



الشركة القابضة
لمياه الشرب والصرف الصحي

لعامليين بقطاع مياه الشرب والصرف الصحي
بنموذج المسار الوظيفي
للمتدرب

دليل
المتدرب

برنامج بحوث الرأي

أخصائي علاقات عامة - درجة ثانية



تم إعداد المادة بواسطة الشركة القابضة لمياه الشرب والصرف الصحي
قطاع تنمية الموارد البشرية - الإدارة العامة لتخطيط المسار الوظيفي
V2 1-4-2019

الفهرس

الفهرس.....	2
أهمية الرأي العام للعلاقات العامة والتوعية :	3
وعناصر الرأي العام هي:	5
الجمهور:	5
خطوات بحوث الرأي :	7
مشكلات قياس الرأي العام:	8
العينات واستخداماتها في بحوث الرأي العام	8
أنواع العينات :	10
شروط الإطار الجيد لعينات بحوث الرأي العام:	12
حجم العينة:	13
تمر عملية اختيار العينة بعدة خطوات يمكن توضيحها على النحو التالي:	14
أنواع قياسات الرأي :	16
أنواع أدوات جمع البيانات:	18
أدوات القياس ببحوث الرأي.....	19
خطوات استخدام أدوات القياس :	20
المسح الشامل.....	23
الاستقصاء/ الاستطلاع.....	25
أنماط الملاحظة وأساليبها:	28
المقابلة الفردية.....	30
كيف تفرغ (تنسخ) المقابلة كتابياً ؟ Transcribe	34
المقابلة الجماعية (المجموعة البورية).....	37
آلية إدارة مناقشات المجموعات البورية:	37
نصائح لتيسير مناقشات مجموعات بورية :	39
فعالية قياس الرأي العام :	40

مقدمة

العلاقات العامة الناجحة تعتمد على أربع خطوات لضمان تحقيق أكبر قدر من نجاح لعملها، ولكي تضمن تطبيقها بشكل فعال يحقق الهدف منها، وهي البحث ثم التخطيط ثم الاتصال ثم المتابعة والتقييم مثلاً مثل أي عملية إدارية، وتشمل بحوث العلاقات العامة تلك المتعلقة بالجماهير التي تتعامل معها، وتهدف إلى دراستهم بشكل تفصيلي لتنفيذ أنشطتها بما يلائم كل جمهور، ومن أمثلة البحث التي تهتم بها العلاقات العامة: بحوث البيئة المحيطة بالعمل، بحوث الجماهير، بحوث متعلقة بقياس نتائج تنفيذ أنشطة جديدة .. وما إلى ذلك وهو ما يؤدي إلى تحسين مستوى الخدمات المقدمة لهم.

وسوف نركز على بحوث الرأى، وهي من أهم البحوث التي تجريها العلاقات العامة في جميع شركاتها وخاصة الأعمال المتعلقة بالتوعية، وتنقسم إلى نوعين الجمهور الخارجي وهم العملاء لقياس مدى رضاهم عن الخدمات المقدمة من الشركة، والجمهور الداخلي لقياس مدى رضاهم عن عملهم ومكانتهم الوظيفية.

أهمية الرأى العام للعلاقات العامة والتوعية :

فهم الرأى العام هو أمر أساسى لا تستطيع أي منظمة اقتصادية أو ثقافية أو غيرها أن تتجاهله أو تغفل قوته وأثره على فعاليتها، فالرأى يعبر عن طاقة وقوة معينة على المستوى الفردي وتكون قوية وذات فعالية إذا أخذت المظهر العام أو الجماعي، وهو أمر هام لتحديد كيف يمكن كسب رضا الجماهير وهو هدف العلاقات العامة بأى منظمة.

ويفيد قياس الرأى في:

- معرفة المشاكل التي تواجه العملاء أو العاملين.

مثال : مستوى معين لخدمة المياه او الصرف في منطقة معينة - مدي وعي الناس ومعرفتهم بالخدمات مثل الخط الساخن أو تطهير الخزانات أو انتشار التوعية

- التنبؤ بالمشاكل أو الأزمات قبل حدوثها.

قطاع تنمية الموارد البشرية – الادارة العامة للمسار الوظيفي

- توفير بيانات عن مجتمع معين داخل نطاق عمل الشركة

مثال: من خلال أعمال المسح والبيانات التي توجد بالاستماره

- اختبار نتائج تنفيذ الأنشطة الجديدة .

الرأى العام ومقوماته :

الرأى العام هو الرأي الغالب أو الاعتقاد السائد أو إجماع الآراء أو الاتفاق الجماعي لدى غالبية فئات الجمهور تجاه أمر أو ظاهرة أو قضية أو موضوع معين يدور حوله الجدل، وهذا الإجماع له قوة وتأثير على القضية أو الموضوع الذي يتعلق به.

وعناصر الرأي العام هي:

1. وجود قضية جدلية تتصل بالمصالح المشتركة : فالرأي العام يتناول قضية تتصل بالمصالح العامة المشتركة للجمهور وظروف معيشتهم، وتكون مؤثرة في جميع جوانب حياتهم ، وتميز بالخلاف حولها وتنطلب أو تحتمل اتخاذ قرار بشأنها.

2. حدوث تفاعلات بين الجمهور المكون للرأي العام.

3. الإرادة الوعائية للجماعة بأكملها: الرأي العام ممثل لرأي الأغلبية وتخضع الأقلية لهذا الرأي وتخفي في النهاية ليظهر رأي موحد للجماعة بأكملها، ولابد أن يكون الجمهور على وعي بالقضية المثارة، وأن يكون لديه معلومات وفيرة وكافية عنها فلا يوجد رأي عام لقضية بين جمهور ليس على علم به.

4. يعبر عنه بالسلوك اللفظي أو الفعلي: وفي بعض الحالات قد يحتفظ المرء لنفسه بالرأي لغياب الدافع الذي يشجعه على التعبير عن رأيه، أو لحساسية الموقف والخوف من النتائج السلبية المرتبطة بإعلان الرأي والتصريح به أمام الجميع، أو لغياب وسائل التعبير الممكنة التي تحقق العمومية للرأي وغيرها من الأسباب .

5. القياس العلمي للرأي العام: أى قابليته للقياس من خلال الاستقصاء والمسوح .

ويقوم الرأي العام على ثلاثة مكونات متراقبة يؤدي إحداها إلى الآخر، وهي :
المكون المعرفي ويضم كل المعلومات والمعارف ذات الصلة بالموضوع وأبعاده والبدائل المتاحة في الموقف، والمكون الاتجاهي الذي يعبر عن اتجاهات الجماعة، والمكون السلوكي الذي يعبر عن مهاراتهم في التعبير عن تلك المعرفات والاتجاهات الجماعية.

الجمهور:

قبل البدء في قياس الرأي العام داخل أي نطاق يجب عمل دراسة استطلاعية لكي تحصل على نتائج دقيقة، ويجب توافر بعض المعلومات قبل الذهاب إلى العمل الميداني وهي :
قطاع تنمية الموارد البشرية – الادارة العامة للمسار الوظيفي

1. نوعية الجمهور من حيث (قروي / حضري) .
2. نوعية الأنشطة المنفذة بالمكان (مصيف - أسواق - مجازر - صناعات - حرف - ... إلخ) .
3. المحطة التي تعتمد عليها المنطقة في مياه الشرب أو الصرف الصحي.
4. حجم المنطقة من حيث العدد (نطاق الخدمة) .

وغيرها من المعلومات التي تساعد على تحديد الجمهور بشكل دقيق لقياس النتائج بدقة مثل (الحالة المادية

- التعليم - طبيعة البيئة المحيطة ... إلخ) .

خطوات بحوث الرأي :

عند إجراء بحوث للرأي العام يجب اتباع بعض الخطوات وهي :

1. تحديد أهداف البحث ووضع خطة عامة.

مثال :

قياس مدى رضاء العملاء عن خدمات الشركة المقدمة بمنطقة شرق المنصورة محافظة الدقهلية .

2. تصميم أداة القياس (مثال: استقصاء - ملاحظة - مقابلة - تحليل محتوى .. إلخ) .

