

استراتيجية مقترحة للأنشطة اللوجستية بالاتحاد المصري للكراتيه

د / أحمد محمد أحمد أبو اليزيد

ملخص البحث

يهدف البحث إلى تصميم إستراتيجية مقترحة للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصري للكراتيه حيث استخدم الباحث في دراسته المنهج الوصفي ، وتم تحديد مجتمع البحث من مجلس إدارة الاتحاد المصري للكراتيه ومجالس إدارات أفرع الاتحاد والحكام واللاعبين والمدربين وخبراء التسويق بجمهورية مصر العربية، واشتملت عينة البحث على (مجلس إدارة الاتحاد المصري للكراتيه ومجالس إدارات الأفرع وخبراء التسويق الرياضى بجمهورية مصر العربية) بالطريقة العمدية، بينما اختار الباحث عينة البحث بالنسبة للمستفيدين (المدرين واللاعبين) بالطريقة العشوائية ، حيث بلغت حجم عينة البحث (٤٦٣)، وكانت من أهم أدوات جمع البيانات الاستبيان وقد توصل الباحث الى بعض الاستخلاصات منها أن الاتحاد لا يضع أسس ومعايير لتقديم الخدمة للعملاء والمستفيدين يوجد بالاتحاد مكتب لتلقى شكاوى العملاء على أداء الخدمة ، يتوفر فى وسائل النقل عوامل الأمن والسلامة ، لا يوفر الاتحاد ناقلات حديثة ومجهزة لنقل الأدوات والأجهزة الرياضية، لا يطور الاتحاد سياسات الشراء لتوفير الاحتياجات بأسهل وأفضل الشروط.

المقدمة ومشكلة البحث:-

من خلال عمل الباحث بمجال الكراتيه كلاعباً ثم مدرباً ثم حكاماً فسكربتير لمنطقة سوهاج للكراتيه ، وضح ظاهراً جلياً أن الاتحاد المصري للكراتيه من أقوى الاتحادات الموجودة فى جمهورية مصر العربية وذلك من الناحية التنظيمية والمتمثلة في تنظيم البطولات والدورات التدريبية والتحكيمية، ومن الناحية الفنية ومشاركة فى البطولات الدولية والأفريقية، والبطولات العربية، ودورة البحر الأبيض المتوسط، ، وذلك خلال العشر سنوات الأخيرة. وما يتم تحقيقه يدل على تنفيذ برامج قوية سواء برامج فنية أو إدارية ومع ذلك يحصل الاتحاد على دعم مالى بصفة مستمرة من وزارة الشباب، وتتحصر مشكلة الاتحاد فى عدم قدرته على استغلال نقاط القوة والفرص التى يتمتع بها، وتلافى نقاط الضعف والتهديدات والعمل على تسويق أنشطته بالشكل السليم، وذلك من خلال الأنشطة اللوجستية التى تعتبر أحد المجالات الحديثة لدراسة الإدارة المتكاملة.

هدف البحث :

يهدف البحث إلى وضع إستراتيجية مقترحة للأنشطة اللوجستية بالاتحاد المصري للكراتيه

تساؤلات البحث :

- ما الواقع الفعلي للأنشطة اللوجستية بالاتحاد المصري للكراتيه؟
- ما هي الإستراتيجية المقترحة للأنشطة اللوجستية للاتحاد المصري للكراتيه؟

اجراءات البحث :-

منهج البحث:

استخدم الباحث فى دراسته المنهج الوصفى (الدراسة المسحية) نظراً لملائمته لطبيعة البحث وأهدافه

مجتمع البحث:

تم تحديد مجتمع البحث من أعضاء مجلس إدارة الاتحاد المصرى للكراتيه والمدربين واللاعبين.

عينة البحث:

قام الباحث باختيار عينة البحث من أعضاء مجلس إدارة الاتحاد المصرى للكراتيه وقد تم اختيارهم بالطريقة العمدية، بينما اختار الباحث عينة البحث بالنسبة للمستفيدين (المدربين واللاعبين) بالطريقة العشوائية بحيث تكون ممثلة لمجتمع البحث.

ادوات جمع البيانات :-

- الاستبيان:

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

(خدمة العميل أو المستفيد، النقل التوزيع، الشراء، اختيار الموقع، الاتصالات، التنبؤ بالطلب، التغليف التخزين، وإدارة المخزون، التعبئة، الترويج، التسعير، المنتج أو الخدمة)

وتم عرض محاور الاستمارة على مجموعة من الخبراء المتخصصين فى الإدارة الرياضية والتسويقية وبلغ عددهم (١٠) مرفق (١) ممن تتوفر فيهم الخبرة الأكاديمية والمهنية فى مجال الإدارة الرياضية أو التسويق والاستثمار الرياضى أو كلاهما معاً، وتم العرض من ٢٠١٤/٢/٧م إلى ٢٠١٤/٢/٢١م وذلك لإبداء الرأى حول مناسبة المحاور ومدى تحقيقها لهدف البحث، ومدى وضوح المحاور مرفق (٢).

