

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 - قالمة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير



محاضرات في مقياس

منهجية إعداد مذكرة الماستر

موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر

تخصص: ريادة الأعمال

من إعداد وتقديم الأستاذة: مباركي كريمة

2024/2023

السداسي الثاني

المحور الرابع:

أدوات جمع البيانات الميدانية
[الاستمارة (الاستبيان / الاستبانة)، المقابلة
الملاحظة...]



أدوات جمع البيانات الميدانية [الاستمارة (الاستبيان/ الاستبانة)، المقابلة، الملاحظة...]

إن نقطة الانطلاق لأي تحقيق ميداني، سواء تحقيق كمي أو كيفي؛ فإنه يدور حول أسئلة من نوع: لماذا؟ ولماذا هذه الظاهرة تتغير حسب الظروف والوقت والمكان؟، ولماذا التغير بهذه الصفة وليس بصفة أخرى؟. ومن أجل الإحاطة بالظاهرة ميدانيا، يقرر الباحث جمع المادة العلمية الميدانية عنها؛ وتتم عملية جمع المادة العلمية الميدانية من الميدان مجال الدراسة، عن طريق أدوات جمع البيانات التالية: الاستمارة (الاستبيان/ الاستبانة)، المقابلة الملاحظة، الوثائق والسجلات الإدارية، الإحصاءات والتقارير الرسمية، والتجريب. إلا أننا في هذا المحور سنتطرق إلى ثلاث أدوات فقط:

I- الاستمارة (الاستبيان/ الاستبانة)

1- تعريفها

الاستمارة أو الاستبيان أو الاستبانة؛ تعددت تعريفاتها، ولعل أبرزها:

- تعريف محمد عبيدات وآخرون: "الاستبانة؛ هي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة، التي تعد بقصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين".
 - تعريف رشيد زرواتي: تعرف الاستمارة بأنها: "مجموعة أسئلة؛ بعضها مفتوحة، مثل: ما هو مستواك التعليمي؟، وبعضها مغلقة، مثل: هل تابعت أي نوع من التعليم؟ نعم ☐ لا ☐ ، أخرى..."
- [انظر الإطار رقم 01].

- تعريف موريس أنجيه (أنجرس): "الاستمارة تقنية مباشرة للتقصي العلمي؛ تستعمل إزاء الأفراد وتسمح باستجوابهم بطريقة موجهة، والقيام بسحب كمي؛ بهدف إيجاد علاقات رياضية والقيام بمقارنات رقمية".

ويفرق أنجيه (أنجرس)، بين الاستمارة وسبر الآراء (الاستبار)، وذلك من حيث؛ موضوع الأسئلة، مجموعة الأفراد المستهدفين، وعدد الأسئلة:

- ✓ **موضوع الأسئلة:** تستطيع الاستمارة أن تتناول أنواعا عديدة من المواضيع؛ والتي تتراوح من أكثرها عمومية ومشتركة (مثل حياة الشخصيات العمومية)، إلى أقصاها سرية (مثل الحياة الجنسية) من معرفة الوقائع إلى الاعتقادات، من الإدراكات إلى التقييمات.
- أما سبر الآراء، فيشترك بالأحرى مع بحوث تقصي الآراء؛ بمعنى مساءلة الأفراد حول تقييم ما أو نية القيام بفعل معين.

أدوات جمع البيانات الميدانية [الاستمارة (الاستبيان / الاستبانة)، المقابلة، الملاحظة...]

✓ مجموعة الأفراد المستهدفين: رغم أن السبر يتعلق عادة بالرأي، إلا أنه مرادف أيضا لتحقيق واسع المجال؛ قد يشمل على بلد بأكمله، مثل الاستبارات الخاصة بالرأي العام السياسي التي غالبا ما يتم اللجوء إليها، عند اقتراب المواعيد الانتخابية؛ مما يعني أن سبر الرأي، مرتبط بتقنية إحصائية، تسمح بالاستعلام لدى مجموعة واسعة من الأفراد، وذلك باستجواب عدد كبير منهم نسبيا. أما الاستمارة؛ فعلى الرغم من أنها تهدف كذلك إلى الاستعلام عن مجتمع بحث معين، فإنها لا تغطي نفس المجال، لأن مجموعة الأفراد التي تستهدفها عادة ما تكون محصورة أكثر، سواء على المستوى الجغرافي أو على مستوى خصائصها؛ إذن توجه الاستمارة إلى مجموعة من الأفراد محدودة العدد، نظرا إلى عدة عوامل منها بالأخص محتواها.

✓ عدد الأسئلة: كقاعدة عامة، تتضمن الاستمارة عشرات الأسئلة، التي تتناول عدة جوانب من حياة الأفراد؛ إن طولها لا يسمح باتساعها.

أما سبر الرأي؛ فهو يتميز بالقصر، إنه لا يتجاوز عادة صفحة أو ما يزيد عنها بقليل. في المحصلة وباختصار: تتضمن الاستمارة عددا كبيرا من الأسئلة، تغطي مواضيع متعددة ومتنوعة، لا تطبق إلا على عدد يتكون من مئات الأفراد كحد أقصى؛ أما سبر الآراء (الاستبار)، فيتألف من عدد قليل من الأسئلة تدور حول مواضيع الرأي، وتخطب آلاف الأشخاص.

■ تعريف آخر: "الاستبيان هو أحد أدوات جمع البيانات الميدانية؛ ويتكون من مجموعة من الفقرات المصاغة على شكل سؤال، يقوم كل مشارك في عينة الدراسة بالإجابة عليها، بنفسه دون مساعدة واستشارة من أحد".

2- أقسامها

في الغالب، يتم تقسيم الاستمارة إلى قسمين هما:

- القسم الأول (يتعلق بالصفحة الأولى في الاستمارة): ويمثل مقدمة لها، ويتضمن: التعريف بالباحث وموضوع البحث؛ تحفيز المبحوث على الإجابة، مع التأكيد على سرية المعلومات التي سيتم الحصول عليها وأنها لن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي؛ وأيضا توضيح لطريقة الإجابة على فقرات الاستمارة.
- القسم الثاني: محاور الاستمارة، وهي:

✓ المحور الأول: ويضم البيانات العامة أو الشخصية، وعموما تشمل ما يلي:

○ عمر المبحوث.

