



معلومات البحث

تاريخ الاستلام: 2024-01-18

تاريخ القبول: 2024-11-15

Printed ISSN: 2352-989X

Online ISSN: 2602-6856

رقم الهاتف: 0698315875...

موقع تذكري ودوره في تحسين جودة الخدمات المقدمة

للجمهور الرياضي

*My Ticket website and its role in improving the quality of services provided to the sporting audience*د. رمضان بن منصور^{*1}¹ جامعة تيزي وزو (الجزائر)، ramdane.benmansour@ummtto.dz

الملخص: تهدف هذه الورقة البحثية الى الوقوف على دور موقع تذكري في تحسين جودة الخدمات المقدمة الى الجمهور الرياضي بمدينة تيزي وزو، تم استخدام المنهج المسحي من خلال دراسة عينة قصدية تتكون من 100 مناصر، كما استعان الباحث بأداة الاستبيان لجمع المعلومات وبعد تحليلها وقد أفضت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها: يساعد موقع تذكري المبحوثين في القضاء على عناء التنقل، المشجع لا يجد صعوبة في الوصول إلى مكانه المخصص في المدرجات المقسمة إلى اجنحة، ساهم موقع تذكري في تنظيم محكم داخل الملاعب والقضاء على الطوابير الطويلة وكذا السوق السوداء التي تهيمن على بيع التذاكر بأسعار مرتفعة جدا، بالإضافة الى الحفاظ على الممتلكات داخل الملعب وخارجه .

الكلمات المفتاحية: موقع تذكري، دور، جودة الخدمات، الجمهور الرياضي .

ABSTRACT: This research paper aims to identify the role of the site of my ticket in improving the services quality provided to audience in Tizi Ouzou, the survey method was used through the study of an intentional sample consisting of 100 supporters, and the researcher used the questionnaire tool to collect information and after analyzing it, the study led to a number of results which are: The site helps the respondents to eliminate the trouble of mobility, the fan does not find it difficult to reach his designated place in the stands divided into wings, my ticket contributed in the organization inside the stadiums and the elimination of long queues as well as the black market that dominates the sale of tickets at very high prices, in addition to the preservation of property inside and outside the stadium.

Keywords: My Ticket's site , role, quality of services, sports audience.

1. مقدمة:

أفرزت التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال تغييرا كبيرا في حياة الشعوب من خلال القضاء على معاناة المواطن في الحصول على المعلومة، وكذا تسهيل الحصول على الخدمات، ربح الوقت والتخلص من عناء التنقل ومصاريفه. لذلك نجد معظم الدول تتسارع من أجل الاستغلال الأمثل لهذه التكنولوجيا الجديدة في مختلف الهيئات، الوزارات والادارات العمومية لمواكبة هذا التغير، من خلال المواقع الالكترونية التي تتعامل بها لتزويد مواطنيها بأفضل الآليات والطرق للحصول على المعلومة، واستخدام الهيئات لهذه المواقع بغية زيادة فعالية خدماتها ولتسهيل وتحسين تعاملها مع المواطنين للوصول إلى أكبر قدر من المعلومات المتاحة بواسطة شبكات الانترنت وغيرها من وسائل الاتصال الحديثة الأخرى.

والجزائر على غرار باقي الدول تسعى جاهدة الى مواكبة هذا التطور الحاصل في العالم أجمع، عبر السياسة المنتهجة الى عصنة او رقمنة مختلف القطاعات الحكومية في اطار الجهود الرامية لتحسين جودة الخدمة المقدمة الى المواطن، والقضاء على الكثير من الصعوبات التي كانت تثقل كاهن المواطن البسيط في الحصول على ابسط الخدمات، ومن القطاعات التي خصته الحكومة الجزائرية باهتمام واسع في عملية الرقمنة نجد قطاع الشباب والرياضة، باعتباره احد القطاعات الحيوية والهامة يستقطب شريحة واسعة من المجتمع الجزائري(الشباب) ، حيث قامت هذه الوزارة بإرساء العديد من القواعد لعصنة القطاع والتكفل الامثل بمختلف الطلبات وتحسين الخدمات خاصة ما تعلق الامر ببيع تذاكر الملاعب، عبر استحداث موقع الكتروني "تذكركي" لحجز التذاكر الكترونيا وبالتالي تجاوز الكثير من المشاكل والعراقيل التي كانت تسود عملية البيع في الاكشاك والشبابيك

1.1 التساؤل الرئيسي: ما دور موقع تذكركي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للجمهور الرياضي- دراسة استطلاعية لعينة من الجمهور الرياضي بمدينة تيزي وزو-؟

2.1 التساؤلات الفرعية :

- ماهي عادات استخدام الجمهور الرياضي بمدينة تيزي وزو لموقع تذكركي؟
 - ماهي الخدمات التي يقدمها موقع تذكركي للجمهور الرياضي بمدينة تيزي وزو؟
 - كيف ساهم موقع تذكركي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للجمهور الرياضي بمدينة تيزي وزو؟
- 2. أهمية الدراسة :** تكمن أهمية الدراسة اساسا في جدة وحداثة موقع "تذكركي" من جهة، من جهة ثانية الدور المنوط بهذا الموقع والمتمثل في تجاوز الكثير من المشاكل المطروحة بعملية بيع التذاكر خاصة في مباريات الفريق الوطني وبعض مباريات الدوري المحترف ، المشكل الذي أرق المسؤول قبل الجمهور الرياضي (المواطن).

