

Teacher Ghichi Abdellali

Marketing Research

Mila University Center 2019-2020

حكمة

روى أصحاب السنن حديث صحيح عن النبي صلى الله عليه وسلم قال فيه:

«سيأتي على الناس سنوات خداعات يصدق فيها الكاذب، ويكذب

فيها الصادق، ويخون فيها الأمين، ويؤتمن فيها الخائن، وينطق فيها الرويبضة»

قالوا: "من الرويبضة يا رسول الله؟"

قال: "التافه يتكلم في أمر العامة"



المحاضرة الرابعة

تصميم البحوث الاستكشافية: البيانات الثانوية

والبحوث الكيفية (النوعية)

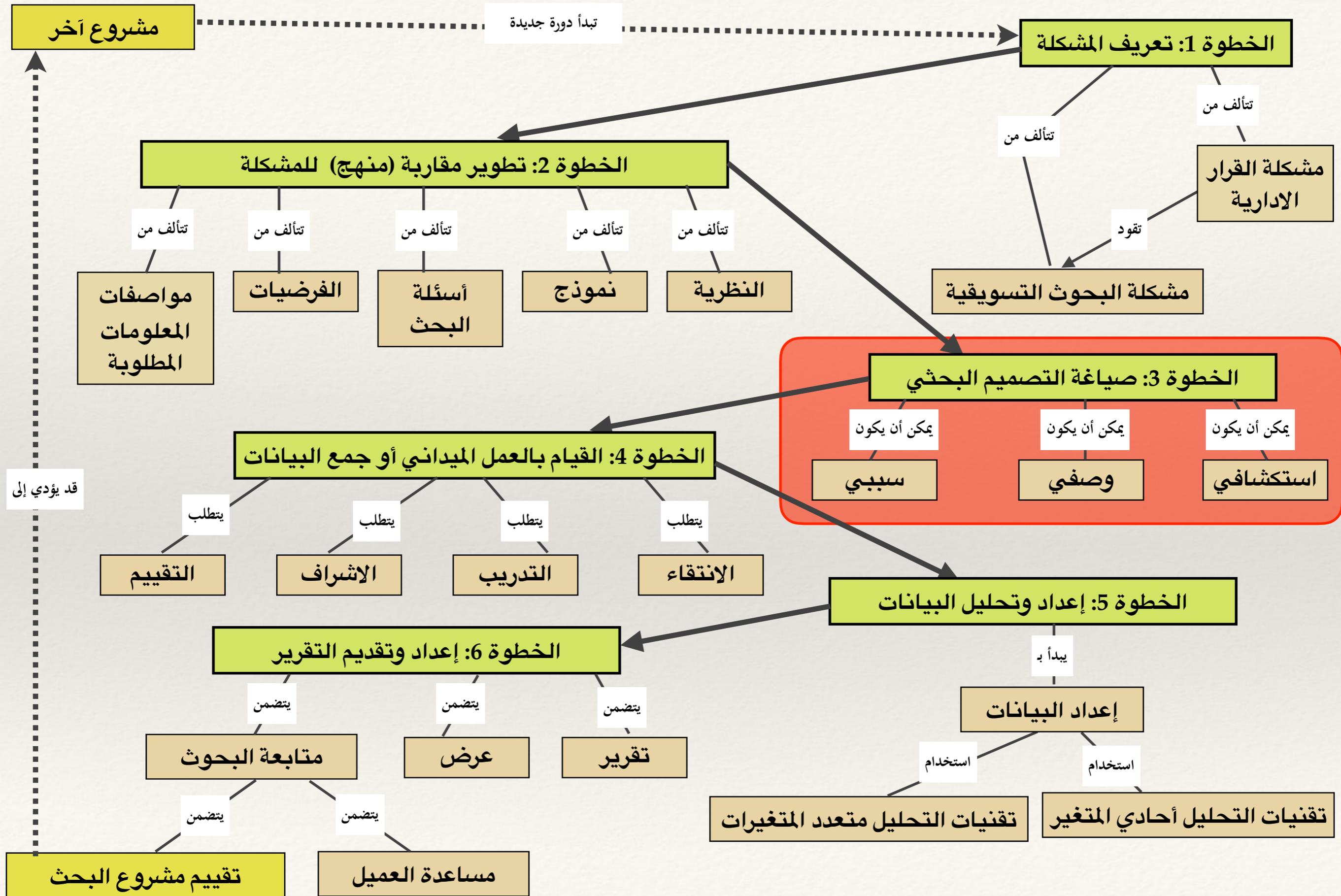
البيانات الثانوية

(Secondary Data)

