

## جمع البيانات بواسطة الاستبيان في الدراسات الميدانية لشعبة العلوم التجارية

### **Data collection by questionnaire in field studies for Commercial Science Division**

عبد الحكيم عاشور<sup>1\*</sup>، الحاج العمري<sup>2</sup>

<sup>1</sup> جامعة البويرة (الجزائر)، a.achour@univ-bouira.dz

<sup>2</sup> جامعة البويرة (الجزائر)، h.lamri@univ-bouira.dz

تاريخ النشر: 2024/06/30؛

تاريخ القبول: 2024/06/24؛

تاريخ الاستلام: 2024/02/16؛

#### ملخص:

هذه الورقة تسلط الضوء على تقنيات جمع البيانات في الدراسات الميدانية لشعبة العلوم التجارية، والتي تعتمد أساسا على الاستبيان بشقيه الورقي والالكتروني مع التنبيه إلى بعض الأخطاء الشائعة الموجودة في مذكرات الماستر وأطروحات الدكتوراه التي لاحظناها أثناء المناقشة، هذه الأخطاء من جهة تعلقت بالاستبيان في حد ذاته من خلال عدم صياغة أسئلته بشكل جيد أو من خلال عدم اختيار سلم ليكرت المناسب، ومن جهة أخرى ما تعلق بالمفاضلة بين الاستبيان الورقي أو الالكتروني. كل هذا أثر إلى حد بعيد في مخرجات هذه الدراسات. فمن النتائج المهمة المتوصل إليها في هذه الورقة هو اختيار أسلوب جمع البيانات الأنسب مع اختيار أسلوب المعاينة الأنسب (المقابل له) سيعطينا حتما نتائج دقيقة وموثوقة إلى حد بعيد، وفي مقابل ذلك عدم اختيار الأسلوب المناسب سيعطينا نتائج خاطئة و/أو مزيفة، وبالتالي ما يبني عليها من تحليل فهو خاطئ و/أو مضلل.

الكلمات المفتاحية : جمع البيانات ؛ المسح الشامل ؛ أسلوب المعاينة ؛ الاستبيان الورقي ؛ الاستبيان الالكتروني.

تصنيف JEL : C81 ؛ C83 ؛ C83 ؛ C83 ؛ C89 ؛ C89

#### Abstract:

*This paper sheds light on the techniques of data collection in field studies for Commercial Science Division, which depends mainly on the questionnaire in both paper and electronic with attention to some common mistakes found in master's dissertation and doctoral theses that we noticed during the discussion, these mistakes on the one hand related to the questionnaire itself by not formulating its questions well or by not selecting the appropriate Likert scale, and on the other hand related to the trade-off between the paper or electronic questionnaire.*

*All this has greatly influenced the outcomes of these studies. One of major results in this paper is the selecting the most appropriate data collection method with the most appropriate sampling method will inevitably give us accurate and reliable results to a large extent, while not selecting the appropriate method will give us false and/or spurious results, and therefore the analysis on which it is based is wrong and/or misleading. Through this paper, we have presented most of these mistakes and the corresponding correction, and we have presented everything related to the questionnaire, through which any student will be able to perfect the collection of his data in the appropriate method and from the appropriate source.*

**Keywords:** data collection ; survey ; sampling method ; paper questionnaire ; electronic questionnaire

**Jel Classification Codes :** C81; C81; C83; C83; C89; C89

\* عبد الحكيم عاشور.

تعتبر جمع البيانات أمراً مهماً وحاسماً في عملية البحث العلمي، وهي تتطلب التخطيط الجيد والدقة والمنهجية لذلك، إذ يجب على الباحث أن يحدد الهدف الرئيسي للبحث ومتغيرات الدراسة المراد قياسها، واختيار الأساليب والأدوات الأكثر مناسبة لجمع البيانات، وتحديد عينة تمثل المجتمع المستهدف بدقة، وتنفيذ عملية جمع البيانات، وتحليلها بالشكل الصحيح.

فنجد العديد من الطرق والأدوات لجمع البيانات المتاحة للباحث، ولكن كل طريقة تختلف عن الأخرى سواء من ناحية طريقة تجسيدها أو من ناحية مدى دقة وكمية المعلومات التي يتم جمعها بواسطتها، فهناك طرق قد تكون مناسبة أكثر في حالات معينة وبالتالي تعطي نتائج غنية ودقيقة وقد لا تكون مناسبة وفي هذه الحالة تعطي نتائج غير دقيقة وتكون غير مفيدة للباحث، لذلك لابد للباحث من تحديد واختيار الأسلوب الأمثل وبشكل دقيق.

إن جمع البيانات في الدراسات الميدانية وخاصة في قسم العلوم التجارية (تخصص تسويق الخدمات) تكون بشكل أساسي من المصادر الأولية، فكل طالب أو باحث يجمع بياناته من مجتمع الدراسة المستهدف أو من خلال اختيار عينة فقط في حالة ما إذا تعذر أو استحال عليه الوصول لكل وحدات المجتمع المستهدف.

إذا من خلال المسح الشامل أو المعاينة يقوم الطالب أو الباحث بجمع بياناته الأولية، وللقيام بذلك يجد أمامه عدة أساليب تمكنه من ذلك كالملاحظة والمقابلة والاستبيان. وهذا الأخير يعد من بين الأساليب الأكثر استعمالاً وشيوعاً، حيث تجمع كل الأسئلة المتعلقة بالموضوع والهدف منه، ومن ثم يتم توزيعه ورقياً أو إلكترونياً وإعادة استرجاعه في مدة زمنية محددة.

ولكن ما لاحظناه بعد مناقشة العديد من مذكرات التخرج وكذا أطروحات الدكتوراه في العلوم التجارية، خاصة تلك التي اعتمدت على الاستبيانات الإلكترونية (الورقية بدرجة أقل)، رأينا أنه من الضروري إعداد هذه الورقة لتصحيح بعض الأخطاء التي تكررت فيها، وتصبح كدليل منهجي مختصر يساعد الطلبة في اختيار أسلوب جمع البيانات الذي سيتناسب مع أسلوب المعاينة الأمثل فيما بعد، واختيار أسلوب تحليل البيانات المناسب أيضاً ستكون مخرجات الدراسة دقيقة وموثوقة.

## أ. إشكالية البحث:

وعليه فالإشكالية التي سنحاول الإجابة عليها من خلال هذا البحث تتركز أساساً في التساؤل العام التالي:

### كيف يتم جمع البيانات في الدراسات الميدانية لشعبة العلوم التجارية؟

ويتفرع من التساؤل العام التساؤلين الجزئيين التاليين:

1. ماهي التقنيات المناسبة في جمع البيانات للدراسات الميدانية لشعبة العلوم التجارية؟ وما هو الهدف من الاستبيان؟
2. كيف يمكن تدارك وتصحيح الأخطاء الشائعة في صياغة الأسئلة الواردة في الاستبيان بشقيه الورقي والإلكتروني خاصة عند إجراء الدراسات الميدانية لشعبة العلوم التجارية؟

## ب. أهداف وأهمية البحث

نهدف من خلال هذا البحث إلى ما يلي:

1. تسليط الضوء على تقنيات وأدوات جمع البيانات في الدراسات الميدانية لشعبة العلوم التجارية،
2. إبراز مجمل الأخطاء الشائعة الموجودة في الاستبيان بشقيه الورقي والالكتروني الواردة في مذكرات الماجستير وأطروحات الدكتوراه أثناء المناقشة ومحاولة إبراز الأساليب المناسبة لتجنب الوقوع فيها مستقبلا لدى طلبة شعبة العلوم التجارية،
3. عرض كل ما يتعلق بالاستبيان والذي بدوره سيتمكن من خلالها أي طالب من إتقان جمع بياناته بالأسلوب المناسب ومن المصدر المناسب.
4. محاولة توجيه طلبة الماجستير في شعبة العلوم التجارية وحتى طلبة الدكتوراه إلى حسن التعامل مع الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات الأولية التي تتطلبها دراساتهم الميدانية.

