

"خطة مقترحة لنظم المعلومات بالإتحاد المصرى للسلاح"

أ.د/ جمال محمد على يوسف*

أ.د/ عادل محمد عبدالمنعم مكي**

م/ محمد مهران مهران حسنى***

مقدمة ومشكلة البحث:

المجال الرياضى هو أحد مجالات الحياة الذى يتأثر بدرجة كبيرة بتقدم وتطور العلوم الأخرى، وبذلك تتنوع وتتطور أساليب الإدارة والتدريب والتعليم فى المجال الرياضى، حيث تتجه نظم المعلومات والمعارف الجديدة إلى الإنتشار والتكاثر السريع بفضل تكنولوجيا الإتصال والحاسبات الآلية، والعالم الجديد هو عالم المعلومات الفورية وتكنولوجيا الإتصالات الكونية التى دفعت الإنسان إلى سباق محموم على التعلم والتكيف والتغير السريع مع مستحدثات العصر.

ويرى "أحمد جبر" أن نظم المعلومات التسويقية هى الطريقة التى تستطيع بها الإدارة معرفة المتغيرات البيئية الداخلية والخارجية والتى تؤثر على نشأة المنظمة بالأسلوب الذى يمكنها من ترشيد قراراتها ويطور من عملية المبادلة التسويقية بصفة مستمرة، ويشمل هذا النظام العمليات المتعلقة بتحديد وتجميع وتبويب وحفظ ونشر المعلومات التى تحتاجها بالقدر والشكل والوقت المناسب. (٣: ٥٤)

* أستاذ الإدارة الرياضية ورئيس قسم الإدارة الرياضية والترويج -كلية التربية الرياضية - جامعة أسيوط

** أستاذ إدارة وتحكيم الرياضات المائية بقسم الإدارة الرياضية والترويج -كلية التربية الرياضية- جامعة أسيوط

*** معيد بقسم الإدارة الرياضية والترويج -كلية التربية الرياضية -جامعة أسيوط

ولقد أصبح نجاح أى عمل يقوم على استخدام الحاسب الآلى ونظم المعلومات ومن ثم وجب على المتخصصين إثراء الحركة الرياضية بالبحث العلمى والتقنى للحاق بركب التقدم والتطور وللساهمة الفعالة فى رفع حركة التنمية عامة ومواجهة متطلبات المستقبل فى هذا المجال خاصة. (١٠: ١٢٢)

كما شهدت الفترة الأخيرة تحول منظمات الأعمال فى ممارسة أنشطتها من خلال الإعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتحول نحو استخدام الأنشطة التجارية الإلكترونية فى الكثير من تعاملاتها، حيث أصبحت تلقى بتحديات ضخمة أمام التسويق سواء على مستوى الأسواق أو فنون الإنتاج أو وسائل الإتصال بالعملاء. (٨: ٣٣)

ويعتبر نجاح العمل الإدارى والتسويقى داخل الإتحادات الرياضية يكون عن طريق الإهتمام بجمع كل المعطيات والمعلومات التى تسمح بمتابعة كل التحولات التى تحدث فداخل المنظمة الرياضية والسوق الخارجى، مما يكون له رد فعل إيجابى حول قدرة هذه المؤسسات فى زيادة القدرة التنافسية لها، كما تعتبر هذه المعلومات الأساس فى إتخاذ أى قرار إدارى أو تسويقى.

ويعد الاتحاد المصرى للسلاح هو الهيئة المسؤولة عن إدارة شئون اللعبة من جميع النواحي المالية والتنظيمية، ووضع البرامج التى تشترك فيها الهيئات الرياضية والإشراف على تنفيذ هذه البرامج، كما أنه هو المسئول على العمل على تنمية موارد الاتحاد.

ويعتبر الإتحاد المصرى للسلاح من الإتحادات التى تعتمد على الطرق التقليدية فى إدارة وتنظيم الأنشطة والخدمات، حيث أنه لا يعتمد على نظم المعلومات وقواعد البيانات فى إدارة أنشطته.

ويعتبر المجال الرياضى هو أحد مجالات الحياة الذى يتأثر بدرجة كبيرة بتقدم وتطور العلوم الأخرى، وبذلك تتنوع وتتطور أساليب الإدارة والتدريب والتعليم فى المجال الرياضى.

حيث أن المعلومات والمعارف الجديدة تتجه إلى الانتشار والتكاثر السريع بفضل تكنولوجيا الإتصالات والحاسبات الآلية، والعالم الجديد هو عالم المعلومات الفورية وتكنولوجيا الإتصالات الكونية التي دفعت بالأفراد إلى سباق شديد على التعلم والتكيف السريع مع مستحدثات العصر.

ومن خلال الإطلاع على الدراسات التي تناولت العمل التسويقي والإدارى داخل الإتحاد المصرى للسلاح ومنها دراسة "أحمد جلال سليم" (٢٠٠٨م) (١)، ودراسة "أحمد رشاد محمد" (٢٠٠٧م) (٢) التي أوضحت أنه لا توجد استراتيجية واضحة تعتمد على استخدام النظم الإلكترونية ونظم المعلومات فى إدارة وترويج رياضة السلاح.

ومن هنا يرى الباحثين ضرورة إستخدام التقنيات الرقمية الحديثة ونظم المعلومات فى نشر وترويج أنشطة الإتحاد والتفاعل مع المستفيدين من هذه الأنشطة وكذلك فى الترويج والرعاية لهذه الخدمات التي يقدمها الإتحاد مما يعود بالنفع على اللعبة والجمهور المستفيد من هذه اللعبة سواء كان (أساسيا او ثانويا)، لذلك يقوم الباحثين بإجراء هذه الدراسه لمعالجة الأمور المتعلقة بنظم المعلومات داخل الإتحاد المصرى للسلاح.

بعض المصطلحات الواردة بالبحث:

- النظام : System

مجموعة من الإجراءات المرتبطة التي تتفاعل مع البيئة وبعضها لتحقيق هدف أو أهداف معينة. (١٢: ١٧)

- المعلومات: Information's

البيانات التي تم إعدادها لتصبح فى شكل أكثر نفعا للفرد والتي لها إما قيمة مدركة فى الإستخدام المتوقع أو فى القرارات التي يتم إتخاذها. (١٢: ٨١)

- نظم المعلومات : Information's Systems

مجموعة الإجراءات والمعلومات والأفراد وتكنولوجيا المعلومات تم تنظيمها لتحقيق أهداف المنظمة. (١٧: ٧)

هدف البحث :

يهدف البحث إلى وضع خطة مقترحة لنظم المعلومات بالاتحاد المصرى للسلاح :

تساؤلات البحث :

أ- ما هو الواقع الحالى لنظم المعلومات بالاتحاد المصرى للسلاح؟

ب- ما هي متطلبات تطبيق نظم المعلومات بالاتحاد المصرى للسلاح؟

الدراسات السابقة :-

١- دراسة "محمد عبدالعظيم محمود" (٢٠٠٩م) (١١) بعنوان "نموذج مقترح لنظم المعلومات التسويقية بالأندية الرياضية" وأستهدفت الدراسة التعرف على الواقع الحالى لنظم المعلومات التسويقية بدولة الإمارات والتعرف على محددات النموذج المقترح لنظم المعلومات التسويقية بالأندية الرياضية ،وأستخدم الباحث المنهج الوصفى (الدراسات المسحية) ،وأشتملت عينة البحث (٧٢) فردا من داخل المجتمع الأصلي للبحث بالطريقة العشوائية ،وأستخدم الباحث الأستبيان لجمع البيانات والمعلومات ،وكانت أهم نتائج الدراسة ضعف مستوى نظم المعلومات التسويقية بالأندية الرياضية من حيث الدقة المعلومات وشمولها ومرونتها ووضوحها وتوقيتها ،ضعف الجهات المختلفة والمؤسسات مع الأندية فى عملية الحصول على المعلومات المرتبطة بالتسويق .

٢- دراسة "أحمد جلال سليم" (٢٠٠٨م) (١) بعنوان "أساليب مقترحة لتسويق بطولات المبارزة بجمهورية مصر العربية" واستهدفت الدراسة أفضل الأساليب المقترحة لتسويق بطولات المبارزة و الجوانب القانونية

لتسويق بطولات المباراة، و استخدم الباحث المنهج الوصفي (الدراسات المسحية)، وأشتملت عينة البحث على (٤٣) فردا من إجمالي مجتمع البحث، واستخدم الباحث الأستبيان لجمع المعلومات، وكانت أهم نتائج الدراسة لا توجد إدارة أو لجنة أو مجموعة عمل تختص بتسويق بطولات المباراة بالاتحاد المصرى للسلاح، من أفضل أساليب التسويق التى تتاسب بطولات المباراة التسويق عبر الإنترنت وتسويق الأسطوانات الدمجة، ونشر الإعلانات داخل الملاعب، وبيع حق البث التلفزيونى.

٣- دراسة "أحمد رشاد محمد" (٢٠٠٧م) (٢) بعنوان "استراتيجية مقترحة لتسويق بطولات المباراة" وأستهدفت الدراسة تصميم استراتيجية لتسويق بطولات السلاح من خلال تحليل Swot لنقاط القوة والضعف داخل الإتحاد، واستخدم الباحث المنهج الوصفي (الدراسات المسحية، التحليلية)، واشتملت عينة الحث (أعضاء مجلس الإدارة الاتحاد- مدير الاتحاد- مسئولى التسويق بالإتحاد- خبراء التسويق بجمهورية مصر العربية)، واستخدم الباحث الدراسات التحليلية النظرية- المقابلة الشخصية لجمع المعلومات، وكان من أهم النتائج يوجد موقع للإتحاد وغير مفعّل- المصدر الوحيد للتمويل هو المجلس القومى للرياضة والجنة الأولمبية- لا يستخدم الاتحاد اللاعبين المصنفين دوليا فى تسويق البطولات والتأثير على الجمهور. أحمد رشاد محمد: استراتيجية مقترحة لتسويق بطولات المباراة، رسالة ماجستير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة بنها، ٢٠٠٧م.

