

الفصل الثالث

إجراءات البحث

أولاً : منهج البحث

ثانياً: مجتمع وعينة البحث

ثالثاً: أدوات جمع البيانات

رابعاً: تطبيق استمارة الاستبيان

خامساً: المعالجات الإحصائية المستخدمة بالبحث

الفصل الثالث

إجراءات البحث

أولاً: منهج البحث:

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

ثانياً: مجتمع وعينة البحث:

- يتكون مجتمع البحث مما يلي.
- خبراء إدارة رياضية.
- الكادر المتقدم بوزارة الشباب والرياضة العراقية.
- اللجنة المشرفة على مدينة البصرة الرياضية.
- مدراء التسويق او من ينوب عنهم بالأندية العراقية.
- الرعاية.

عينة البحث: تم اختيار عينة عشوائية قوامها (١٢٢) فرد ممثلة في خبراء الإدارة الرياضية بواقع (٢٥) فرد. وكادر الوزارة المتقدم بواقع (٢٠) فرد. واللجنة المشرفة على مدينة البصرة الرياضية بواقع (١٣) فرد. ومدراء التسويق او من ينوب عنهم بواقع (٥٩) فرد. والرعاية بواقع (٥) أفراد. والجدول رقم (١) يوضح توصيف وتوزيع عينة البحث.

جدول رقم (١):

التوصيف العددي لعينة البحث موزعة على الدراسة الاستطلاعية والدراسة الاساسية

الدراسة الأساسية		الدراسة الاستطلاعية		عدد الاستمارات المستردة والصحيحة		العينة (الاستمارات التي تم توزيعها)		فئات العينة
النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	
٨٠.٩٥	١٧	١٩.٠٥	٤	٨٤.٠٠	٢١	٢٠.٤٩	٢٥	خبراء إدارة رياضية
٨٣.٣٣	١٥	١٦.٦٧	٣	٩٠.٠٠	١٨	١٦.٣٩	٢٠	كادر الوزارة المتقدم
٨١.٨٢	٩	١٨.١٨	٢	٨٤.٦٢	١١	١٠.٦٦	١٣	اللجنة المشرفة على مدينة البصرة الرياضية
٨٤.٠٠	٤٢	١٦.٠٠	٨	٨٤.٧٥	٥٠	٤٨.٣٦	٥٩	مدراء التسويق او من ينوب عنهم
١٠٠.٠٠	٤	٠.٠٠	٠	٨٠.٠٠	٤	٤.١٠	٥	الرعاة
٨٣.٦٥	٨٧	١٦.٣٥	١٧	٨٥.٢٥	١٠٤		١٢٢	المجموع

وقد استعان الباحث بعدد (١٧) فرداً من خارج العينة الاساسية لأجراء المعاملات العلمية لأدوات البحث وبذلك بلغ حجم عينة البحث الاساسية (٨٧) فرداً وذلك بعد استبعاد (١٨) استمارة لم يتم استكمال اجابته.

ثالثاً: أدوات جمع البيانات:

تم استخدام استمارة الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات وقد اتبع الباحث الخطوات التالية لتصميم أداة البحث.

- ١- نتائج المقابلة الشخصية المقننة للدراسة الاستطلاعية مرفق رقم (٤)
- ٢- الاطلاع على المراجع العلمية ونتائج الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع البحث في مجال الإدارة والإدارة الرياضية.

ومن خلال الخطوات السابقة تمكن الباحث من تحديد محاور استمارة الاستبيان وكما يلي.

المحور الاول: أهداف إدارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية بالعراق.

المحور الثاني: الهيكل التنظيمي لإدارة التسويق.

أ: الهيكل التنظيمي.

ب: وظائف إدارة التسويق.

المحور الثالث: التوصيف الوظيفي للعاملين داخل إدارة التسويق.

أ- مدير إدارة التسويق.

ب- رئيس قسم بحوث التسويق الرياضي والأنشطة والخدمات.

ت- رئيس قسم بحوث المبيعات.

ث- رئيس قسم الترويج والإعلان.

ج- رئيس قسم التخطيط.

المحور الرابع: المزيج التسويقي.

أ- الخدمات

ب- التسعير

ت- الترويج

ث- التوزيع

وقد قام الباحث بعرض محاور الاستمارة بصورتها الاولى على مجموعة من الخبراء المتخصصين في مجال الإدارة الرياضية العامة والإدارة الرياضية التي تتوافر فيهم الشروط التالية ، الحصول على درجة الدكتوراه ،خبرة لا تقل عن عشر سنوات في مجال الإدارة العامة والإدارة الرياضية مرفق رقم (١) لأبداء الرأي في مدى ملائمة وكفاءة المحاور والابعاد المقترحة لتحقيق أهداف البحث.

المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان:

قام الباحث بإجراء المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان وذلك باستخدام:

أولاً: الصدق

قام الباحث باستخدام نوعين من الصدق

أ- صدق المحكمين:

قام الباحث بعرض الاستثمار بصورتها الأولية على مجموعة من الخبراء عددهم (١٣) تم اختيارهم ضمن الشروط المطلوبة للخبراء مرفق رقم (٢) من الأساتذة الأكاديميين عدد (٩) بكليات التربية الرياضية (بنين – بنات) من جمهورية مصر العربية و(٤) من الأساتذة الأكاديميين والمختصين بالإدارة الرياضية والتسويق بالجامعات في جمهورية العراق ثم تعديل الاستثمار طبقاً لملاحظاتهم حتى أصبحت في صورتها النهائية ويوضح الجدول رقم (٢) نسبة اتفاقهم حول عبارات الاستثمار كما قام الباحث باستخدام صدق الاتساق الداخلي عن طريق حساب معاملات الارتباط بين محاور استثمار الاستبيان والمجموع الكلي للاستثمار ومعاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والمحور المنتمية إليه باستخدام معامل ارتباط سبيرمان وهي كما يوضحها جدول رقم (٢).

جدول رقم (٢):

يوضح نسبة اتفاق الخبراء على محاور الاستبيان

ن = ١٣

رقم المحور	محتوى المحاور والمكونات	نسبة الاتفاق
المحور الاول: أهداف إدارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية		١٠٠.٠٠
المحور الثاني: الهيكل التنظيمي لإدارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية		١٠٠.٠٠
المحور الثالث - التوصيف الوظيفي للعاملين داخل إدارة التسويق	مدير إدارة التسويق	٩٢.٣١
	رئيس قسم بحوث التسويق الرياضي والأنشطة والخدمات:	٩٢.٣١
	رئيس قسم بحوث المبيعات	١٠٠.٠٠
	رئيس قسم الترويج والإعلان	١٠٠.٠٠
	رئيس قسم التخطيط:	٩٢.٣١
المحور الرابع - المزيج التسويقي	الخدمات	٩٢.٣١
	التسعير	٩٢.٣١
	الترويج	١٠٠.٠٠
	التوزيع	٩٢.٣١

وقد اتفق السادة الخبراء على جميع المحاور المقترحة من قبل الباحث بنسبة (٩٢,٣١ الى ١٠٠%) ثم قام الباحث بتحديد وصياغة العبارات التي تدرج تحت كل محور وبعد ذلك اشتملت على (١٣٦) عبارة مقسمة على النحو التالي.

المحور الاول: أهداف إدارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية بالعراق ويشتمل على (٩) عبارات.

المحور الثاني: الهيكل التنظيمي لإدارة التسويق ويشتمل على (٩) عبارات.

المحور الثالث: التوصيف الوظيفي للعاملين داخل إدارة التسويق ويشتمل على (٧٧) عبارة.

المحور الرابع: المزيج التسويقي ويشتمل على (٤١) عبارة.

وقد تم عرض استثمار الاستبيان في صورتها الاولى مرفق رقم (٢) على السادة الخبراء بهدف التعرف على ما يلي.

- التأكد من مناسبة العبارات لكل محور.
- التأكد من سلامة صياغة ووضوح كل عبارة.
- تعديل وحذف وادخال عبارات الغير مرتبطة بمجال البحث.

وقد اوضح الخبراء ارائهم من تلك العبارات كما موضح بالجدول الاتي.

جدول رقم (٣):

