



معرفی مندرجات و مباحث اثر

این کتاب دارای ۱۱ فصل اصلی است که تقریباً در انتهای هر فصل بخشی به نام خلاصه‌ی فصل و قسمتی به نام یادداشت‌ها ارائه شده است.

خلاصه‌ی فصل شامل مطالب و موارد مورد بحث در آن فصل است؛ یعنی بحث نظری و یادداشت‌ها دربرگیرنده‌ی پیشنهادهای عملی و یا علت به‌کارگیری یک روش خاص در آن فصل است، یعنی بحث عملی.

فصل اول: کلیات پیمایش‌های سازمانی

این فصل شامل سه عنوان اصلی است:

- ۱- کاربردهای پیمایش در سازمان
- ۲- عواملی که قبل از آغاز فرآیند پیمایش باید مورد توجه و بررسی قرار گیرد.
- ۳- آماده کردن: مسائلی که قبل از انجام پیمایش باید بررسی شوند.

بخش یادداشت‌ها

محور بحث در فصل یک این‌گونه است که پیمایش و تاریخچه‌ی پیمایش سازمانی از چه زمانی است. سپس سه فایده‌ی مهم پیمایش را به تفصیل توضیح می‌دهد.

تحقیق پیمایشی راهنمای عملی

نویسندگان: جک‌ئی. ادواردز - ماری‌دی. تامس - پل رُزن فلد.

استفانی بوث. کیولی

مترجم: دکتر سید محمد اعرابی و داوود ایزدی

ناشر: دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ۱۹۸ صفحه

مرضیه طبرستان

- مراقب پرسش‌های حساسیت برانگیز باشید.
در انتهای فصل هم خلاصه و یادداشت‌ها آمده است.
با مطالعه‌ی این فصل و پایبند بودن به قواعد آن به گروه پیمایش این امکان را می‌دهد که به راحتی مفید و مؤثر بودن یا نبودن پرسش‌های طراحی شده را مشخص کند.

فصل چهارم: خلق پیمایش

بخش دوم: گزینه‌های پاسخ، ترتیب و تعداد سؤالات و جهت‌گیری‌های پاسخ

محتوای فصل چهارم تکمیل‌کننده‌ی بحث فصل قبل است و هدف از آن این است، تا اعضاء گروه پیمایش که مرتباً پرسش‌های پیمایش را می‌نویسند، بسیاری از قواعد و مقررات ذکر شده در این دو فصل را به شکل عادی و خودکار در کارهای خود استفاده کنند و کم‌کم برای تشخیص پرسش‌های نامناسب به حس ششم دست پیدا کنند.

فصل چهارم دارای چهار عنوان اصلی است.

۱- پاسخ‌های مطلوب که زیر مجموعه‌ی آن شامل:

- شکل پاسخ چند گزینه‌ای

- پاسخ‌های بلی - خیر و درست - غلط

- مقیاس درجه‌بندی لیکرت

- مقیاس ترستون

- مقیاس تمایزات معنایی

۲- تورش پاسخ‌ها که شامل:

- ترتیب قرار گرفتن پاسخ‌ها

- تورش بلی گفتن یا نه گفتن - تصدیق

- پاسخ عامه پسند

۳- چند پرسش یا مطلب؟ که این مورد بستگی دارد به در نظر گرفتن:

- هدف از انجام پیمایش چیست

- سازمان چقدر هزینه مایل است بپردازد

- چه کسی پرسشنامه را تکمیل خواهد کرد

- آیا باید پرسش‌ها به صورت باز باشند یا بسته

- روش اجرایی پیمایش چیست

- سرعت ارائه‌ی داده‌های پیمایش

- آیا خستگی عامل مهمی است

- اندازه‌ی پیمایش

۴- مرتب کردن پرسش‌ها یا همه‌ی آن‌ها را کنار هم گذاشتن

- یک کاسه و جمع کردن پرسش‌ها برای یک بعد واحد

- پراکنده و جدا کردن آن‌ها

- آثار ترتیب پرسش‌ها

در این بخش متذکر می‌شود که قبل از پیمایش باید به بودجه‌ی سازمان، میزان کافی نیروی کارشناس و چند مورد دیگر توجه داشت. سپس ادامه می‌دهد، برای آماده کردن پیمایش، ویژگی گروه چگونه باشد، انتخاب مسئول گروه و استفاده از افراد داخل سازمان و مهم‌تر از همه تدوین اهداف پیمایش است.

فصل دوم: محتوای پیمایش

این فصل یک بخش اصلی دارد با عنوان: روش‌های تعیین محتوای پیمایش. سپس به این روش‌ها اشاره می‌شود و حتی تجربیات عملی در آن‌ها ذکر می‌گردد.

۱- مصاحبه‌های توسعه‌ای و گروه‌های کانونی

۲- پیمایش‌های قبلی سازمان

۳- معیارها و شاخص‌های منتشر شده

۴- منابع بایگانی

۵- نظریه‌ها و یافته‌های علمی

۶- دیگر منابع

بعد از این، عنوانی ذکر می‌گردد با نام خلق پیمایش که آن را در دو فصل سوم و چهارم ارائه می‌کند.

