المحاضره الأولى ,, مقدمة في بحوث الأعمال

منظمات الأعمال أنظمة اجتماعية مفتوحة ومعرضة للكثير من التحولات في البيئة الداخلية والخارجية ..

تعريف البحوث ..

إيجاد الحلول للمشاكل بعد الدراسة المتعمقة للمتغيرات والظروف المحيطة بها
هذا يتطلب الفحص والفهم وجمع البيانات والمعلومات حولها ومحاولة معرفة الأسباب والنتائج ..

البحوث تهدف لـ .حل مشاكل ... تنمية بدائل ... اتخاذ قرار .. دراسة المزايا والعيوب

تطورت البحوث مع التقنية التي يسرت الحصول على البيانات وتخزينها ومعالجتها وتفسيرها

خصوصيات البحوث في العلوم الإدارية ..

العلوم الادراية تشكل صعوبة في قياس المتغيرات في البعد الانساني
فمستوى التضخم مثلا هذه ابعاد نستطيع قياسها وتطبيق المنهج العلمي الصارم
لكن درجة الرضا او التحفيز لها صعوبة في التعامل من ناحية القياس وهذا العلوم الادارية الخصوصية

العلوم الإدارية بين الذاتية والموضوعية ..

تعريف بحوث الإدارة: جهود منظمة متتابعه لدراسة مشكلة محددة في منظمة معينة بحاجه إلى حل .

هي خطوات متتالية منتظمة مؤسسة على بيانات جمعت حول مشكلة وتعرضت للفحص والتدقيق بهدف الحل

البيانات التي تصف الظاهرة أو المشكلة متنوعة ، قد تكون طبيعة كمية قابله للقياس (نسبة أرباح ، مبيعات ،عدد الزبائن ، الأسعار) أو كيفية (غير كمية ، أو وصفية) كمستوى الرضا ، انطباعات المستهلكين)

((مصادر معلومات المنظمة 1- داخلية 2- خارجية))

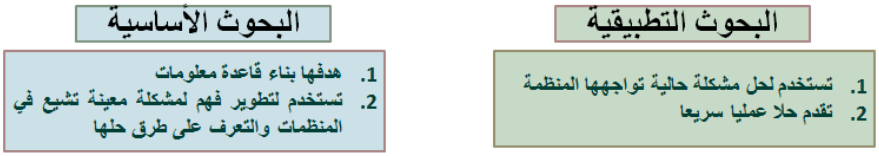
إن دراسة طرق البحث والتحكم فيها يمنحك المعرفة والمهارات التي تحتاجها لحل المشاكل ومواجهة التحديات المرتبطة بالكثير من القرارات التي تتخذها كرد فعل للتغيرات الكثيرة التي تحدث في البيئة.

أمثلة عن مجالات بحوث الأعمال.

التسويق	المالية	الادارة
1. البحث عن زبائن جدد	1. رفع أسعار الأسهم	1. تقييم مخرجات برنامج تدريبي
2. زيادة الأرباح	2. تخفيض مخاطر السيولة	2. استقطاب كفاءات جديدة
3. استهداف أسواق جديدة	3. دراسة سلوك الأسهم في البورصة	3. إدارة الترقيات و المكافئات
4. تخفيض تكاليف الدعاية	4. الحصول على مصادر تمويل	4. تنمية التعلم التنظيمي للعاملين
5. إدارة قنوات التوزيع	5. إعادة استثمار عوائد الأسهم	5. ضمان التحفيز الملائم للموارد البشرية

الإنتاج و العمليات	المخزون
1. تطوير المنتجات	**1. تحديد حجم المخزون الأمثل**
2. مشاكل الجودة	**2. تقييم المخزون**
3. أعطال الماكينات	
4. التكيف مع التطور التكنولوجي	

أنواع بحوث الادارة



البحوث **الأساسية** مداها **الزمني أكبر** من البحوث التطبيقية .. و لا تؤخذ بصورة سريعة مستعجلة

البحوث **التطبيقية** درجة **علميتها أقل** من البحوث الأساسية وإمكانية تعميمها أقل لانها ترتبط بظروف محددة

إلا أن **الإطار الزمني** في البحوث **الأساسية** يكون **أطول** منه لدى البحوث التطبيقية .

علاقة المديرين بالبحوث

المدراء لا يشاركون في اعداد البحوث ولكن يتوجب عليهم امتلاك القدرة على الإحساس بمشاكل منظماتهم.

هناك مشاكل روتينية يمكن حلها من التجارب والخبرة ومشاكل المستعصية تستلزم خبراء وباحثين.

عوامل تأكيد أهمية معرفة المديرين بالبحوث الإدارية

1- هذه المعرفة تحسن من قدرة المديرين على الاحساس بمختلف العوامل المؤثره في المشكلة
2- تسمح معرفة المديرين بحماية نتائج البحوث من أي تحريف أو إخفاء أو سوء تطبيق لها
3- فهم المديرين لتقارير البحوث المقدمة لهم يمكن من اتخاذ قرارات مدروسة
4- تساعد المديرين في اختيار الباحثين الموظفين من الخارج لحل المشاكل
5- إمكانية حل المشاكل المتكرره والروتينية داخل المنظمة
6- التمييز بين البحوث الجيدة والحازمة والبحوث الرديئة

إدارة العلاقات مع الباحثين والمستشارين ..

يجب الحفاظ على علاقات جيده مع الباحثين والمستشارين عن طريق تطوير الإتصالات وبناء قواعد بيانات.

عند التعاقد مع الباحثين والمستشارين يجب :

1- توضيح الأهداف والمهام المطلوبة منهم .
2- توضيح قيم وفلسفة المنظمة .
3- إيجاد علاقات تعاون وتفاهم معهم .
4- ضرورة إيجاد توافق بين الاطار القيمي للمديرين والباحثين

مزايا وعيوب الباحثين والمستشارين الداخليين والخارجين ..

- ✓ **تمتلك المنظمات أحيانا أقسام البحوث الخاصة بها بمسميات متعددة (قسم الخدمات الادارية، البحث و التطوير...)**
- ✓ **يمكن أن تلجأ المنظمة الى استخدام باحثين ومستشارين خارجيين حسب الإمكانيات والظروف وطبيعة المشكلة**

الباحثين أو المستشارين الداخليين	
المزايا	**العيوب**
يتمتعون بفرص قبول أكبر لديهم معرفة بالمنظمة وبالتالي يحتاجون لوقت أقل موجودون بالمنظمة يرافقون التطبيق أقل تكلفة	لهم نفس النظرة للمنظمة وقد يعجزون عن تقديم الأفكار الجديدة يكون هناك مجال لظهور الصراعات و التحالفات بين المجموعات النظرة اليهم منتقصة و الثقة قليلة لأنهم يتبعون سلطة المدير احتمال وجود الذاتية و التحيز لبعض الأفكار

الباحثين أو المستشارين الخارجيين	
المزايا	**العيوب**
لديهم خبرة أكبر نتيجة تعاملهم الدائم مع شركات و مشاكل شبيهة يمتلكون معارف جديدة لحل المشاكل و معالجتها بالبحث لديهم ثقة و احترام أكبر	صعوبة التكيف مع واقع المنظمة يتطلب عملهم وقت أكبر للتعرف على المنظمة و تشخيص أسباب المشكلة وكذلك تكلفة أكبر

الأخلاق وبحوث الأعمال

- يقصد بالأخلاق في بحوث الإدارة الإلتزام بالمعايير الأخلاقية عند إجرائها
- تعبر عن المعايير التي يتوقعها المجتمع عند إجراء البحوث

ينبغي أن تطبق هذه المعايير على جميع المشاركين في عملية البحث وفي جميع مراحل البحث

(جمع المعلومات . المقابلات . الإستبيانات عند تحليل النتائج وعرضها وتفسيرها وكتابتها في التقرير)

من العناصر التي ينبغي مراعاتها :

- التركيز على اهتمامات المنظمة وليس على المصالح الشخصية .
- الأمانه والنزاهه واحترام الملكيات الفكرية .
- الاحتفاظ بسرية البيانات والأشخاص .
- الانتباه لما يشير إلية البحث ونتائجه .
- التفكير في البحث بنية حسنه واخلاص والابتعاد عن الغرور.

المحاضره الثانية

تأثير التقنية على بحوث الإدارة

تساعد التقنية في تحسين آداء الشركات في كافة المجالات الإدارية والتسويقية والمالية والاتصالية

يتم ذلك عن طريق تحسين طرق وسرعة جمع البيانات والمعلومات وتخزينها ومعالجتها ..

مالمقصود بالتقنــية...

هي أجزاء الكمبيوتر والبرامج وغيرها من معاونات الاتصال التي تساعد على تحقيق الشركات لأهدافها .

في اطار العولمة التي أدت إلى تقارب دولي محلي (حرية انتقال الافراد والسلع والمنتجات ورأس المال)

مجالات مساعدة التقنية في مجال بحوث الأعمال ..

هناك علاقة ارتباط قوية بين جمع البيانات وعملية الاتصالات وفاعلية القرارات الادارية المتخذة

1- اتخاذ القرارات . في مختلف الاتصالات داخل وخارج المنظمة
2- جمع المعلومات والبيانات وادراة قواعدها أهم عنصر
3- تخزين واسترجاع ومعالجة وعرض البيانات كمعلومات متعلقة بتوجهات السوق المالي
4- الاتصالات الداخلية والخارجية .
5- كتابة التقارير .

جمع المعلومات هي عملية متجددة و مستمرة..

تحتاج المنظمات الى المعلومات من بيئتها الداخلية والخارجية

البيئة الداخلية (العمال؛ حجم الإنتاج؛ أسعار المنتجات؛ السيولة؛ مناخ العمل؛ مستوى رضى العمال....)

البيئة الخارجية (المنافسين، اتجاهات السوق؛ الزبائن؛ القوانين القطاعية وكثافة المنافسة....).

عملية تكييف للتقنية مع استخدامات و مجالات أنشطة الشركات فنظام المعلومات التسويقية يختلف عن نظام المعلومات الطبية وعن نظام المعلومات الجغرافية.

. بعض أنواع التقنية شائعة الاستخدام في بحوث الإدارة..

الرقم	التقنية
٠١	**شبكة الأنترنيت** .... • فتحت مجالا ضخما لتطوير البحوث وأصبح سهلا: ١. تصفح قواعد بيانات الزبائن ومعرفة تفضيلاتهم حول منتجات و خدمات المنظمة. ٢. كما تفيد في تحديد استراتيجيات الاستهداف واختيار الأسواق وتحديد الأسعار الخاصة بكل دولة ٣. تفيد كذلك في اجراء الاستقصاءات والاستبانات بتكلفة محدودة مع عملاء المنظمة المتواجدين في أماكن مختلفة من العالم • هنالك شركات متخصصة في القيام بالبحوث وتقديم خدمات على الانترنيت للشركات التي تحتاج الى معلومات سرية أو عاجلة أو خاصة (شركة Survey on Line) • يمكن للمنظمات الاشتراك في قواعد البيانات الدولية • الشبكات الالكترونية، محركات البحث .....Google; Altavista

الرقم	التقنية	
٠٢	البريد الالكتروني Email	أداة اتصال رئيسية للشركات تستعمل داخليا و خارجيا وهي غير مكلفة وسريعة وفعالة ومضمونة للحصول على المعلومات. يمكن الحصول عليها من محركات البحث Gmail, Yahoo, Hotmail أو من الموقع الرئيسي للشركة.
٠٣	شبكة المعلومات الداخلية Intranet	وهي تقدم ما تقدمه الانترنيت من خدمات لبيئتها الخارجية، تيسر الاتصال الداخلي وتبادل المعلومات وتمنع الاتصال الخارجي.
٠٤	التصفح Browsers	يسمح استخدام المتصفح بتطبيق برامج من أمثلة Microsoft's Explorer, Netscape, google Chrome
٠٥	المواقع الالكترونية Websites	المواقع المتخصصة للشركات تهدف لتحسين صورتها أمام الجمهور و كذلك تستخدم الشركة موقعها للتعريف بمنتجاتها وتقديم خدماتها وتستطيع كذلك القيام بالترويج والدعاية بتكاليف قليلة والتواصل مع زبائنها وتبادل القيم معهم.

بعض البرمجيات المستخدمة في بحوث الادارة	بعض تطبيقات التقنية الحديثة
Groupware : برامج تمكن الجماعة من العمل على مشروع معين Neural Networks : برامج الشبكة العصبية لمتابعة النماذج الموجودة في البيانات ثم تعميم تلك النماذج (التنبؤ بالمبيعات، بأحوال السوق المالية....) Excel, SPSS, SAS, Eviews : برامج تحليل البيانات برامج تخطيط موارد المنظمة (توفر التكامل بين التطبيقات المختلفة لبرامج إدارة الأعمال لتوفير احتياجاتها من في مجالات التمويل و البيع و الإنتاج....) برامج الكمبيوتر الخاصة بالتصنيع و بالتصميم (لمساعدة المهندسين على تصميم الأجزاء المصنعة وكذلك على توجيه انتاج السلع وفي مجال التصميم على تنمية وعرض الرسوم المعقدة بدقة)	الأدوات المحولة يدويا (أجهزة تقنية صغيرة). الحاسبات الشخصية الموصولة بأجهزة الكمبيوتر الألواح الرقمية. مؤتمرات الفيديو . محاكاة الواقع (البيئة ثلاثية الأبعاد) (عن طريق تنمية عروض المنتجات وعرضها مع المعلومات الخاصة بالأسعار والمواد و ارسالها الى مجموعات العملاء المرتقبين لمعرفة ردود أفعالهم) كلها صممت لتقديم الدعم و المساندة في مجال التعامل مع المعلومات ومعالجة المشاكل

نظم المعلومات واتخاذ القرارات الادارية..

زيادة وظائف المنظمة وكبر حجمها يستدعي دعمها بنظم معلومات إدارية (تحقق وفورات في تكلفة التشغيل)

يتمتع نظام المعلومات بإمكانية الاستفادة من نماذج استنباط العلاقات الخفية بين البيانات تكون ذات معنى والتي تعبر عنها فعالية نظام المعلومات المركزي وقدرته على التعامل مع الأنظمة الفرعية للمعلومات.

تكون القرارات الإدارية جيدة بمقدار جودة المعلومات المتوفرة (سلامتها من الأخطاء ودقتها وحداثتها)

الأبعاد الدولية للأنترنت....

استخدام الانترنت له مزايا كثير ولكن يجب الانتباه للتحديات المرتبطة باستخدام الانترنت و المتعلقة بـ :

- ✓ **تخزين البيانات في أكثر من موقع**
- ✓ **تأمين وحماية البيانات من القرصنة والسطو والغش والفيروسات**

أخلاق استخدام تقنية المعلومات...

- **احترام حقوق الملكية الفكرية**
- **حماية الخصوصيات الشخصية للأفراد عمالا أو زبائن أو موردين أو منافسين.....**
- **الحفاظ على سرية المعلومات المرتبطة بالغير**
- **التأكد من سلامة الملفات التي توزع في ملفات الشركة**
- **يجب أن توكل مهمة جمع معلومات الشركة الى أشخاص يكونوا أمناء ومحلا للثقة وذوو أخلاق.**

المحاضرة الثالثــة

البحث العلمي في الإدارة

القرارات التي تبنى على أساس علمي تكون أكثر فاعلية وتأثيرا وصرامة لأنها مبررة .

ليس هناك تعريف موحد للمعرفة، فهناك من يرى أنها وصف للواقع ،تفسير للواقع أوابتكار وبناء لواقع جديد

المعرفة هي : حديث أو خطاب يفترض أنه صحيح أو صادق، وهي تتعارض مع الجهل الذي يعتبر فراغا يختلف العلم عن المعرفة العامة التي قد تكون نظرية، تطبيقية، غير رسمية ،من الثقافة الشعبية، التقاليد...الخ **العلم يمثل معرفة خاصة**، لا يعتقد فقط أنها صحيحة ولكنها كذلك مطلقة " العلم هو اذا معرفة ذات طبيعة خاصة، علمية، موضوعية، تراكمية، قابلة لإعادة الانتاج....الخ.

تعريف العلم :

هو المعرفة التي تربط بعض الحقائق الثابتة والمتحركة بقوانين عامة لاكتشاف حقائق جديدة (معرفة خاصة)

بعض تعاريف البحث العلمي..

هو أسلوب منظم للتفكير يعتمد على الملاحظة العلمية و الحقائق و البيانات لدراسة الظواهر للوصول الى حقائق يمكن تعميمها و القياس عليها

البحث العلمي هو الأكثر صرامة والأكثر قبولا لأنه يركز على مسار عقلاني . وهناك من يعرفه أنه استقصاء **نقدي فيه جانب للنقد** وكامل من طرف شخص متخصص على موضوع محدد من أجل التحقق منه .

