

أنواع البحوث العلمية:

تبعاً للغرض من وراء البحوث والمشاريع البحثية يمكن تجميع هذه الأخيرة في ثلاثة أنواع عريضة وهي كالتالي:

• البحوث الوصفية Descriptive Research:

تتجلى إحدى مكونات البحث في الحصول على معلومات كافية حول مشكلة البحث التي تسعى إلى الإجابة على تساؤلات ماذا وكيف ومتى وأين، وذلك هو السبب في أن البحث الوصفي هو نوع مهم من البحث. إنه مفيد للغاية عند إجراء دراسة تهدف إلى تحديد الخصائص والترددات والتصنيفات والمقارنات والاتجاهات والارتباطات بين المتغيرات المختارة. كما أن طريقة البحث هذه عادة ما تأخذ مشكلة البحث مع القليل من المعلومات ذات الصلة أو منعدمة تماماً وتعطيها وصفاً مناسباً ودقيقاً باستخدام طرق البحث النوعية والكمية. على سبيل المثال، وعلى افتراض أن أحد المؤسسات تريد معرفة من يشتري منتجاتها، فهذا يعني أنها ملزمة لتطوير الفهم حول اتجاهات شراء منتجاتها بين المشتريين في مدينة معينة. - لذلك ينبغي عليها القيام بإجراء مسح ديموغرافي للمنطقة، وجمع بيانات المجتمع ثم بعد ذلك إجراء بحث وصفي. وهذا ما ستساعد الدراسة في الكشف عن أنماط الشراء بين مشتري المنتجات المستهدفة في هذه المدينة، ولكن ليس بالضرورة التحري على سبب وجود هذه الأنماط.

كما يمكن استخدام البحث الوصفي:

- لوصف خصائص بعض المجموعات.

- تقدير نسبة الأشخاص في مجموعة سكنية معينة الذين يتصرفون بطريقة معينة.

وكأمثلة على ذلك:

- تقييم سلوكيات العملاء المستهدفين حول خصائص المنتج الرئيسية التي يرغبون فيها.

- قياس مستوى الرضا الوظيفي لدى الموظفين في مؤسسة معينة وذلك لفهم وضعه الحالي: كيف يتغير (يتزايد أو يتناقص)، ومتى يتغير (في أي فترة) قبل أن نطلب لماذا.

وهذا هو المكان الذي يأتي فيه البحث الوصفي.

• أنواع البحوث الوصفية:

< **المسح الوصفي Descriptive Survey**: يستخدم المسح الوصفي لجمع البيانات حول صفات المجتمع موضوع الاهتمام وذلك لمعرفة إلى أي مدى يمكن الحصول على الظروف المختلفة بين صفات ذلك المجتمع. وعليه، يمكننا استخدام المسح الوصفي لتحديد نوع العملاء الذين يظهرون سلوكيات معينة. على سبيل المثال، قد ترغب إحدى المؤسسات الكبرى المتخصصة في صناعة الهواتف النقالة في إجراء استطلاع لتحديد نوع العملاء

الذين يفضلون شراء هاتف نقال جديد من طراز خاص. وبهذه الطريقة البحثية يمكن للشركة تقسيم عملائها لاستهداف أفضل. وفي المقام الأول يتم استخدام في هذا الشأن سؤال بحثي واحد، لكن هذا لا يمنع من تغطية متغيرات متعددة في ذلك السؤال. بالإضافة الى ذلك، فهذا النوع مناسب حينما يختلف الأشخاص فيما بينهم ويهتم المرء بمعرفة مدى اختلاف الظروف والأوضاع التي يتم الحصول عليها من هؤلاء الأشخاص. كما تعني كلمة المسح أو الاستطلاع محاولة الحصول على المعلومات المتعلقة بالظروف الحالية، وهو مفيد في: (أ)-توفير قيمة الأحداث والحقائق، و(ب)-تركيز الاهتمام على الأشياء الأكثر أهمية.

