



الشركة القابضة  
لمياه الشرب والصرف الصحي

برنامج المسار الوظيفي  
للعاملين بقطاع مياه الشرب والصرف الصحي

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 2019-4-1 V2

## الفهرس

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

## مقدمة

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

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

### أهمية الرأي العام للعلاقات العامة والتوعية :

فهم الرأي العام هو أمر أساسي لا تستطيع أي منظمة اقتصادية أو ثقافية أو غيرها أن تتجاهله أو تغفل قوته وأثره على فعاليتها، فالرأي 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 رضاء الجمهور وهو هدف العلاقات العامة بأي منظمة.

ويفيد قياس الرأي 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 – الإدارة العامة للمسار الوظيفي

• توفير بيانات عن مجتمع معين داخل نطاق عمل الشركة

مثال: من خلال أعمال المسح والبيانات التي توجد بالاستمارة

• اختبار نتائج تنفيذ الأنشطة الجديدة .

### الراى العام ومقوماته :

الراى العام هو الراى 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 الراى العام هي:

1. وجود قضية جدلية تتصل بالمصالح المشتركة : فالراى العام يتناول قضية تتصل بالمصالح العامة المشتركة للجمهور وظروف معيشتهم، وتكون مؤثرة في جميع جوانب حياتهم ، وتتميز بالخلاف حولها وتتطلب أو تحتل اتخاذ قرار بشأنها.
  2. حدوث تفاعلات بين الجمهور المكون للراى العام.
  3. الإرادة الواعية للجماعة بأكملها: الراى العام ممثل لراى الأغلبية وتخضع الأقلية لهذا الراى وتختفي في النهاية ليظهر راى موحد للجماعة بأكملها، ولا بد أن يكون الجمهور على وعى بالقضية المثارة، وأن يكون لديه معلومات وفيرة وكافية عنها فلا يوجد راى عام لقضية بين جمهور ليس على علم به.
  4. يعبر عنه بالسلوك اللفظي أو الفعلي: وفي بعض الحالات قد يحتفظ المرء لنفسه بالراى لغياب الدافع الذي يشجعه على التعبير عن رأيه، أو لحساسية الموقف والخوف من النتائج السلبية المرتبطة بإعلان الراى والتصريح به أمام الجميع، أو لغياب وسائل التعبير الممكنة التي تحقق العمومية للراى وغيرها من الأسباب .
  5. القياس العلمى للراى العام: أى قابليته للقياس من خلال الاستقصاء والمسوح .
- ويقوم الراى العام على ثلاثة مكونات مترابطة يؤدي إحداها إلى الآخر، وهي :
- المكون المعرفى** ويضم كل المعلومات والمعارف ذات الصلة بالموضوع وأبعاده والبدائل المتاحة في الموقف، **والمكون الاتجاهى** الذي يعبر عن اتجاهات الجماعة، **والمكون السلوكى** الذي يعبر عن مهاراتهم في التعبير عن تلك المعارف والاتجاهات الجماعية.
- ### الجمهور:

قبل البدء في قياس الراى العام داخل أى نطاق يجب عمل دراسة استطلاعية لكي تحصل على نتائج

دقيقة، ويجب توافر بعض المعلومات قبل الذهاب إلى العمل الميدانى وهي :

قطاع تنمية الموارد البشرية – الادارة العامة للمسار الوظيفى

1. نوعىة الجمهور من حيث (قروى / حضرى) .
  2. نوعىة الأنشطة المنفذة بالمكان (مصىف – أسواق – مجازر – صناعات – حرف – ... إلخ) .
  3. المحطة التى تعتمد عليها المنطقة فى مىاه الشرب أو الصرف الصفى.
  4. حجم المنطقة من حيث العدد (نطاق الخدمة).
- وغيرها من المعلومات التى تساعد على تحدىء الجمهور بشكل دقق لققاس النتائج بدقة مثل (الحالة المادىة
- التعلىم – طبقىة البىئة المحىطة ... إلخ) .

**خطوات بحوث الراى :**

عند إجراء بحوث للراى العام يجب اتباع بعض الخطوات وهى :

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 الصحى بنطاق منطقة شرق

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

البحث (يمكن أن تتضمن العينة العملاء الذين سبق وقدموا شكاوي مثلاً إلى الخط الساخن).

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

5. تجهيز البيانات (تحديد الاستمارات الغير مكتملة واستبعادها وترتيب الاستمارات السليمة وتفرغها على

البرامج الحاسوبية المتاحة مثل الإكسل 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 متسق تحتمل 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 مثلاً ارتفاع نسبة شكاوي الصرف الصحى بالمنطقة مرتبط بوجود محلات لبيع الدواجن أو

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

إلى الضغط على شبكات المياه وخاصة أوقات الذروة وهكذا... .  
قطاع تنغية الموارد البشرية- الإدارة العامة للمسار الوظيفي

**مشكلات قياس الرأى العام:**

1. نقص المعلومات كما وكيفاً ( توفير المعلومات للأفراد ) .