البحث العلمي عملية منهجية نظامية لجمع معطيات قابلة للملاحظة والتحقق والقياس انطلاقا من العالم التجريبي الذي نعرفه بحواسنا من أجل وصف، شرح، تنبؤ أو رقابة الظواهر.

خصائص البحث العلمي...

العلم معرفة خاصة لها شروطها وضوابطها:

هادف (يكون له هدف) أي لا نمارسه لأجل الممارسة بل لأجل هدف معين حل مشكلة ، اتخاذ قرار ...الخ

القوة ترتبط بـأساس نظري بوجود نظرية عامة تؤثر على عملية البحث العلمي الذي نقوم به فالأساس النظري يعطي شرعية للممارسة البحثية في اطار البحث عن نتائج وحلول في مختلف المشاريع ..

الاختبار اذا كانت لدينا ملاحظة معينة فنستطيع اختبارها أي نقيس وجودها في الميدان ويمكن اعادة اختبارها مرات عديدة لكي نثبت أن هذه النتيجة هي نتيجة لسبب محدد

التكرار اذا قمنا بتجربة معينة تعطينا نتائج؛ يجب ان تتوفر صفة التكرار حتى يمكن إعادة إنتاج هذه المعرفة

دقة وثقة صفة جوهرية تميز بينه وبين المعارف الأخرى وهي أن تكون النتائج المتوصل إلها صادقة وحقيقية بنسبة كبيرة أي تكون هذه البحوث احتمالية تحققها بنسبة 95%

موضوعية هي الاعتماد على البيانات والمعلومات الحقيقية الموجودة في الواقع ولا نعتمد على المشاعر والتوجهات الشخصية للأفراد وهي بعيدة عن التحيز ، فهي سمة مميزة كلما زادت أدت الى نتائج أكثر ثقة

تعميم النتائج لديها انعكاسات في الجانب الاقتصادي ... فكثير من النتائج لا نطبقها على كل المجتمع رغم أنه كلما كانت مطبقة بصورة كلية ادى الى الاقتراب من الحقيقة وكانت النتائج اكثر صدقا .

بساطة واقتصاد يجب تبسيط الدراسة والعلاقة بين المتغيرات الى اقصى مايمكن وان نقتصد في ادوات وتكاليف البحث فتكون الدراسة مبسطة وبالتالي نستطيع أن ننجزها بأخفض التكاليف وأيسر الطرق.

بعض العقبات التي تواجه اجراء البحوث في مجال الادارة..

طبيعة العلوم الادارية تميزها بعض الخصائص التي تختلف عن غيرها من العلوم المجردة الاخرى وهي ترتبط اساسا بالظاهرة الانسانية ووجود الظاهرة في الفعل الاداري

صعوبات القياس عدم توافر ادوات علمية دقيقة بنفس الصورة الموجودة في العلوم الطبيعية لان الفرق بين المجالين انه هناك حلقة مفقودة في البحث العلمي في العلوم الانسانية وهي **التجربة**

تجميع البيانات المتعلقة بالمتغيرات النوعية كالتحفيز والولاء هي نوعية صعبة أن نقيس المعلومات المرتبطة بها خاصة لو ارتبطت مع مدى زمني طويل لان اتجاهات وميول الفرد تتغير وتختلف حسب الظروف والأزمنه

الموضوعية (تزيد درجة العلم) **هي حالة ما يكون بعيدا عن التحيز و الأحكام المسبقة**

الذاتية (تنقص من درجة العلم) **تستحضر الادراك الشخصي عند الحكم**

قواعد العلم في البحوث : الطريقة الاستنتاجية

هناك طريقتان للاستدلال والتفكير وحل المشاكل هما : الاستنتاج و الاستقراء

الاستنتاج أو الاستنباط:عبارة عن الوصول الى نتيجة مسببة عن طريق التعميم المنطقي لحقائق معروفة.

ينطلق من قاعدة عامة تشكل نظرية خاصة يختبرها ويصل لقاعدة معينة

الاستنتاج وسيلة للإثبات (البرهان، التبرير)،إذا كانت الفرضيات صحيحة فالنتائج كذلك (أكثر صرامة ودقة)

الاستقراء : إجراءات يتم بواسطتها ملاحظة ظاهرة ثم نصل بالمنطق الى قاعدة عامة بناءا على ما شاهدناه من حقائق.

الاستنتاج ملاحظة حالة خاصة يختبرها ثم يعمم . يسمح بإعطاء نتائج

الاستقراء ينتقل من الخاص إلى العام، وهو أقل اثباتا وتبريرا من الاستنتاج. يسمح بإعطاء قواعد عامة

الاستقـراء: فية جزء منطقي وجزء خارج عن المنطق كالحدس و الاستعارة و القياس

يساعدنا كل من الاستنتاج و الاستقراء على فهم الظواهر وشرحها و التنبؤ بها

الخطوات السبع للطريقة الاستنتاجية

- **الملاحظة** تبين لنا طبيعة المشكلة
- **جمع البيانات المبدئية** التعرف على تفصيل ووصف الظاهرة ومعرفة العوامل المؤثرة فيها
- **تكوين النظرية** هي محاولة بناء او ترتيب المتغيرات البحثية
- **تكوين الفروض** تقديم الحلول المبدئية او تصورات انطلاقا من البيانات التي جمعناها
- **تجميع البيانات العلمية الإضافية**
- **تحليل البيانات** استنتاج واستخراج
- **الإستنتاج** مهمة لانها تسمح بمعرفة تأثير وعلاقة المتغير بالتالي يسمح لها بالبحث عن عوامل اخرى

أنواع أخرى من البحوث..

دراسات الحالة : لتحليل المواقف المشابهة في المنظمات الأخرى

دراسة النشاط : يكون مناسبا حينما يرغب المديرون بإدخال تغيير مخطط على إجراءات العمل بالمنظمة

المحاضرة الرابعة

أنواع مناهج البحث

المنـهج العلمي هو الطريق أو المسلك الذي يتخذه الباحث للوصول الى الحقيقة.

يعرف المنـهج العلمي أنه مجموعة القواعد العامة التي يستخدمها الباحث للوصول الى الحقيقة

نوعية المنـهج عبارة عن نموذج عام يحدد طرق التفكير فعند التكلم عن منـهج معين فطرق التفكير المستخدمة في هذا المنـهج هل هي استنتاج أو استقراء او الاثنين معا

النموذج هو مجموعة من النظريات في اطار المنـهج

هذا النموذج يضم داخله الكثير من النماذج فهو ليس مبسط **ولكنه نموذج على اساس انه تيار فكري فيه الكثير من النظريات ـ التوجهات ـ الكثير من القواعد التي تحكمه**

اختيار المنهج ليس عشوائيا وليس بدون مبرر بل يرتبط بالمجال العلمي الذي نريد ان نبحث فيه

المحددات لاختيار المنهج هو تطابقه وملائمته للظاهرة المدروسة

مناهج العلوم الإدارية: الوصـفي و التجـريبي

الوصـفي هو الاكثر استخداما ،، يستخدم في العلوم الادارية في كل المجالات : المالي ، التسويقي ، الاداري ، الاستراتيجي ، إدارة الموارد البشرية ، أو كل التخصصات المرتبطة بنشاط المنظمات

الوصـفي يهدف الى جمع اكبر عدد ممكن من البيانات والمعلومات التفصيلية حول الحقائق والظواهر التي نريد ان ندرسها او حول المشكلة محل الدراسة

الوصـفي اهـدافـه **شرح الحقائق** والوقوف على القوانين الداخلية التي تحكمها؛ الفهم أو محاولة ايجاد **تفسير الظواهر حتى يؤدي وظيفته العلمية وبالتالي الوقوف على القوانين الداخلية التي تحكمها**

الوصـفي يهدف الى **الوصف** الذي يذهب الى **أبعد من الحقائق** الظاهرية هو وصف ولكنه **دقيق عميق** يهدف او **يذهب الى ماوراء الحقيقة** الظاهرة

اذا كانت المعلومات دقيقة تفصيلية عميقة وتعبر عن حقائق موجودة تعبرت عن حركة العوامل فيما بينها فهذا هو الوصفي الحقيقي ...

أما اذا كانت عامة تبسيطية يمكن أي شخص ان يحصل عليها انطلاقا من الملاحظة البسيطة فهذا ينتقص من مفهوم المنهج الوصفي ...

يعرف المنـهج الوصفي على أنـه :

محاولة الوصول إلى المعرفة الدقيقة والتفصيلية لعناصر مشكلة أو ظاهرة قائمة من أجل الوصول إلى فهم أفضل "

- ✓ **يهدف هذا المنهج الوصفي إلى توفير البيانات والحقائق عن المشكلة موضوع البحث لتفسيرها وهذا ما يميزه عن المنـهج التاريخي الذي يكتفي بسرد الأحداث و الوقائع التاريخية وتطورها عبر الزمن .**
- ✓ **لا يتمثل المنـهج الوصفي في عملية الوصف وحدها لأن الوصف لا يعطي تفسيرا للأشياء ولا يكشف عن قانون علمي.**
- ✓ **الوصف العلمي للظواهر أمر ضروري قبل البدء في تحليل تلك الظواهر، اذا المنـهج الوصفي يتضمن التحليل.**
- ✓ **يسمح المنـهج الوصفي بتقريب الباحث من الواقع أو الظاهرة التي يدرسها ويحاول شرحها كما هي بشكل دقيق**
- ✓ **يمكن تطبيق المنـهج الوصفي على الظواهر الانسانية**

تطبيق المنهج الوصفي يتطلب: جمع البيانات والمعلومات؛ الإحاطة بالأدوات القياسية؛ المعرفة المسبقة حول الظاهرة

2. أنماط البحوث الوصفية

المسح : الاجتماعي؛ مسح الرأي العام؛ تحليل العمل؛ تحليل المحتوى أو المضمون

دراسة الروابط والعلاقات : دراسة الحالة؛ الدراسة العلمية

المسح : يعتبر المسح واحدا من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية. **يكتفي بجمع البيانات قصد الوصف**

يهتم المسح بدراسة الظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية > تجميع حقائق واستخلاص نتائج لحل مشكلة المجتمع

- ✓ يعتمد المسح على جمع البيانات والحقائق من أكبر عدد ممكن من الحالات
- ✓ تمكن هذه البيانات والمعلومات من صياغة مبادئ عامة في المعرفة.

المسح الاجتماعي: هي الدراسة العلمية الدقيقة لظروف مجتمع معين بهدف اتخاذ الإجراءات من أحل معالجة هذه الظاهرة.

المسح الاجتماعي: يعتمد على **البيانات الأولية**

مسح الرأي العام : هو عملية منظمة للتعرف على آراء واتجاهات مجموعة من الناس بخصوص ظاهرة أو حالة معينة.

تحليل العمـــل : مسح شامل لوظيفة معينة من أجر وساعات عمل ... الخ

تحليل المضمون: يعتمد على **البيانات الثانوية**

دراسة الروابط والعلاقات تقوم بجمع البيانات ودراسة وتحليل العلاقات التي تربط بين الظواهر وهو الذي يرتبط بدرجة اهمية وعمق البحث الوصفي

تقسم دراسة الروابط والعلاقات إلى...

دراسات الحالة : تركز على دراسة حالة واحدة قائمة بحد ذاتها تتعلق بفرد أو جماعة أو مؤسسة

لا يمكن تعميم النتائج التي تم التوصل إليها في دراسة الحالة إلا في حالة التطابق مع حالات أخرى.

الدراسات العلمية : أحد الأنواع المتميزة في إجراء الدراسات خاصة التي تتعدى جمع البيانات حول الظاهرة لتمتد إلى البحث عن أسباب الظاهرة وإجراء المقارنات بين الظواهر.

المنهج التجريبي : هو الأسلوب الذي تتمثل فيه معالم الطريقة العلمية بالشكل الصحيح (الأقرب للعلمية) فيه جانب الدراسة الميدانية أي التجربة

يقوم المنهج التجريبي على أساس استخدام التجربة في قياس متغيرات الظاهرة. ويتم التحكم بجميع المتغيرات التي تؤثر على ظاهرة معينة أو واقعة معينة باستثناء متغير واحد (المتغير التجريبي) من أجل قياس أثره على الظاهرة.

يرى كثير من الباحثين أن هذا الأسلوب لا يمكن تطبيقه في العلوم الاجتماعية والإنسانية.

يرى بعض منهم أنه رغم صعوبة التطبيق فانه يمكن استعمال هذا الأسلوب في مجال العلوم الاجتماعية والإنسانية.

خطوات المنهج التجريبي في إجراء البحوث :

1. **صياغة مشكلة البحث وتحديد أبعادها** عدد المتغيرات التي تحكمها والزمان والمكان ,,,
2. **صياغة فرضيات الدراسة** بعد تحديد المشكلة يكون لدينا تصور حول امكانية حلها
3. **إعداد تصميم تجريبي يحتوي على العلاقات والمتغيرات المراد استخدامها واختيار عينة الدراسة.**
4. **تحديد العوامل المستقلة التي ينوي الباحث إخضاعها للتجربة**
5. **تحدد الوسائل التي من خلالها يمكن قياس نتائج التجربة والتأكد من صحتها** تحديد طريقة التدخل
6. **إجراء الاختبارات الأولية بهدف تحديد مواطن الضعف في الفرضيات المصاغة** اختيار اكثرها ملائمة مع مراعاة البساطة واليسر وليس التعقيد
7. **تحديد مكان وموعد وزمان إجراء التجربة** خاصة في الميدانية
8. **التأكد من مدى الثقة بالنتائج التي تم التوصل إليها** التحقق من سلامتها

المحاضرة الخامسة خطوات البحث (المراحل الثلاث الأولى)

الهدف هو دائما القيام بتفكير علمي منظم ومدعم بإثباتات قوية لتقديم حلول للمشاكل و اتخاذ قرارات صائبة.

بحوث الأعمال اداة رئيسية للمديرين لمعالجة الكثير من القضايا والمشاكل التي يواجهونها يوميا .

هي اداة لاتخاذ القرار بطريقة اكثر فاعلية وتخدم أهداف ومصالح المنظمة وبحوث التسويق .

تسمح بالقيام بتفكير علمي دقيق منتظم ومنهجي تكون مبرراته قوية من شأنها ان تقدم حلول لمشاكل المنظمة ...

بالاعتماد على طريقة البحوث الاستنتاجية نركز على زاويتين منفصلتين هما:

1) **إجراءات تنمية اطار منطقي (نظري) وفروض يتم اختبارها**
2) **التصميم الذي يعني التخطيط لإجراء البحث وتحديد مجاله وكيفية اختيار العينة وجمع البيانات وتحليلها.**

خطوات البحث عملية نظامية منهجية مرحلية بها الكثير من الخطوات متواصلة ومترابطة

... (خارج النص) اقولكم قصة من الخيال صارت معي ومع صاحبي

صاحبي يبي يروح كوكب زحل وكان عنده العام مشكلة ؛

ولقيته يتمشى ويجمع بيانات أولية في كيس العثيم ؛

قلت له مخك فاصل ويبيله تعريف طابعة ؛

قال اصبر شوي وراح وجاب اطار نظارة كبر الكفر ؛

ثم جلس يكتب في هالفروض بقلم طوله مترين ؛

قلت له انت صامل والا مهايطي؟ قال الا صامل ومصمم وصممت وعندي تصميم ؛

وقام يجمع البيانات بمجرفة ويحللها في غرفة الاشعة ويشرحها على باب البيت ؛

قلت طيب تعال اختبر صحة كلامك ونظرياتك ؛ عشان تجاوبني على سؤالي يالمهايطي؛

قال ولا يهمك باكتب تقرير على جدار البيت ؛

وباشغل البروجيكتور واعرض التقرير على الفيصلية ؛

قلت اعرضه والقرار بكون عندي ... انتهت القصة

القصة السابقة عبارة عن <u>خطوات البحث</u> (هذا أسلوب يتم تقديمه في دورات تدريبية عن أساليب التذكر)

نجي نحلل القصة ونربطها مع خطوات البحث (نهاية خارج النص) ...

