



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف المسيلة
معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية



الرقم التسلسلي:.....
الرمز:.....

القسم: الإدارة والتسيير الرياضي
الشعبة: إدارة وتسيير رياضي
التخصص: تسيير المنشآت الرياضية و الموارد البشرية

مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة
ماستر أكاديمي

أهمية الموقع والبريد الإلكتروني في نجاح المؤسسة الرياضية
- دراسة ميدانية بمديرية الشباب والرياضية بالمسيلة-

إشراف الأستاذ:
الدكتور: مجادي راجح.

إعداد الطالب:
شريد كمال.

السنة الجامعية: 2023/2022

شكر

الحمد لله الذي لا ينتهي إليه حمد الحامدين ولديه يزيد
شكر الشاكرين، الحمد لله الذي خلق الإنسان وعلمه البيان
والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء المرسلين سيدنا محمد
وعلى آله وصحبه أجمعين.

أتقدم بجزيل الشكر وبأسمى معاني التقدير والاحترام إلى
الأستاذ الدكتور " مجادي رابح "

الذي كان لي عوناً و خير دليل و الذي لم يبخل علي
بتوجيهاته و نصائحه و أتقدم كذلك بالشكر والعرفان
إلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد لإعداد
هذه المذكرة سواء أساتذة أو زملاء.

إهداء

بسم الله و الصلاة و السلام على خير خلق الله
أما بعد:

أهدي ثمرة هذا العمل إلى الوالدين العزيزين
الذنان كانا سبب وجودي و تعليمي.

إلى زوجتي وأولادي إلى إخوتي و أخواتي الكرام
إلى كل الأهل و الأقارب والأصدقاء دون استثناء.

قائمة المحتويات

	الشكر والتقدير الإهداء قائمة المحتويات قائمة المحتويات قائمة الجداول مقدمة
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	
13	تمهيد
14	الإشكالية
15	فرضيات الدراسة
15	أهداف الدراسة
15	أهمية الدراسة
15	تحديد المفاهيم
17	الدراسات السابقة
19	التعليق عن الدراسات السابقة
19	مميزات الدراسة الحالية
الفصل الثاني الموقع والبريد الإلكترونيين	
21	تمهيد
22	نشأة وتطور المواقع الإلكترونية
23	أهمية المواقع الإلكترونية
23	خصائص المواقع الإلكترونية
24	وظائف المواقع الإلكترونية
25	مكونات ومواصفات المواقع الإلكترونية
27	عملية بناء موقع إلكتروني لمؤسسة
29	عوامل نجاح الموقع الإلكتروني
31	تعريف البريد الإلكتروني
31	خدمات البريد الإلكتروني
32	أساسيات عمل بريد إلكتروني
32	إيجابيات البريد الإلكتروني
33	عيوب البريد الإلكتروني
33	أهمية البريد الإلكتروني
34	خلاصة
الفصل الثالث: المؤسسة الرياضية	
36	تمهيد
37	ماهية المؤسسة
37	المؤسسات الرياضية
38	أنواع المؤسسات الرياضية
39	المستفيدين أو العملاء في المؤسسة الرياضية
39	مديرية الشباب والرياضة

43	خلاصة
الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة	
45	تمهيد
46	الدراسة الاستطلاعية
46	المنهج المستخدم
47	متغيرات الدراسة
47	مجتمع وعينة الدراسة
47	أدوات جمع البيانات والمعلومات
48	الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة
49	الأدوات الإحصائية المستخدمة في الدراسة
50	إجراءات التطبيق الميداني
51	خلاصة
الفصل الخامس: عرض النتائج ومناقشتها	
53	تمهيد
54	تحليل ومناقشة نتائج الفرضية الأولى
59	تحليل ومناقشة نتائج الفرضية الثانية
64	مناقشة النتائج على ضوء فرضيات الدراسة
65	استنتاجات عامة
65	الاقتراحات والتوصيات
66	الآفاق المستقبلية
68	الخاتمة
70	قائمة المصادر والمراجع
75	الملاحق

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يبين نتائج معامل الثبات الفا كرونباخ	48
02	يبين نتائج الاستبيان المتعلقة بالفرضية الأولى	54
03	يبين نتائج الاستبيان المتعلقة بالفرضية الثانية	59

الملخص باللغة العربية

تهدف هذه الدراسة إلى أهمية الموقع و البريد الإلكتروني في نجاح المؤسسة الرياضية وقد اخترنا مديرية الشباب والرياضة بالمسيلة لتكون محل دراسة، حيث قمنا من خلال هذه الدراسة بمعالجة إشكالية الموضوع المتمثلة في: "هل للموقع والبريد الإلكتروني أهمية في نجاح المؤسسة الرياضية؟"

اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي وقد تمثلت الأداة التي استعملناها في الاستبيان الذي تم توزيعه على أفراد العينة المتمثلة في 30 موظف في مديرية الشباب والرياضة بالمسيلة بعد استبعاد أفراد العينة الاستطلاعية والمقدر عددهم ب 5 أفراد.

كشفت لنا هذه الدراسة أن للموقع والبريد الإلكتروني أهمية في نجاح المؤسسة الرياضية

الكلمات المفتاحية: الموقع الإلكتروني ، البريد الإلكتروني ، المؤسسة الرياضية.

Abstract in English

This study aims to highlight the importance of the website and e-mail in the success of the sports institution. We chose the Directorate of Youth and Sports in M'Sila to be the subject of the study. Through this study, we addressed the problematic issue of the topic: “Are the website and e-mail important in the success of the sports institution?”

In our study, we relied on the descriptive analytical approach. The tool we used was the questionnaire that was distributed to members of the sample, represented by 30 employees in the Youth and Sports Directorate in M'sila, after excluding the members of the exploratory sample, which was estimated at 5 individuals.

This study revealed to us that the website and e-mail are important in the success of the sports institution

Keywords: website, email, sports institution.

مقدمة

شهد العصر الحديث تغيرات في مختلف جوانب الحياة الإنسانية، وكان للتطورات التكنولوجية المتسارعة وتقدم وسائل الاتصالات وتقنية المعلومات دور بارز في هذه التطورات، فظهور شبكة الانترنت والتوسع الهائل في استخدام الشبكات الالكترونية في شتى المجالات، أدى ذلك إلى التحول من الأساليب التقليدية في إنجاز الأعمال إلى الأساليب الالكترونية.

فالتكنولوجيا الاتصال تعتبر بشكلها العام تمتاز بدورها في نجاح أي عمل، فهي عملية إنسانية تستهدف التعاون والتنسيق من الجهود البشرية بالشكل الذي يمكنها من استغلال ما لديها من إمكانيات، وما يتوفر لديها من وسائل وتقنيات حديثة لتحقيق أهداف محددة بأقل جهد ووقت وتكلفة وأصبح ينظر إليها، وإلى جهود الإداريين وفعاليتهم على أنها من أهم العوامل التي تساهم في تقدم المجتمعات أو فشلها فقد ثبت نجاح أي مشروع يتوقف بالدرجة الأولى على نوعية تكنولوجيا الاتصال تسوده، الأمر الذي أدى إلى اعتبار التقدم التكنولوجي معياراً يعتمد به للحكم على تقدم الأمم ورفيها، وحتى تحقق المنظمة ثمارها فإنها تحتاج إلى تكنولوجيا اتصال تنظم نشاطها وتنسق جهود أفرادها من أجل تحقيق الأهداف المرجوة.

إن الموقع والبريد الالكترونيين تعد من المتطلبات الحديثة لمجارات التطورات الكبرى في الوسائط الالكترونية من أجل بنية العمل، ولذلك من الضروري من المؤسسات الرياضية أن تعطي أهمية كبيرة وخاصة للموقع والبريد الالكترونيين وذلك باعتبار أن المؤسسة فضاء تفاعلي يربط بين الأفراد ويضمن تواصلهم من خلال توفير الخدمات التي تغطي متطلباتهم باستخدام الموقع والبريد كوسيط يربط بينهما وبين زبائنهم فهي تعتمد عليها للتعريف بخدماتها وتقديم عروضها وأهم المستجدات، في نشاطاتها حيث يعتبر الموقع والبريد من أهم الخدمات التي وفرتها الانترنت لممارسة العلاقات العامة، إذ تعتبر الخدمات والمزايا التي توفرها من بين الأفضل التي جاءت بها شبكات الانترنت.

حتى أصبح الموقع والبريد الالكترونيين للمؤسسة الرياضية من بين أهم منابر الاتصال التي يستخدمها الجمهور للحصول على المعلومات من طرف المؤسسات الرياضية، بالإضافة إلى إيصال أهدافها ورسائلها إلى الجمهور و المحافظة على قدراتها على البقاء والنمو في المجتمع وسعيها إلى تأييد الجمهور وتحقيق النجاح.

ومن هذا المنطلق فإن هذه الدراسة تتناول أهمية الموقع والبريد الالكترونيين التي تعتبرها العديد من المؤسسات مفتاح الحصول على المعلومات بما يخدم نجاحها ومن خلال دورهما في تنظيم العمل في المؤسسات الرياضية وبهذا قمنا بتقسيم بحثنا إلى فصول.

حيث تناولنا في الفصل الأول الإطار العام للدراسة من خلال استعراض المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بالبحث واستخراج الإشكالية وكيفية صياغتها والتساؤلات الجزئية وكذا تحديد فرضيات وأهداف الدراسة وتوضيح أهمية الدراسة والدراسات السابقة.

الفصل الثاني: تمثل في الخلفية النظرية وتحدثنا من خلاله عن الموقع والبريد الالكترونيين.

الفصل الثالث: تحدثنا فيه عن المؤسسات الرياضية.

الفصل الرابع: والمتمثل في الإجراءات الميدانية للدراسة، وقد تم فيه إجراء الدراسة الاستطلاعية، تحديد المنهج المتبع ومتغيرات الدراسة وتحديد عينة البحث وكيفية اختيارها من مجتمع الدراسة وكذا الأدوات والتقنيات المستخدمة.

الفصل الخامس: والذي خصصناه في عرض النتائج وتفسيرها وتم من خلالها تحليل النتائج المتحصل عليها ومناقشة الفرضيات استنتاجات واقتراحات، تم من خلالها عرض النتائج المحققة وقدمت فيه بعض الاقتراحات.

الفصل الأول : الإطار العام للدراسة.

تمهيد.

- (1) الإشكالية.
- (2) فرضيات الدراسة.
- (3) أهداف الدراسة.
- (4) أهمية الدراسة.
- (5) تحديد المفاهيم.
- (6) الدراسات السابقة.
- (7) التعليق عن الدراسات السابقة.
- (8) مميزات الدراسة الحالية.

تمهيد:

يعد هذا الفصل من بين الخطوات المهمة للقيام بالبحث العلمي، وذلك بتوضيح الجوانب الأساسية لموضوع الدراسة التي لا بد أن تنطلق من فكرة تتحدد من خلالها الإشكالية وتبنى على أساسها الفروض إضافة إلى تحديد أسباب اختيار الدراسة وأهميتها وكذا الأهداف المرجوة تحقيقها، ولا ننسى ضرورة تحديد المفاهيم التي تسمح بإدراك ما يقصد به بالمفاهيم التي قد تم تناولها في هذه الدراسة، إضافة إلى الدراسات السابقة والتعليق عليها، ويمكن التأكد منها من خلال البحث الميداني عن طريق الممارسة.

1) الإشكالية:

شهدت المنظمات اليوم إلزامية النظر بشكل جيد إلى أهمية التغيير والتطوير ومواكبة التقدم العلمي بصفة عامة والتقدم التقني بصفة خاصة، إذا أرادت الاستمرار والبقاء يجب عليها أن تكون سباقة لاكتشاف ومعرفة الجديد، من خلال ظهور قيم جديدة ومعايير حديثة للعمل يعد من أبرز سمات العالم المعاصر (ماهر أحمد، 2007، ص 28).

وتجدر الإشارة إلى أن المرتكز في هذا كله أن تهتم المنظمات بالمعرفة وتطويرها والعمل على توظيفها ونشرها وجعلها متاحة لجميع العاملين، والاعتماد عليها في رسم السياسات وصنع القرارات وأن تكون الأساس والقاعدة لجميع أعمال المنظمة وخططها وأنشطتها، وخاصة قرارات عالمتنا المعاصر

والتي تحكم على المنظمات تسريع عجلة التطوير وعدم توقفها لتمتلك القدرة على المنافسة ومن أبرز السمات والمعايير الحديثة للعمل الإداري، والتي تعد أحد نتائج الثورة التقنية في عالمنا الحاضر الموقع والبريد الإلكترونيين، إذا أنها تعد مدخلا معاصرا لتطوير وتحديث المنظمات ومواجهة مشكلات الإدارة التقليدية لديها، وتضمن تحقيق العدالة والدقة والشفافية عند تنفيذ الأعمال والمعاملات المختلفة.

لذلك من الضروري على المؤسسات والإدارات خاصة الرياضية منها أن تعمل على التحول إلى العمل بالطريقة الحديثة، عن طريق الموقع والبريد الإلكترونيين التي توفر لها العديد من المزايا وتحقق لها السرعة والفاعلية في الأداء.

وللعمل بهذه الطريقة الحديثة يجب أن تكون معرفة ومهارات تستدعي مرونة عالية في السلوك واستعداد ذلك للتعلم لدى العاملين والمديرين في المنظمة، حيث يؤدي ظهورها إلى نقل نوعية في أداء الأعمال وتقديم الخدمات للمواطن وتقريبه للإدارة والقضاء على الحواجز والمعوقات التي تواجهه أثناء عمله وتسهيل عملية المشاركة في التأطير والتدريب وخلق فرص عمل جديدة، قادرة على المنافسة وفي احتضان المنافسات الكبرى وتنشيط كافة أطراف المجتمع، الكل يتابع ويطلع على المستجدات الجديدة من خلال المواقع والبريد الإلكترونيين.

ولهذا شكلت ضغط على المنظمات وبضرورة سرعة التحول في أداء أعمالها وتقديم خدماتها من الأسلوب التقليدي إلى الأسلوب الحديث، خاصة مديريات الشباب والرياضة التي لها تعاملات مع مختلف فئات المجتمع وعلى رأسها فئة الشباب التي تنشط في العديد من النشاطات ومما يسبب لها ضغوطات وصعوبة في التواصل مع الجميع وعلى ظل ما سبق نطرح التساؤل العام التالي:

- هل للموقع والبريد الإلكترونيين أهمية في نجاح المؤسسة الرياضية؟.

ويمكن طرح بعض التساؤلات الجزئية:

- هل يساهم الموقع والبريد الإلكترونيين في نجاح المؤسسة الرياضية؟.

- هل يسهل الموقع والبريد الإلكترونيين في التعامل داخل وخارج المؤسسة الرياضية؟.

فرضيات الدراسة:

الفرضية العامة:

- للموقع والبريد الإلكترونيين أهمية في نجاح المؤسسة الرياضية.

الفرضيات الجزئية:

- يساهم الموقع والبريد الإلكترونيين في نجاح المؤسسة الرياضية.

- يسهل الموقع والبريد الإلكترونيين في التعامل داخل وخارج المؤسسة الرياضية.

(3) أهداف الدراسة: تكمن أهداف هذه الدراسة في إبراز إسهامات تطبيق الموقع والبريد الإلكترونيين بمديرية الشباب والرياضة في :

- التعرف على مساهمة الموقع والبريد في نجاح المؤسسة الرياضية.

- التعرف على سهولة التعامل بواسطة الموقع والبريد الإلكترونيين داخل وخارج المؤسسة الرياضية.

(4) أهمية الدراسة:

تكتسي الدراسة أهمية من خلال:

- تعزيز الجانب التقني وزيادة الثورة المعرفية في المجتمع.

- وضع تصور لأهمية استخدام الموقع والبريد الإلكترونيين مبنية على دراسات ومعطيات مستقبلية لنتائج توظيف هذه التكنولوجيا.

- زيادة فرص التعلم والتكوين للجميع والحصول على مؤهلات ودرجات علمية.

