

النظم البيئية الرقمية للأندية الرياضية المصرية

دكتور / عادل صبحي عبد الحميد حوته

بوزارة التعليم العالي _ جامعة دمنهور

مقدمة البحث:

يتسم النظام العالمي الجديد بالتغيير المستمر، والتداخل والتشابك بين عناصر ومكونات المناخ المحيط الذي تلعب فيه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والإلكترونيات دوراً حاسماً في ربط أجزاء العالم وأجزاء المجتمع الواحد وتحقيق الاندماجية بين المنظمات، كما يتسم هذا النظام بالتداخل والتلاحم وانعدام الانعزالية والمنافسة الشرسة والتوجه التسويقي والجودة الشاملة التحسين والتطوير والابتكار والتجديد المستمر من أجل الإشباع الكامل لرغبات المستهلك بأعلى كفاءة وأقل تكلفة.

وبدخول عصر العولمة التكنولوجية تسعي العديد من الدول إلى بناء وإدارة وتشغيل الاعمال والبنية التحتية باستخدام التحول الرقمي والذي يعتبر أحد أهم العوامل في مستقبل الشعوب فالقيادة يتطلعون إلى تحسين الكفاءات وتقليل الإنفاق وتطبيق الخدمات الجديدة بسرعة ومرونة وهناك إمكانات ضخمة لبناء مجتمعات فعالة وتنافسية ومستدامة عبر التحول الرقمي بدلالة البيانات وسرعة الحصول على المعلومات.(٤: ١٢٨)

كما أدت الثورة الرقمية إلى تغييرات عميقة وواسعة في بيئة الأعمال وأساليبها وطريقة تنظيمها ومصادر ميزتها التنافسية، تتضح في الانتقال من إدارة الأشياء إلى إدارة الرقميات، الانتقال من إدارة النشاط المادي إلى إدارة النشاط الافتراضي، الانتقال من الإدارة المباشرة وجها لوجه إلى الإدارة عن بعد، الانتقال من التنظيم الهرمي القائم علي سلسلة من الأوامر إلى التنظيم الشبكي، الانتقال من القيادة المرتكزة علي المهام او العاملين إلى القيادة المرتكزة علي المعجبين أو المستهلكين، الانتقال من الرقابة (مقارنة الأداء الفعلي مع المخطط) إلى الرقابة الأنية المباشرة أولاً بأول.(٣: ٥٣)

فالتحول الرقمي يشير إلي استخدام التكنولوجيا الجديدة والتطورات المصاحبة للثورة الصناعية الرابعة مثل " وسائل التواصل الاجتماعي، الموبايل، تحليل البيانات، الذكاء الاصطناعي، إنترنت الأشياء" لتحقيق طفرات كبيرة في طريقة انجاز الأعمال عن طريق تحقيق الكفاءة التشغيلية الجديدة.(١٤ : ٣٧)

وتُعرّف البنية التحتية الرقمية بأنها "أدوات وأنظمة التكنولوجيا الرقمية (مثل الحوسبة السحابية، وتحليلات البيانات، والمجتمعات عبر الإنترنت، والوسائط الاجتماعية، والطباعة ثلاثية الأبعاد، ومساحات التصنيع الرقمية، إلخ) التي توفر الاتصال والتعاون أو إمكانات الحوسبة لدعم الابتكار وريادة الأعمال".(١٨ : ١٠٣٢)

ويوضح أعضاء المركز العالمي للابتكار الرياضي GSIC المجالات الرئيسية لتحول الرقمي للأندية الرياضية وهي:

١ . الرؤية الشاملة لمستقبل صناعة الرياضة:

التكنولوجيا ستشكل مستقبل صناعة الرياضة وإعادة تعريفها نحو الرياضة، ومع ذلك، ستحتاج الكيانات الرياضية إلى التكيف إلى تطورات جديدة من أجل الاستفادة على الفرص الجديدة وفيرة لجميع أصحاب المصلحة أو خلاف ذلك سوف يتأخرون وراء.

٢ . مكان ذكي:

ستتبنى الملاعب الرياضية ابتكارات تكنولوجية جديدة من أجل جذب المشجعين إلى الاستاد وسيكون للمنصات الرقمية دور محوري لتحقيق أقصى قدر من تجربة المعجبين في جميع المجالات المختلفة، وستتبنى الكيانات الرياضية البيانات الضخمة والقدرات الرقمية الجديدة لتتبع سلوك المستهلكين، وفهم تفضيلاتهم وتقديم خدمات ذات قيمة مضافة لهم.

٣ . تفاعل المعجبين:

انتشار المنصات الرقمية الجديدة يسمح للكيانات الرياضية بأن يكون لديها فهم أفضل للملفات الشخصية للحاضرين وتحسين استهداف العملاء وإنشاء تجارب مخصصة طوال يوم المباراة.

٤. أداء الفريق الرياضي:

وفقا للمستجيبين لن يستفيد المشجعون فقط بشكل مباشر من استخدام التكنولوجيا، ولكن الرياضيين والفرق سوف يرون أدائهم من خلال الأجهزة القابلة للارتداء وأجهزة الاستشعار جمع البيانات.

٥. رؤى الأعمال والإنتاجية:

مع تقدم التكنولوجيا، سيتعين على الشركات الرياضية التكيف وتحويل عملياتها من أجل الاستفادة من الفرص الجديدة.

٦. الرياضات الإلكترونية:

نمت الرياضات الإلكترونية بشكل كبير خلال السنوات القليلة الماضية وأصبحت ظاهرة عالمية. (١١ : ١٠)

فوائد التحول الرقمي الرياضي:

للتحول الرقمي فوائد لا تُعدُّ ولا تُحصى، فالعلاقة التكافلية بين البشر والتكنولوجيا لها تأثير عميق على جميع الصناعات يمكننا بسهولة تحديد عشرات المزايا التي يُضيفها التحول لناديك الرياضي كما يلي:

- ١- دمج نماذج الأعمال الرقمية مع النماذج التقليدية للاستعداد للمستقبل
- ٢- استغلال قوة المحتوى الرقمي ومجارة الأساليب الاستهلاكية الجديدة للمحتوى
- ٣- خلق مصادر دخل وإيرادات جديدة للنادي من خلال التقنيات الرقمية
- ٤- توسيع نطاق وصول المحتوى للمؤسسات الرياضية عبر الاستفادة من الوسائط الرقمية لتعزيز التفاعل المباشر مع الجماهير
- ٥- استغلال تقنيات الجيل الرابع من الصناعة، مثل تقنيات الواقع الافتراضي والواقع المعزز في خلق تجارب مبتكرة للمستهلكين
- ٦- في العالم الرقمي، تستطيع المنشآت الحصول على كمًّا ضخماً جداً من البيانات، مما يمنح رعاة النادي نظرة أوسع لأنواع الإعلانات التي تناسب الجماهير وتزويد الرعاة بمزيد من المعلومات حول المعجبين حتّى يتمكنوا من تخصيص الرسائل التسويقية لتحقيق فعالية أكبر (٢١)

