فى إطار التوقع بالحصول على مقدار أكبر منه فى المستقبل. (32 - 52)

ويعد المفهوم الذى تبنته الموسوعة العلمية والعملية للبنوك الإسلامية للاستثمار بأنه توظيف النقود لأى أجل من أصول وذلك للمحافظة على رأس المال أو تنميته وسواء كان ذلك بأرباح أو رأسمالية مادية أو معنوية . (21 - 32)

ويلاحظ الباحث من العرض السابق لمفهوم الاستثمار إنه يتطوى على تعظيم المنفعة أو زيادة الموارد وذلك فى عمل معين أو نشاط ما وهذا سينتج خدمة تقوم بسد إحتياجات المستفيدين من خدمات المنظمة .

كما تتعدد التعاريف الموضحة لمفهوم الاستثمار، وبالرغم من ذلك فهي تشترك بالعديد من الصفات والمظاهر الدالة لمفهوم الاستثمار :-

ويرى الباحث من خلال التعريفات السابقة ان الاستثمار هو شراء أو استئجار أصل ما ينتج عن تشغيله أو بيعه تدفقات نقدية داخله تفوق التدفقات الخارجية في سبيل تشغيل أو اقتناء ذلك الأصل بما يمكن من استرداد المال خلال فترة الاستثمار المخطط ، وبما يحقق معدل عائد مطلوب مناسب لدرجة الخطر المصاحب لهذا الاستثمار كما يمكن ان نستنتج ان للاستثمار عنصرين رئيسيين هما العائد والمخاطرة ويختلف مقدار العائد ودرجة تحمل المخاطرة من فرد لآخر ومن منظمة لأخرى .

إما عن أهداف الاستثمار في المؤسسات الرياضية هو زيادة رأس المال للمؤسسات الرياضية عن طريق توظيف رأس المال من خلال المؤسسات الرياضية عن طريق الأنشطة الرياضية المختلفة ما يتيح تبادل المنفعة بين المستثمرين لاستثمار أموالهم وبين المؤسسات الرياضية المختلفة لاستثمار إمكاناتهم المادية والبشرية اللازمة للأنشطة الرياضية وهي تحقيق العائد أو الربح المادي عن طريق المشروعات المختلفة في مجالات التربية البدنية والرياضية - المحافظه على قيمه الأصول أو المحافظه على قيمة رأس المال الأصلي للمستثمر في المشروع - ضمان السيولة النقدية اللازمه من الأهداف الأخرى للمستثمر لتغطية متطلبات العمل وعملية الإنتاج وتغطية حالات الطوارئ (8 - 21 , 22)

وتعتبر البيئه المحيطة بالمنظمات بالتغير الدائم ، تتسم بعدم الاستقرار واشتداد حدة المنافسة من ناحية وإرتفاع الدعوات لضرورة قيام المنظمات عامة والبنوك خاصة بتطوير هياكلها ، وأنظمتها وأساليب إدارتها وأنشطتها وتحسينها . حيث شهدت السنوات الأخيرة إهتماماً متزايداً بمجال ريادة الأعمال كأسلوب تطويري للمنظمات بسبب النتائج التي تساعد في تحقيقها والأدوار التي تمارسها فأصبح أمر إدراكها وتوظيفها والتأسيس لها ضرورة لا اختياراً أمام مختلف المنظمات، بغض النظر عن طبيعتها أو حجمها أو حتى مكان عملها وهو ما ينطبق على المؤسسات الرياضية . (2 - 11)

وقد أشار العديد من الباحث إلى أن التسويق الإلكتروني هي إحدى أشكال النشاط الإنساني المتواصل الذي يقع على إحدى نهاياته تلك الأنشطة الإبداعية فيم يقع على طرف النهاية الأخرى الروتين بشكله الطبيعي ، في حين تعتبر الوظيفية الريادية إحدى وأهم القوى الرئيسة المحركة لاقتصاد السوق . (41 - 6) وتعد ريادة الأعمال بأنها " عملية إنشاء المنظمة الاقتصادية المبتكرة أو شبكة المنظمات الهادفة إلى الربح أو النمو والعامله ضمن ظروف المخاطرة وحالات عدم التأكد . (47 - 7)

ويتضح من الافتراضات أن المنظمة الريادية هي منظمة تعمل بطريقة ريادية تستطيع تحقيق نمو في أعمالها من خلال التأكيد على عمليات تعزيز سلوك الأفراد الريادي داخلها . حيث تأخذ بعين الاعتبار مبادرات الأفراد العاملين ضمن مستويات إدارية أقل من العليا واستقبالها بل وتشجيعهم على

توليدها، ومنحهم الحرية الكافية لمتابعة فرص أعمال جديدة ومتنوعة ومجدية دون أن يمنع أو يحد من ذلك
كخوف أو لوم أو خسارة ما مع ضرورة مكافأتهم مقابل ذلك. (2 - 40 ، 41)

ولقد شهدت السنوات الأخيرة تطورات هائلة أصبحت تلقي بتحديات ضخمة أمام التسويق مع
بداية الألفية الجديدة لعل من أبرزها التطورات التكنولوجية سواء على مستوى الأسواق أو فنون الإنتاج أو
وسائل الاتصال بالعملاء. (1: 33)

فأصبح للتكنولوجيا تأثير هائل علي الطريقة التي يقوم بها رجال الإدارة والتسويق الرياضي بتطوير
إستراتيجياتهم للوصول إلي مختلف المجموعات المستهدفة، حيث مكنت تكنولوجيا الأقمار الصناعية
والفضائيات الجديدة رجال الإدارة والتسويق في الرياضات التي تتمتع بمعدلات مشاهدة عالية من الوصول
إلي السوق الرياضي العالمي عبر ما لديهم من تسجيلات صوتية ومرئية محسنة، وقائمة وسائل التكنولوجيا
الحديثة في المجال الرياضي كبيرة وممتدة، والتي ظهر منها حديثاً في نهايات القرن الماضي شبكة الإنترنت
التي أصبح ينظر إليها المشجعون المتحمسين للرياضة علي أنها تكنولوجيا مبدعة جديدة خلقت لهم الفرص
للتواصل مع رياضتهم المحببة. (5: 413)

وتحتاج الهيئات الرياضية علي وجه الخصوص إلي التعرف علي الطرق المتنوعة لاستخدام
الإنترنت في جني المزايا التنافسية لتلك الهيئات ودراسة كل فرع من فروع المستفيدين بهدف فهم واستيعاب
القوة التنافسية للإنترنت بشكل واضح. (12: 213)

وهذا الفهم والاستيعاب يؤثر في اختيار إستراتيجيات الهيئات الرياضية لدخول الإنترنت، حيث يعتبر
جمع العائد المادي هو الهدف الرئيسي لهذه الهيئات غير أن الأهداف المرتبطة بخلق القيمة داخل السوق
الرياضي هي بقاء المستفيدين علي علم بالأحداث والتي تعد نقطة هامة جداً في بنية الأعمال التجارية
المحترفة في المجال الرياضي وهو ما يمكن تحقيقه عبر شبكة الإنترنت بشكل مثالي.
فالإنترنت يقدم فرص مباشرة للتفاعل بين المستهلك والمنظمة الرياضية دون الحاجة للمرور علي وسيط أو منفذ
بيع للتجزئة أو متجر كبير، هذا بالطبع يقلل أو يحد من قيام المنظمة الرياضية بدفع عمولات أو مكافآت
للسطاء ويزيد من العائد الذي تحصل عليه المنظمة الرياضية، بالإضافة إلي أنها تتمكن من تحديد معدل
المبيعات وحجم الطلب عليها وزيادة الإيرادات التسويقية نظراً للزيادة المطردة في عدد مستخدمي الإنترنت ، لذا
فإن الجهات التي تلعب دور الوسيط قد تتجاهل الإنترنت حتى لا تتضرر عمولاتها داخل السوق الرياضي.
(13: 44)

حيث أن الهيئات والمنظمات الرياضية تستطيع جمع مزايا تنافسية من مصدر هام وهو جمع المعلومات ، التواصل لزيادة الوعي بملكاتهم الفكرية، لذا يعتبر الإنترنت أداة ديناميكية خلقت العديد من الطرق التي تتمكن بها الهيئات الرياضية من تحسين مستواها التنظيمي من خلال عمليات تصنيف وجمع وتخزين المعلومات بشكل إلكتروني عن كلا من الرياضيين، الأنشطة العملية والتجارية المرتبطة بصفة خاصة بالمشجعين والمساندين، حيث تعد تلك العمليات في حراك ونمو مستمر. (7: 8)

