



الفصل الأول: الاستبانة والمقاييس Questionnaire and scales

العنوان	رقم الصفحة
مقدمة	4
1. أنواع المقاييس	4
1.1. المقاييس الاسمية	4
2.1. المقاييس الترتيبية	5
3.1. المقاييس المدرجة أو الفئوية	6
4.1. مقاييس النسب	6
2. تقنيات	7
1.2. مقاييس المقارنة	7
2.2. مقاييس اللامقارنة	8
3. تصميم الاستبانة	10
1.3. تحديد محتوى الأسئلة	10
2.3. تجاوز عدم القدرة على الإجابة	12
3.3. عدم الرغبة في الإجابة	13
4.3. ترتيب الأسئلة	14
5.3. الاختبار الأولي للاستبانة	15
المراجع العربية	16
المراجع الأجنبية	16
مقترحات وتمارين للفصل الأول	17

الكلمات المفتاحية:

الاستبانة، القياس، المقياس الاسمي، المقياس الترتيبي، المقياس المدرج، مقياس النسب.

ملخص:

يشرح الفصل مفهوم القياس وأنواع المقاييس الأساسية ابتداءً بالمقاييس الاسمية مروراً بالمقاييس الترتيبية والمدرجة وانتهاءً بمقاييس النسب. كما يميز الفصل بين مقاييس المقارنة ومقاييس اللامقارنة. يتناول الفصل أيضاً بعض الأمور الأساسية المتعلقة بتصميم الاستبانة وكيفية التعامل مع عدم قدرة المجيب أو عدم رغبته في الإجابة وترتيب الأسئلة والاختبار الأولي للاستبانة.

أهداف تعليمية:

بعد اطلاع الطالب على مضمون ومحتوى هذا الفصل، ستتوافر لديه القدرة على تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على أنواع المقاييس الأساسية
- فهم تقنيات القياس القائمة على المقارنة أو على اللامقارنة
- إدراك كيفية تصميم الاستبانة
- معرفة كيفية التعامل مع عدم قدرة المجيب على الإجابة أو عدم رغبته في الإجابة
- فهم كيفية اختبار الاستبانة

المخطط

1. أنواع المقاييس Types of scales
 - 1.1 المقاييس الاسمية Nominal scales
 - 2.1 المقاييس الترتيبية Ordinal scales
 - 3.1 المقاييس المدرجة أو الفئوية Interval scales
 - 4.1 مقاييس النسب Ratio scales
2. تقنيات القياس Scaling technics
 - 1.2 مقاييس المقارنة Comparative scales
 - 1.1.2 مقاييس المقارنة الثنائية Paired comparison scales
 - 2.1.2 مقاييس الترتيب Rank order scales
 - 2.2 مقاييس اللامقارنة Non-comparative scales
 - 1.2.2 المقياس المستمر Continuous rating scale
 - 2.2.2 مقياس ليكرت Likert scale
 - 3.2.2 مقياس تباين المعاني Semantic differential scale
3. تصميم الاستبانة Questionnaire Design
 - 1.3 تحديد محتوى الأسئلة Question content
 - 1.1.3 الحاجة للسؤال Need for the question
 - 2.1.3 الحاجة لسؤال أو أكثر One or several questions
 - 3.1.3 الأسئلة الإيحائية Leading questions
 - 2.3 تجاوز عدم القدرة على الإجابة Overcoming inability to answer
 - 1.2.3 امتلاك المعرفة الكافية Having the information
 - 2.2.3 القدرة على التذكر Ability to remember
 - 3.3 عدم الرغبة في الإجابة Unwillingness to answer
 - 1.3.3 الجهد المبذول للإجابة Required effort
 - 2.3.3 المعلومات الحساسة Sensitive information
 - 4.3 ترتيب الأسئلة Order of questions
 - 5.3 الاختبار الأولي للاستبانة Pretesting the questionnaire

مقدمة

تعتبر عملية القياس إحدى المراحل الأساسية في البحوث التي تستخدم الأساليب الإحصائية للخروج بالنتائج والقرارات. كما أنها تعتبر الأساس الذي يحكم درجة الثقة والصدق فيما يمكن أن يصل إليه الباحث من نتائج وخلصات.