- تحديد المحاور الرئيسية للاستبيان:

بعد عرض الاستمارة على السادة الخبراء قام الباحث بحساب النسبة المئوية لأراء السادة الخبراء حول المحاور الرئيسية المناسبة وفقاً للجدول التالى:

جدول (٢)
الدرجة المقدره والنسبة المئوية لآراء الخبراء في محاور استمارة الواقع الفعلي (ن=١٠)

م	المحور	التكرار	النسبة المئوية
١	خدمة العميل او المستفيد	١٠	١٠٠
٢	النقل	١٠	١٠٠
٣	التوزيع	٥	٥٠
٤	الشراء	٨	٨٠
٥	اختيار الموقع	٨	٨٠
٦	الاتصالات	٧	٧٠
٧	التخزين وإدارة المخزون	١٠	١٠٠
٨	التعبئة	٥	٥٠
٩	التغليف	٦	٦٠
١٠	التنبؤ بالطلب	٤	٤٠
١١	المنتج أو الخدمة	٣	٣٠
١٢	التسعير	٥	٥٠
١٣	الترويج	٤	٤٠

يتضح من الجدول السابق (٢) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول المحاور الرئيسية لاستمارة الواقع الفعلي قد تراوحت ما بين (٣٠% : ١٠٠%)، ولقد ارتضى الباحث نسبة ٧٠% فأكثر من آراء السادة الخبراء، وبذلك تم استبعاد المحاور التي لم تحصل على هذه النسبة وعددها (٧) محاور.

- إعداد عبارات الاستبيان:

في ضوء نتائج آراء الخبراء حول المحاور المقترحة، قام الباحث بدراسة كل محور على حده وذلك لتحديد العبارات الخاصة بكل محور، مسترشداً ببعض المراجع العلمية والدراسات السابقة، حيث تم إعداد استمارة الاستبيان في صورتها المبدئية مرفق (٣)، 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، وجدول (٣) يوضح النسبة المئوية لآراء الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة:

- المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان الأولى:

أ- صدق الاستمارة:

استخدم الباحث صدق الاتساق الداخلى لحساب معامل الصدق للاستبيان وذلك بهدف التحقق من صدق استمارة الاستبيان حيث تم تطبيق الاستبيان على مجموعة قوامها (٣٠) فرد من مجتمع البحث ومن خارج عينة البحث الأساسية في الفترة من ٢٠١٤/٣/١ إلى ٢٠١٤/٣/١٥م

جدول (٤)

معاملات الارتباط بين عبارات المحاور ومجموع كل محور (ن=٣٠)

التخزين			الاتصالات			اختيار الموقع			الشراء			النقل			خدمة العميل		
٠.٩١	١.٥٥	٣.١٣	٠.٩٢	١.٥٩	٣.٥٦	٠.٩١	١.٢٩	٢.٩٣	٠.٨٥	١.٦٤	٣.٤٧	٠.٨٢	١.٥٥	٤.٢٢	٠.٨٩	١.٣٢	٢.٨٩
٠.٨٣	١.٥٦	٢.٣٣	٠.٩٤	١.٧١	٢.٧٨	٠.٩٢	١.٦٣	٣.٢٩	٠.٩٤	١.٦٤	٣.٠٩	٠.٨٩	١.٢٠	٢.٦٢	٠.٩١	١.٥٩	٣.٣٣
٠.٨٧	١.٣٣	٣.٤٤	٠.٩٣	١.٥٦	٢.٩٦	٠.٨٩	١.٥١	٢.٥٨	٠.٩٤	١.٤١	٢.٧٣	٠.٨٩	١.٣٦	٣.٧٦	٠.٨٩	١.٣٦	٣.٧٦
٠.٩٢	١.٤٦	٣.٤٤	٠.٩١	١.٥٥	٢.٨٧	٠.٩	١.٥٥	٣.٣٦	٠.٩٤	١.٤١	٢.٧٣	٠.٨٩	١.٣٩	٢.٩٨	٠.٩	١.٦٣	٣.٧٦
٠.٨٨	١.٧٨	٢.٦٠	٠.٩	١.٤٠	٣.٣٨	٠.٩٣	١.٥٦	٣.٠٤	٠.٨٨	١.٥٨	٢.٤٧	٠.٩٦	١.٥٩	٣.٥٦	٠.٩٥	١.٥٩	٣.٥٦
٠.٨٨	١.٤٨	٣.٣٣	٠.٩١	١.٦٩	٢.٤٧	٠.٩٣	١.٤١	٢.٧٣	٠.٨٣	١.٦١	٤.١٨	٠.٩١	١.٧٢	٣.٨٧	٠.٩٥	١.٥٩	٣.٥٦
٠.٨٨	١.٦٠	٣.٧٦	٠.٩٣	١.٤١	٢.٧٣	٠.٩٣	١.٧١	٢.٧٨	٠.٩١	١.٥٩	٢.٦٧	٠.٩٢	١.٦٨	٣.٥٨	٠.٨٣	١.٦١	٤.١٨
٠.٩١	١.٤٦	٣.١٨	٠.٩٣	١.٧٩	٢.٥٨	٠.٨٨	١.٤٢	٣.١١	٠.٩	١.٢٩	٢.٩٣	٠.٩٣	١.٤١	٢.٧٣	٠.٩٦	١.٥٩	٣.٥٦
															٠.٨٦	١.٦٨	٣.١٦
															٠.٩٤	١.٥٢	٣.٦٢

