

الفصل الثالث إجراءات البحث

- منهج البحث .
- مجتمع البحث.
- عينة البحث .
- أدوات جمع البيانات.
- تطبيق ادوات البحث.
- المعالجة الاحصائية .

الفصل الثالث

اجراءات البحث

يحتوي هذا الفصل علي الخطوات التفصيلية التي إتبعها الباحثة ، كي تتمكن من تحقيق أهداف البحث والتي تضمنت منهج البحث – مجتمع وعينة البحث- أدوات جمع البيانات- والتي إشملت على :

١- منهج البحث :

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي " الدراسات المسحية " لمناسبتها وملابته لطبيعة هذا البحث وتحقيق أهدافه حيث تضمن عدة محاور منظمة وضعت لتحليل وتفسير الوضع الحالي في مجال البحث .

٢- مجتمع البحث:

استخدمت الباحثة أسلوب الحصر الشامل لفئات مجتمع البحث حيث تكون من:

- أعضاء مجلس إدارة النادي الأولمبي المصري .
- العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي الأولمبي المصري.
- أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام للدعاية والإعلان .

٣ - عينة البحث :

- عينة المقابلة الشخصية الاولى

عينة عمدية من مسؤولي النادي الأولمبي المصري قوامها (٥) أفراد تمثلت في " مدير النادي ومدير عام النشاط الرياضي ومسؤول التسويق ان ذاك والمدير المالي ومراقب الحسابات" بهدف التعرف علي مظاهر القصور في أساليب تسويق منشآت النادي الأولمبي المصري.

- عينة المقابلة الشخصية الثانية

عينة عمدية من إدارتي النشاط الرياضي بالنادي الأولمبي المصري والتسويق بشركة بيبسي قوامها(٥٥) فرد منهم (٤٧) فرداً من العاملين بإدارة النشاط الرياضي من بينهم مدير عام إدارة النشاط الرياضي وكبير الاخصائيين ومشرفي الأنشطة الرياضية حيث تتوافر لديهم الخبرة الكافية عن الوضع الراهن للنادي الأولمبي المصري، و(٨) أفراد من إدارة التسويق بشركة بيبسي من بينهم مدير الإدارة والأعضاء الأكثر دراية بشؤون التسويق الرياضي في النادي ، بهدف تحليل الوضع الراهن للبيئة الداخلية والبيئة الخارجية للنادي الأولمبي المصري .

- عينة استمارة الاستبيان

عينة عشوائية بسيطة من أعضاء النادي الأولمبي المصري قوامها (٢٠٧) فرداً وهي عينة ممثلة بنسبة ١.٠٣٥ % للفئات المختلفة من الأعضاء ، بهدف التعرف علي مجالات الاستثمار بالنادي الأولمبي المصري لإمكانية وضع تصور مقترح لمنشآت النادي الأولمبي المصري.

جدول رقم (٣) توزيع فئات مجتمع وعينة البحث الخاص باستمارة الاستبيان

م	مفردات العينة	المجتمع الكلي	عينة الثبات	العينة بعد الثبات	عدد المستبعدين	عدد المفحوصين	نسبة العينة الأساسية
١	مجلس إدارة النادي الأولمبي	٨	٢	٦	-	٦	٧٥%
٢	إدارة النشاط الرياضي بالنادي الأولمبي	٦٢	٧	٥٥	٩	٤٦	٧٤.١٩%
٣	إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام للدعاية والإعلان	٥٠	٥	٤٥	٤	٤١	٨٢%
٤	أعضاء النادي الأولمبي المصري	٢٠٠٠٠	١٣	٢٢٥	١٨	٢٠٧	١.٠٣٥%
-	الإجمالي	٢٠١٢٠	٢٧	٣٣١	٣١	٣٠٠	٢.٥٣٣٢%

٤- أدوات جمع البيانات :

قامت الباحثة باستخدام الادوات التالية لجمع البيانات الخاصة بالبحث :

اولاً : المقابلة الشخصية الاولى

تمت المقابلة الشخصية المقننة لعينة عمدية من مسؤولي النادي الأولمبي المصري قوامها (٥) أفراد تمثلت في مدير النادي ومدير عام النشاط الرياضي والمدير المالي ومراقب الحسابات ومسؤول التسويق، من خلال استمارة مكونة من (٧) اسئلة مرفق رقم (٢) بهدف التعرف علي مظاهر القصور في أساليب تسويق منشآت النادي الأولمبي المصري، ويوضح الجدول التالي النسب المئوية لآراء عينة المقابلة .

جدول رقم (٤) النسب المئوية لآراء عينة المقابلة الشخصية الأولى

م	العبارات	نعم		لا	
		ت	%	ت	%
١	يوجد مظاهر قصور في : أ- أساليب التسويق والإعلان والترويج للمنشآت والخدمات والأنشطة التي يقدمها النادي الأولمبي المصري. ب- اجراءات الاشتراك في الأنشطة الرياضية للنادي الأولمبي المصري. ج- صيانة الاجهزة والادوات الخاصة ببعض الانشطة الرياضية. د- الخدمات الاستشارية ودراسات الجدوي . يحتوي النادي الاولمبي علي مساحات غير مستغلة .	٣	٦٠%	٢	٤٠%
٢	يحتوي النادي الاولمبي علي مساحات غير مستغلة .	٥	١٠٠%	-	-
٣	قلة الفرص اللازمة لجذب المستثمرين في المجال الرياضي من خلال أ- توفير قاعدة معلومات عن المنشآت التي يمكن استثمارها. ب- توفير إدارة للتسويق بالنادي . ت- توفير وسائل الاتصال المختلفة بالمستثمرين ج- توفير المواصفات القانونية والفنية في منشآت النادي د- سهولة تقديم الخدمات الاساسية والمساعدة.	٢	٤٠%	٣	٦٠%
٤	الأساليب المتبعة عند تسويق منشآت النادي الأولمبي المصري: - تأجير الملاعب الرياضية. - إنشاء محلات تجارية وتأجيرها كحق انتفاع للمستثمرين. - تطوير المطاعم والكافتريات وإسناد إدارتها لشركات متخصصة. - استغلال اسوار النادي للاعلان عن منتجات بعض المؤسسات الاقتصادية	٢	٤٠%	٣	٦٠%
٥	هل يتم استثمار منشآت النادي الرياضية وغير الرياضية بصورة تحقق إيرادات بنسبة : - ٢٠% - من ٢٠ الي ٤٠ % - من ٤٠ الي ٧٠ % - اكثر من ٧٠ %	٢	٦٠%	٣	٤٠%
٦	يعتمد النادي أساسا علي المشروعات الاستثمارية لتمويل ذاتي أكثر من الاعتماد علي الدعم الحكومي.	١	٢٠%	٤	٨٠%
٧	هل يوجد دراسة جدوى يتم اتباعها عند استثمار منشآت النادي المختلفة.	-	-	٥	١٠٠%

تبين للباحثة من نتائج المقابلة الشخصية المقننة وجود بعض مظاهر القصور في الأساليب المتبعة لتسويق المنشآت والخدمات والأنشطة الرياضية التي يقدمها النادي الأولمبي المصري كما يحتوي النادي علي مساحات غير مستغلة ، بالإضافة إلي قلة توفير الفرص التي يمكن من خلالها جذب المستثمرين مثل (توفير قاعدة بيانات عن المنشآت التي يتضمنها النادي - توفير إدارة للتسويق الرياضي بالنادي - وجود وسائل الاتصال المختلفة بالمستثمرين)، ومن أساليب التسويق التي لم يتم تنفيذها (تأجير بعض الملاعب الرياضية بالنادي - تطوير المطاعم والكافتريات وإسناد إدارتها

لشركات متخصصة)، كما اتضح من نتائج اراء عينة المقابلة الشخصية ايضا عدم تحقيق ايرادات من استثمار المنشآت الرياضية وغير الرياضية بالنادي الاوليمبي المصري بنسبة ٢٠% الي ٤٠%، وايضا ضعف موارد التمويل الذاتي بالإضافة إلي عدم وجود دراسة جدوى يمكن الاعتماد عليها عند استثمار منشآت النادي الاوليمبي المصري، وبناءً على هذه النتائج قامت الباحثة بمقابلة شخصية ثانية لتحليل الوضع الراهن للبيئة الداخلية والبيئة الخارجية للنادي الاوليمبي المصري (swot) والتي علي أساسها تتمكن الباحثة من وضع التصور المقترح لدراسات جدوى استثمار منشآت النادي الاوليمبي المصري .

ثانيا: المقابلة الشخصية الثانية (swot)

أجريت المقابلة الشخصية المقننة الثانية علي عينة عمدية من إدارتي النشاط الرياضي بالنادي الاوليمبي المصري والتسويق بشركة بيبسي قوامها (٥٥) فرد منهم (٤٧) فرد من العاملين بإدارة النشاط الرياضي و(٨) أفراد من إدارة التسويق بشركة بيبسي، بهدف تحليل الوضع الراهن للبيئة الداخلية والبيئة الخارجية للنادي الاوليمبي المصري، من خلال تحديد نقاط القوة والفرص التي تتيح الاستثمار بالنادي وأيضا التعرف علي نقاط الضعف والمخاطر التي تعوق عملية الاستثمار بالنادي (swot)، والتي تم توضيحها من خلال استمارة مقابلة شخصية مقننة مكونة من (٣٧) عبارة مرفق رقم (٣) موزعة كالتالي:

اولا: نقاط القوة

حيث احتوي هذا العنصر علي عدد (٨) عبارات تتضمن أهم نقاط القوة التي يمكن ان تساهم في تحسين عملية الاستثمار بالنادي الاوليمبي المصري .

ثانيا: نقاط الضعف

اشتمل هذا العنصر علي عدد (٩) عبارات لخص فيها أهم نقاط الضعف التي تعوق اتمام عملية الاستثمار في النادي الاوليمبي المصري .

