Research Methodology

Nesar Ahmad Nekmal

بالى :

تاته

یادونه: ددی لیکنه هر ډول پرینټ او کافی منعه ده

بسم الله الرحمن الرحیم

ددی لپاره چی په څیړنه باندی پوه شو نو یو مثال په نظر کی نیسو: په افغانستان کی ولی خلک د بانکونو سره معاملات نه ترسره کوی؟

په افغانستان کی ټول 15 بانکونه شتون لری چی ددی له جملي څخه 14 سودی او یو بانک اسلامی بانک دی، ددغی څیړنی پایله ښودلی چی په افغانستان کی د ټول نفوس د (3-5%) پوری خلک د بانکونو سره معاملات ترسره کوی، او هغه کسان چی عمرونه یی د 18 کلونو څخه لوړ دی ددوی (15%) د بانکونو سره معاملات ترسره کوی،هغه عوامل چی خلک د بانکونو سره معاملات نه ترسره کوی دغه څیړنه په ګوته کړی چی عبارت دی له:

1) په بانکونو کی د سود موجودیت
2) د سوداګرویزو بانکونو د فعالیت د ساحه کموالی
3) د خلکو د بانکی سیستم سره د بلدتیا نشتون
4) په بانکونو باندی د باور نشتون

چی پورتنی مثال د څیړنی یو واضح مثال دی، په څیړنه کی زیاتره خلک د ولی ځواب پیدا کوی مثلاً ولی ځینی هیوادونه پرمختللی او ځینی پرمختیایی دی؟ نو د ولی ځواب د څیړنه په اساس باندی پیدا کیږی. مثلاً دا چی ولی ځینی هیوادونه پرمختللی او ځینی پرمختیایی دی نو لاندی عوامل څیړنو په ګوته کړی دی:

1) فساد: په پرمختللو هیوادونو کی د فساد کموالی او یا بیخی نشته او برعکس پرمختیایی هیوادونه بیا لوړ فساد لرونکی دی.
2) موقیعت: ځینی هیوادونه دیو خاص موقیعت له مخی پرمختللی دی او ځینی پرمختیایی دی.
3) په هیواد کی د اوسیدونکو فکر

څېړنه (Research):

د یو موضوع یا ځانګړې ستونزې لپاره په علمي او سیستماتیک ډول سره د سمو معلوماتو راټولولو، تحلیلولو، د نتیجه پیدا کولو، او د نتیجه تفسیرولو ته څېړنه وایي. یا په بل عبارت:

د یوې ځانګړې موضوع په هلکه په سیستماتیک شکل سره د معلوماتو راټولول تر څو رمونږ په علم او پوهه کې زیاتولې راولې، څېړنه بلل کیږي.

د یو بنه تحقیق ځانګړتیا داده چې په پای کې یو نوی نوښت لاسته راوړو.

د څېړنې اهداف (Research Objectives)

1) د یوې موضوع اړوند څېړنه کول (Filling a Knowledge Gap)

مثلاً، د ننګرهار پوهنتون د تدریس د میتود څخه د محصلینو رضایت، یا په بانکونو کې د نزولي مشارکت څخه څه دول استفاده کیږي. چې دا او دې ته ورته څېړنه اکثره په اداراتو کې استفاده کیږي.

2) د یوې ستونزې اړوند څېړنه کول (Problem Solving)

مثلاً، په افغانستان کې وزګارتیا کچه ولې لوړه ده؟ یا ولې ځینې کارمندان د کمپنې سره خپلې وظیفې پریږدي او نورو کمپنیو سره کار کوي؟

د (Research Method) او د (Research Methodology) ترمنځ توپیر:

Research Method: د څېړنې میتود ټولې هغه لارې، طریقې او تخنیکونه دي چې په څېړنه په ترسره کولو کې له مونږ سره مرسته کوي لکه، څنګه معلومات راټول کړو، څنګه یې تحلیل کړو، او څنګه یې نتیجه لاسته راوړو، د نمونې د ټاکلو میتود

Research Methodology: د یوې څېړنې لپاره چې له کومو میتودونو، تخنیکونو او کړنلارو څخه استفاده کیږي، د هغوی په هلکه د پوهې ترلاسه کولو ته د څېړنې میتودولوژي ویل کیږي. یا په بل عبارت، د څېړنې میتودولوژی هغه علم ته ویل کیږي چې مونږ ته د یوې علمي څېړنې د ترسره کولو اصول ښايي. یا په بل شکل، کولای شوو ووایو چې ټولې هغه لارو، طریقو او تخنیکونو باندې ځان پوهول دي چې په څېړنه کې ورڅخه استفاده کیږي.

د ښځینې لپاره د موضوع انتخاب یا ټاکل

د ښځینې د موضوع په انتخاب کې MET (Money, Energy, Time) باید په پام کې ونیول شي سربېره پر دې، د ښځینې د موضوع په انتخاب کې لاندې ځو مهمې نقطې هم شاملې دي:

1) د ښځونکي ذوق او علاقه

د ښځنه په ترسره کولو کې د ښځونکي ذوق مهم عامل دی، که ښځونکی په هغه برخه کې دې ورسره علاقه لرې ښځنه وکړي نو پرته له مشکلاتو به یې ښځنه ترسره کړې وي او که داسې ونشي نو د ښځنې په ترسره کولو کې به له زیاتو مشکلاتو سره مخ شي.

2) د ښځینې د موضوع په هلکه د ښځونکي معلومات

ښځونکی باید د ښځینې د ترسره کولو څخه مخکې څه ناڅه معلومات ولرې په دې برخه کې

3) په اړونده موضوع کې د ښځینې لپاره اړتیا

کومه برخه کې چې ښځنه ترسره کول غواړې هغه موضوع ته به په ټولنه کې ضرورت وي.

4) د ښځینې د خالیګاه شتون

کله چې یوه موضوع زمونږ د خوښې او علاقه وړ وي او په دې برخه کې کافي معلومات هم ولرو، نو وروسته په دې برخه کې د نورو خلکو ریسرچونه ګورو چې آیا هغه په دې برخه کې له دې څخه مخکې بل چا ریسرچ کړی دی اوکنه؟ او که یې کړې وي نو بیا باید په دې برخه کې رسیرچ ونشي. نو هغه د ښځینې خالیګاه ضروري کار دی چې په ښځنه کې باید ورته پام وشي او د موضوع لپاره د ښځینې خالیګاه ضروري ده چې پیدا شي، که د ښځینې خالیګاه شتون ونلرې نو په دې صورت کې بې ګټه دې ریسرچ او هسې د وخت ضایع څخه بل څه نه دی.

Factors Influencing Research Undertaking

کله چې څېړنه کوو نو لاندې نقطې پکې مهمې دي:

1) Time Constraints (وخت): آیا دغه ریسرچ چې په کومه موضوع کې کول غواړو کافي وخت ورته لرو او کنه.

2) Availability of Data: آیا مربوط معلومات په ټاکلې وخت کې راټولولی شو او کنه؟

3) Benefit vs Cost: باید د ریسرچ ګټه (ټولنې او ریسرچ کوونکې ته، ښیګڼې) او مصرف سره مقایسه شي او په نظر کې نیولو سره ریسرچ وشي.

