

محاضرة رقم 7: الاستبيان (الاستقصاء)

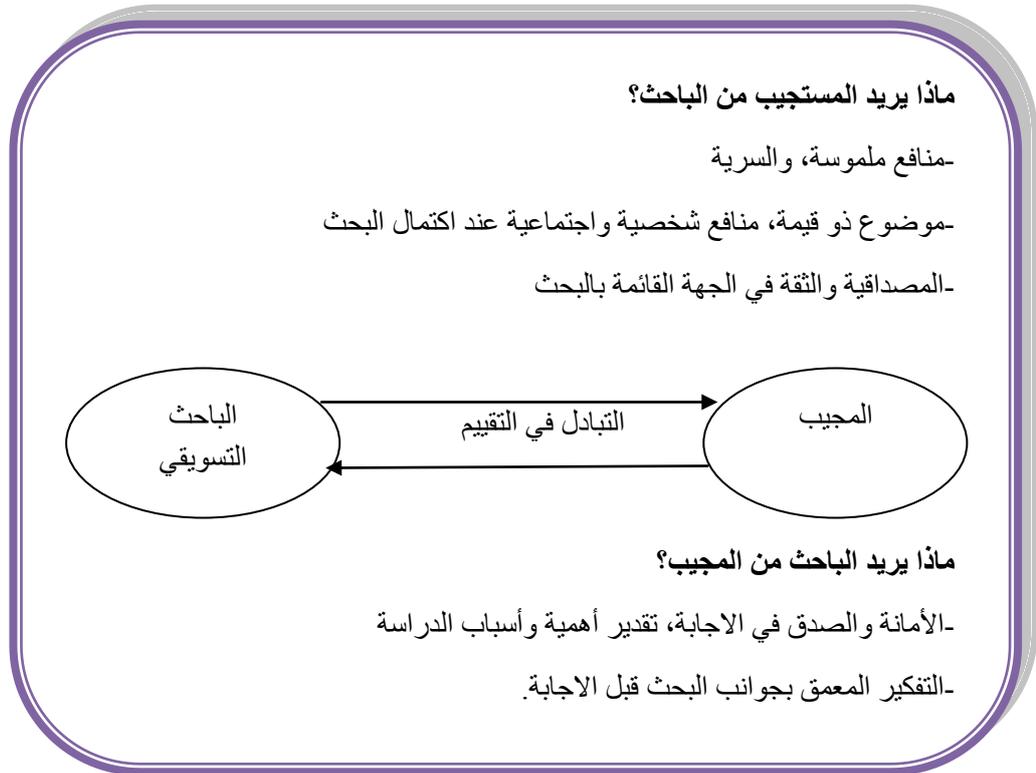
مقدمة:

يرى بعض الباحثين في مجال الدراسات والأبحاث بان أكثر من نصف البحوث التي أجريت في مجال التسويق قد استخدمت أة استندت للاستبيان كأساس في عملية جمع البيانات الأولية. وهذا يدل بشكل واضح على أهمية هذه الأداة واستخدامها في مجال البحوث العامة والتسويق منها بخاصة.

رابعاً: الاستبيان (الاستقصاء، الاستمارة)

هو أحد الأدوات المستخدمة في البحث باتجاه جمع البيانات الميدانية عبر مجموعة من الأسئلة تحتويها الاستمارة مخصصة لموضوع معين، وموجهة إلى مجموعة معينة من الأفراد، لاستخلاص إجاباتهم حول ما تهدف إليه الاستمارة والبحث أساساً. من جانب آخر فإن نجاح هذه الأداة واستخدامها في عملية جمع البيانات الأولية من الأفراد، يتأثر لحد كبير في جوانب مختلفة. ولعل من بينها هي عملية تشجيع المجيب على التعاون والتشارك بجدية في انجاز كافة المهام المتعلقة بإنجاح الاستبيان. والشكل التالي يوضح العلاقة التبادلية بين الباحث والمجيب:

الشكل رقم (01): القيم المتبادلة بين الباحث التسويقي والمجيب



1. مكونات الاستبيان: يتكون الاستبيان (الاستمارة، الاستقصاء) على عدد من العناصر التي تعبر كل جزء منها على هدف أو غرض معين

يتوافق مع استكمال الهدف العام والمتعلق باستحصاال البيانات واستطلاع الرأي للطرف المستهدف. وتتمثل هذه الأجزاء في:

✓ **المخاطبة:** وهي الصفحة الأولى في الاستمارة والتي تسمى بالغلاف، والتي تمثل مضمون الرسالة الموجهة من الباحث إلى المجيب والتي

تتضمن التعريف بعنوان البحث وأهدافه، والكيفية التي سيتم التعامل بها من المعلومات المجمع والغرض من ذلك. ويجب أن تكون صيغة

المخاطبة رسمية وتعتبر بلغة الاحترام والتقدير، مع الإشارة لأهمية إجابته وتأثيرها الإيجابي على البحث العلمي. و أهم هذه العناصر:

- اسم الجهة التي ينتسب لها الباحث.

