

استمارة تقييم الشهر العالمي للزهايمر #خلك_أقرب_يحسهم:

يتناول هذا الفصل نتائج الدراسة الميدانية بعد جمع البيانات عن طريق المسح الميداني لعينة من الجهات المشاركة في الحملة؛ وللتعرف على آرائهم حول استمارة تقييم الشهر العالمي للزهايمر #خلك_أقرب_يحسهم من وجهة نظر المبحوثين، وفيما يلي نتائج دراسة الميدانية:

أولاً: تقييم استمارة الحملة #خلك_أقرب_يحسهم:

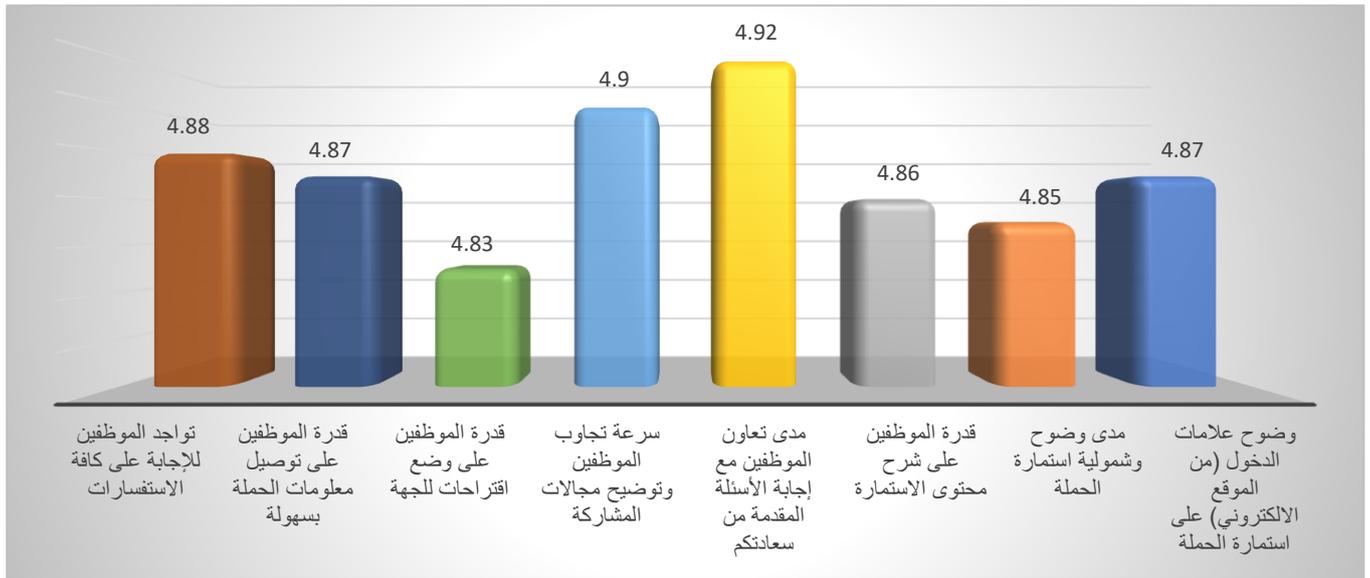
أشارت آراء افراد الدراسة حول استمارة الحملة (خلك أقرب يحسهم) تتمثل في مدى تعاون الموظفين مع إجابة الأسئلة المقدمة من سعادتكم بنسبة موافقة بلغت أكثر من (٩٧.٦٪)، تليها سرعة تجاوب الموظفين وتوضيح مجالات المشاركة بنسبة موافقة بلغت أكثر من (٩٧.٤٪). بينما جاءت قدرة الموظفين على وضع اقتراحات للجهة في المرتبة الأخيرة من حيث الموافقة بنسبة بلغت (٩٦٪) من وجهة نظر الجهات المشاركة في الحملة، والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول رقم (١) يبين رأي الجهات المشاركة في الحملة