لذا نجد أن معظم الاتحاد الرياضية الكويتية الآن لديها حضور قوي علي شبكة الإنترنت مثل اتحاد السباحة والغوص والتجديف... الخ، كذلك مواقع إلكترونية مصممة لأغراض متنوعة، حيث صارت تلك المواقع تمثل إطار مهم لتوزيع رسائل إدارة مجتمع المنظمة، بالإضافة إلي استخدامها في العديد من الأغراض المرتبطة بتطوير جهود العلاقات العامة مع الجمهور المستهدف. (11: 111)

وتمشيا مع نهج الدولة السياسي والاقتصادي الهادف إلى تقوية الاقتصاد الكويتي ودفع عجلة القطاع العام وتنوع مصادر الدخل وترشيد الإنفاق الجاري على الأنشطة والخدمات الترويجية والإدارية المختلفة ومن بينها مؤسسات النشاط الرياضي وخاصة الاتحاد الرياضية لما لها من مردود اقتصادي واجتماعي وسياسي ويرى الباحث إن نطاق الإبداع والابتكار والريادة غير محدود من حيث المكان وغير محدود من حيث الزمان وغير محدود من حيث الفئات ، والرغبة والقدرة على الإبداع والابتكار والريادة ليست قاصرة على مكان دون مكان أو زمن دون زمن ، وليست قاصرة على فئة دون غيرها ، وهذا ما يؤكد أهمية وضرة أن يتم التعامل مع التسويق الإلكتروني والريادة كمنظومة متكاملة تتطلب بيئة محفزة داعمة تغلب على المعوقات التعقد تواجه الاستثمار في الاتحاد الرياضية ومنها اتحاد كرة القدم الكويتي وهذا ما دفع الباحث الى القيام بهذه الدراسة.

هدف البحث:

يهدف هذا البحث الي وضع خطة مقترحة للتسويق الإلكتروني لبعض أنشطة اتحاد كرة القدم بدولة الكويت وذلك من خلال التعرف علي:-

1. قاعدة المعلومات اللازمة لتسويق ببعض أنشطة اتحاد كرة القدم بدولة الكويت الكترونيا.
2. إنشاء صفحة الكترونية لتسويق بعض أنشطة اتحاد كرة القدم بدولة الكويت.

تساؤلات البحث:

تسعى هذه الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

1- ما محتوى قاعدة المعلومات اللازمة لتسويق ببعض أنشطة اتحاد كرة القدم بدولة الكويت
الالكترونيا؟

2- ما شكل ومحتوي الصفحة الالكترونية المقترحة لتسويق بعض أنشطة اتحاد كرة القدم بدولة
الكويت ؟

المصطلحات المستخدمة في البحث:

التسويق الالكتروني: Electronic Marketing

هو تعامل تجاري قائم على تفاعل أطراف التبادل إلكترونياً بدلاً من الاتصال المادي المباشر أو
هو عملية بيع وشراء السلع والخدمات عبر شبكة الإنترنت. (2: 3)

قاعدة المعلومات: Information Base

هي مجموعة بيانات ومعلومات عالية الهيكلية مرتبة ومنظمة في جداول حتى يمكن استخدامها
وبرمجتها وفق أسس وتقنيات محددة وذلك لإتاحة نشرها عبر الإنترنت، وتمكين المستخدمين من البحث
المتعدد الأشكال واستخراج وعرض النتائج حسب رغبة المستخدم وبسهولة. (22: 1)

برنامج تصميم صفحات الانترنت: Microsoft FrontPage

هو برنامج من ضمن مجموعة برامج المكتب Microsoft office ، وهو برنامج لتصميم
صفحات الإنترنت وقد صمم بطريقة سهلة تجعل من المستخدم يتعامل مع صفحات الإنترنت بكل سهولة
ومرونة وهو أساساً يعتمد على لغة HTML. (21: 1)

إجراءات البحث:

منهج البحث:

استخدم الباحث المنهج الوصفي وذلك لملاءمته لتحقيق أهداف البحث ومناسبته لطبيعة إجراءاته.

مجتمع البحث:

يمثل مجتمع هذا البحث ثلاثة فئات مختلفة هي:

1- أعضاء مجالس إدارات الاتحاد الكويتي لكرة القدم وأعضاء اللجان الفنية إدارات الاتحاد الكويتي لكرة
القدم

2- العملاء المتمثلين في:-

أ- اللاعبين، المدربين، الحكام، الإداريون.

3- الخبراء المتخصصين في مجال الإدارة الرياضية وكرة القدم.

عينة البحث:

تم اختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية الطبقية بحيث تشكل عدداً مقبولاً لتمثيل مجتمع الدراسة، وقد استلزم ذلك توزيع عينة الدراسة الميدانية طبقاً لأهداف الدراسة والأدوات المستخدمة في جمع البيانات، ويوضح الجدول (1) توزيع هذه العينة كالتالي:

جدول (1)
توزيع العينة

المجموع	الخبراء		العملاء			الإدارة العليا		العينة	الاستمارة
	في الحاسب الآلي	في الإدارة والرياضات وكرة القدم	مدرب	حكم	لاعب	أعضاء اللجان الفنية	مجالس الإدارات		
106	-	-	-	-	-	77	29	القائمين علي العمل	106
370	-	-	89	117	164	-	-	العملاء	370
15	5	10	-	-	-	-	-	تصميم قاعدة المعلومات	15
15	5	10	-	-	-	-	-	إنشاء الموقع الإلكتروني	15

يتضح من الجدول السابق أن عينة البحث موزعة تبعاً للأداة المستخدمة في تطبيق الدراسة الميدانية وهي استمارات الاستقصاء فكانت كالتالي:

أدوات جمع البيانات:

لجمع البيانات الخاصة بالبحث قام الباحث بتصميم استبيانات استبيانات بياناها كالتالي :-

استبيان تصميم قاعدة البيانات:-

قام الباحث بتصميم استمارة استبيان بهدف التعرف علي الابعاد اللازمة لتصميم قاعدة المعلومات اللازمة لتسويق بعض أنشطة الاتحاد الكويتي لكرة القدم الكترونيا وقد قام الباحث بتطبيق الاستبيان علي أساتذة وخبراء كرة القدم والإدارة الرياضية بكليات التربية الرياضية بالوطن العربي.

استبيان انشاء الموقع الإلكتروني:-

قام الباحث بتصميم استمارة استبيان بهدف التعرف علي المكونات و المحتويات الواجب توافرها لإنشاء موقع الكتروني لتسويق بعض أنشطة الاتحاد الكويتي لكرة القدم وقد قام الباحث بتطبيق الاستبيان علي أساتذة وخبراء كرة القدم والإدارة بكليات التربية الرياضية والحاسب الآلي وتصميم الصفحات الإلكترونية بدوة الكويت.

وقد تم تصميم هذه الاستمارات في ضوء أهداف البحث والغرض منه وذلك من خلال بعض الخطوات.

تطبيق الاستبيان:

بعد إتمام المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان الخاص بالتعرف علي الواقع الحالي لتسويق أنشطة الاتحاد الكويتي لكرة القدم بدولة الكويت (العملاء) ، تم تطبيق الاستبيان على عينة البحث وعددهم (370) وتوزيعهم وتم التطبيق خلال الفترة من 23 / 5 / 2022 إلى 29 / 5 / 2022.

الاستبيان الخاص بتصميم قاعدة المعلومات اللازمة لتسويق بعض أنشطة اتحاد كرة القدم بدولة الكويت الإلكتروني:-

تصميم الاستبيان:-

في ضوء نتائج التحليل المرجعي وإطلاع الباحث على السجلات والنماذج الورقية والتقارير واللوائح المستخدمة والتي تحدد نظام العمل الإداري في اتحاد كرة القدم للتعرف علي متطلبات العمل الإداري والاجراءات الادارية ونظام العمل اليدوي لتسجيل وحفظ البيانات وطرق الحصول علي المعلومات بهذه الاتحاد قام الباحث بتصميم استمارة استبيان لتصميم قاعدة المعلومات اللازمة لتسويق بعض أنشطة اتحاد كرة القدم بدولة الكويت الكترونيا.

تطبيق الاستبيان:

بعد أن أعد الباحث الاستبيان في صورته النهائية وقام الباحث بتطبيق الاستبيان على عينة البحث وجدول رقم (1) يوضح توصيف هذه العينة، وكانت الإجابة على الاستبيان وفقاً لميزان تقدير ثلاثي (نعم - إلى حد ما - لا) .

استبيان إنشاء صفحة الكترونية لتسويق بعض أنشطة اتحاد كرة القدم:-

تصميم الاستبيان:

في ضوء إطلاع الباحث على بعض المراجع والدراسات السابقة ، تضمن الاستبيان شكل ومحتوي الصفحة الكترونية اللازمة لتسويق بعض أنشطة اتحاد كرة القدم.

2تطبيق الاستبيان:

بعد أن أعد الباحث الاستبيان في صورته النهائية قام الباحث بتطبيق الاستبيان على عينة البحث وجدول رقم (1) يوضح توصيف هذه العينة، وكانت الإجابة على الاستبيان وفقاً لميزان تقدير ثلاثي (موافق - موافق إلى حد ما - غير موافق).

