الفصل الثالث

خطة وإجراءات الدراسة

- منهج الدراسة
- مجتمع وعينة الدراسة
- أدوات جمع البيانات
- المعالجات الإحصائية المستخدمة

خطة وإجراءات الدراسة

- منهج الدراسة:

استخدمت في دراستي المنهج الوصفى الدراسات التحليلية والمسحية نظراً لملائمته لطبيعة الدراسة وأهدافه.

- مجتمع الدراسة:

يمثل مجتمع الدراسة أعضاء مجلس إدارة الاتحاد المصرى للكرة الطائرة وأعضاء مجالس إدارات أفرع الاتحاد والحكام واللاعبين والمدربين وخبراء فى التسويق بجمهورية مصر العربية، وبلغ حجم مجتمع الدراسة (9647).

- عينة الدراسة :

قامت باختيار عينة الدراسة من (أعضاء مجلس إدارة الاتحاد المصرى للكرة الطائرة وأعضاء مجالس إدارات الأفرع وخبراء فى التسويق الرياضى بجمهورية مصر العربية) بالطريقة العمدية، بينما اختار الدارس عينة الدراسة بالنسبة للمستفيدين (الحكام والمدربين واللاعبين) بالطريقة العشوائية بحيث تكون ممثلة لمجتمع البحث.

جدول (2) توصيف مجتمع وعينة البحث

الفئة	مجلس إدارة الاتحاد	مجالس إدارات الأفرع		خبراء تسويق	حكام		مدربين		لاعبين	
		مجتمع	عينة		مجتمع	عينة	مجتمع	عينة	مجتمع	عينة
العدد	9	110	88	4	764	260	1260	280	7500	380

- أدوات جمع البيانات:

وقد مر تصميم الاستبيان بالخطوات التالية:

❖ المقابلة الشخصية:

استخدمت هذا الأسلوب بغرض الحصول على بعض البيانات والمعلومات المهمة، والذي يلقى الضوء على بعض الجوانب التى رغبت فى

دراستها، بغرض وضع الاستبيان الخاص بموضوع الدراسة وتطبيقه.

❖ تحليل الوثائق والمراجع:

قمت بالاطلاع على المراجع العلمية والدراسات السابقة المرتبطة بموضوع البحث، واستعان بها فى تصميم الإطار النظرى، كما قمت بدراسة وتحليل الوثائق والمستندات المتعلقة بموضوع الدراسة كالدعم المقدم للاتحاد من الوزارة، وكذلك موارد الاتحاد ومصروفاته، بالإضافة إلى التعرف على إمكانات الاتحاد سواء المادية والبشرية، وإنجازاته وأشكال التسويق بالاتحاد إن وجدت، وقد تمكنت بذلك من جمع المعلومات عن موضوع الدراسة.

❖ شبكة المعلومات الدولية:

استخدمت شبكة المعلومات الدولية "الانترنت" للحصول على المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة وخاصة ما يتعلق بموضوع اللوجستيات، نظراً لافتقار المعلومات عن هذا الموضوع من خلال المراجع.

1 - الإستبيان:

قمت بتصميم ثلاث استمارات استبيان:

- الاستمارة الأولى للتعرف على الواقع الفعلى للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصرى للكرة الطائرة.
- الاستمارة الثانية لتحليل البيئة الخارجية لتحديد الفرص والتهديدات لبيئة الاتحاد المصرى للكرة الطائرة.
- الاستمارة الثالثة لتحليل البيئة الداخلية لتحديد نقاط القوة والضعف لبيئة الاتحاد المصرى للكرة الطائرة.

خطوات تصميم استمارة الاستبيان:

- فى ضوء أهداف الدراسة، ومن خلال الإطلاع على المراجع العلمية المتخصصة وهى: (2،9،10،12،14،15، 17، 19، 20، 24، 26، 29) فى

التسويق واللوجستيات، وكذلك بالاعتماد على نتائج الدراسات والبحوث المرتبطة، وفى ضوء نتائج المقابلات الشخصية التى أجريتها تمكنت من تصميم الاستمارة الآتية:

الاستمارة الأولي :

- استمارة استبيان خاصة بالتعرف على الواقع الفعلى للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصرى للكرة الطائرة، واشتملت على المحاور الآتية:

1 - خدمة العميل أو المستفيد.

2 - النقل.

3 - الشراء.

4 - اختيار الموقع.

5 - الاتصالات.

6 - التخزين وإدارة المخزون.

7 - التعبئة.

8 - التغليف.

9 - التنبؤ بالطلب.

10 -المنتج أو الخدمة.

11 -التسعير.

12 -الترويج.

13 -التوزيع.

وبذلك تمكنت من تصميم استمارات الاستبيان فى صورتها الأولية، وتم عرض محاور الاستمارة على مجموعة من الخبراء المتخصصين فى الإدارة الرياضية والتسويقية وبلغ عددهم (10) محكم ملحق(1) ممن تتوفر فيهم الخبرة الأكاديمية والمهنية فى مجال الإدارة الرياضية أو التسويق والاستثمار الرياضى أو كلاهما معاً،

وتم العرض من 2013/9/7 إلى 2013/9/21 وذلك لإبداء الرأى حول مناسبة المحاور ومدى تحقيقها لهدف البحث، ومدى وضوح المحاور.

أ -مواصفات الخبراء فى مجال الإدارة الرياضية (الأكاديميون):

- أن يكون حاصلاً على درجة أستاذ فى الإدارة الرياضية.
- دراسات وخبرات سابقة أو إنتاج علمى فى مجال التسويق واقتصاديات الرياضة.

وبذلك تم التوصل إلى المحاور النهائية للاستبيان ملحق (2)، وهى كالتالى:

محاور الاستمارة الأولي :

1 - خدمة العميل أو المستفيد.
2 - النقل.
3 - الشراء.
4 - اختيار الموقع.
5 - الاتصالات.
6 - التخزين وإدارة المخزون.
7 - المنتج أو الخدمة.
8 - التسعير.
9 - الترويج.
10 -التوزيع.

وبذلك تم التوصل إلى المحاور النهائية لاستمارة الاستبيان، والجدول (4) يوضح النسب المئوية لأراء الخبراء فى محاور الاستبيان.

إعداد عبارات الاستمارة:

استرشدت بما توفر لدي من مراجع ودراسات خاصة فى اللوجستيات وذلك لقلتها، وقمت بالاستعانة بالاستبيانات السابقة بغرض التعرف على

الأسلوب الأمثل وأفضل الطرق التى يتحدد على ضوئهما العبارات، وبذلك تم صياغة مجموعة من العبارات التى حاولت عن طريقها كشف التساؤلات حول موضوع الدراسة، وكذلك تحديد الشكل العام للاستبيان متبعاً فى ذلك الأصول المأخوذة فى تسلسل العبارات للحصول على أصدق البيانات، فقد قمت بصياغة عبارات الاستمارة بناء على عنوان المحور التابع لها، وقد راعيت عند صياغة العبارات أن تكون العبارات سهلة وبسيطة ومفهومة .

اختيار العبارات الصالحة للاستمارة:

قمت بعرض تلك العبارات على مجموعة من السادة الخبراء فى مجال (الإدارة الرياضية والتسويق) ملحق (1)، وقد تم اختيار العبارات التى حصلت على نسبة 70٪ فأكثر من مجموعة أراء الخبراء، وفى ضوء ذلك تم تعديل صياغة بعض العبارات ملحق (3)، وكذلك استبعاد عدد ٦ عبارة لم تحصل على النسبة المحددة، وبذلك بلغ عدد عبارات الاستبيان فى صورتها النهائية 84 عبارة ملحق (3)، والجدول (3) يوضح عدد العبارات الأساسية والمحذوفة والمعدلة:

جدول (3) بيان بعدد العبارات الأساسية والمحذوفة والمعدلة

م	اسم المحور	عدد العبارات قبل الحذف	عدد العبارات المحذوفة	عدد العبارات المعدلة	عدد العبارات المضافة	عدد العبارات النهائية
1	الواقع الفعلى للأنشطة اللوجستية					
	- خدمة العميل أو المستفيد	12	2	3	-	10
	- النقل	9	1	1	-	8
	- الشراء	9	1	2	-	8
	- اختيار الموقع	9	1	5	-	8
	- الاتصالات	9	1	5	1	9
	- التخزين وإدارة المخزون	8	-	3	-	8
	- المنتج أو الخدمة	9	-	5	1	10
	- التسعير	8	-	4	-	8
	- الترويج	7	-	3	-	7
	- التوزيع	8	-	4	-	8
	الإجمالى	88	6	35	2	84

الدراسة الاستطلاعية:

قمت بإجراء دراسة على عينة عشوائية مكونة من (90) جميعهم من خارج عينة الدراسة الأساسية، وذلك بهدف الآتى:

- التعرف على مناسبة العبارات لمستوى فهم العينة.
- التأكد من عدم وجود أى أسئلة يصعب فهمها أو الإجابة عليها.
- تحديد زمن الإجابة على الاستبيان.
- إيجاد صدق وثبات الاستبيان.