3. أهداف الدراسة:

- الوقوف على عادات وأنماط استخدام موقع "تذكركي" من طرف الجمهور الرياضي بمدينة تيزي وزو.
- التعرف على الخدمات التي يقدمها موقع "تذكركي" للجمهور الرياضي بمدينة تيزي وزو.
- توضيح مساهمة موقع "تذكركي" في تحسين جودة الخدمة المقدمة للجمهور الرياضي بمدينة تيزي وزو.

4. ضبط المفاهيم :

1.4 موقع تذكركي : أطلقت وزارة الشباب والرياضة هذا الموقع لحجز تذاكر مباريات المنتخب الوطني والفعاليات الرياضية تحت اسم " Tadkirati تذكركي " ، وسيسمح هذا الموقع لكل المناصرين المتواجدين عبر كامل التراب الوطني والراغبين في حضور المباريات والفعاليات الرياضية من اقتناء التذاكر إلكترونيا بطريقة سهلة وعصرية (والرياضة، 2023).

كما أعلنت وزارة الشباب والرياضة ان عملية بيع كل التذاكر الخاصة بمباراة منتخبنا الوطني ضد فريق اوغندا، السبت 04 جوان 2022 بملعب 05 جويلية الأولمبي في إطار الجولة الأولى من تصفيات كأس أمم إفريقيا 2023 المقرر إجراؤها بكونت ديفوار، بهذا اللقاء ستكون ولأول مرة مباشرة عبر موقع تذكركي ، وهذا ابتداء من يوم الاثنين 30 ماي 2022 (والرياضة، 2023) .

2.4 الدور: يشير الدور إلى مجموعة القيم والمعايير التي تحدد السلوك المتوقع القيام به من طرف شخص ما، بناء على مكوناته وسماته شخصيته ومميزاته الفردية، كما يشير من جهة أخرى إلى الأسلوب أو الطريقة المميزة التي يؤدي بها شخص ما النشاط المتوقع منه القيام به في موقع معين (قهواجي، 2018، صفحة 29) ، من خلال هذه الدراسة سنحاول الوقوف على ماهو متوقع من موقع تذكركي لتقديم خدمات للجمهور الرياضي .

3.4 جودة الخدمات: هي درجة التطابق مع الموصفات من وجهة نظر المستهلك وليس وجهة نظر الإدارة في منظمة الخدمة ، وهي كذلك الفجوة أو الانحراف ما بين توقعات الزبون للخدمة وادراك الجودة بعد استهلاك الخدمة (عاشور، 2022، صفحة 143) .

4.4 الجمهور الرياضي: يعبر عن ظاهرة اجتماعية مهمة اخذت في التعاطف في المجتمعات الحديثة، فهي تعبر عن نشاط اجتماعي له ابعاده واسهاماته وخاصة فيما يتصل بالتطبيع والتنشئة والتثقيف بشرط توافر العوامل التربوية والمناخ الاجتماعي المناسب والقيادات الواعية المفهومة ، والتشجيع الرياضي يدعم قيم المجتمع والتوجه الهادف ويتيح الشعور بالانتماء والارتباط من خلال مجموعة من الناس اكبر من الاسرة او حتى مجموعة الاصدقاء و الاهل (نورالدين، 2020، صفحة 836) ، والمقصود به في هذه الدراسة هو مجموع المناصرين والمشجعين للرياضة بمدينة تيزي وزو الذين يستخدمون موقع تذكركي في حجز التذاكر.

5. الجانب الميداني

1.5 الإجراءات المنهجية المتبعة في الدراسة

1.1.5 نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الاستطلاعية التي تهدف الى تحديد المشكلات بدقة قبل البدء بدراستها دراسة دقيقة متعمقة، او وضع الفروض حول مشكلة محددة بحيث توضع موضع التجربة والبحث ، بمعنى ان الباحث غير مطالب في هذه المرحلة باختبار صحة الفروض المتصلة بالظاهرة التي يقوم بدراستها (الدناني، 2016، صفحة 68)،

بحيث يلجأ البحث لهذا النوع من الدراسات حينما لا تتوفر لديه معلومات كافية حول موضوع الدراسة وهو الشأن نفسه لدينا في هذه الدراسة المتعلقة بموقع "تذكركي" المستحدث مؤخرًا.

2.1.5 منهج الدراسة:

يعرف المنهج العلمي بأنه عبارة عن مجموعة من العمليات والخطوات المتسلسلة التي يتبعها الباحث بغية إنجاز بحثه والوصول إلى نتائج ملموسة (ANGERS, 1997, p. 58)، ويتيح المنهج العلمي سلسلة من المراحل المنهجية العلمية والمضبوطة من خلال البحث والمتابعة والتجريب للوصول إلى استنتاجات دقيقة.

وقد تم الاعتماد ضمن هذا السياق على المنهج المسحي الذي يعتبر مسلكًا بحثيًا منتظمًا يقوم فيه الباحث بدراسة الظاهرة وتمفصلاتها وعلاقاتها ضمن حيزها الطبيعي، وتشير الباحثة Kendall "أن المسح هو العملية المتكاملة التي ينتقي بموجبها الباحث عينة تمثيلية من مجتمع بحث محدد بغية الإجابة على أسئلة تتعلق بمواقفتهم أو آرائهم حول مسائل أو سلوكيات بعينها" (Kendal, 2006, p. 31)، لذا فالمنهج المسحي يستخدم لتحديد الأبعاد الكيفية للظواهر، والشبكة العلائقية والارتباطية بين الظواهر المختلفة أو بين عناصر الظاهرة الواحدة.