○ جنسه (ذكر، أنثى).

أدوات جمع البيانات الميدانية [الاستمارة (الاستبيان / الاستبانة)، المقابلة، الملاحظة...]

○ مستواه التعليمي.

○ حالته العائلية: أعزب، متزوج، مطلق، أرمل.

○ عدد أفراد أسرته.

○ مهنته.

○ دخله الشهري.

○ خلفيته الاجتماعية وانحداره الطبقي.

○ منطقته السكنية.

ولهذه البيانات أهمية كبيرة في توثيق مواصفات العينة.

✓ **المحور الثاني:** ويضم جميع الأسئلة، التي يشترط أن تكون على علاقة وطيدة مع عنوان البحث وخطة البحث والإشكالية والفرضيات والمؤشرات والوحدات والعناصر.

3- الأمور الواجب مراعاتها عند صياغة أسئلة الاستمارة، تحكيمها ومساءلة اختبارها

من بين الأمور الواجب مراعاتها من قبل الباحث عند صياغة أسئلة الاستمارة نذكر:

✓ يجب صياغة الأسئلة بشكل واضح ومحدد، وبلغة تتناسب مع مستوى المبحوثين.

✓ إذا وردت بعض التعبيرات أو المصطلحات الغامضة، أو التي تحتمل أكثر من تفسير؛ فيجب تعريفها للمبحوث.

✓ يتوجب على الباحث تجنب الأسئلة الطويلة، التي قد تضلل المبحوث (إذن ينبغي أن يكون السؤال قصيرا قدر المستطاع).

✓ البدء بالأسئلة السهلة، التي لا تحتاج إلى تفكير من المبحوث أو الرجوع إلى بعض الملفات أو المراجع ثم التدرج إلى الأسئلة الأكثر صعوبة.

✓ تجنب الأسئلة المزدوجة (المركبة): أي يجب أن يحتوي كل سؤال على فكرة واحدة فقط.

أمثلة:

○ هل شخصية القائد في المؤسسة تميز بين النساء والرجال؟ (خطأ)/ هل شخصية القائد في المؤسسة تميز ضد النساء؟ (صحيح).

○ هل تعتقد أن السلعة تمتاز بالجودة العالية والسعر المعتدل؟؛ يثير هذا السؤال التناقض والحيرة، لأنه يتطلب

الإجابة عن ناحيتين تتعلقان بالسلعة نفسها هما الجودة والسعر، فقد تتصف السلعة بالجودة العالية

إلا أنها تتصف بارتفاع سعرها؛ لذا يتوجب فصل هذا السؤال إلى سؤالين.

أدوات جمع البيانات الميدانية [الاستمارة (الاستبيان / الاستبانة)، المقابلة، الملاحظة...]

✓ تفادي الأسئلة الموجهة (الصياغة الإيحائية): إذ يجب صياغة الأسئلة بدقة متناهية، لتقليل احتمالية التحيز لدى المبحوث وقيادته نحو الإجابة التي يريد الباحث (حتى لا يقوم المبحوث بالإجابة عن الأسئلة بطريقة مغايرة لمعتقداته وسلوكه، كي لا يقال عنه أنه غير مثقف أو غير واع).

مثال: لا أعتقد أنك تدخن، هل تدخن؟ أو؛ التدخين مضر بالصحة، فهل تدخن؟ (خطأ)/ هل أنت مدخن؟ (صحيح).

✓ إذا كانت الاستمارة تغطي أكثر من موضوع فرعي، فيجب ترتيب تلك الأسئلة؛ بحيث لا تطرح سؤالاً حول موضوع معين، ثم تنتقل إلى أسئلة تخص موضوعاً آخر، ثم نعود إلى طرح الأسئلة حول الموضوع الأول لأن من شأن ذلك تشتيت ذهن المبحوث.

وفيما يتعلق بعملية التحكيم؛ فمن الضروري، عرض الصورة الأولية للاستمارة على عدد من الخبراء أو المختصين لمعرفة آرائهم بفقراتها، ومدى وضوحها وترابطها وتغطيتها لمحاور الدراسة وملاءمتها للاستخدام. فيما يفضل اختبارها أو تجربتها، ليرى الباحث؛ مدى قدرتها على جمع البيانات، وملائمتها لأعضاء عينة البحث وظروفهم؛ وقد يؤدي هذا الاختبار إلى زيادة بعض الأسئلة، أو حذف بعضها، أو إعادة صياغة البعض. إذن كنتيجة للتحكيم والاختبار؛ يتم تعديل الاستمارة لتظهر في صورتها النهائية، والتي تكون جاهزة للتوزيع...

4- أنواع الاستمارة

استناداً إلى طريقة تنفيذها (توزيعها)، وهو التصنيف الأكثر تداولاً؛ هناك أربعة أنواع للاستمارة، هي:

- **الاستمارة بالمقابلة:** ويقوم الباحث بمقابلة المبحوثين، وتتم الاستمارة بوجوده شخصياً.
- **الاستمارة البريدية:** ويرسل الباحث الاستمارة عبر البريد للمبحوث، فيملأها المبحوث ويرجعها للباحث كذلك عبر البريد.
- **الاستمارة عن طريق الهاتف:** ويتصل الباحث بالمبحوث عن طريق الهاتف؛ فيطرح عليه السؤال ويكتب الجواب، وهكذا يقوم بملاً استمارة بحثه.
- **الاستمارة عن طريق الشبكة الإعلامية العالمية (الإنترنت):** وهو نوع حديث، يلجأ إليه بعض من الباحثين (وفي العادة يكون التواصل بين الباحث والمبحوثين بواسطة البريد الإلكتروني).