يوضح نسبة اتفاق الخبراء على عبارات الاستبيان

ن = ١٣

المحور		رقم العبارة	نسبة الاتفاق	المحور		رقم العبارة	نسبة الاتفاق	المحور		رقم العبارة	نسبة الاتفاق
المحور الاول: أهداف إدارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية		١	٧٦.٩٢	المحور الثالث - التوصيف الوظيفي للعاملين داخل إدارة التسويق (أ) مدير إدارة (التسويق)		٢٥	٨٤.٦٢	المحور الثاني: الهيكل التنظيمي لإدارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية (أ) الهيكل التنظيمي		٢١	٩٢.٣١
		٢	٧٦.٩٢			٢٦	٩٢.٣١			٢٢	٧٦.٩٢
		٣	٥٣.٨٥			٢٧	٨٤.٦٢			٢٣	٩٢.٣١
		٤	٨٤.٦٢			ثانياً: الواجبات والمسئوليات				٢٤	٩٢.٣١
		٥	٩٢.٣١			٢٨	٧٦.٩٢			٢٥	٧٦.٩٢
		٦	٤٦.١٥			٢٩	٧٦.٩٢			٢٦	٧٦.٩٢
		٧	٧٦.٩٢			٣٠	٧٦.٩٢			٢٧	٧٦.٩٢
		٨	٣٨.٤٦			٣١	٨٤.٦٢			٢٨	٧٦.٩٢
		٩	٩٢.٣١			٣٢	٨٤.٦٢			٢٩	٧٦.٩٢
		١٠	٧٦.٩٢			٣٣	٩٢.٣١			٣٠	٧٦.٩٢
		١١	٩٢.٣١			٣٤	٨٤.٦٢			٣١	٨٤.٦٢
المحور الثاني: الهيكل التنظيمي لإدارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية (ب) وظائف إدارة (التسويق)		١٢	٥٣.٨٥	المحور الثالث - التوصيف الوظيفي للعاملين داخل إدارة التسويق (رئيس قسم بحوث المبيعات)		٣٥	٧٦.٩٢	المحور الثالث: - التوصيف الوظيفي للعاملين داخل إدارة التسويق (رئيس قسم بحوث المبيعات)		٢٥	٨٤.٦٢
		١٣	٨٤.٦٢			٣٦	٧٦.٩٢			٢٦	٩٢.٣١
		١/١٣	٩٢.٣١			ثالثاً: شروط شغل الوظيفة				٢٧	٧٦.٩٢
		٢/١٣	٧٦.٩٢			٣٧	٨٤.٦٢			٢٨	٧٦.٩٢
		٣/١٣	٨٤.٦٢			١/٣٧	٩٢.٣١			٢٩	٧٦.٩٢
		١٤	٥٣.٨٥			٢/٣٧	٩٢.٣١			٣٠	٧٦.٩٢
		١٥	٤٦.١٥			٣/٣٧	١٠٠.٠٠			٣١	٨٤.٦٢
		١٦	٤٦.١٥			٤/٣٧	٩٢.٣١			٣٢	٨٤.٦٢
		١٧	٩٢.٣١			٣٨	٧٦.٩٢			٣٣	٩٢.٣١
		١٨	٥٣.٨٥			٣٩	٩٢.٣١			٣٤	٨٤.٦٢
		١٩	٤٦.١٥			٤٠	٩٢.٣١			٣٥	٧٦.٩٢
المحور الثاني: الهيكل التنظيمي لإدارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية (ب) وظائف إدارة (التسويق)		٢٠	٩٢.٣١	المحور الثالث: - التوصيف الوظيفي للعاملين داخل إدارة التسويق (رئيس قسم بحوث التسويق الرياضي والأنشطة والخدمات)		٤١	١٠٠.٠٠	المحور الثالث: - التوصيف الوظيفي للعاملين داخل إدارة التسويق (رئيس قسم بحوث التسويق الرياضي والأنشطة والخدمات)		٢٦	٩٢.٣١
		١/٢٠	١٠٠.٠٠			٤٢	٩٢.٣١			٢٧	٧٦.٩٢
		٢/٢٠	٩٢.٣١			٤٣	٧٦.٩٢			٢٨	٧٦.٩٢
		٣/٢٠	٧٦.٩٢			٤٤	٧٦.٩٢			٢٩	٧٦.٩٢
		٤/٢٠	٧٦.٩٢			اولاً: الوصف العام:				٣٠	٧٦.٩٢
		٥/٢٠	٩٢.٣١			٤٥	٩٢.٣١			٣١	٨٤.٦٢
		٢١	٩٢.٣١			٤٦	٧٦.٩٢			٣٢	٨٤.٦٢
		١/٢١	٧٦.٩٢			ثانياً: الواجبات والمسئوليات				٣٣	٩٢.٣١
		٢/٢١	٩٢.٣١			٤٧	٩٢.٣١			٣٤	٨٤.٦٢
		٢٢	٧٦.٩٢			٤٨	١٠٠.٠٠			٣٥	٧٦.٩٢
		٢٣	٩٢.٣١			٤٩	٩٢.٣١			٣٦	٧٦.٩٢
المحور الثاني: الهيكل التنظيمي لإدارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية (ب) وظائف إدارة (التسويق)		٢٤	٩٢.٣١	المحور الثالث: - التوصيف الوظيفي للعاملين داخل إدارة التسويق (رئيس قسم بحوث التسويق الرياضي والأنشطة والخدمات)		٥٠	٧٦.٩٢	المحور الثالث: - التوصيف الوظيفي للعاملين داخل إدارة التسويق (رئيس قسم بحوث التسويق الرياضي والأنشطة والخدمات)		٣٦	٧٦.٩٢
		٢٥	٩٢.٣١			٥١	٧٦.٩٢			٣٧	٧٦.٩٢
		٢٦	٩٢.٣١			٥٢	٨٤.٦٢			٣٨	٧٦.٩٢
		٢٧	٩٢.٣١			ثالثاً: شروط شغل الوظيفة				٣٩	٧٦.٩٢
		٢٨	٩٢.٣١			٥٣	٩٢.٣١			٤٠	٩٢.٣١
		٢٩	٩٢.٣١			١/٥٣	٨٤.٦٢			٤١	١٠٠.٠٠
		٣٠	٩٢.٣١			٢/٥٣	٧٦.٩٢			٤٢	٩٢.٣١
		٣١	٩٢.٣١			٣/٥٣	٧٦.٩٢			٤٣	٧٦.٩٢
		٣٢	٩٢.٣١			٥٤	٧٦.٩٢			٤٤	٧٦.٩٢
		٣٣	٩٢.٣١							٤٥	٧٦.٩٢
		٣٤	٩٢.٣١							٤٦	٧٦.٩٢
٣٥	٩٢.٣١			٤٧	٧٦.٩٢						