المعالجة الإحصائية

تحقيقاً لأهداف البحث وتمشياً مع اجراءته قام الباحث الاستعانة بالأساليب الإحصائية التالية:

- النسبة المئوية.
- معامل ثبات ألفا
- المتوسط الترجيحي.
- الوزن النسبي.
- معامل الارتباط
- الانحراف المعياري.

عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها

التساؤل الاول

ما محتوى قاعدة المعلومات اللازمة لتسويق بعض أنشطة اتحاد كرة القدم بالكويت الكترونيا؟ وللاجابة علي التساؤل الاول قام الباحث بتصميم استمارة استبيان بهدف التعرف علي محتوى قاعدة المعلومات اللازمة لتسويق بعض أنشطة اتحاد كرة القدم بدولة الكويت الكترونيا. الاستبيان الخاص بالتعرف علي محتوى قاعدة المعلومات اللازمة لتسويق بعض أنشطة اتحاد كرة القدم الكترونيا.

يتكون الاستبيان من محورين رئيسيين ويندرج من كل محور محاور فرعية وكل محور فرعي يضم عدة بيانات ، فيما يلي عرض لمحاور لمحتويات قاعدة المعلومات المقترحة قيد البحث والتي قام الباحث بتصميمها وانشاؤها وقد قام الباحث بعرض محتويات هذا الاستبيان علي الخبراء وارتضى الباحث العبارات التي حققت نسبة أكبر من 75% من الآراء، وسوف يتم عرض ومناقشة النتائج الخاصة بكل محور علي حدي حيث استخدمت الباحث النسبة المئوية كاسلوب احصائي للتعرف علي محتوى قاعدة المعلومات اللازمة لتسويق بعض أنشطة اتحاد كرة القدم الكترونيا.

المحور الاول:- البيانات الخاصة بالاتحاد

جدول (2)

آراء عينة البحث في بيانات مجلس الإدارة (ن = 15)

م	البيان	موافق	غير موافق	%
1	تاريخ بداية المجلس	12	3	80
2	تاريخ انتهاء المجلس	12	3	80
3	عدد اعضاء المجلس	14	1	93.3
4	اسماء اعضاء المجلس	14	1	93.3
5	الاعضاء المنتخبين	13	2	86.6
6	الاعضاء المعينين	13	2	86.6

جدول (3)

آراء عينة البحث في بيانات محاضر مجلس الإدارة (ن = 15)

م	البيان	موافق	غير موافق	%
1	تاريخ الجلسة	12	3	80
2	رقم الجلسة	12	3	80
3	عنوان الموضوع	14	1	93.3
4	مخلص الموضوع	13	2	86.6
5	الجهة التابع لها الموضوع والموصية باتخاذ القرار	14	1	93.3
6	القرار المتخذ بشأن الموضوع المعروض	13	2	86.6
7	متخذ القرار (مجلس الإدارة / مكتب تنفيذي)	12	3	80
8	نوع الاجتماع (عادي - طارئ - مستمر)	13	2	86.6
9	بيان حضور الجلسات	12	3	80
10	متابعة الموضوع	14	1	93.3

جدول (4)

آراء عينة البحث في بيانات اعضاء مجلس الإدارة (ن = 15)

م	البيان	موافق	غير موافق	%
1	اسم العضو رباعي باللغة العربية	13	2	86.6
2	الصفة بمجلس الادارة	12	3	80
3	رقم العضوية	13	2	86.6

86.6	2	13	صورة العضو	4
93.3	1	14	النوع (ذكر - أنثي)	5
86.6	2	13	تاريخ الميلاد	6
80	3	12	الجنسية	7
86.6	2	13	الحالة الاجتماعية (أعزب - متزوج - مطلق - أرمل)	8
80	3	12	الرقم القومي	9
93.3	1	14	المؤهل الدراسي	10
86.6	2	13	وظيفة العضو	11
80	3	12	عنوان العمل	12
80	3	12	رقم تليفون العمل	13
93.3	1	14	حالة حضور الجمعية العمومية	14
86.6	2	13	عنوان المنزل	15
93.3	1	14	رقم تليفون المنزل - المحمول	16

جدول (5)

آراء عينة البحث في بيانات المناطق التابعة للاتحاد (ن = 15)

م	البيان	موافق	غير موافق	%
1	اسم اللجنة	14	1	93.3
2	رقم تليفون اللجنة	12	3	80
3	فاكس اللجنة	14	1	93.3
4	عنوان اللجنة	13	2	86.6
5	الموقع الالكتروني للمنطقة	14	1	93.3
6	اسم رئيس مجلس إدارة اللجنة	13	2	86.6
7	المسئول التنفيذي (مدير عام اللجنة / سكرتير اللجنة)	12	3	80
8	جدول السباقات والبطولات (اللجنة)	13	2	86.6

يتضح من جدول رقم (2)(3)(4) ان النسبة المئوية للبيانات الخاصة بمجلس الادارة، محاضر مجلس الادارة، اعضاء مجلس الادارة، الافرع التابعة للاتحاد وفقا لآراء عينة البحث كانت دالة احصائيا مما يحتم تواجدها ضمن قاعدة البيانات اللازمة لتسويق بعض أنشطة اتحاد كرة القدم بدولة الكويت إلكترونيا.

حيث تشير دراسة kikulis-lisa-margret (1992) ان ابعاد عملية اتخاذ القرار هي نتيجة للخطوط الرئيسية التي جعلت مستويات القرارات متداخلة في التركيز لاتخاذ العديد من القرارات وهي عملية هامة عند اتخاذ القرارات الخاصة بالهيكل التنظيمي والتي تؤثر علي المنظمات القومية الرياضية المختلفة. كما تشير دراسة هشام مخلوف (1995) ان استخدام الحاسب الالي يؤثر في توجيه قرارات الادارة في المشروعات، ويتفق ذلك مع ما اشارت اليه دراسة سهى نبيل (1999) في ان تحديد البيانات الخاصة

بأعضاء مجلس إدارة مراكز الشباب ،محاضر الجلسات ومراجعتها وحفظها عن طريق قواعد البيانات هي من محددات الهيكل التنظيمي للمركز .

ويرى الباحث ان وجود قواعد للبيانات لمجلس الادارة ومحاضرة والبيانات الشخصية للاعضاء انما هو وسيلة جيدة ل:-

1-تكوين نظام معلوماتي بالاتحاد لتعريف اعضاءه بمجالس ادارتهم وسهولة الاتصال وانشاء تواصل واحتكاك مباشر بينهم.

2- الاطلاع علي محاضر مجلس الادارة السابقة ييسر معرفة القرارات المتخذة ونوعية الجلسات ومدى تأثير ذلك علي الاتحاد ومناقشته ذلك اثناء الجمعيات العمومية.

3- تعطي فرصة جيدة لاعضاء مجلس الادارة واللجان من مراجعة القرارات لتفادي التكرار في اتخاذ قرارات مماثلة ومناقشة ماتم فيها للمتابعة والتقييم.

جدول (6)

آراء عينة البحث في بيانات اللجان الفنية للاتحاد (ن = 15)

م	البيان	موافق	غيرموافق	%
1	اسم اللجنة	12	3	80
2	اسم رئيس اللجنة / اعضائها	13	2	86.6
3	اختصاصات ومسؤوليات اللجنة	14	1	93.3
4	قرارات خاصة باللجنة	13	2	86.6
5	مكاتبات خاصة باللجنة	12	3	80
6	ماليات خاصة باللجنة	13	2	86.6

جدول (7)

آراء عينة البحث في بيانات اعضاء اللجان الفنية للاتحاد (ن = 15)

م	البيان	موافق	غيرموافق	%
1	اسم العضو رباعي باللغة العربية	13	2	86.6
2	الصفة بمجلس الادارة	14	1	93.3
3	رقم العضوية	14	1	93.3
4	صورة العضو	13	2	86.6
5	النوع (ذكر - أنثي)	14	1	93.3

86.6	2	13	تاريخ الميلاد	6
80	3	12	الجنسية	7
86.6	2	13	الحالة الاجتماعية (أعزب - متزوج - مطلق - أرمل)	8
80	3	12	الرقم القومي	9
93.3	1	14	المؤهل الدراسي	10
80	3	12	وظيفة العضو	11
80	3	12	عنوان العمل	12
80	3	12	رقم تليفون العمل	13
93.3	1	14	حالة حضور الجمعية العمومية	14
86.6	2	13	عنوان المنزل	15
93.3	1	14	رقم تليفون المنزل	16
86.6	2	13	رقم تليفون المحمول	17

يتضح من جدول رقم (6)(7) ان النسبة المئوية للبيانات الخاصة باللجان الفنية للاتحاد، اعضاء اللجان الفنية بالاتحاد وفقا لآراء عينة البحث كانت دالة احصائيا مما يحتم تواجدها ضمن قاعدة البيانات اللازمة لتسويق بعض أنشطة اتحاد كرة القدم الكترونيا.