5- مزايا وعيوب الاستمارة

أ- المزايا

- ✓ لا شك أن الاستمارة، أداة رئيسية وهامة للعديد من الدراسات؛ ومن أهم مزاياها:
- ✓ توفير الكثير من الجهد والوقت في جمع البيانات، خاصة الاستمارة عن طريق الشبكة الإعلامية العالمية (الإنترنت).
- ✓ يمكن إيصالها لأشخاص يصعب الوصول إليهم.
- ✓ تعطي للمبحوث الحرية في اختيار الوقت المناسب ملئها، وحرية في التفكير والرجوع إلى بعض المصادر التي يحتاجها؛ بعكس المقابلة، التي قد لا يكون مزاج المستجوب خلال إجرائها صافيا، مما يؤدي إلى الإدلاء بإجابات غير دقيقة.
- ✓ توفر الإحساس بعدم معرفة شخصية المبحوث، وبالتالي الحصول على المعلومات الحساسة.

ب- العيوب

أما العيوب، فلعل أبرزها:

- ✓ بعض المبحوثين لا يعطون الاستمارة اهتماما جديا، فيملئونها بإهمال أو يسجلون ما يفترضون حدوثه.
- ✓ بعض المبحوثين قد ينسون الإجابة عن سؤال معين؛ وبعضهم قد يتجاهلون أسئلة معينة أو يزيّفون إجاباتهم بما يتفق مع تحيزاتهم أو حماية مصالحهم أو الظهور في صورة أفضل.
- ✓ بعض المبحوثين غير قادرين على التعبير اللفظي عن انطباعاتهم وأفكارهم تعبيرا دقيقا.
- ✓ عدم قدرة الباحث على معرفة بعض الأمور العاطفية أو الانفعالية من قبل المبحوث في أثناء الإجابة.

الإطار رقم 01

أسئلة الاستمارة

هناك ثلاثة أنواع من الأسئلة المستخدمة في بناء الاستمارة هي:

■ الأسئلة المغلقة:

وهو النموذج الأكثر شيوعاً واستخداماً*؛ ويتطلب اختيار المبحوث لإجابة خاصة من قائمة إجابات مقترحة عليه، وفي هذا السياق لا يمكننا الإجابة كما نريد نحن، ذلك لأن نص السؤال يفرض جواباً دقيقاً ويمكننا التمييز بين نوعين من الأسئلة المغلقة: السؤال الثنائي التفرع، والسؤال المتعدد الاختيار.

✓ السؤال الثنائي التفرع: وهو السؤال الذي يجبر المبحوث على الاختيار بين إجابتين فقط؛ أي بين نعم ولا، أو بين صحيح وخطأ.

مثال: هل تمارس الرياضة بانتظام؟

☐ نعم

☐ لا

✓ السؤال المتعدد الاختيار: وهو السؤال الذي يمنح للمبحوث جملة من الأجوبة المعقولة والممكنة وفي هذا الإطار، يمكن التمييز بين ثلاثة أنواع أساسية:

○ السؤال المتعدد الاختيار الذي يسمح بإجابة واحدة فقط، وإذ ما دمنا لا نستطيع توقع كل الإجابات المحتملة؛ فلا بد دائماً من إضافة فئة ما يسمى بآخر (حدد)، وذلك للتأكد من أن كل مبحوث، قد منحت له فرصة الاختيار.

مثال: ما هو السبب الرئيسي الذي جعلك تختار تخصص علوم التسيير؟

☐ يقع ضمن اهتماماتي

☐ يوفر فرص مستقبلية في التشغيل

☐ يتوافق مع قدراتي

☐ آخر (حدد)

○ السؤال المتعدد الاختيار الذي يسمح بتعدد الإجابات؛ ويشار إليه بين قوسين لأنه عادة ما يعتبر استثناء في الاستمارة (المبحوث لا يعرف ذلك إلا إذا قمنا بإخباره).

* وذلك لإيجابياتها: سهولة وسرعة الإجابة، ارتفاع نسبة الردود، سهولة تصنيف البيانات المجمعة.

أدوات جمع البيانات الميدانية

[الاستمارة (الاستبيان / الاستبانة)، المقابلة، الملاحظة...]

مثال: لماذا تدخون؟ (يمكنكم اختيار أكثر من إجابة واحدة)

- ☐ تودا
☐ تذوقا
☐ تحديا
☐ تقليدا
☐ آخر (حدد)

○ سؤال ترقيم عناصر الإجابة: الذي يقتضي من المبحوث تقييم كل عنصر من مجموعة عناصر هذه الإجابة، أو ترتيب كل عنصر منها بالنسبة إلى العناصر الأخرى.

مثال عن سؤال ترقيم عناصر الإجابة بهدف التقييم:

من ضمن القائمة الآتية لقدرات عمل الشرطي، فأَي منها تظنون أنها ملائمة للرجل، ملائمة للمرأة، أو ملائمة لهما معا:

3
للاثنان معا
 2
للمرأة
 1
للرجل

- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--|
| ☐ | ☐ | ☐ | - القدرة على كتابة تقرير |
| ☐ | ☐ | ☐ | - القدرة على العمل حسب توقيت متغير |
| ☐ | ☐ | ☐ | - القدرة على إيقاف المشبوه فيه |
| ☐ | ☐ | ☐ | - القدرة على التحكم في المشاعر الشخصية |
| ☐ | ☐ | ☐ | - القدرة على تمييز درجة خطورة فعل ما |
| ☐ | ☐ | ☐ | - قدرة التكيف مع مستوى الضغط |
| ☐ | ☐ | ☐ | - القدرة على الاستقلالية في الحركة |
| ☐ | ☐ | ☐ | - القدرة على عدم التسرع في الحكم |
| ☐ | ☐ | ☐ | - القدرة على فرض النفس |

أدوات جمع البيانات الميدانية [الاستمارة (الاستبيان / الاستبانة)، المقابلة، الملاحظة...]