٤- دراسة "جمال محمد جلال" (٢٠٠٢م) (٥) بعنوان "معوقات استخدام الحاسب الآلى ونظم المعلومات فى الأندية الرياضية فى جمهورية مصر العربية" أستهدفت الدراسة التعرف على الحاسب الآلى ونظم المعلومات فى الأندية الرياضية ودراسة معوقات استخدام الحاسب الآلى ونظم

المعلومات فى مجال الإدارة بالأندية الرياضية وأقتراح توصيات لعلاج المعوقات التى تواجه استخدام الحاسب الآلى ونظم المعلومات، وأستخدم الباحث المنهج الوصفى (الدراسات المسحية) وذلك اناسبته لطبيعة الدراسة، وكانت عينة الدراسة من مسؤلى الأندية الرياضية بالطريقة العشوائية من الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية والبالغ عددها (١١٤١) وتم إختيار (٢٩٦) مبحثا عشوائيا، واستخد إستمارة الإستبيان لجمع البيانات، والمتوسط الحسابى والإنحراف المعيارى للمعالجة الإحصائية، وكانت من أهم أستنتاجات الباحث أقتصر إستخدام الحاسب الآلى فى الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية على الأعمال الكتابية وإستخراج بطاقات العضوية ولا يقوم النادى بتنظيم دورات متقدمة لثقل المدربين والإدارين والقادة على إستخدام الحاسب الآلى ونظم المعلومات . جمال محمد جلال "معوقات استخدام الحاسب الآلى ونظم المعلومات فى الأندية الرياضية فى جمهورية مصر العربية" رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة حلوان، كلية التربية الرياضية للبنين الهرم، القاهرة، ٢٠٠٢م.

٥- دراسة "هشام عثمان أبو بكر كيلانى" (٢٠٠٢م) (١٦)، بعنوان "تقويم دور نظم المعلومات التسويقية فى دعم القرارات الإعلانية فى الشركات المتفاعلة بالأسواق الدولية"، دراسة حالة شركة كانون فى الأسواق المصرية، هدف الدراسة تقديم إطار أكاديمي (مصرفي) لدور نظم المعلومات التسويقية فى دعم القرارات الإعلانية بالشركات المتفاعلة فى الأسواق الدولية، تحديد مدى وجود قصور لنظام المعلومات التسويقية بالشركات المتفاعلة بالأسواق الدولية، منهج البحث، الدراسة المدنية التطبيقية، مجتمع وعينة البحث، موزع شركة كانون بمنطقة الصعيد، الإدارة العليا، العاملون بالنشاط التسويقي، العاملون فى مجال نظم

المعلومات، طرق جمع البيانات، قائمة الاستقصاء، المقابلات الشخصية، نتائج الدراسة، دعم تحديد الاهداف الاعلانية فى الشركات المتفاعلة فى الأسواق الدولية، تغير وسيلة الإعلان المستخدمة، مرونة ميزانية الأنشطة الاعلانية. هشام عثمان أبو بكر كيلاني: تقويم دور نظم المعلومات التسويقية فى دعم القرارات الاعلانية فى الشركات المتفاعلة بالاسواق الدولية"، دراسة حالة شركة كانون فى الأسواق المصرية، ٢٠٠٢م.

٦- دراسة "هاج" Haag,-G" (٢٠٠٠م) (١٧)، بعنوان "المشكلات المتعلقة بتطبيقات الحاسب الآلى فى المجالات الرياضية" وأستهدفت الدراسة التعرف على المشكلات المتعلقة بتطبيقات الحاسب الآلى فى المجالات الرياضية المختلفة وتطوير البرمجيات Software العالمية للحاسب الآلى فى الإحصائيات الرياضية والتعرف على الإستخدامات الحديثة فى علوم الرياضة، وأستخدم الباحث المنهج الوصفى، وأستخدم الأستبيان لجمع البيانات، وكانت من أهم نتائج الدراسة إمكانية إستخدام الحاسب الإلى كنموذج إحصائى (كوسيلة إحصائية) خاصة فى علوم الرياضة (علم النفس الرياضى، علم الإجتماع الرياضى) وإمكانية إستخدام الحاسب الآلى فى زيادة كمية تدفق البيانات لبعض الرياضات.

التعليق على الدراسات السابقة :

تناولت الدراسات السابقة نواحى شتى لنظم المعلومات الإدارية والتسويقية، حيث تناولت بعض الدراسات نظم المعلومات الإدارية بصفة عامة وهناك دراسات تناولت نظم المعلومات التسويقية ،كما أن هناك دراسات أخرى تناولت التسويق الرياضى ،كما أكدت بعض الدراسات على عدد من عوامل التى فى ضوئها تقييم نظم المعلومات ،وقد تم الإستعانة بها فى إعداد المحاور الخاصة بإستبيانات الدراسة والوقوف على المنهجية المتبعة فى الدراسة ،كما

تم الأستعانة بنتائج هذه الدراسات فى تفسير النتائج التى توصل إليها من خلال هذه الدراسة.

خطة واجراءات البحث:
المنهج المستخدم:

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

مجتمع وعينة البحث:

جدول (١)
توصيف العينة طبقاً لأهداف الدراسة

العينة	الإستمارة	مجلس إدارة الإتحاد	المدير المالى	العينة عشوائية بالإتحاد	اللجان النوعية	الإداريين بالإتحاد	مسؤولى النشاط	بأندية السلام	اللاعبين	المكاه	المدرسين	المجموع
إستمارة الواقع الحالى	لنظم المعلومات	٥	١	١٣	٣	٧	٩٧	٢٨	١٤	١٦٧		
إستمارة متطلبات تطبيق	نظم المعلومات	٥	١	١٣	٣	٧	٩٧	٢٨	١٤	١٦٧		

خطوات واجراءات البحث:-

تحديد محاور الاستبيانات:

قام الباحثين بتصميم الأستبيانات الخاصة بدراسة الواقع الحالى لنظم المعلومات بالإتحاد المصرى للسلاى والأستبيان الخاص بدراسة متطلبات تطبيق نظم المعلومات بالإتحاد المصرى للسلاح، وذلك فى ضوء تحليل المراجع والدرسات (١)، (٢)، (٦)، (٩)، (١٢)، (١٦)، (١٧) وفى ضوء نتائج التحليل قام الباحث بوضع بعض المحاور فى صورتها المبدائية مرفق (٢)، ثم تم عرضها على مجموعة من الخبراء وعددهم (١٠) خبراء وراعى أن

يكونوا من أعضاء هيئة التدريس من كليات التربية الرياضية وكلية التجارة مرفق (١).

ثم قاموا بعرض هذه المحاور على الخبراء بهدف الوصول لصدق المحاور وتطبيقها على الغرض التي وضعت من أجله ولإبداء الرأي من حيث ما يلي:
أ- مدى كفاية هذه المحاور.

ب- حذف أو إضافة ما يراه المحكم من محاور رئيسية أو فرعية تكون غير هامة إن وجدت.

تم حساب النسبة المئوية وترتيب كل محور على حده ،ويوضح ذلك جدول رقم (٢) و(٣).

جدول (٢)

النسبة المئوية لآراء الخبراء حول محاور استمارة التعرف علي الواقع الحالي لنظم المعلومات بالاتحاد المصرى للسلاح (ن = ١٠)

م	المحاور	مناسب	غير مناسب	النسبة المئوية	الترتيب
١	نظم معلومات التسويق	١٠	-	%١٠٠	١
٢	نظم معلومات الأفراد	١٠	-	%١٠٠	٢
٣	نظم معلومات الإنتاج	٨	٢	%٨٠	٤
٤	نظم معلومات التمويل	٩	١	%٩٠	٣

جدول (٣)

النسبة المئوية لآراء الخبراء حول محاور استمارة التعرف علي متطلبات تطبيق نظم المعلومات بالاتحاد المصرى للسلح (ن = ١٠)

م	المحاور	مناسب	غير مناسب	النسبة المئوية	الترتيب
١	موارد بشرية	١٠	-	١٠٠%	١
٢	موارد مادية	٩	١	٩٠%	٣
٣	موارد الشبكات	٨	٢	٨٠%	٤
٤	موارد البيانات	٩	١	٩٠%	٣
٥	موارد البرمجيات	٨	٢	٨٠%	٥

يتضح من جدول (٢) و(٣) أن النسبة المئوية لآراء الخبراء حول محاور استمارتى الاستبيان الخاصة بالتعرف علي الواقع الحالي لنظم المعلومات ومتطلبات تطبيق نظم المعلومات بالاتحاد المصرى للسلح تراوحت بين (٨٠% إلى ١٠٠%) هذا وقد ارتضى الباحث نسبة ٧٥% من آراء الخبراء للموافقة على المحور وبذلك تكون المحاور التي اتفق عليها الخبراء للأستبيان الأول (نظم معلومات التسويق، نظم معلومات الأفراد، نظم معلومات الإنتاج، نظم معلومات التمويل) وتكون محاور الأستبيان الثانى كالتالى (موارد بشرية، موارد مادية، موارد الشبكات، موارد البيانات، موارد البرمجيات).

إعداد عبارات الاستبيان:

في ضوء نتائج التحليل المرجعي ونتائج آراء الخبراء حول المحاور المقترحة قام الباحثين بدراسة كل محور على حده دراسة تفصيلية وذلك لتحديد العبارات الخاصة بكل محور استرشاداً ببعض المراجع العلمية والدراسات السابقة.

ثم قام الباحثين بوضع الاستبيانات في صورتها المبدئية مرفق (٣)، ثم قام الباحثين بعرض الاستبيانات على الخبراء مرفق (١) لتحديد ما يلي:

أ- مدى مناسبة العبارات المقترحة بالنسبة للمحور .
 ب- تعديل أو حذف أو إضافة عبارات أخرى.

وتوصل الباحثين إلى عدد عبارات الاستمارة الأولى (١٥) عبارة موزعين على المحاور، وعدد عبارات الأستمارة الثانية (١٩) موزعة على المحاور، وقام الباحثين بعرض الأستبيانات فى صورتها المبدائية على عدد (١٠) خبراء مرفق رقم (١) وجدول رقم (٤) و(٥) يوضح آراء الخبراء حول العبارات المقترحة.

