

الفصل الرابع

عرض ومناقشة النتائج

- (أ) التعرف على الواقع الفعلى للأنشطة اللوجستية التسويقية للاتحاد المصري لكرة الطائرة.
- (ب) التعرف على نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية للاتحاد المصري لكرة الطائرة.
- (ج) التعرف على الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية للاتحاد المصري لكرة الطائرة.

عرض ومناقشة النتائج

تحقيقاً لأهداف الدراسة ووصولاً للإجابة على تساؤلات الدراسة وفي حدود ما توصلت إليه من بيانات من خلال التحليل الإحصائي يحاول الدارس عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها.

التساؤل الأول:

ما الواقع الفعلي للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصري للكرة الطائرة؟

اجدول (37)

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء عينة البحث في عبارات محور الأول (تخدمة العملاء)
لاستشارة الواقع الفعلي للأنشطة اللوجستية التوزيعية بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=988)

| المجموع (ن=988) | المجراه (ن=14) | | التوزيع (ن=270) | | اللائحين (ن=375) | | المكافئ (ن=251) | | مجلس الأربع (ن=80) | | مجلس أربعة (ن=8) | | البيانات | الترتيب | |
|--------------------|-------------------|-------------|--------------------|-------------|---------------------|-------------|--------------------|-------------|--------------------------|-------------|------------------------|-------------|----------|---------|---|
| | وزن درجة | وزن نسبة | وزن درجة | وزن نسبة | وزن درجة | وزن نسبة | وزن درجة | وزن نسبة | وزن درجة | وزن نسبة | وزن درجة | وزن نسبة | | | |
| 41.0 | 2024 | 50.0 | 10 | 52.6 | 710 | 38.7 | 725 | 31.5 | 395 | 41.5 | 166 | 45.0 | 18 | 1 | يوجد بالاتحاد إدارة خاصة بتخدمة العملاء والمستفيدين وذلك لي المبكئ التبعي الاتحاد |
| 55.0 | 2716 | 80.0 | 16 | 57.0 | 770 | 36.0 | 675 | 85.3 | 1071 | 40.5 | 162 | 55.0 | 22 | 2 | يقف النظام التبعي بالاتحاد المراد به من أهداف الاتحاد وآراء |

| المجموع (988-ب) | المزاد (4-ب) | | المرزوق (270-ب) | | اللاصق (375-ب) | | الملكام (251-ب) | | عالي الأربع (80-ب) | | عالي الغرة (8-ب) | | ملاحظات | |
|--------------------|-----------------|------|--------------------|------|-------------------|------|--------------------|------|--------------------------|------|------------------------|------|---------|--|
| | وزن | درجة | وزن | درجة | وزن | درجة | وزن | درجة | وزن | درجة | وزن | درجة | | |
| 39.0 | 1926 | 50.0 | 10 | 46.7 | 630 | 39.2 | 735 | 31.5 | 395 | 34.5 | 138 | 45.0 | 18 | 3 |
| | | | | | | | | | | | | | | مكون مادة العسل أو المتبذ بالأضاد مكتوبة ليعرف عليها المجهور الداخلي والخارجي. |
| 47.4 | 2342 | 50.0 | 10 | 33.3 | 450 | 69.6 | 1305 | 29.7 | 373 | 45.0 | 180 | 60.0 | 24 | 4 |
| | | | | | | | | | | | | | | عوز الأضاد لصياحات الأشطة المتخلقة من المرزوق في الوقت للناس (أصهرة وأدوات). |
| 59.8 | 2954 | 60.0 | 12 | 57.0 | 770 | 59.5 | 1115 | 60.2 | 755 | 69.5 | 278 | 60.0 | 24 | 5 |
| | | | | | | | | | | | | | | عوز الأضاد لصياحات عن استمارات |

| نوع | المجموع (988-ن) | | الجواهر (4-ن) | | المبريق (270-ن) | | الاصص (375-ن) | | الحكام (251-ن) | | عناصر الأبرج (80-ن) | | مجلس إدارة (8-ن) | | ملاحظات | رقم |
|-------|-----------------|-------|---------------|------|-----------------|------|---------------|------|----------------|------|---------------------|------|------------------|------|---|-----|
| | وزن | درجة | وزن | درجة | وزن | درجة | وزن | درجة | وزن | درجة | وزن | درجة | وزن | درجة | | |
| نسي | 48.3 | 2386 | 50.0 | 10 | 61.5 | 830 | 49.1 | 921 | 33.1 | 415 | 46.5 | 186 | 60.0 | 24 | عمر الأثاث والخدمات عائزات مع رصات الصلاء والمستديان. | 9 |
| مقدرة | 45.6 | 2254 | 50.0 | 10 | 37.8 | 510 | 57.4 | 1077 | 28.3 | 355 | 67.5 | 270 | 80.0 | 32 | نسي الأثاث لتجميل للعملة الزمانية والكاتبه المستديان. | 10 |
| مجموع | 50.0 | 24684 | 55.0 | 110 | 50.1 | 6760 | 52.3 | 9806 | 45.4 | 5700 | 52.3 | 2092 | 54.0 | 216 | | |

يتضح من الجدول السابق (37) مايلي :

- إن الوزن النسبي لمجموع المحور لاستجابات عينة الخبراء جاءت في المرتبة الأولى حيث بلغ 55٪ تليها عينة مجلس الإدارة حيث بلغ 54٪ تليها عينة مجالس الأفرع وعينة اللاعبين حصلا على نفس الوزن النسبي حيث بلغ 52.3٪ تليها عينة المدربين حيث بلغ 50.1٪ وجاءت عينة الحكام في المرتبة الأخيرة حيث بلغ 45.4٪.

- إن الوزن النسبي لاستجابات عينة الدراسة مجتمعة في المحور الأول لاستمارة الواقع الفعلي للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصري للكرة الطائرة تراوحت ما بين (38٪ : 59.8٪)، بينما كان الوزن النسبي لمجموع المحور 50٪.

نتائج الجداول من (37) إلى (46) توضح الواقع الفعلي للأنشطة

اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصري للكرة الطائرة.

جدول رقم (37):

والجدول رقم (37) يوضح خدمة العميل أو المستفيد بالاتحاد المصري للكرة الطائرة، والعميل هنا يعنى (لاعب، إدارى) جهاز فنى وإدارى، جمهور)، وهو القوة الرابطة الموحدة لكل أنشطة اللوجستيات حيث إن كل مكون من نظام اللوجستيات يؤثر في تلقي العميل للخدمة أو المنتج.

وجدت أنه بالنسبة لمحور خدمة العميل أن مجلس إدارة الاتحاد (يسعى لتحقيق المنفعة الزمانية والمكانية لمستفيديه) بنسبة 80٪، ويخالفهم فى الراى الحكام بنسبة 2803٪ يضح الاتحاد أسس ومعايير لتقديم الخدمة للعملاء والمستفيدين) بنسبة 40٪، واتفق معهم مجالس الأفرع بنسبة 33٪ واتفق معهم الخبراء بنسبة 40٪ واتفق معهم المجموع بنسبة 38٪0

وفي ضوء ما سبق من نتائج نستخلص أن :

- 1 - أن هناك وعى بأهمية تحقيق المنفعة الزمانية والمكانية للمستفيدين وأن ذلك من أهم جوانب خدمة العميل أو المستفيد.
- 2 - تحقيق المنفعة الزمانية والمكانية يتطلب التنسيق والتكامل ما بين اللوجستيات والتسويق.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة: (Illinger, 2000) (71) والتي توضح أن:

- 1 - العلاقة الفعالة بين اللوجستيات والتسويق تؤدي إلى تأثير إيجابي على أداء خدمات التوزيع.
- 2 - أن تحسين أداء خدمات التوزيع من الممكن أن يخلق بشكل كافٍ منظمة متميزة .

وتتفق هذه النتائج أيضاً مع نتائج دراسة كلاً من سهير عبد الحميد الخلفاوى (2007) (30) زيزى حسن زيدان (2003) (25) والتي توضح أن أهمية اللوجستيات هي أن اللوجستيات تؤدي إلى تحقيق الاستفادة بالمنفعة الزمانية والمكانية وفقاً لرغبات واحتياجات المستفيدين داخل المؤسسة. (30: 94) (25: 106).

كما تتفق هذه النتائج مع ما أشار إليه حسن الشافعى (2010) (19) والذي يوضح:

- 1 - أن اللوجستيات تؤدي إلى تحقيق الاستفادة بالمنفعة الزمانية والمكانية بالنسبة للمستفيدين بالمؤسسات الرياضية وفقاً لرغباتهم واحتياجاتهم.
 - 2 - تعتبر المسئولة عن إضافة المنفعة المكانية بجعل خدمات الأنشطة الرياضية فى كل مكان حسب تواجد المستفيدين. (19: 25-26-27)
- إن فى تعريف (محمود الصميدعى) (2000) (53) على أن الهدف الرئيس للوجستيات هو إيجاد المنتج فى المكان والزمان الصحيحين، حيث يذكر فى

تعريفه للوجستيات أنها (ذلك النظام الذى يحرك بشكل استراتيجى متكامل كل أنشطة الحركة وتخزين المواد والسلع النهائية من أماكن الإعداد وباستخدام كل الطرق والأساليب الممكنة لتحقيق الاستخدام والاستهلاك الأمثل لهذه المواد والسلع ليحصل المستهلك على المنتج الجيد وبالكمية الجيدة وبالوقت والمكان المناسب فى ظل ظروف متغيرة. (53 : 135).

وحيث إن الاتحاد يجد مشكلة فى وضع أسس ومعايير لتقديم الخدمة للعملاء والمستفيدين، نجد أن ذلك يتعارض مع ما ذكره (Smith, et al.) أن معايير خدمة العملاء تكون أكثر أهمية بالنسبة لمنظمات إنتاج الخدمات. وذكر أيضاً أنه من أهم العناصر التى تؤثر فى صناعة الخدمات هى طريقة التعامل مع العميل.

ويشير محمد العزاوى (2006) أن شهادة منظمة الأيزو (وهى إحدى منظمات الأمم المتحدة) تصدر من خلال شركات عالمية معتمدة من قبل هذه المنظمة، وتعرف أنظمة ISO 9000 بأنها مجموعة من المواصفات التى تحدد الصفات والخصائص الواجب توافرها فى أنظمة الجودة، ومعنى آخر فهى آلية عمل تهدف إلى تطوير الأنظمة والتحسين المستمر لها لتحقيق رضا العميل. (51 : 118).

- وبالنسبة لمحور خدمة العميل وجدت أن مجالس إدارات الأفرع يوجد لها بالاتحاد مكتب لتلقى شكاوى العملاء على أداء الخدمة بنسبة 90% واتفق معهم اللاعبون بنسبة 74.8%. وأن أكثر المشكلات هى (أن تكون سياسة العميل أو المستفيد مكتوبة ليتعرف عليها الجمهور الداخلى والخارجى) بنسبة 33.0%. واتفق معهم الحكام بنسبة 31.5%.

· وفى ضوء ما سبق من نتائج نستخلص أن :

1- أنه يمكن التقدم بالشكاوى من العملاء على أداء الخدمة، ولكن ذلك لا يتم بشكل منظم، حيث إن مكاتب تلقي شكاوى العملاء غير موجودة بشكل رسى ولا توجد لها فى الهيكل التنظيمى للاتحاد.

2- كون سياسة العميل أو المستفيد بالاتحاد مكتوبة ليتعرف عليها الجمهور الداخلى والخارجى يتفق ذلك مع ذكره أعضاء مجلس إدارة الاتحاد أن من أكبر المشكلات أن الاتحاد لا يضع أسس ومعايير لتقديم الخدمة للعملاء والمستفيدين.

وحيث إن مجالس إدارات الأفرع تحد أن هناك مكتب لتلقى شكاوى العملاء على أداء الخدمة ومع ذلك لا توجد سياسة واضحة ومكتوبة ليتعرف عليها الجمهور الداخلى والخارجى.

ولا بد من وجود هذه السياسة والمعايير التى تحكم تقديم الخدمة للعميل ويتفق هذا مع ما أشار إليه (Gubbins) (2003) (73) أن من أهداف إدارة اللوجستيات الأساسية هو وضع معايير لأداء خدمة العملاء.

ويتفق ذلك مع ما ذكرته (سلوى زغلول البرعى) (2011) (27) أن بعض المنظمات تنظر إلى خدمة العملاء نظرة ضيقة، فهى ترى أن هذه وظيفة يؤدونها فقط، فقد يكون هناك موظف لخدمة العميل ودوره أصبح دوراً حيوياً، فشعور العميل بخيبة الأمل عند هذا المستوى يمكن أن يؤدي إلى عدم الرضا عن المؤسسة ككل (27: 98).

- بالنسبة لمحور خدمة العميل أو المستفيد أن الحكام يجدون أنه (تتمتع وثائق الاتحاد: إيصالات عقود، وثائق بالمصادقية والكفاءة) بنسبة 86% واتفق معه المديرين بنسبة 79%. وأن أكثر المشكلات بالنسبة للمديرين هى (يوفر الاتحاد احتياجات الأنشطة المختلفة من المخزون فى الوقت المناسب (أجهزة وأدوات) بنسبة 33.3%.

إن اتفاق الحكام والمديرين بأن العقود والوثائق والإيصالات تتمتع بالمصادقية والكفاءة بأنهم من أكثر الفئات تعاملاً مع الاتحاد فى الحصول على الوثائق والعقود والإيصالات.

وأيضاً رأى المديرين فى عدم توفير الاتحاد لاحتياجات الأنشطة المختلفة من المخزون فى الوقت المناسب أجهزة وأدوات إلى أنهم أكثر الفئات إحساساً

بذلك، حيث إن عدم توفير الاحتياجات يؤثر على عملهم بشكل واضح. ويشير حسن أحمد الشافعي (2010) (19) إلى أن أهمية اللوجستيات في المؤسسات الرياضية هي المسئولة عن تحقيق الاستفادة بالمنفعة الزمانية والمكانية من خلال تقديم خدمات الأنشطة الرياضية في المكان والوقت المناسبين حسب تواجد المستفيدين (19: 25). في ضوء ما سبق من نتائج نستخلص أن:

أن اللوجستيات تقوم بدور مهم جداً من خلال التنسيق لتوفير احتياجات الأنشطة المختلفة من أجهزة وأدوات في الأوقات المناسبة. وذلك حسب تواجد المستفيدين من حيث الوقت والمكان بل أكثر من ذلك حيث يمكن عن طريق اللوجستيات تحديد أماكن وتوقيتات إقامة البطولات.

- بالنسبة لحوار خدمة العميل أو المستفيد أن الخبراء يجدون أنه (يحقق النظام المتبع بالاتحاد الموائمة بين أهداف الاتحاد وأراء المستفيدين) بنسبة 80٪، وأن ذلك من أكبر المشكلات بالنسبة للاعبين بنسبة 36٪.

إن الخبراء ينظرون إلى ما يتخذه الاتحاد من قرارات وما يضعه من خطط تنفيذية قصيرة الأجل وطويلة الأجل، كل ذلك من أجل تحقيق أهداف الاتحاد بما يتفق مع آراء مستفيديه.

ويختلف رأى اللاعبين حيث إن اللاعبين ينظرون إلى ذلك نظرة ضيقة تتوقف عند مصالحهم الشخصية، حيث إنه إذا لم تحقق قرارات الاتحاد آراء اللاعبين يعتبرون ذلك فشل من جانب الاتحاد في تحقيق أهدافه.

ويذكر محمد على إبراهيم (2004) (52) ونهال فريد مصطفى (2006) (59) التي توضح أن أهمية اللوجستيات هي أنها تعمل على تفعيل الأداء داخل المؤسسة، وكذلك تحقيق رضا المستفيدين في المؤسسات الرياضية من خلال تحقيق وصول الخدمة. (52: 32) (59: 47).

جدول (38)

الدرجة المقكرة والنسبة المئوية لآراء عينة البحث في عبارات المحور الثاني (النقل)
لاستمارة الواقع الفعلي للأشطة اللوجستية التسويقية للاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=988)

| م | العبارات | مجلس ادارة (8-ن) | | مجلس الأقرع (80-ن) | | الحكام (251-ن) | | اللاعبين (375-ن) | | المربين (270-ن) | | المجراه (4-ن) | | المجموع (988-ن) | |
|---|--|------------------|------|--------------------|------|----------------|------|------------------|------|-----------------|------|---------------|----------|-----------------|----------|
| | | وزن نسبي | درجة | وزن نسبي | درجة | وزن نسبي | درجة | وزن نسبي | درجة | وزن نسبي | درجة | وزن نسبي | وزن نسبي | درجة | وزن نسبي |
| 1 | يومر الاتحاد ناقلات حديثة ومهمرة لنقل اللاعبين والأهمرة الفنية والإدارية. يومر الاتحاد ناقلات | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 75.0 | 30 | 41.5 | 166 | 29.7 | 373 | 69.0 | 1293 | 33.3 | 450 | 50.0 | 10 | 47.0 | 2322 |
| 2 | حديثة ومهمرة لنقل الأدوات والأهمرة الرياضية. | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 70.0 | 28 | 37.5 | 150 | 28.3 | 355 | 59.5 | 1115 | 42.2 | 570 | 50.0 | 10 | 45.1 | 2228 |
| 3 | يتم في وسائل النقل عوامل الأمن والسلامة. | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 75.0 | 30 | 88.0 | 352 | 60.2 | 755 | 69.7 | 1307 | 60.0 | 810 | 70.0 | 14 | 66.2 | 3268 |
| 4 | يستخدم الاتحاد ناقلات اقتصادية لي الكلمة. | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 60.0 | 24 | 85.0 | 340 | 90.1 | 1131 | 74.4 | 1395 | 80.7 | 1090 | 90.0 | 18 | 80.9 | 3998 |

| رقم | المسرات | جلس ادارة (ن-8) | جلس الأرفع (ن-80) | المكافئ (ن-251) | اللائقين (ن-375) | المدرسين (ن-270) | المطرباء (ن-4) | المصروع (ن-988) |
|-----|---|-----------------|-------------------|-----------------|------------------|------------------|----------------|-----------------|
| 5 | تم اعتبار الطقم قادة الفئات على أعلى مستوى من الكفاءة الفنية. | 32 | 156 | 795 | 63.3 | 730 | 14 | 2588 |
| 6 | تم مراجعة علامة وسيلة النقل مع الفني المراد تته. | 26 | 238 | 691 | 55.1 | 570 | 14 | 2674 |
| 7 | عدد اعتبار أطول النقل يكون الكلفة أعلى الترميل الرئيسية لا اعتباره. | 18 | 284 | 831 | 66.2 | 1150 | 16 | 3574 |
| 8 | عدد اعتبار أطول النقل يكون الاتزام والقدرة أفضل اختياره. | 14 | 128 | 701 | 55.9 | 850 | 8 | 2996 |
| | المصروع | 202 | 1814 | 5632 | 56.1 | 6220 | 104 | 23648 |
| | | | | | 64.5 | | | |
| | | | | | 69.1 | | | |
| | | | | | 63.0 | | | |
| | | | | | 65.0 | | | |
| | | | | | 57.6 | | | |
| | | | | | 65.0 | | | |
| | | | | | 59.8 | | | |

يتضح من الجدول السابق (38) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات عينة الخبراء جاءت في المرتبة الأولى حيث بلغ 65٪، تليها عينة اللاعبين حيث بلغ 64.5٪ تليها عينة مجلس الإدارة حيث بلغ 63.1٪ تليها عينة المدربين حيث بلغ 57.6٪ تليها عينة مجالس الأفرع حيث بلغ 56.7٪ وجاءت عينة الحكام في المرتبة الأخيرة حيث بلغ 56.1٪.

- أن الوزن النسبي لاستجابات عينة الدراسة في المحور الثاني لاستمارة الواقع الفعلي للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصرى للكرة الطائرة تراوح ما بين (45.1٪ : 80.9٪)، بينما كان الوزن النسبي لمجموع المحور 59.8٪.

وبدراسة الجدول رقم (38):

- بالنسبة لمحور النقل: أن أعضاء مجلس الإدارة يجدون أن (يتم اختيار أطقم قيادة الناقلات على أعلى مستوى من الكفاءة الفنية)، وذلك بنسبة 80٪، بينما يخالفهم فى رأى اللاعبين، ويجدون أن ذلك من أكبر المشكلات بنسبة 45.9٪.

بينما أكبر المشكلات بالنسبة لأعضاء مجلس الإدارة فهي (عند اختيار أسلوب النقل يكون الالتزام والدقة أساس اختياره) بنسبة 35٪، واتفق معهم كذلك أعضاء مجالس الأفرع بنسبة 32٪ واتفق معهم الخبراء بنسبة 40٪. إن مجلس إدارة الاتحاد يسعى عند اختيار شركات النقل أثناء البطولات الدولية والقارية التى تقام داخل مصر أن تكون هذه الشركات على أعلى مستوى من الكفاءة الفنية لضمان سلامة المشاركين، ولكن ذلك يتم نظرياً بدون تأكيد عملي على هذه الكفاءة، بينما يجد اللاعبون أن ذلك من أكبر المشكلات فى الاتحاد

على اعتبار أنهم المتحكمين عملياً بشركات النقل والملايين فعلياً لدى الكفاءة الفنية لهذه الشركات، حيث إنهم الفئة الأكثر تنقلاً باستخدام هذه الشركات. إن أكبر المشكلات بالنسبة لأعضاء مجلس الإدارة وأعضاء الأفرع والخبراء هي (عند اختيار أسلوب النقل يكون الالتزام والدقة أساس اختياره)، لأن هذه الفئات أكثر إحساساً بمدى المشكلات التي تواجههم عند اختيار أسلوب النقل، حيث إن هناك العديد من المشكلات التي تواجه متخذى القرار عند التعاقد مع الشركات، حيث إن الأسعار تكون أحد معايير اختيار الشركات عند ترسية عملية النقل في إحدى البطولات على سبيل المثال.

ويتفق ذلك مع ما ذكره *Schonsleben, Paul* (2004) (80) أن النقل من الأنشطة اللوجستية الأساسية، حيث أنه لا يمكن أن نتصور أن هناك منظمة ما يمكن أن تمارس الأنشطة الخاصة بها بدون توفير الحركة اللازمة للمواد الخام التي تحتاجها للمنتجات النهائية التي ترغب في تسويقها وتوفيرها لعملائها في السوق. ويشمل وسائل النقل الوسائل البرية والبحرية والجوية، والأزمات التي تواجه هذه المشكلات تؤدي إلى تعطيل الإنتاج والتسويق بهذه المنظمات. (80: 13)

ويتفق ذلك مع ما ذكره حسن الشافعي (2010) (19) أن النقل في المؤسسات الرياضية يشتمل على النقل البري والبحري والجوي للإمكانات المادية والبشرية في البطولات والدورات الرياضية، ويعمل على:

1- توفير ناقلات حديثة ومجهزة لنقل اللاعبين والأجهزة الإدارية، وأيضاً نقل الأمتعة والأجهزة الرياضية.

2- توفير عوامل الأمن والسلامة للناقلات المعنية بعملية النقل في البطولات والدورات الرياضية.

3- استخدام ناقلات اقتصادية في التكلفة.

- 4- التأكيد من أن طاقم قيادة الناقل على أعلى مستوى من الكفاءة الفنية مما يسهل من عملية النقل.
- 5- مراعاة ملائمة وسيلة النقل مع الشيء المراد نقله سواء كان أفراداً أو معدات وأجهزة رياضية. (19 : 48)
- بالنسبة لمحور النقل: أن أعضاء مجالس الأفرع يحدون (يتوفر فى وسائل النقل عوامل الأمن والسلامة) بنسبة 88٪.
- بينما يجد الحكام واللاعبين والخبراء أنه (يستخدم الاتحاد ناقلات اقتصادية فى التكلفة) ينسب على التوالي 90.1 ، 74.4 ، 90.0٪ ويتفق معهم المجموع بنسبة 80.9٪.
- بينما يجد المدربين أن (عند اختيار أسلوب النقل تكون التكلفة أحد العوامل الرئيسية فى اختياره) بنسبة 85٪.
- تتباين هذه الأراء والاختلاف بين مفرقات العينة إلى الأتى،
- 1- بالنسبة لأعضاء مجالس الأفرع حيث أنهم من متخذى القرار، وتكون عوامل الأمن والسلامة من أهم شروط اختيار أسلوب النقل فى البطولات المختلفة.
- 2- بالنسبة للحكام واللاعبين والخبراء وهم من أكثر الفئات احتكاكاً بوسائل النقل التى يوفرها الاتحاد أثناء البطولات والدورات حيث يظهر ذلك واضحاً لهم فى مدى كفاءة وسيلة النقل التى يستخدمها الاتحاد والخبراء بما لديهم من خبرة يكون ذلك واضحاً لهم.
- 3- بالنسبة للمدربين وهم من الفئات الأكثر إحساساً بحقيقة العمل داخل الاتحاد ومن واقع تعایشهم المستمر مع الفرق المختلفة يستطيعون تكون آرائهم من خلال الاحتكاك المستمر مع ما يوفره الاتحاد من وسائل نقل. ويتفق ما سبق مع ما ذكرته نهال فريد مصطفى وجلال إبراهيم العبد (2005)

(59) عند تصميم نظام اللوجستيات، لا بد من اتخاذ القرارات التي تحقق التوازن بين تكاليف النقل وما بين درجة جودة وكفاءة عملية النقل. وأن نظام النقل يقدم روابط الاتصال اللازمة، وهناك ثلاث بدائل لأنظمة النقل:

4- شراء أو استئجار أسطول نقل.

5- إبرام عقود محددة مع بعض المنشآت المختصة في النقل.

الاتفاق مع شركات النقل كلما ظهرت الحاجة.

ومن وجهة نظر اللوجستيات فإن المفاضلة بين البدائل السابقة تتوقف على العوامل الآتية:

1- التكلفة.

2- السرعة.

3- الالتزام والدقة. (59 : 34)

وبالنظر إلى الجدول رقم (54) بالنسبة لمحور النقل، نجد أن أكثر المشكلات بالنسبة للحكام أن (يوفر الاتحاد ناقلات حديثة ومجهزة لنقل الأدوات والأجهزة الرياضية) بنسبة 28.3٪ ويتفق ذلك مع المجموع بنسبة 45.1٪ وأن أكبر المشكلات بالنسبة للمدربين (يوفر الاتحاد ناقلات حديثة ومجهزة لنقل اللاعبين والأجهزة الفنية والإدارية) بنسبة 33.3٪.

وفي ضوء ما سبق من نتائج: اعتبر النقل من أهم الأنشطة اللوجستية والتي يجب على الاتحاد أن يهتم بها لما لها من تأثير كبير على التسويق، حيث يجب أن تدار بكفاءة؛ لأنها الأكثر تكلفة من بين عمليات اللوجستيات، وتظهر أهمية عملية النقل في المؤسسات الخدمية مثلها مثل المؤسسات السلعية المادية ولا تقل عنها. وعملية النقل يجب وأن تتضمن الكفاءة الفنية والدقة والسرعة، ويتوفر بها عوامل الأمن والسلامة. وأن يستخدم الاتحاد وسائل نقل مناسبة لما يتم نقله سواء أجهزة أو أدوات، وإنما يستخدمه الاتحاد من وسائل نقل هي إحدى وسائل التسويق.