ثالثا: الفرص المتاحة

تتضمن هذا العنصر عدد (٦) عبارات ركزت علي الفرص المتاحة لدي النادي الاوليمبي والتي تساعد علي تطوير عملية الاستثمار في النادي.

رابعا: المخاطر

اشتمل هذا العنصر علي عدد (١٤) عبارة تتضمن أهم المخاطر التي تحد من القيام بعملية الاستثمار في النادي الاوليمبي المصري .

اجريت المقابلة علي عينة عمدية قوامها (٥٥) فرداً منهم (٤٧) فرداً من إدارة النشاط الرياضي بالنادي الاوليمبي حيث تتصف هذه العينة بأن لديهم معلومات كافية عن طبيعة الاستثمار في منشآت النادي وذلك بحكم وظائفهم، بالإضافة إلي تواجدهم المستمر في النادي و(٨) أفراد من إدارة التسويق بشركة بيبسي لأنها كانت الراعي الرسمي لفريق كرة القدم في الفترة (من ١٩٩٩ - إلي ٢٠٠٧).

ثالثا : استمارة الاستبيان

- الهدف من الاستبيان :

قامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان وذلك بهدف التعرف علي أهم مجالات الاستثمار في النادي الاوليمبي المصري سواء كانت مجالات استثمار عامة أو خاصة بالرياضة، وأيضا وضع تصور مقترح أو نموذج لما يجب أن تكون عليه دراسات الجدوى التي يمكن من خلالها استثمار منشآت النادي سواء أكانت رياضية أو غير رياضية .

- خطوات اعداد وبناء استمارة الاستبيان :

١- تحديد محاور الاستبيان

بناءً علي القراءات النظرية والرجوع إلي الدراسات والبحوث العلمية المتصلة بمشكلة البحث، بالإضافة إلي نتائج المقابلة الشخصية المقننة الثانية الخاصة بتحليل الوضع الراهن للبيئة الداخلية والبيئة الخارجية للنادي الاوليمبي المصري (swot)، والموضحة بمرفق رقم (٤)، أمكن للباحثة تحديد محورين لاستمارة الاستبيان وهما (أهم مجالات الاستثمار بالنادي الاوليمبي المصري - التصور المقترح لدراسات جدوى استثمار منشآت النادي الاوليمبي المصري) والموضحة بمرفق رقم (٥)، حيث قامت الباحثة بعرض المحاور في صورتها المبدئية علي الخبراء المتخصصين في مجال الإدارة الرياضية بكليات التربية الرياضية جامعة الإسكندرية والمنصورة وحلوان، وأيضا في مجال إدارة الأعمال والاقتصاد بكلية التجارة جامعة الإسكندرية مرفق رقم (١)، وذلك لأبداء آرائهم في المحاور المقترحة لتحقيق أهداف الاستبيان، و ترتيبها ترتيبا يعكس الأهمية النسبية لكل محور، وقد أرتضت الباحثة نسبة (٩٠%) كحد أدني لاتفاق آراء السادة الخبراء، ولم يتم اقتراح أى محاور أخرى، ولكن تم إعادة صياغة كما يوضح الجدول التالي .

جدول رقم (٥)
تعديلات السادة الخبراء في محاور الاستبيان

المحور	حذف	اضافة	اعادة صياغة المحور
١- مجالات الاستثمار في النادي الاوليمبي المصري:	-	-	-
اولا: التعرف علي مجالات الاستثمار العامة بالنادي.	-	-	-
ثانيا: التعرف علي مجالات الاستثمار الرياضي بالنادي .	-	-	-
٢- التصور المقترح لدراسات الجدوي لاستثمار منشآت النادي الاوليمبي المصري	-	-	التصور المقترح لدراسات جدوي استثمار منشآت النادي الاوليمبي المصري
اولا: أهمية دراسات الجدوي في عملية الاستثمار .	-	-	-
ثانيا: متطلبات دراسات الجدوي .	-	-	-
ثالثا: انواع دراسات الجدوي التي يتم من خلالها الاستثمار وهي :	-	-	مراحل دراسات الجدوي التي يتم من خلالها الاستثمار وهي
أ- دراسة الجدوي التمهيدية .	-	-	-
ب- دراسة الجدوي التفصيلية وتشمل	-	-	ب- دراسة الجدوي التفصيلية وتشمل
١- دراسة الجدوي الفنية	-	-	١- دراسة الجدوي التسويقية
٢- دراسة الجدوي التمويلية	-	-	٢- دراسة الجدوي الفنية
٣- دراسة الجدوي التسويقية	-	-	٣- دراسة الجدوي التمويلية
٤- دراسة الربحية التجارية	-	-	٤- دراسة الربحية التجارية
٥- دراسة الجدوي الاجتماعية	-	-	٥- دراسة الجدوي الاجتماعية
٦- دراسة الجدوي القانونية	-	-	٦- دراسة الجدوي القانونية

٢- تحديد عبارات الاستبيان

حول ما جاء من تعديلات السادة الخبراء والرجوع الي المراجع العلمية للدراسات المرتبطة بمشكلة البحث قامت الباحثة بوضع مجموعة من العبارات التي تدرج تحت كل محور والتي يمكن من خلالها تغطية مختلف الجوانب التي يتضمنها المحور وقد بلغ عدد العبارات الكلية للاستمارة في صورتها المبدئية عدد (٨١) عبارة والموضحة بمرفق رقم (٧) ويمكن ايضاحها فيما يلي:

المحور الاول :

(مجالات الاستثمار في النادي الاوليمبي المصري)

وينقسم هذا المحور الي :

اولا: مجالات الاستثمار العامة

اشتمل هذا الجزء علي (١١) عبارة تم التركيز فيها علي أهم مجالات الاستثمار العامة الموجودة في النادي والاخري التي يمكن القيام بها .

ثانيا: مجالات الاستثمار الرياضي بالنادي

اشتمل هذا الجزء علي (٩) عبارات تتضمن أهم مجالات الاستثمار الرياضي التي تتبعها ادارة النادي والاخري المقترحه التي يمكن اتباعها .

المحور الثاني:

(التصور المقترح لدراسات جدوي استثمار منشآت النادي الاوليمبي المصري)

وينقسم هذا المحور الي :

اولا: أهمية دراسات الجدوي

اشتمل هذا الجزء علي عدد (١٢) عبارة وذلك لمعرفة مدي أهمية القيام بدراسات الجدوي عند استثمار المنشآت الرياضية وغير الرياضية وأهميتها للنادي الأوليمبي المصري وأيضا للمستثمرين .

ثانيا: متطلبات دراسات الجدوي

احتوي هذا الجزء علي عدد (٤) عبارات وتم التركيز فيها علي متطلبات دراسات الجدوي في النادي .

ثالثا: مراحل دراسات الجدوي

اشتمل هذا الجزء علي عدد (٦٥) عبارة شملت المراحل الهامة لدراسات الجدوي والتي تضمنت :-

أ- دراسة الجدوى التمهيدية
حيث احتوت علي عدد (١٥) عبارة تبرز أهمية دراسة الجدوى التمهيدية قبل القيام بدراسة الجدوى التفصيلية لمنشآت النادي الأولمبي المصري .

ب- دراسة الجدوى التفصيلية وتضمنت (٥٠) عبارة كانت علي التوالى:

١ - دراسة الجدوى التسويقية
اشتملت هذه الدراسة علي عدد (١٠) عبارات توضح مايجب ان تكون عليه الجدوى التسويقية لمنشآت النادي الأولمبي المصري .
٢ - دراسة الجدوى الفنية
تضمنت هذه الدراسة علي عدد(١٠) عبارات تم التركيز فيها علي الجدوى الفنية لمنشآت النادي الأولمبي المصري.

٣ - دراسة الجدوى التمويلية
احتوت هذه الدراسة علي عدد(١٠) عبارات يمكن من خلالها التعرف علي الدراسة التمويلية لمنشآت النادي وأهم مصادر التمويل التي تتبعها ادارة النادي الأولمبي المصري.

٤ - دراسة الربحية التجارية
اشتملت هذه الدراسة علي عدد (٨) عبارات تنص علي ما يجب أن تكون عليه الجدوى الربحية التجارية لمنشآت النادي الأولمبي المصري.
٥ - دراسة الجدوى الاجتماعية
تضمنت هذه الدراسة علي عدد (٣) عبارات ركزت فيها علي أهم ما تتضمنه الجدوى الاجتماعية لمنشآت النادي الأولمبي المصري .

٦ - دراسة الجدوى القانونية
احتوت هذه الدراسة علي عدد (٩) عبارات توضح ما يجب أن تكون عليه الجدوى القانونية لاستثمار منشآت النادي الأولمبي المصري .

٣ - **المعاملات العلمية الخاصة بتقنين استثمار الاستبيان**
تم حساب المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان للتأكد من مدي صلاحية الاستمارة للغرض الذي اعدت من أجله وتمثلت هذه المعاملات في صدق الاستمارة وينقسم إلي(صدق المحكمين- وصدق الاتساق الداخلي) - والثبات .

اولا- صدق استمارة الاستبيان :

إعتمدت الباحثة علي إيجاد صدق الاستمارة من خلال :

أ- صدق المحكمين

تم عرض استمارة الاستبيان في صورتها المبدئية علي الخبراء في مجال الإدارة الرياضية وإدارة الأعمال والاقتصاد مرفق رقم (١) لغرض التحقق من ارتباط العبارات بالمحاور التي تندرج تحتها وصياغتها صياغة موضوعية لتحقيق هدف الدراسة.

تم تحديد مواصفات اختيار الخبراء كما يلي :

- خبرة لا تقل عن ١٠ سنوات في مجال الإدارة الرياضية بكليات التربية الرياضية جامعة الإسكندرية والمنصورة وحلوان ، والاقتصاد وإدارة الأعمال بكلية التجارة جامعة الإسكندرية .
- الحصول علي درجة الدكتوراة في المجال المرتبط بالبحث .