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٢٢

يتضح من جدول أن معاملات الارتباط بين عبارات محور الواقع الحالي للانشطة اللوجستية والدرجة الكلية له تراوحت ما بين (٨٢ : ٠.٩٦) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يشير إلى الاتساق الداخلي للمحاور.

جدول (٥)

معاملات الارتباط بين مجموع كل محور والمجموع الكلي للاستمارة (ن=٣٠)

م	المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ر المحسوبة
١	الأول	٢٥.٨٢	١٠.٦١	٠.٩٥
٢	الثاني	٣٦.٩١	١٣.٩٩	٠.٩٤
٣	الثالث	٢٦.٢٧	١٠.٩١	٠.٩٨
٤	الرابع	٢٢.٩١	١١.٦٠	٠.٩٨
٥	الخامس	٢٣.٣٨	١٠.٢٧	٠.٩٦
٦	السادس	٢٣.٦٤	١١.٧٥	٠.٩٩

قيمة ر الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٢٢

يتضح من الجدول أن معاملات الارتباط بين مجموع كل محور والدرجة الكلية للاستمارة تراوحت ما بين (٠.٩٤ : ٠.٩٩) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يشير إلى الاتساق الداخلي للاستمارة ككل.

ب- ثبات الاستمارة:

استخدم الباحث طريقة التطبيق وإعادة التطبيق لحساب معامل الثبات لاستمارة الاستبيان وتم التطبيق على عدد (٣٠) فرد من مجتمع البحث وخارج عينة البحث الأساسية في الفترة من ٢٠١٤/٤/١٠م إلى ٢٠١٤/٤/٢٥م ، والجدول يوضح ذلك

جدول (٦)
معامل الارتباط بين التطبيق وإعادة التطبيق لمحاو استمارة الواقع الفعلي للأنشطة اللوجستية
التسويقية بالاتحاد المصري للكراتيه
(ن=٣٠)

قيمة ر	التطبيق الثاني		التطبيق الأول		المحاو	م
	ع	م	ع	م		
٠.٩٩	١١.٦٨	٣٦.٣٣	١٣.٩٩	٣٦.٩١	المحور الأول	١
٠.٩٨	٨.٧٠	٢٥.٩١	١٠.٦١	٢٥.٨٢	المحور الثاني	٢
٠.٩٨	٨.٢١	٢٣.٦٧	١٠.٢٧	٢٣.٣٨	المحور الثالث	٣
٠.٩٨	٩.٦٦	٢٣.٦٢	١١.٧٥	٢٣.٦٤	المحور الرابع	٤
٠.٩٨	٩.٠٠	٢٥.٨٢	١٠.٩١	٢٦.٢٧	المحور الخامس	٥
٠.٩٨	٩.٥٥	٢٣.٠٧	١١.٦٠	٢٢.٩١	المحور السادس	٦

قيمة ر الجدولية عند مستوى $0.05 = 0.22$

يتضح من جدول (٦) أن معاملات الارتباط بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني تراوحت ما بين (٠.٩٨ : ٠.٩٩) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يشير إلى ثبات الاستمارة.

- تطبيق الإستمارة

بعد أن تأكد الباحث من صدق وثبات الاستبيان وأصبح الاستبيان فى صورته النهائية مرفق (٤) تم تطبيق الاستبيان على عينة قوامها (٤٦٣) من العاملين قيد البحث وذلك فى الفترة من ٢٠١٤/٥/١٥ إلى ٢٠١٤/٦/٥م وفقاً لميزان التقدير الثلاثى (موافق - موافق إلى حد ما - غير موافق) وقد تم تصحيح الاستبيان بحيث أعطيت الإجابة (موافق) ثلاثة درجات والإجابة (موافق إلى حد ما) درجتين درجات والإجابة (غير موافق) درجة واحدة مرفق (٤) وتم تجميع البيانات وتنظيمها وجدولتها ومعالجتها إحصائياً

المعالجات الاحصائية:

تحقيقاً لهدف البحث وتمشياً مع اجراءات البحث استعان الباحث بالحاسب الآلي فى المعالجات الاحصائية باستخدام برنامج (SPSS) وقد استخدم الباحث الاساليب الاحصائية التالية :

- النسبة المئوية ليجاد صدق المحكمين، الدرجة المقدرة، الوزن النسبي للمقياس

- معامل الارتباط لبيرسون، المتوسط الحسابي

عرض ومناقشة النتائج :

التساؤل الأول: ما الواقع الفعلي للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصري للكراتيه؟