جدول (39)
المرحلة القدرة والوزن النسبي لأراء عينة البحث في عبارات المحور الثالث(الشراء)
لاستمارة الواقع الفعلي للأشطة التسويقية للمصرى للاتحاد المصرى للكرة الطائرة (ن=988)

| م | العبارات | عشر ادارة (8-ن) | | عمالى الأفرع (80-ن) | | المحكم (251-ن) | | الاصحاب (375-ن) | | المدرسين (270-ن) | | المجراه (4-ن) | | المجموع (988-ن) |
|---|--|-----------------|------|---------------------|------|----------------|------|-----------------|------|------------------|------|---------------|------|-----------------|
| | | نوعية | معدل | نوعية | معدل | نوعية | معدل | نوعية | معدل | نوعية | معدل | نوعية | معدل | |
| 1 | يتم اسباب الشركات الاكثر فترتها بتوريد التوريد | 28 | 70.0 | 238 | 59.5 | 951 | 75.8 | 715 | 38.1 | 810 | 60.0 | 14 | 70.0 | 55.8 |
| 2 | اسم اسباب شركات الشراء بناء على جودة منتجاتها. | 30 | 75.0 | 240 | 60.0 | 515 | 41.0 | 1165 | 62.1 | 590 | 43.7 | 14 | 70.0 | 51.7 |
| 3 | يتم استمارة شركات الشراء، لظافات المنتجات والأقل سعرا | 32 | 80.0 | 344 | 86.0 | 1133 | 90.3 | 1235 | 65.9 | 1070 | 79.3 | 18 | 90.0 | 77.6 |
| 4 | يستقل الاتحاد للجان التنية المطلوبة لاستلام الأصناف الممنق عليها. | 30 | 75.0 | 180 | 45.0 | 991 | 79.0 | 1175 | 62.7 | 570 | 42.2 | 10 | 50.0 | 59.8 |
| 5 | يتم تشكيل اللجان المالية والتقييمية الخاصة بالشراء بناء على فروع ثابتة. | 28 | 70.0 | 200 | 50.0 | 473 | 37.7 | 1365 | 72.8 | 570 | 42.2 | 10 | 50.0 | 53.6 |
| 6 | يطور الاتحاد سياسات الشراء ليستطيع توفير الاحتياجات بسهولة وتفصل الشروط. | 16 | 40.0 | 136 | 34.0 | 871 | 69.4 | 915 | 48.8 | 470 | 34.8 | 6 | 30.0 | 48.9 |

| م | المصارف | على ادارة (ن-8) | على الأرفع (ن-80) | المكتمل (ن-251) | اللاصف (ن-375) | الذريعت (ن-270) | التقراء (ن-4) | المصرف (ن-988) |
|---|---|-----------------|-------------------|-----------------|----------------|-----------------|---------------|----------------|
| 7 | بوكر الأحملة المتواجده لى صفه الواقع والتواوين المنظمة له. | 28 | 75.0 | 493 | 39.3 | 1110 | 14 | 3160 |
| 8 | لوحد رقالة مستقره على ما تم عقده من عمليات مع الشركات والموردين. المجموع | 18 | 60.5 | 355 | 28.3 | 510 | 10 | 1960 |
| | | 210 | 58.8 | 5782 | 57.6 | 3700 | 96 | 22718 |
| | | 65.6 | 1880 | | 4530 | 57.8 | | 56.2 |

يتضح من الجدول السابق (39) ما يلي :

- أن الوزن النسبي لاستجابات عينة مجلس الإدارة جاءت في المرتبة الأولى حيث بلغ 65.6٪، تليها عينة الخبراء حيث بلغ 60٪، تليها عينة مجالس الأفرع حيث بلغ 58.8٪، تليها عينة الحكام حيث بلغ 57.6٪، تليها عينة اللاعبين حيث بلغ 57٪ وجاءت عينة المدربين في المرتبة الأخيرة حيث بلغ 52.8٪.
- أن الوزن النسبي لاستجابات عينة الدراسة في المحور الثالث لاستمارة الواقع الفعلي للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصري للكرة الطائرة تراوح ما بين (39.7٪: 77.6٪)، بينما كان الوزن النسبي لمجموع المحور 56.2٪.

وبدراسة الجدول رقم (39):

- بالنسبة لمحور الشراء: أعضاء مجلس الإدارة يجدون أنه (يتم اختيار شركات الشراء المطابقة للمواصفات والأقل سعراً) بنسبة 80٪، ويتفق معهم مجالس إدارات الأفرع بنسبة 86٪، كما يتفق معهم الحكام بنسبة 90.3٪، وكذلك الخبراء بنسبة 90٪.

بينما أكبر المشكلات بالنسبة لأعضاء مجلس الإدارة (يطور الاتحاد سياسات الشراء ليستطيع توفير الاحتياجات بأسهل وأفضل الشروط) بنسبة 40٪، ويتفق معهم أعضاء مجالس الأفرع بنسبة 34٪، ويتفق معهم المدربين بنسبة 34.8٪، ويتفق معهم كذلك الخبراء بنسبة 30٪.

ويعزو الدارس اتفاق مفردات عينة الدراسة من أعضاء مجلس الإدارة، وأعضاء مجالس إدارات الأفرع والحكام والخبراء على أنه (يتم اختيار شركات الشراء المطابقة للمواصفات والأقل سعراً)، لكون هذه الفئات هي الأكثر احتكاكاً بعمليات الشراء التي يتم طرحها من قبل الاتحاد أو أفرع الاتحاد، إذ إن هذه العبارة هي أحد أسس عمليات الترسية في عمليات الشراء المختلفة، حيث يتم

اختيار الشركات المطابقة للمواصفات الفنية للأصناف المطلوب شرائها وهي أقل سعراً بين الشركات المتقدمة.

ويتفق ذلك مع ما أشار إليه حسن الشافعي (2010)، حيث نذكر أن الشراء يتعلق بالحصول على المواد والخدمات اللازمة للمؤسسة الرياضية، ويراعى فيها أن يتم اختيار أفضل مصادر الشراء والتوريد للأجهزة والأدوات الرياضية من حيث الالتزام بمواعيد التوريد والالتزام بمستوى الجودة وتقديم أفضل الأسعار. (19: 49).

ويعزو الدارس اتفاق مفردات عينة الدراسة من أعضاء مجلس الإدارة وأعضاء مجالس إدارات الأفرع والمدربين، وكذلك الخبراء على كون أكبر المشكلات (يطور الاتحاد سياسات الشراء ليستطيع توفير الاحتياجات بأسهل وأفضل الشروط)، لكون هذه الفئات تكلف بعمليات الشراء، وكذلك وضع أسس الشراء وسياساته، وتصطدم هذه الفئات بقوانين وقواعد عمليات الشراء والشروط الموضوعة من المشرع لعمليات الشراء.

ويختلف ذلك مع ما ذكره حسن الشافعي (2010)، حيث نذكر أنه يجب وضع وتطوير سياسات مناسبة للشراء تستطيع المؤسسة الرياضية من خلالها توفير احتياجاتها من المستلزمات بأسهل الطرق وأفضل الشروط. (19: 49).

- وبالنسبة لمحور الشراء للاعبين يجدون (يتم تشكيل اللجان المالية والقانونية الخاصة بالشراء بناء على قواعد ثابتة) بنسبة 72.8٪، بينما يجد المدربين أن (يوفر الاتحاد احتياجاته في ضوء اللوائح والقوانين المنظمة له) بنسبة 82.2٪.

بينما أكبر المشكلات بالنسبة للاعبين (يتم اختيار الشركات الأكثر التزاماً بمواعيد التوريد) بنسبة 38.1٪، بينما يجد الحكام أن (يوجد رقابة مستمرة على ما

تم عقده من اتفاقات مع الشركات والموردين) بنسبة 28.3٪ ويتفق معهم المجموع بنسبة 39.7٪

ويعزو الدارس رأى اللاعبين والمدربين إلى أنهم من أكثر فئات المجتمع تأثراً بما يقوم به الاتحاد من عمليات الشراء خاصة الملابس، وما يخص اللاعبين والمدربين.

ويتفق ذلك مع ما ذكره حسن الشافعى (2010) أنه يتم الاختيار المناسب للجان الفنية والمالية والقانونية القائمة على عملية الشراء واستلام الأصناف، وكذلك توفير ما تحتاجه المؤسسة الرياضية فى ضوء اللوائح والقوانين المنظمة لهذه المؤسسة. (19: 49)

ويتفق ذلك مع ما توصلت إليه دراسة (Zhang, Vorder Embse & Lim)(2005)(90)، أن مرونة الشراء: هى قدرة المنظمة على عمل اتفاقات الشراء بسرعة وكفاءة، وكذلك الاستجابة السريعة والكفاء لاحتياجات العميل.

ويعزو الدارس رأى اللاعبين والحكام، حيث إنهم الأكثر تأثراً بما يتم عقده من اتفاقات مع الشركات، حيث إنه لا تلتزم الشركات بمواعيد التوريد، ويحدث ذلك لعدم وجود رقابة على التزام هذه الشركات بما تم عقده من اتفاقيات مع الاتحاد.

وفى ضوء ما سبق من نتائج: أن الشراء من الأنشطة اللوجستية التسويقية التى لا بد وأن يسعى الاتحاد إلى تطويرها لتساير التطور والحدثة، وذلك بتطوير سياسات الشراء والاهتمام باختيار الشركات الأكثر التزاماً بمواعيد التوريد وكذلك الرقابة المستمرة على ما يعقد من اتفاقات مع الشركات المختلفة.

يتضح من الجدول السابق (40) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات عينة مجالس الأفرع جاءت في المرتبة الأولى حيث بلغ 65.8٪، تليها عينة مجلس الإدارة حيث بلغ 63.1٪ تليها عينة اللاعبين حيث بلغ 59.1٪ تليها عينة المدربين حيث بلغ 58.8٪ تليها عينة الخبراء حيث بلغ 56.3٪ وجاءت عينة الحكام في المرتبة الأخيرة حيث بلغ 52.2٪.

- أن الوزن النسبي لاستجابات عينة الدراسة في المحور الرابع لاستمارة الواقع الفعلى للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصرى للكرة الطائرة تراوح ما بين (37٪: 74.8٪)، بينما كان الوزن النسبي لمجموع المحور 57.8٪.

وبدراسة الجدول رقم (40):

- بالنسبة لمحور اختيار الموقع أعضاء مجلس الإدارة يجدون (تناسب خصائص المنشأة مع الحدث الذى يقام بها) بنسبة 85٪.

بينما أكبر المشكلات بالنسبة لأعضاء مجلس الإدارة (يتم استغلال أماكن البطولات والمباريات لزيادة التسويق) بنسبة 40٪، واتفق معهم مجالس إدارات الأفرع بنسبة 34٪، وكذلك الحكام بنسبة 31.3٪، وكذلك اللاعبين بنسبة 41.1٪، وكذلك المدربين بنسبة 34.2٪، وكذلك الخبراء بنسبة 20٪.

إن استجابة أعضاء مجلس الإدارة إلى حرصهم على أن تناسب خصائص المنشأة سواء كانت صالة مغطاة، أو ملعب فرعى، أو قرية سياحية شاطئية مع ما يقام عليها من مباريات أو بطولات أو عقد دورات تحكيمية أو تدريبية، وكل ذلك يصب فى مصلحة تسويق أنشطة الاتحاد المختلفة، فالاتحاد يقوم باختيار الصالات ذات السعة الجماهيرية الكبيرة للبطولات القارية والعالمية ويقوم باختيار المدن الشاطئية الساحلية لإقامة البطولات الشاطئية.

بينما يتفق جميع فئات عينة الدراسة على أنه لا يتم استغلال أماكن البطولات والمباريات لزيادة التسويق، إن ذلك إلى عدم وجود إدارة للتسويق بالاتحاد، وكذلك عدم وجود راعى رسمى لدوريات الاتحاد ومبارياته الرسمية ويخبره الدارس نتيجة لاحتكاكه بمجال الكرة الطائرة يجد أن الاتحاد يقوم باختيار أماكن بطولاته بعناية، حيث تقام مبارياته فى الدوريات فى عواصم المحافظات وغالباً فى المنشآت الجامعية فى هذه المحافظات، أى فى أماكن ذات كثافة عالية خاصة من فئة الشباب، ومع ذلك لا نجد أى من مظاهر التسويق لأنشطة الاتحاد أو ما يجذب هؤلاء الشباب لحضور المباريات.

ويتفق ذلك مع ما ذكره أبو بكر بعييرة (2006) (2) أن كثافة السكان ونوعيتهم تعتبر من العوامل الرئيسية المؤثرة فى نشاط التسويق والتي ينبغى أن يهتم بها باحثوه بشكل كبير.

وذكر كذلك أن يهتم رجال التسويق اهتماماً كبيراً بالتركيب العمرى للسكان فى منطقة ما لمعرفة أى من هذه الفئات يكون لها التأثير الأكبر على السوق وبالتالي التعرف من خلال ذلك على الحاجات والرغبات التى يمكن تحويلها إلى طلب على سلع وخدمات. (2: 23)

- وبالنسبة لمحور (اختيار الموقع) أعضاء مجالس الأفرع يجدون (يتوفر بالمنشأة عوامل الأمن والسلامة) بنسبة 85.5٪، ويتفق معهم اللاعبون بنسبة 82٪ ويتفق معهم المدربين بنسبة 82.2٪، وكذلك الخبراء بنسبة 90٪.

بينما يجد الحكام أن (يراعى فى المنشأة التى يقيم فيها الاتحاد بطولاته قريبا من وسائل المواصلات) بنسبة 83.5٪.

إن اتفاق أغلب فئات العينة على توافر عوامل الأمن والسلامة بالمنشآت التى يقيم بها الاتحاد بطولاته إلى أن هذه المنشآت مملوكة للدولة، إما لوزارة

الشباب والرياضة، أو مملوكة للجامعات الحكومية بالمحافظات المختلفة.
ويتفق ذلك مع ما ذكره حسن الشافعي (2010) (19) أنه يجب مراعاة
العوامل المؤثرة في اختيار الموقع. مما يؤدي إلى تحسين خدمة المستفيدين وهي:
4- مراعاة توفير عوامل الأمن والسلامة بالمنشأة ضد الحرائق والسرقة.
5- مراعاة الإضاءة اللازمة والتهوية المناسبة بالمنشأة الرياضية. (19: 53)
وفي ضوء ما سبق من نتائج نستخلص أن:-
أن محور اختيار الموقع بالغ الأهمية في التسويق، حيث إن تناسب
خصائص المنشأة مع الحدث الذي يقام بها تساعد على تسويق أنشطة الاتحاد،
كذلك لابد من استغلال أماكن البطولات المختلفة في التسويق والتأكيد على أهمية
توافر عوامل الأمن والسلامة بالمنشأة، وكذلك قريبا من وسائل المواصلات.

جدول (41)

الدرجة المقفلة والنسبة المئوية لآراء عينة البحث في عبارات الجور الخامس (الاتصالات)
لاستمارة الواقع الفعلي للأشطة الاجتماعية للتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=988)

| الدرجة المقفلة | عبارت الإدارة (ن=8) | | عبارت الأرفع (ن=80) | | الكلام (ن=251) | | الاصح (ن=375) | | الادريش (ن=270) | | المطباء (ن=4) | | الخصم (ن=988) | | |
|----------------|---------------------|---------|---------------------|---------|----------------|---------|---------------|---------|-----------------|---------|---------------|---------|---------------|---------|------|
| | وزن مقفلة | وزن سعي | وزن مقفلة | وزن سعي | وزن مقفلة | وزن سعي | وزن مقفلة | وزن سعي | وزن مقفلة | وزن سعي | وزن مقفلة | وزن سعي | وزن مقفلة | وزن سعي | |
| 1 | 14 | 332 | 83.0 | 455 | 36.3 | 1101 | 58.7 | 810 | 60.0 | 10 | 60.0 | 10 | 50.0 | 55.1 | 2722 |
| 2 | 30 | 75.0 | 244 | 61.0 | 1071 | 85.3 | 1201 | 582 | 64.1 | 18 | 43.1 | 18 | 90.0 | 63.7 | 3146 |
| 3 | 20 | 50.0 | 172 | 43.0 | 455 | 78.3 | 414 | 41.8 | 30.7 | 10 | 30.7 | 10 | 50.0 | 37.5 | 1854 |
| 4 | 20 | 50.0 | 152 | 38.0 | 355 | 108.5 | 57.9 | 510 | 37.8 | 10 | 37.8 | 10 | 50.0 | 43.2 | 2132 |
| 5 | 30 | 75.0 | 178 | 44.5 | 1071 | 85.3 | 915 | 48.8 | 600 | 6 | 44.4 | 6 | 30.0 | 56.7 | 2800 |
| 6 | 32 | 80.0 | 250 | 62.5 | 1073 | 85.5 | 1413 | 75.1 | 1138 | 10 | 84.3 | 10 | 50.0 | 79.3 | 3916 |
| 7 | 28 | 70.0 | 310 | 77.5 | 831 | 125.7 | 66.2 | 710 | 52.6 | 14 | 52.6 | 14 | 70.0 | 63.8 | 3150 |
| 8 | 30 | 75.0 | 144 | 36.0 | 871 | 1361 | 72.6 | 1050 | 77.8 | 14 | 77.8 | 14 | 70.0 | 70.2 | 3470 |
| 9 | 28 | 70.0 | 226 | 56.5 | 711 | 1157 | 61.7 | 1100 | 81.5 | 10 | 81.5 | 10 | 50.0 | 65.4 | 3232 |
| | | | | | | 1027 | | | | | | | | 2642 | |
| | | | | | | 61.0 | 6893 | 55.8 | 2008 | 64.4 | 232 | | | 59.4 | |
| | | | | | | 3 | | 60.9 | 6914 | 56.9 | 102 | | | 2 | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |

الدرجة المقفلة

الخصم

يتضح من الجدول السابق (41) ما يلي :

- أن الوزن النسبي لاستجابات عينة مجلس الإدارة جاءت في المرتبة الأولى حيث بلغ 64.4%، تليها عينة الحكام حيث بلغ 61% تليها عينة اللاعبين حيث بلغ 60.9% تليها عينة المدربين حيث بلغ 56.9% تليها عينة الخبراء حيث بلغ 56.7% وجاءت عينة مجالس الأفرع في المرتبة الأخيرة حيث بلغ 55.8%.
- أن الوزن النسبي لاستجابات عينة الدراسة في المحور الخامس لاستمارة الواقع الفعلى للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصرى للكرة الطائرة تراوح ما بين (37.5%: 79.3)، بينما كان الوزن النسبي لمجموع المحور 59.4%.

وبدراسة الجدول رقم (41) :

- بالنسبة لمحور الاتصالات أعضاء مجلس الإدارة يجدون (يعلن الاتحاد عن مبارياته وبطولاته قبلها بوقت كاف) بنسبة 80%، ويتفق معهم الحكام بنسبة 85.5%، ويتفق معهم اللاعبين بنسبة 75.4%، وكذلك المدربين بنسبة 84.3% ويتفق معهم المجموع بنسبة 79.3%.
- بينما أكبر المشكلات بالنسبة لأعضاء مجلس الإدارة (يوجد اتصال ما بين الاتحاد والأفرع بما يحقق أهداف الاتحاد) بنسبة 35%، بينما اعتبر أعضاء مجالس الأفرع أن تلك لا يمثل مشكلة بنسبة 83%.

إن مجلس الإدارة حريص على الإعلان عن مبارياته وبطولاته قبلها بوقت كاف يسمح للجماهير بحضور هذه المباريات والبطولات، ويعد ذلك اتصال جيد بين الاتحاد ومستفيديه، ويشعر بذلك الحكام واللاعبين والمدربين، ولكن مع ذلك نجد أن 3، 4، 5 وهى على التوالي (يتم بيع التذاكر من خلال الموقع الرسمى للاتحاد على الانترنت)، (يعتبر الموقع الرسمى للاتحاد أحد قنوات الاتصال الفعال)، (يعلن الاتحاد عن مبارياته وبطولاته بوسائل مختلفة "إذاعة، تليفزيون، جرائد") حصلت

على استجابات منخفضة من جميع فئات العينة، وهذا يدل على أن الاتحاد يعلن عن بطولته قبلها بوقت كاف، ولكن لا يستخدم هذه الوسائل التي تتمتع بإقبال حياهيى عريض عليها.

يما يرى أعضاء مجلس الإدارة أن هناك مشكلة فى الاتصال مع الأفرع ما يحقق أهداف الاتحاد، ويرى أعضاء مجالس إدارة الأفرع العكس. ويعزو الدارس ذلك إلى أن أعضاء مجلس إدارة الاتحاد يجدون أن الاتصال مع الأفرع يحقق أهداف الاتحاد. ولكنه اتصال تقليدى من وجهة نظر مجالس الأفرع، حيث إن هذا الاتصال لا يرقى إلى عقد اجتماعات الاتحاد فى المناطق على سبيل المثال أو استخدام وسائل اتصال حديثة كالفيديو كونفرنس مثلاً، ولو على فترات متباعدة لتوصيى ما يستحد من أمور خاصة بالاتحاد.

- وبالنسبة لمحور الاتصالات الخبراء يجدون (يوجد اتصال ما بين الاتحاد ومورديه والعملاء والمستفيدين بما يحقق أهداف الاتحاد) بنسبة 90٪. بينما يرى الخبراء أن أكبر المشكلات هى (يعلن الاتحاد عن مبارياته وبطولاته بوسائل مختلفة "إذاعة، تليفزيون، جرائد") بنسبة 30٪.

فى حين يرى اللاعبين والمدربين أن أكبر المشكلات هى (يتم بيع التذاكر من خلال الموقع الرسمى للاتحاد على الانترنت) بنسبة 41.8٪، 30.7٪ ويتفق معهم المجموع بنسبة 37.5٪.

بينما يرى الحكام أن من أكبر المشكلات هى (يعتبر الموقع الرسمى للاتحاد أحد قنوات الاتصال الفعال) بنسبة 28.3٪.

بينما يرى أعضاء مجالس الأفرع أن أكبر المشكلات هى (الاتصال الإدارى الأدنى بين العاملين بالاتحاد فى ذات المستوى الوظيفى يحقق أهداف الاتحاد) بنسبة 36٪.

رأى الخبراء أن الاتحاد لا يهتم بالإعلان عن مبارياته عن طريق الإذاعة والتلفزيون، والجرائد، ويترك الاتحاد مهمة الإعلان عن بطولاته لأفرع الاتحادات فى البطولات المجمعـة بالمحافظات المختلفة، وتكون هذه الإعلانات ضعيفة نوعاً ما وأثناء البطولات العالمية والقارية لا يكون الإعلان عنها بحجم الحدث وذلك نتيجة عدم وجود راعى لهذه البطولات. ويتفق ذلك مع توصلت إليه دراسة وليد أحمد سامى (2000) (61) ومنال على محمود (2009) (56) أن من مشكلات الترويج بالاتحادات الأولمبية قلة استخدام الوسائل الإعلانية مثل (التلفزيون) للإعلان عن بطولاته ومبارياته. (56: 276)

بينما يرى اللاعبين والمدربين بعدم بيع التذاكر من خلال الموقع الرسمى للاتحاد على الانترنت، وذلك لإحساسهم بضعف الإقبال على البطولات نتيجة لعدم وجود اتصال بجمهور اللعبة لعدم الاهتمام بأهم قناة اتصال وهى الانترنت متمثلة فى مواقع التواصل الاجتماعى.

وكذلك يشاركونهم الرأى الحكام فى عدم فاعلية موقع الاتحاد كقناة اتصال بين الاتحاد ومجتمع اللعبة، حيث لا تمثل صفحة الاتحاد وسيلة اتصال ما بين الاتحاد ومستفيديه وجمهوره.

بينما يرى أعضاء مجالس الأفرع أن الاتصال الإدارى الأفقى بين العاملين فى ذات المستوى الوظيفى لا يحقق أهداف الاتحاد، وذلك لأنهم أكثر الفئات إحساساً بالمشكلات الداخلية بالاتحاد، وأن الاتصال الأفقى يكون مفقوداً أحياناً أو ضعيف أحياناً أخرى، على سبيل المثال بين لجنة المسابقات ولجنة الحكام إذا اختلف العاملين باللجنتين أصبح الاتصال فيما بينهم مفقوداً، وفى ضوء ما سبق من نتائج نستخلص أن:-

أن الاتصالات اللوجستية لابد وأن تكون فعالة داخل الاتحاد، وما بين الاتحاد ومورديه وجماهيره ومستفيديه لاعبين وحكام والأفرع المختلفة، وأن تكون

كذلك بين الوظائف الرئيسية، وكذلك اللجان المختلفة داخل الاتحاد، وأن تكون هذه الاتصالات فعالة بين الأنشطة اللوجستية المختلفة بما فيها خدمة العملاء والنقل والشراء، وكل ذلك يطور الأنشطة اللوجستية التسويقية التي تعمل على تنمية موارد الاتحاد.

وقد ذكر حسى الشافعى (2010) (19) أن وسائل الاتصال هي:

- وسائل الاتصال أو الإعلام المقروء (كتب، صحف ومجلات، نشرات وملصقات بريد الكترونى).
- وسائل اتصال أو إعلام مسموعة (راديو، تليفون، وكالات أنباء).
- وسائل اتصال أو إعلام مسموعة مرئية (تليفزيون، فيديو، فيديو كونفرانس انترنت).
- وسائل إعلام ثابتة (مؤتمرات، ندوات، معارض،)
- استخدام نظم المعلومات فى إدارة الأنشطة اللوجستية فى المؤسسات الرياضية مثل:

1- نظم تشغيل بيانات.

2- نظم معلومات إدارية.

3- نظم دعم الإدارة العليا.

4- نظم تجهيز مكاتب ألياً.

5- نظم دعم القرارات.

6- نظم خديرة.

وأفق مع ما ذكره (خالد إبراهيم) (2000) (22) أنه يعتبر الإعلان عن البطولات الرياضية قبلها بفترة كافية من شأنه جذب أكبر عدد من المشاهدين للبطولة.

جدول (42)

الدرجة المقدره والنسبة المئوية لآراء عمية البحث في خيارات المحور السادس (التخزين وإدارة المخزون)
لاستثماره الواقع الفعلي للأشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=988)

| المجموع (ن=988) | المحور 4 (ن=4) | | المربع 270 (ن=270) | | اللاصق 375 (ن=375) | | المكافئ 251 (ن=251) | | مجلس الأرفع 80 (ن=80) | | مجلس إدارة 8 (ن=8) | | الملاحظات | المرتبة | |
|--------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|-----------|---------|--|
| | فرجة وزن مقدرة نسبي | | | |
| 64.7 | 3198 | 30.0 | 6 | 39.9 | 538 | 68.3 | 1281 | 79.0 | 991 | 88.0 | 352 | 75.0 | 71 | 1 | يتم المخطط والتجريب بالاتحاد بطريقة علمية. |
| 56.2 | 2776 | 40.0 | 8 | 85.5 | 1154 | 46.6 | 873 | 39.4 | 495 | 55.0 | 220 | 65.0 | 26 | 2 | أماكن التجريب والمخطط قروية من العناصر بالاتحاد. |
| 62.8 | 3104 | 50.0 | 10 | 40.1 | 542 | 63.0 | 1181 | 83.7 | 1051 | 72.5 | 290 | 75.0 | 30 | 3 | مساحات المخطط والتجريب كافية. |
| 51.2 | 2530 | 70.0 | 14 | 48.1 | 650 | 67.3 | 1261 | 26.7 | 335 | 60.0 | 240 | 75.0 | 30 | 4 | يتم تجهيز المعادن لتتناسب مع ما سيتم تجربته 14. |
| 62.1 | 3068 | 50.0 | 10 | 45.2 | 610 | 73.2 | 1373 | 74.2 | 931 | 32.5 | 130 | 35.0 | 14 | 5 | يتم الأخذ بالخدمات التي تحقق أعلى ربحية. |
| 50.3 | 2484 | 70.0 | 14 | 53.3 | 720 | 51.6 | 967 | 44.2 | 555 | 49.0 | 196 | 80.0 | 32 | 6 | يتم تقييم الأجهزه واللفقات بالمعادن وفق نظام محدد. |
| 70.5 | 3482 | 90.0 | 18 | 55.6 | 750 | 71.1 | 1333 | 86.9 | 1091 | 65.0 | 260 | 75.0 | 30 | 7 | يتم تأمين المعادن صداد الحرائق والسرية. |
| 57.5 | 2842 | 70.0 | 14 | 57.8 | 780 | 69.6 | 1305 | 34.7 | 435 | 70.0 | 280 | 70.0 | 28 | 8 | تتوافر بالمعادن الإصاصة والتهوية الجيدة. |
| 59.4 | 23484 | 58.8 | 94 | 53.2 | 5744 | 63.8 | 9574 | 79.0 | 991 | 61.5 | 1968 | 68.8 | 220 | | المجموع |

يتصح من الجدول السابق (42) ما يلي :

- أن الوزن النسبي لاستجابات عينة الحكام جاءت في المرتبة الأولى حيث بلغ 79٪، تليها عينة مجلس الإدارة حيث بلغ 68.8٪ تليها عينة اللاعبين حيث بلغ 63.8٪ تليها عينة مجالس الأفرع حيث بلغ 61.5٪ تليها عينة الخبراء حيث بلغ 58.8٪ وجاءت عينة المدربين في المرتبة الأخيرة حيث بلغ 53.2٪.

