

1- تصميم الاستبيان:

أ- خطوات تصميم الاستبيان :

ان تصميم الاستبيان يتطلب تمتع الباحث بالخبرة و المهارة في صياغة الاسئلة و ترتيبها بحيث يتم تجنب الازخطاء كما يجب على الباحث أن يبين بوضوح حاجاته الى الاستبيان و تجنب الغموض و تكرار الكلمات لا ضرورة لها. و عملية تصميم الاستبيان تمر بعدة مراحل و هي:

- تحديد موضوع البحث بدقة و المعلومات التي يجب جمعها لهذا الموضوع وكذا افراد

المجتمع المراد منهم تعبئة الاستبيان.

- تقسيم موضوع البحث الى عناصر رئيسية.

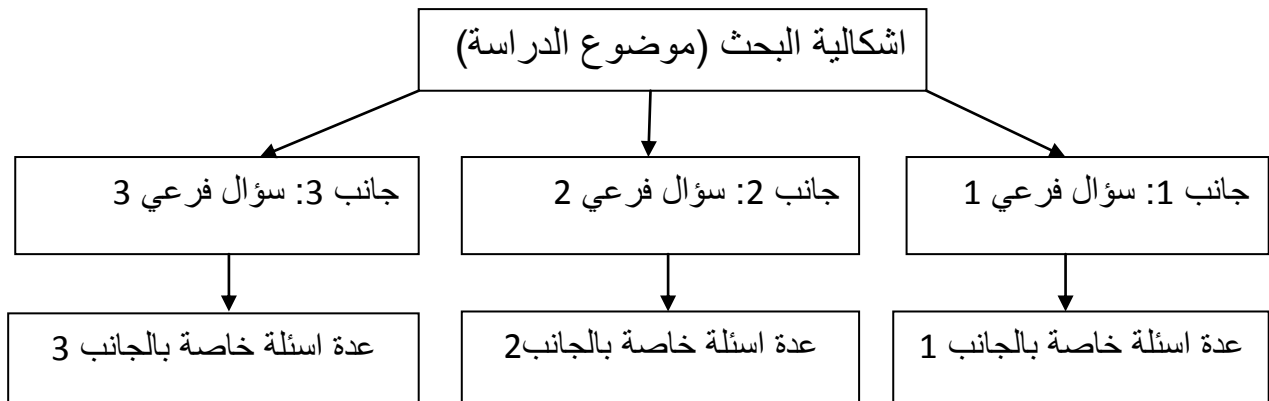
- تقسيم اجزاء الاستبيان اخذين بعين الاعتبار تقسيمات البحث.

يتم تقسيم الاستبيان على اساس موضوع البحث (الاشكالية الرئيسية للبحث) وكذا الاسئلة الفرعية

المستخرجة من الاشكالية (جوانب البحث)، حيث كل سؤال فرعي يعتبر عنصر من عناصر الاستبيان و الذي

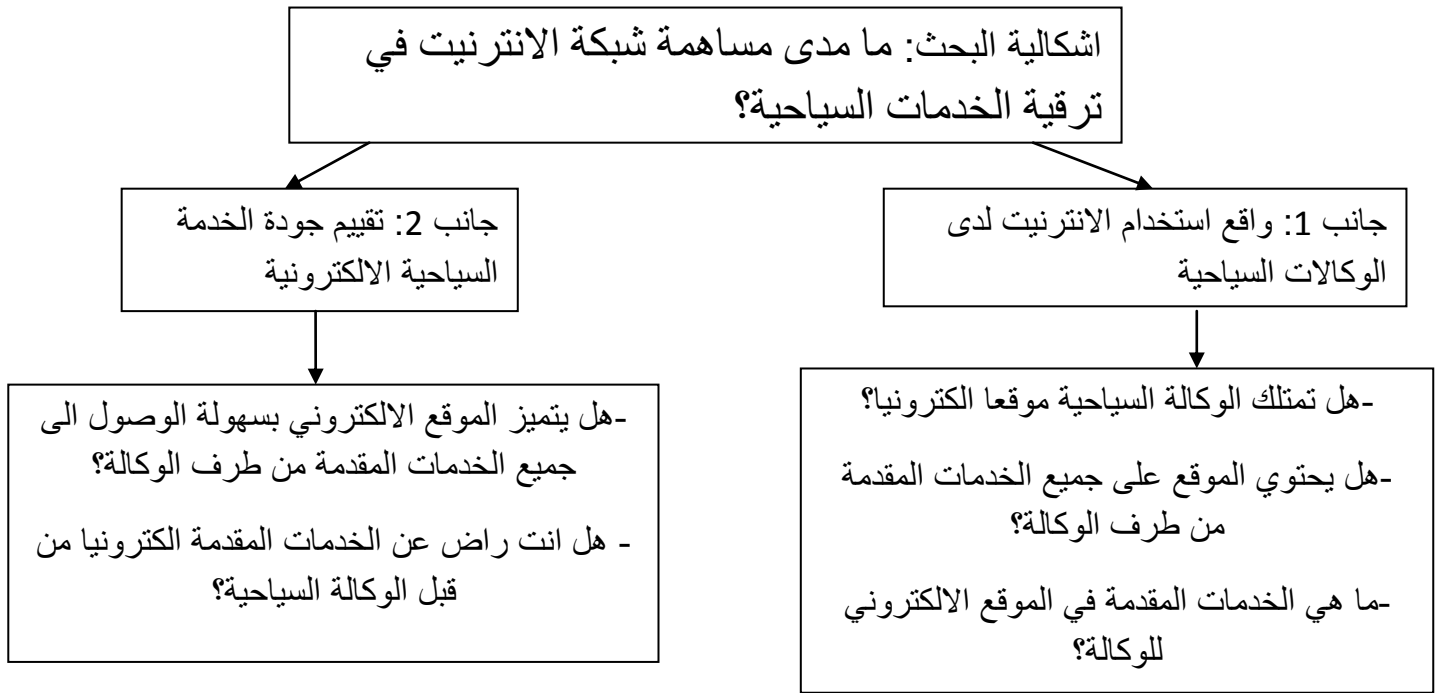
سيتمحور بدوره الى اسئلة الاستبيان. الشكل التالي يوضح تقسيمات البحث:

الشكل 2: تقسيمات موضوع البحث



مثال 1: لدينا موضوع او اشكالية البحث التالية:

الموضوع: دور الانترنت في ترقية الخدمة السياحية



ب- تحديد نوع الاستبيان المستخدم : على الباحث ان يحدد نوع الاستبيان المراد استخدامه أي هل

:

- استبيان مفتوح (أسئلة كلها مفتوحة) نكون في حالة مقابلة و يكون عدد الاسئلة محدود.
- استبيان مغلق (أسئلة كلها مغلقة) نكون في حالة معرفة جميع جوانب الموضوع، و كل سؤال من الاستبيان إلا و له اجابة محددة .
- استبيان نصف مفتوح/ مغلق (اسئلة نصف مفتوحة/ مغلقة) نكون في حالة موضوع غير معروف بصفة تامة و يتطلب معلومات اضافية من طرف المستجوب حيث تستلزم أسئلته بعض الاجابات مفتوحة.

الامثلة عن نوع الاستبيان موجودة في الملحق 1.

ت-تحديد نوع اسئلة الاستبيان: يمكن للباحث ان يحدد نوعية الاسئلة :

- أسئلة مباشرة:

مثلا: س؟؟ هل تأخذ بعين الاعتبار التغليف عند شرائك لمنتوج معين؟

س؟؟ هل التسويق الالكتروني يزيد من المبيعات لدى المؤسسة؟

- أسئلة غير مباشرة:

مثلا: س؟؟ هل يعتبر التغليف عامل من أجل شراء المنتج؟

س؟؟ هل للتسويق الالكتروني دور واضح في زيادة مبيعات المؤسسة؟

أسئلة ذات اجابة مفتوحة: و هي الاسئلة التي تترك للمستجوب حرية الاجابة عليها بلغته و أسلوبه دون تحديد

مسبق للإجابات من طرف الباحث.

مثلا: س؟؟ ما في اسباب شرائك لجهاز التلفزيون من نوع معين؟.....

س؟؟ ما هو رأيكم حول التسويق الالكتروني في الجزائر؟.....

و لكن يعيب على هذا النوع من الاسئلة صعوبة ترميزها و تبويب الاجابات المختلفة للمستجوبين على نفس

السؤال. و تتطلب وقتا كبيرا عند تسجيل و تحليل الاجابات.

- اسئلة ذات اجابة محددة (اسئلة مغلقة): تكون الاجابات على الاسئلة محددة و على المستجوب

اختيار جواب من بين الاجوبة محددة.

مثلا: س؟؟- هل توجد بالشركة ادارة لبحوث التسويق؟ ☐ نعم ☐ لا

س ؟؟- كيف عرفت الاسماء التجارية للمنتجات التي تشتريها الان؟

☐ الاعلان في الجرائد

☐ الاعلان في المجلات

☐ الاعلان في التلفاز

☐ معرفته من البائع

☐ معرفته من الاقارب و الاصدقاء

☐ استعملته من قبل في المنزل.

- سؤال مغلق ذو اجابة واحدة: و هو سؤال الذي يتطلب فيه اختيار اجابة واحدة فقط.