صاحبي يبي يروح كوكب زحل وكان عنده العام مشكلة ؛ ولقيته يتمشى ويجمع بيانات أولية في كيس العثيم ؛ قلت له مخك فاصل ويبيله تعريف طابعة ؛ قال اصبر شوي وراح وجاب اطار نظارة كبر الكفر ؛ ثم جلس يكتب في هالفروض بقلم طوله مترين ؛ قلت له انت صامل والا مهايطي؟ قال الا صامل ومصمم وصممت وعندي تصميم ؛ وقام يجمع البيانات بمجرفة ويحللها في غرفة الاشعة ويشرحها على باب البيت ؛قلت طيب تعال اختبر صحة كلامك ونظرياتك ؛ عشان تجاوبني على سؤالي يالمهايطي؛قال ولا يهمك باكتب تقرير على جدار البيت ؛ وباشغل البروجيكتور واعرض التقرير على الفيصلية ؛ قلت اعرضه والقرار بكون عندي

أولا : الملاحظة والتحديد العام للمشكلة : تتعلق هذه المرحلة بإحساس المدير بوجود خلل في جانب من جوانب المنظمة

- **التحديد العام للمشكلة يعني فحص الحالة بصفة عامة**
- **هذا يستدعي من الباحث تأكيد الحاجة الى اجراء بحث والوصول الى حل للمشكلة**
- **تمثل هذه مرحلة أولية ومبدئية للتعرف على القضايا التي تحتاج الى بحث وقد لا يتم تحديدها بدقة في هذا المستوى الأولي، وقد تنتمي هذه القضايا الى مجالات كثيرة منها مثلا :**

1) **المشاكل الحالية الموجودة بالمنظمة والتي تنتظر حل** ((التوزيع ' التسعير ' تخزين , الجودة .....الخ))
ليس بالضرورة ان تكون مشكلة قد تكون قضية هدفها تحسين المستوى في أي قسم من أقسام المنظمة
2) **بعض مجالات العمل التي يرى المدير أنها بحاجة الى تطوير**

أمثلة عن المشاكل التي قد يلاحظها المدير:

- **برامج التدريب غير مؤثرة كما كان متوقعا** عدم الكفاءة
- **حجم مبيعات أحد المنتجات لا يتزايد** قد تكون مرتبطة بجودة المنتج. التسعير. دخول منافسين جدد
- **أن الرصيد اليومي لحسابات المدينين يزيد بصورة مقلقة** يؤدي إلى مشاكل تتعلق بالسيولة
- **أن الأقليات الموجودة في المنظمة لا تتقدم وظيفيا**
- **أن المديرين لا يستخدمون نظام المعلومات الإداري الذي أنشئ لهم حديثا**
- **النتائج المتوقعة من الاندماج الأخير الذي تم بين المنظمة و أحد شركائها لم تكن دقيقة**
- **عدم قدرة رجال البحوث والتطوير على السيطرة على الفريق المكلف بتطبيق أحد مشروعات البحث**

بعد تكوين صورة عامة عن المشكلة أو القضية يقوم الباحث بتضييق النطاق عليها لتصبح أكثر تحديدا بعد جمع بعض البيانات و المعلومات الأولية عنها ويتم ذلك بطرق متعددة كالمقابلات المبدئية او الملاحظة أو حتى مراجعة البحوث السابقة ان وجدت.

ثانيا : الجمع المبدئي للبيانات الأولية، مقابلات و مراجعات للدراسات السابقة

يجب على الباحث تحديد طبيعة البيانات التي يريدها ؟ لماذا ؟
لأن جمع البيانات عملية ليست سهلة من ناحية الوقت والجهد والتكلفة
أنواع البيانات التي ترتبط بأغلب المشاكل في المنظمات

المعلومات التي يريدها الباحث : اذا كان المسؤول عن الدراسة من خارج المنظمة

- **معلومات عن تاريخ المنظمة**
- **معلومات المرتبطة بفلسفة الإدارة والهيكل التنظيمي للمنظمة وسياسات الشركة وأنظمتها.....**
- **معلومات مرتبطة بالادراك والاتجاهات والاستجابات السلوكية لأعضاء المنظمة والعملاء (اذا توفرت) والاتجاهات المتربطة بمتغيرات نوعية (مناخ العمل .. العلاقة بين الرئيس والمرؤوس ...الخ)**

المعلومات الثانوية والمعلومات الأولية

- **المعلومات الثانوية : لا يحتاج الباحث للقيام بجمعها ولا تحتاج الى جهد كبير للحصول عليها.** يجدها جاهزة **في سجلات الشركة ووثائقها المطبوعة، المعلومات المتاحة من البحوث السابقة وسجلات المكتبات ودراسات الحالة وبيانات الانترنت** ويستغلها فقط مثل رسالة ماجيستير عن العلاقة التنظيمة ومستويات الأجور تتميز بالسكون ليس فيها ديناميكية او حركية
- **المعلومات الأولية: هي المعلومات التي يقوم الباحث بجمعها وتكوينها بنفسه وتحتاج الى جهد كبير للحصول عليها. يحصل عليها عن طريق التحدث للعاملين أو مشاهدة الأحداث أو الجمهور أو عن طريق استبيانات.**
وهي معلومات ظرفية مصدرها أولي

1- معلومات عن تاريخ المنظمة :

من الضروري للباحث تكوين صورة عن الشركة والعاملين وانجازاتهم وظروفهم وعلاقاتهم و تاريخهم في المنظمة.

من أمثلة هذه المعلومات التاريخية: تفيد في حصر المشكلة بدقة

- **نشأة وتاريخ المنظمة ونوعية نشاطها ومعدل نموها ومن يملكها أو يسيطر عليها....**
- **حجمها (بدلالة عدد العاملين، حجم الأصول، رؤوس الأموال، الأرباح المحققة)**
- **الوثيقة التي تحدد حجم رسالة المنظمة وأهدافها التي تسعى اليها وتلخص فلسفتها وقيمها**
- **موقعها الجغرافي و فروعها**
- **مواردها البشرية و المعرفية والمعنوية**
- **علاقة التفاعل مع البيئة خاصة الخارجية**
- **وضعها المالي خلال السنوات الماضية و معدلات النمو....**

2- المعلومات المتصلة بهيكل المنظمة وفلسفة الادارة :

تسمح المعلومات المتعلقة بهذا العنصر للباحث بتكوين صورة عن تماسك نظام المنظمة الإداري ويمكنه الحصول عليها عن طريق اجراء مقابلات فردية مع المديرين حول علاقات العمل والهيكل التنظيمي و توزيع السلطات والاتصال....

بعض المعلومات حول الهيكل التنظيمي :

1. **الوظائف و الأدوار الخاصة بكل مدير في المنظمة**
2. **عدد العاملين في كل مستوى وظيفي**
3. **مدى التخصص الوظيفي**
4. **قنوات الاتصال** هل تتم بطريقة رسمية , شكلية , بيروقراطية... لان نوعية الاتصال تعكس مناخ العمل
5. **نظام الرقابة، التنسيق ونطاق الاشراف** المدى الاداري الذي يحدد الرئيس والمرؤس
6. **نظام التعويضات (الأجور والحوافز والمكافئات)** مهم وحساس لانه يرتبط بتحفيز العاملين ويعكس نتائجهم

الإجابات المتعارضة أو المتناقضة قد تعبر عن وجود اختلالات ومشاكل في الاتصال أو سوء فهم لفلسفة المنظمة.

المعلومات المرتبطة بفلسفة المنظمة وأهدافها تعطي فكرة هامة عن ترتيب أولويات الشركة وكذلك للقيم التي تتبناها فعلا.

انها تسمح بالتأكد مثلا من :

- ✓ **اذا كانت الشركة تركز على الأهداف طويلة الأجل أم فقط القصيرة**
- ✓ **اذا كانت اعلاناتها عن جودة المنتجات حقيقية أم مجرد مظاهر**
- ✓ **اذا كان للشركة روح المخاطرة و المبادرة أم أنها تميل نحو الابتعاد عنها**
- ✓ **اذا كانت المنظمة متوجهة نحو الاهتمام بالعاملين أم نحو الأرباح.....**

3- المعلومات الادراك و الاتجاهات و الاستجابة السلوكية:

للتعرف عن ادراك العاملين للعمل و للبيئة التي يعملون بها وكذلك ردود أفعالهم اتجاه ذلك، ويمكنه الحصول على هذه المعلومات من المقابلات مع عينة منهم خاصة اذا نجح في إدارة علاقات تفاهم جيدة معهم.

بعض العوامل الخاصة بالاتجاهات من اعتقادات الأفراد وردود أفعالهم حول :

- ✓ **اتجاهات العاملين نحو رؤسائهم**
- ✓ **علاقات العاملين مع بعضهم البعض**
- ✓ **المشاركة في صنع القرار**
- ✓ **طبيعة العمل**
- ✓ **نظم خدمة العملاء**
- ✓ **فرص الترقية بالمنظمة**
- ✓ **اتجاهات المنظمة و اهتماماتها بمسئوليات العاملين الأسرية**
- ✓ **دور المنظمة في شؤون المجتمع و الجماعات المدنية**

يضاف لذلك جوانب سلوكية مرتبطة بتصرفات الأفراد وبعادات العمل الفعلية كالمثابرة و معدل الغياب و التأخير والأداء الوظيفي
ان التركيز على مجال معين من هذه المجالات وتعميق دراسته وجمع المعلومات حوله يبقى من تقدير الباحث وكذلك علاقته بالمشكلة المدروسة فهي اما مرتبطة بالجانب الهيكلي للمنظمة أو بالجانب السلوكي للعاملين.

بعد انتهاء المقابلات التي أجراها الباحث و حصوله على المعلومات يقوم بجدولتها و ترتيبها للتأكد ما اذا كانت هناك علاقات ارتباط قد تظهر بينها وهذا يساعد في تحديد التصور الاولي للمشكلة المدروسة.

يبدأ بعد ذلك في مراجعة شاملة موثقة للبحوث السابقة (بيانات ثانوية) وتلخيصها ومحاولة الاستفادة منها

لماذا مراجعة البحوث السابقة؟

1. **التأكد من أنه لم يتم اهمال بعض العوامل التي ظهرت من الدراسات السابقة**
2. **قد تكون الدراسات السابقة تناولت دراسة المشكلة وقدمت لها الحلول المناسبة وهذا يسمح بتوفير الجهود**
3. **يساعد كذلك على ظهور أفكار واضحة و جديدة عن العوامل البحثية**
4. **يعطي فكرة عن طرق تبويب البيانات و معالجتها وإيجاد الحلول**
5. **تساعد البحوث السابقة في تكوين النظرية وتنمية الفروض**
6. **تحسين قدرة الباحث على كتابة مشكلة البحث بمزيد من الدقة و الوضوح**
7. **يعطي دعما للدراسة الحالية في الأوساط العلمية كونها تم تناولها من طرف الكثير من الباحثين**

ثانيا : تعريف مشكلة البحث

- **بعد الانتهاء من المراحل السابقة يصبح الباحث قادرا على التعبير بوضوح عن المشكلة البحثية و صياغتها.**
- **المشكلة ليست دائما خطرا أو وضعا مقلقا بل قد تكون قضية أو مسألة أو قرار تريد أن تصل اليه لمنظمة**

يمكن تعريف **مشكلة البحث** أنها أي وضع أو ظروف توجد فيه فجوة بين الحالة الحاضرة (الموجودة) وبين الحالة المرغوب فيها.

على الباحث أن يتأكد من وجود المشكلة حقيقة بنفسه لأن نظرة المديرين وتشخيصهم للحالة قد لا يكون دقيقا وأحيانا يخلطون بين أعراض المشكلة أو نتائجها و أسبابها.

المحاضرة السادسة

تابع خطوات البحث .. (الخطوتان الرابعة والخامسة) (تحديد الاطار النظري وتنمية الفروض)

رابعا : تحديد الاطار النظري

يناقش الاطار النظري العلاقات المتبادلة بين العوامل التي تعتبر متكاملة مع حركية الحالة التي يتم فحصها

و تساعد عملية تنمية الاطار النظري على افتراض واختبار علاقات معينة بطريقة تمكننا من فهم ديناميكية الحالة محور البحث. هناك نسبية في حكم الباحث وهو يتحمل المسئوولية

الاطار النظري عبارة عن نموذج ذهني لكيفية تقنين العلاقات بين عدد من العوامل التي حددها الباحث ورأى أنها مهمة لمشكلة البحث. الاطار النظري دوره لا يزيد عن وصف شبكة العلاقات للعوامل المفسرة للظاهرة والتي تسمح فيما بعد بتنمية الاطار النظري ... دراسة شبكة العلاقات الموجودة بين متغيرات البحث هو الدور الجوهري للإطار النظري

الاطار النظري يشكل الأساس الذي يبنى عليه البحث ولكن مهمته توصيف أو تحديد شبكة العلاقات بين متغيرات البحث.

ما معنى متغيرات البحث؟

المتغير هو أي شيء يمكن أن تكون له قيم مختلفة. لايستقر على حالة معينة(وحدات الإنتاج، الغياب، الحوافز، ....)

1- أنواع المتغيرات :

أ- المتغير التابع : يمثل أساس القضية أو المشكلة ؛ يشكل اهتمام وتركيز الباحث ؛ ينطلق من اساس المشكلة

أهم متغير ويحظى باهتمام كبير من الباحث الذي يهدف لشرح التغير فيه أو التنبؤ به عن طريق محاولة قياسه.

أمثلة عن متغيرات تابعة

- ✓ **مبيعات أحد المنتجات ليست بالكمية التي كان يتوقعها مدير إدارة التسويق انخفاض المبيعات تابع**
- ✓ **درجة ولاء العاملين في المنظمة منخفضة الولاء تابع**
- ✓ **مستوى أداء البرامج الدعائية الآداء تابع**

ب- المتغير المستقل : له تأثير إيجابي أو سلبي على المتغيرات التابعة

خاضع للرقابة أي لكي يدرس الاثر الذي يمارسه التابع مع اهمال الآثار الاخرى

يمكن دراسة تأثير عدة متغيرات مستقلة على تابع واحد ولكن لصعوبته جرى عزل الاخرى وترك العلاقة ثنائية لتكون اكثر دقة ...

- ✓ **يعني أن التغير في المتغير التابع يفسر بالتغير في المتغير المستقل**
- ✓ **المتغير المستقل يجب أن يخضع للرقابة من طرف الباحث حتى يتمكن من دراسة تأثيره في المتغير التابع**

أمثلة عن متغيرات مستقلة

متغير مستقل **متغير تابع**

لنجاح تنمية المنتجات الجديدة تأثير على أسعار أسهم الشركة في البورصة

متغير مستقل **متغير تابع**

أشارت البحوث أن للقيم التي يعتقدها المديرون تأثيرا قويا على مقدار المسافة التي يفرضها المديرون على علاقاتهم بالمرؤوسين أثناء التعامل معهم.

متغير مستقل **متغير تابع**

يؤدي التدريب الجيد للعاملين لتحسين مستوى الأداء لديهم

ج- المتغير الوسيط : متغير ثالث يساهم في شرح العلاقة بين المتغيرات التابعة و المستقلة

- ✓ **هو المتغير الذي له تأثير غير متوقع (شرطي) على علاقة المتغير التابع بالمستقل**
- ✓ **ظهوره يؤدي الى تعديل العلاقة المتوقعة في الأصل.**

يتوسط العلاقة بين التابع والمستقل ـ متغير غير متوقع

أمثلة عن متغيرات وسيطة :

تم اكتشاف علاقة بين توفر أدلة الاستخدام مع المنتجات التي تصنعها احدى الشركات و بين رفض المنتجات.

متغير مستقل ← اهتمام العامل وسيلة لاستخدام دليل التشغيل ← متغير تابع

متغير وسيط — لا يتم بصورة مباشرة إلا إذا استخدمه العامل فعلا

متغير مستقل: فاعلية المنظمات

قوة العمل المتنوعة ثقافيا تساهم أكثر في الارتقاء بفاعلية المنظمات لأن كل جماعة من الجماعات ستجلب معها خبراتها الى مكان العمل وبالتالي الاستفادة منها اذا توفرت لدى المديرين القدرة على الاستفادة من هذا التنوع.