5) تحديد المفاهيم:

تعتبر المفاهيم التي يستعملها الباحث لغة أساسية في أي دراسة، ومن ثم فإن ما يعاني منه الباحث في هذه الدراسات هو تداخل المصطلحات، ولذا يجب تحديد المصطلحات منذ بداية البحث تحديدا جيدا دقيقا حتى يتسنى له فهم الظاهرة التي يدرسها فهما حقيقيا، ومن هنا يمكن تحديد وتوضيح المصطلحات التي وردت في موضوع الدراسة.

5-1- الموقع الإلكتروني:

اصطلاحا: متعرف بمجموعة صفحات إلكترونية مرتبطة مع بعضها البعض يمكن مشاهدتها والتفاعل معها عبر برامج حاسوبية تدعى المتصفحات كما يمكن عرضها بواسطة الهواتف النقالة عبر تقنية نظام التطبيقات اللاسلكية، وهذه الصفحات موجودة فيما يسمى بال خادم (فطوم لطرش، 2004، ص 56).

وعرفها "كايتل" بأنها: موقع إلكتروني في جغرافيا الفضاء ضمن الشبكة العالمية (WWW) والذي يحتوي على نصوص وصور وأصوات ورسوم وفيديو...

إجرائيا: هي مجموعة مصادر للمعلومات متضمنة في وثائق متمركزة في الحسابات والشبكات حول العالم.

5-2- البريد الإلكتروني:

اصطلاحا: يعد البريد الإلكتروني من آخر الخدمات البريدية التي ظهرت في عالم الاتصالات ونقل الوثائق، وهو من أكثرها تطورا نظرا لما يمتاز به من سرعة الإرسال وسهولة الاستعمال، ويقصد بالبريد الإلكتروني: استخدام شبكات الحاسب الآلي في نقل الرسائل بدلا من الوسائل التقليدية حيث يخصص لكل شخص صندوق بريد إلكتروني خاص به، وهذا الصندوق عبارة عن ملف وحدة الأقراص الممغنطة التي تستخدم في استقبال الرسائل (بشار محمود دودين، 2006، ص 26).

إجرائيا: يعد البريد الإلكتروني أحد أكثر مميزات الانترنت استخداما إلى جانب الويب الذي يسمح لك بإرسال واستقبال الرسائل والمعلومات من وإلى أي شخص لديه عنوان بريد إلكتروني أو عدة أشخاص وفي وقت واحد وأين ما كانوا في العالم.

5-3- المؤسسة الرياضية:

اصطلاحا: في كل جماعة ذات تنظيم مستمر تتألف من عدة أشخاص طبيعيين واعتباريين، ويكون الغرض منها تحقيق الرعاية للشباب وإتاحة الظروف المناسبة لتنمية قدراتهم، وذلك عن طريق توفير الخدمات الرياضية والتفويمية والاجتماعية والروحية والصحية والترفيهية في إطار السياسة العامة للدولة (عصام بدوي، 2001، ص 379)

إجرائيا: هي تكوين اجتماعي يرتبط بالمجال الرياضي كمهنة وصناعة تحديد أهدافها بطبيعة الأنشطة ومؤسسات المجتمع الأخر.

5-4- مديرية الشباب والرياضة:

اصطلاحا: هي مؤسسة عمومية نشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 234/90 المؤرخ في 28 جويلية 1990 في الجريدة الرسمية العدد 32 الذي يحدد قواعد تنظيم مصادر ترقية الشباب بالولاية وعملها.

بعدها جاء مرسوم تنفيذي يعدل في تسمية المديرية وهو المرسوم التنفيذي 283/93 المؤرخ في 23 نوفمبر 1993 والمتضمن تغيير تسمية مصالح ترقية الشباب في الولاية إلى مديرية الشباب والرياضة بعد التقسيم الإداري الجديد الخدمي، وذلك نظرا لأهميتها في المساهمة في تنشيط الميدان الرياضي والشبابي وأيضا قد ساهمت المديرية في ترقية النشاطات الرياضية والشبابية داخل مناطق الولاية وحتى من خارج الولاية، من خلال تبادل النشاطات الرياضية مع ولايات أخرى بحيث نجدها تعتمد في نشاطاتها على عدة مصالح تابعة لها، وكل مصلحة متخصصة في مجال معين ويتمثل نشاط المديرية أساسا في متابعة النوادي الرياضية والرابطات وتحسين أداء النوادي الرياضية وكذا النشاطات الشبابية والمتابعة الميدانية لها، وتتعامل المديرية مع مختلف مؤسسات الدولة كالولاية التي تكون محور إنشاء الأندية والجمعيات والمساعدات المالية لها، وكذا إعداد التقارير وإرسالها إلى وزارة الشباب والرياضة بحيث هذه التقارير التي تمكن الوزارة من تقييم النشاط الشبابي والرياضي للولاية ومنه الدعم المادي والمعنوي للمديرية والهدف من ذلك مضاعفة النشاطات (دومي عبد الوهاب، 2006، ص 04).

إجرائيا: هي هيئة عمومية تابعة لوزارة الشباب والرياضة حيث يشرف عليها مدير تنفيذي ومكونة من عدة مصالح وتعمل على ترقية الحركات الجمعوية للشباب والرياضة في شتى المجالات.

6- الدراسات السابقة:

6-1- الدراسة الأولى: دراسة عبد الله بن عبد المعين الحازمي (2002) بعنوان استخدام الحاسب الآلي في العمل الإداري بإمارة منطقة المدينة، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي من خلال الأسلوب المسحي مستخدما الاستبيان كأداة للدراسة وبعد تجميع البيانات توصل الباحث إلى النتائج التالية:

- استخدام الحاسب الآلي في العمل الإداري بدرجة كبيرة يساعد على إتاحة الهيكل التنظيمي فرص لنمو والترقية لمستخدمي الحاسب الآلي.

- استخدام الحاسب الآلي في العمل الإداري بدرجة كبيرة يقلل الشعور بالخوف من كثرة الأعمال الموكلة إليهم.

- استخدام الحاسب الآلي في العمل الإداري بدرجة كبيرة يزيد من خبرات متخصصة في الحاسب الآلي.

6-2- الدراسة الثانية: دراسة محمد زحاف (2012) التسويق الإلكتروني في الأندية الرياضية الجزائرية، تهدف هذه الدراسة إلى معرفة ما مدى استخدام التسويق الإلكتروني كمدخل لتطوير نظم المعلومات التسويقية في المؤسسات الرياضية، وكذلك إبراز أهم الخدمات التي يوفرها التسويق الإلكتروني من الناحية الشكلية والجوهرية في المؤسسات الرياضية، وكذا الوقوف على حقيقة الموارد البشرية المتخصصة في مجال التسويق الإلكتروني لدى المؤسسات الرياضية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي وطبق على عينة مكونة من 15 إداري بطريقة مقصودة لثلاث نوادي محترفة بالجزائر مستخدما الاستبيان كأداة للدراسة وبعد تجميع البيانات توصل الباحث إلى النتائج التالية:

- توفر المؤسسات الرياضية على تكنولوجيا المعلومات والاتصال وحرصها على توفير موقع إلكتروني على شبكة الإنترنت.

- الدور الهام الذي يلعبه التسويق الإلكتروني في الترويج والإشهار بالمنتجات من قبل المؤسسات في السوق الرياضي.

- أن المؤسسات الرياضية تتمتع بمهارات ومؤهلات ولكن بشكل متوسط وبالتالي الحد من تطور تطبيق التسويق الإلكتروني لدى المؤسسات الرياضية.

3-6- الدراسة الثالثة: دراسة بن عبد الكريم (2014) مدى توفير الإمكانيات لتطبيق الإدارة الإلكترونية في المؤسسة الرياضية، بحيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى إمكانية تطبيق الإدارة الإلكترونية في المؤسسة الرياضية، ومن خلال معرفة الإمكانيات البشرية والمادية والتقنية المتوفرة في المؤسسات الرياضية لتطوير الإدارة الإلكترونية، وكذا تحديد وعي العاملين لخصائص ومزايا الإدارة

الإلكترونية ومعرفة أهم المبررات التي تدعو إلى التحول للعمل بالإدارة الإلكترونية، واستخدام الباحث للمنهج الوصفي الذي طبق على عينة بلغت 25 موظف والتي أختيرت بطريقة عشوائية مستخدما الاستبيان كأداة لقياس الدراسة وبعد جمع البيانات توصل الباحث إلى النتائج التالية:

- توفر الإمكانيات المادية لتطبيق الإدارة الإلكترونية في المؤسسات الرياضية.
- توفر الإمكانيات البشرية لتطبيق الإدارة الإلكترونية في المؤسسات الرياضية.
- توفر الإمكانيات التقنية لتطبيق الإدارة الإلكترونية في المؤسسات الرياضية.

4-6- الدراسة الرابعة: دراسة جودي ساجية (2014) بعنوان دور تفعيل تطبيق الإدارة الإلكترونية في تنظيم البطولات والمنافسات، وتهدف هذه الدراسة إلى محاولة تسليط الضوء على دور تفعيل تطبيق الإدارة الإلكترونية في تنظيم البطولات والمنافسات الرياضية واستخدام الباحث للمنهج الوصفي التحليلي الذي طبق على عينة قصدية مكونة من 30 فردا، مستخدما الاستبيان كأداة للدراسة، وبعد جمع البيانات الباحث إلى النتائج التالية:

- الانترنت تستخدم بشكل كبير في تنظيم البطولات والمنافسات الرياضية وذلك بالاعتماد عليها في التوصيات والبحث عن المعلومات والبيانات.
- تساهم الانترنت في التنظيم الجيد للبطولات والمنافسات الرياضية وذلك عن طريق تكثيف الرقابة الإلكترونية.

(7) التعليق عن الدراسات السابقة:

من خلال مناقشة الدراسات السابقة وجد أن بعض الدراسات تناولت الإدارة الإلكترونية أو المؤسسات الرياضية كأحد متغيرات الدراسة وذلك بهدف الكشف عن أبعادها وعناصرها وتأثيرها على بعض المتغيرات الإدارية الأخرى باستقراء الدراسات السابقة تتضح لنا عدة أبعاد وهي على النحو التالي:

- قلة الدراسات المتعلقة بتطبيق دراسة الموقع والبريد الإلكترونيين في المؤسسات الرياضية.
- ركزت بعض الدراسات على دراسة الإدارة الإلكترونية عامة ولا توجد دراسات اهتمت بدراسة الاتجاهات نحو تطبيق استخدام الموقع والبريد الإلكترونيين في المؤسسة الرياضية.
- اختلفت الأهداف التي سعت إليها الدراسات السابقة إما بسبب اختلاف الموضوعات أو بسبب اختلاف مجتمع الدراسة ما أدى إلى وجود نتائج متفاوتة.
- جل الدراسات استخدمت المنهج الوصفي وأساليب إحصائية متعددة لتحليل وتفسير البيانات وذلك لاختلاف مواضيع وأهداف الدراسات.

وتختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في ما يلي:

- اختلفت الأهداف التي سعت إليها الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة وذلك باختلاف الموضوع واختلاف مجتمع الدراسة.

- كما تختلف في المجال الزماني والمكاني عن الدراسات السابقة التي أجريت في الفترة الزمنية من 2002 إلى 2014 بحيث أن هذه الدراسة ستكون في 2023/2022.

(8) مميزات الدراسة الحالية:

تتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في كونها الأولى من نوعها التي نبحث عن أهمية استخدام الموقع والبريد الإلكترونيين في نجاح المؤسسة الرياضية بمديرية الشباب والرياضة بالمسيلة وقد هدفت إلى استخدام المنهج الوصفي واستخدام أدوات الدراسة المتمثلة في الاستبيان وكذلك تهدف إلى الخروج بتوصيات تساهم في نشر الوعي باستخدام الموقع والبريد الإلكترونيين في المؤسسات الرياضية.

الفصل الثاني: الموقع والبريد الإلكترونيين

تمهيد.

أولاً: الموقع الإلكتروني.

- (1) نشأة وتطور المواقع الإلكترونية.
- (2) أهمية المواقع الإلكترونية.
- (3) خصائص المواقع الإلكترونية.
- (4) وظائف المواقع الإلكترونية.
- (5) مكونات ومواصفات المواقع الإلكترونية.
- (6) عملية بناء موقع إلكتروني لمؤسسة.
- (7) عوامل نجاح المواقع الإلكترونية.
- (8) أسباب فشل المواقع الإلكترونية.

ثانياً: البريد الإلكتروني.

- (1) تعريف البريد الإلكتروني.
- (2) خدمات البريد الإلكتروني.
- (3) أساسيات عمل بريد إلكتروني.
- (4) إيجابيات البريد الإلكتروني.
- (5) عيوب البريد الإلكتروني.
- (6) أهمية البريد الإلكتروني.

خلاصة.

تمهيد:

لقد أضحت اليوم الانترنت هي شريان حياة المؤسسات والتي بدورها يلجأ إليها المستخدمين لتلبية حاجياته المختلفة، ففضل ما تتيحه من تطبيقات وخدمات اختصرت العالم بمجرد ول إليها، فيعتبر الموقع والبريد الإلكترونيين أحد أهم الخدمات التي تقدمها الانترنت، حيث يتنوع ويتعدد الموقع والبريد الإلكترونيين على حسب الهدف منها أو طبيعة تصميمها، إذ أنه هناك مجموعة من الخطوات والمراحل التي تمر بها عملية بناء الموقع والبريد بالإضافة إلى أن هذا الموقع والبريد لها عوامل نجاح وفشل، وهذا ما سنعرضه في هذا الفصل.

أولاً: الموقع الإلكتروني.

1) نشأة وتطور المواقع الإلكترونية :

تبدأ أصول الانترنت منذ الحرب الباردة وإطلاق المركبة السوفيتية (سبوتنيك) عام 1957 وكانت الحكومة الأمريكية مهتمة بذلك ونتيجته بدأت الحكومة الأمريكية بوكالة مشروعات البحث المتقدمة (arpa) حتى تسعى في أبحاث الدفاع والأشياء الخاصة به، وفي عام 1969 أنشئ مشروع لوزارة الدفاع الأمريكية بعرض ربط أربعة من الجامعات بشبكة (الأربادات) كمشروع تجريبي لاستغلال القدرات الحاسوبية للكمبيوترات المتوفرة في تلك الجامعات مع ربطها بالأبحاث المعمول بها في ذلك العرض، وفي عام 1972 كان أول عرض لشبكة (الأربادات) في مؤتمر واشنطن واخترع البريد الإلكتروني وأرسلت أول رسالة على الأربادات)، وفي عام 1973 تمت إضافة النرويج وإنجلترا إلى الشبكة، وفي عام 1979 ظهرت خدمة شبكة المستخدمين (use net) ومن ثم ظهرت الفكرة لاستغلال ذلك النظام بخصوصية وفي عام 1983 تم العمل بربط الشبكات بنظام حاسوبي اخترعه طالب تلك الجامعات

واستعانوا بالمهندسين العاملين في مجال الاتصال، وفي عام 1985 انطلق أول شركة كمبيوتر تسجل ملكية خاصة بها، وفي عام 1986 أنشأت مؤسسة العلوم العالمية شبكتها الأسرع (tnsfne) مع ظهور بروتوكول نقل الأخبار الشبكية.

وفي عام 1990 تطورت الشبكة العنكبوتية العالمية (www) وفي عام 1993 تم تطوير متصفح مواردك و تم تبعة برنامج "تسكيب" و"إكسبلورر"، وفي عام 1995 اتصل بشبكة الانترنت 6000000 جهاز و 50000 شبكة وأصبحت كلمة انترنت وويب متداولة عبر العالم، وزاد اهتمام الناس بتلك الصفحة وتم تسميتها بالإنترنت، ولهذا نجد أن الشبكة العنكبوتية قد ظهرت في هذا القرن أي أنها حديثة عهد ومن مصطلحات ذلك الانترنت. (مشيب ناصر محمد آل زيان، 2011، ص 20، 22).

وارتبط تطور المواقع الالكترونية بمختلف التطبيقات والبرامج والخدمات إلى وفرتها الانترنت بالموازاة مع تطور هذه الخدمات وسرعة تطور البرامج المتعلقة بتصميمها حيث يمكن تقسيم هذه المراحل إلى أربعة أجيال وهي :

الجيل الأول: هي مواقع خطية تتكون صفحاتها من نصوص وصور ثابتة.