مثال عن سؤال ترقيم عناصر الإجابة بهدف الترتيب:

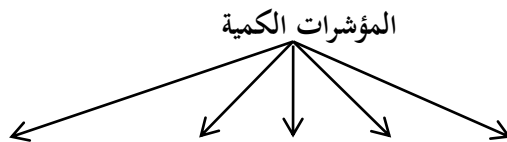
ماهي الأهمية التي تمنحونها للقيم الآتية؟ (رقمها من 1 إلى 9 في الخانة الملائمة؛ حيث يدل رقم 1 على القيمة الأكثر أهمية، في حين يدل رقم 9 على القيمة الأقل أهمية).

- ☐ عائلة
- ☐ دين
- ☐ مال
- ☐ عمل
- ☐ رفاهية
- ☐ ترويح
- ☐ صداقة
- ☐ حب
- ☐ جمال

ملاحظة: تجدر الإشارة إلى ما يسمى أسئلة إجابات المستوى الزمني؛ ويتم استخدام مقياس ليكرت ذو النقاط الخمس أو مقياس ليكرت ذو النقاط السبع أو مقياس فرق التباين الدلالي أو مقياس غتمان إلى المشاركين.

ويستخدم الباحثون هذا النوع من الأسئلة، عندما يطلب من المستجوبين إنشاء أحكام شخصية حول فئات ترتيبية (تدعى فئات الاستجابة على مثل هذه الأسئلة بالمؤشرات الكمية، حيث تعكس شدة الحكم الذي يصدره المستجوب).

مثال:



العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
أشعر بالرضا اتجاه العمل الذي أقوم به.					

أدوات جمع البيانات الميدانية

[الاستمارة (الاستبيان / الاستبانة)، المقابلة، الملاحظة...]

■ **الأسئلة المفتوحة:** نموذج يستخدم لكن بصفة محدودة*، وهو الذي يترك كامل الحرية للمبحوث لصياغة إجاباته.

وعليه لا بد من تحديد امتدادات الإجابة؛ إما بواسطة عدد السطور المخصصة للإجابة، أو بوضع معالم يتضمنها نص السؤال نفسه؛ ويمكن تمييز نوعين من الأسئلة المفتوحة:

✓ **الأسئلة المفتوحة ذات الإجابة المهيأة**

مثال: اذكر المهارات الأساسية لمدير مؤسسة بنكية؟

.....
.....

✓ **الأسئلة المفتوحة ذات الإجابة المختصرة:** قد يتطلب السؤال المفتوح إجابة مختصرة؛ ذلك ما

يظهر في حالة الطلب من المبحوث أن يدقق حدثا ما، أو تبيان إحدى خصائصه، دون اقتراح إجابات مسبقة.

مثال: ما نوع الأفلام التي تحبها أكثر؟

.....

■ **الأسئلة المغلقة - المفتوحة:** وهذا النوع من الأسئلة؛ يحتاج إلى إجابات محددة، متبوعة بطلب تفسير سبب الاختيار...

مثال: ما تقيمك للخدمات التي تقدمها المكتبة الجامعية؟

- ☐ جيدة
- ☐ متوسطة
- ☐ ضعيفة

وإذا كانت متوسطة، ما مقترحاتك لتطويرها؟.....

.....

* يستخدم هذا النوع من الأسئلة في الغالب؛ عندما لا يكون لدى الباحث معلومات وافية أو دراية كافية عن جوانب الموضوع، أو في حالة رغبته في الحصول على معلومات تفصيلية ومتعمقة؛ ورغم أنه لا يقيد المبحوث بإجابات محددة، إلا أنه يعاب عليه: تدني نسبة الردود، وصعوبة تصنيف الإجابات لاحقا وتحليلها من قبل الباحث.

6- أمثلة عن الاستمارة

أ- مثال أول



جامعة وهران أحمد بن بلة 1
كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية
قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان موجهة لزيائن الوكالة التجارية ابن رشد فرع وهران "مقدمة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة ماستر تخصص تكنولوجيا الإعلام والاتصال والعلاقات العامة.

الموسومة ب:

واقع التسويق بالعلاقات في مؤسسة اتصالات الجزائر
-دراسة حالة الوكالة التجارية ابن رشد فرع وهران-

إشراف الأستاذة:

- دهلاس جينفر

إعداد الطالبة:

- بوخرياش ياسمين

سبتي/سبتي الزبون(ة)

بعد التحية، للعلومات التي ستدلون بها في هذا الاستبيان لن نستخدم إلا لغرض البحث العلمي ولاغير وسرية تامة لذا نرجو منكم التعاون معنا وتحري الصدق في الإجابات الكاملة على كافة أسئلة الاستبيان. شاكرين لكم حسن التعاون.

ملاحظة:

ضع علامة (x) أمام الإجابة للناسية

السنة الجامعية: 2016-2017

أدوات جمع البيانات الميدانية
[الاستمارة (الاستبيان / الاستبانة)، المقابلة، الملاحظة...]

البيانات الأولية:

الجنس:

☐ ذكر ☐ أنثى

السن:

أقل من 18 سنة ☐ من 18 إلى 30 سنة ☐
من 31 إلى 41 ☐ من 41 إلى 50 ☐ من 50 فما فوق ☐
المستوى التعليمي: ابتدائي ☐ متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐

المحور الأول: أبعاد ممارسة التسويق بالعلاقات مع الزبائن في الوكالة التجارية ابن رشد* فرع وهران*

1/ هل تقومون بزيارة الوكالة التجارية ابن رشد؟

☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا

2/ ما الذي يدفعكم لزيارتها ؟

- دفع فائزيرة الهاتف ☐

- شراء بطاقات الدفع المسبق للانترنت ☐

- دفع اشترك الانترنت ☐

- التزود ببطاقات التعبئة للانترنت ☐

- إصلاح المودام ☐

أخرى تذكر.....

3/ هل تقوم الوكالة التجارية ابن رشد* فرع وهران* بالتفاعل معكم والاتصال المستمر بكم من أجل تقديم خدمة ما؟

☐ نعم ☐ لا

إذا كان نعم ماهي الوسائل؟.....