ثم تم توزيع الاستمارة علي عدد(١٨) خبير مرفق رقم (١)، وذلك في الفترة من ٢٠١١/٣/٥ الي ٢٠١١/٣/٣٠ ، حيث قامت الباحثة بتوضيح فكرة البحث والهدف منه، حيث أسفرت أرائهم عن تعديل صياغة بعض العبارات وإضافة وحذف عبارات أخرى والتي أمكن توضيحها بالجدوال أرقام (٦-٧-٨-٩).

جدول رقم (٦)
العبارات التي تم تعديل صياغتها

رقم المحور	رقم العبارة قبل التعديل	رقم العبارة بعد التعديل	العبارة بعد تعديل صياغتها
المحور الأول	أ/١	١/أ/١	تؤجر صالة المناسبات الموجودة بالنادي لإقامة :
	ب/١	٢/أ/١	أ- الحفلات المختلفة لكل من : ١- أعضاء النادي. ٢- أبناء المجتمع المحيط بالنادي .
	ز/١	ز/١	المعارض الدورية (السوق الخيري) لمنتجات كل من ١- أعضاء النادي . ٢- بعض الشركات.
	٥	٥	تساعد دراسات الجدوي علي مقارنة النتائج الحالية لعملية الاستثمار بالنتائج المتوقعة بعد القيام بها .
المحور الثاني	٢٢	أ/٢١ ب/٢١ ج/٢١	التعرف اذا كان بالنادي مشروعات استثمارية : أ- سابقة. ب- حالية ج- لا يوجد مشروعات
	٢٨	٢٧	تحديد العائد الاقتصادي والاجتماعي والسياسي الناتج عن استثمار منشآت النادي.
	٣٢	٢٩	تشكيل ادارة للتسويق وادراجها ضمن الهيكل التنظيمي بالنادي الاولمبي.
	٦٧	٦٦	تحديد اذا كانت ميزانية النادي تسمح بانشاء منشآت اخري في المساحات غير المستغلة.
	٧٨	٦٧	تحقيق مستوى ربحية مناسب من استثمار منشآت النادي الاولمبي .
	د/٧٠	د/٦٩	د- التعرف علي مدي استفادة المجتمع المحيط من المشروعات الاستثمارية التي تقام في النادي .

جدول رقم (٧)
العبارات التي تم اضافتها

رقم المحور	رقم العبارة بعد الاضافة	العبارات التي تم اضافتها
المحور الأول	أ/٩ ب/٩	يتم استثمار أسطح بعض المباني في النادي عن طريق تأجيرها لكل من أ- شركات المحمول لتوصيل بعض الشبكات . ب- المستثمرين لعمل مطعم أو كافيتيريا.
	أ/١٧ ب/١٧	تتعقد ادارة النادي مع أحد الشركات لتغطية احتياجات النادي مقابل : أ- الدعاية عن منتجاتها اثناء الحدث الرياضي. ب- توزيع نشرات عن منتجاتها علي اعضاء النادي
	٩	تحديد أهم المشروعات الاستثمارية التي يمكن لإدارة النادي القيام بها لحل مشاكل التمويل الذاتي .
المحور الثاني	٣٠	تنظيم دورات تدريبية مستمرة للمتخصصين في مجال التسويق في : أ- الإدارة الرياضية . ب- التسويق الرياضي واساليبه الحديثة . ج- تكنولوجيا المعلومات . د- وضع الخطط الاستثمارية . هـ - أساليب التعامل مع المؤسسات التجارية وجذب المستثمرين.
	٣٦	استخدام أحدث الأساليب التسويقية المتنوعة في تسويق منشآت النادي.
	٧٦	وضع ضمانات وحوافز لتشجيع المستثمرين ورجال الأعمال للاستثمار الرياضي مثل أ- الإعفاء من الضرائب الجمركية علي استيراد بعض الاجهزة والادوات الرياضية ب- عرض قروض بضمان المشروع الرياضي ج- تسهيل العديد من الاجراءات الإدارية الأخرى

جدول رقم (٨)
العبارات التي تم حذفها

رقم المحور	رقم العبارة قبل حذفها	العبارات التي تم حذفها
المحور الثاني	١٠	التعرف علي العوائد الاقتصادية والعوائد الاجتماعية من تطبيق الاستثمار بالنادي.
	٢١	التأكد من وجود طالب علي الخدمات والأنشطة التي يقدمه النادي.
	٢٩	تقدير وجدولة الأرباح والإيرادات المتوقعة من استثمارات منشآت النادي.
	٣٠	وضع تنبؤات اولية تؤكد ربحية استثمار منشآت النادي.
	٧٨	اعداد تصور للتنظيم القانوني للمشروعات الاستثمارية التي يمكن إقامتها بالنادي.

جدول رقم (٩)
إجمالي عدد العبارات المعدلة والمضافة والمحذوفة وفقا لأراء الخبراء في الاستبيان

رقم المحور	العدد الاصلي للعبارات	حذف	اضافة	تعديل	العدد النهائي
المحور الاول	٢٠	-	٢	٢	٢٢
المحور الثاني	٨١	٥	٤	٧	٨٠

ب- صدق الاتساق الداخلي للعبارات

قامت الباحثة بإيجاد صدق الاتساق الداخلي لعبارات كل محور والموضحة بالجدول رقم (١٠) والجدول رقم (١١) حيث تراوح معامل الاتساق الداخلي لعبارات استمارة الاستبيان ما بين (٠.٦٢٥ - ٠.٧٧٧ **) وهي قيمة معنوية وذات دلالة احصائية عند مستوي (٠.٠١) مما يؤكد بأن الاستبيان صادق من حيث قياس الغرض الموضوع لقياسه.

جدول رقم (١٠)

معامل الاتساق الداخلي لعبارات المحور الاول " مجالات الاستثمار في النادي الاوليمبي المصري " ن = ٢٧

معامل الاتساق الداخلي	رقم العبارة	معامل الاتساق الداخلي	رقم العبارة	معامل الاتساق الداخلي	رقم العبارة
أولاً: مجالات الاستثمار العامة					
	١٣/أ/٨		٥		١
**٠.٦٤٥	١/١٣/أ/٨		أ/٥		أ/١
**٠.٧١٥	٢/١٣/أ/٨	**٠.٦٥٠	١/أ/٥	**٠.٦٩٣	١/أ/١
**٠.٧٤٥	٣/١٣/أ/٨	**٠.٧٢٥	٢/أ/٥	**٠.٦٧٠	٢/أ/١
**٠.٦٩٥	٤/١٣/أ/٨		٥/ب	**٠.٦٦٩	١/ب
	١٤/أ/٨	**٠.٧٤١	١/ب/٥		١/ج
**٠.٦٨٤	١/١٤/أ/٨	**٠.٧٢٤	٢/ب/٥	**٠.٧٢٩	١/ج/١
**٠.٧٢٤	٢/١٤/أ/٨	**٠.٦٩٣	٣/ب/٥	**٠.٧٣٥	٢/ج/١
	٨/ب	**٠.٦٨١	٤/ب/٥	**٠.٦٩٣	د/١
	١/ب/٨		٦		١/هـ
**٠.٧٣١	١/١/ب/٨		أ/٦	**٠.٧٥٥	١/هـ/١
**٠.٦٣٨	٢/١/ب/٨	**٠.٧٣٢	١/أ/٦	**٠.٧١٠	٢/هـ/١
**٠.٦٨٧	٣/١/ب/٨	**٠.٦٩٧	٢/أ/٦	**٠.٦٩٩	٣/هـ/١
	٢/ب/٨	**٠.٦٨٧	ب/٦	**٠.٦٨٠	٤/هـ/١
**٠.٧٢٣	١/٢/ب/٨		٧		١/و
**٠.٦٨٥	٢/٢/ب/٨	**٠.٧٢٥	أ/٧	**٠.٧٧٧	١/و/١
**٠.٧٤١	٣/٢/ب/٨	**٠.٦٢٩	ب/٧	**٠.٧٢٥	٢/و/١
**٠.٧٥٠	٤/٢/ب/٨	**٠.٧٢١	ج/٧		٢
	٣/ب/٨	**٠.٦٩٤	د/٧	**٠.٧٢٨	أ/٢
**٠.٦٣٥	١/٣/ب/٨	**٠.٦٨٥	هـ/٧		ب/٢
**٠.٦٥٥	٢/٣/ب/٨	**٠.٧٢٤	و/٧	**٠.٧٣٨	١/ب/٢
	٩		٨	**٠.٦٣٥	٢/ب/٢
**٠.٧١٣	أ/٩		أ/٨	**٠.٦٧٣	٣/ب/٢
**٠.٧٣٤	ب/٩	**٠.٦٨٢	١/أ/٨	**٠.٧٢٩	٤/ب/٢
**٠.٦٨٩	١٠	**٠.٧٠٠	٢/أ/٨	**٠.٧١١	٥/ب/٢
**٠.٦٨١	١١	**٠.٧٢٤	٣/أ/٨	**٠.٦٦٩	٦/ب/٢
**٠.٧٢٦	أ/١١	**٠.٧٥٠	٤/أ/٨		٣
**٠.٧٢٩	ب/١١	**٠.٦٥٤	٥/أ/٨	**٠.٧٣٥	١/٣
**٠.٦٩٤	ج/١١	**٠.٦٥٥	٦/أ/٨	**٠.٦٧٠	ب/٣
**٠.٦٨٠	أ/١٢	**٠.٧٢٥	٧/أ/٨		٤
**٠.٧٥٠	ب/١٢	**٠.٧٥١	٨/أ/٨		أ/٤
**٠.٧٤٣	ج/١٢	**٠.٦٣٥	٩/أ/٨	**٠.٧٣١	١/أ/٤
**٠.٦٩١	د/١٢		١٠/أ/٨		٢/أ/٤
		**٠.٦٩٣	١/١٠/أ/٨	**٠.٧٣٣	١/٢/أ/٤
		**٠.٦٧٧	٢/١٠/أ/٨	**٠.٧٦٣	٢/٢/أ/٤
		**٠.٦٨٥	١١/أ/٨	**٠.٦٧٩	٣/٢/أ/٤
			١٢/أ/٨	**٠.٦٦٣	٤/ب
		**٠.٧١٢	١/١٢/أ/٨		ج/٤
		**٠.٧٤٥	٢/١٢/أ/٨	**٠.٦٦٩	١/ج/٤
		**٠.٧٠٩	٣/١٢/أ/٨	**٠.٦٥٥	٢/ج/٤

