



دولة فلسطين

الجهاز المركزي  
لإحصاء الفلسطيني

خبراء الإدارة  
الاستراتيجية والتخطيط

مسح رضى المستخدمين 2019

النتائج الأساسية

كانون أول 2020

© جمادى الأول، 1442هـ - كانون أول، 2020.

جميع الحقوق محفوظة.

في حالة الاقتباس، يرجى الإشارة إلى هذه المطبوعة كالتالي:

الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2020. مسح رضی المستخدمين 2019: النتائج الأساسية.

رام الله - فلسطين.

جميع المراسلات توجه إلى:

الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني

ص.ب: 1647، رام الله، فلسطين.

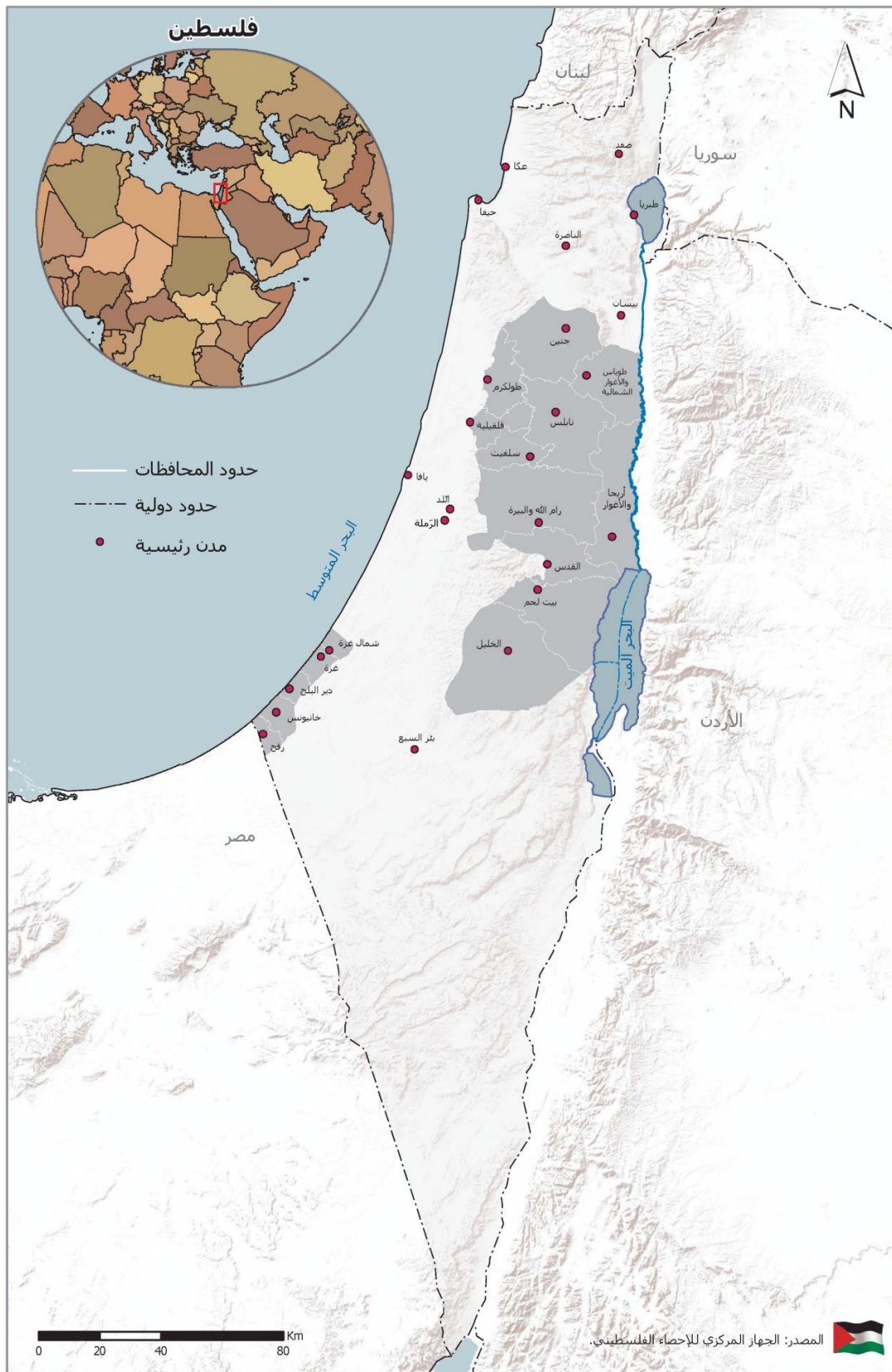
هاتف: 2 2982700 (970/972)

فاكس: 2 2982710 (970/972)

الرقم المجاني: 1800300300

بريد إلكتروني: diwan@pcbs.gov.ps

صفحة إلكترونية: <http://www.pcbs.gov.ps>



## شكر وتقدير

تتقدم شركة خبراء الإدارة الاستراتيجية والتخطيط (PLAN) بالشكر والتقدير إلى كافة المستخدمين الذين ساهموا في إنجاح جمع بيانات المسح، وإلى جميع العاملين في هذا المسح لما أبدوه من حرص منقطع النظير أثناء تأدية واجبهم. وبدعم مالي مشترك بين كل من دولة فلسطين ومجموعة التمويل الرئيسية للجهاز (CFG) لعام 2020 ممثلة بمكتب الممثلة النرويجية لدى دولة فلسطين.

كما تتقدم الشركة بجزيل الشكر والتقدير من الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني ممثلاً بمعالي الدكتورة علا عوض في تسهيل عملية تنفيذ المسح، وإلى أعضاء فريق العمل من الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني على تعاونهم ومتابعتهم أثناء قيام الشركة بتنفيذ المسح والذي كان له الأثر الكبير في تسهيل كافة مراحله.

ونتقدم بالشكر والتقدير إلى أعضاء مجموعة التمويل الرئيسية للجهاز (CFG) على مساهمتهم القيمة في إعداد هذا التقرير.

## فريق العمل

- إعداد التقرير

نياز مزارعة: الباحث الرئيسي/رئيس الفريق

مأمون أبو عليا: الباحث الاحصائي

مجد مزارعة: اخصائي تكنولوجيا المعلومات



## ملخص تنفيذي

يتنوع مستخدمي البيانات الإحصائية بتنوع فئاتهم الاجتماعية والوظيفية والمهنية والسياسية حيث انهم جميعا يحتاجون الى بيانات إحصائية مختلفة لأغراض مختلفة تقضي الى إنجاز اعمالهم وتعزيز مواقفهم والتخطيط للمستقبل، وحيث أن المستخدمين لديهم دائما قائمة طويلة من الاحتياجات الإحصائية فلا بد من بذل كل جهد لمساعدتهم لتحديد أولوياتهم واشباع حاجاتهم. لذلك لا بد من رصد التغيرات الحاصلة على تلك الاحتياجات من خلال التشاور والحوار معهم بشكل مستمر.

تم تنفيذ المسح من خلال شركة خبراء الإدارة الاستراتيجية والتخطيط (PLAN)، حيث قمنا بقياس رضی مستخدمي البيانات والخدمات الإحصائية للعام 2019، بحيث تم تجهيز جميع أدبيات وملفات المسح وبرمجة الاستثمارات وصولاً لتقرير المسح النهائي بما يتوافق مع الشروط المرجعية التي وضعت ووافقت عليها الشركة والتي تم تجهيزها من الجهاز وأرفاقها بملف العطاء.

فقد دأب الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني على قياس مدى رضی المستخدمين لبياناته وخدماته خلال السنوات السابقة مستفيداً من نتائج هذه القياسات لتطوير خدماته وتطوير البيانات الإحصائية التي يقدمها للمستخدمين والارتقاء بسبل الحصول عليها.

وفي ظل هذه الفلسفة جاءت هذه الدورة السادسة للمسح التي افضت الى قياس عدد من المؤشرات الحيوية لجودة خدمات الجهاز وبياناته ليجد فرصاً يرتقي من خلالها الى مستوى عال من رضی المستخدمين (من أفراد ومؤسسات رسمية واهلية واكاديمية وبحثية واجنبية، داخل وخارج فلسطين)، قامت الشركة بتصميم أدوات المسح، وجمع بياناته الكترونياً -حيث تم توظيف برنامج GIZMO الذي يمتاز بمواصفات جودة عالية ودقة متناهية - وتحليل نتائجه وصولاً إلى الاستنتاجات المنطقية والتوصيات.

تم تنفيذ المسح بالاعتماد على المنهج الكمي والنوعي من خلال استخدام اداتين بحثيتين مع عينة المسح: اولها كمية وهي الاستبيانات البحثية الالكترونية وهذه تتكون من ثلاثة استمارات استهدفت مستخدمي الصفحة الالكترونية للجهاز، المؤسسات المستفيدة من خدمات الجهاز والأفراد الذين استخدموا بيانات الجهاز خلال العام 2019 كل فئة بشكل مستقل، وثانيها كيفية وهي المقابلة شبه المنتظمة مع عدد من ذوي العلاقة.

تم البدء والانتهاء من جمع بيانات المسح واستيفاء الاستثمارات للفئات الثلاثة وفقاً للتواريخ التالية: استمارة الموقع الالكتروني من 03/01 الى 2020/06/30، واستمارة الأفراد من 04/29 الى 2020/09/30، واستمارة المؤسسات من 05/04 الى 2020/09/30.

تم اختيار عينة طبقية عشوائية لجميع مستخدمي البيانات والخدمات الإحصائية. حيث بلغ عدد المستجيبين من الأفراد 194 فرد بنسبة استجابة حوالي 80%، وعدد المؤسسات المستجيبة 80 مؤسسة بنسبة استجابة حوالي 63%، فيما كان عدد المستجيبين

من مستخدمي الصفحة الإلكترونية 389 مستخدماً. تم حساب التباين وفترات الثقة لأهم المؤشرات وتبين أن التباين مقبول احصائياً لجميع المؤشرات الرئيسية.

فيما يلي استعراض لأبرز النتائج:

على صعيد البيانات العامة للمستجيبين، تقريبا 89% من المؤسسات المستجيبة من الضفة الغربية تلتها ونسبة أقل بكثير من هم من خارج فلسطين ثم من هم من قطاع غزة.

حوالي 46% من المؤسسات المستجيبة من الوزارات والمؤسسات الحكومية وشبه الحكومية والهيئات المحلية، وتقريبا 18% من المؤسسات المستجيبة من المؤسسات الخاصة، و10% من المؤسسات المستجيبة من المؤسسات الدولية.

تقريبا 81% من الأفراد المستجيبين هم من الضفة الغربية تلتها وينسب أقل بكثير من هم من قطاع غزة ثم من خارج فلسطين. وهؤلاء يتوزعون بنسبة تقريبا 56% من الذكور وحوالي 44% من الاناث، وما نسبته 46% من الأفراد المستجيبين هم ممن يحملون شهادة الماجستير.

أما مستخدمي الصفحة الإلكترونية، فقد أفاد حوالي 61% منهم بأنهم يستخدمون بيانات وخدمات الجهاز لاستخدامات فردية، يليها لاستخدامات مؤسساتية بنسبة تقارب 21%.

فيما يخص العلاقة مع الجهاز فقد كان "الفييس بوك" هو الموقع المفضل من قبل غالبية المستخدمين للتواصل مع الجهاز ونسبة تقارب 84%، وما يقارب نصف المستخدمين يفضلون الحصول على البيانات أو الخدمات التي يقدمها الجهاز من خلال الموقع الإلكتروني، بينما يفضل أكثر من ثلثهم الحصول عليها من خلال البريد الإلكتروني. أما دورية استخدامهم لتلك البيانات فقد افاد ما يقارب 49% بأنهم يستخدمونها عند الحاجة وحوالي 18% انهم يستخدمونها بشكل شهري.

في جانب الغرض من الاستخدام، كانت النسبة الأعلى في استخدام بيانات الجهاز لأغراض الأبحاث والدراسات لكافة المستخدمين 85% تقريبا، تلتها لأغراض التخطيط 34% تقريبا ثم لأغراض اتخاذ القرارات 31% تقريبا.

وفي جانب أفضلية مصادر البيانات، فقد تصدر الجهاز الافضلية كمصدر من مصادر البيانات للأفراد والمؤسسات بنسبة تقارب 91%، وحوالي 92% على التوالي. حيث تشير النتائج إلى أن الوزارات والمؤسسات الحكومية والمؤسسات الخاصة تفضل بشكل شبه كامل بيانات الجهاز كمصدر للبيانات.

أما على صعيد الرضى العام فقد بلغت نسبة الرضى العام لجميع المستخدمين عن البيانات والخدمات الاحصائية التي يقدمها الجهاز ما يقارب 87%، حيث كانت أعلى نسبة للمؤسسات بنسبة قاربت 98%، يليها الأفراد كان رضاهم حوالي 93%، ثم مستخدمي الصفحة الإلكترونية بنسبة 81%. وبحسب نوع المؤسسة فقد تبين أن أعلى نسبة رضى عام عن البيانات والخدمات



الإحصائية التي يقدمها الجهاز كانت لدى المؤسسات الدولية وباقي المؤسسات بنسبة 100%، تليها الوزارات والمؤسسات الحكومية حوالي 97%، ثم الخاصة 93% تقريباً.

بلغت نسبة الرضى العام عن جودة الخدمات الإحصائية التي يقدمها الجهاز ما يقارب 82% لدى مستخدمي الصفحة الإلكترونية.

بشكل عام كان الأفراد أكثر رضى من المؤسسات عن جودة عدد من المنتجات الإحصائية التي يقدمها الجهاز، ثم يأتي مستخدمي الصفحة الإلكترونية في المرتبة الثالثة. وكانت النسبة الأعلى للرضى تتمثل في الرضى عن جودة التقارير الإحصائية لدى المؤسسات والأفراد ومستخدمي الصفحة الإلكترونية بنسب تقارب 95% و 93% و 83% على التوالي، وأقلها لرضى الأفراد عن صفحة تويتر الرسمية للجهاز حوالي 43%، أما بالنسبة للمؤسسات فقد كانت النسبة الأقل للرضى عن صفحة الانستغرام للجهاز ما يقارب 26%. أما بالنسبة لمستخدمي الصفحة الإلكترونية فقد حازت صفحة تويتر للجهاز على أقل نسبة رضى 48%.

وعلى صعيد الرضى عن الموقع الإلكتروني وموقع الجهاز على مواقع التواصل الاجتماعي، فقد كان متوسط الرضى لجميع المستخدمين عن الموقع الإلكتروني الرسمي للجهاز حوالي 74%، حيث كانت أعلاها للمؤسسات بنسبة تقارب 82%، يليها الأفراد بنسبة تقارب 78% ثم مستخدمي الصفحة الإلكترونية بنسبة 71%. وكانت أعلى نسبة رضى للمستخدمين عن توفر البيانات الإحصائية على الموقع الإلكتروني بصيغ متعددة (PDF، Word، HTML، Excel) بنسبة تقارب 85%، وأقلها عن الأداة المخصصة لمساعدة ذوي الاحتياجات الخاصة في استخدام الموقع الإلكتروني حوالي 58%.

بلغ متوسط رضى المستخدمين من الأفراد والمؤسسات عن موقع الجهاز على مواقع التواصل الاجتماعي بحسب بنود محددة 82% للأفراد وحوالي 80% للمؤسسات وحوالي 70% لمستخدمي الصفحة الإلكترونية.

في مجال الرضى عن خدمات الجمهور، بلغ متوسط رضى المستخدمين من الأفراد عن قسم خدمات الجمهور بحسب بنود محددة ما يقارب 86%، فيما بلغ للمؤسسات حوالي 87%. كانت أعلى نسبة رضى لكل من الأفراد والمؤسسات عن اللباقة وحسن المعاملة حيث جاءت النسب متقاربة 92% للمستخدمين الأفراد، وحوالي 93% للمؤسسات. أما قدرة قسم خدمات الجمهور على الارشاد والنصح فقد حققت أقل نسبة رضى لكل من المؤسسات والأفراد بنسبة 78% تقريباً لكل منها.

كان متوسط رضى الأفراد والمؤسسات عن ورش العمل والمؤتمرات والندوات، وفقاً لبنود محددة ما يقارب 76% و 88% على التوالي. في ذات الوقت اشارت النتائج الى أن متوسط الرضى عن البيانات الصحفية التي يصدرها الجهاز حسب بنود محددة للمستخدمين من الأفراد والمؤسسات حوالي 84% و 86% تقريباً على التوالي. أما الرضى عن التقارير الإحصائية التي يصدرها الجهاز حسب بنود محددة للمستخدمين من الأفراد والمؤسسات فقد بلغ ما يقارب 88% لكل منهما.

على صعيد الرضى عن عناصر الجودة فقد كان متوسط الرضى العام للأفراد والمؤسسات عن عناصر الجودة حوالي 77% و85% على التوالي. أما ما يخص جودة بيانات الإحصاءات، فقد كان متوسط رضى الأفراد عن بيانات التعدادات حوالي 84%، وعن بيانات الإحصاءات السكانية والاجتماعية ما يقارب 80%، وعن بيانات الإحصاءات الاقتصادية حوالي 76%، وأخيراً عن بيانات الإحصاءات الجغرافية والبيئية ما يقارب 76%. كما تبين أن متوسط رضى المؤسسات عن بيانات التعدادات بلغ 86%، وعن بيانات الإحصاءات السكانية والاجتماعية حوالي 80%، وعن بيانات الإحصاءات الجغرافية والبيئية حوالي 77%، وأخيراً عن بيانات الإحصاءات الاقتصادية ما يقارب 75%.

أخيراً وعلى صعيد حاجة الجهاز للتطوير، إذا ما جمعنا نسب كل من الحاجة الكبيرة للتطوير مع الحاجة المتوسطة للتطوير فإن النتائج تؤكد حاجة الجهاز لإحداث تطوير لكافة البنود المدرجة في السؤال وهي: طريقة عرض البيانات الإحصائية في الجداول والأشكال البيانية، والموقع الإلكتروني، والبيانات الخام المؤهلة للاستخدام العام، وتوفير بيانات إحصائية على مستويات تفصيلية أكثر، وتغيير طريقة عرض التقارير وتحسين الوقتية وتغطية مسح جديدة، بنسب تراوحت بين 26%-49% للأفراد وبنسب تراوحت بين 23%-46% للمؤسسات.

وعند تقييم مستوى استجابة الجهاز لتوقعات المستخدمين فقد أظهرت النتائج أن النسبة الأعلى كانت للبند "مساوٍ للتوقعات" بنسبة ما يقارب 55% لجميع المستخدمين.

وعليه كان هناك مجموعة من الاستنتاجات المنطقية والتوصيات العملية التي لا بد من أخذها بعين الاعتبار وتطبيقها لما لذلك من شأن كبير في رفع مستويات رضى المستخدمين.

## قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع	الفصل
7	ملخص تنفيذي	
14	قائمة الجداول	
17	المقدمة	
19	المصطلحات والمؤشرات	
21	دراسات رضى العملاء/المستخدمين	الفصل الاول
21	1.1 المفهوم	
21	2.1 نماذج قياس رضى العملاء/المستخدمين	
22	3.1 أدوات ووسائل تحسين الرضى	
23	4.1 الأساليب التي تؤدي إلى تحسين مستوى رضى العملاء/المستخدمين	
23	5.1 منافع قياس رضى العملاء/المستخدمين	
25	النتائج الرئيسية	الفصل الثاني
25	1.2 البيانات العامة للمستجيبين	
27	2.2 العلاقة مع الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني	
27	1.2.2 مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى المستخدمين للتواصل مع الجهاز	
28	2.2.2 أفضل وسيلة للحصول على البيانات او الخدمات	
29	3.2.2 دورية استخدام بيانات الجهاز	
30	4.2.2 الغرض من استخدام بيانات الجهاز	
30	5.2.2 أفضلية مصادر البيانات	
31	3.2 الرضى العام	
33	4.2 الرضى عن الخدمات التي يقدمها الجهاز	
33	1.4.2 الرضى العام لمستخدمي الصفحة الالكترونية عن جودة الخدمات	
33	2.4.2 الرضى عن الموقع الالكتروني	
35	3.4.2 الرضى عن موقع الجهاز على مواقع التواصل الاجتماعي	
35	4.4.2 الرضى عن قسم خدمات الجمهور	
36	5.4.2 الرضى عن ورش العمل او المؤتمرات او الندوات	
37	6.4.2 الرضى عن البيانات الصحفية	

الصفحة	الموضوع	الفصل
38	7.4.2 الرضى عن التقارير الإحصائية	
39	5.2 الرضى عن عناصر الجودة	
39	1.5.2 الرضى عن عناصر الجودة بشكل عام	
40	2.5.2 الرضى عن جودة الإحصاءات	
41	6.2 مجالات التطوير	
43	7.2 تقييم مستوى استجابة الجهاز لتوقعات المستخدمين	
43	8.2 مقارنة البيانات	
46	9.2 المقابلات شبه المنتظمة	
49	10.2 المناقشة والاستنتاجات	
51	11.2 التوصيات	
55	المنهجية	الفصل الثالث
55	1.3 أهداف المسح	
55	2.3 استمارة المسح	
57	3.3 الاطار والعينة	
57	1.3.3 مجتمع الهدف	
58	2.3.3 اطار المعاينة	
59	3.3.3 حجم العينة	
60	4.3.3 تصميم العينة	
60	5.3.3 طبقات العينة	
61	6.3.3 مستويات النشر	
61	4.3 العمليات الميدانية	
61	1.4.3 جمع البيانات	
63	2.4.3 الاشراف والمتابعة	
63	4.4.3 التدقيق والترميز	
63	5.3 معالجة البيانات	
64	6.3 عرض النتائج	
65	الجودة	الفصل الرابع
65	1.4 الدقة	
65	1.1.4 أخطاء المعاينة	
66	2.1.4 أخطاء غير المعاينة	
66	3.1.4 معدلات التجاوب	

الصفحة	الموضوع	الفصل
67	2.4 محددات المسح	
69	الجداول الاحصائية	
95	المراجع	
96	الملاحق	

## قائمة الجداول

الجدول	الصفحة
جدول 1: التوزيع النسبي للمؤسسات المستجيبة حسب المنطقة، 2019	69
جدول 2: التوزيع النسبي للمؤسسات المستجيبة حسب النوع، 2019	69
جدول 3: التوزيع النسبي للأفراد المستجيبين حسب متغيرات مختارة، 2019	70
جدول 4: التوزيع النسبي لمستخدمي الصفحة الالكترونية حسب صفة الاستخدام، 2019	71
جدول 5: التوزيع النسبي للمستخدمين حسب مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لديهم للتواصل مع الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني وصفة المستخدم، 2019	71
جدول 6: التوزيع النسبي للمستخدمين لأفضل الوسائل المستخدمة للحصول على البيانات أو الخدمات التي يصدرها الجهاز حسب نوع الوسيلة وصفة المستخدم ونوع المؤسسة، 2019	72
جدول 7: التوزيع النسبي للمستخدمين حسب دورية الاستخدام وصفة المستخدم، 2019	73
جدول 8: نسبة المستخدمين حسب الغرض من الاستخدام وصفة المستخدم ونوع المؤسسة، 2019	74
جدول 9: التوزيع النسبي لمستخدمي البيانات حسب مصادر البيانات وصفة المستخدم ونوع المؤسسة، 2019	75
جدول 10: التوزيع النسبي للمستخدمين حسب صفة المستخدم والرضى العام عن البيانات والخدمات التي يقدمها الجهاز ، 2019	76
جدول 11: التوزيع النسبي للمستخدمين حسب نوع المؤسسة والرضى العام عن البيانات والخدمات التي يقدمها الجهاز، 2019	76
جدول 12: التوزيع النسبي للمستخدمين حسب نوع المنتج ودرجة الرضى عنها وصفة المستخدم، 2019	77
جدول 13: التوزيع النسبي لمستخدمي الصفحة الالكترونية حسب نوع المنتج ودرجة الرضى عنها، 2019	78
جدول 14: التوزيع النسبي لمستخدمي الصفحة الالكترونية حسب نوع الاستخدام ودرجة الرضى عن جودة المنتجات الإحصائية التي يصدرها الجهاز، 2019	79
جدول 15: التوزيع النسبي للمستخدمين حسب بنود محددة عن الموقع الالكتروني الرسمي للجهاز ودرجة الرضى عنها، 2019	80
جدول 16: التوزيع النسبي للمستخدمين حسب بنود محددة عن الموقع الالكتروني الرسمي للجهاز ودرجة	81

الصفحة

الجدول

الرضى عنها وصفة المستخدم، 2019

83	التوزيع النسبي لمستخدمي الصفحة الالكترونية حسب بنود محددة عن الموقع الالكتروني الرسمي للجهاز ودرجة الرضى عنها، 2019	جدول 17:
84	التوزيع النسبي للمستخدمين الأفراد والمؤسسات حسب بنود محددة عن صفحات الجهاز على مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الرضى عنها، 2019	جدول 18:
85	التوزيع النسبي لمستخدمي الصفحة الالكترونية حسب بنود محددة عن صفحات الجهاز على مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الرضى عنها، 2019	جدول 19:
85	التوزيع النسبي للمستخدمين الأفراد والمؤسسات حسب بنود محددة عن قسم خدمات الجمهور ودرجة الرضى عنها، 2019	جدول 20:
86	التوزيع النسبي للمستخدمين الأفراد والمؤسسات حسب بنود محددة عن ورش العمل أو المؤتمرات أو الندوات التي ينظمها الجهاز ودرجة الرضى عنها، 2019	جدول 21:
87	التوزيع النسبي للمستخدمين الأفراد والمؤسسات حسب بنود محددة عن البيانات الصحفية الصادرة عن الجهاز ودرجة الرضى عنها، 2019	جدول 22:
88	التوزيع النسبي للمستخدمين الأفراد والمؤسسات حسب بنود محددة عن التقارير الإحصائية الصادرة عن الجهاز ودرجة الرضى عنها، 2019	جدول 23:
89	التوزيع النسبي للمستخدمين الأفراد والمؤسسات حسب نوع العنصر فيما يتعلق بالبيانات الاحصائية بشكل عام ودرجة الرضى عنه، 2019	جدول 24:
90	التوزيع النسبي للمستخدمين الأفراد والمؤسسات حسب الموضوع المرتبط ببيانات الاحصاءات الاقتصادية (بشكل عام) ودرجة الرضى عن عناصر جودتها، 2019	جدول 25:
91	التوزيع النسبي للمستخدمين الأفراد والمؤسسات حسب الموضوع المرتبط ببيانات الاحصاءات الجغرافية والبيئية (بشكل عام) ودرجة الرضى عن عناصر جودتها، 2019	جدول 26:
92	التوزيع النسبي للمستخدمين الأفراد والمؤسسات حسب الموضوع المرتبط ببيانات الاحصاءات السكانية والاجتماعية (بشكل عام) ودرجة الرضى عن عناصر جودتها، 2019	جدول 27:
93	التوزيع النسبي للمستخدمين الأفراد والمؤسسات حسب الموضوع المرتبط ببيانات التعدادات (بشكل عام) ودرجة الرضى عن عناصر جودتها، 2019	جدول 28:
93	التوزيع النسبي للأفراد حسب بنود محددة ومدى حاجة قيام الجهاز بتطوير عمله من وجهة نظرهم، 2019	جدول 29:
94	التوزيع النسبي للمؤسسات حسب بنود محددة ومدى حاجة قيام الجهاز بتطوير عمله من وجهة نظرهم، 2019	جدول 30:

الصفحة

الجدول

جدول 31: التوزيع النسبي للمستخدمين حسب بنود محددة وتقييمهم لمستوى استجابة الجهاز لتوقعاتهم، 2019 94



## المقدمة

يتنوع مستخدمي البيانات الإحصائية من سياسيين الى جهات حكومية ومؤسسات القطاع العام وشركات القطاع الخاص، ومنظمات المجتمع المدني، والأكاديميين، والباحثين، ووسائل الاعلام، والجمهور، والهيئات الدولية والمانحين...الخ. فهؤلاء جميعا يحتاجون على الدوام الى إحصاءات مختلفة لأغراض عديدة ولإنجاز اعمالهم وتعزيز مواقفهم والتخطيط للمستقبل وتحديد الرؤى المستقبلية...الخ.

تتباين قدرات هؤلاء في فهم وتوظيف البيانات الإحصائية ويتباين كذلك مستوى التعقيد في استخدامهم للإحصاءات الامر الذي يؤدي الى تباين احتياجاتهم. كما انه من الممكن أحياناً ان تثبت بعض الاحتياجات نتيجة النقص في المعلومات المتوفرة، وهكذا لا بد من الأخذ في الاعتبار الطلب المستقبلي الممكن بالإضافة الى الطلب الحالي على المعلومات الإحصائية. فلا يمكن تلبية احتياجات المستخدمين من الإحصاءات بشكل مناسب الا إذا تم تحديدها بشكل صحيح، وتم تركيبها وفهمها وتحديد الأولويات لإنتاجها.

إن المستخدمين لديهم دائماً قائمة طويلة من الاحتياجات الإحصائية لذا لا بد من بذل كل جهد لمساعدتهم لتحديد أولوياتهم واشباع حاجاتهم. وباعتبار أن احتياجات المستخدمين وأولوياتهم هذه تتغير باستمرار فلا بد ايضا من رصد هذه التغيرات من خلال التشاور والحوار معهم بشكل مستمر الامر الذي يمكن القيام به باستخدام أساليب مختلفة لتحديد احتياجات هؤلاء المستخدمين.

لذلك دأب الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني على قياس رضى المستخدمين في السنوات السابقة حيث قام بتنفيذ المسح في السنوات 2003، 2008، 2010، 2013، 2016 مستفيداً من نتائج هذه الدراسات في تطوير خدماته وتطوير البيانات الإحصائية التي يقدمها للمستخدمين والارتقاء بسبل الحصول عليها.

تم تنفيذ الدورة السادسة للمسح 2019 من خلال شركة خبراء الإدارة الاستراتيجية والتخطيط بهدف مساعدة الجهاز في متابعة مسيرة التطور والرقى في خدمة مستخدمي البيانات الإحصائية الفلسطينية على أفضل وجه، ومن أجل قياس عدد من المؤشرات الحيوية المرتبطة بمدى رضى مستخدمي البيانات عن الخدمات والبيانات التي يوفرها الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (من أفراد ومؤسسات رسمية وأهلية وأكاديمية وبحثية واجنبية، داخل وخارج فلسطين)، ومستوى رضى مستخدمي البيانات عن عناصر الجودة وغيره الكثير من البنود المحددة.



## المصطلحات والمؤشرات

تعرف المصطلحات والمؤشرات المستخدمة في هذا المسح وفق معجم المصطلحات الإحصائية، ودليل المؤشرات الإحصائية الصادرة عن الجهاز والمعتمدة على أحدث التوصيات الدولية المتعلقة بالإحصاءات والمنسجمة مع النظم الدولية، كما تم إتباع أحدث التوصيات الدولية المتعلقة بكيفية تنفيذ مسح رضى المستخدمين، وفيما يلي أهم التعاريف للمصطلحات المستخدمة في المسح:

**الجهاز:** الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني.

**الجودة:** درجة استيفاء مجموعة من الخواص المتلازمة لمتطلبات محددة.

**جودة البيانات:** تقاس بمجموعة من الأبعاد (العناصر) هي: الصلة بالواقع، الدقة، الوقتية والانتظام، إمكانية الوصول والوضوح، القابلية للمقارنة، الاتساق، والاكتمال.

**الصلة بالواقع:** مدى تلبية الإحصاءات لحاجات المستخدمين الحالية والمحتملة مستقبلاً.

**الدقة:** مدى قرب (مطابقة) الحسابات أو التقديرات من القيم الفعلية التي قصدت الإحصاءات قياسها.

**إمكانية الوصول:** السهولة والظروف التي يتم الحصول على المعلومات الإحصائية وفقاً لها.

**الوضوح:** بيئة المعلومات المتعلقة بالبيانات، من حيث إرفاقها ببيانات وصفية مناسبة، وشروحات مثل الأشكال البيانية والخرائط، وكذلك من حيث توفر المعلومات حول جودة هذه البيانات.

**القابلية للمقارنة:** مدى إمكانية تفسير الفروق بين الإحصاءات بالفروق بين القيم الحقيقية للخصائص الإحصائية.

**الوقتية:** طول الوقت بين تاريخ إتاحة البيانات للمستخدم ووقوع الحدث أو الظاهرة التي تصفها هذه البيانات.

**الانتظام:** الفترة الفاصلة بين التاريخ الفعلي في إصدار البيانات والتاريخ المحدد مسبقاً الذي يجب فيه تسليم البيانات.

**الاتساق:** تلاؤم الإحصاءات المتجمعة بمنهجيات مختلفة ولأغراض متعددة فيما بينها.

**الاكتمال:** مدى توفر جميع الإحصاءات اللازمة.



## دراسات رضى العملاء/المستخدمين

## 1.1 المفهوم

يعتبر رضى العملاء/المستخدمين (المستخدمين للبيانات كما هي في حالة الجهاز) من الاصول ذات القيمة العالية في المؤسسات العامة ومنظمات الاعمال، فهو أساس بقائها خصوصا في ظل بيئة يزداد فيها الوعي الاستهلاكي وتشتد فيها المنافسة حيث ينحصر البقاء فيها لتلك المؤسسات التي تستجيب لاحتياجات الناس بكفاءة عالية وابداع وتمتلك ميزة تنافسية/تفرد يصعب على الآخرين تقديمها.

وفي سياق هذه المسيرة أصبح من الضروري على المؤسسات ألا تكتفي بتحقيق رضى عملائها فقط، لا بل بات لزاما عليها أن تقيسه لتحديد مستواه والتعرف عليه بعناية. وهذا الامر يجب ان يكون عملية مستمرة، فقد يكون العميل/المستخدم راضٍ اليوم وغير راضٍ غدا! وهكذا فعلى المؤسسات أن تعمل على تحسين رضى عملائها باستمرار بعد ان تكون قد قامت بقياسه.

ولتحقيق ذلك توظف عملية القياس جملة من الاساليب البحثية المختلفة؛ فمنها البحوث الكمية ومنها البحوث الكيفية ايضا؛ ومنها العديد من النماذج العملية مثل نموذج عدم المطابقة ونموذج المعايير وغيرها.

وفي القطاع الاحصائي فان المؤسسات الاحصائية المختلفة في المنطقة وخارجها تقوم بإجراء دراسات رضى المستخدمين التزاما بهذه الفلسفة وتحقيقا لتطلعات المستخدمين وتلبية احتياجاتهم، فعلى سبيل المثال يقوم اليوروستات Eurostat بإجراء دراسات دورية لقياس رضى مستخدميه باستمرار وهو يعكف حاليا - وكما هو دائما - على تحقيق تطلعات مستخدميه وتصويب خدماته بالمنحى الذي توصي به تلك الدراسات.

## 2.1 نماذج قياس رضى العملاء/المستخدمين

لقد تطرق العديد من الباحثين إلى محددات الرضى (العوامل التي تحدد الرضى عن جودة المنتج/الخدمة او عدمه) وذلك من خلال نماذج تفسر فيها الأسباب التي تؤدي إلى حدوث الرضى أو عدمه، بالإضافة إلى توابع هذا الشعور التي تنتج عن المرحلة الأخيرة من قرار الشراء/الاستخدام كتقديم الشكاوى او الابتعاد عن المؤسسة...الخ. وتتنوع هذه النماذج فمنها: نموذج عدم المطابقة، ونموذج المعايير المعتمدة على الخبرة للرضى.

1. نموذج عدم المطابقة: يتكون هذا النموذج من اربعة عناصر أساسية (التوقعات، الأداء، عدم المطابقة، الرضى) كما يلي:

أ. التوقعات: يكونها العميل/المستخدم قبل عملية الشراء أو خلال استعمال المنتج أو الخدمة؛

ب. الأداء: يمثل رأي العميل/المستخدم المتعلق بأداء المنتج أو الخدمة والنتائج عن خبرته به أو ما يسمى بالجودة المدركة؛

ج. عدم المطابقة: وهي ناتجة عن مقارنة الأداء بالتوقعات، وهي قد تكون سلبية أو إيجابية أو حيادية؛

د. الرضى: إن عدم المطابقة ينتج التقييم الإجمالي لخبرة العملاء/المستخدمين أي الرضى أو عدم الرضى.

2. نموذج المعايير المعتمدة على الخبرة للرضى: يعتبر هذا النموذج أن التوقعات لا تمثل المعيار الوحيد للمقارنة بل في الواقع نجد أن المقارنة مرتبطة أيضا بالمعارف السابقة للعميل. لقد أكد ذلك Hill حيث قال أن هناك عوامل تؤثر على إدراك المستخدم للخدمة وهي:

- الجودة الفنية: وهي جودة الخدمة النهائية المقدمة للمستخدم؛
- الجودة الوظيفية: وهي جودة التفاعل بين موظف الخدمة والمستخدم؛
- الجودة الناتجة عن البحث والخبرة المتوافرة في السوق؛

كما أن هناك عوامل أخرى تؤثر على توقعات المستخدم عن الخدمة منها: الخبرة السابقة؛ المعلومات المقدمة من الجماعات المرجعية كالأصدقاء والأقارب؛ الأنشطة التسويقية مثل الإعلانات.

ويرى Hill أيضاً وجود ثلاث حالات تنتج عن المقارنة بين الأداء المدرك والتوقعات وهي:

- الأداء المدرك < التوقعات: فيحدث شعور إيجابي ينتج عنه رضى العميل/المستخدم؛
- الأداء المدرك = التوقعات: أي أن التوقعات تحققت فيحدث شعور حيادي لدى العميل/المستخدم؛
- الأداء المدرك > التوقعات: فيحدث شعور سلبي ينتج عنه عدم الرضى.

### 3.1 أدوات ووسائل تحسين الرضى

وباعتبار أن البيئة المعاصرة بيئة سريعة التغير وتتميز بتعدد اللاعبين في المجال الواحد وتعدد المنافسين كذلك ووجود تشكيلة واسعة من المنتجات/الخدمات البديلة وانتشار الوعي الاستهلاكي لدى العملاء/المستخدمين! لهذا كله أصبح هدف المؤسسات لا يقتصر فقط على تحقيق رضى العملاء/المستخدمين عن الجودة وقياس هذا الرضى فحسب؛ وإنما تعداه ليصل إلى مستوى العمل المتواصل على تحسين الرضى من أجل ضمان ولاء العملاء/المستخدمين وبالتالي الاحتفاظ بهم لما لهذا من إيجابيات تنتفع منها المؤسسات نفسها. فأصبحت المؤسسات الموجهة customer focus تركز على تحسين رضى عملائها الخارجيين لضمان الاحتفاظ بهم وولائهم، موظفة في ذلك عدة مناهج (أدوات) منها الجودة المدركة؛ تحليل عدم الرضى؛ متابعة العميل/المستخدم؛ ولاء العميل/المستخدم.

ويتم تحسين رضى العميل/المستخدم عن جودة الخدمة/المنتج من خلال تقليص الفروقات بين التوقعات والادراكات حتى تتطابق؛ ومن خلال خلق فجوات ايجابية على طول كل السلسلة - ابتداء من الجودة المتوقعة ووصولاً إليها حيث تكون الإدراكات أكبر من التوقعات.

