



The Sports Marketing at Sport organizations in the Kurdistan Region of Iraq

Zaman Salih Hassan ^{1*}

Wadie Yassin Al-Tikriti ²

1- School of Physical Education /
College of Education, Soran
University

2- Physical Education College Al
Qalam University

Article info.

Article history:

-Received: 9/10/2020

-Accepted: 20/2/2020

-Available online: 30/6 /2020

Keywords:

- Knowledge management operations
- effectiveness
- Sports organizations
- Iraqi Kurdistan

Abstract

- 1- Building a scale for Knowledge management for sports organizations in the Kurdistan Region of Iraq.
- 2- Knowing the level of Knowledge management among sports organizations in the Kurdistan Region of Iraq.

The researcher used the descriptive approach in both analytical and comparative methods. The construction sample reached (312), and the application sample reached (312) from the members of sports organizations in the Kurdistan Region of Iraq.

The researcher used the knowledge management and marketing metrics that the researcher built. The data were statistically treated using the theoretical mean, mean, standard deviation, percentage weight, percentage and test (t) for one sample.

The mean averages and the percentage weights exceeded all axes of knowledge management and mathematical marketing for the hypothetical average of (3) and the highest arithmetic mean in the axes of knowledge management (67.45%) for the third and fourth axes while the lowest arithmetic average (65.62%) for the fifth axis .

There is a significant different between the mean of sample in all axes and the theoretical mean in knowledge management and sport marketing.

Based on the results of the research results, the researcher recommends a number of recommendations, including the dissemination of knowledge management among members working in sports organizations and their participation in courses and workshops for the advancement of the level of knowledge.

* Corresponding Author: zamansh@gmail.com , School of Physical Education / College of Education, Soran University

واقع عمليات ادارة المعرفة وفاعلية تطبيقاتها لدى المنظمات الرياضية في إقليم كردستان العراق

أ.د. وديع ياسين خليل التكريتي
كلية التربية الرياضية
جامعة القلم

م.م. زمان صالح حسن خوشناو
سكول التربية الرياضية / كلية التربية
جامعة سوران

تاريخ البحث

- متوفر على الانترنت: 2020/6/30

الكلمات المفتاحية

- عمليات ادارة المعرفة
- فاعلية
- المنظمات الرياضية
- كردستان العراق

الخلاصة:

هدفت الدراسة الى :

بناء مقياس ادارة المعرفة عملياتها لدى المنظمات الرياضية في إقليم كردستان العراق. التعرف على مستوى ادارة المعرفة عملياتها لدى المنظمات الرياضية في إقليم كردستان العراق .

استخدم الباحث المنهج الوصفي بالاسلوب التحليلي ، وبلغت عينة البناء (12) كذلك بلغت عينة التطبيق (312) عضواً من اعضاء المنظمات الرياضية في إقليم كردستان العراق. واستخدم الباحث مقياس ادارة المعرفة الذي اعده الباحث. وعولج البيانات إحصائياً باستخدام المتوسط الحسابي المرجح والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن المئوي والنسبة المئوية واختبار (ت) لعينة واحدة والارتباط البسيط. واستنتج الباحث ما يأتي :

تجاوزت المتوسطات للعينة المتوسطات الفرضية والاوزان المئوية لمحاو ادارة المعرفة الكافة للمتوسط الفرضي والبالغ (3) وبلغ أعلى وزن مئوي في محاو ادارة المعرفة (67.45 %) للمحورين الثالث والرابع في حين بلغ ادنى وزن مئوي (65.62 %) للمحور الخامس .

أوصى الباحث بما يأتي :

بناءً على ما افرزته نتائج البحث يوصي الباحث بعدد من التوصيات منها إشراك أعضاء المنظمات الرياضية في دورات صقل وتطوير المعلومات المرتبطة بإدارة المعرفة .

1- التعريف بالبحث

1-1 مقدمة البحث وأهميته

تشكل إدارة المعرفة احد التطورات الفكرية المعاصرة، حيث تعاضم دورها في تحقيق الميزة التنافسية في مجال منظمات الأعمال. وقد تبلور ذلك في ظهور وظائف جديدة في الهياكل التنظيمية لبعض هذه المنظمات، خاصة الكبرى منها. وتمثل إدارة المعرفة في إطار العلوم الإدارية والاقتصادية موضوعاً حيوياً في العصر الحديث وظهر مصطلح إدارة المعرفة ليضعها علي قدم المساواة مع الأصول المادية الملموسة الأخرى ومن ثم اعتبارها أهم الأصول في المنظمات لدرجة أنها تمثل الميزة التنافسية الرئيسية في ظل الاقتصاد الرقمي (ياسين، 2016، 290)

تعد إدارة المعرفة من أحدث المفاهيم الإدارية التي تناولتها الأدبيات المتعلقة بها كماً ونوعاً. وقد شهدت السنوات الماضية اهتماماً متزايداً بها كونها عاملاً مهماً من عوامل النجاح لكل المؤسسات في القطاعين العام والخاص. تعد إدارة المعرفة اليوم منهجاً علمياً متكاملًا يهدف إلى تطوير الأداء في المؤسسات بهدف تحسين جودة المنتجات أو الخدمات (رزوقي، 2003، 54).

إن تطور تكنولوجيا المعلومات ونقل المعارف في القرن الحادي والعشرين أدى إلى التركيز على المعرفة القيّمة، وسط هذا الكم الهائل من المعرفة وكذلك الثورة المعلوماتية التي تتراكم يوماً بعد يوم، وإن ظهور هذه الكثافة المعرفية أدى إلى ظهور العديد من المفاهيم الإدارية الحديثة، ومنها إدارة المعرفة بما تتضمنه من عمليات تشخيص المعرفة واكتسابها وصولاً إلى تطبيقها. (نجم، 2008، 124)

وتتشكل إدارة المعرفة نتيجةً لعدد من العمليات التي تقدم المفتاح الذي يؤدي إلى فهمها وكيف تنفذ على أفضل وجه داخل المنظمة. ويشير أكثر الباحثين في حقل إدارة المعرفة إلى أن المعرفة المشتقة من المعلومات ومن مصادرها الداخلية والخارجية أنها لا تعني شيئاً دون تلك العمليات التي تغذيها وتمكّن من الوصول إليها والمشاركة فيها وتخزينها وتوزيعها والمحافظة عليها واسترجاعها بقصد التطبيق أو إعادة الاستخدام.

ويرى (Malhorta .1998.54) أن إدارة المعرفة تتعلق بالقضايا المحورية والدرجة ذات العلاقة بالتكيف التنظيمي والبقاء وقدرة المنظمة وإمكاناتها في مواجهة التغيرات البيئية المتزايدة بصورة غير منتظمة، وإدارة المعرفة بهذا المفهوم التي تتضمن العمليات التنظيمية و تسعى إلى تحقيق التداوئية من خلال الامكانيات الخلاقة والابتكارية للعنصر البشري

وتعد إدارة المعرفة فرصة كبيرة للمنظمات لتخفيض التكاليف ورفع موجوداتها الداخلية لتوليد الإيرادات الجديدة. كما تعد بأنها عملية نظامية تكاملية لتنسيق أنشطة المنظمة في اتجاه تحقيق أهدافها. وتعد إدارة المعرفة أداة المؤسسات الفاعلة لاستثمار رأسمالها الفكري، من خلال جعل الوصول إلى المعرفة المتولدة عنها بالنسبة للأشخاص الآخرين المحتاجين إليها عملية سهلة وومكنة. كما توفر الفرصة للحصول على الميزة التنافسية الدائمة للمنظمات، عبر مساهمتها في تمكين المؤسسة من تبني المزيد من الإبداعات المتمثلة في طرح سلع وخدمات جديدة. (ياسين 2000، 123)

ويؤكد (Wiig .2003.17) على أن إدارة المعرفة هي تخطيط وتنظيم ورقابة وتنسيق وتوليف المعرفة والأصول المرتبطة برأس المال الفكري، والعمليات والقدرات والامكانيات الشخصية والتنظيمية، بحيث يجري تحقيق أكبر ما يمكن من التأثير الإيجابي في نتائج الميزة التنافسية. وتتضمن إدارة المعرفة تحقيق عملية الإدامة للمعرفة ولرأس المال الفكري، واستغلالها واستثمارها ونشرها. كما أن إدارة المعرفة يجب أن تؤدي إلى توفير التسهيلات اللازمة لتحقيق مضامين هذه الإدارة.

وإدارة المعرفة على وفق ما يؤكد (Allee.2000.89) هي إدارة نظامية وصریحة وواضحة للأنشطة والممارسات والسياسات والبرامج داخل المنظمة التي ترتبط وتتعلق بالمعرفة . وينبغي أن تهتم إدارة المعرفة بمجموعة من العمليات التي تعمل على إنبات المعرفة والمحافظة عليها وتبنيها ومشاركتها مع الآخرين وتجديدها، بهدف دعم الأداء المنظمي وتعزيزها وخلق القيمة.