3.1.5 مجتمع البحث والعينة:

يعرف مجتمع الدراسة بأنه مجموعة من الظواهر أو العناصر أو الأفراد الذين تجري عليهم عملية البحث، ويتمثل مجتمع الدراسة هنا كل الجمهور الرياضي بمدينة تيزي وزو، وقد تم الاعتماد في سياق هذه الدراسة على العينة القصدية وهي عينة غير احتمالية يتم فيها اختيار المفردات حسب صفات معينة تخدم أهداف البحث، ويقوم الباحث باقتناء المفردات المثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات (مرسلي، 2007، الصفحات 197-198)، وقد تم توزيع 100 استمارة استبيان على جمهور الملاعب من مستخدمي موقع تذكركي بمدينة تيزي وزو.

4.1.5 أداة الدراسة:

ونظرًا لطبيعة الدراسة فقد تم الاعتماد على أداة الاستبيان الكلاسيكية والتي هي عبارة عن سلسلة من الأسئلة التي تطرح بشكل منهجي ومضبوط لتحديد العلاقة بين المتغيرات، فهي تمثل مجموعة من المؤشرات الموجهة للكشف عن أبعاد الظاهرة بواسطة استقصاء إمبريقي يوجه لمجتمع بحثي محدد أو لعينة تمثيلية (Combessie, 1996, p. 33)

، حيث تم إعداد استبيان يتكون من : -محور البيانات الشخصية

- محور حول استخدام الجمهور الرياضي لموقع تذكركي

-محور حول الخدمات التي يقدمها موقع تذكركي للجمهور الرياضي

-محور حول مساهمة موقع تذكركي في تحسين الخدمات المقدمة

5.1.5 حدود الدراسة :

المكانية: مدينة تيزي وزو . الزمانية : من شهر ماي الى شهر جويلية 2023.

2.5 تحليل وتفسير البيانات المتوصل اليها

1.2.5 عرض وتحليل محاور البيانات الشخصية

الجدول رقم (01): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	81	81
أنثى	19	19
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (01) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس نلاحظ أن غالبية المبحوثين هم ذكور بنسبة 81% مقارنة مع الإناث حيث بلغت النسبة المئوية 19% ، وهذا راجع إلى أن الذكور أكثر اهتماما بالرياضة عامة وكرة القدم خاصة هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإننا نسجل غياب العنصر النسوي في ملاعب كرة القدم الجزائرية على عكس البلدان العربية بسبب نظرة المجتمع الجزائري لفكرة ذهاب الفتاة الى الملاعب، وكذا ازدياد ظاهرة العنف في المدرجات وانعدام الأماكن المخصصة لهن ما يجعلهن يعزفن عن حضور المباريات في ملاعب كرة القدم.

الجدول رقم (02): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
ابتدائي	02	02
متوسط	16	16
ثانوي	22	22
جامعي	60	60
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (02) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي نجد أن غالبية الأنصار ذو مستوى جامعي بنسبة 60% وبعدها 60 مناصر، تليه نسبة 22% وبعدها 22 مناصر لصالح المستوى الثانوي، ثم تليها نسبة 16% وبعدها 16 مناصر للمستوى المتوسط. بينما قدرت نسبة المستوى الابتدائي بـ 02% و هي أدنى نسبة، وهذا ما يعكس المستوى العالي الذي يتميز به الجمهور الرياضي لمدينة تيزي وزو بصفتهم خريجي جامعات ومتحصلين على شهادات جامعية .

الجدول رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة المهنية

الحالة المهنية	التكرار	النسبة المئوية
بدون عمل	24	24
أعمال حرة	30	30
طالب/ة	43	43
موظف/ة	03	03
المجموع	100	%100

من خلال الجدول رقم (03) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة المهنية نجد أن نسبة الطلبة بلغت 43% وهي أكبر نسبة ثم نجد أصحاب الأعمال الحرة بنسبة 30%، في حين سجلت نسبة 24% للأفراد الذين هم بدون عمل، وسجلنا أيضا نسبة 03% للأفراد الذين هم موظفين و هي أصغر نسبة، حيث نجد الفئة الأكبر من الطلبة وهذا ما يؤكد نتائج الجدول السابق على اعتبار ان معظم المناصرين لديهم مستوى جامعي ، وعليه فان هذه النتيجة تعتبر منطقية جدا، ثم تأتي الفئة الذين يقومون بأعمال حرة و هذا راجع إلى أن البعض منهم يحبون كرة القدم رغم انشغالهم إلا أنهم يقتنون تذاكرهم لدخول مشاهدة المباريات ثم تأتي الفئة التي هم بدون عمل بنسبة أقل و هذا راجع إلى سبب واحد و هو أنهم لا يملكون أموال تسمح لهم باقتناء تذاكر المباريات في حين سجلنا أدنى نسبة وهي للفئة الموظفين و هذا راجع إلى التزاماتهم و انشغالهم المهنية.