الجيل الثاني: ظهرت سنة 1995 من طرف شركة Netscape) واستخدمت لغة النص الفائق (html) وهي شبيهة بمواقع الجيل الأول إلا أنها استخدمت لغة الأزرار بدلا من النصوص بالإضافة إلى استخدام أشرطة العناوين.

الجيل الثالث: يركز على التصميم ولا يهتم بالمهارات النقدية واستخدامات الصور بشكل مكثف لهدف جذب الزبائن كما تطورت بعض البرامج الخاصة بالتصميم ومعالجة الصور.

الجيل الرابع: ظهرت المواقع ذات المحتوى الديناميكي والمرتبطة بقواعد البيانات وأصبح يتعدى كونه وسيلة إخبارية إلى قناة توزيع حديثة و تقليدية لتبادل المعلومات بين مختلف الأطراف (سهام موسى 2008/2007، ص50، 51) -

(2) أهمية المواقع الإلكترونية :

يمثل الموقع الإلكتروني أهمية بالغة وفائدة كبيرة فهو يمثل حلقة الوصل بين المتلقي وكثير من المؤسسات والشركات.

- تقديم الكثير من الخدمات والتسهيلات وتوفير الوقت والجهد للكثير من المراجعين.

- يمثل أهمية كبيرة في انجاز المعاملات وتسهيل الإجراءات

- يمثل الجانب المعرفي والمعلومات لتزويد المتلقي، لذا تم الاهتمام بهذا الجانب من حائل اختيار التصميم التقنية الجيدة والعمل على إظهار الموقع بطريقة سهلة ومريحة للمتلقي.

- تقديم المعلومات بشكل مجاني، وذلك من حائل المواقع الموسوعية والمواقع المتخصصة بأنواع معينة من العلوم والمعارف المتعددة، حيث تمكن مختلف الأفراد على الحصول على المعلومة بسهولة.

- المساهمة في توطيد العلاقات من خلال المنتديات أو مواقع التعارف.

- حل جميع المشاكل المترتبة عن ضيق الوقت وقلة المال (حسن نصر الدين ، 2008 ، ص61)-

(3) خصائص الموقع الإلكتروني:

❖ أن يكون تصميم الموقع الإلكتروني بسيط وسهل التعامل معه.

❖ أن يتميز الموقع الإلكتروني بوضوح الهدف والخدمات بحيث يستطيع المستفيد منها من معرفة الخدمات التي يقدمها الموقع والاستفادة منه من الصفحة الأولى له.

❖ أن تكون المعلومات المتاحة في الموقع الإلكتروني محددة ومترابطة.

❖ أن يتجاوب الموقع الإلكتروني مع احتياجات المستخدمين وأن يأخذ بعين الاعتبار آرائهم في الموقع وخدماته.

❖ أن تكون واجهة الموقع الإلكتروني متاحة دائما وأن يستوعب أكبر عدد من متلقي الخدمات.

❖ أن يتم استضافة الموقع الإلكتروني من قبل مزود بخدمة يوفر سرعات وسعات تخزين عالية لمحتويات الموقع و أن يمتاز بالاستقرار والموثوقية والحماية من الاختراق.

❖ أن يوفر الموقع محرك بسيط لتسهيل وصول متلقي الخدمة إلى المعلومات داخله.

❖ أن يمتاز بسهولة التصفح وأن يتمكن مستخدم الموقع من الانتقال بين صفحاته بسهولة.

❖ أن يكون عنوان الموقع الإلكتروني سهلا ومختصرا ويعبر عن طبيعة نشاط المنظمة. (اعتدال عبد الله هملان الفقهاء، 2014، ص20، 21، 22).

(4) وظائف المواقع الإلكترونية :

في ظل التغيرات التكنولوجية والتقنية، أصبح اكتساب موقع الويب في بعض المؤسسات وليدة إرادة المسير ورغبته في الظهور دون وعي منه لوظائفه وفعالياته، وحقيقة الأمر إن الوظائف الأساسية للويب

عادة ما تكون مرطبة أو مكملة لبعضها البعض، وهناك بعض المواقع تشمل على عدة وظائف مرة واحدة وهي :

- **الوظيفة التأسيسية:** هي الوظيفة المرتبطة للويب والمتعلقة بالاتصال والتعريف بأنشطة المؤسسة أكثر مما هو مخصص لترويج المنتجات والخدمات والوظيفة التأسيسية يمكن أن يخصص لها موقع ويب خاص أو تكون جزءا من موقع ويب أكثر شمولاً ومن بين مجالات تطبيقها :

أ- عرض نشاط المؤسسة: ويشمل وصف قطاع النشاط ووصف مكان تواجد المؤسسة جغرافياً.

ب- عرض المعلومات المالية للمستثمرين الراغبين في الاستثمار في المؤسسة عن طريق إتاحة تقارير عن أنشطتها.

ج- عرض التربصات أو التوظيف الممكن للمؤسسة أن توفرها لزيائنها، مما يمكنها من حسن معالجة طلبات التوظيف والتربصات ويخلص عليها نفقات الإدخال (**خضر مصباح الطيطي، 2008، ص162، 161**) -

- **وظيفة عرض المنتجات والخدمات:** إن وظيفة عرض المنتجات والخدمات في الوقت الحالي هي الأكثر تواجداً في المواقع التجارية، وهي تسبق مرحلة البيع على الخط، ويرجع لها الفصل في التسويق الإلكتروني، ذلك لأن المتصفح يلجأ إلى مواقع عرض المنتجات والخدمات، للاطلاع على خصائص وسعر تلك الخدمات بعرض الشراء أو مقارنة الأسعار، وبالتالي فإن هذه الوظيفة تساهم في تنوير الزبائن وتحفزهم على الشراء، لكن هذه الوظيفة تتطلب تزويد المنتج أو الخدمة بمعلومات دقيقة، لأن العرض هو بمثابة إشهار وترويج .

- **وظيفة التحويل:** تعني هذه الوظيفة البيع على الخط لمختلف المنتجات والخدمات دون الاهتمام بطريقة التسديد المستخدمة، ولها أهمية نسبية حسب الأهداف المسطرة من طرف المؤسسة، ويمكن حصرها في:

- البيع المباشر حيث يكون الاتصال مباشر مع المستهلك النهائي دون الحاجة إلى شبكة توزيع.

- البيع عن بعد من خلال إنشاء موقع ويب يكون بمثابة وسيلة بيع عن بعد دون الحاجة إلى نشر قوائم البيع .

- الحصول على أسواق جديدة ذلك من خلال اقتحام الانترنت الأسواق الخارجية .

- خفض تكاليف التحويل باعتبار أن استخدام الشبكة في البيع يعتبر أداة لتخفيض التكلفة بالنسبة للبائع أو المشتري.

- **وظيفة تكوين القيمة المضافة:** الأساس في هذه الوظيفة هو استخدام موقع الويب لزيادة قيمة استخدام منتج أو خدمة معينة عن طريق التحديث أو إثراء الخدمة المرطبة به، وتظهر هذه الزيادة خاصة في المنتجات والخدمات المعلوماتية .

- **وظيفة العلامة التجارية:** إن الطريقة المتبعة غالباً في استخدام مواقع الويب لخدمة العلامة التجارية هي تحفيز المتصفح ليعود لزيارة الموقع مرة أخرى فمن خلال الزيارات المتكررة للموقع يمكن غرس العلامة التجارية في ذهن رواد الموقع (**إبراهيم بختي، 2008، ص163، 161**) -

- **وظيفة دعم الزبون:** يعتبر موقع الويب أداة قوية لدعم الزبائن خطياً بالمعلومات والوثائق في شكل استشارات ومساعدة في مختلف الميادين على مدار 24/24 ساعة 7/7 أيام خصوصاً بالنسبة لتلك المؤسسات الكبيرة التي تنشط على مستوى الدولي، حيث يقوم الزبون بتسجيل رقم هاتفه على الويب لتتصل به المؤسسة لاحقاً، لتقديم له المساعدة لحل مشكل متعلق بالمنتج أو الخدمة .

- **وظيفة جمع المعلومات الويب والبريد الإلكتروني:** يعتبر أداة بسيطة وسريعة بيد المستثمرين والعملاء للاستفسار عن منتج أو خدمة معينة، وبالتالي فهو يقوم بجمع المعلومات لتوظيفها في تحسين الأداء، لأن المؤسسة ليس لها اتصال مباشر مع المستهلك بل مع الوسطاء الموزعين من خلال الويب أصبح بمقدورها الاتصال المباشر مع المستهلك (**إبراهيم بختي، 2008، ص169**).

5) مكونات ومواصفات الموقع الإلكتروني:

مكوناته هنالك عدة مكونات لأي موقع إلكتروني للتسويق وهذه المكونات هي :

- **عنوان الصفحة:** يتضمن الموقع عدة صفحات ويجب أن يعطي عنوان لكل صفحة مختلفة وعدم إعطاء عنوان واحد لجميع الصفحات.

- **وصف الصفحة:** يجب أن يكون لكل صفحة عنصر يحتوى على وصف محتوى الصفحة وأن هذا الوصف لا يظهر في الصفحة نفسها ولكن يظهر في حركات البحث، وأن يحتوى على كلمات معبرة لوصف المنتج وتسمى هذه الكلمات بالكلمات الدالة.

- **الكلمات الدالة:** هي التي تمثل المفاتيح الأساسية التي تساعد على ظهور الموقع على محركات البحث.

ولأن التسويق عبر محركات البحث هو أحد أساسيات واستراتيجيات التسويق الإلكتروني .

- **نص الصفحة:** هناك العديد من النقاط الواجب الالتزام بها في نص محتوى الصفحة وفيها ما يلي: الكلمات الدالة يجب أن تتكرر على الأقل أكثر من مرة في محتوى الصفحة دون مبالغة.

- **أن الكلمات الدالة:** يجب أن توضع في وصف الصور أيضا عنصر النص البديل. أن عدم وجود الكلمات الدالة في نص محتوى الصفحة سيجعل منها ليست ذات فائدة ويتم تجاهلها من قبل محرك البحث.

- يجب أن يكون المحتوى الأهم في أعلى الصفحة لإعطاء سهولة التحرك للزائر، وفي نفس الوقت يجب أن تكون عملية الشراء سهلة لأن الهدف من إنشاء الموقع هو تحويل الزائر إلى زبون (**خضر مصباح الطيطي، 2008، ص211، 210**) -

مواصفاته:

عندما تظهر وسيلة إعلامية جديدة يقوم روادها بتقليد النمط الشائع في وسائل الإعلام التي سبقتها قبل أن يقوموا بتطوير أنماطهم الخاصة التي يستعملون فيها القدرات الجديدة التي تضيفها لهم وسائل الإعلام الجديدة فمع مرور الوقت تطورت المواقع وأصبح لها:

- جمهورها الخاص الذي يحمل أجندة مختلفة.

- سياستها الخاصة تبعاً لتغير الجمهور وطبيعته وعاداته.

- سياستها الخاصة مستفيدة من إمكانيات الكمبيوتر وشبكة الانترنت التي تبين مميزات الصحيفة والراديو والتلفزيون، بالإضافة إلى ميزة التفاعلية التي تجعل القارئ شريكا إيجابيا في العملية الإعلامية (**عثمان إبراهيم السلوم، 2002، ص21**).

ويوضح الدكتور "عباس مصطفى" ميزات المواقع الإلكترونية العربية في شبكة الانترنت بأنها حتى عام 2000 كانت قاصرة في استخدام أساليب وتكنولوجيات ومميزات النشر الإلكتروني، ولم يتبلور إدراك

كامل لطبيعة المواقع الإلكترونية، وتفتقر معظم المواقع الإلكترونية العربية إلى البحث عن المعلومات ولا يوجد في الكثير منها أرشيف للمواد التي سبق نشرها (**مصطفى صادق، 2005، ص80**) -

ويمكن إيجار سمات المواقع الإلكترونية كالاتي :

- قدرة المواقع الإلكترونية على احتراق الحدود والقارات والدول دون رقابة أو مواقع أو رسوم بل وبشكل فوري ورخيص التكاليف، وذلك عبر الانترنت.

- النقل الفوري للأخبار ومتابعة التطورات التي تطرأ عليها قابلية تعديل النصوص في أي وقت (**أسامة محمود شريف، 2000، ص69**).

- لجوء معظم المواقع الإلكترونية إلى التمويل. من خلال الإعلانات حيث أصبح الإعلان على الموقع الإلكتروني هو مصدر الدخل الرئيسي لهذه المواقع (**كاروليتش ترجمة عبد الستار جواد، 2001، ص45**).

- منحت تقنيات المواقع الإلكترونية عملية رجع الصدى إمكانيات لم تكن متوفرة من قبل وسائل الإعلام، حيث يمكن أن يجد متصفح المواقع الإلكترونية حقول في شتى الصفحات تتضمن الطلب من القارئ أن يبدي رأي حول الموقع أو أن يكتب تعليق عليه.

- توفر المواقع الإلكترونية فرصة حفظ أرشيف إلكتروني سهل الاسترجاع، حيث يستطيع الزائر أو المستخدم أن يعود إلى صور أو مقالات قديمة بسرعة قياسية بمجرد ذكر اسم الموضوع الذي يريد ليقوم الباحث الإلكتروني بتزويده بكافة المعلومات خلال ثواني (محمد سامي عطا الله، 2005، ص2).

6) عملية بناء موقع إلكتروني لمؤسسة:

لتنفيذ عملية بناء موقع إلكتروني يجب إتباع مجموعة من الخطوات منها ما يلي:

6-1- التخطيط لبناء موقع إلكتروني والتعريف به :

إن رغبة المؤسسات لمواكبة تكنولوجيا الاتصال الحديثة لا يجب أن يطغى على عملية اتحاد القرار العقائدي والتي تطبقها المؤسسات على عملية الاتصال الحديثة عبر وسائل الاتصال التقليدية، حيث

يعتبر بناء موقع للمؤسسة على الويب عملية معقدة تحتاج لتخطيط محكم وتقييم دقيق ، كما يلزم على

المؤسسات أن تخطط لموقعها بالأسلوب الذي يحقق أهدافها ويتناسب مع طبيعة نشاطها. التخطيط عملية ضخمة تشمل الكثير من الأمور وتختلف باختلاف الموقع والتخطيط بصفة عامة ينطلق من تحديد الهدف المراد من إجراء هذا التخطيط، كذلك الموقع الإلكتروني تنطلق عملية التخطيط بتحديد الهدف من وراء هذا الموقع، وقد وضع ويليام كيل لمر مجموعة من المحددات التي يمكن للمؤسسة أن تقيم على أساسها مدى ملائمة مواقع الويب لحاجاتها ومصالحها:

أ- **طبيعة نشاط المؤسسة وطبيعة منتجاتها :** يرى كيل لمر أن عدم تميز منتجات المؤسسة المنافسة بمميزات خاصة وفريدة يعني أن الموقع الإلكتروني لا يكون الخيار المثالي بالنسبة للمؤسسة، ذلك أن على المؤسسة أن تميز منتجاتها وخدماتها عن الخدمات الأخرى لأن عالمية الإنترنت تفرض هذه الإستراتيجية وذلك من أجل أن يستطيع الزبون أن يميز الخدمات عن بعضها البعض وتساعد على عدم التيه داخل الكم الهائل من الموقع.

ب- **جمهور المؤسسة:** هل تتناسب خصائص جمهور المنظمة المستهدفة مع خصائص جمهور الإنترنت؟ وإذا كان جمهور المنظمة بالفعل من جمهور الإنترنت فهل توجد فائدة خاصة من موقع المنظمة على الإنترنت؟ يعني هذا أن الفائدة من وراء إنشاء هذا الموقع هل هي فائدة عامة لكل الجمهور أم أن الفائدة كانت خاصة لشريحة معينة من الجمهور باعتبار أن الإنترنت ذات الاستعمال الواسع من طرف كل الشرائح والأجناس.

ج- **نطاق نشاط المؤسسة:** إن الأعمال التي تحتاج إلى الاتصال المواجه لا تتناسب مع طبيعة نشاط الاتصال عبر المواقع الإلكترونية والمثال على ذلك الخدمات الطبية وبالتالي لا يكون موقع الويب خيارا مثاليا لهذا النوع من الأعمال، وهنا تقف عند محدودية الاتصال عبر الويب في بعض المجالات والتخصصات.

