

" واقع الميزة التنافسية المستدامة بحمامات السباحة بصعيد مصر "

أ.د/ عبدالحق سيد عبدالباسط سليم

أستاذ الادارة الرياضية بكلية علوم الرياضية جامعة

جنوب الوادى

أ.د/عادل محمد عبدالمنعم مكي

أستاذ الادارة الرياضية وعميد كلية علوم الرياضية

جامعة اسوان

أ/ منار جلال محمد الصغير

باحثة بقسم الادارة الرياضية والترويج بكلية علوم الرياضة

جامعة أسوان

أ.م.د/ محمد حامد فتحي محمد

أستاذ مساعد بقسم الادارة الرياضية والترويج بكلية

علوم الرياضة جامعة أسوان

المقدمة ومشكلة البحث :

تعد الادارة الحديثة جانباً أساسياً من جوانب النظام الإنتاجي في أي مجتمع، وفي جميع جوانب الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والدينية والصحية والرياضية، وذلك لأنها تهدف الى تنظيم العمل وتحقيق روح الفريق، وهى ضرورة حتمية لإدارة العمل بشكله الجماعي والتعاون والتنسيق بين مختلف وظائفه بشكل عام. (٤ : ١٨)

وتتميز الإدارة الحديثة بملامح أساسية تتمثل فى توجيه جهود الإدارة وأنشطتها على تحقيق رضا المستفيدين من الخدمات واستثمار الطاقات الاداعية المتميزة والقوى البشرية وذلك لأن العنصر البشري هو الدعامة الأساسية للنجاح، لذلك فهي تؤمن بالعمل الجماعي لتساعد العاملين على الابتكار والإبداع والتميز والمشاركة الجادة في تحقيق مستوى اكبر من التميز والتفوق من خلال نظم محددة وموضوعة بدقة كما يتم اتخاذ القرارات بناء على جمع واستخدام البيانات المعتمدة على الملاحظة والخبرة والتجربة ليتم الإستفادة من الحقائق في عملية التغيير وإحداثها. (١٠ : ٥)

ويري الباحثون أنه مع التطور الكبير الذى طرأ على المؤسسات المختلفة في المجتمعات الحديثة ، اصبح التنافس بين هذه المؤسسات هدفاً أساسياً يرجى تحقيقه، مما ادى الى ظهور مفهوم الميزة التنافسية المستدامة وحظى بمزيد من الإهتمام من قبل الباحثين في مجال الادارة بإعتباره أحد الاساليب الادارية الحديثة التي تسعى الى تحقيق التميز المؤسسي المستدام ، من

خلال الإعتماد على الكفاءات الإدارية، ودراسة الفرص والتحديات، والبحث عن نقاط التميز، ثم وضع أساليب مقننه يمكن من خلالها قياس مستوى الميزة التنافسية لهذه المؤسسات. والمؤسسات على إختلاف أشكالها تسعى إلى تحقيق هدف جوهري يتمثل في بلوغ الميزة التنافسية وهذا لا يعد أمراً سهلاً إنما يحتاج إلى تفكير استراتيجي متزامن مع تطوير لمقدرات المؤسسة وإدارتها بشكل مثالي، وبما يسهم في تحسين كفاءة عمليات المؤسسة لزيادة جودة خدماتها وتعزيز موقعها التنافسي. وتمثل الميزة التنافسية المستدامة النموذج المتطور للميزة التنافسية والمستهدف من قبل جميع المنظمات والمؤسسات الرائدة في السوق، لأنها تضمن للمؤسسة بقاءها واستمرارها في ميدان الأعمال من خلال إحفاظها في الميزة أطول مدة ممكنة. (٣ : ١٢٣٩)

والميزة التنافسية تعد أحد المؤشرات الإيجابية التي يمكن أن تعتمد عليها الأندية بصفة خاصة والمؤسسات الرياضية بصفة عامة في تحقيق مركز متقدم في السوق الرياضي من خلال جذب الأعضاء والجماهير واكتساب ولائهم ، وبالتالي زيادة الربحية والاستمرار في التقدم والصدارة، وكذلك وضع خطط واستراتيجيات تضمن لهذه المؤسسات استمرارية بقائها متقدمة على المؤسسات الأخرى . (١ : ٨)

كما تعرف الميزة التنافسية المستدامة بأنها " إبتكار القيمة عن طريق الإبداع العالي بهدف قيادة المنافسة في السوق لأنها تمثل الأصول التي يمكن أن تحقق نتائج فريدة من نوعها للشركة حيث إن إبتكار القيمة يجعلها قادرة على إضافة قيمة للمساهمين و الزبائن و المجتمع ككل". (١٩ : ١٨٦)

وننتج عن استخدام الأساليب العلمية الحديثة في الإدارة الرياضية تحقيق مستويات رياضية عالمية، فالإعتماد علي الإمكانات المادية والبشرية فقط لم يكن كافياً لتحقيق الإنجازات الرياضية ، فقد كان للبحوث والدراسات العلمية في المجال الرياضي واستخدام الأساليب والوسائل العلمية الحديثة الأثر البالغ في تحقيق طفرات كبيرة في المستويات والأرقام العالمية في هذا المجال. (١٦ : ٤٧)

وتعتبر الرياضات المائية شكل من أشكال الرياضة فهي مجموعة من الأنشطة يجمع بينهما استخدام الوسط المائي، حيث تعتمد عليه اعتماداً كلياً وتعتبر الرياضات المائية من أكثر

الرياضات المحببة للأفراد ليس في الوطن العربي ولا مصر فقط بل وفي دول العالم بأثره نظراً لما تتمتع به في عنصر التشويق والإثارة. (٨ : ٦٥)

ولذلك إحتلت حمامات السباحة مكاناً هاماً في حياة الأفراد والجماعات خاصة في المدن الكبرى والبلاد المتقدمة، حيث يتردد عليها الكثير من الناس من مختلف الأعمار لممارسة تلك الهواية المحببة الى النفوس لإشباع رغباتهم مما دعا الى زيادة عددها وما تبع ذلك من ضرورة توجيه الإهتمام بها والرقابة الدائمة عليها ومراعاة الشروط والمواصفات الخاصة بعوامل الأمن والسلامة في حمامات السباحة، حتى لا تتسبب في الضرر للمستفيدين. (٩ : ٦٢)

وتعتبر حمامات السباحة هي أساس لممارسة الرياضات المائية وتعتبر إدارة حمام السباحة هي المسؤولة عن الأنشطة الرياضية التي تقام على الحمام والمسابقات والبطولات ومدارس التعليم السباحة والأوقات الترفيهية وذلك إدارياً وفنياً ولكي تحقق حمامات السباحة التطور والتقدم فيها يجب أن يطبق العمل الإداري بشكل جيد وناجح، وإن تقدم رياضة السباحة يعكس مدى الإهتمام بكافة العمليات الإدارية التي يقوم بها حمام السباحة وما ينظمه من النواحي المادية والمعنوية والإدارية وذلك بالكشف عن كل من عناصر العملية الإدارية وهي (التخطيط - التنظيم - التوجيه - الرقابة)، كما أن عدم تفعيل دور التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة وعدم توضيح الأهداف ونقص دور الرقابة وتقاعس المشكلات قبل وقوعها هذا ربما يكون له الأثر الكبير على تدنى مستوى المشاركات المصرية في بطولات السباحة الدولية ولذلك اتجه الباحثون لتحديد العلاقة بين الأداء الإداري والميزة التنافسية بحمامات السباحة بصعيد مصر للمفاضلة وتواجه حمامات السباحة تحديات ومشكلات كثيرة ومتنوعة، سواء كانت اقتصادية إدارية، ولمواجهة تلك التحديات والتغلب عليها ووضع حلول مناسبة لتلك المشكلات يتطلب دراستها بأسلوب علمي والعمل على تعظيم الإمكانيات المتاحة والذكاء التنافسي واستخدامهم بشكل يحقق أكبر عائد، والأداء الإداري يمكن أن يلعب دوراً في ذلك، كما أن الإدارة بوظائفها المختلفة تلعب دوراً هاماً ورئيسياً في النهوض بحمامات السباحة.

ومن خلال المقابلات الشخصية مع بعض القائمين على هذه الحمامات تبين عدم وجود عدد كافي من الكوادر المهنية بحمامات السباحة بصعيد مصر وعدم توافر الأدوات

والأجهزة والتسهيلات اللازمة للإعداد وتنمية الناشئين وإعتماد مبالغ ضئيلة للصرف على الأكاديميات .

عدم وجود أهداف وخطط واضحة لبعض الحمامات، وإعتمادها على أساليب الإدارة التقليدية، ووجود قصور في استخدام الأساليب التكنولوجية الحديثة وأساليب التقويم المناسبة، وإفتقار حمامات السباحة لرؤية مستقبلية واضحة للتطوير، وقلة المصادر التمويلية، وغياب الخطط التسويقية داخل بعض الحمامات، وانها لم تصل بعد الى درجة العمل في اطار تنافسي، نظراً للتحديات الكبيرة التي تواجهها .