جدول (٤)

النسبة المئوية للعبارات المقترحة للاستبيان الخاص بالتعرف علي الواقع
 الحالي لنظم المعلومات بالإتحاد المصرى للسلاح (ن = ١٠)

نظم معلومات التمويل		نظم معلومات الإنتاج		نظم معلومات الأفراد		نظم معلومات التسويق	
النسبة المئوية	العبارة	النسبة المئوية	العبارة	النسبة المئوية	العبارة	النسبة المئوية	العبارة
٨٠	١	١٠٠	١	١٠٠	١	٨٠	١
٩٠	٢	١٠٠	٢	٩٠	٢	١٠٠	٢
١٠٠	٣	٤٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣
٩٠	٤			٨٠	٤	٧٠	٤

جدول (٥)

النسبة المئوية للعبارة المقترحة للاستبيان الخاص بالتعرف علي الواقع
الحالي لنظم المعلومات بالإتحاد المصري للسلاح (ن = ١٠)

موارد البرمجيات		موارد البيانات		موارد الشبكات		موارد مادية		موارد بشرية	
النسبة المئوية	العبارة	النسبة المئوية	العبارة	النسبة المئوية	العبارة	النسبة المئوية	العبارة	النسبة المئوية	العبارة
١٠٠	١	٦٠	١	٩٠	١	١٠٠	١	١٠٠	١
٧٠	٢	٩٠	٢	١٠٠	٢	٩٠	٢	١٠٠	٢
١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	٥٠	٣	١٠٠	٣
٨٠	٤	٩٠	٤	٨٠	٤			٩٠	٤

يتضح من جدول (٤) و(٥) أن النسبة المئوية لآراء الخبراء في مدى مناسبة العبارات المقترحة لكل محور، وفي ضوء النتائج السابقة قام ألباحث باستبعاد العبارات التي لم تحصل على نسبة ٧٥% فأكثر من آراء الخبراء.
الدراسة الاستطلاعية:

قام الباحثين بإجراء دراسة استطلاعية على عينة قوامها (٣٦) فرد من خارج عينة البحث من (أعضاء مجلس إدارة الإتحاد- اللجان النوعية بالإتحاد- الإداريين بالإتحاد- اللاعبين- الحكام- المدربين). واستهدفت الدراسة التعرف على:

- أ- مدى مناسبة صياغة العبارات لمستوى فهم العينة.
- ب- التأكد من عدم وجود أي عبارات يصعب فهمها.
- ج- تحديد زمن تطبيق الاستبيان.
- د- التعرف على أي صعوبات في عملية التطبيق.
- هـ- إيجاد الثبات.
- و- إيجاد الصدق.

وقد أظهرت نتائج الدراسة الاستطلاعية أن الاستبيان جاء مناسباً من حيث الصياغة واللغة المستخدمة ولم تظهر أي تعليقات شفهية توحى بالغموض أو عدم الفهم.

المعاملات العلمية لاستثمارات الاستبيان:

الأستبيان الأول :التعرف على الواقع الحالي لنظم المعلومات بالإتحاد
المصري للسلاح
صدق الاستبيان:

قام الباحثين بإيجاد صدق الأستثمارات عن طريق المحكمين والاتساق
الداخلي.

صدق المحتوى :

استخدم الباحثين صدق المحتوى حيث تم عرض استمارة الاستبيان بعد
إعدادها وقبل تطبيقها على العينة الأساسية على مجموعة من الخبراء في
مجال الإدارة الرياضية والتسويق بلغ عددهم (١٠) خبراء مرفق (١) في الفترة
الزمنية من ٢٠١٥/١١/١٣ إلى ٢٠١٥/١١/٢٧، وقد ارتضى الباحث العبارات
التي حققت نسبة ٧٥% فأكثر من آراء الخبراء كما هو موضح بجدول (٤).

جدول (٦)

آراء الخبراء لمدى صدق الاستبيان (ن = ١٠)

م	المحاور	كاف	غير كاف	كاف الى حد ما	الدرجة	النسبة المئوية
١	نظم معلومات التسويق	١٠	-	-	٣٠	%١٠٠
٢	نظم معلومات الأفراد	١٠	-	-	٣٠	%١٠٠
٣	نظم معلومات الإنتاج	٨	٢	-	٢٨	%٩٣.٣
٤	نظم معلومات التمويل	٩	١	-	٢٩	%٩٦.٧
٥	محتوى الإستمارة ككل	٣٧	٣	-	١١٧	%٩٧.٥

يتضح من جدول (٦) أن الاستبيان حقق درجات عالية في مدى صدق
الاستبيان حيث حقق محور نظم معلومات التسويق (١٠٠ %)، نظم معلومات
الأفراد (١٠٠ %)، نظم معلومات الإنتاج (٩٣.٣ %)، نظم معلومات التمويل
(٩٦.٧ %)، وحقق الإستبيان ككل نسبة (٩٧.٥ %).

صدق الاستبيان الأول :

قام الباحثين بحساب معامل صدق الأتساق الداخلي لعبارات الاستبيان وجدول (٧) يوضح ذلك.

جدول (٧)
صدق الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان (ن = ٣٦)

رقم العبارة	صدق الإتساق الداخلي	رقم العبارة	صدق الإتساق الداخلي
١	**٢٤٢.	٨	**٤٦٨.
٢	**٤٤٢.	٩	**٤٨١.
٣	**٤٣٩.	١٠	**٤٢٥.
٤	*٣٥٧.	١١	*٣٩٢.
٥	**٤٤٧.	١٢	**٤٤٤.
٦	*٣٥١.	١٣	*٣٢٤.
٧	*٣٣٥.		

قيمة " ر " الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠,٣٠٤

يتضح من جدول (٧) أن معاملات صدق الاتساق الداخلي لعبارات للاستبيان عند مستوى دلالة (٠.٠٥) حيث تراوحت ما بين (٠.٣٢٤ : ٠.٤٨١) مما يدل على الاتساق الداخلي لجميع العبارات في الاستبيان.
ثبات الاستبيان الأول:

قام الباحثين بإيجاد ثبات استمارة الاستبيان من خلال معامل التجزئة النصفية.

معامل التجزئة النصفية:

استخدم الباحثين طريقة التجزئة النصفية لسبيرمان براون لحساب معامل ثبات استمارة الاستبيان، حيث بلغ معامل ثبات الاستمارة وفق معامل التجزئة النصفية (٠.٩٥١٥) حيث ان قيمة " ر " الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٤٩٤ مما يشير لارتفاع معامل ثبات الاستمارة قيد البحث.

الاستبيان الثاني: التعرف على متطلبات تطبيق نظم المعلومات بالإتحاد
المصرى للسلاح
صدق الاستبيان:

قام الباحثين بإيجاد صدق الأستمارات عن طريق المحكمين والاتساق
الداخلي.

صدق المحتوى :

استخدم الباحثين صدق المحتوى حيث تم عرض استمارة الاستبيان بعد
إعدادها وقبل تطبيقهما على العينة الأساسية على مجموعة من الخبراء فى
مجال الإدارة الرياضية والتسويق بلغ عددهم (١٠) خبراء مرفق (١) فى الفترة
الزمنية من ١٣ / ١١ / ٢٠١٥ إلى ٢٧ / ١١ / ٢٠١٥، وقد ارتضى الباحث
العبارات التي حققت نسبة ٧٥% فأكثر من آراء الخبراء كما هو موضح بجدول
رقم (٨).

جدول (٨)

آراء الخبراء لمدى صدق الاستبيان (ن = ١٠)

م	المحاور	كاف	غير كاف	كاف الى حد ما	الدرجة	النسبة المئوية
١	الموارد البشرية	١٠	-	-	٣٠	١٠٠%
٢	المورد المادية	٩	١	-	٢٩	٩٦.٧%
٣	موارد الشبكات	٨	٢	-	٢٨	٩٣.٣%
٤	موارد البيانات	٩	١	-	٢٩	٩٦.٧%
٥	موارد البرمجيات	٨	٢	-	٢٨	٩٣.٣%
٦	محتوى الإستمارة ككل	٤٤	٦	-	١٤٤	٩٦%

يتضح من جدول (٨) أن الاستبيان حقق درجات عالية في مدى صدق
الاستبيان حيث حقق محور الموارد البشرية نسبة (١٠٠%)، الموارد المادية

(٩٦.٧%) موارد الشبكات (٩٣.٣%) ، موارد البيانات (٩٦.٧%) ، وموارد البرمجيات (٩٣.٣%) وحقق الإستبيان ككل نسبة (٩٦%).

صدق الاستبيان الثاني :

قام الباحثين بحساب معامل صدق الأتساق الداخلي لعبارات الاستبيان وجدول (٩) يوضح ذلك.

جدول (٩)

صدق الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان (ن = ٣٦)

رقم العبارة	صدق الاتساق الداخلي	رقم العبارة	صدق الاتساق الداخلي
١	٥٠.٥**	٩	٤٩٥.**
٢	٤٤٥.**	١٠	٣٦٤.*
٣	٤١٢.*	١١	٤٩٥.**
٤	٤٦٤.**	١٢	٤٧٩.**
٥	٤٩٥.**	١٣	٤٣٦.*
٦	٢٢١.*	١٤	٤٠٥.**
٧	٤٢٨.**	١٥	٤٩٢.**
٨	٣٤٦.*	١٦	٤٠٧.*

قيمة " ر " الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠,٣٠٤ ، ٠,٠١ = ٠,٤٢٥ ،

يتضح من جدول (٩) أن معاملات صدق الاتساق الداخلي لعبارات للاستبيان عند مستوى دلالة (٠.٠٥) حيث تراوحت ما بين (٠.٢٢١ : ٠.٥٠٥). مما يدل على الاتساق الداخلي لجميع العبارات في الاستبيان.

ثبات الاستبيان:

قام الباحثين بإيجاد ثبات استمارة الاستبيان من خلال معامل التجزئة النصفية.

