

الفصل الثالث

إجراءات البحث

أولاً: منهج البحث

ثانياً: مجتمع وعينة البحث

ثالثاً: أدوات جمع البيانات

رابعاً: المعالجات الإحصائية

الفصل الثالث

إجراءات البحث

أولاً: منهج البحث:

أستخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي. حيث انه المنهج الذي يهتم بدراسة موضوع البحث ويهتم بتصنيفها وتحليلها واستخلاص النتائج منه .

ثانياً: مجتمع البحث:

- اشتمل مجتمع البحث على (٣٠٥) فرد من العاملين من المستويات الإدارية الثلاث بجامعة بغداد (الإدارة العليا المتمثلة في رئيس الجامعة و نواب رئيس الجامعة وعمداء ومعاوني عمداء الكليات البالغ عددها (٢٤) كلية ورؤساء الأقسام الإدارية بالجامعة وبواقع (٧٩) فرداً ، الادارة الوسطى المتمثلة بمدراء الوحدات الرياضية ورؤساء الفروع التعليمية وبواقع (٣٩) فرداً، الادارة التنفيذية المتمثلة بأعضاء الهيئة التدريسية بكلية التربية الرياضية ومدربي الألعاب الرياضية بجامعة بغداد وبواقع (١٨٧) فرداً. تم اجراء الدراسة الاستطلاعية عند تطبيق استمارة الاستبيان على عدد ٣٦ فرد من مستويات الادارة المختلفة وخارج عينة البحث الأساسية تم استبعاد (٦٥) استمارة من مجتمع البحث لانها غير مكتملة الشروط المطلوبة وبذلك بلغ حجم عينة البحث الاساسية (٢٠٤) فرداً:

والجدول رقم (٢) يوضح توصيف وتوزيع مجتمع وعينة البحث

جدول (٢)

التوصيف العددي لعينة البحث موزعة على الدراسة الاستطلاعية والدراسة الأساسية

مستوى الإدارة	مجتمع البحث		الاستطلاعية		الاستمارات المستبعدة		العينة الأساسية	
	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %
الإدارة العليا	٧٩	٢٥.٩٠	١١	١٣.٩٢	١٥	١٨.٩٨	٥٣	٨.٦٧
الإدارة الوسطى	٣٩	١٢.٧٩	٣	٧.٦٩	١٤	٣٥.٨٩	٢٢	٥٦.٤١
الإدارة التنفيذية	١٨٧	٦١.٣١	٢٢	١١.٧٦	٣٦	١٩.٢٥	١٢٩	٩٨.٦٨
المجموع	٣٠٥	١٠٠	٣٦	١١.٨٠	٦٥	٢١.٣١	٢٠٤	٦٦.٨٨

يتضح من جدول (٢) والخاص بالتوصيف العددي لمجتمع و عينة البحث موزعة على الدراسة الاستطلاعية والدراسة الأساسية وفقاً للفئات الادارية المختلفة.

ثالثاً : أدوات جمع البيانات:

استخدم الباحث استمارة الاستبيان من تصميم الباحث واتباع الخطوات العلمية الآتية في اعداد اداة البحث وتتمثل في .

- المقابلة الشخصية مرفق (٢).
- الاطلاع على الهيكل التنظيمي لجامعة بغداد مرفق (١)
- الاطلاع على المراجع العلمية ونتائج الدراسات السابقة .

- استمارة الاستبيان:

بعد الاستعانة بالمراجع العلمية في مجال إدارة الأعمال والإدارة الرياضية والاطلاع على نتائج الدراسات السابقة المشابهة والمرتبطة بموضوع البحث والدراسة الاستطلاعية والمقابلة الشخصية قام الباحث بتصميم استمارة الاستبيان لاستطلاع رأي أعضاء في الادارة العليا والوسطى والتنفيذية بجامعة بغداد بالعراق لوضع خطة تسويق للمنشآت الرياضية بجامعة بغداد وفيما يلي الخطوات التي تم إتباعها لأعداد استمارة الاستبيان :

أ - تحديد محاور استمارة الاستبيان:

قام الباحث بوضع محاور وابعاد استمارة الاستبيان وعددها (٥) محاور (٦) ابعاد مرفق (٤) وتم عرضها على مجموعة من السادة الخبراء و الاكاديمين من جمهورية مصر وجمهورية العراق والبالغ عددهم (١١) خبير من ذوي الخبرة التي لا تقل على عشر سنوات خبرة وفي مجال الإدارة الرياضية حيث تم اختيارهم حسب اللقب العلمي لا يقل عن درجة استاذ مساعد دكتور مرفق (٥)، وذلك بغرض استطلاع آرائهم حول مناسبة المحاور لتحقيق أهداف البحث ولتعديل أو حذف أو إضافة ما يروونه مناسباً من محاور والجدول التالي رقم (٣) يوضح اتفاق آراء السادة الخبراء على محاور استمارة الاستبيان.

