

الفصل الثالث

خطة وإجراءات الدراسة

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

obeikandi.com

خطة وإجراءات الدراسة

- منهج الدراسة:

استخدمت في دراستي المنهج الوصفي الدراسات التحليلية والمسحية نظراً للائتمه لطبيعة الدراسة وأهدافه.

- مجتمع الدراسة:

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

- عينة الدراسة :

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

جدول (2) توصيف مجتمع وعينة البحث

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

- أدوات جمع البيانات:

وقد مر تصميم الاستبيان بالخطوات التالية:

❖ المقابلة الشخصية:

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

دراستها، بغرض وضع الاستبيان الخاص بموضوع الدراسة وتطبيقه.

❖ تحليل الوثائق والمراجع:

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

❖ شبكة المعلومات الدولية:

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

1 - الإبتيان:

قمت بتصميم ثلاث استمارات استبيان:

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

خطوات تصميم استمارة الإبتيان:

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

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

الاستثمار الأولي :

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

1 - خدمة العميل أو المستفيد.

2 - النقل.

3 - الشراء.

4 - اختيار الموقع.

5 - الاتصالات.

6 - التخزين وإدارة المخزون.

7 - التعبئة.

8 - التغليف.

9 - التنبؤ بالطلب.

10 - المنتج أو الخدمة.

11 - التسعير.

12 - الترويج.

13 - التوزيع.

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

وتم العرض من 2013/9/7 إلى 2013/9/21 وذلك لإبداء الرأي حول مناسبة
المحاور ومدى تحقيقها لهدف البحث، ومدى وضوح المحاور.
أ - مواصفات الخبراء في مجال الإدارة الرياضية (الأكاديميون):
- أن يكون حاصلًا على درجة أستاذ في الإدارة الرياضية.
- دراسات وخبرات سابقة أو إنتاج علمي في مجال التسويق واقتصاديات
الرياضة.

وبذلك تم التوصل إلى المحاور النهائية للاستبيان محتر (2)، وهي كالتالي:

محاور الاستمارة الأولى :

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

وبذلك تم التوصل إلى المحاور النهائية لاستمارة الاستبيان، والجدول (4)

يوضح النسب المئوية لأراء الخبراء في محاور الاستبيان.

إعداد عبارات الاستمارة:

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

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

اختيار العبارات الصالحة للاستثمار:

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

جدول (3) بيان بعدد العبارات الأساسية والمحدوفة والمعدلة

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

الدراسة الاستطلاعية:

قامت بإجراء دراسة على عينة عشوائية مكونة من (90) جميعهم من

خارج عينة الدراسة الأساسية، وذلك بهدف الآتي:

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

وقد أظهرت نتائج الدراسة الاستطلاعية أن العبارات مناسبة من حيث

الصياغة واللغة المستخدمة، ولم تظهر أى تعليقات توحى بالصعوبة أو عدم الفهم،

كما استغرق تطبيق الاستبيان زمن يتراوح من 13 : 20 دقيقة.

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

الاستبيان بداخلها حتى يمكن الاعتماد على النتائج المستخلصة فيما بعد.

المعاملات العلمية للاستبيان :

1- تحديد المحاور الرئيسية للاستبيان:

بعد عرض الاستمارة على السادة الخبراء قمت بحساب النسبة المئوية لآراء

السادة الخبراء حول المحاور الرئيسية المناسبة وفقاً للجدول التالي:

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

(ن=10)

م	المحور	التكرار	النسبة المئوية
1	خدمة العميل او المستفيد	10	100
2	الفل	10	100
3	الشراء	8	80
4	اختيار الموقع	8	80
5	الاتصالات	7	70
6	التخزين وإدارة المخزون	10	100
7	التتبع او الخدمة	8	80
8	التعمير	10	100
9	الترويج	10	100
10	التوزيع	10	100
11	التعبئة	5	50
12	التغليف	6	60
13	التسليم بالطلب	4	40

يتضح من الجدول السابق (4) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول

المحاور الرئيسية لاستمارة الواقع الفعلي قد تراوحت ما بين (40% : 100%)، ولقد

ارتضى الدارس نسبة 70% فأكثر من آراء السادة الخبراء، وبذلك تم استبعاد المحاور

التي لم تحصل على هذه النسبة وعددها (3) محاور.