- أن الوزن النسبي لاستجابات عينة الدراسة في المحور السادس لاستمارة الواقع الفعلى للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصرى للكرة الطائرة تراوح ما بين (50.3٪): (70.5٪)، بينما كان الوزن النسبي لمجموع المحور 59.4٪.

وبدراسة الجدول رقم (42) :

- بالنسبة لمحور التخزين وإدارة المخزون أعضاء مجلس الإدارة يجدون (يتم تصنيف الأجهزة والملفات بالمخازن وفق نظام محدد) بنسبة 80٪.

بينما أكبر المشكلات بالنسبة لأعضاء مجلس الإدارة (يهتم الاتحاد بالخدمات التى تحقق أعلى ربحية، بنسبة 35٪، ويتفوق معهم أعضاء مجالس الأفرع بنسبة 32.5٪، بينما يجد اللاعبون عكس ذلك بنسبة 73.2٪

إن الاتحاد يعمل على تخزين الأجهزة والملفات بشكل علمى وفق نظام محدد طبقاً لطبيعة الأجهزة والملفات المراد تخزينها.

ويسعى الاتحاد ومجالس الأفرع إلى الاستفادة وتطوير الخدمات التى تحقق أعلى ربحية مثل إعاره اللاعبين بين الأندية المختلفة، وذلك برسوم محددة على سبيل المثال إعاره اللاعب الدولى يتم سداد مبلغ 15000 خمسة عشر ألف جنيه للاتحاد عن الموسم الواحد، ويوجد العديد من الخدمات التى يقدمها الاتحاد مقابل مبالغ مالية محددة مثل:

- 1- قيمة رسوم انتقال اللاعبين.
 - 2- إجراءات ضم وانتقال اللاعبين.
 - 3- الإعارات والاحتراف.
 - 4- رسوم التسجيل والاشتراكات ومصروفات التحكيم.
 - 5- استخراج بطاقات المدربين وقيمة المطبوعات. (5 : 12، 31)
- ويجد اللاعبين عكس ذلك لأنهم أحد الفئات التى تسدد للاتحاد مبالغ مالية مقابل هذه الخدمات. بينما أعضاء مجالس الأفرع يجدون (يتم الحفاظ والتخزين بالاتحاد بطريقة علمية). بنسبة 88٪. بينما يجد المدربين والخبراء أن ذلك من أكبر المشكلات بنسبة 39.9٪، 30٪.
- إن المدربين والخبراء هم من أكثر الفئات إحساساً وتعاملاً مع الاتحاد طلباً لخدماته، فهم يشعرون بصعوبة الحصول على هذه الخدمات.
- بينما الحكام يجدون (يتم تأمين المخازن ضد الحرائق والسرقة) بنسبة 86.9٪، ويتفق معهم فى رأى الخبراء بنسبة 90٪.
- بينما أكبر المشكلات بالنسبة للحكام (يتم تجهيز المخازن لتتناسب مع ما سيتم تخزينه بها) بنسبة 26.7٪.
- إن اتفاق الحكام والخبراء إلى أن الخبراء من أكثر الفئات تعاملاً مع الاتحاد من حيث الحصول على الخدمات، بينما الخبراء فهم يعلمون تماماً بأن المخازن يتم تجهيزها بأحدث التجهيزات الوقائية ضد الحرائق والسرقة.
- ويتفق ذلك مع ما أشار إليه حسن الشافعى (2010) (19) بضرورة أن تجهز المخازن بجميع عوامل الأمن والسلامة ضد عمليات السرقة والحريق والحشرات والقوارض، ويختلف ذلك مع ما ذكره حسن الشافعى بضرورة توفير مساحة مناسبة وكافية للأدوات والأجهزة بالمخازن مما يسهل من عملية التخزين. (19 : 51)

وقد اتفق معه سهير عبد الحميد عبد العال الحلفاوى (2007) (30) حيث
ذكرت أن عملية التخزين تتعلق بإدارة المساحات المطلوبة للاحتفاظ بالمخزون
والتنبؤ بالمبيعات لتلافى التأخير، ويشمل كذلك حجم وعدد مواقع التخزين
وإدارتها وإجراءات الأمان والصيانة للمخازن. وذكرت كذلك أنه يجب الاحتفاظ
بقدر كاف من المخزون لمقابلة كل احتياجات العملاء، لأن ذلك يؤدي إلى تحقيق
مستويات عالية من خدمة العميل. (30: 70)

وفي ضوء ما سبق من نتائج نستخلص أن :

أن التخزين وإدارة المخزون تلعب دوراً بالغ الأهمية فى النظام
اللوجيستي، وتؤثر تكلفة المخزون على تكلفة الأعمال اللوجستية، وعلى ربحية
الاتحاد، ولا يقتصر دور المخازن على حفظ الأجهزة أو الملفات؛ بل تتحقق الربحية
للإتحاد من خلال توفير المخزون من مستندات أو وثائق أو ملفات أو أجهزة فى
نفس وقت طلب العميل لها.

ولذلك لابد من تجهيز المخازن لتتناسب مع ما سيتم تخزينه بها.

يتضح من الجدول السابق (43) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات عينة مجلس الإدارة جاءت في المرتبة الأولى حيث بلغ 66٪، تليها عينة الحكام حيث بلغ 64.4٪ تليها عينة اللاعبين حيث بلغ 60.4٪ تليها عينة مجالس الأفرع حيث بلغ 59.5٪ تليها عينة المدربين حيث بلغ 55.7٪ وجاءت عينة الخبراء في المرتبة الأخيرة حيث بلغ 53٪.
- أن الوزن النسبي لاستجابات عينة الدراسة في المحور السابع لاستمارة الواقع الفعلي للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصري للكرة الطائرة تراوح ما بين (42.7٪ : 76.9٪)، بينما كان الوزن النسبي لمجموع المحور 60٪.

وبدراسة الجدول رقم (43) :

- بالنسبة لمحور المنتج أو الخدمة، أعضاء مجلس الإدارة يجدون (ينظم الاتحاد بطولاته بانتظام وفي أوقات مناسبة) بنسبة 85٪، ويتفق معهم الخبراء بنسبة 90٪.

بينما يجد أعضاء مجلس الإدارة أن أكبر المشكلات (تتوفر خدمات ومنتجات الاتحاد في الوقت والزمان المناسب حسب تواجد المستفيدين، بنسبة 35٪، ويتفق معهم مجالس الأفرع بنسبة 36٪، ويتفق معهم الحكام بنسبة 28.1٪ وكذلك الخبراء بنسبة 20٪.

إن رأى أعضاء مجلس الإدارة والخبراء أن أنشطة الاتحاد على اختلاف درجاتها سواء الممتاز أو الناشئين أو الشباب وما سبق رجال أو إناث جميع الإجراءات الخاصة بالقيود أو انتهائه، أو المسابقات المختلفة تتم طبقاً لمواعيد محددة سلفاً من قبل الاتحاد، وذلك موضع بنشرة التعليمات التنظيمية الصادرة من الاتحاد ويقوم الاتحاد بتعديل النشاط أيام الأعياد، وكذلك الامتحانات بالمدارس والجامعات ولا يتم تغيير هذه المواعيد إلا بعد إخطار لجنة المسابقات.

إن أكبر المشكلات إلى أن الاتحاد يقيم بطولاته ومبارياته فى أوقات غير مناسبة للجماهير، وذلك بإقامتها الساعة الثانية عشر أو الثانية ظهراً، أو الرابعة عصرًا، وهذه كلها أوقات غير مناسبة لجميع فئات المجتمع ليقبل على مشاهدة المباريات.

ويتفق ذلك مع ما ذكره محمد رجب أحمد جبريل (2001) (48) أن التخطيط الحالى لتسويق المباريات والبطولات الرياضية لا يأخذ بعين الاعتبار حاجات ورغبات المستهلك الرياضى الذى يمثل الأساس الذى تبنى عليه إستراتيجية التسويق. (48 : 162)

بينما مجالس الأفرع يجدون (ينظم الاتحاد بطولاته فى محافظات جماهيرية، بنسبة 83٪، ويتفق معهم الحكام بنسبة 90.1٪).

إن الأفرع فى هذه المحافظات هى التى ينداد بها تنظيم هذه البطولات، والحكام هم الذين يتأثرون بالجماهير، فالاتحاد ينظم بطولاته النشاطية على سبيل المثال فى محافظات ساحلية وفى مواسم ذهاب المصطافين إلى هذه المدن مثل الإسكندرية أو البحر الأحمر.

بينما يجد اللاعبون (يعمل الاتحاد على توفير برامج تدريب متقدمة لرفع مستوى اللاعبين) بنسبة 72.3٪. كما يجدون أن أكبر المشكلات (يتم رفع مستوى المدربين لزيادة نسبة العائد المادى من احترافهم بالخارج) بنسبة 48.5٪، ويتفق معهم المدربين بنسبة 34.5٪.

ويتفق ذلك مع ما توصلت إليه دراسة منال محمود غالب (2009) (56) إلى أن إعداد المدربين من المهام الأساسية للاتحاد، حيث يمكن من خلالها نشر اللعبة فى أكبر قطاع ممكن، وكذلك تنمية مهارات وقدرات هؤلاء المدربين سوف يساعد فى رفع النشاط العام فى كل اتحاد. (56 : 191).

إن رفع مستوى هؤلاء المدربين واحتراف العديد منهم فى الخارج يعود بزيادة العائد المادى على الاتحاد، ويقوم الاتحاد بعقد العديد من الدورات التدريبية للمدربين، ولكن المشكلة تكمن فى عدم التسويق الجيد لهؤلاء المدربين. بينما يجد الحكام (يقيم الاتحاد بطولاته فى منشآت مجهزة) بنسبة 82.2٪.

إن الحكام هم المنوط بهم التأكد من مدى جاهزية المنشأة التى يقيم بها الاتحاد بطولاته لاستقبال هذه المباريات، ومدى توافق هذه التجهيزات مع قانون اللعبة.

وفى ضوء ما سبق من نتائج نستخلص أن:

يجب أن يسعى الاتحاد إلى توفير خدماته ومنتجاته، وذلك بإقامة بطولاته ومبارياته فى أوقات مناسبة لحضور الجماهير، وأن يعمل الاتحاد على تسويق المدربين ليتم الاستفادة من احترافهم بالخارج.

جدول (4هـ)

الدرجة المقفلة والنسبة المئوية لأراء هيئة البحث في عبارات المبور الثامن (النسبة)
لاستمارة الواقع القمعي للأنشطة الرجستية التسويقية بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=988)

| م | العبارات | مجلس إدارة (ن=8) | | مجلس الآراء (ن=80) | | الكلمات (ن=251) | | اللائقين (ن=375) | | اللائقين (ن=270) | | المبراء (ن=4) | | المجموع (ن=988) | |
|---|--|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------------|--------------------|-------------------|--------------------|-------------------|--------------------|-------------------|--------------------|-------------------|--------------------|
| | | وزن مقبرة نسبي | درجة مقبرة نسبي | وزن مقبرة نسبي | درجة مقبرة نسبي | وزن مقبرة نسبي | درجة مقبرة نسبي | وزن مقبرة نسبي | درجة مقبرة نسبي | وزن مقبرة نسبي | درجة مقبرة نسبي | وزن مقبرة نسبي | درجة مقبرة نسبي | وزن مقبرة نسبي | درجة مقبرة نسبي |
| 1 | تم التسمو بناء على إمكانات الهيئة المنظمة بالطائرة. | 70.0 | 180 | 45.0 | 1011 | 80.6 | 1389 | 74.1 | 466 | 34.5 | 466 | 10 | 3084 | 50.0 | 62.4 |
| 2 | تكون الأسماء في متناول التوزيع الأكبر من الجميع. | 75.0 | 172 | 43.0 | 911 | 72.6 | 871 | 46.5 | 640 | 47.4 | 640 | 14 | 2638 | 70.0 | 53.4 |
| 3 | عدد التسمو يتبع الأبعاد في اختياره سمه لتبر السمية. | 70.0 | 348 | 87.0 | 1131 | 90.1 | 881 | 47.0 | 1170 | 86.7 | 1170 | 6 | 3564 | 30.0 | 72.1 |
| 4 | تم إمكانات الأبعاد اللغوية والبشرية أحد عوامل التسمو. | 65.0 | 170 | 42.5 | 493 | 39.3 | 885 | 47.2 | 458 | 33.9 | 458 | 4 | 2036 | 20.0 | 41.2 |
| 5 | بعد التسمو المناسب للخدمات والأنشطة أحد عوامل التسمو الجيد. | 85.0 | 318 | 79.5 | 553 | 83.9 | 985 | 52.5 | 510 | 37.8 | 510 | 14 | 2914 | 70.0 | 59.0 |
| 6 | عدد الأبعاد اسماء خدمات بناء على موقعا. | 55.0 | 156 | 39.0 | 335 | 26.7 | 1069 | 56.8 | 564 | 41.8 | 564 | 12 | 2154 | 60.0 | 43.6 |
| 7 | يهدف التسمو المناسب إلى زيادة قبول الأبعاد وأنشطه. | 70.0 | 336 | 84.0 | 1111 | 88.5 | 1181 | 63.0 | 790 | 58.5 | 790 | 18 | 3464 | 90.0 | 70.1 |
| 8 | يسمى الأبعاد التي تتج مع أزياء مباريات الصهبات والنواريات بأسماء مناسبة. | 35.0 | 138 | 34.5 | 435 | 34.7 | 753 | 40.2 | 502 | 37.2 | 502 | 10 | 1852 | 50.0 | 37.5 |
| | المجموع | 65.6 | 1818 | 56.8 | 6480 | 64.5 | 8010 | 53.4 | 5100 | 47.2 | 5100 | 88 | 21706 | 55.0 | 62.8 |

يتضح من الجدول السابق (44) مايلي :

- إن الوزن النسبي لاستجابات عينة مجلس الإدارة جاءت في المرتبة الأولى حيث بلغ 65.6٪، تليها عينة الحكام حيث بلغ 64.5٪ تليها عينة مجالس الأفرع حيث بلغ 56.8٪، تليها عينة الخبراء حيث بلغ 55٪ تليها عينة اللاعبين حيث بلغ 53.4٪ وجاءت عينة المدربين في المرتبة الأخيرة حيث بلغ 47.2٪.

- إن الوزن النسبي لاستجابات عينة الدراسة في المحور الثامن لاستمارة الواقع الفعلي للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصرى للكرة الطائرة تراوح ما بين (37.5٪: 72.1٪)، بينما كان الوزن النسبي لمجموع المحور 62.8٪. ودراسة الجدول رقم (44) :

- بالنسبة لمحور التسعير أعضاء مجلس الإدارة يجدون (بعد التسعير المناسب للخدمات والأنشطة أحد عوامل التسويق الجيد) بنسبة 85٪. بينما يجد أعضاء مجلس الإدارة أن أكبر المشكلات (يسعى الاتحاد إلى بيع حق إذاعة مباريات المنتخب والدوريات بأسعار مناسبة) بنسبة 35٪، ويتفق معهم مجالس الأفرع بنسبة 34.5٪، وكذلك اللاعبين بنسبة 40.2٪. ويتفق ذلك مع ما ذكره رجب أحمد جبريل (2001) (48) أن هناك اختلافاً فى وجهات النظر بين المستهلك الرياضى والمسئول بالنسبة للثمنة سعر تذكرة المباراة الرياضية، فبينما يرى المسئولون أن التسعير يتناسب مع كل الفئات، ويرى المستهلك أن التسعير مرتفع، مما يعنى عدم الاهتمام بتحديد احتياجات ورغبات المستهلك (48: 163)

وأنفق مع Chris Fill (1995) (68) أن تمويل الاتحاد لأنشطته الخدمية من خلال الأرباح العائدة من بيع المنتجات القائمة على التسعير المناسب الذى

يجذب المستهلك، مما يعنى نجاح العملية التسويقية الذى يعود بالربح على الاتحاد. إن رأى أعضاء مجلس الإدارة والأفرع واللاعبين أن مباريات المنتخبات والدوريات تداع على القنوات المجانية، ولا يتم بيعها إلى قناة بعينها ليعود ذلك على الاتحاد بالربح.

بينما أعضاء مجالس الأفرع يجدون (عند التسعير يضع الاتحاد فى اعتباره سعيه لنشر اللعبة) بنسبة 87٪، ويتفق معه المدربين بنسبة 86.7٪.

بينما الحكام يجدون (يهدف التسعير المناسب إلى زيادة تمويل الاتحاد لأنشطته) بنسبة 88.5٪، ويتفق معه الخبراء بنسبة 90٪.

بينما يجد الحكام أن أكبر المشكلات (يحدد الاتحاد أسعار خدماته بناء على جودتها) بنسبة 26.7٪.

إن الاتحاد يسعى من خلال التسعير الجيد حسب المباريات والبطولات والخدمات التى يقدمها الاتحاد إلى نشر اللعبة بين الجماهير.

ويتفق ذلك مع ما أشار إليه عمرو جمال (2000) (40) من الضرورى أن يحدد الاتحاد أسعار التذاكر الخاصة للمباريات فى البطولات بما يتناسب مع مستوى فئات الجماهير المختلفة لشغل جميع الأماكن المخصصة لمشاهدة المباراة وتحقيق الهدف التسويقى ببيع التذاكر وما يدره ذلك على الاتحاد من أرباح.

بينما اللاعبين يجدون (يتم التسعير بناء على إمكانات البيئة المحيطة بالبطولة) بنسبة 74.1٪.

فى حين يجد المدربين أكبر المشكلات (تعد إمكانات الاتحاد المادية والبشرية أحد عوامل التسعير الجيد) بنسبة 33.9٪، ويتفق معهم الخبراء بنسبة 20٪.

إن رأى المدربين والخبراء إلى أن الاتحاد يمتلك إمكانات بشرية لا بأس بها

فى جميع الفرق سواء المحلية أو الفرق القومية، ويمتلك إمكانات مادية متمثلة فى المنشآت الجيدة التى تقام بها بطولاته، ومع ذلك لا يوجد بالاتحاد أى من أوجه التسويق التى تساعد الاتحاد على تنمية موارده.

وفى ضوء ما سبق من نتائج نستخلص أن:

إن الاتحاد المصرى للكرة الطائرة يمتلك من الإمكانيات البشرية والمادية التى تؤهله ليكون فى مصاف الاتحادات التى تتمتع بخطط تسويقية جيدة تجعله فى غنى عن دعم وزارة الشباب، فىمكن للاتحاد أن يسعى إلى بيع حقوق إذاعة مبارياته وبطولاته ودورياته، حيث يمتلك الاتحاد أقوى دورى فى المنطقة، كذلك يمتلك فرق قومية من أقوى الفرق فى أفريقيا والشرق الأوسط، بما يعود على الاتحاد بالأرباح التى تساعد على دعم مسيرته.

جدول (45)

الدرجة المقدرة والنسبة المتوية لآراء عينة الباحثي عبارات المحور التاسع (الترويج)
لاستمارة الواقع الفعلي للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصري للكورة الطائرة (ن=988)

| المتغير (ن=988) | المحوارة (ن=4) | | المصريين (ن=270) | | اللاعيبيين (ن=375) | | المحكمان (ن=251) | | بمجالس الأفرع (ن=80) | | مجلس إدارة (ن=8) | | العبارات | |
|--------------------|-------------------|--------------|---------------------|--------------|-----------------------|--------------|---------------------|--------------|-------------------------|--------------|---------------------|--------------|----------|---|
| | وزن مقدرة | درجة نسبة | وزن مقدرة | درجة نسبة | وزن مقدرة | درجة نسبة | وزن مقدرة | درجة نسبة | وزن مقدرة | وزن مقدرة | وزن مقدرة | وزن مقدرة | | |
| 43.6 | 2156 | 30.0 | 6 | 43.0 | 580 | 47.7 | 895 | 39.3 | 493 | 41.0 | 164 | 45.0 | 18 | يستخدم الاتحاد الكليات ل أنشطة المنظمة للترويج |
| 40.4 | 1994 | 30.0 | 6 | 38.4 | 518 | 44.4 | 833 | 34.5 | 433 | 46.0 | 184 | 50.0 | 20 | يستخدم الاتحاد وسائل حديثة للترويج لبطولاته |
| 70.5 | 3482 | 90.0 | 18 | 86.4 | 1166 | 48.9 | 917 | 83.9 | 1053 | 74.0 | 296 | 80.0 | 32 | يعد مكان إقامة البطولة أحد وسائل الترويج لها. |
| 70.3 | 3474 | 70.0 | 14 | 49.6 | 670 | 75.5 | 1415 | 85.3 | 1071 | 77.0 | 308 | 70.0 | 28 | يعد موعد إقامة البطولة أحد وسائل الترويج لها. |
| 44.0 | 2176 | 20.0 | 4 | 43.0 | 580 | 48.5 | 909 | 40.9 | 513 | 38.0 | 152 | 45.0 | 18 | يستخدم الاتحاد إخباراته للترويج. |
| 49.5 | 2446 | 50.0 | 10 | 44.4 | 600 | 70.1 | 1315 | 28.3 | 355 | 38.0 | 152 | 35.0 | 14 | يعد الترويج أحد البرد الأساسية عند وضع عبارات الاتحاد. |
| 56.9 | 2812 | 50.0 | 10 | 57.8 | 780 | 73.8 | 1383 | 34.5 | 433 | 38.0 | 152 | 55.0 | 22 | يصل الاتحاد عن مهاراته وطلقاته بواسطة وسائل إعلانية متنظمة (مثل: التلفزيون، الإذاعة، الجرائد والمجلات). |
| 53.6 | 18540 | 48.6 | 68 | 51.8 | 4894 | 58.4 | 7667 | 49.5 | 4351 | 50.3 | 1408 | 54.3 | 152 | المجموع |

يتضح من الجدول السابق (45) مايلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات عينة اللاعبين جاءت في المرتبة الأولى حيث بلغ 58.4%، تليها عينة مجلس الإدارة حيث بلغ 54.3%، تليها عينة المدربين حيث بلغ 51.8%، تليها عينة مجالس الأفرع حيث بلغ 50.3%، تليها عينة الحكام حيث بلغ 49.5% وجاءت عينة الخبراء في المرتبة الأخيرة حيث بلغ 48.6%.
- أن الوزن النسبي لاستجابات عينة الدراسة في المحور التاسع لاستمارة الواقع الفعلي للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصري لكرة الطائرة تراوح ما بين (40.4% : 70.5%) بينما كان الوزن النسبي لمجموع المحور 53.6%.

وبدراسة الجدول رقم (45):

- بالنسبة لمحور الترويج: أعضاء مجلس الإدارة يجدون أن: (يعد مكان إقامة البطولة أحد وسائل الترويج لها) بنسبة 80%، ويتفق معهم المدربين بنسبة 86.4%، وكذلك الخبراء بنسبة 90%.

بينما يجد أعضاء مجلس الإدارة أن أكبر المشكلات (يعد الترويج أحد البنود الأساسية عند وضع ميزانية الاتحاد) بنسبة 35%، ويتفق معهم مجالس الأفرع بنسبة 38%، ويتفق معهم الحكام بنسبة 28.3%.

إن مكان إقامة البطولة أحد وسائل الترويج لها، حيث إن قرب المنشأة من وسائل المواصلات ومدى توافر المرافق الخاصة بالمنشأة يعد ذلك من الأسباب التي تدفع الجماهير لحضور المباريات.

ويتفق ذلك مع ما توصلت إليه منال على محمود (2009) (56): أن اسم المنشأة وتاريخها وشهرتها يساعد على ترويج البطولة، وأن إعداد كتيب يوضع به صور خاصة بالمنشأة وبالفريق المشاركة يؤدي إلى ترويج البطولة وزيادة الأموال. ويتفق ذلك مع ما توصل إليه محمد رجب أحمد (2001) (48) عن تحديد

المفهوم الحديث للتسويق وإمكانية تطبيقه فى مجال ترويج البطولات والمباريات الرياضية وتقديم بعض المقترحات رفع كفاءة نشاط الترويج.

بينما أعضاء مجلس الأفرع يجدون (يعد موعد إقامة البطولة أحد وسائل الترويج لها) بنسبة 37٪، ويتفق معهم الحكام بنسبة 85.3٪، ويتفق معهم اللاعبين بنسبة 75.5٪، بينما يجد اللاعبون أن أكبر المشكلات (يستخدم الاتحاد وسائل حديثة للترويج لبطولاته) بنسبة 44.4٪.

بينما يجد المدربين أن أكبر المشكلات (يستخدم الاتحاد إنجازاته للترويج) بنسبة 43٪، ويتفق معه الخبراء بنسبة 20٪.

ويتفق ذلك مع ما توصل إليه أحمد رشاد محمد (2007) (8) لا يستخدم الاتحاد اللاعبين المصنفين دولياً فى تسويق البطولات والتأثير على الجمهور وفى ضوء ما سبق من نتائج نستخلص أن:

أن الترويج إذا نظرنا له كأحد الأنشطة اللوجستية التسويقية تكون مهمته العمل على نشر اللعبة والترويج لها بجعل البطولات والمباريات متاحة فى الزمان والمكان المناسبين للمستفيدين، والعمل على حصول المستفيد على الخدمة الجيدة فى المكان الجيد فى الوقت المناسب. ويجب على الاتحاد أن يعمل على وضع ميزانية واضحة ومحددة وكافية للترويج لبطولاته وخدماته التى يقدمها. وكذلك العمل على تحديث وسائل الترويج والبعد عن الوسائل التقليدية للترويج باستغلال إنجازاته العالمية والقارية ولاعبيه المميزين الحاصلين على مراكز على مستوى العالم بدلاً من استخدام اللافتات أو البرامج الرياضية العادية.