وقد أظهرت نتائج الدراسة الاستطلاعية أن العبارات مناسبة من حيث الصياغة واللغة المستخدمة، ولم تظهر أى تعليقات توحى بالصعوبة أو عدم الفهم، كما استغرق تطبيق الاستبيان زمن يتراوح من 13 : 20 دقيقة.

ولقد قمت بشرح الهدف من البحث، وأهمية الاستجابة لما تحمله استمارة

الاستبيان بداخلها حتى يمكن الاعتماد على النتائج المستخلصة فيما بعد.

المعاملات العلمية للاستبيان :

1- تحديد المحاور الرئيسية للاستبيان:

بعد عرض الاستمارة على السادة الخبراء قمت بحساب النسبة المئوية لأراء السادة الخبراء حول المحاور الرئيسية المناسبة وفقاً للجدول التالي:

جدول (4) الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء الخبراء في محاور استمارة الواقع الفعلي (ن=10)

م	المحـــور	التكرار	النسبة المئوية
1	خدمة العميل او المستفيد	10	100
2	النقل	10	100
3	الشراء	8	80
4	اختيار الموقع	8	80
5	الاتصالات	7	70
6	التخزين وإدارة المخزون	10	100
7	المنتج او الخدمة	8	80
8	التسعير	10	100
9	الترويج	10	100
10	التوزيع	10	100
11	العينة	5	50
12	التغليف	6	60
13	التيو بالطلب	4	40

يتضح من الجدول السابق (4) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول المحاور الرئيسية لاستمارة الواقع الفعلي قد تراوحت ما بين (40٪: 100٪)، ولقد ارتضى الدارس نسبة 70٪ فأكثر من آراء السادة الخبراء، وبذلك تم استبعاد المحاور التي لم تحصل على هذه النسبة وعددها (3) محاور.

2- إعداد عبارات الاستبيان:

في ضوء نتائج آراء الخبراء حول المحاور المقترحة، قام الدارس بدراسة كل محور على حده دراسة تفصيلية وذلك لتحديد العبارات الخاصة بكل محور

مسترشداً ببعض المراجع العلمية والدراسات السابقة.

وتم إعداد استمارة الاستبيان فى صورتها المبدئية، ثم عرضها على السادة الخبراء وذلك للتأكد من صلاحية استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والتعرف على مدى مناسبة العبارات المقترحة بالنسبة للمحاور وحذف أو تعديل العبارات غير المناسبة وأيضاً إضافة أية عبارات أخرى مقترحة تكون غير مدرجة بالاستمارة. والجدول (5) يوضح النسبة المئوية لآراء الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة:

جدول (5) الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء الخبراء في عبارات المحور الأول (خدمة العميل او المستفيد)لاستمارة التعرف على الواقع الفعلى (ن=10)

م	العبـــــــــارات	الدرجة المقدرة	النسبة المئوية
1	يوحد بالاتحاد إدارة خاصة بخدمة العملاء والمستفيدين وذلك فى الهيكل التنظيمى للاتحاد	42	84.00
2	قدرة النظام المتبع بالاتحاد على الموائمة بين أهداف الاتحاد وآراء المستفيدين.	44	88.00
3	كتابة سياسة العميل أو المستفيد بالاتحاد ليتعرف عليها الجمهور الداخلى والخارجى	46	92.00
4	يوفر الاتحاد احتياجات الأنشطة المختلفة من المخزون فى الوقت المناسب (أجهزة وأدوات).	50	100.0
5	يوفر الاتحاد إجابات عن استفسارات وأسئلة العملاء عن أوامر الشراء الخاصة بهم	46	92.00
6	معدل الاستجابة للعملاء أو المستفيدين من الشخص الفنى (سلعة، خدمة)	30	60.00
7	يوحد بالاتحاد مكتب لتلقى شكاوى العملاء عن أداء الخدمة	48	96.00
8	يضع الاتحاد أسس ومعايير لتقديم الخدمة للعملاء والمستفيدين	44	88.00
9	تتبع الخدمات والمنتجات المقدمة من الاتحاد لضمان تحقيق رضا المستفيدين	34	68.00
10	تتمتع وثائق الاتحاد (إيصالات، عقود، وثائق) بالمصداقية والكفاءة	50	100 0
11	الاتحاد يوفر السلع والخدمات بما يتوافق مع رغبات العملاء والمستفيدين	42	84 00
12	يسعى الاتحاد لتحقيق المنفعة الرمانية والمكانية لمستفيديه	48	96.00

يتضح من الجدول (5) أن النسبة المئوية لاراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة

للمحور الأول للاستبيان تراوحت ما بين (30% إلى 100%)، وفى ضوء ذلك إن نسبة موافقة من 70٪ فأكثر وتم استبعاد العبارات التى لم تحصل على هذه النسبة(6، 9).

جدول (6) الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء الخبراء

في عبارات المحور الثاني(النقل) لاستمارة التعرف على الواقع الفعلى (ن=10)

م	العبـــــــارات	الدرجة المقدرة	النسبة المئوية
1	يوفر الاتحاد ناقلات حديثة ومجهزة لنقل اللاعبين والأجهزة الفنية والإدارية	50	100.0
2	يوفر الاتحاد ناقلات حديثة ومجهزة لنقل الأدوات والأجهزة الرياضية	48	96 00
3	يتوفر فى وسائل النقل عوامل الأمن والسلامة	44	88.00
4	يستخدم الاتحاد ناقلات اقتصادية فى التكلفة	46	92 00
5	يتم اختيار أفضل قيادة الناقلات على أعلى مستوى من الكفاءة الفنية	50	100.0
6	مراعاة ملائمة وسيلة النقل مع الشئ المراد نقله.	44	88 00
7	الاتحاد يتعاقد مع شركات نقل خاصة لإتمام عملية النقل	32	64.00
8	عند اختيار أسلوب النقل تكون التكلفة أحد العوامل الرئيسية فى اختياره	48	96.00
9	عند اختيار أسلوب النقل يكون الالتزام والدقة أساس اختياره.	50	100.0

يتضح من الجدول (6) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة للمحور الثاني للاستبيان تراوحت ما بين (64% إلى 100%)، وفى ضوء ذلك ارتضى الدارس نسبة موافقة من 70% فأكثر وتم استبعاد العبارة (7) والتى لم تحصل على هذه النسبة.

جدول (7) الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء الخبراء

في عبارات المحور الثالث(الشراء) لاستمارة التعرف على الواقع الفعلي (ن=10)

م	العبـــــــــارات	الدرجة المقدرة	النسبة المئوية
1	يتم اختيار الشركات الأكثر التزاماً بمواعيد التوريد.	50	100.0
2	يتم اختيار الشركات بناءً على جودة منتجها.	48	96.00
3	يتم اختيار الشركات المطابقة للمواصفات والأقل سعراً.	44	88.00
4	يختار الاتحاد اللجان الفنية المناسبة لاستلام الأصناف المتفق عليها.	46	92.00
5	يتم تشكيل اللجان المالية والقانونية الخاصة بالشراء بناءً على قواعد ثابتة.	50	100.0
6	يطور الاتحاد سياسات الشراء ليستطيع توفير الاحتياجات بأسهل وأفضل الشروط	44	88.00
7	يوفر الاتحاد احتياجاته في ضوء اللوائح والقوانين المنظمة له.	42	84.00
8	الرقابة المستمرة على ما تم عقده من اتفاقات مع الشركات والموردين.	50	100.0
9	الوفاء بالالتزامات المطلوبة تجاه الموردين وشركات التسويق.	32	64.00

يتضح من الجدول (7) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة للمحور الثالث للاستبيان تراوحت ما بين (64% إلى 100%)، وفي ضوء ذلك ارتضى الدارس نسبة موافقة من 70% فأكثر وتم استبعاد العبارة (9) والتي لم تحصل على هذه النسبة.