فصل سوم به تهیه‌ی پرسش‌های پیمایش و موارد زیر مجموعه‌ی آن می‌پردازد.

و فصل چهارم به گزینه‌های پاسخ، ترکیب و تعداد سؤالات و جهت‌گیری پاسخ‌ها توجه دارد.

فصل سوم: خلق پیمایش، بخش اول، تهیه پرسش‌های پیمایش

این فصل سه بخش اصلی دارد.

۱- شکل پرسش‌ها که ابتدا پرسش‌های باز و بسته را توضیح می‌دهد و سپس به این موضوع می‌پردازد که در پیمایش بهتر است از کدام نوع پرسش استفاده شود.

۲- انواع پرسش، در این بخش به پرسش‌های جمعیتی، عینی و پرسش‌های نگرشی پرداخته می‌شود.

۳- تدوین پرسش‌های مناسب که در این بخش پاره‌ای قواعد عملی برای طراحی پرسش‌ها ذکر می‌گردد از جمله:

- آنچه می‌خواهید بدانید برسید - پرسش‌های ساده و کوتاه طراحی کنید.

- در هر پرسش، تنها از یک موضوع سؤال کنید.

- از طرح پرسش‌های مبهم یا پیچیده خودداری کنید.

- استفاده از زبان مناسب - پرسش باید مشخص و دقیق باشد.

- به کار بردن نفی مضاعف: نه! - از طرح پرسش‌های جهت‌دار

پرهیز کنید.

- چند توصیه‌ی کاربردی

فصل پنجم: انتخاب پاسخ‌دهندگان به پیمایش

هدف از این فصل، کمک به خواننده است تا بتواند پاسخ‌دهندگان به طرح پیمایش را انتخاب کند، که لازمه‌ی این کار، شناسایی جامعه‌ی پیمایش است.

بعد از این، گروه پیمایش بهتر می‌تواند تصمیم بگیرد که اطلاعات را از جامعه‌ی پیمایش جمع‌آوری کند یا از نمونه؟

به همین ترتیب نوع نمونه‌گیری و اندازه‌ی نمونه مشخص می‌شود.

فصل پنجم دارای چهار عنوان اصلی است.

۱- تعیین جامعه‌ی هدف: آیا باید داده‌های مورد نیاز را از همه‌ی جامعه جمع‌آوری کرد یا فقط از جامعه‌ی نمونه‌ی پیمایش.

۲- نمونه‌گیری تصادفی یا احتمالی

- نمونه‌گیری تصادفی ساده

- نمونه‌گیری لایه‌ای

۳- نمونه‌گیری غیر تصادفی یا غیر احتمالی

- نمونه‌گیری راحت

- نمونه‌گیری سهمیه‌ای

۴- خطای نمونه‌گیری و اندازه‌ی نمونه

- خطای نمونه‌گیری

- اندازه‌ی نمونه

فصل ششم: روش‌های اجرای پیمایش سازمانی

نکته‌ی مهم این است که برای انجام یک پیمایش، روش ایده‌آل وجود ندارد، بلکه همه چیز بستگی به شرایط پیمایش دارد.

این فصل شامل دو بخش اصلی است.

۱- پیمایش‌های فردی و گروهی

۲- روش‌های اجرای پیمایش

- پیمایش‌های کاغذی

- پیمایش‌های رایانه‌ای

- پیمایش از طریق مصاحبه رودرو

- پیمایش‌های مصاحبه‌ای تلفنی

فصل هفتم: آماده‌سازی زمینه‌ی اجرای پیمایش

در این فصل می‌رسیم به بخش آغازین پیمایش که برای جلوگیری از ناکام ماندن فرآیند پیمایش، توصیه شده با معرفی طرح و بیان دستورالعمل‌ها، انگیزه‌ی پاسخ‌دهندگان بی‌میل را برای کامل کردن طرح بالا ببریم و با انجام یک پیش‌آزمون، پیمایش اصلی را اصلاح کنیم و در نهایت نظر سازمان مبنی بر تأیید پیمایش و روش اجرای

آن را جلب کنند.

- فصل هفتم دارای سه بخش اصلی است.

۱- برقرار ارتباط با پاسخ‌دهندگان

- معرفی پیمایش

- دستورالعمل‌های پیمایش

- پیش‌آموزن پیمایش

۲- بدست آوردن مجوز سازمانی

- مدیران ارشد

- اتحادیه‌ها

- هیأت‌های کنترل و نظارت سازمانی

۳- آماده‌سازی، گردآوری و توزیع بسته‌ی پیمایش

- آماده کردن محتوای بسته پیمایش

- توزیع پیمایش از طریق پست

فصل هشتم: نظارت بر فرآیند پیمایش و بیشینه‌سازی نرخ پاسخ

فصل هشتم به این موضوع می‌پردازد که تنها در صورتی تمام تلاش‌ها و زمان و مخارج صرف شده در پیمایش به ثمر خواهد نشست که پاسخ‌دهندگان در انجام پیمایش مشارکت فعال داشته باشند. حال باید گروه پیمایش بر بازگرداندن شدن پاسخنامه‌ها دقت و نظارت داشته باشند و میزان بی‌پاسخ‌ها را کاهش دهند.