محاوالمحاضرة:

1. البيانات الأولية مقابل الثانوية
2. مقارنة بين البيانات الأولية والثانوية
3. استخدامات البيانات الثانوية
4. معايير تقييم البيانات الثانوية
5. تصنيف البيانات الثانوية
6. البيانات الثانوية الداخلية
7. أنواع مستويات البيانات (الفردية / المنزلية) المتاحة من شركات بيع البيانات (Syndicated)
8. تصنيف المصادر الثانوية المنشورة
9. تصنيف قواعد البيانات المحوسبة
10. المصادر الثانوية الخارجية المنشورة
11. خدمات شركات بيع البيانات (Syndicated Services)
12. تصنيف خدمات شركات بيع البيانات
13. خدمات شركات بيع البيانات (المستهلكين)
14. خدمات شركات بيع البيانات (المؤسسات)
15. نظرة عامة حول خدمات شركات بيع البيانات
16. أمثلة عن شركات بيع البيانات (المستهلكين)
17. تصنيف المصادر الدولية
18. البحوث النوعية
19. تصنيف بيانات البحوث التسويقية
20. البحث النوعي مقابل الكمي
21. تصنيف إجراءات البحث النوعي
22. خصائص مجموعات التركيز
23. المؤهلات الرئيسية لمشرفي مجموعة التركيز
24. إجراءات التخطيط والقيام بمجموعات التركيز
25. الاختلافات في مجموعات التركيز
26. مزايا ومساوئ مجموعات التركيز
27. تقنيات المقابلة المعمقة: السلم (Laddering)
28. التقنيات الإسقاطية
29. مزايا ومساوئ التقنيات الإسقاطية
30. مبادئ توجيهية لاستخدام التقنيات الإسقاطية
31. مقارنة بين مجموعات التركيز والمقابلات المعمقة والتقنيات الإسقاطية
32. مزايا ومساوئ مجموعات التركيز على الإنترنت

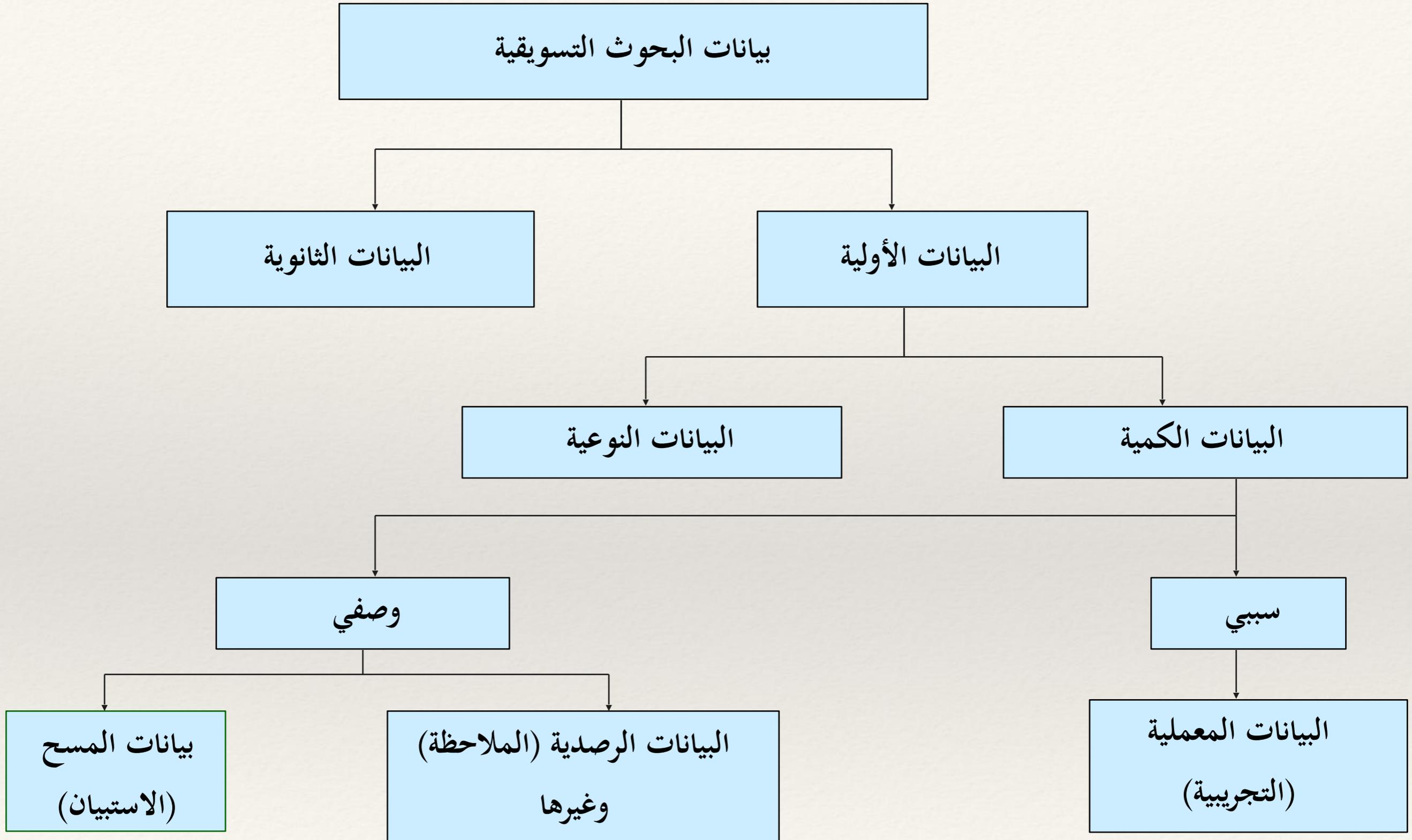
(تذكير) خريطة مفاهيمية لسلسلة عمليات البحوث التسويقية