متغير وسيط: المهارة الادارية (قدرة المديرين على الاستفادة)

يجب الانتباه الى التداخلات المحتملة التي تقع بين المتغيرات المستقلة و المتغيرات الوسيطة

أحيانا يمكن ان نتخلى عن المتغير الاول وندرس الوسيط بالتابع ويصبح الوسيط هو المستقل ويستغنى عن المستقل الأول

- المتغير المعترض : **يظهر في الوقت الذي يبدأ فيه المتغير المستقل في التأثير على المتغير التابع**

يبدأ ببداية ظهور نتائج التأثير ، ويرتبط ببعد زمني

- ✓ هنالك بعد زمني للمتغيرات المعترضة
- ✓ يعترض تفسير العلاقة يساهم في تعديلها وتوجيهها
- ✓ يكون نتيجة لعمل المتغير المستقل
- ✓ يساعد المتغير المستقل في تفسير العلاقة أو الأثر

أمثلة عن متغيرات معترضة

ان التنويع في قنوات توزيع المنتجات من شانه أن يساهم في دعم ولاء الزبائن

ان التنويع في قنوات توزيع المنتجات من شانه أن يساهم في دعم ولاء الزبائن

متغير مستقل ← ضمان المنتج للزبون بصورة مستمرة ← متغير تابع

متغير معترض

2- تنمية الاطار النظري : بعد تحديد المشكلة وتوصيفها وتحديد المتغيرات بعد اجراء مسح للدراسات السابقة

الاطار النظري يعبر عن التخطيط لشبكة العلاقات التي تربط وتفسر متغيرات البحث

يسمح بإيضاح العلاقة ويعطي الباحث الحرية

المتغير تنمية الاطار النظري / بناء النموذج

- **يساعد الاطار النظري في إيضاح العلاقات بين المتغيرات وكذلك شرح النظرية التي تدعم هذه العلاقات**
- **يعني شرح المتغير التابع و المتغير المستقل و إمكانية وجود المتغيرات الوسيطة أو المعترضة واذا ما تم تعديلها.....يجب توضيح و تبرير كل ذلك، كيف ولماذا؟**

الخصائص الخمس الأساسية للاطار النظري :

- **تحديد وتسمية المتغيرات الأساسية للبحث**
- **مناقشة العلاقات المهمة للمتغيرات ببعضها**
- **تحديد طبيعة العلاقة إيجابية أو سلبية بين المتغيرات ان أمكن**
- **أي يكون هناك شرح واضح لأسباب توقع وجود هذه العلاقات**
- **ينبغي أن يكون هناك رسم توضيحي للاطار النظري**

<u>خامسا : تنمية الفروض:</u> تعني تكوين علاقات قابلة للاختبار

الفروض هي علاقة بين متغيرين أو أكثر يعبر عنها في شكل عبارات قابلة للقياس

هي تخمين نظري مسبق حول مشكلة أو قضية تنتظر الحل،

هي إجابات وقتية للمشكلة تنتظر الاختبار من أجل التأكيد أو الرفض.

من شروطها : قابلة للاختبار ؛ بسيطة وغير مركبة حتى يسهل اختبارها ؛ مفهومة ؛ منطقية

مرحلة تنمية الفروض هي مرحلة مهمة فبعض الدراسات تقول ان جهد الباحث يقاس بتنمية الفروض ؛ هنا يظهر جهد الباحث فهو يدرس ظاهرة ويبحث ويجمع ...إلخ

مثال عن فرض قابل للاختبار :

"اذا حصل الطيار على تدريب كاف لمواجهة حالات الازدحام الجوي، فان مخالفات تعليمات الأمن الجوي ستنخفض"

الفرض يُقبل اذا تحقق بالصدفة في 95 % من الحالات، يعني أن نسبة الرفض أو الخطأ هي 05 %.

- أشكال الفروض :

- **الجمل الشرطية : اذا أنجز العاملون مهامهم فانهم سيحصلون على مكافئاتهم.**
- **الفروض الاتجاهية : تشير الى اتجاه العلاقة، إيجابي، سلبي، أكبر، أقل**

مثال : كلما زاد مستوى الضغوط الوظيفية كلما قل مستوى التحفيز لديهم

- **الفروض غير الاتجاهية: تشير الى العلاقة أو الفرق دون تحديد طبيعة العلاقة**

مثال : هناك علاقة بين عمر العامل و مستوى مهاراته الوظيفية

- **فروض النفي و فروض الاثبات (الفرض البديل) :**

فرض النفي H0 تعبير لغوي عن عدم وجود علاقة بين متغيرين ، أي أن الارتباط بين المتغيرين يساوي الصفر.
الفرض البديل HA عكس فرض النفي بحيث يشير الى وجود العلاقة بين المتغيرين.
ان رفض فرض النفي يعني إمكانية قبول كل الفروض البديلة التي لها صلة بالعلاقة التي نختبرها

المحاضرة السابعة

تابع خطوات البحث .. (الخطوة السادسة) (التصميم العلمي للبحث -عناصر تصميم البحث)

سادسا : عناصر تصميم البحث:

يتعلق تصميم البحث بتحديد مختلف عناصره، كتلك المتعلقة بأهداف الدراسة (استكشاف , وصف , اختبار للفروض) وبمكان الدراسة ونوعها و بمدى تدخل الباحث في اجرائها و مدتها وبوحدة التحليل كذلك.

1- هدف الدراسة :

أ- هدف الدراسة : استكشاف أو وصف أو اختبار صحة الفروض

معرفة الهدف سيوجه سلوك الباحث في مختلف المراحل القادمة

نلجأ للبحوث الاستكشافية عندما لا نجد معلومات في الدراسات السابقة أو تمت بصورة جزئية

- **تهدف للتعرف على الواقع كما هو وتحسين فهمنا للظاهرة وجمع معلومات عنها**
- **تكون حينما لا يكون لدينا معلومات كافية عن كيفية حل القضية أو المشكلة**
- **عند قلة الدراسات والأبحاث السابقة حول المشكلة المدروسة**
- **تساعدنا في بناء اطار نظري للدراسة**

البحوث الاستكشافية تنتج معلومات جديدة أو معرفة جديدة ؛ استكشاف واقع او ظاهرة جديدة ؛ تساعد في بناء إطار نظري يؤدي إلى اثباتات عامة نظرية أي كشف الميدان الواقع ويمكن تحول لنتائج نظرية علمية

القيام بالدراسة في مجال ما لأول مرة لا يعني أنها استكشافية بطبيعتها

الدراسة تكون استكشافية اذا كانت المعلومات المتوفرة حولها قليلة أو نادرة

اذا كان الهدف هو الحصول على فهم أعمق. **قد تكون اول مرة ولكن ليست استكشافية**

ب- البحوث الوصفية :

- ✓ يتم اجراؤها لوصف خصائص المتغيرات الموجودة في ظروف معينة والتأكد منها.
- ✓ تساعد على فهم خصائص جماعة أو منظمة ما في ظروف معينة
- ✓ تسمح بالتفكير المنتظم حول ظاهرة معينة
- ✓ تقديم أفكار و تصورات لمزيد من الفحص والبحث

من البحوث التي تعتبر بحوث وصفية :

عملية وصف أحد الفصول الدراسية (عدد الطلاب - نوعهم - فئات العمر وعدد الفصول و التخصصات .....)

دراسة خصائص المنظمات التي تستخدم نظم الانتاج المرن

ج- اختبار صحة الفروض :

تهدف لشرح الاختلاف الموجود في المتغير التابع

تبحث عن الكشف عن طبيعة العلاقة (ارتباط، استقلالية) أو الفروقات الموجودة بين المتغيرات واثبات ذلك.

مثل : **اختبار إمكانية زيادة الأرباح اذا زاد الانفاق على برامج الدعاية والاعلان <<< يوضح وجود العلاقة من عدمها**

عدد النساء اللواتي يقدمون طلبات اجازات مرضية أكبر من عدد الرجال <<< يوضح الفرق بين المجموعتين

2- نوع الدراسة : هل الإجابة عن السؤال ستكون سببية أم غير سببية؟

أ- بحوث سببية : تعني ان الباحث يريد معرفة علاقة السبب و النتيجة

هدفها التأثير في النتيجة و التحكم فيها و رقابتها انطلاقا من دراسة الأسباب المؤدية اليها. (حجم تأثير المتغير المستقل)

من أمثلتها (أسئلتها):

- ✓ هل يؤدي الانكماش الاقتصادي الى زيادة الضرائب ؟
- ✓ هل تؤدي زيادة العرض الى انخفاض الأسعار ؟
- ✓ يحدث نقص السيولة بسبب زيادة عدد المدينين

البحث عن السبب والنتيجة هي أكثر صعوبه من الارتباط أحيانا

ب- بحوث الارتباط (غيرسببية) : تبحث عن علاقه الارتباط

- ✓ تكون حينما يريد الباحث معرفة عوامل الارتباط بالمشكلة
- ✓ الهدف هنا هو معرفة العوامل المهمة المرتبطة بالمشكلة .

من أمثلتها (أسئلتها):

- ✓ هل هناك ارتباط بين برامج التدريب و التعلم التنظيمي؟
- ✓ ا العلاقة الموجودة بين إدارة المعرفة و تحقيق الابداع ؟
- ✓ يعتمد تحديد نوع الدراسة سببية أو ارتباطية على نوع سؤال البحث و على كيفية تحديد المشكلة.

3- مدى تدخل الباحث في الدراسة :

يختلف تدخل الباحث حسب طبيعة البحث سببي أو ارتباطي

البحث الارتباطي : تدخل الباحث يكون أقل لان دوره محاولة التعرف على المتغيرات المستقلة

مثال1 : دراسة العوامل المؤثرة في التحفيز) **(يكفيه لذلك تنمية اطار نظري وجمع بيانات ومن ثم تحليلها واستخلاص النتائج، لأن الباحث يريد التعرف على العوامل ذات**

مثال2 :

دراسة العلاقة بين شعور الممرضات بوجود دعم معنوي لهن من الأقسام المختلفة وبين ضغوط العمل التي يشعرن بها.

هنا يكون تدخل الباحث أقل لأنه يدرس العلاقة فقط

البحث السببي : يكون تدخل الباحث بصفة أكبر فهو يغير ظروف التجربه المراد اتباعها

الباحث يريد اثبات علاقة سببية و بالتالي فهو يجري تعديلات على بعض المتغيرات ليعرف تأثيرها على المتغير التابع.

مثلا : دراسة تأثير الضوء على أداء العاملين قد يقوم الباحث بتغير الاضاءة في مكان العمل إلى مستويات مختلفة

4- تخطيط البحث :

البحث سببي >> البحوث المخططة (تجرى في بيئة اصطناعية معدة بعناية) >> تسمى بالتجارب الميدانية

البحث ارتباطي >> البحوث غير المخططة (تجرى في بيئة طبيعية) >> تسمى بالبحوث الميدانية

5- وحدة التحليل (مجتمع الدراسة) : يتم تحديد وحدة التحليل انطلاقا من مشكلة البحث

الأفراد حوافز العاملين

الأزواج العلاقة بين الرئيس و المرؤوس

مجموعات الزبائن/ صنع القرار/ التعلم الجماعي

منظمات استراتيجية المنظمة/ صورتها الذهنية

ثقافات التنوع الثقافي/القيم المسيطرة

5- المدى الزمني للبحث :

الدراسات المقطعية بالمقارنة بالدراسة التي تستمر فترات طويلة

الدراسات المقطعية : تكون على بيانات تجمع مرة واحدة في فترة قد تكون عدة أيام أو أسابيع أو شهور

أمثلة:

1. **جمع بيانات لأول مرة من سماسرة أسهم خلال الفترة من يونيو حتى أكتوبر من العام الماضي.**
2. **استقصاء لجمع بيانات ذوي الوزن الزائد لمعرفة من لديهم رغبة تجربة دواء جديد يطرحه مخبر دوائي عالمي.**

الدراسة التي تستمر فترات طويلة : تكون على بيانات تجمع مرتين أو أكثر في فترات زمنية متتالية

أمثلة:

1. **بعد عودة العاملين المضربين للعمل قامت الشركة بجمع بيانات لمدة شهور حول زبائنها لمعرفة عدد الذين خسرتهم بسبب الاضراب.**
2. **يهتم مدير التسويق بمعرفة حجم المبيعات في بداية كل موسم منذ 03 سنوات وقد تم جمع هذه البيانات سنويا.**

مراجعة عناصر تصميم البحث جهد تقديري للباحث للعناصر المهمه عن غيرها

مرحلة ضرورية للبحث، تقع تحت تقديرات الباحث الذي قد يضحي بأجزاء من البحث على حساب أجزاء أخرى....

التكلفة محدد هام لاختيار الباحث وتصميم البحث

المحاضرة الثامنة

تابع خطوات البحث .. (الخطوة السابعة) (تصميم التجارب)

سادسا : تصميم التجارب :

- ✓ **كل المتغيرات ملوثة او مزعجة ماعدا تدريب العاملين**
- ✓ **المتغيرات الملوثة تزعج الباحث ولا تسمح له بقياس اثر التغير على تدريب العاملين وربطه بتغير آداء المنظمة**
- ✓ **كي ندرس او نقيس علاقة ارتباط تأثير العاملين على آداء المنظمة ينبغي عزل وتجميد أثر المتغيرات الملوثة**
- ✓ **كثير من المتغيرات التابعة لديها مجموعة من المتغيرات المستقلة تؤثر فيها لكننا غالبا نلجأ لمستقل او مستقلين ولكن لا نهمل المزعجة بل نراقبها ونسيطر عليها لتكون نتائج البحث أكثر دقة**

التجارب عبارة عن تصميم يتم للتعرف على علاقة السببية المحتمل وجودها بين المتغيرات المختلفة.

النوع الأول من التجارب : التجارب المعملية :

بيئة صناعية يعدها الباحث ويشرف عليها وتسمح له بالسيطرة على المتغيرات الملوث

- **تمثل أفضل مكان للقيام بعملية تحييد أثر المغيرات الأخرى التي يمكن أن تتداخل مع تأثير المتغير المستقل المراد دراسة قوة تأثيرة على المتغير التابع.**
- **تهدف التجارب المعملية للسيطرة على المغيرات المستقلة الأخرى**
- **تستخدم فيها المراقبة و المعالجة المصطنعين**

1- معالجة المتغير المستقل :

لقياس قوة العلاقة السببية يجب انشاء عدة مستويات مجزأة على مستويات مثل مستويات الاضاءة في المحاضرة السابعة من المتغير المستقل لقياس مدى تأثيرها على المتغير التابع.

مثال

متغير مستقل	المتغير التابع
اذا أردنا اختبار النظرية القائلة أن انتقال العمال بين مختلف أقسام التصنيع يسمح له بالحصول على معلومات متعمقة في مجال التقنية، بحيث يقضي العامل أربعة أسابيع في كل قسم.	

2- طريقة معالجة المتغير المستقل :

يمكن انشاء ثلاث مجموعات من العمال:

- ✓ **المجموعة الأولى تتعرض لنظام التحويل بين الأقسام وممارستهم العمل فيها لمدة أربعة أسابيع.**
- ✓ **المجموعة الثانية تتعرض لنظام التحويل بصفة جزئية أي بين نصف الأقسام فقط.**
- ✓ **المجموعة الثالثة تستمر في العمل بالصورة الحالية دون أن تنتقل بين الأقسام.**

القياس هنا مرة واحدة

ثم نقيس المعلومات الصناعية الدقيقة لدى العمال قبل وبعد عملية التحويل لدى المجموعات الثلاث (أي قبل معالجة المتغير المستقل) وبالتالي سيكون بالإمكان تحديد مقدار تأثير عملية المعالجة في احداث الأثر الذي يتم قياسه.

اذا اثبت ان الاولى معارفها التقنية افضل من الثانية والثالثة وان الثانية مستوى المعارف افضل من الثالثة ولو بنسبة معينة فهذا يسمح أن للباحث الجزم ان عملية انتقال العاملين بين الاقسام لمدة 4 أسابيع في كل قسم من شأنه ان يؤدي إلى تحسين مستوى المعارف الموجودة لدى العاملين

3- السيطرة على المتغيرات الخارجية الملوثة للنتائج:

قد لا يعرف الباحث بالضرورة كل المتغيرات الملوثة ولذلك فهو يحاول تخفيض أثرها قدر المستطاع.

هناك طريقتان رئيسيتان: **المجموعات المتماثلة** **المعاينات العشوائية**

الطريقة الأولى : المجموعات المتماثلة

يعني تحديد الخصائص المتغيرات الملوثة المزعجة التي تشكل الارباك و توزيعها في مجموعات متماثلة لتخفيض أثرها وتوزيعه بطريقة متساوية حتى يكون الاثر الذي تمارسه هذه الخصائص هو نفسه

مثال: من بين 60عامل لدينا 20 امرأة و20 عامل عمره أكبر من 50 سنة و 8 عمال لديهم 20 سنة خبرة .
لتخفيض درجة التنوع التي قد تؤثر على نتائج البحث يمكن للباحث أن يشكل 4 مجموعات و يوزع في كل مجموعة 5 نساء و 5 عمال أعمارهم أكبر من 50 سنة و عاملين ممن لديهم 20 سنة خبرة مع باقي أفراد المجموعات بالتساوي.
بهذه الطريقة نخفض الاثر الذي لو كانت هذه العوامل ال4 في مجموعة واحدة فهذا سيؤثر في نتائج الدراسة

الطريقة الثانية : المعاينات العشوائية

يعني توزيع الستين عامل على المجموعات الأربع بطريقة عشوائية وبالتالي فاحتمال ظهور كل عامل في المجموعة متساوية. (يمكن ظهور المتغيرات الملوثة في مجموعة واحدة بقوة، العمر والخبرة والنوع)

النوع الثاني من التجارب : التجارب الميدانية :

- **عبارة عن تجارب يتم اجراؤها في البيئة الطبيعية التي تتتابع فيها الأحداث بطريقة عادية.**
- **لا يمكن في هذا النوع السيطرة على المتغيرات الملوثة لأنه لا يمكن توزيع أفراد العينة عشوائيا أو في مجموعات متماثلة. لكن يمكن معالجة المستقل**
- **تسمح هذه التجارب بمعالجة المتغير المستقل واجراء التجربة وتكوين مجموعات مراقبة**

1- الثقة (الداخلية والخارجية):

الثقة الداخلية >> الصلاحية الداخلية للتصميم >> تشير الى تمكن الباحث من اثبات علاقة السببية بين المتغيرات بثقة

الثقة الداخلية تجيب عن سؤال هل التصميم المعد او المستخدم في هذا البحث يسمح بقياس او اثبات ان درجة التغير في المتغير التابع ص جاءت نتيجة التغير في المتغير أ

2- الثقة الخارجية >> قابلية النتائج للتعميم>> الى أي مدى يمكن أن نجزم أن هذه النتائج المعملية ستكون نفسها في الميدان

تتمتع التجارب الميدانية بمستوى ثقة خارجية أعلى من التجارب المعملية لأن نتائجها أكثر قابلية للتعميم .