حيث يؤكد Haslem (1999) ان استخدام قواعد البيانات يسهم في ادارة المعلومات وتدفعها بالهيئات الرياضية المختلفة، كما اشارت دراسة Yunsheneng (1996) ان استخدام الحاسب ونظم المعلومات تمكن الادارة من التطوير الوظيفي في ادارة الالعاب وتحقيق الوظائف الادارية في ادارة المسابقات الرياضية.

ويرى الباحث انه لا بد من تدعيم دور اللجان الفنية للاتحاد وتعظيم دورها التي تقوم به فهي بمثابة المخطط والمنفذ في ان واحد ، لذا وجب الاهتمام بالبيانات الخاصة باعضائها والقرارات التي تتخذها اللجنة فهذا يقوي العملية الادارية بجميع عناصرها التخطيط، التنظيم، الرقابة.

جدول (8)

آراء عينة البحث في بيانات أنشطة الاتحاد (ن = 15)

م	البيان	موافق	غير موافق	%
1	جدول المسابقات (السنة/ الانجازات)	14	1	93.3
2	اسم ونوع البطولة	14	1	93.3
3	اسم ونوع المهرجان	12	3	80

86.6	2	13	التدريب والتاهيل (تدريب/ تعليم/تحكيم)	4
93.3	1	14	الانشطة والبرامج	5
86.6	2	13	المعسكرات	6
80	3	12	الاشتراقات (لاعيبين/حكام/ مدربين)	7
86.6	2	13	ندوات ومؤتمرات	8

جدول (8)

آراء عينة البحث فى بيانات بدلات العقود (ن = 15)

م	البيان	موافق	غيرموافق	%
1	نوع اللعبة	13	2	86.6
2	المرحلة السنوية	12	3	80
3	الموسم الرياضي	12	3	80
4	مستلم السفلة	13	2	86.6
5	تاريخ العملية المالية	14	1	93.3
6	بدل انتقال	13	2	86.6
7	بدل تغذية	12	3	80
8	مستحقات من صندوق لاعيبين	13	2	86.6
9	سلف التي حصل عليها اللاعب	12	3	80
10	الجزاءات المالية الخاصة باللاعب	14	1	93.3
11	عقود (لاعيبين - مدربين)	12	3	80
12	مبلغ العقد	12	3	80

يتضح من جدول رقم (7)(8) ان النسبة المئوية للبيانات الخاصة بانشطة الاتحاد،الماليات سواء كانت سلف وبدلات وعقوداو مكافآت وحوافز وفقا لآراء عينة البحث كانت دالة احصائيا مما يحتم تواجدها ضمن قاعدة البيانات اللازمة لتسويق بعض أنشطة اتحاد كرة القدم الكترونيا.

وهذا مانتشير الية دراسة سهي نبيل (1999) حيث ترى ضرورة تواجد نظام معلوماتي خاص بانشطة مراكز الشباب،كذلك افادت باهمية وجود قواعد بيانات مالية لاستخدامها في الرقابة وادارة مراكز الشباب.

ويرى الباحث انة من الاهمية استخدام قواعد البيانات الخاصة بانشطة الاتحاد سواء كانت مسابقات اوبطولات اومهرجانات اومعسكرات،كذلك من الاهمية استخدام قواعد البيانات المالية التفصيلية الخاصة بالنشاط الرياضي كوسيلة للتخطيط والرقابة علي الموازنات التقديرية التي يعتمد عليها العمل الاداري بالانشطة الرياضية المختلفة

جدول (9)

آراء عينة البحث في بيانات منشآت الاتحاد (ن = 15)

م	البيان	موافق	غير موافق	%
1	اسم المنشأة	13	2	86.6
2	اسم مدير المنشأة	14	1	93.3
3	رقم تليفون المنشأة (داخلي - خارجي)	12	3	80
4	رقم تليفون المنزل لمدير المنشأة	13	2	86.6
5	رقم تليفون المحمول لمدير المنشأة	14	1	93.3
6	المساحة	13	2	86.6
7	قانونية المنشأة	12	3	80
8	نوع الارضية او المركز	13	2	86.6
9	نوع التهوية	12	3	80
10	سعة المدرجات	14	1	93.3
11	عدد غرف خلع الملابس التابعة لها	12	3	80
12	نوعية الأدوات الموجودة بها	12	3	80
13	عدد العاملين بها (موظف - عامل)	12	3	80
14	الصيانة	14	1	93.3
15	تاريخ الصيانة	13	2	86.6

يتضح من جدول رقم (8)(9) ان النسبة المئوية للبيانات الخاصة بالمنشآت،الاتصالات وفقا لآراء عينة البحث كانت دالة احصائيا مما يحتم تواجدها ضمن قاعدة البيانات اللازمة لتسويق بعض أنشطة اتحاد كرة القدم الكترونيا.

حيث اشارت دراسة سهي نبيل عطية (1999) الي ضرورة وجود بيانات خاصة بالمنشآت لاسترجاعها والحصول منها علي معلومات تدعم اتخاذ القرارات الادارية،كذلك اكدت علي اهمية وجود بيانات خاصة بالاتصالات مما يسهل عملية الاتصال .

ويرى الباحث في الاتحاد الرياضية تعتمد بدرجة كبيرة علي استخدام المنشآت كما تعد قاعدة بيانات الاتصالات تعد من القواعد الهامة للربط بين ادارة الاتحاد والجهات الاخرى والتي تتعامل معها حيث ان هذه الجهات ذا اتصال مباشر بادارة الاتحاد مما يستدعي توفير قنوات اتصال دائمة بينها وبين الادارة.

جدول (10)

آراء عينة البحث فى بيانات شكاوي واحتجاجات (ن = 15)

م	البيان	موافق	غير موافق	%
1	اسم العضو/الهيئة	13	2	86.6
2	نوع الشكوى (عامة - خاصة)	14	1	93.3
3	تاريخ الشكوى	14	1	93.3
4	جهة الاختصاص	13	2	86.6
5	موضوع الشكوى	14	1	93.3
6	الرأى	13	2	86.6
7	القرار	12	3	80
8	الاحتجاج علي القرار	13	2	86.6
9	تاريخ الاحتجاج	12	3	80
10	القرار النهائي	14	1	93.3
11	متخذ القرار	12	3	80

يتضح من جدول رقم (9)(10) ان النسبة المئوية للبيانات الخاصة الشكاوي والاحتجاجات، الاداريين بالاتحاد وفقا لآراء عينة البحث كانت دالة احصائيا مما يحتم تواجدها ضمن قاعدة البيانات اللازمة لتسويق بعض أنشطة اتحاد كرة القدم الكترونيا.

ونظرا للأهمية العنصر البشرى ودوره في تحديد تقدم المؤسسات أو تخلفها لذا لا بد من العمل على الاهتمام بالإداريين والتواصل معهم ، كذلك للوقوف علي المعوقات التي تواجه العملاء والاعضاء والعاملين بالاتحاد وما بتطلعون اليه من مقترحات وجب ادراج البيانات الخاصة بالاداريين ، الشكاوي والاقتراحات.

المحور الثاني:- البيانات الخاصة باللعبة:-

جدول (11)

آراء عينة البحث فى البيانات الخاصة بالتدريب (ن = 15)

م	البيان	موافق	غير موافق	%
1	نوع اللعبة	12	3	80
2	المرحلة السنوية	14	1	93.3
3	عدد اللاعبين	14	1	93.3
4	الموسم الرياضي	12	3	80
5	اسم المدرب رباعي باللغة العربية	14	1	93.3

86.6	2	13	جداول التدريب (فرق - مدارس الألعاب)	6
80	3	12	مكان التدريب	7
86.6	2	13	جدول المباريات (اتحاد - منطقة)	8

جدول (12)

آراء عينة البحث في البيانات الفنية للاعبين (ن = 15)

م	البيان	موافق	غير موافق	%
1	اسم اللاعب باللغة العربية	12	3	80
2	نوع اللعبة	13	2	86.6
3	المرحلة السنوية	13	2	86.6
4	الموسم الرياضي	12	3	80
5	التصنيف (محلي - دولي)	14	1	93.3
6	عدد البطولات التي شارك فيها اللاعب	12	3	80
7	آخر رقم حققه	12	3	80
8	ترتيب اللاعب	13	2	86.6
9	آخر زمن حققه	12	3	80
10	عدد سنوات اللعب في النادي	14	1	93.3
11	الأندية التابع لها اللاعب	12	3	80
12	بيان الجزاءات	12	3	80

جدول (13)

آراء عينة البحث في البيانات الطبية للاعبين (ن = 15)