## ت. محاور البحث.

للإجابة على الاشكالية المطروحة وتحقيقاً لأهداف الدراسة قمنا بتقسيم هذا البحث الى محورين أساسين يتمثلان فيما يلي:

1. البيانات، أنواعها، مصادرها ومقاييسها.
  2. تقنيات جمع البيانات بواسطة الاستبانة.
- لمناقشة جميع جوانب الموضوع سنحاول في المحور الأول تقديم عرض مبسط لمفاهيم عامة عن البيانات كما نحاول إبراز أهم أقسامها و سنتطرق في نفس المحور إلى أهم مصادر جمعها , كما سنعرض أيضا المقاييس الأساسية لها , أما في المحور الثاني سنستعرض من خلاله أبرز أهم تقنيات جمع البيانات بواسطة الاستبيان, وفي الأخير نختتم هذا البحث بخاتمة وبعض التوصيات.

## المحور الأول: البيانات، أنواعها، مصادرها ومقاييسها

### أولاً: البيانات:

تعتبر مرحلة جمع البيانات الخطوة الأساسية والحاسمة في إعداد أي بحث علمي فكلما تمكنا من جمع البيانات بطريقة صحيحة وسليمة كلما تحصلنا على نتائج دقيقة ومثالية لاتخاذ القرار الصائب ، وذلك لكون البحث العلمي يتميز بالموضوعية وعدم التحيز فمن الضروري إنجازها وفقاً لأسس وأساليب علمية محددة؛ حتى تتمكن في الأخير للوصول إلى حل المشكلة البحثية التي نقوم بدراستها.

فيمكن تعريف البيانات على أنها مجموعة المشاهدات والملاحظات والأرقام والآراء المتعلقة بظاهرة أو مشكلة معينة. فهي المادة الخام التي يستخدمها العقل في التفكير وعن طريق الربط بين أجزائها أو مقارنتها أو تقييمها قد ترقى معلوماًها إلى مستوي النظرية (نوال مجدوب, خيرة مجدوب, 2017, صفحة 72).

كما يمكن تعريفها أيضاً على أنها قيم المشاهدات للتجارب التي يجريها الباحث وكلما كانت دقيقة كلما كانت القرارات المتخذة بصددتها أكثر صدقاً (كامل فليل, فنجي حمدان, 2011, صفحة 11).

فتبرز أهمية البيانات في البحث العلمي باعتبارها بمثابة أساسية له وبدونها لا يمكن تحديد أبعاد المشكلة وأسبابها وطرق معالجتها بدقة للوصول إلى النتائج المرجوة وتحقيق أهدافه. كما تكسب الباحث قدرة علمية تجعله مؤهلاً للمراحل التالية في البحث العلمي.

### ثانياً: أنواع البيانات

تنقسم البيانات إلى قسمين رئيسيين ويوجد قسماً ثالثاً والذي هو مزيج من النوع الأول والثاني وتعرف بالبيانات المختلطة. سنتطرق في هذا المقال إلى هذين النوعين الرئيسيين، فكل الطرق والأساليب والأسئلة المستخدمة لجمع البيانات ستكون نتائجها أحد هذه الأنواع.

#### 1. البيانات الكمية :

تشمل كل ما هو معدود وتسمى منفصلة ومتصلة ماعدا ذلك، (Illowsky & Susan , 2013, p. 10)

وتتميز البيانات الكمية ببعض الميزات والحقائق منها (مقبطرف، 2017):

- 1- هذا النوع يتطلب استخدام التحليل الاحصائي للخروج بمعلومات مفيدة.
- 2- في هذا النوع من البيانات تستطيع تحديد المتغيرات وأيضاً تستطيع دراسة العلاقة بينها.
- 3- تستطيع تحويل بعض البيانات النوعية الى بيانات كمية من خلال عددها وجمعها.
- 4- غالباً ما ينظر إلى هذا النوع من البيانات على أنها أكثر موضوعية لتحليل البيانات.
- 5- يمكن جمعها بالعادة من خلال الاستبيانات أو الأسئلة المباشرة، وغالباً تعرض نتائج هذا النوع من البيانات على شكل رسوم بيانية.

#### 2. البيانات النوعية أو إسمية :

البيانات النوعية أو إسمية في أغلب الحالات لا يمكن تمثيلها بالأرقام. فهي تمثل بنصاً باللغة الطبيعية. كما تجمع من خلال الأسئلة السلمية للكثرة. ومن المهم جدا معرفة الباحث لنوع البيانات التي يحتاجها بحثه في البداية من أجل معرفة مصدرها واختيار مقياسها المناسب والذي ستتكم عنه فيما بعد.

### ثالثاً: مصادر البيانات

يتم تحديد نوع البيانات المطلوبة لجمعها اعتماداً على تصميم البحوث العلمية، فالبيانات يتم جمعها من مصدرين اثنين، مصدر أولي و/أو مصدر ثانوي وهذا بحسب الحاجة والضرورة التي يتطلبها كل موضوع وكذا الهدف منه.

1. **البيانات الأولية:** والتي يتم جمعها من قبل الباحث، أي بيانات خاصة به كالتالي تجمع من توزيع استبيان محكم. , أو هي البيانات التي يتم جمعها من قبل الباحث لأول مرة, وتجمع هذه البيانات لأغراض محددة, وتتصف بالعديد من المزايا منها حداثةها, وارتباطها بمشكلة البحث, والعيب الأساسي لها هو ارتفاع تكلفتها كما تحتاج الى وقت أطول (الوادي و الزعي, 2011, صفحة 42).

2. **البيانات الثانوية:** هي بيانات جاهزة تم جمعها مسبقاً من جهات أخرى متخصصة, وتم ادراجها في قواعد بيانات (Anderson; Sweeney; Cam, Williams; Cochran, 2015, p. 13) ,

هذه الجهات قد تكون حكومية مثل الوزارات أو الديوان الوطني للإحصاء, أو قد تكون خاصة مثل معاملي الهاتف النقال في الجزائر مع مراعاة شرط موثوقية البيانات المقدمة من هذه الجهات (بدرجة أكبر الخاصة) وجودتها.

وتعرف أيضا بأنها تلك الإحصاءات التي لم يتم جمعها من أجل الدراسة ولكن تم جمعها لأغراض أخرى كالنشر المحلي أو العالمي (دعسي، منهجية البحث العلمي في التربية والعلوم الاجتماعية، 2015، صفحة 200).

ومن مزاياها أنه يتم جمعها بسرعة مقارنة بالبيانات الأولية كما تتميز بوفرهما وهي تشمل العديد من المواضيع والجوانب المختلفة التي تساعد الباحث في دراسته.