#### 4.1 الأساليب التي تؤدي إلى تحسين مستوى رضى العملاء/المستخدمين

1. التخطيط للمؤسسة بما يضمن مساهمة جميع إداراتها وأقسامها في تحقيق رضى العميل/المستخدم؛ حل مشاكل العميل/المستخدم بسرعة لإعادة الرضى له وبالتالي ولاءه والاحتفاظ به لأطول فترة ممكنة.
2. توظيف بحوث التسويق بأشكالها المختلفة لمعرفة احتياجات العملاء/المستخدمين والمعلومات التي يرغبون بالحصول عليها.
3. دراسة توقعات العملاء/المستخدمين والعمل على تحقيقها وذلك بتطوير المنتجات أو الخدمات المقدمة وتقديم منتجات أو خدمات متميزة تفوق توقعاتهم لتحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة في السوق.
4. الاستنادة من شكاوى ومقترحات العملاء/المستخدمين عند تصميم المنتجات أو الخدمات المقدمة لهم.
5. تطوير سياسة الموارد البشرية في المؤسسة بما يؤدي إلى تحسين مستوى رضى العميل/المستخدم سواء فيما يخص التدريب، التكوين، الحوافز... إلخ وهذا بغرض دفع العملاء/المستخدمين الداخليين (العاملين) للإبداع والابتكار.
6. الحرص على بناء علاقات طيبة مع العملاء/المستخدمين باستمرار.

#### 5.1 منافع قياس رضى العملاء/المستخدمين

إن لقياس رضى العملاء/المستخدمين منافع كثيرة منها: المعرفة من أجل التطور حيث تسمح عملية قياس رضى العميل/المستخدم باكتشاف الحاجات والتوقعات الكامنة وتجزئة العملاء/المستخدمين الى فئات حسب توقعاتهم لتكييف العرض وفقاً للطلب من خلال تطوير الأفكار ومن أجل ابتكار وترقية منتجات أو خدمات جديدة وتحسين صورة المؤسسة في نظر العملاء/المستخدمين. هذا بالإضافة الى المعرفة من أجل تحسين العلاقة مع العملاء/المستخدمين حيث ان لقياس رضى العملاء/المستخدمين دوراً هاماً في تعزيز العلاقة بين المؤسسة وعملاءها/مستخدميها. كما يمكن قياس رضى العملاء/المستخدمين المؤسسات من القدرة على الاختيار الصحيح وأخذ القرار السليم.

بشكل أكثر تحديداً يمكن لبحوث قياس رضى العملاء/المستخدمين ان تعود على المؤسسة بالمنافع المحددة التالية:

1. الوقوف على مدى رضى العملاء/المستخدمين عما تقدمه لهم المؤسسة من خدمات.
2. معرفة ما إذا كانت الفئات المستهدفة قد استفادت بالفعل من العوائد المتوقعة من الخدمة
3. الوقوف على أسباب عدم تحقق أهداف المؤسسة المرسومة

4. تعزيز ثقة الشركاء/ذوي العلاقة بالمؤسسة حيث يتم تقديم النتائج لهم من الممولين المحليين والأجانب وكافة المتعاونين معها.
5. تبين للمشرفين على تنفيذ أنشطة المؤسسة مدى إمكانية توسيع نطاق الأنشطة والخدمات لتشمل مجتمعات/مجالات/فئات أخرى.
6. تجنب تكرار نفس الأخطاء في الأنشطة التالية.
7. معرفة ما إذا كان نمط الإدارة المتبع يحقق رضى العملاء/المستخدمين أم يحتاج الأمر إلى مراجعة.

خلاصة القول ان على المؤسسة أي كانت ألا تكتفي بتحقيق رضى عملائها/مستخدميها وإنما عليها قياسه وتنميته باستمرار. وهذا ما تقدمه هذه الدراسة للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني كفرص لإحداث التطوير في جودة خدماته ومنتجاته. لهذا تعتبر هذه الدراسة هامة، فهي تعمقت في تحليل (وفق مؤشرات تفصيلية) البنى الهيكلية لرضى المستخدمين وصولاً الى التعرف على الثغرات وتحديد آفاق التطوير الممكنة. حيث يتوقع من نتائج هذه الدراسة ان تساهم في بناء سياسات من شأنها جعل الخدمات والاجراءات أكثر مرضية وملبية لاحتياجات المستخدمين. لكي تكون التدخلات والسياسات مبنية على قاعدة التشاور والشاركة مع العملاء/المستخدمين فان وجهة نظرهم ستكون هي الاساس الذي ستبنى عليه الاستنتاجات والتوصيات.



## الفصل الثاني

## النتائج الرئيسية

يوفر مسح رضى المستخدمين عدداً كبيراً من المؤشرات التي تقيس رضاهم سواء كانوا أفراداً أو مؤسسات أو مستخدمي الصفحة الإلكترونية، كنسبة الرضى العام عن البيانات والخدمات التي يقدمها الجهاز على مستوى الأفراد والمؤسسات ومستخدمي الصفحة الإلكترونية، ونسب الغرض من استخدام البيانات على مستوى الأفراد والمؤسسات، ونسب الرضى العام عن عناصر الجودة فيما يتعلق بالإحصاءات المختلفة على مستوى الأفراد والمؤسسات، ونسبة الرضى حول جودة المنتجات الإحصائية التي يصدرها الجهاز على مستوى بنود تفصيلية للأفراد والمؤسسات ومستخدمي الصفحة الإلكترونية، ونسب الرضى عن كل عنصر من عناصر الجودة للأفراد والمؤسسات، وغيرها. فيما يلي أبرز نتائج مسح رضى المستخدمين لعام 2019:

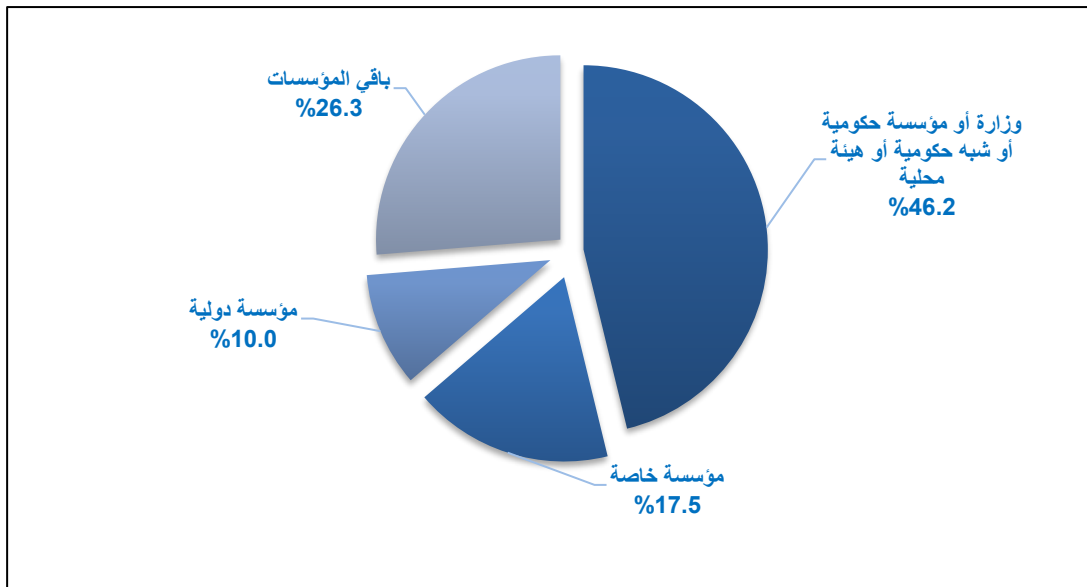
## 1.2 البيانات العامة للمستجيبين

تشير نتائج المسح بحسب صفة المستخدم إلى الآتي:

## المؤسسات:

أشارت النتائج إلى أن ما يقارب 89% من المؤسسات المستجيبة كانت من الضفة الغربية، يليها من خارج فلسطين حوالي 6%، ثم قطاع غزة (أنظر جدول 1)، كما كانت أعلى نسبة من المؤسسات المستجيبة هي للوزارات والمؤسسات الحكومية أو شبه الحكومية أو الهيئات المحلية حوالي 46%، وأقلها للمؤسسات الخاصة ما يقارب 18% والمؤسسات الدولية 10% (أنظر جدول 2):

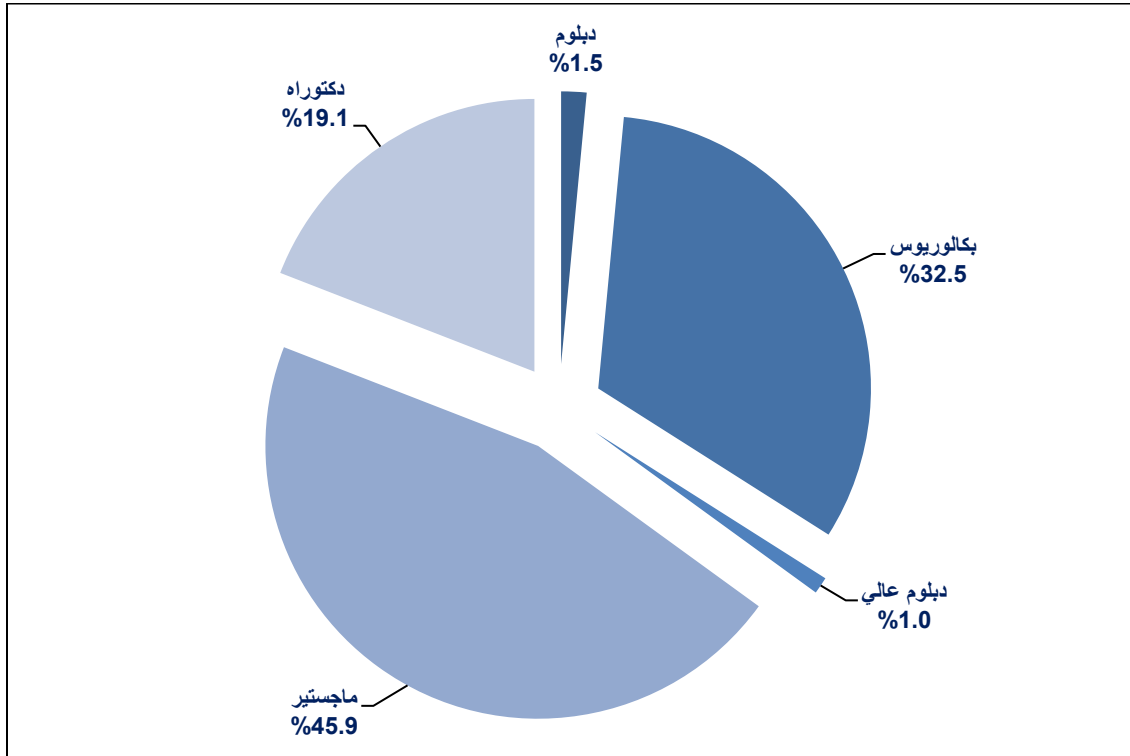
التوزيع النسبي للمؤسسات المستجيبة حسب نوع المؤسسة، 2019



#### الأفراد:

تبين أن ما يقارب 81% من الأفراد المستجيبين هم من الضفة الغربية، يليها قطاع غزة حوالي 14%، وأقلهم من خارج فلسطين ما يقارب 5%، وحول توزيع المستجيبين حسب المؤهل العلمي أظهرت النتائج أن ما يقارب 46% من الأفراد المستجيبين حاصلين على درجة الماجستير، تلتها نسبة الحاصلين على درجة البكالوريوس ما يقارب 33%، وأقلها للدبلوم العالي بنسبة 1% (أنظر جدول 3):

التوزيع النسبي للأفراد المستجيبين حسب المؤهل العلمي، 2019

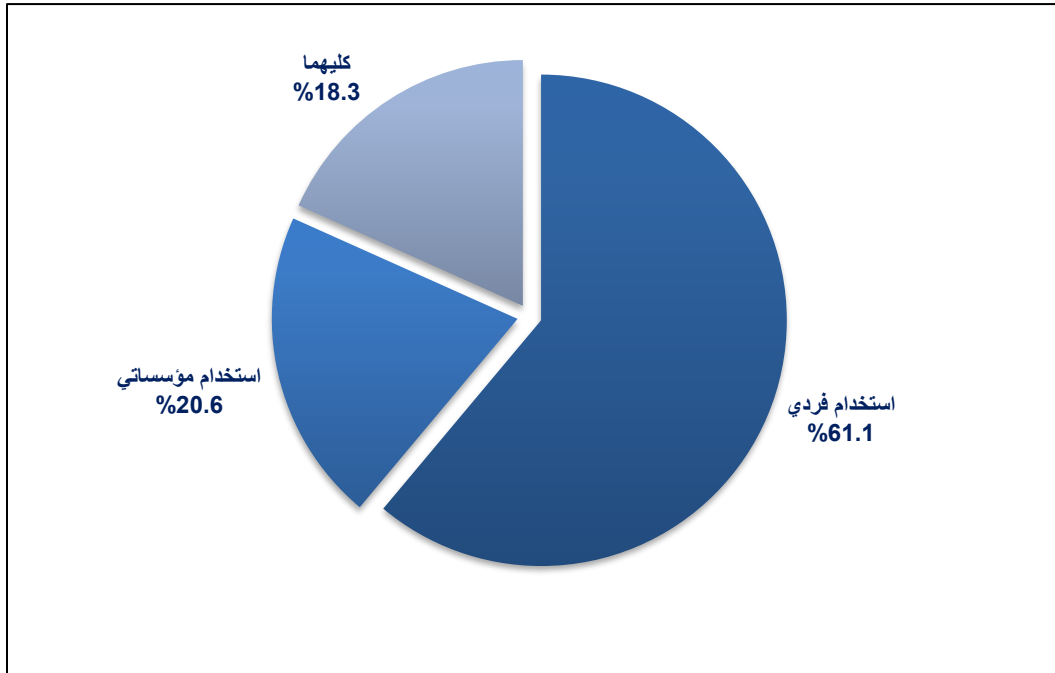


كما أظهرت النتائج أن الذكور أكثر استخداماً لبيانات الجهاز من الإناث حيث كانت نسبة الذكور ما يقارب 56% (أنظر جدول 3).

#### مستخدمو الصفحة الإلكترونية:

تشير نتائج المسح إلى أن ما يقرب من 61% من مستخدمي الصفحة الإلكترونية يستخدمون بيانات وخدمات الجهاز لاستخدامات فردية، وما يقارب 21% منهم لاستخدامات مؤسساتية، أما من يستخدمون بيانات وخدمات الجهاز لكلا الغرضين في آن واحد فقد كانت نسبتهم حوالي 18% من مستخدمي الصفحة الإلكترونية (أنظر جدول 4):

## التوزيع النسبي لمستخدمي الصفحة الإلكترونية حسب نوع الاستخدام، 2019

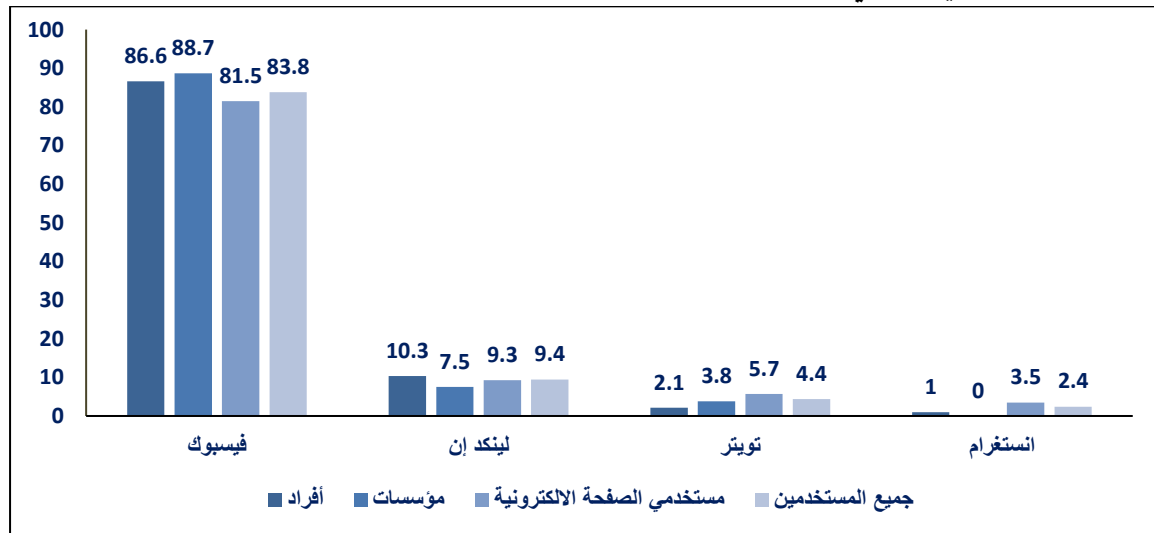


## 2.2 العلاقة مع الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني

### 1.2.2 مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى المستخدمين للتواصل مع الجهاز

غالبية مستخدمي بيانات الجهاز يفضلون موقع فيسبوك للتواصل مع الجهاز بنسبة حوالي 84%، كذلك الحال عند التفصيل حسب صفة المستخدم حيث كان فيسبوك هو الخيار الذي حصل على النسب الأعلى لدى كل من الأفراد والمؤسسات ومستخدمي الصفحة الإلكترونية بحوالي 87% و89% و82% على التوالي (أنظر جدول 5).

## التوزيع النسبي للمستخدمين حسب الوسيلة المفضلة للتواصل مع الجهاز، 2019



## 2.2.2 أفضل وسيلة للحصول على البيانات أو الخدمات

أظهرت النتائج أن ما يقرب من نصف مستخدمي بيانات الجهاز يفضلون الحصول على البيانات أو الخدمات الإحصائية التي يصدرها الجهاز من خلال الموقع الإلكتروني، فيما يفضل ما يقرب من ثلثهم الحصول عليها من خلال البريد الإلكتروني، بينما جاءت أقل النسب من المستخدمين الذين يفضلون الحصول على البيانات أو الخدمات الإحصائية التي يصدرها الجهاز من خلال حضور ورش العمل والندوات والمؤتمرات ما يقارب 2%، وقد جاءت النسب بشكل تفصيلي بحسب صفة المستخدم كالآتي:

### المؤسسات:

حوالي 62% من المؤسسات يفضلون الحصول على البيانات أو الخدمات من خلال البريد الإلكتروني، وفي المرتبة الثانية جاءت نسبة تفضيلهم للموقع الإلكتروني 29% تقريبا، بينما كانت النسب الأقل لصالح وسيلتي "البيانات الصحفية" و"الهاتف/الفاكس" بحوالي 1% لكل منهما (أنظر جدول 6).

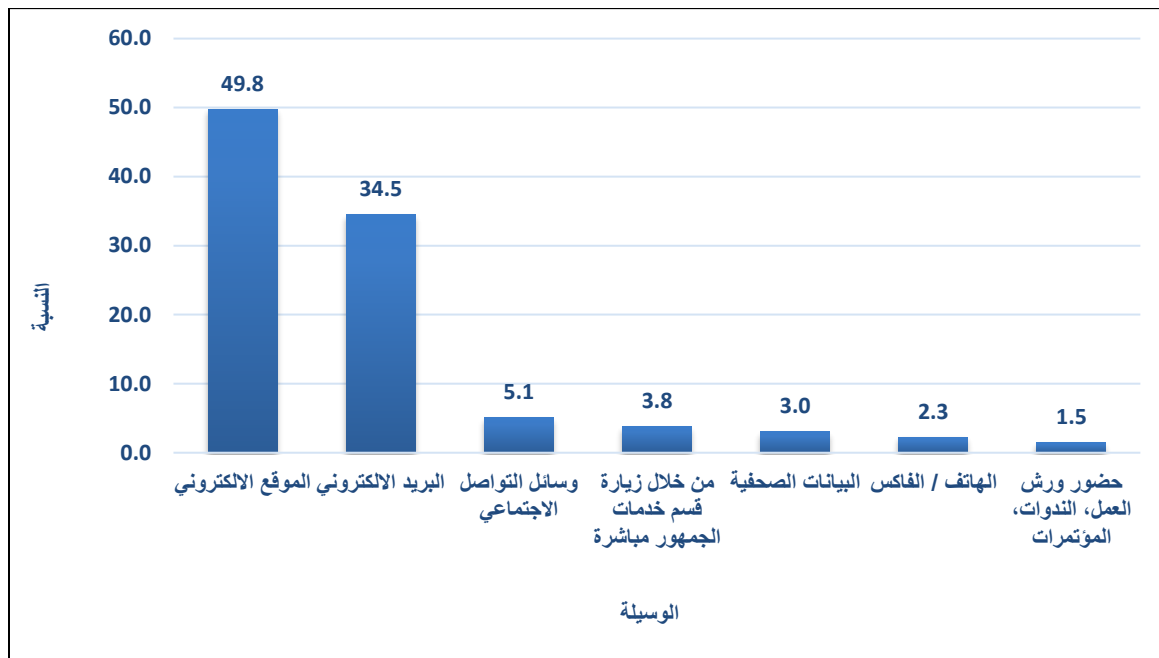
### الأفراد:

أكثر من نصف الأفراد (ما يقارب 52%) يفضلون الحصول على البيانات أو الخدمات الإحصائية من خلال البريد الإلكتروني، يليه الموقع الإلكتروني بنسبة 33% تقريبا، فيما جاءت بقية الوسائل الأخرى بنسب متقاربة (أنظر جدول 6).

### مستخدمي الصفحة الإلكترونية:

تصدّر الموقع الإلكتروني الأفضلية للحصول على بيانات أو خدمات الجهاز بحوالي 63%، يليه البريد الإلكتروني بحوالي 20%، بينما كانت النسبة الأقل من خلال حضور ورش العمل أو الندوات أو المؤتمرات بنسبة تبلغ 1% (أنظر جدول 6).

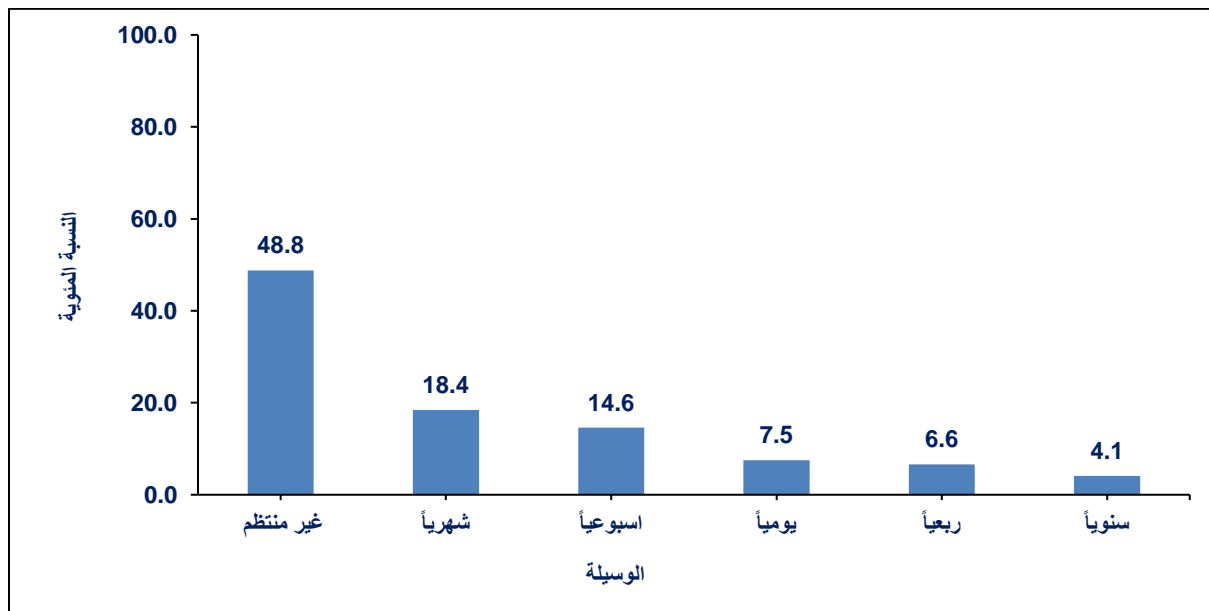
### التوزيع النسبي للمستخدمين حسب الوسيلة المفضلة لديهم في الحصول على البيانات أو الخدمات التي يقدمها الجهاز، 2019



### 3.2.2 دورية استخدام بيانات الجهاز

النمط الغالب لدورية الاستخدام هو عند الحاجة أي غير منتظم؛ ما يقارب 49%، يليها الاستخدام الشهري؛ حوالي 18%، بينما كانت نسبة المستخدمين لبيانات الجهاز بشكل سنوي هي الأقل؛ حوالي 4% (أنظر جدول 7):

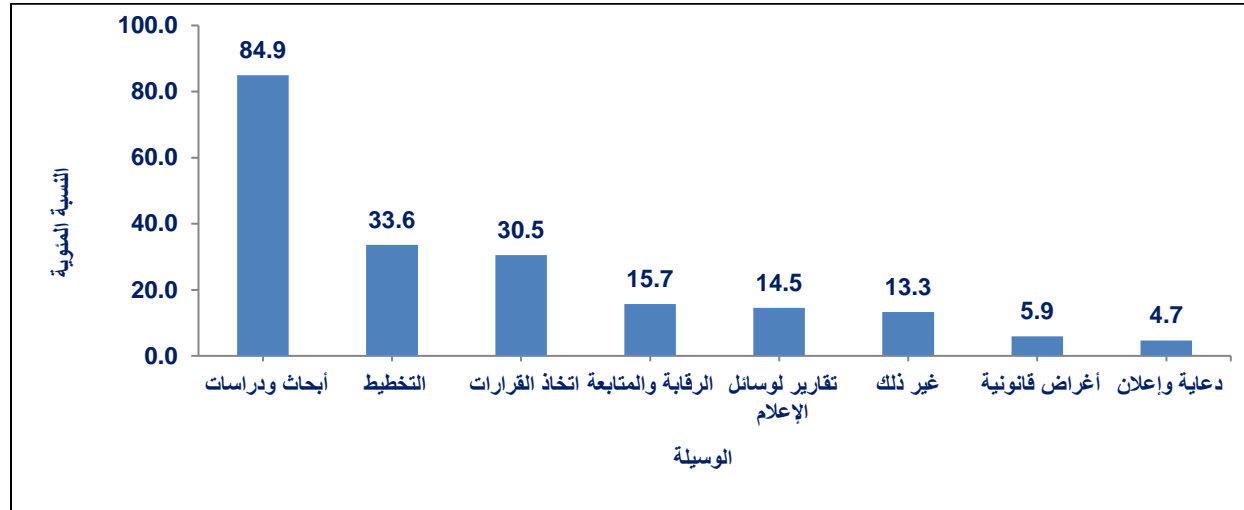
### التوزيع النسبي للمستخدمين حسب دورية استخدام بيانات الجهاز، 2019



#### 4.2.2 الغرض من استخدام بيانات الجهاز

كانت النسبة الأعلى لاستخدام بيانات الجهاز لأغراض الأبحاث والدراسات بنسبة تقارب 85% لكافة المستخدمين، تلتها لأغراض التخطيط بنسبة تقارب 34% ثم لأغراض اتخاذ القرارات بنسبة تقارب 31% (أنظر جدول 8).

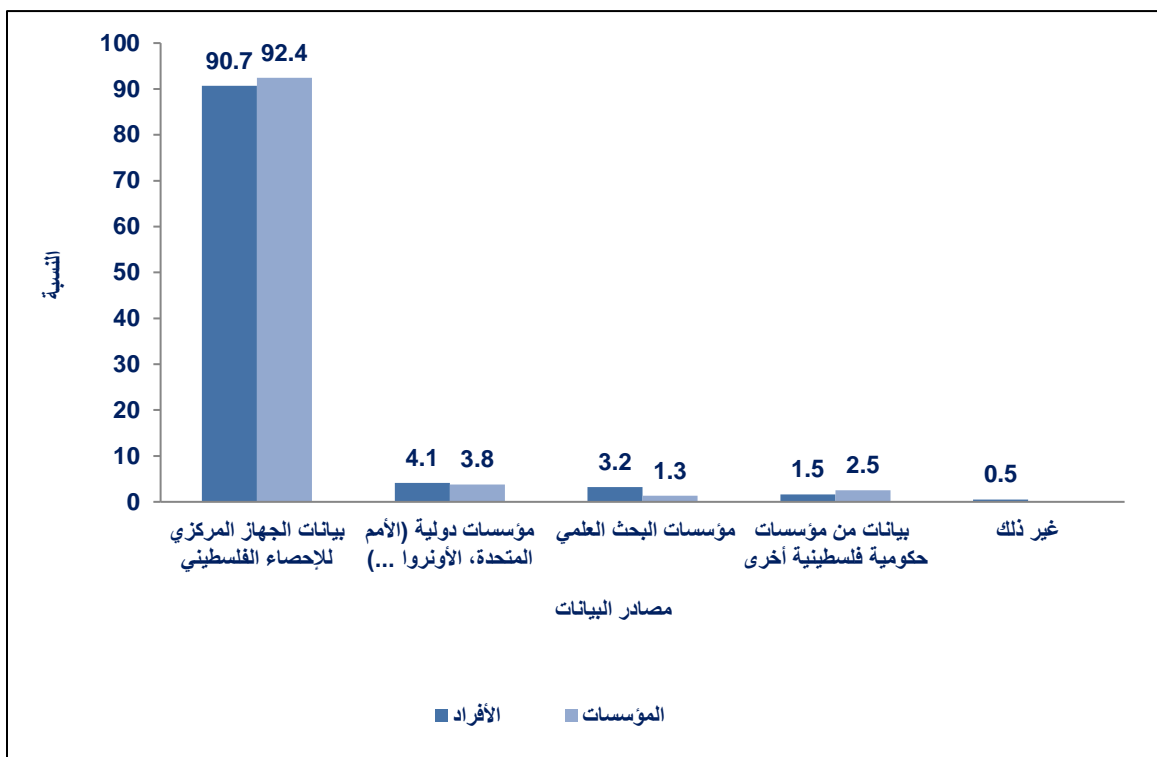
نسبة المستخدمين حسب الغرض من استخدام البيانات الإحصائية، 2019



#### 5.2.2 افضلية مصادر البيانات

تصدّر الجهاز الأفضلية كمصدر من مصادر البيانات للأفراد والمؤسسات بنسب تقارب 91% وحوالي 92% على التوالي. حيث تشير النتائج إلى أن كل من الوزارات أو المؤسسات الحكومية والمؤسسات الخاصة تعتمد بشكل شبه كامل على الجهاز كمصدر للبيانات (أنظر جدول 9).

## التوزيع النسبي للمستخدمين حسب الأفضلية لمصادر البيانات وصفة المستخدم، 2019



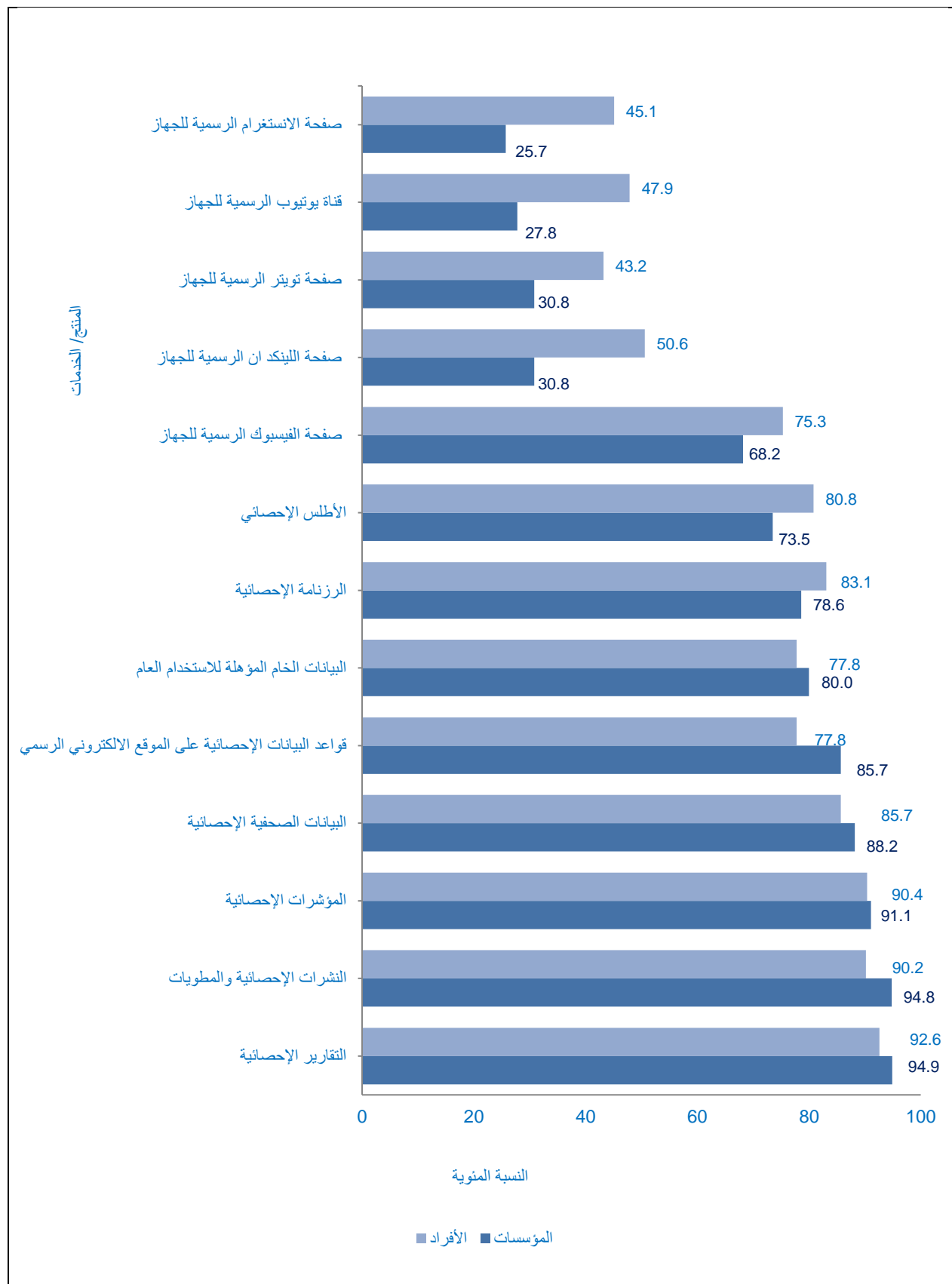
## 3.2 الرضى العام

بلغت نسبة الرضى العام لجميع المستخدمين عن البيانات والخدمات الإحصائية التي يقدمها الجهاز تقارب 87%، حيث كانت أعلى نسبة رضى هي للمؤسسات تقارب 98%، تلتها نسبة رضى الأفراد حوالي 93%، ثم نسبة رضى مستخدمي الصفحة الالكترونية بنسبة 81% (أنظر جدول 10).

وحسب نوع المؤسسة، تبين من النتائج أن أعلى نسبة رضى عام عن البيانات والخدمات الإحصائية التي يقدمها الجهاز كانت لدى كل من المؤسسات الدولية وباقي المؤسسات بنسبة رضى بلغت 100% لكل منهما، تلتها الوزارات والمؤسسات الحكومية حوالي 97%، ثم المؤسسات الخاصة تقارب 93% (أنظر جدول 11).

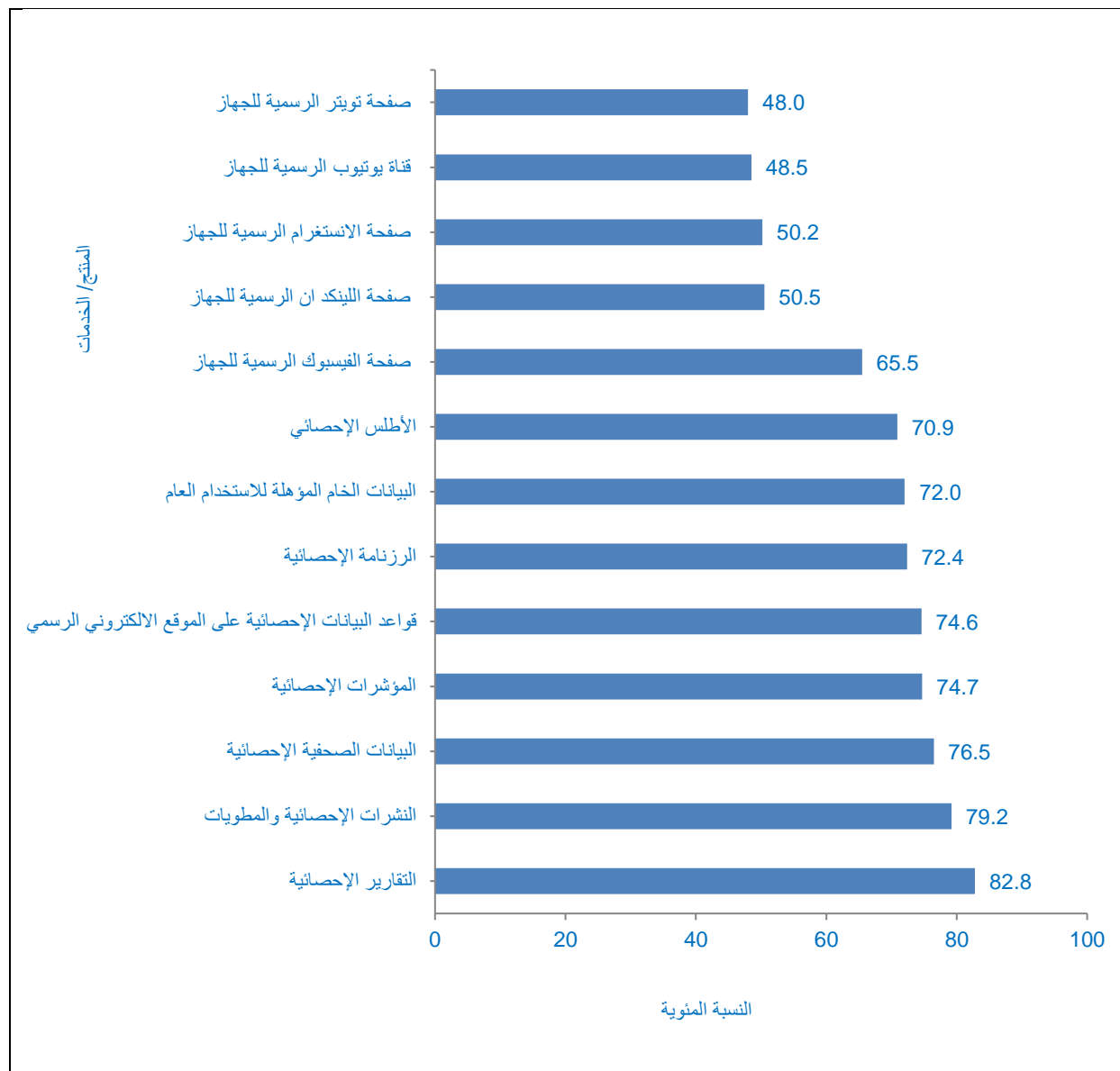
تبين أن متوسط الرضى بين الأفراد أكثر منه لدى المؤسسات عن جودة عدد من المنتجات الإحصائية التي يصدرها الجهاز، يليهما مستخدمي الصفحة الالكترونية، حيث كانت أعلى نسبة رضى للمؤسسات والأفراد عن جودة التقارير الإحصائية تقارب 95% و 93% على التوالي، وأقلها عن صفحة تويتر الرسمية للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني للأفراد حوالي 43%، أما بالنسبة للمؤسسات فقد كانت النسبة الأقل الرضى عن صفحة الانستغرام الرسمية للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني تقارب 26% (أنظر جدول 12). أما بالنسبة لمستخدمي الصفحة الالكترونية فقد حازت جودة التقارير الإحصائية على أعلى نسبة تقارب 83%، وأقلها صفحة تويتر الرسمية للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني بنسبة 48% (أنظر جدول 13).