تفعيل مبادرات التحول الرقمي في المنشآت الرياضية

أصبح التحول الرقمي اليوم ضرورةً ملحةً وقرار لا بدّ من اتّخاذه في جميع المنشآت بمختلف الأحجام والقطاعات فصناعة الرياضة بدأت اللحاق بالركب ومحاولة مجازاة التطور في السنوات الأخيرة الماضية وهذه بعض الخطوات التي يجب على المؤسسة الرياضية اتّخاذها لتفعيل مبادرات التحول داخل كياناتها:

- ١- إجراء تحليلات لمعرفة الوضع الحالي للمؤسسة لمعرفة نقاط القوة والضعف، ودراسة استراتيجيات المؤسسة الأكبر، والبنية التحتية، والعمليات، والثقافة
- ٢- تحديد أولويات عملية التحول الرقمي وما تريد تحقيقه
- ٣- تصميم وتطوير إستراتيجية التحول الرقمي والتأكد من أنها تتماشى مع الإستراتيجية العامة للمؤسسة.
- ٤- تحدّث إلى الموظفين لمعرفة أفكارهم والتعرف على نظرتهم تجاه التحول.
- ٥- تحديد أهم المشاريع الرئيسية والتي تُحقّق أهداف المنشأة من التحول للبدء فيها فوراً.
- ٦- تحديد مؤشرات قياس الأداء الرئيسية. (٢١)

مشكلة البحث:

يشهد العصر الحالي نمواً في المؤسسات الرياضية لما تحضيه به الرياضة من مكانة اقتصادية تعتمد على البيانات والأرقام لتحديد حجم الإنجازات في ضوء التطور الفكري للقيادات الإدارية. (٢):

(٦١)

فالتحول الرقمي الرياضي يمنح الأندية والكيانات فرصاً جليّة، وعلى الرغم من أهميته، إلا أنّ هناك تباطؤ في معظم الأندية حول التوجه الي التحول الرقمي. (٢١)

ومن خلال العرض السابق وعقب ظهور جائحة كورونا (كوفيد ١٩) وما ترتب عليها من أزمات عالمية ومحلية أثرت علي جميع جوانب الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والتعليمية والرياضية وغيرها، حيث كشفت جائحة كوفيد-١٩ نقاط ضعف صناعة الرياضة بشكلٍ واضح جداً، بمجرد سريان قيود التباعد وقوانين الإغلاق في معظم الدول، فشهدت هذه الصناعة فترة ركود مروعة، وكثير من الكيانات الرياضية الكبيرة أصبحت تُعاني إلى

حد هذه اللحظة، ولكن كان هذا دافعاً للأندية لتسعي نحو ابتكار طرق تساعدها في دعم مشهد الأعمال الرياضية الذي يزداد تعقيداً وصعوبة يوماً بعد الآخر والتحول الرقمي كان إحدى هذه الطرق.

لاحظ الباحث توقف جميع المسابقات الرياضية الأمر الذي استدعي اهتمام الدولة باتخاذ قرارات تنفيذ المسابقات الرياضية بدون جمهور او بعدد محدد من الجمهور لحين التصدي لهذا الوباء وبالفعل اتجهت الدولة الي التحول الرقمي في جميع مؤسسات وهيئات الدولة بما فيها المؤسسات الرياضية.

وتأكيداً لأهميته فقد أعلنت وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات المصرية في سبتمبر ٢٠١٩ عن اتمام رقمه ١٧٤ خدمة حكومية، ويأتي ذلك في إطار التوجه الاستراتيجي للتحول الرقمي، لتحسين جودة حياة المواطن من خلال تحسين ظروفه المعيشية وتقديم خدمات إلكترونية متعددة وتحويل الحكومة إلي حكومة مترابطة رقمياً من خلال تحسين عمل الجهاز الاداري للدولة ليعمل بكفاءة وفاعلية، وتمكين الدولة من الحوكمة الاللكترونية وتعزيز قيم الشفافية والمحاسبة والمراقبة لكافة الاعمال من خلال التفاعل بين عناصر المجتمع. (٥ : ١)

وتماشياً مع قرارات الدولة بالتحول الرقمي لجميع الوزارات، فقد صدر قرار وزير الشباب والرياضة بتنظيم المؤتمر الأول للتحول الرقمي في أكتوبر ٢٠٢٠، كما أعلن عن إطلاق أولي ورش عمل التحول الرقمي وإطلاق مبادرة "بكرة ديجيتال" انشر الثقافة الرقمية بالشراكة مع مايكروسوفت ومؤسسة كير مصر للتنمية في منتصف ديسمبر ٢٠٢٠، وهي بادرة قومية تهدف لنشر وتعزيز الثقافة الرقمية للفئات المستهدفة من سن ٤ وحتى ٤٠ عام لتطوير مهاراتهم الرقمية لمواكبة التطور التكنولوجي، بدءاً من محو الأمية الرقمية وحتى الحصول علي شهادات معتمدة تمكنهم من سوق العمل. (٦ : ١)

ومن خلال إطلاع الباحث علي البحوث والدراسات السابقة وجد أن هناك ندرة في الابحاث التي تناولت التحول الرقمي للأندية المصرية في ضوء النظام البيئي، الذي هو أحد المحاور الهامة لرؤية مصر ٢٠٣٠ للتنمية المستدامة الامر الذي كان دافعا قويا للباحث لوضع تصور مقترح لنظام بيئي رقمي للأندية المصرية يمكن تنفيذه على أرض الواقع.

هدف البحث:

يهدف البحث إلي وضع تصور لنظام بيئي رقمي للأندية الرياضية المصرية.

أهمية البحث:

يكتسب البحث أهمية في الوقت الحاضر لأنه يتناول موضوع الساعة، وهو التحول الرقمي، فالتغيرات التكنولوجية الهائلة فرضت تحديات كبيرة أمام العديد من الدول النامية ومنها مصر، فأصبح قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الأكثر نمواً وأصبح تحقيق النمو الاقتصادي وزيادة التنافسية العالمية يتطلب على مستوى العالم، تبني التكنولوجيا الحديثة والحلول الرقمية، خاصة مع الاتجاه للعولمة والأزمات العالمية، كما أن البحث يحقق أهداف التنمية المستدامة برؤية مصر ٢٠٣٠م.

تساؤلات البحث:

كيف يكون / ما هو النظام البيئي الرقمي للأندية الرياضية المصرية؟

إجراءات البحث:

- مجتمع البحث:

يتكون مجتمع البحث من أعضاء مجلس الإدارة بالأندية الرياضية المصرية.

- عينة البحث:

١. العينة الإستطلاعية:

تهدف العينة الإستطلاعية إلى التأكد من الخصائص السيكومترية لأدوات البحث (الصدق - الثبات)، وتكونت العينة الإستطلاعية في هذا البحث من (٤٠) من أعضاء مجلس الإدارة بالأندية الرياضية المصرية وخارج العينة الأساسية.

٢. العينة الأساسية:

تكونت العينة الأساسية للبحث من (٢٨٤) عضواً من أعضاء مجلس الإدارة بأندية الرياضة المصرية.