البحوث النوعية

(Qualitative Research)

تصنيف بيانات البحوث التسويقية



البحث النوعي مقابل الكمي

البحوث الكمية

لتكميم البيانات وتعميم نتائج العينة
على المجتمع محل الاهتمام

عدد كبير من الحالات الممثلة

منظم

إحصائية

التوصية بمسار عمل نهائي

البحوث النوعية

لاكتساب فهم نوعي للأسباب والدوافع
الكامنة

عدد قليل من الحالات غير الممثلة

غير منظم

غير إحصائية

تطوير فهم أولي

الهدف

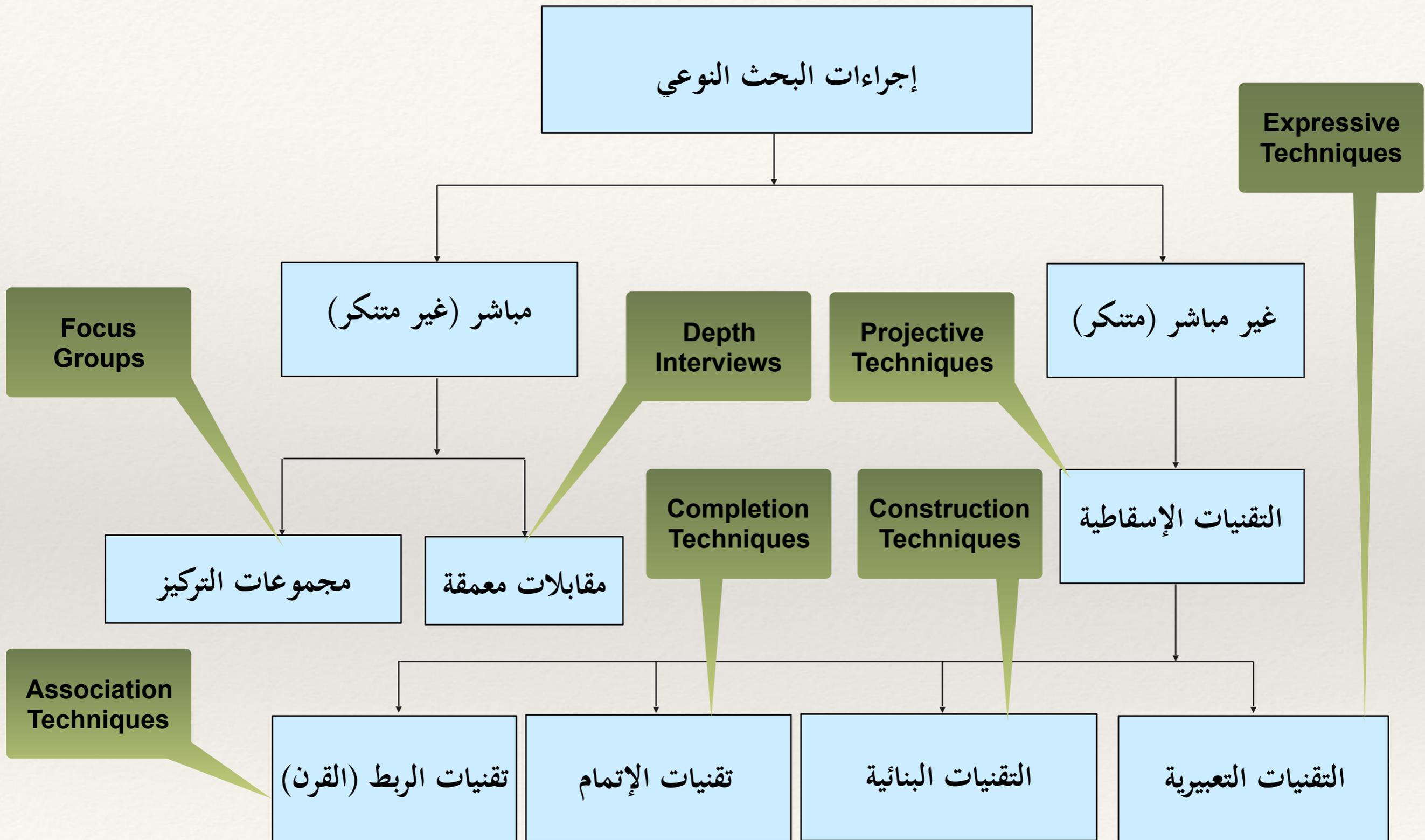
العينة

جمع البيانات

تحليل البيانات

المخرجات

تصنيف إجراءات البحث النوعي



خصائص مجموعات التركيز

8 إلى 12

حجم المجموعة

انتقاء المجيبين مع شرط تجانسهم (الصلة بالموضوع محل النقاش)

تكوين المجموعة

جو مريح وغير رسمي

إعداد الملموسيات

من 1 إلى 3 ساعات

المدة الزمنية

استخدام أشرطة الصوت وأشرطة الفيديو

التسجيل

توافر مهارات الملاحظة والشخصية والتواصل لدى المشرف

الوسيط

المؤهلات الرئيسية لمشرفي مجموعة التركيز

1. اللطف مع الحزم: يجب على المشرف أن يظهر اللطف للترحيب ، والحزم لمنع بعضهم من تولي المناقشة ، وذلك لتوليد التفاعل اللازم .
2. التساهل: يجب أن يكون المشرف متساهلا ، إلى الحين الذي تبين فيه العلامات التي تشير إلى أن المودة أو التفكك هو غرض المجموعة .
3. المشاركة: يجب على المشرف أن يشجع ويحفز المشاركة الشخصية بكثافة .
4. إظهار الفهم غير المكتمل: يجب أن يشجع المشرف على التعليقات ، من خلال إظهار نفسه غير مكتمل الفهم .

المؤهلات الرئيسية لمشرفي مجموعة التركيز (تابع)

5. التشجيع: يجب أن يشجع المشرف الأعضاء الذين لا يستجيبون على المشاركة.

6. المرونة: يجب أن يكون المشرف قادرا على الارتجال وتغيير الخطوط العريضة لأجل كسر اللهو في أعمال المجموعة.

7. الحساسية: يجب أن يكون المشرف حساسا بما فيه الكفاية، لتوجيه المناقشة

الجماعية على المستوى الفكري والعاطفي.