2- إعداد عبارات الاستبيان:

في ضوء نتائج آراء الخبراء حول المحاور المقترحة، قام الدارس بدراسة كل

محور على حده دراسة تفصيلية وذلك لتحديد العبارات الخاصة بكل محور

مسترشداً ببعض المراجع العلمية والدراسات السابقة.

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

جدول (5) الدرجة المقدرة والنسبة المثوية لآراء الخبراء في عبارات المحور الأول (خدمة العميل أو المستفيد) لاستمارة التعرف على الواقع الفعلي (ن=10)

م	العبارات	الدرجة المقدره	النسبة المثوية
1	يوجد بالاتحاد إدارة خاصة بخدمة العملاء والمستفيدين وذلك في الهيكل التنظيمي للاتحاد	42	84.00
2	قمة النظام تتبع بالاتحاد على التامة بين أهداف الاتحاد وآراء المستفيدين.	44	88.00
3	كتابة سياسة العميل أو المستفيد بالاتحاد لتعرف عليها الجمهور الداخلي والخارجي	46	92.00
4	يوفر الاتحاد احتياجات الأنشطة المتعلقة من المحزون في الوقت المناسب (أجهزة وأدوات).	50	100.0
5	يوفر الاتحاد إجابات عن استفسارات وأسئلة العملاء عن أوامر الشراء الخاصة بهم	46	92.00
6	معدل الاستجابة للعملاء أو المستفيدين من الشخص الفني (سلعة، خدمة)	30	60.00
7	يوجد بالاتحاد مكتب لتلقي شكاوى العملاء عن أداء الخدمة	48	96.00
8	يضع الاتحاد أسس ومعايير لتقديم الخدمة للعملاء والمستفيدين	44	88.00
9	تتم الخدمات والمتجات المقدمة من الاتحاد لضمان تحقيق رضا المستفيدين	34	68.00
10	تتمتع وثائق الاتحاد (إيصالات، عقود، وثائق) بالمصداقية والكماءة	50	100.0
11	الاتحاد يوفر السلع والخدمات بما يتواءم مع رغبات العملاء والمستفيدين	42	84.00
12	يسعى الاتحاد لتحسين المفعة الرومانية والمكاتبه	48	96.00

يتضح من الجدول (5) أن النسبة المثوية لآراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة

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

جدول (6) الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء الخبراء في عبارات المحور الثاني (النقل) لاستمارة التعرف على الواقع الفعلي (ن=10)

م	العبارات	الدرجة المقدرة	النسبة المئوية
1	يوفر الاتحاد ناقلات حديثة ومجهزة لنقل اللاعدين والأجهزة العبية والإدارية	50	100.0
2	يوفر الاتحاد سافلات حديثة ومجهزة لنقل الأدوات والأجهزة الرياضية	48	96.00
3	يتوفر من وسائل النقل عوامل الأمن والسلامة	44	88.00
4	يستخدم الاتحاد ناقلات اقتصادية في التكلفة	46	92.00
5	يتم اختيار أفضل قيادة لانتقالات على أعلى مستوى من الكفاءة البنية	50	100.0
6	مراعاة ملائمة وسيلة النقل مع الشيء المراد نقله.	44	88.00
7	الاتحاد يتعمق مع شركات نقل خاصة لإتمام عملية النقل	32	64.00
8	عند اختيار أسلوب النقل تكون التكلفة أحد العوامل الرئيسية في اختياره	48	96.00
9	عند اختيار أسلوب النقل يكون الالتزام والدقة أساس اختياره.	50	100.0

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

جدول (7) الدرجة المقدرة والنسبة المثوية لآراء الخبراء
في عبارات المحور الثالث (الشراء) لاستمارة التعرف على الواقع الفعلي (ن=10)

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

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

جدول (8) الدرجة المقدرة والنسبة المثوية لآراء الخبراء
في عبارات المحور الرابع (اختيار الموقع) لاستمارة التعرف على الواقع الفعلي
(ن=10)