– أدوات جمع البيانات

١. إستمارة الإستبيان:

فى ضوء أهداف البحث قام الباحث ببناء إستمارة الإستبيان بهدف وضع تصور مقترح لنظم البيئية الرقمية بالأندية المصرية من خلال الإطلاع على المراجع العلمية، نتائج وتوصيات الدراسات السابقة وهو ما أسفر عن تحديد محاور إستمارة الإستبيان، وبلغ عدد المحاور (٧) محاور .
ثم قام الباحث بصياغة مجموعة من العبارات المدرجة تحت كل محور لإستمارة الإستبيان موزعة كما بجدول رقم (١).

جدول رقم (١)

عدد العبارات تحت كل محور من محاور إستمارة الإستبيان

عدد العبارات	اسم المحور
١١	الاول: الرؤية الشاملة
٢٢	الثاني: الأماكن الذكية
٣	الثالث: مشاركة المعجبين
١٣	الرابع: أداء الفريق والرياضي
٥	الخامس: رؤية الأعمال والإنتاجية
٣	السادس: الرياضات الإلكترونية
٢٣	السابع: الأدوات والأجهزة الإلكترونية
٨٠	مجموع العبارات

– المعاملات العلمية لأدوات جمع البيانات:

• إستمارة الإستبيان :

- الصدق والثبات:

- صدق المحتوى:

قام الباحث بعرض إستمارة الإستبيان فى صورتها الأولية مرفق (٣) على مجموعة من الخبراء وعددهم (١٠) خبراء، تم إختيارهم من المتخصصين الأكاديميين فى مجال الإدارة الرياضية (بدرجة أستاذ، أستاذ مساعد) مرفق (٢) فى الفترة الزمنية من ٨/٦ إلى ٨/٣١ / ٢٠٢٢ ، بهدف التعرف على مدى مناسبة كل عبارة من العبارات إلى المحور الذى تنتمى إليه، والتأكد من سلامة صياغة ووضوح العبارات، إضافة، دمج، أو حذف ما يروونه مناسباً مرفق (١)

- صدق المقارنة الطرفية:

بعد إجراء التعديلات المطلوبة قام الباحث بتطبيق إستمارة الإستبيان على عينة إستطلاعية من مجتمع البحث وعددهم (٤٠) عضو من أعضاء مجلس الإدارة بالأندية المصرية وذلك لإيجاد صدق عبارات الإستبيان وذلك فى الفترة من (١٠/٩/٢٠٢٢ إلى ٢٥/٩/٢٠٢٢).

وبعد إجراء المعالجات الإحصائية لمحاوَر إستمارة الإستبيان لإيجاد الفروق بين الأرباع الأعلى والأرباع الأدنى لحساب معامل الصدق إتضح أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين المجموعتين، حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة بين (٤٠.٣٣ - ٢٩.٠٠) وهذه القيمة أكبر من قيمة (ت) الجدولية عند مستوى (٠.٠٥) = (٢.١٠) وبلغت قيمة معامل الصدق (٠.٩٩٠ - ٠.٩٩٨) مما يؤكد قدرة الاستبيان على قياس ما وضع من أجله وتميزه بالصدق، وأنه يستطيع التمييز بين المستويات المختلفة مرفق (١).

- صدق الإتساق الداخلى ومعامل ألفا كرونباخ:

- بعد إجراء المعالجات الإحصائية لحساب معامل الإتساق الداخلى ومعامل ألفا كرونباخ الكلى مرفق (١) جاءت النتائج كالتالى:

- المحور الأول، تراوحت قيم معامل الإتساق الداخلى بين (٠.٣٦٧ إلى ٠.٨٣٤) وهي أكبر من قيمة (ر) معنوية عند مستوى $0.05 = 0.264$ ، كما بلغت قيمة معامل ألفا كرونباخ ٠.٨٩٦ وهذه القيمة أكبر من ٠.٧٠

- **المحور الثاني،** تراوحت قيم معامل الإتساق الداخلى تراوحت ما بين (٠.٣١٢ إلى ٠.٨٥٠) وهي أكبر من قيمة (ر) معنوية عند مستوى $0.05 = 0.264$ ، كما يتضح أن قيمة معامل الفا كرونباخ بلغت (٠.٩٢٣) وهذه القيمة أكبر من ٠.٧٠
- **المحور الثالث،** تراوحت قيم معامل الإتساق الداخلى تراوحت ما بين (٠.٦٧٣ إلى ٠.٨٦٩) وهي أكبر من قيمة (ر) معنوية عند مستوى $0.05 = 0.264$ ، كما يتضح أن قيمة معامل الفا كرونباخ بلغت ٠.٧٠
- **المحور الرابع،** تراوحت قيم معامل الإتساق الداخلى تراوحت ما بين (٠.٤٠٢ إلى ٠.٨٨٣) وهي أكبر من قيمة (ر) معنوية عند مستوى $0.05 = 0.264$ ، كما يتضح أن قيمة معامل الفا كرونباخ بلغت (٠.٩٣٣) وهذه القيمة أكبر من ٠.٧٠
- **المحور الخامس،** تراوحت قيم معامل الإتساق الداخلى تراوحت ما بين (٠.٥٦٦ إلى ٠.٨٩٥) وهي أكبر من قيمة (ر) معنوية عند مستوى $0.05 = 0.264$ ، كما يتضح أن قيمة معامل الفا كرونباخ بلغت (٠.٨٠٣) وهذه القيمة أكبر من ٠.٧٠
- **المحور السادس،** تراوحت قيم معامل الإتساق الداخلى تراوحت ما بين (٠.٧٧٠ إلى ٠.٨٥٧) وهي أكبر من قيمة (ر) معنوية عند مستوى $0.05 = 0.264$ ، كما يتضح أن قيمة معامل الفا كرونباخ بلغت (٠.٨٠٠) وهذه القيمة أكبر من ٠.٧٠
- **المحور السابع** تراوحت قيم معامل الإتساق الداخلى تراوحت ما بين (٠.٣٣٨ إلى ٠.٨٥٨) وهي أكبر من قيمة (ر) معنوية عند مستوى $0.05 = 0.264$ ، كما يتضح أن قيمة معامل الفا كرونباخ بلغت (٠.٩١٢) وهذه القيمة أكبر من ٠.٧٠

ثم قام الباحث بتطبيق إستمارة البحث علي العينة الأساسية في الفترة من (٢٠٢٢/١٠/١) إلي (٢٠٢٢/١١/١٧) مرفق (٣)

عرض ومناقشة النتائج:

جدول (٢) يوضح التكرار والنسبة المئوية ومربع كاي ونسبة الموافقة لعبارات المحور الأول
الرؤية الشاملة لعينة البحث ن = ٢٨٤

اتجاه الاستجابة	نسبة الموافقة %	مربع كاي	لا	نعم	م
			تكرار	تكرار	
					١
نعم	%٩٦	٢٤١.٧٠	١١	٢٧٣	١/١
نعم	%٨٣	١٢٤.٤٥	٤٨	٢٣٦	٢/١
نعم	%٨٥	١٤٠.٨٥	٤٢	٢٤٢	٣/١
نعم	%٩٢	١٩٩.٤٥	٢٣	٢٦١	٢
					٣
نعم	%٩٠	١٧٩.٨٥	٢٩	٢٥٥	١/٣
نعم	%٩٤	٢٢٠.٠٧	١٧	٢٦٧	٢/٣
نعم	%٨٩	١٧٠.٤٢	٣٢	٢٥٢	٣/٣
نعم	%٨٢	١١٤.٠٩	٥٢	٢٣٢	٤/٣
لا	%٤٠	١١.٠٤	١٧٠	١١٤	٥/٣
نعم	%٩٢	٢٠٢.٨٢	٢٢	٢٦٢	٦/٣
نعم	%٩٠	١٨٦.٢٧	٢٧	٢٥٧	٤