تابع جدول رقم (٣):
نسبة اتفاق الخبراء على عبارات الاستبيان

ن = ١٣

المحور	رقم العبارة	نسبة الاتفاق	المحور	رقم العبارة	نسبة الاتفاق
المحور الثالث - التوصيف الوظيفي للعاملين داخل إدارة التسويق (رئيس قسم التخطيط)	٨٦	٧٦.٩٢	المحور الرابع - المزيج التسويقي (أ) - (الخدمات)	٩٧	٩٢.٣١
	٨٧	٩٢.٣١		٩٨	١٠٠.٠٠
	٨٨	١٠٠.٠٠		٩٩	٩٢.٣١
	٨٩	٩٢.٣١		١٠٠	١٠٠.٠٠
	٩٠	١٠٠.٠٠		١٠١	٩٢.٣١
	٩١	٩٢.٣١		١٠٢	٩٢.٣١
	٩٢	٩٢.٣١		١٠٣	١٠٠.٠٠
	٩٣	٨٤.٦٢		١٠٤	٩٢.٣١
	٩٤	٨٤.٦٢		١٠٥	٩٢.٣١
	٩٥	٩٢.٣١	المحور الرابع - المزيج التسويقي (ب) - (التسعير)	١٠٦	٩٢.٣١
المحور الرابع - المزيج التسويقي (ج) - (الترويج)	٩٦	٨٤.٦٢		١٠٧	١٠٠.٠٠
	٩٧	٩٢.٣١		١٠٨	٩٢.٣١
	٩٨	٩٢.٣١		١٠٩	١٠٠.٠٠
	٩٩	٩٢.٣١		١١٠	٩٢.٣١
	١٠٠	١٠٠.٠٠		١١١	٩٢.٣١
	١٠١	٩٢.٣١		١١٢	١٠٠.٠٠
	١٠٢	٩٢.٣١		١١٣	٩٢.٣١
	١٠٣	٩٢.٣١		١١٤	٨٤.٦٢
	١٠٤	٨٤.٦٢	المحور الرابع - المزيج التسويقي (د) - (التوزيع)	١١٥	٨٤.٦٢
	١٠٥	٩٢.٣١		١١٦	٩٢.٣١
	١٠٦	٩٢.٣١		١١٧	١٠٠.٠٠
	١٠٧	٩٢.٣١		١١٨	٩٢.٣١
	١٠٨	٩٢.٣١		١١٩	٨٤.٦٢
	١٠٩	٩٢.٣١		١٢٠	٨٤.٦٢
	١١٠	٩٢.٣١		١٢١	٩٢.٣١
	١١١	٩٢.٣١		١٢٢	١٠٠.٠٠
	١١٢	٩٢.٣١		١٢٣	٩٢.٣١
	١١٣	٩٢.٣١		١٢٤	١٠٠.٠٠
	١١٤	٩٢.٣١		١٢٥	٩٢.٣١
	١١٥	٩٢.٣١		١٢٦	١٠٠.٠٠
	١١٦	٩٢.٣١		١٢٧	٩٢.٣١
	١١٧	٩٢.٣١		١٢٨	١٠٠.٠٠
	١١٨	٩٢.٣١		١٢٩	٩٢.٣١
	١١٩	٩٢.٣١		١٣٠	٩٢.٣١
	١٢٠	٩٢.٣١		١٣١	١٠٠.٠٠
	١٢١	٩٢.٣١		١٣٢	٩٢.٣١
	١٢٢	٩٢.٣١		١٣٣	٨٤.٦٢
	١٢٣	٩٢.٣١		١٣٤	٩٢.٣١
	١٢٤	٩٢.٣١		١٣٥	١٠٠.٠٠
	١٢٥	٩٢.٣١		١٣٦	٩٢.٣١

يتضح من جدول رقم (٣) والخاص بنسبة اتفاق الخبراء على عبارات الاستبيان إن نسبة اتفاق الخبراء تراوحت ما بين (٣٨.٤٦% إلى ١٠٠%) وقد ارتضى الباحث نسبة ٧٥% فأكثر لقبول العبارة والاعتماد عليها في بحثه لذا فقد قام الباحث بحذف العبارات الآتية (١٩, ١٨, ٦, ٣) وتعديل بعض العبارات لانخفاض نسبة اتفاق الخبراء كما هو موضح بجدول رقم (٤).