إجراءات التخطيط والقيام بمجموعات التركيز

تحديد الأهداف وتعريف المشكلة



تحديد أهداف البحث النوعي



حدد الأهداف / الأسئلة التي يتعين على مجموعات التركيز الإجابة عليها



اكتب استبيان الفحص



طور مخطط المشرف



القيام بالمقابلات مع مجموعة التركيز



مراجعة الأشرطة وتحليل البيانات



لخص النتائج وخطط متابعة البحوث أو الإجراءات

الاختلافات في مجموعات التركيز

- **مجموعة تركيز ثنائية الاتجاه:** هنا يسمح لمجموعة مستهدفة بالاستماع والتعلم من مجموعة أخرى مرتبطة. على سبيل المثال ، مراقبة مجموعة مركزة من الأطباء ، مجموعة تركيز لمرضى التهاب المفاصل التي تتناقش فيما بينها العلاج المرغوب .
- **مجموعة المشرف المزدوج:** مجموعة تركيز يديرها مشرفان : أحد المشرفين مسؤول عن التدفق السلس للجلسة ، والآخر يضمن مناقشة قضايا محددة .
- **مجموعة تناظر-المشرف:** هناك مشرفان ، لكنهما يتعمدان اتخاذ مواقف متعاكسة بشأن القضايا التي ستناقش .

الاختلافات في مجموعات التركيز (تابع)

- **مجموعة المشارك-المشرف:** يطلب مدير المناقشة من بعض المشاركين المختارين القيام بدور الوسيط مؤقتاً لتحسين ديناميكية المجموعة.
- **مجموعات العملاء المشاركين:** يتم تحديد بعض العملاء من الموظفين وجعلهم جزءاً من مجموعة المناقشة.
- **المجموعات الصغيرة:** تتكون هذه المجموعات من المشرف ومن أربع إلى خمس مجيبين فقط.
- **مجموعات الجلسات عن بعد:** جلسات مجموعة التركيز باستخدام الهاتف عبر تقنية اجتماعات التخاطب عن بعد (conference call technique).
- **مجموعات التركيز على الخط:** مجموعات التركيز التي تجرى عبر الإنترنت.

مزايا مجموعات التركيز

1. Synergism .1 التعاضد
2. Snowballing .2 التراكمية
3. Stimulation .3 التحفيز
4. Security .4 الأمان
5. Spontaneity .5 العفوية
6. Serendipity .6 الصدفة
7. Specialization .7 التخصص
8. Scientific scrutiny .8 التدقيق العلمي
9. Structure .9 الهيكل
10. Speed .10 السرعة

مساوي مجموعات التركيز

1. Misjudge

1. الخطأ في الحكم

2. Moderation

2. الاعتدال

3. Messy

3. الفوضى

4. Misrepresentation

4. التحريف

5. Meeting

5. الاجتماع

المقابلات المعمقة

مثل مجموعات التركيز ، تُعتبر المقابلات المعمقة طريقة غير منظمة ومباشرة للحصول على المعلومات ، ولكن على عكس مجموعات التركيز ، تُجرى المقابلات المعمقة على أساس فردي.

المقابلة المعمقة: هي عبارة عن مقابلة شخصية غير منظمة ومباشرة يتم فيها إجراء مقابلة مع أحد المجيبين ذوي الخبرة للكشف عن الدوافع والمعتقدات والمواقف والمشاعر الكامنة وراء موضوع ما.

تقنيات المقابلة المعمقة: السلم (Laddering)

- في السلم (Laddering): ينطلق خط بداية المساءلة من خصائص المنتج إلى خصائص المستخدم. تسمح هذه التقنية للباحث الاستفادة من شبكة المعاني الخاصة بالمستهلك.

(خصائص المنتج)

طائرات واسعة الهيكل

يمكنني الحصول على مزيد من العمل المنجز

أنا أنجز أكثر

أشعر بالرضا عن نفسي

(خصائص المستخدم)

موضوع الإعلان: سوف تشعر بالرضا عن نفسك عند التحليق على شركة الطيران لدينا.
"أنت المدير."

تقنيات المقابلة المعمقة: أسئلة القضايا المخفية

- أسئلة القضايا المخفية: لا ينصب هنا التركيز على القيم المشتركة اجتماعيا ، بل على "بقع الألم" الشخصية ، وليس على أنماط الحياة العامة بل على الإنشغالات الشعورية الشخصية العميقة .

الأوهام ، وحياة العمل ، والحياة الاجتماعية



التاريخية ، والنخبة ، "زمالة الرجال" ، الأنشطة التنافسية

موضوع الإعلان: التواصل العدواني ، والمكانة العالية ، والتراث التنافسي لشركة الطيران .