**مثل :** البيانات اللازمة عن عدد السكان أو انتاجية المحطات أو مصادر الخدمة وما شابه

2. النقص الواضح فى الموارد المالية.

3. كثرة المشكلات المنهجية التى تواجه قياس الرأى العام وفى مقدمتها التشكيك فى أهمية قياس الرأى العام

وانخفاض الوعى بأهمية الاستطلاعات.

4. عدم إلقاء الجمهور ببيانات صحيحة.

5. صعوبة تطبيق اختبارات الصدق لعدم وجود محكات خارجية للقياس.

6. قلة أو ندرة الباحثين المؤهلين المدربين الأمناء لجمع البيانات .

**العوامل الأساسية لنجاح بحوث العلاقات العامة:**

1. الدقة فى تصميم أداة القياس (الاستمارة) .

2. حسن اختيار العينة.

3. الدقة فى العمل الميدانى لبحوث الرأى العام .

4. الدقة فى تفرغ البيانات وجدولتها وتحليلها وتفسيرها .

**العينات واستخداماتها فى بحوث الرأى العام**

البحوث الشاملة هى البحوث التى تجرى على كل وحدات المجتمع، كما يحدث فى التعدادات العامة، وعلى

الرغم من أنها تتميز بتمثيل كافة فئات المجتمع وبالتالي تجنب أخطاء التعميم إلا أنه يصعب فى شركاتنا

إجراءها لأنها كثيرة التكاليف، وتحتاج وقت طويل وإمكانيات هائلة، وقد تؤدي إلى ملل المبحوثين ، وقد يحدث

ارتفاع لاحتمالات الخطأ .



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

وبحوث العينات هي البحوث التي تتناول بالدراسة بعضاً يمثل الكل يختار بطريقة علمية، وتجرى على عينة من المجتمع بشرط أن تكون ممثلة له للحصول على نتائج دقيقة يمكن تعميمها، والعينة هي ذلك الجزء من المجتمع الذي تجرى عليه الدراسة لتكون معبرة عن المجتمع الأصلي وفئاته.

**مميزات البحث عن طريق العينة مقارنة بالحصص الشامل في بحوث الراى 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 المأخوذة 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 تعميمها 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 وتقسّم 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 ووزنها 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 منظمة 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 مؤثرات متغيرة .

<b>بعض المصطلحات المستخدمة فى بحوث العينات عند قياس الراى العام</b>
– <b>المجتمع:</b> هو جميع الوحدات التى يرغب الباحث فى دراستها .
– <b>وحدات المعاينة:</b> الوحدات التى يقسم المجتمع على أساسها بغرض اختيار العينة.
– <b>الإطار:</b> هو قائمة أو خريطة أو أى وسيلة أخرى تحتوى على جميع وحدات المعاينة للمجتمع موضع الدراسة.

### شروط الإطار الجيد لعينات بحوث الراى العام:

1. الكفاية : أن يتضمن إطار العينة كافة الفئات
2. الكمال : هى الحصول على كل المفردات .
3. الدقة : عرض المصادر وتصنيفها طبقاً للمعايير المختلفة.

### أخطاء العينات فى بحوث الراى العام:

#### 1. أخطاء المعاينة:

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

- صغر حجم العينة .
- عدم مراعاة احتمالات عدم الاستجابة .
- عدم مراعاة تباين المجتمع .

#### 2. أخطاء التحيز:

أهم الأسباب التى تؤدى إلى أخطاء التحيز هى :

- عدم صلاحية إطار العينة .
- تحيز الباحث نفسه فى اختيار الحالات التى تروقه .
- فشلة فى الحصول على نسبة ملحوظة من الإجابات.
- عدم استخدامه الطرق الصحيحة فى حساب التقديرات .

#### 3. أخطاء فى صياغة الأسئلة:

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

### حجم العينة:

اختيار حجم العينة يخضع للعديد من العوامل منها نوع البحث وعدد المتغيرات ونوع العينة، وحجم المجتمع ودرجة تجانسها ، ووفقاً لمعادلات إحصائية عديدة ، وتسهيلاً للأمر، وبخاصة أن شركاتنا تحدد حجم العينة فى البحوث المطلوبة وفقاً لعدد العملاء والانتساع الجغرافى وغيره من العوامل .

### تمر عملية اختيار العينة بعدة خطوات يمكن توضيحها على النحو التالى:

1. تحديد مجتمع الدراسة بشكل واضح ودقيق من حيث التسمية والسمات والخصائص التي تميز أفرادها 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 متسلسلة 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 الدخيلة.

