

مدى موافقة المصريين على التحاق أبنائهم بالتعليم الثانوي الفني ٢٠١٩



المنهجية

بُنيت نتائج هذا الاستطلاع على عينة من المواطنين البالغين (أي من تبلغ أعمارهم من ١٨ سنة فأكثر) في كل محافظات الجمهورية، وقد تم استخدام الهاتف المحمول في جمع البيانات، حيث تم سحب عينة عشوائية من كل الأرقام المحتملة للشركات الأربع المقدمة لخدمات التليفون المحمول. بلغ عدد الاستجابات ١٠٢٤ استجابة، وبلغت نسبة الرفض ١٩,٨%.

تم جمع بيانات هذا الاستطلاع في الفترة من ٢٤-٢٩ يونيو ٢٠١٩.

تم استخدام الأوزان النسبية لتمثيل خصائص المجتمع الديموجرافية (النوع، والسن، ومنطقة الإقامة).

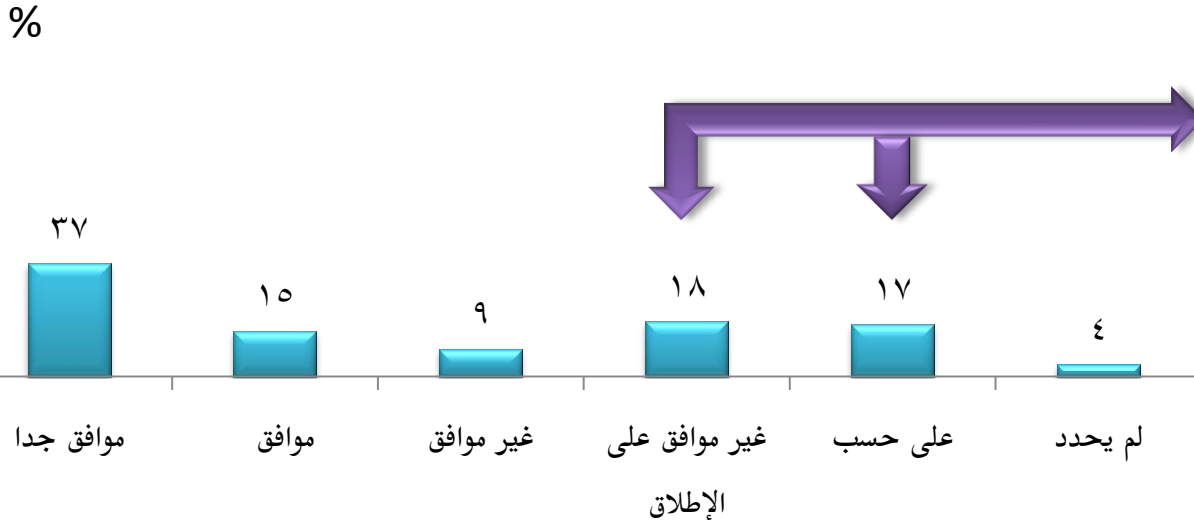
بلغ هامش الخطأ من إجمالي العينة في الاستطلاع $\pm 3\%$ عند مستوى ثقة ٩٥%.

"لأي مدى توافق على إن أولادك يدخلوا تعليم ثانوي فني، يعني دبلوم صناعي أو تجاري أو زراعي أو فندقي؟"

٥٢٪ من المصريين بالعينة موافقون على أن يلتحق أبنائهم بالمدارس الفنية

- ارتفعت نسبة الموافقة بين الذكور (٥٩٪) مقارنة بالإناث (٤٦٪)، وبين قاطني محافظات الوجه القبلي (٦١٪) مقارنة بقاطني المحافظات الحضرية (٤٩٪) وقاطني محافظات الوجه البحري (٤٨٪)، وبين قاطني الريف (٥٦٪) مقارنة بقاطني الحضر (٤٨٪)، وبين من هم من ٣٥ سنة فأكثر (٥٦٪) مقارنة بمن هم أقل من ٣٥ سنة (٤٨٪)، وبين أصحاب التعليم الأقل من ثانوي (٧٣٪) مقارنة بأصحاب التعليم الثانوي وما يعادله (٥٩٪) وأصحاب التعليم فوق المتوسط (٣٤٪) وأصحاب التعليم الجامعي فأعلى (٣١٪).
- ١٧٪ من المصريين بالعينة موافقون لكن بشروط، منها رغبة الأبناء في ذلك، أو اضطرارهم لذلك بسبب درجات الأبناء أو ضعف مستواهم، أو إذا تم تطوير المدارس الفنية، ودخول أبنائهم الذكور فقط، أو اكمال الأبناء للدراسة الجامعية بعدها، أو فتح الأبناء مشروع خاص بعد ذلك.