3. تحديد مجتمع البحث ثم اختيار العينة الممثلة لذلك المجتمع (حجم / نوع) .

مثال : مجتمع البحث: هم العملاء المشتركين بخدمات المياه والصرف الصحي بنطاق منطقة شرق

المنصورة، والعينة: نظراً لارتفاع الشكاوى بمنطقة توريل سيتم تحديد شوارع حي توريل ليكون عينة

البحث (يمكن أن تتضمن العينة العملاء الذين سبق وقدموا شكاوى مثلًا إلى الخط الساخن).

4. إدارة البحث وتطبيقه (تحديد القائمين بتطبيق البحث وتدريبهم ووضع أساس القياس وتطبيق البحث).

5. تجهيز البيانات (تحديد الاستمرارات الغير مكتملة واستبعادها وترتيب الاستمرارات السليمة وتفریغها على

البرامج الحاسوبية المتاحة مثل الإكسيل أو SPSS أو غيرها من البرامج) .

6. عرض البيانات (باستخدام الجداول- استخدام الرسوم البيانية- استخدام الصور التوضيحية).

7. التحليل والتفسير وكتابة التقرير النهائي: التحليل هو إقامة بناء متson تحت فيه الأرقام والحقائق

أماكنها المناسبة ، والتفسير هو نوع من التعميم للتعرف على العوامل المؤثرة في الظاهرة محل

الدراسة والعلاقات التي تربط بينها وبين غيرها من الظواهر الأخرى .

مثال :

قد تكون مثلًا ارتفاع نسبة شكاوى الصرف الصحي بالمنطقة مرتبط بوجود محلات لبيع الدواجن أو

المجازر التي تسلك سلوكاً خطأً ، أو أن انقطاع المياه الدائم ناتج عن كثرة المباني المخالفة التي أدت

الى الضغط على شبكات المياه وخاصة أوقات الذروة وهكذا... .

مشكلات قياس الرأي العام:

1. نقص المعلومات كماً وكيفاً (توفير المعلومات للأفراد) .
مثل : البيانات الازمة عن عدد السكان أو انتاجية المحطات أو مصادر الخدمة وما شابه
2. النقص الواضح في الموارد المالية.
3. كثرة المشكلات المنهجية التي تواجه قياس الرأي العام وفي مقدمتها التشكيك في أهمية قياس الرأي العام وانخفاض الوعي بأهمية الاستطلاعات.
4. عدم إدلة الجمهور ببيانات صحيحة.
5. صعوبة تطبيق اختبارات الصدق لعدم وجود محکات خارجية للفياس.
6. قلة أو ندرة الباحثين المؤهلين المدربين الأمانة لجمع البيانات .

العوامل الأساسية لنجاح بحوث العلاقات العامة:

1. الدقة في تصميم أداة القياس (الاستماراة) .
2. حسن اختيار العينة.
3. الدقة في العمل الميداني لبحوث الرأي العام .
4. الدقة في تفريغ البيانات وجدولتها وتحليلها وتفسيرها .

العينات واستخداماتها في بحوث الرأي العام

البحوث الشاملة هي البحوث التي تجرى على كل وحدات المجتمع، كما يحدث في التعدادات العامة، وعلى الرغم من أنها تتميز بتمثيل كافة فئات المجتمع وبالتالي تجنب أخطاء التعميم إلا أنه يصعب في شركاتها إجراءها لأنها كثيرة التكاليف، وتحتاج وقت طويل وإمكانيات هائلة، وقد تؤدي إلى ملل المبحوثين ، وقد يحدث ارتفاع لاحتمالات الخطأ .

لذا تعتمد غالبية بحوث الرأى العام على نظام العينات لتمثيل المجتمع الكلى وذلك لصعوبة تطبيق الدراسة على المجتمع بالكامل لاتساع نطاقه وخاصة في البحوث الجماهيرية، ولزيادة تكاليف تلك البحوث ، ولضمان دقة النتائج يجب اتباع أنساب الأساليب لاختيار عينة التطبيق.

وبحوث العينات هي البحوث التي تتناول بالدراسة بعضًا يمثل الكل يختار بطريقة علمية، وتجري على عينة من المجتمع بشرط أن تكون ممثلا له للحصول على نتائج دقيقة يمكن تعميمها، والعينة هي ذلك الجزء من المجتمع الذي تجري عليه الدراسة لتكون معبرة عن المجتمع الأصلي وفنهاته.

مميزات البحث عن طريق العينة مقارنة بالحصر الشامل في بحوث الرأى العام :

1. اختصار الوقت والجهد اللازم لإتمام عملية البحث.
2. الاقتصاد في التكاليف لأن البحث الشامل يحتاج إلى مزيد من الوقت والجهد والمال.
3. الحصول بسهولة على الإجابات الدقيقة.

أنواع العينات :

• **العينات غير الاحتمالية :** هي العينات التي تؤخذ بغير أسس، وتتلخص عيوبها في أنها لا تمثل المجتمع المأخوذ منه تمثيلاً صحيحاً أو علمياً ومن أمثلتها ..

1. العينات العارضة (اختيار الحالات التي تصادفه)

2. العينات العمدية (اختيار حالات يعتقد أنها تمثل المجتمع)

3. العينة الحصصية (يتم اختيارها من خلال تقسيم المجتمع إلى طبقات أو مجموعات أو مستويات واختيار عدد من الأفراد من كل طبقة وفقاً لأحد المعايير).

• **العينات الاحتمالية :** هي العينات التي يتم اختيار جميع مفرداتها من بين وحدات المعاينة التي يتكون منها المجتمع بأسلوب احتمالي يوفر لكل وحدة من وحدات المعاينة أرضية متساوية مع باقي الوحدات. فهي ضرورة عندما يكون الغرض من البحث هو الحصول على نتائج دقيقة يمكن تعليمها على مجتمع الدراسة كله بدرجات من الثقة ، ومن أمثلتها ..

1. **العينة العشوائية البسيطة:** هي العينة التي تختار بطريقة تحقق لجميع وحدات المعاينة بالمجتمع نفس الفرصة في الاختيار والظهور ، لكنها لا تناسب المجتمعات الكبيرة الحجم أو المجتمعات الغير

متجانسة

2. **العينة العشوائية المنتظمة:** تمتاز بسهولة اختيار مفرداتها وقلة تكاليفها خصوصاً في المجتمعات الكبيرة وتنقسم المجتمع الأصلي إلى مجموعات متساوية في العدد والفئات مع مراعاة أن اختيار وحدات العينة يتم عشوائياً من بين وحدات المجموعة الأولى ثم بعد ذلك يتم اختيار بقية الوحدات بشكل منتظم.

أوجه الاختلاف بين العينة العشوائية البسيطة والعينة العشوائية المنتظمة

العينة العشوائية البسيطة يتم اختيار جميع مفرداتها عشوائياً

العينة العشوائية المنتظمة يتم اختيار المفردة الأولى بطريقة عشوائية

3. العينة الطبقية العشوائية: يخضع اختيار العينة لبعض المعايير لزيادة تمثيل العينة للمجتمع حيث يتم تقسيم المجتمع إلى طبقات ثم اختيار عينة عشوائية تمثل كل طبقة على حسب أهميتها للدراسة وفقاً لتمثيلها وزنها النسبي في المجتمع الأصلي (وهو ما يفرقها عن العينة الطبقية الغير احتمالية) أي يتم تقسيم الإطار الكلي للمجتمع إلى إطارات فرعية ، ومعرفة حجم كل مجموعة أو طبقة معرفة جيدة.

4. العينة الثابتة أو الدائمة: تبدأ بالاختيار العشوائي، ثم تجمع البيانات على فترات منتظمة سواء بالبريد أو المقابلة الشخصية لأفراد العينة. وبصفة عامة تفيد هذه العينة في دراسة التباين والتغيير في الاتجاهات أو السلوك وفي دراسة الأثر الناتج عن مؤشرات متغيرة .