**مع التنبيه إلى أنه بعد جمع البيانات وقبل البدء بتحليلها لا بد من معالجتها جيدا من خلال التنقيب فيها وتنظيفها خاصة إذا كانت مجمعة من مصادر متنوعة. وهذا ليس موضوع بحثنا لأنه موضوع يحتاج ورقات بحثية في حد ذاته.**

#### رابعا: مستويات القياس

إن معرفة الباحث لنوع البيانات وعدم ارتكاب أي خطأ عند قياسها سيجنبه الكثير من المشاكل الإحصائية المعروفة عند تحليلها ومعالجتها، كما أن المقاييس تختلف من مستوى إلى آخر بناءً على المعالجة الحساسة التي يمكن تطبيقها على الأرقام التي ينتجها كل مستوى .

فأول المقاييس هو المقياس الإسمي الخاص فقط بالبيانات الكيفية أو الوصفية أو النوعية والتي لا يمكن بأي حال من الأحوال أن يكون لترتيبها معنى.

ثاني المقاييس هو المقياس الترتيبي وهو ويختلف عن الإسمي في كون الترتيب له معنى جد مهم بالإضافة إلى تحقيقه لخصائص المقياس الإسمي، فعلى سبيل المثال في سلم ليكرت الخماسي (والذي سنتكلم عليه في المحور الثاني) للترتيب والتسميات من غير موافق بشدة إلى موافق بشدة معنى مهمان جدا.

أما ثالث المقاييس هو مقياس الفترة الذي يهتم بترتيب المتغيرات إضافة إلى قياس المسافة بينها. (Illowsky & Susan , 2013, p. 27)

وأخيرا مقياس النسبة خاص بالمتغيرات الكمية " يتم تعريف مقياس النسبة على أنه مقياس قياس متغير لا ينتج فقط ترتيب المتغيرات ولكن أيضاً يصنع الفرق بين المتغيرات المعروفة جنباً إلى جنب مع المعلومات حول قيمة الصفر الحقيقي. يتم حسابه بافتراض أن المتغيرات لها خيار للصفر، والفرق بين المتغيرين هو نفسه وهناك ترتيب محدد بين الخيارات (Shaikh، 2023).

#### المحور الثاني: تقنيات جمع البيانات بواسطة الاستبانة

يتم جمع البيانات من أفراد العينة التي تم اختيارها وتحديد حجمها مسبقا بطرق عديدة كالاستبيان والمقابلة والوثائق، (القحطاني، 2015، صفحة 35) ونحن هنا سنركز على الاستبيان بشكل كبير، لكون حل الدراسات سواء في مذكرات الماجستير أو أطروحات الدكتوراه تستند على الاستبيانات في شقها التطبيقي سواء بشكل رئيسي أو بشكل تدعيمي، مع التنبيه إلى أنه يمكن استخدام عدة طرق لجمع البيانات في البحث نفسه. (القحطاني، 2015، صفحة 35)

إذاً الباحث أمامه عدة أدوات تمكنه من جمع البيانات الأولية لموضوع دراسته، فمثلا يمكنه استخدام المقابلة التي يتحتم عليه استخدامها في بعض الحالات، كدراسة ميدانية لواقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مؤسسة خدمية عمومية معينة في ولاية ما، فهنا يمكن للباحث مقابلة مسؤول معين يمثل هذه المؤسسة ويجمع البيانات التي يحتاجها منه، غير أننا سنتكلم فقط عن الاستبيان الذي يستخدم على نطاق واسع إن لم نقل في كل الدراسات الميدانية في شعبة العلوم التجارية، نظرا للاعتقاد السائد بأنه الأداة الأمثل لجمع بيانات دقيقة من العينة المحددة.

## أولاً: مفاهيم حول الاستبانة

يعتبر الباحث **Francis Galton** أول من قام بوضع إستمارة تتضمن مجموعة من الأسئلة حول موضوع معين خلال فترة محدد ، بغية جمع المعلومات من المستجوبين في الدراسة الميدانية لظاهرة ما أو مشكلة معينة كعرفة توجهات الناخبين مثلاً ، ويتم تحليل بيانات الاستمارة المطروحة للخروج بنتائج معينة عن هذه الظاهرة .

### 1- تعريف الاستبيان:

الاستبيان هو مجموعة من الأسئلة المتسلسلة والمختلفة المصاغة من الباحث (ومحكمة من مجموعة من المختصين) في موضوع البحث هدفها جمع القدر المطلوب من البيانات.

ويعرّف الاستبيان طبقاً لما حدده قاموس وبستر Webster بأنه مجموعة من الأسئلة لتقديمها لعدد من الأشخاص للحصول على البيانات (أحمد أنور بدر، ناريمان، و إمتولي، 2013، صفحة 62).

كما يعرف أيضاً بأنه أداة للحصول على الحقائق وتجميع البيانات عن الظروف والأساليب القائمة بالفعل ويعتمد على إعداد مجموعة من الأسئلة ترسل لعدد كبير نسبياً من أفراد المجتمع حيث ترسل هذه الأسئلة عادة لعينة ممثلة لجميع فئات المجتمع المراد فحص آرائها (عبدالرؤوف والمصري، 2017، صفحة 154).

ويعرّف الاستبيان أيضاً بأنه مجموعة من الأسئلة المصممة لجمع أكبر قدر من البيانات اللازمة عن المشكلة أو الظاهرة محل البحث لتحقيق الأهداف الأساسية للبحث (الطيب، 2020، صفحة 22).

و للاستبيان مجموعة من الأهداف إذ يهدف أساساً في جمع البيانات والمعلومات، وكذا المساعدة في اكتشاف جميع الحقائق المتعلقة بظاهرة الدراسة. كما يعمل على تسهيل تواصل الباحث مع جميع أفراد عينة الدراسة، وبالتالي سهولة جمع البيانات. كما يساهم أيضاً في توفير وتحديد المتغيرات الخاصة بالدراسة.

### 2- خطوات ومراحل اعداد الاستبانة:

هناك عدد من الخطوات الضرورية التي يجب على الباحث اتباعها في إعداد الاستبيان وسنلخصها في المراحل الآتية:

- تحديد موضوع والأهداف الأساسية للبحث: تعد خطوة أساسية في تصميم الاستبيان فيجب قبل كل شيء تحديد أهداف الاستبيان لحل مشكلة البحث وكذا تحديد موضوعه وإدراج كل ما هو مطلوب من غرض تصميمه ليتسنى جمع البيانات اللازمة لذلك من قبل العينة المستهدفة .
- تحديد مجتمع البحث و العينة المراد استهدافها: يجب أن تحدد جيداً العينة الخاصة بالدراسة، ولا بد أن تكون العينة مناسبة تماماً لموضوع البحث، مع تحديد حجمها ،
- تصميم الاستبيان : في هذه الخطوة نقوم بترجمة وتحويل أهداف الدراسة الى مجموعة من الأسئلة ،مدرجة في محاور رئيسية تضمن الامام بكل جوانب الدراسة ، وذلك للحصول على استبيان يحقق الغرض منه،
- تحكيم الاستبيان :تعرض الاستمارة في هذه الخطوة على مجموعة من الخبراء أو الباحثين ذوي الخبرة من أجل تصحيحها أو اعطاء بعض التوصيات والنصائح أو اضافات حول طريقة تصميم الاستبيان ليكون في صورته النهائية ويكون ملائم لجمع البيانات أو المعلومات الخاصة بالدراسة.