2.2.5 عرض وتحليل محور عادات استخدام موقع تذكركي لدى الجمهور الرياضي بمدينة تيزي وزو

الجدول رقم (04): يوضح لنا كيفية تعرف المبحوثين على موقع تذكركي

الاحتمالات	التكرار	النسبة
عبر مواقع التواصل الاجتماعي	45	45
التلفاز	17	17
الجرائد	06	06
أشخاص تعرفهم	32	32
المجموع	100	%100

من خلال الجدول رقم (04) الذي يبين لنا كيف تعرف المبحوثين على موقع تذكركي ويظهر لنا كأعلى نسبة بـ 45% من المبحوثين عرفوا موقع تذكركي عبر "مواقع التواصل الاجتماعي"، ثم تليها نسبة 32% من المبحوثين عرفوا هذا الموقع عبر " أشخاص يعرفونهم"، في حين كانت نسبة المبحوثين الذين عرفوا هذا الموقع عبر "التلفاز" بـ 17%، في حين أجاب البعض منهم بأنهم عرفوا هذا الموقع عبر "الجرائد" و قدرت نسبتهم بـ 06%، ويتضح أن أغلبية المبحوثين عرفوا موقع تذكركي عبر "مواقع التواصل الاجتماعي" وهذا يعكس المكانة الهامة التي أصبحت تحتلها مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الفرد سيما في ربطه والعالم الخارجي وتجعله أكثر قربا منه و تساهم في أن يكون للإنسان حياة

سهلة، وفي الأخير تراجع مكانة التلفاز والجريدة كمصدر للحصول على المعلومة بالنسبة للمبحوثين بسبب التطورات التكنولوجية الحديثة في العالم.

الجدول رقم (05): منذ متى تعرف المبحوثين على موقع تذكركي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
منذ شهر	31	31
منذ 06 أشهر	33	33
منذ عام	36	36
المجموع	100	100

من خلال الجدول رقم (05) الذي يبين لنا متى تعرف المبحوثين على موقع تذكركي، نلاحظ أن أعلى نسبة كانت لمنذ عام حيث بلغت 36%، ثم تليها نسبة 33% من المبحوثين الذين تعرفوا على الموقع منذ 06 أشهر ثم تليها نسبة متقاربة قدرت بـ 31% للمبحوثين الذين تعرفوا عليه منذ شهر، ما يدل على الاهتمام الكبير من طرف المبحوثين والاطلاع على كل ما هو جديد كون هذا الموقع استحدث منذ سنة فقط .

الجدول رقم (06): يبين الوسيلة المستخدمة للدخول لموقع تذكركي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
الهاتف	49	49
جهاز حاسوب	20	20
مقهى الانترنت	31	31
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (06) نلاحظ أن أكبر نسبة في الوسائل المستخدمة لدخول لموقع تذكركي هو الهاتف بنسبة 49%، ثم يليها مقهى الانترنت بنسبة 31%، في حين جاء جهاز الحاسوب بأقل نسبة وهي 20%، وهذا راجع إلى ما يتصف به الهاتف لكونه محمول وصغير الحجم ويمكن استخدامه في أي وقت وفي أي مكان، ثم يليه مقهى الانترنت بسبب أن بعض المبحوثين ليس لديهم هواتف ذكية أو ربما ليس لديهم الانترنت التي تسمح لهم بالدخول لهذا الموقع.

الجدول رقم (07): يوضح وسيلة الدفع الالكتروني التي استخدمها المبحوثين

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
بطاقة ذهبية	73	73
بطاقة بنكية	27	27
أخرى (اذكرها)	00	00
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (07) الذي يبين لنا وسيلة الدفع الالكتروني التي استخدمها المبحوثين في عملية اقتناء التذاكر عبر موقع تذكركي، فنلاحظ أن أغليبيتهم يدفعون بالبطاقة الذهبية حيث بلغت نسبتهم 73% بينما قدرت نسبة الذين يدفعون عبر البطاقة البنكية بـ 27% ، على اعتبار ان البطاقة الذهبية أكثر تداولاً في السوق وخاصة لدى الطلبة الجامعيين بصفتهم الفئة الأكبر من عينة الدراسة ، حيث يستفيد الطالب من فتح حساب بريدي جاري في بريد الجزائر ومن ثمة يتحصل على البطاقة الذهبية في حين البطاقة البنكية ترتبط أكثر بفئة الموظفين وهي الفئة الأقل حضوراً في عينة البحث والدراسة.

الجدول رقم (08): يوضح الأوقات المفضلة لدخول أفراد العينة لموقع تذكركي لاقتناء تذاكر المباريات

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
صباحا	33	33
مساء	23	23
ليلا	44	44
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (08) يبين ان المبحوثين يفضلون الدخول لموقع تذكركي لاقتناء تذاكر المباريات ليلا بنسبة 44%، لتأتي نسبة 33% الممثلة لفئة المبحوثين الذين يفضلون الدخول لهذا الموقع صباحا، وأخيرا نسبة 23% التي تمثل المبحوثين الذين يفضلون الدخول لموقع تذكركي لاقتناء التذاكر مساء ، نرى أن اختيار المبحوثين للفترة الليلية إلى كون هذه الفترة من أكثر الفترات راحة وفراغ، وتليها فئة المبحوثين الذين يفضلون الدخول لهذا الموقع صباحا وهذا راجع إلى حبههم في استخدام شبكة الانترنت في الفترة الصباحية من خلال تصفحهم لمختلف المواقع الالكترونية والإخبارية التي تحتوي على كم هائل من المعلومات قبل الذهاب إلى العمل أو الدراسة، أما المبحوثين الذين يفضلون الدخول لهذا الموقع مساء وهذا للتنفيس والتخلص من الملل، وأيضا الاسترخاء والهروب من الروتين اليومي وغوط العمل.