في التجارب الميدانية تكون الثقة الداخلية أقل مقارنة بمستوى الثقة في التجارب المعملية التي تكون فيها القدرة على السيطرة على المتغيرات الملوثة أعلى.

3- عوامل الارباك السبعة للثقة الداخلية : تمثل تهديدا لنتائج التجربة

العوامل التاريخية؛ النضج؛ عملية الاختبار ؛ تأثير أداة القياس؛ التحيز في الاختيار؛ النزوع نحو المتوسط؛ الفناء

4- عوامل الارباك للثقة الخارجية : تمثل تهديدا لإمكانية التعميم و إعادة انتاج نتائج الدراسة

- ✓ **اختلاف ظروف المنظمات الأخرى عن المنظمة التي تمت فيها الدراسة**
- ✓ **اختيار الأفراد الذين ستطبق عليهم التجارب المعملية يختلفون عن الأفراد الحقيقيون الذين يعملون في المنظمة**

كيف نوازن بين الثقة الداخلية والثقة الخارجية ؟

لأنهما ضروريان للبحث العلمي ومصداقيته، يمكن دعمهما عن طريق عملية التناوب

تعني عملية التناوب البدء بالدراسة المعملية لضمان مستوى جيد من الثقة الداخلية ثم القيام بالبحث الميداني للحصول على ثقة خارجية جيدة.

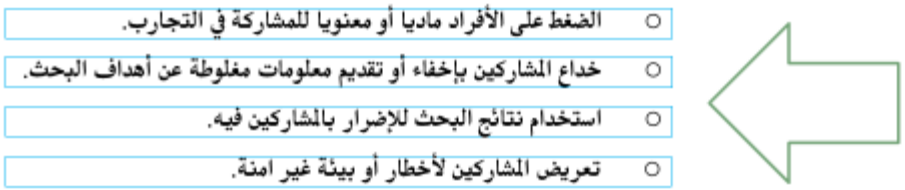
لتفادي الضعف الموجود في التجارب الميدانية في الثقة الداخلية

وتفادي الضعف في التجارب المعملية في الثقة الخارجية

مثال : **دراسة تأثير النوع (ذكر أو أنثى) على نمط القيادة في منظمات الأعمال الريادية**

للتغلب على مختلف التهديدات التي تضعف من درجة الثقة الداخلية و الخارجية على حد السواء يجب اختيار تصميم التجارب المناسب لكل دراسة.

أخيرا لا نهمل القضايا الأخلاقية في مجال تصميم التجارب والتي منها:



المحاضرة التاسعة

(قياس المتغيرات.. التعريف الاجرائي و المقاييس)

يمثل قياس المتغيرات في الاطار النظري جزء أساسي من البحث وأحد مظاهر تصميم البحوث

يسمح قياس المتغيرات بقياس صحة أو عدم صحة الفروض والحصول على حلول للقضايا المهمة.

كيف تقاس المتغيرات؟

اذا أردنا أن نقيس مثلا:

- **الطول، الوزن، ضغط الدم، درجة حرارة الجسم**
- **الخبرة الوظيفية للعاملين**
- **أجور ومكافئات المديرين**
- **معدلات أرباح الأسهم للثلاثة أشهر الماضية**
- **عدد المنتجات.....**

فهذا ممكن
نسأل بعض الأسئلة أو نستخدم بعض الادوات

قياس الأشياء الطبيعية لا يمثل أية مشكلة

أما اذا أردنا أن نقيس أشياء مثل :

مستوى الرضى؛ درجة المخاطرة؛ التحفيز ؛ مستوى المعنويات؛ حالة المشاعر تصبح العملية صعبة و معقدة

1- هناك نوعان من المتغيرات

نوع يمكن قياسه بمقاييس موضوعية

نوع لا يمكن استخدام هذا النوع من المقاييس معه لاتصافه بعدم الدقة والوضوح ولأنه شخصي

كيف يمكن قياس النوع الثاني من المتغيرات؟ هناك طرق وأساليب لقياس هذا النوع من المفاهيم :

أحد هذه الأساليب هو تحويل المفاهيم المجردة الى سلوك مشاهد

المفهوم بحد ذاته لا نقيسه بصورة مركبة او واحدة بل نعمل على تجزأته إلى سلوكيات تعبر او تترجم المفهوم

لا نستطيع مشاهدة خاصية العطش و لكن يمكن قياسها انطلاقا من كميات السوائل التي يشربها العطشى.

2- التعريف الإجرائي : عناصره وأبعاده : ترجمة المفاهيم وتجزئتها

يسمح التعريف الاجرائي للمفهوم بجعله قابلا للقياس عن طريق النظر الى أبعاده السلوكية الظاهرة ومظاهرة و خصائصه المميزة له عن باقي المفاهيم و من ثم ترجمة هذه الأبعاد والخصائص الى عناصر يمكن قياسها.

قياس المتغيرات عن طريق قياس السلوكيات المرتبطة بها

يمكن وضع التعريف الاجرائي للمفهوم عن طريق تخفيض مستوى التجريد الذي يشتمل عليه المفهوم الى مستوى السلوك البشري الممكن ملاحظته. كالحافز مثلا لا نستطيع قياسه بصورة مباشرة فنلجأ لتخفيض مستواه بترجمته لأبعاد ثم عناصر للحصول على مقياس قد يكون مجموعة من الأسئلة المرتبة وكل جزء من هذه الأسئلة يعالج عنصر من عناصر ابعاد المشكلة للمفهوم ويسمح هذا بتكوين مقياس للتمييز بمختلف الافراد فيما يتعلق بهذا المفهوم

وبالتالي وضع مقياس جيد لقياس المفهوم ويمكن تطبيقه في مجالات عديدة (التعليم، الادارات الحكومية، منظمات الأعمال...)

الحصول على إجابات لهذه الأسئلة يمثل احدى طرق قياس قوة الحافز لدى العاملين: مع ضرورة وضع مقياس مدرج بها

- **لأي مدى يمكنك أن تلزم نفسك بإنجاز عمل معين في الوقت المحدد؟**
- **لأي مدى يمكنك اهمال أمورك الشخصية نظرا لانشغالك بالعمل؟**
- **هل يتكرر تفكيرك بالعمل كثيرا و أنت بالبيت؟**
- **لأي مدى تشعر بالإحباط اذا لم تحقق الأهداف التي وضعتها لنفسك؟**
- **لأي مدى تفضل أن تعمل منفردا بدلا من مشاركة الاخرين؟ يقيس البعد الثالث (لا يحب العمل مع الكسالى او محدودي الكفاءة)**
- **كم مرة حاولت فيها الحصول على معلومات عن أدائك من رئيسك في الثلاث أشهر الأخيرة؟**

هنا نركز على درجة العنصر والبعد لقياس المفهوم وليس الآداء لأن الآداء نتيجة للحافز وليس عنصر قياس

كذلك العلاقات الايجابية لا نركز عليها

3. المقاييس

عبارة عن أداة أو تقنية نستخدمها لنتعرف على مدى اختلاف الأفراد عن بعضهم البعض بالنسبة لمتغيرات مهمة لدراستنا.

هناك أربعة أنواع من المقاييس: المقاييس الاسمية؛ المقاييس الترتيبية؛ المقاييس الفئوية؛ المقاييس النسبية

أ- المقاييس الاسمية : تصنيف المتغيرات فقط

- تسمح بتوزيع الأشخاص أو الأشياء على مجموعات معينة (تصنيفية)
- **يمكن حساب النسب المئوية أو التكرارات فقط**

لذلك هو افقر المقاييس من ناحية تمكين الباحث من اجراء الكثير من التحاليل الاحصائية

أ- المقاييس الترتيبية: تصنيف المتغيرات وترتيبها

- **تساعد على معرفة النسب (نسبة من يرون أن خاصية معينة هي الأكثر أهمية مثلا...) بالإضافة للمعلومات حول تصنيف المستجوبين**
- **ولكنها لا تعطي معلومات حول الفروقات بين النسب، بين الخاصية الأولى و الثانية مثلا..**

ج- المقاييس الفئوية : تصنيف المتغيرات وترتيبها وقياس الفروق بين نقطتين

- **تسمح بتصنيف وترتيب وكذلك قياس عمق الاختلاف بين المجموعات.**
- **ترتيب المجموعات الى فئات والقيام ببعض العمليات الرياضية كالمتوسط و الانحراف المعياري**
- **من أمثلة ذلك : الترمومتر لقياس درجة الحرارة**

نلاحظ أن:

- **المقياس الفئوي أقوى من المقاييس الاسمية والترتيبية**
- **بالإضافة للتصنيف و الترتيب فهو يقيس الفروق بين النقاط، ينطلق من 01 وينتهي بـ 07**
- **ليس هناك صفر حقيقي للانطلاق في هذا المقياس يسمح بقياس مدى تناسب الفروق.**

ليس له معنى حقيقي في التحليل أي ليس لديه مبرر ذو معنى ,, وليس هناك الصفر للإنطلاق

د- المقاييس النسبية : تصنيف المتغيرات وترتيبها وقياس الفروق وتحدد مدى تناسب الفروق

تعتبر أقوى المقاييس وأكثرها دقة وهو يشتمل على جميع خصائص المقاييس الأخرى وزيادة

بها الصفر الحقيقي (البداية التحكمية) و لذلك فهي تستدرك النقص الموجود بالمقاييس الفنوية

مثال : الميزان المستخدم للتعرف على أوزان الأشياء الطبيعية (شخصان يزنان على التوالي 250 رطلا و 125 رطلا، وزن الأول يمثل ضعف وزن الثاني كما أن ضرب الرقمين بأي عدد أو قسمتهما سيحافظ على نفس النسبة بينهما.)

يمكن استخدام الوسط الحسابي والهندسي، الانحراف المعياري، المدى و التباين و معامل الاختلاف لقياس التشتت .

بعض المتغيرات كالنوع : ذكر/ أنثى تقاس بمقاييس اسمية

والبعض الاخر كدرجة الحرارة يمكن أن تقاس باستخدام مقاييس اسمية (مرتفعة/ منخفضة) أو بمقاييس ترتيبية (منخفضه/ متوسطة/مرتفعة) أو باستخدام مقاييس فنوية باستخدام الترمومتر

كلما كان بالإمكان استخدام مقياس أقوى فمن المفضل القيام بذلك. أي مستوى الدقة سيكون أفضل

المحاضرة العاشرة

المقاييس : القياس وثبات نتائج المقياس (الثقة) والصلاحية

بعد المقاييس ...تأتي طرق القياس.

طرق القياس: أي الطرق التي تستخدم لتحديد قيم رقمية أو رموز للتعرف على اتجاهات المستقصي منهم نحو الأشياء والأحداث و الأشخاص.

1- أساليب القياس التي يشيع استخدامها

هناك نوعان أساسيان من مقاييس الاتجاهات هما:

أ- **مقاييس القيم تحاول اعطاء قيم للمتغيرات وتميز بين مستوياتها المختلفة انطلاقا من القيم المعطاة لها أو ...**
ب- **المقاييس الترتيبية ترتيب مستوياتها**

1. المقاييس الثنائية تستخدم للحصول على إجابات من نوع: "نعم / لا " "صح / خطأ"
2. مقاييس التصنيف تستخدم هذا النوع عددا من العناصر للحصول على إجابة واحدة، (اين تسكن؛ كم عمرك)
3. مقياس ليكرت اهم المقياس واكثرها استخدام؛ فئوي يهدف للتعرف على قوة المستقصى او لا صمم للتعرف على قوة موافقة أو عدم موافقة المستقصى منه على جمل معينة باستخدام مقياس من 05 درجات

4. مقاييس دلالات الالفاظ يشبه ليكرت لكنه اقل دقة وتعبيرا وهو مقياس اسمي وليس فئوي
يتم تحديد خصائص ثنائية القطب على جانبي المقياس ويطلب من المستجوب تحديد الاتجاه على المسافة الموجودة بين اللفظين المتعارضين: يعامل خطأ على أنه مقياس فئوي وهو ليس كذلك

مثال : **(حساس.....غير حساس) – (حسن.....سيء) – (قوي.....ضعيف)**

يستخدم لتقييم اتجاهات العملاء نحو علامة تجارية، سعر معين، اعلان محدد....

5. المقياس الرقمي الأفضل ان تكون الارقام فيه فردية حتى يترك خانة محايد هو اسمي لانه يميز بين المجموعات

يختلف عن المقياس السابق (دلالات الألفاظ) فقط بوضع أرقام على المسافة بين طرفي المقياس (05 أو 07 نقاط)

حساس 1 2 3 4 5 6 7 غير حساس

مقياس دلالات الألفاظ والمقياس الرقمي ليسا من المقاييس الفئوية على الرغم من أنهما كثيرا ما يعالجان خطأ كمقاييس فئوية

6. مقياس المستويات المتماثلة
مقياس فئوي يعرض 05 أو 07 نقاط للمستجوب بالنسبة لكل جملة ويقوم المستجوب باختيار الرقم الذي يمثل وجهة نظره ووضعه أمام كل عبارة أو يضع على الرقم دائرة. يركز على صفة التوازن الموجودة على سلم القياس فئوي يعمل على تكرار سلم القياس لكل سؤال , يحل بعض مشاكل المنظمه(بحوث التسويق)

مثال : أجب باختيار الرقم الذي يمثل وجهة نظرك أمام كل جملة
7. المقياس ذو المقدار الثابت
تغلب عليه طبيعة المقياس الترتيبي، يطلب من المستجوب توزيع عدد معين (100 مثلا) على عدد من العناصر:

نعطي رقما قد يكون 100 ونطلب من المستجوب تقسيمه في اوزان معينة يعطي قيمة لكل بعد من هذه الابعاد الباحث يريد معرفة اهم عنصر

8. المقياس ذو المركز الثابت فئوي لعدم احتوائه على الصفر
يقيس في نفس الوقت اتجاه وقوة الاتجاه للأفراد أو الزبائن نحو عنصر من عناصر الدراسة عن طريق مقياس رقمي يتراوح مثلا بين +3 و-3 على جانبي الجملة. طريقته معكوسة مقارنة ب ليكرت ,ليس هناك صفر حقيقي , فئوي وليس نسبي

مثال : قيم قدرة رئيسك بالنسبة لكل خاصية من الخصائص المذكورة أدناه عن طريق وضع دائرة على الرقم المناسب.

9. مقياس التمثيل البياني : سهل الاستخدام وهو ترتيبي
يسمح للمستجوبين بالتعبير عن اجاباتهم بشكل بياني عن طريق اختيار النقطة المناسبة.