ومن خلال إطلاع الباحثون على بعض المراجع العلمية والدراسات السابقة تبين للباحثة أن المؤسسات الرياضية بشكل عام أصبحت تعمل في بيئة تنافسية بشكل متزايد ولكن مع وجود المشكلات الادارية أصبح من الصعب ان تكون تلك المؤسسات قادرة على الحفاظ على استدامة الميزة التنافسية لها

وبعد اطلاع الباحثون على المراجع العلمية والدراسات السابقة المرتبطة بالميزة التنافسية أرقام (٢، ٦، ١١، ١٣، ١٧، ١٨) انه في ظل انفتاح الاسواق وسرعة الانتقال وتداول المعلومات تزداد المنافسة بين المؤسسات بهدف المحافظة على عملائها وزيادة حصتها السوقية وتحقيق التميز التنافسي، مما دفع الباحثة للبحث في السبل التي تسهم في تحسين الأداء وزيادة الكفاءة وفاعلية الأنشطة بالإضافة الى تحسين القدرة التنافسية حيث تواجه العديد من الحمامات عدد من المشكلات التي تعيق نموها وتجعلها غير قادرة على الاستمرار، وترتبط هذه المشكلات بأبعاد الميزة التنافسية، حيث ان الميزة التنافسية اصبحت فى الاون الاخيرة هي الحل السحري الذى اعتمدت عليه كافة المؤسسات في جميع المجالات المختلفة لما لها من اهمية كبيرة في تحقيق النمو والتطوير الشامل لهذه المؤسسات.

هدف البحث:

يهدف البحث الى معرفة الواقع الفعلى للميزة التنافسية المستدامة بحمامات السباحة

بصعيد مصر

تساؤلات البحث:

١. ما الواقع الفعلى للميزة التنافسية المستدامة بحمامات السباحة فى بصعيد مصر؟

بعض المصطلحات الواردة بالبحث :

الميزة التنافسية المستدامة :

هي دمج مجموعة من الموارد والمعلومات، والمهارات، والعمليات التنظيمية التي يصعب الحصول عليها أو تقليدها أو نسخها من قبل المنافسين الحاليين والمحتملين وهي مفتاح الحفاظ على الميزة التنافسية. (١٤:٢٠)

الدراسات التي تناولت الميزة التنافسية المستدامة :

١- دراسة اسامة الطبلأوي (٢٠٢٢م) (٢) استهدفت التعرف علي دور الريادة

الإستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية المستدامة : دراسة تطبيقية علي شركة مصر للتأمين ، واستخدم الباحث المنهج الإيجابي- النموذج الإستنباطي الفرضي ، وتكونت عينة الدراسة من (٢٦٢) فرداً من العاملين في شركة مصر للتأمين وفروعها بمحافظات وسط الدلتا ، واستخدم الباحث الإستبيان كأداة لجمع البيانات، ومن أهم نتائج الدراسة : وجود علاقة ارتباط معنوية إيجابية بين الريادة الإستراتيجية أبعاد الميزة التنافسية (التكلفة ، الجودة ، المرونة والتسليم) .

٢- دراسة مؤمن طه (٢٠٢١م) (١٣) هدفت الدراسة التعرف علي دور اليقظة

الإستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية بحمامات السباحة ، تم استخدام المنهج الوصفي ، وتكونت العينة من (١١٥) فرداً من العاملين بحمامات السباحة (المدير ، مدير فني ، مشرفين ، مدربين ، معلمين) ، واستخدم الباحث الإستبيان كأداة لجمع البيانات ، ومن أهم نتائج الدراسة : محاور اليقظة الإستراتيجية تسهم في التنبؤ بالميزة التنافسية بحمامات السباحة .

٣- دراسة محمد عبد المحسن (٢٠٢٠م) (١١) هدفت الدراسة تقديم نموذج مقترح

لتحقيق الميزة التنافسية بحمامات السباحة في ضوء إدارة الذكاء التنافسي ، تم استخدام المنهج الوصفي (الدراسات المسحية) ، وتكونت العينة من (١٠٥) فرداً من العاملين بحمامات السباحة بمحافظات (المنيا ، أسيوط ، سوهاج ، قنا) ، واستخدم الباحث الإستبيان كأداة لجمع البيانات ، ومن أهم نتائج الدراسة : التوصل إلي وضع

نموذج مقترح لتحقيق الميزة التنافسية بحمامات السباحة في ضوء إدارة الذكاء التنافسي.

٤- دراسة **Daru, M., (٢٠١٦م) (١٨)** هدفت الدراسة تحقيق دور استراتيجيات الجودة الشاملة كلها كونها أساس في تحقيق الميزة التنافسية ، تم استخدام المنهج الوصفي ، وقد أجريت هذه الدراسة في الهند واستخدم الإستبيان كأداة لجمع البيانات ، ومن أهم نتائج الدراسة : أن استراتيجيات الجودة الشاملة كان لها أثر كبير في تحسين الأداء ، وإدارة الهيكل التنظيمي في المؤسسة وتحقيق رضا العملاء ، أن إدارة الجودة الشاملة تؤدي دوراً جوهرياً في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة .

٥- دراسة **Bavarsad et al., (٢٠١٥م) (١٧)** هدفت الدراسة بيان أثر التسويق الريادي علي الميزة التنافسية المستدامة في المنظمات الصغيرة ومتوسطة الحجم في مدينة أصفهان الإيرانية ، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي ، وتكونت العينة من (١٧٩) فرداً من العاملين في الشركات محل الدراسة، واستخدم الإستبيان كأداة لجمع البيانات ، ومن أهم نتائج الدراسة : وجود علاقة معنوية بين التسويق الريادي والميزة التنافسية المستدامة في المنظمات الصغيرة ومتوسطة الحجم في مدينة أصفهان الإيرانية ، وإنعدام التأثير المعنوي بين تلك المتغيرات .

إجراءات البحث

منهج البحث:

استخدم الباحثون المنهج الوصفي (الدراسات المسحية) لمناسبته وطبيعته وهدف البحث.

مجتمع البحث :

يتمثل مجتمع البحث في (٢٤٥) فرداً من العاملين في إدارة حمامات السباحة للهيئات الرياضية التي تشارك في أنشطة الاتحاد المصري للسباحة - فرع الصعيد من محافظات (أسوان ، الأقصر، قنا ، سوهاج) موسم ٢٠٢٢ / ٢٠٢٣ م ، وعددهم (١١) هيئة رياضية ، جدول (١) .

جدول (١)

الأندية والهيئات بجنوب الصعيد التي شاركت في أنشطة الإتحاد المصري

للسباحة - فرع الصعيد للسباحة للموسم ٢٠٢٢ / ٢٠٢٣ م

م	النادي	المحافظة
١	سوهاج الرياضي	سوهاج
٢	فزارة الرياضي بسوهاج	سوهاج
٣	الشبان المسلمين بسوهاج	سوهاج
٤	رحلات سوهاج	سوهاج
٥	قنا الرياضي	قنا
٦	نقادة الرياضي	قنا
٧	الأقصر الرياضي	الأقصر
٨	التجديف والألعاب المائية	الأقصر
٩	أسوان الرياضي	أسوان
١٠	الشمس الرياضي	أسوان
١١	أبو الريش الرياضي	أسوان

عينة البحث:

تم إختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية من العاملين في إدارة حمامات السباحة للهيئات الرياضية التي تشارك في أنشطة الإتحاد المصري للسباحة - فرع الصعيد من محافظات (أسوان ، الأقصر ، قنا ، سوهاج) ، وعددهم (١٠٢) فرداً بنسبة (٤١.٦٣ %) . وبعد إستبعاد العينة المطبق عليها الدراسة الإستطلاعية وعددهم (١٥) فرداً ، تم توزيع (٨٧) إستمارة إستبيان، وتم إسترجاع (٨٠) إستمارة بنسبة مئوية بلغت (٩١.٩٥ %) ، وكانت جميعها صالحة للتحليل الإحصائي ، جدول (٢) .

جدول (٢)

توصيف مجتمع وعينة البحث

النسبة المئوية	العينة الاستطلاعية	العينة الاساسية	مجتمع البحث	عينة البحث
٩١.٩٥ %	١٥	٨٠	٢٤٥	العاملون في إدارة حمامات السباحة بمحافظة (أسوان ، الأقصر، قنا ، سوهاج)

ثالثاً: أدوات جمع البيانات

بغرض تحقيق أهداف البحث والإجابة عن تساؤلاته استعان الباحثون في جمع بيانات البحث بالأدوات التالية:

١. تحليل المراجع والوثائق والدراسات السابقة :

قام الباحثون بالرجوع إلي مصادر البيانات الأولية لبعض المراجع العلمية والدراسات السابقة المرتبطة بموضوع البحث، حيث استفادت منها في التوصل إلي المحاور الرئيسية للاستبيان، وإقتراح العبارات الخاصة بكل محور من هذه المحاور.