م	البيان	موافق	غير موافق	%
1	نوع اللعبة	13	2	86.6
2	المرحلة السنوية	14	1	93.3
3	الموسم الرياضي	13	2	86.6
4	الاسم الرباعي باللغة العربية	12	3	80
5	تاريخ القياس	14	1	93.3
6	الطول	13	2	86.6
7	الوزن	12	3	80
8	سبب الإصابة	13	2	86.6
9	تاريخ الإصابة	12	3	80

93.3	1	14	مكان الإصابة	10
80	3	12	تشخيص الطبيب	11
80	3	12	نوع العلاج	12
80	3	12	مدة العلاج	13
93.3	1	14	الطبيب المعالج	14
86.6	2	13	تكلفة العلاج	15
93.3	1	14	مكان العلاج (داخل - خارج البلاد)	16
86.6	2	13	اسم القائم بالتأهيل	17
80	3	12	مستوى اللاعب بعد العلاج	18
86.6	2	13	الأدوية المستخدمة في العلاج	19
80	3	12	تقرير صلاحية اللاعب / اللاعب لممارسة النشاط	20

يتضح من جدول رقم (13) ان النسبة المئوية للبيانات الخاصة بالتدريب،البيانات الشخصية،الفنية،الطبية للاعبين وفقا لاراء عينة البحث كانت دالة احصائيا مما يحتم تواجدها ضمن قاعدة البيانات اللازمة لتسويق بعض أنشطة اتحاد كرة القدم بدوة الكويت الكترونيا.

وتؤكد دراسة سهي نبيل (1999) ان البيانات الخاصة بالتدريب لها من الاهمية الكبرى في تفعيل عملية التنظيم لاستخدامات المنشآت والمسابقات التابعة للاتحاد في الرياضات المختلفة لاستخدامها في اغراض المتابعة والرقابة،كذلك ضرورة وجود البيانات الخاصة باللاعبين سواء كانت (شخصية-فنية-طبية) مما يحقق اهداف العمل الاداري في المجال الرياضي حيث ان جوهر العمل في المجال الرياضي هو اللاعبين واللاعبات.

ويرى الباحث ان الاهتمام بالحصول علي بيانات خاصة بالتدريب و اللاعبين من اساسيات العملية التنظيمية للرياضات المختلفة داخل الاتحاد حيث توضح نسب التدريب للاعبين مما يساعد المدرب علي القيام بعمله وكذلك تعد اداة تقويمية لاداء اللاعبين من الناحية الفنية ومتابعة الحالة الطبية للاعبين المصابين ومراحل التأهيل.

يتضح من جدول رقم (12)(13) ان النسبة المئوية للبيانات الخاصة بالمدرسين،الحكام،الاجهزة الادارية،الاجهزة الطبية وفقا لاراء عينة البحث كانت دالة احصائيا مما يحتم تواجدها ضمن قاعدة البيانات اللازمة لتسويق بعض أنشطة اتحاد كرة القدم بدولة الكويت الكترونيا.

اشارت دراسة yunsheneng (1996) الي ان استخدام الحاسب لة تاثير ايجابي في تطوير النظم الادارية وخاصة في الالعاب الرياضية وكذلك التصميم والتنظيم المستخدم في الالعاب.

واتفقت دراسة سهي نبيل (1999) مع هذه الدراسة في اهمية وجود بيانات خاصة بالمدرسين والاجهزة الادارية والفنية والطبية حيث انها من مقومات العمل داخل الاجهزة الفنية والادارية التي تعمل بمراكز الشباب.

ويرى الباحث ان الاهتمام بالحصول علي بيانات خاصة بالمدرسين والحكام والاجهزة الادارية والطبية لامكانية تطويع العمل الاداري باتحاد كرة القدم وميكنة هذا العمل عن طريق ادخال الحاسب قد يكون سيلا هاما وضروريا لتحقيق اهداف هذه الاتحاد.

التساؤل الثاني

وللاجابة علي التساؤل الثالث قام الباحث بتصميم استمارة استبيان بهدف التعرف علي شكل ومحتوي الصفحة الالكترونية المقترحة لتسويق بعض أنشطة اتحاد كرة القدم. الاستبيان الخاص بالتعرف علي شكل ومحتوي الصفحة الالكترونية المقترحة لتسويق بعض أنشطة اتحاد كرة القدم.

يتكون الاستبيان من خمس مكونات رئيسية لتخطيط الموقع الالكتروني (lay Out) ويندرج من كل مكون رئيسي مكونات فرعية ، فيما يلي عرض لمكونات و محتويات الصفحة الالكترونية المقترحة قيد البحث والتي قام الباحث بتصميمها وانشاؤها، وقد قام الباحث بعرض محتويات هذا الاستبيان علي الخبراء وارتضى الباحث العبارات التي حققت نسبة أكبر من 75% من الآراء، وسوف يتم عرض ومناقشة النتائج الخاصة بالاستبيان حيث استخدم الباحث النسبة المئوية كاسلوب احصائي للتعرف علي شكل ومحتوي الصفحة الالكترونية المقترحة لتسويق بعض أنشطة اتحاد كرة القدم.

المكون الاول:- راس الصفحة (Header)

جدول (14)

آراء عينة البحث في عناصر المكون الاول لتخطيط الموقع الالكتروني (راس الصفحة Header)

(ن = 15)

م	1-راس الصفحة (Header) تحتوي علي:	موافق	غير موافق	%
1	لوجو الاتحاد	15	-	100
2	اسم الموقع	15	-	100
3	تسجيل الاشتراك	14	1	93.3

100	-	15	اسم المستخدم-كلمة السر	4
93.3	1	14	بحث	5
86.6	2	13	عربة التسوق	6
86.6	2	13	لغة الدخول للموقع (عربي-انجليزي-الماني-فرنسي)	8

يوضح جدول (61) النسبة المئوية لآراء الخبراء حول عناصر المكون الاول لبناء وتصميم الموقع الالكتروني(راس الصفحة Header) المقترح لتسويق أنشطة اتحاد كرة القدم بدولة الكويت العربية، حيث يلاحظ ان النسبة المئوية لتلك العناصر تراوحت فيما بين (100%) كأكبر قيمة و(86.6) كأقل قيمة، لذا كانت عناصر هذا المكون وفقا لآراء عينة البحث دالة احصائيا مما يحتم تواجدها ضمن الموقع الالكتروني المقترح .

المكون الثاني:- القائمة الرئيسية (Menu Bar)

جدول (15)

آراء عينة البحث فى عناصر المكون الثاني لتخطيط الموقع الالكتروني (القائمة الرئيسية Menu Bar) (ن = 15)

%	غير موافق	موافق	2- القائمة الرئيسية (Menu Bar) تحتوي علي:
100	-	15	أ-الصفحة الرئيسية (home)
93.3	1	14	1-شروط الاستخدام
86.6	2	13	2- المعلومات
80	3	12	- السجلات
93.3	1	14	- طلبات الاعتماد لوسائل الاعلام
86.6	2	13	- الاختبارات
80	3	12	3-الامان والخصوصية
86.6	2	13	4- مساعدة (help)
80	3	12	ب- عن الاتحاد (about us)
93.3	1	14	1- انضم معنا
80	3	12	2- الرسالة والرؤية
80	3	12	3- ادارة الاتحاد والقواعد

80	3	12	- الهيكل التنظيمي للاتحاد
93.3	1	14	- القواعد واللوائح
86.6	2	13	- افرع الاتحاد
93.3	1	14	- الاندية
93.3	1	14	*انواع الاندية
93.3	1	14	*الاندية التابعة للاتحاد ومعلومات عنها
93.3	1	14	*انجازات الاندية
86.6	2	13	4- تاريخ الاتحاد
80	3	12	5- ملحقات وخدمات
86.6	2	13	- موقع ملحق لعرض الفيديو والمتعة
80	3	12	- محلات للشراء اون لاين
100	-	15	6- شركاء التسويق
80	3	12	- التجار المفضلين للاتحاد
93.3	1	14	- الموردین المرخص لهم
100	-	15	- الخصومات
100	-	15	- فرص الرعاية الرياضية
93.3	1	14	7- اتصل بنا
86.6	2	13	ج- الاعضاء (member)
80	3	12	1- معلومات عامة
93.3	1	14	- كرة القدم الكويتية
86.6	2	13	- معسكرات
80	3	12	- شبكة الطب الرياضي
86.6	2	13	- النشرات الاخبارية والمجلات
80	3	12	- الخدمات الاستشارية
93.3	1	14	- التامين وادارة المخاطر