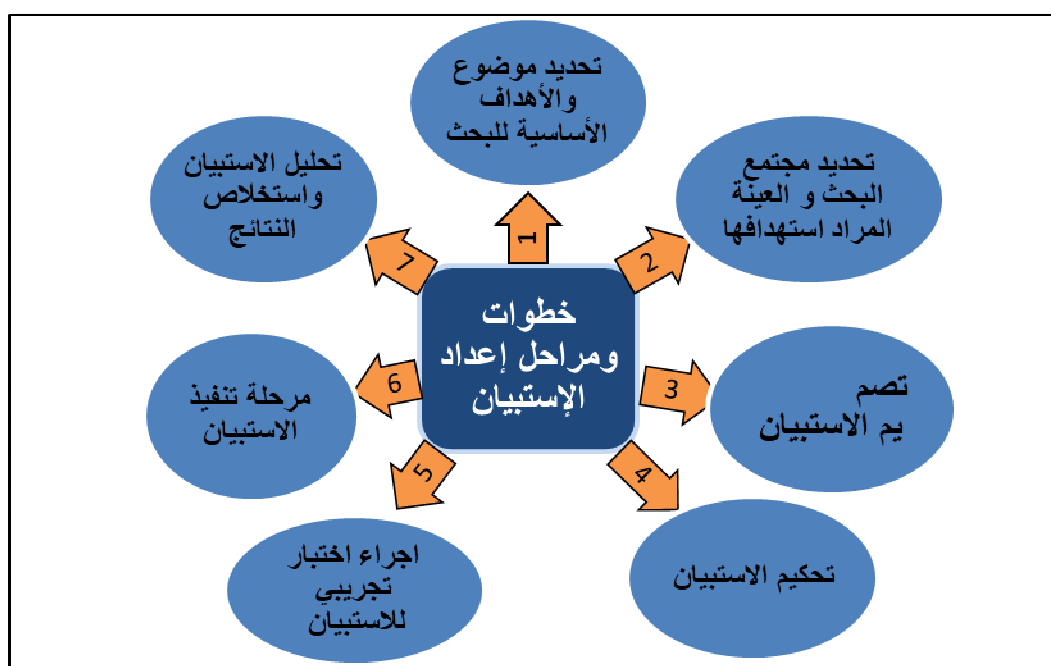
– اجراء اختبار تجريبي للاستبيان : في هذه الخطوة يقوم الباحث بتجريب الاستبيان على مجموعة من أفراد العينة الخاصة بالدراسة(عينة استطلاعية)، والغرض من ذلك هو معرفة كيفية تفاعل افراد العينة مع الاستبيان وكذا معرفة هل هناك غموض أو اسئلة لا يستجيبون معها لتصحيحها و استبدالها.

– مرحلة تنفيذ الاستبيان: بعد إجراء التعديلات المناسبة على الاستبيان على ضوء ملاحظات المحكمين أو الملاحظات المستنبطة من اختباره, يقوم الباحث بالبدء في إجراء الاستبيان من خلال توزيع كافة الاستمارات إذ كان ورقي أو ترسل في البريد الالكتروني إن كان استبيان الكتروني على أفراد عينة الدراسة، وبعدها يقوم الباحث بجمعها بعد مراجعة سريعة للأجوبة.

– تحليل الاستبيان واستخلاص النتائج: تعد هذه المرحلة ايضا اساسية لأنها تسمح بالإجابة على اشكالية البحث, وهنا يقوم الباحث بترميز الأجوبة وكذا ادخالها إلى الحاسوب باستخدام البرمجيات المناسبة, ثم تحليلها واستخلاص النتائج.

الشكل الموالي يمثل أهم خطوات ومراحل اعداد الاستبيان:

شكل رقم (01) خطوات ومراحل إعداد الاستبيان



المصدر: من إعداد الباحثين

ثانيا: أنواع أسئلة الاستبيان

أسئلة الاستبيان ينقسم إلى عدة أنواع , وسنتطرق في هذا الصدد إلى بعض الأنواع الرئيسية وهي:

### 1. الأسئلة المغلقة

والتي تكون الإجابة عليها محددة من طرف المستجوب وهي انواع:

أ. الأسئلة المغلقة ثنائية الاختيار: وهي الأسئلة التي تتيح للمستجوب الإختيار بين إجابتين فقط نعم/لا أو موافق/غير

موافق، وكمثال عن ذلك:

هل تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يومي؟

- نعم ( ) - لا ( )

ب. الأسئلة المغلقة متعددة الاختيار: وهي الأسئلة التي تتيح للمستجوب إختيار إجابة واحدة أو أكثر من بين مجموعة من الخيارات المطروحة من قبل صاحب الاستبيان وكمثال عن ذلك:

نظرك ماهي الخدمات في تطبيق بريدي موب التي تعتبرها ممتازة؟

- تعبئة الهاتف 2- تسديد فواتير الانترنت 3- تسديد فاتورة الكهرباء 4- تحويل الأموال 5- كشف الراتب

ت. الأسئلة المغلقة المدرجة أو السؤال المغلق الترتيبي: يقترح على المستقصي منه مجموعة من الإجابات ويطلب منه ترتيبها وفقا لأهميتها بالنسبة له أو وفقا لتفضيله، وهذا بشكل تصاعدي أو تنازلي. وكمثال توضيحي على ذلك:

رتب ترتيبا تصاعديا من الأحسن إلى السيء لخدمات بريدي موب وذلك بإعطاء رقم من 1 إلى 5؟.

تعبئة الهاتف ( ) تسديد فواتير الانترنت ( ) تسديد فاتورة الكهرباء ( ) تحويل الأموال ( ) كشف الراتب ( )

ومن أهم إيجابيات الاسئلة المغلقة نذكر منها (خيري و بومامي، 2019، صفحة 190) :

- تمكن الباحث من المقارنة بسهولة وذلك لوجود اجابات محددة وموحدة، كما تسهل عليه تصنيف وتبويب البيانات وهذا ما يوفر له الجهد والوقت.

- تتسم بارتفاع نسبة الردود على الاستبيان.

ومن أهم عيوب الاسئلة المغلقة نذكر منها:

- عدم وجود حرية للمستقصي منه لوجود اجابات محددة .

- قد تكون الاجابات المقترحة لا تناسب اجابات المستقصي منه.

- قد تكون الاجابات المقترحة للسؤال غير كافية للإجابة عليه.

## 2. الأسئلة المفتوحة

يسمح هذا النوع من الأسئلة للمستقصي منه حرية الإجابة على الاسئلة المطروحة بأسلوبه الخاص وبتعبيره دون أن يقيد بإجابة محددة وبديلة. وكمثال على ذلك:

- ماهي النصائح التي يمكن تقديمها من أجل تحسين خدمة الايواء في الجامعة؟

ومن أهم إيجابيات الاسئلة المفتوحة نذكر:

- توجد للمستقصي منه الاجابة على الاسئلة بكل حرية وبتعبيره الشخصي.

- تستخدم هذه الانواع من الاسئلة في حالة عدم حصر الاجابات المقترحة لكثيرها لدى الباحث او في حالة قلتها.

ومن أهم إيجابيات الاسئلة المفتوحة نذكر منها:

- نسبة الردود على الاستبيان تكون قليلة .

- يصعب تصنيف وتبويب البيانات وأيضا صعوبة تحليلها.

- تتسم هذه الانواع من الاسئلة بصعوبة المقارنة بين الاجابات لكونها غير محددة وموحدة.