- رقم الاستمارة توضع من قبل الباحث

- تاريخ ملئ الاستثمار
 - عنوان البحث الذي يقوم به الباحث وأهميته.
 - التأكيد على الدقة والموضوعية في الإجابة.
 - الإشارة إلى السرية التامة التي ستعامل بها البيانات المجمع، واستخدامها لغرض البحث العلمي فقط.
 - لتأكيد المصادقية وخلق الأمان لدى المستجيب لا بد كتابة اسم الباحث
 - ✓ **تعليمات الإجابة والتعريفات الإجرائية:** تتضمن تعليمات الإجابة بعض الإرشادات التي تساعد المستجيب في كيفية الإجابة، أما التعريفات الإجرائية فيقصد بها ما تعنيه بعض المصطلحات التي تم استخدامها والتي قد تكون غير واضحة القصد.
 - ✓ **الأسئلة التعريفية:** وتسمى بالأسئلة التمهيدية أو الباردة، لكونها تمثل تمهيد ابتدائي للمجيب للإجابة على بعض الأسئلة العامة التي تخص مجال عمله بالمؤسسة (معلومات تعريفية عن المؤسسة، معلومات تعريفية عن المجيب).
 - ✓ **الأسئلة الأساسية للاستبيان:** وتسمى بالأسئلة الحارة لكونها تتطلب التفكير العمق والتحليل لمضمون السؤال قبل الإجابة، فتعد الأسئلة الرئيسية التي يوجهها الباحث عبر الاستبيان للمجيب والتي تعبر عن جمع المعلومات المستهدفة. لا يفرض أن توضع جميعها بتسلسل لأنها ستؤدي إلى الملل والتعب ، بل توضع على شكل مجموعات كل واحدة تعبر عن متغير من متغيرات البحث واختبار لفرضية.
 - ✓ **الخاتمة:** هي تعبير عن انتهاء الاستثمار والتي تخصص بها مساحة مناسبة يمكن أن يشير بها الباحث في أن يترك حرية إبداء الرأي للمجيب حول أي ملاحظة عن الأسئلة يود الإشارة لها بما يعزز أو يعارض أو يضيف إلى ما ورد من أفكار. كما يمكن للباحث أن يعيد الشكر والتقدير للمجيب على حسن تعاونه في الإجابة على الأسئلة والتأكيد على سرعة إعادة الاستثمار . كما يمكن أن تضاف عبارة في هذه الخاتمة يشير بها الباحث إذا ما كان لدى المجيب رغبة في الحصول على نسخة من البحث أو النتائج التي تم التوصل إليها.
2. **الأطراف المشاركة في الاستبيان:** كما تم الإشارة إلى كون الغرض الرئيسي من اعتماد الاستبيان هو لجمع البيانات الميدانية واستخدامها كأساس ودليل لقياس رأي الأفراد المستهدفين حول موضوع البحث فإن الأمر يتطلب تحديد الأطراف المشتركة المكونة للاستبيان وهم:
- ✚ **الزبون:** هم أفراد المجتمع الذين يكونون بحاجة ورغبة إلى أن تكون هناك استجابة لما يريدونه (مجتمع البحث المرتبط بالمشكلة).
 - ✚ **الباحث (المستقصي):** هو الطرف (فرد أو قسم ضمن المؤسسة) الذي يقوم بإعداد وتصميم الاستبيان بهدف الحصول على البيانات التي يحتاجها.
 - ✚ **المقابل:** هو الشخص الذي يقوم بإجراء المقابلة مع المجيب قد يكون الباحث نفسه أو أي شخص آخر ينوب عنه ويمثله بشكل رسمي.
 - ✚ **المجيب (المستجيب، المستجوب، المستقصي منه):** هو الطرف المستهدف من البحث ومصدر البيانات التي سيعتمد عليها في التحليل واتخاذ القرار، والمجيب يمثل أحد أفراد العينة المبحوثة ويكون جزء من مجتمع البحث (الزبائن).
 - ✚ **معالج البيانات:** هو الفرد أو الفريق المكلف بإجراء العمليات المعتمدة على الحاسوب والبرامج المخصصة لذلك في معالجة البيانات المجمع من الاستثمار. وأن يتم ذلك بشكل كفؤ وبأدنى حد من الأخطاء التي ستعكس سلبا على النتائج التحليلية للبيانات، وعلى القرار.
3. **خطوات تصميم الاستبيان:** يمكن توضيح خطوات تصميم الاستبيان كالآتي:
- أ. **تحديد الهدف من المعلومات:** يجب أن يكون لدى الباحث قائمة تفصيلية بالمعلومات المطلوبة وأيضا تعريف واضح للمجيب. وتعتبر قائمة الاستقصاء بمثابة حلقة الوصل بين المعلومات المستهدفة والبيانات المطلوب جمعها.
 - ب. **تحديد الطريقة المعتمدة في جمع البيانات:** من الأشياء الرئيسية لأهداف المعلومات هو وصولها إلى الطرف المستهدف بشكل صحيح، وبالطرق التي تمكنها من جمع البيانات المطلوبة لخدمة أهداف البحث. وطالما كان الاستبيان هو المعتمد في جمع البيانات إلا أنه هناك طرق كثيرة تعتمد لجمع البيانات قد تكون مقابلة شخصية، استثمار عبر البريد التقليدي، استخدام التلفون.

