



مجلة سوهاج لعلوم وفنون
التربية البدنية والرياضة



جامعة سوهاج
كلية التربية الرياضية

" الذكاء التنافسي كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية "

أ. م. د / إبراهيم احمد عبد الوهاب

مجلة سوهاج لعلوم وفنون التربية البدنية والرياضة - العدد الخامس عشر - مارس ٢٠٢٥ م
الترقيم الدولي: (ISSN 2682-3748) print (ISSN 2682-3837) online

"الذكاء التنافسي كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية"

بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية"

(*) أ.م. د / إبراهيم احمد عبد الوهاب

مقدمة البحث :

تُعدُّ مراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية من العناصر الأساسية في بناء مجتمعات صحية ومستدامة ، فهذه المنشآت لا تقتصر أهميتها على تحسين الصحة البدنية للأفراد فحسب بل تتجاوز ذلك لتساهم بشكل فعّال في تعزيز جودة الحياة بشكل عام من خلال تقديم برامج تدريبية متكاملة فإن هذه المراكز تسهم في الوقاية من الأمراض المزمنة وتعزيز اللياقة البدنية والذهنية فعلى مستوى المجتمع توفر مراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية منصة للناس لتبني نمط حياة نشط وصحي مما يساهم في تقليل تكاليف الرعاية الصحية على المدى الطويل وزيادة الإنتاجية ، تتضح أهمية هذه المنشآت بشكل خاص في المناطق الريفية والنائية مثل محافظتي أسيوط وسوهاج في صعيد مصر حيث تظل القضايا الصحية والتغذوية تحديات ملحة تلعب الأندية الصحية دوراً حيوياً في تحسين الوعي الصحي وتوفير فرص ممارسة الرياضة التي قد تكون غير متاحة بسهولة وتحتاج إلى المزيد من البحث العلمي .

في وقتنا الحاضر تطور مفهوم الرياضة فأصبحت الرياضة علماً مستقلاً يطلق عليه "التربية الرياضية"، وأصبحت له كليات جامعية تدرسه، ومؤسسات حكومية وخاصة تتبناه، وأصبح مقرراً مدرسياً وجامعياً مستقلاً ، كما أصبح له نواد ومراكز رياضية في أنواع مختلفة من الرياضات ، وأصبحت الرياضة السمة العامة للمجتمعات الحديثة ، يشارك فيها مختلف شرائح المجتمع صغاراً وكباراً ، ذكوراً وإناثاً ، ويتفاعل معها جمهور عريض من الناس . (٣١ : ١٢٠)

وتعتبر مراكز اللياقة البدنية ذات أهمية بارزة في المجتمع ، حيث تقدم خدمات وأنشطة متعددة وتخدم العديد من فئات المجتمع، وتوفر العديد من فرص العمل للشباب المؤهلين رياضياً وعلمياً ، وغالباً ما نجد مراكز اللياقة البدنية في الأماكن والمناطق المتعددة مثل القرى السياحية أو الأندية الرياضية أو مكان مستقل في المدن والتجمعات السكنية أو في أي مكان لأنها تقدم خدمات عديدة وأنشطة متنوعة.(٢٢ : ٣٢١)

ويعرف "حسن علي الزعبي" (٢٠٠٥م) الميزة التنافسية بأنها خاصية أو مجموعة خصائص نسبية تنفرد بها المؤسسة ويمكنها الاحتفاظ بها لمدة طويلة نسبياً نتيجة صعوبة محاكاتها، أو التي تحقق خلال تلك المدة المنفعة لها وتم كنها من التفوق على المنافسين فيما تقدمه من خدمات أو سلع . (٦ : ١٣٨)

* أستاذ مساعد بقسم الإدارة الرياضية والترويج بكلية التربية الرياضية جامعة الوادي الجديد.

ويعتبر الذكاء التنافسي احد الادوات الاستراتيجية والاساليب الادارية الهامة التي يمكن من خلالها تحقيق الميزة التنافسية عن طريق تحليل قدرات المؤسسة والتعرف على نقاط القوة ونقاط الضعف، ودراسة حركة المنافسين بما يسمح للمؤسسة بتوقع تطورات السوق قبل حدوثها بدلاً من الوقوف فقط على الاستجابة لهذه التطورات والتغيرات، بل يساعد على أن تسبق هذه التغيرات مجموعة من القرارات الاستراتيجية التي تحسن من قدرة المؤسسة على مواجهة هذه التغيرات . (٣٦ : ٥٣)

وقد حظى الذكاء التنافسي باهتمام كبير من قبل المؤسسات المختلفة وساعد في ذلك الانفجار المعلوماتي على المستوى العام عبر التطبيقات التكنولوجية المتعددة، والتي اسهمت بشكل كبير في بناء ذكاء تنافسي معلوماتي بين العاملين والمدبرين، وساهم بشكل مؤثر في اتخاذ القرارات التسويقية الناجحة لهذه المؤسسات. (٣٤ : ٦٠)

الذكاء التنافسي هو الذي يختص بتحليل البيئة التنافسية للمنظمة ويتضمن تحليل الإمكانيات والقابليات الحيوية والغايات لمنافسي الأعمال ، كما أنه عملية قانونية وأخلاقية لمراقبة ومتابعة وتحليل المدى الكلي من النشاطات التنافسية . (١ : ٤٣)

وقد توصل الباحث لمشكلة البحث من خلال تردد الباحث على بعض مراكز اللياقة البدنية لاحظ وجود بعض نواحي القصور في جودة الخدمات المقدمة من هذه المراكز مثل ترك الرواد اختيار التدريبات التي تناسبهم دون معرفة فوائدها أو أهميتها بالنسبة له وطريقة الصحيحة لاستخدام الأجهزة وتقديم الخدمات الإرشادية والتوجيهية للعملاء مما قد يؤدي إلى بعض الإصابات أو عدم شعور المترددين بالفوائد الواضحة على الصحة العامة أو مستوى اللياقة البدنية الخاصة وقد يرجع الباحث ذلك إلى تدني مستوى الخدمات المقدمة بتلك المنشآت ، ومن خلال اطلاع الباحث على توصيات ونتائج بعض الدراسات المرتبطة السابقة كدراسات (سهام أحمد محمد) (٢٠٢٠م) (١١) ، والتي أوصت أنه يتطلب من المؤسسات الجامعية تقييم وتغيير أساليبها الإدارية وخططها بصفة مستمرة من أجل اكتساب الميزة التنافسية المستدامة وضرورة الاستفادة من إدارة الذكاء التنافسي لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة للجامعات المصرية ، دراسة (دراق حنان ، شيخ هجيرة) (٢٠٢٣م) (٨) وكانت أهم نتائجها حيث أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء التنافسي ببعديه الذكاء التكنولوجي وذكاء العميل وتعزيز القدرة التنافسية وأوصت بضرورة اعتماد الذكاء التنافسي كخيار استراتيجي لتحقيق القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية ، دراسة (Seyyed et al) (2017) (٣٥) والتي أكدت نتائجها أن الذكاء التنافسي كأن له تأثير ايجابي على إنشاء ميزة تنافسية مستدامة، وتوصلت لضرورة إنشاء وحدة استراتيجية لجمع وتحليل وتقاسم معلومات ذكية مستمدة من البيئة الداخلية والخارجية من أجل الحصول على الميزة التنافسية المستدامة ، وأوضحت نتائج دراسة (وهيب رمضان ، أحمد حسني) (٢٠١٧م) (٢٨) وجود ارتباط دال إحصائياً طردي بين الذكاء الأخلاقي بمحاوره والإبداع الإداري

للمديرين والعاملين بمراكز اللياقة البدنية بمحاورة وأوصت الدراسة ضرورة تنمية المشاركة الاجتماعية الفعالة بين المديرين والعاملين بمراكز اللياقة البدنية وتعزيز روح التعاون الجماعي وبالتالي رفع مستوى الذكاء الأخلاقي لديهم وكذلك أوصت بإجراء دراسات أخرى مماثلة عن موضوع الذكاء الأخلاقي والإبداع الإداري داخل الأندية الرياضية سواء الأهلية أو الخاصة ، كما أوصت دراسة (خالد محمود ، وسيم يوسف) (٢٠١٩م) (٧) بتشجيع المرأة على ممارسة الأنشطة الرياضية لما لها من تأثير إيجابي على النواحي الاجتماعية والنفسية والصحية ، وأوضحت دراسة (عادل إبراهيم وآخرون) (٢٠٢٣م) (١٤) نتائج أهمها وضع معايير يمكن من خلالها تقييم مراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية تنقسم إلى (معايير عامة - معايير خاصة بالنشاط المقدم) وأوصت الدراسة ضرورة المتابعة الدورية والتقييم للهيئات الرقابية على مراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية والعاملين بها وكل ما يتم تقديمه للرياضيين وغير الرياضيين من خدمات كما أوصت بإجراء العديد من الدراسات التي تتناول الكفايات المهنية للعاملين بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية بجمهورية مصر العربية في ضوء القوانين واللوائح.

واتضح للباحث من خلال عرض نتائج الدراسات المرتبطة السابقة أنها تتفق مع هذا البحث في عدة أوجه منها المنهج الوصفي المتبع وأيضا في مدى أهمية تبني وتطبيق أسلوب إداري واستراتيجية حديثة باستخدام الذكاء التنافسي لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الربحية أو الخدمية وكذلك توصيات بعض الدراسات المرتبطة باحتياج مراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية لإجراء العديد من الدراسات العلمية لتحسين أداءها وخدماتها ، بينما تختلف تلك الدراسات السابقة والمرتبطة مع البحث الحالي أن جميع الدراسات المرتبطة السابقة بالذكاء التنافسي لم تتناول تحقيق التميز التنافسي في المؤسسات الرياضية الربحية ذات الطبيعة الخاصة والتي تعتمد على الاستخدام الفردي والمستقل من قبل المستفيدين مثل مراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية وكذلك التعرف على العلاقة بين متغيرات البحث (الذكاء التنافسي - الميزة التنافسية) ومدى تأثيره الإيجابي من خلال قياسه وإمكانية تطبيقه على القطاع الرياضي الخاص ، الأمر الذي دفع الباحث للقيام ببحث بعنوانه " الذكاء التنافسي كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية "

هدف البحث:

يهدف البحث إلى التعرف على "العلاقة بين الذكاء التنافسي وتحقيق الميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية " من خلال التعرف على:

- ١- الواقع الفعلي للذكاء التنافسي لدى العاملين بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية.
- ٢- الواقع الفعلي للميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية.
- ٣- العلاقة بين الذكاء التنافسي وتحقيق الميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية.

- تساؤلات البحث:

- ١- ما الواقع الفعلي للذكاء التنافسي لدى العاملين بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية؟
- ٢- ما الواقع الفعلي للميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية؟
- ٣- هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين بين العلاقة بين الذكاء التنافسي وتحقيق الميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية؟

المصطلحات الواردة في البحث:

- مراكز اللياقة البدنية (*): هي " منشآت متخصصة تقدم مجموعة متنوعة من الخدمات والبرامج التي تهدف إلى تحسين الحالة البدنية والصحية للأفراد تشمل هذه المراكز مجموعة من المعدات والأجهزة الرياضية . "
- الأندية الصحية (**): هي " منشآت تهدف إلى تعزيز الصحة العامة والرفاهية من خلال تقديم مجموعة متنوعة من الخدمات والبرامج التي تتجاوز مجرد التمارين البدنية وتركز على تحسين نمط حياة الأفراد من خلال دمج الأنشطة البدنية مع جوانب أخرى للصحة والرفاهية مثل التغذية ، والاسترخاء ، والعلاج النفسي ، والعلاج الطبيعي . "
- الذكاء التنافسي (***) : هو " جمع البيانات وتحليلها حول المنافسين والاتجاهات الجديدة في مجال اللياقة البدنية والصحة ، ومتطلبات واحتياجات العملاء ، وتقييم الأداء والخدمات المقدمة في السوق " .
- الميزة التنافسية : هي " قدرة المؤسسة على التميز والاختلاف على المنافسين بالإضافة إلى تحقيق رضا العملاء حتى يتحقق أكبر قدر من الربحية والحفاظ على الحصة التسويقية بين المنافسين " . (٩ : ٢١)

- منهج البحث:

استخدم الباحث المنهج الوصفي بخطواته وإجراءاته وذلك لمناسبته لطبيعة البحث وأهدافه.

