

المحور الثامن: أدوات جمع البيانات

مالية ومحاسبة

د. بورداش شهرزاد

د. بورداش شهرزاد



مقدمة

تعتبر البيانات تلك المعلومات التي يقوم بها الباحث بجمعها من الميدان، فهي معلومات ميدانية، باستخدام أدوات ووسائل البحث الميداني من ملاحظة، مقابلة واستبيان.

1- أنواع الملاحظة:

تُعد الملاحظة من أقدم وأهم أدوات البحث الميداني، وتعني المتابعة الدقيقة والمنظمة لسلوك الأفراد أو الظواهر في بيئتها الطبيعية بقصد فهمها وتحليلها، وهي ليست مشاهدة عادية، بل عملية علمية تتطلب الدقة، والانتباه، والتسجيل المنهجي للمعلومات.

أ. 1- أنواع الملاحظة:

- يمكن تصنيف الملاحظة إلى عدة أنواع حسب درجة تدخل الباحث وهدف الدراسة:
1. الملاحظة البسيطة (Simple Observation):
يكتفي الباحث بالمشاهدة دون مشاركة أو تدخل في الموقف.
 2. الملاحظة بالمشاركة: (Participant Observation)
يندمج الباحث في البيئة المدروسة ليعيش الظاهرة من الداخل ويفهمها من منظور أفرادها .
 3. الملاحظة المنظمة (Structured Observation) :
تستخدم أدوات محددة مسبقاً لتسجيل السلوك، وغالباً ما تكون في الدراسات الكمية.
 4. الملاحظة غير المنظمة (Unstructured Observation) :

تعتمد على الملاحظة الحرة دون مخطط صارم، وتستخدم في الدراسات الاستكشافية.

ب. 2- أقسام الملاحظة:

تنقسم الملاحظة إلى:

- 1-2 ملاحظة سلبية: وهي تلك الملاحظة التي يكتفي فيها الباحث بالملاحظة والتسجيل؛
- 2-2 الملاحظة بالمشاركة: وهي تلك الملاحظة التي تتم عندما يصبح الباحثون جزءاً لا يتجزأ من المجموعة موضوع الملاحظة، وتنقسم إلى ملاحظة علنية وملاحظة سرية، تبعاً لمدى قيام الباحث بالكشف عن سبب انضمامه للمجموعة الخاضعة للملاحظة.
- تتميز الملاحظة السرية بقدرة الباحث على الكشف عن الخفايا، فهم عضو في المجموعة التي تتم دراستها، فضلاً عن كون وجوده السري في المجموعة لا يؤدي إلى حصر تصرفات أفرادها في إطار رغبات الباحث، ومن هنا تكون فرصة الباحث في رؤية الأفراد يتصرفون بطريقة طبيعية.
- ويهتم الملاحظ بـ:
- المظاهر والآثار المادية: كترتيب السلع في محل تجاري، طريقة استقبال الزبائن، شكل تهيئة المحل.
- السلوك اللغوي: طريقة النطق، اضطراب الكلام، زلات اللسان، تكرار الجمل والمصطلحات.
- السلوك الحركي: حركات الجسم والأعضاء، ارتخاء وتقلص العضلات، تشابك الأيدي، عدد الأفراد المشاركين في إنجازها.
- السلوك المكاني: الانتقال من مكان لآخر.
- على الملاحظ من البداية تحضير دليل الملاحظة، الذي يتضمن النقاط والمواضيع المختلفة المراد ملاحظتها، حيث يتكون دليل الملاحظة من:
- تحديد وحدات السلوك؛
- اختيار معايير تعريف الوحدات؛
- تعريف محددات السلوك.
- ولنجاح الملاحظة، على الباحث أن يحدد:
- مجال الملاحظة وبيان مكانها وزمانها، تبعاً لأهداف البحث؛
- المراد تحقيقه من خلال استخدام أداة الملاحظة؛
- نوع المعلومات المراد جمعها عن طريق الملاحظة، هل هي أنماط سلوكية، ظروف مادية معينة، كظروف الإنتاج، علاقات العمل... الخ؛
- مدى قدرة المعلومات الملاحظة على التعميق، وإثراء جوانب الموضوع.

