

خطوات البحث العلمي

عند القيام بإجراء بحوث ، هناك مجموعة من الخطوات التي يجب على الباحث إتباعها حتى تتحقق العملية في مجال البحوث، وهذه الخطوات منظمة ومرتبطة على بعضها، وهي كما يلي:

1. تحديد المشكلة وأهداف البحث والمعلومات المطلوبة.

2. تخطيط عينة البحث.

3. تحديد أسلوب جمع البيانات.

4. القيام بالدراسة الميدانية.

5. مراجعة و ترميز و جدولة و تحليل البيانات.

6. وضع التوصيات و كتابة التقرير النهائي.

تحديد المشكلة وأهداف البحث والمعلومات المطلوبة.

تتضمن بحوث استخدام المنهج العلمي في التفكير وجمع المعلومات والتحليل واستخلاص النتائج منها بغية المساعدة على اتخاذ القرارات المناسبة أو وضع خطط معينة و ان لم تخطط الإجراءات وتنظم فان هناك احتمالات لان يخرج البحث عن هدفه.

أولا . تحديد المشكلة وأهداف البحث:

إن أهم مهمة في البحث هي تحديد المشكلة والأهداف تحديدا واضحا ودقيقا، فإذا لم يكن الباحث على دراية كاملة بالمشكلة التي تواجهه متخذ القرار، فإن جميع خطوات البحث سوف تتم بصورة غير صحيحة، تبدأ العملية البحثية بالتعرف على المشكلة أو الفرصة المراد الاستفادة منها، ويرى البعض أن التعرف على المشكلة بصورة مبكرة والتنبؤ يسهل كثيرا من فرص النجاح والبحث، ومن ثم فعلى مدير ألا ينتظر حتى تصبح المشكلة حقيقية، ولكن عليه أن يقوم بالتنبؤ بها كلما أمكن ذلك، ويتم ذلك بالبحث والتحليل المستمر للبيانات. وتتدرج عملية تحديد المشكلة من حيث الصعوبة بسبب الحالتين التاليتين:

أ . **الحالة الأولى:** وجود مشكلة معينة واضحة المعالم، ويمكن تحديدها تحديدا دقيقا، وهنا تكون مهمة الباحث محددة حيث يسعى لاستنباط الفروض التي تفسر تلك المشكلة، ثم يقوم بإتباع الخطوات الأخرى.

ب . **الحالة الثانية:** وهي التي يعهد فيها للباحث بدراسة مشكلة غير محددة المعالم، وهنا تكون المهمة صعبة حيث ينبغي على الباحث أن يحدد طبيعة المشكلة ونطاقها وأسبابها تحديدا دقيقا، فعلى سبيل المثال فقد تواجه المؤسسة خسارة متتالية من سنة لأخرى، وقد ترجع تلك الخسارة إلى قصور الجهود، زيادة التكاليف، انخفاض إنتاجية العاملين... الخ.

وقد يتطلب تحديد المشكلة القيام بالبحوث الاستطلاعية، وخاصة في الحالة الثانية والتي تكون فيها المشكلة غير واضحة، وبصفة عامة لا يوجد إطار محدد لهذه الدراسة الاستطلاعية يلتزم بها الباحث في كل الحالات، غير أن هناك مجالات رئيسية يجدر أن يراجعها ويحللها ومن أمثلتها طبيعة المؤسسة وأوضاعها التنظيمية ومزيجها السلعي وطبيعة السوق المنافسة التي تعمل في ظلها، و منافذ التوزيع المستخدمة... الخ. وبعد تحديد المشكلة يمكن تحديد الأهداف التي يسعى الباحث إلى تحقيقها من جمع البيانات، وهذه الأهداف يجب تحديدها في صورة دقيقة وبطريقة تمكن من تحقيقها وقياسها. وهناك العديد من الاختبارات التي يجب أخذها في الحسبان عند تحديد أهداف البحث منها:

أ . أن يكون الباحث على يقين بأهمية وموضوعية الأهداف التي يسعى إليها، فلا يكون الغرض هو اختيار فروض تعد في حكم البديهيات، كأن يسعى الباحث إلى استخدام الحوافز الفردية تؤدي إلى تحسين أداء رجال البيع، فهذه بديهية متفق عليها.

ب . أن يتأكد الباحث من إمكانية التنفيذ العملي لأهداف الباحث، فقد يتضح للباحث أن تحديد أهداف معينة قد يصعب الوصول إليها.

ج . أن يتأكد من أن البيانات المطلوبة لإجراء البحث غير متوافرة حالياً، حتى لا يقوم ببحوث ميدانية تعد من قبل تحصيل الحاصل.

ثانيا . تحديد البيانات المطلوبة ومصادرها:

بعد تحديد المشكلة وتحديد أهداف البحث، يكون الباحث في موقف يتيح له:

أ . تحديد البيانات المطلوبة بناءً على أهداف البحث السابق عرضها.

ب . مصادر الحصول على هذه البيانات.