د- **لقد ساعدت الإنترنت على تسهيل توزيع المعلومات، فإذا كان الموقع الإلكتروني سوف يقلل من تكاليف توزيع المؤسسة للمعلومات فهو مناسب لها وتشمل هذه التكاليف تكاليف المكالمات الدولية**

والكتابات عن المنتج والبريد والفاكس، وهذا يعني أن المواقع الإلكترونية يمكن أن تختصر المسافات والوقت للاتصال بالجمهور في شتى الأماكن.

6-2- تحديد الأهداف:

يتعين على فريق العمل في هذه المرحلة أن يحدد بدقة الهدف المنشود من إنشاء موقع للمؤسسة على الويب، ويشير خبراء الاتصال عبر الويب على أنه إذا كان الهدف الرئيسي لإنشاء الموقع هو مجارة المنافسين فقط فمعنى ذلك أن المشروع لا يزال في حاجة إلى المزيد من التفكير والبحث الجاد (أمل فوزي منتصر، 2003، ص 122، 127)

ولقد كشفت نتائج دراسات أمريكية أن عددا كبيرا من المنظمات تنشئ مواقع لها عبر الويب بهدف مجارة المنافسين أو رغبة مجردة منها في إنشاء وجود لها على الانترنت.

6-3- تحديد جمهور المؤسسة:

بعد التحديد والضبط الدقيق للخطوات السابقة تأتي هذه المرحلة وهي مكملة للمراحل السابقة ففي هذه المرحلة يتم تحديد الجمهور المحتمل للموقع أو الجمهور المستهدف من حال هذه المواقع الإلكترونية. حيث تساعد هذه المرحلة على دراسة ومعرفة الجمهور على تصميم الموقع بما يشبع احتياجات الجمهور المحتمل وتوقعاته، كما أن الموقع الجيد لا بد من أن يلاءم مهارات واهتمامات جمهوره، ويرى خبراء الويب أن معرفة جمهور الموقع ودراسة احتياجاته ورغباته ثم السعي لإشباع هذه الاحتياجات بفعالية سوف تبني ولاء الجمهور بما يحافظ على تكرار زيارته للموقع (أمل فوزي منتصر، 2003، ص125).

7) عوامل نجاح المواقع الإلكترونية:

إن جاذبية الموقع تدل على أن الموقع ناجح لذلك فإن إضافة الترتيب والأناقة واللغة البسيطة والمخاطبة الواضحة تبني الانتباه والفصول التي تشجع على زيارة الموقع وأن أسلوب المخاطبة أحد العوامل التي تشجع على الشراء ولذلك فإن شكل الموقع ومحتواه هو الذي يصنع المبيعات من حائل الموقع وأن النقاط التالية تمثل أساسيات كتابة محتوى الموقع والذي يؤدي إلى نجاحه.

- **تنسيق المحتوى:** أحدث الأساسيات كتابة المحتوى على شكل فقرات قصيرة تترك بينها مسافات فارعة لتسهيل قراءتها ويفضل أن تكون الكتابة بخط عادي سهل القراءة بعيدا عن الزخارف وكذا الرسوم والصور.

هي يفضل أن تكون الخلفية بيضاء والكتابة باللون الأسود ويحط مناسب .

أن يكون عنوان الصفحة واضحا وبارزا لجلب الانتباه وبعبارة ذات معنى ومؤثرة.

- الاهتمام بالعناوين الفرعية لأنها مهمة لأن الزائر عادة ما يقوم بالاطلاع على محتويات الصفحة سريعا وإن هذه العناوين قد تجلب الانتباه لها.

- أسلوب كتابة المحتوى يعتبر أسلوب كتابة المحتوى الأساس في نجاح جلب الانتباه له لذلك فإن الأسلوب الواضح لجلب الاهتمام بالمنتجات المعروضة في المواقع للزوار والكلمات تجيب عن أسئلة الزائر وأن تؤكد بأن ما يربح فيه موجود وبالمواصفات التي يريد الحصول عليها ، وبنفس الوقت يجب أن توحى هذه الكلمات بالثقة والحرفية للمؤسسة صاحبة الموقع وأن يشعر الزائر بأنه ذهب للموقع الصحيح لما يتطلبه من منتجات ، وكذلك يجب أن يكون أسلوب المخاطبة مباشرا كأنك مع رجل البيع وقد تتحدث مع الزبون وإقناعه كأنه أمامك (ناصر بن محمد ناصر عصيري، 2014، ص50، 51).

كما أن هناك أساسيات أو مبادئ لا بد من اعتمادها من أجل موقع الكتروني ناجح للمؤسسة وهي كالتالي:

- ❖ أن لا يكون التصميم معقدا بل يكون بسيطا ودا جاذبية معينة تجلب الزائرين لهذا الموقع.
- ❖ يجب أن تكون قائمة التصحيف للموقع في أعلى الجانبين الأيمن والأيسر .
- ❖ يجب أن تكون لغة الموقع (html) و عدم اعتماد غيرها .
- ❖ لا يجوز استخدام أي برمجيات غير موجودة على أجهزة الحاسوب العادي والتي يتطلب تنزيلها من الانترنت وقتا معيناً، الأمر الذي يعتبر الزائر انتظاره لفترة زمنية معينة من الوقت لحين انتهاءه من هذه العملية، ما يجعله الذهاب إلى مواقع أخرى ليست فيها هذه المشكلة .
- ❖ تقليل الرسومات والمخططات غير الضرورية والتقليل من استخدامها، ويكون استخدامها بشكل يساعد في إعطاء فكرة أو انطباع جيد ولكن على شرط أن يكون لها ارتباط بعرض المنتج.
- ❖ تقليل كمية التصميمات لأنها تحتاج إلى وقت طويل للتحميل مما ينعكس سلبا على الزائرين الذين لا يربحون بأوقات طويلة نسبيا.

- ❖ أن يكون موقع المؤسسة سهل الاستخدام، وجذاباً وأن يكون مفيداً (محمد جاسم الصعيدي وريديّة عثمان يوسف، 2012، ص247، 248).
 - ❖ سابقة فإن هذه الدراسة تستنتج أن الأبعاد الوظيفية والسمات التجريبية للمتصفح والسمعة التي تحدد جودة الموقع الإلكتروني، هناك تسع خصائص تحدد هذه الجودة وهي كالتالي:
 - فائدة المعلومات .
 - قابلية الاستعمال. قابلية الدخول .
 - الجمال والتصميم.
 - الخصوصية (الأمن).
 - التخصيص.
 - العبارات السابقة .
 - التأثير الاجتماعي والإعلانات
- (ميثان المجالي وأسامة عبد المنعم، 2013، ص75، 76).

8) أسباب فشل الموقع الإلكتروني:

- من الأمور الأساسية التي التأكيد منها باستمرار أن تكنولوجيا المعلومات ما هي إلا أداة تمكينية بمعنى أنها تمكن منشآت الأعمال من تحقيق الكثير من النجاحات إذا ما تم استثمار قدراتها بشكل صحيح وأن هذه القدرات لا تعمل إلا في ضوء وجود خطط واستراتيجيات فعالة .
- ❖ احتراق المواقع الإلكترونية وإتلافها أو تدميرها، والإشكال هنا هو إمكانية التلاعب أو احتراق المعلومات الموجودة في الموقع الإلكتروني، لذلك يجب أن تتمتع هذه المواقع بالسرية حتى تتمكن من حماية معلوماتها (يوسف حسن يوسف، 2011، ص104).
 - ❖ الافتقار إلى إستراتيجيات عمل واضحة، وإلى الخطط المحكمة للعمل الفعال، فلا يمكن الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات بمعزل عن إستراتيجية صلبة متوافقة مع عصر التكنولوجيا .
 - ❖ فتح مواقع الكترونية دون دراسة كافية على فتح الموقع وإمكانية تطبيق أهدافه على أرض الواقع.
 - ❖ عرض منتجات لا تكون مطلوبة أو مرغوبة فيها.
 - ❖ الفشل في الإنفاق إلى درجة لا تتناسب مع عمليات الموقع والدخل المتوقع الحصول عليه .
 - ❖ عدم ما تلمه إستراتيجية غدارة الوقع الإلكتروني مع الإدارة الحقيقية للمؤسسة (اختلاف أسعار الخدمة بالزيادة والنقصان) (حسن نصر الدين، 2008، ص38).

ثانياً: البريد الإلكتروني

1) تعريف البريد الإلكتروني:

- يعتبر البريد الإلكتروني Email وسيلة فعالة وموثوقة للاتصالات الداخلية والخارجية للمؤسسة على حد سواء ويمكن للبريد الإلكتروني أن يستخدم فعالية أن يقوم مقام المراسلات والمذكرات الورقية ويغني عن بعض الاتصالات والرسائل الهاتفية والاجتماعات والأمر الذي يحسن من فعاليات الاتصالات، ويعد البريد الإلكتروني هو الأكثر استخداماً. (حيدرة سعاد، 2013/2012، ص21، 22)
- يقصد به في استخدامه على الاستخدامات الإلكترونية ويستخدم لأغراض تسهيل عمليات تبادل المعلومات بصورها المختلفة وله نظامان أساسيان وهما:
- النظام الأول: Store and Forward وبه يتم التعامل مع الصوت والنصوص المطبوعة.
- النظام الثاني: Factmule ويتعامل مع الرسوم فقط graphic ويمكن تقسيم أنظمة البريد إلى:
- ❖ بريد النصوص ويشتمل على صندوق البريد الإلكتروني فهذا البريد يستخدم في توجيه الرسالة إلى مستفيد أو عدة مستفيدين في وقت واحد وهذه الرسالة قابلة للتخزين في ملفات أو طباعتها والرد عليها.

- ❖ البريد الصوتي.
- ❖ بريد الرسوم.
- ❖

(2) خدمات البريد الإلكتروني:

(1-2) خدمة Hush mail: يعتبر أحد خدمات البريد الإلكتروني المشفرة وتعمل بكفاءة عالية على هواتف أيفون وبلاتك بيري، تتيح للمستخدم مساحة تخزينية تصل لـ 25 جيجا بايت بشكل مجاني، مع عدم وجود أي إعلانات وتمكن الخدمة للمستخدم من إرسال بريد الكتروني مشفر بكلمة سر أو سؤال سري ولن يتمكن أحد من الوصول إلى هذا البريد إلا لمن يملك الإجابة على السؤال.

(2-2) خدمة Shortmai: من خدمات البريد الإلكتروني المميزة التي تتيح للمستخدم ربطها مع حساب تويتر الخاص به واستخدام الخاص به على حساب تويتر لجعله نفس اسم حسابه على الخدمة كما يمكن أيضا ربطه مع فيس بوك وجوجل واختيار الاسم الخاص بالمستخدم وتتيح الخدمة رسائل في حدود 500 حرف فقط.

(3-2) خدمة Mail . com: خدمة مجانية تتيح للمستخدمين الاختيار من 20 عنوان، وهي تأتي بمساحة غير محدودة كما أنها تمتلك خدمة مكافحة الرسائل المجهولة وغير المرغوب بها، كما تتيح إرسال واستقبال جميع الإيميلات من خلال جمع الخدمات الأخرى.

(4-2) خدمة Spahk: على الرغم من عدم شهرة هذه الخدمة بشكل كبير، إلا أنها تمتلك خواص تجعلها قادرة على جمع البريد الخاص بك في مجموعات منفصلة، وجمع البريد غير الهام في مجموعات أخرى لكي تتصفح كل منهم وفقا لأولوياتك.

(3-2) خدمة GMX: تمتلك العديد من المميزات، حيث تتيح مساحة تخزينية غير محدودة وهي تحمل عنوان واحد فقط gm . com وهو مكافح لرسائل Spam والتي قد تحمل فيروسات تضر بجهاز المستخدم، حيث تقوم الخدمة بعمل مسح شامل أولا على الرسالة. (بوظقوقة آمال، 2019 / 2018، ص 49، 50).

(3) أساسيات عمل بريد إلكتروني:

يعمل البريد الإلكتروني ضمن أساسيات بسيطة يمكن ذكرها كما يلي:

- ❖ يعتمد البريد الإلكتروني على كتابة الرسائل في برنامج مزود بخدمة البريد الإلكتروني باستخدام لوحة المفاتيح الخاصة بجهاز الحاسوب أو الأجهزة الأخرى وذلك بدلا من استخدام القلم كما في البريد التقليدي.
- ❖ بعد الانتهاء من كتابة الرسالة لابد من تحديد عنوان البريد الإلكتروني الآخر الذي ستوجه إليه وبعد التأكد من ذلك يتم الضغط على زر الإرسال للسماح بوصولها للمستخدم.
- ❖ عند اختيار أمر إرسال تتولى الخوادم مسؤولية نقل الرسائل ما بين المرسل والمستلم فعند استلام بريد إلكتروني جديد سيتم مشاهدته في خانة صندوق الوارد بمجرد النقر عليه.

(4) إيجابيات البريد الإلكتروني:

ينطوي استخدام البريد الإلكتروني أو الإيميل على العديد من الايجابيات سواء في عالم الأعمال أو غير ذلك.

(1-4) سهولة الاتصال: يقدم البريد الإلكتروني العديد من الميزات التي يحصل عليها الأفراد جراء استخدامه، ففيه يتاح إرسال واستقبال الرسائل بسرعة بين المستخدمين إلى جانب شيوع استخدامه في الأعمال التجارية لعدة أهداف كطلب عملاء جدد، أو تنظيم التواصل ما بين الموظفين أو توفير خدمة العملاء وغير ذلك.

(2-4) سهولة المشاركة: يتيح الاعتماد على البريد الإلكتروني سهولة المراسلة ما بين مجموعات الأعمال لتنظيم أنشطة تدريبية أو تعاونية بالإضافة لاستخدامه كوسيلة لجمع الاقتراحات المتعلقة بالعمل ما بين الشركاء والموظفين دون الحاجة للعمل تحت الضغط وتنظيم الاجتماعات المرئية كما يعد كسجل مرجعي في المستقبل لسهولة الاحتفاظ بالمراسلات.

(3-4) سهولة الوصول: يعتبر البريد الإلكتروني وسيلة فعالة للغاية في تسيير الأعمال والمهام من خلال القدرة المتاحة للأفراد على الوصول إليه في كل زمان ومكان بواسطة الأجهزة المحمولة مما يمكنهم من

متابعة المراسلات وجدولة الأعمال بما يخدم مصالحهم بعيدا عن الطرق القديمة التي تنطوي على تكديس الأوراق والرسائل في خزائن حفظ الملفات وما يترتب على ذلك من ضياعها أو صعوبة الوصول إليها فور الحاجة لذلك (<http://mawdoo3.com>).

5) عيوب البريد الإلكتروني:

1-5) عدم وضوح المعنى في بعض الرسائل: يحدث ذلك لعدة أسباب منها السرعة في إرسال الرسالة بالبريد الإلكتروني.

2-5) إمكانية جرح المشاعر وإساءة الفهم: السرعة في الرد قد تجعل الإنسان لا يفكر كثيرا في مدلولات ما يكتب مما قد يوقعه في جرح مشاعر الطرف الآخر وهذا يقتضي منا توخي أعلى درجات الحذر، ومراجعة الرسالة قبل إرسالها وذلك بعد تذكر الملابس والحيثيات الضرورية المحيطة بعملية الاتصال مع ذلك الطرق ومراعاة ما يجب مراعاته.

3-5) احتمال إهمال الرسالة وعدم الرد: قد يحدث ذلك بسبب كثرة الرسائل الواردة للطرف الآخر مما يجعله لا ينتبه لبعض الرسائل وذاك يتطلب إعادة إرسال الرسالة مرة أخرى وطلب الرد بأسلوب مناسب.

4-5) إمكانية اختراق البريد الإلكتروني: قد يتعرض البريد الإلكتروني وجهاز الحاسوب للاختراق من قبل بعض المخربين المتطفلين ويتطلب على هذا الشخص حماية كافة البرامج وتحديثها بشكل مناسب. (حيدرة سعاد، 2013/2012، ص21، 22).