Research Gap: په دوه ډوله دی:

1) Contextual Gap

هغه موضوع کې ریسرچ چې په نورو ساحو کې هم په هغه کې ریسرچ شوی وی او د هغه ساحې یا هیواد جوړښت ددی ساحې یا هیواد سره فرق ولری نو دلته Conceptual Gap شتون لری. په دی کې د سیمې جوړښت یا د یو هیواد د خلکو د ژوند سطحه، سیاسی جوړښت، کلتوری جوړښت، ټولنیز جوړښت، اقتصادی حالت او داسی نور د یو هیواد د بل هیواد سره پرتله کیږی، نو که کاملاً فرق ولری بیا دلته Conceptual Gap شتون لری. لکه د وزګارتیا په برخه کی ریسرچ چې په هر هیواد کی فرق لری او په نورو هیوادونو کی هم پکی ریسرچونه شوی دی او علتونه یی هم پیدا شوی دی خو د سیمی حالات یا د یو هیواد حالات د بل هیواد د حالاتو سره فرق لری.

2) Conceptual Gap

دا ډول ریسرچ کی یوه نوی تیوری او یو نوی Concept رامنځته کیږی، چې کیدای شی پخوا بیخی نه وی او دغه ډول ریسرچ پخوا په یوه موضوع کی بیخی نه وی شوی لکه دکرونا تاثیرات په کاروبار باندی او یا یی د مخنیوی حل لاری، او داسی نور، نو دغه ډول ریسرچ بیا یو څه مشکل دی، په کومه ستونزه کی چې ته ریسرچ کوی کیدای شی چې دغه ډول حالات په بل ځای کی بیخی پیدا شوی نه وی.

د څېړنې ځانګړتياوې

1) د ځانګړې موخې لرونکې:

ريسرچ بايد د يو ځانګړې موخې درلودونکې وي، که هغه په ستونزه او يا هم په علمي موضوع کې ريسرچ کول، نو نتيجه او موخه يې بايد معلومه، او ډيره واضحه وي، لکه، په افغانستان کې ښځينه ولې کاروبار نه کوي؟ نو دلته ستونزه معلومه ده چې د ښځينه کاروباريانو په وړاندې ستونزه ده، يا مثلاً، په يوه اداره کې کارمندان ولې کار پريږدي او بل ځای ته ترې ځي؟ نو دلته ستونزه او هدف مشخص دی چې په دې اداره کې د کامندانو په وړاندې ستونزه په اړه ريسرچ کول دی.

2) دقت والي:

د موضوع د معلوماتو په ټولولو کې بايد له ډير دقت څخه کار واخيستل شي، مثلاً، په ننګرهار ولايت کې د سوداګريزو بانکونو څخه مشتريان ددوی د خدماتو څخه خوښ دي او کنه؟ نو اوس که ددې لپاره يو شخص معلومات راټولوي او ځينې فکتورونه په نظر کې نيسي او وايي چې مثلاً د بانکونو د مشتريانو ستونزو ته په وخت لاسرسی کولای شي او کنه؟ دوی هغه سترکچر د علاقې وړ دی او کنه؟ د مشتريانو سره ددوی برخورد ښه دی او کنه؟ او داسې نور نو اوس که دغه معلومات دوی د بانک د کارمندانو نه راټولوي، نو دلته به معلومات دقيق نه وي ځکه چې څېړنه اصل کې په مشتريانو باندې تمرکز کوي. نو په دې هدف بايد دقت اصل په نظر کې ونيول شي، يا مثلاً دننګرهار پوهنتون محصلين د پوهنتون د تدريس د ميتودونو نه خوښ دي او کنه؟ او س دلته چې کوم نمونه د محصلينو په نظر کې نيول کيږي هغه کې دقت په کار دی، نو ځکه وايو چې د معلوماتو په راټولولو او تحليل که په کيفي ډول وي او که په کمي ډول وي په هر قسم چې وي په هماغه قسم يې تحليل کول، او د لاسته راوړلو په طريقو کې له پوره دقت څخه کار بايد واخيستل شي. د لومړي لاس معلومات کولای شو چې په لاندې طريقو باندې لاسته راوړو:

١) مرکې (لکه په افغانستان کې د بانکونو نه پرمختګ) د بانکونو د کارمندانو سره مرکه کول

٢) پوښتنليک

٣) مشاهده (څه روان دي او څه کيږي) نو نظر ريسرچ ته په کتو بايد پريکړه وشي.

3) د پایلو اعتبار او ورته والی (Reliability)

که په عین موضوع کی څو کرته ریسرچ وشی او له عین میتودونو څخه استفاده وشی او نتیجه یی یوه شی نو دی ته (Reliability) وایی. که پایلی یی یو شی رانشی نو:

- د معلوماتو په سمه توګه نه ورکول
- وخت تاثیرات (سهار، غرمه، او ماښام)
- ریسرچ کوونکی خپله نتیجه بدلوی

4) د معلوماتو او پایلو سموالی (Validity)

که د یوی موضوع مربوط صحیح معلومات راټول کړی نو دی ته ریسرچ ته (Validity) وایی.

5) عینی والی (Objectivity)

د ریسرچ د فرضیو او نتیجه تر منځ باید عینی والی موجود وی، مثلاً، که زمونږ ریسرچ په افغانستان کی کاروبارونه ولی ولی د اسلامی تمویل له مرابحه څخه کار نه اخلی، نو ددی لپاره مونږ یوه فرضیه په نظر کی نیولی ده چی (پوهاوی ډیر مهم دی د مرابحه په استعمال کی) خو په نتیجه کی معلومه شوه چی (پوهاوی مهم نه دی ځکه زیات خلک شته چی له پوهاوی سربیره پر پوهاوی بیا هم مرابحه نه استعمالوی)، نو دلته باید د ریسرچ په نتیجه اکتفا وشی نه په فرضیه باندی.

6) عمومی والی (Generalization)

ښه ریسرچ هغه دی چی پکی معلومات عمومی راټول شی او عمومی نتایج پری مرتب شی، او که معلومات د یوی اداری څخه وی نو نتیجه یی هم یوی اداری ته متوجه کیدای شی، یعنی عمومی نه وی مثلاٌ، نوی دولتی اداری کی د رهبریت کوم شکل غوره کړی تر څو غوره نتایج ترلاسه شی؟ نو ددی لپاره که معلومات د یوی اداری څخه راټول کړل شی (علمی اداری) نو نتایج یی هم یوی اداری ته متوجه کیږی او که په دی کی د ټولو اداراتو څخه معلومات راټول کړل شی نو د هغی نتایج هم عمومی وی.یا مثلاً، په ټولنه کی ولی ځینی خلک یو کار کوی او ځینی یی هماغه کار نه کوی؟ نو ددغه ریسرچ نتیجه ښودلی وه چی دلته لومړی ذهنیت مهم دی (منفی او مثبت) او دوهم ټولنیز فکټور دی چی خلک تری متاثره کیږی لکه ځینی خلک په ټولنه کی د چا له خبرو څخه متاثره شی او هغه کار نه کړی. دا د ریسرچ نتیجه

ښودلی وو، نو ددی ریسرچ نتیجه عمومی ده ځکه چی معلومات یی هم عمومی راټول شوی دی.

7) د څیړنی اعتبار (Credibility)

ښه څیړنه د څیړنی په اعتبار پوری اړه لری او دغه اعتبار ورته لومړی هغه کس چی څیړنه کوی هغه ته کتل کیږی چی څوک دی (متعلم، محصل، استاد) او د هغی معلومات مسلک او تجربه ته کتل کیږی او بل یی ماخذونو ته کتل کیږی چی ده په ریسرچ کی له کومو ماخذونو څخه استفاده کړی ده نو د هغی ماخذونه څومره د اعتبار وړ دی په نړیواله کچه باندی.