أن الزيادة في حجم العينة يمكن أن يوفر تمثيلاً أعلى لخصائص المجتمع وبالتالي تعميماً 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 التطبيقية.
- 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 والرقابة عالي ومبرر من الباحث.
- وفقاً لأسلوب البحث المستخدم: الدراسات المسحية تحتاج إلى أكبر عدد ممكن من أفراد المجتمع لتمثيله، 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 المتوخاة مهمة، وبالتالي بحاجة إلى عدد أكثر لأفراد العينة الممثلة لتعطي الثقة اللازمة لتعميم النتائج.
- وفقاً لنوع العينة ففي 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

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 فى ضوء تجانس أو عدم تجانس المجتمع وذلك على النحو التالى :

- 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.

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

أنواع قياسات الراى :

يوجد عدة أنواع لقياسات الراى وهى :

1. استطلاع الراى العام :



ىعتبر أول أنواع مسوح الراى العام وىهدف إلى التعرف السرىع والفورى على الراى العام حىال قضية أو قضايا معينة.

مثل : استطلاع راى للعاملین عن إجازة يوم السبت وازیادة ساعات العمل الیومی

## 2. قیاس اتجاهات الراى العام:

ىستهدف التعرف على الآراء والدوافع الكامنة ورائها وىتمیز بالبطء النسبى فى إنجازہ وىستخدم أسالیب متقدمة فى التحلیل الإحصائى.

مثل : مدى رضاه العاملین عن زیادة تسعیرة المیاه والأسباب

### 3. بحوث الراى العام :

تستهدف توفير ذخيرة حية من المعلومات تفيد فى التخطيط الإعلامى وقد تكون بحوثاً نظرية مثل: البحوث التى تتناول بالدراسة مقومات الراى العام فى دولة ما أو ميدانية مثل: تحليل دوافع مروجى 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 الراى .

مثل : الأبحاث التى تقوم بها بعض المنح مثل البنك الدولى

#### أنواع أدوات جمع البيانات:

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

الأول هو البحوث الكمية التى تعتمد على جمع بيانات كمية ويعبر عنها بالأرقام والإحصاءات وغيرها وهو

يبحث عن الأسباب والحقائق من منظور رقمى 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 فى تحليل بياناته على الإحصاء بالدرجة الأولى للوصول إلى نتائجه.

الثانى هو البحوث الكيفية الذى يهدف إلى جمع معلومات تفيد البحث الذى يتم إجراءه . يعتمد البحث الكيفى

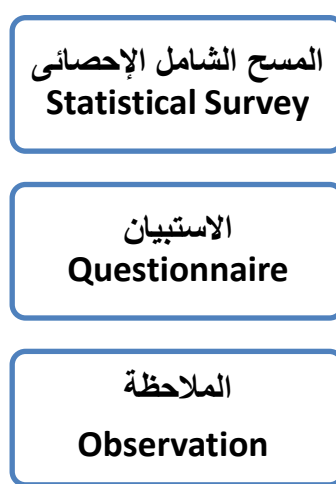
على دراسة وقراءة البيانات والأحداث بأسلوب غير كمى، حيث لا يتم تحويل البيانات إلى أرقام كما فى حالة البحث الكمى، وإنما يتم الحصول على النتائج من واقع ملاحظة وتحليل الأحداث والمواقف والصور والوثائق والاتصالات اللفظية وغير اللفظية. ويعتمد على تحليل مضمون ومحتوى البيانات المجمعة وأيضاً على قدرة الباحث فى استنتاج نتائجه.

#### أدوات جمع البيانات

### أدوات جمع البىانات الكىفية



### أدوات جمع البىانات الكمية



### أدوات القياس ببحوث الراى

أداة القياس هى الاستمارة أو الصكىفة التى تحتوى على الأسئلة المحددة لىجبى المبحوثىن عليها لاستخلاص النتائج والوقوف على الآراء، وىتم الحصول على الإجابات بطرق مختلفة وفقاً لاعتبارات عديدة مثل الوقت والتكلفة ونوع البىانات المطلوبة .

والأسئلة التى تحتوى عليها الاستمارة تنقسم إلى عدة أنواع وهى :

### أنواع الأسئلة من حىث الشكل:

- **الأسئلة المغلقة:** وهى الأسئلة التى تدرج معها إجابات محددة ، وتتمىز بأنه يمكن تفريغها وتحليلها بأقل جهد وتكلفة، وتمكن الباحث من التأكد أن الإجابات لن تخرج عن الإطار الجمعى، إلا أنها تفرض توجيهاً معيناً على إجابات المبحوثىن من ناحية، وقد لا ىجد المبحوث إجابته بىن الاحتمالات المطروحة من ناحية أخرى .