جدول (٣)
نسبة موافقة الخبراء على محاور استمارة الاستبيان

ن = ١١

م	المحاور	الابعاد	نعم		لا	
			ك	%	ك	%
١	تحديد أهداف الخطة.		١١	١٠٠%	صفر	صفر
٢	تحديد السياسات والاجراءات اللازمة لتنفيذ الخطة	السياسات	١٠	٩٠.٩٠%	١	٩.٠٩%
		الاجراءات	١١	١٠٠%	صفر	صفر
٣	تحديد الموارد والامكانات لتنفيذ الخطة .	الموارد المادية	١١	١٠٠%	صفر	صفر
		الموارد البشرية	١١	١٠٠%	صفر	صفر
		الموارد المالية	١١	١٠٠%	صفر	صفر
		الموارد المعلوماتية	١١	١٠٠%	صفر	صفر
٤	وضع البرنامج الزمني لتنفيذ الخطة		١١	١٠٠%	صفر	صفر
٥	أساليب ووسائل تنفيذ الخطة		١٠	٩٠.٩٠%	١	٩.٠٩%

يوضح الجدول (٣) نسبة موافقة الخبراء على المحاور المقترحة إذ تم قبول جميع المحاور وذلك لحصولها على نسبة مئوية تراوحت بين (٩١.١%-١٠٠%) وهي نسب اتفاق ارتضى بها الباحث.

كما قام الباحث في هذه الخطوة بوضع ميزان تقديري وهو ميزان ليكرت (نعم | إلى حد ما | لا) مع اعطاء درجة (٣ ، ٢ ، ١) كمقترح لأخذ آراء السادة الخبراء فيه ، وبذلك توصل الباحث للصورة الاولى لاستمارة الاستبيان مرفق رقم (٦)

ب - اختيار العبارات المناسبة لكل محور بما يحقق اهداف البحث:

قام الباحث بإعداد وصياغة عدد من العبارات لاستمارة الاستبيان بالصيغة الأولى إذ بلغ إجمالي عدد هذه العبارات (٩٠) عبارة موزعة على محاور الاستمارة كما هو موضح في الجدول (٤).

جدول (٤)
عدد عبارات كل محور في الصورة الاولى

م	المحور	الأبعاد	عدد العبارات
١	اهداف الخطة المقترحة		٢٤
٢	السياسات والإجراءات اللازمة لتنفيذ الخطة	السياسات	١٤
		الإجراءات	١٢
٣	تحديد الموارد والامكانات لتنفيذ الخطة	الموارد المادية	٤
		الموارد البشرية	١١
		الموارد المالية	١
		الموارد المعلوماتية	٣
٤	البرنامج الزمني لتنفيذ الخطة		٣
٥	الاساليب والوسائل لتنفيذ الخطة		١٨
	الإجمالي		٩٠

وبذلك تم إعداد استمارة الاستبيان في صورتها الاولى مرفق (٦) حيث تم عرضها على السادة الخبراء لإبداء الرأي من حيث :

- ملائمة العبارات التي تدرج تحت كل محور بما يحقق أهداف المحور.
- ملائمة العبارات من حيث الصياغة واللغة .
- إعادة صياغة أو حذف أو نقل أو إضافة ما يروونه من العبارات.
- تم طرح استمارة الاستبيان بصورتها الأولى مرفق رقم (٦) على السادة الخبراء مرفق رقم (٥) وبعد آراء السادة الخبراء قام الباحث بتعديل الاستمارة لتكون في صورتها النهائية مرفق (٧) وكما يوضحها الجدول (٥) التالي .