(1399-07-21)

د یوې څېړنیزه لیکنه عمده برخې

1) پیژندنه

1. د موضوع شالید
2. د څېړنې ستونزه
3. د څېړنې پوښتنې
4. د څېړنې هدف
5. د څېړنې اهمیت

2) تیرو لیکنو ته کتنه

1. د څېړنې د موضوع اړوند د تیرو څېړنو او لیکنو ذکر کول
2. د څېړنې خالیګاه
3. د څېړنې چوکاټ
4. د فرضیو جوړول
5. د څېړنې د موضوع تعریف، ډولونه، ځانګړتیاوې او نور

3) د څېړنې میتودولوژی

1. د څېړنې ډیزاین
2. د نمونه اخیستلو ډیزاین
3. د معلوماتو راټولول
4. د پوښتنلیک ډیزاین
5. د متحولینو اندازه ګیری
6. د معلوماتو د تحلیل تخنیک

4) د معلوماتو تحلیل او پایلې

1. د ځواب ورکونې اندازه
2. د ځواب ورکوونکو په هلکه معلومات
3. د معلوماتو تحلیل
4. پایلې

5) مناقشه او نتیجه ګیری

1. د پایلو تشریح کول
2. د تیرو څېړنو د پایلو سره د خپلې څېړنې د پایلو مقایسه کول
3. Theoretical Contribution
4. Practical Implication
5. د څېړنې محدودیتونه
6. نتیجه ګیری

لومړۍ برخه: پېژندنه

1) د موضوع شالید (Background of the study)

د موضوع د تاریخي پس منظر ته کتل او په اړه یې لیکنه کول، چې ورته د پیل خبرې او یا سریزه هم ویل کیږي،مثلاً ، په افغانستان کې وزګارتیا اغیزه او حل لارې، نو لومړی په ددې په سریزه کې د وزګارتیا لنډه پیژندنه ضروري ده وروسته په نړیواله کچه وزګارتیا ته کتل کیږي او په همدې شان په افغانستان کې وزګارتیا ته کتل کیږي، او وروسته هغه عوامل چې د هغې له امله په تیرو کلونو کې وزګارتیا رامنځته شوې ده هغې ته کتل کیږي او لیکل کیږي.

2) څیړنیزه ستونزه (Problem Statement)

په کومه موضوع کې چې ریسرچ کیږي، د هغې هدف بیانول دي یعنې په کومه موضوع کې چې ته ریسرچ کوې د هغې هدف څه دی، او دهغې لپاره دلایل ذکر کول ضروري دي، او د هغې لپاره ثبوت وړاندې کول ضرور کار دی، که څیړنه په علمي موضوع او یا په کومه ستونزه کې کیږي نو د هغې لپاره هغه اصلي هدف چې څیړنه ولې ته کوې دا لیکل کیږي. لکه یوه علمي موضوع کې که مونږ غواړو چې څیړنه وکړو نو ددې لپاره دا په دې برخه ددې یادول ضروري دي چې په دې موضوع کې کافي معلومات نشتوالی دی، یا مخکې په دې کې لیکنه چا نده کړې نو ددې خلا د ډکولو لپاره دغه څیړنه کیږي.

3) د څیړنې پوښتنې (Research Question)

په دې برخه کې هغه هدف چې غواړې د ریسرچ په پایله کې لاسته راوړې هغه په سوالیه بڼه لیکل کیږي، د څیړنې د هدف سره یې فرق دادی چې په دې کې هدف سوالیه بڼه ته واړوه نو دایې خپله ریسرچ پوښتنه ده. یو سوال بل یې ځواب دی. دغه دواړه باید مطابقت ولري هسې نه چې یو یو شی وي او بل بل شی وي. لکه، هدف د یوې څیړنې دادی چې (د بانکونو د مشتریانو د رضایت پیژندل) نو ددې څیړنې پوښتنه (آیا د بانکونو د خدماتو څخه مشتریان راضي دي او کنه؟)

4) د څېړنې هدف (Research Objective)

د ریسرچ هدف دادای چې د ریسرچ په پایله کې څه ترلاسه کول غواړې، چې کیدای شی د ریسرچ هدف یو وی او یا له یو څخه زیات وی. چې همدغه هدف په لنډه، ساده او واضح بیان شی.او په پایله کې یې باید دا هدف لاسته راوړی وی، یعنی هلته یې باید ددی هدف جواب لاسته راوړی وی.

5) د څېړنې اهمیت (Significant of the Study)

په دی برخه کې د څېړنې ګټه لیکل کیږی او چاته یې ګټه رسیږی، لکه څېړنه یوه سازمان ته متوجه دی نو ګټه یې هم هغه ته رسیږی.

(1399-07-26)

دوهمه برخه: تیرو لیکنو ته کتنه

1) د څېړنې د موضوع اړوند د تیرو څېړنو او لیکنو ته کتنه

یو مثال په نظر کې نیسو (په افغانستان کې ډیری خلک ولې په فیسبوک باندی معتاد شوی دی) نو په کومه موضوع کې چې څېړنه ترسره کوی په هغه کې تیرو لیکنو ته یوه کتنه باید وشي، او دا چې پخوا په دی موضوع کې چا لیکنې کړی دی او کنه؟ نو په شکل د اشکالو باندی ددی څخه یادونه کول، تیری لیکنې په لاندی ډول لاسته راوړل کیږی، یا هغه منابع یی دادی:

a) د پوهنتون د مربوطه ځانګه څخه په دی اړه تیری څیړنې لاسته راوړل

b) د کتابپلورنځی څخه مربوطه کتابونه، او مجلو څخه یی لاسته راوړل

c) (Google Scholar) څخه لاسته راوړل چې نن سبا چې ډیره استفاده ورڅخه کیږی

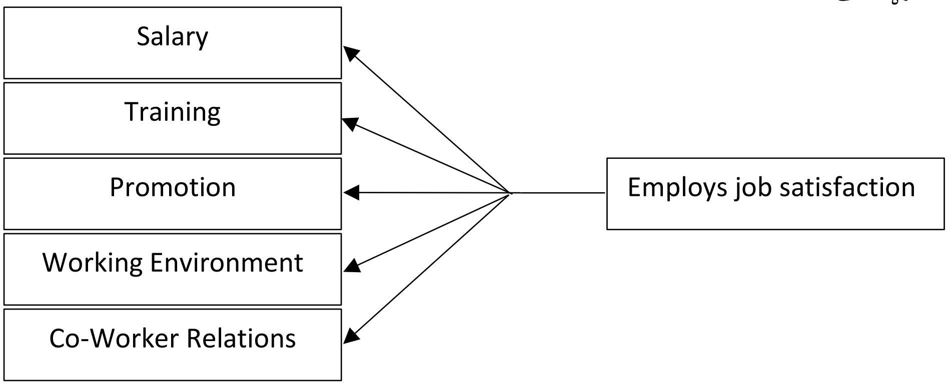
د هری مقالی (Abstract) باید د څیړنې د ژبې سره په انګلیسی ژبه هم ولیکل شی، د نورو لوستونکو د آسانتیا په خاطر باندی، او مقالی چې د تیرو لیکنو لپاره یی لاسته راوړو نو هغه به اعتباری وی، او دغه تیره لیکنه هم د مقالی د (Abstract) څخه لاسته راوړل کیږی، یعنی دغه مقاله چا، په کوم ځای کی په کومه موضوع، کی لیکلی ده او نتیجه یی څه لاسته راوړی ده، ددی خلاصه په خپله ژبه په لنډو څو جملو کی په خپل ریسرچ کی لیکل، لکه (احمد په 2019 کال کی په ترکیه کی په «عنوان» کی ریسچ کړی او ددی ریسرچ پایله ښیی چې «...»)

2) د څیړنې خالیګاه

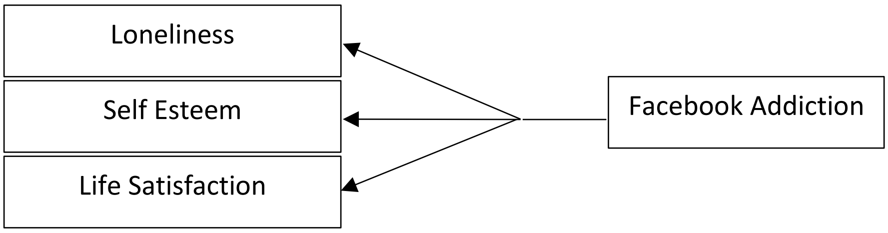
پدی برخه کی د تیرو لیکنو تر لیکلو وروسته دا خبره واضح کول پکار دی چې،(د تیرو لیکنو، پورتنیو لیکنو څخه معلومیږی چې په دی موضوع کی مخکی لدی څخه چا لیکنه نده کړی نو ددی خالیګاه د ډکولو په خاطر غواړم چې دا ریسرچ وکړم، یا دوی ریسرچ کړی خو دا مشکل یی په څیړنه کی شتون لری) دلته به د ریسرچ خالیګاه لپاره دلیل ذکر کیږی، یا د خو او بهانی لټول پکار دی.

3) د خیړنی چوکاټ

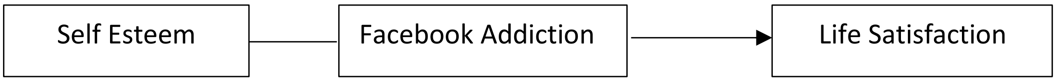
که چیرته مونږ غواړو چی د یو یا څو فکتورونو تاثیر په بل فکتور باندی معلوم کړو نو ددی لپاره باید یو چوکاټ جوړ شی. لکه



نو هغه موضوع چی خیړنه پکی کیږی، له مخکی نه څو فکتورونه په نظر کی ورته نیول کیږی، چی پورتنی مثال کی واضح کیږی. نو دا چی څو او کوم فکتورونه په نظر کی ونیسو نو یوه طریقه یی (Meta Analyses) ده، ددی څخه هدف دادی چی ددی لپاره چی فکتورونه په نظر کی ونیسو نو تیری لیکنی په نظر کی نیول کیږی، او د هغی پایله کتل کیږی، لکه په پورتنی مثال کی مثلاً احمد ریسرچ وایی چی معاش ددندی په رضایت باندی مثبت تاثیر لری. نو دا یو فکتور شو زمونږ د خیړنی لپاره. یا مثلاً، که زمونږ خیړنه دا وی چی ولی په افغانستان کی ځینی خلک په فیسبوک باندی معتاد شوی دی، نو ددی لپاره اوس مونږ فکتورونه د پورتنی طریقه په نظر کی نیولو سره د یو بل ریسرچ فکتورونه ګورو چی هغه کوم په نظر کی نیولی دی:



یا یو بل ریسرچ وایی چی:



شرط داندی چی مونږ ددی د څیړنی چوکاټ ولرو، نو کله چی مونږ وغواړوچی په څیړنه کی د یو فکتور تاثیر په بل فکتور باندی وګورو نو ددی لپاره بیا د څیړنی جوړول ضروری کار دی.

4) د فرضیو جوړول

د فرضیو جوړول د څیړنی د چوکاټ سره لینک لری، په دی معنی چی که د څیړنی چوکاټ شتون ولری نو بیا حتمی دی او که یی ونلری نو بیا اختیاری دی. فرضیه د یوی خبری فرض کول دی، ضرور نده چی دا د سل فیصده صحیح وی، خو په پای کی معلومیږی، چی دغه فرضیه به یا ومنل شی او یا به رد شی. مثلاً، معاش د کارمندانو په رضایت باندی منفی تاثیر لری، نو دا اوس یوه فرضیه ده ددی ثبوت به د څیړنی په پایله کی ترلاسه کیږی، نو د هر متحول لپاره یوه فرضیه جوړول حتمی دی.

5) د موضوع تعریف، ډولونه، ځانګړتیاوی او نور

د څیړنی د موضوع یا عنوان په اړه معلومات په دی برخه کی لیکل کیږی، لکه مرابحه، څه شی ده، شرایط یی څه دی... نو دا باید دلته ذکر شی.

(1399-07-28)

دریمه برخه: د څېړنې میتودولوژي

1) د څېړنې ډیزاین

د څېړنې څخه مخکې باید د څېړنې ډیزان او تګلاره جوړه شی، چې څېړنه څنګه مخته یوړل شی، د څېړنې په ډیزاین کی څو مهمی خبری دی چې تل یی باید په دی برخه کی په یاد ولرو:

a) د ریسرچ ډول ذکر کول: ریسرچ کوم ډول دی، کیفی، کمی، تشریحی او که توضیحی دی.

b) د معلوماتو ډول: په ریسرچ کی له کوم ډول معلوماتو څخه استفاده شوی د هغی څخه یادونه کول (لومړی لاس او که دوهم لاس معلومات)

c) د راټول شوو معلوماتو تحلیل: راټول شوی معلومات څه ډول تحلیل شوی دی (SPSS, Excel, Google Form) په کوم سافټویر باندی تحلیل شوی دی، د هغی یادونه کول، نو دا پورتنی ټولی برخی په لنډو جملو کی لیکل کیږی.

2) د نمونه اخیستلو ډیزاین

زمونږ ریسرچ په چا باندی متمرکز دی، شاید خلک وی شاید اداری وی، نو هر څه چې وی د هغی د ټول جمیعت څخه په کوم ډول باندی نمونه انتخاب شی، که ممکن وی نو د ټول جمیعت څخه دی معلومات راټول شی او که نه نو بیا دی نمونه انتخاب شی، د نمونه اخیستلو په ډیزاین کی لاندی خبری مهمه او باید په یاد یی ولرو:

a) د څېړنی جمیعت: د څېړنی جمیعت څوک دی او ترڅنګ یی د شمیر ذکر کول

b) د نمونی اندازه: د نمونه سایز او اندازه څنګه او څومره ټاکل شوی، چې ددی لپاره کیدای شی چې د (Krejci and Morgan Table) او یا هم له (Sample Calculator) څخه استفاده وشی.

c) د نمونه اخیستلو تخنیک: کله چې د نمونه سایز انتخاب شی، نو اوس دا چې دا به څوک د کومی ساحی وی، ددی ذکر کول نو ددی لپاره چې مونږ یو ښه نمایده نمونه

انتخاب کړی وی، ددی لپاره ځانګړی تخنیکونه شتون لری، اوس دلته ددی ذکر کول پکار دی چی په ریسرچ کی له کوم تخنیک څخه استفاده شوی ده.

3) د معلوماتو راټولول

د خپلی موضوع اړوند معلومات څه دول دی، څنګه دی، څه قسم دی،او په کوم ځای کی راټول شوی دی.

4) د پوښتنلیک ډیزاین (Questionnaire design)

که چیری د څیړنی لپاره معلومات لومړی لاس وی او دغه معلومات د پوښتنلیک په ذریعه سره راټولیږی، نو بیا په دی صورت کی به د څیړنی په دی برخه کی د پوښتنلیک تشریح وشی، چی څه ډول ډیزاین شوی دی، څو برخی لری، او کومی پوښتنی پکی ترتیب شوی دی، او دا پوښتنی څه ډول شوی دی، له خپل ذهن څخه شوی او که له بلی مرجع څخه اخیستل شوی دی، نو په دی برخه کی ددی څو ټکو په لنډه توګه یادونه کول دی. او خپله د پوښتنلیک یوه نمونه بیا د ټول ریسرچ سره په پای کی ضمیمه کیږی. دلته ټول پوښتنلیک نه لیکل کیږی.