- مجتمع البحث:

اشتمل مجتمع البحث على (٣٤٠) فرداً من (الهيكل الإداري والتنفيذي لمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية ، المدربين ، أخصائيين التأهيل الحركي ، بعض المستفيدين من مراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية) بمحافظة سوهاج ، والذي بلغ عددهم (٣٤٠) فرداً .

* تعريف إجرائي.

* تعريف إجرائي.

* تعريف إجرائي.

- عينة البحث:

تم اختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية من (الهيكل الإداري والتنفيذي لمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية، المدربين، أخصائيين التأهيل الحركي، بعض المستفيدين من مراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية) بمحافظة أسيوط وسوهاج بعدد (٢٦٠) فرداً، وتم الاستعانة بعينة استطلاعية قوامها (٢٠) فرداً من المجتمع الأصلي ومن خارج عينة البحث الأساسية.

- أدوات جمع البيانات:

استخدم الباحث الأدوات الآتية في الحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لتحقيق هدف البحث والإجابة على تساؤلاته:

١- استبيان التعرف على الواقع الفعلي للذكاء التنافسي لدى العاملين بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية.

ولتصميم الاستبيان قام الباحث بالآتي :

أ- إعداد محاور الاستبيان الأول من خلال الخطوات التالية :

- تحديد هدف الاستبيان حيث هدفت هذه الاستبيان إلى التعرف على الواقع الفعلي للذكاء التنافسي لدى العاملين بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية .
- من خلال تحليل المراجع والدراسات المرتبطة مثل دراسات (٢ ، ٣ ، ٥ ، ١١ ، ١٤ ، ٢٦ ، ٢٧ ، ٣٠) المرتبطة بموضوع البحث توصل الباحث لإعداد المحاور الخاصة بالاستبيان وبلغ عددها (٥) محاور يمكن أن تقيس الواقع الفعلي للذكاء التنافسي لدى العاملين بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية . ثم بعرض محاور الاستبيان على مجموعة من الخبراء عددهم (١٠) متخصصون في مجال الإدارة الرياضية مرفق (١) ، وجدول (١) يوضح النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء في محاور الاستبيان.

جدول (١)

التكرار والنسبة المئوية وفقاً لآراء السادة الخبراء في استبيان الذكاء التنافسي
لدى العاملين بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية (ن=١٠)

م	المحور	التكرار	النسبة المئوية	م	المحور	التكرار	النسبة المئوية
١	تحليل البيانات	١٠	٪١٠٠	٤	ذكاء العميل	١٠	٪١٠٠
٢	الذكاء التكنولوجي	١٠	٪١٠٠	٥	المراقبة والتقييم	١٠	٪١٠٠
٣	ذكاء المنافس	١٠	٪١٠٠				

يتضح من جدول (١) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء بلغت (١٠٠%) مما يؤكد اتفاق السادة الخبراء على محاور استبيان الذكاء التنافسي لدى العاملين بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية ، وقد ارتضى الباحث بالعبارات التي حصلت على نسبة ٧٠% فأكثر، وبذلك اصبح عدد المحاور (٥) محاور.

ب- إعداد عبارات الاستبيان الأول :

قام الباحث بصياغة عبارات الاستبيان بعد تحليل المراجع العلمية والدراسات المرتبطة التي تناولت الذكاء التنافسي حيث توصل الباحث لصياغة عدد (٥٠) عبارة تم توزيعهم على محاور الاستبيان ، وتم عرض الاستبيان في صورته الأولية على عدد (١٠) خبراء للتأكد من مدى سلامة وصياغة العبارات وأنها تقيس بالفعل ما وضعت من أجله ، وجدول (٢) يوضح ذلك :

جدول (٢)

التكرار والنسبة المئوية وفقاً لآراء السادة الخبراء في عبارات لاستبيان الذكاء التنافسي لدى العاملين بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية (ن=١٠)

العبرة	التكرار	النسبة المئوية	العبرة	التكرار	النسبة المئوية	العبرة	التكرار	النسبة المئوية
المحور الأول: تحليل البيانات:			المحور الثاني : الذكاء التكنولوجي:			المحور الثالث: الذكاء التكنولوجي :		
١	٩	%٩٠	١	١٠	%١٠٠	١	١٠	%١٠٠
٢	١٠	%١٠٠	٢	٩	%٩٠	٢	٩	%٩٠
٣	٢	%٢٠	٣	١٠	%١٠٠	٣	١٠	%١٠٠
٤	٨	%٨٠	٤	٨	%٨٠	٤	١٠	%١٠٠
٥	٩	%٩٠	٥	٩	%٩٠	٥	٩	%٩٠
٦	١٠	%١٠٠	٦	١٠	%١٠٠	٦	٨	%٨٠
٧	١٠	%١٠٠	٧	٧	%٧٠	٧	٩	%٩٠
٨	١٠	%١٠٠	٨	٩	%٩٠	٨	٢	%٢٠
٩	٧	%٧٠	٩	٢	%٢٠	٩	٨	%٨٠
١٠	٨	%٨٠	١٠	٣	%٣٠	١٠	١	%١٠
المحور الرابع : ذكاء العميل:			المحور الخامس : المراقبة والتقييم:					
١	٩	%٩٠	١	١٠	%١٠٠	١	٨	%٨٠
٢	١٠	%١٠٠	٢	٩	%٩٠	٢	٣	%٣٠
٣	٧	%٧٠	٣	١٠	%١٠٠	٣	٢	%٢٠
٤	٢	%٢٠	٤	٢	%٢٠	٤	٣	%٣٠

النسبة المئوية	التكرار	العبارة	النسبة المئوية	التكرار	العبارة	النسبة المئوية	التكرار	العبارة
٪٨٠	٨	١٠	٪١٠	١	٥	٪٩٠	٩	٥
						٪١٠	١٠	٦
						٪١٠٠	١٠	٧
						٪٧٠	٧	٨
						٪٨٠	٨	٩
						٪١٠	١	١٠

يتضح من جدول (٢) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء تراوحت ما بين (١٠٪ : ١٠٠٪) مما يؤكد اتفاق السادة الخبراء على عبارات استبيان الذكاء التنافسي لدى العاملين بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية في صورتها الأولية ، وقد ارتضى الباحث بالعبارات التي حصلت على نسبة ٪٧٠ فأكثر، وبذلك تم حذف العبارة (٣) لعبارات المحور الأول (تحليل البيانات)، كما تم حذف العبارة (٩، ١٠) لعبارات المحور الثاني (الذكاء التكنولوجي)، كما تم حذف العبارة (٨، ١٠) لعبارات المحور الثالث (ذكاء المنافس)، كما تم حذف العبارة (٤، ١٠) لعبارات المحور الرابع (ذكاء العميل)، كما تم حذف العبارة (٤، ٥، ٧، ٨، ٩) لعبارات المحور الخامس (المراقبة والتقييم).

١- معاملات العلم بـ لا استبيان الواقع الفعلي للذكاء التنافسي لدى العاملين بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية :

١- الصدق :

أ- صدق المحكمين :

قام الباحث بعرض استبيان الذكاء التنافسي لدى العاملين بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية على (١٠) من الخبراء في مجال الإدارة الرياضية لإبداء الرأي في عباراته مرة أخرى والتأكد من الدقة العلمية ومناسبة العبارات مع كل محور من محاور الاستبيان ومن ثم صلاحيته للتطبيق، وقد بلغت نسبة موافقة السادة الخبراء على الاستبيان لما وضعت من أجله ٪١٠٠ وبذلك أصبحت البطاقة صالحة للتطبيق ، وجدول (٢) يوضح ذلك .

ب- صدق الاتساق الداخلي :

استخدم الباحث صدق الاتساق الداخلي لحساب معامل الصدق لاستبيان الذكاء التنافسي لدى العاملين بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية (بين العبارات ومجموع المحور المنتمية إليه، وأيضاً بين المحاور والمجموع الكلي للاستبيان) وذلك بهدف التحقق من صدق الاستبيان ، حيث تم تطبيق الاستبيان على مجموعة قوامها (٢٠) فرد من مجتمع البحث ومن خارج عينة البحث الأساسية ، وجداول (٣) ، (٤) توضح ذلك .

٢ - الثبات:

لحساب الثبات لاستبيان الذكاء التنافسي لدى العاملين بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية ، استخدم الباحث طريقة الثبات لمعامل ألفا كرونباخ للعينة السابق استخدامها في حساب صدق الاتساق الداخلي، وجداول (٣) ، (٤) توضح ذلك .

جدول (٣)

معامل الارتباط بين العبارات ومجموع محور استبيان الذكاء التنافسي لدى العاملين بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية (ن=٢٠)

العبارة	المتوسط الحسابي	الإحراف المعياري	قيمة "ر"	معامل ثبات الفا	العبارة	المتوسط الحسابي	الإحراف المعياري	قيمة "ر"	معامل ثبات الفا	العبارة	المتوسط الحسابي	الإحراف المعياري	قيمة "ر"	معامل ثبات الفا
١	٢.٥٧	٠.٥٩	٠.٩٢	٠.٧٣	٤	٢.٤٨	٠.٨٢	٠.٩٢	٠.٧٥	٧	٢.٥٢	٠.٩٢	٠.٩٦	٠.٧٥
٢	٢.٢٩	٠.٩٢	٠.٨٧	٠.٧١	٥	٢.٣٨	٠.٨٥	٠.٩١	٠.٧٧	٨	٢.٤٣	٠.٨٨	٠.٩٧	٠.٧٥
٣	٢.١٩	٠.٨٨	٠.٩٦	٠.٧٢	٦	٢.٨١	٠.٥٩	٠.٨٠	٠.٧٥	٩	٢.٧١	٠.٨٢	٠.٩٣	٠.٨٠

المحور الأول: تحليل البيانات:

١	٢.٥٧	٠.٥٩	٠.٩٢	٠.٧٣	٤	٢.٤٨	٠.٨٢	٠.٩٢	٠.٧٥	٧	٢.٥٢	٠.٩٢	٠.٩٦	٠.٧٥
٢	٢.٢٩	٠.٩٢	٠.٨٧	٠.٧١	٥	٢.٣٨	٠.٨٥	٠.٩١	٠.٧٧	٨	٢.٤٣	٠.٨٨	٠.٩٧	٠.٧٥
٣	٢.١٩	٠.٨٨	٠.٩٦	٠.٧٢	٦	٢.٨١	٠.٥٩	٠.٨٠	٠.٧٥	٩	٢.٧١	٠.٨٢	٠.٩٣	٠.٨٠