بعض المصطلحات المستخدمة في بحوث العينات عند قياس الرأي العام
- المجتمع: هو جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها .
- وحدات المعاينة: الوحدات التي يقسم المجتمع على أساسها بغرض اختيار العينة.
- الإطار: هو قائمة أو خريطة أو أي وسيلة أخرى تحتوى على جميع وحدات المعاينة للمجتمع موضع الدراسة.

شروط الإطار الجيد لعينات بحوث الرأي العام:

1. الكفاية : أن يتضمن إطار العينة كافة الفئات

2. الكمال : هي الحصول على كل المفردات .

3. الدقة : عرض المصادر وتصنيفها طبقاً للمعايير المختلفة.

أخطاء العينات في بحوث الرأي العام:

1. أخطاء المعاينة:

يرتبط اختيار العينة بعنصرين هما الوقت والتكلفة ويصعب التطبيق على المجتمع بالكامل لذا نواجه بعض الأمور التي قد تؤثر على دقة النتائج وهي :

- صغر حجم العينة .

- عدم مراعاة احتمالات عدم الاستجابة .

- عدم مراعاة تباين المجتمع .

2. أخطاء التحيز:

أهم الأسباب التي تؤدي إلى أخطاء التحيز هي :

- عدم صلاحية إطار العينة .

- تحيز الباحث نفسه في اختيار الحالات التي تروقه .

- فشلة في الحصول على نسبة ملحوظة من الإجابات.

- عدم استخدامه الطرق الصحيحة في حساب التقديرات .

3. أخطاء في صياغة الأسئلة:

قد يحدث الخطأ في الصياغة نتيجة عدم التحديد الدقيق لما يريد الباحث معرفته من المبحوث ، وقد يكون نتيجة انتقاء الفاظ لا تعبر عن المعنى بشكل صحيح تؤدي إلى تحريف استجابات المبحوث، أو لا تكون الأسئلة حيادية وتحوى باتجاه معين في الاستجابة، أو معاني غير مفهومة .

حجم العينة:

اختيار حجم العينة يخضع للعديد من العوامل منها نوع البحث وعدد المتغيرات ونوع العينة، وحجم المجتمع ودرجة تجانسه ، ووفقاً لمعادلات إحصائية عديدة ، وتسهيلًا للأمور، وبخاصة أن شركاتنا تحدد حجم العينة في البحوث المطلوبة وفقاً لعدد العملاء والاتساع الجغرافي وغيره من العوامل .

تمر عملية اختيار العينة بعدة خطوات يمكن توضيحها على النحو التالي:

1. تحديد مجتمع الدراسة بشكل واضح ودقيق من حيث التسمية والسمات والخصائص التي تميز أفراده عن غيرهم، لتبين حجم المجتمع ومدى تجانسه لأن ذلك يؤثر في عدد أفراد العينة ونوعية العينة التي سيختارها.
2. تحديد أفراد المجتمع الأصلي للدراسة وترتيبهم في جداول بأرقام متسلسة إن أمكن ذلك، لأن ذلك يسهل في اختيار عينة ممثلة للمجتمع بشكل أفضل.
3. تحديد متغيرات الدراسة وذلك لضبط أكبر عدد ممكن من المتغيرات غير المدروسة وتقليل المتغيرات الدخلية.

أن الزيادة في حجم العينة يمكن أن يوفر تمثيلاً أعلى لخصائص المجتمع وبالتالي تعيمياً أصدق لنتائج البحث، وسوف نقوم بوضع عدة قواعد ميسرة نسترشد بها عند اختيار وتحديد حجم العينة، وهي :

- من 30 إلى 500 مفردة يعتبر ملائماً لمعظم الأبحاث والدراسات.
- يجب أن لا يقل عدد المفردات لكل طبقة عن 30 مفردة في العينات الطبقية.
- يفضل أن لا تقل مفردات العينة عن عشرة أضعاف عدد متغيرات الدراسة.
- قد يكون حجم عينة من 10 إلى 20 مفردة مقبولاً إذا كان البحث تجريبياً وحجم الضبط والرقة عالية ومبرر من الباحث.
- وفقاً لأسلوب البحث المستخدم: الدراسات المسحية تحتاج إلى أكبر عدد ممكن من أفراد المجتمع لمثلثه، أما الدراسات التجريبية فيعتمد عدد أفراد العينة على عدد المجموعات التجريبية والضابطة في الدراسة.
- درجة الدقة المطلوبة تحدد حجم العينة فكلما كان القرار المعتمد على هذه الدراسة مهماً، كلما كانت الدقة المتوخة مهمة، وبالتالي بحاجة إلى عدد أكثر لأفراد العينة الممثلة لتعطي الثقة الازمة لتعيم النتائج.
- وفقاً لنوع العينة في العينات الاحتمالية يكون اختيار مفردات العينة عشوائياً وفقاً لقوانين الاحتمالات بحيث يكون احتمال ظهور أي مفردة في العينة معلوماً قبل عملية السحب الفعلي للعينة، أما العينات غير قطاع تنمية الموارد البشرية – الادارة العامة للمسار الوظيفي

الاحتمالية فلا تخضع لقوانين الاحتمالات بحيث أن فرص ظهور المفردات في العينة غير معلومة وتكون

عملية اختيار المفردات خاضعة لعدد من المبادئ، كأن نختار المفردات التي يمكن الوصول إليها بسهولة أو الحكم الشخصي كأن يتم اختيار المفردات التي نرى أنها تمثل المجتمع محل الاهتمام، ويعيب تلك العينات التحيز.

- فى الدراسات الوصفية ينصح باستخدام ما نسبته 20% من أفراد مجتمع صغير نسبياً (بضع مئات) و10% لمجتمع كبير (بضعة آلاف) و5% لمجتمع كبير جداً (عشرات الآلاف).
- إذا كانت الدراسة تعتمد فى تحليلها على العلاقات الارتباطية يجب ألا يقل أفراد العينة عن 20 مفردة ويفضل أن يكون من 50 إلى 100 مفردة.
- يجب ألا يقل عدد عناصر المجموعة الواحدة فى حالة الدراسات التجريبية أو شبه التجريبية ذات المجموعتين أو أكثر عن 15 عنصراً.

تحديد حجم العينة في ضوء تجانس أو عدم تجانس المجتمع وذلك على النحو التالي :

- تجانس أو تباين المجتمع يحدد حجم العينة كلما زاد التجانس بين أفراد المجتمع كان العدد اللازم لتمثيل المجتمع أقل، والعكس بالعكس كلما زاد التباين كان العدد اللازم لتمثيل المجتمع أكثر ولا يوجد عدد معين يحدد أفراد العينة وإنما ما يراه الباحث مناسباً ومبرراً.

<p>- إذا كان مجتمع الدراسة متجانساً تقريباً ، وأراد الباحث تحقيق:</p> <ul style="list-style-type: none"> • درجة عالية من الدقة ، فإن العينة تكون (عشوانية بسيطة) بحجم 23%. • درجة مناسبة من الدقة فإن العينة تكون (عشوانية بسيطة) بحجم 10%.
<p>- إذا كان مجتمع الدراسة غير متجانس وبه مجموعات متساوية الحجم تقريباً وأراد الباحث تحقيق:</p> <ul style="list-style-type: none"> • درجة عالية من الدقة فإن العينة تكون (عشوانية بسيطة) بحجم 23%، و (عشوانية طبقية) بحجم 10%. • درجة مناسبة من الدقة، فإن العينة تكون (عشوانية بسيطة) بحجم 13%.
<p>- إذا كان مجتمع الدراسة غير متجانس وكانت المجموعات فيه غير متساوية الحجم تقريباً ، وأراد الباحث تحقيق :</p> <ul style="list-style-type: none"> • درجة عالية من الدقة ، فإن العينة تكون (عشوانية طبقية بحجم 10%) و (عشوانية بسيطة) بحجم 33%. • درجة مناسبة من الدقة فإن العينة تكون (عشوانية بسيطة) بحجم 23%.
<p>- إذا كان مجتمع الدراسة غير متجانس وكانت المجموعات فيه صغيرة ومتطرفة ، وأراد الباحث لتحقيق:</p> <ul style="list-style-type: none"> • درجة عالية من الدقة ، فإن العينة تكون (عشوانية طبقية) بحجم 13% . • درجة مناسبة من الدقة فإن العينة تكون (عشوانية طبقية) بحجم 10%.