*قيمة مربع كاي الجدولية معنوية عند مستوى ٠.٠٥ = ٣.٨٤

يتضح من الجدول رقم (٢) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في كل العبارات، حيث كانت قيمة (مربع كاي) المحسوبة أكبر من قيمة (مربع كاي) الجدولية عند مستوى (٠.٠٥) = (٣.٨٤)، وتراوحت نسب الموافقة لجميع العبارات ما بين (٤٠% إلى ٩٦%)، وحصلت العبارة رقم (١/١)، (١/٣) على أعلى نسبة موافقة (نعم)، بينما حصلت العبارات رقم (٥/٣) على أعلى نسبة موافقة (لا).

تشير النتائج إلى أعلى نسب إتفاق لإستجابات عينة البحث والتي تراوحت بين (٨٥ % إلى ٩٦ %) حول عبارات المحور الأول والتي تفيد بأن الرؤية الشاملة للأندية الرياضية لابد وأن تقوم علي تفضيلات المعجبين وأنماط إستهلاكهم والمعرفة الكاملة بأداء الفريق، هذا بالإضافة إلي التكيف مع البيئة الرياضية من التسويق والتمويل والتحول الرقمي والاتصالات.

ويتفق ذلك مع نتائج دراسة مارسيليا سيغوفيا وكريس كينيت (٢٠٢١)(١٥) والتي تؤكد أن التقنيات الرقمية المتطورة تخلق فرصًا للمسوقين الرياضيين والعلامات التجارية وأصحاب المصلحة الآخرين للوصول إلى مستهلكي الرياضة والمشجعين بشكل مباشر أكثر وبطرق مستهدفة، كما أكدت أنه يتم إنشاء كميات متزايدة من البيانات من منصات رقمية متنوعة وتحليلها من أجل فهم أفضل لتغيير سلوك المعجبين ومشاعرهم وعاداتهم بطريقة غير تدخلية.

وأكدت دراسة كاو يو، ليوتشنغ(٢٠١٨)(١٠) بدعم من تقنيات الذكاء الاصطناعي ستشهد صناعة الرياضة استخدامًا أفضل لرؤوس الأموال، مما يساعد على بناء نموذج أعمال أكثر علمية وابتكارًا وتعزيز تجارب خدمة العملاء، وبالتالي سيضع هذا أساسًا متينًا لتطوير عالي الجودة لصناعة الرياضة، مما يساعد صناعة الرياضة التقليدية على رؤية ترقية ذكية وتعزيز القدرة التنافسية الدولية لصناعة الرياضة في الصين.

وأشار نامبيسان ساتيش أن التقنيات الرقمية الجديدة مثل تحليل البيانات ووسائل التواصل الاجتماعي أحدثت تحولاً في صناعة الرياضة، وقد أدى ذلك إلى تغيير استهلاك الرياضة لأن التقنيات الرقمية جعلتها أكثر تفاعلية، فتوفر البنية التحتية الرقمية وسيلة للسلطات الرياضية المحترفة والهواة لاستخدام التكنولوجيا الجديدة.(١٨: ١٠٣٢)

ويري الباحث أن تطور الذكاء الاصطناعي سيؤدي إلي منافسة كبيرة وشرسة علي انتاج وبيع المنتجات الرياضية والالكترونية في الفترة القادمة.

جدول (٣) يوضح التكرار والنسبة المئوية ومربع كاي الموافقة لعبارات المحور الثاني الأماكن

الذكية لعينة البحث ن = ٢٨٤

اتجاه الاستجابة	نسبة الموافقة %	مربع كاي	نعم		م
			لا تكرار	تكرار	
					البعد الأول
					١/١
نعم	٩٩%	٢٧٦.٠٦	٢	٢٨٢	١/١/١
					٢/١/١
نعم	٧٥%	٧١.٠٠	٧١	٢١٣	١/٢/١/١
نعم	٩١%	١٨٩.٥٢	٢٦	٢٥٨	٢/٢/١/١
لا	٤٥%	٢.٣٨	١٥٥	١٢٩	٣/٢/١/١
					البعد الثاني
					١/٢
نعم	٩٩%	٢٧٦.٠٦	٢	٢٨٢	١/١/٢
نعم	٩٨%	٢٥٦.٦٩	٧	٢٧٧	٢/١/٢
نعم	٩٦%	٢٤١.٧٠	١١	٢٧٣	٣/١/٢
نعم	٨٧%	١٥٨.٢٥	٣٦	٢٤٨	٤/١/٢
نعم	٩٢%	١٩٩.٤٥	٢٣	٢٦١	٢/٢
نعم	٩٦%	٢٣٨.٠٣	١٢	٢٧٢	٣/٢
نعم	٧٩%	٩٧.٠٣	٥٩	٢٢٥	٤/٢
					٥/٢
نعم	٨٩%	١٧٦.٦٨	٣٠	٢٥٤	١/٥/٢
نعم	٨٩%	١٧٠.٤٢	٣٢	٢٥٢	٢/٥/٢
					٦/٢
نعم	٩٠%	١٧٩.٨٥	٢٩	٢٥٥	١/٦/٢
نعم	٨٧%	١٥٢.٣٤	٣٨	٢٤٦	٢/٦/٢
نعم	٩٦%	٢٣٨.٠٣	١٢	٢٧٢	٣/٦/٢

					البعد الثالث
					١/٣
نعم	٩٠%	١٨٦.٢٧	٢٧	٢٥٧	١/١/٣
نعم	٩٠%	١٨٣.٠٤	٢٨	٢٥٦	٢/١/٣
لا	٣٩%	١٤.٤٢	١٧٤	١١٠	٣/١/٣
					البعد الرابع
نعم	٨٨%	١٦١.٢٥	٣٥	٢٤٩	١/٤
نعم	٩٨%	٢٦٤.٣٥	٥	٢٧٩	٢/٤
لا	٣٦%	٢٣.٦٨	١٨٣	١٠١	٣/٤

*قيمة مربع كاي الجدولية معنوية عند مستوى ٠.٠٥ = ٣.٨٤

يتضح من الجدول رقم (٣) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في جميع العبارات، حيث كانت قيمة (مربع كاي) المحسوبة أكبر من قيمة (مربع كاي) الجدولية عند مستوى (٠.٠٥) = (٣.٨٤)، ماعدا العبارة رقم (٣/٢/١/١) حيث كانت قيمة (مربع كاي) المحسوبة أقل من قيمة (مربع كاي) الجدولية عند مستوى (٠.٠٥) = (٣.٨٤)، وتراوحت نسب الموافقة لجميع العبارات ما بين (٣٦ % إلى ٩٩ %)، وحصلت العبارة رقم (١/١/٢، ١/١/١) على أعلى نسبة موافقة (نعم)، بينما حصلت العبارات رقم (٣/١/٣، ٣/٢/١/١) على أعلى نسبة موافقة (لا).