< **المسح الوصفي المعياري Descriptive Normative-Survey**: وهو امتداد للمسح الوصفي مع مكون الإضافة هو العنصر المعياري أو القياسي. على سبيل المثال، قد تتجه مؤسسة معينة الى تطوير الرغبة لاختبار مهارات موظفيها، ومن تم يجب مقارنة نتيجة اختبار المهارة بمعيار الدور الذي يقوم به الموظف. وإذا جاءت درجة الموظف في المعيار انحرافا معياريا واحدا فوق المتوسط، فهذا يعني أن مستوى المهارة مرض للغاية، وإذا جاءت الدرجة ضمن المتوسط فهذا يعني أن مستوى مهارة الموظف مرض، وأخيرا، إذا جاءت الدرجة انحرافا معياريا واحدا تحت المتوسط فهذا يعني ان مستوى مهارة الموظف غير مرض اطلاقا.

< **المسح الارتباطي Correlative Survey**: يبحث البحث الارتباطي في العلاقات بين متغيرين (أو أكثر) بدون التحكم أو معالجة أي واحد منهما. وبالتالي، فهو نوع من أنواع البحوث الكمية غير التجريبية. ومن أمثلة الدراسات الارتباطية، الدراسة التي تطرح السؤال التالي: هل هناك علاقة بين استخدام التكنولوجيا والصحة العقلية؟ ومع ذلك، فحين أن الدراسة يمكنها أن تجد علاقة بين هذين المتغيرين الا أنها لا تستطيع التأكيد أو استنتاج ما إذا كان احدهما يسبب الآخر.

< **الوضع الوصفي Descriptive-Status**: وهو بمثابة تقنية وصف كمية تسعى للإجابة على أسئلة حول أوضاع الحياة الواقعية. على سبيل المثال، تطوير الرغبة للبحث في دخل الموظفين في منظمة معينة وعلاقة ذلك الدخل بأدائهم الوظيفي. ومن هذا المنطلق، سيتم إجراء مسح لجمع بيانات كافية حول دخل الموظفين، ثم بعد ذلك يتم تقييم أداء هؤلاء ومقارنته بدخلهم. وسيساعد هذا في تحديد ما إذا كان الدخل المرتفع يعني أداءً أفضل وانخفاض الدخل يعني أداءً أقل أو العكس صحيح.

< **التحليل الوصفي Descriptive Analysis**: التحليل الوصفي هو نوع من الإحصاء الوصفي الذي يستخدم لوصف البيانات العددية وتلخيصها أو تبسيطها كما تلاحظ في الواقع بهدف توفير المعلومات عن الملامح المختلفة للظاهرة (متوسط الإنتاج، نسبة الموظفين الذين تركوا الخدمة، ...) لذلك، فإنه يعتبر كنقطة البداية في عملية تحليل البيانات دون الذهاب إلى أبعد من ذلك. حيث يقتصر على منح فكرة عامة عن ماهية البيانات من حيث شكل التوزيع، النزعة المركزية للتوزيع والتشتت او الاختلاف في الأعداد. ومن أمثلة ذلك نجد مقاييس الاقتصاد والأعمال التي تتضمن التحليلات الوصفية من حيث العائد على راس المال، نسبة الربحية الحالية والمتوقعة مما قد يعكس مدى قوة المؤسسة وقيمتها من الناحية الاقتصادية وإدارة الأعمال. ومن أهم الإحصاءات الوصفية

المتعامل معها في هذا الشأن نجد: - قياسات التردد، قياسات النزعة المركزية، قياسات التشتت والاختلاف، ومقاييس الموقف، بما ذلك الرسومات البيانية (المدج التكراري-رسم التبعر وما الى ذلك)، والتي تعطي ملخصًا لمجموعة البيانات وتستخرج المعلومات المهمة.

< **البحث الوصفي المقارن Comparative Descriptive Research**: في البحث الوصفي المقارن، يأخذ الباحث في الاعتبار متغيرين لا يتم معالجتهما، مع وضع او تحديد إجراء رسمي لاستنتاج أن أحدهما أفضل من الآخر. على سبيل المثال، تطوير الرغبة لمعرفة ما إذا كانت طريقة التعلم بالكتب هي الأفضل لتحسين التحصيل الدراسي مقارنة بطريقة التعلم عن طريق الأنترنت.