جدول (8) الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء الخبراء

في عبارات المحور الرابع(اختيار الموقع) لاستمارة التعرف على الواقع الفعلي

(ن=10)

م	العبـــــــارات	الدرجة المقدرة	النسبة المئوية
1	يراعى فى المنشأة التى يقيم فيها الاتحاد بطولانه قربها من وسائل المواصلات	44	88.00
2	مناسبة المنشأة للحدث الذى يقام بها	46	92.00
3	المنشأة مجهزة بأحدث أساليب العرض لتسهيل مهمة التسويق.	34	68.00
4	يتوفر بالمنشأة الإضاءة والتهوية المناسبة	50	100.0
5	توافر عوامل الأمن والسلامة بالمنشأة	48	96.00
6	يراعى قرب المرافق (دورات مياه، كافتريات) إلى المستفيدين.	44	88.00
7	مكان بيع التذاكر يمكن وصول المستهلك إليه بسهولة	46	92.00
8	هناك مواعيد توزيع محددة من قبل الاتحاد يعتمد عليها أثناء البيع	50	100.0
9	أماكن الطولات والمباريات تستغل لزيادة التسويق	44	88.00

يتضح من الجدول (8) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة للمحور الرابع للاستبيان تراوحت ما بين (68% إلى 100%)، وفى ضوء ذلك إن نسبة موافقة من 70% فأكثر وتم استبعاد العبارة (3) والتى لم تحصل على هذه النسبة.

جدول (9) الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء الخبراء

في عبارات المحور الخامس(الاتصالات) لاستمارة التعرف على الواقع الفعلي (ن=10)

م	العبـــــــارات	الدرجة المقدرة	النسبة المئوية
1	هناك اتصال فعال ما بين الاتحاد وموردية وعملائه ومستفيديه	50	100.0
2	يتم بيع التذاكر من خلال الموقع الرسمي للاتحاد	48	96.00
3	الموقع الرسمي للاتحاد هو أحد قنوات الاتصال الفعال	44	88.00
4	يعلن الاتحاد عن مبارياته وبطولاته بوسائل مختلفة (إذاعة ، تليفزيون، جرائد).	46	92.00
5	يعلن الاتحاد عن مبارياته وبطولاته قبلها بوقت كاف	50	100.0
6	الاتصال ما بين مجلس الإدارة واللجان المختلفة يتم بشكل فعال.	44	88.00
7	الاتصال ما بين الاتحاد وفروعه يتسم بالفاعلية	34	68.00
8	فاعلية الاتصال الإدارى الأفقى بين العاملين بالاتحاد فى ذات المستوى الوظيفى	46	92.00
9	فاعلية الاتصال الإدارى الرأسى بين العاملين بالاتحاد فى ذات المستوى الوظيفى	46	92.00

يتضح من الجدول (9) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة للمحور الخامس للاستبيان تراوحت ما بين (68% إلى 100%)، وفى ضوء ذلك فإن نسبة موافقة من 70% فأكثر وتم استبعاد العبارة (7) والتى لم تحصل على هذه النسبة أوصى الخبراء باضافة عبارة .

جدول (10) الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء الخبراء في عبارات المحور السادس (التخزين وادارة المخزون) لاستمارة التعرف على الواقع الفعلي (ن=10)

م	العبـــــــارات	الدرجة المقدرة	النسبة المئوية
1	الحفظ والتخزين بالاتحاد يتم بطريقة علمية	44	88.00
2	أماكن التخزين والحفظ قريبة من العاملين بالاتحاد.	42	84.00
3	مساحات الحفظ والتخزين كافية.	46	92.00
4	المخازن مناسبة لما سيتم تخزينه.	48	96.00
5	يهتم الاتحاد بالسلع والخدمات التى تحقق أعلى ربحية.	50	100.0
6	يتم تصنيف الأحجرة والمعدات بالمخازن وفق نظام محدد.	44	88 00
7	المخازن مؤمنة ضد الحرائق والسرقة.	42	84 00
8	تتوافر بالمخازن الإضاءة والتهوية الجيدة	46	92 00

يتضح من الجدول (10) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة للمحور السادس للاستبيان تراوحت ما بين (84% إلى 100%)، وفي ضوء ذلك فإن نسبة موافقة من 70% فأكثر.

جدول (11) الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء الخبراء

في عبارات المحور السابع(المنتج او الخدمة) لاستمارة التعرف على الواقع الفعلي (ن=10)

م	العبـــــارات	الدرجة المقدرة	النسبة المئوية
1	يطم الاتحاد بطولاته بانتظام وفي أوقات مناسبة	50	100 0
2	ينظم الاتحاد بطولاته في محافظات جماهيرية	46	92.00
3	ينيم الاتحاد بطولاته في مشآت شهيرة	48	96 00
4	قرارات مجلس الإدارة تعمل على زيادة الدخل المادي وأرباح الاتحاد	44	88 00
5	يعمل الاتحاد على رفع مستوى المنتخبات الوطنية	50	100 0
6	زيادة العائد المادي من خلال رسوم الاشتراك لمختلف الفئات.	44	88 00
7	رفع مستوى الحكام لزيادة نسبة العائد المادي من احترافهم بالخارج	46	92.00
8	رفع مستوى المدربين لزيادة نسبة العائد المادي من احترافهم بالخارج	50	100 0
9	خدمات ومنتجات الاتحاد متوفرة في الوقت والزمان المناسب حسب تواجد المستفيدين.	42	84 00

يتضح من الجدول (11) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة للمحور السابع للاستبيان تراوحت ما بين (84% إلى 100%)، وفي ضوء ذلك فإن نسبة موافقة من 70% فأكثر واوصى الخبراء باضافة عبارة.

جدول (12) الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء الخبراء

في عبارات المحور الثامن(التسعير) لاستمارة التعرف على الواقع الفعلي (ن=10)

م	العبـــــارات	الدرجة المقدرة	النسبة المئوية
1	يتم التسعير بناءً على إمكانات البيئة المحيطة بالطولة	50	100 0
2	الأسعار تكون في متناول الشريحة الأكبر من المجتمع	44	88.00
3	عند التسعير يضع الاتحاد في اعتباره سعيه لنشر اللعبة	42	84.00
4	إمكانات الاتحاد المادية والبشرية أحد عوامل التسعير	48	96 00
5	التسعير المناسب للخدمات والأنشطة أحد عوامل التسويق الجيد	46	92 00
6	يحدد الاتحاد أسعار خدماته بناءً على جودتها	50	100.0
7	التسعير المناسب يهدف إلى زيادة تمويل الاتحاد لأنشطته	44	88.00
8	يسعى الاتحاد إلى بيع حق إذاعة مباريات المنتخبات والدوريات بأسعار مناسبة	48	96.00

يتضح من الجدول (12) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة للمحور الثامن للاستبيان تراوحت ما بين (84% إلى 100%)، وفى ضوء ذلك فإن نسبة موافقة من 70% فأكثر.

جدول (13) الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء الخبراء

في عبارات المحور التاسع(الترويج) لاستمارة التعرف على الواقع الفعلي (ن=10)

م	العبـــــارات	الدرجة المقدرة	النسبة المئوية
1	يستخدم الاتحاد الكماءات في أنشطته المختلفة للترويج	44	88 00
2	يستخدم الاتحاد وسائل حديثة للترويج لبطولاته	48	96 00
3	مكان إقامة البطولة أحد وسائل الترويج لها.	42	84 00
4	موعد أقامة البطولة أحد وسائل الترويج لها	46	92 00
5	يستخدم الاتحاد إنجازاته للترويج.	50	100 0
6	الترويج أحد البنود الأساسية عند وضع ميزانية الاتحاد	48	96 00
7	يعلن الاتحاد عن مبارياته وبطولاته بواسطة وسائل إعلامية مختلفة مثل :		
	أ- التليفزيون		
	ب- الإذاعة		
	ج- الجرائد	44	88 00

يتضح من الجدول (13) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة للمحور التاسع للاستبيان تراوحت ما بين (84% إلى 100%).

وفى ضوء ذلك فإن نسبة موافقة من 70% فأكثر.