وكثيراً ما يتم استخدام المقاييس ضمن الاستبانات التي يتم تصميمها وتوزيعها للحصول على البيانات التي سيتم معالجتها إحصائياً في مرحلة لاحقة.

سنتناول في هذا الفصل بعض الأمور الأساسية المتعلقة بتصميم الاستبانة كما سنتعرف على أنواع المقاييس الأكثر انتشاراً واستخداماً من قبل الباحثين ضمن الاستبانات.

1. أنواع المقاييس

يعرف القياس مفاهيمياً بأنه الإجراء الذي يتم بواسطته تحديد قيم معيارية (أرقام أو حروف أو رموز) لحالات التغير التي يأخذها المتغير محل القياس والخصائص التي تتصف بها كل حالة. وتصنف المقاييس بحسب مستوى المعلومة التي توفرها ضمن أربع مجموعات هي:

- المقاييس الاسمية
- المقاييس الترتيبية
- المقاييس المدرجة
- مقاييس النسب

1.1. المقاييس الاسمية

تكون القيم أو الأرقام التي يتكون منها المقياس الاسمي Nominal Scale مجرد علامات مميزة أو إشارات للتعريف بمفردات عينة الدراسة أو الأشياء أو لتصنيفها. عندما يتم استخدام المقياس الاسمي للتعريف Identification يكون هناك توافق تام بين الأرقام والأشياء أو الأفراد. وكمثال على هذا المقياس نذكر:

- الأرقام الوطنية على البطاقات الشخصية
- الأرقام التي يتم إعطاؤها للاعبين كرة القدم
- أرقام الطلاب التي يتم إعطاؤها لهم عند التسجيل
- أرقام الحسابات في البنوك
- الأرقام التي يتم إعطاؤها لتمييز المجيبين

يكون لدينا في النهاية مجموعة من الأرقام التي يشير كل منها إلى شيء/فرد. تساعد هذه المطابقة بين الأرقام والأشياء/الأفراد على وصف كل فرد/شيء على حده. ولا بد أن نتأكد من عدم وجود فردين/شيئين يحملان نفس الرقم.

أما عندما يتم استخدام المقياس الاسمي بهدف التصنيف Classification فإن الأرقام المختارة تستخدم كعناوين لتمييز المجموعات أو الفئات كالجنس أو المستوى التعليمي أو الحالة الاجتماعية....

وسواء استخدمت الأرقام في المقاييس الاسمية للتعريف أو التصنيف فإنها لا تمتلك صفات الأرقام في المعاملات الرياضية والحسابية. فهي لا تعكس أي الأشياء أكبر أو أي الخصائص أفضل. فباللاعب الذي يحمل الرقم واحد مثلاً لا يحكم عليه من خلال رقمه على أنه أقل شأنًا من اللاعب الذي يحمل الرقم اثنين. كما يمكن إعطاء الرقم 1 للذكور و 2 للإناث أو العكس من دون أن تعني الأرقام شيئاً عدا كونها تمثل عناوين للمجموعات والأفراد. أي أن الرقمين لا يعطيان المعنى الحقيقي للأرقام وبالتالي لا يمكن إجراء العمليات الحسابية على هذه الأرقام.

من خلال خصائص المقاييس الاسمية نستنتج أن العمليات الوحيدة التي تسمح بها الأرقام تقوم على العد counting أو التكرار frequency. فلا يمكن مثلاً حساب الوسط الحسابي للجنس ولكن يمكن حساب عدد الذكور وعدد الإناث في العينة.

تعتبر المقاييس الاسمية من أقل أنواع المقاييس من حيث الغنى بالمعلومات. وهي تسمح بعدد محدود من العمليات الإحصائية عند التحليل كحساب النسب المئوية والتكرار والمنوال واختبار كاي مربع.