وبناء على ذلك، يمكننا القول أن البحث الوصفي يتميز بما يلي:

< **عدم القدرة على ضبط المتغيرات والتحكم فيها**: في البحث الوصفي، لا يستطيع الباحثون التحكم في المتغيرات كما يفعلون في البحث التجريبي.

< **أساس المزيد من البحث**: يمكن تحليل نتائج البحث الوصفي واستخدامها في طرق بحثية أخرى. على سبيل المثال، يمكن استخدام نتائج البحث الوصفي لتطوير السببية باستخدام المنهج التجريبي أو شبه التجريبي أين تكون العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع مضبوطة بإحكام.

***طرق البحوث الوصفية**: يمكن تصنيف طرق البحث الوصفي من تعريفه وتطبيقاته وطرق جمع البيانات في طريقتين رئيسيتين هما:

< **الطرق الوصفية النوعية Qualitative Descriptive Method**: يتضمن البحث النوعي جمع وتحليل البيانات غير الرقمية (مثل التصورات، الأفكار، الكلمات، النصوص أو الفيديو أو الصوت) لفهم المفاهيم أو الآراء أو الخبرات. وهو يستخدم لجمع رؤى متعمقة حول مشكلة أو إنشاء أفكار جديدة للبحث وكذا لفهم كيف يختبر الأشخاص العالم. على سبيل المثال ما هي العوامل التي تؤثر على الاحتفاظ بالموظفين المؤهلين في مؤسسة مهينة؟ كيف يتم الشعور بالقلق في مكان العمل؟ وهو مهم بشكل خاص في العلوم السلوكية حيث يتجلى الهدف في محاولة اكتشاف الدوافع الكامنة وراء تطوير السلوك البشري وتحليل العوامل المختلفة التي تؤدي بالأفراد الى التصرف وفق طرق معينة، وذلك باستخدام جملة من التقنيات النوعية كمجموعة التركيز، الملاحظة، دراسة الحالة، الأثنوجرافيا وما الى ذلك. لدى فان البحث النوعي عادة ما يعتمد بشكل كبير على التقدير الذاتي للاتجاهات، والآراء، والسلوك، يتم على اساسه توليد البيانات اما في شكل نوعي واما في شكل لا يخضع للتحليل الكمي الدقيق والصارم. كما يتم استخدام البيانات النوعية لتطوير الفرضيات والنظريات. وبعبارة أخرى فالبحث النوعي هو نهج استقرائي ينطلق من الجزء الى الكل. على سبيل المثال، يمكننا استخدام النهج النوعي لاكتشاف العوامل التي قد يأخذها العملاء في الاعتبار عند محاولة اقتناء منتج معين. وقد يتضمن ذلك، اجراء مقابلات وجلسات مركزة لجعل الأشخاص يتحدثون عبر أفكارهم وتصوراتهم ومشاعرهم عن هذا المنتج من حيث العديد من الأبعاد.

< الطرق الوصفية الكمية **Quantitative Descriptive Method**: وعكس البحث الكيفي، يركز البحث الكمي على الأعداد والبيانات الثابتة. وهو عادة ما يتم استخدامه لقياس الاختلافات بين المجموعات (متوسط الأداء الوظيفي لمجموعات تختلف فيما بينها في البعض من الصفات والخصائص)، لتقدير العلاقات بين المتغيرات (مثل ذلك، تقدير العلاقة بين الدافعية للعمل والأداء الوظيفي)، واختبار الفرضيات (مثل ذلك، تقدير مدى تأثير مدة البرنامج التدريبي على إنتاجية الموظفين). لذلك فهو أكثر موضوعية في طبيعته ويتخذ نهجا استنتاجيا ينطلق من الكل الى الجزء. على سبيل المثال، يمكننا استخدام النهج الكمي لتقدير النسبة المئوية للأشخاص الذين يمنحون الأولوية لسعر المنتج أو لأي متغير آخر عند محاولة اختياره. كما يمكننا أيضا من خلال استخدام النهج الكمي تقييم كيفية اختلاف النسبة المئوية بين الأحياء والمدن أو بين المجموعات الديمغرافية المختلفة. كما يتم استخدام البحث الكمي بيانات قابلة للقياس لتوضيح الحقائق، وكشف الأنماط، وإجراء التعميمات على المجتمع، واستخلاص النتائج. ونظرا لذلك، يتطلع الباحثون الذين يستخدمون طريقة البحث الكمي عادةً إلى تحديد الدرجة وإبراز القياسات الموضوعية من خلال استخدام الاستطلاعات والاستبيانات، أو عن طريق معالجة البيانات باستخدام التقنيات الإحصائية.