## النسبة المئوية للرضى عن جودة المنتجات الإحصائية التي يصدرها الجهاز حسب نوع المنتج وصفة المستخدم، 2019





## النسبة المئوية لرضى مستخدمي الصفحة الإلكترونية عن جودة المنتجات والخدمات الإحصائية حسب نوع المنتج، 2019



### 4.2 الرضى عن الخدمات التي يقدمها الجهاز

#### 1.4.2 الرضى العام لمستخدمي الصفحة الإلكترونية عن جودة المنتجات

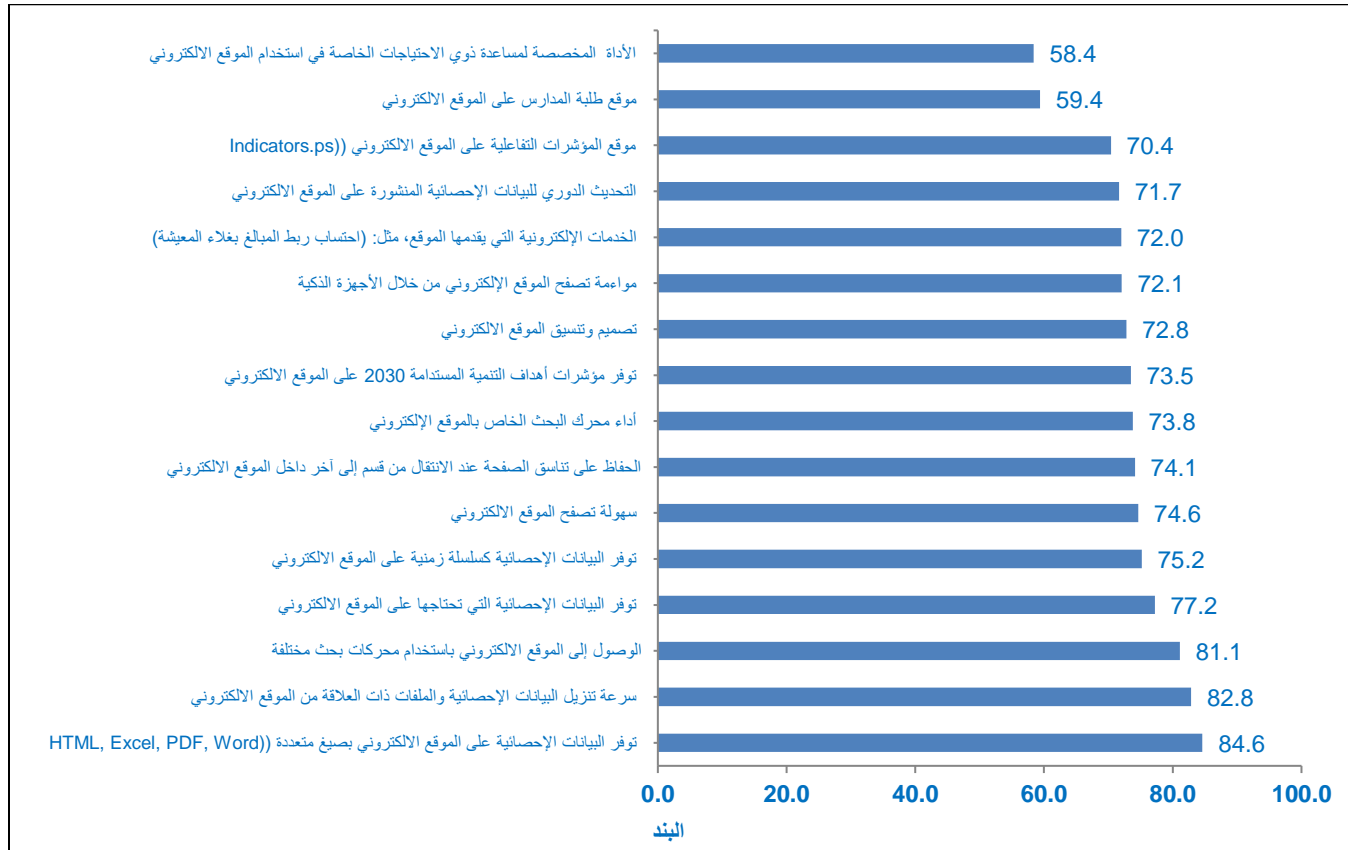
بلغت نسبة الرضى العام لمستخدمي الصفحة الإلكترونية عن جودة الخدمات الإحصائية التي يصدرها الجهاز تقارب 82%، وحسب نوع الاستخدام فقد كانت أعلى نسبة رضى هي لكل من الاستخدام المؤسسي، والاستخدام الفردي والمؤسسي بنفس الوقت بنسبة تقارب 89% لكل منهما، وأقلها للاستخدام الفردي بنسبة تقارب 77%. (أنظر جدول 14).

#### 2.4.2 الرضى عن الموقع الإلكتروني

أظهرت نتائج المسح كما هو مبين في جدول 15 أن متوسط الرضى لجميع المستخدمين عن الموقع الإلكتروني الرسمي للجهاز حوالي 74%، حيث كانت أعلاها للمؤسسات بنسبة تقارب 82%، يليها الأفراد بنسبة تقارب 78% (أنظر الجدولين 16 و 17).

وكانت أعلى نسبة رضى للمستخدمين عن توفر البيانات الإحصائية على الموقع الإلكتروني بصيغ متعددة (Excel, HTML, Word, PDF) بنسبة بلغت 85%، وأقلها عن الأداة المخصصة لمساعدة ذوي الاحتياجات الخاصة<sup>1</sup> في استخدام الموقع الإلكتروني حوالي 58%.

### النسبة المئوية لرضى المستخدمين عن الموقع الإلكتروني للجهاز حسب بنود محددة، 2019



وعن مستوى الرضى حسب بنود محددة، سُجِّلَت أعلى نسبة رضى للأفراد عن بند الوصول إلى الموقع الإلكتروني باستخدام محركات بحث مختلفة بنسبة بلغت 89%، وبند توفر البيانات الإحصائية على الموقع الإلكتروني بصيغ متعددة (Excel, HTML, Word, PDF) لكل من المؤسسات ومستخدمي الصفحة الإلكترونية (حوالي 92% و 82%) لكل منهما على التوالي، أما أقل نسبة رضى لدى جميع المستخدمين فكانت عن الأداة المخصصة لمساعدة ذوي الاحتياجات الخاصة في استخدام الموقع الإلكتروني، وبالتفصيل حسب صفة المستخدم، جاءت النسبة الأقل للمستخدمين الأفراد والمؤسسات هي للبند

<sup>1</sup> هذه الأداة مخصصة للذين لديهم صعوبات في البصر والسمع فقط.

رابط طلبة المدارس على الموقع الالكتروني تقارب 65% وحوالي 46% على التوالي، وبند الأداة المخصصة لمساعدة ذوي الاحتياجات الخاصة في استخدام الموقع الالكتروني بنسبة حوالي 56% لمستخدمي الصفحة الالكترونية.

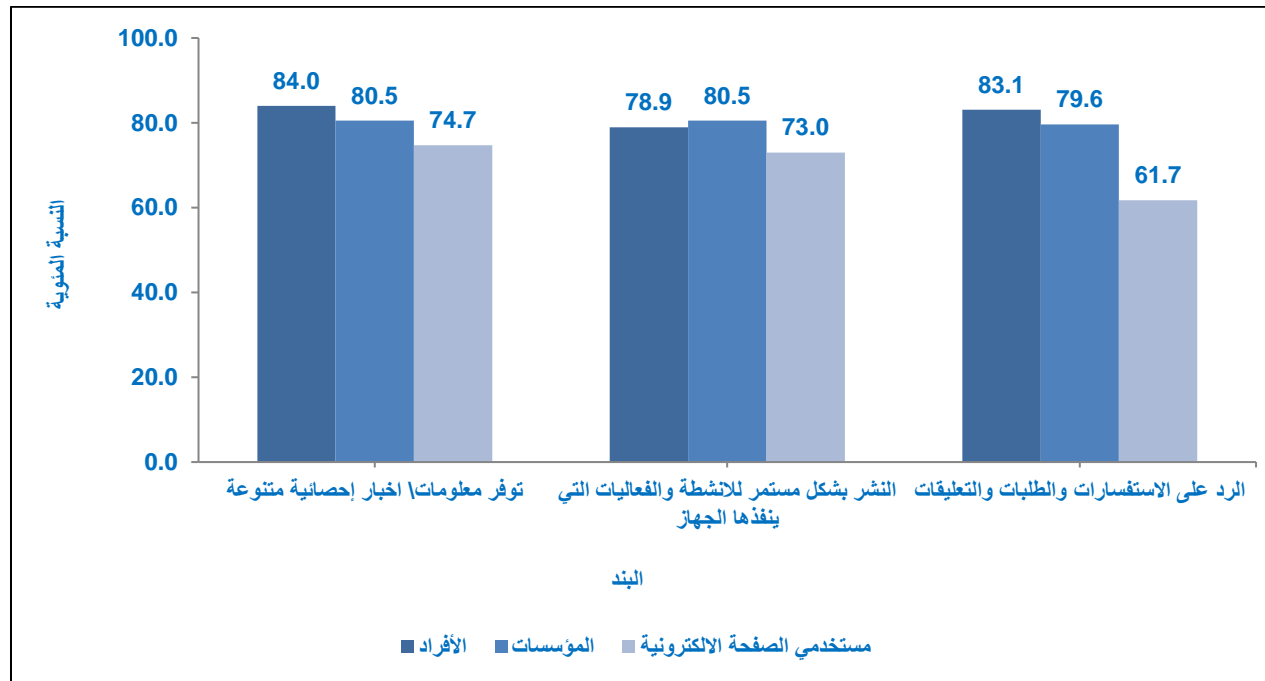
### 3.4.2 الرضى عن موقع الجهاز على مواقع التواصل الاجتماعي

بلغ متوسط رضى المستخدمين من الأفراد والمؤسسات عن موقع الجهاز على مواقع التواصل الاجتماعي بحسب بنود محددة 82% للأفراد وحوالي 80% للمؤسسات وحوالي 70% لمستخدمي الصفحة الإلكترونية (أنظر الجدولين 18 و19).

كانت أعلى نسبة رضى للأفراد عن بند توفر معلومات/اخبار إحصائية متنوعة (84%)، وبالنسبة للمؤسسات كانت أعلى نسبة للبندين هي توفر معلومات/اخبار إحصائية متنوعة والنشر بشكل مستمر للأنشطة والفعاليات التي ينفذها الجهاز تقارب 81% لكل منهما، كذلك كانت أعلى نسبة بالنسبة لمستخدمي الصفحة الإلكترونية للبند توفر معلومات/اخبار إحصائية متنوعة تقارب 75%، وحاز بند النشر بشكل مستمر للأنشطة والفعاليات التي ينفذها الجهاز على أقل نسبة رضى للأفراد تقارب 79%، وحصل بند الرد على الاستفسارات والطلبات والتعليقات على أقل نسبة بالنسبة للمؤسسات ومستخدمي الصفحة الإلكترونية تقارب 80%، و62% على التوالي.

النسبة المئوية لرضى المستخدمين عن موقع الجهاز على مواقع التواصل الاجتماعي حسب بنود محددة وصفة المستخدم،

2019

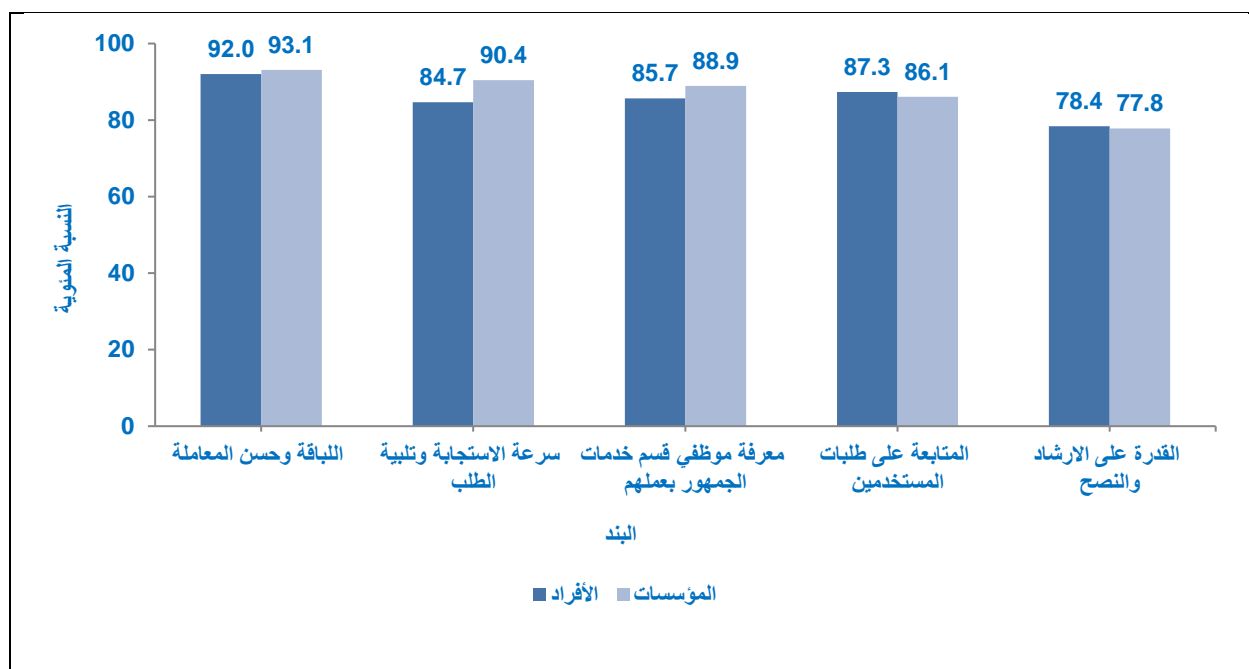


يشار هنا إلى وجود نسبة من المستخدمين الأفراد والمؤسسات أجابوا بمحايد على هذه البنود، والذي يدل على عدم معرفتهم أو استخدامهم لهذه المواقع وبالتالي لا يمكنهم إبداء رأيهم ورضاهم عنها.

### 4.4.2 الرضى عن قسم خدمات الجمهور

بلغ متوسط رضى المستخدمين من الأفراد عن قسم خدمات الجمهور بحسب بنود محددة تقارب 86%، فيما بلغ للمؤسسات حوالي 87% (أنظر جدول 20)، حيث كانت أعلى نسبة رضى لكل من الأفراد والمؤسسات عن اللباقة وحسن المعاملة بنسب متقاربة 92% للمستخدمين الأفراد، وحوالي 93% للمؤسسات، بينما حازت قدرة قسم خدمات الجمهور على الإرشاد والنصح على أقل نسبة رضى لكل من الأفراد والمؤسسات بنسبة 78% تقريباً لكل منها.

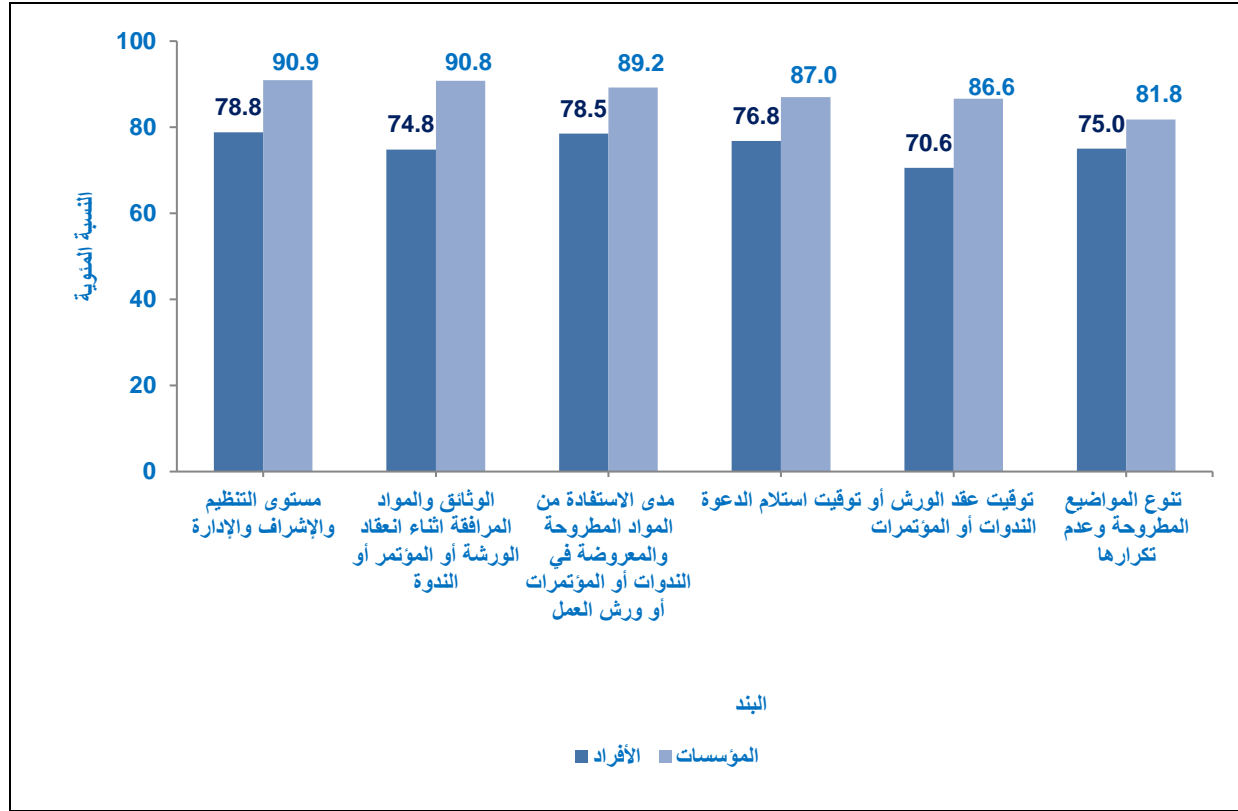
#### النسبة المئوية لرضى الأفراد والمؤسسات عن قسم خدمات الجمهور حسب بنود محددة، 2019



#### 5.4.2 الرضى عن ورش العمل أو المؤتمرات أو الندوات

تشير نتائج المسح إلى أن متوسط رضى الأفراد والمؤسسات عن ورش العمل أو المؤتمرات أو الندوات التي ينظمها الجهاز حسب بنود محددة 76% و88% تقريباً على التوالي، حيث كانت أعلى نسبة رضى للأفراد والمؤسسات عن مستوى التنظيم والإشراف والإدارة تقارب 79% و91% على التوالي، وأقل نسبة رضى بالنسبة للمستخدمين الأفراد هي حول رضاهم عن توقيت عقد الورش أو الندوات أو المؤتمرات تقارب 71%، أما بالنسبة للمؤسسات فكانت أقلها عن تنوع المواضيع المطروحة وعدم تكرارها بنسبة تقارب 82% (أنظر جدول 21).

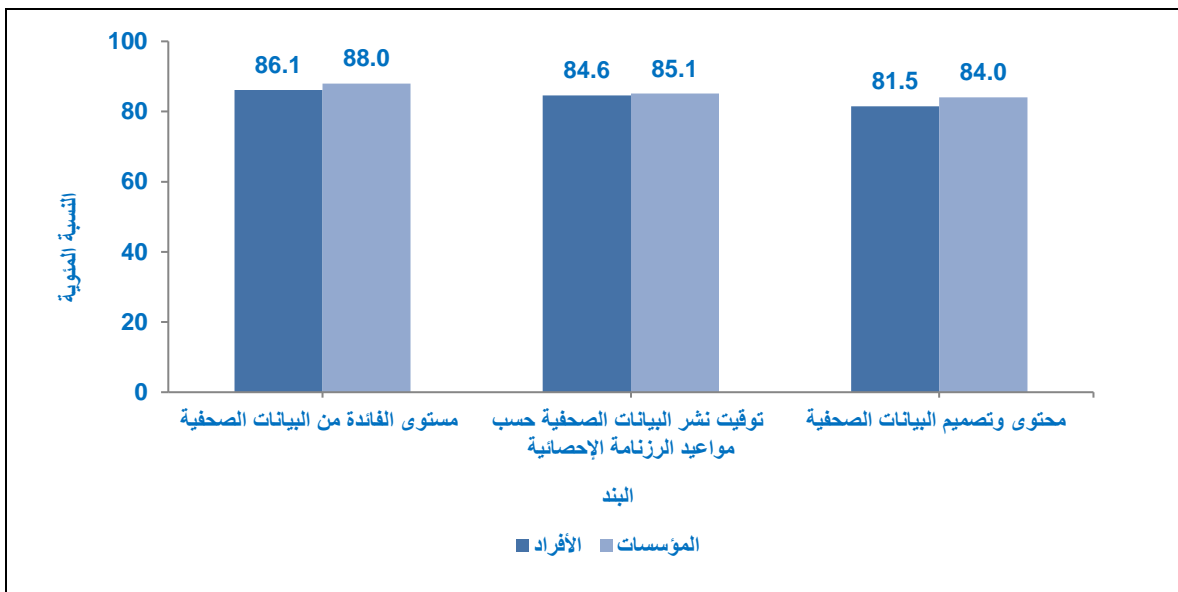
### النسبة المئوية لرضى الأفراد والمؤسسات عن ورش العمل أو المؤتمرات أو الندوات حسب بنود محددة، 2019



#### 6.4.2 الرضى عن البيانات الصحفية

تشير نتائج المسح إلى أن متوسط رضى المستخدمين من الأفراد والمؤسسات عن البيانات الصحفية التي يصدرها الجهاز حسب بنود محددة 84% و 86% تقريباً على التوالي (أنظر جدول 22)، حيث كانت أعلى نسبة رضى لكل منهما عن مستوى الفائدة من البيانات الصحفية (88% للمؤسسات وحوالي 86% للأفراد)، وأقل نسبة رضى لكل منهما عن محتوى وتصميم البيانات الصحفية (84% للمؤسسات وتقارب 82% للأفراد).

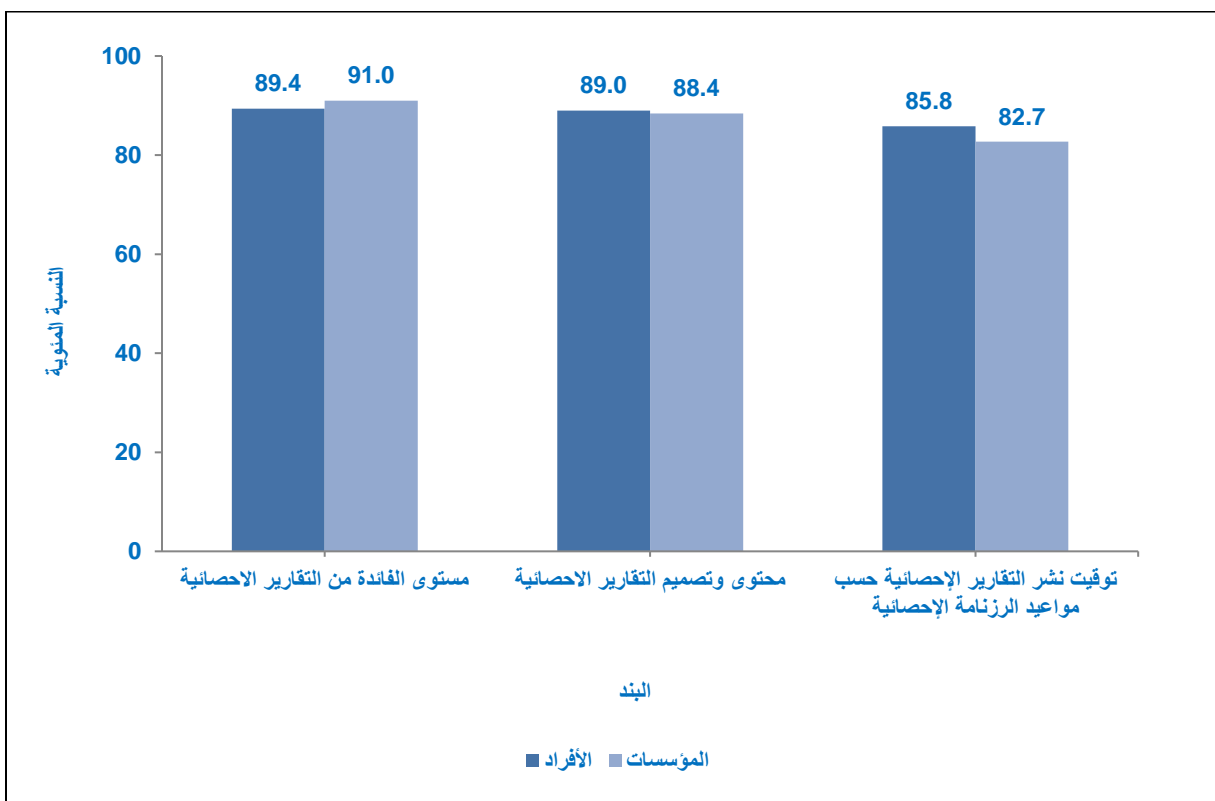
## النسبة المئوية لرضى الأفراد والمؤسسات عن البيانات الصحفية حسب بنود محددة، 2019



## 7.4.2 الرضى عن التقارير الإحصائية

تشير نتائج المسح بأن متوسط رضى المستخدمين من الأفراد والمؤسسات عن التقارير الإحصائية الصادرة عن الجهاز حسب بنود محددة بلغ 88% تقريباً لكل منهما (أنظر جدول 23)، حيث كانت أعلى نسبة رضى لكل منهما عن مستوى الفائدة من التقارير الإحصائية (حوالي 89% للأفراد و91% للمؤسسات)، وأقل نسبة رضى لكل منهما عن توقيت نشر التقارير الإحصائية حسب مواعيد الرزنامة الإحصائية (تقارب 86% للأفراد و83% للمؤسسات).

## النسبة المئوية لرضى الأفراد والمؤسسات عن التقارير الإحصائية حسب بنود محددة، 2019



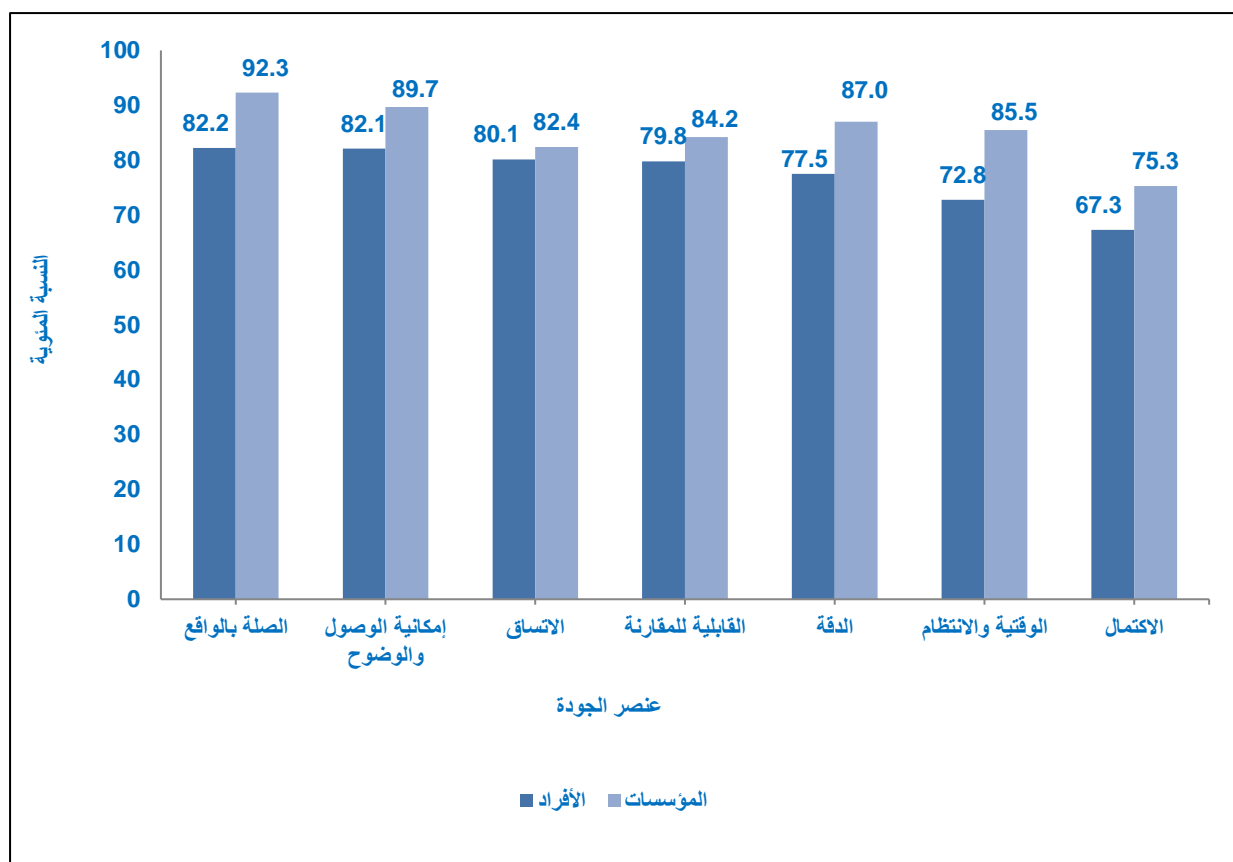
## 5.2 الرضى عن عناصر الجودة

### 1.5.2 الرضى عن عناصر الجودة بشكل عام

تشير نتائج المسح إلى أن متوسط الرضى العام للأفراد والمؤسسات عن عناصر الجودة حوالي 77% و85% على التوالي (أنظر جدول 24)، حيث كانت أعلى نسبة رضى لدى الأفراد والمؤسسات لعنصر الجودة "الصلة بالواقع" حوالي 82% و92% على التوالي، وأقل نسبة رضى لدى كل من المؤسسات والأفراد حول عنصر الجودة "الاكتمال" (حوالي 67% و75% على التوالي).



### النسبة المئوية لرضى الأفراد والمؤسسات عن عناصر الجودة بشكل عام فيما يتعلق بالبيانات الإحصائية، 2019

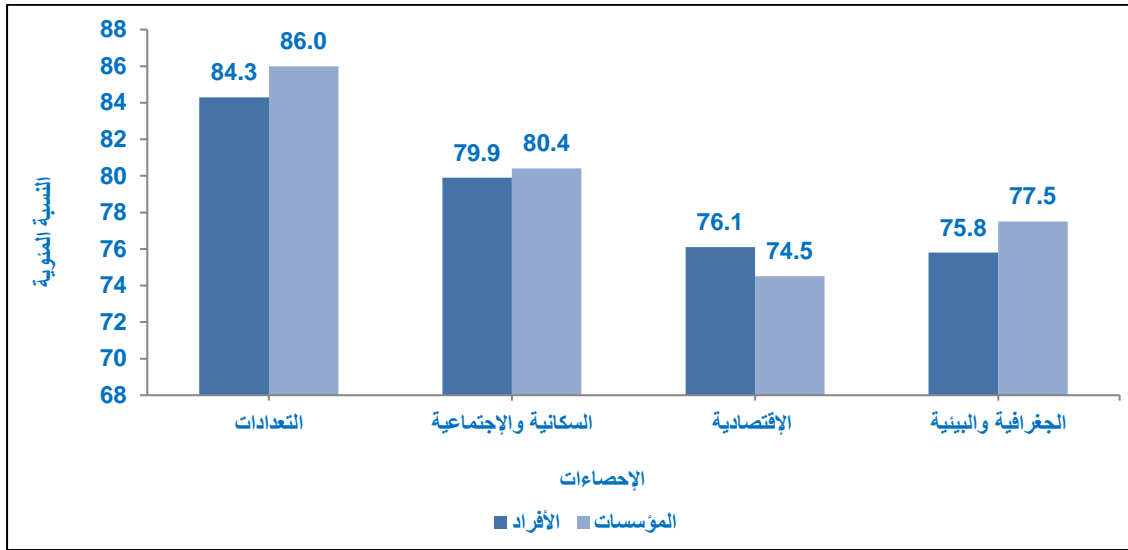


### 2.5.2 الرضى عن جودة الإحصاءات

يتبين من نتائج المسح (أنظر جداول 25 - 28) أن متوسط رضى الأفراد عن بيانات التعدادات حوالي 84% أعلاها لتعداد السكان والمساكن (تقارب 91%)، وعن الإحصاءات السكانية والاجتماعية تقارب 80% أعلاها للسكان والديمغرافيا (حوالي 90%)، وعن الإحصاءات الاقتصادية حوالي 76% أعلاها لكل من إحصاءات الأسعار والأرقام القياسية وإحصاءات الخدمات (بنسبة 79% تقريبا لكل منهما)، وأخيراً عن الإحصاءات الجغرافية والبيئية بحوالي 76% أعلاها للمساكن وظروف السكن (تقارب 83%).

كما يتبين أن متوسط رضى المؤسسات عن بيانات التعدادات 86% أعلاها لتعداد السكان والمساكن (تقارب 90%)، وعن الإحصاءات السكانية والاجتماعية حوالي 80% أعلاها للسكان والديمغرافيا (حوالي 88%)، وعن الإحصاءات الجغرافية والبيئية بنسبة تقارب 78% أعلاها للمساكن وظروف السكن (بنسبة تقارب 88%)، وأخيراً عن الإحصاءات الاقتصادية بنسبة تقارب 75% أعلاها للأداء الاقتصادي حوالي 81%.

متوسط رضى الأفراد والمؤسسات عن عناصر الجودة بحسب نوع الإحصاءات، 2019



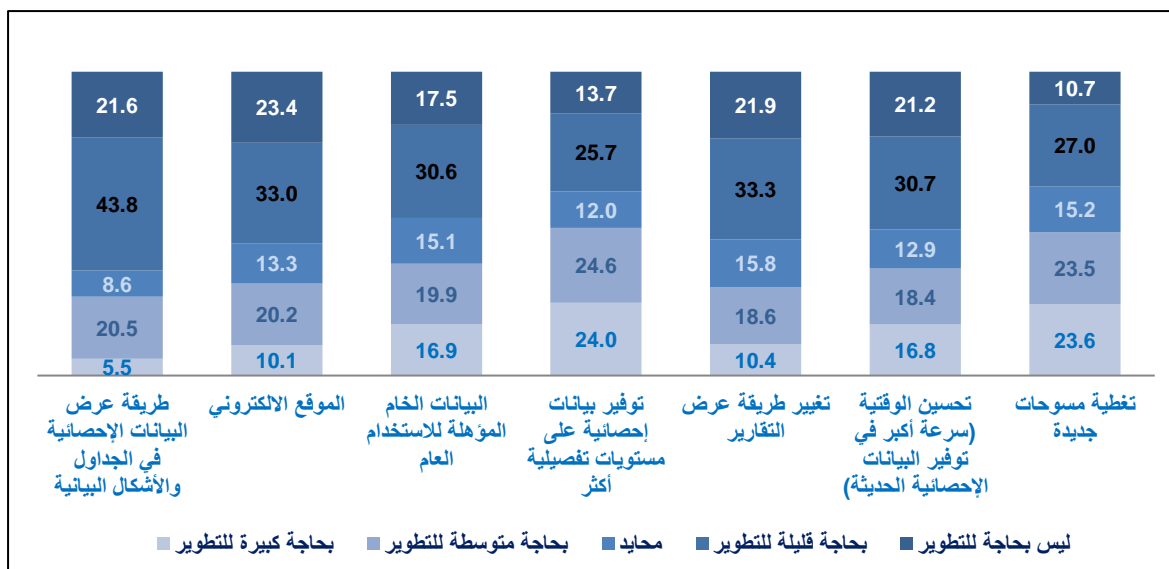
## 6.2 مجالات التطوير

تضمنت الاستمارة قسماً عن مدى حاجة الجهاز لتطوير عمله حسب بنود محددة، من حيث عدم حاجته، أو حاجته الكبيرة أو المتوسطة أو القليلة للتطوير، حيث كانت النتائج كالاتي:

### الأفراد:

بشكل عام تشير النتائج (أنظر جدول 29) إلى حاجة الجهاز الكبيرة لتطوير عمله من وجهة نظرهم من حيث توفير بيانات إحصائية على مستويات تفصيلية أكثر بنسبة 24%، وتغطية مسوح جديدة بنسبة تقارب 24%، كما تشير النتائج إلى حاجة الجهاز المتوسطة لتطوير عمله من حيث توفير بيانات إحصائية على مستويات تفصيلية أكثر بنسبة تقارب 25%، وتغطية مسوح جديدة بنسبة تقارب 24%.