4/ ماهي الوسائل المتاحة لكم من أجل التعرف على خدمات الوكالة التجارية ابن رشد وعن كل جديد لها؟

- الدليل (الكانالوج) ☐

- الانترنت ☐

أدوات جمع البيانات الميدانية
[الاستمارة (الاستبيان / الاستبانة)، المقابلة، الملاحظة...]

- معرض للمنتجات الخاص بما ☐

- الاتصال الشخصي ☐

- خدمة الرسائل القصيرة ☐

أخرى تذكر.....

5/هل تقدم المؤسسة عروض مغرية لكم تدفعكم للإقبال على منتجاتها؟

نعم ☐ لا ☐

6/إما هي هذه العروض المقدمة لكم؟

- تقديم تخفيضات لأسعار منتج معين ☐

- تغيير منتج آخر بمنتج أفضل منه ☐

- عروض أخرى أذكرها.....

7/هل قامت المؤسسة بتنظيم أيام خاصة عرضت فيها مختلف للنتجات الخاصة؟

نعم ☐ لا ☐

8/هل تم دعوتكم إليها؟

نعم ☐ لا ☐

10/هل تلقيتم اعتمام من طرف الموظفين أثناء زيارتكم في الحصول على خدمة ما؟

دائما ☐ أحيانا ☐ غالبا ☐ نادرا ☐ مطلقا ☐

11/كيف كانت للعاملة التي تلقيتموها من قبل موظفي الوكالة التجارية ابن رشد أثناء تلقيتكم للخدمة؟

سيئة جدا ☐ سيئة ☐ مقبولة ☐ جيدة ☐ جيدة جدا ☐

12/ ما مدى انتظاركم لتلقي الخدمة ؟

ساعة ☐ أقل من ساعة ☐ ساعة فما فوق ☐

13/ أثناء القيام بطرح سؤال ما أو زيارتكم في الاستفسار عن خدمة ما هل تلقيتم إجابات مقنعة؟

إطلاقا ☐ طبعاً ☐ نوعاً ما ☐

أدوات جمع البيانات الميدانية
[الاستمارة (الاستبيان / الاستبانة)، المقابلة، الملاحظة...]

14/ في رأيكم هل يسمى موظفو المؤسسة دوماً إلى حل مشاكلكم؟

نعم ☐ لا ☐

15/ إذا كانت الإجابة بنعم هل حل ذلك المشكل يكون :

- مباشرة وبسرعة ☐

- لفترات قصيرة ☐

- بعد انتظار طويل جداً ☐

وإذا كان لا فما هي الأسباب /علل إجابتك

16/ هل هناك متابعة لها والوفاء بالوعود؟

أحيانا ☐ غالبا ☐ نادرا ☐ مطلقا ☐

17/ هل الاستماع إلى شكاويكم يكون بشكل :

مقبول ☐ غير مقبول ☐ مقبول نوعا ما ☐

مع التعليل

18/ ما رأيكم في الخدمات التي تقدمها الوكالة التجارية ابن رشد لكم؟

سيئة جداً ☐ سيئة ☐ مقبولة ☐ جيدة ☐ جيدة جداً ☐

19/ هل سبق لكم وأن تعرضتم لمشكل في الخدمة المقدمة لكم؟

نعم ☐ لا ☐

20/ إذا كانت الإجابة بنعم فكيف كانت ردة فعلكم؟

- حالة انفعال ☐

- حالة هدوء ☐

- حالة عادية ☐

21/ إلى من تتوجهون لحل المشكل؟

- مدير الوكالة ☐

أدوات جمع البيانات الميدانية
[الاستمارة (الاستبيان / الاستبانة)، المقابلة، الملاحظة...]

☐ - موظف مصلحة الشكاوي

☐ - موظف الشبايك

☐ - عامل الاستقبال

☐ كل ما سبق ذكره

المحور الثاني: اتجاهات الزبون اتجاه الوكالة التجارية ابن رشد حول الخدمة.

الرقم	العبارة	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق بشدة	موافق
01	أحصل على اهتمام ومعاملة جيدة من قبل موظفي الوكالة ابن رشد					
02	أشعر بوجود علاقة وطيدة بيني وبين موظفي الوكالة					
03	أثق بكل ما يقدمه موظفو وكالة ابن رشد من خدمات					
04	أعامل مع الوكالة لأنها تقدم خدمات جديدة					
05	يتمتع موظفي الوكالة بمهارة التعامل مع العميل وتقدم الخدمة له					
06	أشعر بالرضا عن الخدمات المقدمة من طرف وكالة ابن رشد					
07	لدي انطباع إيجابي عن الوكالة التجارية ابن رشد					
08	أنصح معارفي بالتوجه إلى الوكالة					
09	أنوي الاستمرار كزبون دائم مع الوكالة ابن رشد					

أخرى ذكرها.....

شكرا على حسن تعاونكم

ب - مثال ثاني

ملحق رقم (04): الاستبيان في صورته النهائية

بسم الله الرحمن الرحيم

سيدي الكريم تحية طيبة

في إطار إعداد رسالة ماجستير بعنوان " دور رأس المال الفكري في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية

المستدامة: دراسة مقارنة بين مؤسسة اتصالات الجزائر و اراسكوم تليكوم " .

نضع بين أيديكم الكريمة، هذه الاستبانة راجين أن نمنحونا جزءاً من وقتكم الثمين، والتكرم بالإجابة عل
 الأسئلة بكل موضوعية، وذلك بوضع الإشارة (X) في المكان المناسب لكل فقرة توضح درجة الموافقة
 على كل منها، علماً أن المعلومات التي سيتم جمعها سوف تعامل بكل سرية، ولن تستخدم إلا لغرض
 البحث العلمي.

ولكم جزيل الشكر والتقدير على تعاونكم لخدمة أغراض البحث العلمي

أدوات جمع البيانات الميدانية
[الاستمارة (الاستبيان / الاستبانة)، المقابلة، الملاحظة...]