جدول (14) الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء الخبراء

في عبارات المحور العاشر(التوزيع) لاستمارة التعرف على الواقع الفعلي (ن=10)

م	العبـــــارات	الدرجة المقدرة	النسبة المئوية
1	يتبنى الاتحاد نظام توزيعي يحقق المنفعة الزمانية والمكانية	44	88.00
2	نظام التوزيع بالاتحاد يراعي نوعية العميل المستهدف من الخدمة	46	92.00
3	المنتج أو الخدمة من العوامل المؤثرة على قرارات التوزيع بالاتحاد.	42	84.00
4	إمكانات الاتحاد (الإدارية والتسويقية) أحد العوامل المؤثرة على قرارات التوزيع	50	100.0
5	يعطي الاتحاد لمروجه الحق في التوزيع للخدمات والسلع	48	96.00
6	قرارات التوزيع يكون هدفها الوصول بالمنتج أو جذب العميل أو المستفيد	44	88.00
7	يلتزم الاتحاد بعروض مرتبطة بالتذاكر.	46	92.00
8	يتم اختيار أماكن تتناسب مع المنتج أو الخدمة لجذب الانتباه.	48	96.00

يتضح من الجدول (14) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة للمحور العاشر للاستبيان تراوحت ما بين (84% إلى 100%)، وفي ضوء ذلك فإن نسبة موافقة هي 70% فأكثر.

3- المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان الأولى:

- **صدق الاستمارة:**

استخدمت صدق الاتساق الداخلي لحساب معامل الصدق للاستبيان وذلك بهدف التحقق من صدق استمارة الاستبيان حيث تم تطبيق الاستبيان على مجموعة قوامها (90) فرد من مجتمع الدراسة ومن خارج عينة الدراسة الأساسية.

جدول (15) معاملات الارتباط بين عبارات محاور استمارة التعرف

على الواقع الفعلى للانشطة اللوحستية التسويقية وبمجموع المحور (ن=90)

المحور	م	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ر المحسوبة	المحور	م	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ر المحسوبة
خدمة العميل او المنتج	1	3.76	1.36	0.89	اختبار الموقع	1	2.67	1.59	0.91
	2	4.22	1.55	0.82		2	3.29	1.63	0.92
	3	3.76	1.36	0.89		3	2.96	1.56	0.93
	4	3.56	1.59	0.96		4	3.36	1.55	0.9
	5	3.56	1.59	0.95		5	3.04	1.56	0.93
	6	3.56	1.59	0.95		6	2.47	1.58	0.88
	7	3.62	1.52	0.94		7	2.78	1.71	0.93
	8	3.56	1.59	0.96		8	3.09	1.64	0.94
	9	3.16	1.68	0.86					
	10	4.18	1.61	0.83					
المحور	م	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ر المحسوبة	المحور	م	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ر المحسوبة
النقل	1	3.33	1.59	0.91	الاتصالات	1	3.38	1.40	0.9
	2	2.62	1.20	0.89		2	2.33	1.56	0.83
	3	2.89	1.32	0.89		3	3.76	1.60	0.88
	4	2.98	1.39	0.89		4	3.44	1.46	0.92
	5	3.76	1.63	0.9		5	2.60	1.78	0.88
	6	3.87	1.72	0.91		6	3.56	1.59	0.92
	7	3.58	1.68	0.92		7	3.76	1.60	0.88
	8	2.80	1.24	0.89		8	3.44	1.33	0.87
						9	3.76	1.60	0.88
الشراء	م	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ر المحسوبة	محور	م	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ر المحسوبة
	1	3.47	1.64	0.85	التخزين وادارة المخزون	1	3.33	1.48	0.88
	2	3.11	1.42	0.88		2	2.78	1.71	0.94
	3	2.73	1.41	0.94		3	2.58	1.51	0 89
	4	2.73	1.41	0.94		4	2.87	1.55	0.91
	5	2.73	1.41	0.93		5	3.13	1.55	0.91
	6	2.73	1.41	0.93		6	2.47	1.69	0.91
	7	2.93	1.29	0.91		7	3.18	1.46	0.9
	8	2.93	1.29	0.9		8	2.58	1.79	0 93

(تابع جدول 15)

محور	م	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ر المحسوبة	محور	م	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ر المحسوبة
التنوع والخدمة	1	3.02	1.48	0.92	التميز	1	3.20	1.53	0.91
	2	3.36	1.52	0.91		2	2.58	1.74	0.93
	3	3.09	1.40	0.89		3	2.24	1.86	0.85
	4	3.36	1.71	0.93		4	3.38	1.47	0.88
	5	2.91	1.56	0.92		5	3.44	1.69	0.87
	6	3.53	1.66	0.91		6	2.67	1.59	0.91
	7	2.98	1.51	0.92		7	2.84	1.59	0.93
	8	3.22	1.76	0.92		8	2.98	1.57	0.93
	9	3.33	1.54	0.92					
	10	3.36	1.71	0.93					
محور	م	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ر المحسوبة	محور	م	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ر المحسوبة
الترويح	1	3.02	1.76	0.9	التنويع	1	2.56	1.55	0.89
	2	3.16	1.56	0.94		2	2.87	1.52	0.91
	3	2.87	1.52	0.91		3	2.84	1.62	0.94
	4	3.18	1.58	0.94		4	2.89	1.62	0.94
	5	4.02	1.54	0.82		5	3.20	1.47	0.88
	6	3.00	1.34	0.86		6	3.16	1.73	0.94
	7	3.04	1.53	0.93		7	3.36	1.63	0.91
						8	3.31	1.85	0.91

قيمة ر الجدولية عند مستوى 0.05 = 0.22

يتضح من جدول رقم (15) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الأول والدرجة الكلية له تراوحت ما بين (82 : 0.96) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) مما يشير إلى الاتساق الداخلى للمحور.

جدول (16) معاملات الارتباط بين مجموع كل محور
والمجموع الكلي للاستمارة (ن=90)

م	المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ر المحسوبة
1	الأول	36.91	13.99	0.94
2	الثاني	25.82	10.61	0.95
3	الثالث	23.38	10.27	0.96
4	الرابع	23.64	11.75	0.99
5	الخامس	26.27	10.91	0.98
6	السادس	22.91	11.60	0.98
7	السابع	28.80	12.94	0.99
8	الثامن	23.33	11.73	0.98
9	التاسع	22.29	9.78	0.99
10	العاشر	24.18	11.90	0.98

قيمة ر الجدولية عند مستوى 0.05 = 0.22

يتضح من جدول رقم (16) أن معاملات الارتباط بين مجموع كل محور والدرجة الكلية للاستمارة تراوحت ما بين (0.94 : 0.99) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) مما يشير إلى الاتساق الداخلى للاستمارة ككل.

- **ثبات الاستمارة:**

استخدم الدارس طريقة التطبيق وإعادة التطبيق لحساب معامل الثبات لاستمارة الاستبيان وتم التطبيق على عدد (18) فرد من مجتمع الدراسة وخارج عينة الدراسة الأساسية، وجدول رقم (17) يوضح ذلك:

جدول(17) معامل الارتباط بين التطبيق وإعادة التطبيق
لمحاور استمارة الواقع الفعلى للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصرى للكرة الطائرة(ن=90)

م	المحاور	التطبيق الأول		التطبيق الثاني		قيمة ر
		م	ع	م	ع	
1	المحور الأول	36.91	13.99	36.33	11.68	0.99
2	المحور الثاني	25.82	10.61	25.91	8.70	0.98
3	المحور الثالث	23.38	10.27	23.67	8.21	0.98
4	المحور الرابع	23.64	11.75	23.62	9.66	0.98
5	المحور الخامس	26.27	10.91	25.82	9.00	0.98
6	المحور السادس	22.91	11.60	23.07	9.55	0.98
7	المحور السابع	28.80	12.94	28.91	10.73	0.99
8	المحور الثامن	23.33	11.73	22.91	9.66	0.98
9	المحور التاسع	22.29	9.78	22.13	7.78	0.98
10	المحور العاشر	24.18	11.90	24.31	9.76	0.98
11	الاستمارة ككل	257.53	112.42	256.69	91.46	0.99

قيمة ر الجدولية عند مستوى 0.05 = 0.22

يتضح من جدول رقم (17) أن معاملات الارتباط بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني تراوحت ما بين (0.98 : 0.99) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) مما يشير إلى ثبات الاستمارة.