وعند تحديد البيانات ينبغي التفرقة بين نوعين أساسيين من البيانات هما:

أ . **البيانات الثانوية:** إن مصادر هذه البيانات واسعة جداً، وتصدر عن جهات موثوق بها بصورة دورية وعادة ما تمتاز هذه البيانات بالدقة والملائمة، والبيانات الثانوية يتم جمعها بواسطة أشخاص أو مكاتب لأغراض هامة، وتعتبر من أرخص وأسهل البيانات التي يمكن الحصول عليها، ولذلك على الباحث أن يقوم بالبحث عن البيانات الثانوية المتوفرة حول موضوع البحث، أما عن مصادر هذه البيانات فهناك مصدرين:

1 . **المصادر الداخلية:** وتبدأ عادة من داخل المؤسسة خاصة، وأنها تركز على مشكلة البحث المراد إجراؤه، أما أهم المصادر الداخلية فهي البيانات المحاسبية التي تساهم وبشكل كبير في أمور التخطيط المالي على مستوى المؤسسة وكل ما يتعلق من مصاريف الترويج والخصومات وتكاليف الحسم... الخ.

2 . **المصادر الخارجية:** يتم الحصول عليها من خارج المؤسسة، مثل المصادر الحكومية والبنك المركزي والوزارات والمؤسسات الحكومية و دائرة الإحصاءات العامة وهناك أيضا مصادر غير حكومية، كالتقانات والجمعيات التعاونية والصحف والمجلات والكتب والنشرات والإنترنت... الخ.

ب . **البيانات الأولية:** وهي البيانات التي تجمع لأول مرة من الميدان، وعادة يتم جمعها إما بواسطة الاستقصاء أو الملاحظة، أو التجربة العلمية ، ومن ثم فإن الميزة الأساسية للبيانات الأولية هي تصميمها لتناسب أغراض البحث الميداني.

تحديد نوع وحجم ومصادر البيانات وتحديد المجتمع.

أولاً: تخطيط عينة البحث

من الخطوة السابقة يمكن للباحث استخلاص ما إذا كان سيعتمد على البيانات الثانوية أم من الضروري استخدام البيانات الأولية ومن ثم القيام بالبحث الميداني، وفي هذا الصدد يواجه الباحث مشكلة تحديد مجتمع الدراسة، أي جمع المفردات التي تتوفر فيها الخصائص المطلوب دراستها و بصفة عامة يفضل إتباع أسلوب الحصر الشامل في حالة صغر حجم مجتمع الدراسة، وإمكانية الوصول إليه بحيث يمكن جمع البيانات المطلوبة بأقل مجهود ممكن وأقل تكلفة، ويفضل أسلوب العينات في حالة كبر المجتمع وعادة يفضل الاعتماد على العينات في البحوث، وخاصة تلك التي تتعامل مع مفردات كثيرة مثل: المستهلكين، الموزعين، رجال البيع والقراء أو المشاهدين، فمثلا ليس من المتوقع أن يعتمد الباحث على أسلوب الحصر الشامل في دراسة رأي المستهلكين اتجاه حملة إعلانية معينة، أو في استطلاع رأي الموزعين في أهمية الإعلان التعاوني أو الوسائل الإعلانية المستخدمة في الإعلان عن منتجات

المؤسسة، وإذا ما تقرر إتباع أسلوب العينات لجمع البيانات، فإن على الباحث أن يحدد نوع العينة التي سيتم اختيارها وإطار المعاينة ووحدة المعاينة وحجم العينة.

ثانيا: تحديد مجتمع الدراسة:

من الخطة السابقة، يمكن للباحث استخلاص ما إذا كان سيعتمد على البيانات الثانوية، أم من الضروري استخدام البيانات الأولية، و من ثم القيام بالبحث الميداني.

و في هذا الصدد، يواجه الباحث مشكلة تحديد مجتمع الدراسة، أي جميع المفردات التي تتوفر فيها الخصائص المطلوب دراستها.

و من ثم يجب تحديد مجتمع الدراسة تحديدا دقيقا، و تحديدا وحدة المعاينة التي سيستقي منها البيانات، و يأتي بعد ذلك الخطوة السؤال الآتي: هل سيتم استقصاء أو ملاحظة جمع مفردات مجتمع البحث أم البعض منه؟، أي هل سيتبع أسلوب الحصر الشامل أم أسلوب العينات؟

وبصفة عامة، يفضل إتباع أسلوب الحصر الشامل في حالة صغر حجم مجتمع الدراسة، و إمكانية الوصول إليه، بحيث يمكن جمع البيانات المطلوبة بأقل مجهود ممكن، و أقل تكلفة، و يفضل أسلوب العينات في حالة كبر المجتمع، و عادة يفضل الاعتماد على العينات في بحوث، و خاصة تلك التي تتعامل مع مفردات كثيرة مثل المستهلكين و الموزعين و رجال البيع و القراء أو المشاهدين، فمثلا ليس من المتوقع أن يعتمد الباحث على أسلوب الحصر الشامل في دراسة رأى المستهلكين اتجاه حملة إعلانية معينة، أو في استطلاع رأى الموزعين في أهمية الإعلان التعاوني، أو الوسائل الإعلانية المستخدمة في الإعلان عن منتجات المؤسسة.