## 3. الأسئلة المختلطة (مغلقة و مفتوحة معا)

هذا النوع من الأسئلة يقدم فيها الباحث للمستقصي منه سؤال مغلق في البداية ثم يتبعه سؤال مفتوح بترك مساحة فارغة

للمستقصي منه لإضافة اجابات أخرى. وكمثال على ذلك:



- هل منصة المودل للتعليم عن بعد هي الوحيدة التي تتصفحها من بين منصات التعليم عن بعد الاخرى؟

- نعم ( ) - لا ( )

إذا كانت إجابتك بلا فالرجاء ذكر أهم منصات التعليم عن بعد التي تتصفحها.....

### ثالثاً: سلام القياس

سلام القياس هي وسائل أو تقنيات تم وضعها لقياس اتجاهات ميول الناس نحو الظواهر والقضايا المختلفة وهي مجموعة من العبارات أو الأسئلة و اجابات لكل فئة منها وزن معين, وتتيح المقاييس وضع إجابات للمستجيبين, من أهم السلام المستعملة في القياس نذكر منها:

#### 1. مقياس ليكرت ( Likert Scale )

يتيح هذا المقياس للباحث للتعرف على مدى موافقة المستجوب لعبارات معينة ذات العلاقة بالظاهرة المدروسة, وهو إقتراح الباحث مجموعة من السلام ويقوم المستجوب بالإجابة عليها وذلك بتحديد مدى موافقته على هذه العبارات (حوشين ، محاضرات في مقياس سير الاراء مع أمثلة تطبيقية، 2019، صفحة 35) .

والجدول الموالي هو مثال لتوضيح أكثر حول مقياس ليكرت:

#### جدول رقم (01) : مثال حول مقياس ليكرت ( Likert Scale )

| العبارة  | غير موافق بشدة | غير موافق | محايد | موافق | موافق بشدة |
|--|----------------|-----------|-------|-------|------------|
| منصات التعليم عن بعد لها أثر كبير على النجاح الدراسي |                |           |       |       |            |

المصدر: من اعداد الباحثين

#### 2. مقياس ستيل ( Staple Scale )

في هذا المقياس يجيب المستجوب على العبارات وذلك بتقييمها ما إذا كانت ايجابية أو سلبية وذلك بخمس نقاط لكل منها. وللتوضيح أكثر نستعرض الجدول الآتي:

#### جدول رقم (02) : مثال حول مقياس ستيل ( Staple Scale )

| منصات التعليم عن بعد لها أثر ايجابي على النجاح الدراسي | -3 | -2 | -3 | -4 | -5 |
|--|----|----|----|----|----|
|  |    |    |    |    |    |

المصدر: من اعداد الباحثين

#### 3. مقياس تباين المعاني :

في هذا المقياس يطلب من المستقصي منه تقدير خاصية سلعة ما, وذلك نوضع مقياس يتكون من سبع نقاط بحيث تكتب على طرفي المقياس صفتين متناقضتين (طويطي و واعيل, أساليب تصميم و إعداد الدراسات الميدانية - منظور إحصائي-, 2013-2012, صفحة 42)

وللتوضيح أكثر حول مقياس تباين المعاني ندرج المثال الآتي:

فمثلاً: يرغب الباحث في معرفة مدى رغبة المستهلكين في طلب منتج ما

شكل رقم (02): مثال حول مقياس تباين المعاني

|       |     |     |     |     |   |     |       |
|-------|-----|-----|-----|-----|---|-----|-------|
| بطيئة | 2   | 3   | 4   | 5   | 6 | 7   | سريعة |
|       | --- | --- | --- | --- | 1 | --- |       |
| جيدة  | 2   | 3   | 4   | 5   | 6 | 7   | سيئة  |
|       | --- | --- | --- | --- | 1 | --- |       |
| صغيرة | 2   | 3   | 4   | 5   | 6 | 7   | كبيرة |
|       | --- | --- | --- | --- | 1 | --- |       |
| غالية | 2   | 3   | 4   | 5   | 6 | 7   | رخيصة |
|       | --- | --- | --- | --- | 1 | --- |       |

المصدر: (طويطي و واعيل، أساليب تصميم و إعداد الدراسات الميدانية - منظور إحصائي-، 2013-2012، صفحة 42)

بالإضافة إلى أنه توجد أنواع أخرى لمقاييس الاتجاهات كمقياس ثurston (Thurston Scale) ومقياس البعد الاجتماعي لبوغاردوس (Bogardous) وأيضاً يوجد مقياس تجميحي احادي البعد لغتمان (Guttman) بالإضافة لمقياس التفاضل اللفظي للعالمين أوزغود و سوشي.

#### رابعا: تقنيات صياغة الاستبيان

جودة البيانات محل البحث مرهونة بنسبة كبيرة بجودة الاستبيان، ولهذا وجب إعداده بشكل متقن مع ضرورة تمريره على عدة محكمين يكون اختصاص جزء منهم ضمن أسئلة هذا الاستبيان، والجزء الآخر مختص في الإحصاء وعلومه. ونحن هنا سنعطي بعض النصائح التي نراها ضرورية لصياغة استبيان محكم. والتي منها:

✓ في بعض المواضيع من الأفضل استخدام بعض النماذج الجاهزة المقدمة من جهات دولية مختصة جداً، مع إمكانية الباحث التعديل عليها بما يخدم دراسته وأهدافها، وكمثال على ذلك النماذج المقدمة من طرق الاتحاد الدولي للاتصالات السلكية واللاسلكية فيما يتعلق باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال لدى الأسر والأفراد، فالاستبيان محكم بشكل جيد جداً مع تقديم عدة إرشادات ونصائح للمستجوب.

✓ حسن اختيار سلم ليكرت المناسب للأسئلة التي تحمل التفضيل، مع التنويه إلى أن الموضوع في حد ذاته (أو طبيعة السؤال) هو من يوجه الباحث لاختيار السلم المناسب. ونشير إلى أن جل الطلبة يستخدمون السلم الخماسي، في حين أن السؤال يحتاج فقط للسلم الثلاثي مثلاً، وبطبيعة الحال سوء الاختيار هذا سينعكس على صدق الاستبيان وثباتها، فمثلاً لو تم استجواب عينة من المؤسسات حول دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تعزيز تنافسياتها فالسلم الثلاثي هنا هو الأنسب، ولو اختير السلم الخماسي وتم إعادة توزيع الاستبيان على المستجوب نفسه فقد يتشتت ولا يجيب نفس الإجابة الأولى.

كذلك لو أردنا استجواب عينة من الخبراء الاقتصاديين حول تداعيات طباعة العملة محلية على الاقتصاد الوطني فإن السلم الخماسي يكون هو الأنسب هنا، لأنه بطبيعة الحال فإن جزء لا بأس به من العينة المختارة سينتقد القرار بشدة ولا يتفق معه بشدة.

في نفس السياق يجب التنويه إلى أنه تم ملاحظة أن المستجوبين يختارون بكثرة الإجابة بـ "محايد" في الاستبيانات الطويلة و/أو الأسئلة الحساسة، لذا في هذه الحالة فيستحسن اختيار السلم الثنائي (موافق، غير موافق) لأن الفئة "محايد" قد لا تفيدنا في شيء بل ستعطينا بيانات غير مفيدة مثل الحاجة لمعرفة آراء مجموعة من الأحزاب المعارضة حول برنامج حكومي معين.

لكن في المقابل قد تكون الإجابة بمحايد ذات معنى ودلالة، فبالرجوع لمثال طباعة العملة المحلية وتم استجواب عينة من المواطنين بصفة عامة (ليسوا كلهم خبراء اقتصاديين) فستكثر الإجابة بمحايد للمواطنين غير الخبراء والذين لا يملكون أدنى فكرة على تداعيات القرار. كذلك قد يكون السؤال مبهم أو غير مفهوم فيحتاج المستجوب للفئة "محايد" كي لا يجيب عشوائيا واعتباطيا.