جدول (٥)
عبارات الاستبيان قبل وبعد اراء السادة الخبراء

المحور	رقم العبارة	قبل التعديل	نوع التعديل	بعد التعديل
المحور الأول: أهداف الخطة المقترحة لتسويق المنشآت الرياضية بجامعة بغداد	١١	صياغة إستراتيجية تسويقية يؤدي تنفيذها الى	اعادة صياغة	العمل على تحقيق اهداف الخطة التسويقية التي يؤدي تنفيذها الى
المحور الثاني: السياسات والأجراءات اللازمة لتنفيذ الخطة	٢٦	الاهتمام بمطالب ورغبات المستفيدين	حذف	حذف
	٢٨	العمل على الاستفادة من وقت الفراغ في المجتمع	حذف	حذف
المحور الخامس: أساليب تنفيذ الخطة التسويقية	٧٤	تأجير الصالات الموجودة لاقامة الحفلات للاعضاء الدائمين من المجتمع الخارجي عليها.	اعادة صياغة	تأجير الصالات والقاعات الموجودة لاقامة الحفلات والمؤتمرات
	٧٦	رفع سقف الايجار للمطاعم الخاصة بالجامعة للعمل في الفترة المسائية.	اعادة صياغة	وضع عقود محددة لايجار مطاعم الجامعة اثناء سير العمل
	٧٨	التعاقد مع المؤسسات لممارسة الانشطة على ملاعب الجامعة في غير اوقات الممارسة .	اعادة صياغة	التعاقد مع المؤسسات لممارسة الانشطة على ملاعب الجامعة في غير اوقات الممارسة .

جنول رقم (٥) يوضح عبارات الاستبيان قبل وبعد اراء السادة الخبراء

وبعد إجراء التعديلات التي أقرها السادة الخبراء على استمارة الاستبيان أصبحت الاستمارة في صورتها النهائية مرفق رقم (٧) مكونة من (٥) محاور و(٦) أبعاد وعند (٨٨) عبارة كما يوضحها الجدول رقم (٦) التالي:

جدول رقم (٦)
عدد عبارات كل محور بعد تعديل السادة الخبراء

م	المحاور	الأبعاد	عدد العبارات
١	أهداف الخطة المقترحة		٢٤
٢	السياسات والإجراءات اللازمة لتنفيذ الخطة	السياسات	١٢
		الإجراءات	١٢
٣	تحديد الموارد والإمكانات لتنفيذ الخطة	الموارد المادية	٤
		الموارد البشرية	١١
		الموارد المالية	١
		الموارد المعلوماتية	٣
٤	البرنامج الزمني لتنفيذ الخطة		٣
٥	الأساليب والوسائل لتنفيذ الخطة		١٨
	الإجمالي		٨٨

يوضح الجدول رقم (٦) عدد عبارات الاستمارة بصيغتها النهائية موزعة على خمسة محاور

المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان:

قام الباحث بإجراء المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان وذلك باستخدام :

أولاً: الصدق

قام الباحث باستخدام نوعين من الصدق

أ- صدق المحكمين (صدق الخبراء) :

قام الباحث بعرض الاستمارة بصورتها الأولية على مجموعة من الخبراء وعندهم (١١) تم اختيارهم ضمن الشروط المطلوبة للخبراء مرفق رقم (٥) من الأساتذة الأكاديميين عدد (٧) بكلية التربية الرياضية (بنين - بنات) من جمهورية مصر العربية و(٤) من الأساتذة الأكاديميين والمختصين بالإدارة الرياضية والتسويق بالجامعات في جمهورية العراق ثم تعديل الاستمارة طبقاً لملاحظاتهم حتى أصبحت في صورتها النهائية ويوضح الجدول رقم (٧) نسبة اتفاقهم حول عبارات الاستمارة.