مثال :

ما هو ضغط المىاه ( ضعيف – متوسط – شدىد )

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

○ الأسئلة المفتوحة: وهى الأسئلة التى تسمح بإجابة حرة من المبحوث، وتتميز الأسئلة المفتوحة بإتاحة الفرصة أما المبحوث للتعبير عن آرائه بينما يعيها صعوبة تجهيز بياناتها وارتفاع تكلفتها من حيث الوقت والجهد والمال.

مثال:

ما هى مقترحاتكم لتحسين الخدمة ؟

خطوات استخدام أدوات القياس :

- (1) إعداد استمارة الاستقصاء فى صورتها الأولية .
- (2) مراجعة الاستمارة منهجياً وعلمياً من حيث تغطيتها لأهداف البحث .
- (3) الاختبار القبلى حيث يجرى الاختبار القبلى للاستمارة على عينة صغيرة ممثلة للعينة الأصلية للوقوف على صلاحيتها للعمل البحثى، وتلافي أى مشكلات تتعلق بعدم وضوح المقصود من الأسئلة؟
- (4) إعداد استمارة الاستقصاء فى صورتها النهائية .

ويفيد الاختبار القبلى فى تحقيق ما يلى :
- التعرف على مدى وضوح الأسئلة .
- التعرف على مدى قياس السؤال للعنصر المطلوب قياسه .
- التعرف على الأسئلة التى قد تسبب حرجاً للمبحوث أو يحاول التهرب من الإجابة عليها.
- التعرف على مشكلة العمل الميدانى .
- التعرف على مدى الاستجابة .
- التعرف على الزمن الذى يستغرقه مل الصحيفة الواحدة .

### قواعد صياغة أسئلة أدوات القياس فى بحوث الراى 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 فى الأسئلة بالأسهل فى الإجابة ثم الأصعب والتي تحتاج إبداء الراى من المبحوث
- مراعاة المستوى اللغوي للمبحوث
- الاكتفاء بفكرة واحدة فى السؤال .
- تفادي استخدام الكلمات والجمل الغامضة .
- تفادي الأسئلة الإيحائية .
- تفادي الأسئلة التخمينية والمخرجة .
- تجنب الأسئلة التى تحتوي على الموضوعات الشخصية .
- مراعاة المنطق فى 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 فى عدم ذكر رأيه فى بعض الأسئلة تجنباً لدفعه إلى الكذب أو التحريف أو التخمين.
- وفيما يلي شرح لأبرز أدوات القياس المستخدمة بشركائنا وكيفية الاعتماد عليها فى بحوث العلاقات العامة .

## المسح الشامل

المسح الشامل :

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

### خطواته:

- تحديد أهداف المسح.
- تشكيل فريق المسح، واللجنة المشرفة على أعماله.
- تعيين 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) اللازمة 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.

قد لا يفهم المستجوب بعض الأسئلة، أو يغفل بعض الأسئلة، وقد يجيب عنها بتسرع. قطاع تنمية الموارد البشرية - الإدارة العامة للمسار الوظيفي

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



## الاستقصاء/ الاستطلاع

استطلاع الراى كما نسميه أو الاستقصاء أو الاستبيان كلها تدرج تحت فئة واحدة عبارة عن استمارة بها مجموعة من الأسئلة لقياس شىء معين .

مثل استمارة الاستطلاع الشهري التي تجريها إدارات التوعية لقياس مدى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة من الشركة.

**الاستبيان:** هو مجموعة من الأسئلة التي تغطى مجالاً واحداً أو عدة مجالات، وتقيس متغيراً وحيداً، وتتبع الأسئلة بفئات استجابة، وفئات تدرج الاستجابة قد تكون ثنائية أو ثلاثية 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 ومباشرة تهدف إلى التعرف على ملامح خبرات المفحوصين واتجاهاتهم نحو موضوع معين ومن خلال توجيه أسئلة قريبة من التقنين 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:

– 1 ، 2 ، 3 ، 4 ، .....

– نعم ، لا

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

– موافق ، متردد ، أعارض

– أوافق بشدة ، أوافق ، متردد ، أعارض ، أعارض بشدة

### مميزات صحيفة الاستقصاء :

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

- تمكن من الحصول على بيانات من عدد كبير من الأفراد
- توفر ظروف التقنين أكثر من أى وسيلة أخرى .
- الحصول على بيانات قد يصعب الحصول عليها بوسائل أخرى
- توفر وقتاً للمبحوث للإجابة على الأسئلة .

### وتتمثل أهم عيوب هذا النوع في:

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

### طرق إجراء الاستقصاء:

1. فردى
2. جماعى
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 يملأ المبحوث بياناتها بنفسه.

## الملاحظة

**الملاحظة ..** 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 وتتم 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 حسيّاً .