المحور الرابع : ذكاء العميل:					المحور الثالث: الذكاء التكنولوجي :					المحور الثاني : الذكاء التكنولوجي:				
١	٢.٧١	٠.٤١	٠.٩١	٠.٧٦	١	٢.٨١	٠.٤٥	٠.٩٧	٠.٧٨	١	٢.١٩	٠.٨٥	٠.٧٢	٠.٨٣
٢	٢.٣٨	٠.٩٤	٠.٩٧	٠.٧٦	٢	٢.٦٧	٠.٧٣	٠.٩٦	٠.٧٨	٢	٢.٢٩	٠.٩٢	٠.٨٠	٠.٧١
٣	١.٧٦	٠.٩٨	٠.٨٨	٠.٧٧	٣	٢.٧٦	٠.٦٤	٠.٧٩	٠.٧٣	٣	٢.٦٧	٠.٥٩	٠.٩٦	٠.٧٢
٤	٢.٢٤	٠.٥٩	٠.٩٦	٠.٧٦	٤	٢.٨١	٠.٥٥	٠.٩٥	٠.٧٩	٤	٢.٣٨	٠.٩٢	٠.٨٦	٠.٨٠
٥	٢.٥٢	٠.٨٨	٠.٩٨	٠.٧٦	٥	٢.١٩	٠.٨٣	٠.٩٥	٠.٧٩	٥	٢.٢٩	٠.٨٨	٠.٧٩	٠.٧٧
٦	٢.١٠	٠.٦٤	٠.٩٤	٠.٧٧	٦	٣.٠٥	٠.٤٥	٠.٩٥	٠.٧٧	٦	٢.٥٧	٠.٨٢	٠.٨٣	٠.٨٠
٧	٢.٦٢	٠.٩٤	٠.٩٨	٠.٧٦	٧	٢.٩٠	٠.٧٣	٠.٩٢	٠.٧٨	٧	٢.٤٨	٠.٨٥	٠.٩٨	٠.٧٨
٨	٢.٥٧	٠.٩٨	٠.٩٣	٠.٧٧	٨	٣.٠٠	٠.٦٤	٠.٨٢	٠.٨٢	٨	٢.٩	٠.٦٧	٠.٩٣	٠.٨٠

المحور الخامس : المراقبة والتقييم:

١	٢.٥٢	٠.٧٥	٠.٩١	٠.٧٧	٣	٢.٨١	٠.٥٢	٠.٩٦	٠.٧٦	٥	٢.٧١	٠.٧٥	٠.٩٢	٠.٧٧
٢	٢.٦٧	٠.٥٧	٠.٩٣	٠.٧٦	٤	٢.٨٦	٠.٥٢	٠.٩١	٠.٧٦					

قيمة "ر" الجدولية عند مستوى (٠.٠٥) = ٠.٤٤

يتضح من جدول (٣) أن معاملات الارتباط بين المحاور ومجموعها تراوحت ما بين (٠.٧٢ : ٠.٩٨) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي للاستبيان ، كما تراوحت معاملات الثبات (ألفا كرونباخ) ما بين (٠.٧١ : ٠.٨٣) مما يشير إلى أن الاستبيان يتمتع بثبات عالي.

جدول (٤)

صدق الإتساق الداخلى ومعامل الثبات ألفا كرونباخ بين محاور ومجموع لإستبيان الذكاء التنافسى لدى العاملين بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية (ن=٢٠)

م	المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ر"	معامل ألفا كرونباخ
١	تحليل البيانات	٢٢.٤٠	٧.٢٦	٠.٩٢	٠.٨٥
٢	الذكاء التكنولوجي	١٨.٩٥	٤.٣٩	٠.٩٤	٠.٨٤
٣	ذكاء المنافس	٢١.٥٠	٢.٢٦	٠.٩٣	٠.٨٦
٤	ذكاء العميل	١٨.٠٥	٤.٠١	٠.٩١	٠.٨٦
٥	المراقبة والتقييم	١٣.٥٠	٢.٤٢	٠.٩٤	٠.٨٧
مجموع الإستبيان					٠.٨٨

قيمة "ر" الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٦

يتضح من جدول (٤) أن معاملات الارتباط بين المحاور ومجموعها لإستبيان الذكاء التنافسي لدى العاملين بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية تراوحت ما بين (٠.٩١ : ٠.٩٤) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلى للاستبيان ، كما تراوحت معاملات الثبات (ألفا كرونباخ) ما بين (٠.٨٤ : ٠.٨٧) مما يشير إلى أن الاستبيان يتمتع بثبات عالي.

٢- استبيان الواقع الفعلى للتميز المؤسسى بمديريات الشباب والرياضة :

ولتصميم الاستبيان قام الباحث بالآتي :

أ- إعداد محاور الاستبيان الأول من خلال الخطوات التالية :

- تحديد هدف الاستبيان حيث هدفت هذه الاستبيان إلى التعرف على الواقع الفعلى للتميز المؤسسى لدى العاملين بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية .
- من خلال تحليل المراجع والدراسات المرتبطة المرتبطة بموضوع البحث للوقوف على المحاور الرئيسية للواقع الفعلى للتميز المؤسسى لدى العاملين بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية .
- توصل الباحث لإعداد المحاور الخاصة بالاستبيان وبلغ عددها (٨) محاور مرفق (٤) يمكن أن تقيس الواقع الفعلى للتميز المؤسسى لدى العاملين بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية ، وقام الباحث بعرض محاور الاستبيان على مجموعة من الخبراء عددهم (١٠) متخصصون في مجال الإدارة الرياضية مرفق (١) ، وجدول (٥) يوضح النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء في محاور الاستبيان.

جدول (٥)

**التكرار والنسبة المئوية وفقاً لآراء السادة الخبراء في استبيان الواقع الفعلي
للميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية (ن=١٠)**

م	المحور	التكرار	النسبة المئوية
١	جودة الخدمة	٢	٢٠%
٢	التكاليف والكفاءة	٩	٩٠%
٣	التميز في الخدمة	٩	٩٠%
٤	الإبتكار والتكنولوجيا	١٠	١٠٠%
٥	العلامة التجارية والسمعة الطيبة	٢	٢٠%
٦	السرعة والمرونة	٧	٧٠%
٧	الاستدامة والمسئولية الاجتماعية	١٠	١٠٠%
٨	التميز في العلاقات	٩	٩٠%

يتضح من جدول (٥) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء تراوحت ما بين (٢٠% : ١٠٠%) مما يؤكد اتفاق السادة الخبراء على محاور استبيان الواقع الفعلي للميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية ، وقد ارتضى الباحث بالعبارات التي حصلت على نسبة ٧٠% فأكثر، وبذلك اصبح عدد المحاور (٦) محاور.

ب- إعداد عبارات الاستبيان الثاني :

- قام الباحث بصياغة عبارات الاستبيان بعد تحليل المراجع العلمية والدراسات المرتبطة التي تناولت الميزة التنافسية حيث توصل الباحث لصياغة عدد (٤٨) عبارة تم توزيعهم على محاور الاستبيان مرفق (٥) . وتم عرض الاستبيان في صورته الأولية على عدد (١٠) خبراء للتأكد من مدى سلامة وصياغه العبارات وأنها تقيس بالفعل ما وضعت من أجله ، وجدول (٦) يوضح ذلك :

جدول (٦)

التكرار والنسبة المئوية وفقاً لآراء السادة الخبراء في عبارات لاستبيان الواقع الفعلي
 للميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية (ن=١٠)

النسبة المئوية	التكرار	العبارة	النسبة المئوية	التكرار	العبارة	النسبة المئوية	التكرار	العبارة	النسبة المئوية	التكرار	العبارة
المحور الرابع: السرعة والمرونة:			المحور الثالث: الابتكار والتكنولوجيا:			المحور الثاني: التميز في الخدمة المقدمة:			المحور الأول: لتكاليف والكفاءة :		
٢٠%	٢	١	٩٠%	٩	١	١٠٠%	١٠	١	٩٠%	٩	١
٩٠%	٩	٢	١٠٠%	١٠	٢	١٠٠%	١٠	٢	١٠٠%	١٠	٢
١٠٠%	١٠	٣	٢٠%	٢	٣	٩٠%	٩	٣	٨٠%	٨	٣
٨٠%	٨	٤	٧٠%	٧	٤	٨٠%	٨	٤	٧٠%	٧	٤
٧٠%	٧	٥	٤٠%	٤	٥	٩٠%	٩	٥	٨٠%	٨	٥
٩٠%	٩	٦	٣٠%	٣	٦	٣٠%	٣	٦	٢٠%	٢	٦
٨٠%	٨	٧	٩٠%	٩	٧	٢٠%	٢	٧	١٠٠%	١٠	٧
٣٠%	٣	٨				٩٠%	٩	٨	١٠%	١	٨
									١٠٠%	١٠	٩
السادس: التميز في العلاقات:						المحور الخامس: الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية:					
٨٠%	٨	٥	١٠٠%	١٠	١	٢٠%	٢	٥	٩٠%	٩	١
٩٠%	٩	٦	٦٠%	٦	٢	٩٠%	٩	٦	٣٠%	٣	٢
٨٠%	٨	٧	٩٠%	٩	٣	١٠٠%	١٠	٧	١٠٠%	١٠	٣
٣٠%	٣	٨	١٠٠%	١٠	٤	١٠%	١	٨	٨٠%	٨	٤

يتضح من جدول (٦) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء تراوحت ما بين (١٠% : ١٠٠%) مما يؤكد اتفاق السادة الخبراء على عبارات استبيان واقع الميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية في صورتها الأولية ، وقد ارتضى الباحث بالعبارات التي حصلت على نسبة ٧٠% فأكثر، وبذلك تم حذف العبارات (٦ ، ٨) للمحور الأول (التكاليف والكفاءة)، كما تم حذف العبارات (٦ ، ٧) للمحور الثاني (التميز في الخدمة المقدمة)، وتم حذف العبارات (٣ ، ٥ ، ٦) للمحور الثالث (الابتكار والتكنولوجيا)، وتم حذف العبارات (١ ، ٨) للمحور الرابع (السرعة والمرونة)، كما تم حذف العبارات (٢ ، ٥ ، ٨) للمحور الخامس (الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية)، وتم حذف العبارات (٢ ، ٨) للمحور السادس (التميز في العلاقات).

المعاملات العلمية الواقع الفعلي واقع الميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية :

١- الصدق :

أ- صدق المحكمين :

قام الباحث بعرض استبيان الميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية على (١٠) من الخبراء في مجال الإدارة الرياضية لإبداء الرأي في عباراته مرة أخرى والتأكد من الدقة العلمية ومناسبة العبارات مع كل محور من محاور الاستبيان ومن ثم صلاحيته للتطبيق ، وقد بلغت نسبة موافقة السادة الخبراء على الاستبيان لما وضعت من أجله ١٠٠٪. وبذلك أصبحت البطاقة صالحة للتطبيق، وجدول (٦) يوضح ذلك .

ب- صدق الإتساق الداخلي :

استخدم الباحث صدق الإتساق الداخلي لحساب معامل الصدق لاستبيان الميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية (بين العبارات ومجموع المحور المنتمية إليه ، وأيضاً بين المحاور والمجموع الكلي للاستبيان) وذلك بهدف التحقق من صدق الاستبيان، حيث تم تطبيق البطاقة على مجموعة قوامها (٢٠) فرد من مجتمع البحث ومن خارج عينة البحث الأساسية ، وجداول (٧) ، (٨) توضح ذلك .

٢- الثبات :

لحساب الثبات لاستبيان الميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية ، استخدم الباحث طريقة الثبات لمعامل ألفا كرونباخ للعينة السابق استخدامها في حساب صدق الإتساق الداخلي، وجداول (٧) ، (٨) توضح ذلك .