ثالثا: تحديد حجم ونوع عينة الدراسة

بعد تحديد المشكلة البحث تحديدا دقيقا وتحديد نوع البيانات المطلوبة لحل هذه المشكلة والنهج المناسب لجمع البيانات ، يجب على الباحث أن يهتم اهتماما كبيرا بتحديد مجتمع البحث بدقة وموضوعية.

تتضمن عملية تصميم العينة، مجموعة الإجراءات أو الخطة التي يعدها الباحث قبل قيامه بعملية جمع البيانات الخاصة ببحثه والمتعلقة بالاختيار عينة من مجتمع معين تحسب منه وتزوده دراستها بأداة تحليل بديلة عن دراسته لذلك المجتمع ، ويقتضي المنطق الإحصائي أن تكون هذه العينة ممثلة لمجتمعها تمثيلا صادقا ، بمعنى إن تنعكس خصائص ذلك المجتمع وسماته المميزة في العينة .

والحقيقة أن هناك هدفا رئيسيا يجب أن يسعى الباحث إلي تحقيقه عند اختيار العينة المناسبة لدراسته، إلا وهو التقليل من الأخطاء المصاحبة لعملية البحث وأهمية هذا الهدف لا تتبع مما يرتبه العينة من تكاليف وجهود فحسب ، بل مما ينطوي عليه الاختيار الخاطئ للعينة من خسائر وعدم صحة الاستنتاج الإحصائي الذي تقود إليه دراسة تلك العينة .

إذا ما تقرر إتباع أسلوب العينات لجمع البيانات، فإن على الباحث أن يمدد نوع العينة التي سيتم اختبارها و إطار المعاينة و حجم العينة، و بالنسبة لنوع العينة، فهناك نوعان أساسيان من العينات و هما:

● العينات الاحتمالية:

و تشير إلى إعطاء مفردات مجتمع الدراسة نفس الفرصة في الظهور داخل العينة، و يتميز هذا النوع بالعشوائية، فعلى سبيل المثال، إذا كان مجتمع الدراسة هو جميع الشركات الصناعية العاملة في مجال الغزل و النسيج، فإن إتباع أسلوب العينات الاحتمالية يعني أن لكل شركة من هذه الشركات فرصة متساوية للتمثيل داخل العينة، و بصفة عامة يفضل اتباع أسلوب العينات الاحتمالية

في حالة الرغبة في الحصول على ثقة، و دقة عالية في نتائج البحث يمكن تعميم النتائج على عينة الدراسة بدرجة عالية من الثقة على المجتمع الأصلي الذي أخذت منه العينة.

و هناك عدة أنواع للعينات الاحتمالية، و هي:

* العينة العشوائية البسيطة؛

* العينة العشوائية المنتظمة؛

* العينة الطبقية؛

* العينة المساحة.

● العينات غير الاحتمالية:

تستخدم هذه العينات بغرض التيسير على الباحث في اختبار مفردات العينة من مجتمع الدراسة، و عندما لا

يكون من السهولة على الباحث الوصول إلى هذه المفردات، و هناك عدة أنواع من العينات غير الاحتمالية نذكر منها:

* العينة المسيرة للباحث؛

* العينة التحكيمية؛

* عينة الحصص.

و فيما يتعلق بإطار المعاينة، فكلما توافر إطار للمعاينة محددة، و يمكن الاعتماد عليه في معرفة مفردات المجتمع، كلما زادت دقة البحث، و على سبيل المثال فإن معرفة عدد الشركات الصناعية العاملة في مجال الغزل و النسيج، ووجود دليل به أسماء هذه الشركات، يمثل إطار المعاينة و يسهل على الباحث اختيار مفردات العينة منه.

أما وحدة المعاينة، فتشير إلى تحديد الشخص الذي سيتم الحصول منه على المعلومات، ففي المثال السابق، قد تكون وحدة المعاينة هي مدير التسويق بالشركات، أو مدير الإعلان أو رئيس مجلس الإدارة... الخ، و ذلك حسب طبيعة الدراسة، و المشكلة التي ترغب في الحصول على إجابات يصددها، أما فيما يتعلق بحجم العينة، فهناك العديد من الطرق الإحصائية التي يمكن استخدامها في تحديد الحجم المناسب للعينة في المجتمع الأصلي للدراسة.

وأسلوب العينات ، هو الأسلوب الغالب في الحياة العملية ، سواء في حالة تجانس المجتمع او عدم تجانسه، ويرجع

الاعتماد على هذا الأسلوب إلى الأسباب التالية:

- كبر حجم مجتمع البحث .
- اتساع المنطقة الجغرافية لمجتمع البحث.
- الرغبة في توفير الوقت الجيد والتكلفة .
- تجنب إتلاف أو تدمير جميع مفردات مجتمع البحث .
- سهولة الرقابة والإشراف على الأداة الباحثين للتأكد من سلامة عملية تجميع وتسجيل البيانات من مفردات العينة .
- الإمكانات المالية المحدودة للباحث أو جهة البحث.