ثانيا- استمارة الاستبيان الثانية:

خطوات تصميم استمارة الاستبيان:

فى ضوء أهداف الدراسة، ومن خلال الإطلاع على المراجع العلمية المتخصصة فى التسويق واللوجستيات، وكذلك بالاعتماد على نتائج الدراسات

والبحوث المرتبطة، وفى ضوء نتائج المقابلات الشخصية التى أجراها الدارس تمكن الدارس من تصميم الاستمارة الآتية:

- **الاستمارة الثانية :**

استمارة خاصة بتحليل البيئة الخارجية للاتحاد المصرى للكرة الطائرة للتعرف على الفرص والتهديدات:

1 - العوامل السياسية
2 - العوامل الثقافية والاجتماعية.
3 - العوامل التكنولوجية.
4 - العوامل الطبيعية.
5 - الجوانب القانونية.
6 - العوامل الديموجرافية

وبذلك تمكن الدارس من صياغة استمارة الاستبيان فى صورتها الأولية، وتم عرض محاور الاستمارة على مجموعة من الخبراء المتخصصين فى الإدارة الرياضية والتسويقية وبلغ عددهم (10) محكم ملحق (1) ممن تتوفر فيهم الخبرة الأكاديمية والمهنية فى مجال الإدارة الرياضية أو التسويق والاستثمار الرياضى أو كلاهما معاً وتم العرض من 2013/9/7 إلى 2013/9/21 وذلك لإبداء الرأى حول مناسبة المحاور ومدى تحقيقها لهدف البحث، ومدى وضوح المحاور.

أ - مواصفات الخبراء فى مجال الإدارة الرياضية (الأكاديميون):

- أن يكون حاصلاً على درجة أستاذ فى الإدارة الرياضية.
- دراسات وخبرات سابقة أو إنتاج علمى فى مجال التسويق واقتصاديات الرياضة.

وبذلك تم التوصل إلى المحاور النهائية للاستبيان ملحق (2)، وهى كالتالى:

محاور الاستمارة الثانية :

1 - العوامل السياسية

2 - العوامل الثقافية والاجتماعية.

3 - العوامل التكنولوجية.

4 - العوامل الطبيعية.

5 - الجوانب القانونية.

وبذلك تم التوصل إلى المحاور النهائية لاستمارة الاستبيان. والجدول (19) يوضح النسب المئوية لأراء الخبراء فى محاور الاستبيان.

إعداد عبارات الاستمارة:

استرشدت بما توفر لدي من مراجع ودراسات خاصة فى اللوجستيات وذلك لقلتها، وقام بالاستعانة بالاستبيانات السابقة بغرض التعرف على الأسلوب الأمثل وأفضل الطرق التى يتحدد على ضوئهما العبارات. وبذلك تم صياغة مجموعة من العبارات التى يحاول عن طريقها كشفت التساؤلات حول موضوع الدراسة، وكذلك تحديد الشكل العام للاستبيان متبعاً فى ذلك الأصول المأخوذة فى تسلسل العبارات للحصول على أصدق البيانات. فقد قامت بصياغة عبارات الاستمارة بناء على عنوان المحور التابع لها، وقد راعيت عند صياغة العبارات أن تكون العبارات سهلة وبسيطة ومفهومة

اختيار العبارات الصالحة للاستمارة:

قمت بعرض تلك العبارات على مجموعة من السادة الخبراء فى مجال (الإدارة الرياضية والتسويق) ملحق (1)، وقد تم اختيار العبارات التى حصلت على نسبة 70٪ فأكثر من مجموعة أراء الخبراء، وفى ضوء ذلك تم تعديل صياغة بعض العبارات ملحق (3)، وكذلك استبعاد عدد (5) عبارة لم تحصل على النسبة المحددة، وبذلك بلغ عدد عبارات الاستبيان فى صورته النهائية (32)

عبارة ملحق (3)، والجدول التالى رقم (18) يوضح عدد العبارات الأساسية والمحذوفة والمعدلة:

جدول (18) بيان بعدد العبارات الأساسية والمحذوفة والمعدلة

م	اسم المحور	عدد العبارات قبل الحذف	عدد العبارات المحذوفة	عدد العبارات المعدلة	عدد العبارات المضافة	عدد العبارات النهائية
2	تحليل البيئة الخارجية للتعرف على الفرص والتهديدات:					
	- العوامل السياسية	8	-	2	-	8
	- العوامل الثقافية والاجتماعية	8	2	5	-	6
	- العوامل التكنولوجية	7	-	5	-	7
	- العوامل الطبيعية	7	1	3	-	6
	- الجوانب القانونية	7	2	1	-	5
	الإجمالى	37	5	16	-	32

الدراسة الاستطلاعية:

قامت بإجراء دراسة على عينة عشوائية مكونة من (90) جميعهم من خارج عينة الدراسة الأساسية، وذلك بهدف الآتى:

- التعرف على مناسبة العبارات لمستوى فهم العينة.
- التأكد من عدم وجود أى أسئلة يصعب فهمها أو الإجابة عليها.
- تحديد زمن الإجابة على الاستبيان.
- إيجاد صدق وثبات الاستبيان.

وقد أظهرت نتائج الدراسة الاستطلاعية أن العبارات مناسبة من حيث الصياغة واللغة المستخدمة، ولم تظهر أى تعليقات توحى بالصعوبة أو عدم الفهم

الصياغة واللغة المستخدمة، ولم تظهر أى تعليقات توحى بالصعوبة أو عدم الفهم كما استغرق تطبيق الاستبيان زمن يتراوح من 13 : 20 دقيقة.

ولقد قمت بشرح الهدف من البحث، وأهمية الاستجابة لما تحمله استمارة الاستبيان بداخلها، حتى يمكن الاعتماد على النتائج المستخلصة فيما بعد.

بهدف التعرف على نقاط الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصرى للكرة الطائرة، وبعد تحديد الهدف إليكم بالخطوات التالية:

1- تحديد المحاور الرئيسية للاستبيان:

وبعد عرض الاستمارة على السادة الخبراء قمت بحساب النسبة المئوية لأراء السادة الخبراء حول المحاور الرئيسية المناسبة وفقاً للجدول التالى:

جدول (19) الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء الخبراء في محاور استمارة الفرص والتهديدات (ن=10)

م	المحور	التكرار	النسبة المئوية
1	العوامل السياسية	10	100
2	العوامل الثقافية والاجتماعية	10	100
3	العوامل التكنولوجية	9	90
4	العوامل الطبيعية	10	100
5	الجوانب القانونية	9	90
6	العوامل الديموجرافية	5	50

يتضح من الجدول السابق (28) أن النسبة المئوية لأراء السادة الخبراء حول المحاور الرئيسية لاستمارة الفرص والتهديدات قد تراوحت ما بين (50٪: 100٪)، فإن نسبة 70٪ فأكثر من آراء السادة الخبراء وبذلك تم استبعاد محور العوامل الديموجرافية من المحاور المقترحة حيث حصلت على نسبة 50٪ من

آراء السادة الخبراء.

2- إعداد عبارات الاستبيان:

فى ضوء نتائج آراء الخبراء حول المحاور المقترحة، قمت بدراسة كل محور على حده دراسة تفصيلية وذلك لتحديد العبارات الخاصة بكل محور، مسترشداً ببعض المراجع العلمية والدراسات السابقة.

وتم إعداد استمارة الاستبيان فى صورتها المبدئية، ثم عرضها على السادة الخبراء وذلك للتأكد من صلاحية استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والتعرف على مدى مناسبة العبارات المقترحة بالنسبة للمحاور وحذف أو تعديل العبارات غير المناسبة وأيضاً إضافة أية عبارات أخرى مقترحة تكون غير مدرجة بالاستمارة.

جدول (20) الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء الخبراء

فى عبارات المحور الأول(العوامل السياسية) لاستمارة نقاط الفرص والتهديدات(ن=10)

م	العبـــــارات	الدرجة المقدرة	النسبة المئوية
1	توجد قناعة بالدور المهم للوحدات التسويق كأحد عوامل النهوض بالتسويق الرياضى	42	84.00
2	دعم القيادة السياسية للمنظومة الرياضية بشكل عام والاتحاد بشكل خاص.	44	88.00
3	الرياضة ضمن مخطط التنمية الاستثمارية بالدولة.	46	92.00
4	إنشاء العديد من المنشآت الرياضية ضمن التوجه العام للدولة.	50	100.0
5	الأزمة الاقتصادية الحالية التى تمر بها مصر.	46	92.00
6	الدعم الحكومى الحالى للرياضة.	44	88.00
7	توقف النشاط الرياضى	48	96.00
8	الانفلات الأمنى.	44	88.00

يتضح من الجدول (20) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة للمحور الأول للاستبيان تراوحت ما بين (84٪ إلى 100٪)، وفى ضوء ذلك فإن نسبة موافقة من 70٪ فأكثر، وعلى ذلك تم قبول جميع

العبارات لهذا المحور.