جدول (٧)

الدرجة المقدره والوزن النسبي لآراء عينة البحث في عبارات محور (خدمة العملاء) (ن=٤٦٣)

م	العبارات	مجلس ادارة (ن=٨)		المدرين (ن=٨٠)		اللاعبين (ن=٣٧٥)	
		وزن نسبي	درجة مقدره	وزن نسبي	درجة مقدره	وزن نسبي	درجة مقدره
١	يوجد بالجامعة إدارة خاصة بخدمة العملاء والمستفيدين وذلك في الهيكل التنظيمي للاتحاد	٤٥.٠	١٨	٤١.٥	١٦٦	٣٨.٧	٧٢٥
٢	يحقق النظام المتبع بالاتحاد الموائمة بين أهداف الاتحاد وآراء المستفيدين.	٥٥.٠	٢٢	٤٠.٥	١٦٢	٣٦.٠	٦٧٥
٣	تكون سياسة العميل أو المستفيد بالاتحاد مكتوبة ليتعرف عليها الجمهور الداخلي والخارجي.	٤٥.٠	١٨	٣٤.٥	١٣٨	٣٩.٢	٧٣٥
٤	يوفر الاتحاد احتياجات الأنشطة المختلفة من المخزون في الوقت المناسب (أجهزة وأدوات).	٦٠.٠	٢٤	٤٥.٠	١٨٠	٦٩.٦	١٣٠.٥
٥	توفر الجامعة إجابات عن استفسارات وأسئلة العملاء الخاصة بهم.	٦٠.٠	٢٤	٦٩.٥	٢٧٨	٥٩.٥	١١١.٥
٦	يوجد بالاتحاد مكتب لتلقى شكاوى العملاء على أداء الخدمة.	٥٠.٠	٢٠	٩٠.٠	٣٦٠	٧٤.٨	١٤٠.٣
٧	يضع الاتحاد أسس ومعايير لتقديم الخدمة للعملاء والمستفيدين.	٤٠.٠	١٦	٣٣.٠	١٣٢	٤١.٣	٧٧.٥
٨	تتمتع وثائق الاتحاد (إيصالات، عقود، وثائق) بالمصداقية والكفاءة.	٤٥.٠	١٨	٥٥.٠	٢٢٠	٥٧.٣	١٠٧.٥
٩	يوفر الاتحاد الخدمات بما يتوافق مع رغبات العملاء والمستفيدين.	٦٠.٠	٢٤	٤٦.٥	١٨٦	٤٩.١	٩٢.١
١٠	يسعى الاتحاد لتحقيق المنفعة الزمانية والمكانية لمستفيديه.	٨٠.٠	٣٢	٦٧.٥	٢٧٠	٥٧.٤	١٠٧.٧
	المجموع	٥٤.٠	٢١٦	٥٢.٣	٢٠٩٢	٥٢.٣	٩٨٠.٦

يتضح من جدول (٧) أن خدمة العميل اوالستفيد بالاتحاد المصرى للكاراتيه ، والعميل هنا يعنى (لاعب، إدارى) جهاز فنى وإدارى، وهو القوة الرابطة الموحدة لكل أنشطة اللوجستيات، حيث إن كل مكون من نظام اللوجستيات يؤثر فى تلقى العميل للخدمة أو المنتج. وجد الباحث أنه بالنسبة لمحور خدمة العميل أن مجلس إدارة الاتحاد (يسعى لتحقيق المنفعة الزمانية والمكانية لمستفيديه) بنسبة ٨٠%، يضع الاتحاد أسس ومعايير لتقديم الخدمة للعملاء والمستفيدين) بنسبة ٤٠%، وفى ضوء ما سبق من نتائج يستخلص الباحث: أن هناك وعى بأهمية تحقيق المنفعة الزمانية والمكانية للمستفيدين وأن ذلك من أهم جوانب خدمة العميل أو المستفيد، وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة: "Ellinger" (2000)(23) والتي توضح أن: العلاقة الفعالة بين اللوجستيات والتسويق تؤدي إلى تأثير إيجابى على أداء خدمات التوزيع. وفى ضوء ما سبق من نتائج يستخلص الباحث: أن اللوجستيات تقوم بدور مهم جداً من خلال التنسيق لتوفير احتياجات الأنشطة المختلفة من أجهزة وأدوات فى الأوقات المناسبة، وذلك حسب تواجد المستفيدين من حيث الوقت والمكان، بل أكثر من ذلك حيث يمكن عن طريق اللوجستيات تحديد أماكن وتوقيتات إقامة البطولات.