ملاحظة: أما البحث القائم على الأساليب المختلطة، فهو يحاول الجمع بين هذين النوعين من البحث معًا باستخدام كل من البيانات النوعية والكمية لاستكشاف الموقف وتطوير مجموعة من الفرضيات. ومن ثم وبمجرد إنشاء هذه الفرضيات سيتم استخدام الطرق الكمية لاختبارها. ومثل هذه الحالة يمكنها أن تعمل أيضًا في الاتجاه المعاكس. على سبيل المثال، يمكننا استخدام النهج الكمي للحصول على رؤية للصورة الأكبر ثم استخدام الأساليب النوعية لاستكشاف الأسباب الكامنة وراء وجود اتجاه معين أو ملاحظة معينة في البيانات الكمية. لذلك، في حين أن البحث النوعي والكمي مختلفان بشكل واضح فإنهما ليسا متعارضين مع بعضهما البعض، ومن ثم لا توجد أي منافسة بين البحث النوعي مقابل البحث الكمي اين يكون إحداهما أحسن من الآخر. على العكس من ذلك، يمكن استخدامهما معًا لتطوير الأبحاث التي تتميز بالجودة العالية.

• البحوث الاستكشافية **Exploratory Research**:

البحث الاستكشافي هو بحث يتم إجراؤه للتحقيق في مشكلة غير محددة بوضوح، أو لم يتم التحقيق فيها بشكل كافٍ، أو غير مفهومة بشكل جيد. لدى فمن خلال هذا النهج، يمكن للباحثين اختبار طرق وأفكار مختلفة لإثبات الحقائق والحصول على فهم أفضل، ولكن بدون تقديم نتائج حاسمة حوله. لذلك فهو يعد بمثابة الطريقة المناسبة التي تسعى الى إنشاء التساؤلات البحثية بدلاً من اختبارها. كما يكون هذا النهج غير منظم وغالبًا ما يتضمن جمع البيانات النوعية، مما يمنح للباحث الحرية في التقدم في البحث وفقًا لأفكاره وتقييمه. ومع ذلك، فإن هذا قد يجعل النتائج عرضة لتحيز الباحث وقد يحد من مدى استكشاف الموضوع.

وبناء على ذلك، يمكننا إجراء دراسة استكشافية تسويقية لمنهج جديد يحتوي على نكهة غير مألوفة للوقوف على العديد من الأشياء مثل ذلك تردد العملاء على هذا المنتج، نوعية العملاء الذين يترددون على المنتج، جنس

العملاء الذين يترددون على هذا المنتج، مدى رضا العملاء على هذا المنتج وما الى ذلك. ونظرا لذلك، فهذه البحوث تستخدم كمقدمة مفيدة للبحوث الأكثر تعمقا لاحقا.

ومن أمثلة ذلك نجد ما يلي:

- ما هي أنواع المنتجات الجديدة التي يهتم بها مستهلكو الوجبات السريعة؟

- مستويات الأداء الوظيفي تتراجع دون أسباب واضحة.

بالإضافة الى ذلك، فان تصاميم البحث الاستكشافي عادة ما تركز على استطلاعات الرأي، المقابلات، مجموعات التركيز، الملاحظات، ودراسة الحالة.

< مزايا البحث الاستكشافي:

- يتمتع الباحث فيه بقدر كبير من المرونة بحيث يمكنه من التكيف مع التغييرات مع التقدم في البحث.

- يساعد في إرساء الأساس للبحث، والذي يمكن أن يؤدي إلى مزيد من التحري والبحث حول الظواهر موضوع الاهتمام.