این فصل سه بخش اصلی دارد.

۱- نظارت و کنترل نرخ پاسخ‌ها

- محاسبه‌ی نرخ پاسخ - نرخ پاسخ قابل قبول

۲- تورش عدم پاسخ

و راه مقابله با تورش عدم پاسخ

۳- روش‌هایی برای بیشینه‌سازی نرخ‌های پاسخ

- آماده‌سازی - آن‌قدر پیگیری کنید تا نتیجه بگیرید.

- اگر کسانی نمی‌خواهند پاسخ دهند، آن‌ها را تشویق به پاسخ دادن کنید.

- معنادار کردن پیمایش - روش طرح کلی (TDM)

- پیشنهاد‌های کاربردی برای افزایش نرخ‌های پاسخ

فصل نهم: پردازش داده‌ها

این فصل حد فاصل بین مرحله‌ی اجرا و مرحله‌ی تجزیه و تحلیل داده‌هاست.

در این قسمت، عملیات رمزگذاری، طبقه‌بندی پاسخ‌های ارائه شده به پرسش‌های باز و همچنین تصمیم‌گیری درباره‌ی داده‌های از دست رفته انجام می‌گیرد.

فصل نهم دارای پنج بخش اصلی است.



- دیگر رویدادهای تجزیه و تحلیل داده‌ها
- وزن دادن بعد از طبقه‌بندی
- ۳- تفسیر نتایج: یافته‌های پیمایش چه پیامی برای سازمان دارند؟
- مقایسه یافته‌ها با دیگر یافته‌های همان پیمایش
- استفاده از هنجارها: مقایسه یافته‌های پیمایش با دیگر استانداردها

فصل یازدهم: ارائه یافته‌های پیمایش
انجام مرحله‌ی پایانی پیمایش یعنی ارائه یافته‌ها تحت تأثیر سه عامل زیر است.

- ۱- هدف از انجام پیمایش
 - ۲- حساسیت نتایج
 - ۳- مشتریان خواهان اطلاعات پیمایش
- فصل یازدهم شامل چهار بخش اصلی است.
- ۱- ارائه‌ی کتبی و شفاهی فرآیند پیمایش
 - ۲- سازماندهی نحوه‌ی ارائه
 - معرفی: چرا پیمایش انجام شد.
 - روش: چه کار انجام شده است و با کمک چه کسی
 - نتایج: پیمایش چه چیزی را آشکار ساخت
 - جمع‌بندی و پیشنهادات: قدم‌های بعدی چه هستند.
 - ۳- سایر ابزارها
 - لوازم کمکی دیداری
 - تمرین کردن
 - پاسخ به پرسش‌ها
 - روش مقابله با خبرهای منفی
 - مقابله با یک مخاطب لجباز
 - ۴- جامه عمل پوشاندن نتایج پیمایش

و انتهای کتاب
واژه نامه فارسی - انگلیسی
واژه‌نامه انگلیسی - فارسی

- ۱- آماده شدن برای ثبت داده‌ها:
- نام گذاری و بر چسب زدن متغیرها - ارزش‌گذاری به پاسخ‌ها
- طراحی رمز مخصوص برای پرسش‌ها بی‌جواب
- ۲- وارد کردن داده‌ها
- سازماندهی فایل داده‌ها
- ثبت داده‌ها برای پیمایش‌ها رایانه‌ای و قابل اسکن
- ثبت دستی داده‌ها
- ۳- پاکسازی فایل داده‌ها (انواع آن)
- ۴- فقدان داده‌ها
- دلایل فقدان داده‌ها
- ارزیابی مشکل فقدان داده‌ها
- مقابله با فقدان داده‌ها
- ۵- طبقه‌بندی و رمزگذاری پاسخ‌های باز
- ایجاد طبقات
- رمزگذاری محتوا

فصل دهم: تجزیه و تحلیل داده‌ها و تفسیر نتایج

هیجان‌انگیزترین و دشوارترین مرحله‌ی پیمایش، مرحله‌ی تجزیه و تحلیل داده‌ها و تفسیر آن‌هاست که پیچیدگی تجزیه و تحلیل داده‌ها به این سه عامل بستگی دارد.

- الف- مشتریان پیمایش چه کسانی هستند.
 - ب- سطح دانش و آگاهی آماری آن‌ها چه میزان است.
 - ج- این مشتریان می‌خواهند، نتایج پیمایش چگونه ارائه شود.
- فصل دهم شامل سه بخش اصلی است.

- ۱- برنامه‌ریزی تجزیه و تحلیل داده‌ها
- ۲- تجزیه و تحلیل داده‌ها
- بررسی نمونه و توصیف داده‌ها
- توصیف پاسخ‌دهندگان
- فراوانی‌ها و درصدها
- میانها و انحرافات استاندارد
- تجزیه و تحلیل تفاوت‌های گروه فرعی