م	العبارات	التكرار النسبة (%)	درجة الموافقة					المتوسط الانحراف المعياري	المرجح المتوسط	الاتجاه العام
			ضعيف	متوسط	جيد	جيد جدا	ممتاز			
١	وضوح علامات الدخول (من الموقع الالكتروني) على استمارة الحملة	تكرار	١٧٣	١٩	١	٣	٠	٤.٨٥	٩٧٪	ممتاز
		نسبة	٨٨.٣	٩.٧	٠.٥	١.٥	٠			
٢	مدى وضوح وشمولية استمارة الحملة	تكرار	١٦٧	٢٥	٣	٠	٤.٨٢	٩٦.٤٪	ممتاز	
		نسبة	٨٥.٢	١٢.٨	١.٥	٠				٠.٥
٣	قدرة الموظفين على شرح محتوى الاستمارة	تكرار	١٧٠	٢٠	٣	١	٤.٨١	٩٦.٢٪	ممتاز	
		نسبة	٨٦.٧	١٠.٢	١.٥	٠.٥				١
٤	مدى تعاون الموظفين مع إجابة الأسئلة المقدمة من سعادتكم	تكرار	١٧٤	٢١	١	٠	٤.٨٨	٩٧.٦٪	ممتاز	
		نسبة	٨٨.٨	١٠.٧	٠.٥	٠				٠
٥	سرعة تجاوب الموظفين وتوضيح مجالات المشاركة	تكرار	١٧٥	١٩	١	٠	٤.٨٧	٩٧.٤٪	ممتاز	
		نسبة	٨٩.٣	٩.٧	٠.٥	٠				٠.٥

ممتاز	%٩٦	.٤٩	٤.٨٠	٠	١	٥	٢٧	١٦٣	تكرار	قدرة الموظفين على وضع اقتراحات للجهة	٦
				٠	٠.٥	٢.٦	١٣.٨	٨٣.٢	نسبة		
ممتاز	%٩٦.٦	.٤٤	٤.٨٣	٠	٠	٥	٢٤	١٦٧	تكرار	قدرة الموظفين على توصيل معلومات الحملة بسهولة	٧
				٠	٠	٢.٦	١٢.٢	٨٥.٢	نسبة		
ممتاز	%٩٦.٦	.٤١	٤.٨٣	٠	٠	٣	٢٨	١٦٥	تكرار	تواجد الموظفين للإجابة على كافة الاستفسارات	٨
				٠	٠	١.٥	١٤.٣	٨٤.٢	نسبة		
			٤.٨٣	المتوسط العام للمحور							
			%٩٦.٧	المتوسط المرجح العام							
			.٤٦	الانحراف المعياري							

شكل رقم (١) يبين رأي الجهات المشاركة في الحملة



ثانياً: تقييم الحملة التوعوية #خلك_أقرب_يحسهم:

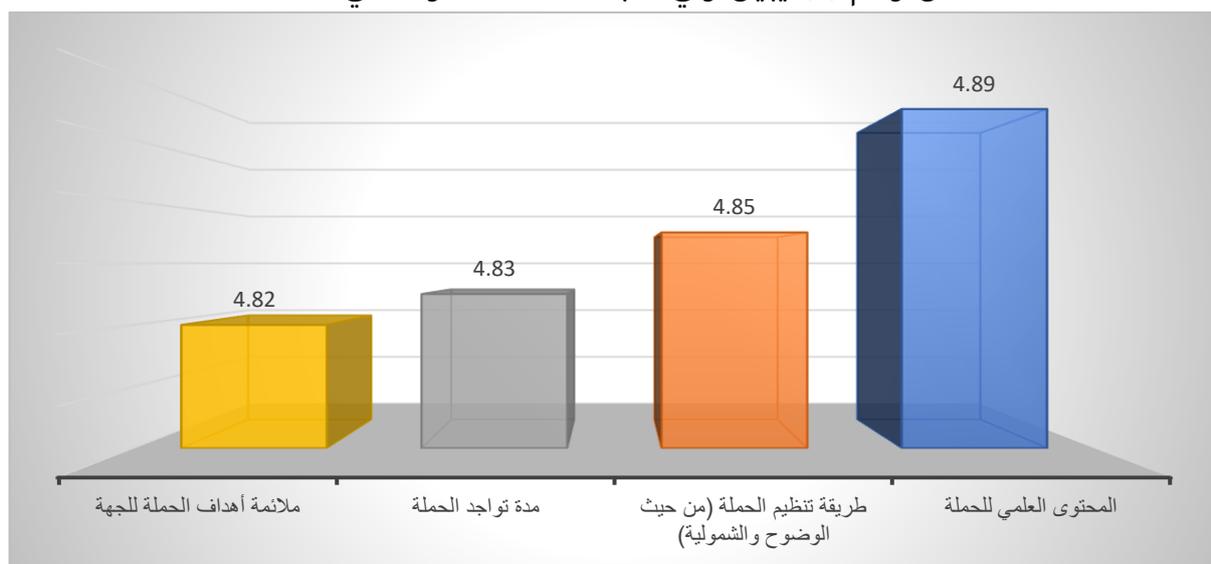
أشارت آراء افراد الدراسة حول تقييم الحملة التوعوية #خلك_أقرب_يحسهم تتمثل في المحتوى العلمي للحملة بنسبة موافقة بلغت أكثر من (٩٧.٨%)، تليها طريقة تنظيم الحملة (من حيث الوضوح والشمولية) بنسبة موافقة بلغت أكثر من (٩٧%).