الجدول رقم (09): يوضح اللغة الأكثر استخداما من طرف أفراد العينة عند تصفح موقع تذكركي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
اللغة العربية	50	50
اللغة الفرنسية	46	46
اللغة الانجليزية	04	04
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (09) الذي يبين لنا أن نسبة أفراد العينة الذين يستخدمون اللغة العربية عند تصفح موقع تذكركي هي 50% ، بينما أفراد العينة الذين يستخدمون اللغة الفرنسية لتصفح هذا الموقع بـ 46% أما بالنسبة للغة

الانجليزية فقدرت نسبة أفراد العينة المستخدمين لها عند التصفح بـ 04% وهي نسبة ضئيلة جدا، وذلك لأن اللغة العربية هي اللغة الرسمية الأولى بالجزائر، ثم تليها اللغة الفرنسية ويرجع ذلك لاعتبارات تاريخية باعتبار اللغة الفرنسية من مخلفات الاستعمار، كذلك يتم تدريس المادة الفرنسية في مرحلة عمرية متقدمة وكل هذه الاعتبارات تجعل من هذه اللغة أقرب للاستخدام.

الجدول رقم (10): يوضح مدى رضا أفراد عينة الدراسة عن تصميم موقع تذكركي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
جيد	45	45
مقبول	47	47
ضعيف	08	08
المجموع	100	%100

يبين لنا الجدول رقم (10) أن نسبة 47% من أفراد عينة الدراسة أبدوا رأيهم بأنهم راضون عن تصميم موقع تذكركي بأنه "مقبول"، أما ما نسبته 45% من المبحوثين أجابوا بأن تصميم موقع تذكركي "جيد"، أما ما نسبته 08% من أفراد العينة يقولون أن مدى رضاهم عن موقع تذكركي "ضعيف"، وهذا يعود إلى كونه يمتاز بالبساطة وعدم احتوائه على روابط متشعبة تعيق طريقة التصفح بالإضافة للصفات المرئية في تصميم الموقع باستخدام أساليب وطرق إبداعية تجذب انتباه المستخدمين، بالإضافة إلى كونه جذاب وحديث وكتابته واضحة ومفهومة مقارنة مع بعض المواقع بالإضافة إلى ملائمتها مع احتياجات الجمهور من خلال الاستخدام.

الجدول رقم (11): يوضح تقييم أفراد العينة لعملية التصفح في موقع تذكركي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
سهلة	55	55
متوسطة	41	41
صعبة	04	04
المجموع	100	100

من خلال الجدول رقم (11) الذي يبين لنا أن نسبة أفراد العينة الذين يرون أن عملية التصفح في موقع تذكركي "سهلة" هي 55%، كما أن الأغلبية لا يجدون أي صعوبة في التصفح وأن عملية التصفح يسيرة، أما نسبة 41% من أفراد العينة يرون أن عملية التصفح في هذا الموقع "متوسطة" ويرجعون ذلك إلى عدم وجود مختصين يقومون بتوعيتهم وإعلامهم بطريقة التصفح وكيفية استخدام موقع تذكركي، أما ما نسبته 04% من أفراد العينة يجدون صعوبة في عملية التصفح في موقع تذكركي ويرون أن التصفح "صعب" ويرجعون هذا إلى كون هذا الموقع جديد وحديث ولا يملكون أدنى فكرة عن كيفية العمل عليه، بالإضافة إلى أن هناك بعض المبحوثين (الجامهين) غير متمكنين من استخدام الهاتف والحاسوب ومختلف برامج خاصة بالنسبة لذوي المستوى التعليمي البسيط.

الجدول رقم (12): يوضح الفائدة المحققة من خلال عملية اقتناء التذاكر عبر موقع تذكركي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
التقليل المصاريف	09	09
القضاء على مشكل التنقل	49	49
القضاء على الطوابير	42	42
المجموع	100	%100

من خلال الجدول رقم (12) الذي يبين لنا الفائدة المحققة من خلال عملية اقتناء التذاكر عبر موقع تذكركي هي "القضاء على مشكل التنقل" و بنسبة قدرت بـ 49% وهذا راجع إلى أن بعض الجماهير يعانون من التنقل إلى الملاعب لاقتناء التذاكر خاصة إذا كان الملعب خارج ولايته ويعتبر هذا المشكل الذي يؤرق الكثير من المناصرين في التنقل لحجز التذاكر ، أما نسبة 42% من أفراد العينة يرون أن الفائدة المحققة من خلال عملية اقتناء التذاكر عبر موقع تذكركي هو " القضاء على الطوابير" ويرجعون هذا إلى الصعوبات والمشاكل التي يواجهونها عند انتظار في الطابورات لساعات عديدة، أما نسبة 09% يرون أن الفائدة المحققة من هذا الموقع هي " التقليل من المصاريف" بسبب زيادة تكاليف النقل، الاكل والشرب وحتى المبيت في بعض الحالات .

الجدول رقم (13): يوضح الصعوبات التي يواجهها أفراد العينة في عملية اقتناء التذاكر عبر موقع تذكركي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
الضغط والإقبال الكبير على الموقع	43	43
تذبذب الأنترنت	35	35
تعطل الموقع	22	22
المجموع	100	%100

من خلال الجدول رقم (13) الذي يبين لنا الصعوبات التي يواجهها أفراد العينة في عملية اقتناء التذاكر عبر موقع تذكركي فنلاحظ أن 43% من المبحوثين وجدوا صعوبة "الضغط والإقبال الكبير على الموقع" وهذا راجع إلى العدد الكبير من المناصرين الراغبين في اقتناء تذاكر المباراة خاصة منها مباريات المنتخب الوطني مثلاً وكل هذا يسبب الضغط على الموقع، ثم تأتي نسبة 35% من المبحوثين واجهوا صعوبة في "تذبذب الأنترنت" وهذا راجع إلى ضعف تدفق الأنترنت في الجزائر والانقطاعات المتكررة لها ورداءة الخدمات المقدمة من طرف شركة اتصالات الجزائر، في حين سجلنا أدنى نسبة للمبحوثين الذين واجهوا صعوبة في "تعطل الموقع" والتي قدرت بـ 22% و هذا راجع إلى الضغط الكبير عليه أو هناك تذبذب في الشبكة .

