

الفصل الثالث

١٠/٣ إجراءات البحث

- ١/٣ منهج البحث .
- ٢/٣ مجتمع وعينة البحث .
- ٣/٣ شروط اختيار عينة البحث .
- ٤/٣ أدوات جمع البيانات .
- ٥/٣ الدراسة الإستطلاعية .
- ٦/٣ المعاملات العلمية لإستمارة الإستبيان .
- ٧/٣ تطبيق إسـتمارة البحث .
- ٨/٣ المعالجات الإحصائية المستخدمة .

الفصل الثالث

١٠/٢ إجراءات البحث

١/٣ منهج البحث :

قام الباحث بإستخدام المنهج الوصفي بأسلوب الدراسات المسحية بهدف إجراء دراسة للتعرف على آراء القائمين بجهاز الرياضة للقوات المسلحة .

٢/٢ مجتمع وعينة البحث :

١/٢/٣ مجتمع البحث :

يمثل مجتمع البحث القائمين على جهاز الرياضة بالقوات المسلحة بهدف إستطلاع آرائهم لإجراء دراسة تحليلية للأساليب التسويقية المقترحة والنماذج المعمول بها وتسويق المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة حتى يمكن تقديم مشروع مقترح لتسويق المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة ، وقد إشتمل مجتمع البحث على كل من رؤساء الأفرع ومدير نادى الجيش الرياضى وسكرتير عام الجهاز والمشرف العام على مجمع السباحة بالقوات المسلحة ومدير الصالات المغطاة ومدير ستاد جهاز الرياضة للقوات المسلحة ، وقادة المراكز الرياضية والسرايا الرياضية ورؤساء الأقسام الرياضية بالكليات العسكرية والمعهد الفنى للقوات المسلحة ، ومجموعة من أساتذة فى الإدارة الرياضية بكليات التربية الرياضية .

٢/٢/٣ عينة البحث :

قام الباحث بتطبيق تجربة البحث على عينة عمدية من القائمين على جهاز الرياضة بالقوات المسلحة ، وقد تكونت عينة البحث من رؤساء الأفرع وعددهم ١١ إحدى عشر فرع وهذه الأفرع هى فرع المنشآت الرياضية العسكرية ، فرع التخطيط ، فرع الأفراد ، فرع التدريب والتفتيش ، فرع المنافسات الرياضية ، فرع الإعلام والعلاقات العامة ، فرع السكرتارية والإدارة المحلية ، فرع الشؤون المعنوية ، قسم الطب الرياضى ، فرع المتابعة ، فرع المهندسين العسكريين .

كما إشتملت العينة على مدير نادى الجيش الرياضى وسكرتير عام الجهاز والمشرف العام على مجمع السباحة بالقوات المسلحة ومدير الصالات المغطاة ومدير ستاد جهاز الرياضة للقوات المسلحة ، كما تضمنت العينة أيضاً ١٣ ثلاثة عشر قائداً للمراكز الرياضية و ١٣ ثلاثة عشر قائداً للسرايا الرياضية ، بالإضافة إلى ٧ سبع رؤساء أقسام رياضية للكليات العسكرية والمعهد الفنى للقوات المسلحة .

كما إشتملت عينة البحث على ٥ خمس أساتذة فى الإدارة الرياضية بكليات التربية الرياضية بالهرم والجزيرة وطنطا ، وبذلك أصبح إجمالى حجم عينة البحث ٥٤ أربع وخمسون فرداً ممن لهم صلة وثيقة بموضوع البحث الحالى حيث أن طبيعة عملهم ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالمجال الرياضى من جهة وبالقوات المسلحة من جهة أخرى ، والجدول رقم (١) يوضح توصيف عينة البحث :

جدول (١-٣)

توصيف عينة البحث

م	عينة البحث	العدد
١	فرع المنشآت الرياضية العسكرية .	١
٢	فرع التخطيط .	١
٣	فرع الأفراد .	١
٤	فرع التدريب والتفتيش .	١
٥	فرع المنافسات الرياضية .	١
٦	فرع الإعلام والعلاقات العامة	١
٧	فرع السكرتارية والإدارة المحلية .	١
٨	فرع الشئون المعنوية .	١
٩	قسم الطب الرياضى .	١
١٠	فرع المتابعة .	١
١١	فرع المهندسين العسكريين .	١
١٢	مدير نادى الجيش الرياضى .	١
١٣	سكرتير عام الجهاز .	١
١٤	المشرف العام على مجمع السباحة بالقوات المسلحة .	١

تابع / جدول (٣-١)

م	عينة البحث	العدد
١٥	مدير الصالات المغطاة .	١
١٦	مدير ستاد جهاز الرياضة للقوات المسلحة .	١
١٧	قادة المراكز الرياضية .	١٣
١٨	قادة السرايا الرياضية .	١٣
١٩	رؤساء الأقسام الرياضية بالكليات العسكرية والمعهد الفنى للقوات المسلحة .	٧
٢٠	أساتذة الإدارة الرياضية .	٥
	إجمالى حجم عينة البحث	٥٤

٣/٣ شروط إختيار عينة البحث :

١/٣/٣ شروط إختيار القادة الرياضيين بالقوات المسلحة :

- ١- أن يكونوا قد شغلوا مناصب سكرتير عام الجهاز أو رؤساء الأفرع بجهاز الرياضة للقوات المسلحة .
- ٢- ألا يقل مدة سنوات خبراتهم عن ١٥ سنة فى مجال التربية الرياضية بالقوات المسلحة .
- ٣- ألا يقل تأهيلهم العلمى عن درجة البكالوريوس فى التربية الرياضية .

٢/٣/٣ شروط إختيار قادة المراكز والسرايا والأقسام الرياضية :

- ١- أن يكون قد شغل منصب قائد مركز رياضى أو قائد سرية رياضية أو رئيس قسم التربية الرياضية .
- ٢- ألا يقل مدة سنوات خبراتهم عن ١٠ سنوات فى مجال التربية الرياضية بالقوات المسلحة .
- ٣- ألا يقل تأهيلهم العلمى عن درجة البكالوريوس فى التربية الرياضية .

٢/٣/٢ شروط إختيار أساتذة الإدارة الرياضية :

- ١- أن يكون أستاذ فى الإدارة الرياضية بإحدى كليات التربية الرياضية بجمهورية مصر العربية أى أن يكون من الحاصلين على درجة دكتوراه الفلسفة فى التربية الرياضية .
- ٢- أن تكون له خبرة تطبيقية فى المجال الرياضى لا تقل عن عشرة سنوات .

٤/٣ أدوات جمع البيانات :

إستخدم الباحث فى جمع بيانات البحث الأدوات التالية :

١/٤/٣ الملاحظة الشخصية :

حيث قام الباحث بإجراء زيارة ميدانية للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة إذ أن طبيعة عمل الباحث هى مدير الإستاد الرياضى بالجهاز الرياضى العسكرى .