ويرى (Laudon & Laudon 2000.9, 76) أن إدارة المعرفة هي إطار عام يشكل مظلة للمنظمة، وقد وجد المحاسبون أن مفهوم إدارة المعرفة هو حقل جديد يساعدهم في تعريف الأصول غير الملموسة. وقد ساعد

هذا الحقل الإداريين في تطوير تطبيقات جديدة وممارسات إدارية تتناسب مع الاقتصاد الجديد (اقتصاد المعرفة واقتصاد الأعمال الالكترونية).

1-2 مشكلة البحث

لمس الباحث من خلال احتكاكه وعمله بإدارة الاتحادات لدى وزارة الشباب والرياضة غياب التسويق الرياضي في المؤسسات و الاتحادات الرياضية والنقص الكبير في وجود المختصين في هذا المجال. كما لا تعتمد المؤسسات و الاتحادات الرياضية على تحسين مواردها باستثمار التسويق الرياضي مع ملاحظة أن الكثير من الاتحادات تعجز عن تطبيق خططها السنوية كاملة بسبب العجز في الجوانب المالية.

إذ حيث أن اعتماد المؤسسات والاتحادات الرياضية على الدعم الحكومي وعدم قدرتها على تنمية مواردها يجعلها غير قادرة على تقديم أفضل النتائج في البطولات الرياضية بل وصلت الى عدم المشاركة في النشاطات والمنافسات الرياضية ، وهذا يؤثر في عمل الاتحادات الرياضية من حيث قلة الإيرادات المالية. وتتضح مشكلة التسويق الرياضي في الاقليم من خلال عدم الاهتمام بالجانب التسويقي وقلة الوعي بأهمية التسويق الرياضي في دعم نشاط المؤسسات والاتحادات الرياضية وتحسين الأداء في أعمالها.

هدفا البحث

- بناء مقياس ادارة المعرفة وفاعلية تطبيقاتها لدى المنظمات الرياضية في إقليم كردستان العراق.
- التعرف على مستوى ادارة المعرفة وفاعلية تطبيقاتها لدى المنظمات الرياضية في إقليم كردستان العراق .
- تجاوز درجة ادارة المعرفة وفاعلية تطبيقاتها مستوى جيداً لدى المنظمات الرياضية في إقليم كردستان العراق.
- المجال البشري: أعضاء المنظمات الرياضية ومنتسبيها في اقليم كردستان العراق
- المجال المكاني: مقرات الاتحادات والأندية الرياضية التي تقع في محافظات إقليم كردستان العراق.
- المجال الزمني : 2016 /2/4 - 2018 /12/24

2 - منهجية البحث وإجراءاته الميدانية

1-2 منهج البحث : يستخدم الباحث المنهج الوصفي بالاسلوب (التحليلي) .

2-2 مجتمع وعينة البحث : حدد الباحث مجتمع البحث والمتمثل بالعاملين والعاملات في المنظمات الرياضية في إقليم كردستان العراق والبالغ عددهم (800) شخص. وقد اختارهم الباحث بالطريقة العمدية ، وتم اختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية البسيطة التي بلغت (624) شخصاً الذين يمثلون نسبة (78%) من مجتمع البحث.

2-3 : المقياس بصورته الأولية :

من خلال تحليل مضمون المقاييس والدراسات السابقة المتعلقة بإدارة المعرفة وفاعلية تطبيقاتها قام الباحث بإعداد مقياسين وبواقع (6) محاور وبمحتوى (60) عبارة لمحور إدارة المعرفة .

2-4 الصدق المنطقي :

بعد أن تم جمع وصياغة عبارات المقياس بصيغتها الاولى تم عرضها من خلال استمارة استبيان مكونة من المحاور والفقرات ادارة المعرفة وفاعلية تطبيقاتها وكما مبين في الملحق المرقم (1) على مجموعة من

المتخصصين في مجال الادارة الرياضية والادارة والتسويق في الجامعات العراقية والخارجية لغرض إبداء الرأي حول صلاحية المحاور والفقرات، والبالغ عددهم (25) متخصصاً وكما مبين في الملحق (3) . ويبين الجدولين المرقمين (1) آراء ونسبة اتفاق المختصين في مدى صلاحية الفقرات لمقياسي إدارة المعرفة والتسويق الرياضي .

الجدول (1)

نسب اتفاق المتخصصين حول عبارات محاور مقياس ادارة المعرفة

1- مستوى إدراك مفهوم إدارة المعرفة وأهميتها لدى أعضاء المنظمات الرياضية في إقليم

ت	الفقرات	الاجابات المقبولة	نسبة الاتفاق %
1	إدارة المعرفة سمة للإدارة الرياضية الحديثة	19	76
2	الخطة الاستراتيجية للمنظمة الرياضية تعزز تطبيق إدارة المعرفة	19	76
3	تعد إدارة المعرفة الرياضية جزءاً من إدارة الأصول غير الملموسة التي تشكل الثروة الحقيقية	20	80
4	استثمار المعلومات وتبادلها بكفاءة امر مهم لنجاح الإدارة الرياضية	21	84
5	من متطلبات النجاح قبول التغيير والتحول نحو إدارة المعرفة الرياضية من خلال الاقبال على المشاركة وتبادل المعرفة	19	76
6	التعلم الذاتي المستمر يسهم في تطوير القدرات المعرفية والبحث عن افكار إبداعية	20	80
7	إستخدام التجارب والخبرات السابقة أساس للعمل في المستقبل دون الحاجة الى البدء من الصفر	19	76
8	تتوفر في المنظمة الرياضية رؤية واضحة حول إدارة المعرفة ومداخل تنفيذها	14	*56
9	تعتمد المنظمة الرياضية على ادارة المعرفة في اتخاذ قراراتها الاستراتيجية	19	76
10	تساعد ادارة المعرفة الرياضية في تحقيق المرونة المطلوبة لتلبية رغبات المستثمرين والرعاة	15	*60

كوردستان العراق.

*عبارات مرفوضة لعدم تحقيقها نسبة اتفاق 75%

2- الاحتياجات المعرفية والوعي المعرفي لمتطلبات ادارة المعرفة لدى أعضاء المنظمات الرياضية في إقليم كوردستان

العراق

ت	الفقرات	الاجابات المقبولة	نسبة الاتفاق %
1	توفر المنظمة الرياضية مصادر المعلومات التسويقية لتساعد في اكتساب المعرفة	21	84
2	تقوم المنظمة الرياضية بتصنيف البيانات والمعلومات بطرائق علمية للاستفادة منها في حصول المعرفة	20	80
3	تستخدم المنظمة الرياضية اساليب متنوعة لتحويل المعلومات التسويقية الى المعرفة	19	76
4	تتوفر لدى الملاكات العاملة في المنظمة الرياضية المهارات اللازمة والمعارف لاداء مهامهم باحسن وجه	19	76
5	تتوافر لدى المنظمة الرياضية المعرفة اللازمة بمتطلبات السوق وقراءة لما يرغب المستثمرون او الرعاة	20	80
6	تتوفر لدى المنظمة الرياضية رؤية واضحة حول استراتيجيات ادارة المعرفة والتسويق الرياضي	19	76
7	تسهم الضوابط الرقابية التي تتضمنها التقنيات المستخدمة في التسويق الرياضي لحماية العناصر التسويقية	17	*68
8	تسهم المنشآت والساحات الموجودة في المنظمة بتوفير مجال افضل لاستخدام المعرفة والتسويق	16	*64

9	تتعتمد المنظمة الرياضية على ادارة المعرفة في اتخاذ قراراتها الاستراتيجية	19	76
10	لدى المنظمة الاتصال المستمر والمباشر مع المستثمرين والرعاة لخلق افاق استثمارية جديدة ومستمرة	20	80

*عبارات مرفوضة لعدم تحقيقها نسبة اتفاق 75%

3- عمليات إدارة المعرفة (استخداماتها ودورها) مع تكنولوجيا المعلومات لدى أعضاء المنظمات الرياضية في إقليم كردستان العراق

ت	الفقرات	الاجابات المقبولة	نسبة الاتفاق %
1	تتوافر شبكة اتصالات حديثة وفعالة لخدمة ادارة المعرفة والتسويق الرياضي	19	76
2	العاملون في مجال المعرفة والتكنولوجيا هم من اصحاب الاختصاص	21	84
3	تتوفر في المنظمة الرياضية قاعدة متكاملة ومناحة من المعلومات حول التسويق الرياضي	20	80
4	يتم تدريب العاملين في المنظمة على استخدام التكنولوجيا الحديثة وكيفية التعامل معها	22	88
5	تساعد تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في المنظمة على تحسين جودة المعرفة بما يتوافق وخدمة التسويق الرياضي	19	76
6	تساعد نضم ادارة المعرفة المستخدمة في تقليل التكلفة والوقت وتحقيق انجاز اكبر	20	80
7	تساعد تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في المنظمة في رفع كفاءة التسويق الرياضي	21	84
8	تسهم ادارة المعرفة في خلق واكتشاف خدمات جديدة تزيد من زيادة الواردات	20	80
9	تسهم التكنولوجيا المستخدمة في مواجهة التغيرات المحتملة للرعاة والسوق	16	*64
10	تقوم التكنولوجيا بتبسيط وتسهيل الاجراءات مثل تقليل الروتين وخطوات العمل	15	*60