6) أهمية البريد الإلكتروني:

- ❖ إرسال الرسائل المجانية بالكامل دون الحاجة لإضافة الطوابع أو الرسوم الدولية.
 - ❖ يمكنك من إرسال بريد إلكتروني إلى أي مكان في جميع أنحاء العالم في ثواني محدودة وتلقي الرد بسهولة.
 - ❖ تخزين الرسائل لفترات طويلة من الزمن وذلك لمراجعتها فيما بعد.
 - ❖ يعد وسيلة أساسية للتسجيل في الكثير من المواقع المتعددة.
 - ❖ لا يمكن استخدام خدمات الهواتف الأندر ويد و متجر جوجل بدون البريد الإلكتروني.
 - ❖ يمكن من المزامنة بين الهاتف والكمبيوتر بواسطة البريد الإلكتروني بسهولة.
 - ❖ إمكانية تخزين الملفات عبر البريد الإلكتروني بسهولة وأمان.
- (<https://www.lechostar.com><e-mail>).

خلاصة:

أصبح الموقع والبريد الإلكترونيين التقنيتين الجديدة التي فرضت نفسها على المؤسسات والمستخدمين في عصر يواكب التطورات التكنولوجية، من أجل تحقيق رغباته وإشباع حاجياته اليومية في مختلف المجالات، وذلك نظرا لانتشار هذه الوسيلة عالميا وسعت استخدامها وسهولتها، بالإضافة إلى توفير الوقت والجهد والتكاليف.

الفصل الثالث: المؤسسة الرياضية.

تمهيد.

(01) ماهية المؤسسة.

(02) المؤسسات الرياضية.

(03) أنواع المؤسسات الرياضية.

(04) المستفيدين أو العملاء في المؤسسات الرياضية.

(05) مديرية الشباب والرياضة.

خلاصة.

تمهيد:

لقد أصبح النشاط الرياضي اليوم أحد أهم المقومات الاجتماعية والاقتصادية وحتى السياسية والرياضية لأي بلد ما، لذلك نجد الاهتمام الواسع بالرياضة وهذا يؤكد حتمية تطوير المؤسسة الرياضية، ومن خلال حيث تطرقنا في هذا الفصل لماهية المؤسسة والمؤسسات الرياضية، وأنواع المؤسسات الرياضية، والمستفيدين أو العملاء في المؤسسات الرياضية، وفي الأخير ركائز العمل في المؤسسة الرياضية.

(01) ماهية المؤسسة:

إن المؤسسة عبارة عن إطار قانوني لتجمع بشري هادف يتم في نطاقه توحيد وتنسيق جهود الأعضاء لتحقيق أهداف معينة، كما يمكن تعريفها بأنها نظام مستقل أنشئ من أجل غايات معينة ومحددة حسب طبيعة المؤسسة، وهي مفتوحة على النظام الاقتصادي والذي من خلاله تحصل على عوامل الإنتاج وتؤثر فيه عن طريق منتجاتها، وهي مسيرة من طرف مجموعة بشرية منظمة وتشكل خلية اجتماعية خاصة لهما وسائل قانونية ومالية ومادية وهي أيضا مركز اتخاذ القرارات. (حسام إبراهيم حسن، 2012، ص 48).

وتعرف أيضا المؤسسة بأنها نظام اقتصادي نسبي وإطار تنسيقي عقلاني بين أنشطة مجموعة من الناس تربطهم علاقات مترابطة ومتداخلة يتجهون نحو تحقيق أهداف مشتركة وتنظم علاقاتهم بهيئة محددة في وحدات إدارية وظيفية ذات خطوط محددة السلطة والمسؤولية.

والمؤسسة مصطلح رديف المنظمة أو المنشئة وتعمل على تلبية الحاجات الإنسانية بطريقة منظمة ذات نسق معين وتنظيم وقت المؤسسة التي تلبى حاجات المجتمع بطرق مختلفة ولأغراض مختلفة. (بالمختار هشام، 2015-2016، ص 18).

(02) المؤسسات الرياضية:

هي مؤسسات ينشئها المجتمع لخدمة القطاع الرياضي من كافة الجوانب بحيث يكون لها هيكل تنظيمي يتفق وحجم المؤسسات وأهدافها.

وهي تكوين اجتماعي يرتبط بالمجال الرياضي كمهنة وضاعة تحدد أهدافها بطبيعة الأنشطة التي تمارسها تلك المؤسسة.

ويرى الباحث أن المؤسسة الرياضية لا تختلف في العمل الإداري بين المؤسسات الأخرى بشكل عام كون المؤسسات هي خدمة عامة داخل المجتمع المكون من حيث الهيكل التنظيمي فيمكن تصنيفها ودراستها والتحكم في مستوياتها الإدارية طبقا لحجم وعدد الأفراد. (نصير قاسم خلف، بدون سنة، ص 9-8-10).

هي مؤسسات ينشئها المجتمع لخدمة القطاع الرياضي من كافة الجوانب بحيث يكون لهما هيكل تنظيمي يتفق مع حجم المؤسسة وأهدافها بما يعود بالنفع لخدمة ذلك المجتمع متماشيا مع أهدافه.

وفي هذا الصدد يشير دافت روبينز Dafet. Roppinz إلى أن المؤسسة الرياضية هي تكوين اجتماعي يرتبط بالمجال الرياضي كمهنة وضاعة تتحدد أهدافها بطبيعة الأنشطة التي تمارسها تلك المؤسسة والعلاقات المتفاعلة بين تلك الأنشطة ومؤسسات المجتمع الأخرى. (محمد حسن الوشاح، 2010، ص 115).

(03) أنواع المؤسسات:

المؤسسة الرياضية هي الإطار المكاني والقانوني الذي يحيط بممارسة النشاط البدني والرياضي والهادف باعتبار هذا النشاط أصبح يشغل مكانة اجتماعية هامة نظرا لثقافة العولمة السائدة في أيامنا فأصبح يوجد ما يعرف بأقسامها الرياضية المتمثلة في التجمعات التالية:

- رياضة الفرق المحترفة.

- الرياضة الجماعية والمدرسية.

- المنشآت الرياضية.

- مضمارات السباق.

- الرياضات التجارية (البرلينغ).

- الأندية الترويحية.

- المعسكرات الترويحية.

هذه كلها تمثل قوالب مؤسساتي تتوفر على أنظمة معينة ليساق العلاقات والشؤون من الأفراد وكذا تنشأ على تركيبات وتظم أدوات وتجهيزات مختلفة ذات صيغة اعتبارية مستقلة ومركز معين.

كل هذا ينجز ضمن إطار قانوني وتهدف إلى الاستمرارية في النشاط والرقي بالمنتوج المادي والخدماتي بناء على برامج وخطط واضحة تحت إشراف قادة معينين هذا ما يأتيها طابع مؤسسات صناعة رياضية. (دائرة فاروق، 2015-2016 ص 59).

4) المستفيدين أو العملاء في المؤسسات الرياضية:

- ✓ اللاعبين.
- ✓ الإداريون والعاملون بالمؤسسة.
- ✓ الجهاز الفني والإداري لجميع الأنشطة الرياضية بالمؤسسة الرياضية.
- ✓ الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة الرياضية.
- ✓ المؤسسات والهيئات الأخرى سواء الحكومية (التشريعية والتنفيذية) أو غيرها. (حسن أحمد الشافعي، 2005، ص 51-50).

5) مديرية الشباب والرياضة:

هي هيئة تنفيذية تابعة لوزارة الشباب والرياضة، حيث يشرف عليها مدير تنفيذي، وهي هيئة تعمل على ترقية الحركات الجموعية للشباب والرياضة، وكذا هياكلها وتنظيمها وإعداد البرامج الهادفة وتعميم التربية البدنية والرياضية لا سيما الوسط التربوي والتكوين وتأطير وكذا إعداد مخططات تطوير الرياضة للولاية بالتنسيق مع مجمل الهياكل والهيئات المعنية.

وقد أنشأت مديرية الشباب والرياضة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 90 / 234 المؤرخ في جويلية 1990 الذي يحدد قواعد تنظيم مصالح ترقية الشباب بالولاية وعملها، ثم بعدها جاء مرسوم تنفيذي يعدل في تسمية المديرية وهو المرسوم التنفيذي 93 / 283 المؤرخ في 23 نوفمبر 1993 والمتضمن تغيير تسمية مصالح ترقية الشباب في الولاية إلى مديرية الشباب والرياضة وطبقا للمرسوم التنفيذي رقم: 02 / 240 المؤرخ في 05 رمضان عام 1427 الموافق ل 28 سبتمبر 2006 بهدف هذا القرار إلى تحديد وتنظيم مصالح مديرية الشباب والرياضة للولاية.

وتتضمن مديرية الشباب والرياضة للولاية وتحت سلطة المدير أربع مصالح وتنظم كالاتي:

- مصلحة التربية البدنية والرياضية.

- مصلحة نشاطات الشباب.

- مصلحة الاستثمارات والتجهيزات.

- مصلحة التكوين وإدارة الوسائل.

ومن مهام مديرية الشباب والرياضة نجد:

- تطوير البرامج الاجتماعية والتربوية والترفيهية وحركة مبادلات الشباب وفضاءات التعبير وتنشيطها ومتابعة تنفيذها.

- ترقية الحركة الجمعوية للشباب والرياضة وكذا تطويرها وتنشيطها.

- تنفيذ البرامج الهادفة للإدماج الاجتماعي للشباب والمشاركة المتصفة بالمواطنة وترقية مبادراتهم وكذا مكافحة الآفات الاجتماعية والعنف والتهميش بالاتصال مع المصالح والهيئات المعنية.

- تنفيذ برامج الترقية وتعميم التربية البدنية والرياضية لاسيما في الوسط التربوي والتكوين وإعادة التربية والترقية بالاتصال مع المصالح والهيئات المعنية بالولاية.

- وضع التنظيمات وأقطاب انتقاء المواهب الرياضية الشابة وتكوينها وتطوير هذه التنظيمات والأقطاب ومتابعتها وترقية الممارسات الرياضية النسوية.

- تنظيم أعمال وتكوين المستخدمين، التأطير الدائم للعاملين داخل الحركة الجمعوية وتجديد معارفهم وتحسين مستواهم وتأهيلهم في إطار التنظيم المعمول به.

- إعداد مخطط تطوير الرياضة للولاية بالتنسيق مع مجمل الهياكل والهيئات المعنية.

- السهر على تطبيق التنظيم المتعلق بسير المؤسسات وهيئات الشباب والرياضة الموجودة في الولاية واستغلالها وتسييرها.

- وضع أنظمة لتقسيم ومراقبة الهياكل والهيئات والمؤسسات التابعة لاختصاصاتها والسهر على مراقبة مساعدات الدولة للحركة الجمعوية الرياضية والشبابية.

- ضمان متابعة برامج الاستثمار وإنجاز الهياكل الأساسية وكذا تقييمها وتصديقها وصيانتها وحفظها.

- ضمان تسيير الموارد البشرية والمالية والمادية اللازمة لانجاز مهامها وكذا المحافظة على الممتلكات والأرشيف.

- تقييم النشاطات المبذولة بصفة دورية وإعداد النتائج والبرامج المتعلقة بها وفقا للأشكال والآجال المقررة.

- تطوير المؤسسات والهياكل والأجهزة والنشاطات التابعة لاختصاصاتها العاملة في ميادين الشباب والتربية البدنية والرياضية وتنسيقها ومراقبتها.

5-1- مدير الشباب والرياضة:

- المدير: يعتبر المسؤول الأول عن مديرية الشباب والرياضة حسب المرسوم الرئاسي والذي يتضمن تعيين مدراء الشبيبة والرياضة.
- مهام مدير الشباب والرياضة:
 - توزيع مهام على رؤساء المصالح.
 - إعداد برامج عمل ونشاط المديرية.
 - متابعة المشاريع في طور الإنجاز بالتنسيق مع التجهيز.
 - اقتراح مشروع ميزانية المديرية ودراستها مع الوزارة المعنية.
 - حضور الندوات الوطنية والجهوية لوزارة الشباب والرياضة.
 - متابعة التظاهرات والنشاطات الشبانية والرياضية.
 - يعمل على ديناميكية الممارسة الرياضية عبر تراب الولاية.
 - التشجيع على تطوير الحركة الجمعوية.
 - يقوم بتنفيذ البرنامج الحكومي الخاص بقطاع الشباب والرياضة.
 - الحفاظ على سمعة المؤسسة من جميع النواحي داخليا وخارجيا.

5-2- الأمانة:

بكل ما تحمله كلمة الأمانة ومن معنى النزاهة، والثقة، السرية، فهي تعمل جاهدة على المحافظة على السر المهني إذ تعتبر همزة وصل بين المسؤول والمصالح الإدارية الأخرى حيث توفر الشروط المهنية اللازمة كالحرص على دقة العمل وتنظيمه فلها أهمية بالغة ودور فعال تلعبه على مستوى الإدارة.

• مهام الأمانة:

- حفظ البيانات الدقيقة وإبلاغ المسؤول بالمواعيد المحددة للمقابلات والاجتماعات.
- تكلف باستقبال وإرسال البريد الإداري وكذلك أعمال الكتابة في جهاز الإعلام الآلي والنسخ وترتيب الوثائق والمستندات والبطاقات في أماكن مخصصة بطريق مرتبة ومنظمة.
- حفظ المستندات والأوراق الخاصة بعمل الإدارة في ملفاتها ووضعها في أماكن الحفظ المعروفة ليسهل تقديمها للمسؤول عند الحاجة.
- دراسة المواضيع التي كلفت بها من طرف المدير وإعداد تقارير كافية عنها.
- استلام البريد الوارد فتحه وتسجيله في سجل الوارد ونفس الشيء بالنسبة للبريد الصادر وبإظهار تاريخ ورقم المراسلة والموضوع واسم المرسل إليه.
- كتابة الوثائق والمراسلات وحفظها في أرشيف الإدارة.
- تحضير الاجتماعات وتدوينها على المحاضر.

- القيام بتخزين المعلومات الهامة والمهنية للعمال في جهاز الكمبيوتر.
- ترتيب المناشير والوثائق والمراسلات الإدارية الضرورية لنشاط المصالح.

5-3- المفتشية:

• مهام مفتشية الرياضة:

- القيام بزيارات تفتيشية للمنشآت الرياضية.
- القيام بزيارات تفتيشية للإطارات الرياضية.
- متابعة الوضعية الإدارية والقانونية والمالية لسير النوادي والرابطات.
- مراقبة السير الحسن للنوادي والرابطات الرياضية وضبط حساباتها المالية.
- القيام بالتقارير التفتيشية لكل عملية.

• مهام مفتشية الشباب:

- القيام بزيارات تفتيشية وبيداغوجية للمنشآت الرياضية.
- القيام بزيارات تفتيشية للمؤسسات الشبانية.
- مراقبة السير الحسن للجمعيات الشبانية وضبط حساباتها المالية والإدارية. (شعيب معزوز، 2015/2016، ص 38-39-40-41).

خلاصة:

تختلف طبيعة المؤسسة الرياضية طبقاً لنوع الأنشطة الممارسة وطبقاً لأهداف تلك الأنشطة ونتيجة لذلك نجد أن كل مؤسسة لها أهدافها التي تحدد نشاطاتها وسياساتها الخدمية أو الترويجية المختلفة لتحقيق أهدافها المرغوبة.

الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة.

تمهيد.

(1) الدراسة الاستطلاعية.

(2) المنهج المستخدم.

(3) متغيرات الدراسة.

(4) مجتمع وعينة الدراسة.

(5) أدوات جمع البيانات والمعلومات.

(6) الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة.

(7) الأدوات الإحصائية المستخدمة في الدراسة.

(8) إجراءات التطبيق الميداني.

خلاصة.

تمهيد:

في أي دراسة علمية لا يمكن الوصول إلى النتائج الموثوقة إلا إذا انبثقت الإجراءات المنهجية المضبوطة، وخطوات علمية صحيحة، فوضوح المنهج وما يبني في إطاره من تصميم محكم، وتجانس العينة وسلامة طرق تحديدها وأداة بحث مناسبة وما تتميز به من خصائص السيكمترية تدل على صلاحية وملائمة الأساليب الإحصائية التي يستدل بها لاختبار فرضيات الدراسة، وكل هذه الإجراءات تساعد في الوصول إلى النتائج ذات قيمة علمية.

وهذا ما سنحاول مراعاته من خلال الحرص على إتباع خطوات صحيحة ومنظمة انطلاقاً من الدراسة الاستطلاعية وختاماً بالأساليب الإحصائية المناسبة لهذه الدراسة.