٢/٤/٣ المقابلة الشخصية :

حيث قام الباحث بإجراء عدة مقابلات شخصية مفتوحة مع بعض القادة الرياضيين بالقوات المسلحة وبعض قادة المراكز والسرايا والأقسام الرياضية .

٣/٤/٣ إستمارة الإستبيان :

قام الباحث بتصميم إستمارة إستبيان وقد إتبع الخطوات التالية فى إعدادها :

- القراءات النظرية للمراجع العلمية والدراسات المرتبطة بموضوع البحث .
- تحديد المحاور الإفتراضية وعددها ٨ ثمان محاور مرفق رقم (١) وهى :
 - أ- التسويق من خلال البث التليفزيونى للمنشآت الرياضية .
 - ب- تسويق حقوق الدعاية والإعلان بالمنشآت الرياضية .
 - ج- إيرادات المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .
 - د- إيرادات تذاكر المباريات الرياضية بالقوات المسلحة.
 - هـ- دواعى الأمن والسلامة للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .
 - و- إستثمار المرافق والخدمات فى المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة.
 - ز- الإجراءات القانونية للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .

ح- الترويج للمنشآت الرياضية من قبل جهاز الرياضة بالقوات المسلحة .

وقد تم عرض المحاور الإفتراضية على مجموعة من الخبراء وعددهم (٥) خمس خبراء فى مجال الإدارة الرياضية مرفق رقم (٤) وذلك لإضافة أو حذف أو تعديل أى محور من تلك المحاور مستخدماً فى ذلك مقياساً ثلاثياً للتقدير (هام جداً - متوسط الأهمية - غير هام) .

آراء الخبراء حول مناسبة محاور الإستبيان :

بلغ عدد الخبراء الذين تم عرض محاور إستمارة الإستبيان ٥ خمس خبراء من أساتذة الإدارة الرياضية بكليات التربية الرياضية وقد جاء رأى السادة الخبراء فى الإستمارة كما يلى جدول رقم (٣-٢) :

جدول (٣-٢)

الأهمية النسبية لآراء الخبراء حول مناسبة محاور الإستبيان

رقم المحور	البيان	مجموع الآراء الصحيحة	النسبة المئوية
١	التسويق من خلال البث التليفزيونى للمنشآت الرياضية	٥	%١٠٠
٢	تسويق حقوق الدعاية والإعلان بالمنشآت الرياضية .	٥	%١٠٠
٣	إيرادات المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٥	%١٠٠
٤	إيرادات تذاكر المباريات الرياضية بالقوات المسلحة .	٥	%١٠٠
٥	دواعى الأمن والسلامة للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة	٥	%١٠٠
٦	إستثمار المرافق والخدمات فى المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٥	%١٠٠
٧	الإجراءات القانونية للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٥	%١٠٠
٨	الترويج للمنشآت الرياضية من قبل جهاز الرياضة بالقوات المسلحة .	٥	%١٠٠

وقد أجمع السادة الخبراء على أن محاور إستمارة الإستبيان الثمانية هامة جداً بنسبة

%١٠٠ .

ثم قام الباحث بصياغة مجموعة من العبارات لكل محور حيث بلغ عدد العبارات ٦٥ عبارة تم عرضها على الخبراء لإبداء الرأي فيها وذلك للتحقق من ملائمة العبارات داخل المحاور المختلفة الصورة المبدئية لإستمارة الإستبيان مرفق رقم (٢) ويوضح الجدول (٣-٣) عدد العبارات لكل محور :

جدول (٣-٣)

عدد العبارات بكل محور لإستمارة الإستبيان المبدئية

رقم المحور	البيانات	عدد العبارات
١	التسويق من خلال البث التلفزيوني للمنشآت الرياضية .	١٠
٢	تسويق حقوق الدعاية والإعلان بالمنشآت الرياضية .	١٢
٣	إيرادات المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٨
٤	إيرادات تذاكر المباريات الرياضية بالقوات المسلحة .	٧
٥	دواعي الأمن والسلامة للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٨
٦	إستثمار المرافق والخدمات في المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة	٧
٧	الإجراءات القانونية للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٦
٨	الترويج للمنشآت الرياضية من قبل جهاز الرياضة بالقوات المسلحة .	٧
٦٥	إجمالي عدد العبارات بإستمارة الإستبيان المبدئية	٦٥

كما إشتملت إستمارة الإستبيان المبدئية على تخصيص سؤال مفتوح في نهاية عبارات كل محور لإستبيان رأى الخبراء فى إضافة أفكار جديدة يمكن الإستفادة منها أثناء تطبيق الإستبيان .

وقد قام الباحث بإستبعاد العبارات التى إتفق الخبراء على عدم أهميتها ، وقد قام الباحث بتعديل العبارات التى إتفق الخبراء على أنها متوسطة الأهمية ، وبلغ عدد العبارات التى تم إستبعادها (٤) أربع عبارات بالمحورين السادس والثامن ، وبذلك توصل الباحث إلى الشكل النهائى لإستمارة الإستبيان الخاصة بالبحث حيث بلغ عدد العبارات ٦١ عبارة مرفق رقم (٣) ليصبح عدد العبارات بكل محور من محاور إستمارة الإستبيان النهائية كما يلى جدول رقم (٣-٤) :

جدول (٤-٣)

عدد العبارات بكل محور لإستمارة الإستبيان النهائية

رقم المحور	البيان	عدد العبارات
١	التسويق من خلال البث التليفزيونى للمنشآت الرياضية .	١٠
٢	تسويق حقوق الدعاية والإعلان بالمنشآت الرياضية .	١٢
٣	إيرادات المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٨
٤	إيرادات تذاكر المباريات الرياضية بالقوات المسلحة .	٧
٥	دواعى الأمن والسلامة للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٨
٦	إستثمار المرافق والخدمات فى المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة	٥
٧	الإجراءات القانونية للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٦
٨	الترويج للمنشآت الرياضية من قبل جهاز الرياضة بالقوات المسلحة .	٥
٦١	إجمالى عدد العبارات بإستمارة الإستبيان النهائية	

وقد قام الباحث بإستخدام مقياساً ثلاثياً للتقدير بإستمارة الإستبيان النهائية التى طبقت على عينة البحث وكان عبارة عن (نعم - إلى حد ما - لا) ، وقد وافق السادة الخبراء على أسلوب تصحيح عبارات الإستبيان .