جدول (٨)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي لآراء عينة البحث في عبارات محور (النقل) (ن=٤٦٣)

م	العبارات	مجلس ادارة (٨=ن)		المدرين (٨٠=ن)		اللاعبين (٣٧٥=ن)	
		وزن نسبي	درجة مقدرة	وزن نسبي	درجة مقدرة	وزن نسبي	درجة مقدرة
١	يوفر الاتحاد ناقلات حديثة ومجهزة لنقل اللاعبين.	٣٠	٧٥.٠	١٦٦	٤١.٥	١٢٩٣	٦٩.٠
٢	يوفر الاتحاد ناقلات حديثة ومجهزة لنقل الأجهزة الفنية والإدارية.	٢٨	٧٠.٠	١٥٠	٣٧.٥	١١١٥	٥٩.٥
٣	يتوفر في وسائل النقل عوامل الأمن والسلامة.	٣٠	٧٥.٠	٣٥٢	٨٨.٠	١٣٠٧	٦٩.٧
٤	يستخدم الاتحاد ناقلات اقتصادية في التكلفة.	٢٤	٦٠.٠	٣٤٠	٨٥.٠	١٣٩٥	٧٤.٤
٥	يتم اختيار أطقم قيادة الناقلات على أعلى مستوى من الكفاءة الفنية.	٣٢	٨٠.٠	١٥٦	٣٩.٠	٨٦١	٤٥.٩
٦	يتم مراعاة ملائمة وسيلة النقل مع الشئ المراد نقله.	٢٦	٦٥.٠	٢٣٨	٥٩.٥	١١٣٥	٦٠.٥
٧	عند اختيار أسلوب النقل تكون التكلفة أحد العوامل الرئيسية في اختياره.	١٨	٤٥.٠	٢٨٤	٧١.٠	١٢٧٥	٦٨.٠
٨	عند اختيار أسلوب النقل يكون الالتزام والدقة أساس اختياره.	١٤	٣٥.٠	١٢٨	٣٢.٠	١٢٩٥	٦٩.١
	المجموع	٢٠٢	٦٣.١	١٨١٤	٥٦.٧	٩٦٧٦	٦٤.٥

يتضح من جدول (٨) ما يلي أن الوزن النسبي لاستجابات عينة أعضاء مجلس الإدارة قد تراوح ما بين (٨٠:٣٥) بينما تراوح الوزن النسبي لعينة المدرين ما بين (٨٨:٣٢) أما عينة اللاعبين فقد تراوح الوزن النسبي لهم ما بين (٤٥,٩ : ٧٤,٤) حيث جاءت استجابات العينة على الترتيب التالي (اللاعبين ثم أعضاء مجلس الإدارة وأخيراً المدرين) ، ومن خلال نتائج الجدول يتضح لنا أن أعضاء مجلس الإدارة يجدون أن أطقم قيادة الناقلات يتم اختيارهم على أعلى مستوى من الكفاءة الفنية وذلك بنسبة ٨٠%، بينما يخالفهم في الرأي اللاعبون، ويجدون أن ذلك من أكبر المشكلات بنسبة ٤٥.٩% ، بينما أكبر المشكلات بالنسبة لأعضاء مجلس الإدارة فهي (عند اختيار أسلوب النقل يكون الالتزام والدقة أساس اختياره) بنسبة ٣٥.٠%.

ويعزو الباحث ذلك إلى أن مجلس إدارة الاتحاد يسعى عند اختيار شركات النقل أثناء البطولات الدولية والقارية التي 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 في الاتحاد على اعتبار أنهم المتحكمين عملياً بشركات النقل والملاسيين فعلياً لمدى الكفاءة الفنية لهذه الشركات، حيث إنهم الفئة الأكثر تنقلاً باستخدام هذه الشركات.

ويتفق ذلك مع ما ذكره "Schonsleben, Paul" (2004) 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، أو للمنتجات النهائية التي ترغب في تسويقها وتوفيرها لعملائها في السوق، وتشمل وسائل النقل الوسائل البرية والبحرية والجوية، والأزمات التي تواجه هذه المشكلات تؤدي إلى تعطيل الإنتاج والتسويق بهذه المنظمات. (٢٦: ١٣)

جدول (٩)

الدرجة المقدره والوزن النسبي لآراء عينة البحث في عبارات محور (الشراء) (ن=٤٦٣)

م	العبارات	مجلس		المدرين		اللاعبين	
		وزن	درجة	وزن	درجة	وزن	درجة
١	يختار الاتحاد الشركات الأكثر التزاماً بمواعيد التوريد.	٧٠.٠	٢٨	٥٩.٥	٢٣٨	٧١٥	٣٨.١
٢	يختار الاتحاد شركات الشراء بناءً على جودة منتجها.	٧٥.٠	٣٠	٦٠.٠	٢٤٠	١١٦٥	٦٢.١
٣	يتم اختيار شركات الشراء المطابقة للمواصفات والأقل سعراً.	٨٠.٠	٣٢	٨٦.٠	٣٤٤	١٢٣٥	٦٥.٩
٤	يختار الاتحاد اللجان الفنية المناسبة لاستلام الأصناف المتفق عليها.	٧٥.٠	٣٠	٤٥.٠	١٨٠	١١٧٥	٦٢.٧
٥	يتم تشكيل اللجان المالية والقانونية الخاصة بالشراء بناءً على قواعد ثابتة.	٧٠.٠	٢٨	٥٠.٠	٢٠٠	١٣٦٥	٧٢.٨
٦	يطور الاتحاد سياسات الشراء لتستطيع توفير الاحتياجات بأسهل وأفضل الشروط.	٤٠.٠	١٦	٣٤.٠	١٣٦	٩١٥	٤٨.٨
٧	يوفر الاتحاد احتياجاتها في ضوء اللوائح والقوانين المنظمة له.	٧٠.٠	٢٨	٧٥.٠	٣٠٠	١١٥٥	٦١.٦
٨	توجد رقابة مستمرة على ما تم عقده من اتفاقات مع الشركات والموردين.	٤٥.٠	١٨	٦٠.٥	٢٤٢	٨٢٥	٤٤.٠
	المجموع	٦٥٠.٦	٢١٠	١٨٨٠	١١٨٠	٨٥٥٠	٥٧.٠