3.2.5 عرض وتحليل محور الخدمات التي يقدمها موقع تذكركي للجمهور الرياضي بمدينة تيزي وزو

الجدول رقم (14): يوضح لنا رأي أفراد العينة حول المدة التي يتم فتح فيها موقع تذكركي وغلقه

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
مناسبة	79	79
غير مناسبة	21	21
المجموع	100	100

من خلال الجدول رقم (14) الذي يبين لنا رأي أفراد العينة حول المدة التي يتم فتح فيها موقع تذكركي وغلقه فنلاحظ أن غالبية المبحوثين أجابوا بأنها "مناسبة" وبنسبة قدرت 79% وهذا راجع إلى أن المدة التي يتم فتح و غلق موقع تذكركي في بعض الأحيان يكون نهاية الأسبوع ويدوم ثلاثة أيام أي ان هذه المدة كافية وليس لديهم ارتباطات أو التزامات تمنعهم من الدخول إلى الموقع، في حين سجلنا نسبة ب 21 % الذين أجابوا أن المدة التي يتم فتح موقع تذكركي وغلقه "غير مناسبة" و هذا راجع إلى الانشغالات التي تمنعهم من الدخول للموقع مثل العمل .

الجدول رقم (15): يوضح المدة الزمنية المستغرقة من قبل أفراد العينة لشراء التذاكر في موقع تذكركي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 10 دقائق	60	60
من 10 إلى 30 دقيقة	33	33
أكثر من 30 دقيقة	07	07
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (15) الذي يبين لنا المدة الزمنية المستغرقة من قبل أفراد العينة لشراء التذاكر في موقع تذكركي حيث نرى أن الفئة الغالبة من المبحوثين أجابوا بأقل من (10) دقائق بنسبة قدرت 60%، تليها نسبة 33% المبحوثين الذين أجابوا من (10) إلى (30) دقيقة. وأخيرا النسبة 07% من المبحوثين استغرقوا أكثر من (30) دقيقة، نلاحظ أن أعلى نسبة من المبحوثين استغرقوا أقل من (10) دقائق لشراء التذاكر في موقع تذكركي وهذا راجع إلى أن هذا الموقع مصمم بطريقة تسمح بالدخول والتصفح السهل للمستخدم وكذا السرعة الفائقة في التنفيذ في حين تأخر عملية الشراء راجع إلى ضغط على الموقع او تذبذب الانترنت.

الجدول رقم (16): يوضح تقييم أفراد العينة لطريقة الدخول للملعب عند شراء التذاكر في موقع تذكركي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
سهلة	83	83
صعبة	17	17
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (16) الذي يبين لنا أن نسبة أفراد العينة الذين يرون أن عملية الدخول للملعب عند شراء التذاكر في موقع تذكركي "سهلة" هي 83% ، أما نسبة 17% من أفراد العينة يرون أن عملية الدخول للملعب عند شراء التذاكر في موقع تذكركي "صعبة" ، وهذا راجع إلى أن الملاعب الجديدة لها عدة أبواب الكترونية وهذا يجعل عملية دخول الأنصار سهلة وأيضاً وجود تنظيم محكم من طرف الأمن .

الجدول رقم (17): يوضح رأي أفراد العينة حول عملية تقسيم الملعب إلى عدة أجنحة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
مناسبة	89	89
غير مناسبة	11	11
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (17) الذي يبين لنا رأي أفراد العينة حول عملية تقييم الملعب إلى عدة أجنحة فنلاحظ أن غالبية المبحوثين أجابوا بأنها "مناسبة" و بنسبة قدرت 89% وهذا راجع إلى أن هذا التقسيم يساعد المناصر في إيجاد مكان جلوسه المكتوب في التذكرة بكل سهولة وأيضاً بهذا التقسيم يكون التنظيم في عملية الدخول للمدراجات ، في حين سجلنا نسبة قدرت 11% للمبحوثين الذين أجابوا أن عملية تقسيم الملعب إلى عدة أجنحة "غير مناسبة" وهذا راجع أن في بعض الملاعب لا يوجد إشارة أو مختصين يقومون بإرشادهم وإعلامهم عن الأماكن المكتوبة في تذاكرهم.

الجدول رقم (18): يوضح رأي أفراد العينة في ثمن التذكرة

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
مناسب	77	77
غير مناسب	23	23
المجموع	100	100

من خلال الجدول رقم (18) الذي يبين لنا رأي أفراد العينة في ثمن التذاكر فنلاحظ أن غالبية المبحوثين أجابوا بأنها "مناسبة" بنسبة 77% ، فحين سجلنا أدنى نسبة قدرت بـ 23% للمبحوثين الذين أجابوا بأن ثمن التذاكر يكون حسب مكان جلوسهم "غير مناسبة"، حيث يعتبر ثمن التذكرة بسيط يقدر بـ 200 دج غير انه يخلف حسب مكان الجلوس والجناح والمنصة الشرفية .