- ت. متطلبات أهداف المعلومات: تتمثل هذه المتطلبات بتحديد الجوانب المادية، المالية والفنية القادرة على إخراج تصميم الاستبيان .
- ث. تطوير الأسئلة وتحديد شكل القياس: فوضع الأسئلة يتم على ضوء طبيعة المشكلة المبحوثة (الحالة التسويقية) وما تعبر عن فرضيات البحث من حلول افتراضية. وتتكامل الأسئلة المصاغة مع تحديد مستوى المقياس المعتمد وعلى الباحث أن يتخذ قرار التعامل مع الأسئلة والمقياس المعتمد على ضوء:
- لـ تحديد المجالات الرئيسية للأسئلة: يتمثل المجال في الشكل الذي يركز عليه السؤال ، وتتمثل في:
- ✓ الأسئلة الموجهة نحو السلوك: وهي الحقائق التي يعبر بها الفرد في تعاملاته مع حياته اليومية وتتمثل في السلوك المتحقق من الفرد كعادات وكميات الشراء، تفضيلات الشراء، مواقع التسوق التي يتعامل معها. فجميعها تعبر عن حقائق وليست آراء. وعليه فصيغة الأسئلة ستكون: هل لديك...؟ متى تسوقت...؟ من تعرف...؟
 - ✓ الأسئلة المتعلقة بالاتجاهات: يحمل الفرد العديد من الآراء والاعتقادات حول الأشياء التي يتعامل معها، سواء كانت منتجات أو أفراد أو مؤسسات أو أي مفردة، وبالتالي فهم يعبرون عن ما يحملونه (اتجاهاتهم) حول الأشياء التي يتعامل معها، وعليه فصيغة الأسئلة ستكون لماذا فعلت ذلك...؟ ماذا تعتقد بشأن...؟ ما هو تقديرك...؟ هل أنت موافق على...؟
 - ✓ الأسئلة المصنفة: وهي مجموعة الأسئلة التي يمكن تصنيفها على أساس نوع المعلومات المطلوب جمعها سواء عن الأفراد، المؤسسات تكون في الغالب هي تعبير عن الأسئلة التعريفية للمجيب. كتحديد الجنس، العمر، المستوى الدراسي....
 - لـ النماذج في صياغة الأسئلة: تتمثل بالطريقة التي يمكن اعتمادها في الاستبيان لصياغة الأسئلة، وقد يكون الاستبيان على نمط واحد من الأسئلة أو أكثر للبحث التسويقي، وتتمثل هذه الأشكال على وفق الصيغة التالية في الأسئلة:
 - ✓ الأسئلة المفتوحة: هي تلك الأسئلة التي توجه دون أن يكون هنالك تحديد مسبق من قبل الباحث للإجابة عليها، ويستطيع المجيب التعبير عن رأيه بحرية تامة.
 - ✓ الأسئلة المغلقة: تأخذ في الغالب صيغة الأسئلة المحددة والتي تكون أمام المجيب حرية اختيار ذلك الشيء أو الإجابة التي تعبر عن وجهة نظره، وتمتاز بسهولة وسرعة الإجابة عليها، وهي الأكثر شيوعا واستخداما في صياغة أسئلة الاستبيان ولها أشكال عديدة:
 - الأسئلة الثنائية (نعم، لا): هي الأسئلة التي تحتوي إجابتها على بديلين فقط.
 - أسئلة الخيارات المتعددة: بعد صياغة السؤال وتحديد توضع أمام المستجوب أكثر من إجابة، ولا تقل عن ثلاث إجابات.
 - الترتيب: يطلب من المستجيب أن يضع ترتيب للخيارات الموضوعه أمام السؤال وحسب درجة أهميتها من الأعلى إلى الأسفل.
 - التقدير: يطلب من المستجيب أن يضع نسبة مئوية أمام كل متغير (إجابة) للتعبير عن مستوى أهميتها في موضوع البحث. على أن يكون المجموع 100% وأن لا يتم استبعاد أي متغير منها في الإجابة عليه.
 - اختيار محدد: يطلب من المستجيب أن يختار عوامل ويحددها الباحث من بين مجموع العوامل.
 - ✓ أسئلة الصورة: تسمى الطريقة الإسقاطية، أي الفرد المستجيب يعبر عن رأيه أو ما يراه في الصورة المعروضة أمامه لكي يعطي رأي بها. بالتالي يعبر عما بداخله من أفكار ليسقطها في التعبير عنها من خلال الصورة.
 - ✓ أسئلة إكمال العبارات: توضع عدد من عبارات أو الجمل الناقصة والتي تدل على شئ معين ويطلب من المستجيب أن يكمل تلك العبارة.
- ج. تقييم الاستبيان: أي تحكيم الاستبيان من قبل عدد من الخبراء والمختصين لإبداء رأيهم ومقترحاتهم حول صياغة الأسئلة والفرضيات المطروحة وقدرتها على التعبير عن أهداف البحث. بما يعزز ذلك من موضوعية الاستمارة.