** معنوى عند مستوى ٠.٠١ = ٠.٤٧٨ * معنوى عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٧٤

تابع جدول رقم (١٠)
معامل الاتساق الداخلي لعبارات
المحور الأول " مجالات الاستثمار في النادي الأولمبي المصري"
ن = ٢٧

معامل الاتساق الداخلي	رقم العبارة	معامل الاتساق الداخلي	رقم العبارة	معامل الاتساق الداخلي	رقم العبارة
ثانياً: مجالات الاستثمار الرياضي					
**٠.٦٣٩	ج/٢٠	**٠.٧٢٠	أ/١٧		١٣
**٠.٦٥٨	د/٢٠	**٠.٦٨٢	ب/١٧	**٠.٦٢٩	أ/١٣
**٠.٦٧٨	هـ/٢٠		١٨	**٠.٧٢٥	ب/١٣
**٠.٧٥٠	ز/٢٠	**٠.٦٨٧	ب/١٨	**٠.٦٣٥	ج/١٣
	٢١	**٠.٦٧٧	ج/١٨	**٠.٦٥٨	د/١٣
**٠.٧٣٤	أ/٢١	**٠.٦٥٤	د/١٨	**٠.٦٩٥	هـ/١٣
**٠.٦٩٨	ب/٢١	**٠.٦٥٢	هـ/١٨	**٠.٧١٤	و/١٣
**٠.٦٩٠	ج/٢١	**٠.٧١٤	و/١٨	**٠.٧١٩	ز/١٣
**٠.٧١٦	د/٢١	**٠.٧٢٨	ز/١٨		١٤
**٠.٧٢٥	هـ/٢١		١٩	**٠.٧٢٦	أ/١٤
	٢٢	**٠.٦٧٢	أ/١٩	**٠.٧٣٨	ب/١٤
**٠.٧٥٠	أ/٢٢	**٠.٦٥٤	ب/١٩	**٠.٦٣٨	ج/١٤
**٠.٧٤٩	ب/٢٢	**٠.٦٦٦	ج/١٩	**٠.٦٨٧	د/١٤
**٠.٦٧٩	ج/٢٢	**٠.٧١٥	د/١٩	**٠.٧١٠	هـ/١٤
**٠.٧٤١	د/٢٢	**٠.٧٢٥	هـ/١٩	**٠.٦٧٨	و/١٤
**٠.٧٤٢	هـ/٢٢	**٠.٧٣٤	و/١٩	**٠.٦٥٨	ز/١٤
**٠.٧٢٩	و/٢٢	**٠.٦٩٤	١/و/١٩		١٥
**٠.٧٣٠	ز/٢٢	**٠.٦٨٧	٢/و/١٩	**٠.٧١٦	أ/١٥
**٠.٦٩٨	ح/٢٢	**٠.٧٠٤	٣/و/١٩	**٠.٦٤٩	ب/١٥
**٠.٦٨٨	ط/٢٢	**٠.٧٥٠	٤/و/١٩		١٦
**٠.٧١٨	ك/٢٢		٢٠	**٠.٦٥٨	أ/١٦
**٠.٧٢٢	ل/٢٢	**٠.٧١٤	أ/٢٠	**٠.٦٧٧	ب/١٦
**٠.٧٥٠	م/٢٢	**٠.٧٢٢	ب/٢٠	**٠.٧٢٥	١٧

** معنوى عند مستوى ٠.٠١ = ٠.٤٧٨ * معنوى عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٧٤

جدول رقم (١١)

معامل الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثاني " التصور المقترح لدراسات جدوي استثمار منشآت النادي الأولمبي المصري " ن = ٢٧

معامل الاتساق الداخلي	رقم العبارة	معامل الاتساق الداخلي	رقم العبارة	معامل الاتساق الداخلي	رقم العبارة
أولاً: أهمية دراسات الجدوي					
**٠.٦٩٩	١	**٠.٧١٩	٥		١٢
**٠.٧٥٠	٢	**٠.٧٠٨	٦		١/١٢
**٠.٦٨٧	٣	**٠.٧٤٢	٧		ب/١٢
	٤	**٠.٦٨٢	٨		ج/١٢
	١/٤	**٠.٦٢٥	٩		د/١٢
**٠.٦٢٥	١/٤	**٠.٧٢٨	١٠		هـ/١٢
**٠.٦٤٤	٢/٤	**٠.٧٤٨	١١		و/١٢
**٠.٧١٥	ب/٤				

ثانياً: متطلبات دراسات الجدوي					
**٠.٦٨٧	١٣		١٦		د/١٦
**٠.٦٩٣	١٤	**٠.٧٢٤	١/١٦		هـ/١٦
**٠.٧١٤	١٥	**٠.٧٣٥	ب/١٦		و/١٦
	١٦	**٠.٧٥١	ج/١٦		

ثالثاً: مراحل دراسات الجدوي التي يمكن من خلالها استثمار منشآت النادي
أ- دراسة الجدوي التمهيدية

**٠.٦٤٤	١٧	**٠.٧٢٣	د/٢٠		٢٥
**٠.٧٤٥	١٨		٢١		١/٢٥
	١٩	**٠.٦٢٧	١/٢١		ب/٢٥
**٠.٧٥٠	١/١٩	**٠.٧٣٨	ب/٢١		ج/٢٥
**٠.٦٧٧	ب/١٩	**٠.٧٣٩	ج/٢١		د/٢٥
**٠.٦٥٨	ج/١٩	**٠.٦٨٨	٢٢		٢٦
**٠.٦٨١	د/١٩		٢٣		٢٧
	٢٠	**٠.٦٥٤	١/٢٣		٢٨
**٠.٧٢٥	١/٢٠	**٠.٧١٠	ب/٢٣		
**٠.٧٢٩	ب/٢٠	**٠.٧٢٩	٢٤		
**٠.٧٤٨	ج/٢٠				

أ/ ١- دراسة الجدوي التسويقية

**٠.٦٥٢	٢٩		٣٤		د/٣٨
	٣٠	**٠.٦٥٤	١/٣٤		هـ/٣٨
**٠.٧١٥	١/٣٠	**٠.٦٧٤	ب/٣٤		و/٣٨
**٠.٧١١	ب/٣٠	**٠.٦٩٤	ج/٣٤		٣٩
**٠.٦٧٨	ج/٣٠	**٠.٦٧٧	د/٣٤		١/٣٩
**٠.٧٠٨	د/٣٠		٣٥		ب/٣٩
**٠.٧٠٠	هـ/٣٠	**٠.٦٤٥	١/٣٥		ج/٣٩
	٣١	**٠.٧٢٥	ب/٣٥		٤٠
**٠.٦٣٥	١/٣١	**٠.٦٣٧	٣٦		١/٤٠
**٠.٦٧٨	ب/٣١	**٠.٦٥٠	٣٧		ب/٤٠
**٠.٦٤٧	ج/٣١		٣٨		ج/٤٠
**٠.٧١٥	د/٣١	**٠.٦٥٧	١/٣٨		د/٤٠
**٠.٧٠٨	٣٢	**٠.٦٨٩	ب/٣٨		هـ/٤٠
**٠.٧١٢	٣٣	**٠.٧٢٥	ج/٣٨		

** معنوى عند مستوى ٠.٠١ = ٠.٤٧٨ * معنوى عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٧٤

تابع جدول رقم (١١)
معامل الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثاني
ن = ٢٧

معامل الاتساق الداخلي	رقم العبارة	معامل الاتساق الداخلي	رقم العبارة	معامل الاتساق الداخلي	رقم العبارة
أ / ٢- دراسة الجدوى الفنية					
**٠.٧١٠	٤١	**٠.٧٣٧	٤٣/هـ	٤٩	
**٠.٧٠٢	٤٢	**٠.٧٢٩	٤٤	٤٩/أ	**٠.٦٨٩
	٤٣	**٠.٦٥٤	٤٥	٤٩/ب	**٠.٦٦١
**٠.٦٨٧	٤٣/أ	**٠.٦٨٧	٤٦	٤٩/ج	**٠.٧٢٥
**٠.٦٩٠	٤٣/ب	**٠.٧١٠	٤٧	٤٩/د	**٠.٧٤٤
**٠.٦٥٠	٤٣/ج	**٠.٧٥٠	٤٨	٥٠	**٠.٧٥٠
**٠.٧١٢	٤٣/د				
أ / ٣- دراسة الجدوى التمويلية					
	٥١	**٠.٧٤٧	٥٣	٥٩	**٠.٧٧٠
**٠.٧٦٠	٥١/أ	**٠.٨١٨	٥٤	٦٠	
**٠.٦٧٧	٥١/ب	**٠.٦٤٧	٥٥	٦٠/أ	**٠.٧٠٩
**٠.٦٨٢	٥١/ج	**٠.٦٧٤	٥٦	٦٠/ب	**٠.٦٥٠
**٠.٧١٨	٥١/د	**٠.٧٢٠	٥٧	٦٠/ج	
**٠.٦٨٩	٥٢	**٠.٦٩٩	٥٨		
أ / ٤- دراسة الربحية التجارية					
**٠.٧٤٩	٦١	**٠.٦٨١	٦٤	٦٧	**٠.٧٢٢
**٠.٧٠٩	٦٢	**٠.٦٧٧	٦٥	٦٨	**٠.٧٢٠
**٠.٨٠٤	٦٣	**٠.٦٧٩	٦٦		
أ / ٥- دراسة الجدوى الاجتماعية					
	٦٩	**٠.٦٨٤	٦٩/ج	٧٠	**٠.٦٨٩
**٠.٧٢٨	٦٩/أ	**٠.٧٣٢	٦٩/د	٧١	**٠.٦٦٢
**٠.٦٨٢	٦٩/ب	**٠.٧١٣	٦٩/هـ		
أ / ٦- دراسة الجدوى القانونية					
**٠.٦٨٥	٧٢		٧٦	٧٨	**٠.٦٨٥
**٠.٧١٦	٧٣	**٠.٦٥٧	٧٦/أ	٧٩	**٠.٧١٠
**٠.٧٢٢	٧٤	**٠.٧١٠	٧٦/ب	٨٠	**٠.٧٢٩
**٠.٦٤٧	٧٥	**٠.٧٢٣	٧٦/ج		
		**٠.٧٥٠	٧٧		