٢. المقابلة الشخصية :

اجري الباحثون المقابلات الشخصية الغير مقننة مع بعض العاملين في إدارة حمامات السباحة للهيئات الرياضية بمحافظات (أسوان ، الأقصر، قنا ، سوهاج) للحصول علي البيانات والمعلومات الهامة ، ولتوضيح المطلوب من الاستبيان بطريقة علمية .

٣. إستمارة إستبيان من إعداد الباحثون :

– إستمارة إستبيان للتعرف علي الواقع الفعلي للميزة التنافسية المستدامة بحمامات السباحة في

أولاً : خطوات إعداد الإستبيان الأول الخاص بالتعرف علي الواقع الفعلي للميزة التنافسية المستدامة بحمامات السباحة في صعيد مصر.

في ضوء المرجعية النظرية والدراسات المرتبطة ولتحقيق أهداف الدراسة الميدانية قام الباحثون بتصميم إستمارة إستبيان خاصة بالتعرف علي الواقع الفعلي للميزة التنافسية المستدامة بحمامات السباحة في صعيد مصر :

- ١- توصل الباحثون لعدد (٨) محاور يمكن أن تقيس الميزة التنافسية المستدامة وهي (جودة الخدمات ، التجديد والإبتكار ، التكلفة ، الإستدامة ، المرونة ، السمعة الطيبة ، الصورة الذهنية ، إشباع حاجات العاملين والمستفيدين) .
 - ٢- قام الباحثون بعرض محاور الاستبيان علي عدد (١٠) من الخبراء المتخصصين في مجال الإدارة الرياضية ، حيث راعت الباحثة أن يكونوا من أساتذة الادارة الرياضية بكليات التربية الرياضية مرفق (١) ، وذلك لإبداء الرأي في :
 - مدي كفاية المحاور المقترحة ومناسبتها للهدف الموضوع للبحث الحالي .
 - إضافة أو حذف أو تعديل المحاور التي من شأنها إثراء البحث الحالي.
- والجدول التالي يوضح النسبة المئوية لآراء الخبراء في المحاور المقترحة لتصميم الإستبيان .

جدول (٣)

النسبة المئوية لآراء الخبراء في المحاور المقترحة ن = (١٠)

م	المحاور الأساسية	موافق	غير موافق	النسبة المئوية
١	جودة الخدمات	١٠	-	١٠٠ %
٢	التجديد والإبتكار	٩	١	٩٠ %
٣	التكلفة	١٠	-	١٠٠ %
٤	الإستدامة	٩	١	٩٠ %
٥	المرونة	١٠	-	١٠٠ %
٦	السمعة الطيبة	٩	١	٩٠ %
٧	الصورة الذهنية	٦	٤	٦٠ %
٨	إشباع حاجات العاملين والمستفيدين	٦	٤	٦٠ %

يتضح من الجدول حصول المحاور المقترحة علي نسبة موافقة تراوحت ما بين (٦٠٪ : ١٠٠٪) من آراء الخبراء ، وتم قبول المحاور التي حصلت علي نسبة مئوية أعلى من ٧٠٪ ، وبناء عليه تم رفض المحور السابع (الصورة الذهنية) ، والمحور الثامن (إشباع حاجات العاملين والمستفيدين) .

٣- قام الباحثون بصياغة مجموعة من العبارات التي يمكن أن تندرج تحت كل محور من المحاور المستخلصة من آراء الخبراء، والتي تقيس تلك المحاور، مسترشدة ببعض المراجع العلمية والدراسات السابقة التي تناولت الميزة التنافسية، ثم عرضها على الخبراء لإبداء الرأي في مدى مناسبة كل عبارة للمحور التابعة له، وكذلك حذف أو تعديل أي عبارة، وقد راعت الباحثة في صياغة العبارات:

- أن تكون العبارات واضحة ومفهومة، ألا توهي العبارة بنوع الإستجابة.
- ألا تشتمل العبارة علي أكثر من معني، الإبتعاد عن المفردات أو العبارات الصعبة.
- وتم وضع الإستبيان في صورته المبدئية، وقد بلغ عدد عبارات الاستبيان (٣١) عبارة في صورته المبدئية.

جدول (٤)

النسبة المئوية لآراء الخبراء في العبارات المقترحة للإستبيان (ن = ١٠)

جودة الخدمات		التجديد والإبتكار		التكلفة		الإستدامة		المرونة		السمعة الطيبة	
العبارة	%	العبارة	%	العبارة	%	العبارة	%	العبارة	%	العبارة	%
١	١٠٠	١	١٠٠	١	١٠٠	١	١٠٠	١	١٠٠	١	١٠٠
٢	٩٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٢	٨٠	٢	١٠٠	٢	٨٠
٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	٩٠	٣	٨٠	٣	٨٠	٣	٨٠
٤	٨٠	٤	١٠٠	٤	١٠٠	٤	٨٠	٤	*٥٠	٤	٩٠
٥	١٠٠	٥	٩٠	٥	١٠٠			٥	١٠٠	٥	*٥٠
٦	*٥٠									٦	٨٠

* عبارة لم تحصل علي نسبة ٧٠ %

يتضح من جدول (٤) أن النسبة المئوية لآراء الخبراء تراوحت بين (٥٠ % - ١٠٠ %) وقد إرتضت الباحثة نسبة موافقة (٧٠ %) فأكثر من آراء الخبراء، وتم حذف العبارة رقم (٦) في محور جودة الخدمات، والعبارة رقم (٤) في محور المرونة، والعبارة رقم (٥) في محور السمعة الطيبة، وبذلك يحتوي الإستبيان علي (٢٨) عبارة.

والجدول (٥) يوضح عدد العبارات المقبولة والعبارات المحذوفة بعد العرض علي الخبراء .

جدول (٥)

عدد العبارات المقبولة والعبارات المحذوفة بعد العرض علي الخبراء

م	العبارات المحاور	مجموع العبارات	عدد العبارات المحذوفة	عدد العبارات المقبولة
١	جودة الخدمات	٦	١	٥
٢	التجديد والإبتكار	٥	-	٥
٣	التكلفة	٥	-	٥
٤	الإستدامة	٤	-	٤
٥	المرونة	٥	١	٤
٦	السمعة الطيبة	٦	١	٥
	المجموع	٣١	٣	٢٨

المعاملات العلمية للإستبيان :

أ- صدق الإستبيان

- صدق المحكمين :

لحساب صدق الإستبيان قام الباحثون بعرض الإستبيان على الخبراء (١٠) خبراء ،
وبلغت نسبة الموافقة علي مدى كفاية الإستبيان وصدق المقياس في قياس ما وضع لأجله
(٩٦.٦٧ %)، جدول(٦)

جدول (٦)

النسبة المئوية لآراء الخبراء فى مدى كفاية عبارات محاور الإستبيان (ن = ١٠)

م	عبارات المحاور	كافية	غير كافية	النسبة المئوية
١	جودة الخدمات	١٠	—	%١٠٠
٢	التجديد والإبتكار	١٠	—	%١٠٠
٣	التكلفة	٩	١	% ٩٠
٤	الإستدامة	١٠	—	%١٠٠
٥	المرونة	١٠	—	%١٠٠
٦	السمعة الطيبة	٩	١	% ٩٠
النسبة المئوية للموافقة				% ٩٦.٦٧

— صدق الإتساق الداخلي للإستبيان :

قام الباحثون بحساب صدق الاتساق الداخلي للإستبيان بحساب معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحورالذي تنتمي إليه ، والدرجة الكلية لاستمارة الاستبيان حيث تم تطبيق الإستبيان علي عينة قوامها (٢٠) فرداً من مجتمع البحث ومن خارج عينة البحث الأساسية .

جدول (٧)

معامل الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة المحور الذى تنتمى إليه والدرجة الكلية
لإستبيان الميزة التنافسية المستدامة

(ن = ٢٠)

العبارات						المحاور
٥	٤	٣	٢	١	رقم العبارة	المحور الأول جودة الخدمات
٠.٥٦٤	٠.٥٤٧	٠.٥٦٣	٠.٤٩٧	٠.٧٠٦	معامل الارتباط بالمحور	
٠.٥٨٨	٠.٥٨٩	٠.٥٩٧	٠.٤٦٨	٠.٧١٤	معامل الارتباط بالإستبيان	
١٠	٩	٨	٧	٦	رقم العبارة	المحور الثاني التجديد والإبتكار
٠.٤٩٣	٠.٦٢٥	٠.٥٦١	٠.٥٦٢	٠.٧٤١	معامل الارتباط	
٠.٤٨٦	٠.٨٤٢	٠.٧٤٢	٠.٤٤٩	٠.٧٦٥	معامل الارتباط بالإستبيان	