تشير النتائج إلى أعلى نسب إتفاق لإستجابات عينة البحث والتي تراوحت بين (٩٠ % إلى ٩٩ %) حول عبارات المحور الثاني الأماكن الذكية والتي تقيد بأن الأندية الرياضية لا بد وأن تتوفر بها شبكات الانترنت (WIFI) لتسهيل الوصول إلي الإحصاءات الخاصة باللاعبين، هذا بالإضافة إلي أن المنصات الرقمية توفر المعلومات الكافية للمشجعين عن دخولهم وخروجهم من الملعب، مقاعدهم من خلال البوابة الأقل ازدحاما، معرفة حالة طوابير الانتظار في الحمامات، والمطاعم ومحلات البضائع، وأنظمة الدفع الإلكتروني، وأيضا التواصل الإيجابي بإستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

وهذا ما أكدته نتائج دراسة صموئيل ساندستين (٢٠٢١) (١٧) أن الأندية ركزت على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من أجل البقاء علي التواصل مع معجبيهم.

وأكدت ايمان صالح عبد الفتاح أن التحول الرقمي له فوائد كبيرة تتمثل في تسويق أنشطة وخدمات المؤسسة وتحقيق قيمة مضافة وإيرادات مهمة، وتسهم في تطوير فرص استثمار الإمكانات البشرية

والمادية تحقيقا للمنافسة العالمية، كما يسهم في زيادة رضا المعجبين او المستهلكين ويؤدي ذلك إلى تطوير الأنماط القيادية والإدارية من خلال تفعيل الإدارة المعلوماتية التي تتيح تحقيق مبادئ التمكين والمساءلة والنزاهة الشفافية بالإضافة إلى إدارة الوقت بشكل أكثر فاعلية مما يحسن الأداء ويقدم خدمات إبداعية ومبتكرة وتعزيز الثقة الرقمية التي تقوم علي الشفافية والالتزام بالقواعد التي تحافظ علي أمن المعلومات والبيانات والملكية الفكرية (١ : ٢٠)

جدول (٤) يوضح التكرار والنسبة المئوية ومربع كاي ونسبة الموافقة لعبارات المحور الثالث

مشاركة المعجبين لعينة البحث ن = ٢٨٤

اتجاه الاستجابة	نسبة الموافقة %	مربع كاي	لا	نعم	م
			تكرار	تكرار	
					١
نعم	٩٦%	٢٣٨.٠٣	١٢	٢٧٢	١/١
نعم	٩٨%	٢٦٤.٣٥	٥	٢٧٩	٢/١
نعم	٩٤%	٢٢٠.٠٧	١٧	٢٦٧	٣/١

*قيمة مربع كاي الجدولية معنوية عند مستوى ٠.٠٥ = ٣.٨٤

يتضح من الجدول رقم (٤) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في جميع العبارات، حيث كانت قيمة (مربع كاي) المحسوبة أكبر من قيمة (مربع كاي) الجدولية عند مستوى (٠.٠٥) = (٣.٨٤) وتراوحت نسب الموافقة لجميع العبارات ما بين (٩٤ % إلى ٩٨ %) وحصلت العبارة رقم (٢/١) على أعلى نسبة موافقة (نعم)

تشير النتائج إلى أعلى نسب إتفاق لإستجابات عينة البحث والتي تراوحت بين (٩٤ % إلى ٩٨ %) حول عبارات المحور الثالث مشاركة المعجبين والتي تفيد بأن أفضل الطول الرقمية التي تدفع المعجبين للمشاركة تتمثل في المنصات الرقمية وما تقدمه من محتوى مخصص وإحصاءات وخدمات الموقع الجغرافي داخل الاستاد.

ويتفق ذلك مع نتائج دراسة آدم ميتلسكي، مارسين ليزكزينسكي (٢٠٢٢) (٨) والتي تؤكد أن الأندية الإسبانية التي تم تحليلها ، تم تسجيل أعلى زيادة في المتابعين بين مستخدمي Instagram، وأن

هناك علاقة ارتباط معنوية بين النتائج الرياضية وعدد المتابعين هذا يعني أن المركز الأفضل في الدوري يرتبط بمزيد من المتابعين على وسائل التواصل الاجتماعي.

كما يذكر أندرو بارلو، ساتيش أن المعجب المتصل رقمياً أصبح أكبر مؤثر على الإنترنت في الأماكن الرياضية، كما يمكن لمالكي و فرق الملاعب الذين يقدمون تجارب رقمية أكثر تخصيصاً من خلال تطبيقات الملاعب والعروض الرقمية المباشرة إلى الهواتف المحمولة ومعلومات الألعاب على اللوحات الرقمية زيادة تفاعل المعجبين وتوليد فرص إيرادات جديدة. (٩ : ٧)

ويري الباحث أن استخدام أدوات الاستشعار الذكية لتعرف علي سلوك المعجبين وتفضيلاتهم ستمنح مساهمة أكثر متعة وأكثر سهولة في المستقبل.

جدول (٥) يوضح التكرار والنسبة المئوية ومربع كاي ونسبة الموافقة لعبارات المحور الرابع أداء

الفريق والرياضي لعينة البحث ن = ٢٨٤

اتجاه الاستجابة	نسبة الموافقة %	مربع كاي	نعم		م
			لا تكرار	نعم تكرار	
					١
نعم	%٩٥	٢٣٠.٧٦	١٤	٢٧٠	١/١
نعم	%٩٠	١٨٣.٠٤	٢٨	٢٥٦	٢/١
نعم	%٩٩	٢٧٦.٠٦	٢	٢٨٢	٣/١
نعم	%٩٥	٢٣٤.٣٨	١٣	٢٧١	٤/١
نعم	%٩٢	١٩٦.١١	٢٤	٢٦٠	٥/١
نعم	%٩٦	٢٣٨.٠٣	١٢	٢٧٢	٦/١
نعم	%٩٨	٢٦٠.٥١	٦	٢٧٨	٧/١
نعم	%٨٦	١٤٦.٥٤	٤٠	٢٤٤	٨/١
					٢
نعم	%٩٣	٢٠٩.٦٣	٢٠	٢٦٤	١/٢
نعم	%٩٠	١٧٩.٨٥	٢٩	٢٥٥	٢/٢
نعم	%٩٠	١٨٣.٠٤	٢٨	٢٥٦	٣/٢
نعم	%٩٥	٢٣٤.٣٨	١٣	٢٧١	٤/٢
نعم	%٩٨	٢٦٠.٥١	٦	٢٧٨	٣

*قيمة مربع كاي الجدولية معنوية عند مستوى ٠.٠٥ = ٣.٨٤

يتضح من الجدول رقم (٥) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في جميع العبارات حيث كانت قيمة (مربع كاي) المحسوبة أكبر من قيمة (مربع كاي) الجدولية عند مستوى $(0.05) = (3.84)$ ، وتراوحت نسب الموافقة لجميع العبارات ما بين (٨٦ % إلى ٩٩ %)، وحصلت العبارة رقم (٣/١)، على أعلى نسبة موافقة (نعم)، بينما حصلت العبارات رقم (٨/١) على أقل نسبة موافقة (نعم).