المقياس					الجزء الأول: رأس المال الفكري		
لا	لا	اتفق	أتفق	أففق			
أففق	أففق	أففق	أففق	أففق	الرقم	العامل	الفقرة
					01	رأس المال البشري	يتوفر لدى موظفي مؤسستكم المعرفة اللازمة لأداء مهامهم على أكمل وجه
					02		يستفيد الموظفون الجدد في مؤسستكم من خبرات الموظفين القدامى
					03		يؤدي الموظفون في مؤسستكم مهامهم بشكل يتوافق مع احتياجاتهم
					04		تملك مؤسستكم عدد كاف من الموظفين الذين يمتلكون الخبرات اللازمة لأداء العمل بكفاءة
					05		تحرص مؤسستكم على ترقية الموظفين ذوي الأداء المتميز في العمل
					06		يتمتع موظفو مؤسستكم بالقدرة على تقديم حلول مبتكرة في مواجهة مشاكل العمل
					07		يتملك الموظفون في المؤسسة قدرات إبداعية تساهم في تطوير العمل
					08		يتملك موظفو مؤسستكم مهارات متميزة للتعامل مع الحالات الطارئة في العمل
					09	رأس المال الهيكلي	يضمن الهيكل التنظيمي لمؤسستكم تدفق المعرفة اللازمة لجميع المستويات الإدارية
					10		تطور مؤسستكم هيكلها التنظيمي بشكل مستمر يتناسب مع البيئة التنافسية المحيطة
					11		يوفر الهيكل التنظيمي لمؤسستكم درجة كبيرة من الوضوح في طبيعة العلاقات القائمة بين الرؤساء والمؤوسين
					12		توفر مؤسستكم برامج التدريب اللازمة لأجل استخدام التكنولوجيا الحديثة
					13		تمتاز قواعد البيانات في مؤسستكم بمواكبتها لكل ما هو جديد في الاختصاص
					14		تزود نظم المعلومات المستخدمة في المؤسسة متخذي القرار بالمعلومات اللازمة بكفاءة

أدوات جمع البيانات الميدانية
[الاستمارة (الاستبيان / الاستبانة)، المقابلة، الملاحظة...]

					يتم تطوير العمليات الادارية في مؤسساتكم باستمرار للتقليل من الاعطاء في العمل	15
					توفر مؤسساتكم نظام الحوافز الذي يعزز الابداع لدى موظفيها	16
					تعمل مؤسساتكم بكل طاقاتها من أجل ارضاء زبائنها	17
					تمنح مؤسساتكم عملائها الدائمين مزايا اضافية تميزهم على الزبائن العاديين	18
					تستقبل مؤسساتكم زبائنها لغرض التعرف على رغباتهم	19
					تقوم مؤسساتكم بدراسات استطلاعية مستمرة للتعرف على رغبات الزبائن المتغيرة	20
					تسعى مؤسساتكم الى كسب زبائن محتملين جدد	21
					تعمل مؤسساتكم على إشراك زبائنها في أعمالها وصفاقاتها	22
					تسعى مؤسساتكم على تبادل المعلومات التي تسهم في فتح آفاق جديدة للتعاون مع الزبون	23
					تهتم مؤسساتكم بحل شكاوى زبائنها بصورة عاجلة	24

أدوات جمع البيانات الميدانية

[الاستمارة (الاستبيان / الاستبانة)، المقابلة، الملاحظة...]

المقياس					الجزء الثاني: الميزة التنافسية المستدامة		
لا أتفق تماماً	لا أتفق	أتفق إلى حد ما	أتفق	أتفق تماماً			
الرقم	العامل	الفقرة					
25	التكاليف المنخفضة	توفر مؤسستكم خدمات بتكاليف أقل مقارنة مع منافسيها					
26		تقدم مؤسستكم خدماتها بأسعار تنافسية					
27		تتحمل مؤسستكم تكاليف تسويقية منخفضة مقارنة بمنافسيها					
28		تدعم مؤسستكم نشاطات البحث والتطوير بغية خفض تكاليفها					
29		تتحمل مؤسستكم تكاليف تحديث خدماتها بمعدل تكرار عال					
30		تقدم مؤسستكم خدماتها إلى شريحة واسعة في السوق					
31		تراقب مؤسستكم مستوى تكاليفها باستمرار مقارنة بمنافسيها					
32		تساهم خبرة عمال مؤسستكم في تفادي الأخطاء المكلفة					
33	التميز	لحرص مؤسستكم على تحسين خدماتها المقدمة بشكل مستمر					
34		تميز الخدمات المقدمة من قبل مؤسستكم بخصائص قادرة على التأثير على السلوك الشرائي للمستهلكين					
35		تقدم مؤسستكم لزبائنها خدمات ما بعد البيع متميزة عن منافسيها					
36		تعتبر الخدمات المقدمة من قبل مؤسستكم متفردة ليس لها نظير في السوق					
37		تقدم مؤسستكم خدمات مبتكرة بوتيرة أسرع من منافسيها					
38		توفر مؤسستكم مزايا في خدماتها يصعب على منافسيها تقليدها					
39		تتوفر مؤسستكم على ميزات في خدماتها تجعلها في مركز متقدم باستمرار عن منافسيها					
40		تقدم مؤسستكم خدمات أكثر استجابة لتطلعات زبائنها مقارنة بمنافسيها					

II- المقابلة

1- تعريف المقابلة

تعرف المقابلة على أنها: "تفاعل لفظي يتم عن طريق موقف مواجهة؛ يحاول فيه الشخص القائم بالمقابلة أن يستثير معلومات أو آراء أو معتقدات شخص آخر أو أشخاص آخرين، للحصول على بعض البيانات الموضوعية".

كما تعرف بأنها: "محادثة موجهة بين الباحث وشخص أو أشخاص آخرين، من أجل تحقيق أهداف الدراسة".
وأيضا بأنها: "حوار لفظي مباشر هادف وواعي؛ يتم بين شخصين (باحث ومبحوث)، أو بين (شخص باحث) ومجموعة من الأشخاص؛ بغرض الحصول على معلومات دقيقة، يتعذر الحصول عليها بالأدوات أو التقنيات الأخرى؛ ويتم تقييده بالكتابة أو التسجيل الصوتي أو المرئي".