م	العبارات	الدرجة المقدرة	النسبة المثوية
1	يراعى في المشاة التي يتيم فيها الاضداد بطولاته قريبا من وسائل المواصلات	44	88.00
2	مناسبة المشاة للحدث الذي يقام بها	46	92.00
3	المشاة مجهزة بأحدث أساليب العرص لتسهيل مهمة التسوق.	34	68.00
4	يتوفر بالمشاة الإضاءة والنهوية المناسبة	50	100.0
5	توافر عوامل الأمن والسلامة بالمشاة	48	96.00
6	يراعى قرب المرافق (دورات مياه، كافتريات) إلى المستخدمين.	44	88.00
7	مكث بيع التذاكر يمكن وصول المستهلك إليه بسهولة	46	92.00
8	هناك ماعد توزيع محددة من قبل الاتحاد يعتمد عليها أداء البيع	50	100.0
9	أماكن الطولات والمنازلات مستقل لزيادة التسوق	44	88.00

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

جدول (9) الدرجة المقدرة والنسبة المثوية لآراء الخبراء

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

م	العبارات	الدرجة المقدرة	النسبة المثوية
1	هناك اتصال فعال ما بين الاتحاد ومورديه وعملائه ومستشديه	50	100.0
2	يتم بيع التذاكر من خلال الموقع الرسمي للاتحاد	48	96.00
3	الموقع الرسمي للاتحاد هو أحد قنوات الاتصال الفعال	44	88.00
4	يعمل الاتحاد عن مارياته وطولاته بوسائل مختلفة (إذاعة ، تلفزيون ، حرائد).	46	92.00
5	يعمل الاتحاد عن مارياته ويطولاته قبلها بوقت كاف	50	100.0
6	الاتصال ما بين مجلس الإدارة والعملاء المختلفة يتم بشكل فعال	44	88.00
7	الاتصال ما بين الاتحاد وفروعه يتم بالتفاعلية	34	68.00
8	فاعلية الاتصال الإداري الأفقي بين العاملين بالاتحاد في ذات المستوى الوظيفي	46	92.00
9	فاعلية الاتصال الإداري الرأسي بين العاملين بالاتحاد في ذات المستوى الوظيفي	46	92.00

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

جدول (10) الدرجة المقدرة والنسبة المثوية لآراء الخبراء في عبارات المحور السادس

(التخزين وإدارة المخزون) لاستمارة التعرف على الواقع الفعلي (ن=10)

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

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

جدول (11) الدرجة المقدرة والنسبة المثوية لآراء الخبراء

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

م	العبارات	الدرجة المقترحة	النسبة المثوية
1	يظم الاتحاد بطولاته بانضمام وفي أوقات مناسبة	50	100 0
2	ينظم الاتحاد بطولاته في محافظات حماهيرية	46	92.00
3	ينضم الاتحاد بطولاته في مشآت عمهرة	48	96 00
4	قرارات مجلس الإدارة تعمل على زيادة الدخل المادي وأرباح الاتحاد	44	88 00
5	يعمل الاتحاد على رفع مستوى المنتجيات الوطنية	50	100 0
6	زيادة العائد المادي من خلال رسوم الاشتراك لمختلف الفئات.	44	88 00
7	رفع مستوى الحكام لزيادة سعة العائد المادي من احتراقهم بالخارج	46	92.00
8	رفع مستوى المدربين لزيادة سعة العائد المادي من احتراقهم بالخارج	50	100 0
9	خدمات ومنتجات الاتحاد متوفرة في الوقت والرمان المناسب حسب تواجد المستفيدين.	42	84 00

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

جدول (12) الدرجة المقدرة والنسبة المثوية لآراء الخبراء

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

م	العبارات	الدرجة المقترحة	النسبة المثوية
1	يتم التسعير بناءً على إمكانيات البيئة المحيطة بالطولنة	50	100 0
2	الأسعار تكون في متناول الشريحة الأكبر من المجتمع	44	88.00
3	عد التسعير يطمح الاتحاد في اعتباره سعيه لنشر اللعبة	42	84.00
4	إمكانيات الاتحاد المادية والشريفة أحد عوامل التسعير	48	96 00
5	التسعير المناسب لخدمات والأششطة أحد عوامل التسويق الجيد	46	92 00
6	يحدد الإتحاد أسعار خدماته بناءً على حودتها	50	100.0
7	التسعير المناسب يهدف إلى زيادة تمويل الاتحاد لأنشطته	44	88.00
8	يسمى الاتحاد إلى بيع حق إذاعة مباريات المنتجيات والدوريات بأسعار مناسبة	48	96.00

