

الفصل الثالث

إجراءات البحث

- منهج البحث
- مجتمع وعينة البحث
- وسائل جمع البيانات
- الدراسة الاستطلاعية
- الدراسة الأساسية
- المعالجات الإحصائية

- منهج البحث

أستخدمت الباحثة المنهج الوصفي (الأسلوب المسحي) بخطواته وإجراءاته وذلك لتحقيق أهداف البحث .

- مجتمع وعينة البحث

قامت الباحثة بانتقاء عينة البحث بالطريقة العمدية الطبقية من رؤساء وأعضاء مجالس الإدارات ومديرى النشاط الرياضى بالأندية الرياضية بمحافظة القاهرة الكبرى - الغربية - المنيا . وقد بلغ عدد أفراد العينة ٧٠ فرد جدول (١)

جدول (١)
يوضح أسماء وعدد الأندية مجتمع عينة البحث

م	النادى	عدد رؤساء وأعضاء مجالس الإدارات ومديرى النشاط الرياضى بالأندية الرياضية
١	الأهلى	٣
٢	الزمالك	٥
٣	الترسانة	٤
٤	الجزيرة	٤
٥	الصيد	٣
٦	التوفيقية	٣
٧	٦ أكتوبر	٤
٨	الشرقية للدخان	٤
٩	الشمس	٣
١٠	طنطا	٤
١١	غزل طنطا	٥
١٢	بلدية المحلة	٥
١٣	غزل المحلة	٥
١٤	المنيا الرياضى	٤
١٥	المنيا الرياضى الجديد	٤
١٦	الشبان المسيحيين بالمنيا	٣
١٧	الشبان المسلمين بالمنيا	٤
١٨	الساحة الشعبية بالمنيا	٣

عينة الخبراء

تم تحديد عينة الخبراء لإعداد استمارة الاستبيان الخاصة بموضوع البحث وقد بلغ عدد أفراد الخبراء ١٠ خبراء .

ولقد حددت الباحثة شروط اختيار الخبراء على النحو التالي :-

- ١- أن يكون عضو هيئة تدريس بالجامعة
- ٢- أن يكون بدرجة أستاذ مساعد على الأقل
- ٣- أن يكون عضو بقسم الإدارة الرياضية والترويح الرياضي

- وسائل جمع البيانات

١- استمارة الاستبيان

قامت الباحثة بإعداد استمارة استبيان كأداة أساسية لجمع البيانات وقد اشتملت الاستمارة على عدد ٧ محاور تتضمن ٥٤ عبارة التي تم التوصل إليها من خلال الاطلاع على الدراسات والمراجع وآراء الخبراء . والتي ترغب الباحثة في معرفة آراء الخبراء فيها . وقد استخدمت الباحثة ميزان التقدير الثلاثي لليكرت Lecart لقياس الاتجاهات والوزن الرقمي (موافق - إلى حد ما - غير موافق)

وقد أتبع الباحثة الخطوات التالية لتصميم استمارة الاستبيان :-

- ١- قامت الباحثة بزيارة عدد من مراكز المعلومات (شبكات الإنترنت) في محاولة للأطلاع على كل ماهو جديد في مجال البحث
- ٢- قامت الباحثة بالاطلاع على المراجع العربية والأجنبية المتخصصة وكذلك السجلات والوثائق الصادرة في هذا الشأن
- ٣- مقابلة مجموعة من السادة الأساتذة أعضاء هيئة التدريس والسادة الخبراء في مجال الإدارة الرياضية للاستفادة في كيفية تصميم الاستمارة ووضع محاور وعبارات الاستبيان

- ٤- تحديد المحاور الأساسية للاستبيان وقد بلغ عددها ٧ محاور
- ٥- تحديد عدد من العبارات أحتواها كل محور . وقد بلغ عدد العبارات ٥٤ عبارة . وقد أحتوى كل محور على عدد من العبارات يتراوح ما بين ٥ - ٩ عبارات
- ٦- عرض المحاور والعبارات الخاصة بالاستبيان على الخبراء وذلك لإضافة أو حذف أو تعديل أى محاور أو عبارات . وقد تم استبعاد ٤ عبارات التي حصلت على نسبة مئوية أقل من ٦٠ %

وقد أتفق الخبراء على نفس عدد المحاور وحذف بعض العبارات جدول (٢)

جدول (٢)
آراء السادة الخبراء حول صدق محاور وعبارات
استمارة الاستبيان الخاصة بموضوع البحث