7. على الملاحظ التفرغ أثناء عملية الملاحظة وألا يكون لديه أثنائها أي شاغل آخر سوى اتخاذ الحيطة

تجاه أخطاء الملاحظة التي قد تحول دون إدراك الظاهرة .

8. أن يتلقى الملاحظ تدريباً جيداً على عملية الملاحظة لتنمية قدراته ومهارته (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 والىكم .

### عيوب الملاحظة:

1. صعوبة التنبؤ مقدماً بوقوع حادث معين .
2. تحتاج لوقت طويل من ناحية ومكلفة من ناحية أخرى .
3. لا تفيد الملاحظة في التوصل إلى بيانات عن المعتقدات والدوافع والقيم والعقائد والآمال والطموحات المستقبلية .
4. يصعب تمثيل العينة التي يجرى عليها الملاحظة للمجتمع كله وبالتالي لا يمكن تعميم نتائجها.
5. يصعب تطبيقها على عينات كبيرة من الجماهير فهي تفيد أكثر في دراسة الأفراد أو المجموعات الصغيرة.
6. تحيز الباحث في التسجيل حيث أنه يندر أن تخلو 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 كأى عضو، وعليه ألا يفصح عن شخصيته حتى لا يلجأ المبحوثون إلى تضليله أو إخفاء مشاعرهم .

- **الملاحظة بغير المشاركة:** فهى الملاحظة التى تتم دون أن يشترك الباحث بأى صور من الصور فى أى نوع من أنواع النشاط اليومي للمجتمع المبحوث، ولهذا الأسلوب ميزة تتمثل فى تمكين الباحث من أن يلاحظ السلوك كما يحدث فعلاً فى الواقع وبصورة طبيعية .

## 2. الملاحظة المقننة:

تختلف عن الملاحظة المبسطة في خضوعها ( للضبط العلمي) وينسحب الضبط على عملية الملاحظة ككل بحيث يشمل كل الأطراف المشاركة فيها ، أي توضع عدة محاور محددة في جدول ويلتزم الباحث بتغطيتها بكافة جوانبها.

### المقابلة الفردية

المقابلة هي أداة لقياس الرأى 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 موضع الدراسة، وتختلف عن الاستبيان في وجود طرف ثالث يتدخل في العلاقة بين مخطط الاستمارة والحالة، ويقوم بتسجيل كافة الانفعالات والإشارات للمبحوث.

### خطوات إجراء المقابلة هي:

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

### وتقوم المقابلة على بعض القواعد وهي :

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

- عدم مقاطعة المبحوث
- عدم إخبار المبحوث بما قاله الآخرون حتى لا يتأثر بهم
- ضرورة تسهيل الإجابات والبيانات دون أن يلتفت المبحوث لذلك
- يفضل مقابلة الشخصيات الثانوية أولاً ثم الرئيسية
- إبراز هويتك للمبحوث والتأكيد على سرية البيانات وأنها لن تلحق به أى ضرر
- تحلى 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 والآراء 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 وتستهلك زمناً أطول.
- تتطلب عدداً أكبر من جامعي البيانات، وتدريباً أدق وإعداداً 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، واختيار الشخص والمكان والوقت المناسب لها.

**آلية تنفيذ المقابلة:**

- يجب قبل المقابلة الاتفاق مع الملاحظ وتحديد مهمة كل فرد وتحديد الإشارات بينكما، وأثناء 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 فى المقابلة.

### إجراء المقابلة:

- التحية والتعريف
- شرح الهدف من المقابلة.
- شرح أسباب وكيفية اختيار الفرد الذى تتم معه.
- تأكيد السرية.
- تطبيق مهارات التواصل الفعال.
- تسجيل البيانات على الاستمارة الخاصة بالمقابلة.

**إنهاء المقابلة:**

- شكر المتحدث على تعاونه .
- التأكيد على أهمية دوره فى 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 ملاحظتك مع أعضاء الفريق وقم بتعديل أسئلة المقابلة وفقاً لنتيجة النقاش.
- حاول أن تسجل الموضوعات أو الكلمات التى يعاد تكرارها فى دفتر ويمكنك تسجيل المقابلة كتابياً أو أن توكل هذه المهمة إلى شخص آخر.