٥/٣ الدراسة الإستطلاعية :

قام الباحث بإجراء دراسة إستطلاعية فى الفترة من ١٥ / ١ / ٢٠٠٥ م حتى ٣٠ / ١ / ٢٠٠٥ م على عينة عشوائية من القادة الرياضيين فى القطاع العسكرى بالقوات المسلحة ، وكان الهدف من إجراء الدراسة الإستطلاعية التعرف على الآتى :

- مدى فهم عينة البحث للعبارات التى يتضمنها الإستبيان .
- وضوح تعليمات الإستبيان .
- التعرف على زمن تطبيق الإستبيان .
- التعرف على الصعوبات المحتمل ظهورها أثناء التطبيق للعمل على تلافيها .

وقد أسفرت نتائج الدراسة الإستطلاعية عما يلي :

- فهم عينة البحث للعبارات التى يتضمنها الإستبيان حيث لم يبدر من أى منهم الإستفسار عن أى عبارة من عبارات الإستبيان .
- وضوح التعليمات الخاصة بالإستبيان .
- تم التعرف على زمن الإستبيان بحساب الزمن الذى إستغرقته عينة الدراسة الإستطلاعية فى الإجابة على عبارات الإستبيان وكان يتراوح من ١٥ : ٢٠ دقيقة .

٦/٣ المعاملات العلمية لإستمارة الإستبيان :

أ- صدق إستمارة الإستبيان :

قام الباحث بحساب معامل الصدق لإستمارة الإستبيان عن طريق صدق المحتوى ، حيث قام الباحث بعرض إستمارة الاستبيان على عدد ١٠ عشر من المحكمين المتخصصين وهم من أعضاء هيئة التدريس فى الإدارة الرياضية وكذلك المتخصصين فى مجال التربية الرياضية للنشاط العسكرى ، علماً بأن هذه العينة إستخدمت لحساب المعاملات العلمية لإستمارة الإستبيان فقط ثم تم إستبعادها ، وذلك بغرض التحقق من أن الإستمارة تقيس بالفعل الهدف الذى وضعت من أجله ، وقد تفضلوا بإبداء الرأى سواء بالتعديل أو الحذف إلى أن إنتهت الإستمارة إلى صورتها النهائية مرفق رقم (٣) .

ب- ثبات إستمارة الإستبيان :

قام الباحث بحساب معامل الثبات لإستمارة الإستبيان عن طريق تطبيق الإستمارة على عينة قوامها ١٠ عشر من المتخصصين فى مجال التربية الرياضية للنشاط العسكرى ومن أعضاء هيئة التدريس فى الإدارة الرياضية ، وتم إعادة تطبيق إستمارة الإستبيان مرة ثانية على

نفس العينة للتأكد من ثبات الاستمارة ، وكان الفاصل الزمني بين تطبيق الإختبارين الأول والثاني ١٥ يوم ، علماً بأن هذه العينة إستخدمت لحساب المعاملات العلمية لإستمارة الإستبيان فقط ثم تم إستبعادها ، والجداول التالية أرقام (٣-٥) ، (٣-٦) ، (٣-٧) ، (٣-٨) ، (٣-٩) ، (٣-١٠) ، (٣-١١) ، (٣-١٢) توضح معامل ثبات إستمارة الإستبيان فى المحاور المختلفة وكذا فى عباراتها مصحوبة بصدق المحكمين :

وتشير النتائج الواردة فى الجداول السابقة بالنسبة لإستبيان المحكمين أن معامل الثبات تتراوح قيمته بين ٠,٩٥٥ وهو أعلى معامل ثبات فى العبارة رقم واحد فى المحور الثامن وبين أقل قيمة معامل ثبات وقيمته ٠,٥٢ فى العبارة رقم (٤) فى المحور الثانى والعبارة رقم (٤) فى المحور الثالث والعبارة رقم (٣) فى المحور الخامس والعبارة رقم (٣) فى كل من المحورين السابع والثامن وهذه القيم الأخيرة قريبة جداً من المعنوية عند مستوى ٠,٠٥ (حيث أنها تساوى ٠,٦٠٣) ، أما معظم العبارات فى المحاور المختلفة فكانت عالية المعنوية عند مستوى ٠,٠١ أكبر من ذلك مما يشير الى أن غالبية العبارات ذات دلالة عالية المعنوية وهذا يدعم ثبات الإستبيان بعباراته المختلفة .

ولتدعيم هذا الإتجاه قام الباحث بإستخدام الثبات عن طريق حساب معامل ألفا لعبارات كل محور وحساب قيمته بالنسبة لكل محور على حده ومقارنته بقيمته فى العبارات داخل المحور حتى يمكن الإستدلال على أن الإستبيان ذو معامل ثبات عالى ويتضح ذلك من خلال الجداول التالية أرقام (٣-١٣) ، (٣-١٤) ، (٣-١٥) ، (٣-١٦) ، (٣-١٧) ، (٣-١٨) ، (٣-١٩) ، (٣-٢٠) :

جدول (٣-٥)
معامل الصدق والثبات لعبارات المحور الأول

الصدق المحكمين	معامل الارتباط	التطبيق الثاني		التطبيق الأول		المبهمات	م
		انحراف	متوسط	انحراف	متوسط		
٩٢,٣	**٠,٨٦٦	٠,٧	٢,٦	٠,٨٤	٢,٤	١	ضرورة تزويد المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة بأجهزة البث التلفزيوني .
٩٦,٠	**٠,٩٣	٠,٨٤	٢,٤	٠,٧١	٢,٥	٢	اهمية المنشآت الرياضية التي تلعب دورا هاما في عملية التغطية الإعلامية لاي نشاط لها .
٨٤,٠	**٠,٨١	٠,٨٨	٢,١	٠,٧١	٢,٥	٣	من الضروري ان تتوفر في المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة عقود خاصة بالبث التلفزيوني .
٩٦,٠	*٠,٦٧	٠,٧١	٢,٥	٠,٧٠	٢,٤	٤	يجب توفير المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة معدى برامج لتسجيل وتغطية الأنشطة الرياضية بها .
٨٤,٦	**٠,٨٣	٠,٩٢	٢,٢	٠,٧٠	٢,٦	٥	يجب ان تكون قيمة حقوق البث مرتبطة بالمشاركين في البطولات الرياضية على مستوى المنشآت الرياضية .
٩٥,٨	**٠,٧٤٥	٠,٨٢	٢,٣	٠,٧٠	٢,٤	٦	يجب توفير صناعة الحدث الرياضي للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .
٩٥,٥	**٠,٩٥	١,٠٣	٢,٢	٠,٩٩	٢,١	٧	يجب استخدام التقنيات الحديثة في التصوير مثل استخدام الكاميرات اللاسلكية المحمولة بجميع المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .
٩٢,٨	**٠,٨٥٣	٠,٦٣	٢,٨	٠,٧٦	٢,٦	٨	وجود لاعبين محترفين في الفرق المشتركة في البطولة يساهم في عملية التسويق للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .
٩٥,٧	**٠,٩٤١	٠,٩٢	٢,٢	٠,٨٢	٢,٣	٩	يجب الاتفاق على منح الممولين فرصة للحصول على وقت للدعاية على الهواء خلال فترة البث التلفزيوني لجميع المنشآت الرياضية للقوات المسلحة .
٨٨,٤	**٠,٧٧	٠,٨٩	٢,٣	٠,٨٤	٢,٦	١٠	يجب الاهتمام بوضع الشروط الخاصة بالتغطية الإعلامية للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .

معنوى عند مستوى ٠,٠٥ = ٠,٦٠٣

معنوى عند مستوى ٠,٠١ = ٠,٧٣٥

جدول (٣-٦)
معامل الصدق والثبات لعبارات المحور الثاني

صدق المحكمين	معامل الارتباط	التطبيق الثاني		التطبيق الأول		العبارات
		انحراف	متوسط	انحراف	متوسط	
٩٥,٥	**٠,٩١٦	٠,٧٩	٢,٢	٠,٧٣	٢,١	١ كتابة اسم الراعى الرسمى على التجهيزات الرياضية فى الملاعب والصلالات الرياضية المعطاة .
٩٥,٥	**٠,٧٦٠	٠,٦٣	٢,٢	٠,٨٨	٢,١	٢ وضع دعايا للراعى الرسمى بالصفحات الرياضية بالصحف الرسمية والمحلات وجريدة القوات المسلحة .
٩٥,٠	**٠,٩٣٣	٠,٨٨	٢,٠	١,٦٢	١,٩	٣ وضع دعايا للراعى الرسمى بالتلفزيون على المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة اثناء اقامة البطولات المباريات الرياضية المختلفة .
٩٦,٤	٠,٥٢٠	٠,٦٣	٢,٨	٠,٤٨	٢,٧	٤ يساهم نشر إعلانات بالملاعب والصلالات المعطاة وحمات السباحة بالقوات المسلحة مما يساعد على تنشيط عملية التسويق .
٨٩,٣	**٠,٧٤٦	٠,٤٢	٢,٨	٠,٧١	٢,٥	٥ استخدام وسائل الإعلام المختلفة للدعاية عن المنشآت الرياضية المختلفة بالقوات المسلحة .
١٠٠,٠	**٠,٨٩٠	١,٣٤	٢,٢	٠,٩٢	٢,٢	٦ الإعلانات ذات الصفة الترويجية تساهم فى تنشيط عملية التسويق بالقوات المسلحة .
١٠٠,٠	**٠,٥٤٤	٠,٣٢	٢,٩	٠,٤٢	٢,٩	٧ يفضل ان يكون هناك ساعات توقيت رسمية بالمنشآت الرياضية المختلفة بالقوات المسلحة .
٩٦,٣	**٠,٩٦٠	٠,٦٨	٢,٧	٠,٨٤	٢,٦	٨ يفضل ان يكون هناك فيلم تسجيلي للإعلان فى عن المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .
٩٢,٣	**٠,٨٠٠	٠,٥٢	٢,٦	٠,٧٠	٢,٤	٩ يفضل ان يقوم جهاز النقل العام بالقوات المسلحة فى نقل اللاعبين من اماكن التدريب والمباريات الى أماكن الإقامة والإعانة .
٩٦,٣	**٠,٨٠٢	٠,٤٨	٢,٧	٠,٥٢	٢,٦	١٠ يفضل ان يكون هناك مكتب خاص بالمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة كوسيلة للدعاية والإعلان لتسويق هذه المنشآت الرياضية .
٩٣,١	٠,٥٤٠	٠,٤٨	٢,٧	٠,٣١	٢,٩	١١ يفضل توفير منتجات غذائية وادوات رياضية باسم القوات المسلحة داخل المنشآت الرياضية للقوات المسلحة .
٩٥,٥	**٠,٩٥٠	٠,٩٩	٢,١	٠,٩٢	٢,٢	١٢ يفضل وضع شعار البطولة او الدورة داخل المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة كوسيلة للدعایا والإعلان العسكري وكذلك حفل افتتاح وختام البطولة .

جدول (٣-٧)
معامل الصديق والثبات لمعاملات المحور الثالث

م	العبارات	التطبيق الأول		التطبيق الثاني		معامل الارتباط	صدق المحكمين
		متوسط	انحراف	متوسط	انحراف		
١	دعوة كبار القادة بالقوات المسلحة لمشاهدة البطولات والمباريات الرياضية يساهم في زيادة الإقبال الجماهيري للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٢,٨	٠,٦٥	٢,٩	٠,٣٢	*٠,٦٧٠	٩٦,٦
٢	يجب وضع إستراتيجيه لتسويق المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٢,٢	٠,٧٩	٢,١	٠,٥٧	*٠,٦٩٠	٩٥,٥
٣	الإعلام العسكري له دور هام في زيادة إيرادات تأجير المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٢,٧	٠,٦٨	٢,٨	٠,٦٣	**٠,٨٨٦	٩٦,٤
٤	إعطاء حوافز مالية للقائمين على إدارة وتشغيل المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٢,٨	٠,٦٣	٢,٧	٠,٤٨	٠,٥٢٠	٩٦,٤
٥	تأجير المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة بأسعار مقبولة لتزايد على تأجيرها مما يعود الفائدة الكبيرة على القوات المسلحة .	٢,٨	٠,٦٣	٢,٨	٠,٦٣	**٠,٩٨٠	١٠٠,٠
٦	توافق على وجود كافة الخدمات الممكنة للمنشآت الرياضية ما يزيد من إيرادات هذه المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٢,٦	٠,٧٠	٢,٦	٠,٧٠	٠,٥٥٠	١٠٠,٠
٧	وضع اللافتات والإعلانات الصوتية مما يزيد من إيرادات المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٢,٦	٠,٨٤	٢,٥	٠,٨٥	**٠,٩٣٠	٩٦,٢
٨	توفر كافة المشروبات والكنائين بالمنشآت الرياضية مما يزيد من إيرادات ودخول المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٢,٧	٠,٦٩	٢,٨	٠,٤٢	**٠,٩٣٧	٩٦,٤