*عبارات مرفوضة لعدم تحقيقها نسبة اتفاق 75%

4- توليد المعرفة و إكتسابها لدى أعضاء المنظمات الرياضية في إقليم كردستان العراق

ت	الفقرات	الاجابات المقبولة	نسبة الاتفاق %
1	المنظمة الرياضية تدعم الافكار الجديدة والابداعية لتنمية التنافس	19	76
2	تسعى المنظمة الرياضية لامتلاك السجلات الخاصة بالمستجدات المعرفية بها	22	88
3	تعتمد آليات لاستقبال الاراء والمقترحات	21	84
4	تراقب سير العمل في المنظمة بشكل مستمر	16	*64
5	تقوم بالرصد المنتظم للمعرفة المتاحة والمتجددة من المصادر المختلفة	19	76
6	تدعم المنظمة الرياضية فرص التطوير العلمي والمعرفي (الحصول على شهادة علمية اعلى) للملاكات العاملة فيها	20	80
7	تعتمد المنظمة الرياضية في تطوير معرفة الملاكات العاملة و تعزيزها من خلال مشاركتهم في الدورات التدريبية	21	84
8	تعتمد المنظمة الرياضية على التنبؤ في تحديد المعرفة المطلوبة على وفق الاهداف الاستراتيجية	19	76
9	تستقطب المنظمة الرياضية الخبرات الرياضية والادارية المتخصصة من خلال التوظيف أو التعاقد	20	80
10	تبحث المنظمة الرياضية بجدية عن مصادر المعرفة التسويقية الحديثة لاستثمارها	17	*68

*عبارات مرفوضة لعدم تحقيقها نسبة اتفاق 75%

ت	الفقرات	الاجابات المقبولة	نسبة الاتفاق %
1	تعمل المنظمة الرياضية على تحديث معرفتها التسويقية وتنقيها لضمان القدرة التنافسية	20	80
2	توفر المنظمة الرياضية اماكن ملائمة لمستلزماتها التسويقية	19	76
3	توفر المنظمة الرياضية الملاكات البشرية اللازمة لتشغيل السوق واستدامتها	21	84
4	تتمسك المنظمة الرياضية برعاتها ومستثمريها المتميزين ، وملاكاتها التسويقية المتميزة	20	80
5	تعتمد المنظمة الرياضية على الحوار والتدريب لحفظ المعرفة	17	68
6	تستخدم المنظمة الرياضية تكنولوجيا المعلومات لخرن المعارف التسويقية	21	84
7	تشجع المنظمة الرياضية الرعاة والمستثمرين والملاكات لاستدامة التسويق	16	*64
8	تتبنى المنظمة الرياضية كل الجهود لمنع فقدان المعرفة التسويقية	17	*68
9	تضع المنظمة الرياضية اساليب (التجميع، التصنيف ، الترتيب) الفاعلة لخرن المعرفة التسويقية	19	76
10	تتخذ المنظمة الرياضية من التقارير والعقود وسيلة لخرن المعرفة و توثيق المعلومات التسويقية	20	80

5 - تخزين المعرفة وتوزيعها لدى أعضاء المنظمات الرياضية في إقليم كردستان العراق.

*عبارات مرفوضة لعدم تحقيقها نسبة اتفاق 75%

ت	الفقرات	الاجابات المقبولة	نسبة الاتفاق %
1	تنظيم البيانات والمعلومات التسويقية المتوفرة وتصنيف ثم تخزينها حتى يسهل تجميعها ثم تبويبها	19	76
2	وجود تعليمات واضحة في المنظمة لاسترجاع المعرفة التسويقية المخزونة لديها	19	76
3	توفر المنظمة الرياضية نظاماً فعالاً لتكنولوجيا المعلومات	20	80
4	وجود خطة لتوقع التغيرات التي يمكن ان تطرأ على المحتوى التسويقي	19	76
5	وضع تفسيرات مقننة ومحددة للمعلومات التسويقية	16	64
6	تحديد مستوى انجاز اعلى لكافة العاملين في القطاع التسويقي في المنظمة	21	84
7	تقويم مستويات أداء العاملين في المنظمة الرياضية على وفق نظم مشاركة المعرفة	19	76
8	تصميم مستويات أداء عمل تقوم على اساس تكامل المعرفة التسويقية	17	*68
9	تقوم المنظمة الرياضية بتقويم موجودات المعرفة التسويقية لديها	19	76
10	يوجد في المنظمة الرياضية نظام دائم لصيانة موجودات المعرفة والمحافظة عليها	17	*68

6-تنظيم المعرفة ونقلها لدى أعضاء المنظمات الرياضية في إقليم كردستان العراق

2-5 القوة التمييزية (الصدق التمييزي) :

لحساب القوة التمييزية لفقرات مقياس ادارة المعرفة وبهدف استبعاد الفقرات غير المميزة والابقاء على الفقرات المميزة بين المستجيبين طبق المقياس على العينة المكونة من (213) فرداً من العاملين والعاملات في المنظمات الرياضية في إقليم كردستان العراق واعتمد الباحث على نسبة الـ (27%) في تحديد المجموعتين

المتطرفتين من الدرجة الكلية ليحقق حجماً مناسباً واقصى تبايناً بينهما، ولتحقيق ذلك اتبع الباحث الخطوات الآتية:

- 1- استخراج الدرجة الكلية لكل استمارة بعد تصحيحها.
- 2- ترتيب الدرجات للمستجيبين بشكل تنازلي من أعلى درجة الى أقل درجة.
- 3- تعيين ما نسبته (27%) من الاستمارات الحاصلة على الدرجات العليا و(27%) من الاستمارات الحاصلة على الدرجات الدنيا.

تم استخدام الاختبار التائي (t-test) لعينتين مستقلتين لمعرفة دلالة الفروق في كل فقرة بين هاتين المجموعتين المتطرفتين إذ بلغ نسبة الـ (27%) لكلا الرّبيعين (58) استمارة، واتضح من خلال القيم التائية لدلالة الفروق ان الفقرات كلها مميزة عند مستوى دلالة (0.05) وكانت فقرات المقياس جميعها دالة معنوياً وبذلك لم يتم حذف اي من العبارات في المقياس .

الجدول (2)

الصدق التمييزي لمقياسي ادارة المعرفة

المقاييس	الرّبيع	العينة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	(ت) المحسوبة	نسبة احتمالية الخطأ
ادارة المعرفة	الادنى 27%	85	139.81	10.084	27.385	معنوي
	الأعلى 27%	85	178.35	8.166		

2-6 الاتساق الداخلي :

هو ايجاد العلاقة الارتباطية بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية للمقياس ، إذ تعد هذه الطريقة من أدق الوسائل المعروفة لحساب الاتساق الداخلي للفقرات في قياس المفهوم ، وتعني أن كل فقرة من الفقرات تسير في المسار نفسه الذي يسير فيه المقياس ككل (عبد الرحمن، 1985، 51). وفي ضوء ذلك قام الباحث باحتساب معامل الاتساق الداخلي من خلال العلاقة الارتباطية بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية للمقياس وذلك من خلال حساب معامل ارتباط بيرسون على عينة التحليل (عينة البناء) والمكونة من (312) عضواً ، وعليه تحذف الفقرة التي يكون معامل ارتباطها بالدرجة الكلية واطناً باعتبار ان الفقرة لا تقيس الظاهرة التي يقيسها الاختبار بأكمله . ولمعرفة الدلالة الاحصائية فقد تم مقارنتها مع قيمة (ر) الجدولية (0.1638) عند درجة حرية (310) ونسبة احتمالية الخطأ $\geq (0.05)$ وكانت القيم الخاصة بفقرات القائمة جميعها دالة كما في الجدول المرقم(3)

الجدول (3)

قيمة (ر) المحسوبة ونسبة احتمالية الخطأ لمحاور وعبارات مقياس ادارة المعرفة

ت	المحور الأول: واقع تطبيق إدارة المعرفة الرياضية والمعوقات التي تواجهها وسبل تطويرها في المنظمات الرياضية في إقليم كردستان/العراق	المعالم الاحصائية	نسبة احتمالية الخطأ
1	إدارة المعرفة سمة للإدارة الرياضية الحديثة	قيمة (ر) المحسوبة	0.620

0.001	نسبة احتمالية الخطأ		
0.56	قيمة (ر) المحسوبة		
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		2
0.637	قيمة (ر) المحسوبة		
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		3
0.605	قيمة (ر) المحسوبة		
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		4
0.532	قيمة (ر) المحسوبة		
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		5
0.571	قيمة (ر) المحسوبة		
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		6
0.504	قيمة (ر) المحسوبة		
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		7
0.515	قيمة (ر) المحسوبة		
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		8