جدول رقم (٤):
يوضح عبارات الاستبيان قبل وبعد تعديل اراء السادة الخبراء

المحور	رقم العبارة	قبل التعديل	بعد التعديل
المحور الاول: أهداف إدارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية	٣	تطوير وتحسين البنية التحتية للمنشآت الرياضية	حذف
	٦	تسويق الأنشطة الاستثمارية لمدينة البصرة الرياضية	حذف
	٨	نشر ثقافة التسويق الرياضي لدى العاملين بمدينة البصرة الرياضية	استبدال (مساعدة إدارة المدينة على تحقيق أهدافها)
المحور الثاني: الهيكل التنظيمي لإدارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية		محورين: أ - الهيكل التنظيمي ب- وظائف إدارة التسويق	أصبح محور واحد باسم الهيكل التنظيمي لإدارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية
	١٢	تتبع إدارة تسويق مدينة البصرة الرياضية	استبدال (المستوى الإداري الملائم لإدارة التسويق - إدارة عامة - قسم)
	١٣	من الأفضل ان تكون إدارة التسويق ثلاث مستويات ادارية وهي: - إدارة عليا - إدارة وسطى - إدارة تنفيذية	تعديل (تتبع إدارة تسويق مدينة البصرة الرياضية) ان تكون إدارة التسويق ثلاث مستويات ادارية وهي: - إدارة عليا (مدير الإدارة) - إدارة وسطى (مدراء الاقسام) - إدارة تنفيذية (العاملين في اقسام الإدارة)
	١٤	تتبع إدارة التسويق الإدارة العليا لمدينة البصرة الرياضية	تم استبدال العبارات الثلاث (تتبع إدارة التسويق اقرب بموقعها في الهيكل التنظيمي الى: - الإدارة العليا بمدينة البصرة الرياضية - الإدارة الوسطى
	١٥	تتبع إدارة التسويق الإدارة الوسطى لمدينة البصرة الرياضية	
	١٦	تتبع إدارة التسويق الإدارة التنفيذية لمدينة البصرة الرياضية	
	١٨	لا بد من وجود مدير لإدارة التسويق	حذف
	١٩	لا بد من وجود مسؤول عن كل نشاط تسويقي	حذف
	٢٠	يفضل ان تكون إدارة التسويق الرياضي مسؤولة عن: - المنشآت الرياضية - المنشآت غير الرياضية - الخدمات - الأنشطة الرياضية - اللاعبين	استبدال بتتبع إدارة التسويق الرياضي مسؤولة عن: - المنشآت الرياضية - المنشآت غير الرياضية - الخدمات - الأنشطة الرياضية
	٢١	لا بد ان يكون من اهم اهتمامات إدارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية تحقيق رضا: - الجمهور الداخلي - الجمهور الخارجي	تعديل: ترى من اهتمامات إدارة التسويق تحقيق الرضا لكل من: - الجمهور الداخلي - الجمهور الخارجي
	٢٣	وظيفة التخطيط تلعب دور هام في تطوير عمل إدارة التسويق	تعديل بحذف كلمة وظيفة
	٢٤	وظيفة الدعاية والإعلان جزء مهم من إدارة التسويق.	
المحور الثالث - التوصيف الوظيفي للعاملين داخل إدارة التسويق	٣٣	عمل برامج تدريبية وادخال الموظفين دورات تطويرية لزيادة قدراتهم وتوعيتهم	استبدلت (مسئول عن متابعة وتنفيذ البرامج التدريبية)
	٣٦	مسؤول عن تسويق الخدمات والمنشآت للسوق المستهدف.	استبدال (يشارك بوضع الخطة التسويقية للخدمات والمنشآت للسوق المستهدف)
	٦٠	مسؤول عن تخطيط وتنظيم النشاط البيعي والرقابة والتقييم	استبدال (مسئول عن متابعة وتقييم الخطة التسويقية)
			تم اضافة ٨ عبارات للمحور بما يناسب سياق الهدف
المحور الخامس: أساليب التسويق			تم اضافة محور اساليب التسويق ويحتوي على (١٩) عبارة

ثانياً: صدق الاتساق الداخلي

ب - معامل الاتساق الداخلي:

قام الباحث بأحتساب الاتساق الداخلي لعبارات كل محور وبعد 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 والتي يوضحها الجدول رقم (٥).

جدول رقم (٥):

يوضح معامل الاتساق الداخلي (معامل ارتباط درجة العبارة بالمجموع الكلي للمحور

الذي تنتمي إليه) لعبارات محاور الاستبيان

ن=١٧

المحور	رقم العبارة	معامل الاتساق الداخلي	المحور	رقم العبارة	معامل الاتساق الداخلي	المحور	رقم العبارة	معامل الاتساق الداخلي
المحور الأول: أهداف إدارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية	١	*.٥٩٨	المحور الثاني: الهيكل التنظيمي لإدارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية	١/٣١	*.٦٢٥	المحور الثالث: التوصيف الوظيفي للعاملين داخل إدارة التسويق	١٩	*.٥٨٥
	٢	*.٦١٣		٢/٣١	*.٧٣٧		٢٠	*.٥٧٢
	٣	*.٥٦٩		٣/٣١	*.٦٤٥		٢١	*.٦٧٣
	٤	*.٧٠٤		٤/٣١	*.٦٤٦		٢٢	*.٧٢٦
	٥	*.٥٩٩		٣٢	*.٦٧٥		٢٣	*.٧٠٨
	٦	*.٦٦٨		٣٣	*.٧٠٣		٢٤	*.٧٠٤
	٧	*.٧٠٢		٣٤	*.٥٩٩		٢٥	*.٦٤٦
	٨	*.٦٤٠		٣٥	*.٦٧١		٢٦	*.٦٥٤
	٩	*.٦٦٥		٣٦	*.٥٦٣		٢٧	*.٥٨٢
	١٠			٣٧	*.٦٣٢		٢٨	*.٦٠٣
المحور الثاني: الهيكل التنظيمي لإدارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية	١/١٠	*.٦٣٣	المحور الثالث: التوصيف الوظيفي للعاملين داخل إدارة التسويق	٣٨	*.٦٤٦	المحور الثالث: التوصيف الوظيفي للعاملين داخل إدارة التسويق	٢٩	*.٦١٨
	٢/١٠	*.٦٤٥		٣٩	*.٦٧٣		٣٠	*.٥٧٧
	١١	*.٥١٤		٤٠	*.٧٣٠			
	١٢			٤١	*.٦٧١			
	١/١٢	*.٦٠٥		٤٢	*.٦٢٣			
	٢/١٢	*.٦٥٠		٤٣	*.٧٠٤			
	١٣	*.٧٣٠		٤٤	*.٦١٤			
	١٤	*.٦٥٢		٤٥	*.٧٢٧			
	١٥	*.٥٧٦		٤٦	*.٧٥٥			
	١٦	*.٦٥٣		٤٧	*.٦١٧			
المحور الثالث: التوصيف الوظيفي للعاملين داخل إدارة التسويق	١/١٧	*.٦٢٥	المحور الثالث: التوصيف الوظيفي للعاملين داخل إدارة التسويق	٤٨	*.٦٤٢	المحور الثالث: التوصيف الوظيفي للعاملين داخل إدارة التسويق		
	٢/١٧	*.٦٢٠		٤٩	*.٥٩٩			
	١٨			٥٠	*.٦٧٣			
	١/١٨	*.٥٦١		٥١	*.٦٢٢			
	٢/١٨	*.٦٦٠		٥٢	*.٦٥٦			
	٣/١٨	*.٦٢٠		٥٣	*.٦٢٤			
	٤/١٨	*.٦٢٣		٥٤	*.٦٢٧			
				٥٥	*.٦٤٣			
				٥٦	*.٧١٢			
				٥٧	*.٦١٨			
المحور الثالث: التوصيف الوظيفي للعاملين داخل إدارة التسويق	١٩	*.٥٨٥	المحور الثالث: التوصيف الوظيفي للعاملين داخل إدارة التسويق	٥٨	*.٧٠٨	المحور الثالث: التوصيف الوظيفي للعاملين داخل إدارة التسويق		
	٢٠	*.٥٧٢		٥٩	*.٦٥٤			
	٢١	*.٦٧٣		٦٠	*.٧٢٨			
	٢٢	*.٧٢٦		٦١	*.٧٠٢			
	٢٣	*.٧٠٨						
	٢٤	*.٧٠٤						
	٢٥	*.٦٤٦						
	٢٦	*.٦٥٤						
	٢٧	*.٥٨٢						
	٢٨	*.٦٠٣						
المحور الثالث: التوصيف الوظيفي للعاملين داخل إدارة التسويق	٢٩	*.٦١٨	المحور الثالث: التوصيف الوظيفي للعاملين داخل إدارة التسويق	٩٤	*.٧٣٤	المحور الثالث: التوصيف الوظيفي للعاملين داخل إدارة التسويق		
	٣٠	*.٥٧٧		٩٥	*.٧٠٣			
				٩٦	*.٦٥٤			