جدول (21) الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء الخبراء
في عبارات المحور الثاني(العوامل الثقافية والاجتماعية) لاستمارة نقاط الفرص والتهديدات(ن=10)

م	المحـــــــور	الدرجة المقدرة	النسبة المئوية
1	يوجد وعى بأهمية الأنشطة اللوجستية التسويقية فى الرياضة.	30	60.00
2	العاملين بالاتحاد لديهم وعى بأهمية الأنشطة اللوجستية التسويقية.	48	96.00
3	مجلس إدارة الاتحاد لديه قناعة بأهمية الانشطة اللوجستية التسويقية.	44	88.00
4	يوجد وعى بأهمية الأنشطة اللوجستية التسويقية كمدخل لتحقيق التمويل الذاتى بالاتحاد.	46	92.00
5	المستوى التعليمى.	50	100.0
6	زيادة الوعى بأهمية لوجستيات التسويق بأفرع الاتحاد.	44	88.00
7	التعريف بالعائد من تطبيق الأنشطة اللوجستية التسويقية.	32	64.00
8	انتشار لوجستيات التسويق فى المؤسسات الرياضية.	48	96.00

يتضح من الجدول (21) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة للمحور الثاني للاستبيان تراوحت ما بين (60٪ إلى 100٪)، وفى ضوء ذلك فإن نسبة موافقة من 70٪ فأكثر، وعلى ذلك تم استبعاد العبارات التى لم تحصل على هذه النسبة (1)، (7).

جدول (22) الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء الخبراء
في عبارات المحور الثالث(العوامل التكنولوجية) لاستمارة نقاط الفرص
والتهديدات(ن=10)

م	المحـــــــور	الدرجة المقدرة	النسبة المئوية
1	موقع خاص بالاتحاد يعمل على نشر نشاط وأهداف الاتحاد.	50	100.0
2	تسويق المباريات والبطولات من خلال شبكة المعلومات.	48	96.00
3	التعامل مع العملاء والمستفيدين والهيئات والموردين من خلال الانترنت.	44	88.00
4	التطور التكنولوجي.	46	92.00
5	المحطات الفضائية.	50	100.0
6	بالاتحاد قاعدة بيانات للمستفيدين والعملاء.	44	88.00
7	وسائل الاتصال الحديثة هى أداء الربط بين الاتحاد وفروعه.	42	84.00

يتضح من الجدول (22) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة للمحور الثالث للاستبيان تراوحت ما بين (84٪ إلى 100٪)، وفى ضوء ذلك فإن نسبة موافقة من 70٪ فأكثر، وعلى ذلك تم قبول جميع العبارات لهذا المحور.

جدول (23) الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء الخبراء
في عبارات المحور الرابع(العوامل الطبيعية) لاستمارة نقاط الفرص والتهديدات(ن=10)

م	المحـــــــور	الدرجة المقدرة	النسبة المئوية
1	درجات الحرارة معتدلة لفترات طويلة من العام	44	88.00
2	كثرة المدن الشاطئية السياحية	46	92.00
3	تقام بطولات الاتحاد فى موقع جغرافى مميز.	42	84.00
4	تقام بطولات الاتحاد فى موقع بعيداً عن التلوث	50	100.0
5	المناخ المعتدل.	32	64.00
6	طبيعة الأراضى بشكل عام (التضاريس)	44	88 00
7	الموقع الجغرافى المميز لمصر	46	92.00

يتضح من الجدول (23) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة للمحور الرابع للاستبيان تراوحت ما بين (64٪ إلى 100٪)، وفى ضوء ذلك فإن نسبة موافقة من 70٪ فأكثر، وعلى ذلك تم استبعاد العبارة التى لم تحصل على هذه النسبة (5).

جدول (24) الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء الخبراء
في عبارات المحور الخامس(الجوانب القانونية) لاستمارة نقاط الفرص والتهديدات(ن=10)

م	المحـــــــور	الدرجة المقدرة	النسبة المئوية
1	القوانين والتشريعات المنظمة للتسويق الرياضى بالاتحادات.	50	100.0
2	وضوح واستقرار قوانين التسويق الرياضى.	48	96.00
3	اللوائح المرتبطة بالتسويق بالاتحاد المصرى للكرة الطائرة.	44	88.00
4	قوانين الهيئات الرياضية.	34	68.00
5	قانون الضرائب المرتبط بالاتحادات الرياضية.	30	60.00
6	قانون الجمارك المرتبط بالتسويق الرياضى.	44	88.00
7	الإعفاءات الضريبية عند التسويق الرياضى.	50	100.0

يتضح من الجدول (24) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة للمحور الخامس للاستبيان تراوحت ما بين (60٪ إلى 100٪)، وفى ضوء ذلك فإن نسبة موافقة من 70٪ فأكثر، وعلى ذلك تم استبعاد العبارات التى لم تحصل على هذه النسبة (4)، (5).

3- المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان الثانية:

- **صدق الاستمارة:**

استخدمت صدق الاتساق الداخلى لحساب معامل الصدق للاستبيان وذلك بهدف التحقق من صدق استمارة الاستبيان حيث تم تطبيق الاستبيان على

مجموعة قوامها (90) فرد من مجتمع الدراسة ومن خارج عينة الدراسة الأساسية.

جدول (25) معاملات الارتباط بين عبارات محاور استمارة التعرف نقاط الفرص والتهديدات للانشطة اللوجستية التسويقية ومجموع المحور (ن=90)

محور	م	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ر المحسوبة
العوامل السياسية	1	2.93	1.45	0.94
	2	3.00	1.44	0.96
	3	3.09	1.40	0.97
	4	3.16	1.38	0.98
	5	3.24	1.34	0.96
	6	3.31	1.30	0.95
	7	3.27	1.38	0.96
	8	3.22	1.45	0.97
العوامل الثقافية والاجتماعية	1	3.27	1.59	0.96
	2	3.33	1.59	0.97
	3	3.40	1.59	0.98
	4	3.47	1.59	0.99
	5	3.53	1.58	0.97
	6	3.58	1.56	0.96
العوامل التكنولوجية	1	2.82	1.36	0.91
	2	3.00	1.44	0.95
	3	3.09	1.44	0.97
	4	3.18	1.43	0.97
	5	3.27	1.41	0.96
	6	3.36	1.39	0.95
العوامل الطبيعية	1	3.07	1.60	0.95
	2	2.91	1.40	0.92
	3	3.27	1.59	0.98
	4	3.40	1.59	0.97
	5	3.20	1.44	0.95
	6	3.47	1.50	0.95
الجوانب القانونية	1	3.33	1.54	0.96
	2	3.44	1.52	0.98
	3	3.42	1.48	0.98
	4	3.56	1.50	0.97
	5	3.64	1.49	0.95

قيمة ر الجدولية عند مستوى 0.05 = 0.22

يتضح من جدول رقم (26) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الخامس والدرجة الكلية له تراوحت ما بين (0.95 : 0.98) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) مما يشير إلى الاتساق الداخلى للمحور.

جدول (26) معاملات الارتباط بين مجموع كل محور والمجموع الكلي للاستمارة (ن=90)

م	المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ر المحسوبة
1	الأول(العوامل السياسية)	25.22	10.75	0.98
2	الثاني(العوامل الثقافية والاجتماعية)	20.58	9.30	0.97
3	الثالث(العوامل التكنولوجية)	22.16	9.36	0.99
4	الرابع(العوامل الطبيعية)	19.31	8.72	0.99
5	الخامس(الحواس القانونية)	17.40	7.35	0.98

قيمة ر الجدولية عند مستوى 0.05 = 0.22

يتضح من جدول رقم (26) أن معاملات الارتباط بين مجموع كل محور والدرجة الكلية للاستمارة تراوحت ما بين (0.97 : 0.99) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) مما يشير إلى الاتساق الداخلى للاستمارة ككل.