10. المقياس الاتفاقي أو التوافقي فيه نوع من الحرية
يمكن أن يتم اتفاق بين أفراد احدى المجموعات على اختيار بعض العناصر واعتبارها مقياسا وذلك بناءا على قوة الصلة مع المفهوم محل القياس. (غير مستعمل كثيرا لصعوبة تنمية عناصر القياس)

2- المقاييس الترتيبية :

أ- مقياس المقارنات الثنائية : يكون عندما يطلب اختيار واحد من اثنين في حالة وجود مجموعة صغيرة من الأشياء

ب- مقياس الاختيار الاجباري : يطلب من المستقصين ترتيب الأشياء بالمقارنة فيما بينها وهذا سهل بالنسبة لهم، مثلا:

المطلوب منك ترتيب المجلات التالية التي ترغب في الحصول على اشتراك فيها وفقا لدرجة تفضيلك حيث 01 يعطى للأكثر تفضيلا و05 لأقلها تفضيلا. (الحقيقة – المرجان - الأحساء نيوز – المستهلك – ريادة)

ج- مقياس المقارنة بأشياء نمطية:

يسمى كذلك بمقياس المقارنات النسبية، بحيث يقدم علامات أو نقاطا مرجعية لتقييم الاتجاهات نحو الأشياء أو الأحداث أو الظروف التي تهتم بها الدراسة

نبين حدود هذا المقياس , اسمي يهدف إلى التعرف على فئات المستجوبين أين تتمركز أي يحاول تصنيف المجموعات المجيبة على الدراسة

مثال: في ظل بيئة مالية متقلبة، ما مدى فائدة اتخاذك قرارا بالاستثمار في سندات الخزانة؟ ، ضع دائرة حول الإجابة المناسبة:

الخلاصة:

البيانات الاسمية تفرض على الباحث استخدام مقاييس ثنائية معها

البيانات الخاصة بالترتيب فإنها تفرض استخدام مقياس ترتيبي (كالمقارنات الثنائية والاختيار الاجباري أو المقارنات النسبية)

أن البيانات الفئوية أو ما يشبهها فإنها يستخدم معها أحد المقاييس الفئوية مثل ليكرت

2. جودة المقياس، دقة وثبات نتائجه
كيف نتأكد أن الأداة التي نميناها لقياس المتغير دقيقة و تقيسه فعلا؟ ولا تقيس متغيرا اخر؟

- **يجب التأكد من أن العناصر الي استخدمت لقياس أبعاد المتغير ترتبط به فعلا وأنه تم ادراج أهم العناصر**
- **يتم ذلك بمراجعة وتحليل عناصر الإجابات**
  - **دقة المقياس تتحدث عن مدى تماسك وثبات المقياس المستخدم وخلوه من الأخطاء**
  - **الصلاحية تشير الى مدى جودة المقياس أي التأكد أننا نقيس المفهوم الصحيح**
  - **الدقة و الصلاحية هما مؤشران لعلمية الدراسة**

دقة وثبات نتائج المقياس
- ✓ **استقرار المقياس: عدم تغير نتائجه مع تغير الزمن والظروف**
  1. **ثبات القياس عند إعادة الاختبار لو أعيد القياس مع تغيرالظروف نحصل على نفس النتيجة (مقياس دقيق)**
  2. **استخدام نموذجين متوازيين مقياسان يوصلان نفس النتيجة**
- ✓ **تناسق المقياس: يعبر التناسق الداخلي للمقياس عن تجانس مكونات المقياس/ ترابط بين مجموعة الأسئلة**
  1. **التناسق بين مكونات المقياس >> معامل ألفا كرونباخ**
  2. **التناسق بين نصفي المقياس**

توفر الثقة في المقياس شرط ضروري و لكنه غير كاف، قد يكون المقياس دقيقا ويعطي إجابات ثابتة ولكنه لا يقيس المفهوم الصحيح!!

3- الصلاحية (صلاحية المقياس)

الصلاحية بالنسبة للمقياس تعني أننا نقيس الشيء المطلوب قياسه. (يجب أن لا نخلط بينها وبين الصلاحية الداخلية والصلاحية الخارجية لتصميم التجارب، محاضرة 08)

هناك ثلاثة أنواع للصلاحية :

صلاحية المحتوى : أي التأكد من أن المقياس قد تضمن عددا كافيا من الأسئلة التي تقيس المفهوم (تتعلق بأبعاد وعناصر المفهوم)

صلاحية المعيار : تكون حينما يكون في المقياس معيار قادر على التمييز بين الافراد الذين استخدموه (معيار التفرقة بينهم حسب النوع، المهارات، الحالة الوظيفية و بالتالي تنعكس في اجاباتهم)

صلاحية المفهوم : تتحدث هذه الصلاحية عن مدى تطابق النتائج المتحصل عليها باستخدام المقياس مع النظريات التي بنى حولها.

المحاضرة الحادية عشر

طرق تجميع البيانات

أولا : مصادر البيانات

لابد من التمييز بين مصادر البيانات لأنها تؤثر في منهجية البحث وطرق معالجة البيانات والمعلومات

1- المصادر الأولية للبيانات : يجمعها الباحث بنفسه لأول مرة عن الدراسة وقد تكون من الأفراد أو من مجموعات التركيز أو العينات الدائمة أو من الملاحظة الدائمة لظاهرة ما....
تحليل محتوى الوثائق ـ مقابلات مع الافراد ـ ملاحظة بعض الاحداث التي في المنظمة ... أي ان الأساس هو أن الباحث يقوم بإنشائها أول مرة أي لا يحصل عليها من مصادر ثانية غير جاهزة بل هو الذي يستهدف هذه الانواع من المعلومات قد يحصل عليها من مجموعة الأفراد ـ الخبراء ـمجموعات التركيز ـ الدائمة ـ الملاحظة المباشرة للأحداث والظواهر ..

مصادر البيانات الأولية (أربعة): الأفراد ؛ مجموعات التركيز ؛ العينات الدائمة ؛ تتبع أو ملاحظة اثار الأشياء

أ. الأفراد :
المقابلات الشخصية للحديث عن ظاهرة في المنظمة (الغياب)

الاستقصاءات (منتج جديد في السوق)

الملاحظة سلوكيات زبائن عند لوحة إعلانية حول منتج

ب. مجموعات التركيز :

- ✓ **هي مجموعات تتكون من 8 الى 10 خبراء**
- ✓ **مع موجه للمجموعة يقود المناقشات حول المفاهيم أو المنتجات أو أحد المواضيع**
- ✓ **قد تدوم لما يقرب ساعتين**
- ✓ **يختار الخبراء بناءا على الخبرة و التخصص**
- ✓ **الهدف هو جمع معلومات من أفراد المجموعة ومحاولة الفهم**
- ✓ **غير مكلفة و سريعة الاستجابة**
- ✓ **طبيعة المعلومات التي نحصل عليها من مجموعات التركيز تكون غالبا وصفية، غير كمية، كما أن اختيارهم لا يتم بطريقة علمية (يعني هي عينة غير عشوائية وبالتالي غير ممثلة للمجتمع)**
- ✓ **يمكن استخدام مؤتمرات الفيديو والأنترنيت لتمكين التقاء الأفراد من أماكن مختلفة.**

الموجه لا يشارك فعليا في مناقشة الموضوع بل يوجه المجموعة (ادارة اللقاء والتركيز على العناصر الأساسية)

استخدامات **مجموعات التركيز :**

- ✓ **تستخدم في البحوث الاستكشافية**
- ✓ **لإصدار تعليمات بناءا على المعلومات المجمعة**
- ✓ **عند اجراء البحوث الاستقصائية باستخدام العينات**

استهداف سوق جديد ـ البحوث في مراحله الأولى

ج. العينات الدائمة :
تمثل أحد مصادر المعلومات الأولية

تختلف عن مجموعات التركيز كون أعضائها يجتمعون عدة مرات وليس مرة واحدة (دائمة)

يتم اختيار أعضائها بطريقة عشوائية أي علمية إذا اردنا تعميمها (وهذا اكثر ما يميزها عن مجموعات التركيز)

مثال : تقييم اثار الإعلان عن نوع معين من القهوة لقياس اتجاهات أفراد العينة لشراء القهوة وبالتالي اعتباره مؤشر لشراء باقي الأفراد اذا ما تعرضوا لنفس الإعلان

قد تكون العينات الدائمة ثابتة نفس العينة تختارها المنظمه حول منتج معين أو متغيرة حسب رغبة و حاجة الشركة

د. تتبع اثار الأشياء :
من المصادر الأولية للمعلومات التي لا تشتمل على أفراد من البشر بل مجموعة من المعلومات عن طريقة ملاحظة الأشياء

من الأمثلة :

وجود الكثير من النسخ للصحف في مكتبات الجامعة كدليل على شهرة الصحيفة وتداولها بين أيدي القراء،

وجود فوارغ المشروبات الملقاة في صناديق القمامة دليل على كثرة استهلاكها.....

اذن الاوليه مصدر مهم من مصارد البحث حسب ما تقتضيه الضروره فأحيانا تقتضي ان الباحث يلجأ لتكوينها اذا كان هناك شح في المعلومات المتوفره في الدراسات السابقه فيمكن أن يلجأ الباحث لتكوينها بنفسه او انطلاقا من الأفراد ، او مجموعات التركيز ...

2- المصادر الثانوية للبيانات : جمعها اخرون لأهداف أخرى ويحصل عليها الباحث ليستفيد منها في الدراسة يمكن الحصول عليها من داخل المنظمة أو من خارجها، من سجلات الشركة ومن الوثائق الرسمية والمنشورات والكتب والأرشيفات والأنترنيت، والمطبوعات الحكومية ومن تحاليل الصحافة المكتوبة و المسموعة والمشاهدة والمؤشرات الاقتصادية والإحصاءات، جداول العمل والمقابلات التي يحتفظ بها المديرين، الكلمات أو الأحاديث التي يدلون بها، سجلات الزوار.

مزايا و عيوب البيانات الثانوية

مزايا البيانات الثانوية	عيوب البيانات الثانوية
سهلة الحصول في أحيان كثيرة	**قد تكون قديمة**، دخلت تغيرات جديدة في البيئة
سريعة وغير مكلفة	**قد لا تتوافق مع البحث** جزئية لا تتوافق مع البحث 100%

ثانيا. طرق تجميع البيانات

- ✓ **هناك الكثير من الطرق ولكل مزاياها وعيوبها كذلك ظروف ونوعية الدراسة**
- ✓ **يعتمد اختيار الطريقة على ظروف البحث ونوعية المعلومات التي يطلبها البحث والتسهيلات المرتبطة بالحصول عليها وكذلك ظروف أفراد العينة وخبرة الباحث والموارد المتاحة.**

الأنواع الرئيسية لطرق تجميع البيانات : المقابلات الاستبيانات الملاحظة

1- المقابلات : الهامة لجمع البيانات من الأفراد وجها لوجه أو عن طريق الهاتف

يهدف لاستخراج معلومات من الافراد وتختلف نوعية هذه المعلومات قد تكون آراء حول ظاهرة معينة قد تكون قياس اتجاهات أفراد حول ظاهرة معينة ، قياس ردود أفعالهم , رغباتهم .. إلخ

أنواع المقابلات:

المقابلات غير المهيكلة >>> لا تعتمد على خطة مرتبة للأسئلة و غير موجهة

المقابلات المهيكلة >>> محددة بدقة وموجهة من طرف الباحث

الغير مهيكلة : الباحث لديه فكرة يطلق عليها غير موجهة او غير منظمة أي اجتماع الباحث مع عينة الدراسة يحدد لهم فقط الإطار العام للموضوع ولكن لايوجه توجيه دقيق فيترك للمستجوبين التكلم في الموضوع بحرية يقوم بتدوين ملاحظاته او يسجل النقاط تسجيل آلي يعد اخذ موافقة منهم ثم يقوم بالاستماع ويحاول التلخيص والتحليل بطرق معينة يحدد نقاط الاشتراك بين اجابات مختلف الأفراد ويصل في النهايه لنتائج

المهيكلة أكثر دقة الباحث يوجه سير المقابلة فيتكلم مثلا عن اسباب التحفيز ودوافعه او المكافآت ويكلب منهم الاجابه حول هذه العناصر يمكن ان يستعين الباحث في هذه المقابلة بدليل يشبه القائمة بالأسئلة والخيارات كي توجهه بأهم عناصر المحاور التي سيعتمد عليها في مقابلته

المقابلات مهمة جدا خاصة في التعرف على بعض البيانات او المعلومات في المرحله الاستكشافية للبحث او في حالة غياب المعلومات في المصادر المكتوبة او مايسمى بالمصادر الثانوية

بعض الارشادات التي يمكن اتباعها خلال المقابلات :

- **خلو المعلومات من التحيز الذي قد يصدر ممن يقود المقابلة أو من المقابل أو من الموقف**
- **تنمية قدر من الثقة والمصداقية والسرية والحفاظ على خصوصية المقابلين لضمان تفاعلهم الإيجابي**
- **ابراز السلوك المهني والحماس والثقة بالنفس والحياد لدى القائم بالمقابلة**
- **التدرج في طرح الأسئلة التي تكون سهلة ومفهومة وبعيدة عن الغموض تكون هناك منهجية سليمة للأسئلة**
- **تقديم المساعدة للمجيب اذا لم يفهم السؤال أو للاستيضاح**
- **تدوين الملاحظات..... اذا لم يحصل على الموافقة بالتسجيل أن يدونها وقت المقابلة او بعدها مباشرة**

2- الاستبيانات

الاستبيان عبارة عن صياغة مسبقة لأسئلة يقوم المستجيب بتسجيل الإجابات عليها عادة باختيار أحد البدائل المحددة.

يعتبر الاستبيان وسيلة فعالة لجمع البيانات

يمكن توزيعها شخصيا أو بريديا أو الكترونيا.

مجموعة أسئله يقوم المستجوبين بالاجابة عليها ثم تفرغ الاجابات عن طريق برامج الكترونيه ويتم دراسة هذه الاجابات

الاستبيان مجموعة من الاسئلة ترتبط بالدراسة ويدرج في هذا الاستبيان مايعرف بسلالم القياس (ذكرت في المحاضرة السابقه) هذا الاستبيان يكون به مجموعة من المحاور ، محور يرتبط بالبيانات الشخصية ومحاور أخرى ترتبط بأبعاد الدراسة التي نريد دراستها بحيث يغطي كل بعد مجموعة من الأسئلة يجيب عنها المستجوبين هذه الطريقة تسمح بالحصول على العلومات يعني يمكن احيانا ان الافراد يرفضون المقابلات او ليس لديهم الوقت فمدراء الشركات ليس لديهم وقت للاجتماع بباحث لدراسة معينة فيمكن ان نرسل استبيان بالبريد ونمنحه وقت كافي للاجابة والرد عليه بالتالي ملائمة الطريقة ترتبط بالافراد الذين يجيبون على هذه الاستبيانات فيمكن يدويا او الكترونيا ، يمكن ان نعطيه للأفراد فيردونه بعد مدة معينة يمكن احيانا مشاركة الباحث في الحصول على اجابات أي الباحث يقرا للمستجوب وهو يجيب هذه تستخدم اذا كان العدد صغير لأنه من ايجابياتها انها تسمح بتفادي عدم اجابة المستجوب على بعض الأسئلة فالباحث يضمن ان كل الأسئلة قد تم الاجابة عنها كذلك اذا كان هناك غموض في الاسئله يقدم الباحث الشرح والمساعدة للمستجوبين .

شروط التصميم الجيد للاستبيانات (مهمة لأنها تؤدي الى تخفيض التحيز في البحوث وبالتالي زيادة الدقة والثقة)

أ- مجال صياغة ألفاظ الأسئلة (نختار لغه سليمه لهذا الاستبيان والأسئله بسيطه واضحه ترتبط بالظاهره التي ندرسها)

ب- مجال تصنيف المتغيرات وقياسها

- ✓ **يجب التأكد من أن البيانات التي سيتم جمعها تغطي جميع متغيرات البحث**
- ✓ **يجب التأكد أن البيانات كافية لاختبار الفروض**
- ✓ **اختيار المقياس المناسب للبحث حسب طبيعة البيانات التي يحتاجها البحث**
- ✓ **يتم فحص جودة البيانات باستخدام اختبارات الصلاحية والمصداقية لثبات نتائج البحث**

الأسئلة يجب ان ترتبط مباشرة بأبعاد الدراسة ,, يرتبط السؤال بقياس جزء من المتغيرات التي نريد دراستها أي تسمح الأسئلة بحصر بعد من أبعاد المتغير الذي نريد دراسته وإمكانية قياسه فيما بعد ..

ج. مجال الشكل العام للاستبيان

- ✓ **يجب الانتباه الى جاذبية الاستبيان وشكله (مراعاة الجانب التسويقي)**
- ✓ **يجب أن يأخذ شكلا مريحا يساعد المستجيب على التفاعل و التعاون مع البحث (يعتمد مقدمة تشرح الغاية منه وتبين المطلوب وتوجه المستجيب، التعليمات والارشادات المنتظمة والأسئلة البسيطة المصاغة بشكل مرتب وبأسلوب أنيق مهمة جدا).**

يجب احترام قواعد التحرير الكتابي كحجم الخط وطريقة الكتابة والهوامش , الانتباه لشكل الاستبيان وتوزيع الأسئلة ، ادراج مجموعة أسئلة في جدول معين لمعالجة متغير معين ، ترتيب الأسئلة ، وجود مقدمة في البداية تمهيدا للإستبيان ..