80	3	12	- المؤتمرات وورش العمل
80	3	12	- ركن الابحاث
80	3	12	2- معلومات تخصصية
93.3	1	14	- لاعبي كرة القدم
93.3	1	14	• الفريق الكويتي
93.3	1	14	• الفئة العمرية
86.6	2	13	• كبار اللاعبين
93.3	1	14	• المنتخب الوطني
86.6	2	13	• المنتخب الاول
80	3	12	• زوي الاحتياجات الخاصة
93.3	1	14	• الاساتذة
80	3	12	- <u>الاباء</u>
93.3	1	14	• ملحوظات لآباء الناشئين
93.3	1	14	• الام المثالية للناشئي
86.6	2	13	• النضج البدني للناشئي
80	3	12	• عقل الناشئ
86.6	2	13	- <u>المدربيين</u>
93.3	1	14	• المدربين الكويتين
93.3	1	14	• كيف اصبح مدربا
80	3	12	• ملحوظات للتدريب
93.3	1	14	• اختبارات وشهادات اون لاين
80	3	12	• العيادات وورش العمل
93.3	1	14	- <u>الحكام</u>
93.3	1	14	- <u>المتطوعون</u>

د- التدريب (training)			
93.3	1	14	
93.3	1	14	1- التكنيك والتدريب
86.6	2	13	- مقالات
93.3	1	14	- دورات
86.6	2	13	- ندوات
80	3	12	- فيديو (تعليم-تدريب-تكنيك)
100	-	15	2- مركز التغذية
80	3	12	- انظمة غذائية خاصة بالاعبين
93.3	1	14	- مقالات
93.3	1	14	- نموذج تعقب الغذاء
100	-	15	3- الوقاية من الاصابات
100	-	15	- مراكز العلاج الطبيعي
93.3	1	14	- مقالات
86.6	2	13	- برامج علاجية
80	3	12	4- مكافحة المنشطات:-
93.3	1	14	- اختبار المنشطات
86.6	2	13	- الجديد عن المنشطات
100	-	15	هـ- المسابقات (event)
86.6	2	13	1. بطولات رسمية
80	3	12	- بطولات محلية
93.3	1	14	- بطولات مناطق
80	3	12	- بطولات جمهورية
80	3	12	- بطولات اقليمية
80	3	12	- بطولات قارية
93.3	1	14	- بطولات دولية
86.6	2	13	- بطولات عالمية
93.3	1	14	- بطولات خليجية
86.6	2	13	2. بطولات غير رسمية
80	3	12	- للاشتراك في المسابقات والمهرجانات الترفيهية

86.6	2	13	- بطولات ترفيهية
80	3	12	- بطولة الشركات الرياضية/الرعاة
100	-	15	- المسابقات الصيفية
80	3	12	و- انجازات وارقام (conclusion and records)
93.3	1	14	- الارقام المسجلة للفرق الكويتية
100	-	15	- الارقام القياسية العالمية
100	-	15	- تحطيم الارقام
93.3	1	14	- الميداليات
86.6	2	13	ي- الاخبار(news)
100	-	15	- اخر اخبار الاتحاد الكويتي
93.3	1	14	- اخبار الاتحاد الدولي لكرة القدم
86.6	2	13	-اخبار الناشئين
100	-	15	- اخبار الرياضة
86.6	2	13	- الاخبار العالمية
80	3	12	- بث تلفزيوني علي الانترنت
100	-	15	ن- قاعدة البيانات (data base)
100	-	15	- قاعدة البيانات قيد البحث
100	-	15	ل- تسوق(shopping)
100	-	15	- موقع ملحق لعرض المنتجات والملابس ولبضائع الخاصة بكرة القدم.
93.3	1	14	ع-بيانات المستخدم

يوضح جدول (15) النسبة المئوية لآراء الخبراء حول عناصر المكون الثاني لبناء وتصميم الموقع الالكتروني(القائمة الرئيسية Menu Bar) المقترح لتسويق أنشطة اتحاد كرة القدم ،حيث يلاحظ ان النسبة المئوية لتلك العناصر تراوحت فيما بين (100%) كأكبر قيمة و(80%) كأقل قيمة، لذا كانت عناصر هذا المكون وفقا لآراء عينة البحث دالة احصائيا مما يحتم تواجدها ضمن الموقع الالكتروني المقترح .

واوصت دراسة كل من سعد شلبي وعبد اللطيف بخاري(2008) بضرورة مراعاة الابعاد التي اظهرتها الدراسة عند بناء وتصميم مواقعها الالكترونية حتي يتسني لها تحقيق انشطتها التسويقية بفاعلية بشكل عام وانشطة التسويق الالكتروني بشكل خاص وكانت هذه الابعاد هي(الدرجة الكلية لجودة التصميم -تقديم معلومات عن الهيئة-خلق الوعي بالهيئة-خلق صورة محببة ومفضلة للهيئة-تأسيس قناة

تفاعل من الاتصال-الحصول علي مدخل للمستهلكين الذين لم يتم الوصول اليهم من قبل-تقديم فرص للمستهلكين لابداء ارائهم- بيع خدمات و سلع الهيئة-جمع عوائد اكثر من المبيعات- تسهيل التوزيع- تسهيل العمليات الادارية اليومية-تحسين ادارة العلاقات مع المستهلك والهيئات الرياضية) لذا راع الباحث عند تصميمها للموقع الالكتروني الخاص بتسويق أنشطة اتحاد كرة القدم بدولة الكويت هذه الابعاد وتوافر كل بعد منها في مكونات الموقع السابقة حيث قامت ب:-

1- تقديم معلومات عن الهيئة وذلك من خلال :- عن الاتحاد(us about)،الاخبار(news)،المديرين الكويتيين،الحكام الكويتيين،الرعاة الرسميون،انجازات وارقام،المسابقات الخاصة بالاتحاد

2- خلق الوعي بالهيئة وذلك من خلال:- اعلانات عن الاتحاد-البث التلفزيوني لاهدات البطولات والمسابقات -اسم الموقع مرتبط بالنادي-لون الموقع مرتبط بالشعار .

3- خلق صورة محببة ومفضلة للهيئة وذلك من خلال:-ان تكون صفحة جذابة من حيث التصميم والالوان التكوين-عرض الاصدارات الصحفية.

4- تاسيس قناة تفاعل من الاتصال وذلك من خلال:-نادي المشجعين-face book.

5- الحصول علي مدخل للمستهلكين الذين لم يتم الوصول اليهم من قبل وذلك من خلال:- دردشة-face book - تسوق الان- العاب اون لاين.

6- تقديم فرص للمستهلكين لابداء ارائهم وذلك من خلال:- حوارات-تعليقات-نادي المشجعين-email.

7- بيع خدمات و سلع الهيئة وذلك من خلال:- تسوق الان-عربة التسوق-العروض والخصومات-محلات للشراء اون لاين

8-جمع عوائد اكثر من المبيعات وذلك من خلال:- شراء البضائع اون لاين-فرص الرعاية الرياضية.

9- تسهيل التوزيع وذلك من خلال:- الرعاية الرسمين (اخيار المناسب منهم)

10- تسهيل العمليات الادارية اليومية وذلك من خلال:- قاعدة البيانات بحيث يمكن للقائمين علي تحيث المعلومات وادخالها عن طريق كلمة السر الدخول عبر الموقع وادخال البيانات واخراجها او عرض اجزاء منها بالموقع.

11- تحسين ادارة العلاقات مع المستهلك والهيئات الرياضية وذلك من خلال:- التسجيل للاشتراك بالموقع -دردشة-الايميل-الرد علي التعليقات والاستفسارات.

الاستنتاجات:

في ضوء أهداف البحث وتحقيقاً للإجابة على تساؤلاته وفي حدود مجتمع وعينة البحث ومن خلال عرض ومناقشة النتائج وتحليلها وتفسيرها، توصل الباحث إلى الاستنتاجات التالية:

- 1- ضعف الاهتمام بالترويج للبطولات والمهرجانات التي تقيمها اتحاد كرة القدم.
- 2- قلة الاهتمام بوسائل التسويق المختلفة لتسويق أنشطة اتحاد كرة القدم.
- 3- لا توجد إدارة متخصصة للتسويق باتحاد كرة القدم.
- 4- قلة اهتمام الإدارة العليا باتحاد كرة القدم بالمشروعات الابتكارية.
- 5- ضعف الاهتمام داخل اتحاد كرة القدم بتطوير الخدمات التسويقية التي تقدمها للعملاء.
- 6- لا يوجد اهتمام بالبحوث التسويقية داخل اتحاد كرة القدم.
- 7- لا يوجد فريق عمل مؤهل للقيام بعملية السياسة التسويقية للاتحاد كرة القدم.
- 8- عدم الاستعانة بالكوادر المؤهلة تسويقياً للاستعانة بهم داخل اتحاد كرة القدم.
- 9- قلة استغلال المنشآت السياحية لتسويق أنشطة اتحاد كرة القدم .
- 10- لا توجد استراتيجيات لتسويق كرة القدم والخدمات السياحية بالمنشآت الرياضية.
- 11- لا توجد ميزانية خاصة لتسويق أنشطة اتحاد كرة القدم.
- 12- تقف التشريعات والقوانين المالية حائلاً دون تحقيق أهداف التسويق لأنشطة اتحاد كرة القدم.
- 13- عدم اهتمام اتحاد الرياضات المالية بفكرة التمويل الذاتي لتسويق أنشطتها.
- 14- ضعف دور الشركات الراعية في تمويل أنشطة اتحاد كرة القدم.