رابعاً: تحديد حجم عينة البحث:

بعد تحديد نوع العينة التي سيعتمد عليها في الحصول منها والمعلومات اللازمة والمحددة ، فإنه يقوم بتحديد حجم العينة ، وهناك مجموعة من الاعتبارات التي تؤثر في تحديده لحجم العينة وهي:

- حجم المجتمع البحث
 - ميزانية البحث المتاحة للباحث.
 - نوعية المعلومات والبيانات المطلوب جمعها .. الخ.
- وهناك طرق متعددة لتحديد حجم العينة في مجالات البحوث والتي من أهمها :
- 1- نسبة مئوية من حجم المجتمع: وتراعي هذه الطريقة حجم المجتمع ولكنها تحمل ميزانية البحث والدقة المطلوبة في النتائج ، إلى جانب إن تحديد النسبة يعتمد على الحكم والرأي الشخصي للباحث.
 - 2- ميزانية البحث: حيث يتم تقدير ميزانية البحث بناءً على تكلفة كل المرحلة من المراحل التي يمر بها البحث ، وبالتالي تتحدد الميزانية المخصصة للعينة ، وبناءً على تكلفة الوحدة الواحدة من العينة يتحدد حجم العينة.
 - 3- حد الثقة : وفقاً لهذه الطريقة ، يتم تحديد حجم العينة عن طريق إتباع الخطوات التالية :
- تحديد حجم الخطأ المسموح به .
 - تحديد مستوى الثقة الذي يرغب فيه الباحث .
 - تحديد عدد الأخطاء المعيارية .

تحديد أسلوب جمع البيانات والقيام بالبحث الميداني.

أولاً: تحديد أسلوب جمع البيانات:

من أهم الأساليب المعتمدة في جمع البيانات المطلوبة للإجابة على تساؤلات الدراسة أو لاختيار الفروض التي تم وضعها هي (الاستقصاء، الملاحظة، والتجربة العلمية) وهي طرق لجمع البيانات الأولية، بالإضافة إلى البيانات الثانوية التي تحصل عليها من الوثائق الداخلية للمؤسسة والجهات الخارجية كوكالات الإعلان والهيئات الحكومية، وفي هذا سيتم استعراض أهم الطرق التي تستخدمها المؤسسة في جمع البيانات الأولية.

أولاً . الاستقصاء:

أ . تعريف الاستقصاء: يستخدم أسلوب الاستقصاء في جمع البيانات، من خلال توجيه مجموعة من الأسئلة إلى المستقصى منهم والحصول على إجابات لهذه الأسئلة. ويمكن تعريف الاستقصاء بأنه عبارة عن قائمة تتضمن مجموعة من الأسئلة توجه إلى الأفراد من أجل الحصول على معلومات حول موضوع أو مشكلة أو موقف معين، ويتم تنفيذ الاستقصاء إما عن طريق المقابلة الشخصية أو البريد أو الهاتف

ب . طرق جمع البيانات الأولية بأسلوب الاستقصاء: هناك أربعة طرق رئيسية لجمع البيانات الأولية من خلال الاستقصاء وهي:

1 . المقابلة الشخصية.

2 . البريد.

3 . الهاتف.

1 . المقابلة الشخصية: ويتم من خلالها تواجد الباحث أو المقابل مع مستقصى منه واحد أو أكثر في المرة الواحدة وللمقابلة الشخصية أنواع منها:

- . **مقابلات نمطية:** وهي التي تتم باستخدام قائمة استقصاء نمطية توجه إلى كل مفردات العينة موضع البحث بنفس الطريقة.
- . **المقابلات المتعمقة:** وهي التي لا تعتمد على قائمة استقصاء نمطية، بل تعتمد على عناصر أساسية يراد إثارتها ومناقشتها مع المستقصى منه، ومن الممكن أن يوجه السؤال بطريقة مختلفة عن الطريقة التي وجهت إلى مستقصى منه آخر، وتصلح هذه الطريقة مع المفردات التي لديها خبرات ومعلومات، مثل كبار المسؤولين في المؤسسة.
- . **المقابلات الجماعية:** تتركز على جمع في قاعة واحدة مجموعة من الأشخاص بين 7 و 12 وفي حضور منشط يكون اختصاصي في علم النفس للتداول بجرية حول موضوع مستهدف.

2 . البريد: وفي ظل هذه الطريقة يتم تحديد مفردات عينة الدراسة وكذلك عناوينهم البريدية ثم إرسال قوائم الاستقصاء بالبريد على أن يتم إرسالها بعد استيفاءها من جانب المستقصى منه بالبريد على العنوان الموضح (عنوان الباحث) على ظرف خاص ملصق عليه طابع البريد أو ما يشير إليه إنه مدفوع القيمة لمصلحة البريد، والهدف من توفير الظرف المدفوع القيمة أو ملصق عليه طابع البريد، هو عدم تحميل المستقصى منه تكلفة إرسال قائمة الاستقصاء إلى الباحث من ناحية ولزيادة نسبة الردود من ناحية أخرى ومن أهم ميزات هذا الأسلوب توزيع عدد كبير من الاستبيانات و توفير الوقت الكافي للإجابة، هذا ما يساعد على الدقة في المعلومات المحصل عليها. وما يعاب على هذا الأسلوب صعوبة الحصول على العناوين، وكذا صعوبة فهم الأسئلة من طرف المستقصى منهم