(1) الدراسة الاستطلاعية:

كانت بدايتها بتوجهنا إلى مديرية الشباب والرياضة لولاية المسيلة في يوم 02 مارس 2023، للتعرف على الظروف التي سيتم فيها إجراء البحث والتعرف على الأفراد الذين سيطبق عليهم أداة الدراسة وعلى مدى استعدادهم للتعاون معنا فأخترنا 05 موظفين ، من أجل معرفة آرائهم واقتراحاتهم ووجهات نظرهم حول مجتمع من النقاط الأساسية التي لها صلة وثيقة بالموضوع الدراسة، والحصول على معلومات كافية والهدف من هذه الدراسة الاستطلاعية هو:

- التحقق من ملائمة الاستبيان.
- اكتشاف لبعض جوانب القصور في إجراءات تطبيق الاستبيان.
- تحديد الوقت المستغرق في عملية تطبيق الاستبيان.

- الأمر على تطبيق الاستبيان.

(2) المنهج المستخدم:

إذا كان المنهج كما يقال: هو فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن الحقيقة عند ما نكون بها جاهلين، وإما من أجل البرهنة عليها للآخرين عندما نكون عارفين، وإذا كانت المناهج أو طرق البحث عن الحقيقة تختلف باختلاف طبيعة الموضوع فإننا موضوعنا قد فرض علينا منهجيته الخاصة والمتمثلة في المنهج الوصفي التحليلي والذي يمكننا أن نقدم له التعريف التالي.

يعرفه عبيدا ندوقان على أنه: " أسلوب من أساليب التحليل المتمركز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية تم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة " .

وكما يعرفه محمد شفيق بأنه: " طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتطويرها كمياً عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة. (عائشة برحلي، 2020، ص 48).

(3) متغيرات الدراسة:

استناداً إلى فرضيات الدراسة يتبين لنا أن هناك متغيرين إحداهما مستقل والأخر تابع.

المتغير المستقل: ويسمى في بعض الأحيان بالمتغير التجريبي، وهو الذي يحدد المتغيرات ذات الأهمية أي لما يقوم الباحث بتثبيتها يتأكد من تأثير حدث معين، وتعتبر ذات أهمية بالغة وخاصة وأنها تساهم على التحكم في المعالجة والمقارنة، والمتغير المستقل عبارة عن المتغير الذي يفترض الباحث أنه السبب أو الأسباب لنتيجة معينة ودراسته تؤدي إلى معرفة تأثير متغير آخر ومن خلال موضوع دراستنا فقد تم تحديد المتغير المستقل أنه الموقع والبريد الإلكترونيين.

المتغير التابع: هو الذي يؤثر فيه المتغير المستقل وهو الذي تتوقف قيمته على مفعول كتأثير قيم المتغيرات الأخرى، حيث أنه كلما أحدثت تعديلات على قيم المتغير المستقل ستظهر على المتغير التابع والمتغير التابع في هذه الدراسة هو نجاح المؤسسة الرياضية.

(4) مجتمع وعينة الدراسة:

(1-4) مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من كافة الموظفين الإداريين في مديرية الشباب والرياضة لولاية المسيلة والبالغ عددهم 35 موظف.

(2-4) العينة:

العينة هي جزء من مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية وهي تعتبر جزءا من الكل، بمعنى أنه تأخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة لمجتمع البحث، بعينة الوصول إلى نتائج قابلة لتعميمها على المجتمع الكلي للدراسة، حيث تم اختيار عينة الدراسة مسحا شاملا من مختلف المستويات الإدارية حيث بلغ حجم عينة الدراسة 30 موظف من مجتمع الدراسة.

(5) أدوات جمع البيانات والمعلومات:

تم الاعتماد في الدراسة على استمارة استبيان لجمع المعلومات الميدانية وقد قسمت الاستمارة إلى محورين.

(1-5) استمارة الاستبيان: تم الاعتماد في هذه الدراسة على استمارة استبيان لجمع المعلومات الميدانية وهو الطلب الكتابي للنظر حول موضوع أو مسألة معينة من شخص أو مجتمع من الأشخاص عن طريق ورقة محرر بها مجتمع من الأسئلة لكي يجيب الموجه إليه الاستبيان وذلك أن يضع علامة (X) أمام الإجابة التي يراها مناسبة.

وهو عبارة عن نموذج يضم مجموعة من الأسئلة توجه إلى المبحوثين من أجل الحصول على معلومات حول الموضوع أو مشكلة يتم ملئها وتسمى الاستبيان يطلب من المبحوثين الإجابة عليها مباشرة وقد ترسل عن طريق البريد فتسمى الاستبيان البريدي. (محمد حسن علوي، 1999، ص 22).

ومن خلال الدراسات السابقة انطلق الباحث في إعداد استبانته حول موضوع أهمية الموقع والبريد الإلكترونيين في نجاح المؤسسة الرياضية والتي تعد الأداة الملائمة للدراسة الميدانية للحصول على المعلومات والبيانات التي يتم تعبئتها من طرف المستجيب وقد قسمت الاستمارة إلى محورين.

المحور الأول: وقد اشتمل هذا المحور على 09 أسئلة مغلقة (يساهم الموقع والبريد الإلكترونيين في نجاح المؤسسة الرياضية).

المحور الثاني: وقد اشتمل هذا المحور على 09 أسئلة مغلقة (يسهل الموقع والبريد الإلكترونيين في التعامل داخل وخارج المؤسسة الرياضية).

(6) الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة:

(1-6) الصدق: بعد الدراسة الاستطلاعية التي قمنا بها باختيار أداة الدراسة والمتمثلة في استمارة الاستبيان، حيث قمنا بتطبيق الخصائص السيكومترية والمتمثلة في الصدق والثبات والموضوعية.

صدق الاستبيان: ويقصد به التأكد من أنه سوف يقيس ما أعد لقياسه. (فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، 2002، ص 127).

(2-6) الثبات: إن ثبات أداة الدراسة يعني التأكد من أن الإجابة ستكون واحدة تقريبا لو تقرر على الأشخاص ذاتهم في أوقات مختلفة. (زياد بن عبد الله الدهشة، 2006، ص 68).

وهناك عدة طرق إحصائية التي تستخدم لقياس مدى ثبات أداة الدراسة وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على معامل ألفا كرونباخ للتأكد من الثبات.

جدول رقم (01): يبين نتائج معامل الثبات ألفا كرونباخ.

المحور	عدد الأسئلة	معامل ألفا كرونباخ
يساهم الموقع والبريد الإلكترونيين في نجاح المؤسسة الرياضية.	09	0.88
يسهل الموقع والبريد الإلكترونيين في التعامل داخل وخارج المؤسسة الرياضية.	09	0.81

يبين الجدول رقم (01): معاملات الثبات بين معدل كل محور من محاور الدراسة وذلك من خلال هذا الجدول يمكن القول بأن الاستبيان ذو ثبات عالي حيث كانت قيمة ألفا كرونباخ بالنسبة للمحور الأول 0.88 وهي قيمة تدل على ثبات عالي بحيث تقترب من 1، بينما معامل ألفا كرونباخ بالنسبة للمحور الثاني يساوي 0.81 وبالتالي يمكن القول بأن ثبات المحور الثاني عالي وهي قيمة أقرب من 1.

(3-6) الموضوعية: يمكن حصرها في مختلف العوامل التي يجب أن تتوفر في الأداة من أجل التحرر من التحيز أو التعصب، وعدم إدخال العوامل الشخصية للمبحوث، أي الالتزام بمصداقية البحث العلمي والأمانة العلمية وكذا السرية التامة لها لما يحيط بالمبحوثين، وإتباع مختلف الخطوات العلمية والمنهجية للاستخلاص المبتغي من المبحوث لإثراء البحث العلمي.

(7) الأدوات الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

إن هدف الدراسة الإحصائية، هو محاولة التوصل إلى مؤشرات كمية ذات دلالة إحصائية تساعدنا على التحليل والحكم والتعليق على مدى صحة الفرضيات و المعدلات الإحصائية المتعلقة بموضوع الدراسة.

لذا استعملت البرنامج الإحصائي SSPS (برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية) واعتمدت على التقنيات الإحصائية التالية:

- التكرارات والنسب المئوية وكاي تربيع للتعرف على الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة وتحديد استجابات أفرادها تجاه عبارات المحاور الرئيسية التي تتضمنها أداة الدراسة.
- استخدام معامل ألفا كرونباخ لمعرفة ثبات أداة الدراسة.

(8) مجالات الدراسة:

(1-8) المجال الزمني:

بعد الموافقة من رئيس قسم الإدارة والتسيير الرياضي بالجامعة لالتماس مساعدة من طرف مدير مديرية الشباب والرياضة والنزول إلى الميدان لتوزيع الاستبيان على عينة الدراسة المتمثلة في موظفين مديرية الشباب والرياضة وقد بلغ عدد المبحوثين 30 موظف، حيث كانت مدة توزيعها وجمعها من 12 إلى 19 أبريل 2023 ليتم بعد المعالجة الإحصائية وتحليل النتائج المتوصل إليها.

(1-8) المجال المكاني:

يقصد بالمجال المكاني الحيز المكاني الذي تتم فيه إجراءات البحث الميداني، وقد أجريت الدراسة بمديرية الشباب والرياضة لولاية المسيلة التي كانت تحتوي على 35 موظف.

خلاصة:

نستخلص مما سبق أنه لا دراسة علمية بدون منهج، وكل دراسة علمية ناجحة ومفيدة لابد لها من أطر منهجية والتي تمكن الباحث من دراسة بحثه والوصول إلى الحقائق العلمية الصحيحة. وقد تم التطرق في هذه الدراسة لاستخدام المنهج الوصفي باعتباره الأنسب للدراسة وتم الاعتماد على الأداة المنهجية المتمثلة في الاستمارة، بالإضافة إلى الأساليب الإحصائية.

الفصل الخامس: عرض النتائج ومناقشتها.

تمهيد.

- 01 تحليل ومناقشة نتائج الفرضية الأولى.
- 02 تحليل ومناقشة نتائج الفرضية الثانية.
- 03 مناقشة النتائج على ضوء فرضيات الدراسة.
- 04 استنتاجات عامة.
- 05 الاقتراحات والتوصيات.
- 06 الآفاق المستقبلية.

تمهيد:

لقد تم التطرق في الجانب النظري إلى موضوع أهمية الموقع والبريد الإلكترونيين في المؤسسة الرياضية، من خلال الاعتماد على الدراسات السابقة والمعلومات المتوفرة في هذا المجال، إضافة إلى أنه تم تحديد الإطار النظري والعام الذي انطلقت منه الدراسة وبعد الاستفادة، وفي سياق الإشكالية المحددة والفرضيات التي تمت صياغتها، تم ترجمة الفرضيات إلى أسئلة في شكل استبيان بغية الكشف عن مدى تحقق الفرضيات أو بطلانها، وبعد تفريغ البيانات أسفرت الدراسة الميدانية على تحليل ومناقشة هذه النتائج في ضوء فرضيات الدراسة.

1) تحليل ومناقشة نتائج الفرضية الأولى: يساهم الموقع والبريد الإلكترونيين في نجاح المؤسسة الرياضية

جدول رقم (02): يبين نتائج الاستبيان المتعلقة بالفرضية الأولى.

العبارة	البدائل	التكرارات	قيمة كاي تربيع	مستوى الدلالة	القرار
1) تحسن الخدمات من خلال الاستخدام الأمثل للموقع والبريد الإلكترونيين في مؤسستكم.	موافق	27	43.000	0.000	دال
	محايد	02			
	غير موافق	01			

دال	0.000	16.800	20	موافق	(2) زيادة قوة العمل من خلال استخدام عمال ذوي تخصصات ومهارات عالية في المجال التكنولوجي.
			02	محايد	
			08	غير موافق	
دال	0.003	8.533	23	موافق	(3) استخدام الموقع والبريد الإلكتروني في مؤسستكم يساهم في مواكبة التكنولوجيا.
			00	محايد	
			07	غير موافق	
دال	0.014	8.600	17	موافق	(4) يساهم الموقع والبريد الإلكتروني في الاستجابة لمتطلبات العملاء مستقبلا.
			04	محايد	
			09	غير موافق	
دال	0.000	33.800	25	موافق	(5) استخدام الموقع والبريد الإلكتروني يساهم في خدمة وتطور مؤسستكم.
			02	محايد	
			03	غير موافق	
دال	0.000	38.600	26	موافق	(6) استخدام الموقع والبريد الإلكتروني يساهم في تطور الترويج والإشهار.
			01	محايد	
			03	غير موافق	
دال	0.014	7.400	17	موافق	(7) استخدام الموقع والبريد الإلكتروني يساهم بدرجة كبيرة في زيادة الخبرات المتخصصة.
			06	محايد	
			07	غير موافق	
دال	0.000	29.400	24	موافق	(8) استخدام الموقع والبريد الإلكتروني يساهم بدرجة كبيرة في زيادة الخبرات المتخصصة.
			03	محايد	
			03	غير موافق	
دال	0.000	38.600	26	موافق	(9) استخدام الموقع والبريد الإلكتروني يساهم في سرعة التحكم والتغلب على العوائق المفاجئة.

يعتبر اختبار كاي تربيع لحسن المطابقة من الاختبارات اللامعلمية والتي لا تشترط اعتدالية التوزيع الطبيعي، كما أنه يعالج البيانات التي تكون ضمن المقاييس الرتبوية تماما مثل ما يتطابق مع هذه الدراسة، ومن خلال الجدول أعلاه والذي يتضمن التحليل الإحصائي لمضمون الفرضية الأولى على عينة مكونة من 30 فردا قاموا بالإجابة على أداة جمع البيانات و المعلومات وهي الاستبيان نلاحظ في العبارة الأولى أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (30) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على العبارة رقم (01) بالبدليل "موافق" وقد بلغ عددهم (27) فردا بنسبة مئوية بلغت 90%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدليل "محايد" والبالغ عددهم (02) بنسبة مئوية قدرت بـ 6.66%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدليل "غير موافق" والبالغ عددهم (01) بنسبة مئوية قدرت بـ 3.33%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ

43.300 بمستوى دلالة بلغ 0.000 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الاستجابة (موافق) وبالتالي فإن أغلب أفراد العينة يرون بتحسين الخدمات من خلال الاستخدام الأمثل للموقع والبريد الإلكترونيين في المؤسسة.

وفي العبارة الثانية حسب الجدول أعلاه دائماً نلاحظ أيضاً أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على العبارة رقم (02) بالبديل "موافق" وقد بلغ عددهم (20) فرداً بنسبة مئوية بلغت 66.66%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "محايد" والبالغ عددهم (02) بنسبة مئوية قدرت بـ 6.66%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير موافق" والبالغ عددهم (08) بنسبة مئوية قدرت بـ 26.66%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 16.800 بمستوى دلالة بلغ 0.000 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الاستجابة (موافق) وبالتالي فإن أغلب أفراد العينة يرون بأن قوة العمل تزيد في حالة استخدام عمال ذوي تخصصات ومهارات عالية في المجال التكنولوجي..

وفي العبارة الثالثة حسب الجدول أعلاه دائماً نلاحظ أيضاً أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على العبارة رقم (03) بالبديل "موافق" وقد بلغ عددهم (23) فرداً بنسبة مئوية بلغت 76.66%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "محايد" والبالغ عددهم (00) بنسبة مئوية قدرت بـ 00%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير موافق" والبالغ عددهم (07) بنسبة مئوية قدرت بـ 23.33%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 8.533 بمستوى دلالة بلغ 0.003 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الاستجابة (موافق) وبالتالي فإن أغلب أفراد العينة يرون بأن استخدام الموقع والبريد الإلكترونيين في المؤسسة المقصودة يساهم في مواكبة التكنولوجيا.

وفي العبارة الرابعة نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على العبارة رقم (04) بالبديل "موافق" وقد بلغ عددهم (17) فرداً بنسبة مئوية بلغت 56.66%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "محايد" والبالغ عددهم (04) بنسبة مئوية قدرت بـ 13.33%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير موافق" والبالغ عددهم (09) بنسبة مئوية قدرت بـ 30%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 8.600 بمستوى دلالة بلغ 0.014 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الاستجابة (موافق) وعليه فإن أغلب أفراد العينة يرون بأن الموقع والبريد الإلكترونيين يساهم في الاستجابة لمتطلبات العملاء مستقبلاً.