ت	المحور الثاني: محور الاحتياجات المعرفية والوعي المعرفي لمتطلبات ادارة المعرفة لدى أعضاء المنظمات الرياضية في إقليم كردستان/العراق	المعالم الاحصائية	نسبة احتمالية الخطأ
1	توفر المنظمة الرياضية مصادر المعلومات التسويقية لتساعد في اكتساب المعرفة	قيمة (ر) المحسوبة	0.389
		نسبة احتمالية الخطأ	0.001
2	تقوم المنظمة الرياضية بتصنيف البيانات والمعلومات بطرائق علمية للاستفادة منها في حصول المعرفة	قيمة (ر) المحسوبة	0.470
		نسبة احتمالية الخطأ	0.001
3	تستخدم المنظمة الرياضية اساليب متنوعة لتحويل المعلومات التسويقية الى المعرفة	قيمة (ر) المحسوبة	0.443
		نسبة احتمالية الخطأ	0.001
4	تتوفر لدى الملاكات العاملة في المنظمة الرياضية المهارات اللازمة والمعارف لاداء مهامهم باحسن وجه	قيمة (ر) المحسوبة	0.583
		نسبة احتمالية الخطأ	0.001
5	تتوافر لدى المنظمة الرياضية المعرفة اللازمة بمتطلبات السوق وقراءة لما يرغبه المستثمرون او الرعاة	قيمة (ر) المحسوبة	0.580
		نسبة احتمالية الخطأ	0.001
6	تتوفر لدى المنظمة الرياضية رؤية واضحة حول استراتيجيات ادارة المعرفة والتسويق الرياضي	قيمة (ر) المحسوبة	0.581
		نسبة احتمالية الخطأ	0.001
7	تتوفر لدى المنظمة الرياضية رؤية واضحة حول استراتيجيات ادارة المعرفة والتسويق الرياضي	قيمة (ر) المحسوبة	0.495
		نسبة احتمالية الخطأ	0.001
8	لدى المنظمة الاتصال المستمر والمباشر مع المستثمرين والرعاة لخلق افاق استثمارية جديدة ومستمرة	قيمة (ر) المحسوبة	0.403
		نسبة احتمالية الخطأ	0.001

ت	المحور الثالث عمليات إدارة المعرفة (استخداماتها ودورها) مع تكنولوجيا المعلومات لدى أعضاء المنظمات الرياضية في إقليم كردستان/العراق	المعالم الاحصائية	نسبة احتمالية الخطأ
1	تتوافر شبكة اتصالات حديثة وفعالة لخدمة ادارة المعرفة والتسويق الرياضي	قيمة (ر) المحسوبة	0.334
		نسبة احتمالية الخطأ	0.001
2	العاملون في مجال المعرفة والتكنولوجيا هم من اصحاب الاختصاص	قيمة (ر) المحسوبة	0.422
		نسبة احتمالية الخطأ	0.001
3	تتوفر في المنظمة الرياضية قاعدة متكاملة و متاحة من المعلومات حول التسويق الرياضي	قيمة (ر) المحسوبة	0.469
		نسبة احتمالية الخطأ	0.001
4	يتم تدريب العاملين في المنظمة على استخدام التكنولوجيا الحديثة وكيفية التعامل معها	قيمة (ر) المحسوبة	0.442
		نسبة احتمالية الخطأ	0.001
5	تساعد تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في المنظمة على تحسين جودة المعرفة بما يتوافق وخدمة التسويق الرياضي	قيمة (ر) المحسوبة	0.406
		نسبة احتمالية الخطأ	0.001
6	تساعد نظم ادارة المعرفة المستخدمة في تقليل التكلفة والوقت وتحقيق انجاز اكبر	قيمة (ر) المحسوبة	0.322
		نسبة احتمالية الخطأ	0.001
7	تساعد تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في المنظمة في رفع كفاءة التسويق الرياضي	قيمة (ر) المحسوبة	0.332

0.001	نسبة احتمالية الخطأ	تسهم ادارة المعرفة في خلق واكتشاف خدمات جديدة تزيد من زيادة الواردات	8
0.327	قيمة (ر) المحسوبة		
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		

نسبة احتمالية الخطأ	المعالم الاحصائية	المحور الرابع : توليد المعرفة و اكتسابها لدى أعضاء المنظمات الرياضية في إقليم كوردستان/ العراق	ت
0.489	قيمة (ر) المحسوبة	المنظمة الرياضية تدعم الأفكار الجديدة والابداعية لتنمية التنافس	1
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		
0.511	قيمة (ر) المحسوبة	تسعى المنظمة الرياضية لامتلاك السجلات الخاصة بالمستجدات المعرفية بها	2
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		
0.636	قيمة (ر) المحسوبة	تعتمد آليات لاستقبال الآراء والمقترحات	3
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		
0.603	قيمة (ر) المحسوبة	تقوم بالرصد المنتظم للمعرفة المتاحة والمتجددة من المصادر المختلفة	4
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		
0.643	قيمة (ر) المحسوبة	تدعم المنظمة الرياضية فرص التطوير العلمي والمعرفي (الحصول على شهادة علمية اعلى) للملاكات العاملة فيها	5
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		
0.644	قيمة (ر) المحسوبة	تعتمد المنظمة الرياضية في تطوير معرفة الملاكات العاملة وتعزيزها من خلال مشاركتهم في الدورات التدريبية	6
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		
0.598	قيمة (ر) المحسوبة	تعتمد المنظمة الرياضية على التنبؤ في تحديد المعرفة المطلوبة على وفق الاهداف الاستراتيجية	7
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		
0.612	قيمة (ر) المحسوبة	تستقطب المنظمة الرياضية الخبرات الرياضية والادارية المتخصصة من خلال التوظيف او التعاقد	8
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		

نسبة احتمالية الخطأ	المعالم الاحصائية	المحور الخامس : تخزين و توزيع المعرفة لدى أعضاء المنظمات الرياضية في إقليم كوردستان/ العراق	ت
0.435	قيمة (ر) المحسوبة	تعمل المنظمة الرياضية على تحديث معرفتها التسويقية وتنقيها لضمان القدرة التنافسية	1
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		
0.508	قيمة (ر) المحسوبة	توفر المنظمة الرياضية اماكن ملائمة لمستلزماتها التسويقية	2
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		
0.492	قيمة (ر) المحسوبة	توفر المنظمة الرياضية الملاكات البشرية اللازمة لتشغيل السوق واستدامتها	3
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		
0.598	قيمة (ر) المحسوبة	تتمسك المنظمة الرياضية برعاتها ومستثمريها المتميزين ، وملاكاتها التسويقية المتميزة	4
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		
0.489	قيمة (ر) المحسوبة	تعتمد المنظمة الرياضية على الحوار والتدريب لحفظ المعرفة	5
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		
0.535	قيمة (ر) المحسوبة	تستخدم المنظم الرياضية تكنولوجيا المعلومات لخرن المعارف التسويقية	6
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		
0.590	قيمة (ر) المحسوبة	تضع المنظمة الرياضية اساليب (التجميع، التصنيف، الترتيب) فاعلة لخرن المعرفة التسويقية	7
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		
0.522	قيمة (ر) المحسوبة	تتخذ المنظمة الرياضية من التقارير والعقود وسيلة لخرن المعرفة و توثيق المعلومات التسويقية	8
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		

نسبة احتمالية الخطأ	المعالم الاحصائية	المحور السادس : تنظيم و نقل المعرفة لدى أعضاء المنظمات الرياضية في إقليم كوردستان العراق	ت
0.585	قيمة (ر) المحسوبة	تنظيم البيانات والمعلومات التسويقية المتوفرة وتصنيفها ثم تخزينها حتى يسهل تجميعها ثم تبويبها	1
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		
0.524	قيمة (ر) المحسوبة	وجود تعليمات واضحة في المنظمة لاسترجاع المعرفة التسويقية المخزونة لديها	2
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		

0.547	قيمة (ر) المحسوبة	وجود خطة لتوقع التغيرات التي يمكن ان تطرأ على المحتوى التسويقي	3
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		
0.659	قيمة (ر) المحسوبة	وجود خطة لتوقع التغيرات التي يمكن ان تطرأ على المحتوى التسويقي	4
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		
0.618	قيمة (ر) المحسوبة	تحديد مستوى انجاز أعلى للعاملين في القطاع التسويقي في المنظمة	5
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		
0.597	قيمة (ر) المحسوبة	تقويم مستويات اداء العاملين في المنظمة الرياضية على وفق نظم مشاركة المعرفة	6
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		
0.536	قيمة (ر) المحسوبة	تقوم المنظمة الرياضية بتقويم موجودات المعرفة التسويقية لديها	7
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		
0.536	قيمة (ر) المحسوبة	يوجد في المنظمة الرياضية نظام دائم لصيانة موجودات المعرفة والمحافظة عليها	8
0.001	نسبة احتمالية الخطأ		

2-6 الثبات:

إن الثبات من الشروط التي يجب توافرها في المقياس لكي يكون دقيقاً ويعني الثبات " إن يعطي الاختبار النتائج نفسها إذا ما أعيد تطبيقه على الافراد أنفسهم في الظروف نفسها (حسانين، 1995، 193)، ويعرف الثبات مدى الدقة والاتقان او الاتساق الذي يقيس به الاختبار الظاهرة التي وضع من أجلها.