- يساعد الباحث في مرحلة مبكرة من فهم ما إذا كان الموضوع يستحق استثمار الوقت والموارد والمتابعة.

- يمكن أن يساعد الباحثين الآخرين على اكتشاف الأسباب المحتملة للمشكلة، والتي يمكن دراستها بالتفصيل لمعرفة أي منها هو السبب الأكثر احتمالا للمشكلة.

< عيوب البحث الاستكشافي:

- على الرغم من أنه يمكن أن يجعل الباحث في الاتجاه الصحيح نحو الإجابة، إلا أنه عادة ما يكون غير حاسم.

- العيب الرئيسي للبحث الاستكشافي هو أنه يوفر بيانات نوعية، ومن ثم قد يكون تفسيرها تقديريا ومنحازا.

- في معظم الأحيان، يشتمل البحث الاستكشافي على عينة صغيرة، وبالتالي لا يمكن تفسير النتائج بدقة وتعميمها على المجتمع.

• البحوث التفسيرية Explanatory Research:

هذا النوع مناسب بشكل أكبر في المواقف التي يريد فيها الباحث استكشاف علاقات السبب والنتيجة لإقامة علاقة سببية بين ظاهرتين أو أكثر. كما أن البحث التوضيحي هو أسلوب بحث يسعى الى استكشاف سبب حدوث شيء ما عندما تكون المعلومات محدودة. لذا، يمكنه أن يساعد على زيادة الفهم لموضوع معين، والتأكد من كيفية أو

سبب حدوث ظاهرة معينة، والتنبؤ بالأحداث المستقبلية. وهو عادة ما يتضمن عدة طرق لجمع البيانات كالدراسات الاستقصائية والمقابلات والتجارب والملاحظة. ونظرا لذلك، النتائج والاستنتاجات المستخلصة من البحث التفسيري تمنح الباحثين فهماً أعمق وتساعد على التنبؤ بالأحداث المستقبلية. ومن أمثلة دراسة الحالة التوضيحية نجد أن أحد الباحثين يريد دراسة بداية القلق الشديد لدى المراهق بعد وقوع كارثة طبيعية. حيث سيوضح الباحث أن الكارثة الطبيعية كانت سببا مباشرا لطبيعة القلق هذا. ومن أمثلة الدراسات التوضيحية نجد ما يلي:

- بعد قيام أستاذ بتدريس الإحصاء لطلاب المرحلة الجامعية خلال الفصلين الدراسيين الأول والثاني لعدة سنوات متتالية، وبعد قيامه بتحليل درجاتهم النهائية ولاحظ أن الطلاب الذين يدرسون مقياس الإحصاء في الفصل الدراسي الأول يحصلون دائماً على درجات أعلى من الطلاب الذين يدرسون نفس المقرر الدراسي في الفصل الدراسي الثاني، انصب اهتمام الأستاذ حول محاولة اكتشاف أسباب هذا النمط.

- " أي من البرنامجين التدريبيين أكثر فعالية في تقليل معدل دوران العمالة؟"

< متى يتم استخدام البحث التفسيري:

قد يكون البحث التوضيحي مفيداً في الحالات التالية:

- **عند اختبار النموذج النظري:** يمكن أن يساعد البحث التفسيري الباحثين في تطوير النظرية. لذلك، يمكن لهذا النوع أن يوفر أدلة كافية للتحقق من صحة النظريات الموجودة أو تحسينها بناءً على البيانات المتاحة.

- **عند محاولة تحديد السببية:** يمكن لطريقة البحث هذه تحديد علاقات السبب والنتيجة بين متغيرات الدراسة وتحديد المتغير الذي يؤثر على النتيجة المتوقعة بشكل أكثر. ونظرا لذلك، يسعى البحث التفسيري الى استكشاف جميع العوامل التي تؤدي إلى نتيجة أو ظاهرة معينة.

- **عند محاولة اتخاذ قرارات مفيدة:** يمكن للنتائج والاستنتاجات المستخلصة من البحث التفسيري أن توفر أساساً لاتخاذ قرارات مفيدة في مختلف الصناعات والقطاعات. على سبيل المثال، يمكن لرواد إدارة الأعمال استخدام البحث التفسيري لتنفيذ استراتيجيات تسويقية مفيدة لزيادة المبيعات وتحقيق المزيد من الإيرادات.