تشير النتائج إلى أعلى نسب إتفاق لإستجابات عينة البحث والتي تراوحت بين (٩٠ % إلى ٩٩ %) حول عبارات المحور الرابع أداء الفريق والرياضي أن إستخدام المنسوجات الالكترونية تفيد الحصول علي معلومات حول نقاط القوة والضعف للرياضي وتستخدم أيضا في الكشف عن المنشطات، هذا بالإضافة إلي مساعدة المدربين عند وضع البرامج التدريبية لكل رياضي علي حدي. ويتفق ذلك مع نتائج دراسة هيدالغو مونتانيز، نيكولاس (٢٠٢٢) (١٢) حيث أكدت أن المنصات والأجهزة التكنولوجية كانت بمثابة دفعة مهمة للغاية للعديد من الأندية حيث تسمح المساعدة التي يقدمونها للمدربين بالتعرف على فريقهم والخصم بشكل أفضل، مما يزيد من أداء لاعبيهم، وبالتالي، المنافسة، مما يعود بالفائدة على الدوري ككل، بالإضافة إلى إعداد الألعاب، كما تسمح بإجراء تحسينات في تخطيط الفريق، والبحث عن لاعبين جدد، وبدء المفاوضات، وهي لا تساعد الأندية فحسب، بل تساعد أيضًا الحكام ووسائل الإعلام والمراهنات.

وأكدت دراسة وانغ شنغ (٢٠١٨) (٢٠) أن التطبيق العلمي لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي يتيح إمكانية مراقبة الظروف البدنية للرياضيين بدقة قبل وأثناء وبعد المباراة، ويوفر دعمًا قويًا عندما يقوم المدربون بإجراء تعديلات في الوقت الفعلي على التكتيكات الفنية، كما أنه يساعد على تطوير نماذج تدريب شخصية وتعزيز استراتيجيات تنافسية أكثر علمية وفعالية، وبالتالي زيادة القدرة التنافسية للرياضيين.

ويري الباحث أن الرياضات الالكترونية مثل ألعاب الفيديو لها دور كبير في توقع أداء الفريق وأيضا الجوائز التي يحصلون عليها كما فعلت شركة العاب الفيديو الأمريكية EA Sports في بطولة كأس العالم الأخيرة حيث توقعت فوز الأرجنتين بالبطولة وفوز ميسي بالجزء الذهبي وأيضا كأس العالم في روسيا وغيرها.

جدول (٦) يوضح التكرار والنسبة المئوية ومربع كاي ونسبة الموافقة لعبارات المحور الخامس والسادس لعينة البحث ن = ٢٨٤

اتجاه الاستجابة	نسبة الموافقة %	مربع كاي	لا	نعم	م
			تكرار	تكرار	
المحور الخامس:					
					١
نعم	٨٧%	١٥٨.٢٥	٣٦	٢٤٨	١/١
نعم	٩٥%	٢٢٧.١٧	١٥	٢٦٩	٢/١
نعم	٩٣%	٢١٣.٠٩	١٩	٢٦٥	٣/١
نعم	٨٥%	١٣٨.٠٤	٤٣	٢٤١	٤/١
نعم	٨٥%	١٣٨.٠٤	٤٣	٢٤١	٥/١
المحور السادس:					
					١
نعم	٩٢%	١٩٩.٤٥	٢٣	٢٦١	٢
					١/٢
نعم	٩٤%	٢٢٠.٠٧	١٧	٢٦٧	٢/٢
نعم	٨٧%	١٥٨.٢٥	٣٦	٢٤٨	٢/٢

*قيمة مربع كاي الجدولية معنوية عند مستوى ٠.٠٥ = ٣.٨٤

يتضح من الجدول رقم (٦) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في جميع العبارات حيث كانت قيمة (مربع كاي) المحسوبة أكبر من قيمة (مربع كاي) الجدولية عند مستوى (٠.٠٥) = (٣.٨٤) وتراوحت نسب الموافقة لجميع العبارات ما بين (٨٥% إلى ٩٥%) وحصلت العبارة رقم (٢/١، ٣/١) على أعلى نسبة موافقة (نعم) بينما حصلت العبارات رقم (٤/١، ٥/١) على أقل نسبة موافقة (نعم).

تشير النتائج إلى أعلى نسب إتفاق لإستجابات عينة البحث والتي تراوحت بين (٨٥% إلى ٩٥%) حول عبارات المحور الخامس والسادس والتي تفيد بأن التكنولوجيا الرقمية تساعد في جذب الرعاية والعلامات التجارية وإتخاذ قرارات مناسبة هذا بالإضافة إلي البث المباشر للمسابقات والدوريات الجديدة.

وهذا يتفق مع نتائج دراسة كورونيوس وآخرون (٢٠٢٠) (١٣) والذي أكد أن استخدام الموقع

الإلكتروني لحدث رياضي بالإضافة إلى براءة اختراع Facebook تعزز الموقف تجاه الشركة الراعية وتوعية الشركة الراعية ، مما ينتج عنه زيادة نوايا الشراء.

ويري الباحث أن التحول الرقمي لا يعني تطبيق التكنولوجيا داخل الهيئة الرياضية فحسب بل هو برنامج شامل متكامل يربط جميع الأقسام بعضها ببعض في إطار رقمي كما يسهم في ربط الهيئة بالقطاعات الحكومية والخاصة.

جدول (٧) يوضح التكرار والنسبة المئوية ومربع كاي ونسبة الموافقة لعبارات المحور السابع

الأدوات والأجهزة الإلكترونية لعينة البحث ن = ٢٨٤

م	نعم تكرار	لا تكرار	مربع كاي	نسبة الموافقة %	اتجاه الاستجابة
٢	٢٥٧	٢٧	١٨٦.٢٧	%٩٠	نعم
٣	٢٤٩	٣٥	١٦١.٢٥	%٨٨	نعم
٤	٢٧٥	٩	٢٤٩.١٤	%٩٧	نعم
٥	١٣٢	١٥٢	١.٤١	%٤٦	لا
٦	٩٤	١٩٠	٣٢.٤٥	%٣٣	لا
٧	٢١٥	٦٩	٧٥.٠٦	%٧٦	نعم
٨	٢٤٩	٣٥	١٦١.٢٥	%٨٨	نعم
٩	٢٦٠	٢٤	١٩٦.١١	%٩٢	نعم
١٠	٢٥٢	٣٢	١٧٠.٤٢	%٨٩	نعم
١١	٢٥٩	٢٥	١٩٢.٨٠	%٩١	نعم
١٢	٢٦٧	١٧	٢٢٠.٠٧	%٩٤	نعم
١٣	٢٢٤	٦٠	٩٤.٧٠	%٧٩	نعم
١٤	٢٦٥	١٩	٢١٣.٠٩	%٩٣	نعم
١٥	٢٣٧	٤٧	١٢٧.١١	%٨٣	نعم
١٦	٢٨٢	٢	٢٧٦.٠٦	%٩٩	نعم
١٧	٢٢٣	٦١	٩٢.٤١	%٧٩	نعم
١٨	٢٧٩	٥	٢٦٤.٣٥	%٩٨	نعم
١٩	٢٥٤	٣٠	١٧٦.٦٨	%٨٩	نعم