ولأجل استخراج الثبات اعتمد الباحث طريقة طريقة إعادة الإختبار (Test-Retest Reliability) وهي إحدى من طرائق إيجاد الثبات وهي ملائمة للمقياس الذي يقيس سمات او سلوكيات لا تتوقع ان تتأثر كثيراً بالتغيرات مع الزمن وعليه تم إيجاد الثبات بتطبيقه على عينة أختيرت بالطريقة العشوائية مؤلفة من (12) عضواً من المنظمات الرياضية في مدينة أربيل بعد مرور أسبوعين من التطبيق الأول. وقام الباحث باستخراج معامل الارتباط للثبات التي بلغت (0.79) وهذا يدل على ان الإختبار ثابت .

2-7 وصف المقياس:

بعد إتمام إجراءات بناء المقياس بصورته النهائية من خلال عمليات التحليل الاحصائي التي اجراها الباحث لفقرات المقياس وحساب القوة التمييزية لهذه الفقرات وكذلك التأكد من ثبات المقياس وصدقه، اصبح مقياس التسويق الرياضي للاعضاء العاملين في المنظمات الرياضية في إقليم كردستان العراق الذي اعده الباحث لأغراض البحث الحالي بصيغته النهائية والذي يتكون من مقياس التسويق الرياضي متضمناً على ستة محاور وواقع (48) عبارة وتكون الاجابة عنها بإعطاء الدرجات (1,2,3,4,5) حسب التدرج الذي يختاره المستجيب لميزان الاجابة المتعدد الذي وضع امام الفقرات بدرجة (كبيرة جداً، كبيرة، متوسطة، قليلة، قليلة جداً)، وتحسب الدرجة الكلية للمستجيب من خلال جمع الدرجات التي يحصل عليها في كل فقرة من فقرات المقياس لذلك فإن اعلى درجة كلية يمكن ان يحصل عليها المستجيب هي (240) واقل درجة (48) وبمتوسط (144) درجة لكل مقياس.

2-8 التجربة الرئيسية :

بعد التأكد من صلاحية اداة البحث والتأكد من صدقها وثباتها قام الباحث بتوزيع مقياس التسويق الرياضي على عينة البحث البالغ عددها (312) عضواً وعضوة للفترة من (2017/4/7 – 2018/1/12) وتم شرح طريقة

ملئ الاستمارة وكيفية الإجابة عن الفقرات وبعدها قامت العينة بالإجابة عن فقرات المقياس وتم بعدها تحليل اجابات العينة لفقرات المقياسين وحساب الدرجة النهائية التي يحصل عليها المجيب من درجة الفقرات .

9-2 المعالجات الاحصائية :

استخدم الباحث المعالجات الاحصائية الآتية :

- النسبة المئوية
- الوسط الحسابي
- المتوسط الحسابي المرجح
- المتوسط الحسابي الفرضي
- الانحراف المعياري
- الارتباط البسيط (بيرسون)
- اختبار (ت) للعينة الواحدة
- اختبار (ت) لعنيتين مستقلتين (التكريري والعبيدي، 2012، 171-380)

وعولجت البيانات بإستخدام الحزمة الاحصائية SPSS

4- عرض نتائج محاور التسويق الرياضي ومناقشتها

1-4 : عرض نتائج محاور ادارة المعرفة ومناقشتها

مستوى إدراك مفهوم إدارة المعرفة وأهميتها لدى أعضاء المنظمات الرياضية في إقليم كردستان العراق ومناقشتها.

الجدول (4) المعالم الاحصائية للمحور الأول

ت	الفقرات	المتوسط المرجح	الوزن المئوي %
1	إدارة المعرفة سمة للإدارة الرياضية الحديثة	3.39	67.80
2	الخطة الاستراتيجية للمنظمة الرياضية تعزز تطبيق إدارة المعرفة	3.32	66.40
3	تعد إدارة المعرفة الرياضية جزءاً من إدارة الأصول غير الملموسة التي تشكل الثروة الحقيقية	3.30	66.00
4	أستثمار المعلومات وتبادلها بكفاءة امر مهم لنجاح الإدارة الرياضية	3.32	66.40
5	من متطلبات النجاح قبول التغيير والتحول نحو إدارة المعرفة الرياضية من خلال الاقبال على المشاركة وتبادل المعرفة	3.27	65.40
6	التعلم الذاتي المستمر يسهم في تطوير القدرات المعرفية والبحث عن افكار إبداعية	3.24	64.80
7	إستخدام التجارب والخبرات السابقة أساس للعمل في المستقبل دون الحاجة الى البدء من الصفر	3.18	63.60
8	تعتمد المنظمة الرياضية على ادارة المعرفة في اتخاذ قراراتها الاستراتيجية	3.21	65.80
	المتوسط الحسابي للمحور	3.29	66.75
	المتوسط الفرضي للمحور	3.00	60.00
	الانحراف المعياري للمحور $\pm$	0.08	1.24
	قيمة (ت) المحسوبة	64.4444*	

*معنوي عند نسبة احتمالية الخطأ $0.05 \geq$ امام درجة حرية (311) قيمة (ت) الجدولية = 1.645

دلت نتائج البحث من الجدول المرقم (4) على إن فقرات المحور جميعها قد تجاوزت المتوسط الفرضي (النظري) للمحور البالغ (3) إذ تراوحت قيم العبارات بين (3.18 – 3.39) وبوزن مؤوي (66.10% – 76.80%) كما تجاوز المتوسط الحسابي للمحور البالغ (3.29) وبوزن مؤوي (66.35%) المتوسط الفرضي (النظري) البالغ (3). وكانت الفروق بين المتوسط الحسابي للمحور والمتوسط الفرضي للمحور دالة معنوية عند نسبة احتمالية الخطأ ≥ 0.05 امام درجة حرية (311) إذ كانت قيمة (ت) المحسوبة (70.6588) اكبر من قيمة (ت) الجدولية البالغة (1.645) ولمصلحة عينة البحث.

كانت أعلى القيم قيمتان في المحور وهما الفقرة (1- إدارة المعرفة سمة للإدارة الرياضية الحديثة) بمتوسط مرجح قدره (3.39) وبوزن مؤوي (76.80%) والفقرتان (2- الخطة الاستراتيجية للمنظمة الرياضية تعزز تطبيق إدارة المعرفة) (4- أستثمار المعلومات وتبادلها بكفاءة امر مهم لنجاح الإدارة الرياضية) وبمتوسط حسابي (3.32) وبوزن مؤوي (66.40%) لكليهما .

وكانت ادنى القيم فقرتان وهما الفقرة (7- إستخدام التجارب والخبرات السابقة أساس للعمل في المستقبل دون الحاجة الى البدء من الصفر) بمتوسط مرجح (3.18) وبوزن مؤوي (63.60%) والفقرة (8- تعتمد المنظمة الرياضية على ادارة المعرفة في اتخاذ قراراتها الاستراتيجية) بمتوسط مرجح (3.21) وبوزن مؤوي (65.80%). ولم تظهر اي فقرة في المحور دون المتوسط الفرضي للمحور .

مناقشة المحور الأول :

يتبين من الجدول المرقم (4) مستوى ادراك مفهوم ادارة المعرفة واهميتها ان المنظمات الرياضية تسعى الى اعداد الخطط والاستراتيجيات التي تخدمها ولكنها ليست بالمستوى المطلوب اذا ظهرت انها بالمستوى المتوسط، ولهذا نرى ان اتخاذ القرار او عمل الاجراءات في هذه المنظمات تقتقر الى الادارة الحكيمة بسبب نقص او عدم الالمام بمفهوم ادارة المعرفة التي بدورها تؤثر سلبا في وضع الاستراتيجيات والسياسات الحديثة للمنظمة. فادارة المعرفة هي المخزون المعرفي ، ويمكن رفع او الارتقاء بهذا المخزون المعرفي من خلال استثمار المعلومات وتبادلها بكفاءة عالية بين المنظمات والعاملين فيها والاستفادة من الخبرات والتجارب السابقة لكي يكون الأساس في المستقبل لوضع الخطط الاستراتيجية للمنظمة، وهنا تبرز اهمية ادارة المعرفة في المنظمات الرياضية.