وفي العبارة الخامسة نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على العبارة رقم (05) بالبديل "موافق" وقد بلغ عددهم (25) فرداً بنسبة مئوية بلغت 83.33%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "محايد" والبالغ عددهم (02) بنسبة مئوية قدرت بـ 6.66%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير موافق" والبالغ عددهم (03) بنسبة مئوية قدرت بـ 10%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها

عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 33.800 بمستوى دلالة بلغ 0.000 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الاستجابة (موافق) وعليه فإن استخدام الموقع والبريد الإلكترونيين يساهم في خدمة وتطور المؤسسة.

وفي العبارة السادسة نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على العبارة رقم (06) بالبديل "موافق" وقد بلغ عددهم (26) فرداً بنسبة مئوية بلغت 86.66%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "محايد" والبالغ عددهم (01) بنسبة مئوية قدرت بـ 3.33%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير موافق" والبالغ عددهم (03) بنسبة مئوية قدرت بـ 10%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 38.600 بمستوى دلالة بلغ 0.000 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الاستجابة (موافق) وعليه فإن استخدام الموقع والبريد الإلكترونيين يساهم في تطور الترويج والإشهار.

كما نجد في العبارة السابعة أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على العبارة رقم (07) بالبديل "موافق" وقد بلغ عددهم (17) فرداً بنسبة مئوية بلغت 56.66%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "محايد" والبالغ عددهم (06) بنسبة مئوية قدرت بـ 20%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير موافق" والبالغ عددهم (07) بنسبة مئوية قدرت بـ 23.33%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 7.400 بمستوى دلالة بلغ 0.014 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الاستجابة (موافق) وعليه فإن استخدام الموقع والبريد الإلكترونيين يساهم بدرجة كبيرة في زيادة الخبرات المتخصصة.

وكذلك العبارة الثامنة نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على العبارة رقم (08) بالبديل "موافق" وقد بلغ عددهم (24) فرداً بنسبة مئوية بلغت 80%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "محايد" والبالغ عددهم (03) بنسبة مئوية قدرت بـ 10%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير موافق" والبالغ عددهم (03) بنسبة مئوية قدرت بـ 10%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 29.400 بمستوى دلالة بلغ 0.000 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الاستجابة (موافق) وعليه فإن استخدام الموقع والبريد الإلكترونيين يساهم في قدرة المؤسسة في انجاز الخطط البديلة المختلفة.

أما وفي العبارة التاسعة والأخيرة من المحور الأول الخاص بالفرضية الأولى نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على العبارة رقم (09) بالبديل "موافق" وقد بلغ عددهم (26) فرداً بنسبة مئوية بلغت 86.66%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "محايد" والبالغ عددهم (01) بنسبة مئوية قدرت بـ 3.33%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير موافق" والبالغ عددهم (03) بنسبة مئوية قدرت بـ 10%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة

الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 38.600 بمستوى دلالة بلغ 0.000 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الاستجابة (موافق) وعليه فإن استخدام الموقع والبريد الإلكترونيين يساهم في سرعة التحكم والتغلب على العوائق المفاجئة.

(2) تحليل ومناقشة نتائج الفرضية الثانية: يسهل الموقع والبريد الإلكترونيين في التعامل داخل وخارج المؤسسة الرياضية.
جدول رقم (03): يبين نتائج الاستبيان المتعلقة بالفرضية الثانية.

العبارة	البدائل	التكرارات	قيمة كاي تربيع	مستوى الدلالة	القرار
(1) يسهل الموقع والبريد الإلكترونيين الاتصال والتعاون بين مختلف الموظفين.	موافق	29	26.133	0.000	دال
	محايد	01			
	غير موافق	00			
(2) تنمية قدرات قاعدة المشاركة الجماعية داخل المؤسسة.	موافق	28	22.533	0.000	دال
	محايد	00			
	غير موافق	02			
(3) القدرة على التنسيق بين جميع أقسام ومصالح المؤسسة في وقت واحد.	موافق	29	26.133	0.000	دال
	محايد	01			
	غير موافق	00			
(4) استخدام الموقع والبريد الإلكترونيين يساهم في توفير كم هائل من المعلومات في كل وقت.	موافق	27	43.400	0.000	دال
	محايد	02			
	غير موافق	01			
(5) استخدام الموقع والبريد الإلكترونيين في العمل بدرجة كبيرة يقلل الشعور بالخوف من كثرة الأعمال الموكلة إليكم.	موافق	20	16.800	0.000	دال
	محايد	02			
	غير موافق	08			
(6) استخدام الموقع والبريد الإلكترونيين يسهل من انجاز الأعمال بكفاءة عالية وبدون عراقيل تواجه العاملين.	موافق	24	29.400	0.000	دال
	محايد	03			
	غير موافق	03			
(7) استخدام الموقع والبريد الإلكترونيين يساهم في التقليل من العمل الإداري المطلوب في إعداد التقارير.	موافق	23	25.400	0.014	دال
	محايد	03			
	غير موافق	04			
(8) استخدام الموقع والبريد الإلكترونيين يسهل توسيع الرقابة على أعمال المؤسسة من خلال إطلاعها على التبادلات المختلفة.	موافق	20	16.800	0.000	دال
	محايد	02			
	غير موافق	08			

				موافق	
دال	0.000	33.800	25	موافق	9) استخدام الموقع والبريد الإلكترونيين يقوي الأعمال التي تقوم بها المؤسسة بانخراط الجميع في معرفة ماذا يحدث داخل المؤسسة وخارجها.
			02	محايد	
			03	غير موافق	

يعتبر اختبار كاي تربيع لحسن المطابقة من الاختبارات اللامعلمية والتي لا تشترط اعتدالية التوزيع الطبيعي، كما أنه يعالج البيانات التي تكون ضمن المقاييس الرتبوية تماما مثل ما يتطابق مع هذه الدراسة، ومن خلال الجدول أعلاه والذي يتضمن التحليل الإحصائي لمضمون الفرضية الثانية على عينة مكونة من 30 فردا قاموا بالإجابة على أداة جمع البيانات و المعلومات وهي الاستبيان نلاحظ في العبارة الأولى أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على العبارة رقم (01) بالبديل "موافق" وقد بلغ عددهم (29) فرداً بنسبة مئوية بلغت 96.66%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "محايد" والبالغ عددهم (01) بنسبة مئوية قدرت بـ 3.33%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير موافق" والبالغ عددهم (00) بنسبة مئوية قدرت بـ 00%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 26.133 بمستوى دلالة بلغ 0.000 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الاستجابة (موافق) وعليه فإن أغلب أفراد العينة يرون بأن الموقع والبريد الإلكترونيين يسهلان الاتصال والتعاون بين مختلف الموظفين..

وفي العبارة الثانية حسب الجدول أعلاه دائماً نلاحظ أيضاً أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على العبارة رقم (02) بالبديل "موافق" وقد بلغ عددهم (28) فرداً بنسبة مئوية بلغت 93.33%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "محايد" والبالغ عددهم (00) بنسبة مئوية قدرت بـ 00%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير موافق" والبالغ عددهم (02) بنسبة مئوية قدرت بـ 6.66%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 22.533 بمستوى دلالة بلغ 0.000 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الاستجابة (موافق) وبالتالي فإن أغلب أفراد العينة يرون بأن الإيميل والموقع الإلكترونيين يساهمان تنمية قدرات قاعدة المشاركة الجماعية داخل المؤسسة..

وفي العبارة الثالثة نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على العبارة رقم (03) بالبديل "موافق" وقد بلغ عددهم (29) فرداً بنسبة مئوية بلغت 96.66%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "محايد" والبالغ عددهم (01) بنسبة مئوية قدرت بـ 3.33%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير موافق" والبالغ عددهم (00) بنسبة مئوية قدرت بـ 00%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 26.133 بمستوى دلالة بلغ 0.000 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الاستجابة (موافق) وعليه فإن أغلب أفراد العينة يرون

بأن البريد والموقع الإلكترونيين يزيدان من القدرة على التنسيق بين جميع أقسام ومصالح المؤسسة في وقت واحد..

وفي العبارة الرابعة نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على العبارة رقم (04) بالبديل "موافق" وقد بلغ عددهم (27) فرداً بنسبة مئوية بلغت 90%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "محايد" والبالغ عددهم (02) بنسبة مئوية قدرت بـ 6.66%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير موافق" والبالغ عددهم (01) بنسبة مئوية قدرت بـ 3.33%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 43.400 بمستوى دلالة بلغ 0.000 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الاستجابة (موافق) وعليه فإن أغلب أفراد العينة يرون بأن الموقع والبريد الإلكترونيين يساهم في توفير كم هائل من المعلومات وفي كل وقت.

وفي العبارة الخامسة نلاحظ حسب الجدول أعلاه دائماً نلاحظ أيضاً أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على العبارة رقم (05) بالبديل "موافق" وقد بلغ عددهم (20) فرداً بنسبة مئوية بلغت 66.66%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "محايد" والبالغ عددهم (02) بنسبة مئوية قدرت بـ 6.66%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير موافق" والبالغ عددهم (03) بنسبة مئوية قدرت بـ 10%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 16.800 بمستوى دلالة بلغ 0.000 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الاستجابة (موافق) وبالتالي فإن أغلب أفراد العينة يرون بأن استخدام الموقع والبريد الإلكترونيين في العمل بدرجة كبيرة يقلل الشعور بالخوف من كثرة الأعمال الموكلة إليكم.

وكذا في العبارة السادسة نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على العبارة رقم (06) بالبديل "موافق" وقد بلغ عددهم (24) فرداً بنسبة مئوية بلغت 80%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "محايد" والبالغ عددهم (03) بنسبة مئوية قدرت بـ 10%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير موافق" والبالغ عددهم (03) بنسبة مئوية قدرت بـ 10%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 29.400 بمستوى دلالة بلغ 0.000 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الاستجابة (موافق) وعليه استخدام الموقع والبريد الإلكترونيين يسهل من إنجاز الأعمال بكفاءة عالية وبدون عراقيل تواجه العاملين.

كما نجد في العبارة السابعة أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على العبارة رقم (07) بالبديل "موافق" وقد بلغ عددهم (24) فرداً بنسبة مئوية بلغت 80%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "محايد" والبالغ عددهم (03) بنسبة مئوية قدرت بـ 10%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير موافق" والبالغ عددهم (04) بنسبة مئوية قدرت بـ 13.33%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية

(2) قدرت بـ 25.400 بمستوى دلالة بلغ 0.000 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الاستجابة (موافق) وعليه فإن استخدام الموقع والبريد الإلكترونيين يقلل من العمل الإداري المطلوب في إعداد التقارير.

وكذلك العبارة الثامنة نلاحظ أيضا أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (30) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على العبارة رقم (08) بالبديل "موافق" وقد بلغ عددهم (20) فردا بنسبة مئوية بلغت 66.66%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "محايد" والبالغ عددهم (02) بنسبة مئوية قدرت بـ 6.66%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير موافق" والبالغ عددهم (08) بنسبة مئوية قدرت بـ 26.66%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (χ^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 16.800 بمستوى دلالة بلغ 0.000 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الاستجابة (موافق) وبالتالي فإن أغلب أفراد العينة يرون بأن استخدام الموقع والبريد الإلكترونيين يسهل توسيع الرقابة على أعمال المؤسسة من خلال اطلاعها على التبادلات المختلفة.

أما وفي العبارة التاسعة والأخيرة من المحور الثاني الخاص بالفرضية الثانية إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (30) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على العبارة رقم (05) بالبديل "موافق" وقد بلغ عددهم (25) فردا بنسبة مئوية بلغت 83.33%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "محايد" والبالغ عددهم (02) بنسبة مئوية قدرت بـ 6.66%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير موافق" والبالغ عددهم (03) بنسبة مئوية قدرت بـ 10%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (χ^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 33.800 بمستوى دلالة بلغ 0.000 وهو أقل من مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الاستجابة (موافق) وعليه فإن استخدام الموقع والبريد الإلكترونيين يقوي الأعمال التي تقوم بها المؤسسة بانخراط الجميع في معرفة ماذا يحدث داخل المؤسسة وخارجها.

(3) مناقشة النتائج على ضوء فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: يساهم الموقع والبريد الإلكترونيين في نجاح المؤسسة الرياضية.
من خلال نتائج الجداول الخاصة بالمحور الأول للفرضية الأولى رقم (1)، (2)، (3)، (4)، (5)، (6)، (7)، (8)، (9) والتي أثبتت نتائجها فروقا ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابات التي تثبت أن الموقع والبريد الإلكترونيين يساهم في نجاح المؤسسة الرياضية وذلك كونه يعمل على تحسين الخدمات وترقيتها إلى مصاف احترافي ناهيك عن كونه يجعل المؤسسة الرياضية مواكبة للتكنولوجيات الحديثة وكذا خلال عملية الترويج والإشهار لتفعيل منظومة الترويج للأفكار والقرارات والمبادئ التي تتبناها المؤسسة الرياضية..... وهي العبارات التي وافق أفراد العينة والتي تثبت أن البريد الإلكتروني يساهم في نجاح المؤسسة الرياضية وبالتالي يمكن القول بأن الفرضية الأولى قد تحققت.

الفرضية الثانية: يسهل الموقع والبريد الإلكترونيين في التعامل داخل وخارج المؤسسة الرياضية.
من خلال نتائج الجداول رقم 03 الخاصة بالمحور الثاني للفرضية الثانية رقم (1)، (2)، (3)، (4)، (5)، (6)، (7)، (8)، (9) والتي أثبتت نتائجها فروقا ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابات التي تثبت بأن الموقع والبريد الإلكترونيين يسهل عملية المعاملات الداخلية والخارجية داخل وخارج المؤسسة الرياضية وذلك كونه يساعد في عملية التنسيق بين أفراد المؤسسة الواحدة في وقت واحد، كما يساهم في توفير كم هائل من المعلومات في كل وقت وحين، ومن المزايا التي وافق عليها أفراد العينة

هي تقليل الشعور بالخوف لدى الموظفين من الكم الهائل من المهام الموكلة لهم مما يساعد على انجاز الأعمال بكفاءة عالية..... وهي العبارات التي وافق أفراد العينة والتي تثبت أن البريد الإلكتروني يسهل من المعاملات الداخلية والخارجية داخل المؤسسة وعليه يمكن أن نقول بأنها قد تحققت.

4 استنتاجات عامة:

على ضوء ما قمنا به من دراسة مديرية الشباب والرياضة بالمسيلة وكذا تحليل ومناقشة النتائج المتحصل عليها من خلال توزيع استمارة استبيان لكل الموظفين الذين يزاولون نشاطهم بالمؤسسة وذلك من أجل معرفة مدى تحقق صحة الفرضيات التي بنينا على أساسها الدراسة حيث تم إثبات صحة الفرضيات ومن أهم الاستنتاجات نجد:

- 1) أن لسياسة تطبيق الموقع والبريد الإلكتروني دور هام وفعال في نجاح المؤسسة الرياضية.
- 2) استعمال الموقع والبريد الإلكتروني في المؤسسة الرياضية يساهم بشكل كبير في نجاحها.
- 3) استعمال الموقع والبريد الإلكتروني في المؤسسة الرياضية يقوم بتسهيل التعامل داخل وخارج هذه المؤسسة.
- 4) استعمال الموقع والبريد الإلكتروني يزيد من خدمة وتطور المؤسسة الرياضية.

5 اقتراحات وتوصيات:

- من خلال ما قدمناه من الدراسة النظرية والميدانية التي قمنا بها فقد توصلنا إلى عدة اقتراحات تمثلت في:
- 1) ضرورة الاهتمام بالبنية التحتية للتقنية والشبكات داخل المؤسسات الرياضية بشكل عام ومديرية الشباب والرياضة لولاية المسيلة بشكل خاص.
 - 2) توفير مختصين في المجال التقني.
 - 3) مواكبة مختلف التطورات التكنولوجية وذلك عن طريق تطوير وسائل الاتصال.
 - 4) يجب تسخير الوسائل والأجهزة المتواجدة في المؤسسة الرياضية.