نعم	٩٢%	١٩٦.١١	٢٤	٢٦٠	٢٠
نعم	٩٨%	٢٦٤.٣٥	٥	٢٧٩	٢١
نعم	٩٨%	٢٦٠.٥١	٦	٢٧٨	٢٢
نعم	٩٨%	٢٦٠.٥١	٦	٢٧٨	٢٣

*قيمة مربع كاي الجدولية معنوية عند مستوى $0.05 = 3.84$

يتضح من الجدول رقم (٧) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في جميع عبارات المحور، حيث كانت قيمة (مربع كاي) المحسوبة أكبر من قيمة (مربع كاي) الجدولية عند مستوى $(0.05) = (3.84)$ ، ما عدا العبارات رقم (٥) حيث كانت قيمة (مربع كاي) المحسوبة اقل من قيمة (مربع كاي) الجدولية عند مستوى $(0.05) = (3.84)$ وتراوحت نسب الموافقة لجميع العبارات ما بين (٣٣ % إلى ٩٩ %)، وحصلت العبارة رقم (١٦، ١٨، ٢١، ٢٢، ٢٣) على أعلى نسبة موافقة (نعم)، بينما حصلت العبارات رقم (٥) على اعلي نسبة موافقة (لا).

تشير النتائج إلى أعلى نسب إتفاق لإستجابات عينة البحث والتي تراوحت بين (٩٠ % إلى ٩٩ %) حول عبارات المحور السابع والتي تفيد بأن الأدوات والأجهزة التكنولوجية والمنصات الرقمية تساعد في المشاركات الاجتماعية والتواصل بين اللاعبين وإدارة النادي، وتتبع اللاعبين في الوقت الفعلي ومعرفة كيفية تغيير الأداء في مجموعة ومباريات محددة ، وجمع بيانات جديدة مفيدة لنفس اللاعبين والمدربين لتحسين التدريبات، تحليل كل إجراء من إجراءات المباراة للكشف عن الأخطاء، ومراقبة الرعاية الصحية واللياقة البدنية للاعبين في الوقت الحقيقي.

وتؤكد دراسة فوجان وآخرون (٢٠٢١) (١٩) أن تقنية الذكاء الاصطناعي يمكنها تحسين التدريب الرياضي التقليدي، كما يوفر الذكاء الاصطناعي تحليلاً دقيقاً للبيانات وخططاً علمية من شأنها تحسين كفاءة التدريب للرياضيين، وأيضاً إنشاء بيئة تدريب افتراضية.

وأكد أيضا سي أنا وبو (٢٠٢١) (١٦) أن الذكاء الاصطناعي بإستخدام تقنية فيديو VR كان لها أثر إيجابي في المنافسة وتحليل بيانات اللاعبين في التدريب وتطوير التكتيكات.

وقد أوصت دراسة يحيى الحريري (٢٠٢٢) (٧) علي ضرورة التعاون البيئي بين الجامعات المحلية والدولية لتحديد كيفية الاستفادة المشتركة من العناصر التالية في مجال الأنشطة الرياضية وهي

(تقنيات الواقع الافتراضي VR - الواقع المعزز - المستشعرات - الدرون - الريبوت - الرياضات الإلكترونية - الملابس الذكية وغيرها).

ويري الباحث أن التحول الرقمي أصبح ضرورة ملحة لكافة المؤسسات والهيئات الرياضية التي تسعى إلى تطوير وتحسين خدماتها، وتسهيل وصولها للمستخدمين.

الاستخلاصات والتوصيات:

المحور الأول: الرؤية الشاملة:

الرؤية الشاملة للأندية الرياضية لابد وأن تقوم علي تفضيلات المعجبين وأنماط إستهلاكهم والمعرفة الكاملة بأداء الفريق، بالإضافة إلي التكيف مع البيئة الرياضية من التسويق والتمويل والتحول الرقمي والاتصالات.

المحور الثاني: الأماكن الذكية:

الأندية الرياضية لابد وأن تتوفر بها شبكات الانترنت (WIFI) لتسهيل الوصول إلي الإحصاءات الخاصة باللاعبين، وإيضاً منصات رقمية لتوفير المعلومات الكافية للمشجعين عند دخولهم وخروجهم من الملعب، مقاعدهم من خلال البوابة الأقل ازدحاماً، معرفة حالة طوابير الانتظار في الحمامات، والمطاعم ومحلات البضائع، وأنظمة الدفع الإلكتروني، وأيضاً التواصل الإيجابي باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

المحور الثالث: مشاركة المعجبين:

أفضل الحلول الرقمية التي تدفع المعجبين للمشاركة تتمثل في المنصات الرقمية وما تقدمه من محتوى مخصص وإحصاءات وخدمات الموقع الجغرافي داخل الاستاد.

المحور الرابع: أداء الفريق والرياضي:

إستخدام المنسوجات الإلكترونية تقيّد الحصول علي معلومات حول نقاط القوة والضعف للرياضي وتستخدم أيضاً في الكشف عن محفزات الأداء الرياضي (المنشطات)، هذا بالإضافة إلي مساعدة المدربين عند وضع البرامج التدريبية لكل رياضي علي حدي.

المحور الخامس: رؤية الأعمال والإنتاجية:

إستخدام التكنولوجيا الرقمية في جذب شركات الرعاية والترويج للعلامات التجارية وإتخاذ قرارات مناسبة فيمن يمثل النادي من شركات الرعاية.

المحور السادس: الرياضات الالكترونية:

إنشاء تنسيقات جديدة للدوري والمسابقات، وزيادة شعبية الرياضات الالكترونية من خلال البث المباشر وشركات الرعاية .

المحور السابع: الأدوات والأجهزة الالكترونية:

يتم الاستعانة بالأجهزة المناسبة مع نوع النشاط الرياضي والتي من شأنها المساعده في المشاركات الاجتماعية والتواصل بين اللاعبين وإدارة النادي، وتتبع اللاعبين في الوقت الفعلي ومعرفة كيفية تغيير الأداء في مجموعة ومباريات محددة، وجمع بيانات جديدة مفيدة للاعبين والمدربين لتحسين التدريبات، تحليل كل إجراء من إجراءات المباراة للكشف عن الأخطاء، ومراقبة الرعاية الصحية واللياقة البدنية في الوقت الحقيقي، ومناسبة للوضع المالي لنادي.

ثانياً: التوصيات:-

يوصي الباحث في ضوء الإستنتاجات التي توصل إليها أن يراعي مجلس إدارة النادي الرياضي الاتي عند وضع إستراتيجية التحول الرقمي بالنادي الرياضي:

- أن يشترك عينة ممثلة من المعجبين والمشجعين للنادي في وضع الرؤية لنادي الرياضي.
- تطوير البنية التحتية وتدعيمها بجميع الأجهزة والأدوات التكنولوجية الحديثة التي تتماشى مع التطور الرقمي.
- تغيير إستراتيجيات التدريب للفريق والإعتماد علي أجهزة الذكاء الإصطناعي، ووضع خطط لتدريب اللاعبين كلا علي حدي.
- إنشاء مواقع ومنصات رقمية لتواصل مع المجتمع الخارجي وأيضاً مع اللاعبين بعضهم ببعض ومع إدارة النادي.
- إستخدام الطرق الحديثة في جذب شركات الرعاية والترويج للأنشطة النادي بطرق تكنولوجية حديثة.