جدول (٧)

معامل الارتباط بين العبارات ومجموع محور استبيان الميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية (ن=٢٠)

معامل	قيمة	الانحراف	المتوسط	العبرة	معامل	قيمة	الانحراف	المتوسط	العبرة	معامل	قيمة	الانحراف	المتوسط	العبرة
ثبات الفا	"ر"	المعياري	الحسابي		ثبات الفا	"ر"	المعياري	الحسابي		ثبات الفا	"ر"	المعياري	الحسابي	
المحور الثالث: الابتكار والتكنولوجيا:					المحور الثاني: التميز في الخدمة المقدمة:					المحور الأول: التكاليف والكفاءة:				
٠.٧٨	٠.٩٨	٠.٨٨	٢.١٥	١	٠.٧٨	٠.٩٦	0.64	2.75	١	٠.٧٨	٠.٩٦	0.45	2.90	١
٠.٧٩	٠.٨٥	٠.٨٨	٢.١٥	٢٢	٠.٧٨	٠.٩٦	0.83	2.45	٢	٠.٧٨	٠.٩٦	0.76	2.50	٢
٠.٧٧	٠.٩٩	٠.٨٣	٢.٤٥	٣	٠.٧٦	٠.٩٩	0.68	2.60	٣	٠.٧٨	٠.٩٤	0.64	2.75	٣
٠.٧٧	٠.٩٩	٠.٨٢	٢.٤٠	٤	٠.٧٧	٠.٩٥	0.73	2.70	٤	٠.٧٨	٠.٩٦	0.75	2.60	٤
					٠.٧٩	٠.٩٣	0.45	2.90	٥	٠.٧٦	٠.٩٧	0.88	2.40	٥
					٠.٧٨	٠.٩٨	0.94	2.40	٦	٠.٧٦	٠.٨٧	0.83	2.45	٦
										٠.٧٦	٠.٩٩	0.73	2.70	٧

المحور الرابع: السرعة والمرونة:					المحور الخامس: الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية:					المحور السادس: التميز في العلاقات:				
١	١.٩٥	٠.٨٩	٠.٩٩	٠.٧٦	١	٢.٣٥	٠.٨١	٠.٩٣	٠.٧٨	١	١.٩٥	٠.٨٩	٠.٩٦	٠.٧٧
٢	٢.٠٥	٠.٩٤	٠.٩٦	٠.٧٦	٢	٢.٢٥	٠.٨٥	٠.٩٧	٠.٧٧	٢	٢.٣٠	٠.٨٦	٠.٩٨	٠.٧٧
٣	١.٦٥	٠.٦٧	٠.٩٣	٠.٨٠	٣	٢.١٥	٠.٩٩	٠.٩٩	٠.٧٧	٣	٢.٦٠	٠.٦٨	٠.٩٩	٠.٧٧
٤	١.٨٠	٠.٧٠	٠.٩٣	٠.٨٠	٤	١.٨٥	٠.٧٥	٠.٩٩	٠.٧٧	٤	٢.٠٠	١.٠٣	٠.٩٦	٠.٧٧
٥	٢.٠٥	٠.٨٣	٠.٨٦	٠.٨٠	٥	١.٩٠	٠.٨٥	٠.٩٣	٠.٧٨	٥	١.٩٥	٠.٨٣	٠.٨٩	٠.٧٧
٦	٢.٤٠	٠.٨٢	٠.٨٨	٠.٧٩						٦	٢.١٠	٠.٩١	٠.٩٤	٠.٧٧

قيمة "ر" الجدولية عند مستوى (٠.٠٥) = ٠.٤٤

يتضح من جدول (٧) أن معاملات الارتباط بين المحاور ومجموعها تراوحت ما بين (٠.٨٥) : (٠.٩٩) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي للاستبيان، كما تراوحت معاملات الثبات (ألفا كرونباخ) ما بين (٠.٧٦ : ٠.٨٠) مما يشير إلى أن الاستبيان يتمتع بثبات عالي.

جدول (٨)

صدق الاتساق الداخلي ومعامل الثبات ألفا كرونباخ بين محاور ومجموع استبيان الميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية (ن=٢٠)

م	المحاور الرئيسية	المتوسط الحسابي	الإحراف المعياري	قيمة "ر"	معامل ثبات الفا	م	المحاور الرئيسية	المتوسط الحسابي	الإحراف المعياري	قيمة "ر"	معامل ثبات الفا
١	التكاليف والكفاءة	١٨.٣٠	٢.٤٣	٠.٩٦	٠.٨٦	٤	السرعة والمرونة	١١.٩٠	٢.٥٧	٠.٩٤	٠.٨٥
٢	التميز في الخدمة	١٥.٨٠	١.٩١	٠.٩٣	٠.٨١	٥	الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية	١٠.٥٠	١.٩٩	٠.٩٣	٠.٨٢
٣	الإبتكار والتكنولوجيا	٩.١٥	١.٥٠	٠.٩٠	٠.٨٠	٦	التميز في العلاقات	١٢.٩٠	٢.٢٩	٠.٩٠	٠.٨٣
							مجموع المحاور				٠.٨٧

قيمة "ر" الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٤٤

يتضح من جدول (٨) أن معاملات الارتباط بين المحاور ومجموعها لاستبيان الميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية تراوحت ما بين (٠.٩٠ : ٠.٩٦) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي للاستبيان ، كما تراوحت معاملات الثبات (ألفا كرونباخ) ما بين (٠.٨٠ : ٠.٨٦) مما يشير إلى أن الاستبيان يتمتع بثبات عالي.

- تطبيق الاستبيانات :

تم تطبيق الاستبيان في صورته النهائية مرفقات (٦ ، ٧) علي عينة البحث الأساسية والتي بلغت (٢٦٠) فرداً وذلك خلال الفترة من (٤ / ٥ / ٢٠٢٤م) حتى (٢٦ / ٥ / ٢٠٢٤م).

- المعالجات الإحصائية :

" المتوسط الحسابي ، الانحراف المعياري ، معامل الارتباط ، النسبة المئوية ، الثبات باستخدام معامل (ألفا كرونباخ) ، الدرجة المقدرة .

- عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها :

تحقيقاً لأهداف البحث ووصولاً للإجابة على تساؤلاته وفي حدود ما تم التوصل إليه من بيانات من خلال التحليل الإحصائي سوف يحاول الباحث عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها كالتالي :

التساؤل الأول : ما واقع الذكاء التنافسي لدى العاملين بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية؟

جدول (٩)

النسبة المئوية والمتوسط الحسابي لمجاور استبيان واقع الذكاء التنافسي

لدى العاملين بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية (ن=٢٦٠)

عبارة	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الاتجاه العام	عبارة	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الاتجاه العام	عبارة	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الاتجاه العام
المحور الأول: تحليل البيانات											
١	٦٩.٢٣	٢.٠٨	إلى حد ما	٥	٥٥.١٣	١.٦٥	غير موافق	٨	٤٦.١٥	١.٣٨	غير موافق
٢	٤٣.٥٩	١.٣١	غير موافق	٦	٥٢.٥٦	١.٥٨	غير موافق	٩	٤٧.٤٤	١.٤٢	غير موافق
٣	٤٤.٨٧	١.٣٥	غير موافق	مجموع المحور				٧	٥٠.٢٨	١.٥١	غير موافق
المحور الثاني: الذكاء التكنولوجي :											
١	٦١.٥٤	١.٨٥	إلى حد ما	٥	٥٧.٦٩	١.٧٣	غير موافق	٨	٤٤.٨٧	١.٣٥	غير موافق
٢	٤١.٠٣	١.٢٣	غير موافق	٦	٤٦.١٥	١.٣٨	غير موافق	مجموع المحور			
٣	٦١.٥٤	١.٨٥	إلى حد ما	٧	٤١.٠٣	١.٢٣	غير موافق				
المحور الثالث : ذكاء المنافس :											
١	٦٩.٢٣	٢.٠٨	إلى حد ما	٥	٤٨.٧٢	١.٤٦	غير موافق	٧	٦٦.٦٧	٢.٠٠	إلى حد ما
٢	٦٩.٢٣	٢.٠٨	إلى حد ما	٦	٧٠.٥١	٢.١٢	إلى حد ما	٨	٦٦.٦٧	٢.٠٠	إلى حد ما
٣	٧٤.٣٦	٢.٢٣	إلى حد ما	مجموع المحور				٧	٦٣.٩٤	١.٩٢	إلى حد ما
المحور الرابع : ذكاء العميل :											
١	٦٦.٦٧	٢.٠٠	إلى حد ما	٥	٦٦.٦٧	٢.٠٠	إلى حد ما	٨	٥٦.٤١	١.٦٩	غير موافق
٢	٦٩.٢٣	٢.٠٨	إلى حد ما	٦	٦٤.١٠	١.٩٢	إلى حد ما	مجموع المحور			
٣	٦٠.٢٦	١.٨١	غير موافق	٧	٥٦.٤١	١.٦٩	غير موافق				
المحور الخامس : المراقبة والتقييم :											
١	٦٩.٢٣	٢.٠٨	إلى حد ما	٤	٦٦.٦٧	٢.٠٠	إلى حد ما	٣	٦٢.٨٢	١.٨٨	إلى حد ما
٢	٦٩.٢٣	٢.٠٨	إلى حد ما	٥	٧١.٧٩	٢.١٥	إلى حد ما	مجموع المحور			

يتضح من جدول (٩) ما يلي :

- أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث في محور (تحليل البيانات) في استبيان واقع الذكاء التنافسي لدى العاملين بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية بمحافظة أسيوط وسوهاج تراوحت ما بين (٤٣.٥٩% : ٦٩.٢٣%) ، كما بلغت النسبة المئوية لمجموع المحور (٥٠.٢٨%)، كما تراوحت المتوسطات الحسابية لإستجابات عينة البحث في عبارات المحور ما بين (١.٣١ : ٢.٠٨) وبلغ المتوسط الحسابي لإستجابات عينة البحث للمحور ككل (١.٥١) .
- أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث في محور (الذكاء التكنولوجي) في استبيان واقع الذكاء التنافسي لدى العاملين بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية بمحافظة أسيوط وسوهاج تراوحت ما بين (٤١.٠٣% : ٦١.٥٤%) ، كما بلغت النسبة المئوية لمجموع المحور (٤٩.٤٤%)، كما تراوحت المتوسطات الحسابية لإستجابات عينة البحث في عبارات المحور ما بين (١.٢٣ : ١.٨٥) وبلغ المتوسط الحسابي لإستجابات عينة البحث للمحور ككل (١.٥١) .
- أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث في محور (ذكاء المنافس) في استبيان واقع الذكاء التنافسي لدى العاملين بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية بمحافظة أسيوط وسوهاج تراوحت ما بين (٤٦.١٥% : ٧٤.٣٦%) ، كما بلغت النسبة المئوية لمجموع المحور (٦٣.٩٤%)، كما تراوحت المتوسطات الحسابية لإستجابات عينة البحث في عبارات المحور ما بين (١.٣٨ : ٢.٢٣) وبلغ المتوسط الحسابي لإستجابات عينة البحث للمحور ككل (١.٩٢) .
- أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث في محور (ذكاء العميل) في استبيان واقع الذكاء التنافسي لدى العاملين بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية بمحافظة أسيوط وسوهاج تراوحت ما بين (٥٦.٤١% : ٦٩.٢٣%) ، كما بلغت النسبة المئوية لمجموع المحور (٦٢.٥٠%)، كما تراوحت المتوسطات الحسابية لإستجابات عينة البحث في عبارات المحور ما بين (١.٦٩ : ٢.٠٨) وبلغ المتوسط الحسابي لإستجابات عينة البحث للمحور ككل (١.٨٨) .
- أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث في محور (المراقبة والتقييم) في استبيان واقع الذكاء التنافسي لدى العاملين بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية بمحافظة أسيوط وسوهاج تراوحت ما بين (٦٢.٨٢% : ٧١.٧٩%) ، كما بلغت النسبة المئوية لمجموع المحور (٦٧.٩٥%)، كما تراوحت المتوسطات الحسابية لإستجابات عينة البحث في عبارات المحور ما بين (١.٨٨ : ٢.١٥) وبلغ المتوسط الحسابي لإستجابات عينة البحث للمحور ككل (٢.٠٤) .