3. الملاحظة

تسمح الملاحظة بالحصول على المعلومات دون توجيه الأسئلة

الباحث يحصل على المعلومات بنفسه انطلاقا من مشاهدة وتتبع سلوكيات الأفراد أو الظاهرة المدروسة

مميزاتها : لا نلجأ لتعاون الأفراد ، غيرمكلفة ، بها نوع من الحياد..

<u>من مجالات الملاحظة :</u>

- ✓ **سلوكيات الأفراد**
- ✓ **لغة الجسد ايحاءات وايماءات**
- ✓ **عادات العمل والمقابلات**
- ✓ **البيئة المادية للمنظمة**
- ✓ **قد يكون <u>الملاحظ غير مشارك</u> بأن يكتفي فقط بتدوين ملاحظاته واثباتاته الميدانية**
- ✓ **وقد يكون <u>الملاحظ مشاركا</u> عندما يدخل للمنظمة كعضو من فرق العمل ثم يقوم بملاحظة ديناميكية للظاهرة.**

الملاحظة يمكن أن تكون : مهيكلة و غير مهيكلة

الملاحظة مهيكلة : تعني أن يكون لدى الباحث مجموعة محددة من الأنشطة التي يريد ملاحظتها نعرف مانريد ان نلاحظه

غير مهيكلة : تعني أن لا يكون لدى الباحث أفكار دقيقة عن الخصائص التي تستحق الفحص في بداية الدراسة. نلاحظ كل شيء لا تكون فكره دقيقه نجمع قدر من البيانات ونفرزها ونستغل مانريده من بيانات وملاحظات

بعض مزايا وعيوب الدراسات القائمة على الملاحظة

مزايا الدراسات القائمة على الملاحظة	عيوب الدراسات القائمة على الملاحظة
مستوى الدقة أعلى لأنها لا تتعرض لتحيز المستجيبين. من السهل التعرف على تأثير البيئة على بعض النتائج المحددة درجه التغيب مثلا وربطها بدرجه الطقس لا يعرفها إلا بالملاحظه سهلة التطبيق للحصول على معلومات مقارنة بطرق أخرى كالإستبيانات	تتطلب فترات طويلة ما لم يستعان بالكاميرات مثلا تتميز بأنها بطيئة ومملة ومكلفة مدعاة للضجر و الممل اذا قام بها الأفراد وبالتالي قد يقود ذلك للتحيز في تسجيل الملاحظات (قد نستخدم التكنولوجيا كالكاميرات في الأسواق ولكنه أيضا طويل) قد تتأثر بالمزاج الشخصي للملاحظ وأفكاره وتوجهاته هناك مجالات كالتفكير والمعتقدات لا يمكن أن تتم عن طريق الملاحظة

المحاضرة الثانية عشر

المعاينة

- المجتمع: مجموعة كاملة من الناس أو الأحداث أو المنظمات أو الأشياء التي تهتم الدراسة بها (الزبائن، العاملين، شركات منافسة. قائمة الأسعار درجات الطلاب ، ارقام الهواتف اسماء المدن انواع المجتمع...)
- العنصر: يعبر عن عضو واحد من أعضاء المجتمع فرد ،قيمة
- اطار المجتمع: عبارة عن سجل أو قائمة تضم كل جميع أفراد المجتمع ومنها تؤخذ العينة (قائمة الرواتب والأجور، سجلات الجامعة ببيانات الطلبة، دليل الهاتف على المستوى الوطني)
- العينة: جزء أو مجموعة فرعية من المجتمع (تحمل خصائصه)
- وحدة المعاينة: يعبر عن عنصر واحد من عناصر العينة العنصر من أعضاء المجتمع

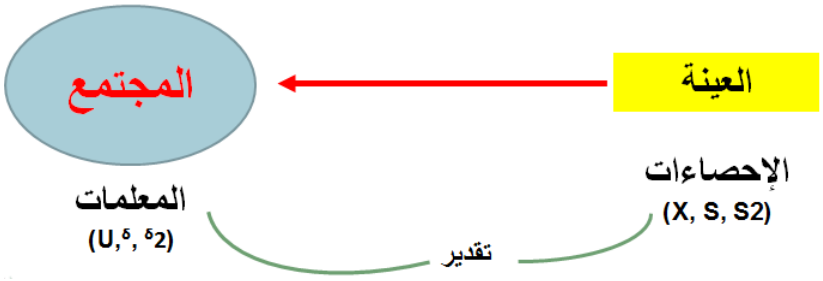
المعاينة : تمثل عملية اختيار عدد كاف من عناصر المجتمع تسمح للباحث من تعميم نتائج دراسته على كل باقي عناصر المجتمع.
العينة بها مقاييس إحصائية تعمل على تقديرها بحيث تكون قريبة من معلمة المجتمع

مثال

قسم من أقسام الطلبة به 42 طالب وطالبة هذا القسم متوسط درجتهم (المتوسط الحسابي) وهو القيمة التي تدور حولها أكبر عدد من القيم أي نجد درجات مميزة 100% ، ونجد أقل 60% ، لكن أغلبها من 60-80%

كذلك الأسعار او أي منتج متجانس نجد الأسعار متطرفة أي عالية ومنخفضة بينما غالبية الاسعار تدور حول هذا المجال

كذلك أوزان وأطوال الناس تدور حول المتوسط الحسابي



أسباب استخدام المعاينة

ليس بالضرورة أن نأكل كل قطعة اللحم لنعرف أنها غير ناضجة

اختيار العينة يجب ان تكون تقديراتها الاحصائية قريبة من معلمات المجتمع

أحيانا تكون مرتبطة بموضوع الدراسة في حد ذاته وأحيانا التكلفة والجهد وأحيانا يكون هناك استحالة دراسة كل المجتمع وأحيانا لا فائدة من دراسة كل المجتمع وأحيانا تكون هناك مخاطر إذا درسنا كل المجتمع ..

القاعدة الأساسية كلما درسنا المجتمع بشكل كلي كان أضمن وأفضل وأكثر راحة في عملية التعميم فالنتائج نهائية تتعلق بكل المجتمع بينما لو جزء منه فماالذي يضمن لي أن نتائج الدراسة ستنطبق على جميع أفراده فهذا هو الأساس

فلو كان لدي مثلا 100 زبون وأريد دراسة سلوكهم حول منتج معين فأستطيع دراستهم كلهم أفضل من دراسة 10-20 زبون بينما لو كان لدي ملايين من الزبائن فلا أستطيع فأضطر إلى دراسة نسبه معينه من الزبائن ..

- **أفضل البحوث هي التي تتم على كافة أفراد المجتمع لأن النتائج تكون أكثر دقة ومصداقية ولكنها ليست دائما متوفرة**
- **كبر حجم المجتمع يجعل من الاستحالة اخضاع كافة أفراده للدراسة و بالتالي يتم اللجوء للمعاينة زبائن بالملايين وتواجدهم في مناطق متعددة**
- **عدم توفر القابلية و التسهيلات من مجتمع الدراسة تستلزم المعاينة مثلا أريد دراسة مجموعة مدراء من شركات فلا أستطيع أن احصل على مقابلات معهم او اجابات عن طريق استبيانات فأختار عينة من المجتمع**
- **كبر تكلفة الدراسة والجهد و الوقت المطلوب يستلزم المعاينة زبائن مثلا في منطقة غربية واخرى شرقيه فلا نستطيع الانتقال كل مرة بسبب التكلفة**

أحيانا العملية لا تستدعي دراسة كل المجتمع مثل الزمرة الدموية فأخذ عينة من الانسان وليس كل دمه لأنه سيعرضه للخطر خاصة أن نوعية الدم في الانسان متجانسة ..

حسب نوعية الدراسة والظاهرة نعرف اذا كنا نلجأ للمعاينة او لا وندرس كل المجتمع

مثال : اذا أردنا معرفة متوسط عمر المصابيح الكهربائية التي تنتجها الشركة،

هل نجرب واحدا منها حتى يحترق أو تنتهي حياته ؟ أم نجربها كلها؟

اذن عمليه اختبار العينة ليست دائما مطلب للدراسه والبحث أحيانا تمليها الظروف وأحيانا تلقائيا..

خاصية تمثيل العينة مهمة اذا كنا نريد بها التعميم

العينة الممثلة للمجتمع شرط لإجراء البحث او الدراسة العلمية اذا كنا نريد من هذه الدراسة التعميم (أي اذا توصلت لنتيجة في النهاية تكون تنطبق على جميع أفراد المجتمع)

فإذا كنت اركز على التعميم فأركز على خاصية التمثيل يعني التنوع الموجود في خصائص المجتمع يجب أن يكون في العينة فإذا ما أردت أن تكون النتائج ممثلة لهذا المجتمع ومعممة يمكن مثلا اخذ عينة من 7طلاب ولكن يكون هؤلاء الطلاب يمثلون كل زملائهم في الفصل من ناحية الخصائص أي يحملون خصائصهم بمعنى اذا اخذت أفضل الطلبة الذين يحصلون على أفضل النتائج وأجريت عليهم هذه الدراسة عن (الطلبة الممتازين في القسم) ستكون نتائج الدراسة متحيزة سأحصل على عقول فهم مرتفعه جدا لأن الطلاب الذين اخترتهم لا يحملون خصائص كل القسم فالقسم فيه الجيد والردئ والذكور والإناث ..

أيضا لو اخترت أسوأ الطلاب ((كثيرو الغياب)) فالدراسة ستعطينا أن مستوى الفهم ضعيف فلا نستطيع التعميم .. اذن يجب مراعاة عنصر التمثيل ان تكون هذه العينة بها مجموعة من طلاب وطالبات والمستوى من جيد إلى أقل حتى نستطيع التعميم .

ما الذي يضمن أن تكون نتائج الدراسة على العينة قابلة للتعميم والتطبيق على كل أفراد العينة؟

مثلا: اذا جربنا اعلان عن منتج جديد للشركة على مجموعة من الزبائن وأبدوا اعجابهم ورغبتهم في اقتناء المنتج،

فهل يعني هذا أن باقي الزبائن سيكون لديهم نفس التأثير؟؟

يجب أن تكون العينة المختارة تحمل نفس خصائص المجتمع أي ممثله له.

لذلك يجب أن يتم اختيارها بطريقة عشوائية حتى نضمن نفس (احتمالية) فرصة الظهور لكل عضو من أعضاء المجتمع.

مثلا: لقياس مستوى الفهم لدى عينة من الطلاب، هل نختار؟ :

- **الطلاب الممتازين.....نتائج متحيزة وغير معبرة**
- **الطلاب الأدنى مستوى.....نتائج متحيزة وغير معبرة**
- **عينة عشوائية.....نتائج أقرب للواقع**

استواء التوزيعات : مثل : أطوال و أوزان الكثير من الناس

أغلب قيم ومفردات المجتمع تتمركز حول المتوسط وهناك قيم شاذة متطرفه تنزع إلى أعلى او تنخفض كالأسعار مثلا نظرا للمنافسه فتكون متقاربة في المتوسط الحسابي ولكن لا يمنع أن تكون مرتفعة أو منخفضة

الأطوال والأوزان : ناس طوال وناس لا , لكن الغالبيه تدور حول المتوسط الحسابي وهذا التوزيع الطبيعي في المجتمع أي ليس هناك تطرف في أفراد المجتمع والعينة أي هناك توازن فالنتائج ستنطبق على أكبر فئة معينة اما المتطرفة فلا تصلح لتعميم النتائج

هذا يقودنا على نوعية العينة وطريقة سحب وحجم العينة قلنا سابقا كلما اقتربنا من المجتمع كان أفضل ولكن اذا لم نستطع فما هو أفضل حجم للعينة ؟

أهم مسألتين في اختيار العينة الممثلة هما : حجم العينة وطريقة السحب

أنواع المعاينات :

1- المعاينة الاحتمالية : يكون لكل عنصر من عناصر المجتمع فرصة أو احتمال معروف لاختياره كوحدة من وحدات الدراسة هي التي نختارها بطريقة عشوائية ، تعطي فرصة الظهور لكل فرد من أفراد المجتمع بنفس الفرصة أي متساوون ، تهدف هذه العينة للتعميم ..

من أنواعها :

المعاينة العشوائية البسيطة أول نوع تعتمد على اختيار مجموعة أفراد بطريقة بسيطه 50 زبون من 300 وترقيمهم من 1-300 ونضع قصاصات عليها أرقام وأسماء الزبائن خلف الورقة ثم نختار ونسحب مجموعة من الأرقام والارقام تمثل عدد الأفراد الذين سيتم اختيارهم في هذه العينة لتمثيل المجتمع ,.. فلا ينفي ذلك الحصول على عدم تجانس (أي يكون بها مجموعة من الافراد من القيم المتطرفة) ولكن اختيارها عشوائيا هو أكثر علمية ويسمح بتعميم النتائج وغالبا تعطي أكثر دقة من العينات الأخرى

المعاينة المقيدة أو المعقدة هي عشوائية ولكن بها شروط لاختيارها (نضع معايير) وتنقسم إلى :

المعاينة العشوائية المنتظمة إنتظام في اختيار الأفراد من المجتمع يعني نقسم المجتمع إلى فئات كالزبائن مثلا نرتب الزبائن من 1-100 ونقول مثلا نختار أول 3 من أول 10 زبائن أو 3 اخرين من كل 10 فيصير 30 زبون

أو نأتي بجدول الأرقام العشوائية الموجود ونختار أرقام من 1 - 10 ثم ناخذ 3 أرقام موجوده على يمين الرقم 1 أو عن يساره ثم انتقل لرقم 2 ونفس الشيء... أي وضعت قانون للإختيار فبالتالي تكون منتظمة فهي عشوائية ولكنها مقيده بشرط

المعاينة العشوائية الطبقية نوع أكثر تعميم ودقه تسمح بتمثيل أفضل لمختلف العناصر الموجودة في المجتمع مثلا لو أرادت منظمة أن تجري برنامج تدريبي هذا البرنامج لمن سيوجه لأن العمال في المنظمة يختلفون بهم المهندس والفني والاداري فدرجة استيعاب الافراد فيما بينهم وانطباعهم من البرنامج التدريبي تختلف حسب تكوينهم وخبراتهم وتخصصاتهم فإذا أردنا أن نقوم بهذه الدراسة فنقسم هذا المجتمع إلى طبقات مهندسين ، اداريين ...ثم نأخذ من كل طبقة نسبة معينة تمثل المجتمع كذلك طبقة الذكور والإناث فالفئات هناك تجانس بينهم .

المعاينة العشوائية العنقودية تشبه الطبقية سميت بذلك لانها تشبه العنقود دائما هناك إنتقال من مستوى أعلى إلى أدنى مثال// شركه تبيع منتجاتها في المملكة تريد دراسة عينة من الزبائن في المملكة فيمكن في البداية اختيار 1000 زبون على مستوى المملكة ككل ثم يعد ذلك العنقود الجزء الثاني لانستطيع دراسة ال1000 زبن على مستوى المملكة ككل نختار المنطقة الشرقية فنزلنا لمستوى ثاني نختار منه 800 زبون ثم في الشرقية نختار الإحساء وأخذ 400 زبون نلاحظ نفس نوعية الزبائن لكن سلوكياتهم الشرائية تختلف فكميات الشراء والطريقة والنوعية والاوقات تختلف عن الاحساء عن الدمام عن جدة ..

الفرق بين العشوائية العنقودية والطبقية

الفئات في العنقودية متشابهة نفس الزبائن ، عينة الزبائن على مستوى المملكه نفسها على مستوى الاحساء أي تتشابه في الفئات وعدم تجانس في الأفراد فيما بينهم فالزبائن يختلفون في منطقه عن أخرى

فالاحتمالية تركز ان الاختيار عشوائي ليس به تحيز ويعطي فرصة الظهور لكل مفردات العينة بشكل متساو وتهدف للتعميم

2- المعاينة غير الاحتمالية :

ليس الهدف دائما التعميم , أحيانا إنطباع مثلا حول وجبة في مطعم

يكون في إطار دراسة استكشافية مثلا كفيلم في سينما ويدرس إنطباع أول الحاضرين فهذا انطباع أولي

- ✓ **لا توجد فرصة معروفة لكل عنصر من عناصر المجتمع لاختياره كوحدة من وحدات الدراسة**
- ✓ **قابلية التعميم تكون ضعيفة وقد لا تكون مطلبا للدراسة**
- ✓ **أحيانا تكون المعاينة غير الاحتمالية هي المتاحة فقط أمام الباحث**

من أنواعها :
المعاينة الميسرة هي المتاحة أمام الباحث إجراء مسابقة أمام مدخل مركز تسوق هذه المسابقة حول مشروب معين تريد به الشركة معرفة انطباعات الزبائن حول المشروب فأول من يحضرون تجري عليهم دراسة

كذلك أسعار جديدة بالنقل الجماعي ..