المراجع:

أولا – المراجع العربية:

- ١ إيمان صالح عبد الفتاح : التخطيط الإستراتيجي في المنظمات الرقمية، إيبس كوم لنشر، القاهرة ٢٠٠٧
- ٢ بوشعاب سعادوا عالي : الصفقات العمومية كرافعة للتنمية، مركز الديمقراطي العربي، المغرب، ٢٠١٩
- ٣ حسين مصطفى : الإدارة الإلكترونية، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة ٢٠١٠
هلاي، وآخرون
- ٤ كورتل فريد لومر : القيادة الإدارية كأحد مقومات التحول الرقمي الناجح لإدارة الاللكترونية، مركز البحث وتطوير الموارد البشرية ومختبر التنمية التنظيمية، جامعة البليدة، المجلد ع عمان، الأردن، نوفمبر ٢٠١٧
- ٥ وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات: : استراتيجية التحول الرقمي للخدمات الحكومية ٢٠١٩ إلى ٢٠٢٢، القاهرة ٢٠١٩
- ٦ وزارة الشباب والرياضة : مبادرة بكرة ديجيتال، القاهرة، ٢٠٢١ م.
- ٧ يحيي محمد الحريري : الذكاء الاصطناعي في الرياضة" واقع نعيش ورؤية مستقبل نتوقعه"، مجلة تطبيقات علوم الرياضة، العدد ١١٤ الجزء ٢، كلية التربية الرياضية بنين جامعة الإسكندرية، ٢٠٢٢.

ثانيا المراجع الإنجليزية:

- 8 Adam Metelski : The digital transformation of football clubs based on the example of social media, Poznań University of Economics, in Journal of Education, Health and Sport, May 2022.
,Marcin Leszczyński
- 9 Andrew Barlow, Sathesh Sriskandarajah : Artificial Intelligence "Application to the Sports Industry";2019.
- 10 CAO Yu. LIU : The Values, Difficulties and Countermeasures of Artificial Intelligence Applied in Sports Field.Sports Culture Guide, 2018,(11), 31-35.
Zheng
- 11 Global Sports Innovation Center : Digital Transformation of Sports, June 2019

- 12 **Hidalgo Montañés, Nicolás** : **Digital platforms in the sportech sector: Application in football clubs, Publisher Universitat Jaume I, Date 2022-06, URI, <http://hdl.handle.net/10234/198366>**
- 13 **Konstantinos Koronios a,c Panagiotis Dimitropoulos c , Antonios Travlos c** : **Online technologies and sports: A new era for sponsorship, Journal of High Technology Management, 2020**
- 14 **Kristin V, & Sven P, & Uwe H** : **Barriers to digital transformation in manufacturing: development of a research agenda: Proceedings of the 25nd Hawaii International Conference on System Sciences, January 2019, 4937-4946**
- 15 **Marcela Garza Segovia, Chris Kennet** : **Digitalization and Sports Sponsorship Strategy, International School of Commerce and Digital Economy, La Salle Ramon Llull University, Barcelona, September 30, 2021.**
- 16 **Qiyu Pu** : **The Effects of Artificial Intelligence on Competitive Sports The Effects of Artificial Intelligence on Competitive Sports, Clark University, School of Professional Studies Master's Paper, 2021**
- 17 **Samuel Sandsten** : **The relationship between fans and sport clubs during the COVID-19 pandemic, Luleå University of Technology Institution of Business Administration, Technology and Social Sciences, 2021.**
- 18 **Satish Nambisan** : **Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship Volume 41, Issue 6 <https://doi.org/10.1111/etap.12254>**
- 19 **Shiqing Wei, Puquan Huang, Rui Li, Zhiguo Liu, and Yuepei Zou** : **Exploring the Application of Artificial Intelligence in Sports Training, China, Volume 2021, Article ID 4658937, 8 pages, <https://doi.org/10.1155/2021/4658937>**
- 20 **WANG Sheng** : **Ethic Predicament and Philosophical Interpretation of Elite Sport in an Age of Artificial Intelligence. Journal of Shanghai University of Sport, 2018, 42(4), 56-61**
ثالثا شبكة المعلومات:

ملخص البحث

النظم البيئية الرقمية للأندية الرياضية المصرية

إسم الباحث / عادل صبحى عبد الحميد حوته

يهدف البحث إلي وضع تصور لنظام بيئي رقمي للأندية الرياضية المصرية تماشيا مع رؤية مصر ٢٠٣٠ للتحول الرقمي، إستخدم الباحث المنهج الوصفي لملائمته لتحقيق هدف البحث وطبيعة إجرائه، تكونت العينة الأساسية للبحث من (٢٨٤) من أعضاء مجالس الأندية الرياضية المصرية يهدف البحث إلي وضع تصور لنظام بيئي رقمي للأندية الرياضية المصرية، قام الباحث بتصميم وإعداد إستمارة الإستبيان لتكون هي الأداة الرئيسية لجمع البيانات بالبحث، ثم قام الباحث بتطبيق إستمارة الإستبيان النهائية علي عينة البحث الأساسية في الفترة من (١٠/١/٢٠٢٢ إلى ١٧/١١/٢٠٢٢)، وكانت أهم النتائج التوصل إلي تصور بيئي رقمي للأندية المصرية من خلال الرؤية الشاملة، الأماكن الذكية، مشاركة المعجبين، أداء الفريق والرياضي، رؤية الأعمال والإنتاجية و الرياضات الالكترونية والأدوات والأجهزة الالكترونية، ويوصي الباحث أن يتم تطبيق إستراتيجية للتحول الرقمي للأندية الرياضية المصرية و يوضع هذا التصور محل إهتمام عند تطبيق إستراتيجية التحول الرقمي للأندية الرياضية المصرية.

Research Summary

Digital ecosystems for Egyptian sports clubs

The researcher's name is Adel Sobhy Abdel Hamid Hawata

The research aims to develop a vision of a digital ecosystem for the Egyptian sports clubs in line with Egypt's 2030 vision for digital transformation. The researcher used the descriptive approach to suit it to achieve the goal of the research and the nature of its conduct. digital for Egyptian sports clubs, the researcher designed and prepared the questionnaire form to be the main tool for collecting data in the research, then the researcher applied the final questionnaire form to the basic research sample in the period from (10/1/2022 to 11/17/2022), and the most important results were Reaching a digital environmental vision for the Egyptian clubs through the comprehensive vision, smart places, fan participation, team and sports performance, vision of business and productivity, electronic sports, electronic tools and devices, and the researcher recommends that a strategy be implemented for the digital transformation of Egyptian sports clubs, and this perception is of interest. When applying the digital transformation strategy for Egyptian sports clubs.