2-4 عرض نتائج المحور الثاني: الاحتياجات المعرفية والوعي المعرفي لمتطلبات ادارة المعرفة لدى أعضاء

المنظمات الرياضية في إقليم كردستان العراق ومناقشتها

الجدول (5) المعالم الاحصائية للمحور الثاني

ت	الفقرات	المتوسط المرجح	الوزن المؤوي %
1	توفر المنظمة الرياضية مصادر المعلومات التسويقية لتساعد في اكتساب المعرفة	3.29	65.80
2	تقوم المنظمة الرياضية بتصنيف البيانات والمعلومات بطرائق علمية للاستفادة منها في الحصول على المعرفة	3.34	66.80
3	تستخدم المنظمة الرياضية اساليب متنوعة لتحويل المعلومات التسويقية الى المعرفة	3.33	66.60

4	تتوفر لدى الملاكات العاملة في المنظمة الرياضية المهارات اللازمة والمعارف لاداء مهامهم باحسن وجه	3.25	65.00
5	تتوافر لدى المنظمة الرياضية المعرفة اللازمة بمتطلبات السوق وقراءة لما يرغب المستثمرون او الرعاة	3.31	66.20
6	تتوفر لدى المنظمة الرياضية رؤية واضحة حول استراتيجيات ادارة المعرفة والتسويق الرياضي	3.38	67.60
7	تعتمد المنظمة الرياضية على ادارة المعرفة في اتخاذ قراراتها الاستراتيجية	3.43	68.60
8	لدى المنظمة الاتصال المستمر والمباشر مع المستثمرين والرعاة لخلق افاق استثمارية جديدة ومستمرة	3.39	67.80
	المتوسط الحسابي للمحور	3.34	66.80
	المتوسط الفرضي للمحور	3.00	60.00
	الانحراف المعياري للمحور $\pm$	0.06	1.17
	قيمة (ت) المحسوبة		100.1178*

*معنوي عند نسبة احتمالية الخطأ $0.05 \geq$ امام درجة حرية (311) قيمة (ت) الجدولية = 1.645

دلت نتائج البحث من الجدول المرقم (5) على أن فقرات المحور جميعها قد تجاوزت المتوسط الفرضي (النظري) للمحور البالغ (3) إذ تراوحت قيم العبارات بين (3.25 – 3.43) وبوزن مؤوي (65.80% – 68.60%) كما تجاوز المتوسط الحسابي للمحور البالغ (3.34) وبوزن مؤوي (66.80%) والمتوسط الفرضي (النظري) البالغ (3). وكانت الفروق بين المتوسط الحسابي للمحور والمتوسط الفرضي للمحور دالة معنوية عند نسبة احتمالية الخطأ $0.05 \geq$ امام درجة حرية (311) إذ كانت قيمة (ت) المحسوبة (100.1178) اكبر من قيمة (ت) الجدولية البالغة (1.645) ولمصلحة عينة البحث .

كانت اعلى القيم قيمتان في المحور وهما الفقرة (7- تعتمد المنظمة الرياضية على ادارة المعرفة في اتخاذ قراراتها الاستراتيجية) بمتوسط مرجح (3.43) وبوزن مؤوي (68.60%) والفقرة (8- لدى المنظمة الاتصال المستمر والمباشر مع المستثمرين والرعاة لخلق افاق استثمارية جديدة ومستمرة) بمتوسط مرجح (3.39) وبوزن مؤوي (67.80%) .

وكانت ادنى القيم فقرتان وهما الفقرة (4- يتوفر لدى الملاكات العاملة في المنظمة الرياضية المهارات اللازمة والمعارف لاداء مهامهم باحسن وجه) بمتوسط مرجح (3.25) وبوزن مؤوي (65.00%) والفقرة (1- توفر المنظمة الرياضية مصادر المعلومات التسويقية لتساعد في اكتساب المعرفة) بمتوسط مرجح (3.29) وبوزن مؤوي (65.80%). و لم تظهر اي فقرة في المحور دون المتوسط الفرضي للمحور .

مناقشة المحور الثاني:

يتبين من الجدول المرقم (5) الاحتياجات المعرفية والوعي المعرفي لمتطلبات ادارة المعرفة ان المنظمات لا تستخدم اساليب متنوعة لتحويل المعلومات التسويقية الى معرفة تمكنها من الاستفادة منها مستقبلاً ، وهنا يعزو الباحث هذا الى المستوى المتوسط الذي حصل عليه العاملين في المنظمات الرياضية إذا إنّ تجاوز المتوسط الفرضي يعني امتلاك او اعتماد المنظمة على الرؤية والمهارات والمعارف اللازمة من اجل ترجمة عمليات ادارة المعرفة الى الواقع التسويقي التي تسهم في رفع الاداء الاداري والفني وتطويره لدى أعضاء المنظمات التي تسهم في رفع الوعي

بجوانب العملية التسويقية وعلى الاصعدة كافة لأن هذا المستوى (المتوسط) لايميل مستوى الطموح المرجو من قيادات المنظمات الرياضية ويعزو الباحث هذا الى عدم جدية المنظمات في الاهتمام بالتطور كونها تعتمد على الدعم الحكومي في ادارة القضايا المالية المتعلقة بالمنظمة الرياضية.

4-3 عرض نتائج المحور الثالث : عمليات إدارة المعرفة (استخداماتها ودورها) مع تكنولوجيا المعلومات لدى

أعضاء المنظمات الرياضية في إقليم كردستان العراق ومناقشتها

الجدول (6)

المعالم الاحصائية للمحور الثالث

ت	الفقرات	المتوسط المرجح	الوزن المئوي %
1	تتوافر شبكة اتصالات حديثة وفعالة لخدمة ادارة المعرفة والتسويق الرياضي	3.33	66.60
2	العاملون في مجال المعرفة والتكنولوجيا هم من اصحاب الاختصاص	3.38	67.60
3	تتوفر في المنظمة الرياضية قاعدة متكاملة و متاحة من المعلومات حول التسويق الرياضي	3.47	69.40
4	يتم تدريب العاملين في المنظمة على استخدام التكنولوجيا الحديثة وكيفية التعامل معها	3.38	67.60
5	تساعد تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في المنظمة على تحسين جودة المعرفة بما يتوافق وخدمة التسويق الرياضي	3.42	68.40
6	تساعد نظم ادارة المعرفة المستخدمة في تقليل التكلفة والوقت وتحقيق انجاز اكبر	3.31	66.20
7	تساعد تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في المنظمة في رفع كفاءة التسويق الرياضي	3.29	65.80
8	تسهم ادارة المعرفة في خلق واكتشاف خدمات جديدة تزيد من زيادة الواردات	3.41	68.20
	المتوسط الحسابي للمحور	3.37	67.45
	المتوسط الفرضي للمحور	3.00	60.00
	الانحراف المعياري للمحور $\pm$	0.06	1.21
	قيمة (ت) المحسوبة	108.9196*	

*معنوي عند نسبة احتمالية الخطأ $0.05 \geq$ امام درجة حرية (311) قيمة (ت) الجدولية = 1.645

دلت نتائج البحث من الجدول المرقم (6) على ان فقرات المحور جميعها قد تجاوزت المتوسط الفرضي (النظري) للمحور البالغ (3) إذ تراوحت قيم العبارات بين (3.29 - 3.47) وبوزن مئوي (65.80 % - 69.40 %) كما تجاوز المتوسط الحسابي للمحور البالغ (3.37) وبوزن مئوي (67.45 %) والمتوسط الفرضي (النظري) البالغ (3) . وكانت الفروق بين المتوسط الحسابي للمحور والمتوسط الفرضي للمحور دالة معنوية عند نسبة احتمالية الخطأ ≥ 0.05 امام درجة حرية (311) إذ كانت قيمة (ت) المحسوبة (108.9196) اكبر من قيمة (ت) الجدولية البالغة (1.645) ولمصلحة عينة البحث.

كانت اعلى القيم قيمتان في المحور هما الفقرة (3- يتوفر في المنظمة الرياضية قاعدة متكاملة و متاحة من المعلومات حول التسويق الرياضي) بمتوسط مرجح (3.47) وبوزن مئوي (69.40%) والفقرة (8- تساهم ادارة المعرفة في خلق واكتشاف خدمات جديدة تزيد من زيادة الواردات) بمتوسط مرجح (3.41) وبوزن مئوي (68.20%).

وكانت ادنى الفقرات فقرتان هما الفقرة (7- تساعد تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في المنظمة في رفع كفاءة التسويق الرياضي) بمتوسط مرجح (3.29) ووزن مئوي (65.80%) والفقرة (6- تساعد نظم ادارة المعرفة المستخدمة في تقليل التكلفة والوقت وتحقيق انجاز اكبر) بمتوسط مرجح (3.31) ووزن مئوي (66.20%) . ولم تظهر اي فقرة في المحور دون المتوسط الفرضي للمحور .