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

جدول (13) الدرجة المقدرة والنسبة المثوية لآراء الخبراء

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

م	العبارات	الدرجة المقدرة	النسبة المثوية
1	يستخدم الاتحاد الكفاءات في أشطته المتعلقة للترويج	44	88 00
2	يستخدم الاتحاد وسائل حديثة للترويج لطلوته	48	96 00
3	مكاد إقامة البطولة أحد وسائل الترويج لها.	42	84 00
4	موعد إقامة البطولة أحد وسائل الترويج لها	46	92 00
5	يستخدم الاتحاد إنجازاته للترويج.	50	100 0
6	الترويج أحد السواد الأساسية عند وضع مبرايه الاتحاد	48	96 00
7	يعلى الاتحاد عن مبريتمه وطلوته بواسطة سائل إعلامية مختلفة مثل: أ- التليميون ب- الإذاعة ج- المراته		
		44	88 00

يتضح من الجدول (13) أن النسبة المثوية لآراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة للمحور التاسع للاستبيان تراوحت ما بين (84% إلى 100%)، وفي ضوء ذلك فإن نسبة موافقة من 70% فأكثر.

جدول (14) الدرجة المقدرة والنسبة المثوية لآراء الخبراء

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

م	العبارات	الدرجة المقدرة	النسبة المثوية
1	ينبى الاتحاد نظام تورييم ينفق المنفعة الرماية والمكايه	44	88.00
2	نظام التوزيع بالاتحاد يراعى نوعية العميل المستهدف من الخدمة	46	92.00
3	المنتج أو الخدمة من العوامل المؤثرة على قرارات التوزيع بالاتحاد.	42	84.00
4	إمكانات الاتحاد (الإدارية والتسويقية) أحد العوامل المؤثرة على قرارات التوزيع	50	100.0
5	يعطى الاتحاد لعروعه الحق في التوزيع للخدمات والسلع	48	96.00
6	قرارات التوزيع يكون هدفها الوصول بالمنتج أو حذب العميل أو المستفيد	44	88.00
7	يطم الاتحاد عروض مرتبطة بالنتاكر.	46	92.00
8	يتم اختيار أماكن تتناسب مع المنتج أو الخدمة لحذب الاتناء.	48	96.00

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

3- المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان الأولى: - صدق الاستمارة:

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

جدول (15) معاملات الارتباط بين عبارات محاور استمارة التعرف
على الواقع الفعلي للأنشطة اللوحية التسويقية وبمجموع المحور (90=90)

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

(تابع جدول 15)

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

قيمة الجدولية عند مستوى $0.05 = 0.22$

يتضح من جدول رقم (15) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الأول والدرجة الكلية له تراوحت ما بين (0.96 : 0.82) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) مما يشير إلى الاتساق الداخلي للمحور.

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

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

قيمة الجدولية عند مستوى $0.05 = 0.22$

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

- ثبات الاستمارة:

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

جدول (17) معامل الارتباط بين التطبيق وإعادة التطبيق
لمحاور استثمارة الواقع الفعلي للأنشطة اللوجستية التسويقية
بالاتحاد المصري لكرة الطائرة (n=90)

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

قيمة ر الجدولية عند مستوى $0.05 = 0.22$

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

ثانياً- استثمارة الاستبيان الثانية:

خطوات تصميم استثمارة الاستبيان:

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

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

- الاستمارة الثانية :

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

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

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

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

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

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

محاوير الاستمارة الثانية :

1 - العوامل السياسية

2 - العوامل الثقافية والاجتماعية.

3 - العوامل التكنولوجية.

4 - العوامل الطبيعية.

5 - الجوانب القانونية.

وبذلك تم التوصل إلى المحاور النهائية لاستمارة الاستبيان، والجدول (19)

يوضح النسب المئوية لأراء الخبراء فى محاور الاستبيان.