معنوى عند مستوى ٠.٠١ = ٠,٧٣٥

معنوى عند مستوى ٠.٠٥ = ٠,٦٠٣

جدول (٣-٨)
معامل الصدق والثبات لمبارات المحور الرابع

صدق المحكمين	معامل الارتباط	التطبيق الثاني		التطبيق الأول		العبارات	م
		انحراف	متوسط	انحراف	متوسط		
٨٨,٥	*٠,٧٢٧	٠,٩٥	٢,٣	٠,٥٢	٢,٦	١ أسعار التذاكر المخفضة لمشاهدة المباريات يساهم في زيادة الإقبال الجماهيري وبالتالي في زيادة إيرادات المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	١
٩٢,٣	*٠,٦٦٣	٠,٨٤	٢,٤	٠,٥٢	٢,٦	٢ عدم التوسع في الدعوات المجانية وقصرها على الكبار من المستوليين بالقوات المسلحة وكذلك كبار المدنيين .	٢
٩٥,٨	**٠,٩٢٧	٠,٧٠	٢,٤	٠,٨٢	٢,٣	٣ طرح كمية كافية من التذاكر في الأسواق المدنية وكما يتناسب الحدث الرياضي بالمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٣
٩٢,٣	*٠,٦٧٤	٠,٧٠	٢,٤	٠,٧١	٢,٥	٤ يجب وضع استراتيجية لتسويق التذاكر والترويج بالمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٤
٩٥,٥	**٠,٩٣٢	٠,٨٨	٢,١	٠,٧٩	٢,٢	٥ تحديد نسب إيرادات التذاكر للقائمين على إدارة هذه المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٥
٩٠,٩	**٠,٨٩٠	٠,٨١	٢,٠٠	٠,٩٢	٢,٢	٦ فتح مراكز بيع التذاكر مناطق مختلفة وأماكن التجمعات للتسهيل على المشتري بحيث تكون في متناول يده بالنسبة للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٦
٩٥,٢	**٠,٨٦٠	٠,٧٤	٢,٠٠	٠,٨٨	٢,١	٧ يفضل أن يكون هناك سحب على التذاكر أثناء المباريات للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٧

معنوى عند مستوى ٠,٠٥ = ٠,٦٠٣

معنوى عند مستوى ٠,٠١ = ٠,٧٣٥

جدول (٣-٩)
معامل الصدق والثبات لمعاملات المحور الخامس

صدق المحكمين	معامل الارتباط	التطبيق الثاني		التطبيق الأول		العبارات	٢
		انحراف	متوسط	انحراف	متوسط		
٩٢,٩	* ٠,٦٢٠	٠,٤٢	٢,٨	٠,٥١٩	٢,٦	يجب تبليغ الشرطة العسكرية لمساعدة أفراد المنشأة وأمن الوحدة قبل المباريات أو الدورات أو البطولات الرياضية للحفاظ على أمن وسلامة المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	١
٩٦,٩	٠,٥٩٠	٠,٤٨	٢,٧	٠,٧٠	٢,٦	السيطرة التامة على سلامة المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة أثناء وبعد المباريات .	٢
٨٩,٧	٠,٥٢٠	٠,٣٢	٢,٩	٠,٤٨	٢,٦	تأمين القصور الرئيسية بما فيها لكبار الزوار بالمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٣
١٠٠,٠	** ٠,٩٩٠	٠,٣١٦	٢,٩	٠,٣٢	٢,٩	اهتمام ضابط الأمن بعمل خطط أمنية دائمة للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة وخاصة أثناء المباريات .	٤
٩٣,١	٠,٥٢٠	٠,٣١٦	٢,٩	٠,٤٨	٢,٧	السيطرة الكاملة على أي أحداث شغب بسرعة فائقة أثناء وبعد سير المباريات بالمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٥
٩٦,٦	* ٠,٦٧	٠,٣١٦	٢,٩	٠,٤٢	٢,٨	تنظيم دخول وخروج الجمهور من اقرب البوابات الخارجية للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٦
٩٦,٤	٠,٥٤	٠,٤٦	٢,٧	٠,٦٣	٢,٨	منع دخول الجمهور داخل الوحدات إلا في المناطق المخصصة بالمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٧
٩٢,٦	* ٠,٦٥٥	٠,٤٨	٢,٧	٠,٥٢	٢,٥	يجب على ضابط امن الوحدة وضع أماكن السلامة والذخيرة بعيداً عن مناطق المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٨

معنوى عند مستوى ٠,٠٥ = ٠,٦٠٣

معنوى عند مستوى ٠,٠١ = ٠,٧٣٥

جدول (٣-١٠)
معامل الصدق والثبات لعبارات المحور السادس

صدق المحكمين	معامل الارتباط	التطبيق الثاني		التطبيق الأول		التطبيق المتوسط	العبارات	٤
		انحراف	متوسط	انحراف	متوسط			
٨٦,٢	* ٠,٦٨٠	٠,٧١	٢,٥	٠,٣٥	٢,٩	١	الدعاية والإعلان عن المنشآت في المناطق المحيطة بها بالقوات المسلحة ووسائل الإعلام المختلفة .	١
٩٢,٠	* ٠,٦٨٠	٠,٨٢	٢,٣	٠,٧١	٢,٥	٢	تحديد الطاقة الاستيعابية للمنشأة الرياضية بالقوات المسلحة من جمهور المشاهدين .	٢
٩٢,٠	** ٠,٨٥٩	٠,٨٢	٢,٣	٠,٧١	٢,٥	٣	تحديد الأماكن الإعلانية الشاغرة في المنشأة الرياضية على مستوى القوات المسلحة .	٣
١٠٠,٠	* ٠,٦٩٠	٠,٨٤	٢,٤	٠,٨٤	٢,٤	٤	ضرورة وضع خطط مسبقة للبطولة لكيفية الاستفادة من تصميم المنشأة في عملية التسويق للبطولة على مستوى القوات المسلحة .	٤
٩٥,٨	** ٠,٧٤٠	٠,٦٨	٢,٣	٠,٨٤	٢,٤	٥	تحديد إمكانيات المنشأة المتوافرة قبل البطولة الرياضية بالقوات المسلحة .	٥

معنوى عند مستوى ٠,٠٥ = ٠,٦٠٣
معنوى عند مستوى ٠,٠١ = ٠,٧٣٥

جدول (٣-١١)
معامل الصدى والثبات لعبارات المحور السابع

صدى المحكمين	معامل الارتباط	التطبيق الثاني		التطبيق الأول		المعبارات	م
		متوسط	انحراف	متوسط	انحراف		
٩٦,٦	**٠,٩٤٧	٢٩	٠,٣١٦	٢٩	٠,٦٣	٢,٨	١
٩٦,٦	**٠,٩٠٥	٢٩	٠,٣٥٠	٢٩	٠,٦٣	٢,٨	٢
٩٣,١	٠,٥٢٠	٢٩	٠,٣٢	٢٩	٠,٤٨	٢,٧	٣
٩٦,٦	**٠,٩٠٤	٢٨	٠,٦٣	٢,٨	٠,٣٥	٢,٩	٤
١٠٠,٠	*٠,٦١٤	٢,٦	٠,٥١٦	٢,٦	٠,٨٤	٢,٦	٥
٩٥,٦	**٠,٩٤٠	٢,٢	٠,٩٢	٢,٢	٠,٨٢	٢,٣	٦