مناقشة المحور الثالث :

يتبين من الجدول المرقم (6) دور التكنولوجيا واستخدامها في عمليات ادارة المعرفة بأنها لم ترتقي الى المستوى المطلوب مقارنة بالمستوى والتطور التكنولوجي الذي طرأ على المنطقة من حيث توافر شبكة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات المتطورة بجوانبها المتعددة اذ اقتصر استخدامات التكنولوجيا في المنظمات الرياضية على استخدامات بدائية وبسيطة مما اسهم في عدم مواكبة المنظمات للتطور الحاصل والاستفادة منها، ويعزو الباحث هذا التباطؤ في استخدام التكنولوجيا الى عدم تواجد اصحاب الخبرة في المنظمات وعدم اشراك العاملين في المنظمات الرياضية في دورات تطوير وصقل المعلومات والمهارات التكنولوجية الذي بدوره ينعكس سلبا على تراجع نسبة الواردات المادية والبشرية للمنظمات الرياضية وبالتالي تندي الكفاءة التسويقية في المنظمة الرياضية.

4- عرض نتائج المحور الرابع: توليد المعرفة واكتسابها لدى أعضاء المنظمات الرياضية في إقليم كردستان

العراق ومناقشتها

الجدول (7)

المعالم الاحصائية للمحور الرابع

ت	الفقرات	المتوسط المرجح	الوزن المئوي %
1	المنظمة الرياضية تدعم الافكار الجديدة والابداعية لتنمية التنافس	3.49	69.80
2	تسعى المنظمة الرياضية لامتلاك السجلات الخاصة بالمستجدات المعرفية بها	3.46	69.20
3	تعتمد آليات لاستقبال الاراء والمقترحات	3.44	68.80
4	تقوم بالرصد المنتظم للمعرفة المتاحة والمتجددة من المصادر المختلفة	3.38	67.60
5	تدعم المنظمة الرياضية فرص التطوير العلمي والمعرفي (الحصول على شهادة علمية اعلى) للملاكات العاملة فيها	3.37	67.40
6	تعتمد المنظمة الرياضية في تطوير معرفة الملاكات العاملة تعزيزها من خلال مشاركتهم في الدورات التدريبية	3.36	67.20
7	تعتمد المنظمة الرياضية على التنبؤ في تحديد المعرفة المطلوبة على وفق الاهداف الاستراتيجية	3.28	65.60
8	تستقطب المنظمة الرياضية الخبرات الرياضية والادارية المتخصصة من خلال التوظيف او التعاقد	3.20	64.00
	المتوسط الحسابي للمحور	3.37	67.45
	المتوسط الفرضي للمحور	3.00	60.00
	الانحراف المعياري للمحور $\pm$	0.10	1.92
	قيمة (ت) المحسوبة	65.3594*	

*معنوي عند نسبة احتمالية الخطأ $0.05 \geq$ امام درجة حرية (311) قيمة (ت) الجدولية = 1.645

دلت نتائج البحث من الجدول المرقم (7) على أن فقرات المحور جميعها قد تجاوزت المتوسط الفرضي (النظري) للمحور البالغ (3) إذ تراوحت قيم العبارات بين (3.20- 3.49) وبوزن مؤوي (64.00%- 69.80%) كما تجاوز المتوسط الحسابي للمحور البالغ (3.37) وبوزن مؤوي (67.45%) والمتوسط الفرضي (النظري) البالغ (3). وكانت الفروق بين المتوسط الحسابي للمحور والمتوسط الفرضي للمحور دالة معنوية عند نسبة احتمالية الخطأ $0.05 \geq$ امام درجة حرية (311) إذ كانت قيمة (ت) المحسوبة (65.3594) اكبر من قيمة (ت) الجدولية البالغة (1.645) ولمصلحة عينة البحث.

كانت اعلى القيم قيمتان في المحور هما الفقرة (1- المنظمة الرياضية تدعم الافكار الجديدة والابداعية لتنمية التنافس) بمتوسط مرجح (3.49) وبوزن مؤوي (69.80%) والفقرة (2- تسعى المنظمة الرياضية لامتلاك السجلات الخاصة بالمستجدات المعرفية بها) بمتوسط مرجح (3.46) وبوزن مؤوي (69.20%).

وكانت ادنى الفقرات فقرتان هما الفقرة (8- تستقطب المنظمة الرياضية الخبرات الرياضية والادارية المتخصصة من خلال التوظيف او التعاقد) بمتوسط مرجح (3.20) وبوزن مؤوي (64.00%) والفقرة (7- تعتمد المنظمة الرياضية على التنبؤ في تحديد المعرفة المطلوبة على وفق الاهداف الاستراتيجية) بمتوسط مرجح (3.28) وبوزن مؤوي (65.60%). ولم تظهر اي فقرة في المحور دون المتوسط الفرضي للمحور. مناقشة المحور الرابع

يتبين من الجدول المرقم (7) توليد المعرفة واكتسابها، ان المنظمات لا تعتمد على آليات متقدمة ومتطورة لاستقبال واستقدام الاراء والمقترحات المتعلقة بتوليد المعرفة، لهذا نرى تدني مستوى المنظمات الرياضية في هذا المحور وحصولها على نسبة متوسطة فوق المقبولة وبذلك يؤثر سلبا في استقطاب الخبرات الرياضية واعطاء الفرصة لهم من أجل التطوير والرفع من مستوى المنظمات الرياضية من خلال عرض فرص عمل لذوي الاختصاصات والخبرات للعمل فيها، لذا من خلال تماس الباحث مع المنظمات الرياضية وجد أن المنظمات اصبحت حكرًا على مجموعة من الاشخاص يتم تدوير المصالح بينهم وعدم اعطاء الفرصة لذوي الشهادات والكفاءات لتقديم خدماتهم. هذا كله سبب تراجعاً في مستوى التسويق الرياضي في المنظمات الرياضية.

4-5 عرض نتائج المحور الخامس: تخزين المعرفة و توزيعها لدى أعضاء المنظمات الرياضية في إقليم كوردستان العراق ومناقشتها الجدول (8)

المعالم الاحصائية للمحور الخامس:

ت	الفقرات	المتوسط المرجح	الوزن المؤوي %
1	تعمل المنظمة الرياضية على تحديث معرفتها التسويقية وتنقيتها لضمان القدرة التنافسية	3.27	65.40
2	توفر المنظمة الرياضية اماكن ملائمة لمستلزماتها التسويقية	3.25	65.00
3	توفر المنظمة الرياضية الملاكات البشرية اللازمة لتشغيل السوق واستدامتها	3.33	66.60
4	تتمسك المنظمة الرياضية برعاتها ومستثمريها المتميزين، وملاكاتها التسويقية المتميزة	3.33	66.60
5	تعتمد المنظمة الرياضية على الحوار والتدريب لحفظ المعرفة	3.23	64.60
6	استخدام تكنولوجيا المعلومات لخرن المعارف التسويقية	3.25	65.00
7	تضع المنظمة الرياضية اساليب (التجميع، التصنيف، الترتيب) فاعلة لخرن المعرفة التسويقية	3.32	66.40

65.40	3.27	تتخذ المنظمة الرياضية من التقارير والعقود وسيلة لحزن المعرفة و توثيق المعلومات التسويقية	8
65.62	3.28	المتوسط الحسابي للمحور	
60.00	3.00	المتوسط الفرضي للمحور	
0.80	0.04	الانحراف المعياري للمحور $\pm$	
12.3644*		قيمة (ت) المحسوبة	

*معنوي عند نسبة احتمالية الخطأ ≥ 0.05 امام درجة حرية (311) قيمة (ت) الجدولية = 1.645

دلت نتائج البحث من الجدول المرقم (8) على أن فقرات المحور جميعها قد تجاوزت المتوسط الفرضي (النظري) للمحور البالغ (3) إذ تراوحت قيم العبارات بين (3.23- 3.33) وبوزن مؤوي (64.60% - 66.60%) كما تجاوز المتوسط الحسابي للمحور البالغ (3.28) وبوزن مؤوي (65.62%) والمتوسط الفرضي (النظري) البالغ (3). وكانت الفروق بين المتوسط الحسابي للمحور والمتوسط الفرضي للمحور دالة معنوية عند نسبة احتمالية الخطأ ≥ 0.05 امام درجة حرية (311) إذ كانت قيمة (ت) المحسوبة (12.3644) اكبر من قيمة (ت) الجدولية البالغة (1.645) ولمصلحة عينة البحث .

كانت اعلى القيم قيمتان في المحور هما الفقرة (3)- توفر المنظمة الرياضية الملاكات البشرية اللازمة لتشغيل السوق واستدامتها) بمتوسط مرجح (3.33) وبوزن مؤوي (66.60%) والفقرة (4)-تتمسك المنظمة الرياضية برعاتها ومستثمريها المتميزين ، وملاكاتها التسويقية المتميزة) بمتوسط مرجح (3.33) وبوزن مؤوي (66.60%) . وكانت ادنى الفقرات هي الفقرة (5)- تعتمد المنظمة الرياضية على الحوار والتدريب لحفظ المعرفة) بمتوسط مرجح (3.23) وبوزن مؤوي (64.60%) والفقرة (2)- توفر المنظمة الرياضية اماكن ملائمة لمستلزماتها التسويقية) بمتوسط مرجح (3.25) وبوزن مؤوي (65.00%) ، والفقرة (6)- استخدام تكنولوجيا المعلومات لحزن المعارف التسويقية) وبمتوسط مرجح (3.25) وبوزن مؤوي (65.00%). ولم تظهر اي فقرة في المحور دون المتوسط الفرضي للمحور .