**كيف تفرغ ( تنسخ ) المقابلة كتابياً ؟ Transcribe**

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

- تذكر أن تكتب ملاحظاتك فى شكل كلمة أو عبارة قصيرة تشرح فيها الفكرة الرئيسية لفقرة ما، وتجنب كتابة جمل تامة مفصلة.
- أثناء تسجيل المقابلة، تذكر أن تضع سطرًا تحت الاقتباسات الهامة أو المثيرة، و أن ترسم دائرة حول الكلمات أو العبارات التى يعاد تكرارها.
- دائماً تذكر أن تضع سطرًا 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 هى أن تترك سطرًا فارغاً بين كل سؤال و الإجابة عليه.
- تذكر ألا تستخدم جانبي الصفحة فى تسجيل المقابلة، أترك الجانب الخلفى فارغ.
- استخدم الحروف الأولى للإشارة إلى المشارك و المبحوث وسجلها فى الهامش فى مكان مناسب . وبهذه الطريقة، يمكن الحفاظ على سرية البيانات.
- تذكر أن تترك مسافة أعلى ورقة تسجيل المقابلة لوصف السياق الاجتماعي ولا تنس أن تكتب التاريخ و الوقت ومكان المقابلة ووظيفة الشخص الذى تمت مقابلته لأهداف التحليل.
- أثناء إجراء المقابلة، قد يصدر بعض الضجيج أو المقاطعات أو يكون الصوت غير واضح . يمكنك فى هذه الحالة أن تستخدم رموز للإشارة إلى كل هذه الأشياء وشرحها للشخص الذى يدون المقابلة أو محلل البيانات.

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



## المقابلة الجماعية (المجموعة البورية)

### ما هي المقابلات الجماعية أو المجموعات البورية؟

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

### متى تستخدم المجموعات البورية؟

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

### آلية إدارة مناقشات المجموعات البورية:

التوقيت من الأفضل أن تستغرق المناقشات 90 دقيقة حتى لا تكون هناك حاجة لأخذ راحات. مناقشات المجموعة البورية هى مناقشات ميسرة بين من 6 إلى 12 مشاركاً يتم اختيارهم بعناية من خلفيات متشابهة أو من ذوى الاهتمامات المشتركة. تتيح مناقشة المجموعة البورية 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 مسئولاً عن تسجيل الملاحظات عن كل ما يقال.

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

### نصائح لتيسير مناقشات مجموعات بؤرية :

- حاول تشجيع المجموعة كلها على المشاركة - فى كثير من المجموعات تتواجد بعض الشخصيات المهيمنة وأخرى خجولة جداً- لذا فدور الميسر هو ضمان إيجاد بيئة مطمئنة تتيح الفرصة للأفراد الأكثر هدوءاً وتشعرهم بالثقة للتحدث.
- انصت لما يقوله الناس لا تفترض أنك تعرف/ تفهم رسالتهم، وفى حالة عدم التأكد، اطلب معلومات أكثر حتى تتأكد أنك تفهم ما يقال وأيضا لماذا يقال. وإذا أدلى 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 التى تناسب غالبية المشاركين.
- لا تحكم على الآراء وحاول أن تكون حيادياً قدر المستطاع.

### الشخصية والمقابلات البؤرية النقاش مجموعات بين والشبه الاختلاف جدول أوجه

الوسيلة	المقابلات الشخصية المتعمقة	المجموعات البؤرية
الشبه	<ul style="list-style-type: none"> <li>• تحتاج إلى مهارات</li> <li>• استمارة مقابلات</li> <li>• الحديث بهدف</li> <li>• مركزة ذات توجه بحثى.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• تحتاج الى مهارات</li> <li>• دليل مقابلات</li> <li>• الحديث بهدف</li> <li>• مركزة ذات توجه بحثى.</li> </ul>
الاختلاف	<ul style="list-style-type: none"> <li>• شخصى.</li> <li>• لا توجد ديناميات للمجموعة</li> <li>• أقل فعالية.</li> <li>• لا يحتاج إلى أعداد كبير.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• مجموعة</li> <li>• توجد ديناميات للمجموعة</li> <li>• أكثر فاعلية</li> <li>• يحتاج إلى أعداد أكبر</li> </ul>

## فعالية قياس الراى العام :

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

– أهمية الربط بين نتائج قياس الراى العام والمضمون الإعلامى الموجه للمواطنين عبر وسائل الإعلام أو أشكال الاتصال الشخصى.

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

– ضرورة دعم وحدات قياس الراى العام بالإمكانات المادية والتكنولوجية التى تساعد على سرعة القيام بعمليات جمع البيانات وتبويبها وتحليلها واستخلاص نتائج متنوعة منها مع القدرة على اختزان المعلومات واسترجاعها وربطها بالمعلومات الأخرى المتاحة عن موضوعات مرتبطة أو متشابهة .

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

– التدريب المنظم للقوى البشرية من المتخصصين فى مجال دراسات وقياسات الراى العام .