2- أنواع المقابلة

المقابلة نوعان:

- المقابلة المقننة: وفيها يضع الباحث أسئلة كل محور في المقابلة.
- المقابلة غير المقننة: وفيها لا يضع الباحث أسئلة المحاور*، إذ لا يقيد الحديث؛ ولكن فقط يحدد محاور الحديث عن الموضوع.

ويخضع اختيار المقابلة المقننة أو غير المقننة، إلى طبيعة الموضوع: فهناك الموضوع المحدد وغير المتشعب الذي يستطيع الباحث فهم جميع أبعاده، وبالتالي حصرها في أسئلة، وعليه فهو بحاجة إلى المقابلة المقننة؛ وهناك الموضوع الذي لا يستطيع الباحث حصر أبعاده، ولذلك يترك الحديث مفتوحا، وبالتالي فهو بحاجة إلى المقابلة غير المقننة.

3- الأمور الواجب مراعاتها أثناء إجراء المقابلة

ونخص بالذكر:

- ✓ مظهر الباحث (ملبسه)؛ يجب أن يتناسب مع مستوى المبحوثين، لأن عدم التناسب يولد نوعا من عدم الألفة بين الطرفين، وهذا بدوره يؤثر على إجابات المبحوثين.
- ✓ سلوك الباحث؛ إذ ينبغي أن يتحلى بالرزانة والهدوء، والتواضع واللفظ (خلق جو ودي).

* تشمل المقابلة؛ المحاور التي خصصت لهم المقابلة في موضوع البحث، وتكون هذه المحاور على علاقة وثيقة بعنوان البحث وخطة البحث والإشكالية والفرضيات والمؤشرات والوحدات والعناصر.

أدوات جمع البيانات الميدانية [الاستمارة (الاستبيان / الاستبانة)، المقابلة، الملاحظة...]

- ✓ عند دراسة جماعة أو منظمة أو شركة؛ يجب أن يحرص الباحث على مقابلة قيادة أو مدير الشركة أولاً لضمان تعاونهم.
- ✓ يقدم الباحث نفسه بطريقة لائقة ومقبولة، وأن يكون معه ما يثبت هويته؛ ويذكر الهدف من دراسته وسبب اختياره للمبحوث، والتأكيد على أن المعلومات التي سيدلي بها هذا الأخير، هي لأغراض البحث العلمي البحث وستعامل بسرية تامة.
- ✓ وعند توجيه الباحث للأسئلة، يجب عليه:
 - استخدام لغة يستوعبها المبحوث.
 - التدرج في الطرح؛ حيث يبدأ بالأسئلة العامة، والتي لا تتعلق بجوانب خاصة، أو تثير حساسية لدى المبحوث.
 - عدم توجيه أكثر من سؤال واحد في نفس الوقت؛ لإتاحة الفرصة للمبحوث، للتفكير والتمعن بالإجابة.
 - استخدام عبارات الثناء والشكر وتشجيع المبحوث على إتمام إجاباته.
 - أن يظل ممسكاً بزمام الأمور والمناقشة، بحيث يوجه الأسئلة هو دون المبحوث.

4- مزايا وعيوب المقابلة

أ- المزايا

- للمقابلة عدة مزايا، تجعلها وسيلة فعالة في العديد من البحوث، وأهمها ما يلي:
- ✓ المرونة؛ حيث يستطيع الباحث، أن يسأل السؤال ويفسره أكثر من مرة، للحصول على معلومات محددة من المبحوث، وخاصة إذا كان هناك سوء فهم من قبله.
- ✓ معدل الإجابة يكون أعلى مقارنة بالاستمارة؛ لأنها تتيح المجال أمام المبحوثين، للتعبير عن رأيهم خاصة إذا كانوا لا يقرأون ولا يكتبون.
- ✓ ملاحظة السلوك؛ إذ يستطيع الباحث مراقبة سلوك وردود فعل المبحوث، وتخمين صحة أقواله ومدى تعبيرها عن الذات.
- ✓ التلقائية؛ وهي قدرة الباحث على تسجيل الإجابة المباشرة، والعفوية للمبحوث.
- ✓ التحكم بالأسئلة؛ حيث يضمن الباحث إجابة المبحوث بتسلسل منطقي دون القفز من سؤال إلى آخر لأنه من يتحكم بطرح الأسئلة.

أدوات جمع البيانات الميدانية [الاستمارة (الاستبيان / الاستبانة)، المقابلة، الملاحظة...]

ب- العيوب

للمقابلة كذلك عيوب، وأبرزها ما يلي:

- ✓ تتطلب جهد ووقت كبيرين من الباحث، إذا كان عدد الأفراد المشمولين بالدراسة كبير ومدة المقابلة طويلة.
- ✓ التكلفة؛ فقد يتكلف الباحث مبالغ باهظة، لكثرة تنقله وصعوبة تحديد المواعيد، ودفعه مبالغ للمبحوثين بدل وقتهم وتنقلهم لمكان إجراء المقابلة.
- ✓ صعوبة الوصول إلى بعض الأفراد ومقابلتهم شخصياً؛ إما بسبب مركزهم كالوزراء والمدراء أو بسبب تعرض الباحث لبعض المخاطر عند إجرائه مقابلات مع جماعات خطيرة.
- ✓ التحيز؛ سواء سلباً أو إيجاباً، وهنا يدخل عنصر العاطفة، مما يقلل من موضوعية الإجابات ومصادقيتها.
- ✓ تقليل فرصة التفكير ومراجعة الملفات والسجلات والتقارير لدى المبحوث.