*معنوي عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٤٦٨

تابع جدول رقم (٥):
يوضح معامل الاتساق الداخلي (معامل ارتباط درجة العبارة بالمجموع الكلي للمحور الذي تنتمي اليه) لعبارات محاور
الاستبيان

ن = ١٧

معامل الاتساق الداخلي	رقم العبارة	المحور	معامل الاتساق الداخلي	رقم العبارة	المحور
*.٦٢٣	١٣٧	المحور الخامس: أساليب التسويق			المحور الرابع - المزيج التسويقي
*.٧٤٦	١٣٨		*.٦٤٨	٩٧	
*.٧١٢	١٣٩		*.٧١٠	٩٨	
*.٧٢١	١٤٠		*.٧٠٥	٩٩	
*.٦٧٣	١٤١		*.٧١٥	١٠٠	
*.٦٣٧	١٤٢		*.٦٥٥	١٠١	
*.٦٣٢	١٤٣		*.٧٣٩	١٠٢	
			*.٦٧٠	١٠٣	
*.٦٧٢	١٤٤		*.٦٥١	١٠٤	
*.٧١٦	١٤٥				
*.٦٣٣	١٤٦		*.٧٢٠	١٠٥	
*.٦٤٣	١٤٧		*.٥٨٢	١٠٦	
*.٦٣٨	١٤٨		*.٧٠٧	١٠٧	
*.٥٤٣	١٤٩		*.٦٧٦	١٠٨	
			*.٧٤٠	١٠٩	
*.٦١٨	١٥٠		*.٦١٤	١١٠	
*.٦٤٥	١٥١		*.٥٨٤	١١١	
*.٧٣٦	١٥٢		*.٦٨٦	١/١١١	
*.٦١٨	١٥٣		*.٧٠٩	٢/١١١	
*.٥٨٧	١٥٤		*.٦٧١	١١٢	
*.٦٧٨	١٥٥		*.٧٣٢	١١٣	
			*.٦٢٤	١١٥	
			*.٥٧٨	١١٦	
			*.٦٢٩	١١٧	
			*.٦٦٤	١١٨	
			*.٥٩١	١١٩	
			*.٥٧٢	١٢٠	
			*.٦٠٥	١٢١	
			*.٦٣٤	١٢٢	
			*.٧٠٦	١٢٣	
			*.٦٠٩	١٢٤	
			*.٥٩٢	١٢٥	
			*.٦١٢	١٢٦	
			*.٦١٤	١٢٧	
			*.٦٩٧	١٢٨	
			*.٥٩٥	١٢٩	
			*.٥٦٦	١٣٠	
			*.٧٠٣	١٣١	
			*.٦٥٩	١٣٢	
			*.٥٨٠	١٣٣	
			*.٦٣٩	١٣٤	
			*.٦٤٨	١٣٥	
			*.٧٤٩	١٣٦	

*معنوي عند مستوى ٠.٠٥ = ٠.٤٦٨

يتضح من جدول رقم (٥) والخاص بمعامل الاتساق الداخلي (معامل ارتباط درجة العبارة بالمجموع الكلى للمحور الذى تنتمى اليه) لعبارات محاور الاستبيان ، أن معامل الاتساق الداخلي لعبارات المحاور بلغ ما بين (٠.٥٣٩ إلى ٠.٨١٤) وهذه القيمة معنوية عند مستوى ٠.٠٥ . مما يؤكد أن العبارات ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالمحور التى تنتمى اليه . وأنها تقيس ما يقيسه المحور ولذلك فهي تساهم في بناء المحور وتقيس ما وضعت من أجله ولذا فهي تتسم بالصدق الذاتى.