معنوى عند مستوى ٠.٠١ = ٠,٧٣٥

معنوى عند مستوى ٠.٠٥ = ٠,٦٠٣

جدول (٣-١٢)
معامل الصدق والثبات لعبارات المحور الثامن

صدق المحكمين	معامل الارتباط	التطبيق الثاني		التطبيق الأول		التطبيق متوسط	المعبارات	م
		انحراف	متوسط	انحراف	متوسط			
٩٦,٦	**٠,٩٩٥	٠,٦٣	٢,٨	٠,٣٢	٢,٩	٢,٩	١	إستشار اسم المنشأة يمكن أن يساهم في عملية الترويج .
٩٦,٤	**٠,٧٦٥	٠,٤٢	٢,٨	٠,٤٨	٢,٧	٢,٧	٢	يجب إستغلال العلاقات في عملية التسويق للمنشآت الرياضية .
١٠٠,٠	٠,٥٢٠	٠,٦٨	٢,٣	٠,٦٨	٢,٣	٢,٣	٣	إصدار هدايا تذكارية للبطولة للرياضية يساهم في الترويج للمنشأة الرياضية بالقوات المسلحة .
٨٩,٧	**٠,٧٢٧	٠,٣٥	٢,٩	٠,٧٠	٢,٦	٢,٦	٤	الإعلانات المدنية المختلفة بالمنشأة تساهم في الترويج للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة وزيادة الدخل .
٩٦,٦	**٠,٩٦٠	٠,٦٣	٢,٨	٠,٣٢	٢,٩	٢,٩	٥	عمل كتيبات صغيرة عن المنشأة الرياضية بالقوات المسلحة تزيد من الترويج لهذه المنشأة .

معنوى عند مستوى ٠.٠١ = ٠,٧٣٥ معنوى عند مستوى ٠.٠٥ = ٠,٦٠٣

جدول (٣-١٣)
معامل ألفا لقياس الثبات في عبارات المحور الأول

م	العبارات	مجال المتوسط	مجال التباين	الارتباط الكلى	معامل ألفا
١	ضرورة تزويد المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة بأجهزة البث التلفزيونى .	١٩,٧٩	١٦,١٠	٠,٢٩	٠,٦٨
٢	أهمية المنشآت الرياضية التى تلعب دورا هاما فى عملية التغطية الإعلامية لأى نشا لها .	٢٠,١٧	١٤,١٠	٠,٥٦	٠,٦٣
٣	من الضرورى أن تتوافر فى المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة عقود خاصة بالبث التلفزيونى .	٢٠,١٥	١٥,٦٨	٠,٣٠	٠,٦٨
٤	يجب توفير بالمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة " معدى برامج لتسجيل وتغطية الأنشطة الرياضية " .	٢٠,٤٠	١٦,٢٦	٠,٢٠٠	٠,٧٠
٥	يجب أن تكون قيمة حقوق البث مرتبطة بالمشاركين فى البطولات الرياضية على مستوى المنشآت الرياضية .	٢٠,٣٠	١٦,٦٧	٠,١٢	٠,٧١
٦	يجب توفير صناعة الحدث الرياضى للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٢٠,٢٣	١٣,٧٨	٠,٥٧	٠,٦٣
٧	يجب إستخدام التقنيات الحديثة فى التصوير مثل استخدام الكاميرات اللاسلكية المحمولة بجميع المنشآت الرياضية .	١٩,٩٨	١٦,٣٦	٠,٢٢	٠,٦٩
٨	وجود لاعبين محترفين فى الفرق المشتركة فى البطولة يساهم فى عملية التسويق للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	١٩,٨	١٦,٦٢	٠,٢١	٠,٦٩
٩	يجب الاتفاق على منح الممولين فرصة الحصول على وقت للدعاية على الهواء خلال فترة البث التلفزيونى لجميع المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٢٠,٥٧	١٦,٠٦	٠,٥٥	٠,٦٣
١٠	يجب الاهتمام بوضع الشروط الخاصة بالتغطية الإعلامية للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٢٠,٣٣	١٣,٥١	٠,٥٣	٠,٦٣

معامل الثبات للمحور :

عدد العبارات = ١٠ عدد الحالات = ٥٤ معامل ألفا للمحور = ٠,٦٩٤٧

جدول (٣-١٤)

معامل ألفا لقياس الثبات في عبارات المحور الثاني

م	العبارات	مجال المتوسط	مجال التباين	الارتباط الكلي	معامل ألفا
١	كتابة اسم الراعي الرسمي على التجهيزات الرياضية في الملاعب والصالات الرياضية المغطاة .	٢٤,٩٦	٢٠,٥٣	٠,٧٠٠	٠,٧٥
٢	وضع دعاية للراعي الرسمي بالصفحات الرياضية بالصحف الرسمية والمحلات وجريدة القوات المسلحة .	٢٥,٠٦	٢٠,٩٦	٠,٦٥	٠,٧٦
٣	وضع دعايا للراعي الرسمي بالتلفزيون على المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة أثناء إقامة البطولات المباريات الرياضية المختلفة .	٢٥,٢٢	٢١,٤٦	٠,٦٣	٠,٧٦
٤	يساهم نشر إعلانات بالملاعب والصالات المغطاة وحمامات السباحة بالقوات المسلحة مما يساعد على تنشيط عملية التسويق .	٢٤,٠٦	٢٤,٠٢	٠,٣٦	٠,٧٩
٥	استخدام وسائل الإعلام المختلفة للدعاية عن المنشآت الرياضية المختلفة بالقوات المسلحة .	٢٤,١١	٢٤,٤٤	٠,٢٦	٠,٧٩
٦	الإعلانات ذات الصفة التربوية تساهم في تنشيط عملية التسويق بالقوات المسلحة .	٢٤,٨٣	٢١,٦٩	٠,٤٧	٠,٧٨
٧	يفضل أن يكون هناك ساعات توقيت رسمية بالمنشآت الرياضية المختلفة بالقوات المسلحة .	٢٤,٣٣	٢٣,٨٩	٠,٢٩	٠,٧٩
٨	يفضل أن يكون هناك فيلم تسجيلي للإعلان في عن المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٢٤,٤٨	٢١,٧٣	٠,٤٨	٠,٧٨

تابع / جدول (٣-١٤)