ب. 3- مزايا الملاحظة:

- تُعد الملاحظة من أكثر الأدوات صدقاً في الدراسات الميدانية، لأنها تعتمد على المعاينة المباشرة للسلوك أو الظاهرة كما تحدث في الواقع، بعيداً عن التأويلات الذاتية أو الاستجابات اللفظية.
- 1-3 الصدق والموضوعية:
 - من أبرز مزايا الملاحظة أنها تتيح للباحث جمع بيانات دقيقة دون الاعتماد على ما يقوله الأفراد عن أنفسهم، مما يقلل من التحيز أو التزييف. وبالتالي فهي تسمح بالتعرف على السلوك الفعلي لا المعلن، ما يجعلها أكثر موضوعية مقارنة بالمقابلة أو الاستبيان.
 - 2-3 دراسة الظواهر في سياقها الطبيعي:
 - تمكّن الملاحظة الباحث من متابعة الظواهر كما تحدث في بيئتها الأصلية دون إخلال بسيرها الطبيعي، مما يعزز من واقعية النتائج.
 - 3-3 إمكانية تسجيل البيانات غير اللفظية:
 - تتيح الملاحظة تسجيل الإيماءات، ونبرات الصوت، وحركات الجسد، وهي بيانات ذات قيمة تفسيرية عالية في البحوث النفسية والاجتماعية.
 - 4-3 مرونة في التطبيق:

- يمكن للباحث تكييف خطة الملاحظة وفق طبيعة الميدان والظروف الطارئة، دون الإخلال بالإطار المنهجي العام، كما يمكن الجمع بين الملاحظة وأدوات أخرى كالمقابلة أو التسجيلات الصوتية لتعزيز صدق النتائج.
- 3-5- ملاءمتها للدراسات الاستكشافية:
- تُعد الملاحظة الأداة الأكثر نجاعة في المراحل الأولى من البحث، إذ تساعد الباحث على استكشاف الظواهر وتكوين فرضيات أولية تُوجّه البحث لاحقاً.
- 3-6- تغني التحليل الكيفي للبيانات:
- في البحوث الكيفية، تُعتبر الملاحظة مصدرًا ثريًا لفهم العلاقات الاجتماعية، لأنها تُقدّم معطيات وصفية دقيقة تُستخدم في التحليل التفاعلي .
- 3-7- المساهمة في ضبط المتغيرات الميدانية:
- تُمكن الملاحظة المنظمة الباحث من تحديد المتغيرات السلوكية بشكل كمي، من خلال جداول تسجيل أو رموز معيارية، ما يسهل عملية المقارنة الإحصائية بين الحالات.

1- أنواع الملاحظة:

المقابلة هي تفاعل لفظي مباشر بين الباحث والمبحوث، بهدف جمع معلومات حول موضوع محدد، وهي تُعتبر أداة أساسية في الدراسات النوعية التي تتطلب استكشاف المواقف والآراء والتجارب .

ت. 1- أنواع المقابلة:

تختلف أنواع المقابلات باختلاف درجة التنظيم، وطبيعة العلاقة بين الباحث والمبحوث، والهدف العلمي من البحث.

1-1- المقابلة المقننة:

هي المقابلة التي تُبنى على مجموعة من الأسئلة الموحدة والمحددة مسبقًا، بحيث تُطرح بنفس الترتيب ونفس الصياغة على جميع المبحوثين؛ يستخدمها الباحثون عندما يكون الهدف هو المقارنة الإحصائية بين الأجوبة، أو اختبار فرضيات كمية محددة ، ومن خصائصها:

- وجود استمارة موحدة للأسئلة؛
- غياب الحرية في الإجابة، حيث تكون الإجابات مغلقة أو محدودة؛
- إمكانية التحليل الكمي بسهولة.