- ثبات الاستمارة:

استخدمت طريقة التطبيق وإعادة التطبيق لحساب معامل الثبات لاستمارة الاستبيان وتم التطبيق على عدد (90) فرد من مجتمع الدراسة وخارج عينة الدراسة الأساسية. وجدول (27) يوضح ذلك:

جدول(27) معامل الارتباط بين التطبيق وإعادة التطبيق لمحاور استمارة نقاط الفرص والتهديدات(ن=90)

م	المحاور	التطبيق الأول		التطبيق الثاني		قيمة ر
		م	ع	م	ع	
1	الأول(العوامل السياسية)	25.22	10.7	24.73	10.1	0.99
2	الثاني(العوامل الثقافية والاجتماعية)	20.58	9.3	20.04	8.68	0.98
3	الثالث(العوامل التكنولوجية)	22.16	9.36	21.69	8.77	0.99
4	الرابع(العوامل الطبيعية)	19.31	8.72	18.82	8.18	0.98
5	الخامس(الجوانب التنافسية)	17.4	7.35	16.96	6.85	0.97
6	الاستمارة ككل	104.7	44.6	102.2	41.8	0.99

قيمة ر الجدولية عند مستوى 0.05 = 0.22

يتضح من جدول رقم (27) أن معاملات الارتباط بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني تراوحت ما بين (0.97 : 0.98) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) مما يشير إلى ثبات الاستمارة.

ثالثاً: استمارة الاستبيان الثالثة:

خطوات تصميم استمارة الاستبيان:

في ضوء أهداف البحث، ومن خلال الإطلاع على المراجع العلمية المتخصصة في التسويق واللوجستيات، وكذلك بالاعتماد على نتائج الدراسات والبحوث المرتبطة، وفي ضوء نتائج المقابلات الشخصية التي أجريتها تمكنت من تصميم استمارة استبيان خاصة بتحليل البيئة الداخلية للاتحاد المصرى للكرة الطائرة للتعرف على نقاط القوة والضعف بالاتحاد المصرى للكرة الطائرة ملحق(4) واشتملت على المحاور الآتية:

1 - الإمكانات المادية.

2 - الإمكانات البشرية.

3 - الهيكل التنظيمى بالاتحاد.

4 - التمويل.

وبذلك تمكنت من صياغة استمارات الاستبيان فى صورتها الأولية، وتم عرض محاور الاستمارة على مجموعة من الخبراء المتخصصين فى الإدارة الرياضية والتسويقية وبلغ عددهم (10) محكم ملحق(1) ممن تتوفر فيهم الخبرة الأكاديمية والمهنية فى مجال الإدارة الرياضية أو التسويق والاستثمار الرياضى أو كلاهما معاً وتم العرض من 2013/9/7إلى 2013/9/21 وذلك لإبداء الرأى حول مناسبة المحاور ومدى تحقيقها لهدف البحث، ومدى وضوح المحاور.

أ -مواصفات الخبراء فى مجال الإدارة الرياضية (الأكاديميون):

- أن يكون حاصلاً على درجة أستاذ فى الإدارة الرياضية.
- أن يكون له دراسات وخبرات سابقة أو إنتاج علمى فى مجال التسويق واقتصاديات الرياضة.

وبذلك تم التوصل إلى المحاور النهائية للاستبيان ملحق (2)، وهى كالتالى:

الاستمارة الثالثة :

1 - الإمكانات المادية.

2 - الإمكانات البشرية.

3 - الهيكل التنظيمى بالاتحاد.

4 - التمويل.

وبذلك تم التوصل إلى المحاور النهائية لاستثمارات الاستبيان، والجدول رقم (29) يوضح النسب المئوية لأراء الخبراء فى محاور الاستبيان.

- إعداد عبارات الاستمارة:

استرشدت بما توفر لدي من مراجع ودراسات خاصة فى اللوجستيات وذلك لقلتها، وقمت بالاستعانة بالاستبيانات السابقة بغرض التعرف على الأسلوب الأمثل وأفضل الطرق التى يتحدد على ضوئهما العبارات، وبذلك تم

صياغة مجموعة من العبارات التى يحاول عن طريقها الدارس كشف التساؤلات حول موضوع الدراسة، وكذلك تحديد الشكل العام للاستبيان متبعاً فى ذلك الأصول المأخوذة فى تسلسل العبارات للحصول على أصدق البيانات، فقد قام الدارس بصياغة عبارات الاستمارة بناء على عنوان المحور التابع لها، وقد راعى الدارس عند صياغة العبارات أن تكون العبارات سهلة وبسيطة ومفهومة.

- **اختيار العبارات الصالحة للاستمارة:**

قمت بعرض تلك العبارات على مجموعة من السادة الخبراء فى مجال (الإدارة الرياضية والتسويق) ملحق (1)، وقد تم اختيار العبارات التى حصلت على نسبة 70٪ فأكثر من مجموعة أراء الخبراء، وفى ضوء ذلك تم تعديل صياغة بعض العبارات ملحق (3)، وكذلك استبعاد عدد (3) عبارة لم تحصل على النسبة المحددة، وبذلك بلغ عدد عبارات الاستبيان فى صورته النهائية (33) عبارة ملحق (3)، والجدول التالى رقم (28) يوضح عدد العبارات الأساسية والمحذوفة والمعدلة:

جدول رقم (28) بيان بعدد العبارات الأساسية والمحذوفة والمعدلة

م	اسم المحور	عدد العبارات قبل الحذف	عدد العبارات المحذوفة	عدد العبارات المعدلة	عدد العبارات المضافة	عدد العبارات النهائية
3	تحليل البيئة الداخلية للتعرف على نقاط القوة والضعف					
	- الإمكانات المادية	8	1	7	-	7
	- الإمكانات البشرية	13	1	12	-	12
	- الهيكل التنظيمي بالاتحاد	7	-	7	-	7
	- التمويل	8	1	3	-	7
	الإجمالى	36	3	29	-	33

- **الدراسة الاستطلاعية:**

قمت بإجراء دراسة على عينة عشوائية مكونة من (90) جميعهم من خارج عينة الدراسة الأساسية، وذلك بهدف الآتى:

- التعرف على مناسبة العبارات لمستوى فهم العينة.
- التأكد من عدم وجود أى أسئلة يصعب فهمها أو الإجابة عليها.
- تحديد زمن الإجابة على الاستبيان.
- إيجاد صدق وثبات الاستبيان.

وقد أظهرت نتائج الدراسة الاستطلاعية أن العبارات مناسبة من حيث الصياغة واللغة المستخدمة، ولم تظهر أى تعليقات توحى بالصعوبة أو عدم الفهم كما استغرق تطبيق الاستبيان زمن يتراوح من 13 : 20 دقيقة.

ولقد قمت بشرح الهدف من البحث، وأهمية الاستجابة لما تحمله استمارة الاستبيان بداخلها، حتى يمكن الاعتماد على النتائج المستخلصة فيما بعد.

1- تحديد المحاور الرئيسية للاستبيان:

وبعد عرض الاستمارة على السادة الخبراء قام الدارس بحساب النسبة المئوية لأراء السادة الخبراء حول المحاور الرئيسية المناسبة وفقاً للجدول رقم (29) التالى:

جدول (29)

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء الخبراء في محاور استمارة نقاط القوة والضعف

(ن=10)

م	المحور	التكرار	النسبة المئوية
1	الإمكانات المادية	10	100
2	الإمكانات البشرية	10	100
3	الهيكل التنظيمى بالأبعاد	9	90
4	التمويل	10	100

يتضح من الجدول السابق (29) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول المحاور الرئيسية لاستمارة نقاط القوة والضعف قد تراوحت ما بين (90٪: 100٪) ولذلك فإن 70٪ فأكثر من آراء السادة الخبراء، وبذلك تم قبول جميع المحاور

المقترحة.

2- إعداد عبارات الاستبيان:

فى ضوء نتائج آراء الخبراء حول المحاور المقترحة، قام الدارس بدراسة كل محور على حده دراسة تفصيلية وذلك لتحديد العبارات الخاصة بكل محور مسترشداً ببعض المراجع العلمية والدراسات السابقة.