** معنوى عند مستوى ٠.٠١ = ٠.٤٧٨ * معنوى عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٧٤

ثانيا - ثبات استمارة الاستبيان :

قامت الباحثة بإيجاد ثبات الاستمارة عن طريق التطبيق وإعادة التطبيق علي عينة البحث الاستطلاعية والبالغ عددها (٢٧) فرد اختيرت بالطريقة العشوائية البسيطة من عينة البحث الكلية ومن خارج العينة الأساسية والموضحة بالجدول رقم (١٢)، (١٣) وكانت الفترة الزمنية بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني (١٠) أيام فقط ، وذلك لإيجاد قيمة معامل الثبات لكل عبارة بالنسبة للمحور ، حيث وضعت الباحثة نسبة ٦٠ % كحد أدنى لقبول العبارة وأيضا معامل الثبات (الفا لكرونباك) لكل محور ككل والموضح بجدول رقم (١٤) .

جدول رقم (١٢)

معامل الثبات لعبارات المحور الاول " مجالات الاستثمار في النادي الاولمبي المصري "

ن = ٢٧

م	العبارات	معامل الثبات
أولاً: مجالات الاستثمار العامة		
١	تؤجر صالة المناسبات الموجودة بالنادي لإقامة : أ- الحفلات المختلفة لكل من : ١- اعضاء النادي. ٢- ابناء المجتمع المحيط بالنادي . ب - المؤتمرات العلمية التابعة لوزارة التربية والتعليم . ج - الندوات العلمية الخاصة ببعض الهيئات سواء كانت ١- هيئات رياضية . ٢- هيئات غير رياضية د- ورش العمل الخاصة ببعض الهيئات . هـ- الدورات التدريبية التي تقدمها بعض الهيئات الرياضية مثل دورات في ١- التحكيم في الانشطة الرياضية المختلفة . ٢- التذليل. ٣- العلاج الطبيعي. ٤- اصابات الملاعب و- المعارض الدورية (السوق الخيري) لمنتجات كل من : ٣- اعضاء النادي . ٤- بعض الشركات .	٠.٧٢٩ ٠.٨١٥ ٠.٧٨٥ ٠.٧٨٥ ٠.٧٦٨ ٠.٨٢٠ ٠.٧٦٢ ٠.٨١٥ ٠.٧٢٥ ٠.٦٩٣ ٠.٧٢٨ ٠.٧٣٩
٢	تحقق إدارة النادي ربحية من اشراكات مركز العلاج الطبيعي لكل من : أ- اعضاء النادي . ب- أفراد من هيئات أخرى مثل ١- المدارس. ٢- المعاهد. ٥- الجامعات. ٦- مراكز الشباب. ٧- الأندية الرياضية الأخرى. ٨- المؤسسات التجارية.	٠.٨٢٢ ٠.٨٠٩ ٠.٧١٦ ٠.٧٣٢ ٠.٨٣٠ ٠.٨١٥ ٠.٧٤٩
٣	تستثمر مطاعم وكافيتريات النادي عن طريق تأجيرها لكل من : أ- الشركات المنتجة للسلع الغذائية . ب- المستثمرين .	٠.٧٢٥ ٠.٧٤٨
٤	تقوم إدارة النادي باستثمار المساحات غير المستغلة اسفل صالة الالعاب من خلال أ- إقامة شبكة معلومات دولية بأشراكات لكل من : ١- أعضاء النادي طوال ايام الاسبوع . ٢- أبناء المجتمع المحيط بالنادي لمدة : - ثلاثة أيام اسبوعيا. ب- متحف يضم مقتنيات النادي من جوائز وميداليات بذاكر للدخول . ج- تأجير المساحة كمحلات تجارية لفترة زمنية معينة كحق انتفاع لكل من : ١- الشركات. ٢- المستثمرين.	٠.٧٩٨ ٠.٨٢٤ ٠.٧٣٢ ٠.٨٢٤ ٠.٧٩٣
	تحصل إدارة النادي إيرادات من تشغيل حديقة العاب الاطفال الموجودة بالنادي من خلال : أ- اشراكات ابناء اعضاء النادي لإقامة حفلات: ١- اعياد الميلاد . ٢- تفوق ابناء الأعضاء في المدارس ب- تأجير الحديقة للجمعيات الخيرية لإقامة : ١- مهرجانات الربيع ٢- يوم رياضي لذوي الاحتياجات الخاصة.	٠.٦٥٠ ٠.٧٢٥ ٠.٧٥٤ ٠.٨١٤

تابع جدول رقم (١٢)
معامل الثبات لعبارات المحور الاول

ن=٢٧

معامل الثبات	العبارات
٠.٨٠٥	٣- احتفال بيوم اليتيم.
٠.٧٢٤	٤- الحفلات الفنية .
٠.٨٤٥	٦ تستثمر أسوار النادي عن طريق : أ- الدعاية عن منتجات بعض الشركات بمقابل مادي من خلال: ١- الإعلانات علي الحوائط الخارجية للنادي .
٠.٧٩٠	٢- الإعلانات أعلي الاسوار بمقابل مادي اكبر.
٠.٧٢٨	ب- تقسيم المساحات الخارجية بأسوار النادي كمحلات تجارية وتأجيرها للمستثمرين
٠.٧٥٤	٧ تتعاقد إدارة النادي لتقديم بعض الخدمات الطبية لأعضاء النادي مع كل من: أ- المستشفيات .
٠.٧٦٥	ب- الاطباء (العيادات الخاصة).
٠.٨٣٥	ج- الصيدليات.
٠.٨٤٥	د- مراكز الأشعة.
٠.٧٦٤	هـ - مراكز التحاليل .
٠.٧٨٩	و- مراكز العلاج الطبيعى .
٠.٧٥٨	تتعاقد إدارة النادي مع بعض الهيئات لتقديم بعض الخدمات لكل من : أ- اعضاء النادي نظير رسوم اضافية للاشتراك السنوي للعضوية تتمثل في خدمات ١-بريدية
٠.٨٤٧	٢- الشهر العقاري والتوثيق
٠.٧٦٥	٣- استخراج صحيفة الحالة الجنائية
٠.٧١٤	٤- السجل المدني
٠.٨٢٤	٥- استخراج بطاقة الرقم القومي
٠.٦٧٧	٦- الجوازات
٠.٨٢٦	٧- تصاريح العمل
٠.٧٥٩	٨- رخصة القيادة
٠.٧٨٩	٩- سداد فواتير التليفون
٠.٧٤٨	١٠- الرحلات - الاجتماعية.
٠.٨١٢	- الدينية.
٠.٨٣٠	١١- المعسكرات الصيفية
٠.٨٣٢	١٢- الاجراءات المصرفية مثل - الصرف الالى للرواتب .
٠.٨٠٦	- تغير العملات .
٠.٧٩١	- التحويلات .
٠.٦٨٧	١٣- دورات تعليمية في - الحاسب الالى .
٠.٧٨٩	- اللغات.
٠.٨٣٠	- تعليم الرسم والخط العربى.
٠.٧٥٤	- تعليم القيادة.
٠.٨٤١	١٤- دورات تدريبية في - الرخصة الدولية لقيادة الحاسب (ICDL)
٠.٧٩٥	- دورة اللغة الانجليزية (TOFAL)
٠.٧٥٨	ب- أبناء المجتمع المحيط وتتمثل في : ١- الإجراءات المصرفية مثل - الصرف الالى للرواتب .
٠.٨٢١	- تغير العملات .
٠.٨٤١	- التحويلات .
٠.٦٩٩	٢- دورات تعليمية في : - الحاسب الالى .
٠.٧٤٢	- اللغات.