1-2- المقابلة شبه المقننة:

تُعد من أكثر الأنواع استخدامًا في البحوث الاجتماعية والتربوية، يجمع هذا النوع بين الصرامة المنهجية والمرونة، حيث يُعد الباحث قائمة بأسئلة رئيسية مسبقة، لكنه يحتفظ بحرية تعديل الترتيب أو إضافة أسئلة تبعًا لتفاعل المبحوث. ومن خصائصها:

- وجود محور موضوعي محدد يُوجه الحوار؛

- إمكانية التوسع أو التعمق في بعض النقاط أثناء النقاش؛
- تُستخدم عادة في البحوث الكيفية التي تسعى إلى استكشاف المعاني والتجارب.
- 3-1- المقابلة الحرة أو المفتوحة:
هي المقابلة التي لا تخضع لأي ترتيب أو أسئلة محددة مسبقاً، بل تدور حول موضوع عام يتم تناوله بحرية، حسب مجريات الحوار، يستعملها الباحثون في الدراسات الاستكشافية أو في البحوث ذات الطابع الكيفي، ومن خصائصها:
 - غياب الأسئلة الثابتة أو ترتيب محدد؛
 - يوجه الباحث الحوار بطريقة طبيعية دون فرض اتجاه معين؛
 - تُتيح الكشف عن التجارب الذاتية والعواطف والمواقف الشخصية.
- 4-1- المقابلة الفردية والجماعية:
أ. المقابلة الفردية:
يُجريها الباحث مع مبحوث واحد في كل مرة، وهي مناسبة عندما تكون المعلومات حساسة أو شخصية، تُتيح خصوصية وتفاعلاً أعمق بين الطرفين.
- ب. المقابلة الجماعية:
تُجرى مع مجموعة صغيرة من الأفراد (عادة من 5 إلى 10 أشخاص) في جلسة واحدة، تُستخدم لجمع وجهات نظر مختلفة حول موضوع مشترك، خاصة في بحوث التسويق والتربية.
- 5-1- المقابلة الميدانية والالكترونية:
أ. المقابلة الميدانية:
تُجرى وجهاً لوجه في الميدان أو مكان إقامة المبحوث، وهي الطريقة التقليدية التي تتيح ملاحظة السلوك والتعبيرات غير اللفظية.
- ب. المقابلة الإلكترونية:
ظهرت حديثاً بفضل تطور تكنولوجيا الاتصال، حيث تُجرى عبر تطبيقات مثل Zoom أو Google Meet، وتتميز بانخفاض التكاليف وسهولة الوصول إلى عينات متنوعة، لكنها قد تفتقد للتفاعل الإنساني المباشر.

ث. 2- الظروف الملائمة لإجراء المقابلة:

- هناك مجموعة من الاعتبارات التقنية الواجب التحكم فيها لضمان جودة المقابلة، وهي:
 - يجب أن تكون الطريقة التي يقدم بها البحث للمستجوبين محفزة على الإجابة؛
 - يجب ألا تكون مدة المقابلة طويلة، بحيث تؤدي إلى إرهاق المستجوبين أو تثبيط البعض الآخر؛
 - يجب أن يكون المكان الذي تتم فيه المقابلة مشعراً للأفراد بأن هناك نوعاً من السرية، حتى لا يقدموا مجرد إجابات عامة؛
 - يجب ما أمكن إبعاد الأشخاص الآخرين، ولو من المتربصين الذين ليست لهم صلة بالمقابلة، ذلك أن حضورهم أو تدخلهم أو تحركاتهم يمكن أن يؤثر على عفوية المستجوبين.
- ومن أجل تحديد الظروف الملائمة، يمكن للباحث أن يتخيل نفسه مكان المستجوب، ويتساءل عما يمكن أن يزعجه، كما بإمكان الباحث مناقشة الإجراءات المرغوبة مع بعض الأشخاص المماثلين للأشخاص المراد استجوابهم مستقبلاً.