جدول (٧)
نسبة اتفاق الخبراء على عبارات محاور الاستبيان

ن = ١١

المحور الأول : أهداف الخطة المقترحة لتسويق المنشآت الرياضية بجامعة بغداد		المحور الثاني: السياسات والأجراءات اللازمة لتنفيذ الخطة			المحور الثالث: تحديد الموارد والامكانات اللازمة لتنفيذ الخطة					المحور الرابع : وضع البرنامج الزمني لتنفيذ الخطة		المحور الخامس :أساليب تنفيذ الخطة التسويقية	
رقم العبارة	نسبة الاتفاق	المحور الفرعي	رقم العبارة	نسبة الاتفاق	المحور الفرعي	رقم العبارة	نسبة الاتفاق	المحور الفرعي	رقم العبارة	نسبة الاتفاق	رقم العبارة	نسبة الاتفاق	
١	٩٥.٤٥	أولاً : السياسات	٢٥	٩٠.٩١	ثانياً : الإجراءات	٥١	٩٥.٤٥	أولاً : الموارد والامكانات المادية :	٦٦	٩٥.٤٥	٧٣	٩٠.٩١	
٢	٩٠.٩١		٢٦	٩٥.٤٥		١/٥١	٩٥.٤٥		١/٦٦	٩٥.٤٥	٧٤	٧٦.٦٤	
٣	٨١.٨٢		٢٧	٩٠.٩١		٢/٥١	٨٦.٣٦		٢/٦٦	٨٦.٣٦	٧٥	٨٦.٣٦	
٤	٩٥.٤٥		٢٨	٩٥.٤٥		٣/٥١	٩٥.٤٥		٣/٦٦	٩٥.٤٥	٧٦	٧٨.٧٣	
٥	٨١.٨٢		٢٩	٨٦.٣٦		٤/٥١	٩٠.٩١		٤/٦٦	٨٦.٣٦	٧٧	٨١.٨٢	
٦	٩٥.٤٥		٣٠	٩٥.٤٥		٥/٥١	٩٥.٤٥		٥/٦٦	٩٥.٤٥	٧٨	٧٨.١٨	
٧	٩٥.٤٥		٣١	٩٥.٤٥		٥٢			٦/٦٦	٩٥.٤٥	٧٩	٩٥.٤٥	
٨	٩٥.٤٥		٣٢	٨١.٨٢		١/٥٢	٩٠.٩١		ثانياً : الموارد والإمكانات المعنوية	٦٧		٨٠	٩٥.٤٥
٩	٩٥.٤٥		٣٣	٩٥.٤٥		٢/٥٢	٩٥.٤٥			١/٦٧	٩٥.٤٥	٨١	٩٥.٤٥
١٠	٨١.٨٢		٣٤	٩٥.٤٥		٣/٥٢	٩٥.٤٥			٢/٦٧	٨٦.٣٦	٨٢	٩٠.٩١
١١		٣٥	٩٠.٩١	٤/٥٢	٩٠.٩١	٣/٦٧	٩٠.٩١	٨٣		٩٥.٤٥			
١/١١	٨١.٨٢	٣٦		٥/٥٢	٩٥.٤٥	٤/٦٧	٩٥.٤٥	٨٤		٩٥.٤٥			
٢/١١	٩٥.٤٥	١/٣٦	٩٥.٤٥	٦/٥٢	٨١.٨٢	٥/٦٧	٨٦.٣٦	٨٥		٩٠.٩١			
٣/١١	١٠٠.٠٠	٢/٣٦	٨١.٨٢	٧/٥٢	٩٥.٤٥	٦٨	٩٥.٤٥	٨٦		٩٥.٤٥			
٤/١١	٩٥.٤٥	٣/٣٦	٩٥.٤٥	٨/٥٢	٩٠.٩١	٦٩		٨٧		٨٦.٣٦			
١٢	٩٥.٤٥	٣٧	٩٠.٩١	٩/٥٢	٩٠.٩١	١/٦٩	٨٦.٣٦	٨٨		٩٥.٤٥			
١٣	٩٥.٤٥	٣٨	٨٦.٣٦	١٠/٥٢	٩٥.٤٥	٢/٦٩	٨٦.٣٦	٨٩		٩٠.٩١			
١٤	٩٠.٩١	ثانياً : الإجراءات	٣٩	٩٥.٤٥	ثانياً : الموارد والإمكانات البشرية	١١/٥٢	٨٦.٣٦		٣/٦٩	٨٦.٣٦	٩٠	٨٦.٣٦	
١٥	٩٥.٤٥		٤٠	٩٥.٤٥		١٢/٥٢	٩٥.٤٥		٤/٦٩	٩٥.٤٥			
١٦	٩٥.٤٥		٤١	١٠٠.٠٠		١٣/٥٢	٩٠.٩١						
١٧	٨١.٨٢		٤٢	٩٥.٤٥		٥٣	٩٥.٤٥						
١٨	٩٥.٤٥		٤٣	٩٥.٤٥		٥٤	٩٥.٤٥						
١٩	٩٥.٤٥		٤٤	٩٠.٩١		٥٥	٩٠.٩١						
٢٠			٤٥	٨٦.٣٦		٥٦							
١/٢٠	٩٠.٩١		٤٦	٩٥.٤٥		١/٥٦	٩٥.٤٥						
٢/٢٠	٩٥.٤٥		٤٧	٩٥.٤٥		٢/٥٦	٩٠.٩١						
٣/٢٠	٨١.٨٢		٤٨	١٠٠.٠٠		٣/٥٦	٩٥.٤٥						
٤/٢٠	٩٥.٤٥	٤٩	٩٥.٤٥	٤/٥٦	٨١.٨٢								
٢١		٥٠	٩٥.٤٥	٥/٥٦	٩٥.٤٥								
١/٢١	٩٥.٤٥	١/٥٠	٩٠.٩١	٦/٥٦	٩٠.٩١								
٢/٢١	٩٥.٤٥	٢/٥٠	٩٠.٩١	٧/٥٦	٩٠.٩١								
٣/٢١	٩٠.٩١	٣/٥٠	٩٥.٤٥	٥٧	٩٥.٤٥								
٤/٢١	٩٠.٩١			٥٨	٨٦.٣٦								
٢٢	٩٥.٤٥			٥٩	٩٥.٤٥								
٢٣	٨١.٨٢			٦٠	٩٠.٩١								
٢٤	٩٥.٤٥			٦١	٩٥.٤٥								
				٦٢	٩٥.٤٥								
				٦٣	٩٠.٩١								
				٦٤	٩٥.٤٥								
				٦٥	٩٥.٤٥								