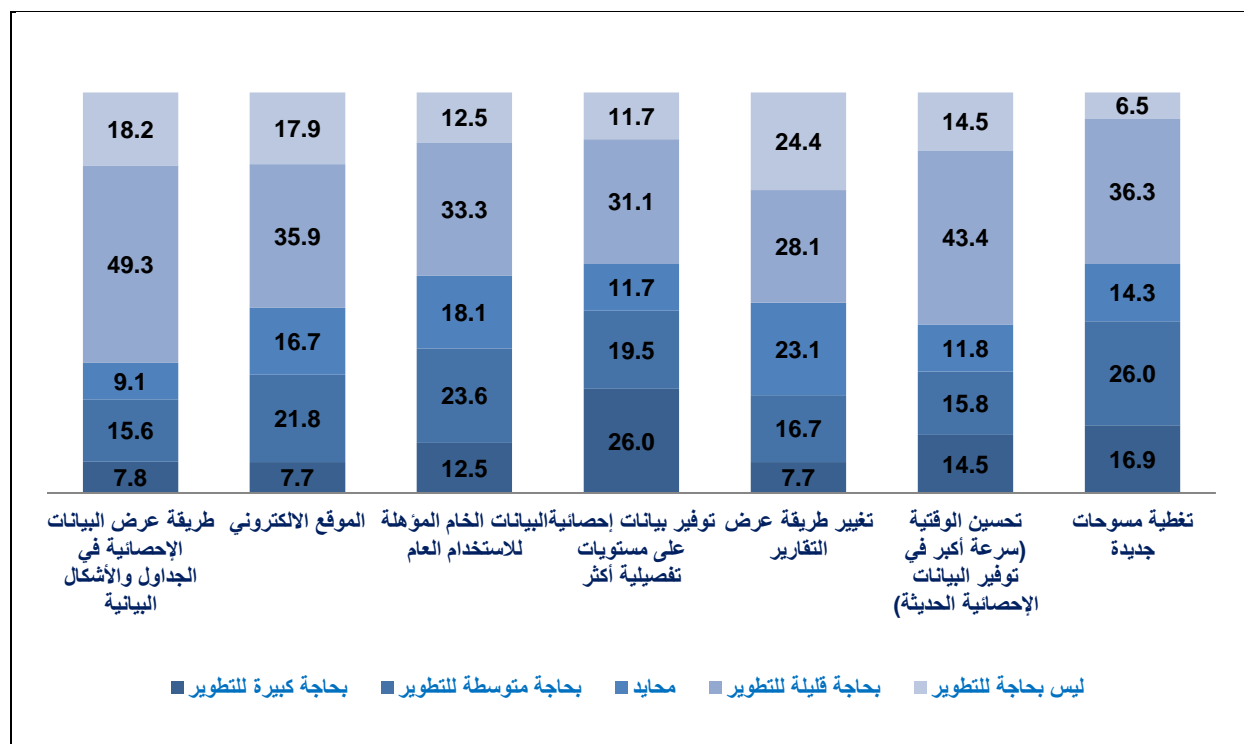
### التوزيع النسبي للأفراد حسب مدى حاجة الجهاز للقيام بتطوير عمله من وجهة نظرهم ، 2019



#### المؤسسات:

تشير النتائج (حسب جدول 30) إلى حاجة الجهاز الكبيرة لتطوير عمله من وجهة نظرهم من حيث توفير بيانات إحصائية على مستويات تفصيلية أكثر بنسبة 26%، كما تشير إلى حاجة الجهاز المتوسطة لتطوير عمله من وجهة نظرهم من حيث تغطية مسوح جديدة (26%) والبيانات الخام المؤهلة للاستخدام العام (بنسبة تقارب 24%) والموقع الإلكتروني (بنسبة تقارب 22%).

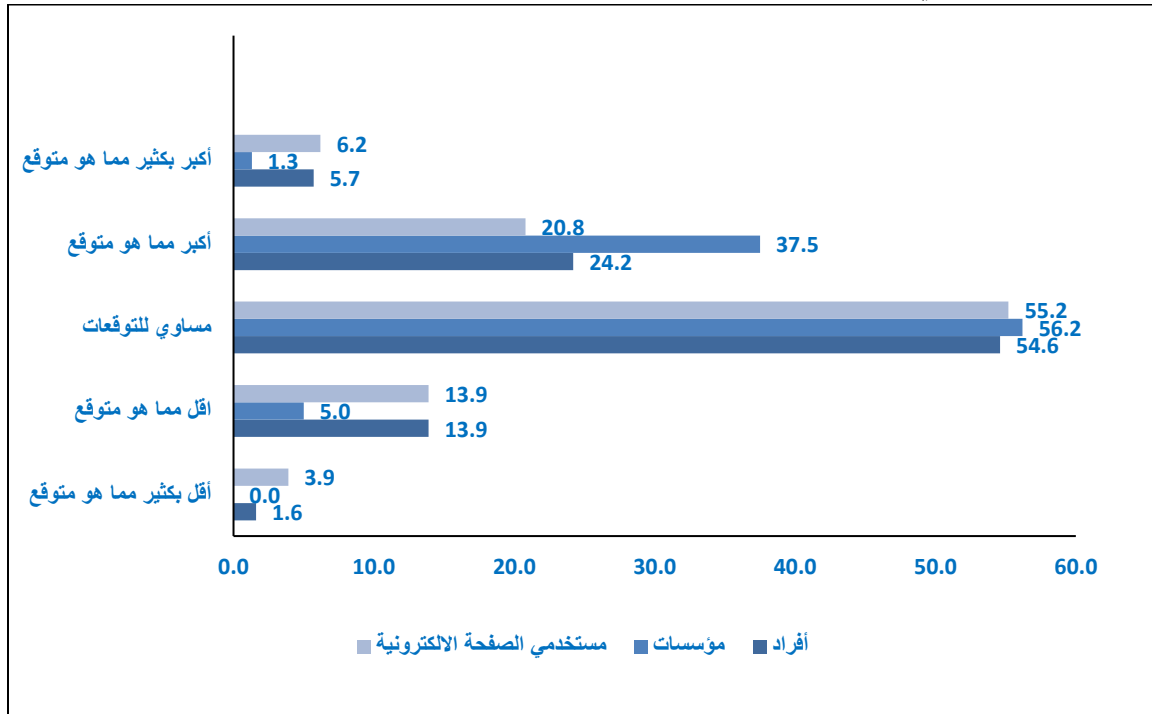
### التوزيع النسبي للمؤسسات حسب مدى حاجة الجهاز للقيام بتطوير عمله من وجهة نظرهم ، 2019



## 7.2 تقييم مستوى استجابة الجهاز لتوقعات المستخدمين

بهدف تقييم استجابة الجهاز للتوقعات التي ينتظرها المستخدمين، تم ادراج سؤال في استمارات المسح حول مدى استجابة الجهاز للتوقعات، وقد أظهرت النتائج أن النسبة الأعلى كانت للبند مساوٍ للتوقعات بنسب حوالي 55% لجميع المستخدمين، وحسب صفة المستخدم فقد كانت النسبة الأعلى أيضاً للبند مساوٍ للتوقعات (بنسبة تقارب 55% للأفراد، وحوالي 56% للمؤسسات، وحوالي 55% لمستخدمي الصفحة الإلكترونية)، وأقلها للبند أقل بكثير مما هو متوقع (بنسبة 3% لجميع المستخدمين، وبنسبة تقارب 2% للأفراد، و0% للمؤسسات وبنسبة تقارب 4% لمستخدمي الصفحة الإلكترونية) لنفس البند (أنظر جدول 31).

التوزيع النسبي للمستخدمين لتقييم مستوى استجابة الجهاز لتوقعاتهم حسب صفة المستخدم، 2019



## 8.2 مقارنة البيانات

تم تنفيذ مسح رضى المستخدمين في الدورتين الأخيرتين بإتباع منهجية جديدة سواء من حيث الفئات المستهدفة، طريقة الجمع، تصميم العينة، وتصميم الإستمارة وما تحتويه ... وبناءً على ذلك يمكن إجراء مقارنات مع بيانات مسح رضى المستخدمين للأعوام السابقة بشكل محدود وبحذر. فيما يلي مقارنات لبعض المؤشرات بين مسح رضى المستخدمين للعامين 2016 و2019:

- تصدّر الجهاز الافضلية كمصدر من مصادر البيانات للأفراد بنسبة تقارب 91% للعام 2019 مقارنة مع 84% للعام 2016، فيما تراجعت هذه النسبة لتصبح 92.5% للمؤسسات للعام 2019 مقارنة مع 94% في العام 2016 بانخفاض مقداره 1.5%.

- اعتماد الوزارات والمؤسسات الحكومية والمؤسسات الخاصة والمؤسسات الأخرى بشكل كبير على الجهاز ولكن بشكل غير تام - تراوحت نسبه بين حوالي 93% - 95% في مسح 2019، فيما كان الاعتماد على الجهاز فقط كمصدر للبيانات في العام 2016 بنسبة 100% للوزارات والمؤسسات الحكومية والمؤسسات الخاصة، أي بانخفاض بسيط عن 2016 للوزارات والمؤسسات الحكومية وارتفاع للمؤسسات الأخرى عن 2016، حيث ظهر في 2019 أن بعض المؤسسات الحكومية والخاصة تعتمد على بيانات صادرة من الجهاز ومن مؤسسات حكومية أخرى بشكل بسيط.
- بلغت نسبة الرضى العام للمستخدمين عن البيانات والخدمات الاحصائية التي يقدمها الجهاز حوالي 91% في العام 2019 بارتفاع عن عام 2016 حيث كانت نسبة الرضى العام 88%.
- بلغ متوسط رضى المستخدمين الأفراد والمؤسسات عن خدمات الجمهور 86% و87% على التوالي في العام 2019، بارتفاع عن العام 2016 والذي كان 85% لكل منهما.

التوزيع النسبي للمستخدمين حسب الوسيلة المفضلة لديهم في الحصول على البيانات أو الخدمات التي يقدمها الجهاز وصفة المستخدم والسنة

الوسيلة														صفة المستخدم / سنة إجراء المسح																	
2019				2016				2013				2010																			
المجموع		مستخدمي الصفحة الالكترونية	مؤسسات	أفراد	المجموع		مستخدمي الصفحة الالكترونية	مؤسسات	أفراد	المجموع		مؤسسات	أفراد	المجموع		مؤسسات	أفراد														
49.8		62.7	28.8	32.5	50.7		58.1	43.2	40.8	68.9		69.4	65.4	66.0		64.2	71.1	الموقع الإلكتروني													
3.8		1.8	3.8	7.7	3.8		4.8	1.1	3.4	8.1		7.7	9.9	10.7		11.7	8.1	زيارة خدمات الجمهور													
-		-	-	-	-		-	-	-	1.5		1.4	2.2	-		-	-	الفاكس													
2.3		3.1	1.3	1.0	2.4		2.9	3.4	1.1	-		-	-	3.4		4.1	1.3	الهاتف/الفاكس													
34.5		20.3	62.3	51.5	35.5		22.2	48.9	53.0	13.4		13.3	14.3	12.0		12.2	11.4	البريد الالكتروني													
1.5		1.0	2.5	2.1	1.9		2.2	2.3	1.1	2.1		1.9	3.3	2.5		3.4	0.0	ورش عمل													
3.0		3.6	1.3	2.6	1.4		2.5	0.0	0.0	4.8		5.0	3.8	5.4		4.4	8.1	البيانات الصحفية													
5.1		7.5	-	2.6	4.3		7.3	1.1	0.6	-		-	-	-		-	-	وسائل التواصل الاجتماعي													
-		-	-	-	-		-	-	-	1.2		1.3	1.1	0.0		0.0	0.0	اخرى													
100.0		100.0	100.0	100.0	100		100	100	100	100		100	100	100		100	100	المجموع													

### نسبة استخدام بيانات الجهاز حسب الغرض من الاستخدام وصفة المستخدم والسنة

صفة المستخدم / سنة إجراء المسح														الغرض من استخدام البيانات
2019				2016				2013			2010			
المجموع	مستخدمي الصفحة الالكترونية	مؤسسات	أفراد	المجموع	مستخدمي الصفحة الالكترونية	مؤسسات	أفراد	المجموع	مؤسسات	أفراد	المجموع	مؤسسات	أفراد	
84.9	84.8	83.8	85.6	81.9	81.6	70.5	88.5	74.3	86.8	71.7	80.2	87.2	77.6	أبحاث ودراسات
33.6	29.8	57.5	31.4	35.7	31.7	58.0	31.6	57.7	34.1	62.6	47.3	30.9	53.3	التخطيط
15.7	16.2	27.5	9.8	16.5	15.6	28.4	12.1	23.7	18.1	24.8	31.8	18.8	36.5	الرقابة والمتابعة
4.7	5.7	2.5	3.6	3.3	3.2	2.3	4.0	12.3	13.2	12.1	14.6	14.1	14.8	دعاية وإعلان
30.5	25.2	53.8	31.4	28.2	21.9	52.3	27.6	30.0	23.1	31.5	42.1	24.8	48.4	اتخاذ القرارات
14.5	12.9	30.0	11.3	11.4	7.6	30.7	8.6	25.4	22.0	26.1	21.6	10.1	25.8	تقارير لوسائل الإعلام
5.9	4.9	7.5	7.2	5.5	3.8	11.4	5.7	11.0	12.1	10.8	11.8	9.4	12.7	أغراض قانونية
13.3	14.9	11.3	10.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	غير ذلك

### التوزيع النسبي لاستخدام بيانات الجهاز حسب دورية الاستخدام وصفة المستخدم والسنة

سنة إجراء المسح / صفة المستخدم														دورية الاستخدام
2019				2016				2013			2010			
المجموع	مستخدمي الصفحة الالكترونية	مؤسسات	أفراد	المجموع	مستخدمي الصفحة الالكترونية	مؤسسات	أفراد	المجموع	مؤسسات	أفراد	المجموع	مؤسسات	أفراد	
7.5	7.5	12.5	5.7	5.9	7.6	5.7	2.9	2.2	2.4	1.1	11.1	13.6	4.0	يوميأ
14.6	17.2	12.5	10.3	17.3	20.3	10.2	15.5	9.2	9.5	7.7	14.8	17.0	8.7	اسبوعياً
18.4	20.3	27.4	10.8	20.1	21.0	17.0	20.1	19.7	20.0	18.1	32.5	40.2	11.4	شهريأ
6.6	5.4	8.8	8.2	7.6	5.7	9.1	10.3	8.3	8.6	6.6	-	-	-	ربعياً
4.1	3.3	3.8	5.7	4.0	2.9	6.8	4.6	12.0	12.8	8.2	-	-	-	سنوياً
48.8	46.3	35.0	59.3	45.1	42.5	51.2	46.6	48.6	46.7	58.3	41.6	29.2	75.9	غير منتظم (عند الحاجة)
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	المجموع

## 9.2 المقابلات شبه المنتظمة

تمت مقابلة سبعة من ممثلي المؤسسات (3 جامعات، مؤسسة إعلامية-راية، أوتشا، وزارة الصحة، مؤسسة بحثية-ماس) وكان الهدف من ذلك هو تعميق فهم النتائج والتأكيد عليها، وقد تم ذلك من خلال توجيه عدد من الأسئلة لهم والتأور معهم حول بعض النتائج الإحصائية<sup>2</sup>.

**ففي مجال الرضى العام** عن البيانات الإحصائية والخدمات التي يقدمها الجهاز والرضى عن جودة مخرجات عمل الجهاز وحصولها على نسب رضى عالية، فقد اكد كافة من تمت مقابلتهم على ذلك وان الجهاز بكفاءته وفاعليته يستحق هذا المستوى من الرضى العالي ميين ذلك بشواهدهم (إن الجهاز من افضل المؤسسات الوطنية من ناحية الاداء والالتزام، دراسات ومسوح الجهاز موثوقة، الخدمات تقدم بشكل سريع، معاملة حسنة ومهنية، يتم تزويدنا بالبيانات الإحصائية دائما وبشكل مستمر حتى دون ان نطلب ذلك من خلال البيانات الصحفية والروابط الالكترونية، الخدمات سهلة وصحيحة ومتنوعة ومجانية، خدمات وبيانات الجهاز ممتازة باكثر من المتوقع، يقوم الجهاز بتجميع وتوفير بيانات كثيرة، هناك محاولات تحديث وتجديد مستمرة).

وفي بعد آخر أشار البعض الى وجود مذكرات تفاهم واتفاقيات تعاون بين مؤسساتهم والجهاز الامر الذي يسهل ويسر الاستجابة لطلباتهم في الحصول على البيانات التي يحتاجونها خصوصا البيانات الخام المؤهلة للاستخدام.

بالمقابل يرى البعض منهم ان هناك بعض نقاط الضعف التي تضعف مستوى الرضى، مثلا: نقطة ضعف رئيسية تتمثل في "كيفية عرض البيانات وكيفية تسويق المعلومة dissemination and communication وهذه قد تكون نقطة ضعف عامة لدى غالبية مراكز الإحصاء في مختلف دول العالم. ويشير البعض الى صعوبة/عدم قدرتهم على الحصول على البيانات غير المنشورة رغم توقيع مذكرات تفاهم مع الجهاز - فهم يعتمدون على مسوح معينة اعتمادا كليا -كالسكان والمسح العنقودي متعدد المؤشرات MICS- في التخطيط واعداد الاستراتيجيات واتخاذ القرار واعداد المؤشرات الحيوية والدراسات وغيرها. وأشاروا أيضا الى انه أحيانا يكون من الصعب الوصول الى المعلومة على الموقع الالكتروني (بيانات تاريخية- قديمة- موجودة من خلال محرك بحث معين وبيانات جديدة موجودة من خلال محرك بحث آخر) وأحيانا أخرى عدم توفر بيانات معينة عن الأراضي مثلا.

**وفي مجال اهداف ومجالات استخدام البيانات** فقد أشاروا إلى أن بيانات الجهاز بشكل عام تخدم عملية التخطيط واتخاذ القرارات، لكن قد تكون هناك مشكلة لدى المخطط الفلسطيني وصانع القرار الفلسطيني الذي ربما لا يعتمد كثيرا على البيانات في التخطيط واتخاذ القرارات - حيث كانت هذه النسبة في المرتبة الثانية بعد نسبة أغراض الدراسات والابحاث. وحيث كانت النسبة الأعلى لاستخدامها في الأبحاث والدراسات وبنسبة عالية فان ذلك يعود لأسباب عديدة منها (كثرة من يقومون بالدراسات والأبحاث ربما لأسباب أكاديمية - طلبة البكالوريوس والماجستير، كثرة وتنوع الدراسات التنموية ودراسات البيانات القاعدية ودراسات بيانات نهاية المشاريع، دراسات الجدوى، وكون ان الكثير من المؤسسات التي تقوم بالتخطيط واتخاذ القرارات تعتمد في ذلك على دراسات أولية).

<sup>2</sup> انظر الملحق 4.1 "قائمة أسئلة المقابلات"

لكنهم أشاروا في نفس الوقت الى تنوع أهداف استخداماتهم للبيانات كالتخطيط، تصميم مؤشرات، وضع استراتيجيات، اتخاذ قرارات، تصميم برامج ومشاريع تنموية، دراسات وابحاث تنموية واكاديمية واقتصادية...الخ مما يؤكد أهمية بيانات الجهاز واعتماد المستخدمين عليها وتنوع استخداماتها.

اما في مجال العلاقة مع الجهاز وسبل التواصل معه وحيث كانت صفحة الجهاز على الفيس بوك هي الطريقة المفضلة للتواصل مع الجهاز من بين صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى ذلك فان ذلك يعود لكون ان الفيس بوك هو الأكثر استخداما وان المواقع الأخرى تستخدم بمحدودية على الصعيد المحلي، هذا عدا عن ضعف معرفة واستخدام الناس بمواقع التواصل الاجتماعي الأخرى بالإضافة الى ان الناس لا تتعامل مع هذه المواقع باعتبارها سبل اتصال رسمي وأحيانا قد نجدها ممنوعة من الاستخدام لدى الجهات الحكومية.

لكن وبشكل عام فان المستخدمين المتخصصين يذهبون مباشرة الى الصفحة الالكترونية ويستخدمون البريد الالكتروني حيث البيانات متوفرة وسهلة الوصول. ورغم ذلك فان لهم بعض الملاحظات والمقترحات التطويرية في هذا الشأن منها: ان هناك بيانات لا يتم نشرها كسلاسل زمنية كاملة - كالتائج المحلي الإجمالي، التعامل مع الموقع الالكتروني كان سابقا اسهل حيث اصبح الان شديد الاكتظاظ ويشتمل على بيانات كثيرة خاصة للناس العاديين مما يصعب وصولهم للبيانات المطلوبة. وعند البحث عن منشورات وبيانات معينة فان محرك البحث يقود المتصفح في عدة خطوات متعاقبة وتفصيلية وربما مشوشة أحيانا (البحث داخل الموقع الالكتروني للجهاز يقود الى صفحة جوجل وامور غير مقصودة بالبحث).

**وفيما يخص عرض البيانات** فان طريقة عرضها بشكل عام جيدة ومريحة، ملائمة، وصديقة للقارئ وهي تشتمل على توجيهات وشروط الاقتباس والأنظمة والقيود...الخ.

ورغم ذلك فان هناك بعض الملاحظات من مثل ان الجداول منشورة بالصورة التقليدية القديمة وعليه يجب التركيز على اعداد وعرض المؤشرات التفاعلية من خلال لوحة القيادة Dash Board للنشر لتمكين الناس من الحصول على البيانات والجداول التي يريدونها، بعض المعلومات يصعب الوصول اليها حيث يلزم الاتصال بالجهاز طلبا للإرشاد والتوجيه، الإحصاءات مرتبة ابجديا وأحيانا يتم استخدام كلمات مفتاحية غير موجودة في هذا الترتيب، هناك حاجة لتبسيط البيانات الصحفية بما يلائم المواطن العادي او الصحفي (متخصصة وكلمات إحصائية)، يوجد بها نصوص كثيرة وتكاد تخلو من الاشكال والرسوم التوضيحية، كما يجب ان يكون تحديث البيانات اسرع حيث بعضها يعود لازمان سابقة وغير محدثة زمانيا.

**اما الحاجة لبيانات تفصيلية وتعدادات أخرى** فقد كان هناك بعض الملاحظات حول عدم توفر بيانات تفصيلية على الموقع الالكتروني او منشورات الجهاز والامر يكون صعبا عند التوجه لطلبها من الجهاز كبيانات غير منشورة.



**فيما يتعلق بخدمات الجمهور** فان تعامل العاملين في هذا القسم مهني وممتاز بشكل عام، خدمتهم سريعة، معاملتهم حسنة ولبقة ويقومون بالتوجيه والإرشاد الصحيح - رغم انه لا يتم ابلاغ طالب الخدمة بعدم توفر البيانات المطلوبة، وتكون الأمور ممتازة عندما يكون التعامل مع أناس محددين ومعروفين لدى القسم/الجهاز او يمثلون جهات رسمية.

**بخصوص مستوى استجابة الجهاز لتوقعات المستخدمين** أشاروا إلى أن الجهاز مستجيب لتوقعات المستخدمين من حيث التطوير المستمر وتلبية الحاجات حيث يلاحظ عمليات تطوير مستمرة وتطور في الموقع الالكتروني في مجالات كثيرة خلال آخر 5 سنوات. كيف لا وهم يرون ان قيادات الجهاز هي من النوع المهتم بالتطوير بما يستجيب لحاجات المؤسسات الدولية والمانيين والتحديث المستمر وتلبية المستجدات، وكانوا كذلك على مر السنين.

## 10.2 المناقشة والاستنتاجات

كان للباحث وفي ضوء قراءته للنتائج الإحصائية أعلاه ان يصوغ مجموعة من الاستنتاجات والتي بنى عليها جملة توصياته كما يلي:

1. انها لخطوة عظيمة ان يواظب الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني على قياس مدى رضی المستخدمين لبياناته وخدماته للمرة السادسة على التوالي مكرسا بذلك نهج المؤسسة التي "تحتزم عملائها/مستخدميها وتأخذ برأيهم Customer Oriented" لترقية وتطوير مستوى خدماتها الى اعلى مستوياته.
2. وفر المسح فرصة تطوير متعددة ومتنوعة للجهاز حيث تم قياس عدد من المؤشرات الحيوية التي تشكل الأساس لخطوة تطويرية لخدماته بما يشبع حاجات المستخدمين لبياناته الإحصائية وخدماته.
3. يتوزع مستخدمي بيانات وخدمات الجهاز - للفئات المستهدفة الثلاث- على أربعة مناطق<sup>3</sup> هي الضفة الغربية بما فيها القدس، قطاع غزة، الأراضي الفلسطينية المحتلة عام 1948، ثم خارج فلسطين بما يعكس الشمولية في التغطية الجغرافية للمستخدمين أينما تواجدوا رغم تفاوت النسب ورغم ان الغالبية العظمى هم من الضفة الغربية.
4. المستخدمون الافراد يميلون الى التوازن بين ذكور واناث، وهم فئات متعلمة ومن حملة الشهادات الجامعية (بكالوريوس، ماجستير ودكتوراه) بغالبيتهم الساحقة ما يعكس قدرة الجهاز على افادة فئات تعليمية ومهنية مختلفة.
5. تتوزع المؤسسات المستفيدة من خدمات الجهاز على كافة الفئات المؤسسية (الوزارات والمؤسسات الحكومية وشبه الحكومية والهيئات المحلية، المؤسسات الخاصة، المؤسسات الدولية، ثم باقي الأنواع من المؤسسات (الجامعات والمعاهد، والمؤسسات الاهلية وغير الحكومية والخيرية، والمؤسسات الإعلامية، ومؤسسات الأبحاث والدراسات)) وقد مثلت الفئة الأولى لوحدها اقل من النصف بقليل ما يعكس قدرة الجهاز أيضا على افادة كافة قطاعات المؤسسات.
6. كانت استخدامات بيانات الجهاز هي لاستخدامات فردية ولاستخدامات مؤسسية - بتفاوت- لدى مستخدمي الصفحة الالكترونية.
7. علاقة المستخدمين مع الجهاز: "الفييس بوك" هو الوسيلة المفضلة لدى غالبية المستخدمين للتواصل مع الجهاز. بينما نجد ان الموقع الالكتروني هو البوابة المفضلة أولا للحصول على البيانات ثم يأتي البريد الالكتروني البوابة المفضلة ثانيا. وهذا الامر يبين قدرة الجهاز على فتح مداخل مختلفة للوصول الى خدماته وان من بين هذه المداخل ما يلائم تقاضيات المستخدمين وامكانياتهم.
8. غالبا ما يكون استخدام البيانات عند حاجة المستخدمين لها وهناك من يستخدمها بشكل منتظم وهنا تظهر اعتمادية المستخدمين على خدمات الجهاز لإشباع احتياجاتهم المختلفة خصوصا البحثية منها- حيث ان غرض استخدامها في الأبحاث والدراسات كان بنسبة كبيرة جدا لدى كافة المستخدمين وينسب اقل لأغراض التخطيط وأغراض اتخاذ القرارات. وهذا ما يؤكد احتفاظ الجهاز للمركز الأول بين مصادر حصول المستخدمين على البيانات الإحصائية وينسب عالية جدا. علما بان الوزارات والمؤسسات الحكومية والمؤسسات الخاصة تعتمد بشكل شبه كامل على الجهاز كمصدر للبيانات.

<sup>3</sup> وفقا لمتغيرات السؤال الخاص بالتوزيع الجغرافي

9. وعليه وفي ضوء هذه الاستنتاجات كان من الطبيعي ان يكون الرضى العام لدى المستخدمين عن البيانات والخدمات التي يقدمها الجهاز بمستوى عالي جدا رغم تدهورها عن ذلك قليلا لدى مستخدمي الصفحة الالكترونية. وهنا نجد ان المؤسسات الدولية وباقي المؤسسات راضية بشكل كامل 100%، وتقترب الوزارات والمؤسسات الحكومية والخاصة جدا من هذه النسبة.
10. كذلك ارتفعت نسبة الرضى العام عن جودة الخدمات الإحصائية التي يقدمها الجهاز لدى مستخدمي الصفحة الإلكترونية.
11. كان الأفراد أكثر رضى من المؤسسات عن جودة عدد من المنتجات الإحصائية التي يصدرها الجهاز، ثم جاء مستخدمي الصفحة الإلكترونية في المرتبة الثالثة وهذه تمثلت في الرضى عن جودة التقارير الإحصائية.
12. بشكل عام كان رضى المستخدمين عن موقع الجهاز على مواقع التواصل الاجتماعي بحسب بنود محددة مرتفع نسبيا. غير ان بعض مواقع التواصل الاجتماعي للجهاز قد حظيت بنسب رضى متدنية (حظي موقع الجهاز على تويتر بنسبة الرضى الأقل من رضى الافراد ومستخدمي الصفحة الإلكترونية وحظي موقع الجهاز على الانستغرام بنسبة الرضى الأقل لدى المؤسسات).
13. كان متوسط الرضى لجميع المستخدمين عن الموقع الإلكتروني الرسمي للجهاز مرتفع نسبيا خاصة بين المؤسسات. وبشكل خاص كانت أعلى نسبة لرضى المستخدمين عن توفر البيانات الإحصائية على الموقع الإلكتروني بصيغ متعددة (Word, PDF, Excel, HTML) فيما حظيت كل من الأداة المخصصة لمساعدة ذوي الاحتياجات الخاصة في استخدام الموقع الإلكتروني وموقع طلبة المدارس على اقل نسبة من الرضى.
14. ارتفع الرضى أيضا عن قسم خدمات الجمهور وفقا لبنود محددة، بحيث جاء الرضى عن اللباقة وحسن المعاملة في الدرجة الأولى بين البنود في حين تدنى الرضى عن قدرة قسم خدمات الجمهور على الارشاد والنصح فكانت الدرجة الأقل.
15. جاء الرضى بمستوى تراوح بين مرتفع نسبيا الى مرتفع عن عدد من المتغيرات من مثل ورش العمل والمؤتمرات والندوات التي ينظمها الجهاز - مرتفع نسبيا، الرضى عن البيانات الصحفية - مرتفع، الرضى عن عناصر الجودة بشكل عام - مرتفع نسبيا.
16. الرضى عن جودة بيانات الإحصاءات العامة- التعدادات والمسوح - كان أيضا مرتفع، من بينها كان الرضى عن تعداد السكان والمساكن مرتفع جدا. الإحصاءات السكانية والاجتماعية حظيت بمستوى رضى مرتفع نسبيا وكذلك الحال بالنسبة للإحصاءات الاقتصادية والإحصاءات الجغرافية والبيئية.
17. شعور المستخدمين بحاجة الجهاز لتطوير عمله تتراوح بين قليلة ومتوسطة ولمختلف المتغيرات الفرعية، من طريقة عرض البيانات الإحصائية في الجداول والأشكال البيانية، والموقع الإلكتروني، والبيانات الخام المؤهلة للاستخدام العام، وتوفير بيانات إحصائية على مستويات تفصيلية أكثر، وتغيير طريقة عرض التقارير وتحسين الوتية وتغطية مسوح جديدة، ولكن اذا ما جمعنا نسب كل من الحاجة الكبيرة للتطوير مع الحاجة المتوسطة للتطوير فان النتائج تؤكد حاجة الجهاز لإحداث تطوير لكافة البنود المدرجة في التقييم.
18. أما مستوى استجابة الجهاز لتوقعات المستخدمين فقد كانت مساوية للتوقعات لدى أكثر من نصف المستخدمين.

19. وقد أمكن اجمال وتلخيص جملة من الاستنتاجات من خلال مشاهدات المقابلات شبه المنتظمة – القسم النوعي/الكيفي في المسح، هي:

- أ. تتناغم بل وتتفق انطباعات وتقييمات وتوجهات الدراسة الكيفية مع نظيراتها في الدراسة الكمية الى حد كبير وفي مختلف المجالات، لا بل تراها في الدراسة الكيفية قدمت تفسيرات واضحة ومحددة وأكدت على مفاهيم واستنتاجات إحصائية تم استخلاصها من الدراسة الكمية.
- ب. أكدت أيضا ان الجهاز بكفاءته وفاعلية ادائه يستحق ذاك المستوى العالي من الرضى الذي اظهرته النتائج الإحصائية حيث يقدم خدماته بمستويات عالية ويجدونه مستجيبا لتوقعاتهم رغم وجود حاجة مستمرة للتطوير في شكل ومحتوى الخدمة وتقديمها.
- ج. أكدت أهمية البيانات والخدمات التي يقدمها الجهاز وشموليتها حيث تعدد وتنوع أغراض الاستخدام من تخطيط واتخاذ قرارات وصوغ استراتيجيات ومؤشرات حيوية وابحاث ودراسات بأنواعها المختلفة.
- د. تلاقى أيضا مع ما اشارت اليه نتائج الدراسة الكمية حيث التوجه للحصول على البيانات من خلال الموقع الالكتروني الذي براهم يحتاج الى نوع من التطوير والتحديث فيما يخص آليات البحث واشكال عرض المحتوى. وكذلك من خلال البريد الالكتروني ومن خلال الاتصال مع قسم خدمات الجمهور او زيارته والذين يشار الى انهم يتعاملون بمستوى جيد مع من يطلبون الخدمة منهم مع الحاجة للتطوير والاهتمام اكثر في جانب المتابعة وتوفير البيانات غير المنشورة.
- هـ. تبين أن هناك حاجة لإجراء مسح هامة أخرى تخدم الباحثين والدارسين والمؤسسات التي لها اهتمامات خاصة كالصحة والأراضي والمياه والمستوطنات وأخرى اقتصادية وغيرها...الخ.

## 11.2 التوصيات

عند التمعن قليلا في هذه الاستنتاجات فإن مجموعة من التوصيات يمكن عرضها على الجهاز والتي لا بد من اخذها بعين الاعتبار والسير قدما في طريق تطبيقها بما يؤدي الى تطوير منتجات وخدمات الجهاز والذي من شأنه ان يرفع من مستوى رضی المستخدمين للبيانات الإحصائية، هي:

1. استمرار الجهاز في قياس رضی المستخدمين للبيانات الإحصائية والخدمات بشكل دوري (كل ثلاث سنوات) ضمانا للحفاظ على استقراء احتياجات المستخدمين المستجدة والمتغيرة دائما والعمل على اشباعها. وهذا سيبقي الجهاز في موقع ريادي ومتقدم بين المؤسسات الشبيهة الأخرى.
2. مواكبة الجهاز لعملية التغير والتطور السريع الحاصلة في البيئة الخارجية خاصة التكنولوجيا منها (سبل الاتصال والتوعية ونشر المعلومة من خلال الوسائط والتطبيقات الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي) الامر الذي يبقيه عائما في أوساط متابعيه ومستخدمي خدماته. وفي ذات السياق يمكن للجهاز اختيار وتوظيف التكنولوجيا الملائمة والحديثة كالعودة لجدولة البيانات التاريخية بطريقة أفضل وتتلاءم مع وسائل العصر السريعة مثل Platform Intelligent Business.

3. العلامة التجارية للجهاز PCBS Brand: التوجه نحو امتلاك وتعزيز العلامة التجارية للجهاز Branding من ناحية اللون وتدرجاته والخط واللوجو...الخ في التقارير وصفحات الدخول وواجهات المستخدمين Interface وكافة المنشورات.

4. العلاقة مع الجهات الرسمية:

أ. التأكيد على تعزيز العلاقة بين الجهاز والوزارات والسلطات التنفيذية فيها وأصحاب القرار كي يتم استخدام بيانات الجهاز بشكل فعال ودائم.

ب. التأكيد على دور الجهاز، للوزارات والمؤسسات التي تعتبره يقوم بأدوارها في عملية الحصول على البيانات، بأنه ليس بديل عنهم وإنما هو الجهة الرسمية والمركزية لاصدار الارقام الرسمية بالتعاون مع الجميع ومن خلال عقد شراكات واتفاقيات تفاهم معهم وتنفيذ الاتفاقات السابقة، وأن دور الوزارات والمؤسسات يكون باستخدام الاحصائيات والبيانات من اجل التحليل التفصيلي وتوظيف هذه الارقام واسنادها الى صانع القرار.

ج. التعامل بسلاسة أكثر مع المؤسسات الرسمية وبدون تعقيد من اجل تسهيل العمل والاستفادة من البيانات.

د. تسهيل عملية الحصول على البيانات غير المنشورة لأغراض داخلية في المؤسسات الحكومية.

5. في مجال نشر وعرض البيانات وترويجها وعرضها:

أ. تطوير طريقة التواصل والنشر بحيث يكون النشر بشكل سهل للباحث عن المعلومة واستمرارية التواصل مع المستخدمين.

ب. الحرص على تحديث البيانات بشكل مستمر وتحديث بيانات المؤشرات بشكل دوري ومنظم.

ج. عرض المعلومات بطريقة سهلة وتناسب مستويات كل الفئات.

د. تطوير طريقة عرض الجداول والاشكال البيانية.

هـ. تطوير طريقة عرض التقارير على المواقع التابعة للجهاز.

- و. توفير بيانات تفصيلية أكثر في معظم المواضيع.
  - ز. تطوير الجداول من وضعها الحالي "ثابتة Static" الى "تفاعلية Dynamic" والاهتمام بموقع المؤشرات التفاعلية وتطويره ليحل كبديل للجداول الثابتة.
  - ح. الحرص على استمرارية وضع نسخ من بيانات الجهاز في مكتبات جميع الجامعات لاستخدام الجمهور على شكل بيانات مؤهلة للاستخدام العام Public use files كي تشجع الطلبة - خصوصا طلبة البكالوريوس - على استخدام البيانات والبحث.
  - ط. الترويج وتعريف الطلبة والأساتذة في الجامعات بما يتم توفيره من بيانات بشكل دوري ودائم.
  - ي. تبسيط البيانات الصحفية أكثر لتكون بلغة وأسلوب مفهوم من قبل جميع المستخدمين والعامّة.
6. الموقع الإلكتروني:
- أ. تعزيز عملية تطوير الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي وتحديثها المستمر وتغذيتها السريعة بالبيانات المتوفرة.
  - ب. تحسين عملية البحث في الموقع الإلكتروني وتسهيل الوصول الى البيانات وان يكون البحث بكلمات مفتاحية أفضل من الحالية واختصار الخطوات في عملية البحث على الموقع.
  - ج. وضع السلاسل الزمنية للبيانات بترتيب زمني عكسي من الاحداث الى الاقدم.
  - د. توفير خدمة الرد المباشر على استفسارات رواد مواقع التواصل الاجتماعي.
  - هـ. توفير بيانات خام مؤهلة للاستخدام العام على الموقع بدون شروط، وان يتم الوصول اليها عند عمل بحث على الموقع وبحيث يكون هناك تسهيل في عملية طلب الحصول على البيانات.
  - و. معالجة مشاكل تواجه الباحثين في عملية البحث في الموقع الإلكتروني حيث يتم الخروج من الموقع الى صفحة جوجل احياناً.
7. تحسين سبل التواصل من خلال البريد الإلكتروني والتحديث المستمر لموقع الجهاز على الفيس بوك ليصبح صفحة تفاعلية ونشطة باستمرار وكذلك بقية المواقع خصوصاً لينكد ان وتويتر والانستغرام لما لذلك من قدرة على توسيع التغطية الجغرافية خارج فلسطين.
8. في مجال خدمات الجمهور تعزيز قدرة العاملين في القسم على تقديم النصح والإرشاد للمحتاجين للمساعدة وتنظيم عملية توثيق التسجيل والطلبات وتصميم برنامج الكتروني للتسجيل والمتابعة بما يوثق أسماء وعناوين الاتصال وأنواع الذين يطلبون الخدمة وذلك من خلال:
- أ. العمل على تطوير قاعدة بيانات خدمات الجمهور لانها مصدر غني بالمعلومات.
  - ب. التعديل على نموذج استقبال طلبات البيانات بحيث يتم استيفاء جميع البيانات التعريفية الأساسية (تصبح هذه البيانات اجبارية).
  - ج. العمل على توفير استمارة مصغرة تقيس رضا مستخدمي البيانات بحيث يتم ارسالها مع الردود على طلبات خدمات الجمهور (سؤال واحد كالرضا العام عن الخدمة).

9. تشكيل فريق من موظفي الجهاز (قسم خدمات الجمهور) ليقوم بتحسين جودة الخدمات وتحسين رضى المستخدمين وذلك بالتعاطي مع نتائج هذا المسح واخذ كل جدول على حدة ودراسته وتحليله وبالتالي وضع توصيات تفصيلية ومحددة بشأن المؤشرات التي من شأنها تحسين جودة الخدمات ورفع مستوى الرضى عنها والحفاظ على الجهاز في وضع استجابة عالي لتوقعات المستخدمين.