- كما ينبغي التنبيه إلى أنه يمكن استخدام كلا السلمين في الاستبيان الواحد إذا تطلب الأمر ذلك، لأنه كما أشرنا آنفا فإن طبيعة السؤال في حد ذاته من تحدد نوع السلم.
- تجنب الأسئلة الحساسة والمبهمة التي ستعطينا إما إجابات ناقصة أو غير واقعية، وكذا تجنب الأسئلة غير الضرورية حتى لا يطول الاستبيان.
- تجنب إنشاء البيانات والالتزام فقط بجمع البيانات قيد البحث، لأنه سينشأ تحيز واضح في حالة الإجابة على هذه الأسئلة أو قد ينجم عنه عدم الرد على السؤال بسبب تخوف المستجوب وتحسسه من السؤال. (إدارة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية، 2010، صفحة 22) ففي الحالتين تقل درجة اتساق الاستبانة.
- والشكل الموالي يوضح كيف يمكن ترتيب الأسئلة المدرجة في الاستبيان وذلك من أجل الحصول على البيانات وكذا التوجه نحو الهدف الرئيسي للاستبيان بطريقة فعالة وسهلة :

### شكل رقم (03) : ترتيب أسئلة الاستبيان



المصدر (طويطي و وعيل، أساليب تصميم و إعداد الدراسات الميدانية - منظور إحصائي-)، 2013-2012، صفحة 24)

## خامسا: طرق جمع البيانات عن طريق الاستبيان

وهي تتوزع بطريقتين متباينتين، توزع يدويا (وجها لوجه، أو يتركها للمستجوب ويستردها لاحقا) أو الكترونيا (عبر البريد الإلكتروني أو عبر وسائل التواصل الاجتماعي)، ولكن ماهي الطريقة التي سنختار؟  
الجواب على هذا السؤال مرتبط بعدة عوامل، أهمها دوما طبيعة الموضوع وهدف الباحث منه، وكذا أسلوب المعاينة الذي تم اختياره، فبشيء من التفصيل يمكن كتابة الآتي:

### 1. الاستبيان الإلكتروني

الاستبيان الإلكتروني لا يتوافق أو لا يتلاءم مع المعاينة العشوائية بكل أنواعها غالبا، لأنه لا يضمن لنا شرط لكل وحدة إحصائية احتمال غير معدوم لتكون ضمن العينة المسحوبة (في المعاينة البسيطة تتساوى هذه الاحتمالات)، لأنه مثلا يتم نشره عبر وسائل التواصل الاجتماعي كالفاسبوك، وقد نجد طبقة مهمة جدا من هذا المجتمع محل الدراسة لا تستخدم وسائل التواصل هذه، هذا من جهة، ومن جهة أخرى، لاحظنا أن أغلبية هذه الاستبيانات يشوبها تحيز كبير جدا (هذا التحيز يجعل باقي الوحدات الإحصائية للمجتمع المستهدف لا تملك احتمال غير صفري لكي تُختار ضمن العينة المسحوبة) لأنها تنشر فقط في مجموعات الطلبة على وسائل التواصل هذه وبالتالي لا يمكن الوصول لهم إطلاقا.

في بعض الحالات يمكن أن يتلاءم هذا النوع مع المعاينة العشوائية، وهذا بحسب طبيعة الموضوع مع توفر الباحث لإطار المعاينة ومراعاة شرط عدم التحيز، أي أن الباحث قادر على إيصال هذا الاستبيان لكل وحدات هذا الإطار، وكمثال على ذلك، وفي محاولة لدراسة واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الخدمية العمومية في مجال الصحة على مستوى الوطن، الباحث تمكن من ضبط كل هذه المؤسسات بأسمائها في قائمة، فبإمكانه إرسال استبيانه للعينة العشوائية التي اختارها عبر بريدها الإلكتروني. وقبل الانتقال للنوع الثاني من الاستبيان، ينبغي التنبيه إلى خطأ شائع جدا بين طلبة الماستر، وهو قولهم بأن الاستبيان

الإلكتروني يوزع ومن ثم يتم استرجاع عدد معين صالح للتحليل، وهذا خطأ من ثلاثة أوجه:

- الاستبيان الإلكتروني ينشر الكترونيا مثلا في وسائل التواصل أو عبر البريد الإلكتروني ولا يوزع.

- هي استبيانات كلها صالحة للتحليل، لأن مصممها يفعل خاصية إجبارية الإجابة.

- الاستبيانات لا تسترجع، بل مصممها يقوم بتحميل ملف الإجابات بصيغة الإكسل فقط.

### 2. الاستبيان الورقي

هو الاستبيان يتلاءم مع المعاينة بشقيها، وتضمن جودة البيانات ولو نسبيا بخلاف الاستبيان الإلكتروني، وهذا من ناحية الملاحظة بالعين المجردة للمستجوب (في حالة المقابلة وجها لوجه)، وكمثال لهذا، في استقصاءات الأسر المعيشية حول استخدام الأفراد والأسر لتكنولوجيا المعلومات والاتصال مثل التلفاز، فيمكن ملاحظة ذلك من خلال العين المجردة. وهذا يعطي الباحث مجالا لتصحيح الاستبيان إذا أجاب المستجوب بأنه لا يملك جهاز تلفاز والباحث قد رأى بعينه امتلاكه لهوائي أو تلفزيون أو تلفزيون مدمج. (الإتحاد الدولي للاتصالات، 2014، صفحة 119)

كذلك من ميزات المقابلة وجها لوجه هو تحفيز المستجوب و/ أو شرح وتوضيح الهدف من الاستبيان لأفئاعه بالرد على

الأسئلة. (إدارة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية، 2010، صفحة 19)

أيضا الاستبيان الورقي إذا لم يستخدم فيه المقابلة وجها لوجه يكثر فيه الإجابات الناقصة بسبب عدم فهم السؤال أو حساسيته، أو الإجابات المتناقضة وغير المنطقية بسبب تدمير المستجوب من كثرة الأسئلة، وهذا المشكل الكبير غير موجود في الاستبيانات

الإلكترونية، لأن الباحث يفعل خاصية إجبارية الإجابة فيها. "فيمكن أن تتسبب البيانات الناقصة وغير المعقولة بمشاكل خطيرة على عملية تحليل البيانات فالحالات التي تشوبها قيم ناقصة أو غير معقولة يمكن أن تمحي، لكن هذا قد يؤدي إلى خسارة التمثيلية والكمالية للمعلومات، وورود عامل الانحياز (إدارة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية، 2017، صفحة 66)

أيضا من بين أوجه المقابلة التي لا تكون وجهها لوجه هو ارسال الاستبيانات عبر البريد في شكل وورد (أي أنها ليست مصممة بقول فورم) فالمستجوب إما يطبع هذه الاستمارة أو يعيد ارسالها بصيغة الورد، فهي طريقة سريعة نسبيا وقليلة التكلفة ولكنها في المقابل يكثر فيها عدم الرد الكلي على الاستبيان أو عدم الرد على بعض الأجزاء منه وهذا بسبب تعقد الاستبيان وعدم فهمه أو فهم جزء منه أو بسبب اللامبالاة التي تنجم إما من عدم اهتمام المستجوب أصلا أو تنجم بسبب كثرة الأسئلة. (إدارة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية، 2010، صفحة 18)