معامل التجزئة النصفية:

استخدم الباحثين طريقة التجزئة النصفية لسبيرمان براون لحساب معامل ثبات استمارة الاستبيان، حيث بلغ معامل ثبات الاستمارة وفق معامل

التجزئة النصفية (٠.٩٥١٥) حيث ان قيمة "ر" الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٤٩٤ مما يشير لارتفاع معامل ثبات الاستمارة قيد البحث.

تطبيق الاستبيانات:

بعد إتمام المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان الخاص بالتعرف علي متطلبات تطبيق نظم المعلومات بالإتحاد المصرى للسلاح ، وأستمارة الإستبيان الخاص بالتعرف على متطلبات تطبيق نظم المعلومات بالإتحاد المصرى للسلاح ،تم تطبيق الاستبيانات مرفق (٤) على عينة البحث وعددهم (١٦٧) وتوزيعهم كما هو موضح في جدول (١) وتم التطبيق خلال الفترة من ٢٠١٦/٢/٦م حتى ٢٠١٦/٢/٢٠م.

المعالجات الإحصائية

تحقيقا لأهداف البحث وتمشيا مع إجراءاته قام الباحثين بالإستعانة بالأساليب الإحصائية التالية :

- أ- المتوسط الحسابى.
- ب- الإنحراف المعيارى.
- ج- معامل الارتباط.
- د- الدرجة المقدرة.
- هـ- النسبة المئوية.

عرض ومناقشة النتائج:-

عرض ومناقشة نتائج التساؤل الأول:

ما هو الواقع الحالى لنظم المعلومات بالإتحاد المصرى للسلاح؟ للإجابة على ذلك قام الباحثين بالتعرف على الواقع الإدارى المتبع من خلال معرفة المعالجات الإحصائية للعبارات الخاصة بكل محور من محاور الإستبيان وفقا لأراء عينة الدراسة.

الأستبيان الأول:

قام الباحثين بتطبيق هذا الأستبيان على عينة البحث (القائمين على تقديم خدمات الإتحاد للمستفيدين- مجلس الإدارة- الإداريين- اللجان النوعية- اللاعبين- الحكام- المدربين- المسئولون عن إدارة النشاط الرياضى للسلاح بالأندية التابعة) وقد أستخدم الباحثين النسبة المئوية والدرجة المقدره ومعامل الإرتباط بيرسون وتحليل التباين كأسلوب إحصائى لعرض ومناقشة النتائج الخاصة بالإستبيان الأول.

جدول (١٠)

الدرجة المقدره والنسبة المئوية لآراء عينة البحث للإستبيان الخاص بالتعرف على الواقع الحالى لنظم المعلومات بالإتحاد المصرى للسلاح (ن=١٦٧)

م	العبارات	الدرجة المقدره	النسبة المئوية
١	يتم الحصول على المعلومات التسويقية للإتحاد من مصادر موثوقة.	٥٣٩	٣٥.٤%
٢	يتصف نظام المعلومات التسويقى الحالى بالقدرة على توفير كافة المعلومات المتعلقة بالأنشطة والبطولات التى ينظمها الإتحاد .	٥٣٩	٣٥.٤%
٣	يتيح نظام المعلومات التسويقى داخل الإتحاد مساحة واسعة للموظفين لإنجاز كافة الأعمال التسويقية.	٥٠١	٤٠%
٤	يوجد هيكل تنظيمى واضح لإدارة نظم المعلومات وشبكة المعلومات بالإتحاد.	٤٦٥	٤٤.٣%
٥	توجد قاعدة بيانات ومعلومات خاصة (باللاعبين-الحكام-المدربين) المسجلين فى كافة المستويات بالإتحاد.	٧١١	٥٨.١%
٦	يتم تحديث قواعد البيانات الخاصة بالعاملين والمستفيدين من أنشطة الإتحاد باستمرار .	٧١٣	٨٥.٤%
٧	يتم متابعة وتقييم المستفيدين من أنشطة الإتحاد (لاعبين-حكام-مدربين) وفقا لقواعد البيانات والمعلومات الموجودة بالإتحاد.	٥٦١	٣٢.١%

تابع جدول (١٠)

الدرجة المقدره والنسبة المئوية لآراء عينة البحث للإستبيان الخاص بالتعرف على الواقع الحالى لنظم المعلومات بالإتحاد المصرى للسلاح (ن=١٦٧)

م	العبارات	الدرجة المقدره	النسبة المئوية
٨	يوجد نظام معلوماتى واضح ومحدد من قبل الإتحاد لإدارة وتنفيذ الأنشطة والبطولات التى ينفذها الإتحاد.	٦٨٩	%٨٢.٥
٩	يعمل الإتحاد على تطوير كافة الخدمات والأنشطة التى يقدمها للمستفيدين على كافة المستويات (لاعيبين-حكام-مدربين-الجمهور).	٧٢١	%٨٦.٣
١٠	توجد دراسات جدوى سابقة بالإتحاد لتمويل ودعم كافة الأنشطة والخدمات التى يقدمها.	٥٧٧	%٦٩.١
١١	يعتمد الإتحاد فى تمويل الأنشطة والخدمات على الدعم الحكومى فقط.	٧٣٧	%٨٨.٣
١٢	يوجد دعم مالى للإتحاد من تسويق الأنشطة والخدمات التى يقدمها.	٥٦٩	%٣١.٩
١٣	يوجد دعم مالى للإتحاد من التبرعات ورعاية رجال الأعمال.	٤٤٥	%٤٦.٧

يتضح من جدول (١٠) أن نسبة إستجابة عينة الدراسة تراوحت ما بين (٣٥.٤%) إلى (٨٨.٣%).

المحور الأول: نظم معلومات التسويق

وقد جاءت النسبة المئوية حول العبارة (١) بلغت (٣٥.٤%) وهى نسبة يمكن تفسيرها بأن المعلومات التى يحصل عليها عن الأنشطة للإتحاد غير موثوقة وغير دقيقة، لأنه لا توجد إحصائيات موثقة ومعتمدة عن المستفيدين وكيفية جذب الجمهور الى اللعبة من خلال الترويج والتسويق لها بشكل فعال.

- وحصلت العبارة (٢) على نسبة (٣٥.٤%) وهى نسبة يمكن تفسيرها من حيث عدم القدرة على توفير كافة المعلومات والبيانات التسويقية الخاصة بالأنشطة والخدمات التى يقدمها الإتحاد المصرى للسلاح مما يؤكد ضعف الوعى الخطى والتسويقى بالمنظومة الإدارية داخل الإتحاد.

- وحصلت العبارة (٣) على نسبة (٤٠%) وهى نسبة يمكن تفسيرها أن النظام التسويقي داخل الإتحاد لا يتسم بالناحية العلمية من حيث كيفية إدارة نظم المعلومات بالنسبة للمعلومات والبيانات أو الأفراد داخل منظومة العمل بالإتحاد.

ومن خلال العرض السابق يتضح ضعف إستجابة عينة البحث يشير إلى ضعف نظام المعلومات التسويقي بالإتحاد، وتتفق هذه النتائج فى مجملها مع نتائج عدد من الدراسات الخاصة بأنشطة رياضية مختلفة مثل دراسة (محمد عبد العظيم) (٢٠٠٩م) (١١) والتي يشير فيها إلى توقيت المعلومات الذى يؤدى إلى فشل النظام فى بعض الأحيان وكذلك مستوى الرضا عن نظام المعلومات تدخل المؤسسة.

ويشير "محمود جاسم، رشاد محمد" (٢٠٠٦م) (١٤) بأن المعلومات التسويقية داخل أى مؤسسة لابد أن تتصف بالدقة والتي تعنى نسبة صحة المعلومات إلى مجموع المعلومات خلال فترة زمنية محددة، والترتيب السليم للمعلومات لضمان الحصول عليها وتوفيرها فى الزمن المناسب، كما يجب أن تكون شاملة لكافة المعلومات الأساسية عن أى موضوع، وملائمة لطبيعة القرار الذى يتم إتخاذه.

كما يجب أن تكون المعلومات الأساسية عن أى موضوع، وملائمة لطبيعة القرار الذى يتم إتخاذه، كما يجب أن تكون المعلومات أداة تزيد من دقة وسرعة العمليات المنفذة وتحسين صورة المنظمة فى نظر العلماء بتقديم خدمات أفضل وأسرع، كما تشير دراسة "صبرى فايق أبو سبت" (٢٠٠٥م) (٩) أن هناك علاقة طردية بين جودة المعلومات (الدقة، الملائمة، التوقيت المناسب، الكمية) وأستخدام نظم المعلومات فى عملية صنع القرار التسويقي.

ويؤكد "محمد عبد العظيم" (٢٠٠٩م) (١١) فى دراسته أن لكى تستمر الأندية الرياضية وتحقق وجودها فى مجال التسويق والأستثمار الرياضى عليها

أن تعرف ماذا يحدث حولها وكيف يحدث، وهذا الأمر يتطلب بالضرورة وجود نظام للمعلومات التسويقية داخل الأندية الرياضية وهذا لا بد أن يتصف بدقة المعلومات التي يفرزها وشمولها لمختلف الجوانب التي تتعلق بالجوانب التسويقية داخل النادي والوضوح والمرونة.

المحور الثاني: نظم معلومات الأفراد

وقد جاءت النسبة المئوية حول العبارة (٧) بلغت (٣٢.١%) وهي نسبة يمكن تفسيرها على أن النظام المعلوماتي داخل الإتحاد لا يهتم بمتابعة الأفراد العاملين والمستفيدين من أنشطة الإتحاد وبذلك لا يهتم الإتحاد بالوقوف على أوجهه القصور والضعف لمعالجتها وكذلك تحديث كافة المعلومات ولبيانات المتعلقة بكافة الأنشطة والخدمات التي يقدمها.

- وحصلت العبارة (٤) على نسبة (٤٤.٣%) وهي نسبة يمكن تفسيرها بعدم إهتمام الإتحاد بوضع هيكل تنظيمي محدد وواضح لإدارة نظم المعلومات داخل الإتحاد لإدارة نظم المعلومات والبيانات لكافة الأنشطة والخدمات التي يقدمها الإتحاد لكافة المستفيدين.