تابع جدول رقم (١٢)
معامل الثبات لعبارات المحور الاول
ن=٢٧

معامل الثبات	العبارات
٠.٨٢١	- تعليم الرسم والخط العربي.
٠.٦٩٨	- تعليم القيادة.
٠.٧٢٥	٣- دورات تدريبية في - الرخصة الدولية لقيادة الحاسب (ICDL)
٠.٧٦٥	- دورة اللغة الانجليزية (TOFAL)
٠.٨٥٧	٩ يتم استثمار أسطح بعض المباني في النادي عن طريق تأجيرها لكل من أ- شركات المحمول لتوصيل بعض الشبكات .
٠.٨٢٦	ب- المستثمرين لعمل مطعم أو كافاتيريا.
٠.٧٦٥	١٠ توفر إدارة النادي خدمة تسديد اشتراكات الأعضاء الكترونيا إذا كانت الاجابة بنعم فهل تحقق نسبة ارباح للنادي
٠.٧٥٤	١١ هل توجد مساحات ارضية غيرمستغلة في النادي إذا كانت الاجابة بنعم فيرجع ذلك للأسباب التالية
٠.٧٥٩	أ- عدم وجود ميزانية كافية في النادي لاستثمار هذه المساحات
٠.٨٢١	ب- عدم وجود إدارة للاستثمار الرياضي بالنادي.
٠.٨٣٢	ج- عدم اهتمام إدارة النادي
٠.٧٦٢	١٢ يمكن استثمار المساحات غير المستغلة في النادي عن طريق : أ- انشاء روضة اطفال باشتراكات اضافية للاعضاء .
٠.٧٣٥	ب- انشاء مكتبة ثقافية وتحديد تذاكر للدخول.
٠.٧٥٨	ج- قاعة لشبكة المعلومات الدولية .
٠.٦٩٢	د- مركز لتنظيم المعلومات التسويقية .
ثانيا: مجالات الاستثمار الرياضي بالنادي	
٠.٦٩٩	١٣ المنشآت الرياضية التي يتم تأجيرها في غير اوقات الممارسة تتمثل في أ- حمام السباحة
٠.٧٢٨	ب- صالة الملاكمة.
٠.٧٩٥	ج- صالة الجمباز.
٠.٨٢٤	د- صالة تنس الطاولة
٠.٨٣١	هـ - ملعب السلة .
٠.٧٩٤	و- ملعب كرة القدم الرئيسي.
٠.٧٥٨	ز- ملعب كرة القدم الفرعي.
٠.٧٢٩	١٤ الهيئات التي تقوم بتأجير المنشآت الرياضية في النادي تتمثل في : أ- المدارس
٠.٦٨٧	ب- المعاهد
٠.٧٢٩	ج- الجامعات
٠.٧٥٨	د- مراكز الشباب
٠.٨٢١	هـ - الاندية الرياضية الاخرى
٠.٨٣٤	و- الشركات
٠.٦٨١	ز- المؤسسات الخيرية
٠.٦٧٨	١٥ يستثمر مركز اللياقة البدنية بالنادي من خلال اشتراكات كل من : أ- أعضاء النادي .
٠.٧١٢	ب- أبناء المجتمع الخارجي
٠.٧٣٨	١٦ يوجد بالنادي مدارس لتعليم الالعاب الرياضية المختلفة وانتقاء الموهبين تقدم باشتراكات لكل من : أ- أبناء اعضاء النادي.
٠.٧٦٣	ب- أبناء المجتمع الخارجي
٠.٧٢٩	١٧ تتعاقد إدارة النادي مع إحدى الشركات لتغطية احتياجات النادي مقابل : أ- الدعاية عن منتجاتها اثناء الحدث الرياضي.
٠.٨١٦	ب- توزيع نشرات عن منتجاتها على أعضاء النادي .

تابع جدول رقم (١٢)
معامل الثبات لعبارات المحور الاول

ن = ٢٧

م	العبارات	معامل الثبات
١٨	تحقق ادارة النادي عوائد مالية من تسويق حقوق الدعاية والاعلان عن طريق : أ- تسويق شعار النادي علي ملابس اللاعبين اثناء مباريات الدوري الممتاز. ب- الاعلان عن الخدمات الرياضية التي يقدمها النادي عن طريق التلفزيون. ج- عمل مؤتمرات صحفية عن اهم المشروعات الاستثمارية للنادي . د- إقامة الحفلات الفنية بغرض جذب المستثمر الرياضي . هـ - توفير قاعدة بيانات عن منشآت النادي من خلال موقع النادي علي شبكة المعلومات الدولية. و- بث قناة رياضية باسم النادي لنشر كل ما يتعلق بخدمات النادي وأنشطته. ز- تصميم دليل رياضي يدون فيه معلومات عن النادي وتطورة وإنجازاته.	٠.٧٩٣ ٠.٧٨٤ ٠.٨٢١ ٠.٨٣٠ ٠.٧٩٤ ٠.٧٩٨ ٠.٦٥٤ ٠.٧٦٨
١٩	يتم تسويق المباريات الرياضية التي تقام علي ملاعب النادي من خلال: أ- بث المباريات تلفزيونيا. ب- دعوة كبار المسؤولين في الدولة لمشاهدة المباريات مما يزيد من الإقبال الجماهيري ج- طرح كمية من التذاكر تتناسب مع أهمية المباراة سواء كانت محلية او دولية د- تقديم خصم علي تذاكر دخول المباريات الودية كوسيلة لزيادة الإقبال الجماهيري هـ - فتح منافذ لبيع التذاكر في مختلف المحافظات. و- تقديم هدايا تذكارية للمشاهدين قبل المباريات مثل : ١- خرائط لمنشآت النادي ٢- نشرات عن اهم الخدمات الرياضية للنادي . ٣- صور اللاعبين . ١- جدول المباريات .	٠.٧٥٢ ٠.٨٢٠ ٠.٦٩٩ ٠.٦٨٧ ٠.٧٢٩ ٠.٧٤٨ ٠.٨٣٠ ٠.٨١٢
٢٠	تحقق إدارة النادي إيرادات من تسويق فرق ولاعبين النادي عن طريق أ- التعاقد مع احد المستثمرين أو رجال الأعمال لرعاية احد اللاعبين ب- الاستعانة بالمختصين في تسويق اللاعبين المحترفين في النادي. ج- وضع صور اللاعبين علي تذاكر دخول المباريات د- تقديم بعض الإعلانات لمنتجات أحد الشركات بواسطة اللاعبين هـ - تقديم تسهيلات خاصة من الضرائب لرجال الأعمال نظير رعايتهم لابطال النادي و- التأمين علي اللاعبين ضد الاصابات والحوادث مع وجود حصة للنادي. ز- إصدار شهادات استثمار رياضية بمزايا خاصة للرياضيين بالتنسيق مع البنك المركزي ووزارة الشباب.	٠.٧٤٨ ٠.٧٦٤ ٠.٦٣٠ ٠.٦٩٠ ٠.٦٨٤ ٠.٧٤٨ ٠.٨٣٠
٢١	تتعاقد ادارة النادي مع بعض روضات الاطفال لتقديم بعض الأنشطة الرياضية لاطفالها مثل نشاط أ- السباحة ب- الجمباز ج- ملاكمة د- كرة قدم هـ- كرة سلة	٠.٦٧٧ ٠.٦٥٩ ٠.٧٨٨ ٠.٨٢٦ ٠.٧٩٥
٢٢	العائد المادي من استثمار المنشآت الرياضية وغير الرياضية بالنادي يتم استغلاله الاستغلال الامثل في : أ- ترميم بعض المنشآت الرياضية بالنادي . ب- إنشاء احد المنشآت الرياضية ج- شراء الادوات الرياضية . د- شراء ملابس الفرق الرياضية . هـ - صيانة الاجهزة الرياضية و- شراء اللاعبين. ز- فتح مدارس تعليمية لانتقاء البراعم والناشئين ح- تجديد بعض المنشآت غير الرياضية في النادي . ط- انشاء مطاعم وكافيتريات . ك- شراء ملابس للعمال الفنيين في النادي . ل- شراء الادوات المكتبية والورقية . م- صيانة بعض الاجهزة كالمببوترات .	٠.٦٧٨ ٠.٧٥٤ ٠.٦٨٧ ٠.٦٩٩ ٠.٧٨٥ ٠.٧٦٨ ٠.٧٧١ ٠.٧٥٤ ٠.٨٢٤ ٠.٧٢٦ ٠.٦٩٩ ٠.٦٨٧

** معنوى عند مستوى ٠.٠١ = ٠.٤٧٨ * معنوى عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٧٤

يتضح من الجدول رقم (١٠) ان معامل الثبات لعبارات المحور الاول " مجالات الاستثمار بالنادي الاولمبي قد تراوح ما بين (٠.٦٣٠-٠.٨٥٧) وذلك باستخدام معامل الفا كرونباك وهو دال احصائيا عند مستوي (٠.٠١) .

جدول رقم (١٣)

معامل الثبات لعبارات المحور الثاني " التصور المقترح لدراسات جدوي استثمار منشآت النادي الاولمبي المصري "