يتضح من جدول (٧) والخاص بنسبة اتفاق الخبراء على عبارات الاستبيان أن نسبة اتفاق الخبراء تراوحت ما بين (٤٥.٤٥% إلى ١٠٠%) وقد ارتضى الباحث نسبة ٧٥% فأكثر لقبول العبارة والاعتماد عليها في بحثه لذا فقد قام الباحث بحذف العبارات الآتية (٢٨،٢٦)

ب - صدق الاتساق الداخلي :

قام الباحث بحساب معامل الاتساق الداخلي لعبارات كل محور ومكون على حدة وذلك لأيجاد معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه العبارة ثم حساب معامل الارتباط بين درجة كل محور والدرجة الكلية للاستبيان كما موضح بالجدول رقم (٨) التالي

جدول (٨)

معامل الاتساق الداخلي (درجة ارتباط العبارة بالمجموع الكلي للمحور الذي تنتمي اليه) لعبارات محاور الاستبيان
 $n = 36$

المحور الخامس: أساليب تنفيذ الخطة التسويقية		المحور الرابع : وضع البرنامج الزمني لتنفيذ الخطة		المحور الثالث : تحديد الموارد والامكانات اللازمة لتنفيذ الخطة						المحور الثاني: السياسات والاجراءات اللازمة لتنفيذ الخطة			المحور الاول : اهداف الخطة المقترحة لتسويق المشتات الرياضية بجامعة بغداد	
رقم العبارة	الاتساق الداخلي	رقم العبارة	الاتساق الداخلي	رقم العبارة	الاتساق الداخلي	المحور الفرعي	رقم العبارة	الاتساق الداخلي	المحور الفرعي	رقم العبارة	الاتساق الداخلي	المحور الفرعي	رقم العبارة	الاتساق الداخلي
٧١	٠.٥١٦	٦٨	٠.٦٣٥	٦٤	٠.٦٤٨	ثالثا : الموارد والامكانات المالية	٤٩	٠.٦٣٦	اولا : الموارد والامكانات المالية	٢٥	٠.٦٤٣	اولا : السياسات	١	٠.٦٤٣
٧٢	٠.٧٠٨	١/٦٨	٠.٦٣٥	١/٦٤	٠.٦٤٨		١/٤٩	٠.٦٢٦		٢٦	٠.٥٥٥		٢	٠.٧٠٧
٧٣	٠.٥٧٦	٢/٦٨	٠.٥٦٧	٢/٦٤	٠.٥٥٤		٢/٤٩	٠.٥٥٥		٢٧	٠.٦١٤		٣	٠.٦٣١
٧٤	٠.٥٧٦	٦٩	٠.٦٥٤	٣/٦٤	٠.٦٥٤		٣/٤٩	٠.٦٤٠		٢٨	٠.٦٣٨		٤	٠.٥٩١
٧٥	٠.٥٥٣	١/٦٩	٠.٧٠٦	٤/٦٤	٠.٦١٨		٤/٤٩	٠.٦٣٢		٢٩	٠.٧٤٣		٥	٠.٦٢٧
٧٦	٠.٦٤٧	٢/٦٩	٠.٦٧٤	٥/٦٤	٠.٥٧١		٥/٤٩	٠.٥٤١		٣٠	٠.٦٧٥		٦	٠.٦٦٨
٧٧	٠.٨٢٢	٣/٦٩	٠.٦٣٣	٦/٦٤	٠.٥٧٧		٥٠	٠.٥٤١		٣١	٠.٥٨٨		٧	٠.٥٧٩
٧٨	٠.٧٠٧	٧٠	٠.٥٧٤	٦٥	٠.٦٣٠	رابعا : الموارد والامكانات المعلوماتية	١/٥٠	٠.٥٧٠	اولا : الموارد والامكانات المالية	٣٢	٠.٥٣٠	ثانيا : الاجراءات	٨	٠.٥٧٨
٧٩	٠.٦٢٥	١/٧٠	٠.٥٧٤	١/٦٥	٠.٦٣٠		٢/٥٠	٠.٥٨٢		٣٣	٠.٦٥٩		٩	٠.٦٣٧