إعداد عبارات الاستمارة:

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

اختيار العبارات الصالحة للاستمارة:

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

عبارة ملحق (3)، والجدول التالي رقم (18) يوضح عدد العبارات الأساسية والمحدوفة والمعدلة:

جدول (18) بيان بعدد العبارات الأساسية والمحدوفة والمعدلة

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

الدراسة الاستطلاعية:

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

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

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

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

ولقد قمت بشرح الهدف من البحث، وأهمية الاستجابة لما تحمله استمارة الاستبيان بداخلها، حتى يمكن الاعتماد على النتائج المستخلصة فيما بعد. بهدف التعرف على نقاط الفرص والتهديدات للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصرى للكرة الطائرة، وبعد تحديد الهدف إليكم بالخطوات التالية:

1- تحديد المحاور الرئيسية للاستبيان:

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

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

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

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

آراء السادة الخبراء.

2- إعداد عبارات الاستبيان:

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

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

جدول (20) الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء الخبراء

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

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

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

العبارات لهذا المحور.

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

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

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

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

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

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

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

م	المحور	الدرجة المقدرة	النسبة المئوية
1	درجات الحرارة معتدلة لعترات طويلة من العام	44	88.00
2	كثرة المدد الشاطئية السياحية	46	92.00
3	تقام بطولات الاتحاد في موقع جغرافي مميز.	42	84.00
4	تقام بطولات الاتحاد في موقع بعيداً عن التلوث	50	100.0
5	المنابع المتعددة.	32	64.00
6	طبيعة الاراضي بشكل عام (التصاريص)	44	88.00
7	الموقع الجغرافي المميز لمصر	46	92.00

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

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

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

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

3- المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان الثانية:

- صدق الاستمارة:

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

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

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

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

قيمة ر الجدولية عند مستوى $0.05 = 0.22$

يتضح من جدول رقم (26) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الخامس والدرجة الكلية له تراوحت ما بين (0.95 : 0.98) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) مما يشير إلى الاتساق الداخلي للمحور جدول (26) معاملات الارتباط بين مجموع كل محور والمجموع الكلي للاستثمار (ن=90)

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

قيمة r الجدولية عند مستوى 0.05 = 0.22

يتضح من جدول رقم (26) أن معاملات الارتباط بين مجموع كل محور والدرجة الكلية للاستثمار تراوحت ما بين (0.97 : 0.99) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) مما يشير إلى الاتساق الداخلي للاستثمار ككل. - ثبات الاستثمار:

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

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

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

قيمة ر الجدولية عند مستوى $0.05 = 0.22$

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

ثالثاً: استمارة الاستبيان الثالثة:

خطوات تصميم استمارة الاستبيان:

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

- 1 - الإمكانيات المادية.
- 2 - الإمكانيات البشرية.
- 3 - الهيكل التنظيمى بالاتحاد.

4 - التمويل.

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

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

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

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

الاستمارة الثالثة :

- 1 - الإمكانيات المادية.
- 2 - الإمكانيات البشرية.
- 3 - الهيكل التنظيمى بالاتحاد.
- 4 - التمويل.

وبذلك تم التوصل إلى المحاور النهائية لاستثمارات الاستبيان، والجدول

رقم (29) يوضح النسب المثوية لأراء الخبراء فى محاور الاستبيان.

- إعداد عبارات الاستمارة:

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

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

- اختيار العبارات الصالحة للاستمارة:

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

جدول رقم (28) بيان بعدد العبارات الأساسية والمحدوفة والمعدلة

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

- الدراسة الاستطلاعية:

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

- التعرف على مناسبة العبارات لمستوى فهم العينة.
 - التأكد من عدم وجود أى أسئلة يصعب فهمها أو الإجابة عليها.
 - تحديد زمن الإجابة على الاستبيان.
 - إبعاد صدق وثبات الاستبيان.
- وقد أظهرت نتائج الدراسة الاستطلاعية أن العبارات مناسبة من حيث الصياغة واللغة المستخدمة، ولم تظهر أى تعليقات توحى بالصعوبة أو عدم الفهم كما استغرق تطبيق الاستبيان زمن يتراوح من 13 : 20 دقيقة.
- ولقد قمت بشرح الهدف من البحث، وأهمية الاستجابة لما تحمله استمارة الاستبيان بداخلها، حتى يمكن الاعتماد على النتائج المستخلصة فيما بعد.
- 1- تحديد المحاور الرئيسية للاستبيان:
- ويعد عرض الاستمارة على السادة الخبراء تام الدارس بحساب النسبة المئوية لأراء السادة الخبراء حول المحاور الرئيسية المناسبة وفقاً للجدول رقم (29) التالى:

جدول (29)

الدرجة المقدره والنسبة المئوية لأراء الخبراء في محاور استمارة نقاط القوة والضعف
(n=10)

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

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

المقترحة.