**جدول رقم (٦):
يوضح معامل الاتساق الداخلي لمحاور ومكونات الاستبيان**

ن = ١٧

رقم المحور	محتوى المحاور والمكونات	معامل الاتساق الداخلي للمحاور
المحور الاول: أهداف إدارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية		*٠.٦٩٩
المحور الثاني: الهيكل التنظيمي لإدارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية		*٠.٧٣٨
المحور الثالث - التوصيف الوظيفي للعاملين داخل إدارة التسويق	مدير إدارة التسويق	*٠.٧٤٨
	رئيس قسم بحوث التسويق الرياضي والأنشطة والخدمات:	*٠.٧٣١
	رئيس قسم بحوث المبيعات	*٠.٧٨٨
	رئيس قسم الترويج والإعلان	*٠.٧٥٧
	رئيس قسم التخطيط:	*٠.٧٩١
المحور الرابع - المزيج التسويقي	الخدمات	*٠.٧١٤
	التسعير	٠.٧٨٩
	الترويج	*٠.٦٦٦
	التوزيع	*٠.٧٤٦
لمحور الخامس: أساليب التسويق	الدعاية والإعلان	*٠.٦٥٧
	التسويق التلفزيوني	*٠.٦٢١
	التسويق الإلكتروني	*٠.٧٠٩

يتضح من جدول رقم (٦) والخاص بمعامل الاتساق الداخلي (معامل ارتباط درجة المحور بالمجموع الكلى للاستبيان) لمحاور الاستبيان ، أن معامل الاتساق الداخلي للمحاور بلغ ما بين (٠.٦٢١ إلى ٠.٧٩١) 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 ولذا فهي تتسم بالصدق الذاتى.

ثانياً: الثبات:

- ١- التطبيق وإعادة التطبيق لاستمارة الاستبيان.
- ٢- ثبات ألفا كرونباخ

قام الباحث بحساب ثبات الاستمارة باستخدام معامل ألفا كرونباخ على عينة قوامها (١٧) فرداً ومن خارج عينة البحث الأساسية.

جدول رقم (٧): معامل ألفا كرونباخ لمحاور ومكونات الاستبيان

ن = ١٧

رقم المحور	محتوى المحاور والمكونات	معامل ألفا كرونباخ	معامل الفا للاستبيان ككل
المحور الاول: أهداف إدارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية		٠.٧٢١	٠.٨٢٨
المحور الثاني: الهيكل التنظيمي لإدارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية		٠.٦٨٧	
المحور الثالث - التوصيف الوظيفي للعاملين داخل إدارة التسويق	مدير إدارة التسويق	٠.٧٢٩	
	رئيس قسم بحوث التسويق الرياضي والانشطة والخدمات:	٠.٦٤٦	
	رئيس قسم بحوث المبيعات	٠.٧٠٢	
	رئيس قسم الترويج والإعلان	٠.٧٣٩	
	رئيس قسم التخطيط:	٠.٧٦٠	
المحور الرابع - المزيج التسويقي	الخدمات	٠.٦٨٨	
	التسعير	٠.٧٢٦	
	الترويج	٠.٧٢٢	
	التوزيع	٠.٧١٦	
لمحور الخامس: أساليب التسويق	الدعاية والإعلان	٠.٧٤١	
	التسويق التلفزيوني	٠.٦٥٧	
	التسويق الإلكتروني	٠.٦٦٥	

يتضح من جدول رقم (٧) و الخاص بمعامل ألفا كرونباخ لعبارات محاور الاستبيان ، ارتفاع قيم معامل ألفا كرونباخ لعبارات الأبعاد حيث بلغت ما بين (٠.٦٤٦ إلى ٠.٧٦٠) وهذه القيمة أكبر من ٠.٠٦ مما يؤكد أن العبارات تتجانس فيما بينها وتتسم بالثبات وأنها متكاملة تسهم في بناء البعد. وأن أي حذف أو إضافة لأي من هذه العبارات أو الأبعاد من الممكن يؤثر سلباً في بناء الاستبيان.

٢ - التطبيق وإعادة التطبيق

تم تطبيق استمارة الاستبيان على عينة عشوائية من مجتمع البحث وعددهم (١٧) فردا ومن خارج عينة البحث الأساسية ، ثم أعيد تطبيق هذه الاستمارة بعد (١٥) يوم على نفس العينة و تم حساب معامل الثبات بين نتائج التطبيق وذلك في الفترة من ٢٠١٤/٣/٢ الى ٢٠٢٤/٣/١٧ كما هو موضح بالجدول رقم (٨).