وفي ضوء ما سبق من عرضه وتفسيره من النتائج السابقة يرى الباحث أنه يجب أن يكون هناك -
توعية أكبر بين العاملين بأهمية الذكاء التنافسي فيمكن تقديم ورش عمل ودورات تدريبية لتحسين
المعرفة بهذا المجال ، ينبغي على مراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية أن تستثمر في أدوات
وتحليلات البيانات التنافسية لتتمكن من جمع المعلومات الدقيقة حول عملائها والمنافسين فهذا
سيمكنهم من اتخاذ قرارات أكثر استنارة ، كما يجب أن تقوم المراكز والأندية الصحية بتطوير
استراتيجيات ذكية ومبنية على البيانات للوصول إلى أفضل الممارسات في مواجهة التحديات
التنافسية ويجب أن تكون هذه الاستراتيجيات متكاملة وتُنفَّذ بشكل مستمر وتحسين الطرق المستخدمة
في جمع وتحليل ردود العملاء على خدماتها وعروضها ومنا يمكن استخدام هذه البيانات لتحسين
البرامج والخدمات المقدمة ، وهذا يتفق مع دراسة "جودي محمد رمزي" (٢٠٢٠م) (٥) والتي كانت
أهم نتائجها أن الذكاء التنافسي يؤثر على الأداء الاستراتيجي بالشركة بالإيجاب ويؤدي إلى تحسينه
من خلال بناء شبكة من العلاقات بين الذكاء التنافسي بأبعاده المختلفة (الذكاء التكنولوجي، ذكاء
العمل، ذكاء التحالف) والأداء الاستراتيجي ، كما اتفقت مع توصيات دراسة " أحمد نواف مديد"
(٢٠١٨م) (٢) والتي كان أهمها ضرورة الحرص على تعزيز ثقافة الذكاء التنافسي من قبل المدراء
فكراً وسلوكاً كونها تعمل على تعزيز التبادل المعرفي والأفكار بين الأفراد والإدارات فيجب على
المستشفيات أن تخلق ثقافة تنافسية بداخلها عن طريق إنشاء الأجواء المناسبة للذكاء التنافسي ، كما
تتفق مع دراسة "بشار عبد الحسين" (٢٠٢٣م) (٣) والتي كانت أهم نتائجها اهتمام العاملين في
مستشفى الحياة الأهلي عينة البحث بالذكاء، التنافسي الذي يعد من المفاهيم الحديثة نسبياً التي تعبر
عن القيمة المضافة المعتمدة في تطوير منظمات الأعمال، والتخطيط، الاستراتيجي وأبحاث، السوق
ويعمل على إيصال المعلومات المهمة للإدارة، العليا عن ما ينوي المنافسين فعله ويمكنها من اتخاذ
القرارات، الاستراتيجية الخاصة بفهم البيئة الخارجية، ويسهم في تطوير المعرفة، التنظيمية بالسوق
ويحسن من جودة خدماتها، ومنتجاتها ويضمن تحسين الأداء وبالتالي يحقق الميزة، التنافسية وذلك
بالاعتماد على تمكين، الموارد، البشرية، الذي يكسب العاملين المرونة والتكيف، والاستجابة الفعالة
في التعامل مع بيئة العمل الداخلية من جانب، ومع الزبائن من جانب آخر دون الرجوع إلى الإدارة
كون منهج، التمكين، للمورد، البشري يساعد في تحسين جودة العلاقات بين الموظفين والزبائن
ويجعل تركيز الإدارة، العليا منصبا على القضايا الاستراتيجية طويلة الأمد، وعدم انشغالها بالأمر
الروتينية .

وبذلك يكون الباحث أجاب على التساؤل الأول والذي ينص على " ما واقع الذكاء التنافسي

لدى العاملين بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية ؟ "

٢- ما واقع الميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية ؟

جدول (١٠)

النسبة المئوية والمتوسط الحسابي لمحاو استبيان واقع الميزة التنافسية

بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية (ن=٢٦٠)

عبارة	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الاتجاه العام	عبارة	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الاتجاه العام	عبارة	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الاتجاه العام
المحور الأول: التكاليف والكفاءة:											
إلى حد ما	٦٦.٦٧	٢.٠٠	إلى حد ما	٦	٦١.٥٤	١.٨٥	إلى حد ما	٣			
غير موافق	٦٠.٢٦	١.٨١	إلى حد ما	٧	٦٩.٢٣	٢.٠٨	إلى حد ما	٤	٢.١٢	٧٠.٥١	إلى حد ما
إلى حد ما	٦٥.٥٧	١.٩٧	إلى حد ما	مجموع المحور	٦٢.٨٢	١.٨٨	إلى حد ما	٥	٢.٠٤	٦٧.٩٥	إلى حد ما
المحور الثاني: التميز في الخدمة المقدمة:											
غير موافق	٤٨.٧٢	١.٤٦	إلى حد ما	٦	٧١.٧٩	٢.١٥	إلى حد ما	٣			
غير موافق	٥٧.٩١	١.٧٤	إلى حد ما	مجموع المحور	٥٣.٨٥	١.٦٢	غير موافق	٤	١.٩٢	٦٤.١٠	إلى حد ما
غير موافق	٥٦.٤١	١.٦٩	إلى حد ما	مجموع المحور	٥٢.٥٦	١.٥٨	غير موافق	٥	١.٦٩	٥٦.٤١	غير موافق
المحور الثالث: التكاليف والكفاءة:											
غير موافق	٤٦.١٥	١.٣٨	غير موافق	٤	٤٤.٨٧	١.٣٥	غير موافق	٢			
غير موافق	٤٧.٤٤	١.٤٢	غير موافق	مجموع المحور	٥٠.٠٠	١.٥٠	غير موافق	٣	١.٤٦	٤٨.٧٢	غير موافق
المحور الرابع: السرعة والمرونة:											
إلى حد ما	٦٩.٢٣	٢.٠٨	إلى حد ما	٦	٧٠.٥١	٢.١٢	إلى حد ما	٣			
إلى حد ما	٦٦.٨٨	٢.٠١	إلى حد ما	مجموع المحور	٦٩.٢٣	٢.٠٨	إلى حد ما	٤	١.٧٧	٥٨.٩٧	غير موافق
إلى حد ما	٦٧.٩٥	٢.٠٤	إلى حد ما	مجموع المحور	٦٧.٩٥	٢.٠٤	إلى حد ما	٥	١.٩٦	٦٥.٣٨	إلى حد ما
المحور الخامس: الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية:											
إلى حد ما	٦٦.٦٧	٢.٠٠	إلى حد ما	مجموع المحور	٤٤.٨٧	١.٣٥	غير موافق	٣			
إلى حد ما	٦٦.٦٧	٢.٠٠	إلى حد ما	مجموع المحور	٨٤.٦٢	٢.٥٤	إلى حد ما	٤	٢.٠٠	٦٦.٦٧	إلى حد ما
إلى حد ما	٧٤.٣٦	٢.٢٣	إلى حد ما	مجموع المحور	٦٧.٦٣	٢.٠٣	إلى حد ما	٥	٢.٢٣	٧٤.٣٦	إلى حد ما

تابع جدول (١٠)

النسبة المئوية والمتوسط الحسابي لمجاور استبيان واقع الميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية (ن=٢٦٠)

عبارة	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الإتجاه العام	عبارة	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الإتجاه العام	عبارة	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الإتجاه العام
المحور السادس: التميز في العلاقات:			إلى حد ما	٣	٧١.٧٩	٢.١٥	إلى حد ما	٦	٧١.١٥	٢.١٣	إلى حد ما
١	٧٣.٠٨	٢.١٩	إلى حد ما	٤	٧١.٧٩	٢.١٥	إلى حد ما	مجموع المحور	٧٣.٦١	٢.٢١	إلى حد ما
٢	٧١.٧٩	٢.١٥	إلى حد ما	٥	٨٢.٠٥	٢.٤٦	إلى حد ما		٦٣.١٧	١.٩٠	إلى حد ما
مجموع الاستبيان											

يتضح من جدول (١٠) ما يلي :

- أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث في محور (التكاليف والكفاءة) في استبيان واقع الميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية بمحافظة أسيوط وسوهاج تراوحت ما بين (٦٠.٢٦٪ : ٧٠.٥١٪) ، كما بلغت النسبة المئوية لمجموع المحور (٦٥.٥٧٪) ، كما تراوحت المتوسطات الحسابية لإستجابات عينة البحث في عبارات المحور ما بين (١.٨١ : ٢.١٢) وبلغ المتوسط الحسابي لإستجابات عينة البحث للمحور ككل (١.٩٧) ، حيث تبين في محور (التكاليف والكفاءة) أن العبارة رقم (١) " نحن قادرون على تقديم خدماتنا بتكلفة أقل من معظم منافسينا دون التأثير على الجودة " جاءت في المرتبة الأولى بين عبارات المحور، كما تبين أن العبارة رقم (٧) " نحن نعمل على تحسين كفاءة عملياتنا من خلال الحرص في تدريب العاملين (إداريين - مدربين - أخصائيين علاج طبيعي) بالمركز أو النادي " جاءت في المرتبة الأخيرة بين عبارات المحور.
- أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث في محور (التميز في الخدمة المقدمة) في استبيان واقع الميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية بمحافظة أسيوط وسوهاج تراوحت ما بين (٤٨.٧٢٪ : ٧١.٧٩٪) ، كما بلغت النسبة المئوية لمجموع المحور (٥٧.٩١٪) ، كما تراوحت المتوسطات الحسابية لإستجابات عينة البحث في عبارات المحور ما بين (١.٤٦ : ٢.١٥) وبلغ المتوسط الحسابي لإستجابات عينة البحث للمحور ككل (١.٧٤) ، حيث تبين في محور (التميز في الخدمة المقدمة) أن العبارة رقم (٣) " نحن نحرص على توفير بيئة مريحة وممتعة للعملاء في جميع الأوقات " جاءت في المرتبة الأولى بين عبارات المحور، كما تبين أن العبارة رقم (٦) " لدينا نظام فعال لاستجابة سريعة لأي شكاوى أو استفسارات من العملاء " جاءت في المرتبة الأخيرة بين عبارات المحور.

- أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث في محور (الابتكار والتكنولوجيا) في استبيان واقع الميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية بمحافظة أسبوط وسوهاج تراوحت ما بين (٤٤.٨٧% : ٥٠.٠٠%) ، كما بلغت النسبة المئوية لمجموع المحور (٤٧.٤٤%)، كما تراوحت المتوسطات الحسابية لإستجابات عينة البحث في عبارات المحور ما بين (١.٣٥ : ١.٥٠) وبلغ المتوسط الحسابي لإستجابات عينة البحث للمحور ككل (١.٤٢) ، حيث تبين في محور (الابتكار والتكنولوجيا) أن العبارة رقم (٣) " نبتكر حلولاً جديدة للتحديات الشائعة التي يواجهها عملاؤنا " جاءت في المرتبة الأولى بين عبارات المحور، كما تبين أن العبارة رقم (٢) " نحن نستثمر في تقنيات جديدة لتطوير وتحسين برامجنا وخدماتنا " جاءت في المرتبة الأخيرة بين عبارات المحور.
- أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث في محور (السرعة والمرونة) في استبيان واقع الميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية بمحافظة أسبوط وسوهاج تراوحت ما بين (٥٨.٩٧% : ٧٠.٥١%) ، كما بلغت النسبة المئوية لمجموع المحور (٦٦.٨٨%)، كما تراوحت المتوسطات الحسابية لإستجابات عينة البحث في عبارات المحور ما بين (١.٧٧ : ٢.١٢) وبلغ المتوسط الحسابي لإستجابات عينة البحث للمحور ككل (٢.٠١) ، حيث تبين في محور (السرعة والمرونة) أن العبارة رقم (٣) " لدينا آليات مرنة لإدخال تغييرات في سياساتنا وبرامجنا بناءً على ملاحظات العملاء وآرائهم " جاءت في المرتبة الأولى بين عبارات المحور، كما تبين أن العبارة رقم (١) " لدينا القدرة على تعديل برامج التدريب والخدمات بسرعة لتلبية احتياجات العملاء المتغيرة " جاءت في المرتبة الأخيرة بين عبارات المحور.
- أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث في محور (الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية) في استبيان واقع الميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية بمحافظة أسبوط وسوهاج تراوحت ما بين (٤٤.٨٧% : ٨٤.٦٢%) ، كما بلغت النسبة المئوية لمجموع المحور (٦٦.٦٧%)، كما تراوحت المتوسطات الحسابية لإستجابات عينة البحث في عبارات المحور ما بين (١.٣٥ : ٢.٥٤) وبلغ المتوسط الحسابي لإستجابات عينة البحث للمحور ككل (٢.٠٠) ، حيث تبين في محور (الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية) أن العبارة رقم (٤) " نقدم مبادرات تشجع العاملين على المشاركة في أنشطة تطوعية ومجتمعية " جاءت في المرتبة الأولى بين عبارات المحور، كما تبين أن العبارة رقم (٣) " نحن ندعم برامج التوعية البيئية بين موظفينا وعملائنا " جاءت في المرتبة الأخيرة بين عبارات المحور.

- أن النسبة المئوية لاستجابات عينة البحث في محور (التميز في العلاقات) في استبيان واقع الميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية بمحافظة أسيوط وسوهاج تراوحت ما بين (٧١.١٥% : ٨٢.٠٥%) ، كما بلغت النسبة المئوية لمجموع المحور (٧٣.٦١%)، كما تراوحت المتوسطات الحسابية لإستجابات عينة البحث في عبارات المحور ما بين (٢.١٣ : ٢.٤٦) وبلغ المتوسط الحسابي لإستجابات عينة البحث للمحور ككل (٢.٢١) ، حيث تبين في محور (التميز في العلاقات) أن العبارة رقم (٥) " نتمتع بسمعة قوية في السوق بسبب علاقاتنا الموثوقة مع شركاء الأعمال والعاملين والعلماء " جاءت في المرتبة الأولى بين عبارات المحور، كما تبين أن العبارة رقم (٦) " لدينا سياسة لتعزيز التعاون والتنسيق بين العاملين داخل المركز أو النادي لتحقيق الأهداف " جاءت في المرتبة الأخيرة بين عبارات المحور.

ويرى الباحث من وجهة نظره حصول استبيان التعرف على واقع الميزة التنافسية لدى مراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية والذي قد حصل على نسبة مئوية قدرها (٦٣.١٧%) ومتوسط حسابي قدره (١.٩) وأنه يتحقق إلى حد ما ، أن الاستجابة في الاستبيان كانت إيجابية إلى حد ما ولكنها لم تصل إلى المستوى المثالي. وهذا يشير إلى أن أغلب المراكز تحقق بعض جوانب الميزة التنافسية ولكن بدرجة أقل من المتوقع أو محدودة كما أن هذه النسبة تشير إلى أن مراكز اللياقة البدنية والأندية الرياضية قد بدأت في بناء ميزة تنافسية لكنها تحتاج إلى تحسينات إضافية لتحقيق ميزة تنافسية واضحة ودائمة ، والمتوسط الحسابي وهو يقع بين ١ و ٣ على مقياس الاستجابة يشير إلى أن الاستجابات تميل إلى الإيجابية ولكن بشكل محدود وهذا الرقم يعني أن العينة تشعر أن المراكز تحقق ميزة تنافسية إلى حد ما، ولكن هناك مجالات للنمو والتحسين للوصول إلى مستويات أعلى من التميز وهو يوضح أن المراكز الرياضية تعمل على تحسين التميز في الخدمة أو الابتكار أو الكفاءة ولكنها قد لا تزال تواجه صعوبات أو تحديات في بعض الجوانب التي تمنعها من تحقيق ميزة تنافسية قوية ومستدامة .

ويعزو الباحث ذلك أن هذا يعني أن المراكز تعمل على تحسين قدراتها في عدة مجالات (مثل الكفاءة، الابتكار، السرعة والمرونة)، لكنها لم تصل بعد إلى المستوى الأمثل الذي يجعلها متميزة بالكامل عن منافسيها وأن المراكز قد تحقق نجاحًا في بعض المجالات لكنها لا تزال تحتاج إلى تحسينات ملحوظة لتعزيز ميزة تنافسية قوية ، كما تعتبر النتائج الحالية بداية جيدة في تحسين الميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية ومع ذلك التحقيق إلى حد ما يعني أن هناك فرصة كبيرة

للتحسين في العديد من المجالات لتتناسب مع التوقعات العالية في الميزة التنافسية إذا تم تعزيز جوانب (الابتكار، الكفاءة، السرعة، والعلاقات مع العملاء) فإن هذه المراكز يمكنها تحقيق ميزة تنافسية مستدامة وبالتالي تحقيق التفوق في السوق المحلي ، وفي ضوء ما سبق يرى الباحث أنه يمكن للمراكز الاستثمار بشكل أكبر في التكنولوجيا الحديثة لتحسين جودة الخدمات سواء في أنظمة الحجز أو تتبع التقدم الرياضي للعملاء أو تحسين تجربة العميل من خلال تقنيات جديدة ، كما أنه من الضروري تعزيز كفاءة العمليات وتقليل التكاليف من خلال تنظيم الموارد وتقديم خدمات بشكل أسرع وأكثر فعالية دون التأثير على الجودة ، يجب أن تكون هناك استراتيجيات لبناء علاقات دائمة مع العملاء الحاليين مثل (تقديم خصومات ، برامج ولاء ، أو فعاليات خاصة لجذبهم) للبقاء أطول ، والاستثمار في تدريب العاملين بشكل مستمر بما في ذلك المدربين، الأخصائيين، والإداريين سيحسن من جودة الخدمات ويعزز قدرة المركز على تقديم خدمات متجددة ومرنة ، وهذا ما يتفق مع دراسة "سارة عبد الفتاح خالد" (٢٠٢١م) (١٠) والتي أوصت بضرورة الاهتمام بالتطوير المستمر لخدمات المؤسسات حتى تتناسب مع احتياجات العملاء المتغيرة ، ضرورة أن تحسن المؤسسات من سمعتها عن طريق الشفافية والمصادقية مع عملائها، ضرورة الاهتمام بالقيادة التي تمثل المؤسسة ، ضرورة الاهتمام بالموارد البشرية القائمة على عمل المؤسسة وهي حلقة الوصل بين القيادة والعملاء، ضرورة التركيز على التميز الخدماتي، وأخيرا ضرورة التركيز على التميز المعرفي لان التنافس تحول من خدمي إلى معرفي في عصر اطلق عليه عصر المعرفة ، كما اتفقت مع دراسة "منصور مشاري سفاح" (٢٠١٩م) (٢٤) والتي أوصت بالتأكيد على تحسين دافعية العاملين وخلق الولاء لديهم، والوصول للأداء المرتفع والتفوق لتحقيق الميزة التنافسية، وأهمية توفير مصدر للمعلومات لاكتشاف خطط المنافسين ، وتحركاتهم مما يسمح باتخاذ القرارات الصائبة في الوقت المناسب ، كما اتفقت مع نتائج دراسة "محمد عبد المحسن أحمد" (٢٠٢٣م) (٢٠) وأكدت أهم نتائج البحث على ضرورة اهتمام الأكاديميات بوضع خطة للعمل يشترك في إعدادها العاملين والمستفيدين وتشمل احتياجاتهم في المستقبل، ضرورة توفير البنية التحتية للأكاديميات وما تشمله من (منشآت، ملاعب، أجهزة وأدوات) حديثة مع مراعاة عوامل الأمن والسلامة. وبذلك يكون الباحث أجاب على التساؤل الثاني والذي ينص على " ما واقع الميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية ؟ "

٣- هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين العلاقة بين الذكاء التنافسي وتحقيق الميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية؟

جدول (١١)

معامل الارتباط بين الذكاء التنافسي وتحقيق الميزة التنافسية
بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية (ن=٣٦٠)

المتغيرات	التكاليف والكفاءة	التميز في الخدمة	الابتكار والتكنولوجيا	السرعة والمرونة	المسؤولية والاستدامة	العلاقات	التميز في	المشكلات	الحساسية	مجموع الإستهيبان
تحليل البيانات	٠.٩٢	٠.٨٥	٠.٨٧	٠.٧٩	٠.٩٠	٠.٨٨	٠.٨٨	٠.٩١	٠.٩٠	
الذكاء التكنولوجي	٠.٨٩	٠.٨٦	٠.٧٩	٠.٨٤	٠.٨٢	٠.٨٩	٠.٨٨	٠.٨٨	٠.٩١	
ذكاء المنافس	٠.٨٨	٠.٩١	٠.٨٨	٠.٨٨	٠.٨١	٠.٩٠	٠.٨٣	٠.٨٨	٠.٨٨	
ذكاء العميل	٠.٨٩	٠.٨٧	٠.٩١	٠.٧٧	٠.٩٠	٠.٨١	٠.٧٣	٠.٨٣	٠.٨٣	
المراقبة والتقييم	٠.٩٠	٠.٨٨	٠.٨٩	٠.٨٣	٠.٨٨	٠.٩٠	٠.٧٢	٠.٩٠	٠.٩٠	
مجموع الإستهيبان	٠.٩١	٠.٨٦	٠.٩٢	٠.٨٠	٠.٧٣	٠.٩٣	٠.٨٠	٠.٨٩	٠.٨٩	

قيمة "ر" الجدولية = ٠.٢٠

يتضح من جدول (١١) توجد علاقة إرتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء التنافسي وتحقيق الميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية للعينة قيد البحث بمحاورها للعينة قيد البحث حيث تراوحت قيمة "ر" الجدولية ما بين (٠.٧٣ : ٠.٩٣) وهي أكبر من قيمة "ر" الجدولية عند مستوى (٠.٠٥).