ج. 3- مزايا المقابلة:

- 3-1- عمق المعلومات وجودتها:
تُعد المقابلة من الأدوات القليلة التي تسمح بالحصول على بيانات نوعية معمّقة، لأنها تتيح للباحث طرح الأسئلة بطريقة مفتوحة، وتسمح للمبحوث بالتعبير عن تجاربه وآرائه بحرية.
- 3-2- المرونة المنهجية والتفاعل الإنساني:
من أبرز مزايا المقابلة المرونة العالية التي تتيحها أثناء جمع البيانات، حيث يمكن للباحث إعادة صياغة السؤال، أو تغيير الترتيب، أو التوسع في النقاط الغامضة حسب طبيعة إجابة المبحوث.
- وهذه المرونة تجعل المقابلة أداة مناسبة في البحوث الكيفية التي تتطلب فهماً عميقاً للسياق الإنساني

والاجتماعي.

3- إمكانية التوضيح الفوري للأسئلة:

على عكس الاستبيان الذي يعتمد على الفهم الذاتي للمبحوث، تسمح المقابلة للباحث بتقديم توضيحات فورية إذا لم يفهم المبحوث السؤال بشكل صحيح.

3-4- ملاءمتها للموضوعات الحساسة والمعقدة:

تُعد المقابلة الأداة الأنسب عند دراسة الموضوعات ذات الطابع الحساس ، لأنها توفر بيئة تواصل إنساني قائمة على الثقة والاحترام.

3-5- توجيه البحث نحو اكتشافات جديدة:

تفتح المقابلة آفاقاً جديدة للبحث، إذ قد تُظهر أثناء الحوار معلومات أو قضايا غير متوقعة لم تكن في ذهن الباحث عند بداية الدراسة.

3-6- تعزيز الصدق الداخلي للبحث:

من خلال التفاعل المباشر، يمكن للباحث التحقق من اتساق إجابات المبحوث ومقارنتها داخل نفس المقابلة، مما يزيد من صدق البيانات الداخلية، كما أن تسجيل الحوار صوتياً أو كتابياً يتيح مراجعة التفاصيل وتحليلها بدقة لاحقاً.

3-7- إمكانية تعديل الفرضيات أثناء البحث:

تُعتبر المقابلة من الأدوات الديناميكية التي تسمح للباحث بمراجعة أو تعديل فرضياته تبعاً لما يظهر خلال المقابلات المتتالية، فالباحث الكيفي عادةً ما يستخدم النتائج الأولية للمقابلات الأولى لتوجيه الأسئلة في المقابلات اللاحقة.

1- أنواع الملاحظة:

آ

يُعتبر الاستبيان أكثر الأدوات استعمالاً في البحوث الكمية، وهو عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة تُوجّه إلى عينة من الأفراد لجمع بيانات حول آرائهم أو سلوكهم أو خصائصهم .

ج. 1- أنواع الاستبيان:

1-1- من حيث طبيعة الأسئلة:

أ. الاستبيان المغلق:

هو أكثر الأنواع شيوعاً في الدراسات الكمية، ويتكون من أسئلة ذات إجابات محددة مسبقاً، مثل: (نعم / لا)، أو (موافق – غير موافق – محايد).

مثال:

هل تشعر أن نظام التقييم في الجامعة عادل؟

☐ نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما

يستخدم عادة في البحوث التي تسعى إلى القياس الإحصائي الدقيق للاتجاهات أو السلوكيات، ومن مزاياه :

- سهولة الترميز والتحليل الإحصائي؛
- يضمن اتساق الإجابات بين المبحوثين؛
- يقلل من احتمالية الغموض أو التأويل الذاتي.

ب. الاستبيان المفتوح :

يتضمن أسئلة غير محددة الإجابة، تتيح للمبحوث التعبير بحرية عن آرائه وتجربته الشخصية، مما يوفر بيانات نوعية غنية.

مثال:

كيف تقيّم علاقة الطالب بالأستاذ في نظام التعليم الحالي؟ وضح رأيك.

يستخدم في البحوث الاستكشافية أو الدراسات الكيفية التي تهدف إلى فهم المعاني والدوافع، ومن مزاياه :

- يسمح بتعبير واسع وصادق من المبحوث؛
- كشف عن الجوانب النفسية والاجتماعية العميقة؛
- يُفيد في توليد فرضيات جديدة.

ج. الاستبيان المختلط:

يجمع بين الأسئلة المغلقة والمفتوحة، أي أنه يُوازن بين التحليل الكمي والعمق الكيفي،

ويستخدم في معظم البحوث الميدانية الحديثة لأنه يوفر نظرة شاملة للظاهرة، ومن مزاياه :

- يوفر بيانات قابلة للقياس وأخرى نوعية للتفسير؛
- يضمن الموضوعية والعمق في آن واحد.

2-1- من حيث التطبيق:

أ. الاستبيان المباشر :

يُقدّم من قبل الباحث مباشرة إلى المبحوث، ويُشرف على تعبئته شخصيًا.

يستخدم عندما تكون نسبة الأمية مرتفعة، أو عندما تتطلب الأسئلة شرحًا إضافيًا، ومن مزاياه :

- ارتفاع نسبة الاستجابة.
- إمكانية توضيح الأسئلة مباشرة.

ب. الاستبيان غير المباشر :

يُسَلّم إلى المبحوث ليملأه بنفسه دون تدخل الباحث، ثم يُعاد جمعه لاحقًا.

ويستخدم في الدراسات التي تشمل عينات كبيرة أو منتشرة جغرافيًا، ومن مزاياه :

- انخفاض تكلفة التطبيق.
- استقلالية المبحوث في الإجابة.

ج. الاستبيان الإلكتروني:

ظهر هذا النوع مع تطور التكنولوجيا الرقمية، ويُطبّق عبر البريد الإلكتروني أو نماذج Google Forms أو المنصات التعليمية، يُستخدم بشكل متزايد في البحوث الحديثة لسهولة نشره وتحليل نتائجه، ومن مزاياه :

- سرعة في التوزيع وجمع البيانات؛

- التحليل التلقائي للنتائج؛

- تقليل الأخطاء البشرية.

3-1- من حيث الغرض:

أ. الاستبيان الاستطلاعي:

يستخدم في المرحلة الأولى من البحث لاكتشاف الظاهرة وتكوين فكرة عامة عنها، حيث

يساعد الباحث على صياغة الفرضيات، وتحديد المفاهيم الأساسية.

ب. الاستبيان الوصفي:

يهدف إلى وصف ظاهرة معينة أو تحديد اتجاهات فئة محددة، مثل تحديد رضا الطلبة أو اتجاهات المعلمين نحو المناهج الجديدة.

ج. الاستبيان التفسيري :

يستخدم لاختبار علاقات سببية بين المتغيرات، وغالبًا ما يُوظّف في البحوث التجريبية والتحليلية،

- ويعتمد هذا النوع على مقاييس كمية دقيقة مثل مقياس ليكرت .
- 4-1- من حيث أسلوب القياس:
- أ. الاستبيان الاسمي :
- يُستخدم لتصنيف المبحوثين ضمن فئات، مثل: ذكر / أنثى، متزوج / أعزب.
- ب. الاستبيان الترتيبي :
- يقيس الترتيب بين الفئات دون تحديد الفروق الكمية، مثل: ضعيف / متوسط / جيد.
- ج. الاستبيان الفترتي :
- يقيس الفروق بين الدرجات، مثل: مقياس الاتجاهات من 1 إلى 5.
- د. الاستبيان النسبي:
- يُستخدم لقياس المتغيرات ذات الصفر الحقيقي مثل العمر، الدخل، عدد الساعات الدراسية

ج. 2- مراحل إعداد الاستبيان:

يُعد إعداد الاستبيان من أهم المراحل في البحث العلمي الميداني، لأنه يحدد مدى صدق النتائج وموثوقيتها، فكل خطأ في تصميم الاستبيان يؤدي إلى جمع بيانات غير دقيقة أو مضللة. (وتتم عملية إعداد الاستبيان بعدة مراحل متكاملة ومتتابعة كما يلي:

- 1-2- تحديد أهداف الاستبيان :
- تُعتبر هذه المرحلة الخطوة الأساسية التي تُوجّه جميع المراحل اللاحقة.
- يجب على الباحث أن يُحدد بوضوح :
- نوع المعلومات المطلوبة (كمية أو نوعية)؛
 - الغرض من جمعها (اختبار فرضيات، وصف ظاهرة، أو تفسير علاقة)؛
 - الفئة المستهدفة (طلبة، أساتذة، عمال، مجتمع محلي...).
- ويجب صياغة الأهداف بلغة دقيقة ومحددة، لأن الغموض في الهدف يؤدي إلى طرح أسئلة غير ذات صلة بالبحث.
- 2-2- تحديد نوع الاستبيان المناسب:
- بعد تحديد الأهداف، يُختار نوع الاستبيان الأكثر ملاءمة لطبيعة البحث، هل هو مغلق لقياس الاتجاهات؟ أم مفتوح لاستكشاف الآراء؟ أم مختلط للجمع بين الكمية والنوعية؟ كما يُحدّد أيضاً أسلوب التطبيق: مباشر، غير مباشر، أو إلكتروني.
- إن ملاءمة نوع الاستبيان لطبيعة المجتمع المدروس تزيد من صدق النتائج (Validity) وتقلل من نسبة الأخطاء أو الانحراف في الإجابات. (
- 3-2- تحديد محتوى الاستبيان ومجالاته:
- تُعَدّ هذه المرحلة بمثابة ترجمة للأهداف البحثية إلى محاور أساسية تُشكل بنية الاستبيان.
- يُقسّم المحتوى عادة إلى:
- بيانات تعريفية (العمر، الجنس، المستوى التعليمي)؛
 - أسئلة مرتبطة بالمتغيرات المستقلة؛
 - أسئلة حول المتغيرات التابعة؛
 - أسئلة ختامية أو تقييمية.
- إن ترتيب هذه المحاور يجب أن يتبع تسلسلاً منطقيًا من البسيط إلى المعقد، حتى لا يشعر المبحوث بالارتباك أو الملل.
- 4-2- صياغة الأسئلة:
- تُعَدّ مرحلة صياغة الأسئلة من أكثر المراحل حساسية، لأنها تتطلب دقة لغوية ومنهجية.
- يُراعى فيها ما يلي: (
- أن تكون الأسئلة واضحة ومباشرة دون لبس؛
 - تجنب الأسئلة المركبة أو الموجهة التي تحمل حكماً ضمناً؛
 - استخدام مصطلحات مألوفة للمبحوثين؛
 - الابتعاد عن الأسئلة الحساسة أو الشخصية إلا عند الضرورة؛

- الاقتصار على سؤال واحد لكل فكرة.
- إن جودة الأسئلة تحدد إلى حد كبير ثبات الأداة (Reliability) ، لأن الصياغة الغامضة تؤدي إلى تباين كبير في الإجابات.
- 2-5- تحديد نوع الإجابات:
- يقرر الباحث في هذه المرحلة نوع الإجابات التي سيستخدمها:
- إجابات مغلقة (نعم / لا)؛
- مقياس تدرجي (مثل مقياس ليكرت)؛
- إجابات مفتوحة تسمح بالشرح.
- كما يُحدّد مقياس القياس المستخدم في التحليل الإحصائي: اسمي - ترتيبي - فئري - نسبي.
- 2-6- ترتيب الأسئلة وتنظيم الاستبيان:
- يُعد ترتيب الأسئلة وتنظيمها من الجوانب المهمة في بناء استبيان فعال، إذ يُفضّل أن يبدأ لاستبيان بأسئلة بسيطة وغير حساسة لتشجيع المبحوث على المشاركة، ثم ينتقل تدريجيًا إلى الأسئلة الأكثر تعقيدًا أو تخصصًا، كما يُراعى من حيث الشكل ما يلي: (
- أن يكون تصميم الصفحة واضحًا ومريحًا بصريًا؛
- ترك فراغات كافية للإجابات؛
- ترقيم الأسئلة لتسهيل المعالجة الإحصائية لاحقًا.
- يُسهّم التصميم الجيد للاستبيان في زيادة نسبة الاستجابة، ويقلل من الأخطاء الناتجة عن التعب أو التشتت.
- 2-7- إعداد مقدمة وتعليمات واضحة للمبحوثين:
- تُعد المقدمة من العناصر الضرورية التي تُعرّف المبحوث بهدف الاستبيان وطبيعته وتضمن تعاونه، وينبغي أن تحتوي المقدمة على:
- تعريف الباحث والجهة المشرفة؛
- الهدف العلمي من البحث؛
- تأكيد السرية التامة للمعلومات؛
- شكر المبحوث على مشاركته.
- 2-8- الاختبار المبدئي:
- قبل توزيع الاستبيان على العينة الكاملة، يجب إجراء اختبار أولي على مجموعة صغيرة من المبحوثين (10 إلى 20 فردًا) للتأكد من:
- وضوح الأسئلة؛
- زمن الإجابة؛
- تفاعل المبحوثين؛
- صلاحية المقياس المستخدم.
- تسمح مرحلة الاختبار الأولي بتصحيح الأخطاء اللغوية والمنهجية قبل جمع البيانات النهائية، مما يضمن ثبات وصدق الأداة.
- 2-9- التطبيق الفعلي وجمع البيانات:
- في هذه المرحلة، يُوزع الاستبيان على العينة المستهدفة وفق الطريقة المختارة (مباشرة، عبر البريد، أو إلكترونياً)، ويجب على الباحث مراقبة عملية الإجابة، وتقديم المساعدة عند الضرورة دون التأثير على المبحوثين، كما يُفضل تحديد مدة زمنية واضحة لإعادة الاستبيانات.
- إن ضبط عملية التوزيع والاسترجاع يعكس الانضباط المنهجي للبحث، ويمنع التحيز أو التلاعب في العينة. (
- 2-10- مراجعة وتفريغ البيانات:
- بعد جمع الاستبيانات، يقوم الباحث بمراجعتها للتأكد من اكتمالها وخلوها من الأخطاء أو الإجابات الناقصة، ثم تُرْمَر البيانات رقميًا تمهيدًا للتحليل الإحصائي، خصوصًا في البحوث الكمية،
- أما في الدراسات الكيفية، فيُجرى تحليل مضموني للأسئلة المفتوحة. وتمثل هذه المرحلة الانتقال من البيانات الخام إلى المعلومات العلمية القابلة للتحليل والاستنتاج.

خ. 3- مزايا الاستبيان:

3-1- سهولة التطبيق والتعميم :

من أبرز مزايا الاستبيان سهولة تطبيقه في ميادين متعددة، حيث يمكن توزيعه على أعداد كبيرة من المبحوثين دون الحاجة إلى تواجدهم في نفس المكان أو الوقت، كما أنه لا يتطلب مهارة ميدانية عالية كما هو الحال في المقابلات، ويعتبر الاستبيان الأداة الأنسب عندما يكون هدف الباحث هو الوصول إلى عينة واسعة ومتنوعة بهدف التعميم الإحصائي للنتائج، كما يسمح بإرسال النسخ عبر البريد أو إلكترونياً، مما يقلل من الجهد والتكلفة الزمنية والمادية.

3-2- الاقتصاد في الوقت والجهد:

تتميز الاستبيانات بإمكانية توزيعها في وقت قصير وجمعها بسهولة، خاصة في الدراسات التي تستخدم الاستبيان الإلكتروني، وهذه الميزة تجعلها أكثر الأدوات كفاءة في البحوث الكمية التي تتعامل مع عينات كبيرة. ()

3-3- الموضوعية والحياد:

يُعتبر الاستبيان من الأدوات التي تقل فيها احتمالات تدخل الباحث أو تحيزه، لأن الأسئلة تُقدّم بشكل موحد لجميع المبحوثين، وهذه الخاصية تجعل البيانات أكثر موضوعية مقارنة بالمقابلات التي قد تتأثر بتفاعل الباحث أو نبرته أو طريقة طرحه للأسئلة.