عموماً په پوښتنلیک کی لاندی عناصر باید ځای پر ځای شی:

- ✓ کورپیج چی په دی کی لاندی موضوعات شامل دی:
  - ترخنګ یی لوګو اچول
  - د ځان او څیړنی د موضوع معرفی او تشریح کول
  - هغه کس چی پوښتنلیک ځوابوی هغه ته دلته ډاډ ورکول چی ترلاسه شوی معلومات خوندی دی او د بل کوم هدف لپاره نه استعمالیږی.
  - د موضوع لنډه پیژندنه او تعریف کول
  - د موبایل نمبر، ایمل او آدرس ذکر کول
- ✓ لومړی برخه: دیموګرافی
  - نوم، د پلار نوم، د تعلیم کچه، د عاید اندازه، عمر، شغل، مدنی حالت، جنسیت، دنده، موقیعت
- ✓ د څیړنی پوښتنی
  - د څیړنی لپاره د پوښتنتو جوړول
  - که چیری څیړنه Frame work ولری نو بیا د هر فکتور لپاره جلا جلا پوښتنی ترتیبول

دا چې جوړې شوې پوښتنې کافي، او د موضوع مربوط دي او کنه؟ نو ددې لپاره دوه ټستونه کيږي:

لومړی) Pre-Test: خپلې پوښتنې په يو مسلکې کس باندې چک کول. چې دلته پوښتنې اصلاح کيږي.

دوهم) Pilot-Test: په امتحاني ډول څو پوښتنليکونه په خلکو باندې ويشل، او نتيجه يې کتل ددې لپاره چې که کومه پوښتنه نه وي ځواب شوې او يا ګونګه وي نو هغه اصلاح کول.

په پوښتنليک کې پوښتنې يا د خپل ذهن نه ليکل کيږي او يا د بل ريسرچ نه اخيستل کيږي، نو که د بل ريسرچ نه واخيستل شي نو ددوه حالاتو سره به سمون لري:

- ✓ Adopt: پوښتنې کټ مټ د بل چانه اخيستل شوې، او يا 100% د بل ريسرچ نه اخيستل شوې دي.
- ✓ Adapt: پوښتنې د بل ريسرچ نه اخيستل شوې، خو صرف په جمله بندي او الفاظو کې تغير راوستل شوی دی، چې ممکن په معنی کې يې تغير رانشي.

5) د متحولينو اندازه ګيرې

که چيرته په ريسرچ ګې متحول شتون ولرې، نو په دې ساحه کې د متحول د اندازه ګيرې لپاره چې د کوم ميتود څخه استفاده کيږی هغه ذکر کيږی. لکه (Five Point liker Scale)

6) د معلوماتو د تحليل تخنيک

دا چې راټول شوي معلومات د کوم سافټوير په مرسته تحليل شوي او تحليل يې څنګه شوی (فيصدی، فريکونسی،دياګرام، تشريحی) په دې ساحه کې ترې يادونه کيږی.

ځلورمه برخه: د معلوماتو تحلیل او پایلی (Data Analysis and results)

د څېړنې په څلورمه برخه کې عموماً په دوه خبرو باندې ډېر تاکید کیږي، لومړۍ دا چې معلومات څنګه تحلیل شوي او دوهم نتیجه یې څه شی ده. چې د ریسرچ موضوع ته په کتو سره ددې برخې ځینې عناصر پکې ځای پر ځای کیږي او ځینې یې نه پرځای کیږي.

1) د ځواب ورکونې اندازه

که معلومات لومړۍ لاس د پوښتنلیک په ډول راټول شوي وي، نو ددې ذکر کول پکار دی چې په دې کې څومره ناقص او څومره د استفادې وړ دي، او مجوعه یې څومره ده،او د (Response rate) اندازه یې څومره ده یعنې څومره پوښتنلیکونه ویشل شوي او څومره لاسته راوړل شوي دي.

2) د ځواب ورکوونکو په هکله معلومات

د ځواب ورکوونکو د تعلیم،عاید، عمر، شغل،مدني حالت،جنسیت، دنده، موقیعت او داسې نورو په باره کې په تشریحي او جدولي شکل هم په فریکونسي او هم په فیصدي شکل سره لیکل کیږي.

3) د معلوماتو تحلیل

د معلوماتو د تحلیل څخه لاسته راغلی نتیجه څه ده؟ او دغه نتیجه د څېړنې د هدف سره مطابقت لري او کنه؟ او دغه تحلیل څنګه شوی او نتیجه یې د څشي په واسطه لاسته راوړل شوي ده،چې کیدای شي د فریکونسي، فیصدي، Correlation، Regression په واسطه لاسته راوړل شي.

4) پایلې

د څېړنې پایلې مشخصې کول، چې کیدای شي یوه یا زیاتې پایلې لاسته راوړلې شوې وي.

پنځمه برخه: مناقشه او نتیجه گیری

1) د پایلو تشریح کول

په دی برخه کی د ریسرچ څخه لاسته راغلی پایلی په مکمله توگه په تفصیلی، یا په تشریحی ډول ذکر کیږی. هغه نتایج چی د ریسرچ څخه د پایلی په شکل لاسته راغلی وی ممکن یو یا څو مهمه خبری وی، چی دلته هره یوه پایله په تفصیل سره ذکر کیږی.

2) د تیرو څیړنو پایلی د خپلی څیړنی د پایلو سره مقایسه کول

د څیړنی په دی برخه کی به د تیرو لیکنو (هغه لیکنه چی د تیرو لیکنو کی تری یادونه شوی وی) پایلی د خپلی څیړنی څخه د لاسته راغلیو پایلو سره مقایسه کیږی، چی کیدای شی د مقایسی په نتیجه کی دواړه پایلی یو شان یا مختلفی واوسی، نو که پایلی مختلفی راشی، نو په دی صورت کی یو منطقی دلیل ذکر کیږی چی پایلی ولی مختلفی دی؟ نو په دی برخه کی ددی ټولو معلوماتو په اړه مفصله تشریح لیکل کیږی.

3) Theoretical Contribution

کله چی تیری لیکنی سره خپلی پایلی مقایسه شولی، نو آیا د هغی په پرتله تا په خپله څیړنه کی کوم نوښت یا اضافه والی راوستی دی او کنه؟ نو هغه نوښت څه دی، د هغی توضیح کول.

4) Practical Implication

په دغه برخه کی پیشهادونه یا وړاندیزونه لیکل کیږی، دا خبره باید هیره نشی چی وړاندیز به د خپلی څیړنه د نتیجه په بنیاد او اساس کیږی.

5) د څیړنی محدودیتونه (Limitation of the study)

په ریسرچ کی هغه ستونزی چی ته ورسره مخ شوی وی،او که دا نوی نو لابه ښه څیړنه شوی وی، د هغی ذکر کول او ددی یادونه کول چی که پدی موضوع کی بل ریسرچر څیړنه کول غواړی نو ددی محدودیتونو او ستونزو ته دی پام کوی. باید هیره نشی چی د غه ستونزو او محدودیتونه د څیړنی په اعتبار باندی کومه اغیزه نلری.

6) نتیجه گیری یا خلاصه (Conclusion)

په دی برخه کی د ټول ریسرچ خلاصه لیکل کیږی، اما باید په پاَم کی ونیول شی چی د څیړنه په Result کی صرف د راټول شوو معلوماتو خلاصه لیکل کیږی.

(1399-8-10)

د څېړنې ډولونه (Types of Research)

1) هدف ته په کتو د څېړنې ډولونه
2) معلوماتو ته په کتو د څېړنې ډولونه
3) ماهیت ته په کتو د څېړنې ډولونه

لومړی:هدف ته په کتو د څېړنې ډولونه

کله چې مونږ د څېړنې د هدف د پیدا کولو لپاره، یا د ولې د ځواب موندلو، یا د یو فکټور تاثیر په بل باندې ګورو نو زمونږ څېړنه به یو د لاندې اشکالو څخه وی:

یا هدف ته په کتو څېړنه په درې ډوله ده

1) تشریحی څېړنه (Descriptive Research)

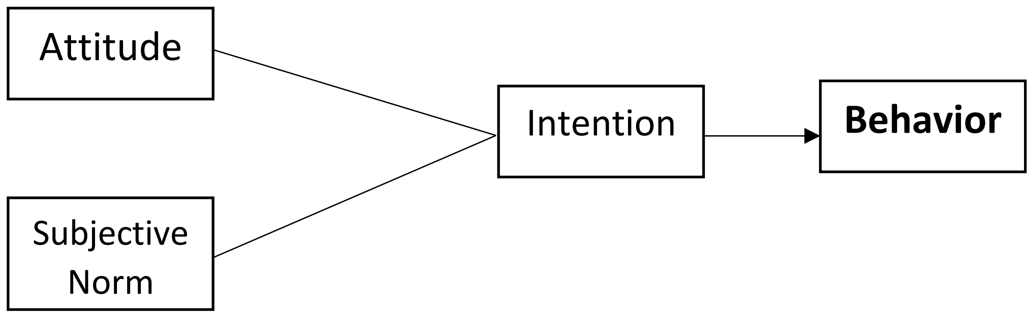
په تشریحی څېړنه کی د افرادو، سازمانونو، ډلو او یا هم د یوی موضوع په باره کی مکمل معلومات او ځانګړنې تشریح کیږی.په دی ډول څېړنه کی د یوی داسی موضوع په هلکه چې په دی کی لاپخوا معلومات موجود وی، خو دلته یې نوری ځانګړنې او مشخصات تشریح کیږی. مثلاً، که مونږ غواړو چې (په ننګرهار ولایت کی کوم خلک د کوم ډول مخابراتی شرکتونو څخه استفاده کوی) څېړنه وکړو نو زمونږ څېړنه به یوه تشریحی څېړنه وی ځکه مونږ غواړو چې په دی موضوع کی خلکو ته لاډیر معلومات ورکړو. همدارنګه د شخص، سیمه یا سازمان په هکله که څېړنه کوو، نو مونږ اصل کی تشریحی څېړنه کوو.

په دی ډول څېړنه کی فرضیې او متحولین موجود نوی، بلکی د یوی موضوع په اړه ټول معلومات د یو راپور په شکل او د یو شی د پیښیدو فریکونسی ذکر کیږی. لکه، که مونږ غواړو چې په دی کی څېړنه وکړو چې (په ننګرهار ولایت کی خلک د افغانیو د چلښت څخه څومره راضی دی) نو مونږ به ددی معلومات د فیصدی په شکل په راپور کی ارایه کوو.

2) اکتشافي څېړنه (Exploratory Research)

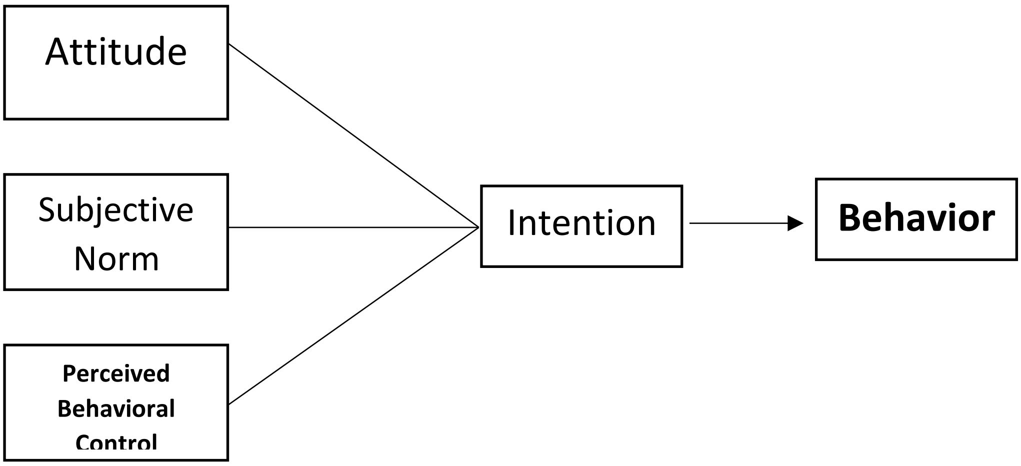
د یوې داسې موضوع په هلکه د لومړي ځل لپاره څېړنه کول چې نهایي ډېره ګونګه او مبهمه وي، او په دې موضوع کې معلومات ډېر کم وي، او څېړونکي غواړي چې اول وار خلکو ته دغه موضوع روښانه کړي. نو په اصل کې دا ډول څېړنه اکتشافي څېړنه ده. او که بیا ځلې یو کس وغواړي چې په دې موضوع کې څېړنه وکړي نو دې په اصل کې تشریحي څېړنه کوي، نو څکه وایو چې تشریحي څېړنه د اکتشافي څېړنه څخه پیدا کیږي.

دغه ډول څېړنه تر ډېره بریده خورا سخته ده خو په نتیجه کې یې کیداې شي چې یوه نوې تیوري او نظریه هم رامنځته شي. مثلاً په (1973) کال کې دوه څېړونکي د TRA (Theory of Reasoned Action) تیوري رامنځته کړه، یعنې دوی دغه تیوري چې (څشې ددی باعث کیږي چې په یوه سیمه کې ځینې خلک کار کوي او ځینې یې نه کوي) د لومړي ځل لپاره رامنځته کړه چې مخکې په دې کې څېړنه نه وه شوې، دوی ددې څېړنه څخه دوه نتایج لاسته راوړل:



یو یې (Attitude) یا ذهنیت لاسته راوړ، دوی ووې چې خلک یو کار ته په کوم نظر باندې ګوري نو که د یو چا ذهنیت مثبت وي هغه به دغه کار کوي او که د یو شخص ذهنیت منفي وي نو بیا به همدغه کار نه کوي. با فکتور چې دوی کشف کړو هغه **(Subjective Norm)** دې یعنې په ټولنه کې خلک یو کس ته د کار کولو وایي هغه یې تر تاثیر لاندې راځي کوي یې او بل شخص که په ټولنه کې د کار نه کولو ووایي نو همدغه کار بیا نه کوي، نو شخص کیداې شي چې په ټولنه کې د خلکو تر اغیزې لاندې راشي.

ځو کاله وروسته خلکو په دغه څیړنه کې نور هم کار وکړ چې نوم یې ورته TPB (Theory of Planned Behavior) کیښود، کوم چې نن ورځ په مارکیټینګ کې په پراخه کچه تری استفاده کیږی.دوی په دی څیړنه کې یو بل فکټور کشف کړلو:



نوی کشف شوی فکټور یې (**Perceived Behavioral Control**) ونومولو چې مطلب یې (یو کس د کار په ترسره کولو کې مکمل کنټرول لري او کنه) دی.
د یادونی وړ ده چې که یو شخص وغواړی چې د یو فکټور تاثیر په بل فکټور باندی معلوم کړی نو دا هم اکتشافی څیړنه ده.

3) توضیحی څیړنه (Explanatory Research)

توضیحی څیړنه هغه څیړنه ته ویل کیږی چې د یوی موجوده ستونزی د علت د پیدا کولو په موخه ترسره کیږی.، په اکثره څیړنو کې د څیړنی پوښتني په برخه کې لاندی دری ډوله پوښتنی مطرح کیږی:

- ځرنګه، څومره (How): نو دا بیا تشریحی ریسرچونه دی.
- څه (What): دا بیا اکتشافی ریسرچونه دی.
- ولی (Why): دا بیا توضیحی ریسرچونه دی.

په ځینو کتابونو کې بیا څلورم ډول هم ذکر شوی دی چې ورته (Correlational Research) وایی یا ورته پیوسته څیړنه وایی. چې ددی ډول څیړنی څخه مطلب دادی چې کله مونږ وغواړو چې آیا دوه متحولین په خپلو کې کومه اړیکه لری او کنه؟ نو دی ډول څیړنه ته پیوسته څیړنه وایی. مثلاً، د موسیقی اوریدل او د نومرو اخیستل په خپلو کې کومه اړیکه لری او کنه؟

دوهم: ماهیت ته په کتو د څېړنې ډولونه

مخکې له دې چې ماهیت ته په کتو د څېړنې په ډولونو باندې خبره وکړو نو یوه خبره چې ذکر کول یې ضروري بولم، هغه دا چې که مونږ د هر نګاه څخه د ریسرچ ډولونه ګورو نو هغه به حتماً یو د پورتنیو دریو شکلونو څخه وي. که هغه د هر لیدلوری څخه د څېړنې په ډولونو باندې خبره کوو.

ماهیت ته د کتو څخه هدف دادې چې اصل کې زمونږ څېړنه ستونزه ده او که یوه موضوع، د څېړنه هغه ماهیت څشي دی. نو ماهیت ته په کتو څېړنه په دوه ډوله ده:

1) عملي څېړنه (Applied Research)

که په یوه موجوده فعلي ستونزه باندې څېړنه وشي نو ورته عملي څېړنه وایي، چې د حل په موخه یې معلومات راټولیږي، او په نتیجه کې یې څېړونکی د ستونزې علتونه پیدا کوي او د حل لپاره یې مناسبې لارې پیشنهادوي. لکه، د یو سازمان تولیدات ولې نه خرڅیږي؟

2) بنیادي یا نګه څېړنه (Pure Research)

که په یوه موضوع باندې څېړنه وشي نو ورته بنیادي څېړنه وایي، مثلاً، د مرابحې څخه په اسلامي بانکونو کې څه ډول د تمویل د منبع په توګه استفاده کوي.

متحول او فرضیي

متحول: هر هغه څه چې هغه مختلف قیمتونه اخیستلای شی او قابل تغیر وی متحول ورته ویل کیږی، لکه وزن، قد، تودوخه، فاصله او داسی نور...

یا په بل عبارت: هر هغه مفکوره چې د اندازه کیدو وړ وی او مختلف قیمتونه اخلی عبارت له متحول څخه دی.

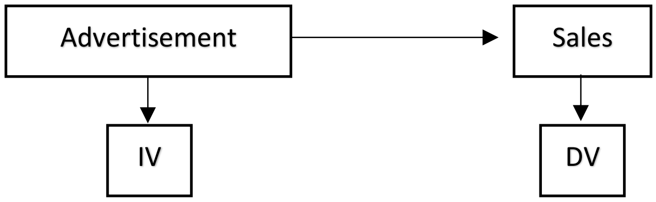
د متحول ډولونه:

لومړی: د علت اړیکه ته په کتو د متحول ډولونه

له دی اړخه متحول په پنځه ډوله ویشل کیدای شی.

لومړی: تابع متحول Depended variable

هغه دی چې په څیړنه کی د یو بل شی تابع وی او په هغه باندی تکیه ولری او یا د یو بل شی له وجه نه پکی تغیر راځي. لکه په لاندی مثال کی:

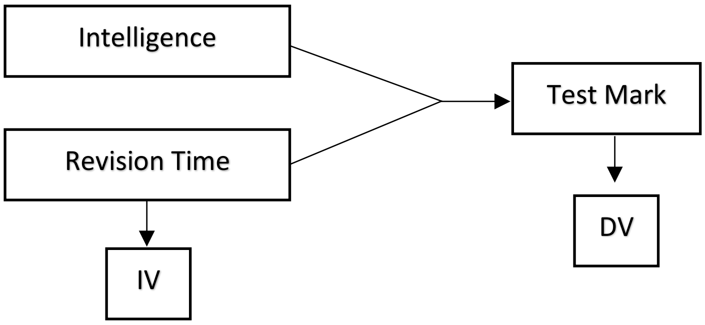


په خرڅلاو کی د اعلاناتو له وجه تغیر راځي، نو ځکه خرڅلاو د اعلاناتو تابع دی.

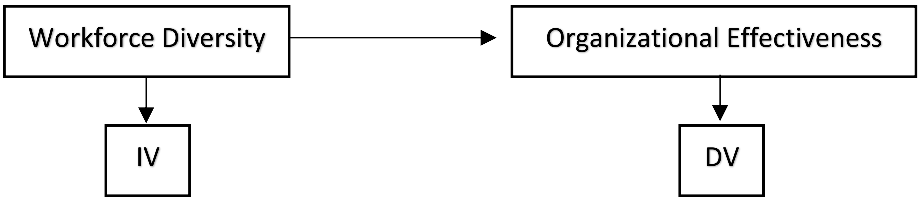
دوهم: خپلواک متحول Independent variable

هغه دی چې دا په یو بل شی تاثیر کوی دا په بل باندی تاثیر کوی ددی له وجه په بل کی تغیر راځی او په دی باندی بل شی تاثیر نه کوی. چې یو هم کیدای شی یا تر یو ډیر هم کیدای شی او تابع متحول صرف یو کیدای شی تر دی نشی ډیریدلای.

چی په لاندی مثال کی واضح کیږی: روزمره مطالعه او درس تکرارول او ذکاوت د نومرو په اخیستلو باندی کوم تاثیر لری او کنه؟ چی په دی کی د نومرو اخیستل تابع متحول دی ځکه په دی کی د نورو دوو متحویلینو له مخی تغیر راځی.