ن = ٢٧

م	العبارات	معامل الثبات
	اولاً: أهمية دراسات الجدوي	
١	تحقيق اقصى عائد استثماري للنادي .	٠.٨٢٩
٢	تشجيع رجال الأعمال والمؤسسات التجارية علي الاستثمار في الرياضة	٠.٧٤١
٣	تساعد علي استمرار العلاقات بين المستثمرين وادارة النادي .	٠.٧٢٥
٤	تمكن دراسات الجدوي ادارة الاستثمار من القيام بأبحاث السوق بسهولة لتحديد المتطلبات لكل من : أ- المستفيدين من ١- الخدمات التي تقدمها إدارة النادي . ٢- الأنشطة الرياضية بالنادي.	٠.٧٥٤
	ب- المستثمرين.	٠.٧٢٤
٥	تساعد دراسات الجدوي علي مقارنة النتائج الحالية لعملية الاستثمار بالنتائج المتوقعة بعد القيام بها .	٠.٨٢١
٦	تساعد دراسات الجدوي علي وضع أساليب مبتكرة لتقييم المنشآت وتطويرها مراعاة لمبدأ اقتصادية دراسات الجدوي .	٠.٨٢٤
٧	تحدد مدي صلاحية استثمار منشآت النادي الاولمبي من عدمه .	٠.٧٩٥
٨	تحدد مدي امكانية توفير الخطط والبرامج المستخدمة في استثمار منشآت النادي	٠.٧٥٨
٩	تحديد أهم المشروعات الاستثمارية التي يمكن لإدارة النادي القيام بها لحل مشاكل التمويل الذاتي .	٠.٦٨٣
١٠	تقلل دراسات الجدوي من فرص المخاطرة أثناء تطبيق الاستثمار .	٠.٧٥٠
١١	المحافظة علي أموال المستثمر وتحقيق اهدافه .	٠.٨٢٥
١٢	تحقق النهوض بالنادي في مختلف المجالات التالية: أ- المجالات الاقتصادية ب- المجالات البيئية ج- المجالات الفنية د- المجالات الاجتماعية هـ - المجالات التسويقية و- المجالات التمويلية	٠.٨٣١
	ثانياً: متطلبات دراسات الجدوي	
١٣	توفير مركز لنظم المعلومات بالنادي يسهل عملية تسويق مختلف المنشآت والأنشطة الرياضية بالنادي .	٠.٨٢٥
١٤	حصر شامل ودقيق لكافة منشآت النادي الرياضية وغير الرياضية.	٠.٦٧١
١٥	وجود ملاعب رياضية ذات مواصفات قانونية.	٠.٦٢٩
١٦	وجود إدارة لتسويق بالنادي الاولمبي المصري تتصف بالاتي : أ- تضم متخصصين ذو كفاءة عالية في مجال التسويق والاستثمار الرياضي. ب- يتوافر بها الخبرة والأساليب التكنولوجية الحديثة لدي القائمين باعداد دراسات الجدوي . ج- قادرة علي التعامل مع مختلف المؤسسات التجارية ورجال الأعمال. د- ملمة بالنظام الاقتصادي للدولة علي المستوي المحلي والدولي . هـ - الاتصال الدائم بين إدارة الاستثمار بالنادي وجميع الإدارات الأخرى بالنادي من خلال الاجتماعات الدورية . و- مطلعة علي مجالات الاستثمار بالأندية الأخرى المنافسة.	٠.٨٢٢
		٠.٨١٠
		٠.٧٥٠
		٠.٧٦٥
		٠.٦٨٧
		٠.٧٣٧

تابع جدول رقم (١٣)
معامل الثبات لعبارات المحور الثاني

م	العبارات	معامل
	أ- دراسة الجدوي التمهيديّة	
١٧	تحديد مدي صلاحية منشآت النادي الرياضية وغير الرياضية للاستثمار .	٠.٨٣٢
١٨	تجميع البيانات الكافية عن أهم وسائل جذب المستثمرين ورجال الأعمال للاستثمار في النادي .	٠.٧٥٨
١٩	التعرف علي مدي الاستفادة من الاستثمار بالنسبة لكل من : أ- أعضاء النادي والاعبين والفرق المشاركة. ب- الهينات والمؤسسات الرياضية الأخرى كمراكز الشباب والاندية الرياضية ج - المؤسسات التعليمية القريبة من النادي . د- المستثمرين ورجال الأعمال.	٠.٧٦٦
٢٠	التعرف علي أهم المشاكل والمعوقات التي قد تمنع استثمار منشآت النادي سواء كانت معوقات : أ- إدارية ب- فنية ج- اقتصادية د- اجتماعية	٠.٧٤٥
٢١	التعرف اذاكان بالنادي مشروعات استثمارية : أ- سابقة. ب-حالية ج- لا يوجد مشروعات	٠.٨٢٠
٢٢	تحديد اذا كانت منشآت النادي مغرية بالشكل الذي يكفي لاجتذاب المستثمرين	٠.٨١٦
٢٣	تقدير حجم الاستثمار المطلوب لمنشآت النادي : أ- الحالية ب- المستقبلية	٠.٧٩٢
٢٤	معرفة الجهات والمؤسسات التجارية ورجال الأعمال الذين يتعامل معهم النادي لتسويق منتجاتهم.	٠.٨٢٤
٢٥	القيام بحوث السوق لمعرفة : أ- الفئة التي يخدمها النادي ب- مدي رضا المستفيدين من خدمات وانشطة النادي ج- احتياجات ومتطلبات المستثمرين د- اراء المستثمرين في منشآت النادي وخدماته	٠.٧٣٥
٢٦	توصيف السوق المستهدف وتقدير الفرص التسويقية لخدمات ومنتجات النادي.	٠.٧٥٣
٢٧	تحديد الاثار الاقتصادية والاجتماعية والسياسية الناتجة عن استثمار منشآت النادي.	٠.٦٩٨
٢٨	اعداد تقرير مبدئي بالخطوات الرئيسية للاستثمار تمهيدا للقيام بدراسة الجدوي التفصيلية	٠.٨٢٠
	ب- دراسة الجدوي التفصيلية ١- دراسة الجدوي التسويقية	٠.٨٣٧
٢٩	تشكيل إدارة للتسويق وإدراجها ضمن الهيكل التنظيمي بالنادي الأولمبي.	٠.٧٩٨
٣٠	تنظيم دورات تدريبية مستمرة للمتخصصين في مجال التسويق في : ت- الإدارة الرياضية . ث- التسويق الرياضي وأساليبه الحديثة . ج- تكنولوجيا المعلومات . د- وضع الخطط الاستثمارية . هـ - أساليب التعامل مع المؤسسات التجارية وجذب المستثمرين.	٠.٧٨٧
٣١	المام إدارة التسويق بكافة المعلومات المتعلقة : أ- المنشآت التي يتضمنها النادي الموارد المالية في النادي	٠.٨٢٥
		٠.٧٩٩
		٠.٨٣٠
		٠.٨١٠
		٠.٧٦٨
		٠.٧٨٩

تابع جدول رقم (١٣)
معامل الثبات لعبارات المحور الثاني
١ - دراسة الجدوى التسويقية
ن=٢٧

م	العبارات	معامل الثبات
	ج- الأساليب التسويقية	٠.٦٨٩
	د- متطلبات البنية الداخلية والخارجية للنادي	٠.٧٣٦
٣٢	حصر شامل للمنشآت التي يتضمنها النادي سواء كانت منشآت رياضية أو منشآت غير رياضية .	٠.٦٨٧
٣٣	تقدير الطرب الحالي والمتوقع للخدمات والانشطة الرياضية التي يقدمها النادي .	٠.٨١١
٣٤	جمع البيانات المتعلقة بالخصائص (الديمغرافية) الخاصة بالسكان المحيطين بالنادي أثناء القيام بأبحاث السوق والتمثلة في : أ- المستوى المادي . ب- الفئة العمرية ج- الحالة الاجتماعية د- الأنشطة المفضلة	٠.٧٢٢
٣٥	تحديد المستفيدين من منشآت النادي الأولمبي سواء كانوا : أ- أبناء المجتمع الداخلي للنادي ب- أبناء المجتمع الخارجي للنادي	٠.٧٠٩
٣٦	استخدام أحدث الأساليب التسويقية المتنوعة في تسويق منشآت النادي.	٠.٧٦٧
٣٧	ضرورة اعتبار تسويق منشآت النادي مصدر اساسي من مصادر التمويل الذاتي للنادي	٠.٦٩١
٣٨	وضع استراتيجية تسويقية لمنشآت النادي من خلال : أ- تحديد الهدف من استثمار المنشآت. ب-تحديد وتقييم الموقف التنافسي للنادي بالنسبة للنادية الاخرى ج- تحديد قطاعات المستفيدين في المجال الرياضي والمجال التجاري د- تشكيل المزيج التسويقي للخدمات والانشطة التي يقدمها النادي هـ - تحديد الاجراءات التنفيذية للاستراتيجية و- تنفيذ الاستراتيجية وتقييمها .	٠.٨٣٠
٣٩	تحديد الوكالات الاعلانية التي يتعامل معها النادي في تسويق : أ- المنشآت الرياضية وغير الرياضية بالنادي . ب- الخدمات التي تقدمها ادارة النادي ج- الانشطة الرياضية	٠.٦٧٨
٤٠	تشجيع المؤسسات التجارية على الاستثمار الرياضي من خلال: أ- توفير كافة الخدمات والانشطة الرياضية ب- إتاحة فرص الاستثمار الرياضي بالنادي ج- توفير قاعدة بيانات عن كافة خدمات وانشطة النادي د- التنوع في تقديم الخدمات والانشطة الرياضية لتلبية رغبات وميول المستفيدين . هـ - وضع خطط بديلة للتسويق في حالة الطوارئ	٠.٧٥٨ ٠.٨٢٢ ٠.٧٤٥ ٠.٧١٤ ٠.٨٤٥ ٠.٨٢٣ ٠.٨٢١

تابع جدول رقم (١٣)
معامل الثبات لعبارات المحور الثاني
ثالثاً: مرحل دراسات الجدوي
ن=٢٧

١- دراسة الجدوي الفنية	
٤١	تشكيل لجنة لمراقبة جودة المنشآت الموجودة بالنادي.
٤٢	تحديد العمر الافتراضي للمنشآت الرياضية وغير الرياضية بالنادي .
٤٣	تقدير احتياجات النادي من المنشآت المتمثلة في : أ- الملاعب الرياضية. ب- الصالات المغلقة ج- الصالات المفتوحة د- حمامات السباحة هـ - المباني الإدارية
٤٤	تحديد المواصفات الأولية لجميع منشآت النادي من الناحية الفنية القانونية
٤٥	تحديد احتياجات المنشآت من عمليات الصيانة والاحلال والتجديد.
٤٦	تحديد المنشآت التي اقيمت والأخرى التي سوف يتم اقامتها في المساحات غير المستغلة.
٤٧	تحديد الاحتياجات الفنية من الادوات والاجهزة الرياضية التي يحتاجها النادي لتسهيل استثمار المنشآت.
٤٨	عمل صيانة دورية وفعالة للادوات والاجهزة الرياضية بالنادي حيث يساهم ذلك في اطالة العمر الافتراضي لتشغيل المنشآت.
٤٩	تحديد احتياجات النادي من الموارد البشرية المتمثلة في : أ- المدربين ب- الإداريين ج- الاختصاصيين د- العمال الفنيين
٥٠	مراعاة التخصص المناسب في توزيع العمالة في النادي
٣- دراسة الجدوي التمويلية	
٥١	تحديد مصادر التمويل التي يعتمد عليها النادي من حيث انه أ- تمويل حكومي. ب- تمويل ذاتي . ج- تمويل مشترك هـ - تمويل تأجيري.
٥٢	تصميم هيكل تمويلي للمشروعات الاستثمارية في النادي سواء كان تمويل داخلي او تمويل خارجي.
٥٣	ضرورة استخدام ادارة النادي اكثر من مصدر من مصادر التمويل .
٥٤	جذب رجال الاعمال والمستثمرين لتمويل اعمال التجديد و الاحلال و الصيانة لبعض منشآت النادي مقابل الترويج عن منتجاتهم.
٥٥	تشجيع المستثمرين علي تقديم تبرعات مالية لاقامة المشروعات الاستثمارية الرياضية بالنادي
٥٦	مساهمة رجال الاعمال في بناء المنشآت الرياضية بالنادي مقابل الحصول علي حق الانتفاع لفترة زمنية معينة .
٥٧	شراء اسهم بعض الشركات التي تقوم بتمويل المشروعات الرياضية .
٥٨	وضع استراتيجية تمويلية للمنشآت والخدمات والانشطة الرياضية التي يقدمها النادي .
٥٩	دراية العاملين بادارة الاستثمار بأساليب التمويل المعاصرة.
٦٠	تنمية مصادر التمويل الذاتي وخاصة أ- التسويق الرياضي ب- الرعاية الرياضية ج- تحصيل الرسوم والايادات.