2.1. المقاييس الترتيبية

كما يوحي اسمها تتضمن المقاييس الترتيبية Ordinal scales بعداً ترتيبياً. ويتطلب استخدامها قدرة على التمييز بين مفردات عينة الدراسة طبقاً لخاصية معينة. فمثلاً يستطيع الباحث ترتيب مجموعة من أصناف مساحيق الغسيل طبقاً لقدرتها على التنظيف. فإذا أعطى رقم 1 لأكثر الأصناف قدرة على التنظيف، ورقم 2 للصنف الأقل، وهكذا... فإنه سينتج لديه في النهاية مقياس ترتيبى لمساحيق الغسيل. كما يمكن استخدام هذا النوع من المقاييس لتصنيف العاملين بناء على مهاراتهم القيادية من الأكثر إلى الأقل.

يسمح هذا النوع من المقاييس بالترتيب ولكنه لا يوضح الفروقات أو المسافات بين الأمور التي يتم ترتيبها. بمعنى أن المقياس لا يساعد في توضيح الفرق بين الأشياء/الأفراد طبقاً للخاصية التي يتم الترتيب على أساسها حيث نستطيع أن نقول أن A أكبر من B ولكننا لا نستطيع أن نعرف المسافة بين A و B باستخدام هذه المقاييس. لا تعني الفروقات بين الأرقام إذاً أكثر من مجرد اختلاف في الترتيب أو الأهمية.



تشبه المقاييس الترتيبية المقاييس الاسمية من حيث البيانات التي توفرها للباحث ولكنها تعتبر أكثر غنى بالمعلومات. يمكن استخدام طرق الإحصاء الوصفي المتعلقة بالتكرار وغيرها من طرق التلخيص الإحصائي المتعلقة بترتيب المفردات محل البحث مثل: الوسيط والنسب المئوية والمنوال والربيعيات. أما الوسط الحسابي العادي للعمليات فليس له أي دلالة تفسيرية بالنسبة للبيانات التي يوفرها المقياس الترتيبى.

3.1. المقاييس المدرجة أو الفئوية

تتطوي عملية القياس باستخدام المقاييس المدرجة Interval Scales على وجود وحدة قياس ثابتة في المقياس. يساعد المقياس على صياغة عبارات ذات دلالات معينة حول الفروقات الموجودة بين الأفراد. يقدم هذا المقياس كل المعلومات التي يقدمها المقياس الترتيبي بالإضافة إلى تقديمه فرصة مقارنة وتقييم الفروقات بين الأشياء. وتكون الفروقات أو المسافات متساوية بين درجات المقياس. كما أن نقطة الصفر على المقياس تمثل قيمة تخمينية أو اعتبارية فالصفر في هذا النوع من المقاييس لا يعني عدم توافر الصفة. وتعتبر موازين الحرارة أمثلة للمقاييس المدرجة فدرجة الحرارة صفر لا تعني عدم وجود حرارة. تضم الطرق الإحصائية التي يمكن استخدامها مع المقاييس المدرجة كل الطرق التي يمكن استخدامها مع المقاييس الاسمية والترتيبية بالإضافة إلى إمكانية حساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري والارتباط الخطي ومجموعة واسعة أخرى من الطرق الإحصائية.

4.1. مقاييس النسب

تعتبر مقاييس النسب Ratio Scale ذات فاعلية عالية لأغراض كثيرة في الأبحاث التطبيقية. ويعني الصفر في هذه المقاييس عدم وجود الصفة (المعنى الحقيقي للصفر) فالزمن صفر يعني عدم وجود زمن وكذلك المسافة صفر. وتعني النسب المتساوية بين قيم المقياس نسباً متساوية بين مفردات عينة البحث. ومن أمثلة مقاييس النسب نذكر الطول والوزن والتكاليف والحصة السوقية والمبيعات وغيرها. ويتم التعامل عادة مع المقاييس المدرجة/الفئوية ومقاييس النسب بالطرق نفسها ويطلق عليها عادة اسم المقاييس الكمية أو المستمرة أو القياسية بحسب المرجع المستخدم.

المقياس				
اسمي	أرقام قمصان العدائين			
ترتيبي	ترتيب وصول اللاعبين			
المدرج	تقييم الأداء على مقياس من 10 درجات	8.2	9.1	9.6
نسب	الزمن المستغرق لإنهاء السباق	15.2	14.1	13.4

شكل 1.1. أنواع المقاييس

2. تقنيات القياس

يمكن تمييز عائلتين من المقاييس بناء على تقنيات القياس المستخدمة وهي مقاييس المقارنة ومقاييس اللامقارنة.