- وحصلت العبارة (٥) على نسبة (٥٨.٤%) وهي نسبة يمكن تفسيرها بوجود قواعد مبيانات ومعلومات بالمستفيدين بأنشطة الإتحاد المسجلين (لاعبين- حكام- مدربين) ولا يتم الاستفادة بهذه البيانات فى إنشاء قاعدة بيانات معلوماتية على أسس علمية ودقيقة لكافة الأنشطة والخدمات مما تسهل من العمل التسويقي والعمل الإداري لكافة الأنشطة والخدمات.

- وحصلت (٦) على نسبة (٨٥.٤%) وهي نسبة يمكن تفسيرها بإهتمام الإتحاد بتحديث بيانات (اللاعبين- الحكام- المدربين) ويكون هذا التحديث من حيث مستوى المشاركة أو المنافسة بالنسبة للاعبين ودرجات الحكام والمدربين المسجلين داخل الإتحاد، ولاكن لا يعتنى بهذه البيانات والمعلومات فى الإعتماد عليه بطريقة تقنية وإلكترونية داخل العمل

الإدارى للإتحاد، والتزام الإتحاد بتعميم العمل الإلكتروني والتقنى بداخله وفى تعاملاته مع الأندية التابعة، أو المستفيدين منه فى كافة الأنشطة. ومن خلال نتائج الأستبيان الأول اتفقت عينة البحث على عدم وجود هيكل تنظيمى واضح لإدارة نظم المعلومات، وكذلك لا يتم متابعة وتقييم العاملين والمستفيدين من أنشطة الإتحاد بشكل تقنى وإلكترونى، وأتفقت عينة البحث أيضاً أنه يوجد قواعد بيانات بالمستفيدين من كافة الأنشطة ويتم التحديث الدورى لها من حيث الترقى والدرجات، ولا يتم الاستفادة من هذه المعلومات والبيانات بشكل تقنى وإلكترونى مما يسهل العمل الإدارى داخل الإتحاد من خلال نظام متكامل لنظم المعلومات.

وتؤكد دراسة "محمد محمد عبدالقادر" (٢٠٠٥م) (١١) على ضرورة توفير قاعدة بيانات عن إمكانيات النادى المختلفة كى تستطيع إدارة التسويق إيجاد تصور لفرص التسويق داخل النادى فى ضوء المعلومات الدقيقة. ويؤكد "شامر البكرى" (٢٠٠٦م) (٤) أن إدارة التسويق تستطيع أن تحقق أستثمار أفضل من خلال التطبيق السليم لنظم المعلومات التسويق، وذلك بجعل عناصر المزيج التسويقى على درجة كبيرة والإحاطة بالمعلومات الدقيقة لمفردات عملها وفيما يتعلق بتخطيط المنتج، قرارات التسعير، وإستراتيجية ترويج المبيعات والإعلان، والتوقع لما يمكن أن يحصل للمنتجات الجديدة فى حالة المنافسة فى السوق، وما هى المنافذ التوزيعية الممكن إعتمادها.

المحور الثالث: نظم معلومات الإنتاج

وقد جاءت النسبة المئوية حول العبارة (٨) بلغت (٨٢.٥%) وهى نسبة يمكن تفسيرها على أن الإتحاد يعتمد على نظام معلوماتى فى إدارة الأنشطة ولاكن هذا النظام يعتبر تقليدا بالنسبة للأنظمة التكنولوجية الحديثة فهو يعتمد على السجلات والدفاتر الورقية فى تسجيل وحفظ البيانات والمعلومات الخاصة بالأنشطة والخدمات التى يقدمها.

- وحصلت العبارة (٩) على نسبة (٨٦.٣%) وهى نسبة يمكن تفسيرها على أن الإتحاد يعتمد على تطوير الأنشطة والخدمات التى يقدمها طبقا لما هو متاح من موارد مادية وميزانية متاحة داخل الإتحاد ولا ينقص هذا التطوير الجانب التقنى والإلكترونى لنظم المعلومات الإلكترونية، وإستحداث الأساليب والطرق لنظم معلومات الإدارية والتسويقية. ومن خلال العرض السابق يتضح أن الإتحاد يعتمد على النظام المعلوماتى فى إدارة الأنشطة والخدمات، ولا يعتبر هذا النظام تقليدى فى حفظ واسترجاع البيانات داخل هذا النظام، وعلى الإتحاد أن يراعى الطرق الحديثة المتبعة لطرق إدارة نظم المعلومات.

ويذكر "نظام موسى، شفيق إبراهيم" (٢٠٠٣م) (١٥) على أن بحوث التسويق تهدف إلى تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها تحديد السوق المتوقعة لمنتج معين ومعرفة المنافسة السائدة فى السوق ومدى قوتها وتقدير القوة وتقدير القوة البيعية فى المناطق البيعية للمنظمة وتحديد فترات التوزيع ومعرفة مدى الرضا الزبائن عن المنتجات والخدمات المطروحة فى السوق ودراسة كل من يتعلق بالمنتج من حيث الشكل واللون والحجم ومعرفة الفرص التسويقية المحتملة.

المحور الرابع: نظم معلومات التمويل

وقد جاءت النسبة المئوية حول العبارة (١٢) بلغت (٣١.٩%) وهى نسبة يمكن تفسيرها على ضعف المصدر المالى من تسويق الأنشطة أو يكاد يكون معدوم، وذلك لضعف الوعى الخطى والتسويقى والإداى داخل الإتحاد، وعدم الإهتمام بترويج ونشر اللعبة على مستوى الجمهورية، حيث أن اللعبة لا تمارس غير فى محافظات القاهرة الكبرى وداخل كليات التربية الرياضية من خلال المحتوى الدراسى ولا يستفاد من هذه الكليا والربط بين المستوى الأهلى والحكومى لزيادة قاعدة الممارسة وترويج اللعبة.

- وحصلت العبارة (١٣) على نسبة (٤٦.٧%) وهى نسبة يمكن تفسيرها ضعف الدعم المالى من خلال التبرعات ورعاية رجال الأعمال، وذلك كما ذكرنا الضعف الجناهيرى للعبة وضعف الإقبال على على متابعة ومشاهدة البطولات والمسابقات التى يقدمها الإتحاد.
- وحصلت العبارة (١٠) على نسبة (٦٩.١%) وهى نسبة يمكن تفسيرها بقله دراسات الجدوى لتمويل ودعم مصادر تمويل الإتحاد من خلال تسويق الأنشطة والخدمات التى يقدمها الإتحاد، وحتى إن وجدت هذه الدراسات لا يعتمد عليها وتطبيقها على الواقع الحالى لأنشطة الإتحاد.
- وحصلت العبارة (١١) على نسبة (٨٨.٣%) وهى نسبة يمكن تفسيرها على إتفاق عينة البحث، على أن إعتقاد الإتحاد المصرى للسلح فى تمويل أشطته وخدماته على الدعم الحكومى فقط، مما يؤثر بشكل قوى تنفيذ وإقامة البطولات والأنشطة وذلك لضعف الدعم المالى، وعدم الإعتقاد على المصادر التسويقية للأنشطة والخدمات التى يقدمه الإتحاد. ومن خلال العرض السابق للنتائج يتضح أهمية دور كلا من الدراسات والبحوث التسويقية والخبراء المتخصصين والإتصالات الشخصية والأسواق المنافسة والعملاء والخطط التنفيذية الموجودة داخل إتحادات الرياضات المختلفة ووسائل الإعلام والأنظمة واللوائح والقوانين كمصادر يجب الرجوع إليها قبل إتخاذ أى قرار داخل الإتحادات تتعلق بالأنشطة التسويقية.
- كما تتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (خالد إبراهيم عبدالعاطى) (٢٠٠٠م) (٦) فى أن إستضافة البطولات الرياضية تعمل على زيادة مصادر التمويل عن طريق تسويق هذه البطولات من خلال إعداد دراسة شاملة لجميع التكاليف المالية التى تنجم عن تنظيم الحدث، وكذلك العائد المادى من إقامة وتسويق وبيع حقوق الرعاية.

وبذلك يكون الباحثين قد أجابوا على التساؤل الأول للبحث وتحقق الهدف الأول للبحث وهو "التعرف على الواقع الحالى لنظم المعلومات بالإتحاد المصرى للسلاح".

ثانيا: عرض ومناقشة نتائج التساؤل الثانى:

ما هى متطلبات تطبيق نظم المعلومات بالإتحاد المصرى للسلاح؟ للإجابة على ذلك قام الباحثين بالتعرف على الواقع الإدارى المتبع من خلال معرفة المعالجات الإحصائية للعبارات الخاصة بكل محور من محاور الإستبيان وفقا لأراء عينة الدراسة.

الأستبيان الثانى:

قام الباحثين بتطبيق هذا الأستبيان على عينة البحث (القائمين على تقديم خدمات الإتحاد للمستفيدين - مجلس الإدارة- الإداريين- اللجان النوعية - اللاعبين- الحكام- المدربين- المسئولون عن إدارة النشاط الرياضى للسلاح بالأندية التابعة) وقد أستخدم الباحث النسبة المئوية والدرجة المقدره ومعامل الارتباط بيرسون وتحليل التباين كأسلوب إحصائى لعرض ومناقشة النتائج الخاصة بكل محور على حدى.

