



المبحث السادس : تصميم قائمة الأسئلة

Section Six: Designing the Question List

يقوم الباحث بجمع البيانات الأولية إما عن طريق المقابلة الملاحظة، البريد الهاتف أو عن طريق توجيه الأسئلة وفي كل من هذه الحالات يجب أن يعتمد الباحث على نماذج نمطية موحدة لجمع البيانات المرجوة والمطلوبة ويؤدي ذلك إلى سرعة ودقة وسهولة جمع البيانات الأولية وتسجيلها وتبويبها تمهيدا لاستخلاص النتائج منها ويؤدي توحيد هذا النموذج للباحثين إلى تفسيرهم للبيانات تفسيراً متماثلاً مما يسهل إمكانية المقارنة، سهولة سرعة ودقة تلخيصها وتبويبها.

وتفشل كثير من البحوث الميدانية نتيجة لعدم الصياغة الجيدة للأسئلة ونظراً لفشل الباحث في إعداد قوائم الأسئلة وليس نتيجة للفشل في تحديد الإطار أو اختيار نوع أو حجم العينة. ولما كانت هذه الطريقة أكثر شيوعاً من الطرق الأخرى في جمع البيانات الأولية في مجال التسويق، فإننا سنتناول في هذه النقطة شرح وتحليل خطوات تصميم قائمة الأسئلة والمشاكل المتعلقة بها.

اولاً: قائمة الأسئلة:

وهي عبارة عن نموذج يستخدمه الباحثون عند جمع البيانات الأولية المطلوبة وذلك عن طريق توجيه الأسئلة إلى المبحوثين للإجابة عنها ، كما تشتمل القائمة على مسافات كافية لتسجيل إجابات المبحوثين. هذا وقد يعتقد البعض أن إعداد وتصميم قائمة الأسئلة أمراً بسيطاً وسهلاً، حيث أنه لا يتعدى مجرد كتابة بعض الأسئلة وترتيبها بشكل أفضل ثم طبعها ، و هناك مجموعة من الخطوات المنطقية يجب على الباحث إتباعها عند إعداد قوائم الأسئلة، هذا بجانب خبرته ومهارته الشخصية في ذلك وأهم هذه الخطوات ما يلي:

- تحديد البيانات المطلوبة.
 - تحديد طريقة جمع البيانات الأولية.
 - تكوين الأسئلة.
 - تحديد نوع الأسئلة.
 - صياغة الأسئلة
 - تحديد تسلسل وترتيب الأسئلة.
 - تحديد التصميم الشكلي للقائمة الأسئلة.
 - اختبار قائمة الأسئلة وإجراء التعديلات المناسبة لها.
- سوف تشرح هذه النقاط بشيء من التفصيل:



1. تحديد البيانات المطلوبة:

يجب أن تحقق قائمة الأسئلة وظيفتين رئيسيتين

- ترجمة أهداف البحث إلى أسئلة معينة يقوم المبحوث بالإجابة عليها.
- حث المبحوث على التعاون مع الباحث في إعطاء الإجابة الكاملة.

2. تحديد طريقة جمع البيانات الأولية:

سبق أن أوضحنا أنه يمكن جمع البيانات الأولية أما عن طريق المقابلة الشخصية، البريد أو الهاتف، ومزايا وعيوب كل منهما، ويعتمد الاختيار بين هذه الطرق على كل من نوع البيانات المطلوبة وخصائص المبحوث وميزانية البحث ويجب على الباحث تحديد طريقة جمع البيانات الأولية حسب الصياغة وتسلسل الأسئلة و يفضل أن تكون قائمة الأسئلة قصيرة في حالة جمع البيانات بالبريد أو الهاتف. أما في حالة جمع البيانات بالبريد يجب أن تكون الأسئلة واضحة بسيطة لا تحتل أكثر من معنى واحد خالية من أي كلمات صعبة وملائمة لسن ومستوى التعليمي للمبحوث ولا تتطلب الإجابة عليها الاعتماد الكبير على ذاكرة المبحوث أو إعطاء بيانات خاصة لا يرغب المبحوث في الإدلاء بها.