المحاور						العبارات
المحور الثالث التكلفة	رقم العبارة	١١	١٢	١٣	١٤	١٥
		معامل الارتباط	٠.٦٥١	٠.٥٣٩	٠.٦٥٩	٠.٧٨٧
		معامل الارتباط بالإستبيان	٠.٦٥٦	٠.٥٨٦	٠.٦٨٤	٠.٧٩٦
المحور الرابع الإستدامة	رقم العبارة	١٦	١٧	١٨	١٩	
		معامل الارتباط	٠.٥٧٣	٠.٦٣٧	٠.٧٦٨	٠.٥٧٦
		معامل الارتباط بالإستبيان	٠.٤٨٣	٠.٦٩٣	٠.٨٠٢	٠.٦٢٢
المحور الخامس المرونة	رقم العبارة	٢٠	٢١	٢٢	٢٣	
		معامل الارتباط	٠.٦٨٢	٠.٥٨٨	٠.٥١٦	٠.٧٤١
		معامل الارتباط بالإستبيان	٠.٥١٦	٠.٤٦٨	٠.٥٨٧	٠.٧٧٢
المحور السادس السمعة الطيبة	رقم العبارة	٢٤	٢٥	٢٦	٢٧	
		معامل الارتباط	٠.٥٨١	٠.٨٧٩	٠.٧٠٣	٠.٤٩٩
		معامل الارتباط بالإستبيان	٠.٧٧٤	٠.٨٢٣	٠.٥٢٣	٠.٤٧٩

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) = ٠.٤٣٣

يتضح من الجدول (٧) أن معاملات الارتباط بين كل عبارة ودرجة المحور الذي تنتمي اليه والدرجة الكلية لاستمارة استبيان الميزة التنافسية المستدامة ذات دلالة احصائية ، لذا فإن جميع العبارات دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٥) .

جدول (٨)

معامل الارتباط بين درجة كل محور والدرجة الكلية للإستبيان (ن = ٢٠)

م	المحاور	معامل الارتباط
١	جودة الخدمات	* ٠,٧٧٣
٢	التجديد والإبتكار	* ٠,٨٦٣
٣	التكلفة	* ٠,٧٣٦
٤	الإستدامة	* ٠,٨٥١
٥	المرونة	* ٠,٧٦٥
٦	السمعة الطيبة	* ٠,٨٤٢

* دالة عند مستوي دلالة (٠.٠٥)

يوضح الجدول (٨) قيم معاملات الارتباط بين درجة كل محور والدرجة الكلية

للاستبيان ، والتي تراوحت من (٠,٧٣٦ إلى ٠,٨٦٣) ، وهي جميعها دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٥) مما يدل على صدق الاتساق الداخلي لمحاور الاستبيان .

أ- ثبات الاستبيان :

لحساب ثبات الاستبيان قام الباحثون بتطبيق الاستبيان علي عينة قوامها (٢٠) فرداً من مجتمع البحث ومن خارج عينة البحث الأساسية ، واستخدمت الباحثة لحساب الثبات معامل ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach) ، وذلك للتأكد من ثبات الاستبيان ، كما هو موضح بجدول (٩) .

جدول (٩)

ثبات الاستبيان باستخدام معامل ألفا كرونباخ (ن = ٢٠)

م	المحاور	عدد العبارات	معامل ألفا
١	جودة الخدمات	٥	٠,٧٦٩
٢	التجديد والإبتكار	٥	٠,٧٤٩
٣	التكلفة	٥	٠,٧٦١
٤	الإستدامة	٤	٠,٧٨٤
٥	المرونة	٤	٠,٨٨٢
٦	السمعة الطيبة	٥	٠,٧٨٥

يتضح من الجدول (٩) أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الثبات حيث تراوح

معامل الثبات بين (٠,٧٤٩ - ٠,٨٨٢) وهي معاملات دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥) .

وبذلك تم إعداد الاستبيان في صورته النهائية والمشمول علي (٦) محاور ، (٢٨) عبارة ، وتم تطبيق الاستبيان في صورته النهائية مرفق (٤) علي عينة الدراسة خلال الفترة من ٢٠٢٤/٢/١٧ إلي ٢٠٢٤/٣/٢م، وفقاً لميزان التقدير الثلاثي (نعم - إلي حد ما - لا)، وقد تم تصحيح عبارات الاستبيان بحيث أعطيت الإجابة (نعم) ثلاث درجات ، والإجابة (موافق إلي حد ما) درجتان، والإجابة (غير موافق) درجة واحدة ، وتم تجميع البيانات وتنظيمها

وجدولتها ومعالجتها إحصائياً ، هذا وقد إرتضي الباحثون مستوى دلالة (٠,٠٥) لقبول وتفسير النتائج ، ومن أجل تفسير النتائج إعتد الباحثون على الآتي: (٨٠٪ فأعلي درجة كبيرة جداً، ٧٠-٧٩,٩٪ درجة كبيرة ، ٦٠-٦٩,٩٪ درجة متوسطة ، ٥٠-٥٩,٩٪ درجة قليلة ، أقل من ٥٠٪ درجة قليلة جداً)

عرض وتفسير ومناقشة النتائج

فيما يلي عرض وتفسير ومناقشة النتائج في ضوء الإجابة علي تساؤل البحث .

أولاً: عرض وتفسير ومناقشة نتائج التساؤل الأول وهو :-

ما الواقع الفعلي للميزة التنافسية المستدامة بحمامات السباحة في صعيد مصر؟

المحور الأول :جودة الخدمات

جدول (١٠)

الوزن النسبي والنسبة المئوية لإستجابات عينة البحث في المحور الأول

(ن = ٨٠)

م	العبارات	درجة الإستجابة			الوزن النسبي	%	كا ^٢	الترتيب
		نعم	الي حد ما	لا				
١	تتبنى إدارة حمام السباحة مفاهيم الجودة في أعمالها	٢٥	٤٣	١٢	١٧٣	٧٢.٠٨	١٨.١٧	٣
٢	تسعي إدارة حمام السباحة نحو تضمين معايير الجودة في جميع الأقسام والوحدات	١٥	٢٤	٤١	١٣٤	٥٥.٨٣	١٣.٠٧	٥
٣	تستخدم إدارة حمام السباحة طرق متعددة للرقابة علي جودة الخدمات المقدمة	٢٧	٤٢	١١	١٧٦	٧٣.٣٣	١٨.٠٢	٢
٤	تعتبر إدارة حمام السباحة أن جودة الخدمة هي طريقته لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة	٤١	٢٧	١٢	١٨٩	٧٨.٧٥	١٥.٧٧	١
٥	تستخدم إدارة حمام السباحة أدوات علمية لقياس رضا المستفيدين	١٣	٤٥	٢٢	١٥١	٦٢.٩٢	٢٠.٤٢	٤
مجموع المحور					٨٢٣	٦٨.٥٨		

قيمة كا^٢ الدالة عند مستوى ٠.٠٥ = ٥.٩٩

يتضح من الجدول أن النسبة المئوية قد تراوحت ما بين (٥٥.٨٣ % - ٧٨.٧٥ %) لعبارات المحور ، وبذلك توجد فروق دالة إحصائياً بين استجابات أفراد عينة الدراسة لجميع عبارات المحور لصالح التكرارات الأكبر ، وقد أظهرت نتائج استجابات أفراد عينة الدراسة ما يلي :

جاءت العبارة (٤) في المرتبة الأولى بوزن نسبي (١٨٩) ، وبنسبة مئوية (٧٨.٧٥ %) ، ويشير جدول معنوية النسبة المئوية علي دلالة العبارة لصالح الإجابة (موافق) ، مما يشير إلي أن أفراد عينة البحث موافقون بدرجة كبيرة علي أن إدارة حمام السباحة تعتبر أن جودة الخدمة هي طريقتها لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة.

كما حصلت العبارات (٣ ، ١ ، ٥) علي الترتيب علي نسبة مئوية تراوحت ما بين (٧٣.٣٣ % - ٦٢.٩٢ %) ، ويشير جدول معنوية النسبة المئوية علي دلالة العبارات لصالح الإجابة (إلي حد ما) مما يشير إلي أن أفراد عينة البحث موافقون بدرجة متوسطة علي أن إدارة حمام السباحة تستخدم طرق متعددة للرقابة علي جودة الخدمات المقدمة ، كما أنها تتبنى مفاهيم الجودة في أعمالها ، وتستخدم أدوات علمية لقياس رضا المستفيدين بدرجة متوسطة .

بينما جاءت العبارة (٢) في المرتبة الأخيرة، بوزن نسبي (١٣٤) ، وبنسبة مئوية (٥٥.٨٣ %) ، ويشير جدول معنوية النسبة المئوية لها علي دلالة العبارة لصالح الإجابة (غير موافق) ، وهي تشير إلي أن أفراد عينة البحث يرون أن إدارة حمام السباحة لا تسعى نحو تضمين معايير الجودة في جميع الأقسام والوحدات بدرجة موافقة قليلة

ووفقاً لما أظهرته النتائج يتبين أن المتوسط الحسابي لجميع عبارات المحور بلغ (٦٨.٥٨ %) مما يشير إلي أن جودة الخدمات كمحور للميزة التنافسية المستدامة بحمامات السباحة في صعيد مصر يتوافر بدرجة موافقة متوسطة ، وأنه يجب علي الإدارة أن تسعى إلي تحقيق جودة الخدمات بدرجة أكبر من خلال العمل علي التأكيد علي مفاهيم الجودة في أعمالها ، وتضمين معايير الجودة في جميع الأقسام والوحدات ، وهذا يتفق مع ما أسفرت عنه نتائج دراسة عبد الله القرني (٢٠٢٣م) (٥١) ودراسة هاجر مصطفى (٢٠٢٣م) (٨٢) التي بينت أن توافر الجودة بدرجة متوسطة ، بينما يختلف مع نتائج دراسة مصطفى حنتوش (٢٠٢١) (٧٣) التي أشارت إلي وجود تطبيق بشكل جيد للجودة كبعد للميزة التنافسية

المستدامة في الكليات الأهلية عينة البحث ، ويختلف مع نتائج دراسة محمد عبد المحسن (٢٠٢٠) (٦٩) التي أشارت إلي توافر جودة الخدمات المقدمة كمحور للميزة التنافسية المستدامة بدرجة قليلة .

ويري الباحثون أن عدم إهتمام الإدارة تضمين معايير الجودة ، وعدم إستخدام أدوات علمية لقياس رضا المستفيدين ، بالإضافة إلي عدم إستمرارية نفس العاملين في العمل وتغيير الكثير منهم كل فترة ، وأن أغلب حمامات السباحة في الصعيد تعمل بشكل موسمي دون اسنمرارية لعدم تدفئة المياه بها ، بالإضافة إلي أن الوقت لايسمح بنشر ثقافة الجودة بين جميع العاملين يمثل ذلك عائقاً أمام تقديم خدمات ذات جودة عالية تلبي إحتياجات وتطلعات المستفيدين وتحقيق الميزة التنافسية المستدامة .

المحور الثاني: التجديد والإبتكار

جدول (١١)

الوزن النسبي والنسبة المئوية لإستجابات عينة البحث فى المحور الثاني (ن = ٨٠)

م	العبـارات	درجة الإستجابة			الوزن النسبي	%	كا ^٢	الترتيب
		نعم	الي حد ما	لا				
٦	تتاح الفرصة للعاملين بحمامات السباحة للإبتكار والتجديد والتجريب لمواجهة مشكلات ومعوقات العمل.	١٣	٤٥	٢٢	١٥١	٦٢.٩٢	٢٠.٤٢	٤
٧	تمتلك إدارة حمام السباحة القدرة على توظيف الأفكار الإبداعية في تقديم خدمات متميزة .	١٥	٢٤	٤١	١٣٤	٥٥.٨٣	١٣.٠٧	٥
٨	تتبع إدارة حمام السباحة الأساليب الحديثة في الترويج لخدماته.	٢٢	٤٣	١٥	١٦٧	٦٩.٥٨	١٥.٩٢	٣
٩	تستحدث إدارة حمام السباحة خدمات وأنشطة جديدة تناسب تطلعات المستفيدين.	٣٨	٢٦	١٦	١٨٢	٧٥.٨٣	٩.١٠	٢
١٠	تهتم إدارة حمامات السباحة بالتطوير والتحسين المستمر وعوامل الامن السلامة الصحية المختلفة داخل حمام السباحة .	٤٠	٢٦	١٤	١٨٦	٧٧.٥٠	١٢.٧٠	١
مجموع المحور					٨٢٠	٦٨.٣٣		

قيمة كا^٢ الدالة عند مستوى ٠.٠٥ = ٥.٩٩

يتضح من الجدول أن النسبة المئوية قد تراوحت ما بين (٥٥.٨٣ % - ٧٧.٥٠ %) عبارات المحور ، وبذلك توجد فروق دالة إحصائياً بين استجابات أفراد عينة الدراسة لجميع عبارات المحور لصالح التكرارات الأكبر ، وقد أظهرت نتائج استجابات أفراد عينة الدراسة ما يلي :

جاءت العبارة (١٠) في المرتبة الأولى بوزن نسبي (١٨٦) ، وبنسبة مئوية (٧٧.٥٠ %) ، ويشير جدول معنوية النسبة المئوية علي دلالة العبارة لصالح الإجابة (موافق) ، مما يشير إلي أن أفراد عينة البحث موافقون بدرجة كبيرة علي أن إدارة حمامات السباحة تهتم بالتطوير والتحسين المستمر وعوامل الامن السلامة الصحية المختلفة داخل حمام السباحة . كما حصلت العبارة (٩) علي نسبة مئوية (٧٥.٨٣ %) ، ويشير جدول معنوية النسبة المئوية علي دلالة العبارة لصالح الإجابة (موافق) مما يشير إلي أن أفراد العينة موافقون بدرجة كبيرة علي أن إدارة حمام السباحة تستحدث خدمات وأنشطة جديدة تناسب تطلعات المستفيدين.

وحصلت العبارتان (٨ ، ٦) علي الترتيب علي نسبة مئوية (٦٩.٥٨ % - ٦٢.٩٢ %) ، ويشير جدول معنوية النسبة المئوية علي دلالة العبارتين لصالح الإجابة (إلي حد ما) مما يشير إلي أن أفراد العينة موافقون بدرجة متوسطة علي أن ادارة حمام السباحة تتبع الأساليب الحديثة في الترويج لخدماته، كما أن هناك إتاحة الفرصة للعاملين بحمامات السباحة للإبتكار والتجديد والتجريب لمواجهة مشكلات ومعوقات العمل .

بينما جاءت العبارة (٧) في المرتبة الأخيرة، بوزن نسبي (١٣٤) ، وبنسبة مئوية (٥٥.٨٣ %) ، ويشير جدول معنوية النسبة المئوية لها علي دلالة العبارة لصالح الإجابة (غير موافق) ، وهي تشير إلي أن أفراد عينة البحث يرون أن إدارة حمام السباحة لا تمتلك القدرة على توظيف الأفكار الإبداعية في تقديم خدمات متميزة بشكل كاف.

ووفقاً لما أظهرته النتائج يتبين أن المتوسط الحسابي لجميع عبارات المحور بلغ (٦٨.٣٣ %) مما يشير إلي أن التجديد والإبتكار كمحور للميزة التنافسية المستدامة بحمامات السباحة في صعيد مصر يتوافر بدرجة موافقة متوسطة ، وهذا يتفق مع ما أسفرت عنه نتائج دراسة عبد الله القرني (٢٠٢٣م) (٥١) ، ودراسة هاجر مصطفى (٢٠٢٣م) (٨٢) أشارت نتائجهما إلي توافر الابداع جاء بدرجة موافقة متوسطة، ويختلف مع نتائج دراسة محمد عبد المحسن (٢٠٢٠م) (٦٩) التي أشارت إلي توافر الإبداع والإبتكار في حمامات السباحة كمحور للميزة التنافسية المستدامة بدرجة قليلة .

ويري الباحثون أن عدم إهتمام الإدارة بالإبتكار وتوظيف الأفكار الإبداعية في تقديم خدمات متميزة ، والمحافظة علي الأشكال التقليدية النمطية في الأنشطة والخدمات المقدمة للمستفيدين، مع نقص الموارد المالية ، يمثل ذلك عائقاً في سبيل تنفيذ أنشطة مبتكرة تسهم في تحقيق بيئة تنافسية قوية .

المحور الثالث: التكلفة

جدول (١٢)

الوزن النسبي والنسبة المئوية لإستجابات عينة البحث في المحور الثالث (ن = ٨٠)

م	العبـارات	درجة الإستجابة			الوزن النسبي	%	كا ^٢	الترتيب
		نعم	الي حد ما	لا				
١١	تؤكد إدارة حمام السباحة على ضرورة خفض التكاليف الادارية والتسويقية على نحو مستمر لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة.	٢٦	٤٢	١٢	١٧٤	٧٢.٥٠	١٦.٩٠	٢
١٢	تستخدم إدارة حمام السباحة كافة مواردها المتاحة بصورة اقتصادية ورشيدة	١٣	٤٥	٢٢	١٥١	٦٢.٩٢	٢٠.٤٢	٥
١٣	تحرص إدارة حمام السباحة على تجنب أخطاء العمل للتقليل من التكاليف باستمرار .	٢٧	٤٢	١١	١٧٦	٧٣.٣٣	١٨.٠٢	١
١٤	تمارس إدارة حمام السباحة رقابة شديدة على جميع عناصر التكاليف	١٩	٥٠	١١	١٦٨	٧٠	٣١.٨٢	٣
١٥	تنتهج إدارة حمام السباحة سياسة تقديم الخدمات المتميزة بأقل التكاليف في عملية مواجهة المنافسة مع حمامات السباحة الأخرى	١٨	٤٢	٢٠	١٥٨	٦٥.٨٣	١٣.٣٠	٤
مجموع المحور					٨٢٧	٦٨.٩٢		

قيمة كا^٢ الدالة عند مستوي ٠.٠٥=٠.٩٩

يتضح من الجدول أن النسبة المئوية قد تراوحت ما بين (٦٢.٩٢ % - ٧٣.٣٣ %) عبارات المحور ، وبذلك توجد فروق دالة إحصائياً بين استجابات أفراد عينة الدراسة لجميع عبارات المحور لصالح التكرارات الأكبر ، وقد أظهرت نتائج إستجابات أفراد عينة الدراسة ما يلي :

جاءت العبارة (١٣) في المرتبة الأولى بوزن نسبي (١٩٢) ، وبنسبة مئوية (٧٣.٣٣) % ، ويشير جدول معنوية النسبة المئوية علي دلالة العبارة لصالح الإجابة (موافق)، مما يشير إلي أن أفراد عينة البحث موافقون بدرجة كبيرة علي أن إدارة حمامات السباحة تحرص على تجنب أخطاء العمل للتقليل من التكاليف باستمرار .

وحصلت العبارات (١١، ١٤، ١٥) علي الترتيب علي نسبة مئوية تراوحت ما بين (٧٢.٥٠ % - ٦٥.٨٣ %) ، ويشير جدول معنوية النسبة المئوية علي دلالة العبارات لصالح الإجابة (إلي حد ما) مما يشير إلي أن أفراد عينة البحث يرون أن إدارة حمام السباحة تؤكد على ضرورة خفض التكاليف الادارية والتسويقية على نحو مستمر لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة ، كما أن إدارة حمام السباحة تمارس رقابة متوسطة على جميع عناصر التكاليف ، كما أن إدارة حمام السباحة تنتهج إلي حد ما سياسة تقديم الخدمات المتميزة بأقل التكاليف في عملية مواجهة المنافسة مع حمامات السباحة الاخرى .

بينما جاءت العبارة (١٢) في المرتبة الأخيرة، بوزن نسبي (١٥١)، وبنسبة مئوية (٦٢.٩٢) % ، ويشير جدول معنوية النسبة المئوية لها علي دلالة العبارة لصالح الإجابة (إلي حد ما) ، وهي تشير إلي أن أفراد عينة البحث موافقون بدرجة متوسطة ، حيث يرون أن إدارة حمام السباحة تستخدم إلي حد ما كافة مواردها المتاحة بصورة اقتصادية ورشيدة .

ووفقاً لما أظهرته النتائج يتبين أن المتوسط الحسابي لجميع عبارات المحور بلغ (٦٨.٩٢) % وتشير النتائج إلي أن التكلفة كمحور للميزة التنافسية المستدامة بحمامات السباحة في صعيد مصر يتوافر بدرجة موافقة متوسطة ، وهذا يتفق مع نتائج دراسة عبد الله القرني (٢٠٢٣م) (٥١) ، ودراسة شفاء بلاسم حسن ، محمد عبد الامير (٢٠٢٢م) (٤٠) ، ودراسة هاجر مصطفى (٢٠٢٣م) (٨٢) التي اشارت إلي أن هناك إهتمام بدرجة متوسطة بتخفيض الكلفة من قبل عينة البحث ، كما يتفق مع ما أسفرت عنه نتائج دراسة محمد عبد المحسن (٢٠٢٠م) (٦٩) التي أشارت إلي توافر بعد الكلفة كمحور للميزة التنافسية المستدامة بحمامات السباحة بدرجة متوسطة .

ويري الباحثون أنه رغم رغبة وسعي الإدارة في تقديم خدمات وأنشطة ذات جودة عالية وبتكلفة أقل ترشيداً للنفقات ، إلا أن عدم إستخدام إدارة حمام السباحة كافة مواردها

بصورة اقتصادية ورشيدة يمثل قصوراً أمام تحقيق ذلك كمحور للميزة التنافسية المستدامة بحمامات السباحة في صعيد مصر

المحور الرابع: الإستدامة

جدول (١٣)

الوزن النسبي والنسبة المئوية لإستجابات عينة البحث في المحور الرابع (ن = ٨٠)

م	العبارات	درجة الإستجابة			الوزن النسبي	%	كا ^٢	الترتيب
		نعم	الي حد ما	لا				
١٦	تعمل إدارة حمام السباحة على الارتقاء بمكانة وسمعة حمام السباحة علي المدى البعيد عند المستفيدين	٤٠	٢٥	١٥	١٨٥	٧٧.٠٨	١١.٨٧	١
١٧	تقدم ادارة حمام السباحة خدمات ذات مزايا متميزة مقارنة بحمامات السباحة الأخرى	٢٥	٤٣	١٢	١٧٣	٧٢.٠٨	١٨.١٧	٣
١٨	تحافظ ادارة حمام السباحة على ولاء المستفيدين الحاليين واستقطاب ولاء المستفيدين المحتملين	٢٦	٤٠	١٤	١٧٢	٧١.٦٧	١٢.٧٠	٤
١٩	تحرص ادارة حمام السباحة على تحقيق عوائد اقتصادية عالية من خلال تقديم الافضل والأحسن في السوق	٢٨	٣٨	١٤	١٧٤	٧٢.٥٠	١٠.٩٠	٢
مجموع المحور					٧٠٤	٧٣.٣٣		

قيمة كا^٢ الدالة عند مستوي ٥.٩٩=٠.٠٥

يتضح من الجدول أن النسبة المئوية قد تراوحت ما بين (٧١.٦٧ % - ٧٧.٠٨ %) لعبارات المحور ، وبذلك توجد فروق دالة إحصائياً بين استجابات أفراد عينة الدراسة لجميع عبارات المحور لصالح التكرارات الأكبر ، وقد أظهرت نتائج إستجابات أفراد عينة الدراسة ما يلي :

جاءت العبارة (١٦) في المرتبة الأولى بوزن نسبي (١٨٥) ، ونسبة مئوية (٧٧.٠٨ %) ، ويشير جدول معنوية النسبة المئوية علي دلالة العبارة لصالح الإجابة (موافق) ، مما

يشير إلي أن أفراد عينة البحث موافقون بدرجة كبيرة علي أن إدارة حمامات السباحة تعمل على الارتقاء بمكانة وسمعة حمام السباحة علي المدى البعيد عند المستفيدين .

وحصلت العبارتان (١٩، ١٧) علي الترتيب علي نسبة مئوية (٧٢.٥٠ % - ٧٢.٠٨ %) ، ويشير جدول معنوية النسبة المئوية علي دلالة العبارتين لصالح الإجابة (إلي حد ما) مما يشير إلي أن أفراد عينة البحث يرون أن إدارة حمام السباحة تحرص إلي حد ما على تحقيق عوائد إقتصادية عالية من خلال تقديم الأفضل والأحسن في السوق ، كما أنها تقدم بعض الخدمات ذات مزايا متميزة مقارنة بحمامات السباحة الأخرى ، ولكن ليس بالدرجة الكافية .

بينما جاءت العبارة (١٨) في المرتبة الأخيرة ، بوزن نسبي (١٧٢)، ونسبة مئوية (٧٢.٠٨%)، ويشير جدول معنوية النسبة المئوية لها علي دلالة العبارة لصالح الإجابة (إلي حد ما) ، وهي تشير إلي أن أفراد عينة البحث يرون أن إدارة حمام السباحة تحافظ إلي حد ما على ولاء المستفيدين الحاليين واستقطاب ولاء المستفيدين المحتملين ، ولكن ليس بالدرجة الكافية .

ووفقاً لما أظهرته النتائج يتبين أن المتوسط الحسابي لجميع عبارات المحور بلغ (٧٣.٣٣ %) وتشير النتائج إلي أن الإستدامة كمحور للميزة التنافسية المستدامة بحمامات السباحة في صعيد مصر يتوافر بدرجة موافقة كبيرة .

ويري الباحثون أن عدم إستمرارية العمل بحمامات السباحة في صعيد مصر طوال العام يعتبر من أهم المعوقات التي تواجه الإستدامة كمحور للميزة التنافسية المستدامة بحمامات السباحة في صعيد مصر المحور الخامس: المرونة

جدول (١٤)

الوزن النسبي والنسبة المئوية لإستجابات عينة البحث فى المحور الخامس (ن = ٨٠)

م	العبارات	درجة الإستجابة			الوزن النسبي	%	كا ^٢	الترتيب
		نعم	إلى حد ما	لا				
٢٠	تلبية خطط حمام السباحة إحتياجات المستفيدين المتجددة.	١٣	٤٥	٢٢	١٥١	٦٢.٩٢	٢٠.٤٢	٣
٢١	تتوافر لدى إدارة حمام السباحة سياسات مرنة تسمح بمواجهة التغيرات الطارئة.	٢٧	٤٢	١١	١٧٦	٧٣.٣٣	١٨.٠٢	١
٢٢	يتوفر بحمام السباحة هيكلاً تنظيمياً يتصف بالمرونة بما يمكن العاملين من الإبداع في العمل.	٢٢	٤٣	١٥	١٦٧	٦٩.٥٨	١٥.٩٢	٢
٢٣	تستجيب إدارة حمام السباحة لمقترحات وأفكار عملائه في تطوير الأنشطة.	١٥	٢٤	٤١	١٣٤	٥٥.٨٣	١٤.٤٤	٤
مجموع المحور					٦٢٨	٦٥.٤٢		

قيمة كا^٢ الدالة عند مستوى ٥.٩٩=٠.٠٥

يتضح من الجدول أن النسبة المئوية قد تراوحت ما بين (٥٥.٨٣ % - ٧٣.٣٣ %) لعبارات المحور ، وبذلك توجد فروق دالة إحصائياً بين استجابات أفراد عينة الدراسة لجميع عبارات المحور لصالح التكرارات الأكبر ، وقد أظهرت نتائج إستجابات أفراد عينة الدراسة ما يلي :

جاءت العبارة (٢١) في المرتبة الأولى بوزن نسبي (١٧٦) ، ونسبة مئوية (٧٣.٣٣ %) ، ويشير جدول معنوية النسبة المئوية علي دلالة العبارة لصالح الإجابة (إلى حد ما) ، مما يشير إلي أن أفراد عينة البحث يرون أنه تتوافر إلي حد ما لدى إدارة حمام السباحة سياسات مرنة تسمح بمواجهة التغيرات الطارئة ، ولكن ليس بالدرجة الكافية .