مناقشة المحور الخامس :

يتبين من الجدول المرقم (8) تخزين المعرفة وتوزيعها، بأنها عملية لا تقتصر على حفظ المعلومات الأولية وبعض البيانات اذ يجب حزن المعرفة الضمنية التي يمتلكها العاملون في المنظمة الرياضية، لأن المعرفة الضمنية تذهب مع الافراد ويجب المحافظة على المعرفة الضمنية من خلال دورات صفق وتدريب العاملين، فالمعرفة الضمنية لا يمكن خزنها الكترونياً، اما المعرفة الصريحة فأنها تخزن وتبقى في قواعد البيانات الالكترونية في المنظمة ، وهذا يسهل تناقل المعرفة وتدويرها بين العاملين في المنظمة من خلال توزيع المعرفة ونشرها وتدفقها ونقلها وتحريكها. ويعزو الباحث ضعف مستوى حزن المعرفة وتوزيعها في المنظمة الى ان قلة من الاشخاص احتكروا المعرفة فيما بينهم ولا يشاركون الاخرين من اجل بقائهم في المنظمة الرياضية .

4-6 عرض نتائج المحور السادس : تنظيم المعرفة ونقلها لدى أعضاء المنظمات الرياضية في إقليم كردستان

العراق ومناقشتها

الجدول (9) المعالم الاحصائية للمحور السادس

*معنوي عند نسبة احتمالية الخطأ ≥ 0.05 امام درجة حرية (311) قيمة (ت) الجدولية = 1.645

ت	الفقرات	المتوسط المرجح	الوزن المئوي %
1	تنظيم البيانات والمعلومات التسويقية المتوفرة وتصنيفها ثم تخزينها حتى يسهل تجميعها ثم تبويبها	3.41	68.20
2	وجود تعليمات واضحة في المنظمة لاسترجاع المعرفة التسويقية المخزنة لديها	3.28	65.60
3	توفر المنظمة الرياضية نظاماً فعالاً لتكنولوجيا المعلومات	3.29	65.80
4	وجود خطة لتوقع التغيرات التي يمكن ان تطرأ على المحتوى التسويقي	3.37	67.40
5	تحديد مستوى انجاز اعلی العاملين كافة في القطاع التسويقي في المنظمة	3.35	67.00
6	تقديم مستويات أداء العاملين في المنظمة الرياضية على وفق نظم مشاركة المعرفة	3.36	67.20
7	تقوم المنظمة الرياضية بتقويم موجودات المعرفة التسويقية لديها	3.21	64.20
8	يوجد في المنظمة الرياضية نظام دائم لصيانة موجودات المعرفة والمحافظة عليها	3.23	64.60
	المتوسط الحسابي للمحور	3.31	66.25
	المتوسط الفرضي للمحور	3.00	60.00
	الانحراف المعياري للمحور $\pm$	0.07	1.42
	قيمة (ت) المحسوبة	78.2828*	

دلت نتائج البحث من الجدول المرقم (9) على أن فقرات المحور جميعها قد تجاوزت المتوسط الفرضي (النظري) للمحور البالغ (3) إذ تراوحت قيم العبارات بين (3.21- 3.41) وبوزن مئوي (64.20% - 68.20%) كما تجاوز المتوسط الحسابي للمحور البالغ (3.31) وبوزن مئوي (66.25%) والمتوسط الفرضي (النظري) البالغ (3). وكانت الفروق بين المتوسط الحسابي للمحور والمتوسط الفرضي للمحور دالة معنوية عند نسبة احتمالية الخطأ ≥ 0.05 امام درجة حرية (311) إذ كانت قيمة (ت) المحسوبة (78.2828) اكبر من قيمة (ت) الجدولية البالغة (1.645) ولمصلحة عينة البحث.

كانت اعلی القيم قيمتان في المحور هما الفقرة (1- تنظيم البيانات والمعلومات التسويقية المتوفرة وتصنيفها ثم تخزينها حتى يسهل تجميعها ثم تبويبها) بمتوسط مرجح (3.41) وبوزن مئوي (68.20%) والفقرة (4- وجود خطة لتوقع التغيرات التي يمكن ان تطرأ على المحتوى التسويقي) بمتوسط مرجح (3.37) وبوزن مئوي (67.40%). وكانت ادنى الفقرات فقرتان هما الفقرة (7- تقوم المنظمة الرياضية بتقويم موجودات المعرفة التسويقية لديها) بمتوسط مرجح (3.21) وبوزن مئوي (64.20%) والفقرة (8- يوجد في المنظمة الرياضية نظام دائم لصيانة موجودات المعرفة والمحافظة عليها) بمتوسط مرجح (3.23) وبوزن مئوي (64.60%). ولم تظهر اي فقرة في المحور دون المتوسط الفرضي للمحور .

مناقشة المحور السادس :

يتبين من الجدول المرقم (9) تنظيم ونقل المعرفة هي تلك العمليات التي تهدف إلى تصنيف المعرفة، وفهرسة أو تبويب المعرفة ورسم المعرفة. وتتسلم المنظمات يوميا كميات كبيرة جدا من البيانات والمعلومات تحتاج إلى تجميعها وتصنيفها وتفسيرها ونشرها بفاعلية، وهذه البيانات والمعلومات تأتي بأشكال متنوعة، ويجب النقاطها

ودعم هذه العملية بإجراءات راسخة من التحقيق والتحرير والإصدار، ويجب تنظيم البيانات والمعلومات المختارة في مجموعات مرتبة تسمى بخرائط المعرفة والتي تساعد في تصنيف البيانات والمعلومات، لذا ظهرت ان المنظمات الرياضية تفتقر الى هذه العملية بسبب عدم امتلاكها لمختصين و خبراء في مجال ادارة المعرفة.

4- الاستنتاجات والتوصيات

1-4 الإستنتاجات

- 1- تجاوزت محاور التسويق جميعها المتوسط الفرضي (النظري) للمقياس البالغ (3).
- 2- جاء محور جودة المعلومات التسويقية في المنظمات الرياضية في إقليم كردستان العراق بالمرتبة الأولى وبمتوسط حسابي (3.40) وبوزن منوي (67.62%) ، وجاء محور تبني المفهوم التسويقي بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي (3.29) وبوزن منوي (65.82%) اي بمستوى متوسط .
- 3- تراوحت قيم المتوسطات الحسابية لمحاور التسويق بين (3.29 – 3.40) وبوزن منوي (65.82% – 67.82%) .

2-4 لتوصيات

- 1- تنظيم ورشات عمل لأعضاء المنظمات الرياضية في إقليم كردستان العراق لتوسيع مدارك الأعضاء فيما يتعلق بمفهوم التسويق وتبنيه في المنظمة الرياضية.
- 2- التعريف بأساليب التسويق والسعي لاستثمار هذه الأساليب بزيادة الدعم المادي للمنظمة الرياضية .
- 3- التأكيد على بناء علاقات مع الشركات الداعمة لزيادة التسويق الداخلي من خلال الاعلان المرئي والمسموع والقنوات الفضائية .
- 4- إطلاع أعضاء المنظمة مثل التحصين من الخطأ او المخالفات القانونية .
- 5- إمتلاك البيانات الدقيقة والتحليلية عن جودة المعلومات التسويقية.

المصادر

1. التكريتي، وديع ياسين، والعبدي، حسن محمد عبد (2012) الموسوعة الاحصائية والتطبيقات الحاسوبية في بحوث التربية البدنية والرياضية ، الاسكندرية ، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر .
- 2.رزوقي، نعيمة حسن جبر (2004) 'رؤية مستقبلية لدور اختصاصيي المعلومات في إدارة المعرفة'، مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، المجلد (9)، العدد (2) .
3. نجم عبود نجم، 2008 ، ادارة المعرفة المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات ، الوارق للنشر والتوزيع ،ط 2 الاردن .
4. ياسين ، سعد غالب (2000) (المعلوماتية وإدارة المعرفة ، رؤية استراتيجية عربية المستقبل العربي ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت.
5. ياسين ، سعد غالب (2016) ، ادارة المعرفة ، دار المناهج للنشر والتوزيع ، الاردن.
6. Allee, V. (1997), The Knowledge Evolution: Expanding Organizational Intelligence, Butterworth-Heinemann, Boston, MA.
7. Laudon, K., & Laudon, J. (2000). Management of information systems. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall
8. Malhorta, Y. (1998),"Knowledge Management: Knowledge Management and Workers, a View from a Front Line", Internet (<http://www.brint.com/interview/maeil.htm>visited on May14, 2004
9. Wiig, karlm, (2003).knowledge model for situation- handling, journal of knowledge management. Vol7.