2- إعداد عبارات الاستبيان:

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

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

جدول (30) الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء الخبراء

في عبارات المحور الأول (الإمكانات المادية) لاستمارة نقاط القوة والضعف (ن=10)

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

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

(3) حيث لم تحصل على هذه النسبة.

جدول (31) الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لأراء الخبراء

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

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

يتضح من الجدول (31) أن النسبة المئوية لأراء السادة الخبراء حول

مناسبة العبارات المقترحة للمحور الثاني للاستبيان تراوحت ما بين (60% إلى

100%)، وفي ضوء ذلك فإن نسبة موافقة من 70% فأكثر وتم استبعاد العبارة رقم

(3) حيث لم تحصل على هذه النسبة.

جدول (32) الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء الخبراء

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

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

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

جدول (33) الدرجة المقدرة والنسبة المئوية لآراء الخبراء

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

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

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

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

3- المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان الثالثة: - صدق الاستثمار:

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

جدول (34) معاملات الارتباط بين عبارات محاور استمارة التعرف

على نقاط القوة والضعف للأنشطة اللوجستية التسويقية وبمجموع المحور (ن=90)

محور	م	المتوسط الحاسبي	الانحراف المعياري	قيمة ر المحسوبة	محور	م	المتوسط الحاسبي	الانحراف المعياري	قيمة ر المحسوبة
المكانات المادية	1	3.44	1.66	0.92	البيئات البشرية	1	3.60	1.51	0.94
	2	3.31	1.53	0.9		2	3.80	1.46	0.92
	3	3.58	1.54	0.93		3	3.73	1.48	0.93
	4	3.58	1.51	0.92		4	3.62	1.49	0.95
	5	3.56	1.75	0.91		5	3.69	1.41	0.94
	6	3.47	1.41	0.87		6	3.67	1.44	0.95
	7	3.67	1.70	0.92		7	3.64	1.46	0.96
	8	3.31	1.27	0.78					
	9	3.73	1.63	0.92					
	10	3.96	1.38	0.87					
	11	3.76	1.68	0.91					
	12	3.24	1.37	0.84					
التكامل التطبيقي	1	4.09	1.44	0.86	زمن التجهيز	1	3.27	1.53	0.94
	2	3.62	1.52	0.93		2	3.22	1.36	0.89
	3	3.58	1.48	0.93		3	3.04	1.47	0.9
	4	3.78	1.46	0.92		4	3.36	1.39	0.91
	5	3.87	1.41	0.9		5	3.33	1.59	0.93
	6	3.42	1.54	0.91		6	3.36	1.52	0.94
	7	3.40	1.62	0.92		7	3.31	1.53	0.94

قيمة الجدولية عند مستوى $0.05 = 0.22$

يتضح من جدول رقم (35) أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الرابع والدرجة الكلية له تراوحت ما بين (0.86 : 0.93) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) مما يشير إلى الاتساق الداخلي للمحور. جدول (35) معاملات الارتباط بين مجموع كل محور والمجموع الكلي للاستمارة (ن=90)

م	المحور	التوسط الحسابي	الاغراف انمباري	قيمة والمسوية
1	الأول	25.76	9.70	0.97
2	الثاني	42.60	16.52	0.99
3	الثالث	22.89	9.62	0.96
4	الرابع	25.76	9.58	0.99

قيمة الجدولية عند مستوى $0.05 = 0.22$

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

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

جدول (36) معامل الارتباط بين التطبيق وإعادة التطبيق لمحاور استمارة نقاط القوة والضعف للأشطة اللوحسية التسيوية بالانحد المعرى للكرة الطائرة (ن=90)

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

قيمة ر الجدولية عند مستوى $0.05 = 0.22$

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