المعاينة الهادفة مختارة بدقة تهدف من ورائها الحصول على نوعية من المعلومات الموجودة لدى الأفراد مثلا لدينا بعض العاملين تعرضوا لبرنامج تدريبي منذ أسبوع فأركز عليهم

عاملين توظفوا حديثا في المنظمة وتخرجوا للتو من الجامعة فنحن نعرف أنهم يحملون معارف جديدة في تخصصاتهم بالتالي نريد أن نستفيد من هذه المعارف أن نقيس مستوى المعارف لديهم مقارة بمعارف العاملين القدامى فهي هادفة هدفها الحصول على المعلومات وليس التعميم ،

التعميم يكون بصورة عالية في الاحتمالية عن الغير احتمالية

الدقة والثقة في تحديد حجم العينة
يجب تقدير الدقه وحجم العينة المناسب اذا اردنا تعميم نتائج الدراسة مثل البسيطة نعرف المعايير التي تسمح لنا لنقول ان توجههم العام قبول او رفض او خوف

أي حجم العينة الامثل (هل هذه ال50 افضل ام اقل ام اكثر؟)

اذا اخترنا 50 زبون من مجتمع قدره 500 زبون باستخدام المعاينة العشوائية البسيطة لتجريب اعلان حول أحد منتجات الشركة، فهل نستطيع أن نعمم بدرجة عالية من الثقة نتائج دراستنا للـ 50 على كل المجتمع؟

ما هو حجم العينة الأمثل الذي يسمح للباحث بتمثيل المجتمع و بالتالي تعميم نتائج الدراسة ؟

1- الدقة :

تعبر عن قرب تقديراتنا لخصائص المجتمع من معلماته الحقيقية مع السماح بهامش خطأ محدود

تقدير متوسط المجتمع بدقة قد لا يكون ممكنا الا أن معرفة المدى الذي يقع فيه قد يكون متاحا.

مثال دراستنا لعينة عشوائية بسيطة لـ 50 عاملا من مجتمع قدره 300 عامل في ورشة صناعية أظهرت أن متوسط الإنتاج اليومي للعامل هو 50 وحدة (X=50)، ولدينا إحصائية تقول أن الوسط الحقيقي للإنتاج (U) في هذا المصنع يقع بين 40 و60 وحدة.

كلما اقتربت العينة 50 من معلمات المجتمع 40-60 كان افضل لو نقول ان تقديرات المجتمع ستكون 50+_ 5 يصبح أفضل لانه بين 40-55

لو قلنا 50+3 كان أفضل لو قلنا 50+1 أفضل لو 50و50 ممتاز لكنه مستحيل لانه نادرا ماتتطابق العينات مع معلمات المجتمع فالدقة تعبر عن اقتراب التقدير بين الإثنين

التباين هو درجة اختلاف القيم عن المتوسط الحسابي كم تزيد او تنقص

كلما زاد عدد الطلاب ذوو المستوى الضعيف فالمتوسط الحسابي للعينة أقل بكثير عن المتوسط للمجتمع والدقة ستكون ضعيفة والعكس صحيح

معناه كلما زاد عدم التجانس في العينة يستدعي ان يكون حجم العينة كبير حتى تقضي على عدم التجانس والعكس صحيح مثل عينة الدم فهو متجانس فنحصل على عينة صغيرة

اذن كلما انخفض التباين (درجة الاختلاف في خصائص الافراد الذين يشكلون المجتمع كلما كانت العينة تحمل نفس خصائص التباين فنكتفي بحجم عينة صغير

وكلما كان التباين كبير في المجتمع كالزبائن في المنطقة الشرقية ، الغربية كلما زاد الاختلاف فنحتاج لحجم عينة كبير حتى نستطيع التعميم على كل الأفراد

الخلاصه / كلما زاد حجم التباين كلما احتجنا لعينة كبيرة للدراسة والعكس صحيح

اذا تقديرنا لمدى ما نتوقع أن يوجد فيه المتوسط الحقيقي لإنتاج المجتمع هو (U=50 + 10)

كلما ضاق التقدير اقتربنا من الدقة والعكس صحيح

كلما صغر التباين بين خصائص العينة وخصائص المجتمع كلما كان المتوسط الحسابي للعينة قريب من متوسط المجتمع

يسمى هذا التباين بالخطأ المعياري S X (حيث تشير S الى الانحراف المعياري)

كلما كان الخطأ المعياري صغيرا أي حجم التباين في المجتمع صغير كلما كان بالإمكان الاكتفاء بحجم صغير للعينة والعكس أي كلما كان حجم التباين في المجتمع كبير كلما احتجنا لعينة أكبر.

2- الثقه:

تشير الثقة إلى أن النتائج ستكون الحقيقية الموجودة في المجتمع

العينة الثالثة مثلا لو طبقت عليها نفس التجربة ستعطينا نفس الأولى ..

في المثال السابق المتعلق بمعدل الإنتاج في المصنع، نلاحظ أن تقديرنا للمتوسط الحقيقي للإنتاج سيكون أكثر دقة حينما نتوقع أن يقع بين 45 و 55 وحدة بالمقارنة بتوقعنا الأساسي وهو (U=50 + 10)

ولكننا سنكون أكثر ثقة في تقديرنا الأساسي أكثر من تقدير (U=50 + 5).

تشير الثقة الى أن تقديرنا سوف يكون حقيقة بالنسبة لمجتمع معين.

يتراوح مستوى الثقة بين صفر و 100% غير أننا في العلوم الإدارية نتفق على قبول مستوى ثقة قدره 95% (يشار له بالرمز P≤ 05) يعني ذلك أن تقديرنا لمعلمات المجتمع سوف يكون صحيحا 95 مرة من كل 100 مرة تجربة و أن تقديرنا يعكس خصائص المجتمع الحقيقية.

3- إرشادات عند اختيار حجم العينة

اختيار الحجم يرتبط بالظاهرة وظروف البحث والباحث

- **لا العينة الصغيرة و لا العينة الكبيرة هي الجيدة والمطلوبة، يجب اختيار الحجم المناسب للعينة.**
- **مراعاة درجتي الدقة والثقة المطلوبتين من البحث**
- **أحجام العينات الأكثر من 30 لاعتبارات إحصائية لنجري الكثير من الادوات الاحصائية نحصل صعوبة لو كانت اقل من 30والأقل من 500 لأنه لو أكبر سيأخذ وقت وجهد مناسبة لمعظم البحوث**

المحاضرة الثالثة عشر

تحليل البيانات وشرحها

<u>الخطوات الأربع لتحليل البيانات</u>

تحليل البيانات لاختبار الفروض يتطلب قبل ذلك اختبار جودة البيانات و صلاحيتها للتحليل ويتم ذلك بـ:

1) **تجهيز البيانات للتحليل**
2) **التعرف على البيانات**
3) **اختبار جودة البيانات**
4) **اختبار صحة الفروض**

بعد الحصول على البيانات في صورتها الخام من المقابلات أو الاستبيانات أو الملاحظات.... <u>يجب مراجعتها وتحديد الأسئلة التي تركت بدون إجابة</u> و من ثم ترميزها وتصنيفها وادخالها في البرنامج (Excel; SPSS....)

قد تتطلب المراجعة معاودة الاتصال بالمستجوبين للاستيضاح منهم، لماذا تركت بعض الأسئلة بدون اجابات. (السؤال غامض، محرج، شخصي، سهو، فيه خطأ....) تدوين الملاحظات بلون مغاير للتمييز بينها وبين البيانات الأصلية،

مثال

احدى المجيبات قد تكون تركت السؤال الثالث الخاص بحالتها الاجتماعية متزوجة أم لا، ولكنها أجابت في السؤال 15 أن أعمار أولادها 10 و 04 فهذا يعني أنها متزوجة، وقد تكون نسيت سهوا تدوين الإجابة، أو ربما أنها أرملة أو مطلقة؟ هذا يعني هذا أن المقياس المقترح أهمل جزءا من الإجابة...
3. الحالة الاجتماعية : أعزب متزوج (يفترض إضافة أرمل، مطلق، أخرى...)

جزء كبير من عملية المراجعة يتم أوتوماتيكيا باستخدام التقنية الحديثة

معالجة الأسئلة التي تركت دون إجابة

هناك الكثير من البدائل للتعامل مع الأسئلة التي لا يجيب عليها المستجوبون الا أن أهمها هي :

اما اهمال الإجابة كلية (الاستبيان أو المقابلة) اذا زاد حجم الأسئلة المتروكة عن 25% ويكون هذا الحل مفضلا اذا كانت العينة كبيرة، هذا يحسن من مستوى صلاحية البحث

او اعطاءها القيمة المتوسطة على سلم القياس المدرج، البرامج الالكترونية تعالج ذلك بسهولة

رغم ذلك، الباحث هو من يتخذ القرار بشأن التعامل مع الأسئلة المتروكة دون إجابة ويجب عليه بذل جهده لتفسير أسباب ذلك، كما أنه يجب أن يذكر ذلك و يقدم الاحصائيات المتعلقة بعدد الإجابات المحذوفة والتي وردت دون إجابة.

ترميز البيانات

تمثل الخطوة الثانية لمراجعة البيانات

- ✓ **يسمح الترميز بالتعامل معها اليا بطريقة سهلة وبإجراء عملية التحليل الاحصائي**
- ✓ **يسمح الترميز كذلك بتحويل الإجابات الى أرقام متجانسة قابلة للدراسة**

تصنيف البيانات

تسمح عملية التصنيف بترتيب المتغيرات البحثية في مجموعات متجانسة قبل ادخال البيانات للحاسب

قد يلجأ الباحث لتغيير اتجاهات الأسئلة التي تمت صياغتها بطريقة النفي لتكون الإجابات كلها في صورة واحدة

ادخال البيانات الى الحاسب

1. يتم ادخال البيانات الى الحاسب اما عن طريق السكانر اذا استخدم الباحث الأوراق الممغنطة للإجابة
2. أو يدويا اذا لم يستخدم الأوراق الممغنطة.

بعد معالجة الإجابات المتروكة وتسجيل كل البيانات واجراء التغييرات التي يراها الباحث فان البيانات تصبح جاهزة لعملية التحليل.

التعرف على البيانات

- **يمكننا استخدام مقاييس النزعة المركزية و التشتت، المتوسط الحسابي والمدى والانحراف المعياري**
- **يمكننا كذلك الاستعانة بالرسوم البيانية و الجداول والمدرجات التكرارية التي تشير الى مدى توزع الإجابات على المقياس وتتطلب شرحا من طرف الباحث**
- **وكذلك من المهم التعرف على الارتباطات المحتملة بين متغيرات البحث**

<u>من الحكمة دائما الحصول على</u>

1. التوزيع التكراري للمتغيرات الديموغرافية
2. المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري والمدى والتشتت بالنسبة للمتغيرات الأخرى التابعة والمستقلة
3. القائمة الخاصة بالارتباط بين المتغيرات المختلفة لمعرفة مدى قوة الارتباط بينها

تحليل البيانات

اختبار جودة البيانات (يعني ذلك قياس دقة المقياس (تماسك واستقرار مكوناته) وصلاحيته)

1. **التماسك :** يشير الى مدى الترابط بين المفردات التي تقيس مفهوما معينا بحيث تكون مع بعضها مجموعة واحدة ونستخدم هنا معامل كرونباخ لقياس دقة المقياس أي قوة الارتباط الداخلي الإيجابي بين متغيرات البحث، كلما اقترب المعامل من **01** كلما كان دليلا عن قوة التماسك.
2. **الصلاحية:** تشير الى مدى الترابط بين أبعاد البحث و النظرية يعني اذا ما تم فعلا قياس هذه الأبعاد المعبرة عن المفهوم عن طريق الأسئلة المصاغة؟

اختبار صحة الفروض

هناك الكثير من الاختبار الإحصائية حسب نوعية البيانات و أهداف البحث (معامل ارتباط بيرسون، سبيرمان، اختبارات المعنوية، كا2، تحليل الانحدار المركب، تحليل التباين)

المحاضرة الرابعة عشر

تقرير البحث

تقرير البحث هو المحصلة النهائية لعمل الباحث

في اطار بحوث الأعمال يجب أن تحدد في الاتفاق بين طالب الدراسة أو ممولها (المنظمة مثلا) والباحثين أو المستشارين : المشاكل التي سيتم دراستها، مدة البحث، التكلفة، بعض الشروط....

عمليا يتم ذلك عن طريق مشروع البحث الذي يقدمه الباحث ليأخذ موافقة الممول عليه ليبدأ في الدراسة

يتضمن مشروع البحث العناصر التالية :

1. **الأهداف العامة للدراسة**
2. **المشاكل التي سيتعرض الباحث لدراستها**
3. **تفصيل الإجراءات التي ستتبع لإنجاز البحث**
4. **تصميم البحث** (تصميم العينة، طرق جمع البيانات، كيفية تحليل البيانات)
5. **الاطار الزمني للبحث**
6. **تفاصيل النقاط مع توضيح تكاليف كل جزء من أجزاء البحث**

التقرير المكتوب

يعتبر التقرير أحد وسائل الاتصال بين الباحث وممول البحث

قد يأخذ التقرير المكتوب العديد من الأشكال حسب الهدف منه وطبيعة الدراسة وظروفها والجهة الموجه لها (جمهور المخاطبين). يمكن أن يكون التقرير مختصرا أو مفصلا.

من أهم خصائص التقرير المكتوب جيدا ما يلي :

- **الوضوح ودقة التعبير**
- **الترابط والتركيز على المفاهيم المهمة**
- **تنظيم فقرات التقرير بطريقة ذات معنى**
- **الاختيار الدقيق للكلمات التي تعبر عن المعنى المقصود**
- **الخلو من الأخطاء والكلمات الغامضة والمتخصصة جدا , اختيار شكل مناسب للتقرير**

محتويات تقرير البحث

- **صفحة العنوان (عنوان الدراسة) : يشير العنوان الى فحوى البحث**
- **وجود قائمة المحتويات في بداية التقرير**
- **موافقة الجهة الممولة على اجراء البحث**
- **مشروع البحث**
- **مقدمة تشرح الأهداف والأهمية والمشكلة المراد دراستها وتفصيل للاطار النظري للبحث و فروضه**
- **عرض النتائج والتوصيات (ملحقة بتحليل تفصيلي لتكاليف وعوائد تطبيق كل منها)**
- **الخلاصة الخاصة بكبار المديرين (في حالة البحوث التطبيقية)**

- **موجز البحث (في حالة البحوث الأساسية)**
- **شكر لكل من قدم المساعدة، المراجع التي اعتمد عليها، الملاحق**
  - **أمثلة عن بعض محتويات التقرير**

صفحة العنوان

الجزء الأساسي في البحث

- **يذكر هنا تفاصيل المقابلات مثلا، ومراجعة الدراسات السابقة والاطار النظري للبحث وفروضه، تصميم المعاينة وطرق تجميع البيانات وطبيعة الدراسة وامتدادها الزمني ومجالها....**
- **يذكر أيضا التفاصيل الخاصة بتحليل البيانات التي استخدمت لاختبار الفروض وكذلك الجداول والرسوم الموضحة لنتائج تحليل البيانات.**
- **الجزء النهائي من التقرير**
- **الشكر والعرفان**
- **المراجع**
- **الملاحق**

العرض الشفهي للبحث

- **يختلف العرض الشفهي عن التقرير المكتوب على الرغم من أن المحتوى والأهداف تكاد تكون نفسها**
- **طريقة العرض والتقديم**
- **شكل العرض (الشرائح غالبا PPT)**

- ✓ **توزيع المحتوى على الشرائح وعلى الوقت**
- ✓ **التركيز على الأساسيات (مقدمة، أهمية البحث، الصعوبات، طريقة جمع ومعالجة البيانات، النتائج والتوصيات)**
- ✓ **التفاصيل يمكن أن تعطى عند المناقشة والإجابة عن الأسئلة**
- ✓ **حسن استخدام الألوان وحجم الخط وطريقة الكتابة**
- ✓ **استخدام المساعدات البصرية والرسوم والبيانات (صورة أفضل من ألف كلمة)**

طريقة العرض والتقديم

- ✓ **اللباس اللائق والمظهر**
- ✓ **السلوك اللبق**
- ✓ **اظهار الثقة بالنفس (05دقائق الأولى مهمة للغاية)**
- ✓ **توجيه النظر للمشاهدين واستخدام الايماءات ببراعة وتغيير طبقات الصوت لتناسب الموقف المعروض والتحدث بصوت مسموع.**
- ✓ **توزيع المحتوى على الوقت المخصص (غالبا 20 دقيقة)**