- **عند إجراء تقييم البرنامج:** يمكن للباحثين أيضاً استخدام هذه التقنية لتحديد مدى فعالية برنامج معين وتحديد جميع العوامل التي من المحتمل أن تساهم في نجاحه أو فشله.

ملاحظة: في إطار الدراسة التفسيرية، قد يتخذ الباحث أيضاً قراراً حول نوع التحقيق، بمعنى آخر الدراسة السببية مقابل الدراسة الارتباطية. بحيث أنه في الدراسة السببية يكون اهتمام الباحث منصبا حول تحديد سبب مشكلة واحدة أو أكثر. على سبيل المثال، هل التدخين يسبب السرطان؟

مع الإشارة الى أنه لا يمكن تأكيد وجود علاقة السبب والنتيجة إلا في حالة وجود دليل سببي محدد، وذلك لأن الدليل السببي له ثلاثة مكونات مهمة وهي:

- التسلسل الزمني: يجب أن يحدث السبب قبل التأثير. على سبيل المثال، لن يكون من المناسب اعتماد الزيادة في الأداء الوظيفي، إذا كانت الزيادة قد بدأت قبل التدخل (قبل تطبيق البرنامج التدريبي المعد لذلك).

- الاختلاف المصاحب: يجب أن يكون الاختلاف بشكل منهجي بين المتغيرين. على سبيل المثال، إذا لم تقم المنظمة بتغيير الممارسات ذات الصلة بتدريب الموظفين وتطويرهم، فإن التغيير الطارئ في أداء الموظفين لا يمكن أن يكون ناتجاً عن تدريب الموظفين وتطويرهم.

- الارتباط الزائف: يجب أن تكون العلاقة بين السبب والنتيجة صحيحة وليست ناتجة فقط بسبب متغيرات أخرى. بمعنى آخر، لا يجب أن يكون هناك متغير ثالث يترابط وكل من السبب والنتيجة على حد سواء.

أما الدراسة الارتباطية فهي تسعى الى دراسة العلاقة بين متغيرين، ومن ثم فإن العثور على علاقة لا يثبت أن متغير واحد يسبب تغييراً في متغير آخر. على سبيل المثال، إذا توصلت دراسة معينة الى اثبات أن هناك علاقة بين النجاح الأكاديمي وتقدير الذات، فإنها لا تستطيع اثبات أن التغيير في المتغير الأول يسبب التغيير في المتغير الآخر.

< أنواع البحوث التوضيحية:

- دراسة الحالة: تتضمن هذه الطريقة تحليلاً متعمقاً لفرد أو شركة أو منظمة أو حدث معين. وبهذا فهذا النوع يسمح للباحثين بدراسة الأفراد أو المنظمات التي واجهت نفس الموقف. مما يمكنهم من تحديد ما الذي نجح معهم وما الذي لم ينجح معهم كذلك.

- البحث التجريبي: يتضمن معالجة المتغيرات المستقلة وملاحظة مدى تأثيرها على المتغيرات التابعة. تسمح هذه الطريقة للباحثين بإقامة علاقة السبب والنتيجة بين المتغيرات المختلفة.

- البحث شبه التجريبي: هذا النوع من البحث يشبه إلى حد كبير البحث التجريبي، لكنه يفنقر إلى السيطرة الكاملة على المتغيرات. كما إنه مناسب تماماً للمواقف التي يكون فيها التعامل مع متغيرات معينة أمراً صعباً أو مستحيلاً.

- **البحث الارتباطي:** يتضمن تحديد العلاقات الأساسية بين متغيرين أو أكثر دون استخدام أي معالجة. وهو يسعى الى تحديد مدى قوة واتجاه العلاقة بين المتغيرات المختلفة.