م	العبارات	مجال المتوسط	مجال التباين	الارتباط الكلى	معامل ألفا
٩	يفضل أن يقوم جهاز النقل العام بالقوات المسلحة فى نقل اللاعبين من أماكن التدريب والمباريات الى أماكن الإقامة والإعاشة .	٢٤,٢٦	٢٤,٥٤	٠,٢٠	٠,٨٠
١٠	يفضل أن يكون هناك كتيب خاص بالمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة كوسيلة للدعاية والإعلان لتسويق هذه المنشآت الرياضية	٢٤,٠٧	٢٣,٤٣	٠,٤١	٠,٧٨
١١	يفضل توفير منتجات غذائية وأدوات رياضية باسم القوات المسلحة داخل المنشآت الرياضية للقوات المسلحة .	٢٤,١٥	٢٤,٣٦	٠,٢٧	٠,٧٩
١٢	يفضل وضع شعار البطولة أو الدورة داخل المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة كوسيلة للدعاية والإعلان العسكرى وكذلك حفل افتتاح وختام البطولة .	٢٤,٦٣	٢١,٥٦	٠,٥٠	٠,٧٧

معامل الثبات للمحور :

$$\text{عدد العبارات} = ١٢ \quad \text{عدد الحالات} = ٥٤ \quad \text{معامل ألفا للمحور} = ٠,٧٩٣٨$$

جدول (١٥-٣)
معامل ألفا لقياس الثبات في عبارات المحور الثالث

م	العبارات	مجال المتوسط	مجال التباين	الارتباط الكلى	معامل ألفا
١	دعوة كبار القادة بالقوات المسلحة لمشاهدة البطولات والمباريات الرياضية يساهم فى زيادة الإقبال الجماهيرى للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	١٨,٦٧	٥,٥٩	٠,١٤	٠,٦٣
٢	يجب وضع استراتيجيه لتسويق المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	١٨,٤١	٤,٩٣	٠,١٤	٠,٦١
٣	الإعلام العسكرى له دور هام فى زيادة إيرادات تأجير المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة للقطاع المدنى .	١٨,٩٥	٤,٥٨	٠,٣٦	٠,٥٨
٤	إعطاء حوافز مالية للقائمين على إدارة وتشغيل المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	١٨,٧٨	٤,٦٧	٠,٤٤	٠,٥٦
٥	تأجير المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة بأسعار مقبولة لتزايد على تأجيرها مما يعود الفائدة الكبيرة على القوات المسلحة .	١٨,٧٦	٤,٨٧	٠,٣٤	٠,٥٨
٦	توافق على وجود كافة الخدمات الممكنة للمنشآت الرياضية ما يزيد من إيرادات هذه المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	١٨,٨٠	٤,٦٠	٠,٣١	٠,٥٩
٧	وضع اللافتات والإعلانات الصوتية مما يزيد من إيرادات المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	١٨,٩٤	٤,٢٠	٠,٤٢	٠,٥٥
٨	توفر كافة المشروبات والكناتين بالمنشآت الرياضية مما يزيد من إيرادات ودخول المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	١٨,٨١	٤,٥٧	٠,٤٢	٠,٥٦

معامل الثبات للمحور :

عدد العبارات = ٨ عدد الحالات = ٥٤ معامل ألفا للمحور = ٠,٦٢٢٣

جدول (١٦-٣)

معامل ألفا لقياس الثبات في عبارات المحور الرابع

م	العبارات	مجال المتوسط	مجال التباين	الارتباط الكلى	معامل ألفا
١	أسعار التذاكر المخفضة لمشاهدة المباريات يساهم في زيادة الإقبال الجماهيري وبالتالي في زيادة إيرادات المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	١١,٩٣	١٧,٠٥	٠,٥٦	٠,٨٨
٢	عدم التوسع في الدعوات المجانية وقصرها على الكبار من المسؤولين بالقوات المسلحة وكذلك كبار المدنيين .	١١,٩٨	١٦,٦٦	٠,٦٤	٠,٨٧
٣	طرح كمية كافية من التذاكر في الأسواق المدنية وكما يتناسب الحدث الرياضى بالمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	١٢,٠٩	١٥,٩٣	٠,٧٥	٠,٨٦
٤	يجب وضع استراتيجية لتسويق التذاكر والترويج بالمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	١٢,٠٩	١٥,٣٧	٠,٨٠	٠,٨٥
٥	تحديد نسب إيرادات التذاكر للقائمين على إدارة هذه المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة	١٢,٠٦	١٦,٦٢	٠,٦٠	٠,٨٧
٦	فتح مراكز بيع التذاكر مناطق مختلفة وأماكن التجمعات للتسهيل على المشتري بحيث تكون في متناول يده بالنسبة للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	١٢,٢٦	١٦,٣٥	٠,٧١	٠,٨٦
٧	يفضل أن يكون هناك سحب على التذاكر أثناء المباريات للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	١٢,٢٦	١٦,٥٠	٠,٦٤	٠,٨٧

معامل الثبات للمحور :

عدد العبارات = ٧ عدد الحالات = ٥٤ معامل ألفا للمحور = ٠,٨٨٣٧

جدول (١٧-٣)
معامل ألفا لقياس الثبات فى عبارات المحور الخامس

م	العبارات	مجال المتوسط	مجال التباين	الارتباط الكلى	معامل ألفا
١	يجب تبليغ الشرطة العسكرية لمساعدة أفراد المنشأة وأمن الوحدة قبل المباريات أو الدورات أو البطولات الرياضية للحفاظ على أمن وسلامة المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	١٩,٩٨	٣,٧٩	٠,٧٥	٠,٧٩
٢	السيطرة التامة على سلامة المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة أثناء وبعد المباريات .	١٩,٩٦	٣,٩٩	٠,٧٢	٠,٨٠
٣	تأمين القصور الرئيسية بما فيها لكبار الزوار بالمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	١٩,٩٤	٤,٣٢	٠,٦٤	٠,٨١
٤	اهتمام ضابط الأمن بعمل خطط أمنية دائمة للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة وخاصة أثناء المباريات .	١٩,٨١	٥,١٧	٠,٦٠	٠,٨٣
٥	السيطرة الكاملة على أى أحداث شغب بسرعة فائقة أثناء وبعد سير المباريات بالمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	١٩,٨٨	٤,٨٩	٠,٤٥	٠,٨٣
٦	تنظيم دخول وخروج الجمهور من اقرب البوابات الخارجية للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٢٠,٠٤	٤,١١	٠,٤٣	٠,٨٥
٧	منع دخول الجمهور داخل الوحدات إلا فى المناطق المخصصة بالمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	٢٠,٠٧	٣,٧٧	٠,٨١	٠,٧٨
٨	يجب على ضابط امن الوحدة وضع أماكن السلميك والذخيرة بعيداً عن مناطق المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	١٩,٨٧	٤,٧٩	٠,٤٦	٠,٨٣