جدول رقم (٨):
يوضح الفروق بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني لإيجاد ثبات
(محاور وأبعاد استمارة الاستبيان)

ن = ١٧

رقم المحور	محتوى المحاور والمكونات	التطبيق الأول		التطبيق الثاني		الفرق بين المتوسطين		قيمة ت	معامل الثبات
		س	ع±	س	ع±	س	ع±		
	المحور الأول: أهداف إدارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية	١٦.٠٠	١.٣٢	١٥.٨٤	١.٣٧	٠.١٦	١.٦٢	٠.٤٩	٠.٩٣٥
	المحور الثاني: الهيكل التنظيمي لإدارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية	٢٥.٤٨	١.٢٦	٢٥.٥٦	١.٣٣	٠.٠٨	١.٥٨	٠.٢٥	٠.٨٦٠
المحور الثالث - التوصيف الوظيفي للعاملين داخل إدارة التسويق	مدير إدارة التسويق	٣٧.٨٠	١.٠٨	٣٧.٩٢	٠.٩٥	٠.١٢	١.١٣	٠.٥٣	٠.٩٥٠
	رئيس قسم بحوث التسويق الرياضي والأنشطة والخدمات:	١٧.٠٨	١.٧١	١٧.٠٠	١.٩١	٠.٠٨	٢.٠٢	٠.٢٠	٠.٩٢٢
	رئيس قسم بحوث المبيعات	٢٩.٠٠	١.١٩	٢٨.٩٦	١.٢١	٠.٠٤	١.٧٤	٠.١١	٠.٩٠٦
	رئيس قسم الترويج والإعلان	٢٣.٠٤	١.٥٧	٢٣.٠٨	١.٦٨	٠.٠٤	١.٥٧	٠.١٣	٠.٨٨٢
	رئيس قسم التخطيط:	٣٣.٤٨	١.٨٧	٣٣.٤٨	٢.٠٤	٠.٢١	١.٢٩	٠.٨٨	٠.٩٥٧
المحور الرابع - المزيج التسويقي	الخدمات	١٤.٥٢	٠.٩٦	١٤.٧٦	٠.٩٣	٠.٢٤	١.١٦	١.٠٣	٠.٨٩٣
	التسعير	١٤.٣٦	١.١٩	١٤.٤٠	١.٢٩	٠.٠٤	١.٤٠	٠.١٤	٠.٨٨٨
	الترويج	٢٥.٨٨	١.٢٤	٢٥.٩٢	١.٣٥	٠.٠٤	١.٥١	٠.١٣	٠.٨٩٣
	التوزيع	١٥.٣٢	١.٦٠	١٥.٤٠	١.٢٩	٠.٠٨	١.٨٢	٠.٢٢	٠.٩٣٢
المحور الخامس: أساليب التسويق	الدعاية والإعلان	١٣.٣٦	١.٢٢	١٣.٦٤	١.٢٩	٠.٢٨	١.٧٧	٠.٧٩	٠.٩١٦
	التسويق التلفزيوني	١١.٤٠	١.٣٢	١١.٨٤	١.٢٥	٠.٤٤	١.٦٦	١.٣٣	٠.٩٢٧
	التسويق الإلكتروني	١٠.٨٤	١.٣٧	١٠.٧٢	١.٢١	٠.١٢	١.٧٦	٠.٣٤	٠.٩٠٤

*ت معنوية عند مستوى ٠.٠٥ = ٢.١٣

يتضح من جدول رقم (٨) والخاص بمعامل الارتباط (الثبات) بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني لإيجاد ثبات (إعادة تطبيق محاور الاستبيان). بلغ معامل الثبات ما بين (٠.٨٦٠ الى ٠.٩٥٠) مما يؤكد أن المحاور تنقسم بالثبات وأنها تعطي نفس النتائج إذا أعيد تطبيقها مرة أخرى على نفس العينة وفي نفس الظروف وبعد أن تأكد الباحث من صدق وثبات الاستبيان وصلاحيته للتطبيق قام بتطبيقه. وذلك من خلال المجالات التالية:

مجالات البحث:

■ المجال الزمني:

تمت إجراءات البحث خلال العام الدراسي ٢٠١٣ - ٢٠١٤ م.

حيث أجريت الدراسات الاستطلاعية في الفترة من ٢٠١٤ / ٣ / ٢ إلى ٢٠١٤ / ٣ / ١٧ وأجريت الدراسة الأساسية في الفترة من ٢٠١٤ / ٣ / ٢٠ إلى ٢٠١٤ / ٥ / ٢٤

■ المجال المكاني:

تم تطبيق البحث بمحافظات (بغداد / البصرة) بالعراق.

رابعاً: تطبيق استمارة الاستبيان:

تم تطبيق الدراسة الأساسية على عينة البحث في الفترة من ٢٠١٤ / ٣ / ٢٠ إلى ٢٠١٤ / ٥ / ٢٤. حيث تم تطبيق الاستبيان من خلال توزيع الاستمارة على العينة الأساسية البالغة (٨٧). وبعد التأكد من ان المفحوص قد أجاب على جميع عبارات الاستبيان قام الباحث بتجميع الاستمارات وتفرغها في شكل بيانات مبوبة تمهيدا لأجراء المعالجات الإحصائية واستخراج النتائج.

خامساً: المعالجات الإحصائية المستخدمة في البحث

قام الباحث باستخدام المعالجات الإحصائية الآتية:

- التكرار والنسبة المئوية.
- معامل ارتباط بيرسون.
- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
- مربع كاي..
- معامل ألفا كرونباخ.
- معامل ليكرت للأهمية النسبية.