الجدول رقم (19): يوضح الأماكن المفضلة لدى أفراد العينة لمتابعة المباراة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
مقاعد اقتصادية	61	61
مقاعد درجة أولى	19	19
مقاعد VIP	20	20
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (19) الذي بين لنا الأماكن المفضلة لدى العينة لمتابعة المباراة فنلاحظ أن 61% من أفراد العينة يفضلون "المقاعد الاقتصادية"، ثم تليها نسبة 20% من الذين يفضلون "مقاعد VIP"، في حين سجلنا نسبة 19% من أفراد العينة يفضلون "مقاعد الدرجة الأولى"، أكبر نسبة من المبحوثين يفضلون المقاعد الاقتصادية وهذا راجع إلى ثمنها الرمزي والمناسب وأيضا إلى الأجواء الحماسية والرائعة الموجودة في هذه المقاعد، ثم يأتي المبحوثين الذين يفضلون مقاعد VIP ومقاعد الدرجة الأولى لأن في هذه الأماكن يشعرون بالراحة والأمان لأن الفئة التي تقصد هذا الأماكن هم المشاهير كالممثلين والمؤثرين...

4.2.5.4. الخور الرابع: مساهمة موقع تذكرك في تحسين جودة الخدمات المقدمة للجمهور الرياضي بمدينة تيزي وزو

الجدول رقم (20): يوضح مساهمة موقع تذكرك في تحسين جودة الخدمات المقدمة للجمهور الرياضي بمدينة تيزي وزو

الرقم	العبارة	موافق	محايد	معارض
01	ساهم موقع تذكرك في القضاء على حاجز الوقت	84	13	03
02	ساهم موقع تذكرك في القضاء على مشكل التنقل	87	11	02
03	ساهم موقع تذكرك في عملية التنظيم في الملاعب	59	24	17
04	ساهم موقع تذكرك في توفير الأمن في الملاعب	44	35	11
05	ساهم موقع تذكرك في توفير خدمات الأكل والشرب	35	39	24
06	ساهم موقع تذكرك في التخلص من الطوابير	69	21	10
07	ساهم موقع تذكرك في القضاء على السوق السوداء في بيع التذاكر	48	27	25
08	ساهم موقع تذكرك في تحديد ثمن التذكرة والتحكم فيه	55	25	20
09	ساهم موقع تذكرك في الحفاظ على الممتلكات العامة داخل الملعب وخارجه	52	24	24

من خلال معطيات الجدول اعلاه يمكن التوصل الى ما يلي :

- غالبية المبحوثين موافقون على أن موقع تذكرك ساهم في القضاء على حاجز الوقت بنسبة 84% لأن هذا الموقع يسمح لهم باقتناء التذاكر في وقت وجيز في الفترة التي يتم فيها فتح هذا الموقع عكس الطريقة القديمة و هي الذهاب إلى الملعب وانتظار للوقت الطويل لشراء التذاكر
- غالبية المبحوثين موافقين على أن موقع تذكرك ساهم في القضاء على مشكل التنقل بنسبة 87% لأن هذا الموقع يمكن تصفحه و تقوم بشراء التذكرة و أنت في المنزل أو في أي مكان تتواجد فيه يعني بدون التنقل إلى ملعب المباراة لشراء التذكرة
- أعلى نسبة من المبحوثين موافقون على أن موقع تذكرك ساهم في عملية التنظيم في الملاعب بنسبة 59% لأن هناك فرق كبير بين ما كان عليه سابقا لمل كان الدخول بالتذاكر العادية و حاليا بالتذاكر الإلكترونية، فبمجرد وصول

الأنصار إلى الملعب عبر حافلات مخصصة لنقلهم تبدأ عملية التأكد من حيازتهم على تذاكر المباراة، ليتم إرشادهم نحو المداخل المخصصة لهم وصول إلى البوابات الالكترونية، وكل هذه الإجراءات لا تستغرق وقتا طويلا، و عند الوصول إلى المدرجات يجد الأنصار في استقبالهم شباب متطوعون يرشدونهم نحو الأماكن المخصصة لهم، و كل هذا يساهم في تنظيم محكم من جميع الجوانب

-أعلى نسبة من المبحوثين موافقون على أن موقع تذكركي ساهم في توفير الأمن في الملاعب بنسبة 44 % لأن بعد استحداث موقع تذكركي، نرى أن أعمال العنف في الملاعب الجزائرية تراجعت بالنسبة للسنوات الماضية، و يعود هذا إلى نظام أمني حديث قائم على آخر التكنولوجيا في هذا المجال يحمي كيان الرياضة بصورة علمية منظمة ، و أيضا تجهيز المنشآت الرياضية بأحدث الأجهزة و المعدات الأمنية من أجل الحفاظ على سلامة الأفراد و المنشآت و منع الأعمال التخريبية أو حصول أي شغب جماهيري و السيطرة عليه.

-أعلى نسبة كانت للمبحوثين الذين كانوا محابدين في رأيهم حول موقع تذكركي و المساهمة في توفير خدمات الأكل و الشرب بنسبة 39 % فحسب رأيهم في بعض الأحيان يساهم في توفير خدمات الأكل و الشرب و في أحيان أخرى لا يساهم و هذا راجع إلى أن في بعض الملاعب تكون الكمية محدودة جدا و ليست متوفرة لكل الأنصار -غالبية المبحوثين موافقون على أن موقع تذكركي ساهم في التخلص من الطوابير بنسبة 69% لأن عملية الدخول إلى الملعب عند شراء التذاكر عبر هذا الموقع تكون سهلة لأن هناك عدة أبواب إلكترونية. -أعلى نسبة كانت للمبحوثين الذين وافقوا على أن موقع تذكركي ساهم في القضاء على السوق السوداء في بيع التذاكر بنسبة 48 %، و هذا راجع إلى توفير العدد المناسب للتذاكر في موقع تذكركي و هذا ما يسمح للأنصار في شراء التذاكر الكترونيا و بطريقة سهلة و عصرية عبر كامل التراب الوطني. -أعلى نسبة كانت للمبحوثين الذين وافقوا على أن موقع تذكركي ساهم في تحديد ثمن التذكرة و التحكم فيه بنسبة 55% و هذا راجع إلى أن المسؤولين عن إدارة موقع تذكركي تقوم بتحديد ثمن معين قبل بداية أي مناسبة و تتحكم في هذا الثمن إلى غاية نهاية هذه المناسبة. -أن أعلى نسبة كانت للمبحوثين الذين وافقوا على أن موقع تذكركي ساهم في الحفاظ على الممتلكات العامة داخل الملعب وخارجه بنسبة 52 %، وهذا بسبب التنظيم المحكم من طرف الأمن، ووضع كاميرات المراقبة في كل أطراف الملعب وفرض غرامات وعقوبات قاسية على من يتسبب في إحداث أعمال شغب، وهذا ما جعل الجمهور يحافظ على هذه الممتلكات.