أنواع قياسات الرأي :

يوجد عدة أنواع لقياسات الرأي وهي :

1. استطلاع الرأي العام :

يعتبر أول أنواع مسوح الرأي العام ويهدف إلى التعرف السريع والفوري على الرأي العام حيال قضية أو قضايا معينة.

مثلاً : استطلاع رأي للعاملين عن إجازة يوم السبت وزيادة ساعات العمل اليومي

2. قياس اتجاهات الرأي العام:

يستهدف التعرف على الآراء والدوافع الكامنة ورائها ويتميز بالبطء النسبي في إنجازه ويستخدم أساليب متقدمة في التحليل الإحصائي.

مثلاً : مدى رضاء العاملين عن زيادة تسغيرة المياه والأسباب

3. بحث الرأي العام :

تستهدف توفير ذخيرة حية من المعلومات تقييد في التخطيط الإعلامي وقد تكون بحوثاً نظرية مثل: البحوث التي تتناول بالدراسة مقومات الرأي العام في دولة ما أو ميدانية مثل: تحليل دوافع مروجي الشائعات وخصائصهم ودوافع وأنماط التعرض لوسائل الإعلام وقد تكون تحليلية لمضمون ما يكتب أو يذاع داخل البلاد وخارجها مثل تحليل بريد القراء المنشور وغير المنشور، صفحات وأعمدة الرأي .

مثل : الأبحاث التي تقوم بها بعض المنح مثل البنك الدولي

أنواع أدوات جمع البيانات:

تختلف أدوات جمع البيانات وفقاً لنوع البحث المطلوب، حيث يوجد نوعان من البحوث:

الأول هو البحث الكمية التي تعتمد على جمع بيانات كمية ويعبر عنها بالأرقام والإحصاءات وغيرها وهو يبحث عن الأسباب والحقائق من منظور رقمي وعن العلاقات بين المتغيرات حتى يمكن تفسير علاقات السبب والنتيجة بين هذه المتغيرات، ويصبح من الممكن التوصل إلى تنبؤات دقيقة بخصوص الظاهرة أو الظواهر محل الدراسة. كما يعتمد في تحليل بيانياته على الإحصاء بالدرجة الأولى للوصول إلى نتائجه.

الثاني هو البحث الكيفية الذي يهدف إلى جمع معلومات تقييد البحث الذي يتم إجراءه . يعتمد البحث الكيفي على دراسة وقراءة البيانات والأحداث بأسلوب غير كمي، حيث لا يتم تحويل البيانات إلى أرقام كما في حالة البحث الكمي، وإنما يتم الحصول على النتائج من واقع ملاحظة وتحليل الأحداث والموافق والصور والوثائق والاتصالات اللغوية وغير اللغوية. ويعتمد على تحليل مضمون ومحتوي البيانات المجمعة وأيضاً على قدرة الباحث في استنتاج نتائجه.

أدوات جمع البيانات

أدوات جمع البيانات الكيفية

المقابلة الفردية
Interview

المقابلة الجماعية
Focus Group

الملحوظة
Observation

أدوات جمع البيانات الكمية

المسح الشامل الإحصائي
Statistical Survey

الاستبيان
Questionnaire

الملحوظة
Observation

أدوات القياس ببحوث الرأي

أداة القياس هي الاستمارة أو الصحفة التي تحتوى على الأسئلة المحددة ليجيب المبحوثين عليها لاستخلاص النتائج والوقوف على الآراء، ويتم الحصول على الإجابات بطرق مختلفة وفقاً لاعتبارات عديدة مثل الوقت والتكلفة ونوع البيانات المطلوبة .

والأسئلة التي تحتوى عليها الاستمارة تتقسم إلى عدة أنواع وهي :

أنواع الأسئلة من حيث الشكل:

- **الأسئلة المغلقة:** وهي الأسئلة التي تدرج معها إجابات محددة ، وتميز بأنه يمكن تفريغها وتحليلها بأقل جهد وتكلفة، وتمكن الباحث من التأكد أن الإجابات لن تخرج عن الإطار الجمعي، إلا أنها تفرض توجيهاً معيناً على إجابات المبحوثين من ناحية، وقد لا يجد المبحوث إجابته بين الاحتمالات المطروحة من ناحية أخرى .

مثال :

ما هو ضغط المياه (ضعيف - متوسط - شديد)

متوسط وصول المياه في اليوم (طوال اليوم - على فترات متقطعة - لا تصل)

- الأسئلة المفتوحة: وهي الأسئلة التي تسمح بإجابة حرة من المبحوث، وتتميز الأسئلة المفتوحة بإمكانية الفرصة أما المبحوث للتعبير عن آرائه بينما يعييها صعوبة تجهيز بياناتها وارتفاع تكلفتها من حيث الوقت والجهد والمال.

مثال:

ما هي مقترناتكم لتحسين الخدمة؟

خطوات استخدام أدوات القياس:

- (1) إعداد استمار الاستقصاء في صورتها الأولية .
- (2) مراجعة الاستمار منهجياً وعلمياً من حيث تغطيتها لأهداف البحث .
- (3) الاختبار القبلي حيث يجري الاختبار القبلي للاستمار على عينة صغيرة ممثلة للعينة الأصلية للوقوف على صلاحتها للعمل البحثي، وتلافي أي مشكلات تتعلق بعدم وضوح المقصود من الأسئلة؟
- (4) إعداد استمار الاستقصاء في صورتها النهائية .

ويفيد الاختبار القبلي في تحقيق ما يلي :

- التعرف على مدى وضوح الأسئلة .

- التعرف على مدى قياس السؤال للعنصر المطلوب قياسه .

- التعرف على الأسئلة التي قد تسبب حرجاً للمبحوث أو يحاول التهرب من الإجابة عليها .

- التعرف على مشكلة العمل الميداني .

- التعرف على مدى الاستجابة .

- التعرف على الزمن الذي يستغرقه مل الصحيفة الواحدة .

قواعد صياغة أسئلة أدوات القياس في بحوث الرأي العام:

- تحديد السؤال تحديد دقيقاً ومراعاة الإطار المرجعي (تعليمه - بيئته- مفاهيمه ..) للمبحوث.

- استخدام الأسئلة المباشرة .

- مراعاة أن يكون عدد الأسئلة محدد بقدر الإمكان ولا تستغرق الإجابة عليها فترة طويلة حتى لا يشعر المبحوث بالملل.

- تبدأ في الأسئلة بالأسهل في الإجابة ثم الأصعب والتي تحتاج إبداء الرأي من المبحوث

- مراعاة المستوى اللغوي للمبحوث

- الاكتفاء بفكرة واحدة في السؤال .

- تفادي استخدام الكلمات والجمل الغامضة .

- تفادي الأسئلة الإيحائية .

- تفادي الأسئلة التخمينية والمحرجة .

- تجنب الأسئلة التي تحتوي على الموضوعات الشخصية .

- مراعاة المنطق في ترتيب الأسئلة وتسلسلها .

- إرجاء أسئلة البيانات الشخصية إلى آخر صحيفة الاستطلاع .

- إضافة مجموعة من الأسئلة التأكيدية لقياس صدق المبحوث .

قطاع تنمية الموارد البشرية – الادارة العامة للمسار الوظيفي

- إتاحة الفرصة للمبحوث في عدم ذكر رأيه في بعض الأسئلة تجنبًا لدفعه إلى الكذب أو التحريف أو التخمين.
- وفيما يلي شرح لأبرز أدوات القياس المستخدمة بشركتنا وكيفية الاعتماد عليها في بحوث العلاقات العامة .

المسح الشامل

المسح الشامل :

هو جمع البيانات من جميع وحدات المجتمع موضوع الدراسة دون استثناء ، مثل التعداد العام للسكان – التعداد الزراعي – حصر المواليد .. إلخ .