10. في مجال التعدادات والمسوح الجديدة:

أ. تغطية مسوح أخرى من مثل التنمية المستدامة، الحوكمة، الاستيطان وارتباطه بالمياه والأراضي، الاقتصاد غير الرسمي، المنظمات الاهلية، اقتصاد المرأة، مؤشرات إنسانية humanitarian indicators تصف مختلف الفئات الضعيفة<sup>4</sup>.

ب. إيجاد منهجيات اقتصادية معتمدة للتعرف على مؤشرات هامة ومطلوبة مثل ربط الإنتاج المحلي بالمستورد  
11. اعداد دراسة بالتعاون ما بين خدمات الجمهور وكل إدارة إحصائية على حدة لتقييم مؤشرات الإحصائية من حيث مدى توفرها وإمكانية توفيرها مستقبلا بحيث يتم دراسة إمكانية تغطية مواضيع إحصائية جديدة او التوسع بتغطية مؤشرات جديدة ومستويات جغرافية وتفصيلية اكثر وذلك بناء على قاعدة بيانات خدمات الجمهور وما يطلبه المستخدمون.  
12. نشر تقرير هذا المسح للمستخدمين كنوع من الشفافية في تقديم الخدمة.

---

<sup>4</sup> أشار ممثل أوتشا الى انهم سيقومون بعمل المؤشرات الإنسانية Humanitarian Indicators مع الجهاز لتصف مختلف الفئات الضعيفة لان هذا غير مغطى حاليا.

## الفصل الثالث

### المنهجية

يشمل هذا الفصل عرض لأهداف واستمارة المسح، الإطار والعينة، العمليات الميدانية، الإشراف والمتابعة، ومعالجة البيانات.

#### 1.3 أهداف المسح

يهدف هذا المسح بشكل عام إلى التعرف بشكل دقيق على آراء المستخدمين حول قدرة الجهاز على تلبية الخدمات المطلوبة من ناحية جودتها وشكلها ومحتواها وسهولة الوصول إليها، ذلك لمساعدة الجهاز من إجراء مراجعة شاملة لعمله وخطته المستقبلية. يهدف هذا المسح بشكل خاص للتعرف على:

1. مدى رضى مستخدمي بيانات الجهاز من مؤسسات وأفراد ومستخدمي الصفحة الالكترونية عن الخدمات والبيانات التي يوفرها الجهاز
2. أفضل وسيلة لدى المستخدمين في الحصول على البيانات أو الخدمات التي يصدرها الجهاز.
3. الغرض من استخدام بيانات الجهاز.
4. مدى الرضى عن جودة المنتجات الإحصائية التي يقدمها الجهاز.
5. مدى رضى المستخدمين عن الموقع الالكتروني، مواقع الجهاز على مواقع التواصل الاجتماعي، قسم خدمات الجمهور، ورش العمل والمؤتمرات والندوات، والبيانات الصحفية.
6. مدى رضى المستخدمين عن عناصر الجودة فيما يتعلق بالبيانات الإحصائية.
7. نسبة مجالات التطور (المجالات التي بحاجة لتطوير) من وجهة نظر المستخدمين في مجالات محددة.

#### 2.3 استمارة المسح

وظفت المنهجية البحثية المتبعة في تنفيذ هذا المسح اساليب البحث الكمية والنوعية من خلال استخدام اداتين بحثيتين مع عينة الدراسة! اولاهما كمية وهي الاستبيانات البحثية الالكترونية self-administered؛ وهذه تتكون من ثلاثة استمارات استهدفت مستخدمي الصفحة الالكترونية للجهاز، المؤسسات المستفيدة من خدمات الجهاز والافراد الذين استخدموا بيانات الجهاز خلال العام 2019 كل فئة بشكل مستقل؛ وثانيها كيفية وهي المقابلة شبه المنظمة semi-structured interview مع عدد من ذوي العلاقة.

وقد تم الاستناد- عند تصميم هذه الاستمارات الثلاث- الى استمارات مسح رضى المستخدمين المنفذ في العام 2016، كأساس لتطوير استمارات هذا المسح. فقد روعي عند تصميم استمارات مسح 2016 احتوائها على أهم المؤشرات والمتغيرات والقياسات التي تدرس المواضيع المتعلقة برضى مستخدمي البيانات، بالإضافة لاحتوائها على مؤشرات تساعد في قياس مدى تلبية الجهاز لاحتياجات المستخدمين، وكان قد تم الأخذ بالاعتبار أيضا عند تصميمها الدراسات والتجارب الدولية بهذا الخصوص، خاصة



تجربة اليوروستات والإحصاء البريطاني والكرواتي واليوناني، حيث أمكن الاستفادة في حينه من هذه التجارب بشكل واضح وكبير.

وكما سنبين لاحقاً فقد تم أيضاً تحديث الاستثمارات الثلاث بإضافة أسئلة إليها في بعض الأحيان وحذف بعض الأسئلة أو تعديلها أحياناً أخرى وذلك استجابة لتطلعات الدراسة الحالية واللجنة الفنية ووفقاً لمقتضيات بحثية لهذه الدورة.

وإذ تعتبر الاستثمارات هي الأداة الرئيسية لجمع البيانات، وكونه تم اعتماد تنفيذ المسح إلكترونياً (خطوة جمع البيانات)، كان لا بد أن تكون هذه الاستثمار ذات مواصفات فنية مناسبة لجمع وإدخال ومعالجة البيانات بشكل آلي وسليم وبصورة متزامنة.

احتوت استمارة مسح رضى المستخدمين 2019 الخاصة بالمؤسسات والأفراد<sup>5</sup> على ستة أقسام وهي البيانات التعريفية (7 أسئلة لاستمارة الافراد و9 أسئلة لاستمارة المؤسسات)، العلاقة مع الجهاز (5 أسئلة)، الرضى العام (سؤالين)، الرضى عن الخدمات التي يقدمها الجهاز (6 أسئلة)، الرضى عن عناصر الجودة على مستوى الإحصاءات المختلفة (5 أسئلة)، وأخيراً مجالات التطوير والاستجابة للتوقعات (سؤالين). في حين احتوت استمارة المسح الخاصة بمستخدمي الصفحة الالكترونية على قسمين هما: البيانات العامة (5 أسئلة)، والرضى العام والرضى عن الخدمات التي يقدمها الجهاز (6 أسئلة).

أما المقابلات شبه المنتظمة فقد استهدفت سبعة من ممثلي المؤسسات ممن اجابوا على استمارات الدراسة وذلك من خلال عدد من الأسئلة التي تمكن من توضيح بعض القضايا الإحصائية وإغناء عملية التحليل وتعطي فرصة للمبحوثين بالتعبير الحر عن آرائهم ومواقفهم تجاه خدمات ومنتجات الجهاز.

#### صياغة الأسئلة:

تم استخدام منهجين لصياغة الأسئلة في هذا المسح هما: المنهج الاجمالي والمنهج التفصيلي:

أ. المنهج الإجمالي: حيث طلب من المستخدمين تقييم الخدمات والمنتجات التي يقدمها الجهاز - بشكل عام - في ضوء خبراتهم المتعلقة باستخدامهم لها.

ب. المنهج التفصيلي: حيث طلب من المستخدمين تقييم رضاهم عن كل مكون من مكونات الخدمات والمنتجات التي يقدمها الجهاز مع الأخذ بعين الاعتبار الدوافع المختلفة لسلوك المستخدمين - المؤشرات المحددة/ التفصيلية.

ت. بالإضافة إلى المنهجين السابقين تم استخدام سلم الرضى عند وضع الأسئلة، كما يلي:

i. سلم الرضى: مقياس خماسي (راضٍ تماماً - راضٍ - راضٍ قليلاً - غير راضٍ - غير راضٍ بتاتاً) مع إضافة احتمال سادس هو لا استخدم/لا اعرف.

ii. كما ان الأسئلة المستخدمة في المقابلات شبه المنتظمة في هذا المسح اخذ شكل اسئلة مفتوحة (حيث

ان هذا الشكل من الأسئلة يسمح للمبحوث بالتعبير بحرية على نقطة أو مجموعة من النقاط الخاصة

به).

أما على صعيد التحديثات التي جرت على الاستثمارات البحثية لهذه الدورة فقد كانت كما يلي:

<sup>5</sup> كل من استمارة المؤسسات واستمارة الافراد متطابقتين تماماً باستثناء القسم الأول (البيانات التعريفية لكل فئة منهما)

استمارة الموقع الالكتروني: في القسم الثاني منها تم إضافة عناصر جديدة الى مجالات التقييم المستهدفة في السؤال الثالث<sup>6</sup> (B3)، مثل مواقع التواصل الاجتماعي للجهاز. وحصل نفس الشيء في السؤال الرابع<sup>7</sup> (B4)، حيث أضيفت مجالات تتعلق بجوانب أخرى للرضى. من ناحية أخرى اضيف سؤاليين لهذه الاستمارة؛ سؤال (B5) ويتعلق بالرضى عن مواقع التواصل الاجتماعي للجهاز - في جوانب معينة؛ وسؤال (B6) الذي يتعلق بتقييم مدى استجابة الجهاز لتوقعات المستخدمين.

استمارات الافراد والمؤسسات: سيتم التعليق على الاستمارتين معا باعتبار انهما متطابقتان كما اشير أعلاه. في القسم الثاني منها تم حذف سؤال يتعلق بالشكل المفضل للحصول على بيانات الجهاز (B4)؛ وتم إضافة سؤال آخر لتقييم مدى الرضى عن مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة للتواصل مع الجهاز (B5).

اما في القسم الثالث منها (الرضى العام) فقد تم إضافة مجالات أخرى للتقييم في سؤال (C2). ونفس الشيء حصل على سؤال (D1) في القسم الرابع. وقد خضع سؤال (D2) لتعديلات في مجالات الإجابة. كما اضيف سؤال جديد لهذا القسم (D6) يتعلق بالرضى عن التقارير الإحصائية الصادرة عن الجهاز من جوانب مختلفة.

في القسم الخامس والمتعلق بالرضى عن عناصر الجودة فقد تمت الإضافة على مجالات السؤال (E2) الرضى عن عناصر الجودة فيما يتعلق بالإحصاءات الاقتصادية. ونفس الشيء بالنسبة للسؤال (E4) المتعلق بالإحصاءات السكانية والاجتماعية حيث تمت الإضافة على المجالات ايضا.

في القسم السادس تمت إضافة السؤال (F2) المتعلق بمدى استجابة الجهاز لتوقعات المستخدمين.

### 3.3 الإطار والعينة

#### 1.3.3 مجتمع الهدف

يتكون مجتمع الهدف لمسح رضى المستخدمين 2019 من:

1. جميع المؤسسات في فلسطين وخارجها المستفيدين والمستخدمين للخدمات والمنتجات الخاصة بالجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني خلال الفترة من 2019/1/1 الى 2019/12/31 وتشمل:

- الوزارات أو المؤسسات الحكومية او شبه الحكومية او الهيئات المحلية.
- الجامعات والكليات والمعاهد.
- المؤسسات الاهلية غير الحكومية او الخيرية.
- المؤسسات الدولية.
- المؤسسات الاعلامية.
- المؤسسات الخاصة.
- مؤسسات الابحاث والدراسات.

<sup>6</sup> صيغة السؤال: ما مدى رضاك/رضى مؤسستك عن جودة المنتجات الإحصائية والخدمات التي يقدمها الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني؟

<sup>7</sup> صيغة السؤال: ما مدى رضاك/رضى مؤسستك عن الموقع الالكتروني للجهاز من حيث ...

2. جميع الافراد في فلسطين وخارجها المستفيدين والمستخدمين للخدمات والمنتجات الخاصة بالجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني خلال الفترة من 2019/01/01 الى 2019/12/31
3. جميع مستخدمي (زوار) الصفحة الالكترونية الخاصة بالجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (أفراد ومؤسسات) خلال فترة تنفيذ المسح من 2020/03/01 الى 2020/06/30.

### 2.3.3 إطار المعاينة

تم تقسيم إطار المعاينة الى ثلاث فئات:

**الفئة الأولى المؤسسات:** قمنا بتجهيز إطار المسح لهذه الفئة (تنظيف وتنقيح) بالاعتماد على قاعدة بيانات قسم خدمات الجمهور في الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني والتي قام الجهاز بتزويدنا بها، وهي عبارة عن قائمة بجميع المؤسسات الحكومية والوزارات وشبه الحكومية، الجامعات والمعاهد والكليات، المؤسسات الاهلية، المؤسسات الاعلامية، والشركات والمؤسسات الخاصة، المؤسسات الدولية، ومؤسسات الابحاث والدراسات، المستفيدين والمستخدمين للخدمات والمنتجات الإحصائية التي يصدرها الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني خلال الفترة من 2019/01/01 الى 2019/12/31. كان توزيع إطار المؤسسات كالاتي:

توزيع المؤسسات على الاطار حسب نوع المؤسسة

نوع المؤسسة	عدد المؤسسات
وزارة أو مؤسسة حكومية أو شبه حكومية أو هيئة محلية	77
جامعة أو كلية أو معهد	11
مؤسسة أهلية غير حكومية أو خيرية	15
مؤسسة دولية	118
مؤسسة إعلامية	7
مؤسسة خاصة	47
مؤسسة أبحاث ودراسات	9
<b>المجموع</b>	<b>284</b>

**الفئة الثانية الأفراد:** قمنا بتجهيز إطار المسح لهذه الفئة (تنظيف وتنقيح) بالاعتماد على قاعدة بيانات قسم خدمات الجمهور في الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني والتي قام الجهاز بتزويدنا بها، وهي عبارة عن قائمة بجميع الأفراد في فلسطين وخارجها المستفيدين والمستخدمين للخدمات والمنتجات الإحصائية التي يصدرها الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني خلال الفترة من 2019/01/01 الى 2019/12/31، وقد بلغ عدد الأفراد 665 مستخدم بناءً على قاعدة بيانات قسم خدمات الجمهور في الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني خلال تلك الفترة.

**الفئة الثالثة مستخدمي الصفحة الإلكترونية:** لا يوجد قائمة خاصة بمستخدمي وزوار الصفحة الإلكترونية الرسمية الخاصة بالجهاز، وبناءً على ذلك تم العمل على استيفاء البيانات (إستمارة إلكترونية على الصفحة الإلكترونية) منهم خلال فترة تنفيذ المسح مباشرة عند استخدامهم ودخولهم للصفحة الإلكترونية الرسمية للجهاز.

### 3.3.3 حجم العينة

بلغ حجم عينة المسح بحسب صفة المستخدم (الفئات السابقة) أفراد، مؤسسات، ومستخدمي الصفحة الإلكترونية كآلاتي:

**أولاً: عينة المؤسسات**

بلغ عدد المؤسسات المستخدمة للبيانات أو الخدمات الإحصائية الصادرة عن الجهاز 284 مؤسسة. تم العمل على إرسال رابط الاستمارة الإلكترونية الخاصة بالمسح لجميع المؤسسات، وكون أن استيفاء الاستمارة يكون بشكل إختياري فقد كان من المتوقع عدم إستجابة عدد من المؤسسات، لذلك تم تقدير حجم عينة مقداره 127 مؤسسة للحصول على نتائج ذات جودة عالية.

تم حساب حجم عينة المؤسسات باستخدام المعادلة التالية:

$$n = \frac{Nt^2 p(1-p)}{e^2 (N-1) + t^2 p(1-p)}$$

حيث:

$t$ : ثابت يساوي 1.96 لمستوى الثقة 95%.

$n$ : حجم العينة.

$N$ : حجم المجتمع (حجم الاطار).

$p$ : تقدير المؤشر النسبي الرئيسي ونفترضه 50%.

$e$ : الخطأ الهامشي المسموح به ويساوي 6.5%.

بلغت نسبة المعاينة 44.7%.

$$\text{نسبة المعاينة} = \frac{\text{حجم العينة}}{\text{مجموع الإطار}} \times 100\%$$

**ثانياً: عينة الأفراد**

بلغ عدد الأفراد المستخدمين للبيانات أو الخدمات الإحصائية الصادرة عن الجهاز 665 فرد، تم العمل على إرسال رابط الاستمارة الإلكترونية الخاصة بالمسح لهم جميعاً، وكون أن استيفاء الاستمارة كان بشكل إختياري فقد كان من المتوقع عدم إستجابة عدد من الأفراد، لذلك تم تقدير حجم عينة مقداره 243 فرد للحصول على نتائج ذات جودة عالية.

تم حساب حجم عينة الافراد باستخدام المعادلة التالية:

$$n = \frac{Nt^2 p(1-p)}{e^2 (N-1) + t^2 p(1-p)}$$

حيث:

$t$ : ثابت يساوي 1.96 لمستوى الثقة 95%.

$n$ : حجم العينة.

$N$ : حجم المجتمع (حجم الاطار).

$p$ : تقدير المؤشر النسبي الرئيسي ونفترضه 50%.

$e$ : الخطأ الهامشي المسموح به ويساوي 5%.

بلغت نسبة المعاينة 36.5%.

$$\text{نسبة المعاينة} = \frac{\text{حجم العينة}}{\text{مجموع الإطار}} \times 100\%$$

### ثالثاً: عينة مستخدمي الصفحة

تم استيفاء الاستمارة من 389 مستخدم من مستخدمي الصفحة الالكترونية (أفراد ومؤسسات) خلال فترة تنفيذ المسح.

### 4.3.3 تصميم العينة

العينة طبقية عشوائية.

### 5.3.3 طبقات العينة

تم تقسيم مجتمع الهدف بحسب الفئات المستهدفة إلى:

1. وزارات ومؤسسات حكومية او شبه حكومية وهيئات محلية.
2. المؤسسات الخاصة.
3. المؤسسات الدولية.
4. باقي المؤسسات وهي (الجامعات والمعاهد والكليات، المؤسسات الأهلية، المؤسسات الإعلامية، مؤسسات الابحاث والدراسات).
5. الأفراد.
6. مستخدمي الصفحة الالكترونية.

### 6.3.3 مستويات النشر

1. المستوى الاجمالي (جميع المستخدمين مؤسسات وأفراد ومستخدمي الصفحة الالكترونية).
2. مستوى المؤسسات.
3. مستوى الأفراد.
4. مستوى مستخدمي الصفحة الالكترونية.

### 4.3 العمليات الميدانية

بناءً على الدراسات والتجارب والمسوح الدولية المنفذة حول مواضيع مرتبطة بقياس رضى المستخدمين، كان قد تم التوصل في الجهاز سابقاً إلى توصية تقضي بتنفيذ المسح إلكترونياً on-line، وعليه تم تبني نفس التوصية لهذا المسح ومن ثم تمت برمجة الاستثمارات للفئات الثلاث وفقاً لبرنامج GIZMO<sup>8</sup> بغية استخدامها في جمع بيانات المسح إلكترونياً ومن خلال الموقع الإلكتروني الرسمي للجهاز وقد تمت العملية كما يلي:

1. تم اعداد الاستثمارات الثلاث - كمسودات نهائية- باللغتين العربية والانجليزية والحصول على موافقة اللجنة الفنية للمسح عليها.
2. تم استخدام برنامج GIZMO لجمع البيانات إلكترونياً حيث تحول البيانات مباشرة الى قاعدة بيانات إحصائية "اكسل"، علماً بأن هذا البرنامج تم فحصه وتجريبه وله مزايا وجودة عالية وسهل الاستخدام حيث انه:
  - أ. آمن ومحمي إلكترونياً.
  - ب. يمكن تحميل حجم بيانات كبير عليه تفوق حجم البيانات المتوقع لهذا المسح.
  - ج. قابل للتعامل مع اللغتين العربية والانجليزية في آن واحد وهو ما يحتاجه هذا المسح.
  - د. إمكانية وضع وتطبيق محددات وضوابط الجودة البحثية كان لا يتم ادخال بيانات من نفس الشخص لأكثر من مرة، عدم قبول ادخال بيانات آلياً من روبوت/برنامج، عدم السماح بالانتقال دون إتمام الإجابة الصحيحة على الأسئلة الإلزامية، إمكانية العودة للاستمارة غير المكتملة الإجابة لاستكمالها وكذلك إمكانية الإجابة من خلال أجهزة الهاتف النقال وغيرها.

### 1.4.3 جمع البيانات

1. تم في البداية تجهيز رسالة إلكترونية رسمية موحدة للأفراد والمؤسسات تعلمهم بأن شركة خبراء الإدارة الإستراتيجية والتخطيط ستقوم بتنفيذ مسح رضى المستخدمين 2019 لصالح الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، مع الإشارة إلى أن الغاية في ذلك هو قياس رضى المستخدمين حول الخدمات والبيانات التي يقدمها الجهاز لهم، وبحيث تشجعهم

---

8 GIZMO مقدم خدمات بحث الكترونية موجودة في امريكا

الرسالة وتحثهم على الاستيفاء وتبيان مدى الفائدة التي سوف تعود عليهم من هذا المسح، مع التأكيد على أن من سيستوفي استثمار المؤسسات سوف يستوفيها بالنيابة عن مؤسسته (يمثل رأي المؤسسة العامل بها).

2. تمت عملية جمع البيانات من خلال الأدوات وفقاً لما يلي:

أ. تحميل كل من استثمار الأفراد واستثمار المؤسسات على البرنامج وربطها بجدول يمثل قاعدة بيانات المسح بما يشمل مكوناتها كافة.

ب. إرسال رابط الكتروني لاستثمار المؤسسات مع رسالة موقعه من رئيسة الجهاز تطلب التعاون في الإجابة على الاستثمار عبر البريد الالكتروني الى مختلف المؤسسات المستهدفة وتطلب منهم القيام بالإجابة عليها إلكترونياً، وتوضح لهم أن الشركة تنفذ المسح لصالح الجهاز.

ج. تم اتباع نفس الاجراء المبين في النقطة "ب" أعلاه لعينة الأفراد.

د. أما بخصوص استثمار الموقع الالكتروني فتم تحميلها على الموقع الالكتروني للجهاز وبرمجتها بحيث تظهر لكل زائر جديد للموقع خلال فترة المسح ليقوم بالإجابة عليها وربطها ببرنامج GIZMO.

هـ. قبل التشغيل النهائي لهذه الروابط تم إجراء فحص لهذه الآلية للتأكد من سهولة تطبيقها ودقة جمع البيانات.

و. كانت جميع الاستثمارات المستوفاة تخزن تلقائياً في قاعدة البيانات المحوسبة على البرنامج GIZMO.

3. تم استيفاء استثمار الأفراد من المستخدمين الذي يستخدمون منتجات الجهاز لغايات شخصية (فردية)، في حين تم استيفاء استثمار المؤسسات من قبل الشخص ذو العلاقة والذي قام باستخدام منتجات الجهاز لغايات مؤسساتية (لاستخدام المؤسسة العامل بها).

4. أما بخصوص مستخدمي الصفحة الالكترونية فقد تم استيفاء الاستثمار منهم عند دخولهم الصفحة الالكترونية الرسمية للجهاز بشكل مباشر (Web Based Survey).

5. تم البدء والانتهاء من جمع بيانات المسح واستيفاء الاستثمارات للفئات الثلاثة وفقاً للتواريخ التالية:

أ. استثمار الموقع الالكتروني: من 03/01 الى 2020/06/30

ب. استثمار الأفراد: من 04/29 الى 2020/09/30

ج. استثمار المؤسسات: من 05/04 الى 2020/09/30

6. تم سحب كافة البيانات والبدء بمعالجتها احصائياً على برنامج الرزمة الإحصائية SPSS لاستخراج الجداول الضرورية للباحث للقيام بالتحليل واعداد التقرير النهائي.

7. بعد استخراج النتائج الإحصائية الأولية تم بلورة مجموعة من الأسئلة الاستكشافية والتوضيحية والتوجه بها الى عدد من ممثلي المؤسسات من خلال مقابلة مباشرة - شبه منتظمة.

### 2.4.3 الإشراف والمتابعة

قام اخصائي نظم وتكنولوجيا المعلومات وبالتنسيق مع مدير المشروع في شركة بلان - الشركة المنفذة - بإرسال بريد إلكتروني خاص باستيفاء الاستثمارات للمؤسسات والأفراد مع إنطلاق مرحلة جمع البيانات (حملة Campaign)، وقد أرسلت هذه الحملة عدة مرات كتذكير وحث على استيفاء الاستثمارات. بالإضافة إلى ذلك قامت الإدارة العامة لأنظمة المعلومات والحاسوب في الجهاز بتحميل الاستثمار الخاصة بمستخدمي الصفحة الإلكترونية على صفحة الجهاز الإلكترونية.

وتتمت المتابعة مع المؤسسات والأفراد على استيفاء الاستثمارات والرد على استفساراتهم ومساعدتهم حيثما يلزم، وفحص سير العمل على الاستيفاء، وقد تمت المتابعة مع بعضهم (الذين كانوا قد انسحبوا من منتصف الاستثمار ولم يكملوها) هاتفياً بغية المساعدة على استيفاءهم الاستثمارات، وللإجابة على استفساراتهم، وزيادة عدد حالات الاستجابة.

### 4.4.3 التدقيق والترميز

عند تصميم استمارات المسح للفئات الثلاث تم العمل على أن تراعى آليات التدقيق بصورة مباشرة ودقيقة، بالإضافة لتصميمها بطريقة مرمزة بحيث لا يكون هناك حاجة لترميزها بعد الاستيفاء، وبالتالي المساهمة في زيادة فعالية وجودة جمع ومعالجة بيانات المسح، مع تقليل الوقت والجهد المستخدم في تنفيذ المراحل التي تلي جمع البيانات.

### 5.3 معالجة البيانات

بناء على توجه الجميع في كافة مجالات الحياة بالاستفادة القصوى من استخدام التكنولوجيا والتقنيات الحديثة خاصة فيما يتعلق بجمع البيانات نظراً لما تحققه من ميزات ايجابية في تحسين وتعزيز جودة البيانات، تم التوجه لجمع بيانات المسح إلكترونياً، فقد أُتخذت مجموعة من الإجراءات خلال عملية تصميم الاستثمارات للفئات الثلاث والتي من شأنها تعزيز دقة ومعالجة وحوسبة البيانات بصورة مباشرة وفورية، وقد تمثلت هذه الإجراءات بالآتي:

- اختيار مصممي الاستثمارات الإلكترونية من ذوي الاختصاص في مجال البرمجة والكمبيوتر.
- تم تصميم ثلاث استمارات إلكترونية لمسح رضى المستخدمين بحسب كل فئة: أفراد، مؤسسات، ومستخدمي الصفحة الإلكترونية. وتم مراعاة جميع قواعد الفحص والتدقيق والتنظيف أثناء تصميم الاستثمارات وتحميلها على موقع GIZMO.
- تجهيز الاستثمارات وقبولتها بطريقة تراعي آليات التدقيق الآلي بشكل مباشر.
- التحقق من فاعلية الاستثمارات المصممة من خلال إدخال استمارات تجريبية للثلاث استمارات (استمارة الأفراد، المؤسسات، ومستخدمي الصفحة الإلكترونية)، بحيث تم إدخال عدد من الاستثمارات المغلوطة وأخرى صحيحة.
- تم تزويد كل مستخدم فرد أو مؤسسة برابط دخول خاص به مختلف عن الآخرين لمراعاة الدقة والفحص وعدم الإزدواجية في الاستيفاء.
- بعد قيام المستخدم باستيفاء الاستثمار بشكل كامل وبعد الضغط على زر الإرسال، يتم إرسالها إلى السيرفر وتخزينها مباشرة على قاعدة البيانات (السيرفرات التابعة لـ GIZMO)، وهذا مكن إدارة المشروع من الإطلاع على البيانات وعمل الفحوصات المناسبة وإجراء المقارنات اللازمة والتعرف على عدد حالات الإستجابة.
- تمكين إدارة المشروع من الإطلاع على الاستثمارات المنجزة، وبالتالي تمكين إدارة المشروع من مراجعة ومعالجة البيانات في أي وقت (إن وجد).



- استلام ملفات بالبيانات المستوفاة بشكل متواصل طيلة مرحلة جمع البيانات، ليتم فحصها وتدقيقها والمساعدة في المتابعة مع حالات عدم الاستجابة.
- لا يتم اعتبار الاستمارة منجزة الا بعد استيفاءها بشكل كامل وصحيح.
- لم تكن هناك حاجة لمعالجة البيانات بشكل كبير نتيجة وضع مجموعة من الضوابط وآليات التدقيق الآلي على الاستمارات الإلكترونية.

### 6.3 عرض النتائج:

بعد إنتهاء مرحلة جمع البيانات ومعالجتها، تم العمل على استخراج نتائج المسح وأهم المؤشرات والجداول من خلال استخدام برنامج SPSS.

بعد ذلك تم تفسير النتائج في ضوء مفاهيم قياس الرضى وأهميته للخروج بالاستنتاجات ومن ثم بناء التوصيات عليها ليتم اعداد التقرير الذي يعرض النتائج والاستنتاجات والتوصيات في جداول احصائية وأشكال بيانية وشروحات، كما تم تمثيل ذلك ايضا في مصفوفات تمثل علاقات بين متغيرين: من مثل رضى المستخدمين نظير ابعاد جودة المنتجات أو الخدمات.

كما تم اجراء مقارنات لبعض بيانات رضى المستخدمين على مر السنين للوقوف على عملية التطوير الحاصل وأثرها على المستخدمين (مقارنة الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة).

هذا بالإضافة الى ان الدراسة احتوت على الإطار النظري لدراسات الرضى والذي تغذى من خبرة ما كتب في هذا المجال من كبار الباحثين والخبراء.

## الفصل الرابع

## الجودة

يشمل هذا الفصل توضيح حول دقة البيانات وجودتها من حيث أخطاء المعاينة وغير المعاينة والاحتمالات المتخذة للحد من هذه الأخطاء، ومعدلات الإجابة، بالإضافة إلى التطرق إلى أهم الملاحظات الهامة التي وردت أثناء تنفيذ المسح.

## 1.4 الدقة

يشمل فحص دقة البيانات جوانب متعددة في المسح من أبرزها أخطاء المعاينة بسبب استخدام عينة، وكذلك أخطاء غير المعاينة ترجع إلى طاقم العمل وأدوات المسح، بالإضافة إلى معدلات الإجابة في المسح، وأهم آثارها على التباين والتقدير.

## 1.1.4 أخطاء المعاينة

بيانات هذا المسح تتأثر بأخطاء المعاينة نتيجة لاستخدام عينة لوحدات مجتمع الدراسة، ولذلك من المؤكد ظهور فروق عن القيم الحقيقية التي نتوقع الحصول عليها من خلال البيانات، وقد تم احتساب التباين لأهم مؤشر وهو مدى الرضى العام عن البيانات والخدمات التي يقدمها الجهاز كما هو مبين في جداول حساب التباين أدناه:

جدول حساب التباين لمدى الرضى العام للمؤسسات عن البيانات والخدمات التي يقدمها الجهاز

المتغير	قيمة التقدير %	الخطأ المعياري %	فترة الثقة 95%		الخطأ النسبي %
			الحد الأدنى	الحد الأعلى	
راضي / راضي تماماً	97.5	1.8	90.3	99.4	1.8
محايد	2.5	1.8	0.6	9.7	70.3
غير راضي / غير راضي بتاتاً	-	-	-	-	-

جدول حساب التباين لمدى الرضى العام للأفراد عن البيانات والخدمات التي يقدمها الجهاز

المتغير	قيمة التقدير %	الخطأ المعياري %	فترة الثقة 95%		الخطأ النسبي %
			الحد الأدنى	الحد الأعلى	
راضي / راضي تماماً	93.3	1.8	88.8	96.1	1.9
محايد	3.6	1.3	1.7	7.4	37.2
غير راضي / غير راضي بتاتاً	3.1	1.2	1.4	6.8	40.3

جدول حساب التباين لمدى الرضى العام لمستخدمي الصفحة الالكترونية الرسمية للجهاز عن البيانات والخدمات التي يقدمها الجهاز

المتغير	قيمة التقدير %	الخطأ المعياري %	فترة الثقة 95%		الخطأ النسبي %
			الحد الأدنى	الحد الأعلى	
راضي / راضي تماماً	81.0	2.0	76.7	84.6	2.5
محايد	12.8	1.7	9.9	16.6	13.2
غير راضي / غير راضي بتاتا	6.2	1.2	4.2	9.1	19.8

الجدول السابقة تظهر حساب التباين لأبرز المتغيرات، وكما هو واضح في الجداول من حساب التباين فإن هذه المتغيرات إمتازت في معظمها بالدقة.

#### 2.1.4 أخطاء غير المعاينة

إن أخطاء غير المعاينة ممكنة الحدوث في كل مراحل تنفيذ المشروع والتي تؤثر بدورها سلباً على دقة البيانات إذا تم حدوثها، كأخطاء تحدث أثناء جمع البيانات، أخطاء أثناء تصميم الاستمارة، أخطاء أثناء نقل البيانات وإدخالها ومعالجتها، أخطاء تتعلق بموعد المسح، أو أخطاء تتعلق بالمبحوث، وقد تكون أخطاء إستيفاء الاستمارة إلكترونياً من أكثر الأخطاء التي قد نتعرض لها في هذا المسح.

لذلك ولتفادي الأخطاء والحد من تأثيرها قامت إدارة المشروع ببذل مجموعة من الجهود كان من أهمها:

- أثناء عملية تصميم الاستمارة تم إجراء مجموعة من الفحوص وإدخال مجموعة من الاستمارات التجريبية للثلاث فئات لفحص كفاءة الاستمارة الإلكترونية قبل البدء بعملية جمع البيانات.
  - تجهيز استمارات المسح الإلكترونية بحيث تراعي قواعد وآليات التدقيق الآلي.
  - أثناء استيفاء الاستمارات من الفئات المستهدفة تم التواصل والمتابعة معهم لمساعدتهم على الإستيفاء وحل المشاكل إن وجدت، سواء من خلال الهاتف أو الرد على استفسارتهم من خلال البريد الإلكتروني.
  - استلام ملفات بالاستمارات المستوفاة بشكل دوري ليتم فحصها وتدقيقها.
- جميع هذه الإجراءات وغيرها ساهمت في تعزيز دقة البيانات أثناء جميع مراحل تنفيذ المسح.

#### 3.1.4 معدلات التجاوب

فيما يلي توضيح لحالات الإستجابة وعدم الإستجابة، بالإضافة الى آلية إحتساب معدلات التجاوب وعدم التجاوب لكل من الأفراد والمؤسسات:

##### حالات الإستجابة للمؤسسات

الحالات	عدد الحالات
المؤسسات المستجيبة (مكتمل)	80
تجاوب جزئي فقط البيانات التعريفية واسباب أخرى (غير مكتمل)	47
المجموع (حجم العينة)	127

#### معادلات التجاوب وعدم التجاوب :

$$\text{نسبة الإستجابة} = \frac{\text{مجموع حالات الاستجابة}}{\text{حجم العينة}} \times 100\% \approx 63\%$$

$$\text{نسبة عدم الإستجابة} = 100\% - \text{نسبة الإستجابة} \approx 37\%$$

#### حالات الإستجابة للأفراد

الحالات	عدد الحالات
الأفراد المستجيبين (مكتمل)	194
تجاوب جزئي فقط البيانات التعريفية واسباب أخرى (غير مكتمل)	49
المجموع (حجم العينة)	243

#### معادلات التجاوب وعدم التجاوب :

$$\text{نسبة الإستجابة} = \frac{\text{مجموع حالات الاستجابة}}{\text{حجم العينة}} \times 100\% \approx 80\%$$

$$\text{نسبة عدم الإستجابة} = 100\% - \text{نسبة الإستجابة} \approx 20\%$$

## 2.4 محددات المسح

- هناك مجموعة المعوقات/المحددات التي جابهت خطوات تنفيذنا للمسح والتي قد ساهمت في تأخير بعض إجراءات التنفيذ منها:
1. قاعدة بيانات المستفيدين من خدمات الجمهور الأفراد والمؤسسات - والتي شكلت الاطار العام لميدان المسح- لم تكن دقيقة وشابها الكثير من اشكال الخلل (أسماء وعناوين مكررة، عدم تناسب الاسم مع العنوان، افتقادها لارقام الاتصال الهاتفي، عدم ارتباط الأسماء بالبريد الالكتروني في بعض الحالات...الخ)
  2. بناء على الملاحظة في 1 أعلاه، تم بذل جهد ووقت كبير على عملية تنظيف العناوين والوصول الى القائمة النهائية للمستخدمين.
  3. فترة جمع البيانات كانت خلال فترة الاغلاقات وانتشار جائحة "كورونا" الامر الذي تسبب في عدم إعطاء أولوية لاستيفاء الاستمارات لدى الكثير من المستهدفين، وتم الرجوع للكثير من المؤسسات تلفونيا لتحفيزهم على الاستجابة الامر الذي استدعى بذل جهد واستهلاك وقت كبير .
  4. كانت مدة تصميم الإستمارات الإلكترونية للمسح واختبارها للفئات الثلاثة طويلة نسبيا وليس كما كان متوقع بسبب طول الإستمارة وإجراء عدد كبير من الفحوص.