وحصلت العبارتان (٢٢ ، ٢٠) علي الترتيب علي نسبة مئوية (٦٩.٥٨ % - ٦٢.٩٢ %) ، ويشير جدول معنوية النسبة المئوية علي دلالة العبارتين لصالح الإجابة (إلى حد ما) مما يشير إلي أن أفراد عينة البحث موافقون بدرجة متوسطة علي أنه يتوفر بحمام السباحة هيكلاً تنظيمياً يتصف إلي حد ما بالمرونة بما يمكن العاملين من الإبداع في العمل ، وأن خطط حمام السباحة تلبية إحتياجات المستفيدين المتجددة بدرجة متوسطة .

بينما جاءت العبارة (٢٣) في المرتبة الأخيرة ، بوزن نسبي (١٣٤)، وبنسبة مئوية (٥٥.٨٣%)، ويشير جدول معنوية النسبة المئوية لها علي دلالة العبارة لصالح الإجابة (غير موافق) ، وهي تشير إلي أن أفراد عينة البحث يرون أن ادارة حمام السباحة لا تستجيب لمقترحات وأفكار عملائه في تطوير الأنشطة ، وكانت الإستجابة لهذه العبارة بدرجة موافقة قليلة .

ووفقاً لما أظهرته النتائج يتبين أن المتوسط الحسابي لجميع عبارات المحور بلغ (٦٥.٤٢ %) وتشير النتائج إلي أن المرونة كمحور للميزة التنافسية المستدامة بحمامات السباحة في صعيد مصر يتوافر بدرجة موافقة متوسطة ، وهذا يتفق مع ما أسفرت عنه نتائج دراسة عبد الله القرني (٢٠٢٣م) (٥١) ، أشارت نتائجها إلي توافر بعد المرونة بدرجة متوسطة .

ويري الباحثون وجود بعض القصور والضعف في توافر المرونة الكافية لتعديل الهيكل التنظيمي الحالي بحمامات السباحة في صعيد مصر، وفي تطوير الأنشطة والخطط بما يلبي إحتياجات المستفيدين المتجددة ، وتعزي الباحثة ذلك إلي أن المركزية الشديدة هي النمط السائد في إدارة حمامات السباحة بصعيد مصر ، وقلة الوعي بالأساليب الإدارية الحديثة .

المحور السادس: السمعة الطيبة

جدول (١٥)

الوزن النسبي والنسبة المئوية وكا^٢ لإستجابات عينة البحث في المحور السادس

(ن = ٨٠)

م	العبارات	درجة الإستجابة			الوزن النسبي	%	كا ^٢	الترتيب
		نعم	الي حد ما	لا				
٢٤	الخدمات والأنشطة المقدمة في حمام السباحة لها القدرة في التأثير على إقبال المستفيدين	٤٥	٢٣	١٢	١٩٣	٨٠.٤٢	٢١.١٧	١
٢٥	يعمل حمام السباحة على التحسين والتطوير المستمر للوفاء بتوقعات المستفيدين.	٢٧	٤٢	١١	١٧٦	٧٣.٣٣	١٨.٠٢	٢
٢٦	يمتلك حمام السباحة سمعة جيدة ومؤثرة في المجتمع المحلي	٢٢	٤٣	١٥	١٦٧	٦٩.٥٨	١٥.٩٢	٣
٢٧	يتوفر بحمام السباحة خدمات مقدمة على سطح حمام السباحة لأولياء الأمور	١٥	٢٤	٤١	١٣٤	٥٥.٨٣	١٣.٠٧	٥
٢٨	يسعى حمام السباحة إلي الإهتمام بالمستفيدين لأن ذلك يكون سمعة وصورة ذهنية جيدة عنها	١٣	٤٥	٢٢	١٥١	٦٢.٩٢	٢٠.٤٢	٤
مجموع المحور					٨٢١	٦٨.٤٢		

قيمة كا^٢ الدالة عند مستوي ٠.٠٥=٠.٩٩

يتضح من الجدول أن النسبة المئوية قد تراوحت ما بين (٥٥.٨٣ % - ٨٠.٤٢ %)

لعبارة المحور، وبذلك توجد فروق دالة إحصائياً بين استجابات أفراد عينة الدراسة لجميع عبارات المحور لصالح التكرارات الأكبر، وقد أظهرت نتائج إستجابات أفراد عينة الدراسة ما يلي :

جاءت العبارة (٢٤) في المرتبة الأولى بوزن نسبي (١٩٣) ، ونسبة مئوية (٨٠.٤٢ %)، ويشير جدول معنوية النسبة المئوية علي دلالة العبارة لصالح الإجابة (موافق)، مما يشير إلي أن أفراد عينة البحث موافقون بدرجة كبيرة جداً علي أن الخدمات والأنشطة المقدمة في حمام السباحة لها القدرة في التأثير على إقبال المستفيدين .

وحصلت العبارات (٢٥، ٢٦، ٢٨) علي الترتيب علي نسبة مئوية تراوحت ما بين (٧٣.٣٣ % - ٦٢.٩٢ %)، ويشير جدول معنوية النسبة المئوية علي دلالة العبارات لصالح الإجابة (إلي حد ما) مما يشير إلي أن أفراد عينة البحث يرون أن حمام السباحة يعمل إلي حد ما على التحسين والتطوير المستمر للوفاء بتوقعات المستفيدين، كما أنهم موافقون بدرجة متوسطة علي أن حمام السباحة يمتلك سمعة جيدة ومؤثرة في المجتمع المحلي ، وأن حمام السباحة يسعى إلي الإهتمام بالمستفيدين لأن ذلك يكون سمعة وصورة ذهنية جيدة عنها .

بينما جاءت العبارة (٢٧) في المرتبة الأخيرة ، بوزن نسبي (١٣٤)، وبنسبة مئوية (٥٥.٨٣ %)، ويشير جدول معنوية النسبة المئوية لها علي دلالة العبارة لصالح الإجابة (غير موافق) ، وهي تشير إلي أن أفراد عينة البحث يرون أنه لا يتوفر بحمام السباحة خدمات مقدمة على سطح حمام السباحة لأولياء الأمور وكانت الإستجابة لهذه العبارة بدرجة موافقة قليلة .

ووفقاً لما أظهرته النتائج يتبين أن المتوسط الحسابي لجميع عبارات المحور بلغ (٦٨.٤٢ %) وتشير النتائج إلي أن السمعة الطيبة كمحور للميزة التنافسية المستدامة بحمامات السباحة في صعيد مصر يتوافر بدرجة متوسطة ، وهذا يختلف مع نتائج دراسة **محمد عبد المحسن (٢٠٢٠م)** (٦٩) التي أشارت إلي توافر السمعة الطيبة كمحور للميزة التنافسية المستدامة بدرجة كبيرة .

ويري الباحثون أن أغلب حمامات السباحة في صعيد مصر مقاييسها صغيرة (٢٥م) مما لا يسمح بتقديم خدمات متنوعة ومتميزة على سطح حمام السباحة .

جدول (١٦)

الوزن النسبي والنسبة المئوية لاستجابة عينة البحث حول محاور الواقع الفعلى للميزة التنافسية المستدامة بحمامات السباحة فى صعيد مصر (ن = ٨٠)

م	المحاور	الوزن النسبي	%	الترتيب
١	جودة الخدمات	٨٢٣	٦٨.٥٨	الثالث
٢	التجديد والإبتكار	٨٢٠	٦٨.٣٣	الخامس
٣	التكلفة	٨٢٧	٦٨.٩٢	الثاني
٤	الإستدامة	٧٠٤	٧٣.٣٣	الأول
٥	المرونة	٦٢٨	٦٥.٤٢	السادس
٦	السمعة الطيبة	٨٢١	٦٨.٤٢	الرابع
النسبة المئوية للمحاور			٦٨.٨٣	

يتضح من الجدول السابق توافر محور الإستدامة الذي جاء في الترتيب الأول من خلال استجابات العينة بنسبة (٧٣.٣٣ %) يليه محور التكلفة بنسبة (٦٨.٩٢ %)، يليه محور جودة الخدمات التجديد والإبتكار بنسبة (٦٨.٥٨ %) ، يليه محور السمعة الطيبة بنسبة (٦٨.٤٢ %) ، يليه محور التجديد والإبتكار بنسبة (٦٨.٣٣ %) ، وجاء محور المرونة في المرتبة الأخيرة بنسبة (٦٥.٤٢ %) .