(6) الآفاق المستقبلية:

- (1) القيام بدراسات مشابهة لهذه الدراسة باستخدام أدوات أخرى كالملاحظة والمقابلة للتعلم في الموضوع أكثر.
- (2) إجراء المزيد من البحوث والدراسات الميدانية على استعمال الموقع والبريد الإلكترونيين في المؤسسات.
- (3) زيادة أفراد العينة.
- (4) إجراء دراسات على المعوقات التي تعرقل استعمال الموقع والبريد الإلكترونيين في المؤسسات.

الخاتمة

الخاتمة:

من خلال هذه الدراسة يتضح لنا أن استعمال الموقع والبريد الإلكترونيين يساهم بشكل كبير في تنظيم العمل في المؤسسة الرياضية، ونجاحها بحيث يعتبر الموقع والبريد أرضية صلبة تقوم عليها المؤسسات من أجل التفوق والاستمرارية، وذلك من خلال ما تناولناه في الجانب النظري وربطه إلى حد ما بالجانب التطبيقي، ولأن فاعلية استعمال الموقع والبريد الإلكترونيين دور كبير في تحقيق أهداف المؤسسة، ولا يتحقق هذا إلا بالاهتمام بوسائل الاتصال الحديثة التي نقول عنها أنها العمود الفقري للمؤسسة وهذا ما ينعكس إيجابيا على المؤسسة وبهذا يمكن تنميتها وتطويرها.

ومن هنا تكمن أهمية الموقع والبريد الإلكترونيين إلى تحقيق النجاح في المؤسسة الرياضية.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

المراجع والكتب:

- (01) إبراهيم بختي، التجارة الالكترونية مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2008.
- (02) أسامة محمود شريف، مستقبل الصحيفة المطبوعة والصحيفة الالكترونية، بحوث الندوة العلمية للمؤتمرات، عمان، 2000.
- (03) إيثار المجالي وأسامة المنعم، التجارة الالكترونية، عمان، دار وائل للنشر، 2013.
- (04) بشار محمود دودين، الإطار القانوني للعقد المبرم عبر شبكة الانترنت وفقا لقانون المعاملات الالكترونية وبالتأصيل مع النظرية العامة للعقد في القانون المدني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط01، 2006.
- (05) حسام إبراهيم حسن، إدارة الموارد البشرية في القطاع العام، ط01، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2012.
- (06) حسن أحمد الشافعي معايير تطبيق الجودة الشاملة في المؤسسات الرياضية، دار الوفاء لدينا للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2008.
- (07) حسن نصر الدين، عناوين مواقع الانترنت، بيروت، مكتبة زين الحقوقية، والأدبية، 2008.
- (08) خضر مصباح الطيطي، التجارة الالكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري، الأردن، دار الحامد، 2008.
- (09) دومي عبد الوهاب، دراسة الإدارة العلمية، دار الفكر العربي القاهرة، 2006.
- (10) عائشة برحلي، آليات نشر الفكر المقاولاتي في الوسط الجامعي، 2020.
- (11) عثمان إبراهيم السلموم، تصميم الصفحات الالكترونية العربية على الانترنت، الرياض، عالم الكتب، 2002.
- (12) عصام بدوي، موسوعة الإدارة والتنظيم في التربية البدنية والرياضية، دار الفكر العربي، ط01، القاهرة، مصر، 2001.
- (13) فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، أسس البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، ط01، الإسكندرية، 2002.
- (14) كارولينش ترجمة عبد الستار جواد، كتابة الأخبار والتقارير الصحفية، منهج تطبيقي (دون دار النشر)، 2001.

- 15) ماهر أحمد، تطور المنظمات، الدليل العلمي لإعادة الهيكلة والتميز الإداري، الدار الجامعية الإسكندرية، 2008.
- 16) محمد جاسم السعيد و ردينة عثمان يوسف، التسويق الإلكتروني، ط01، عمان دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2012.
- 17) محمد حسن الوشاح، محمد عبد الله الشافقين، المنشآت والملاعب الرياضية، ط01، مكتبة المجتمع العربي، للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 18) محمد حسن علاوي، مناهج البحث العلمي في التربية البدنية والرياضية وعلم النفس الرياضي، ط01، دار الفكر العربي، القاهرة، 1999.
- 19) محمد سامي عطا الله، ورقة عمل مقدمة إلى معرض القاهرة الدولي، نسخة الكترونية، 2005.
- 20) مصطفى صادق، التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الانترنت، جامعة الشارقة، 2005.
- 21) يوسف حسن يوسف، التجارة الإلكترونية وأبعادها القانونية الدولية القاهرة، المركز القومي للإصدارات القانونية، 2011.

الرسائل والأطروحات:

- 01) أمل فوزي منتصر، مجالات استخدام شبكة المعلومات الدولية " الانترنت " في الأنشطة الاتصالية، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، 2003.
- 02) اعتدال عبد الله هملات الفقهاء، جودة الموقع الإلكتروني والثقة الإلكترونية وأثرها في رضا متلقي الخدمة، جامعة الشرق الأوسط، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال الإلكترونية، 2014.
- 03) زياد بن عبد الله الدهمشة، المتغيرات التنظيمية والوظيفية وعلاقتها بمستوى الرضا الوظيفي وفقا لنظرية هيرز بيرغ، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم العلوم الإدارية، كلية الدراسات العليا جامعة نايف الأمنية للعلوم الإدارية، 2002.
- 04) سهام موسى، تفعيل المواقع الإلكترونية لتحقيق تنافسية المؤسسات الصغيرة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بسكرة، الجزائر، 2007 / 2008.
- 05) عبد الله بن عبد المعين الحازمي، استخدام الحاسب الآلي في العمل الإداري بإمارة منطقة المدينة، رسالة ماجستير غير منشورة، 2002.
- 06) مشبب ناصر محمد آل زيان، المواقع الإلكترونية ودورها في نشر العار الديني وطرق مواجهتها من وجهة نظر المختصين، رسالة ماجستير منشورة، قسم العلوم الإدارية، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2011.

07) ناصر بن محمد ناصر عسيري، دور المواقع الالكترونية في خدمة البحث العلمي لدى طلبة برامج الدراسات العليا، مذكرة ماجستير منشورة، الرياض 2014.

مذكرات الماجستير:

01) بالمختار هشام، دور القيادة الإدارية في تنمية الثقافة التنظيمية لدى العاملين في المؤسسات الرياضية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة المسيلة، الجزائر، 2015/2016.

02) بن عبد الكريم عبد الحفيظ، توفر الإمكانيات لتطبيق الإدارة الالكترونية في المؤسسة الرياضية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، غير منشورة، جامعة المسيلة، الجزائر، 2014.

03) بوطوقة أمال، دور تقنيات الاتصال الحديثة في إدارة أنشطة العلاقات العامة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة أم البواقي، الجزائر، 2018/2019.

04) جودي ساحية، دور تفعيل تطبيق الإدارة الالكترونية في تنظيم البطولات والمنافسات الرياضية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، غير منشورة، جامعة المسيلة، الجزائر، 2014.

05) حيدرة سعاد، الاتصال الداخلي الحديث بالمؤسسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير بكلية العلوم الاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة مستغانم، الجزائر، 2012/2013.

06) دائرة فاروق، دور التسويق الالكتروني في نجاح التظاهرات الرياضية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة المسيلة، الجزائر، 2016.

07) شعيب معزوز، إدارة الموارد البشرية ودورها في تحسين أداء العاملين في المؤسسات الرياضية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة المسيلة، الجزائر 2015/2016.

08) فطوم لطرش، استخدام الطلبة للموقع الالكتروني الرسمي للجامعة والاشباعات المحققة منه، مذكرة لميل شهادة الماجستير، جامعة خيضر كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، بسكرة، الجزائر، 2010.

09) محمد زحاف، التسويق الالكتروني في الأندية الجزائرية لكرة القدم، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة المسيلة، الجزائر، 2012.

مجلات علمية:

01) نصير قاسم خلف، نموذج مقترح لإدارة العلاقات العامة في المؤسسات الرياضية، (البحث الوصفي)، بدون سنة.

مواقع الأنترنت:

01) [https : mawdoo3 . com](https://mawdoo3.com), 25/ 03/ 2023, 10 :15

02) e – mail < [https: www lechstar. Com](https://www.lechstar.com), 26/ 03/ 2023, 13 :45

الملاحق

قائمة الأساتذة المحكمين:

الدرجة العلمية المتحصل عليها	الجامعة التابع إليها	اسم ولقب الأستاذ المحكم
شهادة الدكتوراه	جامعة المسيلة	- مريز أسامة
شهادة الدكتوراه	جامعة المسيلة	- نويري بوبكر
شهادة الدكتوراه	جامعة المسيلة	- بوصلح النذير

استمارة الدراسة:

وزارة التعليم والبحث العالي

جامعة محمد بوضياف – المسيلة

معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم الإدارة وتسيير رياضي

تخصص: تسيير المنشآت الرياضية

أهمية الموقع والبريد الإلكتروني في نجاح المؤسسة الرياضية

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته أما بعد:

يسرني أن أقدم إلى سيادتكم هذه الاستمارة التي تعالج أهمية الموقع والبريد الإلكتروني في نجاح المؤسسة الرياضية وذلك استكمالاً لنيل شهادة الماستر تخصص تسيير المنشآت الرياضية.

وفي إطار إعداد هذه المذكرة نرجو من سيادتكم المساعدة بالإجابة على الاستبيان الذي يتضمن أسئلة حول الموضوع وذلك بوضع علامة (x) أمام العبارة التي المناسبة ونعلمكم بأن المعلومات التي ستدلون بها تبقى سرية ولا تستخدم إلا لأغراض علمية بحتة، ونشركم مسبقاً على حسن تعاونكم معنا.

اشراف الدكتور: مجادي رابح

إعداد الطالب : شريد كمال

السنة الجامعية: 2022 / 2023.

الاستبيان:

الرقم	المحور الأول: يساهم الموقع والبريد الإلكتروني في نجاح المؤسسة الرياضية	موافق	محايد	غير موافق
01	تحسن الخدمات من خلال الاستخدام الأمثل للموقع والبريد الإلكتروني في مؤسستكم.			
02	زيادة قوة العمل من خلال استخدام عمال ذوي تخصصات ومهارات عالية في المجال التكنولوجي.			
03	استخدام الموقع والبريد الإلكتروني في مؤسستكم يساهم في مواكبة التكنولوجيا.			
04	يساهم الموقع والبريد الإلكتروني في الاستجابة لمتطلبات العملاء مستقبلاً.			
05	استخدام الموقع والبريد الإلكتروني يساهم في خدمة وتطور مؤسستكم.			
06	استخدام الموقع والبريد الإلكتروني يساهم في تطور الترويج والإشهار.			
07	استخدام الموقع والبريد الإلكتروني يساهم بدرجة كبيرة في زيادة الخبرات المتخصصة.			
08	استخدام الموقع والبريد الإلكتروني يساهم في قدرة المؤسسة في انجاز الخطط البديلة المختلفة.			
09	استخدام الموقع والبريد الإلكتروني يساهم في سرعة التحكم والتغلب على العوائق المفاجئة.			

			المحور الثاني: يسهل الموقع والبريد الالكترونيين في التعامل داخل وخارج المؤسسة الرياضية.	
			يسهل الموقع والبريد الالكترونيين الاتصال والتعاون بين مختلف الموظفين.	01
			تنمية قدرات قاعدة المشاركة الجماعية داخل المؤسسة.	02
			القدرة على التنسيق بين جميع أقسام ومصالح المؤسسة في وقت واحد.	03
			استخدام الموقع والبريد الالكترونيين يساهم في توفير كم هائل من المعلومات وفي كل وقت.	04
			استخدام الموقع والبريد الالكترونيين في العمل بدرجة كبيرة يقلل الشعور بالخوف من كثرة الأعمال الموكلة إليكم.	05
			استخدام الموقع والبريد الالكترونيين يسهل من إنجاز الأعمال بكفاءة عالية وبدون عراقيل تواجه العاملين.	06
			استخدام الموقع والبريد الالكترونيين يقلل من العمل الإداري المطلوب في إعداد التقارير.	07
			استخدام الموقع والبريد الالكترونيين يسهل توسيع الرقابة على أعمال المؤسسة من خلال إطلاعها على التبادلات المختلفة.	08
			استخدام الموقع والبريد الالكترونيين يقوي الأعمال التي تقوم بها المؤسسة بانخراط الجميع في معرفة ماذا يحدث داخل المؤسسة وخارجها.	09

تسهيل مهمة:



المسيلة في 12/11/2023

الرقم: 14/ق.ا.ت.ر/2023

الى السيد المحترم:

عبد الحليم المسيلة
ولادة 1983

الموضوع: تسهيل مهمة

تحية طيبة و بعد،

في إطار إجراء التريضات الميدانية لطلبة السنة الثانية ماستر و انجاز مذكرة التخرج نلتمس

من سيادتكم تسهيل مهمة الطالب: بسبب

للقيام بأعماله على مستوى مؤسستكم المحترمة في حدود ما يسمح به القانون.

نشكر حسن تعاونكم مسبقا ، و وفقكم الله لخدمة ما فيه خير للعباد و البلاد.

رئيس القسم



ملخص الدراسة

العنوان: أهمية الموقع والبريد الإلكتروني في نجاح المؤسسة الرياضية.
أهداف الدراسة: نهدف من وراء هذا البحث إلى:

- التعرف على مساهمة الموقع والبريد في نجاح المؤسسة الرياضية.
- التعرف على سهولة التعامل بواسطة الموقع والبريد الإلكتروني داخل وخارج المؤسسة الرياضية.
- الإشكالية:** - هل للموقع والبريد الإلكتروني أهمية في نجاح المؤسسة الرياضية؟
التساؤلات الجزئية:

- هل يساهم الموقع والبريد الإلكتروني في نجاح المؤسسة الرياضية؟.
- هل يسهل الموقع والبريد الإلكتروني في التعامل داخل وخارج المؤسسة الرياضية؟.
- الفرضية العامة:** - للموقع والبريد الإلكتروني أهمية في نجاح المؤسسة الرياضية.
الفرضيات الجزئية:

- يساهم الموقع والبريد الإلكتروني في نجاح المؤسسة الرياضية.
- يسهل الموقع والبريد الإلكتروني في التعامل داخل وخارج المؤسسة الرياضية.
- منهج الدراسة:** اعتماداً في بحثنا هذا على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره الأنسب لدراستنا هذه.
- مجتمع وعينة الدراسة:** وتم أخذ عينة المسح الشامل من موظفي مديرية الشباب والرياضة لولاية المسيلة على اختلاف مناصبه، وقدرت عينة البحث بـ30 موظف في مديرية الشباب والرياضة بعد استبعاد أفراد العينة الاستطلاعية والمقدر عددهم بـ5 أفراد.
- أساليب جمع البيانات :** تم إعداد استبانة أداة لجمع المعلومات كما تم استخدام التكرارات والنسب المؤوية وكاي تربيع K^2 ومعامل ألفا كرونباخ.
- استنتاجات عامة:**

- 1) أن لسياسة تطبيق الموقع والبريد الإلكتروني دور هام وفعال في نجاح المؤسسة الرياضية.
 - 2) استعمال الموقع والبريد الإلكتروني في المؤسسة الرياضية يساهم بشكل كبير في نجاحها.
 - 3) استعمال الموقع والبريد الإلكتروني يقوم بتسهيل التعامل داخل وخارج المؤسسة الرياضية.
 - 4) استعمال الموقع والبريد الإلكتروني يزيد من خدمة وتطور المؤسسة الرياضية.
- الاقتراحات وتوضيحات:**
- 1) ضرورة الاهتمام بالبنية التحتية للتقنية والشبكات داخل المؤسسات الرياضية بشكل عام ومديرية الشباب والرياضة لولاية المسيلة بشكل خاص.
 - 2) توفير مختصين في المجال التقني.
 - 3) مواكبة مختلف التطورات التكنولوجية وذلك عن طريق تطوير وسائل الاتصال.
 - 4) يجب تسخير الوسائل والأجهزة المتواجدة في المؤسسة الرياضية.