3 . الهاتف: وفيه يتم توجيه الأسئلة إلى المبحوثين من خلال الهاتف، وهي طريقة سريعة وسهلة لتجميع البيانات، إلا أنه يؤخذ عليها عيوب منه أنه ليس كل المبحوثين لديهم هواتف، كما أن كثير من الأفراد يترددون في الحديث مع أشخاص غرباء، وإجابة عن أسئلة لأشخاص لا يعرفونهم، ويعاب عليها أيضا أنه قد يكون الاتصال في وقت غير مناسب للمبحوث بل قد يكون المبحوث موجودا، فيحتاج الأمر إلى معاودة الاتصال أكثر من مرة، هذا فضلا عن احتمالات سوء فهم الأسئلة التي يتم إلقاؤها عبر التلفون، كما أن لهذا الأسلوب لجمع البيانات مزايا منها طريقة سريعة في الحصول على البيانات و تكلفتها أقل، كما أن الاتصال بالمستقصى منهم يكون بسهولة

ج . خطوات تصميم الاستقصاء: قائمة الأسئلة هي الأداة الرئيسية التي يستخدمها الاستقصاء لتجميع البيانات من المصادر الأولية للبيانات، وسلامة البيانات المجمعة يتوقف على سلامة قائمة الأسئلة، كما أن كيفية تصميم قائمة الأسئلة وطريقة تكوين وصيانة الأسئلة يساهم مساهمة كبيرة في نجاح أو فشل مرحلة تجميع البيانات بعد ذلك، فعملية تصميم الاستقصاء تمر بعدة خطوات هي:

1 . تحديد البيانات والمعلومات المطلوب الحصول عليها: وذلك في ضوء الموضوع أو المشكلة المطروحة للبحث، وفي ضوء الفروض الموضوعية لتلك المشكلة، أي في ضوء نتائج البحث الاستكشافي الذي انتهى إلى تحديد وتوضيح المشكلة وأبعادها وكل جوانبها، وإلى تكوين وتحديد الأسباب والفروض المحتملة لهذه المشكلة.

2 . تحديد طريقة استخدام قائمة الأسئلة: إذا كانت المقابلة شخصية أو بالبريد أو بالهاتف، حيث أن نوع الأسئلة وطريقة توجيهها وترتيب تسلسلها يختلف تبعا للحالات المذكورة.

3 . تكوين الأسئلة: ويجدده الاعتبار والعوامل الآتية:

. هل السؤال ضروري؟ يجب أن يكون لكل سؤال هدف معين مطلوب، والأسئلة غير الضرورية تزيد من التكاليف كما ترهق الأشخاص الموجهة الأسئلة إليهم.

. هل هناك حاجة إلى أكثر من سؤال للحصول على إجابة معينة؟ فوضع سؤال واحد لأكثر من إجابة يزيد من صعوبة تفسير الإجابات، كما أنه لا داع لوجود تكرار في أسئلة تؤدي إلى إجابة واحدة.

. هل سيقبل الشخص الإدلاء بالمعلومات؟ وهذا لا يتحقق إلا بتوجيه الأسئلة إلى الشخص الصحيح.

4 . تحديد نوع السؤال: بعد تحديد نوع البيانات والمعلومات المطلوب الحصول عليها بدقة، فإنه يأتي دور صياغتها في شكل سؤال، لأن لكل سؤال هدف ومعنى مطلوب نقله والحصول على إجابة عليه توفر المعلومة المطلوبة من ورائه، فالمشكل الذي يظهر هنا يكمن في اختيار نوع السؤال الذي سوف يستعمل، وفي هذا الشأن فإن أنواع الأسئلة قد تكون متعددة كما أن تصنيفها قد يختلف من مرجع إلى آخر، غير أنه يمكن حصرها وتصنيفها في الأنواع الآتية:

. **السؤال المفتوح (غير المقيد):** الأسئلة من هذا النوع هي التي لا يحتمل الإجابة عليها بكلمة أو بكلمات محدودة، بل يكون المجال فيها متعددًا ومفتوحًا أمام المستقصى منه وغير معروفة احتمالاته. فالسؤال المفتوح يتميز بأنه يسمح بدرجة عالية من الحرية للمستقصى منه لكي يعبر عن رأيه. فمثلاً كسؤال مستهلكي سلعة ما، ما هي الدوافع أو الأسباب التي دفعتهم إلى شراء السلعة؟، أو ما هي الأغراض التي تستخدم فيها السلعة؟، أو ما هي المشاكل التي تقابلهم عند استخدام هذه السلعة؟.

6 . تسلسل وتتابع الأسئلة: بعد الانتهاء من صيانة الأسئلة يتم ترتيبها في شكل تسلسلي منظم ومنطقي، بحيث يتم الانتقال من سؤال إلى آخر ومن موضوع إلى آخر بشكل منطقي لا يؤدي إلى إرباك أو تشتيت ذهن المستقصى منه بما يؤثر على إجابته. كما يراعى في ترتيب الأسئلة البداية بالأسئلة العامة السهلة أو التي يمكن أن تثير اهتمام المستقصى منه، ثم يتم الانتقال إلى الأسئلة الصعبة أو التي تحتاج إلى مجهود أكبر.

