

الاستبيان اداة من ادوات جمع البيانات في البحث العلمي

بالتطبيق على

دراسة: أبعاد التسويق الرقمي ودورها في ترسيخ صورة العلامة التجارية:

دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في عدد من شركات بيع السيارات

في مركز مدينة دهوك

اعداد الطالب/ فارس المزيني

**مقدمة:** يعد الاستبيان أكثر الأدوات البحثية استخداماً في جمع البيانات في أغلب البحوث النفسية والاجتماعية.

**أولاً: تعريف الاستبيان:** والاستبيان هي وسيلة لجمع البيانات تقوم على أساس من الاعتماد على صياغة مجموعة من الأسئلة بطرق فنية خاصة ، ترسل بالبريد أو تنشر في الصحف لكي يسجل المبحوثين اجابتهم بأنفسهم ، ثم يعيدها بعد ذلك الى الهيئة المشرفة على البحث. (الغريب ، 2012 ، 148 )

**ثانياً: أشكال الاستبيان:** وتتعدد أنواع الاستبيان وفق الغرض الذي تخدمه كما يلي:

1- **الاستبيان المغلق:** وهو الاستبيان الذي يطلب من المفحوص اختيار الاجابة الصحيحة من مجموعة من الاجابات ، مثل (نعم أو لا، قليلاً أو كثيراً).

2- **الاستبيان المفتوح:** وهو الاستبيان الذي يترك للمفحوص حرية التعبير عن آرائه بالتفصيل ، أي ان تكون الاجابة متروكة بشكل مفتوح ومرن لأبداء الرأي.

3- **الاستبيان المغلق المفتوح:** ويتكون هذا الشكل من الاستبيان من اسئلة مغلقة يطلب من المفحوصين اختيار الاجابة المناسبة لها ، واسئلة مفتوحة تعطي الحرية في الاجابة . ( عبيدات واخرون ، 2020 ، 106 )

وبالتطبيق على دراسة (أبعاد التسويق الرقمي ودورها في ترسيخ صورة العلامة التجارية ) نجد ان الباحثان استخدمتا الاستبيان المغلق في جمع البيانات.

**ثالثاً : خطوات الاستبيان:** لقد اختلف الباحثون في عدد خطوات بناء الاستبيان، ومن اهم هذه الخطوات ما يلي:

1- **تحديد الاهداف المطلوبة من عمل الاستبيان:** على الباحث الرجوع لطبيعة المشكلة وموضوعها ليستطيع ان يحدد اهدافه من تصميم الاستبيان ، وماهية البيانات المراد جمعها من الافراد والجهات المعنية بالاستبيان.

2- **ترجمة وتحويل الاهداف الى مجموعة من المحاور والأسئلة:** إذ يقسم موضوع الاستبيان إلى محاور فرعية لترتيب الأسئلة وفقاً لها، وبهذا نجعل لكل محور أسئلته فنساعد المبحوث الإجابة عليها.

3 -اختبار اسئلة الاستبيان وتجربتها: وبهذه المرحلة يبدأ الباحث بتدوين الأسئلة التي سيوجهها للمستجيب ،وتجربتها على مجموعة محدودة من الافراد.

4- تصميم وكتابة الاستبيان بشكله النهائي: وهنا يقوم الباحث بإعادة كتابة فقرات الاستبيان وطباعته ، وتدقيقه لإخراجه بشكله النهائي ليكون جاهز للنسخ بالأعداد المطلوبة.

5- الصدق والثبات: وعلى الباحث أن يعرض الاستبيان الأولي على عدد من الخبراء للتأكد من صدقه ومدى ملائمته لهدف البحث، وقد تحتم هذه المراجعة إلغاء بعض الأسئلة، أو تعديل البعض الآخر، لتكون الأداة صدقاً وثباتاً.

6-توزيع الاستبيان: حيث يقوم الباحث باختيار افضل الطرق لتوزيع الاستبيان ، بعد كتابة اسماء الاشخاص او الجهات التي اختارها لعينة بحثه.