يتضح من الجدول السابق (٩) أن الوزن النسبي لاستجابات عينة مجلس الإدارة جاءت في المرتبة الأولى حيث بلغ ٦٥.٦%، تليها عينة اللاعبين حيث بلغ ٥٧% وجاءت عينة المدرين في المرتبة الأخيرة حيث بلغ ٥٢.٨%.

وبدراسة الجدول رقم (٩) نجد أن أعضاء مجلس الإدارة يجدون أنه (يتم اختيار شركات الشراء المطابقة للمواصفات والأقل سعراً) بنسبة ٨٠%، بينما أكبر المشكلات بالنسبة لأعضاء مجلس الإدارة (يطور الاتحاد سياسات الشراء ليستطيع توفير الاحتياجات بأسهل وأفضل الشروط) بنسبة ٤٠%، ٣٤%، ويتفق معهم المدرين بنسبة ٣٤.٨%.

ويعزو الباحث اتفاق مفردات عينة البحث من أعضاء مجلس الإدارة، 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 أن 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 أحمد الشافعي (٢٠١٠) حيث ذكر 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.

(٨: ٤٩)

جدول (١٠)

الدرجة المقدره والوزن النسبي لآراء عينة البحث في عبارات محور (اختيار الموقع) (ن=٤٦٣)

م	العبارات	مجلس ادارة (ن=٨)		المدرين (ن=٨٠)		اللاعبين (ن=٣٧٥)	
		وزن نسبي	درجة مقدره	وزن نسبي	درجة مقدره	وزن نسبي	درجة مقدره
١	يراعى فى المنشأة التى يقيم فيها الاتحاد بطولاتها قريبا من وسائل المواصلات.	٣٠	٧٥٠	٢٩٦	٧٤٠	١٠٨١	٥٧٠٧
٢	تتناسب خصائص المنشأة مع الحدث الذى يقام بها.	٣٤	٨٥٠	٣٢٢	٨٠٠	١١٦٩	٦٢٠٣
٣	يتوفر بالمنشأة الإضاءة والتهوية المناسبة.	٢٤	٦٠٠	٣١٦	٧٩٠	١٣٦٩	٧٣٠٠
٤	يتوفر بالمنشأة عوامل الأمن والسلامة.	٣٠	٧٥٠	٣٤٢	٨٥٠	١٥٣٧	٨٢٠٠
٥	يراعى قرب المرافق (دورات مياه، كافتريات) لمكان تواجد المستفيدين.	٣٠	٧٥٠	٢٩٠	٧٢٠	١٠٧٥	٥٧٠٣
٦	يمكن الوصول إلى مكان ممارسة الأنشطة بسهولة.	٢٠	٥٠٠	٢٦٠	٦٥٠	٩٤٩	٥٠٠٦
٧	هناك منافذ توزيع محددة من قبل الاتحاد يعتمد عليها أثناء البيع.	١٨	٤٥٠	١٤٤	٣٦٠	٩١٣	٤٨٠٧
٨	يتم استغلال أماكن البطولات والمباريات لزيادة التسويق.	١٦	٤٠٠	١٣٦	٣٤٠	٧٧١	٤١٠١
	المجموع	٢٠٢	٦٣٠١	٢١٠٦	٥٨٠٨	٨٨٦٤	٥٩٠١

يتضح من الجدول السابق (١٠) اختيار الموقع أن الوزن النسبي لاستجابات عينة مجلس الادارة بلغت ٦٣.١% تليها عينة اللاعبين حيث بلغ ٥٩.١% تليها عينة المدرين حيث بلغ ٥٨.٨%