م	العبارة	رأى الخبراء		
		موافق	إلى حد ما	غير موافق
	المحور الأول : الأساليب المختلفة للتخطيط لتسويق البطولات الرياضية			
١	ضرورة دراسة وجمع المعلومات عن الأسواق قبل التخطيط للبطولة	١٠	-	-
٢	ضرورة معرفة الإمكانيات المادية والبشرية قبل عملية التخطيط لتسويق البطولة	١٠	-	-
٣	ضرورة تحديد الأهداف المراد تحقيقها من تسويق البطولة قبل التخطيط لها	١٠	-	-
٤	يفضل التخطيط لتسويق أكثر من بطولة فى وقت واحد	٢	٢	٦
٥	يفضل التخطيط لبطولات فردية وجماعية فى وقت واحد	٢	١	٧
٦	يفضل التخطيط لبطولات الرجال والسيدات فى وقت واحد	٧	٢	١
٧	يفضل التخطيط للبطولات بطريقة طويلة الأجل من سنة إلى خمس سنوات	٨	٢	-
٨	يفضل التخطيط للبطولات بالطريقة متوسطة الأجل خلال الموسم	٢	٨	-
٩	يفضل التخطيط للبطولات بالطريقة قصيرة الأجل خلال البطولة	٣	١	٦
	المحور الثانى : التسويق وأثره فى زيادة مصادر التمويل للبطولات الرياضية بالأندية المصرية			
١٠	تحديد المكاسب المادية المتوقعة التى يمكن الحصول عليها من الراعى الرسمى للبطولة لصالح النادى	٩	١	-
١١	زيادة التمويل عن طريق الموائمة بين احتياجات الراعى وأهداف النادى من عملية التسويق	٧	١	٢
١٢	التأكد من أن الحقوق الممنوحة للرعاة تكون واضحة وواقعية	٩	١	-

م	العبارة	رأى الخبراء		
		موافق	إلى حد ما	غير موافق
١٣	تحقيق عائد مادي كبير من دعوة الأبطال المحترفين للأشتراك في البطولة	٨	٢	-
١٤	تحقيق عائد مادي كبير من المزاد العلني الخاص بمتعلقات اللاعبين قبل وأثناء البطولة	٩	١	-
١٥	تحقيق عائد مادي من استغلال الأماكن الشاغرة في مكان إقامة البطولة	٨	٢	-
١٦	التخطيط المسبق للوسائل والطرق التي يتم اتباعها واستخدامها لجمع الأموال	٨	٢	-
المحور الثالث : استثمار المرافق والخدمات في الهيئات الرياضية				
١٧	الدعاية والإعلان عن المنشأة في المناطق المحيطة بها وفي وسائل الإعلام المختلفة	٨	٢	-
١٨	تحديد الطاقة الاستيعابية للمنشأة من جمهور المشاهدين	٩	١	-
١٩	تحديد الأماكن الإعلانية الشاغرة في المنشأة الرياضية	١٠	-	-
٢٠	ضرورة وضع خطة مسبقة للبطولة لكيفية الاستفادة من تصميم المنشأة في عملية التسويق للبطولة	١٠	-	-
٢١	تحديد إمكانيات المنشأة المتوفرة قبل البطولة الرياضية	٩	١	-
المحور الرابع : إيراد تذاكر المباراة				
٢٢	يفضل فتح منافذ لبيع التذاكر في الأقاليم	٧	٢	١
٢٣	يفضل عمل تخفيض على تذاكر البطولة للمجموعات	٨	١	١
٢٤	يفضل التقليل من الدعوات المجانية للبطولة	٨	١	١
٢٥	يفضل أن يكون هناك سحب على التذاكر أثناء البطولة	٨	٢	-
٢٦	يفضل ترخيص بيع التذاكر لتسويقها من خلال شركات تجارية متخصصة	١٠	-	-
٢٧	يفضل أن يكون الراعي الرسمي للبطولة هو المسئول عن بيع التذاكر	٤	٢	٤
٢٨	ضرورة وضع استراتيجية لبيع التذاكر قبل البطولة بوقت كافي	٩	١	-