15- ضعف الامكانيات والتسهيلات باتحاد كرة القدم.

16- قلة التسهيلات التي تشجع التسويق داخل اتحاد كرة القدم.

17- عدم ادراك الادارة القائمين علي العمل باتحاد كرة القدم للدوافع الحقيقية لانشاء الموقع الالكتروني.

18- اهمال الاداره العليا باتحاد كرة القدم لفكرة اضافة التسويق الالكتروني الي المزيج الاتصالي بها.

19- هناك معوقات قانونية ،مالية ،ادارية ،فنية للتسويق والتسويق الالكتروني باتحاد كرة القدم.

التوصيات

فى ضوء ما اظهرته نتائج الدراسة وفي ظل الظروف الاقتصادية والتنافسية المتغيرة التى تعيشها الهيئات الرياضية أصبح هناك ضرورة ملحة للاهتمام بتدعيم الاتصال التفاعلي بين الهيئات الرياضية والعملاء وذلك عن طريق شبكة الانترنت ذلك لتسويق انشطتها وخدماتها، لذا تقدم الباحث بالتوصيات التالية :

1- ضرورة تطبيق التسويق الالكتروني باتحاد كرة القدم.

2- ضرورة انشاء موقع اليكتروني يهدف الي التسويق الاليكتروني لانشطة اتحاد كرة القدم.

3- ضرورة أن تقوم اتحاد كرة القدم بتوفير قواعد بيانات ومعلومات تسويقية تساعد العملاء على تلبية احتياجاتهم ومساعدتهم في اتخاذ قراراتهم فيما يتعلق بانشطة وخدمات اتحاد كرة القدم .

4- ضرورة ربط قواعد البيانات فيما بعضها البعض عن طريق شبكة محلية (مجموعة حواسيب) بحيث تكون ادارة الاتحاد مسؤولة عن تغذيتها بكل ما هو جديد ومفيد، وذلك لسهولة الحصول على المعلومات لغرض ادارة او الاعداد لبطولة ما او تسويق خدمات ما فإنه تصبح العملية ايسر واسهل في جمع المعلومات من مصادرها.

5- ضرورة اهتمام اتحاد كرة القدم بوضع خطط تسويقية طويلة الأجل.

6- ضرورة إنشاء إدارة مستقلة للتسويق والتسويق الالكتروني داخل اتحاد كرة القدم تسمح بوجود تخطيط ورقابة تسويقية بطريقة متكاملة.

7- وجود فريق عمل متخصص لشئون التسويق الالكتروني باتحاد كرة القدم.

8- وضع خطة تسويقية الكترونية لترويج أنشطة وخدمات اتحاد كرة القدم.

- 9- الاستعانة بالأبحاث العلمية والمراجع العلمية بكليات التربية الرياضية للاستفادة منها فى تسويق أنشطة اتحاد كرة القدم الكترونيا.
- 10- تخصيص ميزانية لتسويق أنشطة اتحاد كرة القدم.
- 11- وضع خطط استراتيجية (طويلة المدى) وخطط تكتيكية (قصيرة المدى) اتحاد كرة القدم لتسويق أنشطة اتحاد كرة القدم الكترونيا.
- 12- عمل دورات تدريبية هدفها خلق جيل من الأفراد المتخصصين فى المجال التسويقي والذين يكونوا على دراية بكيفية انشاء قواعد المعلومات وتصميم المواقع الالكترونية لتسويق أنشطة اتحاد كرة القدم.
- 13- الاهتمام بعملية التنمية الإدارية والتدريب الإدارى للعاملين فى إدارة التسويق باتحاد كرة القدم على كيفية استخدام الأساليب التسويقية بكفاءة.
- 14- ضرورة تعديل اللوائح والتشريعات القانونية ووضع تشريعات تعمل على تشجيع التسويق بالاتحاد الرياضية .
- 15- اهتمام اتحاد كرة القدم بتحديد نظام البيانات بها وتطوير التجهيزات الداخلية والاهتمام بخدمة ما بعد تقديم الخدمة.
- كما يوصي الباحث بتطبيق الخطة المقترحة للتسويق الالكتروني والتي توصل اليها الباحث في تسويق أنشطة وخدمات اتحاد كرة القدم.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية:

- 1 السيد محمد أحمد : تخطيط المشروعات الاستثمارية ودراسات الجدوى ، مؤسسة رؤية للطباعة والنشر ، الإسكندرية ، 2009
- 2 إيهاب سمير زهدى ، نعمه : زيادة الأعمال الداخلية منظور القدرات الإستراتيجية ، دار الأيام ، عمان ، 2014
- 3 أحمد يوسف دودين : إدارة المشاريع ، دار اليازوري ، القاهرة، 2012
- 4 بهاء حيدر : معوقات الإستثمار الرياضى بالأندية الرياضية بدولة العراق ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية بنين ، جامعة حلوان ، 2013
- 5 بيترز توماس ، ترمان : الامتياز ، ترجمه سيد متولى ، مكتبة جرير ، الرياض ، المملكة العربية السعودية ، 2010
- 6 حسام حسن : نظام مقترح للإستثمار فى بعض الأندية الرياضية المصرية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية بنين ، الإسكندرية ، 2008
- 7 حسن احمد الشافعى : الاستثمار والتسويق فى التربية البدنية والرياضة ، دار وفاء الدنيا للطباعة والنشر ، الطبعة الاولى ، الاسكندرية ، 2006
- 8 حسن أحمد الشافعى : دراسات الجدوى والمشروعات الصغيرة فى التربية البدنية والرياضة ، دار الوفاء ، الطبعة الاولى ، 2006
- 9 حسن أحمد الشافعى ، سماح صلاح الدين : انواع المشروعات الاستثمارية واليات التقييم فى المؤسسات الرياضية ، بحث علمى منشور ، مؤتمر علمى دولى ثالث ، مجلد 2 ، كلية التربية الرياضية بنين ، الزقازيق ، 2009
- 10 حسني علي خريوش ، عبد المعطي رضا أرشيد : الاستثمار و التمويل بين النظرية و التطبيق ، كلية الاقتصاد و العلوم الإدارية ، ط3، عمان - الأردن ، 2004
- 11 حسين محمد عبد العليم: التسويق الإعلامى ودوره فى نشر الوعى الرياضى بمحافظة شمال الصعيد، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة المنيا، المنيا، 2004م.
- 12 خالد ابراهيم عبد العاطى : اساليب مقترحة لتسويق البطولات الرياضية بجمهورية مصر العربية رسالة ماجستير ، كلية التربية الرياضية للبنين ، القاهرة

جامعة حلوان ، 2000م

- 13 سعد احمد شلبي و عبد اللطيف ابراهيم بخاري : الادارة والتسويق الاليكتروني في الاندية الرياضية المشاركة في الدوري الالمانى لكرة القدم 2008/2007م،المؤتمر الدولي الاول للتربية البدنية والرياضة والصحة ،الكويت ،2008م.
- 14 سعد على حمود العنرى ، : الاحتكام للمكانة : منظور فى عملية تعزيز السلوك الريادى ، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية ، مجلد 16 ، 2010
- 15 سهي نبيل : نظام معلومات مقترح للعمل بمراكز الشباب ،رسالة ماجستير ،غير منشورة،كلية التربية الرياضية للبنات ،جامعة حلوان ،القاهرة ،1999م.
- 16 شريهان يحيى : تفعيل آليات جذب رجال الأعمال للإستثمار فى المجال الرياضى ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة طنطا ، 2011
- 17 طاهر حيدر حردان : أساسيات الاستثمار ، دار المستقبل للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى ، 2009
- 18 عبد الحق سيد عبد الباسط : المعوقات المؤثرة على تقدم رياضة السباحة فى صعيد مصر ، رسالة ماجستير ، كلية التربية الرياضية ، جامعة اسيوط ، 2001 م.
- 19 عبد العزيز العصابى : واقع الاستثمار الرياضى للرياضه فى اليمين ، مداخلة فى المؤتمر الدولى الأولى (تيسير الإدارة الرياضية فى ظل اقتصاد السوق ، جامعه المسلية ، الجزائر ، 2008
- 20 عبد الملك سعد : استراتيجيه مقترحة للاستثمار فى المجال الرياضى بالرئاسه العامه لرعاية الشباب فى المملكة العربية السعودية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية بنين ، جامعة حلوان ، 2011
- 21 عبده ممدوح عبد الحليم : استراتيجيه مقترحة لاستثمار المنشآت الرياضية بمديريات الشباب والرياضة بمحافظات جنوب الصعيد ” دراسة مقارنة ” ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة اسيوط ، 2013
- 22 عصام عبد الوهاب الدباغ : تقويم الأداء الإدارى للمشاريع وأثر العوامل الاستراتيجية فى