خطواته:

- تحديد أهداف المسح.
- تشكيل فريق المسح، واللجنة المشرفة على أعماله.
- تعين حدود المسح الزمانية والمكانية.
- تحديد طرق جمع البيانات والمعلومات، وتصميم أدواتها.
- تدريب الفريق العامل في المسح.
- تهيئة أبناء المجتمع وتعريفهم على أهداف المسح والعاملين فيه وأسلوبه.
- تحديد الجدول الزمني للمسح.
- تحديد الاحتياجات (بما فيها المادية) الازمة لإجراء المسح.

مزايا المسح الشامل:

- مفيد عندما يكون عدد أفراد المجتمع المحلي صغير.
- أكثر دقة وتحديداً من حيث البيانات التي يتم جمعها حيث يتم دراسة الظاهرة بشكل شامل.
- يتطلب مهارات أقل من قبل الباحث.
- أسهل في التنفيذ من الطرق الأخرى.

عيوب المسح الشامل:

- قد يؤدي إلى إغفال حقائق هامة.

قطاع قدرة الموارد البشرية - بـ بعض الأسئلة أو يغفل بعض الأسئلة، وقد يجيب عنها بتسريع.

- يستغرق وقتاً طويلاً.
- لا يمكن التعرف على التغيرات الجسدية وردود أفعال المستجوب.
- يتطلب إمكانيات مادية وبشرية ضخمة ، لذا يتم على فترات متباudeة .

الاستقصاء / الاستطلاع

استطلاع الرأى كما نسميه أو الاستقصاء أو الاستبيان كلها تدرج تحت فئة واحدة عبارة عن استماره بها مجموعة من الأسئلة لقياس شئ معين .

مثلاً استمار الاستطلاع الشهري التي تجريها إدارات التوعية لقياس مدى رضاء العملاء عن الخدمات المقدمة من الشركة.

الاستبيان: هو مجموعة من الأسئلة التي تغطي مجالاً واحداً أو عدة مجالات، وتقيس متغيراً وحيداً، وتتبع الأسئلة بفئات استجابة، وفئات تدرج الاستجابة قد تكون ثنائية أو ثلاثة أو رباعية أو خماسية أو أكثر . أو هو .. هو عبارة عن مجموعة من الأسئلة المصممة للوصول إلى حقائق يهدف إليها البحث، وهو أداة لفظية بسيطة وبماشة تهدف إلى التعرف على ملامح خبرات المفحوصين واتجاهاتهم نحو موضوع معين ومن خلال توجيهه أسئلة قريبة من التقنيين في الترتيب والصياغة وما شابه ذلك .

ويطلق عليه الاستبانة: هي أداة جمع بيانات ميدانية تتضمن مثيرات حسية ولفظية واستجاباتها المتصلة بواقع العميل وبمواقفه نحو الذات أو نحو الغير.

أمثلة لفئات تدرج الاستجابة:

..... ، 4 ، 3 ، 2 ، 1 -

- نعم ، لا

- نعم ، لا ، إلى حد ما أو نعم / أبداً ، أحياناً

- موافق ، متردد ، أعارض

- أوافق بشدة ، أافق ، متردد ، أعارض ، أعارض بشدة

مميزات صحيفية الاستقصاء :

- أقل وسائل الدراسة الميدانية تكلفة من حيث الوقت والجهد والمال .

- تمك من الحصول على بيانات من عدد كبير من الأفراد
- توفر ظروف التقنيين أكثر من أي وسيلة أخرى .
- الحصول على بيانات قد يصعب الحصول عليها بوسائل أخرى
- توفر وقتاً للمبحوث للإجابة على الأسئلة .

وتمثل أهم عيوب هذا النوع في:

- عدم إمكانية استخدامها مع الذين لا يعرفون القراءة والكتابة.
- تحمل كثير من المصطلحات والكلمات أكثر من معنى لمختلف فئات الرأي العام .

طرق إجراء الاستقصاء:

1. فردي

2. جماعي

3. إلكترونى

مراحل إعداد صحيفة الاستقصاء :

1. تحديد الأهداف

2. تحديد البيانات المطلوب جمعها تحديداً دقيقاً ، وتحديد طرق معالجة هذه البيانات ، ومدى فائدة البيانات في تحقيق الأهداف.

3. تحديد نوع صحيفة البحث : حيث يمكن أن ترسل بالبريد أو تسلم باليد ويوجد صحائف التي يملا المبحوث بيانتها بنفسه.

الملاحظة

اللإلاحظة .. هي وسيلة لجمع البيانات من خلال اندماج الباحث والتفاعل بشكل مباشر مع الأشخاص التي يتم جمع البيانات عنهم ، وتكون بعلمهم أو بغير علمهم وفقاً لطبيعة البحث وتنتمي بشكل سري وفي هدوء . وتعتبر الملاحظة أداة علمية لجمع المعلومات والبيانات في بحوث الرأي العام إذا توفرت لها عدة شروط منها : أن يكون لها غرض بحثي عميق وليس لمجرد فضول أو استطلاع غير هادف .

1. أن توضع لها خطة منتظمة .
2. يجب أن تكون الملاحظة شاملة كاملة .
3. أن تسجل الملاحظات تسجيلاً دقيقاً، تخضع لمراجعات وضوابط تكفل الثقة في نتائجها .
4. يجب الانتباه الدقيق أثناء الملاحظة لأهم العوامل والجوانب التي توضح الظاهرة محل الملاحظة.
5. يجب تهيئة كافة الظروف الممكنة لتحقيق الإدراك الحسي الدقيق
6. يجب أن الأشياء المراد ملاحظتها مما يمكن ويسهل إدراكه حسياً .
7. على الملاحظ التفرغ أثناء عملية الملاحظة وألا يكون لديه أثناها أي شاغل آخر سوى اتخاذ الحيوطة تجاه أخطاء الملاحظة التي قد تحول دون إدراك الظاهرة .
8. أن يتلقى الملاحظ تدريباً جيداً على عملية الملاحظة لتنمية قدراته ومهاراته (يقوم بتسجيل كافة الملاحظات في حينه - ألا يسجل الملاحظات أمام المبحوثين حتى لا يضطرب سلوكهم ..).

مميزات الملاحظة في جمع بيانات بحوث الرأي العام :

1. تمكن الباحث من تسجيل السلوك الملاحظ وقت حدوثه مباشرة .
2. تسهم الملاحظة في التعرف على ردود الفعل .
3. هناك موضوعات بحثية لا يفيد معها إلا الملاحظة مثل الشائعات .
4. تحقق الملاحظة المطابقة بين القول والفعل .

5. تمكن الملاحظة من الحصول على معلومات وبيانات حول سلوك من لا يستطيعون التعبير عن أنفسهم قولاً أو كتابة كالأطفال والبكم .

عيوب الملاحظة:

1. صعوبة التتبؤ مقدماً بوقوع حادث معين .
2. تحتاج لوقت طويل من ناحية ومكلفة من ناحية أخرى .
3. لا تقييد الملاحظة في التوصل إلى بيانات عن المعتقدات والدوافع والقيم والعقائد والأعمال والطموحات المستقبلية .
4. يصعب تمثيل العينة التي يجري عليها الملاحظة للمجتمع كله وبالتالي لا يمكن تعليم نتائجها.
5. يصعب تطبيقها على عينات كبيرة من الجماهير فهي تقييد أكثر في دراسة الأفراد أو المجموعات الصغيرة.
6. تحيز الباحث في التسجيل حيث أنه يندر أن تخلي الملاحظة من التحيز فالنتائج التي نصل إليها عن طريقها يغلب عليها الطابع الشخصي إلى حد كبير .
7. قد تختلف نتائجها من باحث لآخر .

أنماط الملاحظة وأساليبها:

1. الملاحظة البسيطة:

هو أن تتم عملية ملاحظة الظواهر وهي في حالتها التلقائية دون تعمد، وأهم أساليب الملاحظة البسيطة:-

- **الملاحظة بالمشاركة:** هي التي يتمكن الباحث من أن يحيا وسط الناس الذين يرغب في ملاحظتهم، ومن المقبول أن تكون معايشة الباحث لمجتمع بحثه لفترة مؤقتة تحددت مسبقاً وفقاً لخطة البحث. وعلى الباحث أن يساير الجماعة أو المجتمع المبحوث كأي عضو، وعليه ألا يفصح عن شخصيته حتى لا يلجأ المبحوثون إلى تضليله أو أخفاء مشاعرهم .