م	العبارة	رأى الخبراء		
		موافق	إلى حد ما	غير موافق
٢٩	يفضل دعوة كبار المسؤولين لمشاهدة البطولة لزيادة الأقبال الجماهيري	٩	١	-
٣٠	يفضل عدم البث المباشر للبطولة لضمان الأقبال الجماهيري على شراء التذاكر	٦	٣	١
المحور الخامس : الترويج للبطولة الرياضية من قبل الأندية الرياضية				
٣١	ضرورة اعتماد ميزانية للترويج للبطولة فى كافة وسائل الاعلام	١٠	-	-
٣٢	استثمار اسم النادى الرياضى يمكن ان يساهم فى عملية الترويج للبطولة	٩	١	-
٣٣	ضرورة استغلال شعار البطولة فى عملية التسويق لها	١٠	-	-
٣٤	ضرورة معرفة أفضل فترة زمنية لبدائية ونهاية الحملة التسويقية للبطولة قبل البطولة بوقت كافى	٩	١	-
٣٥	أن يكون حق بيع واستغلال البطولة يساعد على عملية التسويق للبطولة وزيادة الدخل	٩	١	-
٣٦	أصدار مجموعة من الهدايا والدروع التى تحمل اسم النادى يساعد على عملية الترويج للبطولة	١٠	-	-
٣٧	يفضل أن يقوم فريق عمل متميز بالترويج للبطولة يضم مجموعة من رجال الإعلام والاقتصاد والقانون	١٠	-	-
٣٨	ضرورة عمل دراسة مسبقة للسوق قبل الترويج للبطولة	١٠	-	-
٣٩	ضرورة عمل مزاد علنى قبل وأثناء البطولة لبيع متعلقات خاصة باللاعبين يساعد على عملية الترويج للبطولة	٧	٣	-
المحور السادس : تسويق حقوق الدعاية والإعلان				
٤٠	يفضل أن يكون هناك راعى رسمى للبطولة	١٠	-	-
٤١	ضرورة أن يكون للبطولة شعار يتم الدعاية والترويج له قبل البطولة بوقت كافى	١٠	-	-
٤٢	كتابة اسم الراعى الرسمي على التجهيزات الرياضية فى الملاعب والصالات	٩	١	-

م	العبارة	رأى الخبراء		
		موافق	إلى حد ما	غير موافق
٤٣	يفضل أن يكون هناك مشروب رسمي للبطولة كوسيلة للدعاية والاعلان عن البطولة	١٠	-	-
٤٤	وضع دعاية للراعى الرسمي بالصفحات الرياضية بالصحف الرسمية والمجلات الرياضية	١٠	-	-
٤٥	وضع دعاية للراعى الرسمي بالتليفزيون اثناء إقامة البطولة	٩	١	-
٤٦	يفضل وضع اسم الراعى الرسمي وشعار البطولة على ظهر التذكرة	١٠	-	-
٤٧	إعداد مجموعة من المنتجات الرياضية التى تحمل شعار البطولة والراعى الرسمي	٩	-	١
٤٨	يفضل أن يكون هناك شركة رسمية لنقل الفرق المشتركة فى العروض الرياضية	٨	٢	-
المحور السابع : الإجراءات القانونية				
٤٩	اتخاذ كافة الإجراءات القانونية الخاصة بعملية التسويق بين النادى والراعى الرسمي مع تحديد ذلك فى بنود العقد	٩	-	١
٥٠	ضرورة أن يكون هناك عقود مبرمة بين النادى والشركات الراعية للبطولة	١٠	-	-
٥١	خضوع الاتفاق مع قانون الهيئات الرياضية	١٠	-	-
١٠	اللجوء للقضاء فى حالة الاخلال ببنود العقد من كلا الطرفين	١٠	-	-
٥٣	وضع شرط جزائى لمن يخالف بنود العقد	١٠	-	-
٥٤	ضرورة أن يكون هناك نص تشريعى يضاف إلى قانون الهيئات الرياضية يحمى التسويق الرياضى	٨	-	٢

ويتضح من جدول (٢) الخاص باستطلاع رأى السادة الخبراء حول صدق محاور وعبارات استمارة الاستبيان الخاصة بموضوع البحث أن هناك ٤ عبارات قد تم استبعادهم لحصولهم على نسبة أقل من ٦٠% من آراء الخبراء وتلك العبارات هي :-

- ١- يفضل التخطيط لتسويق أكثر من بطولة فى وقت واحد
- ٢- يفضل التخطيط لبطولات فردية وجماعية فى وقت واحد

- ٣- يفضل التخطيط للبطولات بالطريقة قصيرة الأجل (خلال البطولة)
 ٤- يفضل أن يكون الراعى الرسمى هو المسئول عن بيع تذاكر البطولة

- الدراسة الإستطلاعية

١ بعد ان قامت الباحثة بإجراء التعديلات التى حددها الخبراء الخاصة باستمارة الاستبيان . قامت الباحثة بتطبيق استمارة الاستبيان على عينة استطلاعية قوامها ٢٠ فرد من خارج مجتمع عينة البحث فى الفترة من ١ / ٤ / ٢٠٠٢ إلى ٢٠ / ٧ / ٢٠٠٢ وذلك للتأكد من بيان استمارة الاستبيان والتأكد من الصدق والثبات الكلى لمحاور وعبارات الاستبيان قبل إجراء الدراسة الأساسية جدول ٣ ، ٤

جدول (٣)

معامل الثبات لاستمارة الاستبيان بطريقتى
 كرونباخ (ألفا) والتجزئة النصفية

المصدر	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف
بين الأفراد	١٩	٧٥,٥١	٣,٩٧	—
داخل الأفراد	٩٣١	٥٦٠,١٧	٠,٦٠١	—
بين العبارات	٤٩	١٥٧,٣٥	٣,٢١	٧,٠٣ دال
البواقي	٨٨٢	٤٠٢,٨٢	٠,٤٥٦	—
المجموع	٩٥٠	٦٣٥,٦٨	٠,٦٦٩	—
التجزئة النصفية	٠,٦٨٠	(الفا) كرونباخ	٠,٦٧٦	

يتضح من جدول (٣) دلالة قيمة " ف " وهى ٧,٠٣ ومعامل الثبات بالتجزئة النصفية ٠,٦٨٠ ومعامل الثبات لكرونباخ (ألفا) ٠,٦٧٦ وبمقارنة " ر " يتعين معامل الثبات بطريقتى التجزئة النصفية لبيرسون و " ر " بطريقة (ألفا) كرونباخ نجد أن الفرق ليس كبير وهو ما يؤكد على ثبات استمارة الاستبيان

جدول (٤)
المتوسط الحسابي ومعامل صدق التكوين (الاتساق الداخلي)
بين العبارات ومجموع المحاور

المحور	العبارة	س	س مع المحور	س مع المجموع
الأول	١	٢,٨٥	* ٠,٨١١	* ٠,٧٣٠
	٢	٢,٨٥	* ٠,٨١١	* ٠,٧٣٠
	٣	٢,٩٠	* ٠,٩٩٤	* ٠,٩٩٠
	٤	٢,٤٧	* ٠,٧٥٠	* ٠,٦٩٠
	٥	٢,٦٠	* ٠,٦٩٧	* ٠,٧١٠
	٦	٢,٣٥	* ٠,٨٦٠	* ٠,٦٨٨
المجموع		١٦,٠٢	-	-
الثاني	٧	٢,٧٥	* ٠,٨٤٢	* ٠,٨٤٠
	٨	٢,٨٠	* ٠,٨٦٣	* ٠,٨٣٦
	٩	٢,٩٥	* ٠,٩٦٠	* ٠,٧٥٧
	١٠	٢,٢٠	* ٠,٦٨٧	* ٠,٦٧١
	١١	٢,٠٥	* ٠,٦٥١	* ٠,٦٦٣
	١٢	٢,٤٠	* ٠,٦٧٣	* ٠,٧١١
	١٣	٢,٩٥	* ٠,٩٦٠	* ٠,٧٤٠
المجموع		١٨,١٠	-	-
الثالث	١٤	٢,٩٥	* ٠,٩٥٩	* ٠,٧٣٥
	١٥	٢,٩٥	* ٠,٩٥٩	* ٠,٧٣٥
	١٦	٢,٩٠	* ٠,٨٦٤	* ٠,٧٤٥
	١٧	٣,٠	* ٠,٩٩٩	* ٠,٩٨٩
	١٨	٢,٨٥	* ٠,٨٥١	* ٠,٨٣٤
المجموع		١٤,٦٥	-	-
الرابع	١٩	٢,٩٠	* ٠,٨٣٢	* ٠,٧٥٨
	٢٠	٢,٩٥	* ٠,٨٤١	* ٠,٨١٢
	٢١	٢,٠٢	* ٠,٧١١	* ٠,٧٦٥
	٢٢	١,٨٠	* ٠,٦٧٠	* ٠,٧١٩
	٢٣	٢,٦٠	* ٠,٨٢١	* ٠,٨٥٠
	٢٤	٢,٩٥	* ٠,٨٣٢	* ٠,٨٦٩
	٢٥	٢,٦٥	* ٠,٨٣٤	* ٠,٨٧٠
	٢٦	٢,١٥	* ٠,٧٢٣	* ٠,٧٦٩
المجموع		٢٠,٠٢	-	-