أما بالنسبة لمحور اختيار الموقع أعضاء مجلس الإدارة يجدون (تناسب خصائص المنشأة مع الحدث الذى يقام بها) بنسبة ٨٥%. بينما أكبر المشكلات بالنسبة لأعضاء مجلس الإدارة (يتم استغلال أماكن البطولات والمباريات لزيادة التسويق) بنسبة ٤٠%، وكذلك اللاعبين بنسبة ٤١.١%، وكذلك المدرين بنسبة ٣٤.٢%، ويتفق ذلك مع ما ذكره "أبو بكر بعيرة" (٢٠٠٦م) (٢) أن كثافة السكان ونوعيتهم تعتبر من العوامل الرئيسية المؤثرة فى نشاط التسويق والتي ينبغى أن يهتم بها باحثوه بشكل كبير. وبالنسبة لمحور (اختيار الموقع) يجدون (يتوفر بالمنشأة عوامل الأمن والسلامة) ويتفق معهم اللاعبين بنسبة ٨٢%، ويتفق معهم المدرين بنسبة ٨٥.٢%، ويعزو الباحث 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 "Zhang, Qingyu&Vonderembse" (2005) أنه يجب مراعاة العوامل المؤثرة فى اختيار الموقع، مما يؤدي إلى تحسين خدمة المستفيدين وهى: مراعاة توفير عوامل الأمن والسلامة بالمنشأة ضد الحرائق والسرقة (٢٧: ٢٣)

جدول (١١)
الدرجة المقدره والوزن النسبي لأراء عينة البحث في عبارات محور (الاتصالات) (ن=٤٦٣)

م	العبارات	مجلس ادارة (٨=ن)		المدرين (٨٠=ن)		اللاعبين (٣٧٥=ن)	
		وزن نسبي	درجة مقدره	وزن نسبي	درجة مقدره	وزن نسبي	درجة مقدره
١	يوجد اتصال ما بين الادارات بما يحقق أهداف الاتحاد.	٣٥.٠	١٤	٨٣.٠	٣٣٢	١١٠.١	٥٨.٧
٢	يوجد اتصال ما بين الاتحاد والعملاء والمستفيدين بما يحقق أهداف الاتحاد.	٧٥.٠	٣٠	٦١.٠	٢٤٤	١٢٠.١	٦٤.١
٣	يتم الاشتراك في الانشطة خلال الموقع الرسمي للاتحاد على الانترنت.	٥٠.٠	٢٠	٤٣.٠	١٧٢	٧٨٣	٤١.٨
٤	يعتبر الموقع الرسمي للاتحاد أحد قنوات الاتصال الفعال.	٥٠.٠	٢٠	٣٨.٠	١٥٢	١٠٨٥	٥٧.٩
٥	يعلن الاتحاد عن انشطتها بوسائل مختلفة (إذاعة ، تليفزيون ، جرائد).	٧٥.٠	٣٠	٤٤.٥	١٧٨	٩١٥	٤٨.٨
٦	يعلن الاتحاد عن انشطتها قبلها بوقت كاف.	٨٠.٠	٣٢	٦٢.٥	٢٥٠	١٤١٣	٧٥.٤
٧	يتم الاتصال ما بين الاتحاد وعملائه وموردية بما يحقق أهداف الاتحاد.	٧٠.٠	٢٨	٧٧.٥	٣١٠	١٢٥٧	٦٧.٠
٨	الاتصال الإداري الأفقى بين العاملين بالاتحاد فى ذات المستوى الوظيفي يحقق أهداف الجامعة.	٧٥.٠	٣٠	٣٦.٠	١٤٤	١٣٦١	٧٢.٦
٩	الاتصال الإداري الراسي بين العاملين بالاتحاد يتسم بالفاعلية.	٧٠.٠	٢٨	٥٦.٥	٢٢٦	١١٥٧	٦١.٧
	المجموع	٦٤.٤	٢٣٢	٥٥.٨	٢٠٠٨	١٠٢٧٣	٦٠.٩

يتضح من الجدول السابق (١١) أن الوزن النسبي لاستجابات عينة مجلس الإدارة جاءت في المرتبة الأولى حيث بلغ ٦٤.٤%، تليها عينة اللاعبين حيث بلغ ٦٠.٩% تليها عينة المدرين حيث بلغ ٥٥.٨%.

أما بالنسبة لمحور الاتصالات أعضاء مجلس الإدارة يجدون (يعلن الاتحاد عن بطولاته قبلها بوقت كاف) بنسبة ٨٠%، ويتفق معهم اللاعبون بنسبة ٧٥.٤%، وكذلك المدرين بنسبة ٦٢.٥% بينما أكبر المشكلات بالنسبة لأعضاء مجلس الإدارة (يوجد اتصال ما بين الاتحاد والأفرع بما يحقق أهداف الاتحاد) بنسبة ٣٥%، ويعزو الباحث ذلك إلى أن 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 والمدرين، ولكن مع ذلك نجد أن ٣، ٤، ٥ وهى على التوالي (يتم بيع التذاكر من خلال الموقع الرسمي للاتحاد على الانترنت)، (يعتبر الموقع الرسمي للاتحاد أحد قنوات الاتصال الفعال)، (يعلن الاتحاد عن بطولاته بوسائل مختلفة "إذاعة، تليفزيون، جرائد") حصلت على استجابات منخفضة من جميع فئات العينة، وهذا يدل على أن الاتحاد يعلن عن بطولاته قبلها بوقت كاف، ولكن لا يستخدم هذه الوسائل التي تتمتع بإقبال جماهيري عريض عليها.

بينما يرى أعضاء مجلس الإدارة أن هناك مشكلة فى الاتصال مع الأفرع بما يحقق أهداف الاتحاد، ويرى أعضاء مجالس إدارة الأفرع العكس. ويعزو الباحث 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 كالفديو كونفرنس مثلاً، ولو على فترات متباعدة لتوضيح

ما يستجد من أمور خاصة بالاتحاد.

وفى ضوء ما سبق من نتائج يستخلص الباحث:

أن الاتصالات اللوجستية لا بد 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 يبلور الأنشطة اللوجستية التسويقية التي تعمل على تنمية موارد الاتحاد.

جدول (١٢)

الدرجة المقدره والوزن النسبي لآراء عينة البحث في عبارات محور (التخزين وإدارة المخزون) (ن=٦٣٤)

م	العبارات					
	مجلس ادارة (ن=٨)		المدرين (ن=٨٠)		اللاعبين (ن=٣٧٥)	
	وزن نسبي	درجة مقدره	وزن نسبي	درجة مقدره	وزن نسبي	درجة مقدره
١	٧٥.٠	٣.٠	٨٨.٠	٣٥٢	١٢٨١	٦٨.٣
٢	٦٥.٠	٢٦	٥٥.٠	٢٢٠	٨٧٣	٤٦.٦
٣	٧٥.٠	٣.٠	٧٢.٥	٢٩٠	١١٨١	٦٣.٠
٤	٧٥.٠	٣.٠	٦٠.٠	٢٤٠	١٢٦١	٦٧.٣
٥	٣٥.٠	١٤	٣٢.٥	١٣٠	١٣٧٣	٧٣.٢
٦	٨٠.٠	٣٢	٤٩.٠	١٩٦	٩٦٧	٥١.٦
٧	٧٥.٠	٣.٠	٦٥.٠	٢٦٠	١٣٣٣	٧١.١
٨	٧٠.٠	٢٨	٧٠.٠	٢٨٠	١٣٠٥	٦٩.٦
	٦٨.٨	٢٢٠	٦١.٥	١٩٦٨	٩٥٧٤	٦٣.٨
	المجموع					

يتضح من الجدول السابق (١٢) ان الوزن النسبي لاستجابات عينة مجلس الادارة ٦٨.٨ وتليها الاعبين ٦٣.٨ وتليها المدرين ٦١.٥ بالنسبة لمحور التخزين وإدارة المخزون أعضاء مجلس الإدارة يجدون (يتم تصنيف الأجهزة والملفات بالمخازن وفق نظام محدد) بنسبة ٨٠% بينما أكبر المشكلات بالنسبة لأعضاء مجلس الإدارة (يهتم الاتحاد بالخدمات التي تحقق أعلى ربحية، بنسبة ٣٥%، بينما يجد اللاعبون عكس ذلك بنسبة ٧٣.٢%)

ويتفق ذلك مع ما أشار إليه "تامر مصطفى صالح" (٢٠١١م) بضرورة أن تجهز المخازن بجميع عوامل الأمن والسلامة ضد عمليات السرقة والحريق والحشرات والقوارض، ويختلف ذلك مع ما ذكره حسن الشافعي بضرورة توفير مساحة مناسبة وكافية للأدوات والأجهزة بالمخازن مما يسهل من عملية التخزين. (٤: ٥١)

ثانيا : الإستراتيجية المقترحة :

يسعى الباحث من خلال تصميم الإستراتيجية إلى الوصول إلى التصور المناسب للأنشطة اللوجستية التسويقية بالاتحاد المصرى للكراتيه، والهدف العام الذى تسعى الإستراتيجية إلى تحقيقه وفقاً لشروط وضع الإستراتيجيات يتمثل فى وضع إستراتيجية للأنشطة اللوجستية بالاتحاد المصرى للكراتيه:

– تحليل البيئة الخارجية

– تحليل البيئة الداخلية

الرؤية العامة للإستراتيجية المقترحة :

– السعى إلى الارتقاء بكافة مقومات الاتحاد المصرى للكراتيه.

– تسعى الإستراتيجية إلى توسيع قاعدة الممارسة ورعاية الموهوبين والعناصر الواعدة .

فلسفة الإستراتيجية المقترحة :

تتبع فلسفة الإستراتيجية المقترحة من الفلسفة التى تتبناها الدولة بشأن الاهتمام بالتسويق

الرياضى وضرورة اهتمام المؤسسات الرياضية بالتمويل الذاتى

– اقتناع وإيمان لدى الإدارة العليا بأهمية وضع إستراتيجية للأنشطة اللوجستية بالاتحاد المصرى للكراتيه.

أهداف الإستراتيجية المقترحة :

– مساعدة اتحاد الكراتيه لتحديد نقاط الضعف والعمل على تقويتها.

– تسويق منتجات الاتحاد (مدربين – لاعبين – حكام – بطولات).

– حاد ومباريات الامتخابات الى احدى القنوات الفضائية