جدول (١١)

الدرجة المقدره والنسبة المئوية لأراء عينة البحث لإستبيان الخاص بالتعرف على متطلبات تطبيق نظم المعلومات بالإتحاد المصرى للسلاح (ن=١٦٧)

م	العبارات	الدرجة المقدره	النسبة المئوية
١	يوجد أفراد متخصصين داخل الإتحاد فى إدارة نظم المعلومات والحاسب الآلى.	٥٤١	٣٥.٢%
٢	يعمل الأتحاد على وضع برامج ودورات لتأهيل العاملين.	٥٣٥	٣٥.٩%
٣	يعمل الإتحاد على نشر الوعى بأهمية نظم المعلومات والحاسب الآلى لدى العاملين.	٥٧٧	٣٥.٩%
٤	يهتم الإتحاد برفع كفاءة العاملين على إدارة نظم المعلومات بشكل مستمر على أحدث البرامج التقنية الحديثة.	٥٠٩	٣٩%
٥	يعمل الإتحاد على دعم وتوفير الأجهزة والأدوات التقنية	٥٥٣	٦٦.٢%

		الخاصة بإدارة أنشطة الاتحاد.	
٦	٥٤٥	يضع الاتحاد خطة مالية لإعداد ورفع كفاءة العاملين بإدارة الأنشطة والخدمات.	٣٤.٧%
٧	٥٠٥	يوجد موقع رسمي معتمد خاص بالاتحاد.	٦٠.٥%
٨	٤٧٧	يوجد ربط وإتصال بين الإتحاد والأندية التابعه له من خلال شبكة المعلومات والاتصالات.	٥٧.١%
٩	٥٠٩	توجد قنوات إتصال بالإتحاد خاصة بالرد على كافة الإستفسارات للمستفيدين والجمهور.	٣٩%
١٠	٤٧٩	يعمل الإتحاد على زيادة فرص التعامل والإتصال بالعملاء وتطوير العلاقة معهم من خلال شبكات التواصل الإجتماعى أو الإتصال المباشر.	٤٢.٦
١١	٥٣٠	يهتم الاتحاد بتبويب السجلات والمعلومات والبيانات المتعلقة بالأنشطة والمستفيدين.	٣٦.٥%
١٢	٥٠٩	توجد أكثر من وسيلة لحفظ المعلومات والبيانات بالإتحاد.	٣٠%
١٣	٤٨٥	يهتم الاتحاد بتطوير وتحديث الموقع الرسمى الخاص به من كافة المعلومات والبيانات.	٤١.٩%
١٤	٤٨٥	يعتمد الإتحاد على البرامج التقنية الخاصة فى حفظ البيانات والمعلومات.	٤١.٩%
١٥	٤٦٣	توجد قنوات للإتصال الفعال مع المستفيدين والجمهور من خلال برامج خاصة بالحوار والتفاعل والرد على كافة الإستفسارات المتعلقة بأمور الإتحاد.	٤٤.٥%
١٦	٤٤١	يهتم الإتحاد بتحديث وتطوير قنوات الإتصال بالمستفيدين والجمهور.	٤٧.٢%

يتضح من جدول (١١) أن نسبة إستجابة عينة الدراسة تراوحت ما بين (٣٠.٩%) إلى (٦٠%).

المحور الأول: الموارد البشرية

وقد جاءت النسبة المئوية حول العبارة (٣) بلغت (٣٠.٩%) وهى نسبة يمكن تفسيرها بضعف الوعي الخططى للقائمين على منظومة العمل داخل الإتحاد المصرى للسلاح فى نشر الوعي بأهمية نظم المعلومات والحاسب الآلى فى توفير الوقت والجهد فى إدارة الأنشطة والخدمات التى يقدمها للإتحاد للمستفيدين.

- وحصلت العبارة (١) على نسبة (٣٥.٢%) وهى نسبة يمكن تفسيرها بندرة الأفراد المتخصصين فى إدارة نظم المعلومات داخل الإتحاد المصرى للسلاح، وعدم إهتمام الإتحاد بوضع أفراد متخصصين داخل العمل الإدارى بالإتحاد على إدارة نظم المعلومات الإدارية والتسويقية.
 - وحصلت العبارة (٢) على نسبة (٣٥.٩%) وهى نسبة يمكن تفسيرها بضعف الإهتمام بالعمل على وضع برامج ودورات للتأهيل على العمل بنظم المعلومات التقنية والتكنولوجية والحاسب الآلى للقائمين على العمل الإدارى والتنفيذى بالإتحاد.
 - وحصلت العبارة (٤) على نسبة (٣٩%) وهى نسبة يمكن تفسيرها بضعف الإهتمام بالتحديث والتطوير للبرامج التقنية ونظم المعلومات المتطورة داخل العمل الإدارى بالإتحاد.
- ومن خلال العرض السابق للنتائج يتضح ضعف الإهتمام بالأفراد العاملين على إدارة وتنفيذ الأنشطة والخدمات التى يقدمها الإتحاد، من خلال الإهتمام بتنمية الوعى أهمية نظم المعلومات التكنولوجية، وتوفير الدورات والتأهيل المناسب الذى يتناسب مع طبيعة العمل داخل المنظومة الرياضية.
- وهذا ما تؤكدته الدراسات المتعلقة أنشطة رياضية أخرى مثل دراسة (جمال محمد جلال) (٢٠٠٢م) (٥) فى أن إستخدام الحاسب الآلى فى الأندية الرياضية فى أعمال الكتابة وإستخراج بطاقات العضوية فقط، وعدم الإستخدام الأمثل له، وأن من المعوقات التى تواجهه الأندية بجمهورية مصر العربية المعوقات الإدارية التى تتمثل فى أن الأندية لا تقوم بتنظيم دورات متقدمة لصقل المدربين والإداريين والقادة على إستخدام الحاسب الآلى ونظم المعلومات.
- كما أتفق (SU.,H.) (١٩٩٩م) (١٨) على أن أهم المشكلات والمعوقات التى تحد من إستخدام الحاسب الآلى ونظم المعلومات فى الرياضة عدم إتفاق الإجراءات الإدارية مع بعضها، وكان من أهم نتائج دراسته أن إستخدام

الحاسب الآلى يساهم فى إدارة المعلومات الخاصة بالرياضات المختلفة وذلك بتحسين وتطوير إدارة المعلومات داخل الإتحادات والأندية الرياضية وكذلك الإرتقاء بالبرامج الخاصة بإعداد المدربين واللاعبين.

المحور الثانى: الموارد المادية

وقد جاءت النسبة المئوية حول العبارة (٦) بلغت (٣٤.٧%) وهى نسبة يمكن تفسيرها بأن الإتحاد لا يعتمد خطة مالية وميزانية محددة لإعداد ورفع كفاءة العاملين بالإتحاد، مما يؤثر بشكل قوى فى الناحية المعرفية والعلمية لإدارة الأنظمة الحديثة والمتطورة لنظم المعلومات التكنولوجية والتقنية المتطورة.

- وحصلت العبارة (٥) على نسبة (٦٦.٢%) وهى نسبة يمكن تفسيرها بإتفاق نسبة كبيرة من عينة البحث على سعى الإتحاد لتوفير الأجهزة والأدوات التقنية داخل العمل الإدارى بالإتحاد من أجهزة كمبيوتر وأجهزة تقنية للأنشطة قدر المستطاع، إلا أن هذه الأجهزة والأدوات غير كافية بشكل قوى ومواكب للأجهزة والأدوات التقنية الحديثة.

ومن خلال العرض السابق للنتائج يتضح قصور فى الناحية المالية فى إعتقاد ميزانية محددة لإدارة نظم المعلومات والأجهزة والأدوات اللازمة وهذا ما يتفق مع دراسة (أحمد جلال سليم) (٢٠٠٨م) (١) أنه لا يتم مثل هذه العمليات للتطوير داخل الإتحاد المصرى للسلاح حيث تطور الخدمات دائما يرتبط إما بالدعم المقدم للهيئة وهو شبه ثابت مالم يناقص أو يعتمد على التمويل الذاتى للإتحاد وهو يتميز بالضعف.

المحور الثالث: موارد الشبكات

وقد جاءت النسبة المئوية حول العبارة (٩) بلغت (٣٩%) وهى نسبة يمكن تفسيرها بضعف القنوات الخاصة بالإتصال والإستفسار داخل الإتحاد للربط والتواصل مع الأندية التابعة وكافة المستفيدين من أنشطة الإتحاد ويعتمد فقط على الوسائل التقليدية غير المتطورة والحديثة.

- حصلت العبارة (١٠) على نسبة (٤٢.٦%) وهى نسبة يمكن تفسيرها من حيث إهمال الإتحاد لجانب مهم وقوى فى العلاقة ما بين الإتحاد والمستفيدين من أنشطته والجمهور المتابع للعبة من حيث فقدان التواصل الإجتماعى من خلال شبكات التواصل الإجتماعى الإلكترونية والتي تعمل على زيادة قاعدة المتابعين والمهتمين باللعبة وزيادة فرص الترويج للعبة حيث يعتبر الإنترنت وشبكات التواصل الإجتماعى هى لغة العصر حالياً.
- حصلت العبارة (٨) على نسبة (٥٧.١%) وهى نسبة يمكن تفسيرها من حيث وجود إتصال وربط بين الإتحاد وبين الأندية التابعة له ،ولكن هذا الإتصال والربط يعتمد على الطرق التقليدية وإهمال الجانب الإلكتروني والتقنى وتفعيله داخل الإتحاد وتعميمه داخل الأندية التابعة.
- حصلت العبارة (٧) على نسبة (٦٠.٥%) وهى نسبة يمكن تفسيرها من حيث وجود موقع رسمى للإتحاد معترف ،ولكن هذا الموقع غير محدث وغير متوفر به كافة المعلومات والبيانات التى يحتاجها كافة المستفيدين من أنشطته ،وفقدان هذا الموقع لجانب مهم وقوى من حيث الإعتماد عليه فى الربط والتواصل مع كافة المستفيدين والجمهور المتابع للعبة ، وإهماله يقلل من فرصة كبيرة ومتاحة لزيادة قاعدة المتابعة ونشر وترويج اللعبة.
- ومن خلال العرض السابق للنتائج يتضح ضعف الإهتمام بالوسائل التكنولوجية الحديثة والمتطورة من خلال شبكة المعلومات الدولية ،وشبكات التواصل الإجتماعى ،وشبكات الإتصال المباشر بين الإتحاد والمستفيدين والجمهور المتابع للعبة ،وهذا ما تؤكدته دراسة (أحمد جلال سليم) (٢٠٠٨م) (١)، ودراسة (أحمد رشاد محمد) (٢٠٠٧م) (٢) بضعف إهتمام الإتحاد المصرى للسلاح للتسويق عبر الإنترنت والتسويق والترويج للعبة ونشرها بشكل فعال .
- وهذا ما يوضحه "محمد عبد العظيم" (٢٠٠٩م) (١١) فى دراسته بأهمية استخدام الوسائل التقنية الحديثة فى عملية فى جمع وتخزين المعلومات

التسويقية داخل الأندية كما يجب تحديث هذه المعلومات بصفة مستمرة والعمل على إيصالها في الوقت المناسب عندما نكون في حاجة إليها، كما يجب تنظيم هذه المعلومات وتصنيفها وتدريب القائمين علي جمعها على عملية إرسالها وإستقبالها وأن تكون مكتوبة بلغة سليمة حتى يسهل فهمها وتكون شاملة مختلف الجوانب التي تتعلق بالعمليات التسويقية داخل الأندية.