- **اللإلاحظة بغير المشاركة:** فهي الملاحظة التي تتم دون أن يشترك الباحث بأي صور من الصور في أي نوع من أنواع النشاط اليومي للمجتمع المبحوث، ولهذا الأسلوب ميزة تتمثل في تمكين الباحث من أن يلاحظ السلوك كما يحدث فعلاً في الواقع وبصورة طبيعية .

2. الملاحظة المقتنة:

تختلف عن الملاحظة البسيطة في خصوتها (لضبط العلمي) وينسحب الضبط على عملية الملاحظة كل بحيث يشمل كل الأطراف المشاركة فيها ، أي توضع عدة محاور محددة في جدول ويلزمه الباحث بتغطيتها بكافة جوانبها.

المقابلة الفردية

المقابلة هي أداة لقياس الرأي العام تكون عبارة عن محادثة موجهة يقوم بها فرد مع آخر للحصول على بيانات أو معلومات بهدف استخدامها والاستفادة منها، وهي تقوم على علاقة شفوية بين الباحث والحالة موضوع الدراسة، وتختلف عن الاستبيان في وجود طرف ثالث يتدخل في العلاقة بين مخطط الاستمار والحالة، ويقوم بتسجيل كافة الانفعالات والإشارات للمبحوث.

خطوات إجراء مقابلة هي:

- تحديد الأسئلة التي سيقوم الباحث بطرحها على الأشخاص في مقابلة
- القيام بتحديد مكان وزمن مقابلة قبلها
- توفير وسائل لكي يشعر الشخص محل البحث بالإطمئنان أثناء مقابلة وعلى السرية للمعلومات التي سيقوم بذكرها
- يجب أن يحصل الشخص محل مقابلة على إجابة عن تساؤلاته حول الهدف من مقابلة ولما تم اختياره، كما يجب أن يتمتع الباحث باللباقة في الحديث والتعامل معه.

وتقوم مقابلة على بعض القواعد وهي :

- تحديد موعد للمقابلة وتحديد الأسئلة تحديداً دقيقاً
- وضوح المفاهيم والعبارات
- مراعاة المكان والزمان الذي تتم فيه مقابلة
- إشاعة الجو الودي بين الطرفين

- عدم مقاطعة المبحوث
- عدم إخبار المبحوث بما قاله الآخرون حتى لا يتأثر بهم
- ضرورة تسهيل الإجابات والبيانات دون أن يلتقط المبحوث لذلك
- يفضل مقابلة الشخصيات الثانوية أو لاً ثم الرئيسية
- إبراز هويتك للمبحوث والتأكيد على سرية البيانات وأنها لن تلحق به أى ضرر
- تحلي الباحث بالصبر وتحمل تجاوزات المبحوثين

مميزات المقابلة :

- تتيح إمكانية تغيير صياغة الأسئلة بما يتناسب مع قدرات وإمكانيات المبحوثين .
- تصلح مع جميع المستويات التعليمية
- جمع البيانات من المبحوث وجهاً لوجه وبذلك تكشف عن المشاعر والانفعالات والأراء الحقيقية للمبحوثين .
- تعد إحدى الوسائل المهمة لتحليل ما بداخل الإنسان ومعرفة ما يبطن من أمور.
- إمكانية العودة إلى المتحدث مرة ثانية لاستكمال بعض البيانات، أو التأكد من محتواها أو الاستفسار عنها.

عيوب المقابلة :

- مكلفة مادياً و تستهلك زماناً أطول.
- تتطلب عدداً أكبر من جامعي البيانات، وتدربياً أدق و إعداداً أشمل.
- احتمالية التحيز والمحاباة والتوجيه.
- عدم قدرة المتحدث على الإقناع لتقديم الحقائق والبيانات، أو عدم تعاون المستجوب.
- يعتمد نجاح المقابلة إلى حد كبير على مهارات التواصل لدى المستجوب، و اختيار الشخص والمكان والوقت المناسب لها.

آلية تنفيذ المقابلة:

يجب قبل المقابلة الاتفاق مع الملاحظ وتحديد مهمة كل فرد وتحديد الإشارات بينكما، وأنشاء المقابلة اتبع ارشادات وقواعد تطبيق المقابلة .

التحضير للمقابلة:

- تحديد اسم الشخص.
- تحديد خطة المقابلة والهدف منها
- تحديد الأسئلة التي سوف تطرح.

- تحديد مكان وزمان المقابلة.

- تحديد الطريقة المستخدمة في المقابلة.

اجراء المقابلة:

- التحية والتعريف

- شرح الهدف من المقابلة.

- شرح أسباب وكيفية اختيار الفرد الذي تتم معه.

- تأكيد السرية.

- تطبيق مهارات التواصل الفعال.

- تسجيل البيانات على الاستماراة الخاصة بالمقابلة.

نهاء المقابلة:

- شكر المتحدث على تعاونه .
- التأكيد على أهمية دوره في دعم البرنامج
- تحديد موعد الزيارة القادمة ومكانها.

بعد المقابلة:

- الذهاب إلى مكان هادئ لتسجيل الملاحظ عن المقابلة و تدوين الإشارات غير الشفوية والانطباعات عن المقابلة.
- إذا كنت تعمل مع فريق عمل، ناقش ملاحظاتك مع أعضاء الفريق وقم بتعديل أسئلة المقابلة وفقاً لنتيجة النقاش.
- حاول أن تسجل الموضوعات أو الكلمات التي يعاد تكرارها في دفتر ويمكنك تسجيل المقابلة كتابياً أو أن توكل هذه المهمة إلى شخص آخر.

كيف تفرغ (نسخ) المقابلة كتابياً ؟ Transcribe

- احتفظ بعدد من الدفاتر لتسجيل المقابلة كتابياً.
- من الأفضل أن تسجل المقابلة مباشرة بعد انتهائها.
- من المستحسن أن يقوم الشخص الذي أجرى المقابلة بتقريغها (نسخها) إذ أن هذا الشخص هو الأكثر قدرة على إعادة تصور السياق و تفسير أي عبارات مبهمة أو تدخلات خارجية.
- اترك هامشاً بمسافة 5 سم على يمين يسار الصفحة لتسجيل ملاحظاتك .
- احتفظ بمساحة ثلاثة أو أربعة سطور أسفل الصفحة لتدوين انطباعاتك و ملاحظاتك والأشياء المشتركة و الناقضات في نتائجك.
- استخدم دائماً قلماً حاداً من الرصاص لكتابة ملاحظاتك في الهامش، و قلماً حبراً أو جافاً لكتابة محضر المقابلة ويفضل أن يكون القلم أزرق.

- تذكر أن تكتب ملاحظاتك في شكل كلمة أو عبارة قصيرة تشرح فيها الفكرة الرئيسية لفقرة ما، وتجنب كتابة جمل تامة مفصلة.
- أثناء تسجيل المقابلة، تذكر أن تضع سطراً تحت الاقتباسات الهامة أو المثيرة، و أن ترسم دائرة حول الكلمات أو العبارات التي يعاد تكرارها.
- دائماً تذكر أن تضع سطراً تحت أسئلة البحث باستخدام القلم الرصاص حتى تستطيع التمييز بسهولة بين سؤال الباحث وإجابة المشارك.
- ربما يكون من الأفضل أن تترك مسافات عند تدوين المقابلة لتسهيل رؤية الأشياء، وأفضل طريقة هي أن تترك سطراً فارغاً بين كل سؤال و الإجابة عليه.
- تذكر ألا تستخدم جانبي الصفحة في تسجيل المقابلة، أترك الجانب الخلفي فارغ.
- استخدم الحروف الأولى للإشارة إلى المشارك و المبحوث وسجلها في الهاشم في مكان مناسب . وبهذه الطريقة، يمكن الحفاظ على سرية البيانات.
- تذكر أن تترك مسافة أعلى ورقة تسجيل المقابلة لوصف السياق الاجتماعي ولا تتسر أن تكتب التاريخ و الوقت ومكان المقابلة ووظيفة الشخص الذي تمت مقابلته لأهداف التحليل.
- أثناء إجراء المقابلة، قد يصدر بعض الضجيج أو المقاطعات أو يكون الصوت غير واضح . يمكنك في هذه الحالة أن تستخدم رموز للإشارة إلى كل هذه الأشياء وشرحها للشخص الذي يدون المقابلة أو محل البيانات.