6. نتائج الدراسة (الاجابة على التساؤلات):

✓ من خلال المحور الأول حول البيانات الشخصية توصلنا الى النتائج التالية:

-غالبية المبحوثين هم ذكور، ذوي مستوى جامعي ومن فئة الطلبة .

✓ من خلال المحور الثاني المتمثل في عادات استخدام موقع تذكركي توصلنا إلى النتائج التالية:

-غالبية الباحثين تعرفوا على موقع تذكرك عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويتصفحون هذا الموقع باستخدام الهاتف ، كما يستعينون بالبطاقة الذهبية لتسديد ثمن التذكرة . حيث يفضلون عملية الشراء ليلا ، كما يتصفحون الموقع باستخدام اللغة العربية التي تضيف سهولة كبيرة في التصفح وبالتالي القضاء على عناء التنقل. **إجابة على التساؤل الأول**

✓ من خلال المحور الثالث المتمثل في الخدمات التي يقدمها موقع تذكرك توصلنا إلى النتائج التالية:

-معظم الباحثين يرون أن المدة التي يتم فتح فيها موقع تذكرك وغلقه مناسبة، كما ان عملية اقتناء التذاكر لا تتجاوز 10 دقائق ، فهي عملية بسيطة وسهلة كما ان المشجع لا يجد صعوبة في الوصول الى مكانه المخصص في المدرجات المقسمة الى اجنحة وهي طريقة مناسبة جدا من اجل تنظيم محكم ، بالنسبة لثمن التذكرة فهو مقبول خاصة بالنسبة للمقاعد الاقتصادية وهي الاكثر تفضيلا . **إجابة على التساؤل الثاني**

✓ من خلال المحور الرابع المتمثل في مساهمة موقع تذكرك في تحسين جودة الخدمات المقدمة للجمهور

توصلنا إلى النتائج التالية:

-جل الباحثين يوافقون على أن موقع تذكرك ساهم في القضاء على حاجز الوقت ومشكل التنقل ، كما ساهم في تنظيم محكم داخل الملاعب وبالتالي توفير الامن خاصة بعد القضاء على الطواير الطويلة وكذا السوق السوداء التي تهيمن على بيع التذاكر بأسعار مرتفعة جدا كما ان هذا الموقع ساهم في التحكم في ثمن التذكرة والحفاظ على الممتلكات داخل الملعب وخارجه. **إجابة على التساؤل الثالث**

7.خاتمة: في نهاية هذه الورقة البحثية يمكن القول ان موقع تذكرك شكل قفزة نوعية في عالم الرياضة الجزائرية ، اذ ساهم بشكل كبير في القضاء على الكثير من المشاكل التي كانت تعيق الجمهور الرياضي في الحصول على التذكرة منها عناء التنقل ، المصاريف ، الطواير الطويلة وغيرها. غير ان هذا الموقع لا يزال حبيس مشاكل اخرى تتعلق بتدفق الشبكة (التذبذب) من جهة، ومن جهة اخرى عدم التحكم في التقنية من طرف الجمهور . بين هذا وذاك، نتوقع تغير كبير على الساحة الرياضية المحلية باستخدام التكنولوجيا الحديثة التي تساعد على تحسين جودة الخدمات المقدمة للجمهور الرياضي بمدينة تيزي وزو وخارجها.

8. قائمة المراجع:

1. أحمد بن مرسل. (2007). *مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال*. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية
2. أمينة قهواجي. (2018). *صراع الدور وتأثيره على الاداء الوظيفي*. مجلة دراسات في علم اجتماع المنظمات.
3. عادل عاشور. (2022). *جودة الخدمات الرياضية فلسفة وثقافة ؟ ام شهادة وسلوك ؟* مجلة المحترف لعلوم الرياضة
4. عبد الملك الدناني. (2016). *مناهج بحوث الاتصال الحديثة*. الاردن: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع .
5. عمارة نورالدين. (2020). *تأثير الاعلام الرياضي في تحقيق قيم التنشئة الاجتماعية عند الجمهور في المجال الرياضي*.
مجلة حوليات .

6. Diane Kendal .(2006) .*Sociology in our time: The Essentials* .Belmont, CA: Thomson Wadsworth.

7. Jean Claud Combessie .(1996) .*La Méthode en sociologie* .paris: la découverte.

8. Maurice ANGERS .(1997) .*Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines* .Montréal CEC.

9. موقع وزارة الشباب والرياضة. (2023، 12 26). *موقع وزارة الشباب والرياضة*. تم الاسترداد من موقع وزارة

الشباب والرياضة: <https://www.mjs.gov.dz/>