وفي ضوء ما سبق يرى الباحث من وجهة نظره النتائج السابقة كالتالي الأندية الصحية ومراكز اللياقة البدنية التي تتمتع بذكاء تنافسي عالي تستطيع التكيف بسرعة مع التغيرات في السوق مثل تغيرات في تفضيلات العملاء أو ظهور منافسين جدد ، هذه الأندية قد تتبنى استراتيجيات تسويقية مبتكرة أو تقدم خدمات جديدة تلبي احتياجات العملاء بشكل أفضل مما يمنحها الأفضلية في السوق ، الذكاء التنافسي يمكن أن يساعد إدارة الأندية في اتخاذ قرارات مدروسة بناءً على معلومات دقيقة حول السوق والمنافسين بدلاً من اتخاذ قرارات عشوائية أو اعتماد أساليب قديمة ، يمكن استخدام الذكاء التنافسي لمراقبة سلوك العملاء ومعرفة اهتماماتهم وتعديل البرامج أو العروض بناءً على ذلك ، الميزة التنافسية المستندة إلى الذكاء التنافسي تعني أن الأندية الصحية قادرة على توفير شيء يميزها عن غيرها وقد تكون هذه الميزة في الجودة أو الأسعار أو حتى في خدمات إضافية أو برامج مبتكرة ، كما

أنه عندما تتمكن الأندية من استغلال الذكاء التنافسي بشكل فعال فإنها تزيد من ولاء العملاء مما يساهم في تحسين الاستمرارية والنمو في السوق .

ويمكن أن يستخلص الباحث نتيجة عامة من جدول (١٣) أنها تشير إلى أن هناك علاقة قوية ذات دلالة إحصائية بين الذكاء التنافسي والميزة التنافسية في مراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية ، هذا يعني أن استخدام المعلومات بشكل استراتيجي حول السوق والمنافسين يمكن أن يساعد الأندية في هذه المناطق على تعزيز ميزتها التنافسية وبالتالي تحسين أدائها التجاري وجذب المزيد من العملاء وتحقيق مزيداً من الأرباح ، وأرتفاع وتحسين الخدمة المجتمعية التنافسية بين مراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية مما يعود بالفائدة على جميع الأطراف ، وهذا يتفق مع دراسة (سهام أحمد محمد) (٢٠٢٠م) (١١) ، والتي أوصت أنه يتطلب من المؤسسات الجامعية تقييم وتغيير أساليبها الإدارية وخططها بصفة مستمرة من أجل اكتساب الميزة التنافسية المستدامة وضرورة الإستفادة من إدارة الذكاء التنافسي لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة للجامعات المصرية ، دراسة (دراق حنان ، شيخ هجيرة) (٢٠٢٣م) (٨) والتي كانت أهم نتائجها وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء التنافسي ببعديه الذكاء التكنولوجي وذكاء العميل وتعزيز القدرة التنافسية وأوصت بضرورة اعتماد الذكاء التنافسي كخيار استراتيجي لتحقيق القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية ، دراسة (Seyyed et al) (٢٠١٧م) (٣٥) والتي أكدت أبرز نتائجها أن الذكاء التنافسي كأن له تأثير ايجابي على إنشاء ميزة تنافسية مستدامة، وتوصلت لضرورة إنشاء وحدة استراتيجية لجمع وتحليل وتقاسم معلومات ذكية مستمدة من البيئة الداخلية والخارجية من أجل الحصول على الميزة التنافسية المستدامة.

- الاستنتاجات والتوصيات:

١-الاستنتاجات:

- أظهرت النتائج أن مراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية (عينة البحث) تستخدم أدوات ووسائل تحليل البيانات (مثل تحليل بيانات العملاء وأداء البرامج) ولكن بشكل متوسط وهناك مجال للتحسين في تطبيق أساليب التحليل المتقدمة واستخدام التكنولوجيا الحديثة في تحليل البيانات .
- بالرغم من استخدام بعض الأندية للتكنولوجيا إلا أن التحديث الدوري للتقنيات كان محدوداً.
- قدرة الأندية على تتبع منافسيها وجمع معلومات عن استراتيجياتهم الابتكارية أعلى من قدرتهم على جمع معلومات دقيقة حول ممارساتهم .
- أظهرت النتائج أن مراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية في تتفوق في بعض المجالات مثل التكاليف والكفاءة (تقديم خدمات بتكلفة أقل) والتميز في العلاقات (العلاقات الموثوقة مع العملاء والمنافسين) .

- وجود فجوات في بعض المجالات مثل الابتكار والتكنولوجيا والسرعة والمرونة، حيث كانت هناك حاجة لتحسين قدرة الأندية على الابتكار واستخدام التكنولوجيا الحديثة بشكل أكثر فعالية .
- وجود علاقة ارتباطية موجبة وقوية ذات دلالة إحصائية بين الذكاء التنافسي والميزة التنافسية في مراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية .
- الأندية التي تتمتع بمستوى أعلى من الذكاء التنافسي تمتلك قدرة أكبر على تحقيق ميزة تنافسية في السوق .
- أظهرت الدراسة أن الذكاء التنافسي يسهم بشكل كبير في تعزيز قدرة الأندية الصحية على تحقيق ميزة تنافسية مستدامة، خاصة في محاور مثل (تحليل البيانات، ذكاء المنافس، والمراقبة والتقييم) .
- هناك فرصة كبيرة لتحسين بعض الجوانب مثل (التحديث التكنولوجي - الأساليب التحليلية المتقدمة) لتصبح الأندية أكثر قدرة على مواجهة التحديات السوقية والحفاظ على ميزة تنافسية

٢-التوصيات :

- يجب على الأندية الصحية في الاستثمار في تقنيات جديدة وتحسين تحديث الأنظمة التكنولوجية بشكل دوري لتسهيل تحليل بيانات العملاء والمنافسين بشكل أفضل .
- يوصى بتشجيع الأندية على الابتكار في تقديم خدمات جديدة ومبتكرة للعملاء، خاصة من خلال استخدام أساليب متقدمة لتخصيص العروض والخدمات بناءً على بيانات العملاء .
- ينبغي للأندية الصحية تحسين أساليب تحليل بيانات العملاء واستخدام أساليب التحليل المتقدمة لاكتشاف الأنماط والتوجهات الجديدة في سلوك العملاء، مما يمكنها من تقديم خدمات مخصصة ومحددة .
- ضرورة العمل على تدريب الموظفين في الأندية الصحية بشكل مستمر لتعزيز مهاراتهم في استخدام التكنولوجيا المتقدمة وتحليل البيانات، مما يساعد في تحسين أداء المركز بشكل عام .
- يجب على مراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية تعزيز قدرتها على مراقبة ومتابعة تحركات المنافسين بشكل أكثر دقة، وذلك عبر جمع بيانات استراتيجية حول أسعار المنافسين واستراتيجياتهم الابتكارية .

- تطوير استراتيجيات تسويقية تركز على تحليل ردود العملاء على العروض الترويجية وتحسين الاستراتيجيات التسويقية بناءً على تلك التحليلات .
- تبني سياسات الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية بشكل أكبر، مثل دعم المبادرات التطوعية والمشاركة في الأنشطة المجتمعية، حيث يمكن أن تُحسن من الصورة العامة للأندية وتعزز العلاقة مع المجتمع المحلي .
- ينصح بتطوير آليات أكثر مرونة لتمكين الأندية من تعديل برامجها وخدماتها بسرعة لتلبية احتياجات العملاء المتغيرة .
- يجب تعزيز جودة الخدمات المقدمة من خلال الاستثمار في تدريب العاملين على التعامل مع العملاء بسرعة وفعالية، وتقديم استجابة سريعة وفعالة لشكاوى العملاء .
- ينبغي على الأندية الصحية استخدام مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) بشكل أكثر فعالية لقياس تقدمهم في تحقيق الأهداف الاستراتيجية، مثل تحسين الأداء التنافسي والجودة .

المراجع

أولاً: مراجع باللغة العربية:

١. أحمد عبد الله أمانة الشمري : الرصد البيئي والذكاء التنافسي و أثرهما في المقدرات الجوهريّة للمنظمة ، رسالة ماجستير ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة كربلاء ، العراق ، ٢٠١١م .
٢. أحمد نواف مديد : دور إدارة المعرفة في تعزيز الذكاء التنافسي : دراسة ميدانية مقارنة على القطاع الصحي في العراق ، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية ، ع ٢ ، مج ٩ ، كلية التجارة بالاسماعيلية ، جامعة قناة السويس ، ٢٠١٨م .
٣. بشار عبد الحسين : الذكاء التنافسي ودوره في تمكين الموارد البشرية: دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في مستشفى الحياة الأهلي في محافظة النجف الأشرف ، آداب الكوفة ، ع ٥٥ ، مج ١٥ ، كلية الآداب ، جامعة الكوفة ، العراق ، ٢٠٢٣م .
٤. بلال خلف السكارنه : الإبداع الإداري ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة عمان، الأردن ، ٢٠١١م .
٥. جودي محمد رمزي : الذكاء التنافسي وأثره على الأداء الاستراتيجي للشركة: دراسة حالة شركة سيلاس للإسمنت جمورة - بسكرة ، مجلة الاقتصاديات المالية البنكية وإدارة الأعمال ، ع ٢ ، مج ٩ ، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، الجزائر ، ٢٠٢٠م .
٦. حسن على الزعبي : نظم المعلومات الاستراتيجية مدخل استراتيجي ، دار وائل للنشر والتوزي ، عمان، الأردن ، ٢٠٠٥م .
٧. خالد محمود الزيود ، وسيم يوسف زيدان : دور مراكز اللياقة البدنية في إشباع الحاجات الاجتماعية والصحية والنفسية للمرأة في محافظة إربد من وجهة نظرهن ، ع ٣ ، مج ٣٧ ، مؤتة للبحوث والدراسات ، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية كلية التربية الرياضية ، جامعة اليرموك ، المملكة الأردنية الهاشمية ، ٢٠١٩م .
٨. دراق حنان ، شيخ هجيرة : الذكاء التنافسي كأداة لتحقيق القدرة التنافسية للمؤسسة "دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر للهاتف المحمول موبيليس - المديرية الجهوية بالشلف ، ع ٣٢ ، مج ١٩ ، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا ، الجزائر ، ٢٠٢٣م .
٩. زينب مرابط : تكامل أبعاد المسؤولية الاجتماعية والاستدامة لتحسين الأداء المؤسسي بمؤسسة نفضال بونوارة قسنطينة ، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية ، ع ٢ ، مج ٩ ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي ، الجزائر ، ٢٠٢٢م .