وأن النسبة المئوية لمجموع المحاور بلغت (٦٨.٨٣ %) وتشير هذه النتائج إلي أن الواقع الفعلى للميزة التنافسية المستدامة بحمامات السباحة فى صعيد مصر يتوافر بدرجة متوسطة ، وهذا يتفق مع ما أسفرت عنه نتائج دراسة عبد الله القرني (٢٠٢٣م) (٥١) أشارت نتائجها إلي توافر أبعاد الميزة التنافسية بمؤسسات التعليم قبل الجامعي بمدينة تبوك بدرجة متوسطة لا يحقق المستوى المأمول والمنشود ، بينما يختلف ذلك مع نتائج دراسة نوال الشهراني، خولة المفيز (٢٠٢٢م) (٧٩) التي أشارت إلي أن واقع الميزة التنافسية بمدينة الرياض جاء بدرجة كبيرة.

الاستنتاجات:

تحقيقاً لهدف البحث والإجابة علي تساؤلاته وفي ضوء النتائج التي تم التوصل إليها بعد معالجتها وعرضها وتفسيرها ومناقشتها وفي حدود العينة والمنهج المستخدم وأدوات جمع البيانات تمكن البحث من الوصول إلي الإستخلاصات الآتية :

١-الاستنتاجات الخاصة بالواقع الفعلي للميزة التنافسية المستدامة

بحمامات السباحة في صعيد مصر:

- توافر محور الإستدامة الذي جاء في الترتيب الأول من خلال استجابات العينة بنسبة (٧٣.٣٣ %) يليه محور التكلفة بنسبة (٦٨.٩٢ %) ، يليه محور جودة الخدمات التجديد والإبتكار بنسبة (٦٨.٥٨ %) ، يليه محور السمعة الطيبة بنسبة (٦٨.٤٢ %) ، يليه محور التجديد والإبتكار بنسبة (٦٨.٣٣ %) ، وجاء محور المرونة في المرتبة الأخيرة بنسبة (٦٥.٤٢ %) .

- النسبة المئوية لمجموع المحاور بلغت (٦٨.٨٣ %) وتشير هذه النتائج إلي أن الواقع الفعلي للميزة التنافسية المستدامة بحمامات السباحة في صعيد مصر يتوافر بدرجة متوسطة .

التوصيات :

- إستناداً لنتائج البحث والاستنتاجات التي تم التوصل إليها يوصي الباحثون بما يلي :
- توظيف تقنية المعلومات لإحداث تغيير جوهري في الأداء، والإستفادة منها في تطوير إجراءات وأساليب العمل مما يساعد علي تحسين الأداء .
- الإهتمام بالمستفيدين من الأنشطة والخدمات المقدمة بحمام السباحة، لأن ذلك يكون سمعة وصورة ذهنية جيدة عنها .
- تأهيل وتدريب كوادر فنية وقيادية تتمتع بمهارات الجمع والتحليل بأدواته وتقنياته الحديثة والتنبؤ بالمستقبل وإعداد الخطة البديلة مما يسهم في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة .

المراجع العربية:

١. احمد اسماعيل احمد: الميزة التنافسية لتطوير الاندية الرياضية المصرية، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية بنين، جامعة حلوان، ٢٠١٤ م.
٢. اسامة السيد أحمد الطبلوي : دور الريادة الإستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية المستدامة : دراسة تطبيقية علي شركة مصر للتأمين ، المجلة العلمية ، كلية التجارة ، جامعة أسيوط ، ع ٥ ، ٢٠٢٢
٣. بدر عبد الرحمن محمد الجاسم : دور نظم المعلومات التسويقية في دعم المزايا التنافسية المستدامة في عصر الرقمنة " دراسة تطبيقية " ، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية ، جامعة مدينة السادات مج ١٣ ، ع ٣ ، ٢٠٢٣م
٤. جمال محمد على : الحديث في الادارة الرياضية ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ٢٠٠٩م.
٥. شفاء بلاسم حسن ، محمد عبد الامير : تأثير مدى اسهام الأداء المستدام في الميزة التنافسية بتوسط المخدمية بحث استطلاعي في الشركة العامة للصناعات الكهربائية والالكترونية ، مجلة الريادة للمال والأعمال ، مج ٣ ، ع ٣ ، ٢٠٢٢ م .
٦. عادل محمد عبدالمنعم مكي: الإدارة بتمكين العاملين وأثرها علي الرضا الوظيفي بحمامات السباحة بالمؤسسات الرياضية، المجلة العلمية المتخصصة، كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط، ٢٠٠٩م.
٧. عبد الله عالي القرني : رؤية مقترحة لتحسين الميزة التنافسية لمؤسسات التعليم قبل الجامعي بمدينة تبوك في ضوء ممارسات الذكاء التنافسي ، مجلة كلية التربية جامعة المنوفية ، ع ٤ ، ٢٠٢٣ م .
٨. عمرو محمد إبراهيم: تقدير أسلوب إدارة الوقت وضغوط العمل في حمامات السباحة في ج.م.ع المجلة العلمية المتخصصة في التربية الرياضية، كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط، ٢٠٠٤م.

٩. عمرو محمد إبراهيم، حازم كمال الدين عبد العظيم: أساليب التسويق مدارس السباحة في الأندية المصرية، مجلة كلية التربية الرياضية، العدد الثالث، جامعة المنصورة، ٢٠٠٤م.
١٠. محمد حامد فتحي محمد : إدارة التميز كمدخل لتطوير الأداء الوظيفي لدي العاملين بحمامات السباحة رسالة ماجستير ، كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط ، ٢٠١٣م.
١١. محمد عبد المحسن أحمد : نموذج مقترح لتحقيق الميزة التنافسية بحمامات السباحة في ضوء إدارة الذكاء التنافسي ، مجلة أسيوط لعلوم وفنون التربية ، مج ٥٢ ، ع ٢ ، ٢٠٢٠م .
١٢. مصطفى اكرم حنتوش : دور خصائص المنظمة المتعلمة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة (بحث تطبيقي على مجموعة من الكليات الاهلية) ، مجلة الادارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية ، ع ١٢٩ ، ٢٠٢١م .
١٣. مؤمن طه عبد النعيم : اليقظة الإستراتيجية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية بحمامات السباحة، مجلة بني سويف لعلوم التربية البدنية والرياضية ، مج ٥ ، ع ٨ ، ٢٠٢١م .
١٤. نوال سعيد محمد الشهراني ، خولة عبدالله محمد المفيز : الصحة التنظيمية وعلاقتها بتعزيز الميزة التنافسية في مدارس التعليم الثانوي الحكومي للبنات بمدينة الرياض من منظور القائدات والمعلمات ، رسالة الخليج العربي ، مكتب التربية العربي لدول الخليج ، ٢٠٢٢م .
١٥. هاجر عادل مصطفى : تأثير البعد البيئي للمسؤولية الاجتماعية على تحقيق الميزة التنافسية (دراسة ميدانية) ، مجلة البحوث المالية والتجارية ، مج ٢٤ ، ع ١ ، ٢٠٢٣م .
١٦. وليد رزق بدر : تقويم الأداء الإداري للأندية الرياضية بأسوان في ضوء معايير الجودة الشاملة ، مجلة أسيوط لعلوم وفنون التربية الرياضية كلية التربية الرياضية – جامعة أسيوط ، ٢٠١٩م

المراجع الأجنبية :

١٧. **Bavarsad, B., Jafari, S., Hosseini, S.A. & Hozhabri, A.A.** (٢٠١٥). Analyzing the Impact of Entrepreneurial Marketing on Sustainable Competitive Advantage in SMEs. In ٢٠١٥ ٩th International Conference on e-Commerce in Developing Countries: with focus on e-Business (ECDC) (pp. ١-١٠). IEEE.
١٨. **Daru, M.,** (٢٠١٦). Total Quality management (TQM): A strategy for competitive advantage, introductional journal of research in I t and mangment (Ijrim), ٦(٩): ٥١-٥٥
١٩. **Kuncoro, W., & Suriani, W. O.** (٢٠١٨). Achieving sustainable competitive advantage through product innovation and market driving. Asia Pacific Management Review, ٢٣(٣), ١٨٦-١٩٢
٢٠. **Quaye, D., & Mensah, I.** (٢٠١٨). Marketing innovation and sustainable competitive advantage of manufacturing SMEs in Ghana. Management Decision.