تقنيات المقابلة المعمقة: التحليل الرمزي

- التحليل الرمزي: يحاول تحليل المعاني الرمزية للأشياء من خلال مقارنتها مع أصدادها. الضد المنطقي للمنتج الذي يتم التحقيق فيه يتمثل في: عدم استخدام المنتج ، سمات تخيلية "ليست بمنتج" ، وأنواع المنتجات المضادة.



"كيف سيكون شكلها إذا لم تعد تستطيع استخدام الطائرات؟"



"بدون الطائرات ، كان علي الاعتماد على الرسائل والمكالمات بعيدة المدى."



شركات الطيران تبيع للمديرين اتصالات وجه للوجه.

موضوع الإعلان: شركة الطيران سوف تفعل الشيء نفسه للمدير كما تفعل الاتحادية اكسبرس (Federal Express) للبضاعة.

التقنيات الإسقاطية

تعريف

- شكل غير منظم وغير مباشر من الأسئلة يشجع المجيبين على عرض دوافعهم الأساسية أو معتقداتهم أو مواقفهم أو مشاعرهم فيما يتعلق بالقضايا موضع الاهتمام.
- في التقنيات الإسقاطية ، يُطلب من المجيبين تفسير سلوك الآخرين .
- عند تفسير سلوك الآخرين ، يقوم المستجيبون بشكل غير مباشر بتوضيح دوافعهم أو معتقداتهم أو مواقفهم أو مشاعرهم في الحالة المعروضة .

التقنيات الإسقاطية

• ربط الكلمة أو قرن الكلمة (Word Association):

في اقتران الكلمات ، يتم تقديم قائمة بالكلمات للمجيبين ، واحده تلو الأخرى ، ويطلب منهم الرد على كل منها بالكلمة الاولى التي تتبادر إلى ذهنهم . إن الكلمات محل الاهتمام ، والتي تسمى بكلمات الاختبار يتم تفريقها داخل القائمة التي تحتوي أيضا على بعض الكلمات المحايدة أو المصفاة لأجل تمويه الغرض من الدراسة . تحليل الردود يتم عن طريق حساب :

1 . التردد الذي ترد به أي كلمة كاستجابة ؛

2 . مقدار الوقت الذي ينقضي قبل الرد ؛ و

3 . عدد المستجيبين الذين لا يستجيبون مطلقاً لكلمة الاختبار ، خلال فترة زمنية معقولة .

التقنيات الإسقاطية

• ربط الكلمة أو قرن الكلمة (Word Association):

السيدة سي (Ms C)

السيدة أم (Ms M)

المحفز (Stimulus)

مثال:

- كي الملابس
- نظيف
- ملطخ
- نظيف
- التراب
- الصابون والماء
- الأطفال
- غسل

- كل يوم
- و حلو
- هواء
- لأفعل؛ الزوج يفعل
- هذا الحي
- حمام
- خلافات
- قدرة

- يوم الغسيل
- جديد
- نقي
- فرك
- قذارة
- فقاعات
- الأسرة
- المناشف

التقنيات الإسقاطية

• تقنيات الإتمام (Completion Techniques):

في تقنية الإتمام ، يتم إعطاء المجيبين جمل غير كاملة ويطلب منهم إكمالها . بشكل عام ، يُطلب منهم استخدام الكلمة أو العبارة الأولى التي تتبادر إلى الذهن .



الشخص الذي يشتري من سيرز



الشخص الذي سيحصل على بطاقة مشتريات كهدية من

(Saks Fifth Avenue) سيكون



(J. C. Penney) هو الأكثر شعبية من قبل

عندما أفكر في التسوق في متجر متعدد الأقسام ، أنا

الاختلافات في إتمام الجمل هو إكمال الفقرة (paragraph completion) ، حيث يكمل

المجيب الفقرة بدلا من الجملة ، غالبا تبدأ الفقرة بعبارة تحفيز .

التقنيات الإسقاطية

- تقنيات الإتمام (Completion Techniques):

تقنية إتمام القصة (story completion)

في تقنية إتمام القصة ، يتم إعطاء المجيبين جزءا من القصة - بما يكفي لتوجيه إنتباههم إلى موضوع معين ، ولكن دون الاشارة للنهاية . بعدها يطلب منهم أن يعطوا الاستنتاج أو الخاتمة بعباراتهم الخاصة .