1.2. مقاييس المقارنة

تقوم تقنية القياس في مقاييس المقارنة Comparative scales على المقارنة المباشرة بين الأشياء المبحوثة أو المختبرة. وتتمتع هذه المقاييس بصفات المقاييس الاسمية والترتيبية فقط. ومن أشكالها نذكر على سبيل المثال لا الحصر مقاييس المقارنة الثنائية ومقاييس المقارنة الترتيبية.

1.1.2. مقاييس المقارنة الثنائية

يتم في مقاييس المقارنة الثنائية Paired Comparison Scaling عرض شئيين على المجيب ويطلب منه اختيار شيء منهما. تكون البيانات الناتجة ذات طبيعة ترتيبية ordinal. وينصح أن لا يكون عدد الثنائيات التي نرغب بمقارنتها كبيراً.

مثال: سنعرض عليكم عدة ثنائيات من العلامات التجارية للشامبو. في كل ثنائية، نرجو منكم اختيار العلامة التجارية التي تفضلونها للاستخدام الشخصي.

	Jhirmack	Finesse	Vidal Sassoon	Head & Shoulders	Pert
Jhirmack		0	0	1	0
Finesse	1 ^a		0	1	0
Vidal Sassoon	1	1		1	1
Head & Shoulders	0	0	0		0
Pert	1	1	0	1	
عدد التفضيلات	3	2	0	4	1

a يعني 1 أن العلامة التجارية في العمود تم تفضيلها على العلامة الظاهرة في السطر.

يعني 0 أن العلامة التجارية في السطر تم تفضيلها على العلامة الظاهرة في العمود

b عدد التفضيلات = مجموع قيم العمود

2.1.2. مقاييس الترتيب

يتم في مقاييس الترتيب Rank order scaling عرض عدة أشياء دفعة واحدة على المجيب ويطلب منه ترتيبها بناء على معيار محدد. يعتبر هذا القياس أقرب إلى الحياة العملية من القياس باستخدام مقياس المقارنة الثنائي. **مثال:** رتب العلامات التجارية التالية لمعاجين الأسنان بحسب تفضيلها. ابدأ بإعطاء القيمة 1 للعلامة الأكثر تفضيلاً بالنسبة لك ثم 2 للعلامة التي تليها من حيث التفضيل واستمر بهذه الطريقة وصولاً إلى إعطاء القيمة 10 للعلامة الأقل تفضيلاً بالنسبة لك.

العلامة التجارية	الترتيب
1. Crest	_____
2. Colgate	_____
3. Aim	_____
4. Gleem	_____
5. Sensodyne	_____
6. Ultra Brite	_____
7. Close Up	_____
8. Pepsodent	_____
9. Plus White	_____
10. Stripe	_____

2.2. مقاييس اللامقارنة

يتم في مقاييس اللامقارنة قياس خصائص الشيء المبحوث بمعزل عن الأشياء الأخرى. وتمتلك البيانات الناتجة عن هذه المقاييس خصائص بيانات المقاييس المدرجة والنسب. ونذكر من أنواعها: المقاييس المستمرة/التخطيطية ومقياس ليكرت ومقياس تباين المعاني.

1.2.2. المقياس المستمر

يعرف المقياس المستمر continuous rating scale بالمقياس التخطيطي graphic rating scale أيضاً. تتم الإجابة هنا من خلال وضع علامة على الخط المستمر/المستقيم الدال على المقياس. ويمكن أن يكون الخط أفقياً أو عمودياً. وقد أصبح هذا المقياس أكثر شعبية مع تطور الوسائل التكنولوجية المستخدمة في الاستبيان (الكمبيوتر والانترنت).

مثال:

كيف تقيم الجامعة أداء الجامعة الافتراضية؟

ممتاز----- I.----- ضعيف

ممتاز----- I.----- ضعيف

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

2.2.2. مقياس ليكرت

سمي مقياس ليكرت Likert scale بهذا الاسم نسبة إلى مصممه Rensis Likert. يقوم هذا المقياس على إعطاء درجة الموافقة أو عدم الموافقة على مجموعة من العبارات المتعلقة بالشئ المدروس.