بينما جاءت ملائمة أهداف الحملة للجهة في المرتبة الأخيرة من حيث الموافقة بنسبة بلغت (٩٦.٤%) من وجهة نظر الجهات المشاركة في الحملة، والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول رقم (٢) يبين رأي الجهات المشاركة في الحملة

الاتجاه العام	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					التكرار	العبارات	م
				ضعيف	متوسط	جيد	جيد جدا	ممتاز	النسبة (%)		
ممتاز	٩٧.٨%	٠.٤٢	٤.٨٩	١	١	٧	١٥	١٧٢	تكرار	المحتوى العلمي للحملة	١
				٠.٥	٠.٥	٣.٦	٧.٧	٨٧.٨	نسبة		
ممتاز	٩٧%	٠.٥٦	٤.٨٥	١	٠	٢	٢١	١٧٢	تكرار	طريقة تنظيم الحملة (من حيث الوضوح والشمولية)	٢
				٠.٥	٠	١	١٠.٧	٨٧.٨	نسبة		
ممتاز	٩٦.٦%	٠.٥٠	٤.٨٣	٠	٣	٢	٢٠	١٧١	تكرار	مدة تواجد الحملة	٣
				٠	١.٥	١	١٠.٢	٨٧.٢	نسبة		
ممتاز	٩٦.٤%	٠.٥٤	٤.٨٢	٢	٠	٢	٢٤	١٦٨	تكرار	ملائمة أهداف الحملة للجهة	٤
				١	٠	١	١٢.٢	٨٥.٧	نسبة		
٤.٨٤				المتوسط العام للمحور							
٩٦.٩%				المتوسط المرجح العام							
٠.٥٠				الانحراف المعياري							

شكل رقم (٢) يبين رأي الجهات المشاركة في الحملة



ثالثاً: تقييم الجو العام للحملة #خلك_أقرب_يحسهم:

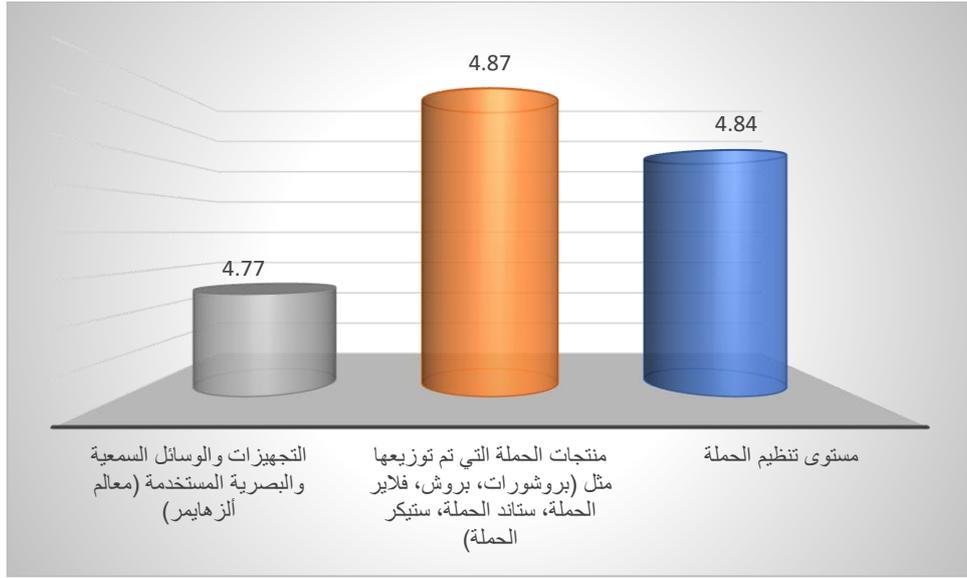
أشارت آراء أفراد الدراسة حول تقييم الجو العام للحملة #خلك_أقرب_يحسهم تتمثل في منتجات الحملة التي تم توزيعها مثل (بروشورات، بروش، فلاير الحملة، ستاند الحملة، ستيكر الحملة) بنسبة موافقة بلغت أكثر من (٩٧.٤%).