## Statistical Tables

## الجدول الإحصائية للمسح

جدول 1: التوزيع النسبي للمؤسسات المستجيبة حسب المنطقة، 2019

Table 1: Percentage distribution of responding institutions by region, 2019

Region	النسبة المئوية Percentage	المنطقة
West Bank	88.6	الضفة الغربية
Gaza Strip	3.8	قطاع غزة
Outside Palestine	6.3	خارج فلسطين
Palestinian territory occupied in 1948	1.3	الأراضي الفلسطينية المحتلة عام 1948
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	<b>المجموع</b>

جدول 2: التوزيع النسبي للمؤسسات المستجيبة حسب النوع، 2019

Table 2: Percentage distribution of institutions by type, 2019

Institutions type	النسبة المئوية Percentage	نوع المؤسسة
Ministry or government sector organization /semi-government or local authority	46.2	وزارة أو مؤسسة حكومية أو شبه حكومية أو هيئة محلية
Private sector Organization	17.5	مؤسسة خاصة
International Organization	10.0	مؤسسة دولية
Other organizations	26.3	باقي المؤسسات
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	<b>المجموع</b>

جدول 3: التوزيع النسبي للأفراد المستجيبين حسب متغيرات مختارة، 2019

Table 3: Percentage distribution of responding individuals by selected variables, 2019

Item		النسبة المئوية Percentage	البند	
Region	West Bank	80.9	الضفة الغربية	المنطقة
	Gaza Strip	14.4	قطاع غزة	
	Outside Palestine	4.6	خارج فلسطين	
	Palestinian territory occupied in 1948	0.1	الأراضي الفلسطينية المحتلة عام 1948	
	<b>Total</b>	<b>100.0</b>	<b>المجموع</b>	
Educational Qualification	Secondary or less	0.0	توجيهي أو أقل	المؤهل العلمي
	Diploma	1.5	دبلوم	
	Bachelor	32.5	بكالوريوس	
	Higher Diploma	1.0	دبلوم عالي	
	Master	45.9	ماجستير	
	PhD	19.1	دكتوراه	
	<b>Total</b>	<b>100.0</b>	<b>المجموع</b>	
Gender	Male	55.7	ذكر	الجنس
	Female	44.3	أنثى	
	<b>Total</b>	<b>100.0</b>	<b>المجموع</b>	

جدول 4: التوزيع النسبي لمستخدمي الصفحة الالكترونية حسب صفة الاستخدام، 2019  
Table 4: Percentage distribution of website users by users type, 2019

Users Type	النسبة المئوية Percentage	صفة الاستخدام
Individual	61.1	استخدام فردي
Institution	20.6	استخدام مؤسساتي
Both	18.3	كليهما
Total	100.0	المجموع

جدول 5: التوزيع النسبي للمستخدمين حسب مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لديهم للتواصل مع الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني وصفة المستخدم، 2019  
Table 5: Percentage Distribution of Users by Favorite Social Media to contact with PCBS and Users Type, 2019

Site/ Application	صفة المستخدم Users Type				الموقع/ التطبيق
	جميع المستخدمين All Users	مستخدمي الصفحة الالكترونية Website users	مؤسسات Institutions	أفراد Individuals	
Facebook	83.8	81.5	88.7	86.6	فيسبوك
Twitter	4.4	5.7	3.8	2.1	تويتر
LinkedIn	9.4	9.3	7.5	10.3	لينكد إن
Instagram	2.4	3.5	0.0	1.0	انستغرام
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	المجموع



جدول 6 : التوزيع النسبي للمستخدمين لأفضل الوسائل المستخدمة للحصول على البيانات أو الخدمات التي يصدرها الجهاز حسب نوع الوسيلة وصفة المستخدم ونوع المؤسسة، 2019  
Table 6: Percentage distribution of users of the most favorite means to receive PCBS data and services by type of means, users and institutions, 2019

Means Type	نوع المؤسسة Institutions type				صفة المستخدم Users Type				نوع الوسيلة
	باقي المؤسسات Other Organizations	مؤسسة دولية International Organization	مؤسسة خاصة Private Organization	وزارة أو مؤسسة حكومية Ministry or Government Organization	جميع المستخدمين All Users	مستخدمي الصفحة الإلكترونية Website users	مؤسسات Institutions	أفراد Individuals	
Phone/ Fax	0.0	0.0	0.0	2.7	2.3	3.1	1.3	1.0	الهاتف/ الفاكس
Email	52.3	87.5	78.6	56.8	34.5	20.3	62.3	51.5	البريد الإلكتروني
Website	38.1	12.5	14.3	32.4	49.8	62.7	28.8	32.5	الموقع الإلكتروني
Visit the Users Services Division	4.8	0.0	7.1	2.7	3.8	1.8	3.8	7.7	من خلال زيارة قسم خدمات الجمهور مباشرة
Workshops, Seminar, Conferences	0.0	0.0	0.0	5.4	1.5	1.0	2.5	2.1	حضور ورش العمل، الندوات، المؤتمرات
Press releases	4.8	0.0	0.0	0.0	3.0	3.6	1.3	2.6	البيانات الصحفية
Social media channels	0.0	0.0	0.0	0.0	5.1	7.5	0.0	2.6	وسائل التواصل الاجتماعي
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	المجموع

جدول 7: التوزيع النسبي للمستخدمين حسب دورية الاستخدام وصفة المستخدم، 2019  
Table 7: Percentage distribution of users by frequency and users type, 2019

Frequency	صفة المستخدم Users Type				دورية الاستخدام
	جميع المستخدمين All Users	مستخدمي الصفحة الإلكترونية Website users	مؤسسات Institutions	أفراد Individuals	
Daily	7.5	7.5	12.5	5.7	يومياً
Weekly	14.6	17.2	12.5	10.3	أسبوعياً
Monthly	18.4	20.3	27.4	10.8	شهرياً
Quarterly	6.6	5.4	8.8	8.2	ربعياً
Yearly	4.1	3.3	3.8	5.7	سنوياً
Irregular (when needed)	48.8	46.3	35.0	59.3	غير منتظم (عند الحاجة)
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	المجموع

جدول 8: نسبة المستخدمين حسب الغرض من الاستخدام وصفة المستخدم ونوع المؤسسة، 2019  
Table 8: Percentage of users by purpose to use, and type of users and institutions, 2019

Purpose to use	نوع المؤسسة Institutions type				صفة المستخدم Users Type				الغرض من الاستخدام
	باقي المؤسسات Other Organizations	مؤسسة دولية International Organization	مؤسسة خاصة Private Organization	وزارة أو مؤسسة حكومية Ministry or Government Organization	جميع المستخدمين All Users	مستخدمي الصفحة الالكترونية Website users	مؤسسات Institutions	أفراد Individuals	
Research and Studies	90.5	62.5	85.7	83.8	84.9	84.8	83.8	85.6	أبحاث ودراسات
Planning	23.8	50.0	57.1	78.4	33.6	29.8	57.5	31.4	التخطيط
Monitoring and Evaluation	14.3	37.5	28.6	32.4	15.7	16.2	27.5	9.8	الرقابة والمتابعة
Advertising & Media	4.8	0.0	7.1	0.0	4.7	5.7	2.5	3.6	دعاية وإعلان
Decision making	28.6	50.0	57.1	67.6	30.5	25.2	53.8	31.4	اتخاذ القرارات
Press reports	19.0	25.0	35.7	35.1	14.5	12.9	30.0	11.3	تقارير لوسائل الإعلام
Legal issues	0.0	0.0	14.3	10.8	5.9	4.9	7.5	7.2	أغراض قانونية
Other	4.8	25.0	0.0	16.2	13.3	14.9	11.3	10.8	غير ذلك

جدول 9: التوزيع النسبي لمستخدمي البيانات حسب مصادر البيانات وصفة المستخدم ونوع المؤسسة، 2019  
Table 9: Percentage distribution of data users by type of data sources, users and institutions, 2019

Data sources	نوع المؤسسة Institutions type				صفة المستخدم Users Type		مصادر البيانات
	باقي المؤسسات Other Organizations	مؤسسة دولية International Organization	مؤسسة خاصة Private Organization	وزارة أو مؤسسة حكومية أو شبه حكومية أو هيئة محلية Ministry, government/quasi-government organization or local authority	مؤسسات Institutions	أفراد Individuals	
PCBS data	95.2	75.0	92.9	94.6	92.4	90.7	الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني
Other Palestinian governmental organizations or ministris data	4.8	0.0	0.0	2.7	2.5	1.5	مؤسسات حكومية فلسطينية أخرى
International organizations (UN, UNRWA...) data	0.0	25.0	0.0	2.7	3.8	4.1	مؤسسات دولية (الأمم المتحدة، الأونروا ...)
Research institutions data	0.0	0.0	7.1	0.0	1.3	3.2	مؤسسات البحث العلمي
Other's data	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5	غير ذلك
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	المجموع

جدول 10: التوزيع النسبي للمستخدمين حسب صفة المستخدم والرضى العام عن البيانات والخدمات التي يقدمها الجهاز ، 2019

Table 10: Percentage distribution of users by users type and the overall satisfaction with PCBS services and data, 2019

Users type	غير راضٍ/ غير راضٍ بتاتاً Dissatisfied/ Very dissatisfied	محايد Neutral	راضٍ/ راضٍ تماماً Satisfied/ Very satisfied	صفة المستخدم
Individuals	3.1	3.6	93.3	أفراد
Institutions	0.0	2.5	97.5	مؤسسات
Website users	6.2	12.8	81.0	مستخدمو الصفحة الالكترونية
All Users	4.5	8.9	86.6	جميع المستخدمين

جدول 11: التوزيع النسبي للمستخدمين حسب نوع المؤسسة والرضى العام عن البيانات والخدمات التي يقدمها الجهاز ، 2019

Table 11: Percentage distribution of users by institutions type and the overall satisfaction with PCBS services and data, 2019

Institutions type	غير راضٍ/ غير راضٍ بتاتاً Dissatisfied/ Very dissatisfied	محايد Neutral	راضٍ/ راضٍ تماماً Satisfied/ Very satisfied	نوع المؤسسة
Ministry, government/semi - government organization or local authority	0.0	2.7	97.3	وزارة أو مؤسسة حكومية أو شبه حكومية أو هيئة محلية
Private Organization	0.0	7.1	92.9	مؤسسة خاصة
International Organization	0.0	0.0	100.0	مؤسسة دولية
Other Organizations	0.0	0.0	100.0	باقي المؤسسات
Total	0.0	2.5	97.5	المجموع

جدول 12: التوزيع النسبي للمستخدمين حسب نوع المنتج ودرجة الرضى عنها وصفة المستخدم، 2019

Table 12: Percentage distribution of users by product type and the degree of satisfaction with it and users type, 2019

Product Type	صفة المستخدم Users Type						نوع المنتج
	مؤسسات Institutions			أفراد Individuals			
	غير راضٍ/ غير راضٍ تماماً Dissatisfied/ Very dissatisfied	محايد Neutral	راضٍ/ راضٍ تماماً Satisfied/ Very satisfied	غير راضٍ/ غير راضٍ تماماً Dissatisfied/ Very dissatisfied	محايد Neutral	راضٍ/ راضٍ تماماً Satisfied/ Very satisfied	
Statistical Reports	0.0	5.1	94.9	3.7	3.7	92.6	التقارير الإحصائية
Statistical leaflets	0.0	5.2	94.8	1.6	8.2	90.2	النشرات الإحصائية
PCBS Press Releases	0.0	11.8	88.2	2.4	11.9	85.7	البيانات الصحفية الإحصائية
Statistical Calendar	1.4	20.0	78.6	2.7	14.2	83.1	الرزنامة الإحصائية
Statistical Indicators	2.6	6.3	91.1	4.0	5.6	90.4	المؤشرات الإحصائية
Microdata for public use files (PUF)	5.7	14.3	80.0	9.5	12.7	77.8	البيانات الخام المؤهلة للاستخدام العام
Statistical Atlas	1.5	25.0	73.5	4.3	14.9	80.8	الأطلس الإحصائي
Statistical Databases on PCBS website	3.9	10.4	85.7	9.4	12.8	77.8	قواعد البيانات الإحصائية على الموقع الإلكتروني الرسمي
PCBS Facebook page	1.6	30.2	68.2	5.1	19.6	75.3	صفحة الفيسبوك الرسمية للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني
PCBS Twitter page	2.6	66.6	30.8	5.4	51.4	43.2	صفحة تويتر الرسمية للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني
PCBS YouTube Channel	2.8	69.4	27.8	5.5	46.6	47.9	قناة يوتيوب الرسمية للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني
PCBS LinkedIn page	2.6	66.6	30.8	5.7	43.7	50.6	صفحة اللينكد ان الرسمية للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني
PCBS Instagram page	2.9	71.4	25.7	7.0	47.9	45.1	صفحة الانستغرام الرسمية للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني
Average of Satisfaction	2.0	23.8	74.2	4.9	17.2	77.9	متوسط الرضى

جدول 13: التوزيع النسبي لمستخدمي الصفحة الالكترونية حسب نوع المنتج ودرجة الرضى عنها، 2019

Table 13: Percentage distribution of website users by product type and the degree of satisfaction with it , 2019

Product Type	غير راضٍ / غير راضٍ تماماً Dissatisfied/ Very dissatisfied	محايد Neutral	راضٍ / راضٍ تماماً Satisfied/ Very satisfied	نوع المنتج
Statistical Reports	5.3	11.9	82.8	التقارير الإحصائية
Statistical leaflets	5.0	15.8	79.2	النشرات الإحصائية
PCBS Press Releases	6.1	17.4	76.5	البيانات الصحفية الإحصائية
Statistical Calendar	5.5	22.1	72.4	الرزنامة الإحصائية
Statistical Indicators	5.9	19.4	74.7	المؤشرات الإحصائية
Microdata for public use files (PUF)	8.2	19.8	72.0	البيانات الخام المؤهلة للاستخدام العام
Statistical Atlas	6.7	22.4	70.9	الأطلس الإحصائي
Statistical Databases on PCBS website	9.1	16.3	74.6	قواعد البيانات الإحصائية على الموقع الالكتروني الرسمي
PCBS Facebook page	8.9	25.6	65.5	صفحة الفيسبوك الرسمية للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني
PCBS Twitter page	11.2	40.8	48.0	صفحة تويتر الرسمية للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني
PCBS YouTube Channel	11.9	39.6	48.5	قناة يوتيوب الرسمية للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني
PCBS LinkedIn page	12.4	37.1	50.5	صفحة لينكد ان الرسمية للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني
PCBS Instagram page	11.9	37.9	50.2	صفحة الانستغرام الرسمية للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني
Average of Satisfaction	7.8	22.9	69.3	متوسط الرضى

جدول 14: التوزيع النسبي لمستخدمي الصفحة الالكترونية حسب نوع الاستخدام ودرجة الرضى عن جودة المنتجات الإحصائية التي يصدرها الجهاز، 2019

Table 14: Percentage distribution of website users by users type and the degree of satisfaction with the quality of statistical products, 2019

Users Type	غير راضٍ / غير راضٍ بشدة Dissatisfied/ Very dissatisfied	محايد Neutral	راضٍ / راضٍ تماماً Satisfied/ Very satisfied	نوع الاستخدام
Individual	5.9	17.2	76.9	استخدام فردي
Institution	0.0	11.3	88.7	استخدام مؤسساتي
Both	4.3	7.0	88.7	استخدام فردي ومؤسساتي كليهما
Total	4.4	14.1	81.5	المجموع



جدول 15: التوزيع النسبي للمستخدمين حسب بنود محددة عن الموقع الإلكتروني الرسمي للجهاز ودرجة الرضى عنها، 2019

Table 15: Percentage distribution of users by specific items on PCBS website and degree of satisfaction with it, 2019

Item	غير راضٍ/ غير راضٍ بشدة Dissatisfied/ Very dissatisfied	محايد Neutral	راضٍ/ راضٍ تماماً Satisfied/ Very satisfied	البند
Availability of data that you/your organization need on PCBS website	10.7	12.1	77.2	توفر البيانات الإحصائية التي تحتاجها على الموقع الإلكتروني
Statistical data and related files downloading speed from PCBS Website	4.6	12.6	82.8	سرعة تنزيل البيانات الإحصائية والملفات ذات العلاقة من الموقع الإلكتروني
Ease of browsing the website	11.8	13.6	74.6	سهولة تصفح الموقع الإلكتروني
Regular update of published data on PCBS website	12.3	16.0	71.7	التحديث الدوري للبيانات الإحصائية المنشورة على الموقع الإلكتروني
Statistical data availability as time series on PCBS website	10.4	14.4	75.2	توفر البيانات الإحصائية كسلسلة زمنية على الموقع الإلكتروني
Availability of statistical data in different formats (PDF, Word, Excel, HTML)	5.3	10.1	84.6	توفر البيانات الإحصائية على الموقع الإلكتروني بصيغ متعددة ( Excel, HTML, Word, PDF)
Availability of indicators of the Sustainable Development Goals 2030 on the website	8.3	18.2	73.5	توفر مؤشرات أهداف التنمية المستدامة 2030 على الموقع الإلكتروني
Interactive indicators section on PCBS website (indicators.ps)	6.3	23.3	70.4	موقع المؤشرات التفاعلية على الموقع الإلكتروني
Students section on PCBS website	7.6	33.0	59.4	رابط طلبة المدارس على الموقع الإلكتروني
Availability of the tool intended to help people with special needs in using the PCBS website	5.4	36.2	58.4	الأداة المخصصة لمساعدة ذوي الاحتياجات الخاصة في استخدام الموقع الإلكتروني
Accessibility to PCBS website using different search engines	5.0	13.9	81.1	الوصول إلى الموقع الإلكتروني باستخدام محركات بحث مختلفة
Performance of the search engine in PCBS website	9.1	17.1	73.8	أداء محرك البحث الخاص بالموقع الإلكتروني
Design and consistency of PCBS website	10.2	17.0	72.8	تصميم وتنسيق الموقع الإلكتروني
Keeping design consistency while moving from one section to another	7.3	18.6	74.1	الحفاظ على تناسق الصفحة عند الانتقال من قسم إلى آخر داخل الموقع الإلكتروني
The electronic services provided by the website, such as: (calculating the link with the cost of living)	5.3	22.7	72.0	الخدمات الإلكترونية التي يقدمها الموقع، مثل: (احتساب ربط المبالغ بغلاء المعيشة)
Compatibility of browsing the website through smart phones	7.6	20.3	72.1	مواءمة تصفح الموقع الإلكتروني من خلال الأجهزة الذكية
Average of Satisfaction	8.1	17.6	74.3	متوسط الرضى

جدول 16: التوزيع النسبي للمستخدمين حسب بنود محددة عن الموقع الإلكتروني الرسمي للجهاز ودرجة الرضى عنها وصفة المستخدم، 2019  
Table 16: Percentage distribution of users by specific items on PCBS website, degree of satisfaction with it and users type, 2019

Item	صفة المستخدم Users Type						البند
	مؤسسات Institutions			أفراد Individuals			
	غير راضٍ/ غير راضٍ بتاتاً Dissatisfied/ Very dissatisfied	محايد Neutral	راضٍ/ راضٍ تماماً Satisfied/ Very satisfied	غير راضٍ/ غير راضٍ بتاتاً Dissatisfied/ Very dissatisfied	محايد Neutral	راضٍ/ راضٍ تماماً Satisfied/ Very satisfied	
Availability of data that you/your organization need on PCBS website	7.6	5.1	87.3	12.0	7.4	80.6	توفر البيانات الإحصائية التي تحتاجها على الموقع الإلكتروني
Statistical data and related files downloading speed from PCBS Website	2.6	6.3	91.1	5.4	10.8	83.8	سرعة تنزيل البيانات الإحصائية والملفات ذات العلاقة من الموقع الإلكتروني
Ease of browsing the website	9.0	7.7	83.3	14.4	10.6	75.0	سهولة تصفح الموقع الإلكتروني
Regular update of published data on PCBS website	7.8	9.1	83.1	16.3	12.5	71.2	التحديث الدوري للبيانات الإحصائية المنشورة على الموقع الإلكتروني
Statistical data availability as time series on PCBS website	5.1	10.3	84.6	8.3	11.6	80.1	توفر البيانات الإحصائية كسلسلة زمنية على الموقع الإلكتروني
Availability of statistical data in different formats (PDF, Word, Excel, HTML)	2.6	5.3	92.1	4.3	8.5	87.2	توفر البيانات الإحصائية على الموقع الإلكتروني بصيغ متعددة (Excel, HTML ,Word, PDF)
Availability of indicators of the Sustainable Development Goals 2030 on the website	1.5	14.7	83.8	6.2	19.0	74.8	توفر مؤشرات أهداف التنمية المستدامة 2030 على الموقع الإلكتروني
Interactive indicators section on PCBS website (indicators.ps)	1.7	16.7	81.6	4.7	21.9	73.4	موقع المؤشرات التفاعلية على الموقع الإلكتروني
Students section on PCBS website	0.0	53.8	46.2	5.1	30.3	64.6	رابط طلبة المدارس على الموقع الإلكتروني
Availability of the tool intended to help people with special needs in using the PCBS website	0.0	46.2	53.8	7.0	26.7	66.3	الأداة المخصصة لمساعدة ذوي الاحتياجات الخاصة في استخدام الموقع الإلكتروني
Accessibility to PCBS website using different search engines	0.0	10.0	90.0	2.5	8.5	89.0	الوصول إلى الموقع الإلكتروني باستخدام محركات بحث مختلفة
Performance of the search engine in PCBS website	3.9	14.5	81.6	6.8	13.0	80.2	أداء محرك البحث الخاص بالموقع الإلكتروني
Design and consistency of PCBS website	5.1	12.7	82.2	11.7	12.2	76.1	تصميم وتنسيق الموقع الإلكتروني
Keeping design consistency while moving from one section to another	2.5	11.4	86.1	8.6	16.1	75.3	الحفاظ على تناسق الصفحة عند الانتقال من قسم الى آخر داخل الموقع الإلكتروني

البند		صفة المستخدم					Item	
		Users Type						
الخدمات الإلكترونية التي يقدمها الموقع، مثل: (احتساب غلاء المعيشة)		76.0	21.3	2.7	73.4	20.3	6.3	The electronic services provided by the website, such as: (calculating the link with the cost of living)
مواءمة تصفح الموقع الإلكتروني من خلال الأجهزة الذكية		77.6	16.3	6.1	77.2	16.7	6.1	Compatibility of browsing the website through smart phones
متوسط الرضى		77.8	14.2	8.0	81.9	13.9	4.2	Average of Satisfaction

جدول 17: التوزيع النسبي لمستخدمي الصفحة الإلكترونية حسب بنود محددة عن الموقع الإلكتروني الرسمي للجهاز ودرجة الرضى عنها، 2019  
Table 17: Percentage distribution of website users by specific items on PCBS website and degree of satisfaction with it , 2019

البند	راضٍ/ راضٍ تماماً Satisfied/ Very satisfied	محايد Neutral	غير راضٍ/ غير راضٍ بشدة Dissatisfied/ Very dissatisfied	Item
توفر البيانات الإحصائية التي تحتاجها على الموقع الإلكتروني	73.3	16.0	10.7	Availability of data that you/your organization need on PCBS website
سرعة تنزيل البيانات الإحصائية والملفات ذات العلاقة من الموقع الإلكتروني	80.5	14.9	4.6	Statistical data and related files downloading speed from PCBS Website
سهولة تصفح الموقع الإلكتروني	72.6	16.4	11.0	Ease of browsing the website
التحديث الدوري للبيانات الإحصائية المنشورة على الموقع الإلكتروني	69.5	19.1	11.4	Regular update of published data on PCBS website
توفر البيانات الإحصائية كسلسلة زمنية على الموقع الإلكتروني	70.6	16.8	12.6	Statistical data availability as time series on PCBS website
توفر البيانات الإحصائية على الموقع الإلكتروني بصيغ متعددة ( Excel, HTML, Word, PDF)	81.7	11.9	6.4	Availability of statistical data in different formats (PDF, Word, Excel, HTML)
توفر مؤشرات أهداف التنمية المستدامة 2030 على الموقع الإلكتروني	70.7	18.6	10.7	Availability of indicators of the Sustainable Development Goals 2030 on the website
موقع المؤشرات التفاعلية على الموقع الإلكتروني	66.6	25.3	8.1	Interactive indicators section on PCBS website (indicators.ps)
رابط طلبية المدارس على الموقع الإلكتروني	59.4	30.6	10.0	Students section on PCBS website
الأداة المخصصة لمساعدة ذوي الاحتياجات الخاصة في استخدام الموقع الإلكتروني	56.1	38.1	5.8	Availability of the tool intended to help people with special needs in using the PCBS website
الوصول إلى الموقع الإلكتروني باستخدام محركات بحث مختلفة	75.4	17.3	7.3	Accessibility to PCBS website using different search engines
أداء محرك البحث الخاص بالموقع الإلكتروني	68.9	19.8	11.3	Performance of the search engine in PCBS website
تصميم وتنسيق الموقع الإلكتروني	69.1	20.4	10.5	Design and consistency of PCBS website
الحفاظ على تناسق الصفحة عند الانتقال من قسم إلى آخر داخل الموقع الإلكتروني	71.0	21.4	7.6	Keeping design consistency while moving from one section to another
الخدمات الإلكترونية التي يقدمها الموقع، مثل: (احتساب ربط المبالغ بغلاء المعيشة)	69.7	24.0	6.3	The electronic services provided by the website, such as: (calculating the link with the cost of living)
مواءمة تصفح الموقع الإلكتروني من خلال الأجهزة الذكية	68.2	23.1	8.7	Compatibility of browsing the website through smart phones
متوسط الرضى	71.0	20.0	9.0	Average of Satisfaction

جدول 18: التوزيع النسبي للمستخدمين الأفراد والمؤسسات حسب بنود محددة عن صفحات الجهاز على مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الرضى عنها، 2019  
Table 18: Percentage distribution of individuals and institutions by specific items on PCBS social media pages and the degree of satisfaction with it , 2019

Item	صفة المستخدم Users Type						البند
	مؤسسات Institutions			أفراد Individuals			
	غير راضٍ/ غير راضٍ بتاتاً Dissatisfied/ Very dissatisfied	محايد Neutral	راضٍ/ راضٍ تماماً Satisfied/ Very satisfied	غير راضٍ/ غير راضٍ بتاتاً Dissatisfied/ Very dissatisfied	محايد Neutral	راضٍ/ راضٍ تماماً Satisfied/ Very satisfied	
Availability of various statistical information / news	5.6	13.9	80.5	7.7	8.3	84.0	توفر معلومات/ أخبار إحصائية متنوعة
Continuous publishing of the activities and events implemented by PCBS	1.4	18.1	80.5	4.2	16.9	78.9	النشر بشكل مستمر للأنشطة والفعاليات التي ينفذها الجهاز
Response to inquiries, requests and comments	1.6	18.8	79.6	9.6	7.3	83.1	الرد على الاستفسارات والطلبات والتعليقات
Average of Satisfaction	2.9	16.8	80.3	7.2	10.8	82.0	متوسط الرضى

جدول 19: التوزيع النسبي لمستخدمي الصفحة الإلكترونية حسب بنود محددة عن صفحات الجهاز على مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الرضى عنها، 2019  
Table 19: Percentage distribution of website users by specific items on PCBS social media and degree of satisfaction with it, 2019

البند	راضٍ/ راضٍ تماماً Satisfied/ Very satisfied	محايد Neutral	غير راضٍ/ غير راضٍ بتاتاً Dissatisfied/ Very dissatisfied	Item
توفر معلومات/ أخبار إحصائية متنوعة	74.7	16.6	8.7	Availability of various statistical information / news
النشر بشكل مستمر للأنشطة والفعاليات التي ينفذها الجهاز	73.0	20.3	6.7	Continuous publishing of the activities and events implemented by PCBS
الرد على الاستفسارات والطلبات والتعليقات	61.7	29.0	9.3	Response to inquiries, requests and comments
متوسط الرضى	70.2	21.6	8.2	Average of Satisfaction

جدول 20: التوزيع النسبي للمستخدمين الأفراد والمؤسسات حسب بنود محددة عن قسم خدمات الجمهور ودرجة الرضى عنها، 2019  
Table 20: Percentage distribution of individuals and institutions by specific items on PCBS Users Services Division and the degree of satisfaction with it, 2019

Item	صفة المستخدم Users Type						البند
	مؤسسات Institutions			أفراد Individuals			
	غير راضٍ/ غير راضٍ بتأتاً Dissatisfied/ Very dissatisfied	محايد Neutral	راضٍ/ راضٍ تماماً Satisfied/ Very satisfied	غير راضٍ/ غير راضٍ تماماً Dissatisfied/ Very dissatisfied	محايد Neutral	راضٍ/ راضٍ تماماً Satisfied/ Very satisfied	
Knowledge of the Users Services Division employees of their duties	0.0	11.1	88.9	2.8	11.5	85.7	معرفة موظفي قسم خدمات الجمهور بعملهم
Speed of response and service providing	1.4	8.2	90.4	7.9	7.4	84.7	سرعة الاستجابة وتلبية الطلب
Ability of guidance and advising	2.8	19.4	77.8	6.5	15.1	78.4	القدرة على الارشاد والنصح
Following-up on users requests	1.4	12.5	86.1	2.1	10.6	87.3	المتابعة على طلبات المستخدمين
Kindness and good treatment	1.4	5.5	93.1	1.1	6.9	92.0	اللباقة وحسن المعاملة
Average of Satisfaction	1.4	11.3	87.3	4.1	10.3	85.6	متوسط الرضى

جدول 21: التوزيع النسبي للمستخدمين الأفراد والمؤسسات حسب بنود محددة عن ورش العمل أو المؤتمرات أو الندوات التي ينظمها الجهاز ودرجة الرضى عنها، 2019  
Table 21: Percentage distribution of individuals and institutions by specific items on PCBS Workshops, Seminars, and Conferences and the degree of satisfaction with it, 2019

Item	صفة المستخدم Users Type						البند
	مؤسسات Institutions			أفراد Individuals			
	غير راضٍ/ غير راضٍ بتاتاً Dissatisfied/ Very dissatisfied	محايد Neutral	راضٍ/ راضٍ تماماً Satisfied/ Very satisfied	غير راضٍ/ غير راضٍ تماماً Dissatisfied/ Very dissatisfied	محايد Neutral	راضٍ/ راضٍ تماماً Satisfied/ Very satisfied	
Timing of invitation	2.9	10.1	87.0	5.6	17.6	76.8	توقيت استلام الدعوة
Timing of executing the Workshops, Seminars and Conferences	3.0	10.4	86.6	5.0	24.4	70.6	توقيت عقد الورش أو الندوات أو المؤتمرات
Level of event organization and administration	0.0	9.1	90.9	3.3	17.9	78.8	مستوى التنظيم والإشراف والإدارة
Documents and accompanying material during PCBS Workshops, Seminars, Conferences	0.0	9.2	90.8	1.7	23.5	74.8	الوثائق والمواد المرافقة اثناء انعقاد الورشة أو المؤتمر أو الندوة
Benefits gained from the materials presented in seminars, conferences, or workshops	3.1	7.7	89.2	0.8	20.7	78.5	مدى الاستفادة من المواد المطروحة والمعروضة في الندوات أو المؤتمرات أو ورش العمل
Variety of topics and having no repetition	1.5	16.7	81.8	4.0	21.0	75.0	تنوع المواضيع المطروحة وعدم تكرارها
Average of Satisfaction	1.8	10.5	87.7	3.4	20.8	75.8	متوسط الرضى

جدول 22: التوزيع النسبي للمستخدمين الأفراد والمؤسسات حسب بنود محددة عن البيانات الصحفية الصادرة عن الجهاز ودرجة الرضى عنها، 2019

Table 22: Percentage distribution of individuals and institutions by specific items on PCBS Press releases and the degree of satisfaction with it , 2019

Item	صفة المستخدم Users Type						البند
	مؤسسات Institutions			أفراد Individuals			
	غير راض/ غير راض بتاتاً Dissatisfied/ Very dissatisfied	محايد Neutral	راض/ راض تماماً Satisfied/ Very satisfied	غير راض/ غير راض بتاتاً Dissatisfied/ Very dissatisfied	محايد Neutral	راض/ راض تماماً Satisfied/ Very satisfied	
Timing of Press releases according to the statistical calendar	1.4	13.5	85.1	3.1	12.3	84.6	توقيت نشر البيانات الصحفية حسب مواعيد الرزنامة الإحصائية
Level of benefit from Press releases	0.0	12.0	88.0	1.9	12.0	86.1	مستوى الفائدة من البيانات الصحفية
Content and Design of Press releases	1.3	14.7	84.0	2.5	16.0	81.5	محتوى وتصميم البيانات الصحفية
Average of Satisfaction	0.9	13.4	85.7	2.5	13.4	84.1	متوسط الرضى



جدول 23: التوزيع النسبي للمستخدمين الأفراد والمؤسسات حسب بنود محددة عن التقارير الإحصائية الصادرة عن الجهاز ودرجة الرضى عنها، 2019  
Table 23: Percentage distribution of individuals and institutions by specific items on PCBS Statistical reports and the degree of satisfaction with it, 2019

Item	صفة المستخدم Users Type						البند
	مؤسسات Institutions			أفراد Individuals			
	غير راضٍ / غير راضٍ بتاتاً Dissatisfied/ Very dissatisfied	محايد Neutral	راضٍ / راضٍ تماماً Satisfied/ Very satisfied	غير راضٍ / غير راضٍ بتاتاً Dissatisfied/ Very dissatisfied	محايد Neutral	راضٍ / راضٍ تماماً Satisfied/ Very satisfied	
Timing of issuing statistical reports according to the statistical calendar	4.0	13.3	82.7	2.4	11.8	85.8	توقيت نشر التقارير الإحصائية حسب مواعيد الرزنامة الإحصائية
Level of benefit from statistical reports	0.0	9.0	91.0	1.2	9.4	89.4	مستوى الفائدة من التقارير الإحصائية
Content and Design of statistical reports	1.3	10.3	88.4	1.7	9.3	89.0	محتوى وتصميم التقارير الإحصائية
Average of Satisfaction	1.7	10.8	87.5	1.7	10.2	88.1	متوسط الرضى

جدول 24: التوزيع النسبي للمستخدمين الأفراد والمؤسسات حسب نوع العنصر فيما يتعلق بالبيانات الإحصائية بشكل عام ودرجة الرضى عنه، 2019

Table 24: Percentage distribution of individuals and institutions by type of dimension in terms of statistical data and the degree of satisfaction with it, 2019

Dimension	صفة المستخدم Users Type						العنصر
	مؤسسات Institutions			أفراد Individuals			
	غير راضٍ / غير راضٍ بتاتاً Dissatisfied/ Very dissatisfied	محايد Neutral	راضٍ / راضٍ تماماً Satisfied/ Very satisfied	غير راضٍ / غير راضٍ بتاتاً Dissatisfied/ Very dissatisfied	محايد Neutral	راضٍ / راضٍ تماماً Satisfied/ Very satisfied	
Relevance	1.3	6.4	92.3	7.9	9.9	82.2	الصلة بالواقع
Accuracy	1.3	11.7	87.0	4.3	18.2	77.5	الدقة
Timing and Punctuality	5.3	9.2	85.5	8.9	18.3	72.8	الوقتية والانتظام
Accessibility and clarity	0.0	10.3	89.7	6.8	11.1	82.1	إمكانية الوصول والوضوح
Comparability	4.0	11.8	84.2	8.2	12.0	79.8	القابلية للمقارنة
Coherence	0.0	17.6	82.4	3.3	16.6	80.1	الاتساق
Completeness	6.5	18.2	75.3	17.4	15.3	67.3	الاكتمال
Average of Satisfaction	2.6	12.1	85.3	8.1	14.5	77.4	متوسط الرضى

جدول 25: التوزيع النسبي للمستخدمين الأفراد والمؤسسات حسب الموضوع المرتبط ببيانات الإحصاءات الاقتصادية (بشكل عام) ودرجة الرضى عن عناصر جودتها، 2019  
Table 25: Percentage distribution of individuals and institutions by subjects in terms of PCBS economic statistics (in general) and the degree of satisfaction with quality dimensions, 2019

Subject	صفة المستخدم Users Type						الموضوع
	مؤسسات Institutions			أفراد Individuals			
	غير راضٍ/ غير راضٍ بتاتاً Dissatisfied/ Very dissatisfied	محايد Neutral	راضٍ/ راضٍ تماماً Satisfied/ Very satisfied	غير راضٍ/ غير راضٍ بتاتاً Dissatisfied/ Very dissatisfied	محايد Neutral	راضٍ/ راضٍ تماماً Satisfied/ Very satisfied	
National accounts	1.6	17.4	81.0	4.1	17.8	78.1	الحسابات القومية
Balance of payment	0.0	28.6	71.4	3.9	19.2	76.9	ميزان المدفوعات
Foreign trade	1.7	25.4	72.9	4.5	20.1	75.4	التجارة الخارجية
Prices and price indices	3.2	19.4	77.4	5.6	15.3	79.1	الأسعار والأرقام القياسية
Constructions	0.0	24.1	75.9	5.9	18.5	75.6	الإنشاءات
Transport and storage and transportation outside	2.0	28.8	69.2	4.2	25.6	70.2	النقل والتخزين والنقل خارج المنشآت
Information and communication	1.6	19.4	79.0	9.5	16.1	74.4	المعلومات والاتصالات
Internal trade	5.4	30.4	64.2	5.3	20.5	74.2	التجارة الداخلية
Services	0.0	21.7	78.3	4.2	16.7	79.1	الخدمات
Industry	1.7	17.7	80.6	5.0	18.0	77.0	الصناعة
Government finance, Insurance and Foreign investment	1.7	32.8	65.5	8.7	18.9	72.4	المالية الحكومية والتأمين والاستثمار الأجنبي
Olive Presses	0.0	33.3	66.7	3.4	20.2	76.4	معاصر الزيتون
Economic Performance	0.0	18.8	81.2	4.1	17.4	78.5	الأداء الاقتصادي
Average of Satisfaction	1.4	24.1	74.5	5.2	18.7	76.1	متوسط الرضى

جدول 26: التوزيع النسبي للمستخدمين الأفراد والمؤسسات حسب الموضوع المرتبط ببيانات الإحصاءات الجغرافية والبيئية (بشكل عام) ودرجة الرضى عن عناصر جودتها، 2019  
Table 26: Percentage distribution of individuals and institutions by subjects in terms of PCBS area and environmental statistics (in general) and the degree of satisfaction with quality dimensions, 2019

Subject	صفة المستخدم Users Type						الموضوع
	مؤسسات Institutions			أفراد Individuals			
	غير راضٍ/ غير راضٍ بتاتاً Dissatisfied/ Very dissatisfied	محايد Neutral	راضٍ/ راضٍ تماماً Satisfied/ Very satisfied	غير راضٍ/ غير راضٍ بتاتاً Dissatisfied/ Very dissatisfied	محايد Neutral	راضٍ/ راضٍ تماماً Satisfied/ Very satisfied	
Tourism	1.8	19.6	78.6	6.5	19.4	74.1	السياحة
Housing conditions	3.1	9.4	87.5	4.1	13.1	82.8	المساكن وظروف السكن
Environment	1.8	24.6	73.6	3.7	19.4	76.9	البيئة
Water	1.6	20.6	77.8	5.9	17.5	76.6	المياه
Energy	1.7	22.0	76.3	4.5	22.0	73.5	الطاقة
Land use	6.9	24.1	69.0	8.3	21.2	70.5	استعمالات الأراضي
Agriculture	3.3	17.7	79.0	5.6	19.0	75.4	الزراعة
Average of Satisfaction	2.9	19.6	77.5	5.5	18.7	75.8	متوسط الرضى

جدول 27: التوزيع النسبي للمستخدمين الأفراد والمؤسسات حسب الموضوع المرتبط ببيانات الإحصاءات السكانية والاجتماعية (بشكل عام) ودرجة الرضى عن عناصر جودتها، 2019  
Table 27: Percentage distribution of individuals and institutions by subjects in terms of PCBS population and social statistics (in general) and the degree of satisfaction with quality dimensions, 2019

Subject	صفة المستخدم Users Type						الموضوع
	مؤسسات Institutions			أفراد Individuals			
	غير راضٍ/ غير راضٍ بتاتاً Dissatisfied/ Very dissatisfied	محايد Neutral	راضٍ/ راضٍ تماماً Satisfied/ Very satisfied	غير راضٍ/ غير راضٍ بتاتاً Dissatisfied/ Very dissatisfied	محايد Neutral	راضٍ/ راضٍ تماماً Satisfied/ Very satisfied	
Population and demographic	1.3	10.4	88.3	2.3	7.3	90.4	السكان والديموغرافيا
Labor	2.7	10.8	86.5	2.9	9.8	87.3	العمل
Science and technology	1.5	19.7	78.8	6.1	14.9	79.0	العلم والتكنولوجيا
Standards of living	1.5	11.4	87.1	10.4	12.9	76.7	معايير المعيشة
Education and culture	3.0	15.2	81.8	6.9	13.8	79.3	التعليم والثقافة
Health	6.5	17.7	75.8	2.7	14.2	83.1	الصحة
Justice and security	3.6	28.6	67.8	7.6	22.0	70.4	الأمن والعدالة
Gender	1.5	11.8	86.7	6.5	13.1	80.4	النوع الاجتماعي
Child	1.6	21.0	77.4	4.8	18.6	76.6	الطفل
Violence	3.5	29.8	66.7	7.3	21.9	70.8	احصاءات العنف
Average of Satisfaction	2.6	17.0	80.4	5.7	14.4	79.9	متوسط الرضى