٨٠	٠.٦٥١	٢/٧٠	٠.٦٠٥	٢/٦٥	٠.٥٢٠		٣/٥٠	٠.٧٠٠		٣٤	٠.٥٧٤		١٠	٠.٥٧٤
٨١	٠.٧٠٤	٣/٧٠	٠.٥٩٦	٣/٦٥	٠.٦٧٧		٤/٥٠	٠.٥٨٧		١/٣٤	٠.٥٧٤		١١	٠.٦١٠
٨٢	٠.٦١٦	٤/٦٥	٠.٥٩٥	٤/٦٥	٠.٥٩٥		٥/٥٠	٠.٥٦٢		٢/٣٤	٠.٦٣٣		١/١١	٠.٦١٠
٨٣	٠.٧٤٨	٥/٦٥	٠.٥٥٢	٥/٦٥	٠.٥٥٢		٦/٥٠	٠.٧٠٧		٣/٣٤	٠.٥٧٩		٢/١١	٠.٦٦٧
٨٤	٠.٥٥٥	٦٦	٠.٦٤٢	٦٦	٠.٦٤٢		٧/٥٠	٠.٦٣١		٣٥	٠.٥٣١		٣/١١	٠.٧٢٤
٨٥	٠.٥٥٤	٦٧	٠.٦٣٧	٦٧	٠.٦٣٧		٨/٥٠	٠.٥٤١		٣٦	٠.٦٧٥		٤/١١	٠.٦٦٦
٨٦	٠.٦٥٧	١/٦٧	٠.٥٢٤	٢/٦٧	٠.٥٢٤		٩/٥٠	٠.٥٥٦		٣٧	٠.٥٦٨		١٢	٠.٥٥٥
٨٧	٠.٥١٦	٣/٦٧	٠.٥٩٣	٣/٦٧	٠.٥٩٣		١٠/٥٠	٠.٥٠٦		٣٨	٠.٥٧١		١٣	٠.٦١٤
٨٨	٠.٧٠٨	٤/٦٧	٠.٦٤٥	٤/٦٧	٠.٦٤٥		١١/٥٠	٠.٥٨٣		٣٩	٠.٥٧٢		١٤	٠.٦٣٨
							١٢/٥٠	٠.٥٧٢		٤٠	٠.٧٠١		١٥	٠.٧٤٣
						ثانيا : الموارد والامكانات البشرية	١٣/٥٠	٠.٦٢٠	ثانيا : الموارد والامكانات البشرية	٤١	٠.٦١٩	ثانيا : الاجراءات	١٦	٠.٥٧٥
							٥١	٠.٦٢٤		٤٢	٠.٥٥١		١٧	٠.٥٨٨
							٥٢	٠.٥٧٠		٤٣	٠.٦٥٨		١٨	٠.٥٣٠
							٥٣	٠.٧٢١		٤٤	٠.٥١٥		١٩	٠.٦٤٣
							٥٤	٠.٥٧٠		٤٥	٠.٦٢٧		٢٠	٠.٦٢٧
							١/٥٤	٠.٧٢٠		٤٦	٠.٥٣٤		١/٢٠	٠.٧٣١
							٢/٥٤	٠.٥٧١		٤٧	٠.٦٢٣		٢/٢٠	٠.٦٩١
							٣/٥٤	٠.٧١١		٤٨	٠.٦٢٣		٣/٢٠	٠.٦٢٧
							٤/٥٤	٠.٥٧٧		١/٤٨	٠.٥٥٤		٤/٢٠	٠.٥٦٨
							٥/٥٤	٠.٥٥٥		٢/٤٨	٠.٦٥٩		٢١	٠.٥٦٨
							٦/٥٤	٠.٦٧٦		٣/٤٨	٠.٦٦٥		١/٢١	٠.٥٧٨
							٧/٥٤	٠.٧٠٠					٢/٢١	٠.٦٣٧
							٥٥	٠.٦٧٧					٣/٢١	٠.٥٧٤
							٥٦	٠.٦١٩					٤/٢١	٠.٥٩٩
							٥٧	٠.٥٥١					٢٢	٠.٦٦٦
							٥٨	٠.٦٣٥					٢٣	٠.٥٦٧
							٥٩	٠.٧٦٤					٢٤	٠.٦٢٤
							٦٠	٠.٦٩٨						
							٦١	٠.٥٨٨						
							٦٢	٠.٧٠٧						
							٦٣	٠.٥٩٥						

**معنوى عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٢٥

يتضح من جدول (٨) والخاص بمعامل الاتساق الداخلي (معامل ارتباط درجة العبارة بالمجموع الكلي للمحور الذي تنتمي اليه) لعبارات محاور الاستبيان ، أن معامل الاتساق الداخلي لعبارات المحاور بلغ ما بين (٠.٥٠٦ إلى ٠.٨٢٢) وهذه القيمة معنوية عند مستوى ٠.٠٥. مما يؤكد أن العبارات ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالمحور التي تنتمي اليه وأنها تقيس ما يقيسه المحور ولذلك فهي تساهم في بناء المحور وتقيس ما وضعت من أجله ولذا فهي تتسم بالصدق الذاتي .