- 1 = غير موافق بشدة
- 2 = غير موافق
- 3 = محايد
- 4 = موافق
- 5 = موافق بشدة

مثال: أعط درجة موافقتك على كل من العبارات التالية:

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	
5	4	3	2	1	تنتج Renault سيارات عالية الجودة
5	4	3	2	1	خدمة ما بعد البيع سيئة لدى Renault
5	4	3	2	1	لا أحب إعلانات سيارات Renault

3.2.2. مقياس تباين المعاني

يتكون مقياس تباين المعاني Semantic Differential Scale من 7 درجات (عادةً) حيث يتضمن في الطرف الأول منه صفة مناقضة تماماً للصفة الموجودة في الطرف الآخر.

مثال:

أعتقد أن رئيسي في العمل:

- ضعيف:---X:--- قوي
- لا يعتمد عليه:---X:--- يعتمد عليه
- فات عصره:---X:--- عصري

3. تصميم الاستبانة

تعرف الاستبانة على أنها مجموعة من الأسئلة المصممة لجمع أكبر قدر من البيانات اللازمة عن المشكلة أو الظاهرة محل البحث لتحقيق الأهداف الأساسية للبحث. وفي الحقيقة فإنه لا توجد ما تسمى بالاستبانة النمطية أو المثالية والتي يمكن أن تكون صالحة لكافة الأوضاع التي تجري فيها البحوث. لكن ونظراً لأن تصميم صحيفة الاستبانة يعتبر محدداً هاماً لدقة البيانات فإن الباحث يجب أن يولي إعدادها وتصميمها الاهتمام الكافي الذي يرقى بها إلى مستوى الدقة المطلوب.

1.3. تحديد محتوى الأسئلة

يتوجب عند تحديد محتوى الأسئلة التفكير في الحاجة الفعلية للسؤال والابتعاد عن السؤال عن أكثر من شيء ضمن السؤال الواحد وتجنب الأسئلة الإيحائية.

1.1.3. الحاجة للسؤال

إذا لم يكن هناك حاجة للبيانات التي ستنتج عن السؤال، ينصح بحذف السؤال. إلا أنه يمكن في بعض الأحيان أن تطرح أسئلة حيادية لشد انتباه المجيب وزيادة إمكانية مشاركته في الاستبيان وخصوصاً عندما يكون الموضوع حساساً أو جدلياً. كما يمكن أيضاً طرح بعض الأسئلة في البداية لإخفاء الهدف الحقيقي من البحث أو لمن ستعود النتائج. فمثلاً يمكن لاستبيان عن حواسيب IBM أن يتضمن أسئلة عن Dell.

2.1.3. الحاجة لسؤال أو أكثر

من الأخطاء الشائعة عند تصميم أسئلة الاستبانة أن يدور السؤال حول شيئين أو أكثر كما في الأمثلة التالية:

- هل تزايدت مبيعاتك من المنتج س أم تناقصت خلال الشهر الماضي؟

نعم _____ لا _____ لم تتغير _____

- هل تشتري صحيفة س لأنها سياسية واقتصادية ورياضية؟

نعم _____ لا _____

- هل تعتقد أن مشروب "كوكا كولا" لذيذ ومنعش؟

يعتبر السؤال السابق خاطئاً لدمجه محاولة الحصول على معلومات متعلقة بشيئين (1. لذيذ، 2. منعش) في سؤال واحد (يجب أن يغطي السؤال نقطة أو شيئاً واحداً فقط). للحصول على المعلومة الصحيحة يجب تحويل السؤال السابق إلى سؤالين:

- هل تعتقد أن مشروب كوكا كولا لذيذ؟

- هل تعتقد أن مشروب كوكا كولا منعش؟

3.1.3. الأسئلة الإيحائية

يجب تجنب الأسئلة الإيحائية. وهي تلك الأسئلة التي توحى بإجابة معينة للسؤال.

مثال:

- ألا تعتقد أن تنظيف المنزل يحتاج إلى مجهود كبير؟

نعم _____ لا _____

2.3. تجاوز عدم القدرة على الإجابة

قد تنتج عدم القدرة على الإجابة من عدم امتلاك الفرد للمعلومة المطلوبة أو من عدم قدرته على التذكر.