جدول 28: التوزيع النسبي للمستخدمين الأفراد والمؤسسات حسب الموضوع المرتبط ببيانات التعدادات (بشكل عام) ودرجة الرضى عن عناصر جودتها، 2019  
Table 28: Percentage distribution of individuals and institutions by subjects in terms of PCBS censuses (in general) and the degree of satisfaction with quality dimensions , 2016

Subject	صفة المستخدم Users Type						الموضوع
	مؤسسات Institutions			أفراد Individuals			
	غير راضٍ/ غير راضٍ بتاتاً Dissatisfied/ Very dissatisfied	محايد Neutral	راضٍ/ راضٍ تماماً Satisfied/ Very satisfied	غير راضٍ/ غير راضٍ بتاتاً Dissatisfied/ Very dissatisfied	محايد Neutral	راضٍ/ راضٍ تماماً Satisfied/ Very satisfied	
Population and housing census	1.3	9.0	89.7	2.2	7.0	90.8	التعداد العام للسكان والمساكن
Establishments census	5.4	6.8	87.8	3.0	7.2	89.8	التعداد العام للمنشآت
Agriculture census	4.8	11.1	84.1	7.6	13.2	79.2	التعداد الزراعي
Maps	6.5	12.9	80.6	7.9	17.9	74.2	الخرائط
Average of Satisfaction	4.3	9.7	86.0	4.9	10.8	84.3	متوسط الرضى

جدول 29: التوزيع النسبي للأفراد حسب بنود محددة ومدى حاجة قيام الجهاز بتطوير عمله من وجهة نظرهم، 2019  
Table 29: Percentage distribution of individuals by specific items and PCBS need to develop its work from their point of view, 2019

Item	ليس بحاجة للتطوير No need for development	بحاجة قليلة للتطوير Slight need for development	محايد Neutral	بحاجة متوسطة للتطوير Medium need for development	بحاجة كبيرة للتطوير Great need for development	البند
Data presentation in tables and charts	21.6	43.8	8.6	20.5	5.5	طريقة عرض البيانات الإحصائية في الجداول والأشكال البيانية
PCBS website	23.4	33.0	13.3	20.2	10.1	الموقع الالكتروني
Microdata for Public use files (PUF)	17.5	30.6	15.1	19.9	16.9	البيانات الخام المؤهلة للاستخدام العام
Provide more detailed statistical data	13.7	25.7	12.0	24.6	24.0	توفير بيانات إحصائية على مستويات تفصيلية أكثر
Change the format of statistical reports	21.9	33.3	15.8	18.6	10.4	تغيير طريقة عرض التقارير
Timing improvement (more rapid provision of recent statistical data)	21.2	30.7	12.9	18.4	16.8	تحسين الوقتية (سرعة أكبر في توفير البيانات الإحصائية الحديثة)
Coverage of new surveys	10.7	27.0	15.2	23.5	23.6	تغطية مسوح جديدة
Average need	19.0	32.0	13.0	21.0	15.0	متوسط الحاجة

جدول 30: التوزيع النسبي للمؤسسات حسب بنود محددة ومدى حاجة قيام الجهاز بتطوير عمله من وجهة نظرهم، 2019

Table 30: Percentage distribution of institutions by specific items and PCBS need to develop its work from their point of view, 2019

Item	ليس بحاجة للتطوير No need for development	بحاجة قليلة للتطوير Slight need for development	محايد Neutral	بحاجة متوسطة للتطوير Medium need for development	بحاجة كبيرة للتطوير Great need for development	البند
Data presentation in tables and charts	18.2	49.3	9.1	15.6	7.8	طريقة عرض البيانات الإحصائية في الجداول والأشكال البيانية
PCBS website	17.9	35.9	16.7	21.8	7.7	الموقع الإلكتروني
Microdata for Public use files (PUF)	12.5	33.3	18.1	23.6	12.5	البيانات الخام المؤهلة للاستخدام العام
Provide more detailed statistical data	11.7	31.1	11.7	19.5	26.0	توفير بيانات إحصائية على مستويات تفصيلية أكثر
Change the format of statistical reports	24.4	28.1	23.1	16.7	7.7	تغيير طريقة عرض التقارير
Timing improvement (more rapid provision of recent statistical data)	14.5	43.4	11.8	15.8	14.5	تحسين الوقتية (سرعة أكبر في توفير البيانات الإحصائية الحديثة)
Coverage of new surveys	6.5	36.3	14.3	26.0	16.9	تغطية مسوح جديدة
Average need	15.1	36.8	15.0	19.8	13.3	متوسط الحاجة

جدول 31: التوزيع النسبي للمستخدمين حسب بنود محددة وتقييمهم لمستوى استجابة الجهاز لتوقعاتهم، 2019

Table 31: Percentage distribution of users by specific items and their evaluation of PCBS efforts toward meeting users expectations, 2019

Item	صفة المستخدم Users Type				البند
	جميع المستخدمين All Users	مستخدمي الصفحة الإلكترونية Website Users	مؤسسات Institutions	أفراد Individuals	
Much less than expected	2.8	3.9	0.0	1.6	أقل بكثير مما هو متوقع
less than expected	12.8	13.9	5.0	13.9	أقل مما هو متوقع
Equal to expectations	55.2	55.2	56.2	54.6	مساوي للتوقعات
More than expected	23.8	20.8	37.5	24.2	أكبر مما هو متوقع
Much more than expected	5.4	6.2	1.3	5.7	أكبر بكثير مما هو متوقع

### المراجع العربية

- المهيدب. رائد، رضا العملاء والمستفيدين- أفكار تسويقية للمنظمات الربحية وغير الربحية، الطبعة الأولى 2017
- حمود، إدارة الجودة وخدمة العملاء، عمان، دار الميسرة للنشر والتوزيع، 2002
- جودة م، العلاقات العامة مفاهيم وممارسات، عمان، دار زهران، 1999
- قياس رضى العملاء، من أجل بناء قدرات مؤسسية فعالة، سلسلة "الأدلة الإرشادية" التي يصدرها مركز خدمات المنظمات غير الحكومية، مركز خدمات المنظمات غير الحكومية
- خنير. م ومريمي.أ، العلاقة التفاعلية بين ابعاد جودة الخدمة ورضى الزبون بالمؤسسة، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال – المجلد 3 -العدد04/2017
- ندى أشرف، الدليل الكامل لقياس رضى العملاء، أكاديمية حاسوب 9 نوفمبر 2015
- أهمية قياس رضى العميل، <https://islamonline.net/26930>، 19 سبتمبر، 2018

### English references

- Studer Q, Results That Last, John Wiley & Sons inc., 2007
- Marriott B, Brown k, The Spirit To Serve, Harper Business, 1997
- Joiner B, Fourth Generation Management, McGRAW-HILL inc. , 1993

### Web sites references

- Gregory Ciotti, Measuring Customer Satisfaction Shouldn't be complicated,  
<https://www.helpscout.com/blog/customer-satisfaction/> June 21, 2016,



## الملاحق

---

### 1. استمارات المسح

- 1.1 استمارة مسح مستخدمي الصفحة الالكترونية للجهاز
- 1.2 استمارة مسح الأفراد
- 1.3 استمارة مسح المؤسسات
- 1.4 أسئلة المقابلات
- 1.5 فريق العمل المتابع/المشرف على تنفيذ الشركة للمسح من موظفي الجهاز

## ملحق 1.1: استمارة مستخدمى الصفحة الالكترونية للجهاز

خبراء الإدارة الإستراتيجية والتخطيط  
مسح رضی المستخدمين 2019  
لصالح الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني  
الدورة السادسة

## استمارة مستخدمى الصفحة الالكترونية الرسمية للجهاز

تهدف هذه الاستمارة إلى قياس مدى رضی المستخدمين والتعرف على احتياجاتهم من الخدمات التي يقدمها الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني أو البيانات الإحصائية التي ينشرها، وذلك بما يخدم تلبية احتياجات المستخدمين وزيادة رضاهم. إن المعلومات الواردة في هذه الاستمارة هي لأغراض إحصائية بحثية وتعتبر سرية بموجب قانون الإحصاءات العامة رقم (4) لسنة 2000.

تنويه: الإجابات المطلوبة تتعلق بالاثنا عشر شهرا الماضية، (عام 2019).

## القسم الأول: بيانات عامة

<input type="checkbox"/>	1. استخدام فردي	A0	نوع الاستخدام؟
<input type="checkbox"/>	2. استخدام مؤسسي		يمكن اختيار أكثر من إجابة
<input type="checkbox"/>	1. الهاتف / الفاكس 2. البريد الإلكتروني 3. الموقع الإلكتروني 4. من خلال زيارة قسم خدمات الجمهور مباشرة 5. حضور ورش العمل، الندوات، المؤتمرات 6. البيانات الصحفية 7. وسائل التواصل الاجتماعي	A1	ما هي أفضل وسيلة لديكم في الحصول على البيانات أو الخدمات التي يصدرها الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني؟
<input type="checkbox"/>	1. يومياً 2. اسبوعياً 3. شهرياً 4. ربعياً 5. سنوياً 6. بشكل غير منتظم (عند الحاجة)	A2	ما هي دورية استخدامكم لبيانات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني؟
<input type="checkbox"/>	1. أبحاث ودراسات 2. التخطيط	A3	ما هي أغراض استخدامكم لبيانات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني؟ يمكن اختيار أكثر من إجابة

<input type="checkbox"/>	3. الرقابة والمتابعة		
<input type="checkbox"/>	4. دعاية وإعلان		
<input type="checkbox"/>	5. اتخاذ القرارات		
<input type="checkbox"/>	6. تقارير لوسائل الإعلام		
<input type="checkbox"/>	7. أغراض قانونية		
<input type="checkbox"/>	8. غير ذلك		
<input type="checkbox"/>	1. فيسبوك (Face book) 2. تويتر (Twitter) 3. لينكد إن (LinkedIn) 4. انستغرام (Instagram)	A4	أي من مواقع التواصل الاجتماعي تفضلونها للتواصل مع الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني

القسم الثاني: الرضى العام والرضى عن الخدمات التي يقدمها الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني

<input type="checkbox"/>	1. غير راضي بتاتاً 2. غير راضي 3. محايد 4. راضي 5. راضي تماماً	B1	ما مدى الرضى العام عن البيانات والخدمات التي يقدمها الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني؟
<input type="checkbox"/>	1. غير راضي بتاتاً 2. غير راضي 3. محايد 4. راضي 5. راضي تماماً	B2	ما مدى الرضى العام عن جودة المنتجات الإحصائية التي يصدرها الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني؟

B3: ما مدى الرضى عن جودة المنتجات الإحصائية والخدمات التي يقدمها الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني؟ رمز الإجابة: 1. غير راضي بتاتاً 2. غير راضي 3. محايد 4. راضي 5. راضي تماماً 9. لا استخدم / لا أعرف			
الرمز	مدى الرضى عن	رمز الإجابة	
B301	التقارير الإحصائية	<input type="checkbox"/>	
B302	النشرات الإحصائية	<input type="checkbox"/>	
B303	البيانات الصحفية الإحصائية	<input type="checkbox"/>	
B304	البرنامج الإحصائية	<input type="checkbox"/>	
B305	المؤشرات الإحصائية	<input type="checkbox"/>	
B306	البيانات المؤهلة للاستخدام	<input type="checkbox"/>	
B307	الاطلس الإحصائي	<input type="checkbox"/>	
B308	قواعد البيانات الإحصائية على الموقع الإلكتروني الرسمي	<input type="checkbox"/>	

<input type="checkbox"/>	B309	صفحة الفيسبوك (Face book) الرسمية للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني
<input type="checkbox"/>	B310	صفحة تويتر (Twitter) الرسمية للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني
<input type="checkbox"/>	B311	قناة يوتيوب (YouTube) الرسمية للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني
<input type="checkbox"/>	B312	صفحة اللينكد ان (LinkedIn) الرسمية للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني
<input type="checkbox"/>	B313	صفحة الانستغرام (Instagram) الرسمية للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني

**B4:** ما مدى رضاك/رضى مؤسستك عن الموقع الالكتروني للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني من حيث الآتي:

رمز الإجابة: 1. غير راضي بتاتاً 2. غير راضي 3. محايد 4. راضي 5. راضي تماماً 9. لا استخدم / لا أعرف		
الرمز	بند التقييم	رمز الإجابة
B401	توفر البيانات الإحصائية التي تحتاجها/تحتاجها مؤسستك على الموقع الالكتروني	<input type="checkbox"/>
B402	سرعة تنزيل البيانات الإحصائية والملفات ذات العلاقة من الموقع الالكتروني	<input type="checkbox"/>
B403	سهولة تصفح الموقع الالكتروني	<input type="checkbox"/>
B404	التحديث الدوري على الموقع الالكتروني للبيانات الإحصائية المنشورة	<input type="checkbox"/>
B405	توفر البيانات الإحصائية كسلسلة زمنية على الموقع الالكتروني	<input type="checkbox"/>
B406	توفر البيانات الإحصائية على الموقع الالكتروني بصيغ متعددة (HTML, Excel, PDF, Word)	<input type="checkbox"/>
B407	توفر مؤشرات أهداف التنمية المستدامة 2030 على الموقع الالكتروني	<input type="checkbox"/>
B408	موقع المؤشرات التفاعلية على الموقع الالكتروني	<input type="checkbox"/>
B409	موقع طلبة المدارس على الموقع الالكتروني	<input type="checkbox"/>
B410	الأداة المخصصة لمساعدة ذوي الاحتياجات الخاصة "البصرية" في استخدام الموقع الالكتروني	<input type="checkbox"/>
B411	كتالوج البيانات الإحصائية على الموقع الالكتروني	<input type="checkbox"/>
B412	موقع علم البيانات على الموقع الالكتروني	<input type="checkbox"/>
B413	الوصول الى الموقع الالكتروني باستخدام آليات بحث متعددة	<input type="checkbox"/>
B414	محرك البحث الخاص بالموقع الإلكتروني	<input type="checkbox"/>
B415	تصميم وتنسيق الموقع الالكتروني	<input type="checkbox"/>
B416	الحفاظ على تناسق الصفحة عند الانتقال من قسم الى آخر داخل الموقع الالكتروني	<input type="checkbox"/>
B417	وجود روابط أخرى ذات علاقة	<input type="checkbox"/>

**B5:** ما مدى رضاك عن موقع الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الآتي:

رمز الإجابة: 1. غير راضي بتاتاً 2. غير راضي 3. محايد 4. راضي 5. راضي تماماً 9. لا استخدم / لا أعرف
--

الرمز	بند التقييم	رمز الإجابة
B501	توفر معلومات/أخبار إحصائية متنوعة	<input type="checkbox"/>
B502	النشر بشكل مستمر للأنشطة والفعاليات التي ينفذها الجهاز	<input type="checkbox"/>
B503	الرد على الاستفسارات والطلبات والتعليقات	<input type="checkbox"/>

B6	بشكل عام: كيف تقيم مستوى استجابة الجهاز لتوقعاتك؟	<p>1. أقل بكثير مما هو متوقع</p> <p>2. أقل مما هو متوقع</p> <p>3. مساوي للتوقعات</p> <p>4. أكبر مما هو متوقع</p> <p>5. أكبر بكثير مما هو متوقع</p>
----	---	--

## ملحق 2.1: استمارة الأفراد

خبراء الإدارة الإستراتيجية والتخطيط  
مسح رضی المستخدمين 2019  
لصالح الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني  
الدورة السادسة

## استمارة الأفراد

تهدف هذه الاستمارة إلى قياس مدى رضی المستخدمين والتعرف على احتياجاتهم من الخدمات التي يقدمها الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني والبيانات الإحصائية التي ينشرها، وذلك بما يخدم تلبية احتياجات المستخدمين وزيادة رضاهم. إن المعلومات الواردة في هذه الاستمارة هي لأغراض إحصائية بحثية وتعتبر سرية بموجب قانون الإحصاءات العامة رقم (4) لسنة 2000. تنويه: الإجابات المطلوبة تتعلق بالاثنا عشر شهرا الماضية، (عام 2019).

## حاجة الى مساعدة؟

في حال وجود استفسارات أو إذا كان هناك حاجة لأي مساعدة، يرجى التكرم بالاتصال على الرقم 0599311312 (972+) أو من خلال البريد الإلكتروني: center@plansmpc.com

## القسم الأول: البيانات التعريفية

A0	رمز الاستمارة:	<input type="text"/>
A1	الاسم:	<input type="text"/>
A2	الجنس:	1. ذكر 2. انثى <input type="checkbox"/>
A3	العمر:	<input type="text"/>
A4	المؤهل العلمي:	1. توجيهي أو أقل 2. دبلوم 3. بكالوريوس 4. دبلوم عالي 5. ماجستير 6. دكتوراه <input type="checkbox"/>
A5	المنطقة:	1. الضفة الغربية (تشمل القدس) 2. قطاع غزة 3. الأراضي الفلسطينية المحتلة عام 1948 4. خارج فلسطين <input type="checkbox"/>
A6	رقم الهاتف المحمول:	<input type="text"/>
A7	البريد الإلكتروني:	<input type="text"/>

القسم الثاني: العلاقة مع الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني

<input type="checkbox"/>	<p>1. الهاتف / الفاكس</p> <p>2. البريد الالكتروني</p> <p>3. الموقع الالكتروني</p> <p>4. من خلال زيارة قسم خدمات الجمهور مباشرة</p> <p>5. حضور ورش العمل، الندوات، المؤتمرات</p> <p>6. البيانات الصحفية</p> <p>7. وسائل التواصل الاجتماعي</p>	<p><b>B1</b></p> <p>ما هي أفضل وسيلة لديك في الحصول على البيانات أو الخدمات التي يصدرها الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني؟</p>	
<input type="checkbox"/>	<p>7. يومياً</p> <p>8. إسبوعياً</p> <p>9. شهرياً</p> <p>10. ربعياً</p> <p>11. سنوياً</p> <p>12. بشكل غير منتظم (عند الحاجة)</p>	<p><b>B2</b></p> <p>دورية استخدامك لبيانات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني</p>	
<input type="checkbox"/>	<p>9. أبحاث ودراسات</p> <p>10. التخطيط</p> <p>11. الرقابة والمتابعة</p> <p>12. دعاية وإعلان</p> <p>13. اتخاذ القرارات</p> <p>14. تقارير لوسائل الإعلام</p> <p>15. أغراض قانونية</p> <p>16. غير ذلك</p>	<p><b>B3</b></p> <p>حدد أغراض استخدامك لبيانات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني يمكن اختيار أكثر من إجابة</p>	
<input type="checkbox"/>	<p>1. بيانات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني</p> <p>2. بيانات من مؤسسات حكومية فلسطينية أخرى</p> <p>3. مؤسسات دولية (الأمم المتحدة، الأونروا...)</p> <p>4. مؤسسات البحث العلمي</p> <p>5. غير ذلك</p>	<p><b>B4</b></p> <p>إذا توفرت نفس البيانات عن فلسطين من مصادر متعددة، أي من هذه المصادر تفضلها؟</p>	
<input type="checkbox"/>	<p>5. فيسبوك (Face book)</p> <p>6. تويتر (Twitter)</p> <p>7. لينكد إن (LinkedIn)</p> <p>8. انستغرام (Instagram)</p>	<p><b>B5</b></p> <p>أي من مواقع التواصل الاجتماعي تفضلونها للتواصل مع الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني؟</p>	

## القسم الثالث: الرضى العام

رمز الإجابة: 1. غير راضي بتاتاً 2. غير راضي 3. محايد 4. راضي 5. راضي تماماً 9. لا استخدم / لا أعرف

C1: ما مدى الرضى العام لمؤسستكم عن البيانات والخدمات التي يقدمها الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني؟

☐

C2: ما مدى الرضى العام لمؤسستكم حول جودة المنتجات الإحصائية التي يصدرها الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني بحسب البنود التالية:

الرمز	بند التقييم	رمز الإجابة
C201	التقارير الإحصائية	<input type="checkbox"/>
C202	النشرات الإحصائية	<input type="checkbox"/>
C203	البيانات الصحفية الإحصائية	<input type="checkbox"/>
C204	الرزنامة الإحصائية	<input type="checkbox"/>
C205	المؤشرات الإحصائية	<input type="checkbox"/>
C206	البيانات المؤهلة للاستخدام العام	<input type="checkbox"/>
C207	الأطلس الإحصائي	<input type="checkbox"/>
C208	قواعد البيانات الإحصائية على الموقع الإلكتروني الرسمي	<input type="checkbox"/>
C209	صفحة الفيسبوك (Face book) الرسمية للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني	<input type="checkbox"/>
C210	صفحة تويتر (Twitter) الرسمية للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني	<input type="checkbox"/>
C211	قناة يوتيوب (YouTube) الرسمية للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني	<input type="checkbox"/>
C212	صفحة اللينكد ان (LinkedIn) الرسمية للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني	<input type="checkbox"/>
C213	صفحة الانستغرام (Instagram) الرسمية للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني	<input type="checkbox"/>

## القسم الرابع: الرضى عن الخدمات التي يقدمها الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني

D1: ما مدى رضاك عن الموقع الإلكتروني للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني من حيث الآتي:

الرمز	بند التقييم	رمز الإجابة
D101	توفر البيانات الإحصائية التي تحتاجها على الموقع الإلكتروني	<input type="checkbox"/>
D102	سرعة تنزيل البيانات الإحصائية والملفات ذات العلاقة من الموقع الإلكتروني	<input type="checkbox"/>
D103	سهولة تصفح الموقع الإلكتروني	<input type="checkbox"/>



رمز الإجابة: 1. غير راضي بتاتاً 2. غير راضي 3. محايد 4. راضي 5. راضي تماماً 9. لا استخدم / لا أعرف		
الرمز	بند التقييم	رمز الإجابة
D104	التحديث الدوري للبيانات الإحصائية المنشورة على الموقع الإلكتروني	<input type="checkbox"/>
D105	توفر البيانات الإحصائية كسلسلة زمنية على الموقع الإلكتروني	<input type="checkbox"/>
D106	توفر البيانات الإحصائية على الموقع الإلكتروني بصيغ متعددة (HTML, Excel, PDF, Word)	<input type="checkbox"/>
D107	توفر مؤشرات أهداف التنمية المستدامة 2030 على الموقع الإلكتروني	<input type="checkbox"/>
D108	موقع المؤشرات التفاعلية على الموقع الإلكتروني (Indicators.ps)	<input type="checkbox"/>
D109	موقع طلبة المدارس على الموقع الإلكتروني	<input type="checkbox"/>
D110	الأداة المخصصة لمساعدة ذوي الاحتياجات الخاصة في استخدام الموقع الإلكتروني	<input type="checkbox"/>
D111	الوصول إلى الموقع الإلكتروني باستخدام محركات بحث مختلفة	<input type="checkbox"/>
D112	أداء محرك البحث الخاص بالموقع الإلكتروني	<input type="checkbox"/>
D113	تصميم وتنسيق الموقع الإلكتروني	<input type="checkbox"/>
D114	الحفاظ على تناسق الصفحة عند الانتقال من قسم إلى آخر داخل الموقع الإلكتروني	<input type="checkbox"/>
D115	الخدمات الإلكترونية التي يقدمها الموقع، مثل: (احتساب ربط المبالغ بغلاء المعيشة)	<input type="checkbox"/>
D116	موائمة تصفح الموقع الإلكتروني من خلال الأجهزة الذكية	<input type="checkbox"/>

**D2:** ما مدى رضاك عن موقع الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الآتي:

رمز الإجابة: 1. غير راضي بتاتاً 2. غير راضي 3. محايد 4. راضي 5. راضي تماماً 9. لا استخدم / لا أعرف		
الرمز	بند التقييم	رمز الإجابة
D201	توفر معلومات/أخبار إحصائية متنوعة	<input type="checkbox"/>
D202	النشر بشكل مستمر للأنشطة والفعاليات التي ينفذها الجهاز	<input type="checkbox"/>
D203	الرد على الاستفسارات والطلبات والتعليقات	<input type="checkbox"/>

**D3:** في حال تواصلك مع قسم خدمات الجمهور (من خلال زيارة أو اتصال هاتفي أو بريد إلكتروني أو أي وسيلة أخرى)، ما مدى رضاك عن الخدمة المقدمة من حيث:

رمز الإجابة: 1. غير راضي بتاتاً 2. غير راضي 3. محايد 4. راضي 5. راضي تماماً 9. لا استخدم / لا أعرف		
الرمز	بند التقييم	رمز الإجابة
D301	معرفة موظفي قسم خدمات الجمهور بعملهم	<input type="checkbox"/>
D302	سرعة الاستجابة وتلبية الطلب	<input type="checkbox"/>
D303	القدرة على الإرشاد والنصح	<input type="checkbox"/>
D304	المتابعة على طلبات المستخدمين	<input type="checkbox"/>
D305	اللباقة وحسن المعاملة	<input type="checkbox"/>

**D4:** ما مدى رضاك عن ورش العمل أو المؤتمرات أو الندوات التي ينظمها الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني من حيث الآتي:

رمز الإجابة: 1. غير راضي بتاتاً 2. غير راضي 3. محايد 4. راضي 5. راضي تماماً 9. لا استخدم / لا أعرف	الرمز	بند التقييم	رمز الإجابة
	D401	توقيت استلام الدعوة	<input type="checkbox"/>
	D402	توقيت عقد الورش أو الندوات أو المؤتمرات	<input type="checkbox"/>
	D403	مستوى التنظيم والإشراف والإدارة	<input type="checkbox"/>
	D404	الوثائق والمواد المرافقة اثناء انعقاد الورشة أو المؤتمر أو الندوة	<input type="checkbox"/>
	D405	مدى الاستفادة من المواد المطروحة والمعرضة في الندوات أو المؤتمرات أو ورش العمل	<input type="checkbox"/>
	D406	تنوع المواضيع المطروحة وعدم تكرارها	<input type="checkbox"/>

**D5 :** ما مدى رضاك عن البيانات الصحفية الصادرة عن الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني من حيث الآتي:

رمز الإجابة: 1. غير راضي بتاتاً 2. غير راضي 3. محايد 4. راضي 5. راضي تماماً 9. لا استخدم / لا أعرف	الرمز	بند التقييم	رمز الإجابة
	D501	توقيت نشر البيانات الصحفية حسب مواعيد الرزنامة الإحصائية	<input type="checkbox"/>
	D502	مستوى الفائدة من البيانات الصحفية	<input type="checkbox"/>
	D503	محتوى وتصميم البيانات الصحفية	<input type="checkbox"/>

**D6:** ما مدى رضاك عن التقارير الإحصائية الصادرة عن الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني من حيث الآتي:

رمز الإجابة: 1. غير راضي بتاتاً 2. غير راضي 3. محايد 4. راضي 5. راضي تماماً 9. لا استخدم / لا أعرف	الرمز	بند التقييم	رمز الإجابة
	D601	توقيت نشر التقارير الإحصائية حسب مواعيد الرزنامة الإحصائية	<input type="checkbox"/>
	D602	مستوى الفائدة من التقارير الإحصائية	<input type="checkbox"/>
	D603	محتوى وتصميم التقارير الإحصائية	<input type="checkbox"/>

#### القسم الخامس: الرضى عن عناصر الجودة

**E1** يرجى تحديد مستوى رضاك عن عناصر الجودة بشكل عام فيما يتعلق بالبيانات الإحصائية:

رمز الإجابة: 1. غير راضي بتاتاً 2. غير راضي 3. محايد 4. راضي 5. راضي تماماً 9. لا استخدم / لا أعرف	الرمز	بند التقييم	رمز الإجابة
	E101	الصلة بالواقع مدى تلبية البيانات للحاجات الحقيقية للمستخدمين.	<input type="checkbox"/>
	E102	الدقة مدى التطابق بين البيانات والواقع الحقيقي للظاهرة موضوع البحث.	<input type="checkbox"/>

رمز الإجابة: 1. غير راضي بتاتاً 2. غير راضي 3. محايد 4. راضي 5. راضي تماماً 9. لا استخدم / لا أعرف		
الرمز	بند التقييم	رمز الإجابة
E103	الوقتية والانتظام الوقتية: الوقت الفاصل بين تاريخ إتاحة البيانات للمستخدم والوقت الذي تعكسه البيانات. الانتظام: الفترة الفاصلة بين التاريخ الفعلي في إصدار البيانات والتاريخ المخطط له.	<input type="checkbox"/>
E104	إمكانية الوصول والوضوح إمكانية الوصول: سهولة الحصول على المعلومات الإحصائية. الوضوح: سهولة الاستخدام والملاءمة من حيث الشكل والمضمون.	<input type="checkbox"/>
E105	القابلية للمقارنة إمكانية مقارنة البيانات الإحصائية عبر الزمن وحسب التصنيفات الجغرافية وكذلك بين المجموعات الجزئية للمجتمع.	<input type="checkbox"/>
E106	الاتساق وجود منهجيات تؤدي إلى نتائج متناسقة في المخرجات الإحصائية المختلفة.	<input type="checkbox"/>
E107	الإكتمال مدى توفر جميع الإحصاءات اللازمة.	<input type="checkbox"/>

**E2:** يرجى تحديد مستوى رضاك عن عناصر جودة البيانات (بشكل عام) فيما يتعلق بالإحصاءات الاقتصادية التي تستخدمها:  
(تنويه: يمكن الرجوع الى سؤال E1 للإطلاع على التعريفات المتعلقة بعناصر الجودة).

رمز الإجابة: 1. غير راضي بتاتاً 2. غير راضي 3. محايد 4. راضي 5. راضي تماماً 9. لا استخدم / لا أعرف		
الرمز	الموضوع	رمز الإجابة
E201	الحسابات القومية	<input type="checkbox"/>
E202	ميزان المدفوعات	<input type="checkbox"/>
E203	إحصاءات التجارة الخارجية	<input type="checkbox"/>
E204	الأسعار والأرقام القياسية	<input type="checkbox"/>
E205	إحصاءات الإنشاءات	<input type="checkbox"/>
E206	إحصاءات النقل والتخزين والنقل خارج المنشآت	<input type="checkbox"/>
E207	إحصاءات المعلومات والاتصالات	<input type="checkbox"/>
E208	إحصاءات التجارة الداخلية	<input type="checkbox"/>
E209	إحصاءات الخدمات	<input type="checkbox"/>
E210	إحصاءات الصناعة	<input type="checkbox"/>
E211	إحصاءات مالية الحكومة والتأمين والاستثمار الأجنبي	<input type="checkbox"/>
2E21	معاصر الزيتون	<input type="checkbox"/>
3E21	الأداء الاقتصادي	<input type="checkbox"/>

**E3:** يرجى تحديد مستوى رضاك عن عناصر جودة البيانات (بشكل عام) فيما يتعلق بالإحصاءات الجغرافية والبيئية التي تستخدمها:

(تنويه: يمكن الرجوع الى سؤال **E1** للإطلاع على التعريفات المتعلقة بعناصر الجودة).

رمز الإجابة: 1. غير راضي بتاتاً 2. غير راضي 3. محايد 4. راضي 5. راضي تماماً 9. لا استخدم / لا أعرف	الرمز	الموضوع	رمز الإجابة
<input type="checkbox"/>	E301	السياحة	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	E302	المساكن وظروف السكن	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	E303	البيئة	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	E304	المياه	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	E305	الطاقة	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	E306	استعمالات الأراضي	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	E307	الزراعة	<input type="checkbox"/>

**E4:** يرجى تحديد مستوى رضاك عن عناصر جودة البيانات (بشكل عام) فيما يتعلق بالإحصاءات السكانية والاجتماعية التي تستخدمها:

(تنويه: يمكن الرجوع الى سؤال **E1** للإطلاع على التعريفات المتعلقة بعناصر الجودة).

رمز الإجابة: 1. غير راضي بتاتاً 2. غير راضي 3. محايد 4. راضي 5. راضي تماماً 9. لا استخدم / لا أعرف	الرمز	الموضوع	رمز الإجابة
<input type="checkbox"/>	E401	السكان والديموغرافيا	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	E402	العمل	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	E403	العلم والتكنولوجيا	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	E404	معايير المعيشة	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	E405	التعليم والثقافة	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	E406	الصحة	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	E407	الأمن والعدالة	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	E408	النوع الاجتماعي	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	9E40	الطفل	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	10E4	احصاءات العنف	<input type="checkbox"/>

**E5:** يرجى تحديد مستوى رضاك عن عناصر جودة البيانات (بشكل عام) فيما يتعلق بالتعدادات التي تستخدمها:

(تنويه: يمكن الرجوع الى سؤال **E1** للإطلاع على التعريفات المتعلقة بعناصر الجودة).

رمز الإجابة: 1. غير راضي بتاتاً 2. غير راضي 3. محايد 4. راضي 5. راضي تماماً 9. لا استخدم / لا أعرف		
الرمز	الموضوع	رمز الإجابة
E501	التعداد العام للسكان والمساكن	<input type="checkbox"/>
E502	التعداد العام للمنشآت	<input type="checkbox"/>
E503	التعداد الزراعي	<input type="checkbox"/>
E504	الخرائط	<input type="checkbox"/>

#### القسم السادس: مجالات التطوير

**F1:** ما مدى الحاجة لقيام الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني بتطوير عمله فيما يتعلق بالآتي:

رمز الإجابة: 1. بحاجة كبيرة للتطوير 2. بحاجة متوسطة للتطوير 3. محايد 4. بحاجة قليلة للتطوير 5. ليس بحاجة للتطوير 9. لا أعرف

الرمز	بند التقييم	رمز الإجابة
F101	طريقة عرض البيانات الإحصائية في الجداول والأشكال البيانية	<input type="checkbox"/>
F102	الموقع الإلكتروني	<input type="checkbox"/>
F103	البيانات الخام المؤهلة للاستخدام العام	<input type="checkbox"/>
F104	توفير بيانات إحصائية على مستويات تفصيلية أكثر	<input type="checkbox"/>
F105	تغيير طريقة عرض التقارير	<input type="checkbox"/>
F106	تحسين الوقتية (سرعة أكبر في توفير البيانات الإحصائية الحديثة)	<input type="checkbox"/>
F107	تغطية مسح جديدة	<input type="checkbox"/>

F201	بشكل عام: كيف تقيم مستوى استجابة الجهاز لتوقعاتك؟	6. أقل بكثير مما هو متوقع
		7. أقل مما هو متوقع
		8. مساوي للتوقعات
		9. أكبر مما هو متوقع
		10. أكبر بكثير مما هو متوقع

## ملحق 3.1: استمارة المؤسسات

خبراء الإدارة الإستراتيجية والتخطيط  
مسح رضی المستخدمين 2019  
لصالح الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني  
الدورة السادسة

## استمارة المؤسسات

تهدف هذه الاستمارة إلى قياس مدى رضی المستخدمين والتعرف على احتياجاتهم من الخدمات التي يقدمها الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني والبيانات الإحصائية التي ينشرها، وذلك بما يخدم تلبية احتياجات المستخدمين وزيادة رضاهم.

إن المعلومات الواردة في هذه الاستمارة هي لأغراض إحصائية بحتة وتعتبر سرية بموجب قانون الإحصاءات العامة رقم (4) لسنة 2000. تنويه: الإجابات المطلوبة تتعلق بالاثنا عشر شهرا الماضية (عام 2019)، وهي تمثل موقف المؤسسة وليس موقف من يُدلي بالبيانات.

