

الفصل 1: تقنيات سبر الآراء

في الكثير من الحالات نجد أنفسنا أمام موضوع يتطلب حله ميدانياً و ذلك باستخدام تقنيات سبر الآراء. سنحاول في هذا الفصل التعريف بعملية سبر الآراء وكذا طرقها وتقنياتها.

أولاً- تعريف سبر الآراء:

هو القيام بدراسة ميدانية حول مشكل الذي نود حله والذي يتطلب القيام بدراسة ميدانية و ذلك بمرور بعدة خطوات هي: تحديد عينة الدراسة، جمع البيانات، و معالجة و تحليل المعطيات المجمعة.

الأمثلة:

دور الانترنت في ترقية الخدمة السياحية.
دور المزيج التسويقي في ترقية التسويق السياحي.
دراسة رضا وولاء الزبون للمؤسسات السياحية.

ثانياً- تقنيات سبر الآراء:

هي عبارة عن خطوات تحدد من أجل حل مشكل ميدانياً. والمتمثلة فيما يلي:

1 تحديد عينة الدراسة :

تحدد العينة بطريقة جيدة و تكون ممثلة للمجتمع المدروس و ذلك من أجل الحصول على نتائج جيدة، من أجل دراسة جزء من المجتمع. و يكون اختيارها بمختلف الطرق حسب موضوع الدراسة. سنتطرق إليها في الفصل الرابع بالتفصيل.

2 جمع البيانات :

يقوم الباحث باستخدام عدة طرق في جمع معلومات منها الملاحظة والمقابلة والاستقصاء حيث كل طريقة تعتبر مكملية للأخرى. مثلاً لو استعملنا طريقة الاستقصاء و المتمثلة في إعداد وتسيير الاستبيان نحتاج بذلك الى المعلومات مجمعة عن طريق التجربة او الملاحظة.

3 معالجة و تحليل المعطيات:

يتم تجميع أجوبة الاستبيان على شكل جداول تكرارية ثم نقوم بتحليلها و هذا باستعمال برامج إحصائية مثل SPSS. هناك مؤسسات مختصة في هذا المجال حيث تقوم بعملية جمع البيانات وتحليلها بهدف بيعها لمؤسسات أخرى في حاجة إلى هذه النتائج.

تعد تقنيات سبر الآراء من الأساليب المستخدمة اليوم بكثرة في مجالات عديدة مثل الإعلام، الاقتصاد....

مثلا: نود دراسة موضوع "دور الانترنت في ترقية الخدمة السياحية في الجزائر"

في هذا المثال يجب:

- تحديد مجتمع الدراسة (أي المجتمع الذي تسقط عليه الدراسة) ممكن أن يكون زبون و من مستعملي الانترنت / الوكالات السياحية.
- تحديد حجم العينة (على حسب حجم المجتمع الأصلي للدراسة).
- اختيار مفردات العينة (بطريقة عشوائية أو غير عشوائية).
- إنشاء الاستبيان و إسقاطه على أرض الواقع من أجل جمع المعطيات.
- تجميع و تحليل البيانات بالاستخدام البرامج الإحصائية الجاهزة.

سننطلق إلى كل خطوة على إحدى في المفاصل الآتية.

ثالثا- أساليب جمع البيانات:

تتم المفاضلة بين الأساليب المستخدمة في جمع البيانات حسب الهدف من البحث و حجم المجتمع الأصلي للبحث، و الميزانية المخصصة للبحث، و بالتالي يمكن جمع بيانات الدراسة و البحث بأحد الأساليب:

- 1 - **أسلوب المسح (الحصر) الشامل :** يتم جمع البيانات من جميع مفردات المجتمع محل الدراسة و البحث و تعتبر من أفضل الطرق جمع البيانات لأنها تعطي بيانات كاملة حول موضوع الدراسة.

مثلا:

- معرفة آراء الطلبة حول موضوع معين، في هذه الحالة يتم اختيار مجتمع الطلبة.
- تعداد السكاني الذي يجرى في جميع الدول (في الجزائر يجرى كل 10 سنوات)
- اختبار جودة الخدمات المقدمة من طرف السلسلة من الفنادق.

