

مهارات بحثية 2

التكليف الرابع

إشراف:
د. أميرة قادو

إعداد الطالب:
فيصل الشمري

إن البحث العلمي يبدأ من حيث انتهى الآخرون، وما انتهى إليه الآخرون موجود في المصادر التي يجب على الباحثين الرجوع إليها، والاستفادة منها في بناء دراسته البحثية، وهذه المصادر تتمثل في الآتي:

- المصادر الثانوية: وتشمل: الكتب، والأبحاث السابقة، والتقارير الرسمية، والخطابات، والمراسلات.
 - المصادر الأولية: وتشمل: الملاحظة، المقابلة، الاستبيان.
- ويجب على الباحث أن يبدأ بالمصادر الثانوية لسهولة الحصول عليها وعدم بذل الجهد الأكبر في الحصول عليها مقارنة بالمصادر الأولية.

لقد قمنا باختيار عنوان هذه الورقة البحثية، لأجل الوفاء بمتطلبات تكليف المحاضرة
الرابعة من هذه المادة، ويمكننا استعراض متطلبات التكليف كما يأتي:

عنوان الورقة البحثية موضوع التطبيق:

أثر الخداع التسويقي في بناء الصورة الذهنية للمستهلكين

في سوق الخدمات الأردني

رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، 2011م

أولاً: طبيعة بيانات البحث وأداة جمع البيانات ومصادر الحصول عليها:

لقد كانت بيانات البحث النظرية، تم الحصول عليها من خلال المصادر الثانوية، وقد تم الحصول عليها من خلال: الكتب، والرسائل العلمية، والأبحاث المنشورة في المجالات العلمية المحكمة، والتقارير الصادرة عن الجهات الرسمية مثل: الغرفة التجارية السعودية، ومنظمة الصحة العالمية، ومكتب التحقيقات الفيدرالي، والمواد القانونية.

في حين إن البيانات التي تتعلق بموضوع الخداع في قطاع الخدمات في الأردن، كانت بيانات ميدانية، قام الباحث بالحصول عليها من المصادر الأولية التي اعتمدت عليها الرسالة وتمثلت في:

- الملاحظة: وقد اعتمد عليها الباحث في تأصيل مشكلة الدراسة حينما لاحظ كثيراً من حالات الخداع التسويقي في قطاع الخدمات في الأردن، وإن هذا ينذر بانتشار ثقافة ترسخ مفهوم الخداع في تسويق الخدمات.

- الاستبانة: وقد قام الباحث بإعداد وتوزيع استبانة على 1100 عميل من عملاء قطاع: (التعليم، والمستشفيات، والاتصالات، والانترنت، والنقل، والسياحة، والفنادق) في الأردن، استرجع منها 922 استبانة صالحة للتحليل، ومن ثم قام بتحليل بياناتها واستخراج النسب والأرقام منها بغية الوصول إلى نتائج وتوصيات تخدم الدراسة وتحقق أهدافها.

ثانيًا: عرض تصميم استمارة استبيان الدراسة:

إن الشائع في إعداد استبانة الدراسة في أبحاث الإدارة أن تبدأ بخطاب للشخص المراد منه تعبئة الاستبانة مضمن في الخطاب عنوان الدراسة ومكان تطبيقها، ومن ثم المعلومات الشخصية عن المستجيب، وفقرات قياس متغيرات الدراسة وأبعادها، وقد صمم الباحث استبانة الدراسة مكونة من الآتي:

- البيانات الديموغرافية: وتتمثل في: (الجنس، المستوى التعليمي، العمر، الدخل).
- متغير الخداع التسويقي: وتتمثل في: (الخداع في المنتج، الخداع في الترويج، الخداع السعري، الخداع بالمحيط المادي)، وقد كان ذلك في 20 فقرة.
- متغير الصورة الذهنية: وتتمثل في: (البعد السلوكي، البعد الوجداني، البعد المعرفي)، وقد كان ذلك في 8 فقرات.

ثالثاً: توضيح ثبات استبانة الدراسة:

لقد قام الباحث في دراسته باختبار ثبات أداة الدراسة، ومن الطبيعي أن يقوم كل باحث باستعمال معامل ألفا كرونباخ لقياس درجة مصداقية الإجابات على فقرات الاستبانة، بحيث يقيس الثبات الداخلي لفقرات الاستبانة ومن خلالها يبين التوافق في ردود أفراد عينة الدراسة تجاه فقرات الاستبانة.

كما إن هناك اختبارات أخرى تستخدم لقياس ثبات استبانة الرسالة مثل: معامل التجزئة النصفية، ومعامل جتمان، وغيرها من الاختبارات الأخرى.

وتفيد اختبارات الثبات للاستبانة بأن الاستبانة لو أعيد توزيعها مرة أخرى على أفراد عينة الدراسة وفي أوقات لاحقة لأعطت نفس النتائج، ولم يكن هناك تضارباً في إجابات أفراد عينة الدراسة من حيث مؤشرات التوافر ككل، وليس لكل فرد على حدة.

وبالرجوع لرسالة الباحث لوجدنا إن الباحث قام باختبار ثبات استبانة الدراسة من خلال معامل ألفا لكرونباخ، والذي قام بقياس أبعاد المتغير المستقل على حدة، في حين إنه قام بقياس ثبات متغير الصورة الذهنية ككل.

وعند النظر إلى جدول نتائج اختبار ثبات استبانة الرسالة نجد إن نتائج اختبار الثبات لأبعاد متغير الخداع التسويقي، ومتغير الصورة الذهنية وفق اختبار معامل الفا لكرونباخ بين (8-9) وهذا مؤشر على تمتع نموذج الاستبيان بدرجة عالية من الثبات، وبالتالي فإنه يمكن استخدامهما في جمع البيانات المتعلقة بالبحث.



Thank You