7 . التصميم الخارجي لقائمة الأسئلة: هذه الخطوة بالرغم من بساطتها إلا أن أهميتها تنعكس على سهولة الإجابة وسرعة تسجيلها. وهذا بالإضافة إلى الأثر النفسي الذي تتركه الاستمارة الجيدة الإخراج والتصميم لدى المستقصى منهم بما يساهم في دفعهم نحو التجاوب مع الاستقصاء.

8 . اختبار قائمة الأسئلة قبل توجيهها على نطاق واسع: يجب أن يقوم الباحث باختبار مشروع قائمة الأسئلة على عينة من المستقصى منهم المستهدفين، للتأكد من استيفائها لسمات الاستقصاء الجيد ويستحسن أن يتم في ظل ظروف مشابهة للظروف التي سيتم فيها استخدام القائمة.

9 . إجراء تعديلات مطلوبة ثم إعداد القائمة النهائية: تعد هذه المرحلة الأخيرة في خطوات تصميم قائمة الأسئلة و يتم فيها إجراء تعديلات طفيفة وبعدها إعداد القائمة النهائية وتوجيهها إلى الاستقصاء.

ثانيا . طريقة الملاحظة:

الوسيلة الثانية الأساسية المستخدمة في تجميع البيانات الأولية هي الملاحظة، وهي مسألة دقيقة وفاعلة، إذ أنها لا تقتصر على المشاهدة فقط وإنما يتبع ذلك إجراءات علمية وفنية لا بد أن تجرى حتى يمكن استقصاء البيانات الأولية كما يجب.

وتعرف الملاحظة بأنها "طريقة لتجميع البيانات الأولية، تقوم بتدوين الأحداث والتصرفات الحاصلة في موضوع معين، وتعد عاملاً أساسياً وجزءاً مكملًا في تصميم البحث".

ويمكن تصنيف أساليب الملاحظة إلى خمس طرق وهي:

أ . **الملاحظة التي تدار في أوضاع طبيعية أو اصطناعية:** يمكن أن تدار الملاحظة للسلوك الإنساني في الأوضاع، أو المواقف الطبيعية تماما، مثال ذلك عندما يقوم الباحث بجمع البيانات عن طريق الملاحظة حول أسلوب التعامل من جانب بعض العاملين في أحد البنوك مع جمهور العملاء، أو ملاحظة مدى اهتمام العملاء المترددين على المتجر بقراءة بطاقات البيانات المثبتة على منتجات الأغذية. ويمكن أن تتم الملاحظة في أوضاع اصطناعية تحاكي الأوضاع الطبيعية وذلك في بيئة يمكن السيطرة عليها والتحكم فيها، مثال على ذلك ملاحظة حركات العين، وتغيرات الوجه وردود الأفعال من جانب عدد من المشاهدين لإعلان جديد عن أحد المنتجات في تجربة خاصة بهذا الإعلان، وتميز الملاحظة في الأوضاع المصطنعة بالتحكم في المؤثرات العارضة التي قد تؤثر على النتائج، هذا فضلا عن قصر الفترة اللازمة لجمع البيانات حول السلوك وبالتالي تقليل تكاليف الملاحظة.

ب . **الملاحظة المتخفية وغير المتخفية:** في الملاحظة المتخفية لا يعلم الأفراد الخاضعين للدراسة أنهم تحت الملاحظة، والعكس في ظل الملاحظة غير الخفية (الأفراد يعلمون بأنهم خاضعون للملاحظة). إنّ الغرض من هذه الطريقة هو السيطرة على نزعة الفرد بأن يتصرف بطريقة مختلفة عندما يعلم أن سلوكه تحت الملاحظة.

ج . **الملاحظة الموجهة وغير الموجهة:** في ظل الملاحظة الموجهة فإن الباحث يحدد مسبقا وبدقة مظاهر السلوك أو أنواع التصرفات التي سوف يقوم بملاحظتها أو تسجيلها، أما في حالة الملاحظة غير الموجهة فلا يوجد قيود حول ما سوف يقوم الباحث بملاحظته، فإن توجيه الملاحظة يقلل من التحيز المحتمل ويزيد من درجة الثقة والمصداقية في أسلوب الملاحظة عند جمع البيانات.

د . **الملاحظة المباشرة وغير المباشرة:** يمكن عموما ملاحظة السلوك الإنساني بطريقة مباشرة، فمثلا يمكن ملاحظة سلوك المستهلك مباشرة عند الشراء، وعند اختيار علامة معينة في منفذ التوزيع، ويمكن أيضا ملاحظة سلوك مندوبي البيع أثناء التدريب في مكان العمل ... وهكذا، وهذه الأمثلة وغيرها تتعلق بالسلوك الحاضر، ولكن يصعب استخدام الملاحظة المباشرة لملاحظة السلوك الماضي، فعندئذ يجب الاتجاه إلى بعض السجلات أو البيانات الماضية حول هذا السلوك، وبالتالي استخدام الملاحظة غير المباشرة.