## مرحلة تفريغ البيانات وإعداد تقرير قياسات الراى

بعد الانتهاء من تجميع بيانات قياس الراى من خلال الأدوات المختلفة نقوم بتفريغ بيانات الاستمارة التى تم الحصول عليها لكي يتم استخراج نتائج الاستطلاع وتقوم تلك العملية على تجميع الإجابات المتشابهة للحصول على تكرار ونسب كل اختيار وبالتالي الوقوف على النتائج التى 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 رضاء العملاء عن حالة المياه بمنطقة معينة تم تطبيق عدد 5 استمارة، فالمطلوب معرفة كم فرد راضى وكم فرد غير راضى عن كل بند ومستوى الرضا العام ولحساب ذلك نقوم بما يلى :

يتم تكويد خيارات الإجابات عن الأسئلة الثلاثة وتفريرها فى ملف إكسيل كما يلى :

لا = 1، نعم = 2

ضعيف = 1 ، جيد = 2

لا = 1 ، متوسطة = 2 ، عالية = 3

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

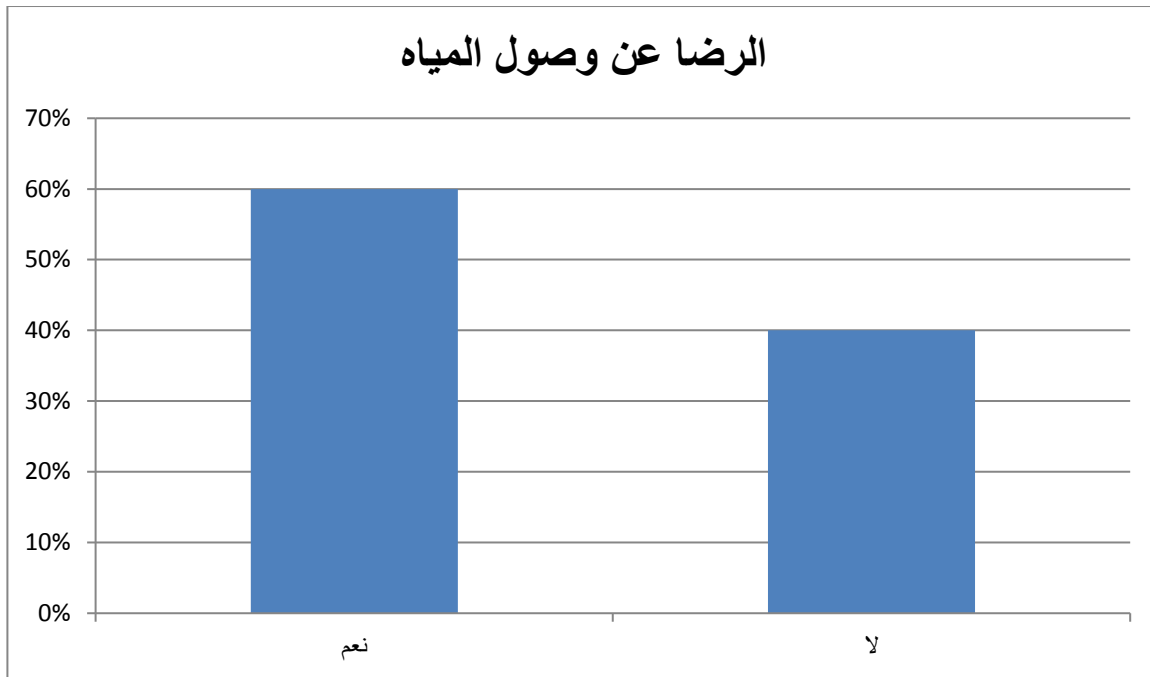
رقم الاستمارة	الاسم	وصول المياه	الضغط	الجودة
1	أحمد	1	1	2
2	عابد	2	2	3
3	ليلى	2	1	2
4	ماجد	2	1	2
5	نوح	1	2	1

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 لتتضح النتائج .

أولاً : وصول المياه:

لا	نعم	
2	3	التكرار
%40	%60	النسبة

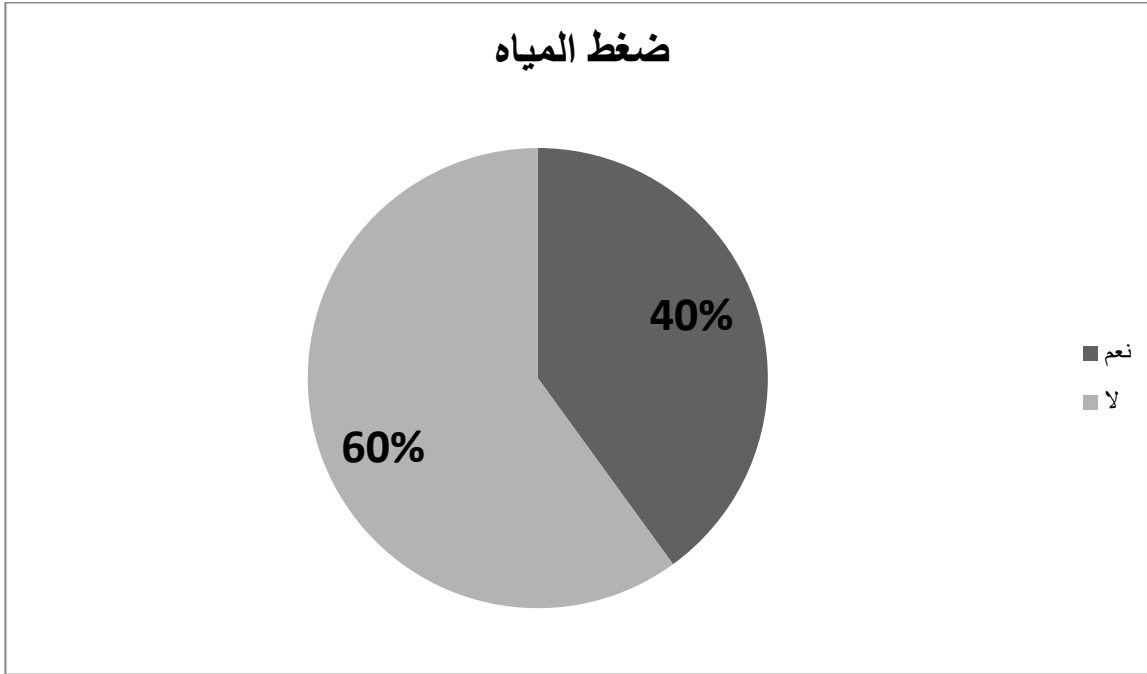
وهذا يعني ارتفاع نسبة الرضا عن وصول المياه



ثانياً : ضغط المياه:

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

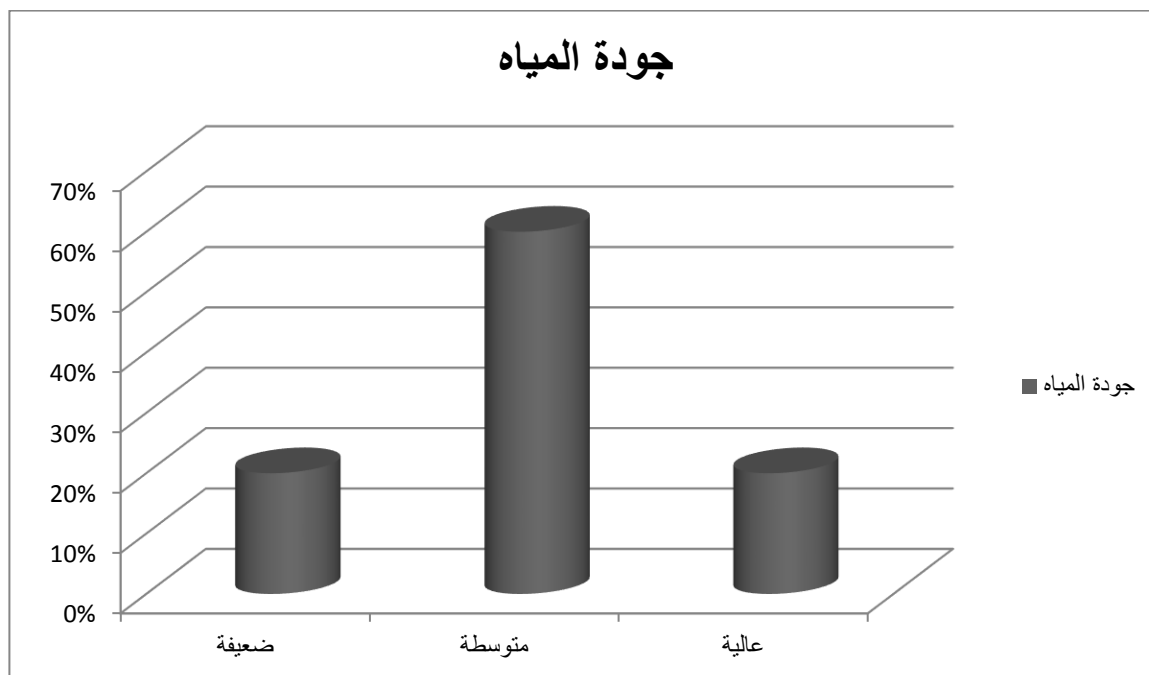
وهذا يعني انخفاض نسبة الرضا عن ضغط المياه



ثالثاً : جودة المياه:

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

وهذا يعني ارتفاع نسبة الرضا عن جودة المياه.



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

المادة من إعداد وتجميع ..

د/ نيفين منصور سefان – شركة مياه الشرب والصرف الصحى بالدقهلية

للاقتراحات والشكاوى قم بمسح الصورة (QR)