3. تكوين الأسئلة:

يجب على الباحث في هذه المرحلة أن يراعي مجموعة من القواعد عند تحديد محتويات الأسئلة هي:

أ. **ضرورة السؤال وأهميته:** يجب أن يكون السؤال ضروريا تعطى عليه الإجابة بيانيا يتفق وهدف البحث ونوعية البيانات المراد جمعها أوليا لعدم توافرها ثانويا نظرا لوضع سؤال للحصول على بيان لا يتفق وهدف البحث أو نوعية البيانات المطلوبة يعتبر سؤالا إضافيا يمثل زيادة في تكلفة جمع البيانات من حيث المال والجهد والوقت.

ب. **تجنب والابتعاد عن استعمال الاسئلة المركبة:** يجب أن لا يشمل السؤال على أكثر من عنصر للإجابة، وهذا أمر ضروري لتسهيل عملية توضيح وتفسير فهم السؤال وكذلك لتسهيل عملية تحليل الإجابة بما يزيد من درجة الدقة للبيانات التي يتم تجميعها.

فمثلا إذا كان السؤال كما يلي:

هل تشتري منتجات المؤسسة (س) والمؤسسة (ع) ؟



لا

نعم

يلاحظ أن هذا السؤال يعتبر سؤالاً مركباً. أي يسأل عن نقطتين هما شراء العميل المنتجات كل من المؤسسة (س) والمؤسسة (ع) ولهذا فيفضل أن يتم تجزئة السؤال السابق إلى سؤالين يتعلق كل منهما بمنتجات إحدى المؤسسات.

ج. توفر إجابة السؤال لدى المبحوث: يجب التأكد من توافر البيانات لدى المبحوث فمثلاً إذا وجه السؤال التالي إلى المستهلك لإحدى المستحضرات الطبية.

ما هي محتويات الدواء ...؟

و مثل هذا السؤال يجب عدم توجيهه إلى المستهلك الأخير مستعمل الدواء) لأن ذلك قد يدعوه إلى اللجوء إلى التخمين مما يؤثر على درجة دقة وموضوعية نتائج الدراسة.

د. التأكد من درجة استجابة المبحوث وقدرته على الإجابة: يجب التأكد من استجابة المبحوث للإجابة على الأسئلة وقدرته على صياغة الإجابة والتعبير عنها ورغبته في الإجابة وهنا يمكن الاستعانة بالأسئلة المغلقة أو بالرسوم والصور المساعدة المبحوث في الإجابة على الأسئلة الموجهة إليه والتي لا يمكنه صياغة الإجابة عليها كما هو الحال بالنسبة للأسئلة الخاصة بالنواحي الفنية في السلعة أو بالنسبة للأسئلة الموجهة إلى أطفال ويصعب عليهم تحديد الإجابة إلا من خلال رسومات معدة مسبقاً لهم للاختيار فيما بينها.

هـ-تحديد نوع الأسئلة: يمكن أن تعتمد قائمة الأسئلة على كم هائل من الأسئلة التي يمكن حصرها في ثلاثة أنواع لكل منها مزاياها وعيوبها واستخداماتها وهذه الأنواع هي:

1. السؤال المفتوح

هو السؤال الذي تترك للمبحوث حرية الإجابة عليه بلغته وأسلوبه دون تحديد مسبق للإجابات البديلة بواسطة الباحث أو المقابل. مثال ذلك.

- ما هي أسباب شرائك للسيارة من النوعية....
- ما هي أفضل أنواع البذل الرياضية التي تتذكرها الآن...؟
- هل توجد في المؤسسة إدارة البحوث التسويق.....

2. السؤال المغلق



المحاضرة السابعة 2025

هو ذلك السؤال الذي يقوم الباحث بتحديد الإجابات البديلة على السؤال مسبقا وعلى المبحوث منه الاختيار من بينها فقط مثال ذلك:

☐

لا

☐

نعم

هل توجد للمؤسسة إدارة البحوث التسويق

- ما اسم جهاز بحوث التسويق في المؤسسة؟

☐

1. البحوث التجارية

☐	2- دراسة السوق		
☐	3- البحوث الاقتصادية		
☐	4- بحوث التسويق		
- ما هي نوعية الأحذية الرياضية التي تفضلها؟			
☐	ستان سميث	☐	نايك
☐	روماتيا	☐	ريبوك
☐	برازيليا	☐	أديداس
☐	بوليفيا	☐	بيما

والسؤال المطلق نوعان:

أ. سؤال معلق ذو إجابة واحدة:

وهو سؤال يحدد الباحث مسبقا الإجابة البديلة المحتملة عليه، ويجب على المبحوث اختيار إجابة بديلة واحدة فقط والمثالان الأول والثاني السابق ذكرهما من هذا النوع.