مثل: س ؟؟- هل توجد بالشركة ادارة لبحوث التسويق؟ ☐ نعم ☐ لا

- سؤال مغلق متعدد الاجابات: و هو السؤال الذي يتطلب اختيار عدة اجابات.

س ؟؟- كيف عرفت الاسماء التجارية للمنتجات التي تشتريها الان؟

☐ الاعلان في الجرائد

☐ الاعلان في المجلات

☐ الاعلان في التلفاز

☐ معرفته من البائع

☐ معرفته من الاقارب و الاصدقاء

☐ استعملته من قبل في المنزل.

- سؤال مغلق مفتوح: و هو السؤال الذي يحدد بإجابات مع امكانية ترك في نهاية الاجابات فراغ من

اجل ان تكون الاجابة خاصة بالمستجوب.

مثل: س؟؟ لماذا تتابع الاعلانات؟

❑ التسلية و قضاء الوقت.

❑ اكتاب المعلومات حول المنتجات المعلن عنها.

❑ التعرف على منتجات جديدة.

❑ أخرى أذكرها:.....

ث- شروط صياغة أسئلة الاستبيان: يجب مراعاة ما يلي:

- يجب ان تكون الاسئلة واضحة حيث تتناسب مع المستوى للتعليمي للمستجوب و سنه، حتى

يسنى له اعطاء اجابة على السؤال المطلوب. ويمكن أن تكون الاسئلة باللغة العامية اذا كان

المستجوب غير متعلم او طفلا.

مثلا: س؟؟ وعلاش تشري سلعة تاع لاشين؟

❑ نوعية

❑ السعر

❑ الشكل

❑ الوفرة

❑ اخرى.....

س؟؟ سلعة لاشين موجودة في المرشي؟

❑ نعم

❑ لا

- يجب عدم استخدام كلمات او ألفاظ غريبة على المستجوب حتى لا يضطر الى ترك السؤال أو التخمين.

مثلا:

- يجب ألا تكون الاسئلة إيحائية بحيث تدفع المستجوب الى الادعاء أو التحيز في الإجابة حتى نضمن درجة دقة و موضوعية نتائج الدراسة.

مثلا: س؟؟ هل تجد سعر المنتجات الصينية منخفض؟

❑ نعم

❑ لا

هذا السؤال يدفع بالمستجوب على الاجابة بنعم و لذلك علينا طرح السؤال على الشكل التالي:

س؟؟ كيف تجد سعر المنتجات الصينية؟

❑ منخفض

❑ متوسط

❑ مرتفع

- عدم استعمال كلمات لا تعطي مقاييس موضوعية عند المقارنة بين سلعة و أخرى.

مثلا: استخدام كلمات "ممتاز - جيد - ردىء..."، لانها مقاييس غير موضوعية تختلف مدلولاتها من

شخص لآخر، مما يؤثر على درجة دقة وموضوعية نتائج البحث.

مثلا: س؟؟ كيف تقيم المنتجات محلية الصنع؟

❑ ممتازة

☐ جيدة

☐ متوسطة

☐ رديئة

- عدم استعمال الاسئلة المركبة، لان هذا النوع من الاسئلة يؤثر على نوعية الاجابة.

مثلا: س؟؟ هل تقوم بعرض اعلانات لمنتجات على الانترنت أو تقوم ببيعها؟

☐ نعم

☐ لا

هذا السؤال يتركب من سؤالين:

- 7س؟؟ هل تقوم بوضع اعلانات لمنتجاتك على الانترنت؟

☐ نعم

☐ لا

- س؟؟ هل تقوم ببيع المنتجات عبر الانترنت؟؟

☐ نعم

☐ لا

- اضافة أسئلة المراجعة (المصيدة) للتأكد من صحة الاجابات التي يجيب عنها المستجوب.

مثلا: س؟؟ كم راتبك الشهري ؟ هذا سؤال مباشر و الاجابة عليه غير ممكنة. و لذلك نقوم

بطرح سؤال المراجعة من أجل الحصول على المعلومة المطلوبة.

مثلا: س؟؟ هل يكفيك دخلك في قضاء حاجياتك؟

او س؟؟ كم تصرف في الشهر ؟

- عدم الاكثار من الاسئلة ذات الاجابة بنعم أو لا نظرا لأنها تتطلب اضافة أسئلة أخرى لتبرير و

تفسير الاجابة عن هذه الاسئلة.

مثلا: س؟؟ هل تعرف علامة معينة لأي منتج صيني؟

☐ نعم

☐ لا

اذا كانت الاجابة بنعم أذكرها :.....

- عدم استعمال كلمات لها معني مختلفة بحيث يفسرها أشخاص مختلفون بمعاني مختلفة.

مثلا: كلمة "الدخل" هل تعني دخلا من العمل فقط أم من العمل و الملكية؟ و هل تعني دخل

المستجوب فقط ام دخل الاسرة...الخ.

- مراعاة شروط سؤال السلم مثل سلم ليكرت حيث أسئلته تكتب على شكل عبارات و الاجوبة

في عبارة عن سلم ليكرت

مثلا: ع1- تستخدم المؤسسة أساليب متقدمة في تحسين نشاطها.

☐ غير موافق بشدة

☐ غير موافق

☐ لا أدري (محايد)

☐ موافق

☐ موافق بشدة

ع2- توجد معايير واضحة لتقييم الاداء.

☐ غير موافق بشدة

☐ غير موافق

☐ لا أدري (محايد)

☐ موافق

☐ موافق بشدة

ج- كيفية تنظيم شكل الاستبيان:

ان شكل الاستبيان و طباعته بشكل واضح له تأثير كبير على المستجوب حيث طباعة الاستبيان بطريقة غير واضحة و غير مرئية تؤدي الى نسيان بعض الاسئلة و الى ارباك المستجوب و عدم معرفته لطبيعة و نوع المعلومات المطلوبة. و قد يؤدي هذا الامر الى اهمال الاستبيان و عدم الاجابة عليه. لذا فان الاستبيان يجب أن يكون:

- واضحا و جذابا من حيث الشكل.
- طوله معتدلا من حيث عدد الاسئلة و الصفحات التي يتضمنها. حيث يتضمن الاستبيان 3 أجزاء و هي:

- الجزء 1: يتضمن تعريفا بالبحث و الهدف منه و طلب مساعدة في تعبئة الاستبيان.
- الجزء 2: يتضمن المعلومات حول المستجوب: عمره، مهنته، مستواه الدراسي..... و يتم تحديد هذه المعلومات حسب متطلبات الموضوع. لان المعلومات الشخصية دور في تحليل البيانات و الاجابة على الاشكالية.

- الجزء 3: يعالج مشكلة البحث و يمكن أن يقسم الى عدة جوانب أو محاور على حسب متطلبات الدراسة.

مثلا:

الجزء 1: مرحبا أخي الفاضل / أختي الفاضلة

نضع بين أيديكم هذا الاستبيان حول موضوع "أثر الكلمة المنطوقة على قرار شراء الزبون لخدمة النقل" و التي تدخل ضمن سياق اعداد مذكرة الماستر . وبهدف استطلاع آرائكم حول الموضوع، راجين منكم الاجابة على جميع فقراته بكل دقة و موضوعية، حيث اجاباتكم ستكون موضع ثقة و سرية. و في الاخير تقبلوا منا فائق الاحترام و التقدير و لكم جزيل الشكر على تعاونكم معنا في اعداد هذه المذكرة .

الجزء 2: معلومات الشخصية

الجنس: ☐ ذكور ☐ اناث

السن:

☐ أقل من 20 سنة

☐ من 20-40 سنة

☐ أكثر من 40 سنة

المستوى التعليمي:

☐ بدون مستوى

☐ التعليم الاساسي

☐ ثانوي

☐ جامعي

الوضعية المهنية:

☐ بدون عمل

☐ طالب

☐ موظف

☐ عامل حر

☐ متقاعد

مستوى الدخل:

☐ أقل من 18000 دج

☐ من 18000-24000 دج

☐ من 24000-50000 دج

☐ أكثر من 50000 دج.

الجزء 3 : ينقسم بدوره الى جوانب التالية:

الجانب 1: معلومات عامة حول الموضوع (استخدام وسيلة نقل خاصة / نوع الوسيلة/ عدد مرات استعمالها)

الجانب 2: أبعاد الكلمة المنطوقة (مجموعة فقرات اجاباتها كانت على شكل سلم ليكرت الثلاثي) انظر الملحق في

الاخير

الجانب 3: قرار شراء الزبون لخدمة النقل(مجموعة فقرات اجاباتها كانت على شكل سلم ليكرت الثلاثي) أنظر

الملحق في الاخير

- أهمية ترك مسافات كافية للإجابة خاصة بالنسبة للسؤال المفتوح و عدم ضغط الاسئلة بجانب بعضها البعض حتى لا يظهر الاستبيان طويلا و عدم وضع أكثر من سؤال في نفس السطر حتى لا يؤدي الى عدم الاجابة على أحد الاسئلة.
- يجب مراعاة نوع الورق و حجم كتابة الاسئلة يكون كبير. مع ضرورة التأكد من عدم وجود اخطاء مطبعية في الاسئلة.
- يجب اعطاء اسئلة الاستبيان أرقاما متسلسلة للتقليل من أخطاء المراجعة و التبويب.