بينما جاءت التجهيزات والوسائل السمعية والبصرية المستخدمة (معالم ألزهايمر) في المرتبة الأخيرة من حيث الموافقة بنسبة بلغت (٩٥.٤%) من وجهة نظر الجهات المشاركة في الحملة، والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول رقم (٣) يبين رأي الجهات المشاركة في الحملة

م	العبارات	درجة الموافقة					التكرار		الاتجاه العام
		ضعيف	متوسط	جيد	جيد جدا	ممتاز	النسبة (%)	المرجح المتوسط	
١	مستوى تنظيم الحملة	٠	٠	٣	٢٥	١٦٨	تكرار	ممتاز	
		٠	٠	١.٥	١٢.٨	٨٥.٧	نسبة		
٢	منتجات الحملة التي تم توزيعها مثل (بروشورات، بروش، فلاير الحملة، ستاند الحملة، ستيكر الحملة)	١	١	١	١٤	١٧٩	تكرار	ممتاز	
		٠.٥	٠.٥	٠.٥	٧.١	٩١.٣	نسبة		
٣	التجهيزات والوسائل السمعية والبصرية المستخدمة (معالم ألزهايمر)	٢	١	٠	٣٤	١٥٩	تكرار	ممتاز	
		١	٠.٥	٠	١٧.٣	٨١.١	نسبة		
		المتوسط العام للمحور							٤.٨٢
		المتوسط المرجح العام							%٩٦.٥
		الانحراف المعياري							٠.٤٨

شكل رقم (٣) يبين رأي الجهات المشاركة في الحملة

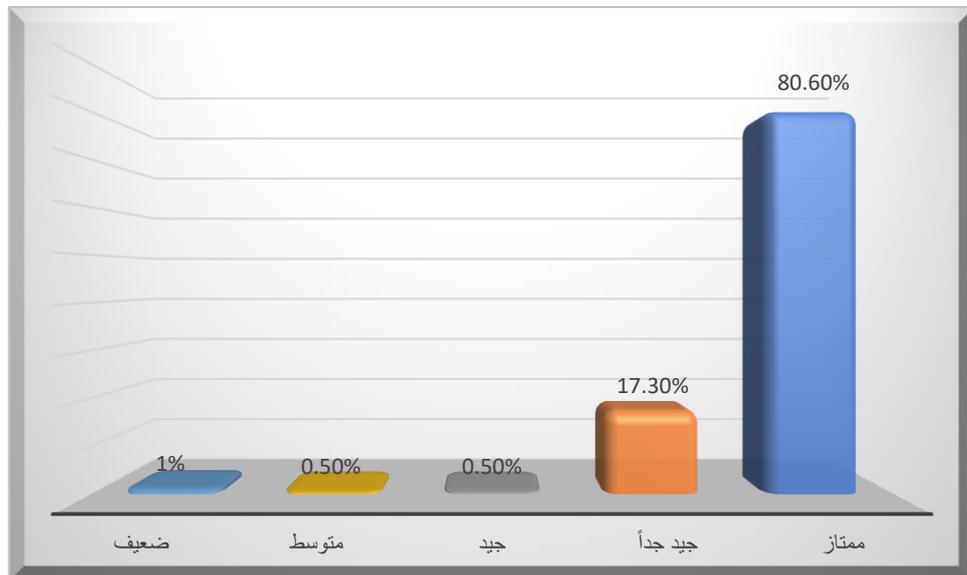


التقييم العام:

أوضحت النتائج أن (٨٠.٦%) من المشاركين في الحملة كان تقييمهم للحملة ممتاز، بينما (١٧.٣%) منهم كان تقييمهم للحملة جيد جداً، كما يلي:
جدول رقم (٤) يبين التقييم العام

النسبة (%)	التكرار	
٨٠.٦%	١٥٨	ممتاز
١٧.٣%	٣٤	جيد جداً
٠.٥%	١	جيد
٠.٥%	١	متوسط
١%	٢	ضعيف
١٠٠		المجموع