من العيوب و الهزايا استخدام المسح الشامل في جمع البيانات مبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم1: عيوب و مزايا المسح الشامل

المزايا	العيوب
- عدم الوقوع في خطأ المعاينة - الدقة العالية و المصدقية - الوضوح و التفصيل	- ارتفاع التكاليف - يحتاج إلى وقت و مجهود كبير - قد يؤدي هذا نوع من الأساليب إلى إهلاك بعض المجتمعات نظرا لطبيعتها (مثل اختبار كفاءة المنتجات الصناعية حيث يتم إهلاك المنتجات عند دراستها)

المصدر: (TABUTIN D.,1982)

2 - **أسلوب المعاينة** : يتم جمع البيانات من مفردات عينة مختارة من المجتمع محل الدراسة و التي تمثله. حيث تستخدم هذه الطريقة في حالة تعذر إجراء الدراسة بأسلوب الحصر الشامل و من بين عوامل النجاح أسلوب المعاينة:

- كيفية تحديد حجم العينة.
- طريقة اختيار مفردات العينة.
- نوع العينة المختارة

مثلا:

- دراسة نسبة مستعملي الهاتف النقال
- دراسة متوسط عمر الدراسة لدى سكان مدينة ما
- دراسة دور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال على جودة الخدمات

من العيوب و المزايا استخدام أسلوب العينة في جمع البيانات مبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم2: عيوب و مزايا أسلوب المعاينة

المزايا	العيوب
- الوقوع في أخطاء المعاينة و التحيز - الدقة العالية و المصدقية منخفضة. - عدم الوضوح و التفصيل	- انخفاض التكاليف - يحتاج إلى وقت و مجهود أقل - لا يحتاج إلى عدد كبير من جامعي البيانات (المحققون)

المصدر: (TABUTIN D.,1982)

3 - أسلوب السلاسل الزمنية: يتم رصد البيانات التي تعبر عن ظاهرة ما عند نقاط زمنية متتالية (السنة، الشهر، الأسبوع، اليوم.....)

مثال:

- حجم الصادرات السنوية من سلع معينة
- مبيعات معينة خلال فترة من الزمن
- عدد الزبائن لمحلات تجارية خلال فترة زمنية
- عدد السياح في منطقة سياحية خلال فترة زمنية.....

رابعاً- مصادر جمع البيانات:

يوجد عدة مصادر تساعدنا في جمع البيانات، حيث نركز في هذه المحاضرة على المصادر الأولية، وهي مصادر ميدانية و يتم تجميع البيانات فيها عن طريق الباحث نفسه و تكون لها علاقة مباشرة بموضوع الدراسة، نذكر منها: الملاحظة، المقابلة، الاستقصاء (الاستبيان).

1 - الملاحظة (Observation)

تعد الملاحظة واحدة من أقدم وسائل جمع المعطيات، حيث استخدمها الإنسان الأول في التعرف على الظواهر الطبيعية و غيرها من الظواهر، ثم انتقل استخدامها إلى العلوم بشكل عام وإلى العلوم الاجتماعية والإنسانية بشكل خاص.

تعد الملاحظة إحدى وسائل جمع المعلومات المتعلقة بسلوكيات الفرد الفعلية و مواقفه واتجاهاته ومشاعره. و تعطي الملاحظة معلومات لا يمكن الحصول عليها أحيانا باستخدام الطرق الأخرى لجمع المعلومات (الاستبيان، المقابلة ...).

مثلا : - دراسة سلوكيات المستهلك للسائح
-دراسة إنتاجية العمال.

كذلك تفيد الملاحظة في الحالات التي يرفض فيها المجتمع أو عينة من المجتمع التعاون مع الباحث.

مثلا: ردت فعل المستجوب (تكون ردت الفعل ايجابية أو سلبية) حول إجابة معينة تعتبر إجابة بحد ذاتها.

مثلا: رضا الزبون حول الخدمة الفندقية،

- إذا كانت ردت فعله ايجابية (ابتسامة) فهو راض عن الخدمة،
- و إذا كانت ردت فعله سلبية (غضب) فهو غير راض عن الخدمة.

2- المقابلة (Interview)

هي أفضل السبل الموصلة إلى معلومات حيث تتميز بالدقة، فهي من وسائل الاتصال المتميزة في استخداماتها.

المقابلة هي أداة من أدوات البحث العلمي تستخدم في جمع البيانات التي تمكن الباحث من الإجابة عن التساؤلات البحث أو اختبار الفرضيات.