معامل الثبات للمحور :

$$\text{عدد العبارات} = ٨ \quad \text{عدد الحالات} = ٥٤ \quad \text{معامل ألفا للمحور} = ٠,٨٣٨٩$$

جدول (١٨-٣)

معامل ألفا لقياس الثبات في عبارات المحور السادس

م	العبارات	مجال المتوسط	مجال التباين	الارتباط الكلى	معامل ألفا
١	الدعاية والإعلان عن المنشآت فى المناطق المحيطة بها بالقوات المسلحة ووسائل الإعلام المختلفة .	٨,٥٤	٦,١٤	٠,٣١	٠,٦٨
٢	تحديد الطاقة الاستيعابية للمنشأة الرياضية بالقوات المسلحة من جمهور المشاهدين .	٨,٧٨	٥,٤٢	٠,٤٩	٠,٦١
٣	تحديد الأماكن الإعلانية الشاغرة فى المنشأة الرياضية على مستوى القوات المسلحة .	٨,٩١	٥,٥٢	٠,٤٨	٠,٦١
٤	ضرورة وضع خطط مسبقة للبطولة لكيفية الاستفادة من تصميم المنشأة فى عملية التسويق للبطولة على مستوى القوات المسلحة .	٨,٦١	٥,٩٠	٠,٣٥	٠,٦٧
٥	تحديد إمكانيات المنشأة المتوافرة قبل البطولة الرياضية بالقوات المسلحة .	٨,٩٤	٥,١١	٠,٥٥	٠,٥٧

معامل الثبات للمحور :

عدد العبارات = ٥ عدد الحالات = ٥٤ معامل ألفا للمحور = ٠,٦٨٠

جدول (٣-١٩)

معامل ألفا لقياس الثبات في عبارات المحور السابع

م	العبارات	مجال المتوسط	مجال التباين	الارتباط الكلى	معامل ألفا
١	اتخاذ كافة الإجراءات القانونية لتأجير المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة طبقاً للائحة المالية لهيئة الشؤون المالية للقوات المسلحة .	١٢,٠٦	٤,٤٣	٠,٤٣	٠,٥٤
٢	دفع التأمين مقدماً لتأجير المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة طبقاً للائحة المالية للقوات المسلحة .	١٢,٠٠	٥,٠٩	٠,٣٢	٠,٥٩
٣	ضرورة أن يكون هناك عقود مبرمة بين النوادي والشركات والهيئات الرياضية المختلفة وبين القوات المسلحة عند تأجير المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة .	١٢,٢٨	٤,٩٢	٠,١٩	٠,٦٢
٤	ضرورة دفع المبالغ المطلوبة مقدماً لتأجير المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة وفقاً للائحة المالية لهيئة الشؤون المالية للقوات المسلحة .	١٢,١٥	٥,٠٣	٠,١٩	٠,٦٣
٥	ضرورة وضع شرط جزئى لمن يخالف بنود العقد طبقاً للائحة هيئة الشؤون المالية للقوات المسلحة .	١٢,٥٧	٣,٤٧	٠,٤٤	٠,٥٣
٦	اللجوء للقضاء فى حالة الإخلال بنود العقد طبقاً للائحة هيئة الشؤون المالية للقوات المسلحة كلا الطرفين .	١٣,١١	٣,٤٥	٠,٥٤	٠,٤٧

معامل الثبات للمحور :

$$\text{عدد العبارات} = 6 \quad \text{عدد الحالات} = 54 \quad \text{معامل ألفا للمحور} = 0,6148$$

جدول (٢٠-٣)

معامل ألفا لقياس الثبات فى عبارات المحور الثامن

م	العبارات	مجال المتوسط	مجال التباين	الارتباط الكلى	معامل ألفا
١	إستثمار إسم المنشأة يمكن أن يساهم فى عملية الترويج .	١٠,٢٦	٢,٥٦	٠,٢٩	٠,٤٦
٢	يجب إستغلال العلاقات فى عملية التسويق للمنشآت الرياضية .	١٠,٤٤	٢,٥٢	٠,٢٠	٠,٥١
٣	إصدار هدايا تذكارية للبطولة الرياضية يساهم فى الترويج للمنشأة الرياضية بالقوات المسلحة .	١٠,٨٠	٢,٠١	٠,٣٣	٠,٤٣
٤	الإعلانات المدنية المختلفة بالمنشأة تساهم فى الترويج للمنشآت الرياضية بالقوات المسلحة وزيادة الدخل .	١٠,٣٣	٢,٠٣	٠,٠٨	٠,٥٧
٥	عمل كتيبات صغيرة عن المنشأة الرياضية بالقوات المسلحة تزيد من الترويج لهذه المنشأة .	١٠,٣٩	١,٩٤	٠,٥٧	٠,٢٦

معامل الثبات للمحور :

$$\text{عدد العبارات} = ٥ \quad \text{عدد الحالات} = ٥٤ \quad \text{معامل ألفا للمحور} = ٠,٥١٥$$

وتشير الجداول الواردة بمعامل ألفا إلى ما يسمى بالإعتمادية أو الثبات لكل بعد من أبعاد المقياس على حده ، كما تشير النتائج أن معامل ألفا لكل محور أكبر من قيمة هذه المعاملات فى العبارات الخاصة بهذا المحور كل على حدة وهذا واضح على ثبات الاستبيان فى جميع هذه المقاييس .

٧/٣ تطبيق إستمارة البحث :

بعد أن قام الباحث بإجراء معاملات الصدق والثبات لإستمارة الإستبيان وإجراء الدراسة الإستطلاعية وتوصل الباحث إلى العدد النهائي لعينة البحث والبالغ عددهم ٥٤ أربع وخمسون من المتخصصين في الإدارة الرياضية وكذلك المتخصصين في مجال التربية الرياضية للنشاط العسكى ، قام الباحث بتطبيق إستمارة البحث على العينة فى الفترة من ٥ / ٢ / ٢٠٠٥م حتى ٤ / ٤ / ٢٠٠٥م وبعد إنتهاء عملية التطبيق قام الباحث بجمع النتائج وتفرغها تمهيدا لإجراء المعالجات الإحصائية عليها .

٨/٣ المعالجات الإحصائية المستخدمة :

بعد تطبيق الإستبيان فى صورته النهائية تم جمع النتائج ومعالجتها إحصائيا وذلك من خلال البرنامج الإحصائى SPSS وفقا لخطة البحث وقد إستملت هذه المعالجات الإحصائية على المعالجات التالية :

- ١- المتوسطات الحسابية .
- ٢- الإنحرافات المعيارية .
- ٣- النسب المئوية .
- ٤- معاملات الارتباط البسيط .
- ٥- إختبار (ت) لحساب الفروق ودلالاتها الإحصائية .
- ٦- حساب معامل الاختلافات أو مقاييس التشنتت للعبارات المختلفة .