هـ . **الملاحظة باستخدام العنصر البشري والملاحظة بالمعدات:** يمكن أيضا أن تتم الملاحظة عن طريق الأفراد، أي تعتمد فقط على العنصر البشري أي عن طريق الملاحظين. كما يمكن أن تتم ميكانيكيا عن طريق الأدوات أو الأجهزة الميكانيكية أو الإلكترونية، مثال ذلك الملاحظة باستخدام دوائر التلفاز المغلقة أو باستخدام أشرطة الفيديو، أو باستخدام آلات التصوير أو باستخدام الساعات الميكاتية. إنّ مثل هذه الأدوات يمكن أن تساعد على دراسة السلوك بتأني وبدقة أكثر عن طريق إعادة رؤية الفيلم أو الصور أكثر من مرة، وتستخدم في الوقت الحاضر الملاحظة الميكانيكية والالكترونية على نطاق واسع في دراسة وتفسير سلوك المستهلك.

ثالثا . التجربة العلمية:

تعد التجربة العلمية وسيلة البحوث التجريبية لجمع البيانات، بمعنى أن إجراء البحث التجريبي يعتمد على تصميم التجربة العلمية. فالتجربة العلمية هي "تلك التدابير أو الترتيبات المحكمة والتي يتدخل فيها الباحث عن قصد مسبق في كافة الظروف المحيطة بظاهرة أو نشاط تسويقي محدد.

وإنّ جوهر هذه الطريقة يكمن في أنّها تتم من خلال التغيير المقصود من قبل القائم بالتجربة للعناصر المتعددة المكونة للظاهرة المدروسة، وذلك لمعرفة النتائج الحاصلة عن تغيير كل من هذه العناصر. فالأسلوب التجريبي يعتبر من أفضل الأساليب الخاصة بجمع البيانات ذات الطبيعة التفسيرية، أي إثبات العلاقة السببية بين بعض المتغيرات. فاستخدام التجارب يسمح للباحث أن يتحرى

التغير الذي يحدث في أحد المتغيرات كالمبيعات مثلا والذي يمكن التحكم فيه. إذن يمكن القول أن الباحث يلجأ إلى هذا النوع من أساليب جمع البيانات عندما يكون الهدف من البحث هو الحصول على بيانات تفسر علاقة أحد المتغيرات المستقلة بالمتغير التابع (المشكلة محل الدراسة). و جدير بالذكر أن أسلوب الملاحظة والاستقصاء يمكن استخدامها أثناء إجراء التجربة. والتجربة العلمية تتم من خلال خطوات محددة، ويمكن إبراز هذه الخطوات بإفترض المثال التالي: "قياس أثر الإعلان على مبيعات مؤسسة معينة!"

أ. القيام بتحديد الظاهرة موضع البحث وتحديد المشكلة تحديدا تاما.

ب. القيام بدراسة المجتمع دراسة شاملة وتحديد خصائصه التي تؤثر على موضوع البحث.

ج. القيام باختيار نوع وحجم العينة بالنسبة للمجتمع المطلوب دراسته، وتحديد الغرض من الدراسة.

د. القيام بتوزيع عدد المفردات على كل من المجموعتين القياسية والتجريبية، بشرط أن تكون كل منها مماثلة للأخرى تماما.

هـ. القيام بتسجيل قيمة المبيعات قبل إجراء التجربة (قياس أثر الإعلان على مبيعات المؤسسة في المجموعة القياسية والمجموعة التجريبية).

و. القيام بتنظيم حملة إعلانية على منتجات المؤسسة بالنسبة للمجموعة التجريبية.

ز. القيام بتسجيل قيمة المبيعات بعد إجراء التجربة على المجموعة التجريبية، وكذلك في المجموعة القياسية بعد انقضاء فترة كافية.

ح. القيام بتحديد الفرق بين القياسين.

ط. القيام بتحديد درجة معنوية الفروق، باستخدام المعادلات الإحصائية مع ملاحظة أن المجموعة التجريبية هي التي تقوم بعرضها للمتغير التجريبي.

ثانيا: والقيام بالبحث الميداني

بعد انتهاء من الخطوات السابقة الخاصة بتحديد مجتمع البحث ونوع وحجم العينة وكذا أسئلة جمع البيانات وتصميم القوائم الاستقصاء، يتم تجميع المعلومات من المفردات الخاصة للعينة وقد يكون في هذه الحالة المستهلكين الموزعين، أصحاب الخبرة... الخ، ويراعي في هذه المرحلة وجود مقابلين متدربين على المجالات المختلفة التي تغطيها الدراسة ، وذلك في حالة إتباع أسلوب المقابلة الشخصية أو الملاحظة كوسيلة لجمع البيانات فلا ينبغي أن تطول فترة للدرجة التي إن تصبح فيها البيانات متقدمة أو قليلة النفع وربما تخدم أهداف البحث .

استخلاص النتائج وكتابة التقرير النهائي.