- تحسين فاعليتها , مركز الكتاب الأكاديمي , الطبعة الأولى ,
2015
- 23 علي عباس : تحليل الوضع الراهن للاستثمار في الأندية الرياضية بدولة
البحرين , رسالة ماجستير غير منشورة , كلية التربية الرياضية
جامعة البحرين , 2003
- 24 عمر علي إسماعيل : خصائص الريادي في المنظمات الصناعية وأثرها على الإبداع
التقني , مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية , مجلد 12
عدد 4 , 2010
- 25 عمرو محمد ابراهيم , حازم
كمال الدين عبد العظيم : اساليب تسويق مدارس السباحة في الاندية المصرية , مجلة
كلية التربية الرياضية, العدد الثالث , جامعة المنصورة ,
2004 م.
- 26 فايز جمعه النجار , عبد
الستار محمد العلي : الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة , دار الحامد للنشر والتوزيع ,
عمان , 2010
- 27 فيصل محمود الشوارورة : الاستثمار في بورصة الأوراق المالية " الأسس النظرية والعملية
مع مدخل مقترح لتقويم الأسعار السوقية للأسهم العادية
بالتطبيق على بورصة عمان " , دار وائل للنشر , الطبعة
الأولى , 2008
- 28 قاسم نايف علوان : إدارة الاستثمار بين النظرية والتطبيق , دار الثقافة للنشر
والتوزيع , الطبعة الاولى , 2009
- 29 كاسر نصر المنصور : إدارة المشروعات الصغيرة , جامعة مؤته , دار الحمد للنشر ,
عمان , 2000
- 30 كاظم جاسم العيسوي : دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات , كلية اقتصاد
والعلوم الإدارية , جامعه الزرقاء الأهلية , دار المناهج عمان .
2002
- 31 لبني عبد الكريم قاسم :- التسويق الالكتروني كمدخل لتطوير نظم المعلومات التسويقية
بالتطبيق علي الصناعات الدوائية في مصر , رسالة
ماجستير , جامعة حلوان , 2005 م.
- 32 محمد رجب جبريل : ترويج البطولات والمباريات الرياضية باستخدام المفهوم الحديث
للتسويق , رسالة ماجستير , كلية التربية الرياضية للبنين ,

- القاهرة , جامعة حلوان , 2001 م .
- 33 محمد عبد العزيز الدغشيم : مدخل مقترح لتفعيل مساهمه منشآت الأعمال فى دعم صناعة
ريادة الأعمال , المؤتمر السعودى لجمعيات ومراكز ريادة
الأعمال , الرياض , السعودية , 2014
- 34 محمد عبد العظيم : خطة مقترحة لإدارة المؤسسات الرياضية وفقاً للأهداف
التسويقية،رسالة دكتوراة ،غير منشورة، كلية التربية الرياضية
جامعة اسيوط،2006م.
- 35 مروان شموط , كنجو عبود : أسس الاستثمار , مكتبة الملك فهد الوطنية, المملكة العربية
السعودية،2008
كنجو
- 36 مصطفى محمود أبو بكر : منظومة ريادة الأعمال والبيئة المحفزة لها , جامعة طيبة ,
المدينة المنورة , 2014
- 37 معتز مصطفى : مدخل إدارى معاصر لاستثمار المؤسسات الرياضية , رسالة
دكتوراه غير منشورة , كلية التربية الرياضية الإسكندرية ,
2008
- 38 مؤيد الفضل , محمود
العبيدى : إدارة المشاريع منهج كمى ,مؤسسة الوراق للطباعة والنشر,
القاهرة 2005
- 39 ميسون على حسين : الريادة فى منظمات الأعمال , مجلة جامعة بابل للعلوم
الإنسانية , مجلد 12 , عدد 2 , 2013
- 40 هانى جمال : ادارة الإستثمار بالأندية الأهليه والأندية العامة كمؤشر لتحقيق
التمويل الذاتى دراسة مقارنة , رسالة دكتوراه غير منشورة , كلية
التربية الرياضية , جامعة المنيا , 2012
- 41 هدى عبد الرحيم حسين : اقتصاديات المعلومات " القوة الناعمة فى تحقيق التفوق
العالى التنافسى للمؤسسات " , دار الميسرة للنشر والتوزيع , عمان ,
الأردن , 2007
- 42 هاشم فوزى , أزهار نعمه ,
حامد كريم : الريادة الإستراتيجية ودورها فى صياغة إستراتيجية التسويق
الريادى فى منظمات الأعمال , مجلة القادسية للعلوم الإدارية
والاقتصادية , المجلد 12 , العدد 4 , 2010

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- 43** Philip A Wickham Fourth Edition, Strategic Entrepreneurship, Publisher: Prentice Hall; 2 edition , 2001.

- 44** Alpan, L., Bulut, C., Gunday, G., Uhsoy, G., & Kilic, K. : Organizational Support for Intrapreneurship and its Interaction with Human Capital to Enhance Innovative Performance . *Mangement Decision*, 2010
- 45** Chen, M., H., & Canghuala, G : Corporate entrepreneurship environment and organizational performance in technology manufacturing sector. *Proceedings of the Technology management for global economic growth* , Phuket , Thailand July 18-22 , 2010
- 46** De Jon & Wennekers, S. & Wu, C. : Corporate Intrapreneurship at the Individual Level Measurement and Determinants , A report published under the SCALES- initiative , as part of the SMES and Entrepreneurship program financed by Netherlands Ministry of Economies Affairs, 2011
- 47** De jong & Wennekerd : Intrapreneurship : Conceptualizing Entrepreneurial Employee Behavior , A report published under the SCALES-initiative , as part of the SMES and Entrepreneurship program financed by Netherlands Ministry of Economies Affairs , 2008
- 48** Eesley, D.T., & Longenecker, C.O : Gateways to Intrapreneurship , *Industrial Mangement* , 2006
- 49** Fitzsimmons , J.R., Douglas, E.J., Antoncic, B., & Hisrich, R.D. , *Intrapreneurship in Australian firms* , 2005
- 50** Hisrich, R.D., peters, M.p., & Shepherd, D.A , *Entrepreneurship* (8th ed) . McGraw Hill , 2010
- 51** Hisrich,Robert,D. & Peters, Dean A.Shepherd-2005” *Entrepreneurship*”, 4thed., McGraw – Hill, Irwin, Boston.
- 52** Hornsby, SJ; Kuratko, DF & Zahra, SA. 2002. Middle managers’ perception of the internal environment for corporate entrepreneurship: assessing a measurement scale.” *Journal of Business Venturing* 2002
- 53** Jose Benitez, Amado , Francisco Javier Llorens Montes , Maria Nieves Perez Arostegui : Information Technology-enabled Intrapreneurship Culture and frim performance, *Scholarly articles , ndustrial Management & Data Systems*, Vol. 110 Iss: 4 , 2009
- 54** Kuratko, D.F., Hornsby. J and Bishop J.W : Manager,s corporate Entrepreneurship actions and job satisfaction, *International Entrepreneurship Management Journal* , 2005
- 55** Lindegaard, s. , The of innovation is driven by people . in Stamm, B, & Trifilova, A. (Eds), *Future of Innovation* , 2010
- 56** - **Mekk**,A : ways of marketing water sport in A.R.E,annual congress of the european college of sport scince, university of lausanne,5-8 july, Lusanne, 2006
- 57** Monnavarian, A., & Ashena , M. : Intrapreneurship : the role of social capital – empirical evidence and proposal of a new model of

Intrapreneurship and its relationship with social capital .Business Strategy Series, 10(6) : 383-399.

- 58 Oukil, M. : Centrality of Innovation Intrapreneurship, Education and Research in Achieving Growth and Competitiveness: the Case of Arab and Muslim Countries . proceedings of International Conference on Business and Economic Research (ICBER) . Kuching Sarawak, Malaysia 15-16 March .
- 59 Pritts . B.G & Stolor, D.K.: Fundamentals of sport Morgantown refs, information technology Inc, Morgantown USA, 2000
- 60 Ramachandran, K. &Devarajan, T. P. & Ray, Sougata: Corporate Entrepreneurship: How ?, Entrepreneurship Review, 2009
- 61 Vlok .Daniel, "An Assessment of the Knowledge Processing Environment in an Organization. A case Study " Master dissertation of Business Administration, Rhodes University,2004.

ثالثاً: المراجع من شبكة المعلومات الدولية:

- 62 <http://www.khayma.com/bencheneb/f2m2.htm>
- 63 <http://www.upo.es/serv/bib/wpbsad/bsad0702.pdf>