١٠. سارة عبد الفتاح خالد : متطلبات تحقيق التميز المؤسسي لتفعيل ثقافة التنافسية بين الجمعيات الأهلية ، المجلة العلمية للخدمة الاجتماعية - دراسات وبحوث تطبيقية ، ع ١٣ ، مج ١ ، كلية الخدمة الاجتماعية ، جامعة أسيوط ، ٢٠٢١ م .
١١. سهام أحمد محمد : إدارة الذكاء التنافسي كآلية استراتيجية لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة بالجامعات المصرية ومواجهة تحديات فيروس كورونا " covid١٩ " ، ع ٨٣ ، مج ٢ ، المجلة التربوية ، كلية التربية ، جامعة سوهاج ، ٢٠٢٠ م .
١٢. سيد عبده أحمد : دور إدارة الابتكار وتعزيز الميزة التنافسية بالمؤسسات الصناعية ، مجلة التراث والتصميم ، ع ١٦ ، مج ٣ ، الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية ، مصر ، ٢٠٢٣ م .
١٣. شفاء أحمد : الذكاء التنافسي كضرورة لرفع الحصة السوقية لمنظمات الاعمال دراسة حالة شركة مناجم الفوسفاتية ، مجلة الاقتصاد الجديد ، ع ١٦ ، مج ١ ، جامعة خميس مليانة ، الجزائر ، ٢٠٢٠ م .
١٤. عادل إبراهيم ، مصطفى إبراهيم ، محمد الدرمللي : معايير وضوابط تقييم مراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية بجمهورية مصر العربية في ضوء القوانين واللوائح القومية ، مجلة أسيوط لعلوم وفنون التربية الرياضية ، ع ٤ ، مج ٦٧ ، كلية التربية الرياضية ، جامعة أسيوط ، ٢٠٢٣ م .
١٥. عصام محمد عبد العزيز: دور إدارة الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية للمنشآت الرياضية بمديريات الشباب والرياضة، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة جنوب الوادي ، ٢٠١٩ م .
١٦. عيشوني محمد أحمد : ضبط الجودة "التقنيات الأساسية وتطبيقاتها في المجالات الإنتاجية والخدمية" ، دار الأصحاب للنشر والتوزيع ، الرياض ، ٢٠٠٧ م .
١٧. غسان أحمد الأمين : التكامل بين أسلوب محاسبة تكاليف الأنشطة ومحاسبة المسؤولية وأثره على زيادة الميزة التنافسية للمنشآت الصناعية في ظل نظرية القيود دراسة تحليلية تطبيقية ، رسالة دكتوراة ، كلية الدراسات العليا ، جامعة أم درمان الإسلامية ، السودان ، ٢٠١٥ م .
١٨. محمد الأمين بخيلي : المرونة الاستراتيجية كمدخل لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة للمؤسسة الاقتصادية: دراسة حالة مجموعة المؤسسات ، مجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة ، ع ٢ ، مج ٥ ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي ، الجزائر ، ٢٠٢٢ م .
١٩. محمد عبد المحسن أحمد: التسويق بالعلاقات كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية للمنشآت الرياضية بجامعة سوهاج ، المجلة العلمية لعلوم وفنون الرياضة ، ع ٧٦ ، كلية التربية الرياضية للبنات ، جامعة حلوان ، ٢٠١٨ م .

٢٠. محمد عبد المحسن أحمد : متطلبات تحقيق الميزة التنافسية لأكاديميات كرة القدم بصعيد مصر ، مجلة سوهاج لعلوم وفنون التربية البدنية والرياضية ، ع ١١ ، كلية التربية الرياضية ، جامعة سوهاج ، ٢٠٢٣ م .
٢١. محمد فوزي عبد العزيز : الابداع الإداري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية للأندية الرياضية ، مجلة علوم الرياضة ، ع ٣ ، مج ٣٢ ، كلية التربية الرياضية ، جامعة المنيا ، ٢٠١٩م .
٢٢. مدحت قاسم وأحمد عبدالفتاح : تقويم الاندية الصحية، المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة ع ٤٩ ، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان ، ٢٠٠٧م .
٢٣. مديحة ياسف : دور العلاقات العامة في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة: دراسة ميدانية بمؤسسة رونو داسيا للسيارات بجيجل ، مجلة دراسات اقتصادية ، ع ٢ ، مج ١٦ ، جامعة زيان عاشور بالجلفة ، الجزائر ، ٢٠٢٢ م .
٢٤. منصور مشاري سفاح : دور المدرسة في تحقيق متطلبات الميزة التنافسية في دولة الكويت ، مجلة كلية التربية ، ع ٣٤ ، كلية التربية ، جامعة أسوان ، ٢٠١٩ م .
٢٥. نوال أحمد إبراهيم : التعليم الريادي بالجامعات المصرية: مدخل لتنمية الريادة المجتمعية لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة ، مجلة البحث العلمي في التربية ، ع ٢٣ ، جزء ١ ، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية ، جامعة عين شمس ، ٢٠٢٢ م .
٢٦. هالة أمين مغاوري : آليات استخدام الذكاء التنافسي لتحقيق الميزة التنافسية في الجامعات المصرية ، مجلة الإدارة التربوية ، ع ٢٨ ، مج ٧ ، الجمعية المصرية للتربية المقارنة والإدارة التعليمية ، مصر ، ٢٠٢٠ م .
٢٧. هجيرة شيخ : الذكاء التنافسي كأداة لتحقيق القدرة التنافسية للمؤسسة: دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر للهاتف المحمول موبيليس المديرية الجهوية بالشلف ، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا ، ع ٣٢ ، مج ١٩ ، جامعة حسيبة بن بو علي بالشلف ، الجزائر ، ٢٠٢٣ م .
٢٨. وهيب رمضان ياسين ، أحمد حسني السيد خليل : الذكاء الأخلاقي وعلاقته بالإبداع الإداري لدى المديرين والعاملين بمراكز اللياقة البدنية ، ع ٣ ، مج ١٧ ، مجلة أسيوط لعلوم وفنون التربية الرياضية ، كلية التربية الرياضية ، جامعة أسيوط ، ٢٠١٧م .
٢٩. ياسر محمد خليل: استراتيجية مقترحة لتحقيق الميزة التنافسية لمؤسسات التعليم العالي بمصر، مجلة الإدارة التربوية ، ع ٢٣ ، مج ٢٣ ، الجمعية المصرية للتربية المقارنة والإدارة التعليمية ، مصر، ٢٠١٩م .

٣٠. يوستينا رزق سليمان : أثر الذكاء التسويقي على الميزة التنافسية المستدامة لشركات الطيران: الدور المعدل للبراعة التسويقية ، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة ، ع ١ ، مج ١٦ ، كلية السياحة والفنادق ، جامعة الفيوم ، ٢٠٢٢ م .

ثانياً: مراجع باللغة الأجنبية:

31. Abu Al-Fahem, M. : Cons of Using Internet Among Physical Education Students at Yarmouk University and how Can Sport Activities Limit Them. Unpublished Master Thesis, Faculty of Physical Education, Yarmouk University, 2016 .
32. Gračanin, Š., Kalac, E., & Jovanović, D.: Competitive intelligence: Importance and application in practice. Review of Innovation and Competitiveness: A Journal of Economic and Social Research, 1(1), 25-44. 2015.
33. Gryna, F.M., Chua, R.C. & Defeo, J.A .: Juran's quality. planning and analysis for enterprise quality, (5th ed.). New Delhi:Tata McGraw Hill co, 2007.
34. Lee, M & Change, T. : Linking knowledge management and innovation management in e-business. International Journal of Innovation and Learning, 4 (2), 2007 .
35. Seyyed-Amiri, N. A. D. E. R., Shirkavand, S., Chalak, M., & Rezaeei, N. : Competitive intelligence and developing sustainable competitive advantage. AD-minister. (30) , 2017 .
36. Wadie, N : Competitive intelligence in Tunisian companies. Journal of Enterprise Information Management, 24 (1), 2011.

ثالثاً : شبكة المعلومات الدولية :

37. <https://www.lhamim.com>

المستخلص:

عنوان البحث: " الذكاء التنافسي كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية"

تُعدُّ مراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية من العناصر الأساسية في بناء مجتمعات صحية ومستدامة ، فهذه المنشآت لا تقتصر أهميتها على تحسين الصحة البدنية للأفراد فحسب بل تتجاوز ذلك لتساهم بشكل فعّال في تعزيز جودة الحياة بشكل عام من خلال تقديم برامج تدريبية متكاملة فإن هذه المراكز تسهم في الوقاية من الأمراض المزمنة وتعزيز اللياقة البدنية والذهنية على مستوى المجتمع توفر مراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية منصة للناس لتبني نمط حياة نشط وصحي مما يساهم في تقليل تكاليف الرعاية الصحية على المدى الطويل وزيادة الإنتاجية .

واستهدفت الدراسة الحالية التعرف على " الذكاء التنافسي كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية " من خلال التعرف على الواقع الفعلي للذكاء التنافسي لدى العاملين بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية وذلك بقياس محاور الذكاء التنافسي (تحليل البيانات ، الذكاء التكنولوجي، ذكاء المنافس ، ذكاء العميل ، المراقبة والتقييم) ، وكذلك التعرف على الواقع الفعلي للميزة التنافسية بمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية من خلال قياس محاور الميزة التنافسية والتي تمثلت في (التكاليف والكفاءة ، التميز في الخدمة ، الابتكار والتكنولوجيا ، السرعة والمرونة ، الاستدامة والمسئولية الاجتماعية ، التميز في العلاقات) ، لتحقيق ذلك استخدم الباحث المنهج الوصفي واستخدم الاستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة ، وبلغت عينة الدراسة الأساسية (٢٦٠) فردا والإستطلاعية (٢٠) فردا من (الهيكل الإداري والتنفيذي لمراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية ، المدربين ، أخصائيين التأهيل الحركي ، بعض المستفيدين من مراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية) بمحافظة أسيوط وسوهاج ، وأسفرت الدراسة عن نتائج أهمها

أن مراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية التي تتمتع بمستوى أعلى من الذكاء التنافسي تمتلك قدرة أكبر على تحقيق ميزة تنافسية في السوق ، كما أن الذكاء التنافسي يسهم بشكل كبير في تعزيز قدرة الأندية الصحية ومراكز اللياقة البدنية على تحقيق ميزة تنافسية مستدامة خاصة في محاور مثل (تحليل البيانات، ذكاء المنافس، والمراقبة والتقييم) ، وجود علاقة ارتباطية موجبة وقوية ذات دلالة إحصائية بين الذكاء التنافسي والميزة التنافسية في مراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية (عينة البحث) ، واوصت الدراسة بأنه ينبغي على مراكز اللياقة البدنية والأندية الصحية استخدام مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) بشكل أكثر فعالية لقياس تقدمهم في تحقيق الأهداف الاستراتيجية، مثل تحسين الأداء التنافسي والجودة .

Abstract:

**Competitive intelligence as an entry point to achieve competitive
Fitness centers and health clubs advantage**

Fitness centers and health clubs are essential elements in building healthy and sustainable communities, these facilities are not only important to improve the physical health of individuals, but also go beyond that to contribute effectively to enhancing the quality of life in general by providing integrated training programs, these centers contribute to the prevention of chronic diseases and promote physical and mental fitness. At the community level, fitness centers and health clubs provide a platform for people to adopt an active and healthy lifestyle, which contributes to In reducing long-term health care costs and increasing productivity, The current study aimed to identify "competitive intelligence as an input to achieve competitive advantage in fitness centers and health clubs" by identifying the actual reality of competitive intelligence among workers in fitness centers and health clubs by measuring the axes of competitive intelligence (data analysis, technological intelligence, competitor intelligence, customer intelligence, monitoring and evaluation), as well as identifying the actual reality of competitive advantage in fitness centers and health clubs by measuring the axes of competitive advantage, which were represented in (Costs and efficiency, service excellence, innovation and technology, speed and flexibility, sustainability and social responsibility, excellence in relationships) , To achieve this, the researcher used the descriptive approach and used the questionnaire as a tool to collect study data, and the basic study sample reached (260) individuals and the poll (20) individuals from (the administrative and executive structure of fitness centers and health clubs, trainers, motor rehabilitation specialists, some beneficiaries of fitness centers and health clubs) in the governorates of Assiut and Sohag, and the study resulted in the results of the most important Fitness centers and health clubs with a higher level of competitive intelligence have a greater ability to achieve a competitive advantage in the market , Competitive intelligence also contributes significantly to enhancing the ability of health clubs and fitness centers to achieve a sustainable competitive advantage, especially in axes such as (data analysis, competitor intelligence, and monitoring and evaluation), and the existence of a positive and strong correlation with statistical significance between competitive intelligence and competitive advantage in fitness centers and health clubs (research sample), and the study recommended that fitness centers and health clubs should use key performance indicators (KPIs) more effectively to measure their progress in achieving Strategic objectives, such as improving competitive performance and quality.