أولا: مراجعة البيانات وتبويبها وتحليلها

بعد القيام بتجميع البيانات تجري عملية مراجعتها وتدقيقها للتحقق من أنها كاملة ومستوفاة ولا يتخلل الإجابات أي تناقض، يثير الشك في صحة البيانات أو صدق من أدلى بها، وفيما يلي هذه المراحل التي تمر بها هذه الخطوة:

1. المراجعة والترميز:

عقب أن ينتهي الباحث من عملية تجميع البيانات، فإنه يقوم بتحويل هذه البيانات إلى شكل يمكنه من الإجابة على الأسئلة الخاصة بالبحث، وتتضمن عملية مراجعة البيانات القيام الباحث بفحص الأسئلة بغرض استعادة القوائم غير الكاملة أو تلك التي قام أفراد آخرون بالإجابة عليها بدلا من الأفراد المختارين من قبل الباحثين، كما تتضمن عملية المراجعة فحص درجة الاتساق في

إجابات الأفراد، كذلك تعالج عملية المراجعة تلك الأخطاء التي يمكن أن تكون قد حدثت أثناء عملية تجميع البيانات، مثل إجابة السؤال في غير المكان المخصص له في القائمة، وقبل أن يتم توزيع البيانات يكون من الأفضل القيام بتصنيفها إلى مجموعة ذات معنى للباحث، ويطلق على القواعد الخاصة بتصنيف البيانات وتسجيلها، وتحويلها إلى وسيلة التخزين، باسم الترميز وتؤدي عملية الترميز إلى تسهيل عملية تحليل البيانات باستخدام الحاسب الآلي أو يدوياً.

2. تحليل البيانات إحصائياً:

تحليل البيانات إحصائياً بإتباع بعض الأساليب التحليلية، مثل اختبار معنوية الفروض والارتباط... الخ، كما يستخدم المنطق أيضاً في تحليل البيانات أو يقوم الباحث بالاستفادة من البيانات التي تم جمعها وتحليلها في العديد من المجالات ، مثل تقدير الطلب في المستقبل واستخلاص العديد من المجالات ، مثل تقدير الطلب في المستقبل واستخلاص العديد من المؤشرات التي توضح ملامح السوق وقدرة المؤسسة على الاحتفاظ بحصة كبيرة منه عند تقديم منتجاتها.

ثانياً: وضع التوصيات وكتابة التقرير النهائي

نظراً لأن ال بحوث تستخدم بغرض مساعدة في اتخاذ القرارات المختلفة أو في تحديد الاستراتيجيات المناسبة، فإن الخطوة النهائية في البحث هي محاولة الباحث الإجابة على الأسئلة والمشاكل المطروح من جراء هذا البحث، ويتطلب ذلك قيام الباحث بتفسير النتائج التي توصل إليها البحث والتوصل إلى استنتاجات وتوصيات تخص القرارات المتعلقة بموضوع البحث، ثم تقديم تقرير نهائي قادراً على توصيل نتائج البحث بصورة فعالة.

1. التوصيات:

وهي الحلول التي يقترحها الباحث للمشكلة أو موضوع الدراسة في ضوء ما أسفرت عنه النتائج، مع بيان مميزات ومشكلات كل بديل والطرق التي يمكن استخدامها للتقليل من الآثار السلبية، أو أساليب التغلب عليها إن أمكن فلا يجب أن يكتفي الباحث بعرض حل معين أو حلول لمواجهة المشكلة بل لابد من تصور المشكلات والعقبات التي يمكن أن تواجه كل بديل وبيان كيفية التغلب على هذه العقبات كلما أمكن ذلك.

وعليه فالتوصيات ينبغي أن تكون:

أ. في صلب أهداف البحث.

ب. في صلب مشكلة البحث موضوع الدراسة.

ج. محددة وقابلة للتطبيق الفعلي على أرض الواقع.

د. عملية وممكنة.

هـ. أن يشترك المسؤولون في المؤسسة في وضعها.

و. مستندة على الأدلة والبراهين فهذا يشجع الإدارة العليا على الأخذ بها.

2. إعداد التقرير النهائي:

يعد التقرير النهائي الخطوة الأخيرة، وهو يتضمن الخطوات التي قام بإجرائها الباحث ثم النتائج والتوصيات التي توصل لها ويرفع التقرير إلى الجهة التي كلفته بإجراء هذه الدراسة ولا يتوقف العمل عند هذا الحد بل يجب التأكد من أن التوصيات قد خدمت المؤسسة وعملت على حل المشكلة.

ثالثا: المتابعة.

إن مهمة الباحث لا تنتهي بتقديم التوصيات و المقترحات، و ذلك أن بعض التوصيات قد تتطلب متابعة لكي يصار إلى تنفيذها بشكل جيد أيضا، قد تحتاج الإدارة العليا الباحث و فريق عمله لتفسير بعض التوصيات، خصوصا قبل تنفيذها، كما قد تحتاج الإدارة العليا الباحث لأغراض المشورة و إبداء الرأي.

فالمتابعة إذن هي عملية مواصلة الباحث لمهمته البحثية إلى أن يرى ثمار مجهوداته، و قد عادت بالنتفع على المشروع و على جمهور المتعاملين مع المشروع.