3-4- سهولة التحليل الإحصائي:

من أبرز مزايا الاستبيان قدرته على توليد بيانات كمية قابلة للتحليل الإحصائي، إذ يمكن بسهولة ترميز الإجابات الرقمية وإدخالها في برامج التحليل، وهذه السمة جعلت الاستبيان الأداة المفضلة في البحوث التجريبية والوصفية، لأنها تمكن الباحث من تطبيق اختبارات الفرضيات وإجراء المقارنات بدقة.

3-5- إتاحة حرية الإجابة وتقليل التأثير الاجتماعي:

يوفر الاستبيان بيئة من الخصوصية والراحة النفسية للمبحوثين، بخاصة عندما يُملأ دون حضور الباحث، فغياب التواصل المباشر يقلل من تأثير الرغبة في التقبل الاجتماعي، مما يجعل الإجابات أكثر صدقاً وعفوية، وتجعل هذه الميزة الاستبيان الأداة الأنسب عند دراسة الظواهر الحساسة مثل القيم، الاتجاهات، أو السلوكيات الأخلاقية.

3-6- إمكانات التوحيد والمقارنة:

يسمح الاستبيان بتوحيد الأسئلة والأجوبة عبر جميع المبحوثين، مما يُسهل المقارنة بين الفئات أو المتغيرات، وهذه السمة ضرورية في البحوث التي تهدف إلى تحليل الفروق بين المجموعات (مثل الجنس، السن، المستوى التعليمي...)، وتوحيد الأداة يرفع من قابلية النتائج للتحقق ويُعزز الثقة في الاستنتاجات.

3-7- تغطية جغرافية واسعة:

يُعتبر الاستبيان من الأدوات القليلة التي يمكن تطبيقها في نطاق جغرافي واسع جدًا بفضل سهولة الإرسال عبر البريد أو الإنترنت، وقد أصبح هذا العامل أكثر أهمية في البحوث الحديثة التي تستهدف عينات متباعدة مكانياً. وقد جعل انتشار الأدوات الرقمية من الاستبيان وسيلة فعالة لجمع البيانات الميدانية على نطاق وطني أو دولي بتكلفة منخفضة.

3-8- إمكانية السرية والخصوصية:

إحدى أهم مزايا الاستبيان هي إمكانية ضمان سرية المبحوثين، مما يُشجعهم على الإجابة بصدق وبدون تردد، خصوصاً في الموضوعات الحساسة، حيث أن ضمان السرية في مقدمة الاستبيان يخلق ثقة متبادلة بين الباحث والمبحوث، وهو ما يرفع من معدل الاستجابة، ويحسن جودة البيانات .

3-9- مرونة في التصميم:

يمتاز الاستبيان بإمكانية تكيف تصميمه مع طبيعة البحث وخصائص العينة، سواء من حيث اللغة أو الشكل أو ترتيب الأسئلة، كما يمكن أن يكون ورقياً أو إلكترونياً أو تفاعلياً حسب الوسيلة الأنسب لجمهور الدراسة، وتجعل هذه المرونة الاستبيان مناسباً لمختلف التخصصات: الاجتماعية، التربوية، النفسية، والاقتصادية.

3-10- سهولة التكرار وإعادة الاستخدام:

يمكن إعادة استخدام الاستبيان في بحوث لاحقة على عينات مختلفة، مع تعديلات طفيفة، مما يُمكن من مقارنة النتائج زمنياً أو مكانياً، وتجعل هذه القابلية لإعادة الاستخدام الاستبيان أداة معيارية مفيدة في الدراسات الطولية .

3-11- ملاءمته للبحوث الكمية والوصفية:

يُعتبر الاستبيان الأداة المثالية للبحوث التي تسعى إلى قياس الاتجاهات، الآراء، والسلوكيات عبر مقاييس رقمية واضحة، ويُستخدم بشكل واسع في الدراسات الوصفية التي تهدف إلى تشخيص الواقع الاجتماعي أو المؤسسي بلغة كمية دقيقة .