جدول (46)

الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء عينة البحث في عبارات المحور العاشر (التوزيع)
لاستعمارة المواقع الفعلي للأشطة اللوجستية المتوقعة بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=988)

| الرقم | العبارات | علائق الأبرع (ن=80) | | علائق الإدارة (ن=8) | | المكاتب (ن=251) | | اللائحين (ن=375) | | الدريون (ن=270) | | المدرء (ن=4) | | المجموع (ن=988) | |
|-------|---|---------------------|----------|---------------------|----------|-----------------|----------|------------------|----------|-----------------|----------|--------------|----------|-----------------|----------|
| | | درجة مقدره | وزن نسبي | درجة مقدره | وزن نسبي | درجة مقدره | وزن نسبي | درجة مقدره | وزن نسبي | درجة مقدره | وزن نسبي | درجة مقدره | وزن نسبي | درجة مقدره | وزن نسبي |
| 1 | يجب الاتحاد نظام توظيف يحقق القصة الرمزية والكيفية. | 156 | 39.0 | 533 | 42.5 | 1085 | 57.9 | 520 | 38.5 | 4 | 38.5 | 20.0 | 2312 | 46.8 | |
| 2 | يجري نظم التوزيع بالأخذ بتوعية العميل المستهدف من الخدمة. | 190 | 47.5 | 1033 | 82.3 | 937 | 50.0 | 540 | 40.0 | 10 | 40.0 | 50.0 | 2732 | 55.3 | |
| 3 | بعد البيع أو الخدمة من الوسائل اللوزة على فترات التوزيع بالأخذ. | 332 | 83.0 | 495 | 39.4 | 1345 | 71.7 | 750 | 55.6 | 14 | 55.6 | 70.0 | 2966 | 60.0 | |
| 4 | تعد إيجابيات الاتحاد الإدارية والتسويقية) أحد الوسائل اللوزة على فترات التوزيع. | 326 | 85.0 | 1093 | 87.1 | 915 | 48.8 | 1100 | 81.5 | 18 | 81.5 | 90.0 | 3486 | 70.6 | |
| 5 | يسهل الاتحاد لفروده الحقن في التوزيع للخدمات والساح. | 142 | 35.5 | 433 | 34.5 | 935 | 49.9 | 810 | 62.2 | 10 | 62.2 | 50.0 | 2376 | 48.1 | |
| 6 | تختلف فترات التوزيع إلى الوصول بالبيع إلى العميل أو طلب العملاء والسعي. | 270 | 67.5 | 475 | 37.8 | 1205 | 64.3 | 1006 | 79.0 | 10 | 79.0 | 50.0 | 3052 | 61.8 | |
| 7 | يسلم الاتحاد عروض مر تلفة بالتالي. | 160 | 40.0 | 375 | 29.9 | 869 | 46.3 | 460 | 34.1 | 6 | 34.1 | 30.0 | 1886 | 38.2 | |
| 8 | تتم اختيار أماكن تتناسب مع المنتج أو الخدمة طلب الاتحاد. | 152 | 38.0 | 575 | 45.8 | 975 | 52.0 | 790 | 58.5 | 10 | 58.5 | 50.0 | 2518 | 51.0 | |
| | المجموع | 1728 | 54.4 | 5012 | 49.9 | 8266 | 55.1 | 6066 | 56.2 | 82 | 56.2 | 82 | 21328 | 54.0 | |

يتضح من الجدول السابق (46) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات عينة المدربين جاءت في المرتبة الأولى حيث بلغ 56.2٪، تليها عينة اللاعبين حيث بلغ 55.1٪ تليها عينة مجلس الإدارة حيث بلغ 54.4٪ تليها عينة مجالس الأفرع حيث بلغ 54٪ تليها عينة الخبراء حيث بلغ 51.3٪ وجاءت عينة الحكام في المرتبة الأخيرة حيث بلغ 49.9٪.

- أن النسبة المئوية لاستجابات عينة الدراسة في المحور العاشر لاستمارة الواقع الفعلى للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصرى للكرة الطائرة تراوحت ما بين (38.2٪ : 70.6٪)، بينما كانت النسبة المئوية لمجموع المحور 54٪.

وبدراسة الجدول رقم (46):

- بالنسبة لمحور التوزيع: أعضاء مجلس الإدارة يجدون (تعد إمكانات الاتحاد الإدارية والتسويقية" أحد العوامل المؤثرة على قرارات التوزيع) بنسبة 85٪، ويتفق معهم الحكام بنسبة 87.1٪، ويتفق معهم المدربين بنسبة 81.5٪، وكذلك الخبراء بنسبة 90٪.

بينما يجد أعضاء مجلس الإدارة أن أكبر المشكلات (يتبنى الاتحاد نظام توزيعى يحقق المنفعة الزمانية والمكانية) بنسبة 35٪، ويتفق معهم الخبراء بنسبة 20٪.

ويعزو الدارس ذلك إلى أنه نظراً لضعف إمكانات الاتحاد الإدارية والتسويقية والمتمثلة فى عدم وجود إدارة خاصة بالتسويق أو وجود متخصصين فى التسويق وعدم وجود راعى رسمى لبطولات وأنشطة الاتحاد، كل ذلك يؤثر على قرارات التوزيع.

ويختلف ذلك مع ما أشار إليه Bonniel (1994) (67) حيث ذكر أن المكان هو الموقع الجغرافى للمنتج مثل الاستاد أو الصالة المعطاة وهو مكان التوزيع، حيث إن التوزيع هو نقل المنتجات والخدمات من المنتج إلى المستهلك، وذلك عن طريق قنوات توزيع وهم القائمين على التسويق والمنتج الرياضى ينتج ويستهلك فى نفس الوقت كالبطولات والمباريات، وقنوات التوزيع هى تذاكر المباريات والهدف من نظام التوزيع هو تشجيع المستهلك على الشراء، وجعل النظام ملائماً وسهلاً الوصول إليه (67: 328)

بينما أعضاء مجالس الأفرع يجدون (يعد المنتج أو الخدمة من العوامل المؤثرة على قرارات التوزيع بالاتحاد) بنسبة 83٪، ويتفق معهم اللاعبون بنسبة 71.1٪. بينما يجد أعضاء مجالس الإدارة أن أكبر المشكلات (يعطى الاتحاد لفروعه الحق فى التوزيع للخدمات والمنتجات) بنسبة 35٪.

بينما يجد الحكام أن أكبر المشكلات (ينظم الاتحاد عروض مرتبطة بالتذاكر) بنسبة 29.9٪، ويتفق معهم اللاعبون بنسبة 46.3، وكذلك المدربين بنسبة 34.1٪.

ويعزو الدارس رأى أعضاء مجالس الأفرع حيث إن الاتحاد يقيم جميع بطولاته القارية والعالمية فى العاصمة، وينظم الدورات الخاصة بتأهيل المدربين الدوليين أو الحكام الدوليين بمقر الاتحاد بالعاصمة، ويجب أن يعمل الاتحاد على نقل هذه البطولات والدورات إلى العديد من المحافظات وخاصة محافظات الصعيد، حيث إن ذلك يساعد على نشر اللعبة، وكذلك وجود اللاعبين ذو المستويات العالمية فى البطولات يكون حافزاً لحضور الجماهير.

وتعضد عبارة أكبر المشكلات بالنسبة لأعضاء مجالس الأفرع العبارة السابقة، حيث إن الاتحاد لا يعطى حق توزيع الخدمات.

وفي ضوء ما سبق من نتائج نستخلص أن :
إن التوزيع كأحد عناصر الأنشطة اللوجستية التسويقية يعمل على توفير الخدمات والمنتجات بما يتوافق مع المستفيدين، وأن من أهداف وفوائد اللوجستيات هي توفير المنتج الصحيح بالكمية الصحيحة بالحالة الصحيحة في المكان الصحيح وفي الوقت الصحيح للعمل الصحيح وبالتكلفة الصحيحة. واللوغستيات تعمل على خلق المنفعة المكانية، وذلك من خلال فاعلية وكفاءة إقامة البطولات والدورات في الأماكن المناسبة لها، بما يسبق ذلك من تجهيزات وإعداد. وهذا يعمل على توفير هذه المنتجات في المكان المناسب. وكذلك تهدف اللوجستيات لخلق المنفعة الزمانية بتوفير السلع والخدمات في الوقت المناسب، فالمنتج أو الخدمة غير ذات قيمة إلا إذا حصل عليه المستفيد في الوقت الذي يحتاجه.

التساؤل الثاني:

ما هي نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصري لكرة الطائرة؟
أولاً- استجابات مجلس الإدارة:

جدول (47)

الدرجة المقدره والوزن النسبي ودلالة الفروق بين نقاط القوة والضعف في المحور الأول (الإمكانات المادية) لاستمارة نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصري لكرة الطائرة (ن=8)

| م | المبشرات | قوة | | ضعف | | الدرجة المقدره | الوزن النسبي | م ² |
|---|--|------|-------|------|-------|----------------|--------------|----------------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | جاهزية الصالات المغطاة لممارسة الكرة الطائرة. | 87.5 | 7 | 12.5 | 1 | 14 | 87.5 | 36.5 |
| 2 | جاهزية الملاعب المفتوحة المناسبة لممارسة الكرة الطائرة. | 75 | 6 | 25 | 2 | 12 | 75.0 | 34 |
| 3 | الأدوات والأجهزة الرياضية الخاصة باللعبه. | 62.5 | 5 | 37.5 | 3 | 10 | 62.5 | 32.5 |
| 4 | تتطابق مواصفات الصالات مع المواصفات التي حددها الاتحاد الدولي للعبة. | 37.5 | 3 | 62.5 | 5 | 6 | 37.5 | 32.5 |
| 5 | مدى جاهزية الصالات التي تمام بها البطولات للتسويق. | 12.5 | 1 | 87.5 | 7 | 2 | 12.5 | 36.5 |
| 6 | اتساع الصالات للجمهور. | 25 | 2 | 75 | 6 | 4 | 25.0 | 34 |
| 7 | إمكانات الاغساد المتوفرة لتطوير اللعبة. | 37.5 | 3 | 62.5 | 5 | 6 | 37.5 | 32.5 |

يتضح من الجدول السابق (47) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الأول تراوح ما بين (12.5 : 87.5%).

- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في نقاط القوة والضعف حيث تراوحت قيمة كائ ما بين (32.5- 36.5) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84

جدول (48)

الدرجة المقدره والوزن النسبي ودلالة الفروق بين نقاط القوة والضعف في المحور الثاني
 (الامكانات البشرية) لاستمارة نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد

المعسرى للكرة الطائرة (ن=8)

| م | المعسرات | قوة | | ضعف | | الدرجة المقدره | الوزن النسبي | كا |
|----|---|------|-------|------|-------|----------------|--------------|------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | كفاءة عدد معسرين بالاتحاد لخدمة العمل | 87.5 | 7 | 12.5 | 1 | 14 | 87.5 | 36.5 |
| 2 | تفايه متخصصين في التسويق بالاتحاد. | 25 | 2 | 75 | 6 | 4 | 25.0 | 34 |
| 3 | حريه عاملين على تسويق بالاتحاد | 37.5 | 3 | 62.5 | 5 | 6 | 37.5 | 32.5 |
| 4 | عدد المعسرين لاتحدر تخصصين على مؤهلات عاب | 75 | 6 | 25 | 2 | 12 | 75.0 | 34 |
| 5 | عدد المعسرين بالاتحاد لخاصين على مؤهلات متوسطة | 50 | 4 | 50 | 4 | 8 | 50.0 | 32 |
| 6 | عدد العاملين بالاتحاد الحاصلين على دراسات متخصصة في التسويق | 25 | 2 | 75 | 6 | 4 | 25.0 | 34 |
| 7 | الثافة الرياضية لدى العاملين بالاتحاد | 37.5 | 3 | 62.5 | 5 | 6 | 37.5 | 32.5 |
| 8 | توحيد إدارة خاصة بالتسويق بالاتحاد. | 25 | 2 | 75 | 6 | 4 | 25.0 | 34 |
| 9 | عقد برامج تدريبية للعاملين بالاتحاد على التسويق. | 12.5 | 1 | 87.5 | 7 | 2 | 12.5 | 36.5 |
| 10 | أحور العاملين بالاتحاد. | 62.5 | 5 | 37.5 | 3 | 10 | 62.5 | 32.5 |
| 11 | حوافز العاملين بالاتحاد | 62.5 | 5 | 37.5 | 3 | 10 | 62.5 | 32.5 |
| 12 | مكافآت العاملين بالاتحاد | 62.5 | 5 | 37.5 | 3 | 10 | 62.5 | 32.5 |

يتضح من الجدول السابق (48) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثاني تراوح ما بين

(.12.5،/.87.5).

- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في نقاط القوة والضعف حيث تراوحت قيمة كاس² ما بين (32، 36.5) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (49)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين نقاط القوة والضعف في المحور الثالث (البيكل التنظيمي بالاتحاد) لاستمارة نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=8)

| م | العبارات | قوة | | ضعف | | الدرجة المقدرة | الوزن النسبي | كاس ² |
|---|---|-------|------|-------|------|----------------|--------------|------------------|
| | | تكرار | % | تكرار | % | | | |
| 1 | يوجد هيكل تنظيمي للتسويق بالاتحاد. | 2 | 25 | 6 | 75 | 4 | 25.0 | 34 |
| 2 | يتضمن البيكل التنظيمي بالاتحاد هيكل للرجعيات. | 1 | 12.5 | 7 | 87.5 | 2 | 12.5 | 36.5 |
| 3 | يناسب البيكل التنظيمي الحالي حاجة العمل بالاتحاد. | 3 | 37.5 | 5 | 62.5 | 6 | 37.5 | 32.5 |
| 4 | يوجد جهاز إداري للتسويق داخل الاتحاد. | 2 | 25 | 6 | 75 | 4 | 25.0 | 34 |
| 5 | مناسبة الإجراءات الإدارية الخاصة بالتسويق بالاتحاد. | 3 | 37.5 | 5 | 62.5 | 6 | 37.5 | 32.5 |
| 6 | وضوح العلاقات بالبيكل التنظيمي بالاتحاد. | 7 | 87.5 | 1 | 12.5 | 14 | 87.5 | 36.5 |
| 7 | وضوح السلطة والمسئولية بالبيكل التنظيمي بالاتحاد. | 5 | 62.5 | 3 | 37.5 | 10 | 62.5 | 32.5 |

يتضح من الجدول السابق (49) ما يلي :

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثالث تراوح ما بين (12.5%، 87.5%).

- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في نقاط القوة والضعف حيث تراوحت قيمة كا² ما بين (32.5, 36.5) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (50)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين نقاط القوة والضعف في المحور الرابع (التمويل) لاستمارة نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=8)

| م | العبارات | قوة | | ضعف | | الدرجة المقدرة | الوزن النسبي | كا |
|---|--|------|-------|------|-------|----------------|--------------|------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | الإجراءات المبلية الخاصة بالتسويق الاتحاد. | 37.5 | 3 | 62.5 | 5 | 6 | 37.5 | 32.5 |
| 2 | التمويل الذاتي لأنشطة الاتحاد. | 25 | 2 | 75 | 6 | 4 | 25.0 | 34 |
| 3 | الاشتراكات والرسوم بالاتحاد. | 87.5 | 7 | 12.5 | 1 | 14 | 87.5 | 36.5 |
| 4 | تسويق مباريات وبطولات الاتحاد. | 25 | 2 | 75 | 6 | 4 | 25.0 | 34 |
| 5 | الدعاية والإعلان لأنشطة الاتحاد. | 37.5 | 3 | 62.5 | 5 | 6 | 37.5 | 32.5 |
| 6 | الراعى الرسمى لبطولات ومنتخبات الاتحاد. | 12.5 | 1 | 87.5 | 7 | 2 | 12.5 | 36.5 |
| 7 | مدى مناسبة مصروفات الاتحاد. | 37.5 | 3 | 62.5 | 5 | 6 | 37.5 | 32.5 |

يتضح من الجدول السابق (50) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الرابع تراوح ما بين (12.5%، 87.5%).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في نقاط القوة والضعف حيث تراوحت قيمة كا² ما بين (32.5, 36.5) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

ثانياً- استجابات مجالس إدارات الأفرع:

جدول (51)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين نقاط القوة والضعف في المحور الأول
(الامكانات المادية) لاستمارة نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري لكرة الطائرة (ن=80)

| م | العبارات | توة | | صعب | | الدرجة المقدرة | الوزن النسبي | كا2 |
|---|---|-------|-------|-------|-------|----------------|--------------|--------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | جاهزية الصالات المعطاء لممارسة الكرة الطائرة | 86.25 | 69 | 13.75 | 11 | 138 | 86.3 | 362.05 |
| 2 | جاهزية الملاعب المفتوحة المناسبة لممارسة الكرة الطائرة. | 83.75 | 67 | 16.25 | 13 | 134 | 83.8 | 356.45 |
| 3 | الأدوات والأجهزة الرياضية الخاصة باللعبة. | 76.25 | 61 | 23.75 | 19 | 122 | 76.3 | 342.05 |
| 4 | تتطابق مواصفات الصالات مع المواصفات التي حددها الاتحاد الدولي للعبة | 73.75 | 59 | 26.25 | 21 | 118 | 73.8 | 338.05 |
| 5 | مدى جاهزية الصالات التي تناف بها البطولات للتسويق. | 18.75 | 15 | 81.25 | 65 | 30 | 18.8 | 351.25 |
| 6 | إتباع الصالات للجمهور | 63.75 | 51 | 36.25 | 29 | 102 | 63.8 | 326.05 |
| 7 | إمكانات الاتحاد التوفيرة لتطوير اللعبة. | 13.75 | 11 | 86.25 | 69 | 22 | 13.8 | 362.05 |

يتضح من الجدول السابق (51) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الأول تراوح ما بين (13.8، 86.3٪).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في نقاط القوة والضعف حيث تراوحت قيمة كا2 ما بين (362.05، 326.05) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (52) الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين نقاط القوة والضعف في المحور الثاني (الامكانيات البشرية) لاستمارة نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=80)

| م | العبارات | نوة | | ضعف | | الدرجة المقدرة | الوزن النسبي | كا |
|----|---|-----|-------|-----|-------|----------------|--------------|--------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | كفاية عدد العاملين بالاتحاد لحجم العمل | 64 | 80 | 16 | 20 | 128 | 80.0 | 348.8 |
| 2 | كفاية المتخصصين في التسويق بالاتحاد | 25 | 31.25 | 55 | 68.75 | 50 | 31.3 | 331.25 |
| 3 | مخبرات المتخصصين على التسويق بالاتحاد. | 22 | 27.5 | 58 | 72.5 | 44 | 27.5 | 336.2 |
| 4 | عدد العاملين بالاتحاد الحاصلين على مؤهلات عليا | 59 | 73.75 | 21 | 26.25 | 118 | 73.8 | 338.05 |
| 5 | عدد العاملين بالاتحاد الحاصلين على مؤهلات متوسطة | 45 | 56.25 | 35 | 43.75 | 90 | 56.3 | 321.25 |
| 6 | عدد العاملين بالاتحاد الحاصلين على دراسات متخصصة في التسويق | 11 | 13.75 | 69 | 86.25 | 22 | 13.8 | 362.05 |
| 7 | الثقافة الرياضية لدى العاملين بالاتحاد | 62 | 77.5 | 18 | 22.5 | 124 | 77.5 | 344.2 |
| 8 | توحيد إدارة خاصة بالتسويق بالاتحاد. | 17 | 21.25 | 63 | 78.75 | 34 | 21.3 | 346.45 |
| 9 | عقد برامج تدريبية للعاملين بالاتحاد على التسويق | 15 | 18.75 | 65 | 81.25 | 30 | 18.8 | 351.25 |
| 10 | أجور العاملين بالاتحاد. | 50 | 62.5 | 30 | 37.5 | 100 | 62.5 | 325 |
| 11 | حوافز العاملين بالاتحاد. | 55 | 68.75 | 25 | 31.25 | 110 | 68.8 | 331.25 |
| 12 | مكافآت العاملين بالاتحاد. | 60 | 75 | 20 | 25 | 120 | 75.0 | 340 |

يتضح من الجدول السابق (52) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثاني تراوح ما بين (13.8%، 80%).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في نقاط القوة والضعف حيث تراوحت قيمة كا² ما بين (321.25، 362.05) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (53)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين نقاط القوة والضعف في المحور الثالث
(البيكل التنظيمي بالاتحاد) لاستمارة نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري لكرة الطائرة (ن=80)

| م | العبارات | قوة | | ضعف | | الدرجة المتوقعة | الوزن النسبي | م |
|---|---|-------|-------|-------|-------|--------------------|-----------------|--------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | يوجد هيكل تنظيمي للتسويق بالاتحاد | 22.5 | 18 | 77.5 | 62 | 36 | 22.5 | 344.2 |
| 2 | يتضمن الهيكل التنظيمي بالاتحاد هيكل للموجهات. | 21.25 | 17 | 78.75 | 63 | 34 | 21.3 | 346.45 |
| 3 | يأخذ الهيكل التنظيمي الخصال العمل بالاتحاد. | 46.25 | 37 | 53.75 | 43 | 74 | 46.3 | 320.45 |
| 4 | يوجد جهاز إداري للتسويق داخل الاتحاد. | 16.25 | 13 | 83.75 | 67 | 26 | 16.3 | 356.45 |
| 5 | مناسبة الإجراءات الإدارية الخاصة بالتسويق بالاتحاد | 25 | 20 | 75 | 60 | 40 | 25.0 | 340 |
| 6 | وصوح العلاقات بالبيكل الاتحاد. | 77.5 | 62 | 22.5 | 18 | 124 | 77.5 | 344.2 |
| 7 | وصوح السلطة والمسئولية بالبيكل التنظيمي بالاتحاد | 85 | 68 | 15 | 12 | 136 | 85.0 | 359.2 |

يتضح من الجدول السابق (53) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثالث تراوح ما بين (16.3%، 85%).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في نقاط القوة والضعف حيث تراوحت قيمة ك2 ما بين (320.45، 359.2) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (54)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين نقاط القوة والضعف
في المحور الرابع (التمويل) لاستمارة نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري لكرة الطائرة (ن=80)

| م | الممارات | قوة | | ضعف | | الدرجة المقدرة | الوزن النسبي | تأ |
|---|--|-------|-------|-------|-------|-------------------|-----------------|--------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | الإجراءات المالية الخاصة بالتسويق بالاتحاد. | 26.25 | 21 | 73.75 | 59 | 42 | 26.3 | 338.05 |
| 2 | التمويل الذاتي لأنشطة الاتحاد. | 23.75 | 19 | 76.25 | 61 | 38 | 23.8 | 342.05 |
| 3 | الاستراتيجيات والرسوم بالاتحاد. | 88.75 | 71 | 11.25 | 9 | 142 | 88.8 | 368.05 |
| 4 | تسويق مباريات وبطولات الاتحاد. | 13.75 | 11 | 86.25 | 69 | 22 | 13.8 | 362.05 |
| 5 | الدعاية والإعلان لأنشطة الاتحاد. | 12.5 | 10 | 87.5 | 70 | 20 | 12.5 | 365 |
| 6 | الراعى الرسمى لبطولات ومنتخبات الاتحاد. | 15 | 12 | 85 | 68 | 24 | 15.0 | 359.2 |
| 7 | مدى مناسبة مصروفات الاتحاد. | 16.25 | 13 | 83.75 | 67 | 26 | 16.3 | 356.45 |

يتضح من الجدول السابق (54) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الرابع تراوح ما بين (12.5%، 88.8%).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في نقاط القوة والضعف حيث تراوحت قيمة ك2 ما بين (368.05، 338.05) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

ثالثاً- استجابات الحكام:

جدول (55)

الدرجة المتدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين نتائج القوة والضعف في المحور الأول
(الامكانيات المادية) لاستمارة نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري لكرة الطائرة (ن=251)

| ك | الوزن النسبي | الدرجة المتدرة | ضعف | | قوة | | المبشرات | م |
|--------|--------------|----------------|-------|-------|-------|-------|----------|---|
| | | | % | تكرار | % | تكرار | | |
| 1070.3 | 24.3 | 122 | 75.70 | 190 | 24.30 | 61 | 1 | جهازية الصالات المقفلة لممارسة الكرة الطائرة. |
| 1035.6 | 32.3 | 162 | 67.73 | 170 | 32.27 | 81 | 2 | جهازية الملاعب المفتوحة النسبية لممارسة الكرة الطائرة. |
| 1013.6 | 59.8 | 300 | 40.24 | 101 | 59.76 | 150 | 3 | الأدوات والأجهزة الرياضية الخاصة باللعبة. |
| 1051.3 | 28.3 | 142 | 71.71 | 180 | 28.29 | 71 | 4 | تطابق مواصفات الصالات مع المواصفات التي حددها الاتحاد الدولي للعبة. |
| 1146.3 | 12.4 | 62 | 87.65 | 220 | 12.35 | 31 | 5 | مدى جعزية الصالات التي تقام بها البطولات للتسويق. |
| 1092.5 | 79.7 | 400 | 20.32 | 51 | 79.68 | 200 | 6 | اتساع الصالات للجمهور. |
| 1051.3 | 28.3 | 142 | 71.71 | 180 | 28.29 | 71 | 7 | إمكانات الاتحاد المتوفرة لتطوير اللعبة. |

- يتضح من الجدول السابق (55) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الأول تراوح ما بين (12.4/79.7).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في نقاط القوة والضعف حيث تراوحت قيمة ك2 ما بين (1013.6، 1146.3) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (56) الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين نقاط القوة والضعف في المحور الثاني (الامكانيات البشرية) لاستمارة نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=251)

| م | العبارات | قوة | | ضعف | | الدرجة المقدرة | الوزن النسبي | ت |
|----|--|---------|---------|-----|-------|----------------|--------------|--------|
| | | % تكرار | % تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | انخفاض عدد العاملين بالاتحاد لحجم العمل. | 220 | 87.65 | 31 | 12.35 | 440 | 87.6 | 1146.3 |
| 2 | كفاية التخصصين في التسويق بالاتحاد. | 41 | 16.33 | 210 | 83.67 | 82 | 16.3 | 1117.8 |
| 3 | خبرات القائمين على التسويق بالاتحاد. | 71 | 28.29 | 180 | 71.71 | 142 | 28.3 | 1051.3 |
| 4 | عدد العاملين بالاتحاد الحاصلين على مؤهلات عليا. | 200 | 79.68 | 51 | 20.32 | 400 | 79.7 | 1092.5 |
| 5 | عدد العاملين بالاتحاد الحاصلين على مؤهلات متوسطة | 100 | 39.84 | 151 | 60.16 | 200 | 39.8 | 1014.4 |
| 6 | عدد العاملين بالاتحاد الحاصلين على دراسات متخصصة في التسويق. | 51 | 20.32 | 200 | 79.68 | 102 | 20.3 | 1092.5 |
| 7 | الثقافة الرياضية لدى العاملين بالاتحاد. | 151 | 60.16 | 100 | 39.84 | 302 | 60.2 | 1014.4 |
| 8 | وجود إدارة خاصة بالتسويق بالاتحاد. | 51 | 20.32 | 200 | 79.68 | 102 | 20.3 | 1092.5 |
| 9 | عقد برامج تدريبية للعاملين بالاتحاد على التسويق. | 46 | 18.33 | 205 | 81.67 | 92 | 18.3 | 1104.7 |
| 10 | أجور العاملين بالاتحاد. | 190 | 75.70 | 61 | 24.30 | 380 | 75.7 | 1070.3 |
| 11 | حوافز العاملين بالاتحاد. | 180 | 71.71 | 71 | 28.29 | 360 | 71.7 | 1051.3 |
| 12 | مكافآت العاملين بالاتحاد. | 170 | 67.73 | 81 | 32.27 | 340 | 67.7 | 1035.6 |

- اتضح من الجدول السابق (54) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثاني تراوح ما بين (16.3%، 87.6%).

- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في نقاط القوة والضعف حيث تراوحت قيمة كا2 ما بين (1014.4، 1146.3) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (57)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين نقاط القوة والضعف في المحور الثالث (البيكل التنظيمي بالاتحاد) لاستمارة نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=251)

| م | العبارة | قوة | | ضعف | | الورد النسبي | كا2 |
|---|--|-------|-------|-------|-------|--------------|--------|
| | | تكرار | % | تكرار | % | | |
| 1 | يوجد هيكل تنظيمي للتسويق بالاتحاد. | 31 | 12.35 | 220 | 87.65 | 12.4 | 1146.3 |
| 2 | يتضمن البيكل التنظيمي بالاتحاد هيكل لوجستيات. | 71 | 28.29 | 180 | 71.71 | 28.3 | 1051.3 |
| 3 | يناسب البيكل التنظيمي المحال حاجة العمل بالاتحاد. | 101 | 40.24 | 150 | 59.76 | 40.2 | 1013.6 |
| 4 | يوجد جهاز إداري للتسويق داخل الاتحاد. | 41 | 16.33 | 210 | 83.67 | 16.3 | 1117.8 |
| 5 | متناسبة الإجراءات الإدارية الخاصة بالتسويق بالاتحاد. | 81 | 32.27 | 170 | 67.73 | 32.3 | 1035.6 |
| 6 | وضوح العلاقات بالبيكل التنظيمي بالاتحاد. | 220 | 87.65 | 31 | 12.35 | 87.6 | 1146.3 |
| 7 | وضوح السلطة والمسئولية بالبيكل التنظيمي بالاتحاد. | 200 | 79.63 | 51 | 20.32 | 79.7 | 1092.5 |

يتضح من الجدول السابق (57) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثالث تراوح ما بين (12.4، /87.6).

- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في نقاط القوة والضعف حيث تراوحت قيمة كا2 ما بين (1013.6، 1146.3) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (58)

الدرجة المقدره والوزن النسبي ودلالة الفروق بين نقاط القوة والضعف في المحور الرابع
(التمويل) لاستمارة نقاط القوة والضعف لأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=251)

| م | الممارات | قوة | | ضعف | | الدرجة المقدره | الوزن النسبي | كا |
|---|---|-------|-------|-------|-------|----------------|--------------|--------|
| | | تكرار | % | تكرار | % | | | |
| 1 | الإجراءات المالية الخاصة بالتسويق للاتحاد | 71 | 28.29 | 180 | 71.71 | 142 | 28.3 | 1051.3 |
| 2 | التمويل الذاتي لأنشطة الاتحاد | 190 | 75.70 | 61 | 24.30 | 380 | 75.7 | 1070.3 |
| 3 | الإشراكات والرسوم بالاتحاد | 210 | 83.67 | 41 | 16.33 | 420 | 83.7 | 1117.8 |
| 4 | تسويق مباريات وطولات الاتحاد. | 31 | 12.35 | 220 | 87.65 | 62 | 12.4 | 1146.3 |
| 5 | الذهبية والإعلان لأنشطة الاتحاد | 61 | 24.30 | 190 | 75.70 | 122 | 24.3 | 1070.3 |
| 6 | الراعي الرسمي لبطولات ومنتخبات الاتحاد | 71 | 28.29 | 180 | 71.71 | 142 | 28.3 | 1051.3 |
| 7 | مدى مساهمة مصروفات الاتحاد. | 81 | 32.27 | 170 | 67.73 | 162 | 32.3 | 1035.6 |

يتضح من الجدول السابق (58) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الرابع تراوح ما بين (12.4، 83.7٪).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في نقاط القوة والضعف حيث تراوحت قيمة كا ما بين (1035.6، 1146.3) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

واجباً - استجابات اللاعبين:

جدول (59)

الدرجة المقدره والوزن النسبي ودلالة الفروق بين نقاط القوة والضعف في المحور الأول
(الامكانات المادية) لاستمارة نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=375)

| م | المسارات | قوة | | ضعف | | الدرجة المقدره | الوزن النسبي | 2 ك |
|---|---|------|-------|------|-------|----------------|--------------|--------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | جاهزية الصالات المغطاة لممارسة الكرة الطائرة. | 76.5 | 287 | 23.5 | 88 | 574 | 76.5 | 1605.6 |
| 2 | جاهزية الملاعب المفتوحة المناسبة لممارسة الكرة الطائرة. | 66.9 | 251 | 33.1 | 124 | 502 | 66.9 | 1543.0 |
| 3 | الأدوات والأجهزة الرياضية الخاصة باللعبة. | 62.7 | 235 | 37.3 | 140 | 470 | 62.7 | 1524.1 |
| 4 | تطابق مواصفات الصالات مع المواصفات التي حددها الاتحاد الدولي للعبة. | 24.8 | 93 | 75.2 | 282 | 186 | 24.8 | 1595.3 |
| 5 | مدى جاهزية الصالات التي تقام بها البطولات للتسويق. | 18.7 | 70 | 81.3 | 305 | 140 | 18.7 | 1647.3 |
| 6 | اتساع الصالات للجمهور. | 72 | 270 | 28 | 105 | 540 | 72.0 | 1572.6 |
| 7 | إمكانات الاتحاد المتوفرة لتطوير اللعبة. | 26.7 | 100 | 73.3 | 275 | 200 | 26.7 | 1581.7 |

- يتضح من الجدول السابق (59) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الأول تراوح ما بين (18.7%، 76.5%).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في نقاط القوة والضعف حيث تراوحت قيمة ك₂ ما بين (1524.1، 1647.3) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (60)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين نقاط القوة والضعف في المحور الثاني
 (الامكانيات البشرية) لاستمارة نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية
 بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=375)

| م | العبارات | قوة | | ضعف | | الدرجة المقدرة | الوزن النسبي | كا |
|----|--|------|-------|------|-------|----------------|--------------|--------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | كفاية عدد العاملين بالاتحاد لحجم العمل | 77.6 | 291 | 22.4 | 84 | 582 | 77.6 | 1614.3 |
| 2 | كفاية المتخصصين في التسويق بالاتحاد. | 33.3 | 125 | 66.7 | 250 | 250 | 33.3 | 1541.7 |
| 3 | حبرات اشائين على التسويق بالاتحاد. | 22.7 | 85 | 77.3 | 290 | 170 | 22.7 | 1612.1 |
| 4 | عدد العاملين بالاتحاد الحاصلين على مؤهلات عليا | 70.7 | 265 | 29.3 | 110 | 530 | 70.7 | 1564.1 |
| 5 | عدد العاملين بالاتحاد الحاصلين على مؤهلات متوسطة | 30.4 | 114 | 69.6 | 261 | 228 | 30.4 | 1557.6 |
| 6 | عدد العاملين بالاتحاد الحاصلين على دراسات متخصصة في التسويق. | 27.2 | 102 | 72.8 | 273 | 204 | 27.2 | 1578.0 |
| 7 | انشطة الرياصية لدى العاملين بالاتحاد | 72 | 270 | 28 | 105 | 540 | 72.0 | 1572.6 |
| 8 | توجد ادارة خاصة بالتسويق بالاتحاد. | 25.3 | 95 | 74.7 | 280 | 190 | 25.3 | 1591.3 |
| 9 | عقد برامج تدريبية للعاملين بالاتحاد على التسويق. | 19.5 | 73 | 80.5 | 302 | 146 | 19.5 | 1639.8 |
| 10 | أجور العاملين بالاتحاد. | 70.1 | 263 | 29.9 | 112 | 526 | 70.1 | 1560.8 |
| 11 | حوافز العاملين بالاتحاد. | 70.7 | 265 | 29.3 | 110 | 530 | 70.7 | 1564.1 |
| 12 | مكافآت العاملين بالاتحاد. | 68.5 | 257 | 31.5 | 118 | 514 | 68.5 | 1551.5 |

- يتضح من الجدول السابق (60) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثاني تراوح ما بين

(19.5، /77.6).

- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في نقاط القوة والضعف

حيث تراوحت قيمة كا2 ما بين (1541.7، 1639.8) وهي أكبر من قيمتها

الجدولية 8.84.

جدول (61)

الدرجة المقدره والوزن النسبي ودلالة الفروق بين نقاط القوة والضعف في المحور الثالث
(البيكل التنظيمي) لاستمارة نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية

بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=375)

| م | العبارات | قوة | | ضعف | | الدرجة المقدره | الوزن النسبي | كا |
|---|--|------|-------|------|-------|----------------|--------------|--------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | يوجد هيكل تنظيمي للتسويق بالاتحاد | 18.7 | 70 | 81.3 | 305 | 140 | 18.7 | 1647.3 |
| 2 | يتضمن البيكل التنظيمي بالاتحاد هيكل للوحدات. | 22.7 | 85 | 77.3 | 290 | 170 | 22.7 | 1612.1 |
| 3 | يناسب البيكل التنظيمي المجال حدة العمل بالاتحاد. | 50.7 | 190 | 49.3 | 185 | 380 | 50.7 | 1500.1 |
| 4 | يوجد جهاز إداري للتسويق داخل الاتحاد. | 33.3 | 125 | 66.7 | 250 | 250 | 33.3 | 1541.7 |
| 5 | متانة الإجراءات الإدارية الخاصة بالتسويق بالاتحاد. | 29.3 | 110 | 70.7 | 265 | 220 | 29.3 | 1564.1 |
| 6 | وضوح العلاقات بالبيكل التنظيمي بالاتحاد. | 78.7 | 295 | 21.3 | 80 | 590 | 78.7 | 1623.3 |
| 7 | وضوح السلطة والمسئولية بالبيكل التنظيمي بالاتحاد. | 80.5 | 302 | 19.5 | 73 | 604 | 80.5 | 1639.8 |

- يتضح من الجدول السابق (61) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثالث تراوح ما بين (18.7%، 80.5%).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في نقاط القوة والضعف حيث تراوحت قيمة كا2 ما بين (1500.1، 1647.3) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (62)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين نقاط القوة والضعف في المحور الرابع
(التمويل) لاستمارة نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري لكرة الطائرة (ن=375)

| م | العبارات | قوة | | ضعف | | الدرجة للقوة | الوزن النسبي | كأ |
|---|---|------|-------|------|-------|-----------------|-----------------|--------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | الإجراءات المالية الخاصة بالتسويق بالاتحاد. | 30.1 | 113 | 69.9 | 262 | 226 | 30.1 | 1559.2 |
| 2 | التمويل الذاتي لأنشطة الاتحاد. | 33.3 | 125 | 66.7 | 250 | 250 | 33.3 | 1541.7 |
| 3 | الاشتراكات والرسوم بالاتحاد. | 72.8 | 273 | 27.2 | 102 | 546 | 72.8 | 1578.0 |
| 4 | تسويق مباريات وطولات الاتحاد. | 18.4 | 69 | 81.6 | 306 | 138 | 18.4 | 1649.8 |
| 5 | الدعاية والإعلان لأنشطة الاتحاد. | 29.1 | 109 | 70.9 | 266 | 218 | 29.1 | 1565.7 |
| 6 | الراعي الرسمي لبطولات ومتخفات الاتحاد. | 28 | 105 | 72 | 270 | 210 | 28.0 | 1572.6 |
| 7 | مدى متابعة مصروفات الاتحاد. | 25.1 | 94 | 74.9 | 281 | 188 | 25.1 | 1593.3 |

- يتضح من الجدول السابق (62) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الرابع تراوح ما بين (18.4، %/72.8).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في نقاط القوة والضعف حيث تراوحت قيمة كأ ما بين (1541.7، 1649.8) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

خامساً - استجابات المدربين:

جدول (63)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين نقاط القوة والضعف في المحور الأول (الإمكانات المادية) لاستمارة نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصري لكرة الطائرة (ن=270)

| رقم | الممارات | قوة | | ضعف | | الدرجة المقدرة | الوزن النسبي | كا |
|-----|---|------|-------|------|-------|----------------|--------------|--------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | جاهزية الصالات المطاة لممارسة الكرة الطائرة | 74.4 | 201 | 25.6 | 69 | 402 | 74.4 | 1144.5 |
| 2 | جاهزية الملاعب المتوفرة المناسبة لممارسة الكرة الطائرة | 42.6 | 115 | 57.4 | 155 | 230 | 42.6 | 1085.9 |
| 3 | الأدوات والأجهزة الرياضية الخاصة باللعبة. | 33.3 | 90 | 66.7 | 180 | 180 | 33.3 | 1110.0 |
| 4 | تنظيم مواعيد الصالات مع المواصفات التي حددها الاتحاد الدولي للعبة | 24.8 | 67 | 75.2 | 203 | 134 | 24.8 | 1148.5 |
| 5 | مدى جاهزية الصالات التي تقام بها البطولات للتسويق. | 25.9 | 70 | 74.1 | 200 | 140 | 25.9 | 1142.6 |
| 6 | اتساع الصالات للجمهور. | 48.1 | 130 | 51.9 | 140 | 260 | 48.1 | 1080.4 |
| 7 | إمكانات الاتحاد المتوفرة لتطوير اللعبة. | 35.2 | 95 | 64.8 | 175 | 190 | 35.2 | 1103.7 |

- يتضح من الجدول السابق (63) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الأول تراوح ما بين (24.8، 74.4٪).

- هناك فروق دالة إحصائية بين استجابات العينة في نقاط القوة والضعف حيث تراوحت قيمة كا ما بين (1080.4، 1148.5) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (64)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين نقاط القوة والضعف في المحور الثاني
(الامكانات البشرية) لاستمارة نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري لكرة الطائرة (ن=270)

| م | العبارات | قوة | | ضعف | | الدرجة المقدرة | الوزن النسبي | كا |
|----|--|------|-------|------|-------|----------------|--------------|--------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | كفاية عدد العاملين بالاتحاد لحجم العمل. | 66.7 | 180 | 33.3 | 90 | 360 | 66.7 | 1110.0 |
| 2 | كفاية المتخصصين في التسويق بالاتحاد. | 28.1 | 76 | 71.9 | 194 | 152 | 28.1 | 1131.6 |
| 3 | خبرات القضاة على التسويق بالاتحاد. | 32.2 | 87 | 67.8 | 183 | 174 | 32.2 | 1114.1 |
| 4 | عدد العاملين بالاتحاد الحاصلين على مؤهلات عليا. | 70.4 | 190 | 29.6 | 80 | 380 | 70.4 | 1124.8 |
| 5 | عدد العاملين بالاتحاد الحاصلين على مؤهلات متوسطة | 37 | 100 | 63 | 170 | 200 | 37.0 | 1098.1 |
| 6 | عدد العاملين بالاتحاد الحاصلين على دراسات متخصصة في التسويق. | 38.9 | 105 | 61.1 | 165 | 210 | 38.9 | 1093.3 |
| 7 | التفاهة الرياضية لدى العاملين بالاتحاد. | 69.6 | 188 | 30.4 | 82 | 376 | 69.6 | 1121.6 |
| 8 | توجد إدارة خاصة بالتسويق بالاتحاد. | 24.8 | 67 | 75.2 | 203 | 134 | 24.8 | 1148.5 |
| 9 | عقد برامج تدريبية للعاملين بالاتحاد على التسويق. | 25.9 | 70 | 74.1 | 200 | 140 | 25.9 | 1142.6 |
| 10 | أجور العاملين بالاتحاد. | 68.5 | 185 | 31.5 | 85 | 370 | 68.5 | 1117.0 |
| 11 | حوافز العاملين بالاتحاد. | 64.8 | 175 | 35.2 | 95 | 350 | 64.8 | 1103.7 |
| 12 | مكافآت العاملين بالاتحاد. | 66.7 | 180 | 33.3 | 90 | 360 | 66.7 | 1110.0 |

يتضح من الجدول السابق (64) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثاني تراوح ما بين (24.8٪، 70.4٪).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في نقاط القوة والضعف حيث تراوحت قيمة كا ما بين (1148.5، 1093.3) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (65)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين نقاط القوة والضعف في المحور الثالث
(البيكل التنظيمي) لاستمارة نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري لكرة الطائرة (ن=270)

| م | المعارف | قوة | | ضعف | | الدرجة المقدرة | الوزن النسبي | كا |
|---|---|-------|------|-------|------|----------------|--------------|--------|
| | | تكرار | % | تكرار | % | | | |
| 1 | يوجد هيكل تنظيمي للتسويق بالاتحاد. | 90 | 33.3 | 180 | 66.7 | 180 | 33.3 | 1110.0 |
| 2 | يتضمن البيكل التنظيمي بالاتحاد هيكل للوحدات | 110 | 40.7 | 160 | 59.3 | 220 | 40.7 | 1089.3 |
| 3 | يناسب البيكل التنظيمي إلمالي حاجة العمل بالاتحاد. | 190 | 70.4 | 80 | 29.6 | 380 | 70.4 | 1124.8 |
| 4 | يوجد جهاز إداري للتسويق داخل الاتحاد. | 60 | 22.2 | 210 | 77.8 | 120 | 22.2 | 1163.3 |
| 5 | مساهمة الإجراءات الإدارية الخاصة بالتسويق بالاتحاد. | 100 | 37 | 170 | 63 | 200 | 37.0 | 1098.1 |
| 6 | وضوح العلاقات بالبيكل التنظيمي بالاتحاد. | 140 | 51.9 | 130 | 48.1 | 280 | 51.9 | 1080.4 |
| 7 | وضوح السلطة والمسئولية بالبيكل التنظيمي بالاتحاد. | 185 | 68.5 | 85 | 31.5 | 370 | 68.5 | 1117.0 |

يتضح من الجدول السابق (65) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثالث تراوح ما بين (22.2، 70.4)٪.
- هناك فروق دالة إحصائية بين استجابات العينة في نقاط القوة والضعف حيث تراوحت قيمة كا ما بين (1080.4، 1163.3) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (66)

الدرجة المقدره والوزن النسبي ودلالة الفروق بين نقاط القوة والضعف في المحور الرابع
(التمويل) لاستمارة نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصري
للكرة الطائرة (ن=270)

| م | المسارات | قوة | | ضعف | | الدرجة المقدره | الوزن النسبي | كا2 |
|---|---|-------|------|-------|------|----------------|--------------|--------|
| | | تكرار | % | تكرار | % | | | |
| 1 | الإجراءات المالية الخاصة بالتسويق الاتحاد | 73 | 27 | 197 | 73 | 146 | 27.0 | 1136.9 |
| 2 | التمويل الذاتي لأنشطة الاتحاد. | 120 | 44.4 | 150 | 55.6 | 240 | 44.4 | 1083.3 |
| 3 | الإشتراكات والرسوم بالاتحاد. | 194 | 71.9 | 76 | 28.1 | 388 | 71.9 | 1131.6 |
| 4 | تسويق مباريات وبطولات الاتحاد. | 67 | 24.8 | 203 | 75.2 | 134 | 24.8 | 1148.5 |
| 5 | الدعاية والإعلان لأشطة الاتحاد. | 90 | 33.3 | 180 | 66.7 | 180 | 33.3 | 1110.0 |
| 6 | الراعى الرسمى لبطولات ومنتخبات الاتحاد. | 88 | 32.6 | 182 | 67.4 | 176 | 32.6 | 1112.7 |
| 7 | مدى مناسبة مصروفات الاتحاد. | 80 | 29.6 | 190 | 70.4 | 160 | 29.6 | 1124.8 |

- يتضح من الجدول السابق (66) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الرابع تراوح ما بين (24.8٪، 71.9٪).

- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في نقاط القوة والضعف حيث تراوحت قيمة كا2 ما بين (1083.3، 1148.5) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.34.

سادساً - استجابات الخبراء:

جدول (67)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين نقاط القوة والضعف في المحور الأول
(الإمكانات المادية) لاستمارة نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=4)

| م | العبارة | قوة | | ضعف | | الدرجة المقدرة | الوزن النسبي | كا |
|---|--|-----|-------|-----|-------|----------------|--------------|----|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | جاهزية الصالات المغطاة لممارسة الكرة الطائرة. | 75 | 3 | 25 | 1 | 6 | 75.0 | 17 |
| 2 | جاهزية الملاعب المفتوحة النسبية لممارسة الكرة الطائرة. | 25 | 1 | 75 | 3 | 2 | 25.0 | 17 |
| 3 | الأدوات والأجهزة الرياضية الخاصة بالنعبة. | 50 | 2 | 50 | 2 | 4 | 50.0 | 16 |
| 4 | تنطابق مواصفات الصالات مع المواصفات التي حددها الاتحاد الدولي للعبة. | 10 | 4 | 0 | 0 | 8 | 100.0 | 20 |
| 5 | مدى جاهزية الصالات التي تقام بها الطولات للتسويق. | 0 | 0 | 100 | 4 | 0 | 0.0 | 20 |
| 6 | اتساع الصالات للجمهور. | 50 | 2 | 50 | 2 | 4 | 50.0 | 16 |
| 7 | إمكانات الاتحاد المتوفرة لتطوير اللعبة. | 25 | 1 | 75 | 3 | 2 | 25.0 | 17 |

- يتضح من الجدول السابق (67) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الأول تراوح ما بين (0٪، 100٪).

- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في نقاط القوة والضعف

حيث تراوحت قيمة كا ما بين (16، 20) وهي أكبر من قيمتها الجدولية

.8.84

جدول (68)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين نقاط القوة والضعف في المحور الثاني
(الامكانيات البشرية) لاستمارة نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=4)

| م | المبشرات | قوة | | ضعف | | الدرجة المقدرة | الوزن النسبي | كأ |
|----|--|-----|-------|-----|-------|----------------|--------------|----|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | كفاية عدد العاملين بالاتحاد لحجم العمل. | 100 | 4 | 0 | 0 | 8 | 100.0 | 20 |
| 2 | كفاية للتخصصين في التسويق بالاتحاد. | 25 | 1 | 75 | 3 | 2 | 25.0 | 17 |
| 3 | خبرات القائمين على التسويق بالاتحاد. | 25 | 1 | 75 | 3 | 2 | 25.0 | 17 |
| 4 | عدد العاملين بالاتحاد الحاصلين على مؤهلات عليا. | 75 | 3 | 25 | 1 | 6 | 75.0 | 17 |
| 5 | عدد العاملين بالاتحاد الحاصلين على مؤهلات متوسطة | 50 | 2 | 50 | 2 | 4 | 50.0 | 16 |
| 6 | عدد العاملين بالاتحاد الحاصلين على دراسات متخصصة في التسويق. | 25 | 1 | 75 | 3 | 2 | 25.0 | 17 |
| 7 | القائمة الرياضية لدى العاملين بالاتحاد. | 25 | 1 | 75 | 3 | 2 | 25.0 | 17 |
| 8 | توجد إدارة خاصة بالتسويق بالاتحاد. | 0 | 0 | 100 | 4 | 0 | 0.0 | 20 |
| 9 | عقد برامج تدريبية للعاملين بالاتحاد على التسويق. | 25 | 1 | 75 | 3 | 2 | 25.0 | 17 |
| 10 | أجور العاملين بالاتحاد. | 75 | 3 | 25 | 1 | 6 | 75.0 | 17 |
| 11 | حرامر العاملين بالاتحاد. | 75 | 3 | 25 | 1 | 6 | 75.0 | 17 |
| 12 | مكانيات العاملين بالاتحاد. | 50 | 2 | 50 | 2 | 4 | 50.0 | 16 |

- يتضح من الجدول السابق (68) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثاني تراوح ما بين (0/100).

- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في نقاط القوة والضعف حيث تراحت قيمة كأ ما بين (16، 20) وهي أكبر من قيمتها الجدولية

8.84

جدول (69)

الدرجة المقدره والوزن النسبي ودلالة الفروق بين نقاط القوة والضعف في المحور الثالث
(الهيكل التنظيمي) لاستمارة نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري للكورة الطائرة (ن=4)

| ك | الوزن النسبي | الدرجة المقدره | ضعف | | قوة | | العبارات | م |
|----|--------------|----------------|-----|-------|-----|-------|---|---|
| | | | % | تكرار | % | تكرار | | |
| 20 | 0.0 | 0 | 100 | 4 | 0 | 0 | يوجد هيكل تنظيمي للتسويق بالاتحاد. | 1 |
| 17 | 25.0 | 2 | 75 | 3 | 25 | 1 | يتضمن الهيكل التنظيمي بالاتحاد هيكل للروحانيات. | 2 |
| 17 | 25.0 | 2 | 75 | 3 | 25 | 1 | يناسب الهيكل التنظيمي الحالي حاجة العمل بالاتحاد. | 3 |
| 17 | 25.0 | 2 | 75 | 3 | 25 | 1 | يوجد جهاز إداري للتسويق داخل الاتحاد. | 4 |
| 17 | 25.0 | 2 | 75 | 3 | 25 | 1 | مناسبة الإجراءات الإدارية الخاصة بالتسويق بالاتحاد. | 5 |
| 20 | 100.0 | 8 | 0 | 0 | 100 | 4 | وضوح العلاقات بالهيكل التنظيمي بالاتحاد. | 6 |
| 17 | 75.0 | 6 | 25 | 1 | 75 | 3 | وضوح السلطة والمسئولية بالهيكل التنظيمي بالاتحاد. | 7 |

يتضح من الجدول السابق (69) ما يلي :

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثالث تراوح ما بين (0%، 100%).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في نقاط القوة والضعف حيث تراوحت قيمة ك2 ما بين (17، 20) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (70)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين نقاط القوة والضعف في المحور الرابع
(التمويل) لاستمارة نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري لكرة الطائرة (ن=4)

| م | المسرات | قوة | | ضعف | | الدرجة المقدرة | الوزن النسبي | كا |
|---|---|-----|-------|-----|-------|-------------------|-----------------|----|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | الإجراءات المالية الخاصة بالتسويق بالاتحاد. | 25 | 1 | 75 | 3 | 2 | 25.0 | 17 |
| 2 | التمويل الذاتي لأنشطة الاتحاد. | 25 | 1 | 75 | 3 | 2 | 25.0 | 17 |
| 3 | الاشتراكات والرسوم بالاتحاد. | 100 | 4 | 0 | 0 | 8 | 100.0 | 20 |
| 4 | تسويق مباريات وبطولات الاتحاد. | 25 | 1 | 75 | 3 | 2 | 25.0 | 17 |
| 5 | الدعاية والإعلان لأنشطة الاتحاد. | 50 | 2 | 50 | 2 | 4 | 50.0 | 16 |
| 6 | الراعى الرسمى لبطولات ومنتخبات الاتحاد. | 0 | 0 | 100 | 4 | 0 | 0.0 | 20 |
| 7 | مدى ماسبة مصروفات الاتحاد. | 50 | 2 | 50 | 2 | 4 | 50.0 | 16 |

يتضح من الجدول السابق (70) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الرابع تراوح ما بين (0%، 100%) .
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في نقاط القوة والضعف حيث تراوحت قيمة كا ما بين (16، 20) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

سابعاً - استجابات العينة ومجمعة:

جدول (71)

الدرجة المقدره والوزن النسبي ودلالة الفروق بين نقاط القوة والضعف في المحور الأول
(الامكانات المادية) لاستمارة نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=988)

| م | العبارات | قوة | | ضعف | | الدرجة المقدره | الوزن النسبي | تأ |
|---|---|-------|-------|-------|-------|----------------|--------------|--------|
| | | تكرار | % | تكرار | % | | | |
| 1 | جاهزية الصالات المطاة لممارسة الكرة الطائرة | 628 | 63.56 | 360 | 36.44 | 1256 | 63.6 | 4024.7 |
| 2 | جاهزية الملاعب المتروحة المناسبة لممارسة الكرة الطائرة | 521 | 52.73 | 467 | 47.27 | 1042 | 52.7 | 3955.0 |
| 3 | الأدوات والأجهزة الرياضية الخاصة باللعبه. | 543 | 54.96 | 445 | 45.04 | 1086 | 55.0 | 3961.7 |
| 4 | تنطبق مواصفات الصالات مع المواصفات التي حددها الاتحاد الدولي للعبه. | 297 | 30.06 | 691 | 69.94 | 594 | 30.1 | 4109.1 |
| 5 | مدنى جاهزية الصالات التي تقام بها الطولات للتسويق. | 187 | 18.93 | 801 | 81.07 | 374 | 18.9 | 4333.6 |
| 6 | اتساع الصالات للجمهور. | 655 | 66.30 | 333 | 33.70 | 1310 | 66.3 | 4056.9 |
| 7 | إمكانات الاتحاد التوفره لتطوير اللعبة | 241 | 24.39 | 747 | 75.61 | 482 | 24.4 | 4211.1 |

يتصح من الجدول السابق (71) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الأول تراوح ما بين (18.9%، 66.3%).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في نقاط القوة والضعف حيث تراوحت قيمة كالم ما بين (3955، 4333.6) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (72)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين نقاط القوة والضعف في المحور الثاني
 (الامكانيات البشرية) لاستمارة نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية
 بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=988)

| م | الممارات | قوة | | ضعف | | الدرجة المقدرة | الوزن النسبي | تكاثر |
|----|--|-------|-------|-------|-------|----------------|--------------|--------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | كفاية عدد العاملين بالاتحاد لحجم العمل. | 77.53 | 766 | 22.47 | 222 | 1532 | 77.5 | 4251.5 |
| 2 | كفاية التخصيص في التسويق بالاتحاد. | 27.33 | 270 | 72.67 | 718 | 540 | 27.3 | 4155.1 |
| 3 | خبرات الفائزين على التسويق بالاتحاد. | 27.23 | 269 | 72.77 | 719 | 538 | 27.2 | 4157.0 |
| 4 | عدد العاملين بالاتحاد الحاصلين على مؤهلات عليا. | 73.18 | 723 | 26.82 | 265 | 1446 | 73.2 | 4164.3 |
| 5 | عدد العاملين بالاتحاد الحاصلين على مؤهلات متوسطة | 36.94 | 365 | 63.06 | 623 | 730 | 36.9 | 4019.4 |
| 6 | عدد العاملين بالاتحاد الحاصلين على دراسات متخصصة في التسويق. | 27.53 | 272 | 72.47 | 716 | 544 | 27.5 | 4151.5 |
| 7 | القائمة الرياضية لدى العاملين بالاتحاد. | 68.32 | 675 | 31.68 | 313 | 1350 | 68.3 | 4084.6 |
| 8 | نوجود إدارة خاصة بالتسويق بالاتحاد. | 23.48 | 232 | 76.52 | 756 | 464 | 23.5 | 4229.9 |
| 9 | عند برامج تدريبية للعاملين بالاتحاد على التسويق. | 20.85 | 206 | 79.15 | 782 | 412 | 20.9 | 4287.8 |
| 10 | أجور العاملين بالاتحاد | 70.45 | 696 | 29.55 | 292 | 1392 | 70.4 | 4117.2 |
| 11 | حوافز العاملين بالاتحاد. | 69.13 | 683 | 30.87 | 305 | 1366 | 69.1 | 4096.6 |
| 12 | مكافآت العاملين بالاتحاد | 68.22 | 674 | 31.78 | 314 | 1348 | 68.2 | 4083.2 |

يتضح من الجدول السابق (72) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثاني تراوح ما بين (20.9%، 77.5%).

- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في نقاط القوة والضعف حيث تراوحت قيمة كا² ما بين (4019.4، 4287.8) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (73)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين نقاط القوة والضعف في المحور الثالث (البيكل التنظيمي) لاستمارة نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=988)

| م | العبارات | قوة | | ضعف | | الدرجة المقدرة | الوزن النسبي | كا ² |
|---|---|-------|-------|-------|-------|----------------|--------------|-----------------|
| | | تكرار | % | تكرار | % | | | |
| 1 | يوجد هيكل تنظيمي للتسويق بالاتحاد. | 211 | 21.36 | 777 | 78.64 | 422 | 21.4 | 4276.2 |
| 2 | يتضمن الهيكل التنظيمي بالاتحاد هيكل للوجستيات. | 285 | 28.85 | 703 | 71.15 | 570 | 28.8 | 4128.8 |
| 3 | يناسب الهيكل التنظيمي الحالي حاجة العمل بالاتحاد. | 522 | 52.83 | 466 | 47.17 | 1044 | 52.8 | 3955.2 |
| 4 | يوجد جهاز إداري للتسويق داخل الاتحاد. | 242 | 24.49 | 746 | 75.51 | 484 | 24.5 | 4209.1 |
| 5 | مناسبة الإجراءات الإدارية الخاصة بالتسويق بالاتحاد. | 315 | 31.88 | 673 | 68.12 | 630 | 31.9 | 4081.7 |
| 6 | وضوح العلاقات بالهيكل التنظيمي بالاتحاد. | 728 | 73.68 | 260 | 26.32 | 1456 | 73.7 | 4173.7 |
| 7 | وضوح السلطة والمسئولية بالهيكل التنظيمي بالاتحاد. | 763 | 77.23 | 225 | 22.77 | 1526 | 77.2 | 4245.0 |

- يتضح من الجدول السابق (73) ما يلي:
- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثالث تراوح ما بين (21.4٪، 77.2٪).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في نقاط القوة والضعف حيث تراوحت قيمة كا2 ما بين (3955.2، 4276.2) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (74)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين نقاط القوة والضعف في المحور الرابع (التمويل) لاستمارة نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=988)

| م | العبارات | قوة | | ضعف | | الدرجة المقدرة | الوزن النسبي | كا2 |
|---|---|-------|-------|-------|-------|----------------|--------------|--------|
| | | تكرار | % | تكرار | % | | | |
| 1 | الإجراءات المالية الخاصة بالتسويق بالاتحاد. | 282 | 28.54 | 706 | 71.46 | 564 | 28.5 | 4134.0 |
| 2 | التمويل الذاتي لأنشطة الاتحاد. | 457 | 46.26 | 531 | 53.74 | 914 | 46.3 | 3957.5 |
| 3 | الاشتراكات والرسوم بالاتحاد. | 759 | 76.82 | 229 | 23.18 | 1518 | 76.8 | 4236.3 |
| 4 | تسويق مباريات وبطولات الاتحاد. | 181 | 18.32 | 807 | 81.68 | 362 | 18.3 | 4348.6 |
| 5 | الدعاية والإعلان لأنشطة الاتحاد. | 275 | 27.83 | 713 | 72.17 | 550 | 27.8 | 4146.2 |
| 6 | الراعى الرسمى لبطولات ومنتخبات الاتحاد. | 277 | 28.04 | 711 | 71.96 | 554 | 28.0 | 4142.6 |
| 7 | مدى مناسبة مصروفات الاتحاد. | 273 | 27.63 | 715 | 72.37 | 546 | 27.6 | 4149.7 |

- يتضح من الجدول السابق (74) ما يلي:
- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الرابع تراوح ما بين (18.3٪، 76.8٪).

- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في نقاط القوة والضعف حيث تراوحت قيمة كا² ما بين (3957.5، 4348.6) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

نتائج الجداول من رقم (47) إلى رقم (74) توضح نقاط القوة والضعف (تحليل البيئة الداخلية) للأنشطة اللوحسية التسويقية بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (تحليل Swot).

- بدراسة الجداول أرقام (47، 51، 55، 59، 63، 67) بالنسبة لمحور (الإمكانات المادية) وجد أن أعضاء مجلس إدارة الاتحاد يجدون أن العبارة رقم (1) والتي تنص على (جاهزية الصالات المغطاة لممارسة الكرة الطائرة) تمثل أكثر النقاط قوة بنسبة 87.5٪، ويتفق معهم مجالس إدارات الأفرع بنسبة 86.25٪، ويتفق معهم اللاعبين بنسبة 86.5٪، وكذلك المدربين بنسبة 74.4٪.

بينما يجد أعضاء مجلس الإدارة بالنسبة لمحور (الإمكانات المادية) أن العبارة رقم (5) لا تمثل أكثر النقاط ضعفاً، والتي تنص على (مدى جاهزية الصالات التي تقام بها البطولات للتسويق) بنسبة 87.5٪، ويتفق معهم الحكام بنسبة 87.65٪، ويتفق معهم اللاعبين بنسبة 81.3٪، وكذلك الخبراء بنسبة 100٪.

بينما يجد أعضاء مجالس الأفرع بالنسبة لمحور الإمكانات المادية أن العبارة رقم (7) تمثل أكثر النقاط ضعفاً والتي تنص على (تتطابق مواصفات الصالات مع المواصفات التي حددها الاتحاد الدولي للعبة) بنسبة 75.2٪، ويختلف معهم الخبراء باعتبارها من أكثر النقاط قوة بنسبة 100٪ بينما يجد الحكام أن العبارة رقم (6) تمثل أكثر النقاط قوة والتي تنص على (اتساع الصالات لجمهور) بنسبة 79.68٪.

إن حرص الاتحاد عند اختيار الصالات التي تقام عليها البطولات أن تكون تابعة للشباب والرياضية أو الجامعات الحكومية بالمحافظة لمناسبتها لممارسة اللعبة.

إن عدم جاهزية الصالات للتسويق، حيث إن ذلك مسئولية الراعى الرسمى لبطولات الاتحاد وفرقه. أيضاً يعزو الدارس ضعف إمكانات الاتحاد للتطوير إلى ضعف الدعم المقدم من الدولة، وكذلك عدم وجود راعى رسمى لبطولات وفرق الاتحاد، وعدم وجود خطط تسويقية خاصة بالاتحاد.

إن عدم تطابق مواصفات الصالات مع مواصفات الاتحاد الدولى، حيث إن الاتحاد الدولى له مواصفات خاصة بالإضاءة أو ارتفاع سقف الصالات، وذلك لا يتوفر فى معظم الصالات التى يستخدمها الاتحاد.

- ويدراسة الجداول أرقام (48، 52، 56، 60، 64، 68) بالنسبة لحدود (الإمكانات البشرية) وجدت أن أعضاء مجلس إدارة الاتحاد يجدون أن العبارة رقم (1) والتي تنص على (كفاية عدد العاملين بالاتحاد لحجم العمل) تمثل أكثر النقاط قوة بنسبة 87.5٪، ويتفق معهم مجالس إدارات الأفرع بنسبة 80٪، ويتفق معهم الحكام بنسبة 87.65٪، ويتفق معهم اللاعبين بنسبة 77.6٪، وكذلك الخبراء بنسبة 100٪.

بينما يجد أعضاء مجلس الإدارة أن العبارة رقم (9) والتي تنص على (عقد برامج تدريبية للعاملين بالاتحاد على التسويق) تمثل أكثر النقاط ضعفاً بنسبة 87.5٪، ويتفق معهم اللاعبين بنسبة 80.5٪.

بينما يجد أعضاء مجالس أن العبارة رقم (6) والتي تنص على (عدد العاملين بالاتحاد الحاصلين على دراسات متخصصة فى التسويق) تمثل أكثر النقاط ضعفاً بنسبة 86.5٪، بينما يجد الحكام أن العبارة رقم (2) والتي

تنص على (كفاية المتخصصين فى التسويق بالاتحاد) تمثل أكثر النقاط ضعفاً بنسبة 83.67٪.

بينما يجد المدربين أن العبارة رقم (4) والتي تنص على (عدد العاملين بالاتحاد الحاصلين على مؤهلات عليا) تمثل أكثر النقاط قوة بنسبة 70.4٪، وأن العبارة رقم (8) والتي تنص على (توجد إدارة خاصة بالتسويق بالاتحاد) تمثل أكثر النقاط ضعفاً بنسبة 75.2٪، ويتفق معهم الخبراء بنسبة 100٪. إن تـرابط نقاط الضعف التالية رهمى:

1- عقد برامج تدريبية للعاملين بالاتحاد على التسويق.

2- عدد العاملين بالاتحاد الحاصلين على دراسات متخصصة فى التسويق.

3- كفاية المتخصصين فى التسويق بالاتحاد.

4- توجد إدارة خاصة بالتسويق بالاتحاد.

إلى أن الاتحاد كونه لا يمتلك إدارة تسويقية، ليس لديه رؤية تسويقية واضحة ولا يسعى إلى عقد برامج تدريبية أو تشغيل المتخصصين فى التسويق للاستفادة بهم. ولا يسعى إلى تغيير أو تطوير الوضع القائم حالياً.

- ودراسة الجداول أرقام (49، 53، 57، 61، 65، 69) بالنسبة لمحور (الهيكل التنظيمى) وجد الدارس أن أعضاء مجلس إدارة الاتحاد يجدون أن العبارة رقم (6) والتي تنص على (وضوح العلاقات بالهيكل التنظيمى بالاتحاد) تمثل أكثر النقاط قوة بنسبة 87.5٪، ويتفق معهم الحكام بنسبة 87.65٪، وكذلك الخبراء بنسبة 100٪.

بينما يجد أعضاء مجلس الإدارة بالنسبة لمحور (الإمكانات المادية) أن العبارة رقم (5) لا تمثل أكثر النقاط ضعفاً، وأن العبارة رقم (2) والتي تنص على (يتضمن الهيكل التنظيمى بالاتحاد هيكل للوجستيات) تمثل أكثر النقاط ضعفاً بنسبة 87.5٪.

بينما يجد أعضاء مجالس الأفرع أن العبارة رقم (7) والتي تنص على (وضوح السلطة والمسئولية بالهيكل التنظيمى بالاتحاد) تمثل أكثر النقاط قوة بنسبة 85٪، ويتفق معهم اللاعبون بنسبة 80.5٪. وأن العبارة رقم (4) والتي تنص على (يوجد جهاز إدارى للتسويق داخل الاتحاد) أكثر النقاط ضعفاً بنسبة 83.75٪، ويتفق معهم المدربين بنسبة 77.8٪.

بينما يجد الحكام أن العبارة رقم (1) والتي تنص على (يوجد هيكل تنظيمى للتسويق بالاتحاد) أكثر النقاط ضعفاً بنسبة 87.65٪، ويتفق معهم اللاعبين بنسبة 81.3٪، وكذلك الخبراء بنسبة 100٪.

فى حين يجد المدربين أن العبارة رقم (3) والتي تنص على (يناسب الهيكل التنظيمى الحالى حاجة العمل بالاتحاد) أكثر النقاط قوة بنسبة 70.4٪. ويتضح مما سبق أن نقاط القوة تتركز فى وروح العلاقات بما فيها السلطة والمسئولية وتناسبها مع حاجة العمل، وذلك واضح فى أى من الهياكل التنظيمية بالمؤسسات، وتتركز نقاط الضعف فى عدم وجود هيكل للوجستيات، وكذلك عدم وجود جهاز إدارى للتسويق. وعدم وجود هيكل تنظيمى للتسويق يعزوه الدارس إلى عدم وجود رؤية واضحة للاتحاد لتطوير منظومة التسويق بالاتحاد.

- وبدراسة الجداول أرقام (50، 54، 58، 62، 66، 70) بالنسبة لمحور التمويل، وجد أن أعضاء مجلس الإدارة يجدون أن العبارة رقم (3) والتي تنص على (الاشتراكات والرسوم بالاتحاد) هى أكثر النقاط قوة بنسبة 87.5٪، ويتفق معهم أعضاء مجالس الأفرع بنسبة 88.75٪، ويتفق معهم الحكام بنسبة 83.67٪، ويتفق معهم المدربين بنسبة 71.9٪، ويتفق معهم اللاعبين بنسبة 72.8٪، وكذلك الخبراء بنسبة 100٪. وأن العبارة رقم (6)

والتي تنص على (الراعى الرسمى لبطولات ومنتخبات الاتحاد) هى أكثر النقاط ضعفاً بنسبة 87.5٪، ويتفق معهم أيضاً الخبراء بنسبة 100٪. بينما يجد أعضاء محالس الأفرع أن العبارة رقم (5) والتي تنص على (الدعاية والإعلان لأنشطة الاتحاد) هى أكثر النقاط ضعفاً بنسبة 87.5٪: فى حين يجد الحكام أن العبارة رقم (4) والتي تنص على (تسويق مباريات وبطولات الاتحاد) هى أكثر النقاط ضعفاً بنسبة 87.5٪، ويتفق معهم المدربين بنسبة 75.2٪، وكذلك اللاعبين بنسبة 81.6٪. ويختلف ذلك مع ما توصلت إليه منال على محمود (2009) (56) أن قلة عدد مسددى رسوم الاشتراك بما لا يعود بالفائدة المادية على الاتحادات الرياضية. ويتفق ذلك مع ما توصلت إليه منال على محمود (2009) (56) أن قلة تشفير المباريات الخارجية بالاتحاد يؤدي إلى عدم زيادة العائد المادى الناتج من التسويق، وتوصلت أيضاً إلى أن اللوائح المالية الحالية للاتحاد لا تتناسب مع المتغيرات العالمية فى التسويق والاستثمار.

التساؤل الثالث:

ما هي الفرص والتهديدات لأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصري لكرة الطائرة؟
أولاً- استجابات مجلس الإدارة:

جدول (75) الدرجة المقدره والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الأول(العوامل السياسية) لاستمارة الفرص والتهديدات لأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصري لكرة الطائرة (ن=8)

| م | العبارات | الفرص | | التهديدات | | الدرجة المقدره | الوزن النسبي | كا2 |
|---|---|-------|-------|-----------|-------|----------------|--------------|------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | توجد فاعية بالدور المهم للوجستيات التسويق كأحد عوامل النهوض بالتسويق الرياضي. | 37.5 | 3 | 62.5 | 5 | 6 | 37.5 | 32.5 |
| 2 | تدعم القيادة السياسية المظومة الرياضية بشكل عام والاتحاد شكلي خاص. | 62.5 | 5 | 37.5 | 3 | 10 | 62.5 | 32.5 |
| 3 | يتم وضع الرياضة ضمن محط التنمية الاستثمارية بالدولة. | 62.5 | 5 | 37.5 | 3 | 10 | 62.5 | 32.5 |
| 4 | إنشاء العديد من المنشآت الرياضية ضمن التوجه العام للدولة. | 75 | 6 | 25 | 2 | 12 | 75.0 | 34 |
| 5 | تأثير الأزمة الاقتصادية الحالية التي تمر بها مصر. | 12.5 | 1 | 87.5 | 7 | 2 | 12.5 | 36.5 |
| 6 | مناسبة الدعم الحكومي الحالي للرياضة. | 37.5 | 3 | 62.5 | 5 | 6 | 37.5 | 32.5 |
| 7 | توقف النشاط الرياضي. | 25 | 2 | 75 | 6 | 4 | 25.0 | 34 |
| 8 | الانفلات الأمني في مصر. | 37.5 | 3 | 62.5 | 5 | 6 | 37.5 | 32.5 |

يتضح من الجدول السابق (75) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الأول تراوح ما بين (12.5، 75).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة كا2 ما بين (32.5، 36.5) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (76)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الثاني
(العوامل الثقافية الاجتماعية) لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصرى للكرة الطائرة (ن=8)

| م | العبارات | الفرص | | التهديدات | | الدرجة المقدرة | الوزن النسبي | كا |
|---|---|-------|-------|-----------|-------|-------------------|-----------------|------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | وعى العاملين بالاتحاد بأهمية الأنشطة اللوجستية التسويقية. | 37.5 | 3 | 62.5 | 5 | 6 | 37.5 | 32.5 |
| 2 | قناعة مجلس إدارة الاتحاد بأهمية الأنشطة اللوجستية التسويقية. | 75 | 6 | 25 | 2 | 12 | 75.0 | 34 |
| 3 | يوجد وعى بأهمية الأنشطة اللوجستية التسويقية كمدخل لتحقيق التمويل الذاتى بالاتحاد. | 37.5 | 3 | 62.5 | 5 | 6 | 37.5 | 32.5 |
| 4 | المستوى التعليمى العاملين بالاتحاد. | 62.5 | 5 | 37.5 | 3 | 10 | 62.5 | 32.5 |
| 5 | وعى العاملين بأفزع الاتحاد بأهمية لوجستيات التسويق. | 12.5 | 1 | 87.5 | 7 | 2 | 12.5 | 36.5 |
| 6 | انتشار لوجستيات التسويق فى المؤسسات الرياضية. | 37.5 | 3 | 62.5 | 5 | 6 | 37.5 | 32.5 |

- يتضح من الجدول السابق (76) ما يلى:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثاني تراوح ما بين (12.5، 75).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة كا2 ما بين (32.5، 36.5) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (77)

الدرجة المقدره والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الثالث
(العوامل التكنولوجية) لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصرى للكرة الطائرة (ن=8)

| م | العبارات | الفرص | | التهديدات | | الدرجة المقدره | الوزن النسبي | كا |
|---|---|-------|-------|-----------|-------|----------------|--------------|------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | يعمل موقع خاص بالاتحاد على نشر نشاط وأهداف الاتحاد. | 75 | 6 | 25 | 2 | 12 | 75.0 | 34 |
| 2 | يتم تسويق المباريات والبطولات من خلال الانترنت. | 12.5 | 1 | 87.5 | 7 | 2 | 12.5 | 36.5 |
| 3 | التعامل مع العملاء والمستفيدين والبيئات والموردين من خلال الانترنت. | 50 | 4 | 50 | 4 | 8 | 50.0 | 32 |
| 4 | التطور التكنولوجى بالاتحاد. | 37.5 | 3 | 62.5 | 5 | 6 | 37.5 | 32.5 |
| 5 | المعطيات القضاية وتأثيرها على تسويق المباريات. | 87.5 | 7 | 12.5 | 1 | 14 | 87.5 | 36.5 |
| 6 | وجود قاعدة بيانات للمستفيدين والعملاء بالاتحاد. | 62.5 | 5 | 37.5 | 3 | 10 | 62.5 | 32.5 |
| 7 | وسائل الاتصال الحديثة هى أداء الربط بين الاتحاد وفروعه. | 50 | 4 | 50 | 4 | 8 | 50.0 | 32 |

- يتضح من الجدول السابق (77) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثالث تراوح ما بين (12.5، 87.5٪).

- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة كا2 ما بين (32، 36.5) وهى أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (78)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الرابع
(العوامل الطبيعية) لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري لكرة الطائرة (ن=8)

| م | العبارات | الفرص | | التهديدات | | الدرجة المقدرة | الوزن النسبي | كا |
|---|--|-------|-------|-----------|-------|----------------|--------------|------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | اعتدال درجات الحرارة لمتنرات طويلة من العام. | 62.5 | 5 | 37.5 | 3 | 10 | 62.5 | 32.5 |
| 2 | كثرة المدن الشاطئية السياحية. | 87.5 | 7 | 12.5 | 1 | 14 | 87.5 | 36.5 |
| 3 | إقامة بطولات الاتحاد فى مواقع مميزة حفرافيا. | 75 | 6 | 25 | 2 | 12 | 75.0 | 34 |
| 4 | إقامة بطولات الاتحاد فى مواقع بعيدة عن التلوث. | 25 | 2 | 75 | 6 | 4 | 25.0 | 34 |
| 5 | طبيعة الأراضى بشكل عام (التضاريس) داخل مصر. | 62.5 | 5 | 37.5 | 3 | 10 | 62.5 | 32.5 |
| 6 | الموقع الجغرافى المميز لمصر. | 75 | 6 | 25 | 2 | 12 | 75.0 | 34 |

- يتضح من الجدول السابق (78) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الرابع تراوح ما بين (25٪، 87.5٪).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة كا2 ما بين (32.5، 36.5) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (79)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الخامس
(الجوانب القانونية) لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=8)

| م | العبارات | الفرص | | التهديدات | | الدرجة المقدرة | الوزن النسبي | كا |
|---|---|-------|------|-----------|------|-------------------|-----------------|------|
| | | تكرار | % | تكرار | % | | | |
| 1 | القوانين والتشريعات المنظمة للتسويق الرياضي بالاتحادات. | 3 | 37.5 | 5 | 62.5 | 6 | 37.5 | 32.5 |
| 2 | استقرار ووضع قوانين التسويق الرياضي. | 7 | 87.5 | 1 | 12.5 | 14 | 87.5 | 36.5 |
| 3 | الموائع المرتبطة بالتسويق بالاتحاد المصري للكرة الطائرة. | 3 | 37.5 | 5 | 62.5 | 6 | 37.5 | 32.5 |
| 4 | قانون الضرائب والجمارك المرتبط بالتسويق الرياضي. | 2 | 25 | 6 | 75 | 4 | 25.0 | 34 |
| 5 | الإعفاءات الضريبية عند التسويق الرياضي. | 1 | 12.5 | 7 | 87.5 | 2 | 12.5 | 36.5 |

- يتضح من الجدول السابق (79) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الخامس تراوح ما بين (12.5، 87.5٪).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة كا2 ما بين (32.5، 36.5) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

ثانياً- استجابات مجالس إدارات الأفرع:

جدول (80)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الأول
(العوامل السياسية) لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=80)

| م | العبارات | الفرص | | التهديدات | | الدرجة المقدرة | الوزن النسبي | كا |
|---|--|-------|-------|-----------|-------|----------------|--------------|-------|
| | | تكرار | % | تكرار | % | | | |
| 1 | توحيد قناعة بالدور المهم للوجستيات التسويق كأحد عوامل النهوض بالتسويق الرياضي. | 50 | 62.5 | 30 | 37.5 | 100 | 62.5 | 325.0 |
| 2 | تدعم القيادة السياسية المنظومة الرياضية بشكل عام والاتحاد بشكل خاص. | 51 | 63.75 | 29 | 36.25 | 102 | 63.8 | 326.1 |
| 3 | يتم وضع الرياضة ضمن مخطط التنمية الاستثمارية بالدولة | 61 | 76.25 | 19 | 23.75 | 122 | 76.3 | 342.1 |
| 4 | إنشاء العديد من المنشآت الرياضية ضمن التوجه العام للدولة. | 69 | 86.25 | 11 | 13.75 | 138 | 86.3 | 362.1 |
| 5 | تأثير الأزمة الاقتصادية الحالية التي تمر بها مصر. | 65 | 81.25 | 15 | 18.75 | 130 | 81.3 | 351.3 |
| 6 | مناسبة الدعم الحكومي الحالي للرياضة. | 9 | 11.25 | 71 | 88.75 | 18 | 11.3 | 368.1 |
| 7 | توقف النشاط الرياضي. | 15 | 18.75 | 65 | 81.25 | 30 | 18.8 | 351.3 |
| 8 | الانفلات الأمني في مصر. | 14 | 17.5 | 66 | 82.5 | 28 | 17.5 | 353.8 |

- يتضح من الجدول السابق (80) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الأول تراوح ما بين
(11.3%، 86.3%) .

- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات
حيث تراوحت قيمة كا2 ما بين (325، 368.1) وهي أكبر من قيمتها
الجدولية 8.84.