- **البحث المسحي:** يتضمن هذا النوع من البحث التوضيحي جمع البيانات باستخدام مجموعة من الاستبيانات أو المقابلات المنظمة التي تعطى لعينة تمثيلية من المشاركين. وهو عادة ما يساعد الباحثين على جمع المعلومات حول مواقف الأفراد وآرائهم وسلوكياتهم تجاه ظواهر معينة.

- **البحث القائم على الملاحظة:** وهو يتضمن مراقبة الأشخاص وتسجيلهم بشكل مباشر في بيئتهم الطبيعية، مثل المنظمة، أو مكان العمل، أو المكتب. ومن خلال دراسة تصرفاتهم واحتياجاتهم وتحدياتهم، يمكن للباحثين الحصول على رؤى قيمة حول سلوكهم وتفضيلاتهم ونقاط الألم. وهذا يؤدي إلى استنتاجات تفسيرية.

< مزايا البحث التفسيري:

- **فهم أعمق:** تساعد هذه التقنية في سد الفجوات البحثية في الدراسات السابقة من خلال شرح الأسباب والعلاقات الكامنة وراء سلوكيات أو ظواهر معينة.

- **الميزة التنافسية:** من خلال فهم العوامل الأساسية التي تدفع رضا العملاء وسلوكهم، يمكن للشركات إنشاء منتجات أكثر جاذبية وخدمات مرغوب فيها.

- **قدرات يمكن التنبؤ بها:** تساعد الباحثين والفرق على إجراء تنبؤات بشأن ظواهر معينة مثل سلوك المستخدم أو التكرارات المستقبلية لميزات المنتج.

- **اتخاذ قرارات مستنيرة:** تولد الأبحاث التفسيرية رؤى يمكن أن تساعد الأفراد على اتخاذ قرارات مستنيرة في مختلف القطاعات.

< عيوب البحث التفسيري:

- **يستغرق وقتاً طويلاً:** يمكن أن يكون البحث التوضيحي عملية تستغرق وقتاً طويلاً، وتتطلب تخطيطاً دقيقاً وجمع البيانات وتحليلها وتفسيرها. لذلك، قد تعمل هذه التقنية على تمديد الجدول الزمني الخاص بالباحث.

- **كثيف الاستخدام للموارد:** غالباً ما يتطلب البحث التفسيري تخصيصاً كبيراً للموارد، بما في ذلك الموارد المالية والبشرية والتكنولوجية. وقد يشكل هذا تحديات أمام المنظمات ذات الميزانيات أو القيود المحدودة.

- **يتميز بسيطرة محدودة على عوامل العالم الحقيقي:** غالباً ما يتم هذا النوع من الأبحاث في بيئات خاضعة للرقابة. وعليه، قد يجد الباحثون أن هذا يحد من قدرتهم على التقاط تعقيدات ومتغيرات العالم الحقيقي التي تؤثر على سلوك أو ظاهرة معينة.

-من الصعب عليه تحقيق التوازن بين العمق والاتساع: يركز البحث التفسيري بشكل أساسي على فرضية ضيقة، مما قد يحد من نطاق البحث ويمنع الباحثين من فهم المشكلة على نطاق أوسع.

• البحوث السببية Causal Research:

البحث السببي المعروف أيضًا باسم البحث التفسيري أو البحث السببي المقارن، يحدد مدى وطبيعة علاقات السبب والنتيجة بين متغيرين أو أكثر. وهو غالبًا ما تستخدمه الشركات لتحديد تأثير التغييرات في المنتجات أو الميزات أو عملية الخدمات على مقاييس الشركة المهمة. وبناءً على ذلك، يمكن أن تساعد هذه الطريقة البحثية على فهم كيف يمكن أن يؤثر تغيير عامل واحد مثل السعر أو التغليف أو الترويج، على عامل آخر مثل المبيعات أو رضا العملاء أو الولاء للعلامة التجارية. كما تعد التجارب أكثر الطرق شيوعًا لجمع البيانات الأولية في الدراسات ذات التصميم البحثي السببي. على سبيل المثال، بعد قيام إحدى الشركات بتنفيذ استراتيجية تسويق فردية جديدة لمجموعة صغيرة من العملاء تم ملاحظة زيادة ملحوظة في الاشتراكات الشهرية. وبعد تلقي نتائج متطابقة من عدة مجموعات، خلصت الشركة إلى أن استراتيجية التسويق الفردية هذه لها العلاقة السببية التي كانت تقصدها.