تابع جدول رقم (١٣)
معامل الثبات لعبارات المحور الثاني
ثالثاً: مرحل دراسات الجدوي

ن=٢٧

٤- دراسة الربحية التجارية	
٦١	تقدير التكاليف الأولية للأجهزة والأدوات الرياضية بالنادي وجدولة هذه التكاليف حسب استخدامها.
٦٢	تقدير حجم التكاليف الخاصة بإقامة المنشآت الرياضية وغير الرياضية التي يتم استثمارها .
٦٣	تقدير تكاليف كل من الخدمات والأنشطة الرياضية التي يقدمها النادي .
٦٤	إعداد الكثوف والجداول المالية بالإيرادات والمصروفات المتوقعة من الاستثمار وتحديد ربحيتها مقارنة بالافكار البديلة .
٦٥	تحديد حجم الإيرادات الحالية للخدمات والأنشطة التي يقدمها النادي قبل استثمار منشأته.
٦٦	تحديد إذا كانت ميزانية النادي تسمح بإنشاء منشآت أخرى في المساحات غير المستغلة
٦٧	تحقيق مستوى ربحية مناسب من استثمار منشآت النادي الأولمبي .
٦٨	إعداد قوائم مالية تقديرية لتكلفة الاستثمارية لمنشآت النادي الأولمبي .
دراسة الجدوي الاجتماعية	
٦٩	تتضمن دراسة الجدوي الاجتماعية القيام ب : أ- مراعاة العادات والتقاليد والقيم الاجتماعية عند تقديم الخدمات والأنشطة الرياضية ب- مراعاة الحالة الاقتصادية للمستفيدين عند تسعير الخدمات والأنشطة التي يقدمها النادي ج- تحديد الفئات المستفيدة من الاستثمار في النادي الأولمبي . د- التعرف علي مدى استفادة المجتمع المحيط من المشروعات الاستثمارية التي تقام في النادي . هـ - توفير فرص العمل لابناء المجتمع المحيط في المشروعات الاستثمارية بالنادي.
٧٠	ضرورة ألا يكون هناك تعارض بين الأهداف الخاصة للنادي والمصالح العامة للمجتمع
٧١	تقدير العوائد التي تعود علي الدخل القومي للمجتمع من استثمار منشآت النادي.
٦- دراسة الجدوي القانونية	
٧٢	دراسة النظام الاقتصادي للدولة وعلاقتة بالاستثمار الرياضي .
٧٣	التعرف علي سياسة الدولة في تحديد الاسعار الخاصة بالمشروعات الاستثمارية الرياضية.
٧٤	الاستعانة بقوانين الاستثمار العامة في صياغة القوانين الخاصة بالاستثمار الرياضي
٧٥	إدراك إدارة الاستثمار لكافة قوانين وطرق الاستثمار في المجال الرياضي.
٧٦	وضع ضمانات وحوافز لتشجيع المستثمرين ورجال الأعمال للاستثمار الرياضي مثل: أ- الإعفاء من الضرائب الجمركية علي استيراد بعض الأجهزة والادوات الرياضية ب- عرض قروض بضمان المشروع الرياضي ج- تسهيل العديد من الإجراءات الإدارية الأخرى
٧٧	دراسة اللائحة القانونية للنادي الأولمبي وتنفيذ المشروعات الاستثمارية طبقا لقواعدها
٧٨	وضع قوانين محددة لأساليب استثمار المنشآت الرياضية وغير الرياضية بالنادي الأولمبي .

** معنوى عند مستوى ٠.٠١ = ٠.٤٧٨ * معنوى عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٣٧٤

يتضح من الجدول رقم (١١) ان معامل الثبات لعباررات المحور الثاني " التصور المقترح لدراسات جدوي استثمار منشآت النادي الأولمبي المصري تراوح ما بين (٠.٨٠ ، ٠.٨٤٥) وذلك باستخدام معامل الفا كرونباك وهو دال احصائيا عند مستوى (٠.٠١) .

جدول رقم (١٤)

معامل الثبات للمحاور لإيجاد ثبات الاستبيان ن = ٢٧

المحاور	معامل الثبات
المحور الأول : مجالات الاستثمار في النادي الأوليمبي المصري أولاً: مجالات الاستثمار العامة	٠.٨٨٦٤
ثانياً: مجالات الاستثمار الرياضي بالنادي	٠.٩٠٧٥
المحور الثاني : التصور المقترح لدراسات جدوي استثمار منشآت النادي الأوليمبي المصري أولاً: أهمية دراسات الجدوي	٠.٨٩٥٥
ثانياً: متطلبات دراسات الجدوي	٠.٨٨٧٥
ثالثاً: مراحل دراسات الجدوي التي يمكن من خلالها استثمار منشآت النادي ٣/أ- دراسة الجدوي التمهيدية	٠.٨٦٥٦
٣/ب - دراسة الجدوي التفصيلية وتتكون من : ١/ب- دراسة الجدوي التسويقية	٠.٨٧٨٢
٣/ب/٢- دراسة الجدوي الفنية	٠.٨٥٢٤
٣/ب/٣- دراسة الجدوي التمويلية	٠.٨٦٠٨
٣/ب/٤- دراسة الربحية التجارية	٠.٩١٤٥
٣/ب/٥- دراسة الجدوي الاجتماعية	٠.٩٢١١
٣/ب/٦- دراسة الجدوي القانونية	٠.٨٩٦٦

يتضح من الجدول رقم (١٢) أن معامل الثبات لمحاور استمارة الاستبيان قد تراوح ما بين (٠.٨٥٢٤ ، ٠.٩٢١١) وهذه القيم دالة إحصائياً عن مستوي (٠.٠١) ، وبذلك تكون الاستمارة علي درجة عالية من الثبات توحى بالثقة في النتائج التي يمكن الحصول عليها عند تطبيقها.

٥- تطبيق ادوات البحث

أجريت المقابلة الشخصية الأولى والخاصة بالتعرف علي مظاهر القصور في أساليب تسويق منشآت النادي الأوليمبي المصري مع عينة قوامها (٥) أفراد من مسؤولي النادي الأوليمبي المصري في الفترة من (٥/٨ - ١٣/٥ /٢٠١٠)، بينما أجريت المقابلة الشخصية الثانية والخاصة بتحليل الوضع الراهن للبيئة الداخلية والبيئة الخارجية للنادي الأوليمبي المصري مع عينة عمدية من العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي الأوليمبي وإدارة التسويق بشركة بيبسي قوامها (٥٥) فرداً في الفترة من (٢/٣ الي ٢٠/٢ /٢٠١١)، وبعد التأكد من صدق وثبات استمارة الاستبيان والوصول الي الصورة النهائية للاستبيان مرفق رقم (٨) ، قامت الباحثة بتوزيع الاستبيان علي مجتمع وعينة البحث الأساسية والتي بلغ عددها (٣٠٠) فرد تمثّلوا في أعضاء مجلس إدارة النادي الأوليمبي المصري وبلغ عددهم (٦) أعضاء ، والعاملين بإدارة النشاط الرياضي وبلغ عددهم (٤٦) عضو، وأعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام للدعاية والإعلان وبلغ عددهم (٤١) عضواً، وعينة من أعضاء النادي وبلغ عددهم (٢٠٧) عضواً، وقد تم تطبيق الاستبيان علي مجتمع وعينة البحث الأساسية من ٢٠١١/٥/١ الي ٢٠١١/٨/٥ .

٦- المعالجة الإحصائية .

خضعت البيانات التي حصلت عليها الباحثة :

أ- النسب المئوية

لإيضاح النسب الخاصة بأراء عينة المقابلة الشخصية الأولى وأراء عينة المقابلة الشخصية الثانية وأراء فئات مجتمع وعينة البحث في كل عبارة من عبارات استمارة الاستبيان.

ب- معامل الفالكرونباك

تم استخدام معامل الفا لكرونباك لإيجاد ثبات عبارات كل محور من محاور الاستمارة وأيضاً إيجاد معامل ثبات محاور الاستمارة ككل.

ج- مربع كاي

استخدم مربع كاي لتوضيح مدى وجود علاقة من عدمها بين أراء فئات مجتمع وعينة البحث (أعضاء مجلس إدارة النادي – العاملين بإدارة النشاط الرياضي بالنادي- أعضاء النادي- أعضاء إدارة إعلانات النشاط الرياضي بوكالة الأهرام للدعاية والإعلان).