جدول (81)

الدرجة المتدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الثاني
(العوامل الثقافية والاجتماعية) لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري لكرة الطائرة (ن=80)

| م | العبارات | الفرص | | التهديدات | | الدرجة المتدرة | الوزن النسبي | ت |
|---|--|-------|-------|-----------|-------|-------------------|-----------------|-------|
| | | تكرار | % | تكرار | % | | | |
| 1 | وعى العاملين بالاتحاد بأهمية الأنشطة الترويجية التسويقية | 31 | 38.75 | 49 | 61.25 | 62 | 38.8 | 324.1 |
| 2 | قاعة مجلس إدارة الاتحاد بأهمية الأنشطة الترويجية التسويقية | 25 | 31.25 | 55 | 68.75 | 50 | 31.3 | 331.3 |
| 3 | يوجد وعى أعمق الأنشطة الترويجية التسويقية كمدخل لتعريف الجمهور الذاتي بالاتحاد | 16 | 20 | 64 | 80 | 32 | 20.0 | 348.8 |
| 4 | المستوى التعليمي للعاملين بالاتحاد. | 71 | 88.75 | 9 | 11.25 | 142 | 88.8 | 368.1 |
| 5 | وعى العاملين بأهمية لوجستيات التسويق. | 11 | 13.75 | 69 | 86.25 | 22 | 13.8 | 362.1 |
| 6 | انتشار لوجستيات التسويق في المؤسسات الرياضية. | 15 | 18.75 | 65 | 81.25 | 30 | 18.8 | 351.3 |

- يتضح من الجدول السابق (81) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثاني تراوح ما بين (13.8%، 88.8%).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة ك2 ما بين (324.1، 368.1) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (82)

الدرجة المقدره والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الثالث
(العوامل التكنولوجية) لاستمارة الفرص والتهديدات لأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=80)

| م | العبارات | الفرص | | التهديدات | | الدرجة المقدره | الوزن النسبي | كا2 |
|---|---|-------|-------|-----------|-------|----------------|--------------|-------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | يعمل موقع خاص بالاتحاد على نشر نشاط وأهداف الاتحاد. | 56.25 | 45 | 43.75 | 35 | 90 | 56.3 | 321.3 |
| 2 | يتم تسويق المباريات والبطولات من خلال الانترنت. | 13.75 | 11 | 86.25 | 69 | 22 | 13.8 | 362.1 |
| 3 | التعامل مع العملاء والمستفيدين والبيئات والموردين من خلال الانترنت. | 22.5 | 18 | 77.5 | 62 | 36 | 22.5 | 344.2 |
| 4 | التطور التكنولوجي بالاتحاد. | 26.25 | 21 | 73.75 | 59 | 42 | 26.3 | 338.1 |
| 5 | المحطات الفعالية وتأثيرها على تسويق المباريات. | 85 | 68 | 15 | 12 | 136 | 85.0 | 359.2 |
| 6 | وجود قاعدة بيانات للمستفيدين والعملاء بالاتحاد. | 78.75 | 63 | 21.25 | 17 | 126 | 78.8 | 346.5 |
| 7 | وسائل الاتصال الحديثة هي أداء الربط بين الاتحاد وفروعه. | 68.75 | 55 | 31.25 | 25 | 110 | 68.8 | 331.3 |

- يتضح من الجدول السابق (82) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثالث تراوح ما بين (13.8%، 85%).

- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة كا2 ما بين (321.3، 362.1) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (83)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الرابع
(العوامل الطبيعية) لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=80)

| م | العبارات | الفرص | | التهديدات | | الدرجة المقدرة | الوزن النسبي | كا |
|---|--|-------|-------|-----------|-------|-------------------|-----------------|-------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | اعتدال درجات اخواراة لفتحات طويلة من العام. | 85 | 68 | 15 | 12 | 136 | 85.0 | 359.2 |
| 2 | كثرة المدن الشاطئية السياحية. | 90 | 72 | 10 | 8 | 144 | 90.0 | 371.2 |
| 3 | إقامة بطولات الأتحاد في مواقع مميزة جغرافياً. | 81.25 | 65 | 18.75 | 15 | 130 | 81.3 | 351.3 |
| 4 | إقامة بطولات الأتحاد في مواقع بعيدة عن التلوث. | 11.25 | 9 | 88.75 | 71 | 18 | 11.3 | 368.1 |
| 5 | طبيعة الأراضى بشكل عام (النضاريس) داخل مصر. | 80 | 64 | 20 | 16 | 128 | 80.0 | 348.8 |
| 6 | الموقع الجغرافى المميز لمصر. | 82.5 | 66 | 17.5 | 14 | 132 | 82.5 | 353.8 |

- يتضح من الجدول السابق (83) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الرابع تراوح ما بين (11.3، 90٪).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة كا ما بين (371.2، 348.8) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (84)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الخامس
 (الجوانب القانونية) لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة الموجهة للتسويقية
 بالاتحاد المصري لكرة الطائرة (ن=80)

| م | العبارات | الفرص | | التهديدات | | الدرجة للقطرة | الوزن النسبي | كا |
|---|---|-----------|-------|-----------|-------|------------------|-----------------|-------|
| | | نكرا ر | % | نكرا ر | % | | | |
| 1 | القوانين والتشريعات المنظمة للتسويق الرياضي بالاتحادات. | 49 | 61.25 | 31 | 38.75 | 98 | 61.3 | 324.1 |
| 2 | استمرار ووضوح قوانين التسويق الرياضي | 61 | 76.25 | 19 | 23.75 | 122 | 76.3 | 342.1 |
| 3 | النواحي المرتبطة بالتسويق بالاتحاد المصري لكرة الطائرة. | 59 | 73.75 | 21 | 26.25 | 118 | 73.8 | 338.1 |
| 4 | قانون الضرائب والخمسة المرتبط بالتسويق الرياضي. | 8 | 10 | 72 | 90 | 16 | 10.0 | 371.2 |
| 5 | الإعفاءات الضريبية عند التسويق الرياضي. | 14 | 17.5 | 66 | 82.5 | 28 | 17.5 | 353.8 |

- يتضح من الجدول السابق (84) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الخامس تراوح ما بين (10٪، 76.3٪).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة كا2 ما بين (371.2، 324.1) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

ثالثاً- استجابات الحكام:

جدول (85)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الأول
(العوامل السياسية) لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري لكرة الطائرة (ن = 251)

| م.ت | تفسيرات | الفرص | | التهديدات | | الفرصة النسبية | الوزن النسبي | ك.ا |
|-----|---|-------|-------|-----------|-------|-------------------|-----------------|--------|
| | | تكرار | % | تكرار | % | | | |
| 1 | توجد تداعية بالمحور المهم الموجهات التسويقية كأحد عوامل السوق والتسويق الرياضي. | 71 | 28.29 | 180 | 71.71 | 142 | 28.3 | 1051.3 |
| 2 | قدرة القيادة حسبية مصورة الرياضية بشكل عام والاتحاد شكر خاص | 117 | 46.61 | 154 | 53.39 | 234 | 46.6 | 1005.2 |
| 3 | بنه وضع استراتيجية ضمن تخصص تسمية الاستمرارية بسببولة | 66 | 26.29 | 185 | 73.71 | 152 | 26.3 | 1060.4 |
| 4 | إتناء معيد من استات الرياضة ضمن التوجه العام للدولة | 210 | 83.67 | 41 | 16.33 | 420 | 83.7 | 1117.8 |
| 5 | تأثير الأمانة الاقتصادية الحالية التي تجربها مصر | 31 | 12.35 | 220 | 87.65 | 62 | 12.4 | 1146.3 |
| 6 | مناسبة الدعم الحكومي الحالي للرياضة. | 81 | 32.27 | 170 | 67.73 | 162 | 32.3 | 1035.6 |
| 7 | توقف النشاط الرياضي. | 61 | 24.30 | 190 | 75.70 | 122 | 24.3 | 1070.3 |
| 8 | الانقلاط الأسي في مصر. | 61 | 24.30 | 190 | 75.70 | 122 | 24.3 | 1070.3 |

- يتضح من الجدول السابق (85) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الأول تراوح ما بين (12.4، /83.7).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة ك.ا ما بين (1005.2، 1146.3) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (86)

الدرجة المقدره والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الثاني
(العوامل الثقافية والاجتماعية) لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=251)

| ك | الفرص | التهديدات | | الدرجة المقدره | الوزن النسبي | ك2 | العبارات | ر |
|---|-------|-----------|-------|----------------|--------------|--------|---|---|
| | | % | تكرار | | | | | |
| 1 | 36.25 | 63.75 | 160 | 182 | 36.3 | 1023.0 | وعى العاملين بالاتحاد بأهمية الأنشطة اللوجستية التسويقية. | 1 |
| 2 | 14.34 | 85.66 | 215 | 72 | 14.3 | 1131.7 | قناعة مجلس إدارة الاتحاد بأهمية الأنشطة اللوجستية التسويقية | 2 |
| 3 | 32.27 | 67.73 | 170 | 162 | 32.3 | 1035.6 | يوجد وعى بأهمية الأنشطة اللوجستية التسويقية كمدخل لتحقيق التمويل الذاتي بالاتحاد. | 3 |
| 4 | 87.65 | 12.35 | 31 | 440 | 87.6 | 1146.3 | المستوى التعليمي العاملين بالاتحاد | 4 |
| 5 | 24.30 | 75.70 | 190 | 122 | 24.3 | 1070.3 | وعى العاملين بأفرع الاتحاد بأهمية لوجستيات التسويق. | 5 |
| 6 | 28.29 | 71.71 | 180 | 142 | 28.3 | 1051.3 | انتشار لوجستيات التسويق في المؤسسات الرياضية. | 6 |

- يتضح من الجدول السابق (86) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثاني تراوح ما بين (14.3، 87.6%).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة ك2 ما بين (1023، 1146.3) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (87) الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الثالث (العوامل التكنولوجية) لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=251)

| م | العبارات | الفرص | | التهديدات | | الدرجة المقدرة | الوزن النسبي | كا |
|---|---|-------|-------|-----------|-------|----------------|--------------|--------|
| | | تكرار | % | تكرار | % | | | |
| 1 | يحمل موقع خاص بالاتحاد على نشر نشاط وأهداف الاتحاد. | 81 | 32.27 | 170 | 67.73 | 162 | 32.3 | 1035.6 |
| 2 | يتم تسويق الماريات والطولات من خلال الانترنت. | 61 | 24.30 | 190 | 75.70 | 122 | 24.3 | 1070.3 |
| 3 | التعامل مع العملاء والمستفيدين والبيئات والموردين من خلال الانترنت. | 71 | 28.29 | 180 | 71.71 | 142 | 28.3 | 1051.3 |
| 4 | التطور التكنولوجي بالاتحاد. | 210 | 83.67 | 41 | 16.33 | 420 | 83.7 | 1117.8 |
| 5 | المحطات الفضائية وتأثيرها على تسويق الماريات. | 190 | 75.70 | 61 | 24.30 | 380 | 75.7 | 1070.3 |
| 6 | وجود قاعدة بيانات للمستفيدين والعملاء بالاتحاد. | 31 | 12.35 | 220 | 87.65 | 62 | 12.4 | 1146.3 |
| 7 | وسائل الاتصال الحديثة هي أداء الربط بين الاتحاد وفروعه. | 41 | 16.33 | 210 | 83.67 | 82 | 16.3 | 1117.8 |

- يتضح من الجدول السابق (87) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثالث تراوح ما بين (12.4%، 83.7%).

- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة كا ما بين (1035.6، 1146.3) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (88)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الرابع
 (العوامل الطبيعية) لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية
 بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=251)

| د | البيانات | الفرص | | التهديدات | | الدرجة المقدرة | الوزن النسبي | كا |
|---|---|-------|-------|-----------|-------|----------------|--------------|--------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | اختلاف درجات الحرارة لفترات طويلة من العام. | 87.65 | 220 | 12.35 | 31 | 440 | 87.6 | 1146.3 |
| 2 | كثرة المدن انشائية السياحية. | 75.70 | 190 | 24.30 | 61 | 380 | 75.7 | 1070.3 |
| 3 | إقامة بضولات الاتحاد في مواقع مميزة حرمها. | 28.29 | 71 | 71.71 | 180 | 142 | 28.3 | 1051.3 |
| 4 | إقامة بصرولات الاتحاد في مواقع بعيدة عن التلوث. | 20.32 | 51 | 79.68 | 200 | 102 | 20.3 | 1092.5 |
| 5 | طبيعة الأراضي بشك عام (التضاريس) داخل مصر. | 71.71 | 180 | 28.29 | 71 | 360 | 71.7 | 1051.3 |
| 6 | الموقع الجغرافي المميز لمصر. | 75.70 | 190 | 24.30 | 61 | 380 | 75.7 | 1070.3 |

- يتضح من الجدول السابق (88) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الرابع تراوح ما بين (20.3، 87.6٪).

- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة كا2 ما بين (1051.3، 1146.3) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (89)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الخامس
(الجوانب القانونية) لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=251)

| م | العبارات | الفرص | | التهديدات | | الدرجة المقدرة | الوزن النسبي | ك |
|---|--|-------|-------|-----------|-------|----------------|--------------|--------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | القوانين والتشريعات المنظمة للتسويق الرياضي بالاتحادات. | 28.29 | 71 | 71.71 | 180 | 142 | 28.3 | 1051.3 |
| 2 | استقرار ووضع قوانين التسويق الرياضي. | 83.67 | 210 | 16.33 | 41 | 420 | 83.7 | 1117.8 |
| 3 | اللوائح المرتبطة بالتسويق بالاتحاد المصري للكرة الطائرة. | 20.32 | 51 | 79.68 | 200 | 102 | 20.3 | 1092.5 |
| 4 | قانون الضرائب والجمارك المرتبط بالتسويق الرياضي. | 24.30 | 61 | 75.70 | 190 | 122 | 24.3 | 1070.3 |
| 5 | الإعفاءات الضريبية عند التسويق الرياضي. | 40.24 | 101 | 59.76 | 150 | 202 | 40.2 | 1013.6 |

- يتضح من الجدول السابق (89) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الخامس تراوح ما بين (20.3%، 83.7%).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة ك2 ما بين (1013.6، 1117.8) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

رابعاً- استجابات اللاعبين:

جدول (90)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الأول
(العوامل السياسية) لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري لكرة الطائرة (ن=375)

| م | العبارات | الفرص | | التهديدات | | الوزن النسبي | كأ |
|---|--|-------|-------|-----------|-------|--------------|--------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | |
| 1 | توجد فضاة بالدور المهم للوجستيات التسويق كأحد عوامل النهوض بالتسويق الرياضي. | 33.33 | 125 | 66.67 | 250 | 33.3 | 1541.7 |
| 2 | تدعم اقبانة السياسة المنظومة الرياضية بشكل عام والاتحاد شكل خاص | 66.67 | 250 | 33.33 | 125 | 66.7 | 1541.7 |
| 3 | يتم وضع الرياضة ضمن خطط التنمية الاستثمارية بالدولة. | 72.00 | 270 | 28.00 | 105 | 72.0 | 1572.6 |
| 4 | إنشاء العديد من المنشآت الرياضية ضمن التوجه العام للدولة. | 77.33 | 290 | 22.67 | 85 | 77.3 | 1612.1 |
| 5 | تأثير الأزمة الاقتصادية الحالية التي تمر بها مصر. | 29.33 | 110 | 70.67 | 265 | 29.3 | 1564.1 |
| 6 | مناسبة الدعم الحكومي الحالي للرياضة. | 53.33 | 200 | 46.67 | 175 | 53.3 | 1501.7 |
| 7 | توقف النشاط الرياضي. | 19.73 | 74 | 80.27 | 301 | 19.7 | 1637.4 |
| 8 | الانفلات الأمني في مصر. | 22.67 | 85 | 77.33 | 290 | 22.7 | 1612.1 |

- يتضح من الجدول السابق (90) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الأول تراوح ما بين (19.7%، 77.3%).

- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة كأ ما بين (1501.7، 1637.4) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (91)

الدرجة المقدره والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الثاني
(العوامل الثقافية والاجتماعية) لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=375)

| م | المسارات | الفرص | | التهديدات | | الدرجة المقدره | الوزن النسبي | كا2 |
|---|---|-------|-------|-----------|-------|----------------|--------------|--------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | وعى العاملين بالاتحاد بأهمية الأنشطة اللوجستية التسويقية. | 66.67 | 250 | 33.33 | 125 | 500 | 66.7 | 1541.7 |
| 2 | قاعة مجلس إدارة الاتحاد بأهمية الأنشطة اللوجستية التسويقية | 45.87 | 172 | 54.13 | 203 | 344 | 45.9 | 1502.6 |
| 3 | يوحد وعى بأهمية الأنشطة اللوجستية التسويقية كمدخل لتحقيق التمويل الذاتي بالاتحاد. | 20.27 | 76 | 79.73 | 299 | 152 | 20.3 | 1632.6 |
| 4 | المستوى التعليمي للعاملين بالاتحاد | 77.60 | 291 | 22.40 | 84 | 582 | 77.6 | 1614.3 |
| 5 | وعى العاملين بأفرع الاتحاد بأهمية لوجستيات التسويق | 33.07 | 124 | 66.93 | 251 | 248 | 33.1 | 1543.0 |
| 6 | انتشار لوجستيات التسويق في المؤسسات الرياضية | 28.00 | 105 | 72.00 | 270 | 210 | 28.0 | 1572.6 |

- يتضح من الجدول السابق (91) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثاني تراوح ما بين

(.77.6، .20.3)٪.

- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات

حيث تراوحت قيمة كا2 ما بين (1632.6، 1502.6) وهي أكبر من قيمتها

الجدولية 8.84.

جدول (92)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الثالث
(العوامل التكنولوجية) لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=375)

| كأ | تعدد الفرص | الدرجة المقدرة | التهديدات | | الفرص | | العبارات |
|--------|---------------|-------------------|-----------|-------|-------|-------|--|
| | | | % | تكرار | % | تكرار | |
| 1618.7 | 21.9 | 16.4 | 78.13 | 293 | 21.37 | 82 | 1 يعمل موقع حارس بالاتحاد على شريطة وأهداف الاتحاد |
| 1548.6 | 32.0 | 240 | 68.00 | 255 | 32.00 | 120 | 2 يتم تسويق مباريات والبطولات من خلال الاتحاد |
| 1519.3 | 38.7 | 290 | 61.33 | 230 | 38.67 | 145 | 3 التعامل مع العملاء والمستثمرين والهيئات والمورد من خلال الاتحاد |
| 1591.3 | 25.3 | 190 | 74.67 | 280 | 25.33 | 95 | 4 التطوير التكنولوجي بالاتحاد |
| 1595.3 | 75.2 | 56.4 | 24.30 | 93 | 75.20 | 282 | 5 المخططات المعاصرة وتأثيرها على تسويق مباريات |
| 1529.4 | 36.0 | 270 | 64.00 | 240 | 36.00 | 135 | 6 وجود قاعدة بيانات للمستثمرين وعملاء الاتحاد |
| 1623.3 | 78.7 | 590 | 21.33 | 80 | 78.67 | 295 | 7 وسائل الاتصال الحديثة هي أداة الرفع بين الاتحاد ومروحه |

- يتضح من الجدول السابق (92) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثالث تراوح ما بين
(.787.7، /21.9).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات
حيث تراوحت قيمة كأ ما بين (1623.3، 1519.3) وهي أكبر من قيمتها
الجدولية 8.84.

جدول (93)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الرابع
(العوامل الطبيعية) لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=375)

| م | العبارات | الفرص | | التهديدات | | الدرجة المقدرة | الوزن النسبي | كا2 |
|---|--|-------|-------|-----------|-------|----------------|--------------|--------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | اعتدال درجات الحرارة لفترات طويلة من العام. | 67.20 | 252 | 32.80 | 123 | 504 | 67.2 | 1544.4 |
| 2 | كثرة المدن الشاطئية السياحية. | 69.33 | 260 | 30.67 | 115 | 520 | 69.3 | 1556.1 |
| 3 | إقامة بطولات الاتحاد في مواقع مميزة جغرافياً. | 65.33 | 245 | 34.67 | 130 | 490 | 65.3 | 1535.3 |
| 4 | إقامة بطولات الاتحاد في مواقع بعيدة عن التلوث. | 19.73 | 74 | 80.27 | 301 | 148 | 19.7 | 1637.4 |
| 5 | طبيعة الأراضي بشكل عام (التضاريس) داخل مصر. | 74.67 | 280 | 25.33 | 95 | 560 | 74.7 | 1591.3 |
| 6 | الموقع الجغرافي المميز لمصر. | 77.60 | 291 | 22.40 | 84 | 582 | 77.6 | 1614.3 |

- يتضح من الجدول السابق (94) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الرابع تراوح ما بين (19.7، 77.6%).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة كا2 ما بين (1637.4، 1535.3) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (94)

الدرجة المقدره والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الخامس
(الجوانب القانونية) لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=375)

| م | العبارات | الفرص | | التهديدات | | الدرجة القدره | الوزن النسبي | كا |
|---|---|-------|-------|-----------|-------|------------------|-----------------|--------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | القوانين واتشريعات المنظمة للتسويق الرياضي بالاتحادات | 33.33 | 125 | 66.67 | 250 | 250 | 33.3 | 1541.7 |
| 2 | استقرار ووضوح قوانين التسويق الرياضي. | 29.33 | 110 | 70.67 | 265 | 220 | 29.3 | 1564.1 |
| 3 | المواضع المرتبطة بالتسويق بالاتحاد المصري للكرة الطائرة | 78.13 | 293 | 21.87 | 82 | 586 | 78.1 | 1618.7 |
| 4 | قانون الضرائب والممارك المرتبطة بالتسويق الرياضي | 19.47 | 73 | 80.53 | 302 | 146 | 19.5 | 1639.8 |
| 5 | الإعتمادات الضريبية عند التسويق الرياضي. | 25.33 | 95 | 74.67 | 280 | 190 | 25.3 | 1591.3 |

- يتضح من الجدول السابق (94) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الخامس تراوح ما بين (19.5٪، 78.1٪).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة كا ما بين (1639.8، 1541.7) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

خامساً- استجابات المدربين:

جدول (95)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الأول
(العوامل المياسية) لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري لكرة الطائرة (ن=270)

| م | العبارات | الفرص | | التهديدات | | الدرجة المقدره | الوزن النسبي | ك2 |
|---|--|-------|-------|-----------|-------|----------------|--------------|--------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | توحيد فئاعة بالدور المهم للمؤسسات التسويقية كأحد عوامل النهوض بالتسويق الرياضي | 64.07 | 173 | 35.93 | 97 | 346 | 64.1 | 1101.4 |
| 2 | تدعم القيادة المياسية المفهومه الرياضية بشكل عام والاتحاد بشكل خاص | 70.37 | 190 | 29.63 | 80 | 380 | 70.4 | 1124.8 |
| 3 | يتم وضع الرياضة ضمن مخطط التنمية الاستثمارية بالدولة | 77.78 | 210 | 22.22 | 60 | 420 | 77.8 | 1163.3 |
| 4 | إنشاء العديد من المنشآت الرياضية ضمن التوجه العم للمدولة. | 75.93 | 205 | 24.07 | 65 | 410 | 75.9 | 1152.6 |
| 5 | تأثير الأزمة الاقتصادية الحالية التي تمر بها مصر | 31.11 | 84 | 68.89 | 186 | 168 | 31.1 | 1118.5 |
| 6 | مساعدة الدعم الحكومي الخالي للرياضة | 27.78 | 75 | 72.22 | 195 | 150 | 27.8 | 1133.3 |
| 7 | توقف النشاط الرياضي | 20.37 | 55 | 79.63 | 215 | 110 | 20.4 | 1174.8 |
| 8 | الاعلام الأمنى فى مصر. | 25.93 | 70 | 74.07 | 200 | 140 | 25.9 | 1142.6 |

- يتضح من الجدول السابق (95) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الأول تراوح ما بين (20.4،/77.8).

- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة ك2 ما بين (1174.8، 1101.4) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (96)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتحديات في المحور الثاني
(العوامل الثقافية والاجتماعية) لاستمارة الفرص والتحديات للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري لكرة الطائرة (ن=270)

| ك | الوزن النسبي | الدرجة التقديرية | تقييمات | | التكرار | | المسارات |
|---|--------------|------------------|---------|------|---------|------|--|
| | | | % | تكرر | % | تكرر | |
| 1 | 33.3 | 180 | 66.67 | 180 | 33.33 | 90 | وعى العاملين بالاتحاد بأهمية الأنشطة اللوجستية التسويقية. |
| 2 | 28.1 | 152 | 71.85 | 194 | 28.15 | 76 | فناهة مجلس إدارة الاتحاد بأهمية الأنشطة اللوجستية التسويقية. |
| 3 | 34.4 | 186 | 65.56 | 177 | 34.44 | 93 | يوجد وعى بأهمية الأنشطة اللوجستية التسويقية كمسحلت لتحقيق التمويش الذاتي بالاتحاد. |
| 4 | 73.3 | 396 | 26.67 | 72 | 73.33 | 198 | المستوى التعليمي العاملين بالاتحاد. |
| 5 | 25.6 | 138 | 74.44 | 201 | 25.56 | 69 | وعى العاملين بأهمية لوجستيات التسويق. |
| 6 | 48.1 | 260 | 51.85 | 140 | 48.15 | 130 | انتشار لوجستيات التسويق في المؤسسات الرياضية. |

- يتضح من الجدول السابق (96) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثاني تراوح ما بين (25.6%، 73.3%).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتحديات حيث تراوحت قيمة ك2 ما بين (1106.1، 1144.5) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (97)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الثالث
(العوامل التكنولوجية) لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري لكرة الطائرة (ن=270)

| م | العبارات | الفرص | | التهديدات | | الوزن النسبي | الدرجة المقدرة | كا |
|---|---|-------|-------|-----------|-------|--------------|----------------|--------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | يعمل موقع خاص بالاتحاد على نشر نشاط وأهداف الاتحاد. | 72.22 | 195 | 27.78 | 75 | 72.2 | 390 | 1133.3 |
| 2 | يتم تسويق المباريات والبطولات من خلال الانترنت. | 24.44 | 66 | 75.56 | 204 | 24.4 | 132 | 1150.5 |
| 3 | التعامل مع العملاء والمستفيدين والهيئات والموردين من خلال الانترنت. | 35.19 | 95 | 64.81 | 175 | 35.2 | 190 | 1103.7 |
| 4 | التطور التكنولوجي بالاتحاد. | 51.85 | 140 | 48.15 | 130 | 51.9 | 280 | 1080.4 |
| 5 | المحطات الفضائية وتأثيرها على تسويق المباريات. | 66.67 | 180 | 33.33 | 90 | 66.7 | 360 | 1110.0 |
| 6 | وجود قاعدة بيانات للمستفيدين والعملاء بالاتحاد. | 34.44 | 93 | 65.56 | 177 | 34.4 | 186 | 1106.1 |
| 7 | وسائل الاتصال الحديثة هي أداء الربط بين الاتحاد وفرعه. | 29.63 | 80 | 70.37 | 190 | 29.6 | 160 | 1124.8 |

- يتضح من الجدول السابق (97) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثالث تراوح ما بين (24.4، /72.2).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة كا2 ما بين (1080.4، 1150.5) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (98)

الدرجة المقدره والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الرابع
(العوامل الطبيعية) لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصرى للكورة الطائرة (ن=270)

| م | العبارات | الفرص | | التهديدات | | الدرجة المقدره | الوزن النسبي | كا |
|---|--|-------|-------|-----------|-------|----------------|--------------|--------|
| | | تكرار | % | تكرار | % | | | |
| 1 | اعتدال درجات الحرارة لفترات طويلة من العام | 205 | 75.93 | 65 | 24.07 | 410 | 75.9 | 1152.6 |
| 2 | كثرة المدن الشاطئية السياحية. | 185 | 68.52 | 85 | 31.48 | 370 | 68.5 | 1117.0 |
| 3 | إقامة بطولات الاتحاد في مواقع مميزة جغرافيا. | 170 | 62.96 | 100 | 37.04 | 340 | 63.0 | 1098.1 |
| 4 | إقامة بطولات الاتحاد في مواقع بعيدة عن التلوث. | 130 | 48.15 | 140 | 51.85 | 260 | 48.1 | 1080.4 |
| 5 | طبيعة الأرضى شكل عام (التضاريس) داخل مصر. | 165 | 61.11 | 105 | 38.89 | 330 | 61.1 | 1093.3 |
| 6 | الموقع الجغرافى المميز لمصر. | 190 | 70.37 | 80 | 29.63 | 380 | 70.4 | 1124.8 |

- يتضح من الجدول السابق (98) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الرابع تراوح ما بين (48.1، 75.9٪).

- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة كا2 ما بين (1080.4، 1152.6) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (99)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الخامس
(الجوانب القانونية) لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري لكرة الطائرة (ن=270)

| م | العبارات | الفرص | | التهديدات | | الدرجة المقدرة | الوزن النسبي | 2ك |
|---|---|-------|-------|-----------|-------|----------------|--------------|--------|
| | | تكرار | % | تكرار | % | | | |
| 1 | القوانين والتشريعات المنظمة للتسويق الرياضي بالاتحادات. | 140 | 51.85 | 130 | 48.15 | 280 | 51.9 | 1080.4 |
| 2 | استقرار ووضوح قوانين التسويق الرياضي. | 205 | 75.93 | 65 | 24.07 | 410 | 75.9 | 1152.6 |
| 3 | اللوائح المرتبطة بالتسويق بالاتحاد المصري لكرة الطائرة. | 85 | 31.48 | 185 | 68.52 | 170 | 31.5 | 1117.0 |
| 4 | قانون الضرائب والجمارك المرتبط بالتسويق الرياضي. | 105 | 38.89 | 165 | 61.11 | 210 | 38.9 | 1093.3 |
| 5 | الإعفاءات الضريبية عند التسويق الرياضي. | 80 | 29.63 | 190 | 70.37 | 160 | 29.6 | 1124.8 |

- يتضح من الجدول السابق (99) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الخامس تراوح ما بين (29.6٪، 75.9٪).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة ك2 ما بين (1080.4، 1152.6) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

سادسا- استجابات الخبراء:

جدول (100)

الدرجة المقدره والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الأول
(العوامل السياسية) لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المعسرى للكرة الطائرة (ن=4)

| م | العبارات | الفرص | | التهديدات | | الوزن النسبي | الدرجة المقدره | كا |
|---|---|-------|-------|-----------|-------|--------------|----------------|----|
| | | تكرار | % | تكرار | % | | | |
| 1 | توجد قناعة بالدور المهم للوجستيات التسويق كأحد عوامل النموض بالتسويق الرياضى. | 2 | 50.00 | 2 | 50.00 | 50.0 | 4 | 16 |
| 2 | تدعم القيادة السياسية المنظومة الرياضية بشكل عام والاتحاد بشكل خاص. | 3 | 75.00 | 1 | 25.00 | 75.0 | 6 | 17 |
| 3 | يتم وضع الرياضة ضمن مخطط التنمية الاستثمارية بالندوة. | 2 | 50.00 | 2 | 50.00 | 50.0 | 4 | 16 |
| 4 | إنشاء العديد من المنشآت الرياضية ضمن التوجه العام للندوة. | 4 | 100.0 | 0 | 0.00 | 100.0 | 8 | 20 |
| 5 | تأثير الأزمة الاقتصادية الحالية التى تمر بها مصر. | 1 | 25.00 | 3 | 75.00 | 25.0 | 2 | 17 |
| 6 | مناسبة الدعم الحكومى الحالى للرياضة. | 1 | 25.00 | 3 | 75.00 | 25.0 | 2 | 17 |
| 7 | توقف النشاط الرياضى. | 1 | 25.00 | 3 | 75.00 | 25.0 | 2 | 17 |
| 8 | الاتفلات الأضنى فى مصر. | 0 | 0.00 | 4 | 100.0 | 0.0 | 0 | 20 |

- يتضح من الجدول السابق (100) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الأول تراوح ما بين (0، %100).

- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة كا2 ما بين (16، 20) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (101)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الثاني
(العوامل الثقافية والاجتماعية) لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري لكرة الطائرة (ن=4)

| ك | الوزن النسبي | الدرجة المقدرة | التهديدات | | الفرص | | العبارات |
|----|--------------|----------------|-----------|-------|-------|-------|---|
| | | | % | تكرار | % | تكرار | |
| 16 | 50.0 | 4 | 50.00 | 2 | 50.00 | 2 | وعى العاملين بالاتحاد بأهمية الأنشطة اللوجستية التسويقية. |
| 16 | 50.0 | 4 | 50.00 | 2 | 50.00 | 2 | قاعة مجلس إدارة الاتحاد بأهمية الأنشطة اللوجستية التسويقية. |
| 17 | 25.0 | 2 | 75.00 | 3 | 25.00 | 1 | يوحد وعى بأهمية الأنشطة اللوجستية التسويقية كمدخل لتحقيق التمويل الذاتي بالاتحاد. |
| 17 | 75.0 | 6 | 25.00 | 1 | 75.00 | 3 | المستوى التعليمي العاملين بالاتحاد. |
| 16 | 50.0 | 4 | 50.00 | 2 | 50.00 | 2 | وعى العاملين بأفرع الاتحاد بأهمية لوجستيات التسويق. |
| 16 | 50.0 | 4 | 50.00 | 2 | 50.00 | 2 | انتشار لوجستيات التسويق في المؤسسات الرياضية. |

- يتضح من الجدول السابق (101) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثاني تراوح ما بين (25٪، 75٪).

- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة ك² ما بين (16، 17) وهي أكبر من قيمتها الجدولية

8.84

جدول (102)

الدرجة المتدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الثالث
(العوامل التكنولوجية) لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=4)

| ك | الوزن النسبي | الدرجة المتدرة | التهديدات | | الفرص | | المعلمات | م |
|----|--------------|----------------|-----------|-------|-------|-------|---|---|
| | | | % | تكرار | % | تكرار | | |
| 17 | 25.0 | 2 | 75.00 | 3 | 25.00 | 1 | يعمل موقع خاص بالاتحاد على نشر نشاط وأهداف الاتحاد. | 1 |
| 20 | 0.0 | 0 | 100.0 | 4 | 0.00 | 0 | يتم تسويق المباريات والبطولات من خلال الانترنت | 2 |
| 16 | 50.0 | 4 | 50.00 | 2 | 50.00 | 2 | التعامل مع العملاء والمستفيدين والهيئات والموردين من خلال الانترنت. | 3 |
| 16 | 50.0 | 4 | 50.00 | 2 | 50.00 | 2 | التطور التكنولوجي بالاتحاد. | 4 |
| 20 | 100.0 | 8 | 0.00 | 0 | 100.0 | 4 | المحطات الفعلية وتأثيرها على تسويق المباريات. | 5 |
| 17 | 25.0 | 2 | 75.00 | 3 | 25.00 | 1 | وجود قاعدة بيانات للمستفيدين والعملاء بالاتحاد. | 6 |
| 17 | 25.0 | 2 | 75.00 | 3 | 25.00 | 1 | وسائل الاتصال الحديثة هي أداء الربط بين الاتحاد وفروعه. | 7 |

- يتضح من الجدول السابق (102) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثالث تراوح ما بين

(0% / 100%).

- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات

حيث تراوحت قيمة كاي ما بين (16، 20) وهي أكبر من قيمتها الجدولية

8.84

جدول (103)

الدرجة المقدره والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الرابع
(العوامل الطبيعية) لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=4)

| م | العبارات | الفرص | | التهديدات | | الدرجة المقدره | الوزن النسبي | كا2 |
|---|--|-------|-------|-----------|-------|----------------|--------------|-----|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | اعتدال درجات الحرارة لفترات طويلة من العام. | 75.00 | 3 | 25.00 | 1 | 6 | 75.0 | 17 |
| 2 | كثرة المدن الشاطئية السياحية. | 75.00 | 3 | 25.00 | 1 | 6 | 75.0 | 17 |
| 3 | إقامة بطولات الاتحاد في مواقع مميزة جغرافيا. | 75.00 | 3 | 25.00 | 1 | 6 | 75.0 | 17 |
| 4 | إقامة بطولات الاتحاد في مواقع بعيدة عن التلوث. | 25.00 | 1 | 75.00 | 3 | 2 | 25.0 | 17 |
| 5 | طبيعة الأراضى شكل عام (التضاريس) داخل مصر. | 75.00 | 3 | 25.00 | 1 | 6 | 75.0 | 17 |
| 6 | الموقع الجغرافى المميز لمصر. | 100.0 | 4 | 0.00 | 0 | 8 | 100.0 | 20 |

- يتضح من الجدول السابق (103) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الرابع تراوح ما بين (25٪، 100٪).

- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة كا2 ما بين (17، 20) وهي أكبر من قيمتها الجدولية

8.84

جدول (104)

الدرجة المقدره والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الخامس
(الجوانب القانونية) لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=4)

| س | الوزن النسبي | الدرجة المقدره | التهديدات | | الفرص | | العبارات | : |
|----|--------------|----------------|-----------|-------|-------|-------|---|---|
| | | | % | تكرار | % | تكرار | | |
| 17 | 25.0 | 2 | 75.00 | 3 | 25.00 | 1 | القوانين والتشريعات المنظمة للتسويق الرياضي بالاتحادات | 1 |
| 17 | 75.0 | 6 | 25.00 | 1 | 75.00 | 3 | استقرار ووضوح قوانين التسويق الرياضي | 2 |
| 17 | 25.0 | 2 | 75.00 | 3 | 25.00 | 1 | المواضع المرتبطة بالتسويق بالاتحاد المصري للكرة الطائرة | 3 |
| 20 | 0.0 | 0 | 100.0 | 4 | 0.00 | 0 | قانون الصرايب والجمارك المرتبط بالتسويق الرياضي | 4 |
| 17 | 25.0 | 2 | 75.00 | 3 | 25.00 | 1 | الإعفاءات الضريبية عند التسويق الرياضي | 5 |

- يتضح من الجدول السابق (104) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الخامس تراوح ما بين (0، /75).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة كاي ما بين (20، 17) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

سابعاً - استجابات العينة ومجتمعها:

جدول (105)

الدرجة المقدره والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الأول
لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري لكرة الطائرة (ن=988)

| م | العبارات | الفرص | | التهديدات | | الوزن النسبي | الدرجة المقدره | كا |
|---|---|-------|-------|-----------|-------|--------------|----------------|--------|
| | | تكرار | % | تكرار | % | | | |
| 1 | توجد قناعة بالدور المهم للوجستيات التسويق كأحد عوامل النهوض بالتسويق الرياضى. | 424 | 42.91 | 564 | 57.09 | 42.9 | 848 | 3971.8 |
| 2 | تدعم القيادة السياسية المنظومة الرياضية بشكل عام والاتحاد بشكل خاص. | 616 | 62.35 | 372 | 37.65 | 62.3 | 1232 | 4012.3 |
| 3 | يتم وضع الرياضة ضمن عخطط التنمية الاستثمارية بالدولة | 614 | 62.15 | 374 | 37.85 | 62.1 | 1228 | 4010.3 |
| 4 | إنشاء العديد من المنشآت الرياضية ضمن التوجه العام للدولة. | 784 | 79.35 | 204 | 20.65 | 79.4 | 1568 | 4292.5 |
| 5 | تأثير الأزمة الاقتصادية الحالية التى نمر بها مصر. | 292 | 29.55 | 696 | 70.45 | 29.6 | 584 | 4117.2 |
| 6 | مناسبة الدعم الحكومى الحالى للرياضة. | 369 | 37.35 | 619 | 62.65 | 37.3 | 738 | 4015.3 |
| 7 | توقف النشاط الرياضى. | 208 | 21.05 | 780 | 78.95 | 21.1 | 416 | 4283.2 |
| 8 | الانفلات الأمنى فى مصر. | 233 | 23.58 | 755 | 76.42 | 23.6 | 466 | 4227.8 |

- يتضح من الجدول السابق (105) ما يلى:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الأول تراوح ما بين (21.1%، 79.4%).

- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة كا² ما بين (3971.8، 4292.5) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84

جدول (106)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في محور الثاني
لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري للككرة الطائرة (n=988)

| م | مميزات | الفرص | | التهديدات | | السرعة المقدره | الوزن النسبي | ت.س |
|---|---|-------|-------|-----------|-------|----------------|--------------|--------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | وعى العاملين بالاتحاد بأهمية الأنشطة اللوجستية التسويقية | 47.27 | 467 | 52.73 | 521 | 934 | 47.3 | 3955.0 |
| 2 | فداعة مجلس إدارة الاتحاد بأهمية الأنشطة اللوجستية التسويقية | 32.09 | 317 | 67.91 | 671 | 634 | 32.1 | 4078.8 |
| 3 | يوجد وعى بأهمية الأنشطة اللوجستية التسويقية كمدخل لتحقيق التمويل اذتمى بالاتحاد | 27.33 | 270 | 72.67 | 718 | 540 | 27.3 | 4155.1 |
| 4 | استوى التعبيرى العاملين بالاتحاد | 79.76 | 788 | 20.24 | 200 | 1576 | 79.8 | 4301.9 |
| 5 | وعى العاملين بأفوع الاتحاد بأهمية لوجستيات التسويق | 27.13 | 268 | 72.87 | 720 | 536 | 27.1 | 4158.8 |
| 6 | انتشار لوجستيات التسويق من المؤسسات الرياضية | 33.00 | 326 | 67.00 | 662 | 652 | 33.0 | 4066.3 |

- يتضح من الجدول السابق (106) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثاني تراوح ما بين (27.1، %/79.8).
- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة كائ ما بين (3955، 4301.9) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

جدول (107)

الدرجة المقدره والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الثالث
لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري للكورة الطائرة (ن=988)

| م | العبارات | الفرص | | التهديدات | | الدرجة المقدره | الوزن النسبي | كا |
|---|---|-------|-------|-----------|-------|----------------|--------------|--------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | يعمل موقع خاص بالاتحاد على نشر نشاط وأهداف الاتحاد | 41.50 | 410 | 58.50 | 578 | 820 | 41.5 | 3980.6 |
| 2 | يتم تسويق الماريات والعلوات من خلال الانترنت | 26.21 | 259 | 73.79 | 729 | 518 | 26.2 | 4175.6 |
| 3 | التعامل مع العملاء والمستعدين والبيئات والموردين من خلال الانترنت | 33.91 | 335 | 66.09 | 653 | 670 | 33.9 | 4054.4 |
| 4 | التطوير التكنولوجي بالاتحاد | 47.67 | 471 | 52.33 | 517 | 942 | 47.7 | 3954.1 |
| 5 | المطاميل انصالية وتأثيرها على تسويق الماريات | 73.99 | 731 | 26.01 | 257 | 1462 | 74.0 | 4179.4 |
| 6 | وجود قاعدة بيانات للمستعدين والعملاء بالاتحاد | 33.20 | 328 | 66.80 | 660 | 656 | 33.2 | 4063.6 |
| 7 | وسائل الاتصال الحديثة هي أداء الربط بين الاتحاد ومروعه | 48.18 | 476 | 51.82 | 512 | 952 | 48.2 | 3953.3 |

- يتضح من الجدول السابق (107) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثالث تراوح ما بين (26.2%، 74%).

- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة كا2 ما بين (3953.3، 4179.4) وهي أكبر من قيمتها الجدولية .S.84

جدول (108)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الرابع
لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسموية
بالاتحاد المصري لكرة الطائرة (ن=988)

| م | العبارات | الفرص | | التهديدات | | الدرجة المقدرة | الوزن النسبي | م2 |
|---|---|-------|-------|-----------|-------|----------------|--------------|--------|
| | | % | تكرار | % | تكرار | | | |
| 1 | اعتدال درجات الحرارة لفترات طويلة من العام | 76.21 | 753 | 23.79 | 235 | 1506 | 76.2 | 4223.6 |
| 2 | كثرة المدد الشاطئية السباحية | 72.57 | 717 | 27.43 | 271 | 1434 | 72.6 | 4153.3 |
| 3 | إقامة بطولات الاتحاد في مواقع تبيرة حمرانيا | 56.68 | 560 | 43.32 | 428 | 1120 | 56.7 | 3969.6 |
| 4 | إقامة بطولات الاتحاد في مواقع بعيدة عن التلوث | 27.02 | 267 | 72.98 | 721 | 534 | 27.0 | 4160.6 |
| 5 | طبيعة الاراضي بشكل عام (التصاريص) داخل مصر | 70.55 | 697 | 29.45 | 291 | 1394 | 70.5 | 4118.8 |
| 6 | الموقع الجغرافي المعير لمصر. | 75.61 | 747 | 24.39 | 241 | 1494 | 75.6 | 4211.1 |

- يتضح من الجدول السابق (108) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الرابع تراوح ما بين (27.0، 76.2٪).

- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة كا2 ما بين (3969.6، 4223.6) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84

جدول (109)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي ودلالة الفروق بين الفرص والتهديدات في المحور الخامس
لاستمارة الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية الترويجية
بالاتحاد المصري للكرة الطائرة (ن=988)

| م | العبارات | الفرص | | التهديدات | | الدرجة المقصورة | الوزن النسبي | كا |
|---|---|-------|-------|-----------|-------|-----------------|--------------|--------|
| | | تكرار | % | تكرار | % | | | |
| 1 | القوانين والتشريعات المنظمة للترويج الرياضي بالاتحادات. | 389 | 39.37 | 599 | 60.63 | 778 | 39.4 | 3996.6 |
| 2 | استقرار ووضع قوانين الترويج الرياضي | 596 | 60.32 | 392 | 39.68 | 1192 | 60.3 | 3994.1 |
| 3 | الوائح المنظمة بالترويج بالاتحادات الفعري للكرة الطائرة | 492 | 49.80 | 496 | 50.20 | 984 | 49.8 | 3952.0 |
| 4 | قانون الصرافة والمشارك المرتبط بالترويج الرياضي | 249 | 25.20 | 739 | 74.80 | 498 | 25.2 | 4195.0 |
| 5 | الإعدادات المرسية عند الترويج الرياضي | 292 | 29.55 | 696 | 70.45 | 584 | 29.6 | 4117.2 |

- يتضح من الجدول السابق (109) ما يلي:

- أن الوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الخامس تراوح ما بين (25.2%، 60.3%).

- هناك فروق دالة احصائياً بين استجابات العينة في الفرص والتهديدات حيث تراوحت قيمة كا2 ما بين (3952، 4195) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 8.84.

نتائج الجداول من رقم (75) الى (109) والتي توضح نقاط الفرص والتهديدات (تحليل البيئة الخارجية) للأنشطة اللوجستية بالاتحاد المصري للكرة الطائرة.

بدراسة الجداول من أرقام (75، 80، 85، 90، 95، 100) بالنسبة لمحور (العوامل السياسية) نجد أن أعضاء مجلس إدارة الاتحاد يجنون أن العبارة رقم (4) والتي تنص على (إنشاء العديد من المنشآت الرياضية ضمن التوجه العام للدولة، هي

أكبر الفرص بنسبة 75٪، ويتفق معهم مجالس الأفرع بنسبة 86.25٪، ويتفق معهم الحكام بنسبة 83.67٪، ويتفق معهم اللاعبين بنسبة 77.33٪، وكذلك الخبراء بنسبة 100٪.

كما يجد أعضاء مجلس الإدارة أن العبارة رقم (5) والتي تنص على (تأثير الأزمة الاقتصادية التي تمر بها مصر) هي أكبر التهديدات بنسبة 87.5٪، ويتفق معهم الحكام بنسبة 87.65٪.

بينما يجد أعضاء مجالس الأفرع أن العبارة رقم (6) والتي تنص على (مناسبة الدعم الحكومي الحالي للرياضة) هي أكبر التهديدات بنسبة 88.75٪، بينما يجد اللاعبين أن العبارة رقم (7) والتي تنص على (توقف النشاط الرياضى) هي أكبر التهديدات بنسبة 80.27٪، ويتفق معهم المدربين بنسبة 79.63٪.

بينما يجد المدربين أن العبارة رقم (3) والتي تنص على (يتم وضع الرياضة ضمن مخطط التنمية الاستثمارية بالدولة) هي أكبر الفرص بنسبة 77.78٪، بينما يجد الخبراء أن العبارة رقم (8) والتي تنص على (الانفلات الأمنى فى مصر) أكبر التهديدات بنسبة 100٪.

- ودراسة الجداول أرقام (76، 81، 86، 91، 96، 101) بالنسبة لمحور (العوامل الثقافية والاجتماعية) نجد أن أعضاء مجلس إدارة الاتحاد يجدون أن العبارة رقم (2) والتي تنص على (قناعة مجلس إدارة الاتحاد بأهمية الأنشطة اللوجستية التسويقية) أكبر الفرص بنسبة 75٪.

بينما يجد أعضاء مجلس إدارة الاتحاد أن العبارة رقم (5) والتي تنص على (وعى العاملين بأفرع الاتحاد بأهمية لوجستيات التسويق) أكبر التهديدات بنسبة 87.5٪، ويتفق معهم أعضاء مجالس الأفرع بنسبة 86.25٪، ويتفق معهم المدربين بنسبة 74.44٪.

فى حين يجد أعضاء مجالس الأفرع أن العبارة رقم (4) والتي تنص على (المستوى التعليمى للعاملين بالاتحاد) أكبر الفرص بنسبة 86.25٪، ويتفق معهم الحكام بنسبة 87.65٪، ويتفق معهم اللاعبين بنسبة 77.6٪، ويتفق معهم المدربين بنسبة 73.33٪، وكذلك الخبراء بنسبة 75٪.

بينما يجد الحكام أن العبارة رقم (2) والتي تنص على (قناعة مجلس إدارة الاتحاد بأهمية الأنشطة اللوجستية التسويقية) أكبر التهديدات بنسبة 85.66٪.

بينما يجد اللاعبين أن العبارة رقم (3) والتي تنص على (إدراك أهمية الأنشطة اللوجستية التسويقية لتحقيق التمويل الذاتى للاتحاد) أكبر التهديدات بنسبة 79.73٪، ويتفق معهم الخبراء بنسبة 75٪.

- وبدراسة الجداول أرقام (77، 82، 87، 92، 97، 102) بالنسبة لمحور (العوامل التكنولوجية) نجد أن أعضاء مجلس إدارة الاتحاد يجدون أن العبارة رقم (5) والتي تنص على (المحطات الفضائية وتأثيرها على تسويق المباريات) أكبر الفرص بنسبة 87.5٪، ويتفق معهم الخبراء بنسبة 100٪. وأن العبارة رقم (2) والتي تنص على (يتم تسويق المباريات والبطولات من خلال الانترنت) أكبر التهديدات بنسبة 87.5٪، ويتفق معهم أيضاً أعضاء مجالس الأفرع بنسبة 86.25٪، وكذلك المدربين بنسبة 75.56٪، والخبراء بنسبة 100٪. بينما يجد الحكام أن العبارة رقم (4) والتي تنص على (التطور التكنولوجى بالاتحاد) أكبر الفرص بنسبة 83.67٪، وأن العبارة رقم (6) والتي تنص على (وجود قاعدة بيانات للمستفيدين والعلاء بالاتحاد) أكبر التهديدات بنسبة 87.65٪، فى حين يجدها أعضاء مجالس الأفرع أكبر الفرص بنسبة 78.75٪. بينما يجد اللاعبين أن العبارة رقم (7) والتي تنص على (وسائل الاتصال

الحديثة هي أداة الربط بين الاتحاد وفروعه) أكبر الفرص بنسبة 78.67٪، وأن العبارة رقم (1) والتي تنص على (يعمل موقع خاص بالاتحاد على نشر نشاط وأهداف الاتحاد) أكبر التهديدات بنسبة 78.13٪، في حين يجدها المدرسين من أكبر الفرص بنسبة 72.22٪.

- وبدراسة الجداول أرقام (78، 83، 88، 93، 98، 103) بالنسبة لمحور (العوامل الطبيعية) وجد الدارس أن أعضاء مجلس إدارة الاتحاد يجدون أن العبارة رقم (2) والتي تنص على (كثرة المدن الشاعلنية السياحية) أكبر الفرص بنسبة 87.5٪، ويتفق معهم أعضاء مجالس الأفرع بنسبة 90٪، وأن العبارة رقم (4) والتي تنص على (إقامة بطولات الاتحاد في مواقع بعيدة عن التلوث) أكبر التهديدات بنسبة 75٪. ويتفق معهم أعضاء مجالس الأفرع بنسبة 88.75٪، وكذلك الحكام بنسبة 79.68٪، واللاعبين بنسبة 80.27٪، وأيضاً المدرسين بنسبة 51.85٪، وكذلك الخبراء بنسبة 75٪.

بينما يجد الحكام أن العبارة رقم (1) والتي تنص على (اعتدال درجات الحرارة لفترات طويلة من العام) أكبر الفرص بنسبة 87.65٪، ويتفق معهم المدرسين بنسبة 75.93٪.

بينما يجد اللاعبون أن العبارة رقم (6) والتي تنص على (الموقع الجغرافي المميز لمصر) أكبر الفرص بنسبة 77.6٪، ويتفق معهم الخبراء بنسبة 100٪. ويرجع ذلك إلى ارتفاع نسبة التلوث في مصر عامة، وذلك بتصنيف القاهرة كأعلى نسبة تلوث من الرصاص في الهواء.

- وبدراسة الجداول من أرقام (79، 84، 89، 94، 99، 104) بالنسبة لمحور (الجوانب القانونية) نجد أن أعضاء مجلس إدارة الاتحاد يجدون أن العبارة رقم (2) والتي تنص على (استقرار ووضع قوانين التسويق الرياضي) أكبر

الفرص بنسبة 87.5٪، ويتفق معهم أعضاء مجالس الأفرع بنسبة 76.25٪، ويتفق معهم الحكام بنسبة 83.67٪، وأيضاً المدربين بنسبة 75.93٪، وكذلك الخبراء بنسبة 75٪. وأن العبارة رقم (5) والتي تنص على (الإعفاءات الضريبية عند التسويق الرياضى) تمثل أكبر التهديدات بنسبة 87.5٪، ويتفق معهم المدربين بنسبة 70.37٪.

بينما يجد أعضاء مجالس الأفرع أن العبارة رقم (4) والتي تنص على (قانون الضرائب والجمارك المرتبط بالتسويق الرياضى) أكبر التهديدات بنسبة 90٪، ويتفق معهم اللاعبين بنسبة 80.53٪، وكذلك الخبراء بنسبة 100٪. فى حين يجد الحكام أن العبارة رقم (6) والتي تنص على (اللوائح المرتبطة بالتسويق بالاتحاد المصرى للكرة الطائرة) أكبر التهديدات بنسبة 79.68٪، بينما يجدها اللاعبين أكبر الفرص بنسبة 78.13٪. ويتفق ذلك مع ذكره أحمد رشاد محمد (2007) (8) وأنه لا يطبق قانون منع جمركة الملابس والأدوات الرياضية فى مصر رغم وجوده كقانون. وتتفق منال على محمود (2009) (56) مع ما ذكره أحمد رشاد محمد والكاتب بصعوبة الحصول على الأدوات والأجهزة الرياضية نتيجة لارتفاع الرسوم الجمركية، مما يشكل عبئاً على ميزانية الاتحادات الرياضية.