المحور الرابع: موارد البيانات

وقد جاءت النسبة المئوية حول العبارة (١١) بلغت (٣٦.٥%) وهي نسبة يمكن تفسيرها عدم إهتمام العاملين بإدارة الإتحاد المصرى بتبويب وتصنيف المعلومات عن الأنشطة والخدمات التي يقدمها، وكذلك المستفيدين من هذه الأنشطة، لتسهيل عملية إسترجاعها والإستفادة منها، وسهولة إدارة نظم المعلومات بالإتحاد.

- وحصلت العبارة (١٣) على نسبة (٤١.٩%) وهي نسبة يمكن تفسيرها وهي نسبة يمكن من حيث وجود موقع رسمي للإتحاد معترف به، ولاكن هذا الموقع غير محدث وغير متوفر به كافة المعلومات والبيانات التي يحتاجها كافة المستفيدين من أنشطته بشكل دورى ومستمر، مما يسهل عملية التواصل والربط والإستفادة من خدمات الإتحاد التي يقدمها للمستفيدين والمتابعين للعبة، وهو يسهم بشكل كبير في زيادة شعبية اللعبة وزيادة عدد المتابعين والمهتمين بها.

- وحصلت العبارة (١٢) على نسبة (٣٠%) وهي نسبة يمكن تفسيرها من حيث إعتقاد الإتحاد على حفظ البيانات والمعلومات البيانات بالطرق التقليدية من خلال السجلات والورقيات فقط، وعدم الإهتمام بالطرق الحديثة والمتطورة في حفظ المعلومات والبيانات من خلال نظم المعلومات التقنية المتطورة والتي تسهل العمل الإدارى في إدارة الأنشطة والخدمات التي يقدمها الإتحاد.

ومن خلال العرض السابق للنتائج يتضح عدم إهتمام الإتحاد بشكل كبير بالمعلومات والبيانات من خلال الطرق والأساليب المستحدثة من خلال الإعتقاد على الأجهزة الإلكترونية والتقنية فى حفظها ، وإهمال الموقع الرسمى بالإتحاد من حيث تحديث البيانات والمعلومات من خلاله ليسهل على المستفيدين والمتابعين للعبة من الإستفادة منه بشكل مباشر بدل من الطرق التقليدية فى الحصول على المعلومات والبيانات من خلال التردد المباشر على مكان الإتحاد.

وهذا ما تتفق معه الدراسات الأخرى على الأنشطة الرياضية المختلفة مثل دراسة (محمد عبدالعظيم) (٢٠٠٩م) (١١) والذى يوضح أهمية المعلومات والبيانات للأندية الرياضية فى تسويق أنشطتها وخدماتها ،والإهتمام بالطرق والوسائل التكنولوجية المتطورة فى حفظ وتحديث المعلومات والبيانات من خلال نظام واضح وقوى لإدارة نظم المعلومات بالأندية الرياضية المختلفة.

ويؤكد (سعد شلبى)(٢٠٠٤م) (٧) إلى أهمية أستفادة رجال التسويق من جميع المعلومات المتاحة لأن أذواق العملاء تتغير والمنافسين يتغيرون وكذلك التكنولوجيا وكل تغير يحتاج تخطيط تسويقى مبنى على المعلومات ،والمعلومات ممكن أن تكون داخلية مثل أعداد حاملى البطاقات الموسمية لدخول المباريات أو خارجية مثل التغيرات الديموجرافية أو المتغيرات الإقتصادية ،ويمكن لرجال التسويق أستخدام المعلومات والبيانات الثانوية المتاحة مثل الإصدارات أو الإحصائيات التى تصدر عن بعض المراكز المتخصصة أو الإستعانة بالبيانات المستخلصة عن الدراسات والأبحاث التسويقية.

المحور الخامس: موارد البرمجيات

وقد جاءت النسبة المئوية حول العبارة (١٤) بلغت (٤١.٩%) وهى نسبة يمكن تفسيرها من حيث عدم إهتمام الإتحاد بالبرامج التقنية والحديثة فى

حفظ البيانات والمعلومات ،مما يؤدي إلى ضعف المنظومة الإدارية بالإتحاد فى إدارة الأنشطة والخدمات.

- وحصلت العبارة (١٥) على نسبة (٤٤.٥%) وهى نسبة يمكن تفسيرها بقلة القنوات والطرق التكنولوجية المتطورة فى الإتصال والتفاعل مع الإتحاد ،وفى الإستفسارات التى يحتاجها المستفيدين من الأنشطة والخدمات ،وعدم الإهتمام بالطرق والأساليب التقنية والتكنولوجية المتطورة من خلال شبكة المعلومات الدولية وعن طريق الأجهزة المتطورة فى مجال الحاسب الآلى.

- وحصلت العبارة (١٦) على نسبة (٤٧.٢%) وهى نسبة يمكن تفسيرها بعدم الإهتمام والإهمال فى إستحداث طرق وأساليب الإتصال والتفاعل مع كافة المستفيدين والجمهور المتابع للعبة.

ومن خلال العرض السابق للنتائج يتبين ضعف الإتصال والتفاعل بين المقدم للخدمة وهوالإتحاد المصرى للسلاح وبين المستفيد منها وهو (اللاعبين -المدرين -الحكام -الجمهور) والمتابعين لها سواء مستفيدين أو مهتمين وذلك من خلال إهمال وعدم تحديث البرامج التقنية التى تعمل بها المنظومة الإدارية داخل الإتحاد.

وهذا ما تؤكدده دراسات مختلفة طبقت على أنشطة رياضية مختلف ،منها دراسة (جمال محمد جلال)(٢٠٠٢م) (٥) على أن نظم المعوقات التى تواجهه الأندية الرياضية فى جمهورية مصر العربية عند إستخدام الحاسب الآلى ونظم المعلومات هى المعوقات الفنية والتى تشمل ١- المكونات المادية Hardware(تركيب -صيانة) ٢- البرامج Soft ware ٣- رياضة Sports وأن هذه المعوقات التى تحول دون إستخدام الحاسب ونظم المعلومات بالأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية وهذه المعوقات تتمثل فى عدم وجود برامج حاسب آلى خاصة بالتربية الرياضية ،عدم معرفة برامج

الحاسب الآلى التى يمكن الإستفادة منها فى تنفيذ الأعمال ،ندرة المتخصصين فى مجال الحاسب الآلى ونظم المعلومات ،عدم وجود القيادات الرياضيات المؤهلة لكيفية التعامل مع الحاسب الآلى ونظم المعلومات ،عدم توافر البيانات الكافية التى تساعد على إجراء دراسات الجدوى السليمة ،عدم إختيار العاملين فى الحاسب الآلى ونظم المعلومات وفقا للمؤهلات العلمية والدراسات والخبرة ،عدم وجود خبرة علمية فى هذا المجال ،عدم وجود فنيين بالأندية لأستخدام الحاسب الآلى ونظم المعلومات.

وبذلك يكون الباحثين قد أجابوا على التساؤل الثانى للبحث وتحقق الهدف الثانى للبحث وهو "التعرف على متطلبات تطبيق نظم المعلومات بالإتحاد المصرى للسلاح".

ثالثا :عرض ومناقشة التساؤل الثالث

الخطة المقترحة لنظم المعلومات بالإتحاد المصرى للسلاح :

فى حدود مشكلة البحث وفى إطار مجتمع وعينة البحث ومن خلال عرض ومناقشة النتائج وتحليلها ،وفى ضوء الواقع الحالى لنظم المعلومات ومتطلبات تطبيق نظم المعلومات بالإتحاد المصرى للسلاح ،توصل الباحثين إلى وضع خطة مقترحة لنظم المعلومات بالإتحاد المصرى للسلاح ،وكانت عناصر هذه الخطة تتكون من :

- أ- أهداف الخطة المقترحة.
- ب- السياسات العامة للخطة.
- ج- أسس نجاح الخطة المقترحة.
- د- الأنشطة والخدمات المقترحة.
- هـ- آليات تنفيذ الخطة.
- و- عناصر تقييم الخطة المقترحة.
- أ- أهداف الخطة المقترحة:

- ١- الإهتمام بتحسين الخدمات التى يقدمه الإتحاد المصرى للسلاح للمستفيدين.
 - ٢- تقديم إستراتيجية جديدة لإدارة العمل الإدارى من خلال نظم المعلومات الإلكترونية.
 - ٣- مواكبة التقدم التكنولوجى والعلمى.
 - ٤- تحسين كفاءة العمل الإدارى بالإتحاد المصرى للسلاح.
 - ٥- خلق آلية جديدة لتحقيق الإتصال الفعال بين الإتحاد والهيئات التابعة له والمستفيدين من تقديم الخدمة.
 - ٦- توجيه ثقافة العمل داخل الإتحاد إلى المشاركة فى المعلومات المتاحة عن العمل والعلماء عن طريق قواعد المعلومات.
 - ٧- توفير الجودة فى تقديم الخدمات المقدمة من الإتحاد إلى كافة المستفيدين والجمهور المتابع للعبة.
- ب- السياسة العامة للخطة المقترحة (الإجراءات):**
- ١- إنشاء إدارة خاصة بنظم المعلومات داخل الإتحاد المصرى للسلاح.
 - ٢- إستخدام الموقع الإلكتروني التابع للإتحاد فى الإتصال والربط ما بين الإتحاد والهيئات التابعة وكافة المستفيدين من أنشطة وخدمات الإتحاد.
 - ٣- أن يكون لإدارة نظم المعلومات موقع بالهيكل التنظيمى للإتحاد.
 - ٤- العمل على إجراء بحوث ودراسات لتطوير ورفع كفاءة العمل الإدارى بالإتحاد.
 - ٥- العمل على رفع كفاءة العاملين لإدارة نظم المعلومات من خلال التأهيل وتنمية قدراتهم على إستخدام التقنيات الإلكترونية فى إدارة العمل الإدارى.
 - ٦- العمل على توفير كافة الموارد المادية من أجهزة إلكترونية وتقنية حديثة لإدارة نظم المعلومات.
- ج- أسس نجاح الخطة المقترحة:**