أمثلة:
(?) غير واضح
(//) مقاطعة
(.....) حينما يبتعد المشارك عن الموضوع الرئيسي للمقابلة.
تذكر أن تلك الإشارات يمكن تعديلها وفقاً للمزاج الشخصى.

المقابلة الجماعية (المجموعات البؤرية)

ما هي المقابلات الجماعية أو المجموعات البؤرية؟

هي وسيلة لاستخراج البيانات من خلال عدد من المشاركين حيث يجرى حديث له هدف، ويوجهه منسق مدرب ماهر، يسعى عادة إلى توجيه دفة النقاش للإجابة على أسئلة معينة أو على دليل المقابلة الذي يشبه الدليل المستخدم في المقابلة المعمقة وبالإضافة إلى دعم التفاعل، توفر مجموعات النقاش إجابات إضافية من مجموعة المشاركين الذين يشملهم اللقاء، وذلك على عكس الإجابة الواحدة التي يتم الحصول عليها من مشارك واحد في سياق المقابلة الشخصية.

متى تستخدم المجموعات البؤرية؟

- حينما تكون الموارد المالية شحيلة والوقت محدوداً، يلجأ الباحثون إلى مثل هذه الوسيلة الاقتصادية لجمع المعلومات.
- يمكن استخدام المجموعات البؤرية وحدها كوسيلة لجمع البيانات، أو مع وسائل نوعية أخرى مثل الملاحظة أو التفاعلات الشخصية المعمقة.
- قد يتم الاستعانة بالمجموعات البؤرية لدعم البيانات الكمية قبل أو بعد المسوح . وبشكل عام، من المستحسن الاعتماد على المجموعات البؤرية قبل صياغة الاستبيان لتوضيح وتعديل بنوده وفقاً لنتائج المناقشات البؤرية .

آلية إدارة مناقشات المجموعات البؤرية:

التوقيت من الأفضل أن تستغرق المناقشات 90 دقيقة حتى لا تكون هناك حاجة لأخذ راحات. مناقشات المجموعة البؤرية هي مناقشات ميسرة بين من 6 إلى 12 مشاركاً يتم اختيارهم بعناية من خلفيات مشابهة أو من ذوى الاهتمامات المشتركة. تتيح مناقشة المجموعة البؤرية الفرصة لمعرفة الأحداث،

والممارسات أو المواقف الحياتية. وهى أداة فعالة فى توصيل صورة دقيقة عن الحقائق خلال فترة زمنية قصيرة نسبياً.

تحتاج كل مناقشة مجموعة بؤرية إلى شخص لتيسير المناقشة وشخص آخر يكون مسؤولاً عن تسجيل الملاحظات عن كل ما يقال.

يجب أن يكون المشاركون أعضاء في مجتمعات متشابهة (قد يكونوا على سبيل المثال من الأفراد العاملين، أو أنس تعيش في مكان معين، أو أنس تتلقى شكلاً ما من الخدمات).

نصائح لتسهيل مناقشات مجموعات بؤرية :

- حاول تشجيع المجموعة كلها على المشاركة – فى كثير من المجموعات تتوارد بعض الشخصيات المهيمنة وأخرى خجولة جداً- لذا دور الميسر هو ضمان إيجاد بيئة مطمئنة تتيح الفرصة للأفراد الأكثر هدوءاً وتشعرهم بالثقة للتحدث.
- انصت لما يقوله الناس لا تفترض أنك تعرف/ تفهم رسالتهم، وفي حالة عدم التأكد، اطلب معلومات أكثر حتى تتأكد أنك تفهم ما يقال وأيضاً لماذا يقال. وإذا أدلّى الناس ببيانات غير منطقية فناقشهم فيها.
- لا تقاطع من يتكلم إلا إذا كانت هناك ضرورة فعلية – فقد تحتاج بعض الشخصيات إلى من يهدئهم حتى يتمكن الآخرون من الكلام ... إذا احتجت إلى ذلك فقم به بأسلوب مرح وضاحك.
- يجب أن تجرى المناقشات باللغة التي تناسب غالبية المشاركين.
- لا تحكم على الآراء وحاول أن تكون حيادياً قدر المستطاع.

الشخصية والمقابلات البؤرية النقاش مجموعات بين والشبه الاختلاف جدول أوجه

المجموعات البؤرية	ال مقابلات الشخصية المتمعقة	الوسيلة
<ul style="list-style-type: none"> • تحتاج إلى مهارات • دليل مقابلات • الحديث بهدف • مرکزة ذات توجّه بحثي. 	<ul style="list-style-type: none"> • تحتاج إلى مهارات • استماراة مقابلات • الحديث بهدف • مرکزة ذات توجّه بحثي. 	الشبه
<ul style="list-style-type: none"> • مجموعة • توجد ديناميات للمجموعة • أكثر فاعلية • يحتاج إلى أعداد أكبر 	<ul style="list-style-type: none"> • شخصي. • لا توجد ديناميات للمجموعة • أقل فاعلية. • لا يحتاج إلى أعداد كبير. 	الاختلاف

فعالية قياس الرأي العام :

بعد الانتهاء من قياس الرأي العام يجب الاستفادة منه بشكل فعال حيث عليك أن تتبع ما يلي :

- أهمية الربط بين نتائج قياس الرأي العام والمضمون الإعلامي الموجه للمواطنين عبر وسائل الإعلام أو أشكال الاتصال الشخصي.

مثال: عندما يكون من نتائج استطلاع الشهري لدينا انخفاض نسبة انتشار التوعية ، يجب أن تشمل تلك المنطقة حملات توعية ، أو دعاية للخدمات المختلفة .

- ضرورة دعم وحدات قياس الرأي العام بالإمكانات المادية والتكنولوجية التي تساعده على سرعة القيام بعمليات جمع البيانات وتبنيتها وتحليلها واستخلاص نتائج متنوعة منها مع القدرة على اختران المعلومات واسترجاعها وربطها بالمعلومات الأخرى المتاحة عن موضوعات مرتبطة أو مشابهة .

مثال : وجود قواعد بيانات لمن قمنا بتطبيق الاستطلاعات عليهم وهذا يفيد في الاستطلاعات (قبل/ بعد) لقياس الأثر .

- التدريب المنظم للقوى البشرية من المتخصصين في مجال دراسات وقياسات الرأي العام .

مرحلة تفريغ البيانات وإعداد تقرير قياسات الرأي

بعد الانتهاء من تجميع بيانات قياس الرأي من خلال الأدوات المختلفة نقوم بتفريغ بيانات الاستمارة التي تم الحصول عليها لكي يتم استخراج نتائج الاستطلاع ونقوم تلك العملية على تجميع الإجابات المشابهة للحصول على تكرار ونسب كل اختيار وبالتالي الوقوف على النتائج التي تعبر عن الواقع .