1.2.3. امتلاك المعرفة الكافية

قد يتم سؤال الأفراد حول أمور لا يمتلكون المعلومات أو المعرفة الكافية حولها. فقد لا يمتلك الزوج معلومات عن مصروف العائلة على المواد الاستهلاكية الأساسية إذا كانت الزوجة هي من يقوم بالشراء. من ناحية أخرى يجب أن يخلو السؤال من الكلمات الغامضة أو الألفاظ غير المعتادة للمستقصى منهم. فمثلاً تعتبر كلمة "سلعة رأسمالية" غير معتادة لعامة الناس ويختلف معناها من شخص لآخر.

تكمن المشكلة هنا في أن الأبحاث قد أظهرت أن الأفراد يميلون للإجابة على الأسئلة الواردة في الاستبيان حتى لو لم يمتلكوا المعلومات الكافية للإجابة

وقد تفيد الأسئلة الكاشفة filter questions في استبعاد الأفراد الذين لا يمتلكون المعلومات أو المعرفة الكافية للإجابة على أسئلة الاستبيان كالأسئلة حول معرفة العلامة التجارية أو الخبرة في استخدام المنتج أو امتلاك معلومات عن المنتج....

وقد يفيد خيار "لا أعرف" don't know في حل هذه المشكلة دون التخلي عن إجابات المجيب الأخرى الصحيحة. ويمكن إدراج هذا الخيار في حالة الشك في نقص المعلومات الكافية لدى المجيب للإجابة على بعض أسئلة الاستبيان.

2.2.3. القدرة على التذكر

نعتقد أحياناً بأن هناك معلومات بسيطة يستطيع غالبية الأفراد تذكرها. لكن العديد من الدراسات أظهرت أن الحقيقة قد تكون عكس ذلك.

- كم عبوة مشروب غازي استهلكتم خلال فترة معينة؟...

يفضل تحويل السؤال في هذه الحالة إلى الشكل التالي:

- وسطياً، كم مرة تستهلكون المشروبات الغازية خلال الأسبوع؟

- _____ أقل من مرة أسبوعياً
- _____ 1 - 3 مرات أسبوعياً
- _____ 4 - 6 مرات أسبوعياً
- _____ 7 مرات أو أكثر أسبوعياً

كما أنه من المفيد أحياناً مساعدة المجيب على التذكر والإجابة. فقد يصعب على المجيب تذكر الإجابة على السؤاليين التاليين:

- ما هي العلامة التجارية لإطارات سيارتك؟
 - ما هي العلامات التجارية التي شاهدت إعلاناتها مساء البارحة؟
- يمكن هنا مساعدة المجيب من خلال إعداد قائمة من أسماء العلامات التجارية ومن ثم الطلب من المجيب الإطلاع على القائمة والإجابة على السؤال التالي:
- ضع إشارة على العلامة التجارية التي شاهدت إعلاناً لها مساء البارحة.

3.3. عدم الرغبة في الإجابة

قد يؤدي إجهاد المجيب إلى ازدياد عدم رغبته في الإجابة على أسئلة الاستبانة كما قد تقود الأسئلة الحساسة إلى تجنب الإجابة عليها من قبل المجيب.

1.3.3. الجهد المبذول للإجابة

ينصح بالسعي إلى تخفيف الجهد الذي سيبدله المجيب للإجابة على السؤال.

مثال:

ما هي الأجنحة التي تقوم بالتسوق منها عادة عند زيارتك لمراكز التسوق؟
يشكل السؤال السابق مثلاً على سؤال يتطلب من المجيب بذل جهد كبير للإجابة عليه. لتقليل الجهد المبذول، يمكن طرح السؤال كما يلي:

من القائمة التالية، ضع إشارة إلى جانب الأجنحة التي تقوم بالتسوق منها عادة عند زيارتك لمراكز التسوق.