التقنيات الإسقاطية

• التقنيات البنائية (Construction Techniques)

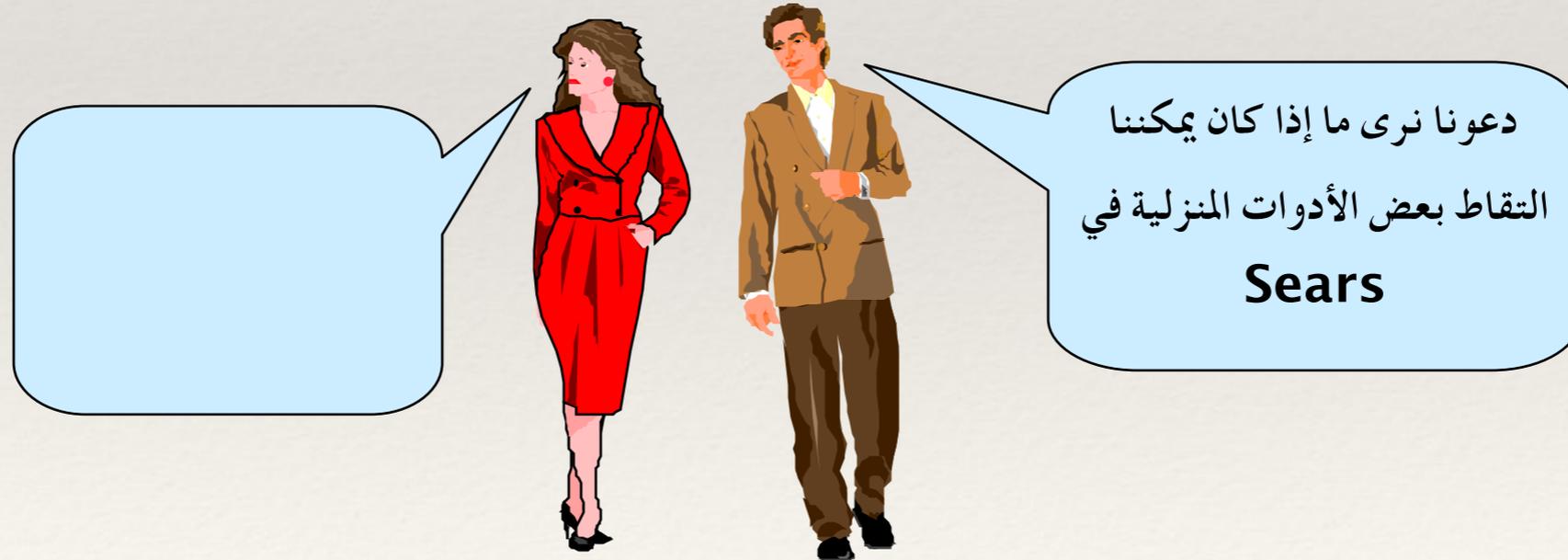
من خلال **التعليق على الصورة**، يُطلب من المجيبين وصف سلسلة من الصور للأحداث العادية وغير العادية. تعطي التفسيرات المقدمة من المستجيب للصورة، دلالات على نوع شخصيه.

في **اختبارات الرسوم المتحركة**، تظهر شخصيات كرتونية في حالة معينة تتعلق بالمشكلة. ويطلب من المجيبين أن يبينوا ما يمكن أن يقوله أحد الشخصيات الكرتونية ردا على تعليقات شخصية أخرى. إن إدارة وتحليل اختبارات الكرتون أيسر من تقنيات التعليق على الصورة.

التقنيات الإسقاطية

• التقنيات البنائية (Construction Techniques)

• اختبار الكرتون (A Cartoon Test)



التقنيات الإسقاطية

• التقنيات التعبيرية (Expressive Techniques)

في التقنيات التعبيرية ، يعرض على المجيبين وضع لفظي أو بصري ويطلب منهم ربط مشاعر ومواقف الآخرين بذلك الوضع .

في تقنيات لعب الدور ، يطلب من المجيبين أن يلعبوا دورا ، أو أن يتقمصوا سلوك شخص آخر .