جدول (٩) معامل الاتساق الداخلي لمحاور الاستبيان

ن = ٣٦

المحاور	معامل الاتساق الداخلي للمحاور
المحور الاول : اهداف الخطة المقترحة لتسويق المنشآت الرياضية بجامعة بغداد	٠.٧٤١**
المحور الثاني: السياسات والإجراءات اللازمة لتنفيذ الخطة	اولا : السياسات ٠.٦٩٥**
	ثانياً الإجراءات ٠.٧١٥**
المحور الثالث :تحديد الموارد والإمكانات اللازمة لتنفيذ الخطة	اولا : الموارد والامكانات المادية : ٠.٦٣٨**
	ثانيا : الموارد والامكانات البشرية ٠.٥٩٦**
	ثالثاً :الموارد والامكانات المالية ٠.٦٤٨**
	رابعا : الموارد والامكانات المعلوماتية ٠.٦٠٩**
المحور الرابع : وضع البرنامج الزمني لتنفيذ الخطة	٠.٧٣٨**
المحور الخامس:أساليب تنفيذ الخطة التسويقية	٠.٧٤٤**

**معنوى عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٢٥

يتضح من جدول (٩) والخاص بمعامل الاتساق الداخلي (معامل ارتباط درجة المحور بالمجموع الكلي للاستبيان) لمحاور الاستبيان، أن معامل الاتساق الداخلي للمحاور بلغ ما بين (٠.٥٩٦ إلى ٠.٧٤٤) وهذه القيمة معنوية عند مستوى ٠.٠٥. مما يؤكد أن المحاور ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالاستبيان وأنها تقيس ما يقيسه الاستبيان ولذلك فهي تساهم في بناء الاستبيان وتقيس ما وضعت من أجله.

ثانياً:الثبات:

(أ)معامل الفا لكرونباك

قام الباحث بحساب ثبات الاستمارة باستخدام معامل الفا لكرونباك على عينة قوامها (٣٦) فرداً ومن خارج عينة البحث الأساسية.

جدول (١٠)
معامل ألفا لكرونيك لمحاور الاستبيان

ن = ٣٦

معامل ألفا لكرونيك		المحاور	
للمحاور	العبارات		
٠.٧٧٦	٠.٧١١	المحور الأول: أهداف الخطة المقترحة لتسويق المنشآت الرياضية بجامعة بغداد	
	٠.٦٨٢	المحور الثاني: السياسات والإجراءات اللازمة لتنفيذ الخطة	أولاً : السياسات
	٠.٧٣٥		ثانياً الإجراءات
	٠.٧١٩	المحور الثالث: تحديد الموارد والإمكانات اللازمة لتنفيذ الخطة	أولاً: الموارد والإمكانات المادية :
	٠.٧٠٩		ثانياً: الموارد والإمكانات البشرية
	٠.٦٨٨		ثالثاً: الموارد والإمكانات المالية
	٠.٧٤٦		رابعاً: الموارد والإمكانات المعلوماتية
	٠.٦٦٣	المحور الرابع: وضع البرنامج الزمني لتنفيذ الخطة (تبدأ تنفيذ الخطة من ١ كانون الثاني إلى ٣٠ كانون الأول	
	٠.٧٢٧	المحور الخامس: أساليب تنفيذ الخطة التسويقية	

يتضح من جدول (١٠) و الخاص بمعامل ألفا لكرونيك محاور الاستبيان ، ارتفاع قيم معامل ألفا لكرونيك حيث بلغت قيمة معامل ألفا للمحاور (٠.٧٧٦) وهذه القيمة اكبر من قيم معامل ألفا للعبارات وبالتالي استمارة الاستبيان ككل .

$$36 = n$$
43

يتضح من جدول (١١) والخاص بمعامل ألفا لكرونياك لعبارات وأبعاد الاستبيان ارتفاع قيم معاملات ألفا لكرونياك حيث تراوحت ما بين (٠.٦٠٦ إلى ٠.٨٢١) للعبارات في جميع المحاور الأبعاد. وهذه القيم أكبر من ٠.٦ مما يشير إلى ثبات العبارات. وأن عبارات الاستبيان تتكامل وتتجانس فيما بينها. وأن أى حذف أو إضافة لأى من عبارات الاستبيان من الممكن أن يؤثر سلبيا في بناء الاستبيان ككل

(ب) الثبات بأعادة التطبيق

تم تطبيق استمارة الاستبيان على العينة الاستطلاعية وعددهم (٣٦) فردا من مجتمع البحث وخارج عينة البحث الأساسية، ثم أعيد تطبيقها مرة أخرى على نفس العينة بعد (١٥) يوم وذلك في الفترة من ٢٠١٤/٥/٢٠ إلى ٢٠١٤/٦/٥ كما هو موضح بالجدول التالي.