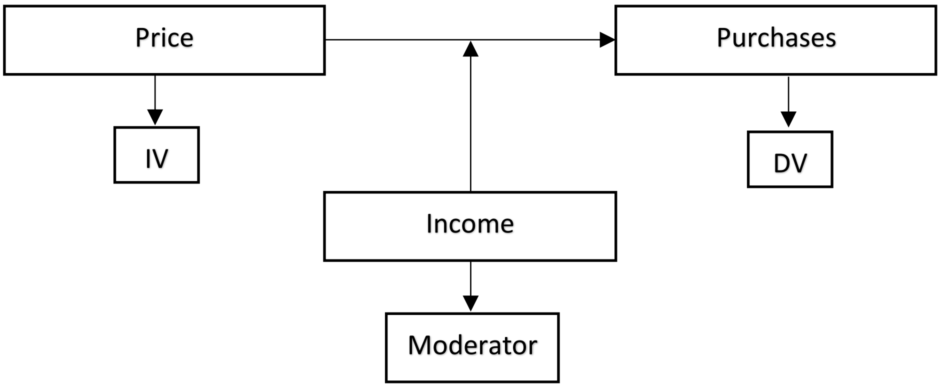


یا مثلاً یو سازمان مختلف قسمه کارمندان لری که هغه د هری نگاه نه وی نو آیا د کاروملدانو دغه تنوع به د سازمان په موثریت باندی تاثیر ولری او کنه؟

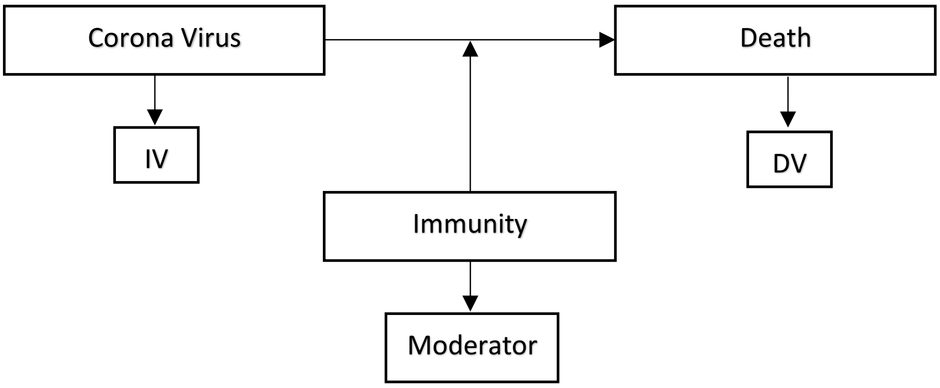


دریم: منځګړی متحول

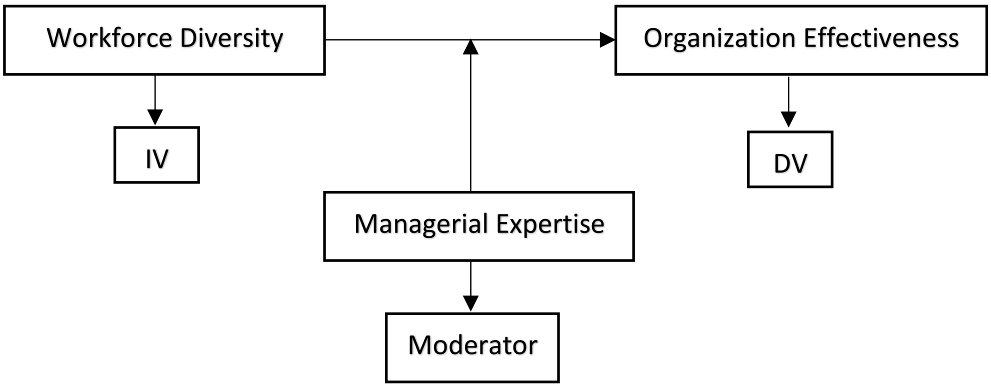
هغه متحول چې د خپلواک او تابع متحولینو ترمنځ اړیکه تر اغیزه لاندی راولی. چې کیدای شی ددی اړیکه د قوی والی او یا ضعیفوالی باعث شی. لکه:



یا بل مثال په نظر کی نیسو:

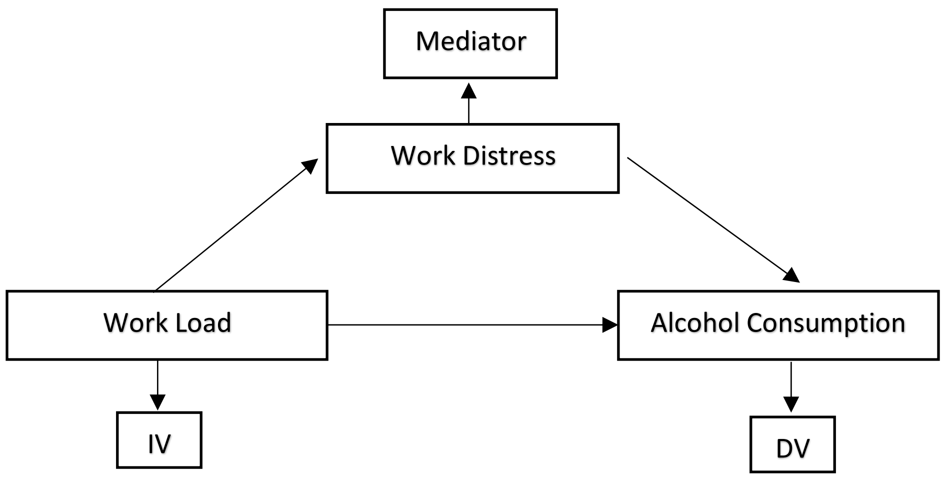


همدارنګه کولای شو په لاندی مثال کی یی واضح کړو:



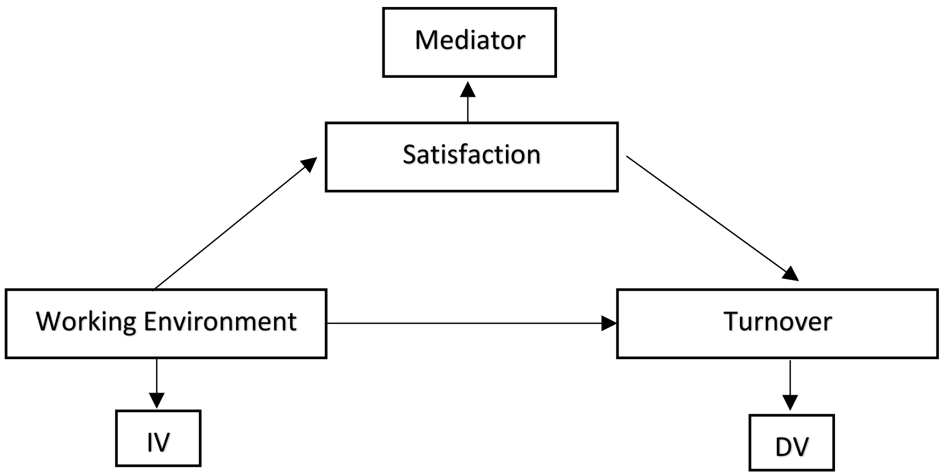
ثلورم: مداخله کوونکی متحول (Mediator Variable or Intervening)

دغه موضوع په لاندی مثال کی روښانه کوو:



مداخله کوونکی متحول ددوی دواړو ترمنځ یو ډول منځګړیتوب کوی، په پورتنی مثال کی کاروکوونکی د کاری فشار له وجه څخه مستقیماً دوی د الکولی مشروباتو روږدی نه کیږی، خو کیدای شی چی لومړی هغه د کاری فشار له وجه څخه کارکوونکی د ژور خفګان لامل شی او وروسته شخص د الکولی مشروباتو روږدی شی.

لاندی مثال هم د همدی موضوع ښه روښانه کوونکی دی:



کاری چاپیریال مستقیماً د کارکوونکو د وظیفه په پرېښودلو لامل نه کیږی خو دا لومړی د کارمند په رضایت پوری اړه لری، په دی معنی چی، که چاپیریال دکاری سازمان ښه وی، نو دلته رضایت شتون لری، او کیدای شی چی د وظیفه د پرېښودلو لامل نشی او که چیری کاری چاپیریال ښه نه وی نو بیا په دی صورت کی د مشتریانو رضایت هم کمیږی او کیدای شی چی د کارمندانو د کار پرېښودلو لامل شی.