في تقنية الشخص الثالث يعرض على المستجيب موقف لفظي أو بصري ويطلب منه ربطه بمعتقدات ومواقف شخص ثالث ، بدلا من تعبيره مباشرة عن معتقداته ومواقفه الشخصية .
قد يكون هذا الشخص الثالث صديقا أو جاراً أو زميلاً أو شخصاً "نموذجياً" .

مزايا التقنيات الإسقاطية

- إمكانية استنباط الاجابات من المستجيبين على المواضيع التي يكون فيها هؤلاء غير راغبين أو غير قادرين على الرد، إذا علموا الغرض من الدراسة.
- تكون مفيدة عندما تكون المشكلات التي نريد معالجتها شخصية أو حساسة أو تخضع لقواعد اجتماعية قوية.
- مفيدة عندما تعمل الدوافع والمعتقدات والمواقف الأساسية على مستوى اللاوعي.

مساوى التقنيات الإسقاطية

- تعاني من العديد من عيوب التقنيات المباشرة غير المهيكلة ، ولكن بشكل أكبر .
- تتطلب محاورين على تدريب عالي .
- مهارات التفسير مطلوبة أيضاً لتحليل الإجابات .
- هناك خطر كبير من ناحية التحيز في التفسير .
- تميل هذه التقنيات إلى أن تكون مكلفة .
- قد تتطلب بعض الأحيان من المجيبين أن يدخلوا في سلوك غير معتاد .

مبادئ توجيهية لاستخدام التقنيات الإسقاطية

- وجوب استخدام التقنيات الإسقاطية، عندما لا تمكننا الطرق المباشرة من الحصول على المعلومات المطلوبة بدقة.
- وجب استخدام التقنيات الإسقاطية في البحوث الاستكشافية لأنها تمكننا من اكتساب الرؤى والفهم الأولية.
- لا ينبغي استخدام التقنيات الإسقاطية بارتجالية، نظرا للتعقيد الذي يميزها.

مقارنة بين مجموعات التركيز والمقابلات المعمقة والتقنيات الإسقاطية

التقنيات الإسقاطية	المقابلات المعمقة	مجموعات التركيز	المعايير
منخفض نسبيًا	متوسط نسبيًا	مرتفعة نسبيًا	1. حجم الهيكلة
متوسط	مرتفع	منخفض	2. التحقيق مع أفراد العينة
من منخفض إلى مرتفع	مرتفع نسبيًا	متوسط نسبيًا	3. تحيز المشرف
مرتفع نسبيًا	متوسط نسبيًا	منخفض نسبيًا	4. تحيز التفسير
مرتفع	من متوسط إلى مرتفع	منخفض	5. الكشف عن معلومات في اللاوعي
منخفض	متوسط	مرتفع	6. اكتشاف المعلومات المبتكرة
مرتفع	متوسط	منخفض	7. الحصول على معلومات حساسة
نعم	إلى حد ما	لا	8. الحاجة لسلوك غير عادي أو مساءلة
إلى حد ما مفيدة	مفيدة	مفيدة للغاية	9. الفائدة الشاملة

مزايا مجموعات التركيز على الإنترنت

- تتم إزالة القيود الجغرافية وتقليل قيود الوقت .

- فرصة فريدة لإعادة الاتصال بالمشاركين في المجموعة في وقت لاحق .

- يمكن توظيف أشخاص غير مهتمين بمجموعات التركيز التقليدية : الأطباء والمحامون وما إلى ذلك .

- يمكن للمشرفين إجراء محادثات جانبية مع أفراد العينة .

- لا يوجد سفر أو تسجيل فيديو أو مرافق للترتيب ؛ وبالتالي فإن التكلفة أقل بكثير .

مساوى مجموعات التركيز على الإنترنت

- الأشخاص الذين لديهم إمكانية الوصول إلى الإنترنت هم وحدهم من يستطيعون المشاركة .
- من الصعب التحقق من أن المستجيب عضو في المجموعة المستهدفة .
- هناك نقص في السيطرة العامة على بيئة المستجيب .
- يمكن فقط اختبار المؤثرات الصوتية والمرئية . لا يمكن لمس المنتجات (مثل الملابس) أو الرائحة (مثل العطور) .

شكرا على حسن الاستماع