وتم إعداد استمارة الاستبيان فى صورتها المبدئية، ثم عرضها على السادة الخبراء وذلك للتأكد من صلاحية استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والتعرف على مدى مناسبة العبارات المقترحة بالنسبة للمحاور وحذف أو تعديل العبارات غير المناسبة وأيضاً إضافة أية عبارات أخرى مقترحة تكون غير مدرجة بالاستمارة. والجدول (30) يوضح النسبة المئوية لآراء الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة:

جدول (30) الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء الخبراء

فى عبارات المحور الأول (الامكانات المادية) لاستمارة نقاط القوة والضعف (ن=10)

م	العبارات	الدرجة المقدرة	النسبة المئوية
1	الصالات المغطاة المناسبة لممارسة الكرة الطائرة.	42	84.00
2	الملاعب المفتوحة المناسبة لممارسة الكرة الطائرة.	44	88.00
3	تجهيزات الصالات (إضاءة ومدرجات).	32	64.00
4	الأدوات والأجهزة الرياضية.	50	100.0
5	مطابقة الصالات لمواصفات الاتحاد الدولي.	46	92.00
6	جاهزية الصالات للتسويق.	42	84.00
7	اتساع الصالات.	48	96.00
8	إمكانات الاتحاد للتطوير.	44	88.00

يتضح من الجدول (30) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة للمحور الأول للاستبيان تراوحت ما بين (64٪ إلى 100٪)، وفى ضوء ذلك فإن نسبة موافقة من 70٪ فأكثر وتم استبعاد العبارة رقم

(3) حيث لم تحصل على هذه النسبة.

جدول (31) الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء الخبراء

في عبارات المحور الثاني(الامكانات البشرية) لاستمارة نقاط القوة والضعف (ن=10)

م	المحـــــــــــــور	الدرجة المقدرة	النسبة المئوية
1	عدد العاملين بالاتحاد.	44	88.00
2	المتخصصين فى التسويق بالاتحاد.	48	96.00
3	مهارات القائمين على التسويق بالاتحاد.	30	60.00
4	خبرات القائمين على التسويق.	46	92.00
5	حاصلين على مؤهلات عليا.	50	100.0
6	حاصلين على مؤهلات متوسطة.	44	88.00
7	حاصلين على دراسات متخصصة.	42	84.00
8	الثقافة لدى العاملين بالاتحاد.	48	96.00
9	إدارة خاصة بالتسويق بالاتحاد.	44	88.00
10	تدريب العاملين.	42	84.00
11	الأجور.	50	100.0
12	الحوافز.	44	88.00
13	المكافآت.	50	100.0

يتضح من الجدول (31) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة للمحور الثاني للاستبيان تراوحت ما بين (60٪ إلى 100٪)، وفى ضوء ذلك فإن نسبة موافقة من 70٪ فأكثر وتم استبعاد العبارة رقم (3) حيث لم تحصل على هذه النسبة.

جدول (32) الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء الخبراء

في عبارات المحور الثالث(الهيكل التنظيمى) لاستمارة نقاط القوة والضعف (ن=10)

م	المحور	الدرجة المقدرة	النسبة المئوية
1	هيكل تنظيمى للتسويق بالاتحاد.	50	100.0
2	هيكل للوجستيات بالاتحاد.	48	96.00
3	مناسبة الهيكل التنظيمى الحالى بالاتحاد.	44	88.00
4	جهاز إدارى للتسويق داخل الاتحاد.	46	92.00
5	الإجراءات الإدارية الخاصة بالتسويق بالاتحاد.	50	100.0
6	وضوح العلاقات بالهيكل التنظيمى.	44	88.00
7	وضوح السلطة والمسئولية بالهيكل التنظيمى.	42	84.00

يتضح من الجدول (32) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة للمحور الثالث للاستبيان تراوحت ما بين (84٪ إلى 100٪)، وفى ضوء ذلك فإن نسبة موافقة من 70٪ فأكثر.

جدول (33) الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء الخبراء

في عبارات المحور الرابع(التمويل)لاستمارة نقاط القوة والضعف (ن=10)

م	المحـــــــور	الدرجة المقدرة	النسبة المئوية
1	الإجراءات المالية الخاصة بالاتحاد.	44	88.00
2	التمويل الذاتى لأنشطة الاتحاد.	46	92.00
3	الاشتراكات والرسوم.	44	88.00
4	تسويق المباريات والبطولات.	50	100.0
5	الدعاية والإعلان لأنشطة الاتحاد.	48	96.00
6	الراعى الرسمى لبطولات ومنتخبات الاتحاد.	44	88.00
7	إيراد الاتحاد.	32	64.00
8	مصروفات الاتحاد.	48	96.00

يتضح من الجدول (33) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة للمحور الرابع للاستبيان تراوحت ما بين (64٪ إلى 100٪)

وفى ضوء ذلك فإن نسبة موافقة من 70٪ فأكثر وتم استبعاد العبارة رقم (3) حيث لم تحصل على هذه النسبة.

3- المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان الثالثة:

- صدق الاستمارة:

استخدمت صدق الاتساق الداخلى لحساب معامل الصدق للاستبيان وذلك بهدف التحقق من صدق استمارة الاستبيان حيث تم تطبيق الاستبيان على مجموعة قوامها (90) فرد من مجتمع الدراسة ومن خارج عينة الدراسة الأساسية.

جدول (34) معاملات الارتباط بين عبارات محاور استمارة التعرف على نقاط القوة والضعف للانشطة اللوجستية التسويقية ومجموع المحور (ن=90)

محور	م	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ر المحسوبة	محور	م	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ر المحسوبة
الامكانات المادية	1	3.60	1.51	0.94	الامكانات البشرية	1	3.40	1.66	0.92
	2	3.80	1.46	0.92		2	3.31	1.53	0.9
	3	3.73	1.48	0.93		3	3.58	1.54	0.93
	4	3.62	1.49	0.95		4	3.58	1.51	0.92
	5	3.69	1.41	0.94		5	3.56	1.75	0.91
	6	3.67	1.44	0.95		6	3.47	1.41	0.87
	7	3.64	1.46	0.96		7	3.67	1.70	0.92
						8	3.31	1.27	0.78
						9	3.73	1.63	0.92
						10	3.96	1.38	0.87
						11	3.76	1.68	0.91
						12	3.24	1.37	0.84
محور	م	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ر المحسوبة	محور	م	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ر المحسوبة
الهيكل التنظيمى	1	3.27	1.53	0.94	التمويل	1	4.09	1.44	0.86
	2	3.22	1.36	0.89		2	3.62	1.52	0.93
	3	3.04	1.47	0.9		3	3.58	1.48	0.93
	4	3.36	1.39	0.91		4	3.78	1.46	0.92
	5	3.33	1.59	0.93		5	3.87	1.41	0.9
	6	3.36	1.52	0.94		6	3.42	1.54	0.91
	7	3.31	1.53	0.94		7	3.40	1.62	0.92

قيمة ر الجدولية عند مستوى 0.05 = 0.22

يتضح من جدول رقم (35) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الرابع والدرجة الكلية له تراوحت ما بين (0.86 : 0.93) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) مما يشير إلى الاتساق الداخلى للمحور.

جدول (35) معاملات الارتباط بين مجموع كل محور والمجموع الكلي للاستمارة (ن=90)

م	المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ر المحسوبة
1	الأول	25.76	9.70	0.97
2	الثاني	42.60	16.52	0.99
3	الثالث	22.89	9.62	0.96
4	الرابع	25.76	9.58	0.99

قيمة ر الجدولية عند مستوى 0.05 = 0.22

يتضح من جدول رقم (35) أن معاملات الارتباط بين مجموع كل محور والدرجة الكلية للاستمارة تراوحت ما بين (0.96 : 0.99) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) مما يشير إلى الاتساق الداخلى للاستمارة ككل.

ثبات الاستمارة:

استخدمت طريقة التطبيق وإعادة التطبيق لحساب معامل الثبات لاستمارة الاستبيان وتم التطبيق على عدد (90) فرد من مجتمع الدراسة وخارج عينة الدراسة الأساسية. وجدول (36) يوضح ذلك:

جدول (36) معامل الارتباط بين التطبيق وإعادة التطبيق لمحاور استمارة نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوحستية التسويقية بالاتحاد المصرى للكرة الطائرة(ن=90)

م	المحاور	التطبيق الأول		التطبيق الثاني		قيمة ر
		م	ع	م	ع	
1	المحور الأول	25.76	9.70	25.89	9.24	0.95
2	المحور الثاني	42.60	16.52	42.62	15.90	0.99
3	المحور الثالث	22.89	9.62	23.00	9.35	0.97
4	المحور الرابع	25.76	9.58	25.76	9.24	0.99
5	الاستمارة ككل	117.00	44.60	117.27	42.79	0.98

قيمة ر الجدولية عند مستوى 0.05 = 0.22

يتضح من جدول رقم (36) أن معاملات الارتباط بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني تراوحت ما بين (0.95 : 0.99) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) مما يشير إلى ثبات الاستمارة.