نتائج استطلاع عام ٢٠١٩



٢٧٪ من المصريين بالعينة غير موافقين على التحاق أبنائهم بالمدارس الفنية، وقد أرجعوا ذلك إلى رغبتهم في الحفاظ على صورتهم الاجتماعية، ورغبتهم في أن يكون مستوى تعليم أبنائهم مثلهم أو أفضل، ولتفضيلهم التعليم الثانوي العام نظرا لأن مستقبله أفضل، ولأن الدولة لا تهتم بالتعليم الفني ولا يوجد إشراف عليه.

شكر وتقدير

تشكر مؤسسة جسر فريق العمل المتميز - من طلبة وخريجي كلية الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة القاهرة
وجامعة السويس وكلية الآداب جامعة عين شمس- الذي قام بعملية جمع البيانات (وفقا للترتيب الأبجدي):

- اسراء عبد الحليم خفاجي
- لجين أشرف عبد العزيز
- الاء رافت احمد صادق
- محمد رفيق محمد شتا
- آيه الله صلاح فتحي محمود
- مروة ناجي احمد فؤاد محمد
- زينب مجدي محمد علي
- ميار طارق إبراهيم تمام
- سارة عصام أبو الفضل حسانين
- ندي علي سليمان سيد
- شروق محمد عبدالرازق التفهني
- نرمين أشرف عبدالله بشير
- شيماء أحمد محمدين أحمد
- ولاء ألفتي غريب محمد عطية
- فرح خالد محمد عزالدين
- يسرا حسن بلال محمد

قام بالإشراف:

قام بالتحليل الإحصائي:

- عبد الرحمن محمد شحات
- ندى محمد صبري
- إبراهيم حسن سعدون
- محمد أبو بكر محمد
- ندى محمد صبري

تم إنشاء مؤسسة “جسر” لأبحاث المسوح مع بداية عام ٢٠١٤ ليكون الجسر الذي يلتقي من خلاله المجتمع مع صناع القرار والسياسات على مختلف المستويات.

تهدف المؤسسة إلى دراسة آراء المواطنين عن طريق إجراء استطلاعات للرأي العام بطريقة علمية واحترافية لخدمة المؤسسات المحلية والدولية بما يعود بالنفع على المواطنين المصريين، والمساهمة في الحوار المجتمعي بشكل فعال عن طريق إعطاء فرصة متساوية لجميع المصريين بمختلف فئاتهم للتعبير عن آرائهم.

كما تهدف المؤسسة من خلال «أكاديمية جسر» - وهي أول أكاديمية في العالم العربي متخصصة في تدريس علوم استطلاعات الرأي-، ومن خلال موقع “عن استطلاعات الرأي” (www.onsurveys.info) إلى خلق مناخ يتقبل ويقدر مفهوم استطلاعات الرأي في مصر والعالم العربي والمشاركة في نشر هذا العلم وتطويره في هذه المنطقة.

تعتمد المؤسسة بشكل أساسي على التليفون - الأرضي والمحمول- في جمع البيانات لسرعته، ووصوله لكل المناطق وسهولة مراقبة جودة بياناته، كما يتم إجراء استطلاعات ميدانية وعن طريق الانترنت عند الطلب.

تتبع المؤسسة منهجية إحصائية في المعاينة والتحليل الإحصائي تم وضعها من قبل أفضل الخبراء المصريين في المجال، ويتم تحديد حجم عينة وفقا للمعايير العلمية، حيث يتراوح في المتوسط ما بين ١٠٠٠-٢٠٠٠ مفردة.

خدمات المؤسسة:

- استطلاعات الرأي العام.
- تحليلات للرأي العام من خلال نتائج استطلاعات الرأي التي يتم إجراؤها عن الوضع في مصر.
- تقديم دورات تدريبية عن: أساليب إجراء وإدارة استطلاعات الرأي، وتحليل وعرض النتائج، وتصميم الاستمارات من خلال “أكاديمية جسر”.
- استطلاعات رأي داخلية للشركات مثل استطلاعات الرضا والتقييم الوظيفي واستطلاعات لتقييم الفعاليات المختلفة.
- إدارة مجموعات التركيز.
- تقديم استشارات خاصة بإجراء استطلاعات الرأي.
- تقييم الحملات الإعلامية.
- تقييم أثر البرامج والمشروعات .
- تقييمات المشاهدين للمواد الإعلامية المختلفة.