و الجدول الموالي نعرض من خلاله مقارنة بين الأساليب الثلاثة التي تستخدم لتنفيذ الاستبيان

### جدول رقم (03) : المقارنة بين الأساليب الثلاثة لتنفيذ الاستبيان.

| الأسس      | المقابلة وجهها لوجه   | أرسال الاستمارة بالبريد  | الهاتف أو الانترنت   |
|------------|---|--|--|
| من: تستخدم | <ul style="list-style-type: none"> <li>- عندما تكون مصحوبة بالملاحظة</li> <li>- سهولة الوصول لمفردات العينة</li> <li>- أهمية معرفة ردود فعل مفردات العينة</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- امكانية حصر الاشخاص وعناوينهم.</li> <li>- وجود استقرار دام لمفردات العينة.</li> <li>- الحصول على اجابات من مفردات العينة متنوعين وفي أماكن مختلفة.</li> <li>- تفرغ وحفظ البيانات تباعا.</li> </ul>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- الوصول الى نتائج مباشرة.</li> <li>- تستخدم في القضايا العامة.</li> <li>- استيفاء البيانات على نطاق واسع وفي ان واحد.</li> </ul> |
| المزايا    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- تفيد في الموضوعات المعقدة , كما تساعد في التأكد من صحة المعلومات نتيجة الملاحظة المباشرة من الباحث.</li> <li>- تخلق ألفة مع مفردات العينة.</li> <li>- تعد أمثل وسيلة في حالة العينة من الأميين.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- قلة التكلفة مقارنة بالوسائل الأخرى.</li> <li>- خالية من التحيز.</li> <li>- تتيح لمفردات العينة وقتا كافيا دون تسرع أو احراج.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- عامة وغير شخصية.</li> <li>- تأخذ وقت قليل وغير مكلفة.</li> <li>- تتسم بعدم التحيز من القائمين على الاتصال.</li> </ul>           |
| العيوب     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ارتفاع التكلفة وكذا وجود تحيز القائمين على المقابلة.</li> <li>- صعوبة مقابلة بعض الافراد.</li> <li>- تحتاج الى عدد كبير من الاشخاص لجمع البيانات مما يتطلب وقتا وجهدا ومالا لتدريبهم .</li> </ul>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- انخفاض معدل الاستجابة.</li> <li>- تحتاج وقت كبير مع احتمالية ضياع الاستمارة.</li> <li>- تتطلب معرفة العينة المستهدفة القراء وفهم الاستبيان .</li> <li>- عدم ضمان اجابة فرد العينة شخصيا على اسئلة الاستبانة.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- تؤدي الى شكوك أفراد العينة.</li> <li>- أقل دقة.</li> <li>- صعوبة استخدامها في بعض الدراسات المعقدة .</li> </ul>                 |

المصدر: (أغمين، 2021-2022، صفحة 32)

### خامسا: فحص الاستبيانات واستكمال الإجابات الناقصة

قبل ختام هذه الورقة البحثية وجب التنبيه إلى مرحلة مهمة جدا تسبق معالجة البيانات وتختتم بها مرحلة جمع البيانات وهي فحص الاستبيانات المسترجعة و استكمال الإجابات الناقصة، ولكنها تحتاج إلى دراسة في حد ذاتها خاصة الطرق العلمية للتعامل مع الإجابات الناقصة، ولكن بشكل مختصر يمكن كتابة الآتي:

✓ **فحص الاستبيانات المسترجعة:** ينبغي فحص الاستبيانات المسترجعة جيدا وفحص تناسقها الداخلي قبل الاعتماد كليا على البرمجية الإحصائية من خلال معامل ألفا كرومباخ كما يفعل أغلبية الطلبة، بل لا بد من التدقيق في الاستبيانات واحدة والتي من خلالها يمكن ملاحظة أن المستجوب قد يجيب بنعم أو لا أو موافق أو غير موافق (بحسب نوع السؤال) على سؤال معين، ثم في سؤال لاحق يجب إجابة متعارضة. وكمثال على هذا، "إذا سئل أحد أفراد أسرة معينة إذا كان هنالك فرد من الأسرة بإمكانه النفاذ إلى الانترنت من المنزل؟، فأجاب بلا، ثم أجاب بنعم على خيار المنزل كقائمة إجابة على السؤال الذي مفاده أين استعملت الانترنت في الاثني عشر شهرا الأخيرة؟" (الإتحاد الدولي للاتصالات،، 2014، صفحة 117)

✓ **استكمال الإجابات الناقصة:** فيه عدة تقنيات لاستكمال الإجابات الناقصة، وهذا بحسب طبيعة الموضوع، فمنها من تستكمل يدويا من قبل المستجوب ومنها ما يستكمل باستعمال البرامج الإحصائية، ونحن هنا سنعطي أمثلة مختصرة فقط لأن الهدف من الورقة البحثية هو كيفية جمع البيانات ولأن البيانات الناقصة تحتاج إلى ورقة بحثية لوحدها. وبشكل عام الإجابات الناقصة هي امتناع المستجوب من الإجابة على بعض الأسئلة بسبب حساسية السؤال أو عدم فهمه. (الإتحاد الدولي للاتصالات،، 2014، صفحة 117) ومن الأمثلة على استكمال البيانات الناقصة ما ذكرناه سابقا من ملاحظة الباحث لامتلاك الأسرة لهوائي أو تلفزيون والمستجوب امتنع عن الإجابة على السؤال الذي يقول هل تمتلك الأسرة جهاز تلفزيون. فهنا تستكمل هذه الإجابة الناقصة بنعم.

## الخاتمة:

هذه الورقة البحثية تهدف أساساً إلى توجيه طلبة الماجستير في شعبة العلوم التجارية، وحتى طلبة الدكتوراه، إلى كيفية التعامل بشكل فعال مع الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات الأولية التي تتطلبها دراساتهم الميدانية، في البداية، تم عرض أنواع البيانات ومقاييسها ومصادرها المتنوعة. بعد ذلك، تم التطرق إلى الاستبيان بشكل مفصل، وتم التوصل إلى النتائج التالية:

✓ طالب الماستر أو الباحث من خلال توزيعه للاستبيان الورقي وجها لوجه سيبدل مجهوداً مضاعفاً ولكنه سيتفادى قدر المستطاع الإجابات المتناقضة والناقصة ولديه القدرة والقابلية لاستكمال هذه الأخيرة بالملاحظة، وإن لم يوزعه وجها لوجه وبالرغم من ربحه لبعض الوقت، فإنه سيواجه مشاكل كثيرة الإجابات المتعارضة والناقصة وقد لا تكون لديه القدرة على استكمال هذه الأخيرة.

✓ الاستبيان الإلكتروني مهما كانت طريقة توزيعه رأينا أنه من مزاياه ربح الوقت وقليل التكلفة ولكنه بالمقابل يكثر فيه التحيز، وقد نهينا إلى الخطأ الذي وقع فيه الكثير باستخدامهم لأسلوب المعاينة العشوائية لاختلال شروط تطبيقها، خاصة ما تعلق بامتلاك أي وحدة إحصائية من المجتمع المدروس لاحتمال غير صفري لكي تختار ضمن العينة، لأن الطلبة ينشرون استبياناتهم في مجموعات محددة على مواقع التواصل الاجتماعي.