7- متابعة الاجابة على الاستبيان: وتعبئته بالبيانات المطلوبة ، و تجميع نسخ الاستبيان . والتأكد من وصول نسبة جيدة. ( قنديجي ، 2022 )

وبالتطبيق على الدراسة نجد ان الباحثان اتبعا الخطوات بطريقة جيدة الى حد ما حيث قام بتحديد الاهداف المطلوبة من عمل الاستبيان وتحويلها الى ثلاثة محاور وكل محور ينقسم الى عدة ابعاد (المعلومات العامة عن المفحوصين - ابعاد التسويق الرقمي - ترسيخ صورة العلامة التجارية) كما قام بصياغة العبارات صياغة جيدة مستندا الى بعض الاستبانات الخاصة ببعض الدراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة ، وقام بتجريبها على عينة من العاملين بالشركات عينة الدراسة ، وقد ذكر الإجراءات التي اتخذها لاختبار مدى صدق وثبات الأداة، واخيرا قام بتوزيعها ، ومتابعتها حتي اتم التحليل الاحصائي لها وانهى دراسته حتى خرجت بشكلها الحالي.

رابعا: توزيع الاستبيان: يمكن توزيع الاستبيان بطريقتين:

1- التوزيع المباشر: وفيها يقوم الباحث بتسليم الاستبانة لأفراد العينة بنفسه أو من يمثله.

2- التوزيع غير المباشر: قد يجد الباحث صعوبة في جمع المفحوصين في مكان واحد وتوزيع الاستبيان عليهم فيلجأ إلى توزيعه عن طريق البريد. (العساف، 2012)

و لقد قام الباحثان بالتوزيع المباشر لأوراق الاستبيان ، حيث قاما باختيار (100) عامل من العاملين بالشركات المبحوثة ، ووزعا الاستبيان عليهم.

خامسا: ضوابط كتابة أسئلة الاستبانة: يوجد عدة ضوابط يجب توافرها عند صياغة أسئلة الاستبانة وهي:

1- تجنب الصياغة التي تؤثر على المجيب وذلك حتى لا يرفض الإجابة أو يعتمد إجابة خاطئة، كما يجب ان يكون السؤال قصيراً.

2- الوضوح والدقة في الصياغة، وذلك بتجنب الكلمات التي قد لا يتفق على مدلولها الباحث والمجيب مثل (غالباً، كثيراً)

3- تجنب صياغة الأسئلة بالنفي، كما يجب تجنب الأسئلة التي تحتوي على فكرتين، و أن تكون الأسئلة محددة بحيث يمكن للمجيب معرفة المطلوب تماماً. (العساف، 2012)

وبالتطبيق على الدراسة نجد ان الباحثين راعيا في صياغة الاسئلة الوضوح والدقة، و قدرتها على تشخيص وقياس متغيرات البحث فضلا عن ادراكها وفهمها من جانب الافراد المبحوثين.

سادسا : عيوب الاستبيان: يؤخذ على الاستبيان كأداة بحث علمية ما يلي:

1- قد تتأثر إجابات بعض المفحوصين بطريقة وضع الأسئلة خاصة إذا كانت هذه الأسئلة توحى بالإجابة، فيحاول المفحوص أن يجيب عن الأسئلة بما يرضي الباحث لا بما يشعر هو.

2- هناك فروق واسعة بين المفحوصين من حيث مؤهلاتهم وخبراتهم وتفاعلهم مع موضوع الاستبيان، ومن هنا كانت المعلومات التي يقدمونها مرتبطة بخبراتهم الخاصة، كما يميل بعض المفحوصين إلى تقديم معلومات غير دقيقة أو قد يخشى التعبير الصريح عن آرائه (عبيدات واخرون ، 2020).

ومن خلال ما تقدم وبالتطبيق على الدراسة نجد ان الباحثان استخدمتا الاستبانة اداة لجمع البيانات وقد ذكر الباحثان كيف قاما ببناء الأداة وقد وصف محاور الاستبانة، وقد ذكر محاورها، وبهذا يكون الباحث قد وصف أداة الدراسة وصفاً مفصلاً وقد ذكر الإجراءات التي اتخذها لاختبار مدى صدق وثبات الأداة، وهذه الأداة تتناسب مع طبيعة مشكلة الدراسة والمنهج العلمي المستخدم في إجراءاتها، وهذه الأداة صالحة لأن تجيب على أسئلة الدراسة.

## المراجع:

- عبيدات، ذوقان، عبد الحق ، كايد ، وعدس ، عبد الرحمن. ( 2020 ) . البحث العلمي - مفهومه وأدواته وأساليبه. دار الفكر. الأردن.
- العساف، صالح بن حمد. (2012). المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية. ط2. دار الزهراء. الرياض.
- قنديلجي ،عمر.( 2022 ). البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية و الالكترونية. ط8.دار المسيرة. الاردن.
- الغريب، عبد العزيز بن علي. ( 2012 ).تصميم البحوث الكمية والكيفية وتطبيقاتها في العلوم الاجتماعية ، ط1، دار الزهراء .الرياض.