مثال :

1. هل تصل المياه بانتظام ؟ (نعم ، لا)
2. كيف يكون ضغط المياه؟ (ضعيف ، جيد)
3. هل تصل المياه بجودة ؟ (لا ، متوسطة ، عالية)

لقياس مستوى رضا العملاء عن حالة المياه بمنطقة معينة تم تطبيق عدد 5 استمار، فالمطلوب معرفة كم فرد راضي وكم فرد غير راضي عن كل بند ومستوى الرضا العام ولحساب ذلك نقوم بما يلي :

يتم تكوييد خيارات الإجابات عن الأسئلة الثلاثة وتفرি�غها في ملف إكسيل كما يلي :

لا = 1 ، نعم = 2

ضعيف = 1 ، جيد = 2

لا = 1 ، متوسطة = 2 ، عالية = 3 =

وفي ملف الإكسيل نعد جدول لتفريغ كل استماراة، على أن يكون الصف هو استماراة المبحوث كما يلي :

الجودة	الضغط	وصول المياه	الاسم	رقم الاستماراة
2	1	1	أحمد	1
3	2	2	عبد	2
2	1	2	ليلي	3
2	1	2	ماجد	4
1	2	1	نوح	5

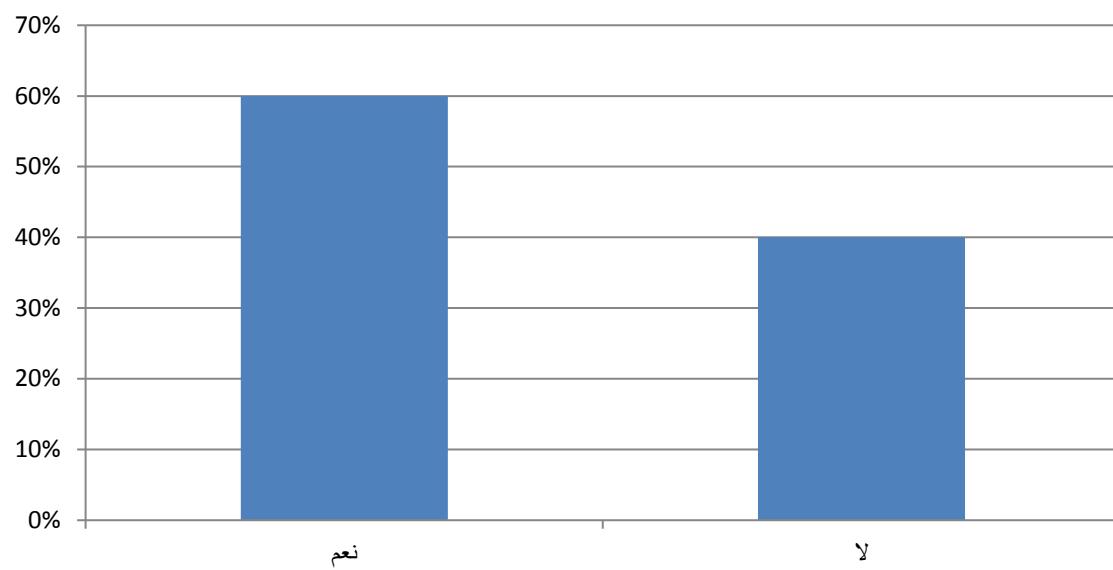
ومن خلال ترشيح الأرقام (من خصائص ملف الإكسيل) يتم حصر النتائج ووضعها في جداول كما يلي ، ويتم إعداد التقرير ويمكن الاستعانة بالرسوم البيانية، وفيما يلي استعراض لبعض أشكال الرسوم البيانية، إلا أنه يجب توحيد الشكل المستخدم لتتصفح النتائج .

أولاً : وصول المياه:

لا	نعم	
2	3	التكرار
%40	%60	النسبة

وهذا يعني ارتفاع نسبة الرضا عن وصول المياه

الرضا عن وصول المياه

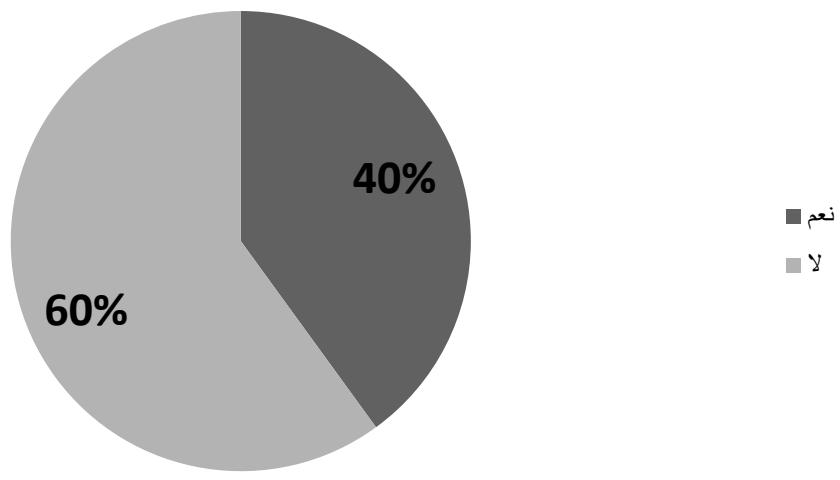


ثانياً : ضغط المياه:

لا	نعم	وصول المياه
3	2	النكرار
%60	%40	النسبة

وهذا يعني انخفاض نسبة الرضا عن ضغط المياه

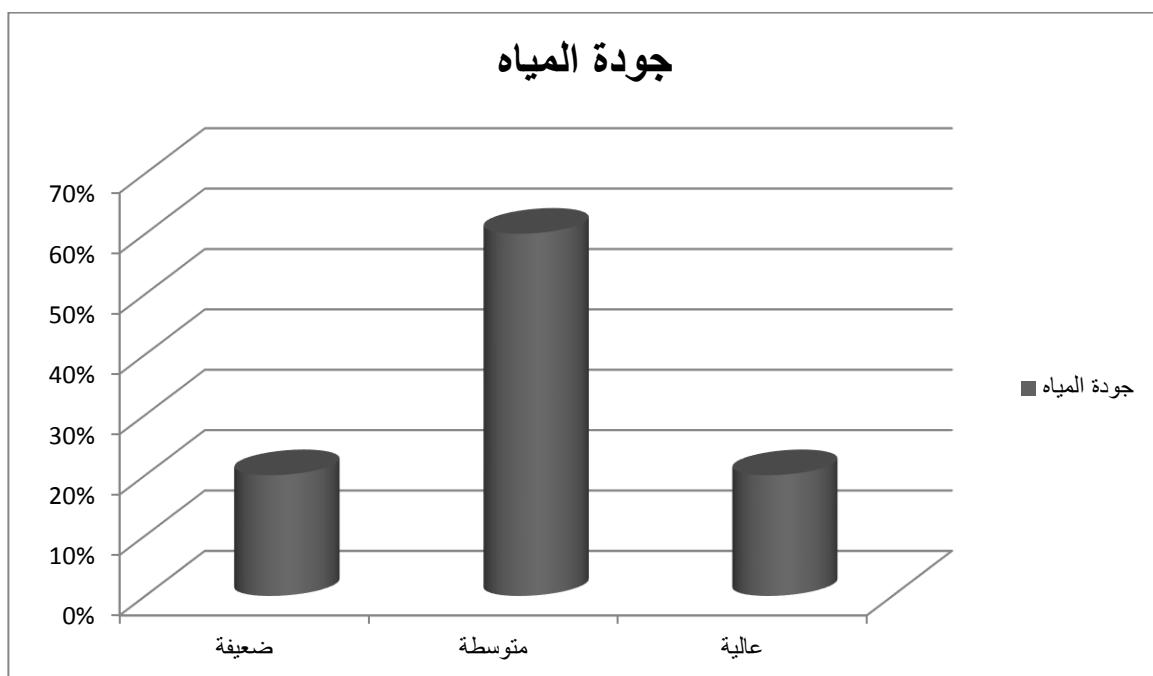
ضغط المياه



ثالثاً : جودة المياه:

لا	متوسطة	عالية	
1	3	1	النكرار
%20	%60	%20	النسبة

وهذا يعني ارتفاع نسبة الرضا عن جودة المياه.



وعلى أساس هذه النتائج يتم اتخاذ الإجراءات التصحيحية ويمكن التوجّه للعملاء من خلال بياناتهم للكشف عن الجودة وتوضيح الأسباب.

المادة من إعداد و تجميع ..

د/ نيفين منصور سعفان - شركة مياه الشرب والصرف الصحي بالدقهلية

للاقتراءات والشكاوى قم بمسح الصورة (QR)