جدول (١٢)

الفروق بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني لاستمارة الاستبيان

ن = ٣٦

معامل الثبات	قيمة ت	الفرق بين المتوسطين		التطبيق الثاني		التطبيق الاول		الدلالات الإحصائية
		ع±	س	ع±	س	ع±	س	
٠.٨٨	١.٢٦	١.٧٧	٠.٢٩	٢.٠٦	٥٥.٦٩	٢.٠٦	٥٥.٤٠	المحور الأول : أهداف الخطة المقترحة لتسويق المنشآت الرياضية بجامعة بغداد
٠.٩٤	٠.٦٦	١.٤٠	٠.١٢	١.٦٨	٢٣.٤٧	١.٦٣	٢٣.٥٩	المحور الثاني: السياسات والإجراءات اللازمة لتنفيذ الخطة
٠.٨٧	١.٥٠	١.١٤	٠.٢٢	١.٤١	٢٤.٣٦	١.٢٣	٢٤.٥٩	ثانيا الإجراءات
٠.٨٩	٠.١٨	٢.٢٠	٠.٠٥	١.٦٦	٣٧.٩٣	٢.٠٤	٣٧.٨٨	أولا : الموارد والإمكانات المادية :
٠.٩١	٠.١٨	١.٤٥	٠.٠٣	١.٤٥	٢٧.٢٢	١.٤٠	٢٧.٢٦	ثانيا : الموارد والإمكانات البشرية
٠.٩٢	١.٤٨	١.٤٢	٠.٢٨	١.٤٢	١٠.٢٦	١.٤٢	١٠.٥٣	ثالثا : الموارد والإمكانات المالية
٠.٩١	٠.١١	١.٢٤	٠.٠٢	١.٢٤	١٦.٤٣	١.٢٠	١٦.٤٥	رابعا : الموارد والامكانات المعلوماتية
٠.٩٠	١.٣٣	١.٤٨	٠.٢٦	١.٥٤	١٢.٠٧	١.٥٩	١٢.٣٣	المحور الرابع : وضع البرنامج الزمني لتنفيذ الخطة
٠.٨٦	٠.٨٣	١.٩٠	٠.٢١	١.٨٢	٢٩.٥٠	١.٨٢	٢٩.٧١	المحور الخامس : أساليب تنفيذ الخطة التسويقية

*معنوى عند مستوى ٠.٠٥ = ٢.٠٣

يتضح من جدول (١١) والخاص بدلالة الفروق بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني ومعامل الارتباط لإيجاد ثبات (محاور استمارة الاستبيان)، عدم وجود فروق معنوية بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني حيث تراوحت قيمة ت المحسوبة ما بين (٠.١١ إلى ١.٥٠) وهذه القيم غير معنوية عند مستوى ٠.٠٥ ، كما تراوح معامل الثبات ما بين (٠.٨٦ إلى ٠.٩٤) مما يؤكد أن المحاور تتسم بالثبات وأنها تعطي نفس النتائج إذا أعيد تطبيقها مرة أخرى على نفس العينة وفي نفس الظروف.

وبعد أن تأكد الباحث من صدق وثبات استمارة الاستبيان أصبحت جاهزة للتطبيق على العينة المحددة سلفا .

تطبيق استمارة الاستبيان:

قام الباحث بتطبيق الدراسة الأساسية على عينة البحث في الفترة من ٩ / ٦ / ٢٠١٤ إلى ٥ / ٧ / ٢٠١٤ . حيث تم تطبيق الاستبيان من خلال توزيع الاستمارة على العينة الأساسية البالغة (٢٠٤) . وبعد التأكد من ان المفحوص قد أجاب على جميع عبارات الاستبيان قام الباحث بتجميع الاستمارات وتفرغها في شكل بيانات مبنية تمهيدا لأجراء المعالجات الإحصائية واستخراج النتائج.

رابعاً: المعالجات الإحصائية .

قام الباحث باستخدام المعالجات الإحصائية الآتية :

- النسبة المئوية.
- معامل ارتباط بيرسون.
- معامل ألفا لكرونباك.
- تطبيق الاستبيان وإعادة التطبيق (الثبات)
- مربع كاي .
- المتوسط الحسابي .