- الألبسة النسائية _____
- الألبسة الرجالية _____
- ألبسة الأطفال _____
- مستحضرات التجميل _____
- المجوهرات _____
- أخرى (يرجى تحديدها) _____

2.3.3. المعلومات الحساسة

تعتبر المعلومات الحساسة معلومات قد يرغب المجيب بإخفائها أو عدم الإجابة عليها بشكل صحيح لأنها قد تؤدي إلى حكم الآخرين عليه بشكل سلبي أو إلى التأثير على تقدير الذات بشكل سلبي. ومن أمثلة المعلومات الحساسة نذكر: المال/الدخل والحياة العائلية والمعتقدات الدينية والسياسية والتورط في أمور غير قانونية أو غير أخلاقية.... وغيرها.

وللتخفيف من هذه الظاهرة، ينصح بما يلي:

- وضع الأسئلة الحساسة في نهاية الاستبيان. قد تؤدي هذه الطريقة إلى إزالة عدم الثقة مع التقدم في الاستبيان، وخلق الرغبة في إنهاء الاستبيان من قبل المجيب
- التمهيد للسؤال من خلال عبارة تشير إلى شيوع السلوك الذي ستسأل عنه. مثال: قبل السؤال عن القروض المصرفية يمكن عرض عبارة "تشير الدراسات الحديثة إلى أن معظم السوريين يقترضون من البنوك"
- استخدام أسلوب الشخص الثالث: طرح السؤال بصيغة تشير إلى أنه يتعلق بأشخاص آخرين (لا يتعلق بالمجيب ولا بالسائل)
- إخفاء السؤال بين مجموعة من الأسئلة التي لا يمانع المجيب بالإجابة عليها
- تحديد مجالات للإجابة عوضاً عن طلب الإجابة الدقيقة. فمثلاً عوضاً عن السؤال "ما هو دخلك السنوي" حدد مجالات للدخل واطلب من المجيب أن يختار المجال الذي يتوافق مع دخله

4.3. ترتيب الأسئلة

يمكن أن تكون الأسئلة الافتتاحية أساسية في ترغيب المجيب في متابعة الاستبيان لذا ينصح بأن تكون الأسئلة الافتتاحية بسيطة، ممتعة/ وأن لا تحتوي أسئلة حساسة أو مزعجة. ويمكن في بعض الأحيان البدء بأسئلة لتقييم مدى مطابقة المجيب للخصائص الواجب أن تتوفر فيه (مدخن، متزوج...)

وبشكل عام يصنف الخبراء المعلومات المضمنة في الاستبيان في ثلاث مجموعات:

- **معلومات أساسية:** معلومات مرتبطة ارتباطاً مباشراً بمشكلة البحث
- **معلومات تصنيفية:** معلومات ديموغرافية ومالية لتصنيف المجيبين وفهم النتائج
- **معلومات تعريفية:** تتضمن الاسم، العنوان، البريد الإلكتروني، رقم الهاتف

ينصح بشكل عام بالبدء بالمعلومات الأساسية ثم المعلومات التصنيفية والانتها بالمعلومات التعريفية. كما ينصح بالبدء بالأسئلة العامة والانتقال نحو الأسئلة الخاصة. ويفضل وضع الأسئلة الصعبة أو الأسئلة الحساسة في مكان متأخر في الاستبيان. كما ينصح بوضع الدخل في نهاية الأسئلة التصنيفية ووضع رقم التلفون في نهاية الأسئلة التعريفية.

5.3. الاختبار الأولي للاستبانة

يفضل أن يتم اختبار الاستبانة على عينة صغيرة من الأفراد الذين تتوافق خصائصهم مع خصائص العينة الرئيسية. وينصح أن يتم الاختبار من خلال المقابلة الشخصية حيث يمكن للباحث ملاحظة ردود فعل المجيب. وتوجد طريقتان شهيرتان للاختبار هما: طريقة البروتوكول وطريقة استخلاص المعلومات. في الطريقة الأولى "اختبار البروتوكول [protocol analysis](#)" يطلب من المجيب أن يفكر بصوت عالٍ أثناء الإجابة على الاستبيان. ويتم عادة تسجيل ملاحظات المجيب وتحليلها لتحديد ردود فعله على مختلف أجزاء الاستبيان.