وفيما يلي بعض الأمثلة المتعلقة بأهداف التصميم البحثي السببي:

- كيف يؤثر تغيير العلامة التجارية للمنتج على نية الشراء؟

- كيف سيؤثر التوسع في قطاع جديد من السوق على المبيعات المتوقعة؟

- كيف تؤثر محاولة تغيير عملية هندسة العمل على مستويات تحفيز الموظف؟

وللحفاظ على دقة البحث السببي، يجب التحكم في تأثيرات "المتغيرات المربكة". ويتم ذلك إما عن طريق إبقائها ثابتة في إنشاء البيانات، أو باستخدام الأساليب الإحصائية. كما يتم تحديد هذه المتغيرات قبل بدء تجربة البحث.

< مزايا البحث السببي:

- قد تلعب الدراسات السببية دورًا فعالًا من حيث تحديد الأسباب الكامنة وراء مجموعة واسعة من العمليات، وكذا تقييم تأثير التغييرات على المعايير والعمليات الحالية وما إلى ذلك.

- تقدم الدراسات السببية عادة مزايا التكرار إذا دعت الضرورة لذلك.

- يرتبط هذا النوع من الدراسات بمستوى أكبر من الصلاحية الداخلية بسبب الاختيار المنهجي للمشاركين.

< عيوب البحث السببي:

- قد يكون من الصعب الوصول إلى استنتاجات مناسبة على أساس نتائج البحوث السببية وذلك لأن الاستنتاجات قد ترجع إلى تأثير مجموعة واسعة من العوامل والمتغيرات المتواجدة في البيئة الاجتماعية. بعبارة أخرى، بينما يمكن استنتاج السببية، لا يمكن إثباتها بدرجة عالية من اليقين.
- في بعض الحالات، في حين يمكن إنشاء العلاقة بين متغيرين وتطويرها بشكل فعال، فإن محاولة تحديد أي متغير هو السبب وأي متغير هو النتيجة يمكن أن تكون مهمة صعبة التحقق.

• البحوث التنبؤية Predictive Research:

هذا النهج مناسب بشكل أكبر في المواقف التي يريد فيها الباحث التنبؤ بالوضع المستقبلي على أساس البيانات التي تم جمعها في الوقت الحاضر. لذلك، يهتم البحث التنبؤي بشكل أساسي بالتنبؤ بالنتائج أو العواقب أو التكاليف أو التأثيرات، وكذا الاستقراء من تحليل الظواهر أو السياسات أو الكيانات الأخرى الموجودة من أجل التنبؤ بشيء لم يتم تجربته أو اختباره أو اقتراحه من قبل. على سبيل المثال، قد يجمع الباحث البيانات المتعلقة بالجامعة، مثل نتائج الامتحانات، ونتائج الأعمال الموجهة، وتقييمات الأساتذة، والتردد على الحضور للمحاضرات، وما إلى ذلك، من أجل التنبؤ بمقاييس النجاح في الجامعة مثل متوسط الدرجات عند التخرج، والجوائز التي تم الحصول عليها، واحتمال متابعة المزيد من التعليم على سبيل التعليم ما بعد التدرج.

مع التذكير أن هذا النوع يستخدم أسئلة المسح التنبؤي والتي عادة ما يتم استخدامها بشكل مكثف في الدراسات البحثية الكمية.

كما تعد الاختبارات الإحصائية المتمثلة في تحليل الانحدار والانحدار اللوجستي من بين الاختبارات الأكثر شيوعاً في هذا المجال.

بالإضافة إلى ذلك، فإن النماذج والأساليب التنبؤية لها العديد من التطبيقات عبر مجموعة واسعة من المجالات، بعضها يشمل: الأعمال والتمويل: التنبؤ بالمبيعات وسلوك العملاء واتجاهات السوق لإرشاد تخطيط الأعمال وصنع القرار، والتنبؤ بأسعار الأسهم وأداء السوق المالية الأخرى.