و نجد هناك تعاريف متعددة أعطيت للمقابلة منها:

"هي تفاعل لفظي يتم بين شخصين في موقف مواجهة حيث يحاول أحدهما و هو القائم بالمقابلة أن يستثير بعض المعلومات أو تعبيرات لدى المبحوث و التي تدور حول آراءه و ومعتقداته".

"هي عبارة عن تبادل لفظي في موقف مواجهة بين شخصين أو أكثر بهدف الحصول على بيانات ومعلومات حول ظاهرة أو مشكلة بحثية محددة".

"هي استبانة شفوية يقوم من خلالها الباحث بجمع المعلومات و بيانات من المفحوص شفهيًا".

"هي مجموعة من الأسئلة يوجهها الباحث للمبحوث وجها لوجه بغية الحصول على إجابات تتعلق بموضوع البحث".

فالمقابلة تعتبر وسيلة جمع البيانات الأولية التي تساعدنا في بناء و إنشاء الاستبيان، لان معطيات المقابلة في بعض الأحيان تصعب تحليلها إحصائيا.

مثلا: دراسة موضوع ترقية الخدمة الفندقية.

يتطلب هذا الموضوع في أول وهلة المعرفة الشاملة و الدقيقة حول الخدمة الفندقية في فندق ما وكيفية ترقيتها مثلا، فيتطلب هذا الأمر القيام بالمقابلة مع مدير فندق من اجل إعطائك المعلومات اللازمة التي ستساعدك في إنشاء الاستبيان مستقبلا.

3- الاستقصاء (الاستبيان): (Questionnaire)

يعتبر الاستبيان وسيلة الأكثر استعمالا عند جمع المعلومات حول موضوع معين و ذلك لسهولة معالجة بياناته إحصائيا. سنتطرق إلى كيفية تصميم أو إنشاء الاستبيان في الفصل الثالث.

يوجد نوعين من الاستبيان حسب طريقة المستخدمة عند ملئ الاستبيان:

أ-كشف البحث: يقوم الباحث بنفسه يملئ الاستمارة و ذلك بطرح الأسئلة على المبحوث ثم يقوم بكتابة الأجوبة بنفسه. حيث يستخدم هذا النوع من الاستبيان في المجتمعات التي تكثر فيها نسبة الأمية أو في حالة التعدادات السكانية. تعتبر أفضل الأنواع لمصادقية و التأكد من الإجابة و ملئ البيانات.

ب- صحيفة الاستبيان: يقوم الباحث بتوزيع الاستبيانات على مفردات العينة (المبحوثين)، حيث يقوم المبحوث بملء الاستبيان بنفسه و إرجاعه إلى الباحث.

خامسا- الشروط الواجب توافرها في أداة جمع البيانات:

- 1- **المصادقية:** ملائمة الأداة لأغراض التي يتم استخدامها من أجل ، حيث يجب اختيار الأداة المناسبة على حسب موضوع البحث.
- 2- **الموضوعية:** أن يكون الحكم محايد بعيدا عن النزاعات أو الأهواء الشخصية. حيث يجب أن تكون أسئلة أداة الدراسة موضوعية و بعيدة عن التحيز و الغموض.
- 3- **الثبات:** عدم اختلاف النتيجة فيما لو أعيد تطبيق نفس الأداة على نفس العينة في نفس الظروف ، حيث يطبق في هذه الحالة اختبار قبلي و بعدي من أجل معرفة ذلك.

سادسا- الفرق بين تحقيق بالاستبيان و تحقيق سبر الآراء:

يوجد فرق بين تحقيق بالاستبيان و تحقيق سبر الآراء من ناحية الموضوع و من ناحية مجموعة الأفراد المستهدفين و عدد الأسئلة في كل منهما. أنظر الجدول الموالي:

الجدول رقم3: الفرق بين تحقيق بالاستبيان و تحقيق سبر الآراء

تحقيق عن طريق الاستبيان	تحقيق عن طريق سبر الآراء	
تناول أنواع عديدة من المواضيع من خلال عدة أسئلة	يهتم مساءلة الأفراد حول تقييم ما أو نية القيام بفعل ما	موضوع الأسئلة
يشمل مجموعة يحددها العمر أو الجنس أو المنطقة الجغرافية	يشمل كل الأفراد فيما يخص الرأي العام.	مجموعة المستهدفين
عدة أسئلة	عدد الأسئلة محدود (يتميز بالقصر)	عدد الأسئلة