- ١- نشر ثقافة نظم المعلومات وإدارة تكنولوجيا المعلومات الحديثة داخل منظومة العمل الإدارى وإدارة الأنشطة والخدمات.
 - ٢- دعم الإدارة العليا ومرونة الهيكل التنظيمى.
 - ٣- إختيار العاملين وتنمية مهارتهم وقدراتهم عن طريق الدورات التأهيلية الخاصة بإدارة نظم المعلومات والتكنولوجيا الحديثة.
 - ٤- تعديل نظم وإجراءات العمل الإدارى بالإتحاد.
 - ٥- وضع إستراتيجية لإدارة نظم المعلومات للعمل الإدارى وكافة الأنشطة والخدمات التى يقدمها الإتحاد.
 - ٦- أخذ رأى المستفيدين فى الخدمة قبل تقديمها للمستفيدين.
 - ٧- توفير كوادر كافية تمتلك المعرفة والخبرة فى مجال نظم المعلومات.
- د- الأنشطة والخدمات المقترحة:**
- ١- تقديم معلومات عن الإتحاد (العبة-اللاعبين-المدرين-الحكام - وغيرها).
 - ٢- تأسيس قناة للتفاعل والإتصال عن طريق قواعد المعلومات والموقع الإلكترونى الخاص بالإتحاد.
 - ٣- تقديم فرص للمستفيدين لإبداء آرائهم.
 - ٤- تسهيل العمليات اليومية.
 - ٥- تسهيل إدارة الأنشطة والخدمات والمسابقات التى يقدمها الإتحاد.
 - ٦- تسهيل إدارة الأنشطة والخدمات والمسابقات التى يقدمها الإتحاد.
 - ٧- تحسين إدارة الأنشطة والخدمات والمسابقات التى يقدمها الإتحاد.
 - ٨- تنظيم دورات تأهيلية وتدريبية للقائمين على العمل الإدارى ونظم المعلومات بالإتحاد.
- هـ-آليات تنفيذ الخطة المقترحة:**

- ١- تطبيق نظم المعلومات داخل العمل الإدارى وإدارة كافة الأنشطة والخدمات التى يقدمها الإتحاد.
 - ٢- تفعيل الموقع الرسمى للإتحاد فى الربط والإتصال بين الإتحاد والهيئات التابعة والمستفيدين.
 - ٣- توفير قواعد بيانات خاصة بكافة الأنشطة والمستفيدين داخل الإتحاد.
 - ٤- ربط قواعد البيانات فيما بعضها البعض عن طريق شبك محلية (مجموعة حواسيب).
 - ٥- وجود فريق عمل متخصص لإدارة نظم المعلومات وتكنولوجيا المعلومات بالإتحاد.
 - ٦- عمل دورات تدريبية للعاملين لكى يكونوا على دراية بكيفية إنشاء قواعد المعلومات وتصميم المواقع الإلكترونية وإدارتها.
 - ٧- تعديل اللوائح والتشريعات القانونية مما يسهل عملية إدارة نظم المعلومات داخل الإتحاد.
 - ٨- وجود خطة واضحة للعمل ومعرفة للعاملين بها.
- و- عناصر تقييم الخطة المقترحة:
- يتم تقييم الخطة المقترحة وفقا لجموعة من العناصر التالية:
- ١- مستوى العمل الإدارى داخل الإتحاد.
 - ٢- مستوى جودة الخدمة المقدمة من قبل الإتحاد.
 - ٣- التعرف على المشكلات التى تقابل عملية التنفيذ.
 - ٤- العمل على حل المشكلات.
 - ٥- متابعة وتقويم الحلول المقترحة.
 - ٦- استخدام أنسب الوسائل لتقييم الخطة وذلك عن طريق:-
- الأستبيان.
 - الملاحظة المنظمة.
 - المقابلات الشخصية.
 - الأختبارات المقننة.

- الأستفتاء عن طريق الموقع الإلكتروني للإتحاد. وبذلك يكون الباحثين قد أجابوا على التساؤل الثالث للبحث وتحقق الهدف الرئيسي للبحث وهو "خطة مقترحة لنظم المعلومات بالإتحاد المصرى للسلاح".

الإستنتاجات:-

فى ضوء أهداف البحث وتحقيا للإجابة على تساؤلاته وفى حدود مجتمع وعينة البحث ومن خلال مناقشة النتائج وتحليلها وتفسيرها ،توصل الباحثين إلى الإستنتاجات التالية:

أ- الإستنتاجات الخاصة بالتعرف على الواقع الحالى لنظم المعلومات بالإتحاد المصرى للسلاح:

١- لا يوجد هيكل تنظيم واضح ومحدد لإدارة نظم المعلومات بالإتحاد المصرى للسلاح.

٢- ضعف مستوى نظم المعلومات بالإتحاد المصرى للسلاح من حيث دقة المعلومات وشموليتها.

٣- يعمل الإتحاد على تطوير الأنشطة والخدمات من حيث الدعم للأدوات والأجهزة المتعلقة بالنشاط الرياضى فقط ولا يهتم بالجانب الإدارى والتقنى لإدارة نظم المعلومات.

٤- لا يوجد أفراد مدربين ومؤهلين داخل الإتحاد لإدارة نظم المعلومات التقنية والإلكترونية.

٥- لا توجد خطة إدارية ومالية من قبل الإتحاد لرفع كفاءة مستوى الإداريين والقائمين بالعمل الإدارى للإتحاد المصرى للسلاح.

ب- الإستنتاجات الخاصة بالتعرف على متطلبات تطبيق نظم المعلومات
بالإتحاد المصرى للسلاح:

- ١- يوجد موقع رسمى خاص ومعتمد للإتحاد المصرى للسلاح.
- ٢- إهمال الإتحاد لتحديث وتطوير البيانات والمعلومات بالموقع الرسمى للإتحاد.
- ٣- إهمال الإتحاد للجانب الإلكترونى وشبكة المعلومات فى الترويج والتسويق للأنشطة والخدمات التى يقدمها الإتحاد.
- ٤- ضعف فرص الإتصال والتفاعل مع المستفيدين والجمهور من أنشطة وخدمات الإتحاد من خلال البرامج التقنية والإلكترونية عن طريق شبكة المعلومات وشبكات التواصل الإجتماعى.
- ٥- لا يهتم الإتحاد بالأساليب والطرق الحديثة والتقنية لحفظ البيانات والمعلومات الخاصة بالأنشطة والخدمات التى يقدمها مما يجعلها غير آمنة.

التوصيات :

- أ- ضرورة وضع خطة مالية وإدارية شاملة لرفع كفاءة ومستوى العاملين بالإتحاد المصرى للسلاح.
- ب- ضرورة الإعتماد على الوسائل التقنية الحديثة والتكنولوجية فى جمع وتبويب المعلومات والبيانات الخاصة بالأنشطة والخدمات والمستفيدين منها.
- ج- حصر الحقوق التسويقية للإتحاد بإستمرار للتعرف على ما يستحدث من منتجات يمكن تسويقها بطولات السلاح.

- ٦- **خالد إبراهيم عبدالعاطي**: أساليب مقترحة لتسويق البطولات الرياضية بجمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين الهرم، جامعة حلوان، ٢٠٠٠م.
- ٧- **سعد أحمد شلبي**: أسس إدارة التسويق الرياضى، المكتبة العصرية، المنصورة، ٢٠٠٤م.
- ٨- **شيرين جلال شحاته**: خطة مقترحة للتسويق الالكتروني لبعض أنشطة اتحادات الرياضات المائية بجمهورية مصر العربية، رسالة دكتوراة منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط، ٢٠١١م.
- ٩- **صبرى فايق أبو سبت**: تقييم دور نظم المعلومات الإدارية الإدارية فى صنع القرارات الإدارية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، ٢٠٠٥م.
- ١٠- **عبد الله أمين محمود جماعة**: نظم المعلومات الإدارية والبرامج التطبيقية فى منظمات الأعمال، مطابع الولاء، المنوفية، ١٩٩٩م.
- ١١- **محمد عبد العظيم محمود**: "نموذج مقترح لنظم المعلومات التسويقية بالأندية"، بحث علمى منشور، المجلة العلمية، الفنون التربية الرياضة، كلية التربية الرياضية، جامعة طنطا، ٢٠٠٩م.
- ١٢- **محمد فريد الصحن، إسماعيل محمد السيد**: التسويق، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، ٢٠٠٣م.
- ١٣- **محمد محمد عبدالقادر**: نموذج لإدارة التسويق فى الأندية الرياضية، رسالة ماجستير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة حلوان، القاهرة، ٢٠٠٥م.

- ١٤- محمود جاسم الصميدى، رشاد محمد يوسف: إدارة التسويق، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠٠٦م.
- ١٥- نظام موسي سويدان، شفيق إبراهيم حداد: التسويق مفاهيم معاصرة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠٠٣م.
- ١٦- هشام عثمان أبو بكر كيلاني: تقويم دور نظم المعلومات التسويقية فى دعم القرارات الإعلانية فى الشركات المتفاعلة بالاسواق الدولية، دراسة حالة شركة كانون فى الأسواق المصرية، ٢٠٠٢م.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- 17- **Haag,-G:** Causal modeling in sport science the eoretial background and problems related to practical computer applications I sport and physical education .U.S.A 2000.
- 18- **Su,-H.** : “China sports management information system” Aiesepn World congress of conference china ,1999.
- 19- **Steven Ater:** information system, a management perspective, the Benjamin eummings publishing compony. Inc. New York, 2000.