ب. سؤال معلق متعدد الإجابات:

وهو سؤال يحدد الباحث مسبقا الإجابات البديلة المحتملة عليه. ويمكن للمبحوث اختيار إجابة بديلة واحدة أو أكثر للإجابة عن السؤال والمثال الثالث من هذا النوع.



ويؤدي استعمال الأسئلة المغلقة إلى سهولة ترميز وتسجيل وتبويب الإجابات. وقلة التحيز بالنسبة للمبحوث وبالنسبة للمقابل عند تسجيل إجابات المبحوث ويجب القيام بدراسة أولية لتحديد جميع البدائل التي يمكن أن تشملها إجابة المبحوث.

ويلاحظ عدم كتابة عدد كبير من الإجابات البديلة بالنسبة لكل سؤال حتى لا تقوم صعوبات عند القيام بتسجيل البيانات وأيضا حتى لا يحدث ليس بالنسبة للمبحوث.

ج. السؤال المغلق المفتوح

هو السؤال الذي يحدد الباحث الإجابات البديلة له مسبقا للمبحوث ويترك في نهاية الإجابة إجابة يحددها المبحوث بحريته دون تحديد مسبق من الباحث.
ماهي نوعية الأحذية الرياضية التي تستعملها؟

نايك	☐
ريباك	☐
أديداس	☐
بيما	☐

أخرى..... ماهي؟

وهذا النوع من الأسئلة يغطي الإنتقادات الموجهة إلى السؤال المغلق ويضمن تحديد المبحوث للإجابة الحقيقية والممثلة للواقع. مما يزيد من درجة دقة وموضوعية نتائج الدراسة حتى لو لم يذكر الباحث كل الإجابات البديلة المحتملة على السؤال

3. أسئلة السلم.

وهي تقيس اتجاهات وآراء المبحوثين بالموافقة أو عدمها ومن أمثلة هذه الأسئلة:

هل توافق على إلغاء تدريس اللغة الفرنسية في الطور الثانوي؟

أوافق تماما ... أوافق.... بدون رأي محدد... لا أوافق.... لا أوافق على الإطلاق.... هل ترى السيارة "س" قوية أكثر من اللازم؟

أوافق كلية ... أوافق.... دون رأي معين لا أوافق على الإطلاق.....



ويلاحظ أن هذه الأسئلة:

- أسئلة مغلقة ذات إجابة واحدة.
- ضرورة أن يكون عدد الإجابات فرديا.
- أن تكون الإجابات الوسيطة محايدة دون رأي محدد.
- أن يكون الاختلاف في المعنى بين إجابة وأخرى فمثلا لا يمكن أن تكون هناك إجابة "أوافق كلية" وإجابة أخرى "أوافق تماما".

4. أسئلة الترتيب

وهي توضح ترتيب إجابات المبحوث منه من وجهة نظره حسب أهميتها النسبية.

مثال

مالبورو	()
ريم	()
قولواز	()
أفراز	()

الرجاء ترتيب النوعيات التالية من السجائر حسب إقبال الشباب عليها:

الرجاء القيام بالترتيب تنازليا بوضع رقم (1) أمام أكثرها إقبالا وهكذا حتى تصل إلى رقم (2) الأقل إقبالا. ويلاحظ أن السؤال مفتوح لأن المبحوث هو الذي سيكتب الترتيب أمام كل نوعية ويكون جواب السؤال المغلق على النحو التالي:

مالبورو	4	3	2	1
ريم	4	3	2	1
قولواز	4	3	2	1
أفراز	4	3	2	1

ضع دائرة أمام ترتيب كل نوعية.

ثانيا : صياغة الأسئلة:

عند صياغة الأسئلة يجب مراعاة مايلي:



- مراعاة وضوح الأسئلة بما يتفق ودرجة تعليم المبحوث وسنه حتى يمكن إعطاء الإجابة على السؤال المطلوب ويمكن صياغة الأسئلة باللغة العامية إذا كان المبحوث طفلاً أو غير متعلم حتى يفهم السؤال.
- عدم استخدام كلمات وألفاظ غريبة على المبحوث حتى لا يضطر إلى ترك السؤال أو التخمين.
- يجب ألا تكون الأسئلة إيحائية بحيث تدفع المبحوث إلى الادعاء أو التحيز في الإجابة. حتى نضمن درجة دقة وموضوعية على نتائج الدراسة.
- عدم استعمال كلمات لا تعطي مقاييس الموضوعية عند المقارنة بين سلعة وأخرى مثل استخدام كلمات ممتاز - جيد - ردى الخ " لأنهما مقاييس غير موضوعية تختلف مدلولاتها من شخص لآخر مما يؤثر على درجة دقة وموضوعية نتائج البحث.
- مراعاة شروط سؤال العلم والتي سبق ذكرها في هذا الفصل.
- بالنسبة للأسئلة التي تكون الإجابة عليها في شكل فئات إحصائية، يجب أن يراعى عدم وجود تداخل فيما بين الفئات فمثلاً بالنسبة للسن لا يجب أن تكون فئات السن:
14-6 سنة 14-22 سنة 22-30 سنة.... الخ ولكن يجب أن يكون كما يلي:
6- أقل من 14 سنة 14 سنة أقل من 22 سنة، 22 سنة أقل من 30 سنة ... الخ

1. تحديد تسلسل ترتيب وتتابع الأسئلة:

- هناك أهمية بالغة لعملية تحديد تسلسل الأسئلة المنطقي حيث يمكن تقسيم البيانات التي تشملها قائمة الأسئلة إلى ثلاثة أنواع رئيسية هي كما يلي:
- بيانات خاصة بالمبحوث من حيث السن والدخل والمهنة.. الخ.
 - بيانات خاصة بمشكلة الدراسة وأهدافها.
 - بيانات خاصة باسم المقابل والمبحوث والمراجع وعنوان المبحوث وتاريخ المقابلة.. الخ. ولهذا يجب مراعاة القواعد التالية عند ترتيب الأسئلة بقائمة الأسئلة.
 - البدء بالأسئلة الافتتاحية لإثارة اهتمام المبحوث بموضوع البحث، ويراعى في صياغتها البساطة والوضوح لكسب ثقة المبحوث وقدرته على الإجابة.

2. تحديد التصميم الشكلي القائمة الأسئلة:

- كما أنه يجب مراعاة الشروط الخاصة بصياغة الأسئلة، لما لذلك من تأثير على درجة دقة وموضوعية الدراسة، فإن مراعاة الشروط الشكلية أيضاً يؤدي عدم مراعاتها للإخلال بعاملتي الدقة والموضوعية.

حيث يجب مراعاة القواعد الشكلية التالية:



- يجب ترك مكان كافي للإجابة على السؤال المفتوح (مثلا) لأنه اذا كان المكان غير كاف فمعنى ذلك عدم ذكر المبحوث لكل الإجابة، أو محاولة إهمال بعض النقاط بالسؤال لعدم توافر المكان الكافي للرد عليها مما يخل بدرجة الدقة.
- مراعاة نوع الورق وحجم القائمة المناسب، وقد أثبتت العديد من الدراسات أن نوع ولون الورق المقدم عليه قائمة الأسئلة له تأثير كبير على المبحوثين، خاصة في حالة جمع قوائم البحث من البريد.
- ضرورة التأكد من عدم وجود أخطاء مطبعية في قائمة الأسئلة، حتى لا يعطى المبحوث إجابات الأسئلة غير واضحة أو يحتاج إلى التخمين لتصيرها فتقل درجة دقة وموضوعية نتائج الدراسة، ويجب أن تكون الطباعة جيدة وواضحة ضمنا لتعاون المبحوث مع الباحث

ثالثا : اختبار قائمة الأسئلة:

تعتبر هذه المرحلة آخر مرحلة من مراحل اعداد قائمة الأسئلة، حيث يجب أن يقوم الباحث باختبار قائمة الأسئلة قبل القيام الفعلي بجمع البيانات من مفردات العينة وإجراء التعديلات المناسبة له. ويحسن أن يتم هذا الاختبار في ظل ظروف مشابهة للظروف التي سيتم فيها استخدام القائمة، كما يحسن استخدام طريقة المقابلة الشخصية لاختبار قائمة الأسئلة حتى لو كانت الخطوة بعد ذلك هي استخدام قائمة الأسئلة البريدية أو الهاتفية والغرض من الاختبار هو معرفة ما يحتمل وجوده من نقص أو ثغرات أو عيوب في قائمة الأسئلة سواء في تصميمها العام أو تكوينها أو صياغتها أو تسلسل الأسئلة فيها.

الشكل رقم (11) : اختبار قائمة الأسئلة:

