- PN-ADC-297 -

وزارة المياه والري

USAID

WEPIA

Water Efficiency and Public Information for Action

مشروع الكفاءة المائية والتوعية

AED

PN-ADC-297

مقارنة بين دراستي
خارج المحلات و الأومنيبوس

إعداد:
مشروع الكفاءة المائية والتوعية
أكاديمية التطوير التربوي

تقرير

حزيران ٢٠٠١

مقدمة

تقوم هذه الدراسة بوصف ومقارنة نتائج اثنتان من دراسات توفير المياه – دراسة خارج المحلات والأومنيبوس- والتي تم عملها في الأردن نيابة عن مشروع الكفاءة المائية والتوعية (WEPIA) .

تضمن "أسبوع المياه" في الأردن مجموعة كبيرة من النشاطات التي صُممت لخلق وعي عام للحاجة لتوفير المياه والطرق التي تؤدي لذلك. كما قامت WEPIA، بشكل مماثل، بعمل حملة دعائية عن قطع توفير المياه والتي ركزت على مناطق معينة من مدينة عمان.

لكي يتم حساب تأثير حملة ال WEPIA فقد قامت مؤسسة الدراسات التسويقية (MRO) بعمل دراستين منفصلتين:

- عن طريق الأومنيبوس، والتي هي عبارة عن مسح على مستوى وطني وتضمنت أسئلة لقياس الوعي والمعرفة بقطع توفير المياه.

- دراسة تمت خارج أربع مراكز تجارية كبيرة (إثنان من السيفوي ستورز في الجبيهة والشميساني والأهلية سيتي وهاي واي ستورز) وفي الجامعة الأردنية والنادي الأورثودوكسي في مدينة الفحيص، وهي المناطق التي ركزت عليها حملة ال WEPIA.

كان الهدف من هذه الدراسة هو تحديد وجود أي إختلاف في اراء العينة التي تركزت في مناطق حملة ال WEPIA ومناطق أخرى التي تعطت على مستوى وطني.

ملخص تنفيذي

تبين الدراسة أن عينة مقابلات المستهلكين التي تمت خارج المحلات في مناطق حملة ال WEPIA هي أكثر احتمالية أن يكون لديها وعي أكبر بتوفر المياه عن العينة الوطنية لكنها أقل معرفة بشرح طريقة عمل هذه القطع.

بالإضافة إلى ذلك فانه يبدو أن عينة خارج المحلات لا تملك معرفة مختلفة عن العينة الوطنية بخصوص مكان الحصول على موفر المياه. كما و لم تكن المعرفة بأسعار مثل هذه القطع أعلى بين عينة خارج المحلات، مع العلم أن هؤلاء الذين ادعوا أنهم يعرفون الأسعار في عينة المحلات اعتقدوا أن أسعارها أقل كلفة.

يبدو أن حملة ال WEPIA قد ساعدت في خلق وعي بتوفر المياه ولمدى محدود عن أسعارها المنخفضة. بالرغم من ذلك، لم تكن معرفة قوية بأماكن الحصول على مثل هذه الأدوات أو كيف تعمل.

1. طرق لتخفيض فاتورة المياه بدون صرف مبالغ من النقود

هناك اختلاف ملحوظ بين العينتين ألا وهو أن المستهلكين في منطقة حملة ال WEPIA (عينة خارج المحلات) يستعملون أسلوب التعميم "استعمال مياه أقل بطرق عديدة " أكثر من العينة الوطنية التي أعطت أجوبة أكثر تحديداً.

لقد كانت العينة الوطنية أكثر احتمالية وبشكل ملحوظ بأن تذكر "اعادة تدوير المياه أو حصاد المياه" كطرق لتخفيض فاتورة المياه وأكثر قليلاً من عينة المحلات بأن تذكر قطع توفير المياه أو أجهزة ترشيد الإستهلاك.

طرق لتخفيض فاتورة المياه بدون صرف مبالغ من النقود

القاعدة: جميع المستفتين

	دراسة خارج المحلات	دراسة أومنيبوس
القاعدة	(302)	(1000)
	%	%
استعمال مياه أقل بعدة طرق مختلفة	*65	43
اعادة تدوير المياه أو حصاد المياه	1	16
تركيب قطع توفير المياه	25	29
تركيب أجهزة ترشيد الاستهلاك	10	15

* اختلاف ملحوظ بدرجة 99%

مصدر التزويد

القاعدة: جميع الذين يعرفون المصدر

	دراسة خارج المحلات	دراسة أومنيبوس
القاعدة	(127)	(332)
	%	%
WEPIA	13	6
محلات مواد البناء	57	59
أسواق	-	8
بوتيكات	-	8
السيد أرسال	1	1
Grohe	6	4
شركة رامي	1	1
محلات الأدوات الصحية	12	2
مراكز التجارية الكبرى	1	7
غير ذلك	9	8

5. المعرفة بأسعار موفر المياه

لم يكن تقدير مستفتين عينة خارج المحلات معرفة أسعار موفر المياه أكثر من العينة الوطنية، حيث أن النصف في كل مجموعة لم يعرفوا أسعار موفر المياه.

من بين الذين ذكروا الأسعار، كانت عينة خارج المحلات تعتقد أكثر من العينة الوطنية بأنها تساوي أقل من ثلاث دنانير.

المعرفة بأسعار موفر المياه

القاعدة: جميع الذين يعرفون موفر المياه

	دراسة خارج المحلات	دراسة أومنيبوس
القاعدة	**(200)**	**(499)**
	%	%
1-2 دينار أردني	2	3
2-3 دينار أردني	*27	21
أكثر من 3 دنانير	19	25
لا يعرف	53	51

* اختلاف ملحوظ بدرجة 95%

6. بنية العينة

بالرغم من التشابه من ناحية الجنس، فقد كانت عينة خارج المحلات أصغر سنا من العينة الوطنية وأكثرها تعليماً وكانت منحازة نحو ذوي الدخل المتوسط.

بنية العينة

القاعدة: جميع المستفتين

	دراسة خارج المحلات	دراسة أومنيبوس
القاعدة	(302)	(1000)
	%	%
الجنس		
ذكر	56	52
أنثى	44	48
العمر		
24-18	35	28
34-25	22	27
44-35	20	17
54-45	18	14
55-	4	14
مستوى التعليم		
تعليم إعدادي	20	62
تعليم ثانوي	41	18
تعليم ما بعد الثانوي	25	15
جامعي أعلى	13	6
المستوى الاجتماعي		
AB	9	11
C1	28	17
C2	52	37
DE	11	35