أما في الطريقة الثانية "استخلاص المعلومات [debriefing](#)" فيبدأ الفرد بالإجابة على الاستبيان ولدى انتهائه من الإجابة يتم إعلامه أن الاستبيان الذي قام بالإجابة عليه في طور الاختبار ويشرح له معنى الاختبار. يطلب من الفرد بعد ذلك أن يشرح معنى كل سؤال وأن يشرح إجاباته وأن يتحدث عن أية مشكلات واجهته أثناء الإجابة. أخيراً ينصح أن يعاد الاختبار بعد كل تعديل يتم على الاستبيان ويتم ذلك على عينة أخرى من الأفراد حيث يعاد الاختبار حتى زوال الحاجة إلى التعديل.

المراجع العربية:

البلداوي، عبد الحميد عبد المجيد (2007)، أساليب البحث العلمي والتحليل الإحصائي: التخطيط للبحث وجمع البيانات يدوياً وباستخدام SPSS، الطبعة الثالثة، دار الشروق، عمان، الأردن.
نجيب، حسين علي؛ الرفاعي، غالب عوض صالح (2006)، تحليل ونمذجة البيانات باستخدام الحاسوب: تطبيق شامل للحزمة SPSS، الطبعة الأولى، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

المراجع الأجنبية:

- Blumberg B., Cooper D.R., & Schindler P.S. (2005), Business Research Methods, Mcgraw–Hill, Berkshire.
- Hair J.F. JR., Bush R.P., &Ortinau D.J. (2003), Marketing Research Within a Changing Information Environment, McGraw–Hill/Irwin, 2nd Edition, USA.
- Malhotra N.K. (2010), Marketing Research: An Applied Orientation, 6th Edition, Pearson, USA.
- Malhotra N.K. & Briks D.F. (2007), Marketing Research: An Applied Approach, 3rd European Edition, Pearson Education Limited, Italy.
- Mooi E. & Sarstedt M. (2011), A Concise Guide to Market Research: The Process, Data, and Methods Using IBM SPSS Statistics, Springer, Germany.
- Pallant J. (2007), SPSS Survival Manual: A Step by Step Guide to Data Analysis Using SPSS for Windows, 3rd Edition, McGraw Hill, USA.
- Zikmund W.G. &Babin B.J. (2010), Essentials of Marketing Research, 4th Edition, South–Western Cengage Learning, USA.

مقترحات وتمارين للفصل الأول

بهدف مساعدة الطالب على مراجعة هذا الفصل وتثبيت الأفكار الأساسية، يمكنه محاولة الإجابة على الأسئلة التالية.

1. لماذا تستخدم المقاييس الاسمية؟

(الحل في الفقرة: 1.1.)

2. ما الذي يميز المقاييس الترتيبية عن المقاييس الاسمية؟

(الحل في الفقرة: 2.1.)

3. ما هي المقاييس الكمية أو القياسية؟

(الحل في الفقرة: 4.1.)

4. يمكن تمييز عائلتين من المقاييس بناء على تقنيات القياس المستخدمة، ما هما؟

(الحل فى الفقرة: 2.)

5. سنعرض عليكم عدة ثنائيات من العلامات التجارية. في كل ثنائية، نرجو منكم اختيار العلامة التجارية التي تفضلونها للاستخدام الشخصي.

ما نوع المقياس المستخدم في هذا السؤال؟

(الحل فى الفقرة: 1.1.2.)

6. في أي نوع من المقاييس يتم عرض عدة أشياء دفعة واحدة على المجيب ويطلب منه ترتيبها بناء على معيار محدد؟

(الحل في الفقرة: 2.1.2.)

7. ما هو نوع البيانات الناتجة عن مقاييس اللامقارنة؟

(الحل في الفقرة: 2.2.)

8. ما اسم المقياس الذي يقوم على إعطاء درجة الموافقة أو عدم الموافقة على مجموعة من العبارات المتعلقة بالشئ المدروس؟

(الحل فى الفقرة: 2.2.2.)

9. أعتقد أن الجامعة الافتراضية :

سَيِّئَةٌ ---:---:---:---: -X-:---:---: جَيِّدَةٌ

ما اسم المقياس المستخدم في السؤال السابق؟

(الحل في الفقرة 3.2.2.)

10. كيف يمكن مساعدة المجيب على تذكر الإجابة على أسئلة الاستبانة؟

(الحل في الفقرة 2.2.3.)