III- الملاحظة

1- تعريف الملاحظة

الملاحظة من أقدم وسائل جمع البيانات والمعلومات الخاصة بظاهرة ما، حيث استخدمت من قبل القدماء في مجال الظواهر الطبيعية مثل خسوف القمر والزلازل؛ ثم انتقل استخدامها إلى العلوم الاجتماعية والإنسانية... ويمكن تعريف الملاحظة بأنها: "عملية مراقبة أو مشاهدة لسلوك الظواهر والمشكلات والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية ومتابعة سيرها واتجاهاتها وعلاقاتها، بأسلوب علمي منظم ومخطط وهادف؛ بقصد التفسير وتحديد العلاقة بين المتغيرات، والتنبؤ بسلوك الظاهرة وتوجيهها لخدمة أغراض الإنسان وتلبية احتياجاته". كما تعني: "الانتباه والنظر لشيء ما؛ وهي أداة من أدوات البحث العلمي، تجمع بواسطتها المعلومات التي تمكن الباحث من الإجابة عن أسئلة البحث واختبار فروضه".

2- أنواع وطرق الملاحظة

أ- أنواع الملاحظة

- **الملاحظة البسيطة:** ويقصد بها ملاحظة الظواهر كما تحدث تلقائياً في ظروفها العادية؛ دون إخضاعها لضبط علمي، ودون استخدام أدوات دقيقة للقياس بغية الدقة في الملاحظة والتحلي بالموضوعية...
- **الملاحظة المنظمة:** تختلف الملاحظة المنظمة عن الملاحظة البسيطة، في الضبط العلمي والفحص الموضوعي والتحديد الدقيق للظواهر والمعالم التي تخصص الملاحظة لها.

ب- طرق الملاحظة

- **الملاحظة دون المشاركة:** وفيها يلاحظ الباحث عينة بحثه بطريقة غير مباشرة، ودون أن يشارك أعضاء العينة في عملهم؛ فالباحث عضو خارج عينة البحث، يلاحظ من بعيد، وفي وقت قصير، والملاحظة بهذه الطريقة لا تدوم شهورا أو سنين.
 - **الملاحظة بالمشاركة:** وفيها يندمج الباحث مع عينة بحثه، ويصبح مصاحبا لأعضائها في معظم الأوقات أي أنه يلاحظ سلوكهم في موضوع بحثه، وهو يشاركهم أيضا بقية أعمالهم وقضاء أوقاتهم؛ وقد تدوم الملاحظة بالمشاركة شهورا أو سنين، كأن يعمل الباحث أو يدرس مع عينة بحثه.
- ونذكر قصة في هذا الصدد: من أنه في يوم ما، قتل عامل مدير المصنع في إضراب قام به عمال المصنع ولما تعسر على شرطة التحقيق معرفة من القاتل؟ عين محقق وقام بالمقابلة والملاحظة بالمشاركة؛ أي أنه أصبح عاملا من بين عمال ذلك المصنع، وعمل لمدة حوالي ثلاث سنوات، تخللها مقابلات وملاحظات عديدة مع جميع العمال، وشارك في محاولات إضراب كثيرة بالمصنع؛ وفي يوم من الأيام، في تحضير لإضراب من طرف العمال، اختلفوا في من يتزعمه؛ فنطق عامل قائلا: أنا أترعمه، ولما طلب منه دليل مقدرته على ذلك، قال: لقد كنت دوما زعيما، بدليل في يوم كذا وفي عام كذا، عندما واجه المدير فلان العمال، فأنا الذي قمت بمواجهته، وقتلته؛ فنطق المحقق آنذاك قائلا له: تعال من أجلك عملت في هذا المصنع ما يقارب ثلاث سنوات.

3- مزايا وعيوب الملاحظة

أ- المزايا

من أهم مزايا الملاحظة ما يلي:

- ✓ أنها أفضل طريقة لدراسة عدة أنواع من الظواهر؛ إذ أن هناك جوانب للتصرفات الإنسانية، لا يمكن دراستها إلا بهذه الوسيلة.
- ✓ أنها تسمح بالحصول على بيانات ومعلومات؛ من الجائز ألا يكون قد فكر بها الأفراد موضوع البحث حين إجراء مقابلات معهم، أو حين مراسلتهم لتعبئة استمارة الدراسة.
- ✓ أنها تمكن الباحث من جمع بياناته تحت ظروف سلوكية مألوفة.
- ✓ أنها تمكن الباحث من جمع حقائق عن السلوك في وقت حدوثها.
- ✓ أنها لا تتطلب جهودا كبيرة تبذل من قبل المجموعة التي تجري ملاحظتها بالمقارنة مع طرق بديلة.

أدوات جمع البيانات الميدانية [الاستمارة (الاستبيان / الاستبانة)، المقابلة، الملاحظة...]

✓ أنها لا تعتمد كثيرا على الاستنتاجات.

ب- العيوب

مع وجود المزايا السابقة؛ هناك عيوب للملاحظة، تتصل بجانبها التطبيقي وبمقدرة الباحث، أبرزها ما يلي:

✓ قد تحدث أسباب غير متوقعة، تعيق عملية القيام بالملاحظة أو استكمالها.

✓ قد يعتمد الأفراد موضوع الملاحظة، إلى إعطاء الباحث انطباعات جيدة أو غير جيدة؛ وذلك عندما يدركون أنهم واقعون تحت ملاحظته.

✓ قد يصعب توقع حدوث حادثة عفوية بشكل مسبق، لكي يكون الباحث حاضرا في ذلك الوقت وفي كثير من الأحيان، قد تكون فترة الانتظار مرهقة وتستغرق وقتا طويلا.

✓ قد تكون الملاحظة محكومة بعوامل محددة زمنيا وجغرافيا؛ فتستغرق بعض الأحداث عدة سنوات، أو قد تقع في أماكن متباعدة، مما يزيد صعوبة في مهمة الباحث.

✓ قد تكون بعض الأحداث الخاصة في حياة الأفراد، مما لا يمكن ملاحظتها.

✓ قد تميل الملاحظة إلى إظهار التحيز والميل لاختيار ما يناسب الباحث، أو أن ما يراه غالبا يختلف عما يعتقد.