شكل رقم (٨) يبين التقييم العام



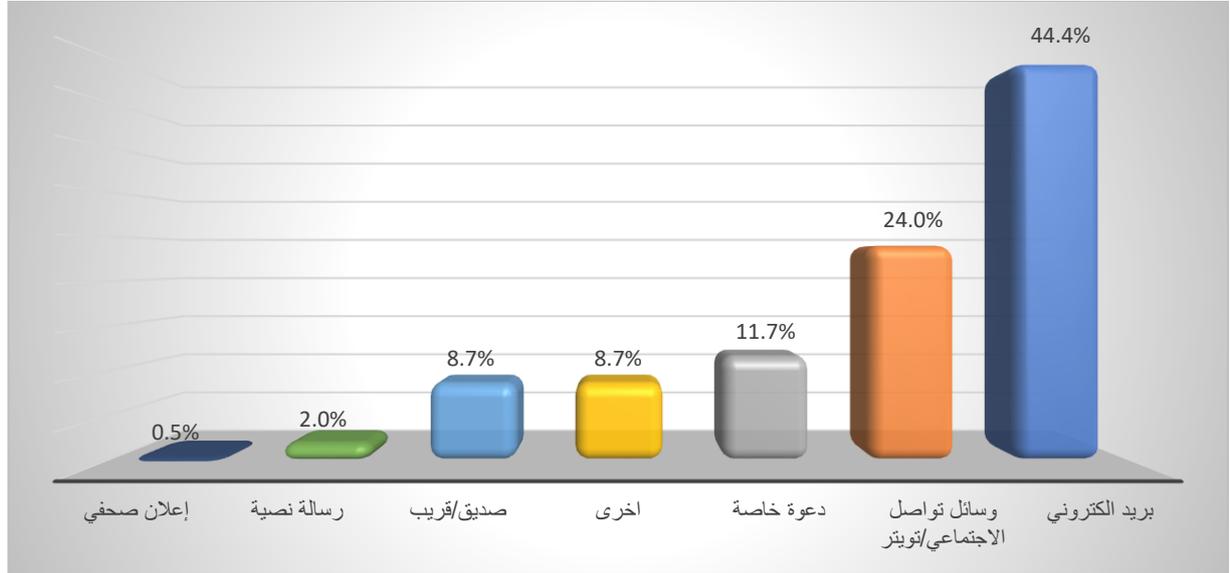
كيف سمعت عن الحملة:

أوضحت نتائج الدراسة أن (٤٤.٤%) كان قد سمعوا عن الحملة عن طريق البريد الإلكتروني، بينما (٢٤%) من المشاركين في الحملة كانوا قد سمعوا عن الحملة عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي/تويتر، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (٤) يبين طريقة السماع عن الحملة

النسبة%	التكرار	
0.5%	1	إعلان صحفي
8.7%	17	اخرى
44.4%	87	بريد إلكتروني
11.7%	23	دعوة خاصة
2.0%	4	رسالة نصية
8.7%	17	صديق/قريب
24.0%	47	وسائل تواصل الاجتماعي/تويتر

شكل رقم () يبين طريقة السماع عن الحملة



مقترحات وملاحظات عامة:

☒ سهولة التواصل مع جمعية الزهايمر بجدة- تكثيف الحملات الثقافية عن مرضى الزهايمر في المدارس-المولات-واماكن تواجد

الشباب- -استمرار ورش العمل والدورات السابقة المكثفة
لمقدمي- -تجمع الأسر والعوائل-والاحتفال مع مريض الزهايمر
ومقدمي الرعاية-في الإمكان العام

✕ حققت الجمعية السعودية الخيرية لمرض الزهايمر التميز في
التوعية بأمراض الخرف وتقديم الدعم اللازم للمرضى وذويهم في
كافة مناطق المملكة. عمل مثمر وبرامج مصممة وفق أفضل
الممارسات في العمل الخيري.

✕ اتمنى مشاركة مختصين من الجمعية معنا في الحملة

✕ الاستمرار في تكثيف الدورات والورش لطلاب في جميع المراحل
التعليمية بنين وبنات إعطاء مقدمي الرعاية دورات جديدة في كل
تحديث عن مرض الزهايمر توفير رعاية ورعي يتحمل كل المصروفات
المالية دعم الجمعية من رجال الاعمال

✕ الحملة هادفة وتسعى لمحتوى يفيد المجتمع ومانواكبة من ازمات
وكيفية حلها وهو ما يعانيه معظم المجتمع السعودي حول
الزهايمر وكيفية حلها والوقوف بجانبهم

✕ زيادة في الاعلانات لكي تصل الى جميع المناطق

✕ توسيع برامج الجمعية وإثرائها بالبرامج والنشاطات لنشر ثقافة
أوسع في المجتمع المحلي

✕ التركيز على تعزيز مفهوم الاكتشاف المبكر للمرض

✕ توفير مثقف صحي مع البوث للتوعية

✕ الاعلان و التسويق للحملة حتى يستفيد منها اكبر قدر ممكن من
العائلات و للتأكد من استفادة المصابين او من يراهم من الحملة