✓ أيضاً من النتائج المهمة هو ان البيانات المجمعة من الاستبيان ستكون ذات دلالة كبيرة إذا تم مراعاة النقاط الثلاث آفة الذكر إضافة إلى حسن صياغة الاستبانة في حد ذاته خاصة ما تعلق بالحذر عند استخدام سلم ليكرت، فالموضوع ونوع السؤال المطروح هما من يحددان أي سلم نختار وإلا فإن الكثير من الأسئلة لا تعطينا إجاباتها البيانات المنشودة.

## - المقترحات

بالنسبة للتعامل مع الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات في الدراسات الميدانية، يمكن تقديم المقترحات التالية:

- تحديد المجتمع المستهدف وأيضاً نوع العينة المناسبة للموضوع بدقة، لأنها الخطوة الأهم، مع أهمية اختيار نوع البيانات المناسبة فمن الضروري أن يكون الطالب أو الباحث على دراية بأنواع البيانات المختلفة (نوعية وكمية) وكيفية استخدامها بشكل مناسب في الدراسة، وفهم المقاييس المختلفة للبيانات (مثل الاسمية، الترتيبية، والنسبية) واختيار المقاييس التي تتناسب مع أهداف البحث.
- مصادر البيانات اذ تناولت هذه الورقة مصادر البيانات المتنوعة، مشددة على أهمية استخدام مصادر موثوقة وذات صلة بموضوع الدراسة.

- تصميم الاستبيان ولقد تم في هذه الورقة التطرق إلى كيفية تصميم استبيان فعال يتضمن أسئلة واضحة ودقيقة تسهم في جمع البيانات المطلوبة بكفاءة.

- اختبار الاستبيان ولقد تم التأكيد على أهمية اختبار الاستبيان قبل استخدامه في الدراسة الميدانية للتأكد من وضوح الأسئلة وفعالية الاستبيان في جمع البيانات المطلوبة.

- لا بد بمعرفة الطالب أو الباحث لكيفية تحليل ومعالجة هذه البيانات المجمعة من الاستبيان الورقي و/ أو الاستبيان الإلكتروني والتوصل إلى معلومات جيدة وموثوقة. وهذا لا يتحقق إلا بإتقانه لعلوم الإحصاء بمختلف أنواعها، لهذا نوصيهم بضرورة حضور الندوات والدورات التكوينية المخصصة لهم على الأقل.

بتطبيق هذه النقاط، يمكن للطلبة أو للباحثين تحسين جودة دراساتهم الميدانية وضمان جمع بيانات دقيقة وموثوقة تسهم في

تحقيق أهداف أبحاثهم.

الإحالات والمراجع:

قائمة المراجع باللغة العربية

1. إدارة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية. (2017). *مبادئ وتوصيات لتعداد لسكان والمساكن*. نيويورك: الأمم المتحدة.
2. إدارة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية. (2010). *تصميم عينات استقصاءات الأسر المعيشية: مبادئ توجيهية عملية*. نيويورك: الأمم المتحدة.
3. الإتحاد الدولي للاتصالات. (2014). *دليل قياس نفاذ الأسر والأفراد إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وستعمالها*. جنيف: الإتحاد الدولي للاتصالات.
4. سعد بن سعيد القحطاني. (2015). *الاحصاء التطبيقي، المفاهيم الأساسية وأدوات التحليل الإحصائي الأكثر استخداما في الدراسات والبحوث الاجتماعية والانسانية باستخدام spss*. المملكة السعودية: المكتبة الاقتصادية.
5. طارق عبدالرؤوف، وإيهاب عيسى المصري. (2017). *المقاييس والاختبارات التصميم، الأعداد، التنظيم (الإصدار الطبعة الاولى)*. مصر: دار الكتب المصرية.
6. غادية عبد المنعم أحمد أنور بدر، ن ناريمان، و سماعيل إمتولي. (2013). *مناهج البحث في علم المعلومات والمكتبات في القرن الحادي والعشرين (الإصدار طبعة الاولى)*. مصر: المكتبة الاكاديمية.
7. قصاص الطيب. (31 12, 2020). دور أساليب جمع البيانات تحسين جودة قرارات بحوث التسويق-الاستبان الملاحظة،المقابلة،البريدوالماتف. مجلة إنارة للدراسات الاقتصادية الادارية والحاسبية، 1(1).
8. كامل فليفل، فتحي حمدان. (2011). *الاحصاء*. الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع.
9. محمود حسين الوادي، و علي فلاح الزعبي. (2011). *أساليب البحث العلمي مدخل منهجي تطبيقي*. الأردن: دار المناهج.
10. مصطفى طويطي، و الميلود واعيل. (2013-2012). *أساليب تصميم وإعداد الدراسات الميدانية - منظور إحصائي*. البويرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر.
11. مصطفى نمر دعسي. (2015). *منهجية البحث العلمي في التربية والعلوم الاجتماعية (الإصدار طبعة1)*. الأردن: دار غيثاء للنشر والتوزيع.
12. نديرة أغمين. (2021-2022). *مطبوعة بيداغوجية في مقياس تقنيات جمع البيانات*. 31. قالمة، جامعة قالمة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، الجزائر.
13. نوال مجدوب، خيرة مجدوب. (مارس، 2017). *مزايا طرق جمع البيانات المختلفة و عيوبها و متى يتم استخدام كل منها*. مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع (01).
14. نورة خيرى، و عباس بومامي. (13-14 11, 2019). *أسس البحث العلمي:الاستبيان والدراسات السابقة أمودحجا*. مجلة الباحث للعلوم الرياضية والاجتماعية.
15. يوسف حوشين. (2019). *محاضرات في مقياس سير الاراء مع أمثلة تطبيقية*. البلدة-الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر.

. قائمة المراجع باللغة الانجليزية:

1. Anderson; Sweeney; Cam, Williams; Cochran. (2015). *statistique pour l'économie et la gestion* (éd. 5). (C. Borsenberger, Trad.) Louvain-La-Neuve: De Boeck.

قائمة المراجع باللغة الانجليزية:

1. Illowsky, B., & Susan , D. (2013). *Introductory Statistics*. Texas: Rice university.

المواقع الالكترونية:

1. Musaddiq Shaikh. (2023). *المقاييس النسبية والاسمية والترتيبية ومقاييس الفترات مع الأمثلة*. تاريخ الاسترداد 21 نوفمبر، 2023، من questionpro

المقاييس-النسبية-والاسمية-

HYPERLINK

"https://www.questionpro.com/blog/ar/

?fbclid=IwAR2WUHIKNAFzW\_EmG-mTiu3YhJ\_hgRaRfHkL\_hFJ9AJOL9ZWJ2ILuCcd8O4"

والترتيبي

https://www.questionpro.com/blog/ar/

fbclid=IwAR2WUHIKNAFzW\_EmG-?/mTiu3YhJ\_hgRaRfHkL\_hFJ9AJOL9ZWJ2ILuCcd8O4

2. أسامة مقيطرف. (2017, 02 19). *أنواع البيانات: النوعية والكمية*. تاريخ الاسترداد 09 13, 2023، من منصة مرن: HYPERLINK

"https://www.mozn.ws/%D8%A3%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%B9-

%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D9%86%D8%A7%D8-AA-

%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D9%86%D8%A7%D8-AA-%D8%A7%D9%84%D9%86%D9%88%D8%B9%D9%8A%D8%A9-

%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%83" <https://www.mozn.ws/%D8%A3%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D9%86%D8%A7%D8-AA-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D9%86%D8%A7%D8-AA-%D8%A7%D9%84%D9%86%D9%88%D8%B9%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%83>