- ح. اختبار الاستبيان: تجرى عملية توزيع الاستبيان على عينة مختارة ومحددة من الأفراد والذين يمكن أن يمثلوا جزء من العينة المبحوثة، وذلك لاختبار الاستمارة من حيث فهم الأسئلة، اللغة المستخدمة، الإطالة أو الاختصار.....بغرض إجراء التصحيح المناسب عليها.
- خ. تنفيذ الاستبيان: هي الخطوة الأخيرة فالباحث أصبح جاهزا وقادرا على تحقيق أهداف البحث، و هذه الخطة ستليها خطوات أخرى تتعلق بجمع الاستبيانات وتفرغها ثم تحليلها لاستخلاص النتائج وتقديمها لمتخذي القرار.

4 - أسلوب الاستبيان: يعد أسلوب الاستقصاء من أكثر طرق جمع البيانات الأولية انتشارا، وذلك من خلال المقابلات الشخصية مع الأفراد، أو البريد أو الهاتف أو الانترنت.

لـ الاستبيان من خلال المقابلات الشخصية : المقابلة الشخصية هي مقابلة مباشرة بين المستقصى والمستقصى منه، يقوم المستقصي بتوجيه الأسئلة من الاستمارة مباشرة إلى المستقصى منه، ويسجل الإجابات فورا .

لـ الاستقصاء عن طريق الهاتف: يعد الهاتف من أفضل أساليب جمع البيانات من حيث السرعة، ويتميز بمرونة عالية بالمقارنة مع أسلوب البريد، يستطيع المستقصي شرح الأسئلة الصعبة أو يتخطى أسئلة أخرى، أو يتحقق من بعض الإجابات، ويستطيع المستقصي التحدث بمودة مع المستقصى منه، ولكن الاستقصاء الهاتفي يواجه صعوبات تتعلق بعدم رغبة بعض الأشخاص بمناقشة المسائل الشخصية، أو عدم رغبتهم بالإجابة عن الأسئلة، وكذلك قد يسجل المستقوصون المختلفون إجابات مختلفة عن السؤال نفسه، وأخيرا تكاليف الاستقصاء الهاتفي أعلى من تكاليف الاستقصاء البريدي.

لـ الاستقصاء البريدي: يرسل الباحث قوائم الأسئلة بواسطة البريد إلى المستقصى منهم، وبعد أن يجيب المستقصى منهم على الأسئلة يعيدونها إلى الباحث بالبريد أيضا ، يوفر الاستقصاء البريدي إمكانية جمع بيانات كثيرة عند مستوى منخفض من التكاليف لكل مستقصى منه .وغالبا تكون هذه البيانات صحيحة لأنه لا يوجد مستقصى يؤثر في طريقة الإجابة عن السؤال .

لـ الاستقصاء عن طريق الانترنت: تستخدم حاليا الانترنت بشكل متزايد لجمع بيانات الاستقصاءات، وفي استقصاءات الشبكة (الانترنت)، يمكن نشر استمارات الاستبيان على موقع الويب بالمؤسسة أو إرساله الكترونيا إلى عينة من الأفراد، وتعد السرعة وانخفاض التكلفة أهم ميزتين لهذه الأداة، ويمكن إجراء استقصاءات الشبكة (الانترنت)بسرعة أكبر من الطرق الأخرى.

حملتك التسويقية لن تنجح دائما من أول مرة حتى لو كانت كاملة من وجهة نظرك

سيث جودين