المحور	العبرة	س	س مع المحور	س مع المجموع
الخامس	٢٧	٢,٩٥	* ٠,٩٤٧	* ٠,٩٣٠
	٢٨	٢,٩٠	* ٠,٩٤١	* ٠,٩٢٢
	٢٩	٢,٦٠	* ٠,٧٩٠	* ٠,٨٣٤
	٣٠	٢,٧٠	* ٠,٧٩٩	* ٠,٨١١
	٣١	٢,٨٠	* ٠,٨٥٤	* ٠,٧٤٥
	٣٢	٢,٧٢	* ٠,٨١١	* ٠,٧٦٦
	٣٣	٢,٨٠	* ٠,٨٥٤	* ٠,٧٤٥
	٣٤	٢,٩٠	* ٠,٩٤١	* ٠,٩٢٢
	٣٥	٢,٥٠	* ٠,٧٦١	* ٠,٨٣١
المجموع		٢٤,٨٧	-	-
السادس	٣٦	٢,٩٥	* ٠,٨٤٦	* ٠,٧٤٥
	٣٧	٢,٨٠	* ٠,٨٣٢	* ٠,٧١١
	٣٨	٢,٩٠	* ٠,٨٤١	* ٠,٧٣٩
	٣٩	٢,٧٧	* ٠,٨٣٤	* ٠,٦٩٨
	٤٠	٢,٩٠	* ٠,٨٤١	* ٠,٧٣٩
	٤١	٢,٨٥	* ٠,٨٣٦	* ٠,٧٣٦
	٤٢	٢,٩٥	* ٠,٨٤٦	* ٠,٧٤٥
	٤٣	٢,٨٠	* ٠,٨٣٢	* ٠,٧١١
	٤٤	٢,٧١	* ٠,٨٢٩	* ٠,٦٦٤
المجموع		٢٥,٦٣	-	-
السابع	٤٥	٢,٩٠	* ٠,٨٢٤	* ٠,٧٦٨
	٤٦	٢,٩٥	* ٠,٨٣٦	* ٠,٧٨٤
	٤٧	٢,٨٥	* ٠,٨٣٠	* ٠,٧٤٤
	٤٨	٢,٩٥	* ٠,٨٢٤	* ٠,٧٨٤
	٤٩	٢,٩٥	* ٠,٨٢٤	* ٠,٧٨٤
	٥٠	٢,٩٥	* ٠,٨٣٦	* ٠,٧٨٤
المجموع		١٧,٥٥	-	-

يتضح من جدول (٤) أن هناك اتساق داخلي تام (اتساق المحتوى أو التكوين) أتفق عليه جميع أفراد العينة الاستطلاعية على صلاحية المفردات مما يؤكد على الاتساق الداخلي بين جميع محاور وعبارات استمارة الأستبيان مما يؤكد على ملائمة استمارة الأستبيان للهدف الموضوع من أجله وهو ما يطلق عليه صدق الاتساق

- الدراسة الأساسية

قامت الباحثة بتطبيق استمارة الاستبيان موضوع البحث على أفراد العينة وفقا لما يلي

١- تسليم استمارة الاستبيان لأفراد عينة البحث

حيث قامت الباحثة بتسليم استمارة الاستبيان على السادة رؤساء مجالس الإدارات وأعضاء مجالس الإدارات ومديرى النشاط الرياضى بالأندية الرياضية بمحافظات القاهرة والغربية والمنيا من خلال المقابلات الشخصية وشرح الهدف من الاستمارة وطريقة الأجابة عليها

٢- الفترة الزمنية للتطبيق

استغرق تطبيق استمارة الاستبيان مدة ٥ أشهر وذلك خلال الفترة من ١ / ٨ / ٢٠٠٢ إلى ١ / ١ / ٢٠٠٣

٣- استلام استمارة الاستبيان

قامت الباحثة باستلام استمارة الاستبيان من السادة أفراد عينة البحث وذلك بعد التأكد من الأجابة على جميع مفردات الاستمارة حتى أصبحت الاستمارة جاهزة لأجراء المعالجات الإحصائية عليها

٤- جمع البيانات وجدولتها

قامت الباحثة بعد الانتهاء من تطبيق استمارة الاستبيان بتجميع النتائج بدقة وجدولتها ومعالجتها إحصائيا

- المعالجات الإحصائية المستخدمة فى البحث

- النسبة المئوية
- المتوسط الحسابى
- الانحراف المعيارى
- قيمة " ف "
- معامل الثبات لكرونباخ (ألفا)
- معامل الثبات بطريقة التجزئة
- صدق الاتساق الداخلى
- وقد تم استخدام البرنامج الإحصائي Spss