## بحاجة الى مساعدة؟

في حال وجود استفسارات أو إذا كان هناك حاجة لأي مساعدة، يرجى التكرم بالاتصال على الرقم 0599311312 (+972) او من خلال البريد الإلكتروني: center@plansmpc.com

## القسم الأول: البيانات التعريفية

<input type="text"/>	رمز الاستمارة:	A0
اسم المؤسسة: .....		
<input type="text"/>	المنطقة:	A2
1. الضفة الغربية (تشمل القدس)	2. قطاع غزة	
3. الأراضي الفلسطينية المحتلة عام 1948	4. خارج فلسطين	
رقم هاتف المؤسسة: .....		A3
البريد الإلكتروني للمؤسسة: .....		A4
اسم مُدلي البيانات: .....		A5
وظيفة مُدلي البيانات: .....		A6

<p><b>A7</b> رقم الهاتف المحمول لمُدلي البيانات:</p> <p>.....</p>	
<p><b>A8</b> البريد الإلكتروني لمُدلي البيانات:</p> <p>.....</p>	
<p><b>A9</b> نوع المؤسسة (التصنيف الرئيسي):</p> <p>1. وزارة أو مؤسسة حكومية أو شبه حكومية أو هيئة محلية</p> <p>2. جامعة أو كلية أو معهد</p> <p>3. مؤسسة أهلية غير حكومية أو خيرية</p> <p>4. مؤسسة دولية</p> <p>5. مؤسسة إعلامية</p> <p>6. مؤسسة خاصة</p> <p>7. مؤسسة أبحاث ودراسات</p>	<input type="checkbox"/>

**القسم الثاني: العلاقة مع الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني**

<p><b>B1</b></p>	<p>1. الهاتف / الفاكس</p> <p>2. البريد الإلكتروني</p> <p>3. الموقع الإلكتروني</p> <p>4. من خلال زيارة قسم خدمات الجمهور مباشرة</p> <p>5. حضور ورش العمل، الندوات، المؤتمرات</p> <p>6. البيانات الصحفية</p> <p>7. وسائل التواصل الاجتماعي</p>	<p>ما هي أفضل وسيلة لدى مؤسساتكم في الحصول على البيانات أو الخدمات التي يصدرها الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني؟</p>
<p><b>B2</b></p>	<p>1. يومياً</p> <p>2. إسبوعياً</p> <p>3. شهرياً</p> <p>4. ربعياً</p> <p>5. سنوياً</p> <p>6. بشكل غير منتظم (عند الحاجة)</p>	<p>دورية استخدام مؤسساتكم لبيانات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني</p>
<p><b>B3</b></p>	<p>1. أبحاث ودراسات</p> <p>2. التخطيط</p> <p>3. الرقابة والمتابعة</p> <p>4. دعاية وإعلان</p> <p>5. اتخاذ القرارات</p>	<p>حدد أغراض استخدام مؤسساتكم لبيانات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني</p> <p>يمكن اختيار أكثر من إجابة</p>

<input type="checkbox"/>	6. تقارير لوسائل الإعلام	
<input type="checkbox"/>	7. أغراض قانونية	
<input type="checkbox"/>	8. غير ذلك	
<input type="checkbox"/>	1. بيانات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني 2. بيانات من مؤسسات حكومية فلسطينية أخرى 3. مؤسسات دولية (الأمم المتحدة، الأونروا...) 4. مؤسسات البحث العلمي 5. غير ذلك	<b>B4</b> إذا توفرت نفس البيانات عن فلسطين من مصادر متعددة، أي من هذه المصادر تفضلها مؤسستكم؟
<input type="checkbox"/>	1. فيسبوك (Face book) 2. تويتر (Twitter) 3. لينكد إن (LinkedIn) 4. انستغرام (Instagram)	<b>B5</b> أي من مواقع التواصل الاجتماعي تفضلونها للتواصل مع الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني؟

### القسم الثالث: الرضى العام

رمز الإجابة: 1. غير راضي بتاتاً 2. غير راضي 3. محايد 4. راضي 5. راضي تماماً 9. لا استخدم / لا أعرف
<b>C1:</b> ما مدى الرضى العام لمؤسستكم عن البيانات والخدمات التي يقدمها الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني؟
<input type="checkbox"/>

**C2:** ما مدى الرضى العام لمؤسستكم حول جودة المنتجات الإحصائية التي يصدرها الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني بحسب البنود التالية:

الرمز	بند التقييم	رمز الإجابة
<b>C201</b>	التقارير الإحصائية	<input type="checkbox"/>
<b>C202</b>	النشرات الإحصائية	<input type="checkbox"/>
<b>C203</b>	البيانات الصحفية الإحصائية	<input type="checkbox"/>
<b>C204</b>	البرنامج الإحصائية	<input type="checkbox"/>
<b>C205</b>	المؤشرات الإحصائية	<input type="checkbox"/>
<b>C206</b>	البيانات المؤهلة للاستخدام العام	<input type="checkbox"/>
<b>C207</b>	الأطلس الإحصائي	<input type="checkbox"/>
<b>C208</b>	قواعد البيانات الإحصائية على الموقع الإلكتروني الرسمي	<input type="checkbox"/>
<b>C209</b>	صفحة الفيسبوك (Face book) الرسمية للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني	<input type="checkbox"/>
<b>C210</b>	صفحة تويتر (Twitter) الرسمية للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني	<input type="checkbox"/>
<b>C211</b>	قناة يوتيوب (YouTube) الرسمية للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني	<input type="checkbox"/>



<input type="checkbox"/>	C212	صفحة اللينكد ان (LinkedIn) الرسمية للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني
<input type="checkbox"/>	C213	صفحة الانستغرام (Instagram) الرسمية للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني

### القسم الرابع: الرضى عن الخدمات التي يقدمها الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني

**D1:** ما مدى رضى مؤسستكم عن الموقع الالكتروني للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني من حيث الآتي:

الرمز	بند التقييم	رمز الإجابة
	رمز الإجابة: 1. غير راضي بتاتاً 2. غير راضي 3. محايد 4. راضي 5. راضي تماماً 9. لا استخدم / لا أعرف	
D101	توفر البيانات الإحصائية التي تحتاجها مؤسستكم على الموقع الالكتروني	<input type="checkbox"/>
D102	سرعة تنزيل البيانات الإحصائية والملفات ذات العلاقة من الموقع الالكتروني	<input type="checkbox"/>
D103	سهولة تصفح الموقع الالكتروني	<input type="checkbox"/>
D104	التحديث الدوري للبيانات الإحصائية المنشورة على الموقع الالكتروني	<input type="checkbox"/>
D105	توفر البيانات الإحصائية كسلسلة زمنية على الموقع الالكتروني	<input type="checkbox"/>
D106	توفر البيانات الإحصائية على الموقع الالكتروني بصيغ متعددة (HTML, Excel, PDF, Word)	<input type="checkbox"/>
D107	توفر مؤشرات أهداف التنمية المستدامة 2030 على الموقع الالكتروني	<input type="checkbox"/>
D108	موقع المؤشرات التفاعلية على الموقع الالكتروني (Indicators.ps)	<input type="checkbox"/>
D109	موقع طلبة المدارس على الموقع الالكتروني	<input type="checkbox"/>
D110	الأداة المخصصة لمساعدة ذوي الاحتياجات الخاصة في استخدام الموقع الالكتروني	<input type="checkbox"/>
D111	الوصول إلى الموقع الالكتروني باستخدام محركات بحث مختلفة	<input type="checkbox"/>
D112	أداء محرك البحث الخاص بالموقع الإلكتروني	<input type="checkbox"/>
D113	تصميم وتنسيق الموقع الالكتروني	<input type="checkbox"/>
D114	الحفاظ على تناسق الصفحة عند الانتقال من قسم إلى آخر داخل الموقع الالكتروني	<input type="checkbox"/>
D115	الخدمات الإلكترونية التي يقدمها الموقع، مثل: (احتساب ربط المبالغ بغلاء المعيشة)	<input type="checkbox"/>
D116	موائمة تصفح الموقع الإلكتروني من خلال الأجهزة الذكية	<input type="checkbox"/>

**D2:** ما مدى رضى مؤسستكم عن صفحات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الآتي:

الرمز	بند التقييم	رمز الإجابة
	رمز الإجابة: 1. غير راضي بتاتاً 2. غير راضي 3. محايد 4. راضي 5. راضي تماماً 9. لا استخدم / لا أعرف	
D201	توفر معلومات/أخبار إحصائية متنوعة	<input type="checkbox"/>
D202	النشر بشكل مستمر للأنشطة والفعاليات التي ينفذها الجهاز	<input type="checkbox"/>
D203	الرد على الاستفسارات والطلبات والتعليقات	<input type="checkbox"/>

**3D:** في حال تواصلكم مع قسم خدمات الجمهور (من خلال زيارة أو اتصال هاتفي أو بريد إلكتروني أو أي وسيلة أخرى)، ما مدى رضى مؤسستكم عن الخدمة المقدمة من حيث:

الرمز	بند التقييم	رمز الإجابة
D301	معرفة موظفي قسم خدمات الجمهور بعملهم	<input type="checkbox"/>
D302	سرعة الاستجابة وتلبية الطلب	<input type="checkbox"/>
D303	القدرة على الارشاد والنصح	<input type="checkbox"/>
D304	المتابعة على طلبات المستخدمين	<input type="checkbox"/>
D305	اللباقة وحسن المعاملة	<input type="checkbox"/>

**D4:** ما مدى رضى مؤسستكم عن ورش العمل أو المؤتمرات أو الندوات التي ينظمها الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني من حيث الآتي:

الرمز	بند التقييم	رمز الإجابة
D401	توقيت استلام الدعوة	<input type="checkbox"/>
D402	توقيت عقد الورش أو الندوات أو المؤتمرات	<input type="checkbox"/>
D403	مستوى التنظيم والإشراف والإدارة	<input type="checkbox"/>
D404	الوثائق والمواد المرافقة أثناء انعقاد الورشة أو المؤتمر أو الندوة	<input type="checkbox"/>
D405	مدى الاستفادة من المواد المطروحة والمعرضة في الندوات أو المؤتمرات أو ورش العمل	<input type="checkbox"/>
D406	تنوع المواضيع المطروحة وعدم تكرارها	<input type="checkbox"/>

**D5:** ما مدى رضى مؤسستكم عن البيانات الصحفية الصادرة عن الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني من حيث الآتي:

الرمز	بند التقييم	رمز الإجابة
D501	توقيت نشر البيانات الصحفية حسب مواعيد الزرنامة الإحصائية	<input type="checkbox"/>
D502	مستوى الفائدة من البيانات الصحفية	<input type="checkbox"/>
D503	محتوى وتصميم البيانات الصحفية	<input type="checkbox"/>

**D6:** ما مدى رضى مؤسستكم عن التقارير الإحصائية الصادرة عن الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني من حيث الآتي:

الرمز	بند التقييم	رمز الإجابة
D601	توقيت نشر التقارير الإحصائية حسب مواعيد الزرنامة الإحصائية	<input type="checkbox"/>
D602	مستوى الفائدة من التقارير الإحصائية	<input type="checkbox"/>

<input type="checkbox"/>	محتوى وتصميم التقارير الإحصائية	D603
--------------------------	---------------------------------	------

## القسم الخامس: الرضى عن عناصر الجودة

**E1** يرجى تحديد مستوى رضى مؤسستكم عن عناصر الجودة بشكل عام فيما يتعلق بالبيانات الإحصائية:

رمز الإجابة:	1. غير راضى بتاتاً	2. غير راضى	3. محايد	4. راضى	5. راضى تماماً	9. لا استخدم / لا أعرف
الرمز	بند التقييم					
E101	الصلة بالواقع مدى تلبية البيانات للحاجات الحقيقية للمستخدمين.					
E102	الدقة مدى التطابق بين البيانات والواقع الحقيقي للظاهرة موضوع البحث.					
E103	الوقتية والانتظام الوقتية: الوقت الفاصل بين تاريخ إتاحة البيانات للمستخدم والوقت الذي تعكسه البيانات. الانتظام: الفترة الفاصلة بين التاريخ الفعلي في إصدار البيانات والتاريخ المخطط له.					
E104	إمكانية الوصول والوضوح إمكانية الوصول: سهولة الحصول على المعلومات الإحصائية. الوضوح: سهولة الاستخدام والملاءمة من حيث الشكل والمضمون.					
E105	القابلية للمقارنة إمكانية مقارنة البيانات الإحصائية عبر الزمن وحسب التصنيفات الجغرافية وكذلك بين المجموعات الجزئية للمجتمع.					
E106	الاتساق وجود منهجيات تؤدي إلى نتائج متناسقة في المخرجات الإحصائية المختلفة.					
E107	الإكتمال مدى توفر جميع الإحصاءات اللازمة.					

**E2:** يرجى تحديد مستوى رضى مؤسستكم عن عناصر جودة البيانات (بشكل عام) فيما يتعلق بالإحصاءات الاقتصادية التي

تستخدمونها:

(تنويه: يمكن الرجوع إلى سؤال **E1** للإطلاع على التعريفات المتعلقة بعناصر الجودة).

رمز الإجابة:	1. غير راضى بتاتاً	2. غير راضى	3. محايد	4. راضى	5. راضى تماماً	9. لا استخدم / لا أعرف
الرمز	الموضوع					
E201	الحسابات القومية					
E202	ميزان المدفوعات					
E203	إحصاءات التجارة الخارجية					
E204	الأسعار والأرقام القياسية					
E205	إحصاءات الإنشاءات					
E206	إحصاءات النقل والتخزين والنقل خارج المنشآت					
E207	إحصاءات المعلومات والاتصالات					

<input type="checkbox"/>	E208	احصاءات التجارة الداخلية
<input type="checkbox"/>	E209	احصاءات الخدمات
<input type="checkbox"/>	E210	احصاءات الصناعة
<input type="checkbox"/>	E211	إحصاءات مالية الحكومة والتأمين والاستثمار الأجنبي
<input type="checkbox"/>	E212	معاصر الزيتون
<input type="checkbox"/>	E213	الأداء الاقتصادي

**E3:** يرجى تحديد مستوى رضى مؤسستكم عن عناصر جودة البيانات (بشكل عام) فيما يتعلق بالإحصاءات الجغرافية والبيئية التي تستخدمونها:

(تنويه: يمكن الرجوع إلى سؤال E1 للإطلاع على التعريفات المتعلقة بعناصر الجودة).

رمز الإجابة: 1. غير راضي بتاتاً 2. غير راضي 3. محايد 4. راضي 5. راضي تماماً 9. لا استخدم / لا أعرف		
الرمز	الموضوع	رمز الإجابة
E301	السياحة	<input type="checkbox"/>
E302	المساكن وظروف السكن	<input type="checkbox"/>
E303	البيئة	<input type="checkbox"/>
E304	المياه	<input type="checkbox"/>
E305	الطاقة	<input type="checkbox"/>
E306	استعمالات الأراضي	<input type="checkbox"/>
E307	الزراعة	<input type="checkbox"/>

**E4:** يرجى تحديد مستوى رضى مؤسستكم عن عناصر جودة البيانات (بشكل عام) فيما يتعلق بالإحصاءات السكانية والإجتماعية التي تستخدمونها:

(تنويه: يمكن الرجوع إلى سؤال E1 للإطلاع على التعريفات المتعلقة بعناصر الجودة).

رمز الإجابة: 1. غير راضي بتاتاً 2. غير راضي 3. محايد 4. راضي 5. راضي تماماً 9. لا استخدم / لا أعرف		
الرمز	الموضوع	رمز الإجابة
E401	السكان والديموغرافيا	<input type="checkbox"/>
E402	العمل	<input type="checkbox"/>
E403	العلم والتكنولوجيا	<input type="checkbox"/>
E404	معايير المعيشة	<input type="checkbox"/>
E405	التعليم والثقافة	<input type="checkbox"/>
E406	الصحة	<input type="checkbox"/>
E407	الأمن والعدالة	<input type="checkbox"/>

<input type="checkbox"/>	E408 النوع الاجتماعي
<input type="checkbox"/>	E409 الطفل
<input type="checkbox"/>	E410 احصاءات العنف

**E5:** يرجى تحديد مستوى رضی مؤسستكم عن عناصر جودة البيانات (بشكل عام) فيما يتعلق بالتعدادات التي تستخدمونها: (تتويها: يمكن الرجوع إلى سؤال E1 للإطلاع على التعريفات المتعلقة بعناصر الجودة).

الرمز	الموضوع	رمز الإجابة
E501	التعداد العام للسكان والمساكن	<input type="checkbox"/>
E502	التعداد العام للمنشآت	<input type="checkbox"/>
E503	التعداد الزراعي	<input type="checkbox"/>
E504	الخرائط	<input type="checkbox"/>

#### القسم السادس: مجالات التطوير

**F1:** ما مدى الحاجة لقيام الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني بتطوير عمله فيما يتعلق بالآتي:

رمز الإجابة: 1. بحاجة كبيرة للتطوير 2. بحاجة متوسطة للتطوير 3. محايد 4. بحاجة قليلة للتطوير 5. ليس بحاجة للتطوير 9. لا أعرف

الرمز	بند التقييم	رمز الإجابة
F101	طريقة عرض البيانات الإحصائية في الجداول والأشكال البيانية	<input type="checkbox"/>
F102	الموقع الإلكتروني	<input type="checkbox"/>
F103	البيانات الخام المؤهلة للاستخدام العام	<input type="checkbox"/>
F104	توفير بيانات إحصائية على مستويات تفصيلية أكثر	<input type="checkbox"/>
F105	تغيير طريقة عرض التقارير	<input type="checkbox"/>
F106	تحسين الوقتية (سرعة أكبر في توفير البيانات الإحصائية الحديثة)	<input type="checkbox"/>
F107	تغطية مسح جديدة	<input type="checkbox"/>

F201	بشكل عام: كيف تقيم مستوى استجابة الجهاز لتوقعاتكم؟	1. أقل بكثير مما هو متوقع 2. أقل مما هو متوقع 3. مساوي للتوقعات 4. أكبر مما هو متوقع
------	--	---

5. أكبر بكثير مما هو متوقع		
----------------------------	--	--

#### ملحق 4.1: محاور للمقابلات

1. جاءت نسبة الرضى العام عالية؟ ما رأيكم؟
2. كان التوقع ان تكون أكبر نسبة لاستخدام البيانات من قبل المؤسسات في التخطيط واتخاذ القرارات الا انها جاءت في المرتبة الثانية بعد الابحاث والدراسات فما السبب برأيكم؟
3. المؤسسات تفضل بنسبة 88.8% ان تستخدم فيسبوك للتواصل مع الجهاز المركزي للإحصاء، مقارنة مع نسب قليلة لمواقع التواصل الاخرى مثل تويتر ولينكد ان وانستغرام، لماذا مع ان المؤسسات في العالم تعتبر تويتر او لينكد ان اكثر رسمية؟
4. هناك نسب تعتبر عالية حوالي 30% يرون ان الموقع الالكتروني بحاجة للتطوير، ما هي أبرز الامور التي يجب ان يكون فيها التطوير بالموقع الالكتروني للجهاز من وجهة نظركم
5. كذلك هناك نسبة حوالي 25% من المؤسسات يرون ان هناك حاجة لتطوير طريقة عرض الجداول والاشكال البيانية، او طريقة عرض التقارير، ما هي مقترحاتكم للتطوير
6. هناك ايضا نسبة عالية (من 43% الى أكثر من 45%) ترى ضرورة توفير بيانات تفصيلية اكثر، او تغطية مسوح ومواضيع جديدة، ماهي هذه المستويات وما هي المواضيع الجديدة؟
7. ما هي مجالات التطوير التفصيلي المطلوبة؟
8. يرجى التعليق على مدى استجابة الجهاز لتوقعاتكم؟
9. يرجى التعليق على طريقة تعامل الجهاز معكم سواء عبر التواصل المباشر او عبر وسائل التواصل والموقع او بالايمل، وهل لديكم اية ملاحظات حول ذلك
10. ما هي توصياتكم للجهاز للسنوات القادمة؟

### ملحق 5.1: فريق العمل المتابع/المشرف على تنفيذ الشركة للمسح من موظفي الجهاز

---

- نايف عابد
- مروان بركات
- محمد مرعي
- هبه مسعود
- علي حسين
- محمد عابدين
- حنان جناجره
- عصام صلاحات
- رهام معلا





## **State of Palestine**

**Palestinian Central  
Bureau of Statistics**

**Strategic  
Management &  
Planning  
Consultants**

# **User satisfaction survey 2019 Key Findings**

*December 2020*

TABLES ARE PRINTED IN ARABIC ORDER (FROM RIGHT TO LEFT).

© Jumada Al-Awal, 1442 AH - December, 2020.

**All rights reserved.**

**In case of quotation, please refer to this publication as follows:**

**Palestinian Central Bureau of Statistics, 2020.** User Satisfaction Survey 2019: Key findings.  
Ramallah - Palestine.

All correspondence should be directed to:

Palestinian Central Bureau of Statistics

**P.O. Box 1647, Ramallah, Palestine.**

Tel.: (970/972) 2 2982700

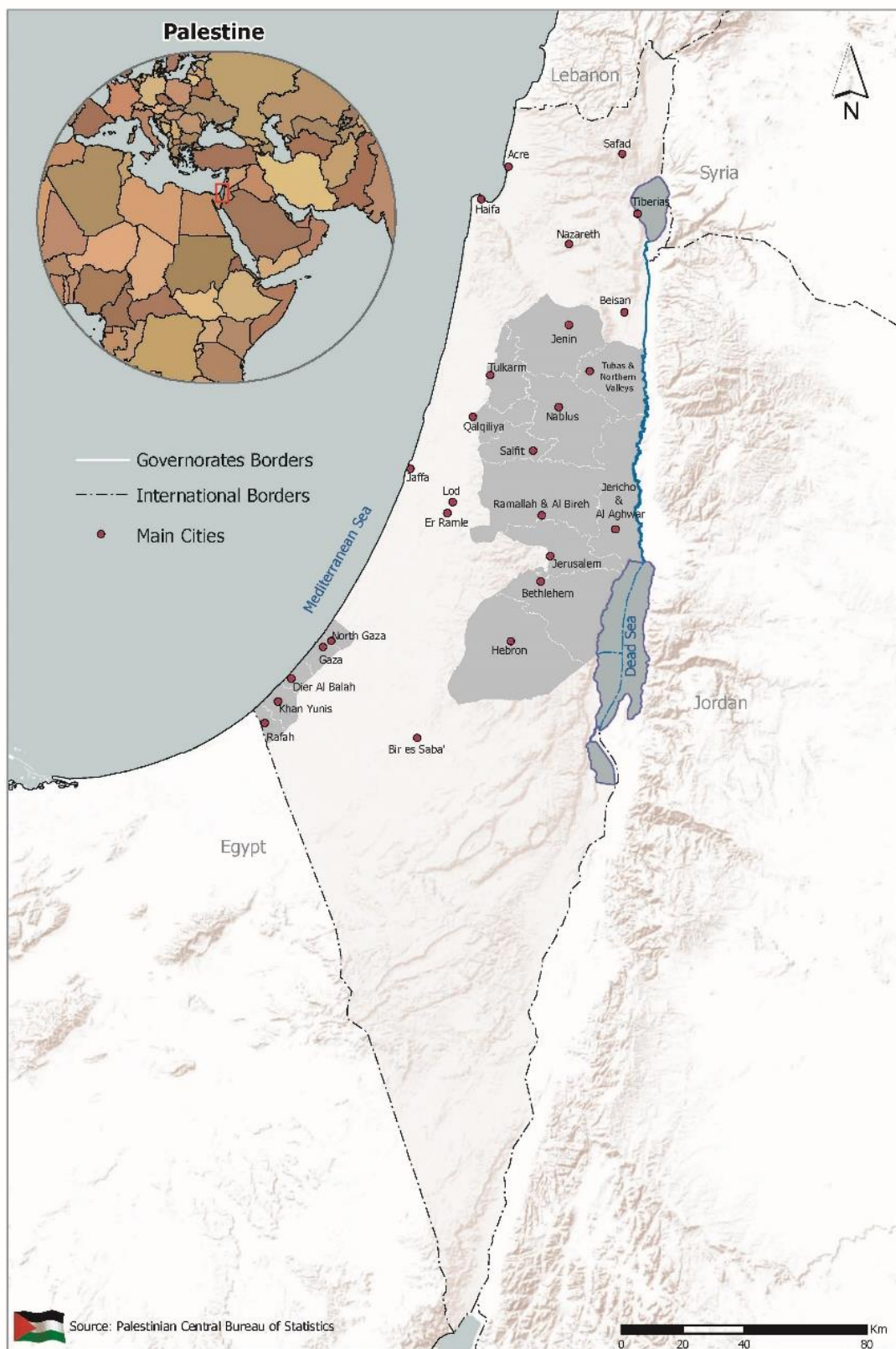
Fax: (970/972) 2 2982710

Toll Free: 1800300300

Email: [diwan@pcbs.gov.ps](mailto:diwan@pcbs.gov.ps)

Website: <http://www.pcbs.gov.ps>

**Reference ID: 2561**



## **Acknowledgment**

**PLAN Strategic Management & Planning Consultants would like to thank to all users who contributed to the success of collecting survey data, and the consultants who conducted this survey for their exceptional commitment while carrying it out, with joint funding from the State of Palestine and the Core Funding Group (CFG) for the year 2020, represented by the Representative Office of Norway to the State of Palestine.**

**PLAN would also like to express its sincere thanks and appreciation to the Palestinian Central Bureau of Statistics, represented by her Excellency Dr. Ola Awad, and PCBS staff who cooperatively followed up and supervised the implementation of this survey and facilitated the process of conducting it.**

**Moreover, We very much appreciate the distinctive efforts of the Core Funding Group (CFG) for their valuable contribution to funding the report.**

## **Working Team**

### **Reporting:**

1. **Niaz Mazara:**           **Team leader/ Main researcher**
2. **Mamoun Abu Alia:** **Specialized researcher**
3. **Majd Mazara:**       **IT specialist**



## Executive summary

---

The users of statistical data vary according to the diversity of their social, functional, professional and political categories, as they all need different statistical data for different purposes. The data help them to accomplish their work, provide evidence for their theories and better plan for the future. Users always have many statistical needs, therefore, efforts must be made to help them define their priorities and fulfill their needs. Consequently, it is essential to monitor the changes occurring to these needs through continuous consultation and dialogue with them.

The survey was implemented by an external company (PLAN) to evaluate the satisfaction of data users and statistical services for the year 2019. All literature, survey files and the final survey report were conducted in accordance with the terms of reference prepared by PCBS and approved by the company that attached it to the tender file.

The Palestinian Central Bureau of Statistics has been monitoring the users' satisfaction of its data and services during the previous years. It uses the results of these surveys to develop its services, develop the statistical data it provides to its users and improve the means of obtaining the data.

In this regard, the sixth round of the survey was conducted through measuring a number of indicators of the quality of PCBS' services and data. The survey aims to find opportunities through which PCBS could provide quality services with high level of user satisfaction (e.g. individuals, official national and international academic and research institutions, inside and outside Palestine). PLAN designed survey tools and collected the data electronically using GIZMO software, which is well-known for its accuracy and high quality. PLAN also conducted an analysis of the data, where it came up with logical conclusions and recommendations.

The survey was carried out relying on quantitative and qualitative approaches through utilizing two research tools for the survey sample: the first is quantitative, which is electronic research questionnaires, it is consisted of three forms that targeted users of PCBS web page, institutions benefiting from the services of the PCBS, and individuals who used PCBS data during the year 2019, each category separately. The second method is the semi-structured interviews with a number of stakeholders.

The survey data collection started and ended for the three categories according to the following dates: the website form from 01/03 to the 30/06/2020, the individuals form from 29/04 to the 30/09/2020, and the institutions form from the 04/05 to the 30/09/2020.

A random sample of all users of data and statistical services was selected. The number of individual respondents was 194, with a rate of about 80% of responses. The number of responding institutions was 80, with a rate of about 63% of responses. The number of the website users' respondents was 389.

Below is a review of the main results:

In terms of general data of the respondents, 89% of the responding institutions are from West Bank, followed by a much smaller percentage from outside Palestine and then from Gaza Strip.

About 46% of the responding institutions are ministry or government sector organization, semi government or local council . About 18% are private institutions while 10% are international institutions.

About 81% of the responding individuals are from West Bank, followed by much less than those from Gaza Strip and then from outside Palestine, distributed as the following: 56% males and about 44% females. In addition, 46% of the respondents are holders of a master's degree.

As for the website users, about 61% of them said that they use PCBS data and services for individual uses, followed by about 21% for institutional uses.

In terms of communication with PCBS, Facebook was the most preferred site by the majority of users to communicate with PCBS with a rate of 84%. About half of the users prefer to get data through the website, while more than a third of them prefer to obtain it through email. As for the frequency of using the data, about 49% said that they use it when needed, and nearly 18% said that they use it monthly.

Regarding the purpose of use, the highest percentage was for research and studies purposes for all users with about 85%, followed by about 34% for planning purposes, and about 31% for decision-making purposes.

In terms of the preferred data sources, the main data source for users is PCBS for individuals and institutions with percentages of 91% and 92%, respectively. The results indicated that ministries, government institutions and private institutions depend almost completely on PCBS as the main source for data.

As for general satisfaction, the overall satisfaction rate for all users with the data and statistical services provided by PCBS was about 87%. The highest percentage was for institutions with a rate of nearly 98%, followed by individuals with a rate of nearly 93%, and users of the website at 81%. The highest rate of general satisfaction with the statistical data and services provided by PCBS according to the type of institution was that of the international institutions and other institutions with a rate of 100%, followed by ministries and government institutions with about 97%, and about 93% for private institutions.

The overall satisfaction with the quality of statistical services provided by PCBS is about 82% for the users of the website.

In general, individuals were more satisfied than institutions with the quality of a number of statistical products provided by PCBS, and then users of the website came in third place. The highest percentage of satisfaction was with the quality of statistical reports among institutions and individuals and users of the website with rates of 95%, 93% and 83%, respectively. The lowest percentage of individuals' satisfaction was with the official PCBS' Twitter page, about 43%, while for institutions, the lowest percentage of satisfaction with PCBS' Instagram page with about 26%. As for the users of the website, PCBS' Twitter page received the lowest satisfaction rate of about 48%.

In terms of satisfaction with the website and PCBS' social media pages, the average satisfaction of all users with the official website of PCBS was close to 74%. The highest percentage was that



of institutions at 82%, followed by individuals at 78%, and then users of the website by 71%. The highest percentage of users' satisfaction with the availability of statistical data on the website in various formats (Excel, HTML, Word, and PDF) was 85%, and the lowest rate was for the tool intended to help people with special needs to use the website at about 58%.

The average satisfaction of individual and institutional users with PCBS' pages on social media, according to specific terms, is about 82% for individuals, about 80% for institutions and about 70% for website users.

In terms of satisfaction with Users Services Division, the average satisfaction of individual users with the Users Services Division according to specific terms was about 86%, while for institutions it was about 87%. The highest percentage of satisfaction for both individuals and institutions was for tactfulness and good treatment, where the percentages were close to about 92% for individual users, and about 93% for institutions. As for the ability of the Users Services Division to provide guidance and advice, it got the lowest percentage of satisfaction for both institutions and individuals with about 78%.

The average satisfaction of individuals and institutions with the workshops, conferences and seminars, according to specific terms, is 76% and 88%, respectively. At the same time, results indicated that the average satisfaction with the press releases issued by PCBS according to specific terms for individual and institutional users is 84% and 86%, respectively. As for the satisfaction with the statistical reports issued by PCBS according to specific terms for both individual and institutional users is about 88%.

In terms of satisfaction with the quality dimensions, the average general satisfaction of individuals and institutions with the quality dimensions is about 77% and 85%, respectively. In regard to the quality of statistics data, the average satisfaction of individuals with census data is about 84%, about 80% with population and social statistics data, about 76%, with economic statistics data and finally about 76% with the geographic and environmental statistics data. Institutional satisfaction with census data is about 86%, about 80% with population and social statistics data, about 77% with geographic and environmental statistics data and finally about 75% with economic statistics data.

Finally and in regard to PCBS' need for development, results indicated that if we combined the percentages of both: the great need for development and the average need for development, the results confirmed the need for PCBS to develop all the items in question; namely: data presentation in tables and charts, the website, Microdata for public use files, providing more detailed statistical data, changing the format of statistical reports, timing improvement and coverage of new surveys. The percentages ranged between 26% -49% for individuals and 23% - 46% for institutions.

When assessing the level of PCBS' response to the users' expectations, the results showed that the highest percentage is for "equal to expectations" with about 55% for all users.

Accordingly, there was a set of logical conclusions and practical recommendations that must be taken into consideration and implemented, as this would greatly enhance the levels of user satisfaction.

## Table of Contents

Chapter	Topic	Page
	<b>Executive summary</b>	7
	<b>List of Tables</b>	13
	<b>Introduction</b>	15
	<b>Terms and Indicators</b>	17
<b>Chapter One</b>	1. Client /user satisfaction studies	19
	1.1. The Concept	19
	1.2. Client/user satisfaction evaluation forms	19
	1.3. Tools and means of improving satisfaction	20
	1.4. Methods of improving Client/user satisfaction	21
	1.5. Advantages of evaluating client/ user satisfaction	21
<b>Chapter Two</b>	2. Main Results	23
	2.1. General information of respondents	23
	2.2. Relationship with PCBS	25
	2.2.1. Preferred social media pages to communicate with PCBS	25
	2.2.2. Preferred method to receive data or services	25
	2.2.3. Frequency of using PCBS data	26
	2.2.4. Purpose of using PCBS data	27
	2.2.5. Preferred data source	27
	2.3. Overall satisfaction	28
	2.4. Satisfaction with services provided by PCBS	30
	2.4.1. Overall satisfaction of users of the website with the quality of services	30
	2.4.2. satisfaction with the website	30
	2.4.3. satisfaction with PCBS' pages on social media	32
	2.4.4. satisfaction with users services division	32
	2.4.5. satisfaction with workshops, seminars, conferences	33
	2.4.6. satisfaction with press releases	34
	2.4.7. satisfaction with statistical reports	35
	2.5. Satisfaction with quality dimensions	36
	2.5.1. overall satisfaction with quality dimensions	36
	2.5.2. satisfaction with the quality of statistics	37
	2.6. Development fields	37
	2.7. Rating PCBS' response to user expectations	39
	2.8. Data Comparison	40

<b>Chapter</b>	<b>Topic</b>	<b>Page</b>
	2.9. Semi-regular interviews	43
	2.10. Discussion and conclusion	46
	2.11. Recommendations	49
<b>Chapter Three</b>	3. Methodology	53
	3.1. Survey objectives	53
	3.2. Survey Questionnaire	53
	3.3. Framework and Sample	55
	3.3.1. Target population	55
	3.3.2. Sample frame	56
	3.3.3. Sample size	57
	3.3.4. Sample design	58
	3.3.5. Sample strata	58
	3.3.6. Levels of Data Collection	58
	3.4. Field work	58
	3.4.1. Data Collection	59
	3.4.2. Supervision and follow up	60
	3.4.3. Auditing and coding	60
	3.5. Data analysis	61
	3.6. Results presentation	62
<b>Chapter Four</b>	4. Quality	63
	4.1. Accuracy	63
	4.1.1. Sample errors	63
	4.1.2. Errors not related to sample	64
	4.1.3. Response Rates	64
	4.2. Survey Limitations	65
	<b>Statistical tables</b>	69
	<b>References</b>	67
	<b>Annexes</b>	69



## List of Tables

Table	Page
Table: 1    Percentage distribution of responding institutions by region, 2019	69
Table: 2    Percentage distribution of institutions by type, 2019	69
Table: 3    Percentage distribution of responding individuals by selected variables, 2019	70
Table: 4    Percentage distribution of website users by users type, 2019	71
Table: 5    Percentage Distribution of Users by Favorite Social Media to contact PCBS and Users Type, 2019	71
Table: 6    Percentage distribution of users of the most favorite means to receive PCBS data and services by type of means, users and institutions, 2019	72
Table: 7    Percentage distribution of users by frequency and users type, 2019	73
Table: 8    Percentage of users by purpose of use, and type of users and institutions, 2019	74
Table: 9    Percentage distribution of data users by type of data sources, users and institutions, 2019	75
Table: 10    Percentage distribution of users by users type and the overall satisfaction with PCBS services and data, 2019	76
Table: 11    Percentage distribution of users by institutions type and the overall satisfaction with PCBS services and data, 2019	76
Table: 12    Percentage distribution of users by product type and the degree of satisfaction with it and users type, 2019	77
Table: 13    Percentage distribution of website users by product type and the degree of satisfaction with it, 2019	78
Table: 14    Percentage distribution of website users by users type and the degree of satisfaction with the quality of statistical products, 2019	79
Table:15    Percentage distribution of users by specific items on PCBS website and degree of satisfaction with it, 2019	80
Table: 16    Percentage distribution of users by specific items on PCBS website, degree of satisfaction with it and users type, 2019	81
Table:17    Percentage distribution of website users by specific items on PCBS website and degree of satisfaction with it, 2019	83
Table:18    Percentage distribution of individuals and institutions by specific items on PCBS social media pages and the degree of satisfaction with it, 2019	84
Table:19    Percentage distribution of website users by specific items on PCBS social media and degree of satisfaction with it, 2019	85
Table:20    Percentage distribution of individuals and institutions by specific items on PCBS Users Services Division and the degree of satisfaction with it, 2019	85

<b>Table</b>		<b>Page</b>
Table:21	Percentage distribution of individuals and institutions by specific items on PCBS Workshops, Seminars, and Conferences and the degree of satisfaction with it, 2019	86
Table:22	Percentage distribution of individuals and institutions by specific items on PCBS Press releases and the degree of satisfaction with it, 2019	87
Table:23	Percentage distribution of individuals and institutions by specific items on PCBS Statistical reports and the degree of satisfaction with it, 2019	88
Table:24	Percentage distribution of individuals and institutions by type of dimension in terms of statistical data and the degree of satisfaction with it, 2019	89
Table:25	Percentage distribution of individuals and institutions by subject in terms of PCBS economic statistics (in general) and the degree of satisfaction with quality dimensions, 2019	90
Table:26	Percentage distribution of individuals and institutions by subject in terms of PCBS area and environment statistics (in general) and the degree of satisfaction with quality dimensions, 2019	91
Table:27	Percentage distribution of individuals and institutions by subject in terms of PCBS population and social statistics (in general) and the degree of satisfaction with quality dimensions, 2019	92
Table:28	Percentage distribution of individuals and institutions by subject in terms of PCBS censuses (in general) and the degree of satisfaction with quality dimensions, 2016	93
Table:29	Percentage distribution of individuals by specific items and PCBS need to develop its work from their point of view, 2019	93
Table:30	Percentage distribution of institutions by specific items and PCBS need to develop its work from their point of view, 2019	94
Table:31	Percentage distribution of users by specific items and their evaluation of PCBS efforts toward meeting users expectations, 2019	94

## Introduction

---

The data users vary from politicians to governmental bodies, public institutions, private companies, civil society organizations, academics, researchers, and media outlets, the public, international bodies and donors...etc. They always need different statistics for many purposes: to accomplish their work, provide evidence, plan for the future, define future visions...etc.

The abilities of those users to understand and employ statistical data vary; the same applies for level of complexity of using the statistics, which results in different needs. Some needs might be unmet due to the lack of available information, thus it is necessary to take into account the possible future demand in addition to the current demand for statistical information. User needs for statistics can only be adequately met if they are properly identified, synthesized, understood, and prioritized in order to be produced.

Users always have a long list of statistical needs, so efforts must be made to help them define their priorities and fulfill their needs. Given that these users' needs and priorities are constantly changing. It is very important to monitor these changes through continuous consultation and dialogue with users, which can be done through different methods to determine the needs of these users.

Therefore, the Palestinian Central Bureau of Statistics has been monitoring user satisfaction in previous years. PCBS conducted the same survey in 2003, 2008, 2010, 2013, and 2016 and used the results of these studies to develop its services, develop the statistical data it provides to users and improve the means of obtaining them.

The sixth round of the survey 2019 was implemented by the Strategic Management and Planning Company. It aims at helping PCBS to continue developing and advancing the services provided to the Palestinian statistical data users in the best way.

It also seeks to evaluate a number of vital indicators related to the level of satisfaction of data users with the services and data provided by PCBS (individuals and official, local, academic, research and international institutions, inside and outside Palestine), and the level of satisfaction of data users with the quality dimensions and many other specific items.





## Terms and Indicators

---

The terms and indicators used in this survey are defined according to the glossary of statistical terms and the statistical indicators guide issued by PCBS, which is based on the latest international recommendations related to statistics that is consistent with international systems. The survey was conducted according to the latest international recommendations about the implementation of user satisfaction survey. The following are the most important definitions of terms used in this Survey:

**PCBS:** The Palestinian Central Bureau of Statistics

**Quality:** the extent to which a set of correlative properties meet specific requirements.

**Data quality:** it is measured by several dimensions (elements), which are: relevance, accuracy, timeliness and regularity, accessibility and clarity, comparability, consistency, and completeness.

**Relevance:** the extent to which statistics meet current and potential future users' needs.

**Accuracy:** How close (correspondent) the calculations or estimations are to the actual values that the statistics intended to measure.

**Accessibility:** the ease and conditions according to which, statistical information is obtained.

**Clarity:** the information environment related to the data, in terms of attaching it to appropriate metadata, and explanations such as charts and maps, as well as in terms of the availability of information about the quality of this data.

**Clarity:** the information environment related to the data, in terms of linking it to appropriate metadata, and explanations such as charts and maps, as well as in terms of the availability of information about the quality of this data.

**Comparability:** The extent to which the differences between statistics can be explained by the differences between the true values of the statistical characteristics.

**Timing:** The period of time between making the data available to users and the occurrence of the event or phenomenon that this data describes.

**Regularity:** The period between the actual date of issuing data and the predetermined date in which the data must be submitted.

**Coherence:** How collected statistics are consistent with different methodologies for multiple purposes.

**Completeness:** Availability of needed statistics.



## Chapter One

### Client /User Satisfaction Study

---

#### 1.1 The Concept

Client/ user satisfaction (**Data users as in the case of PCBS**) is one of the valuable assets in public institutions and business organizations. It is considered the heart of its continuity especially in the context of increased consumer's awareness and high competitions. Survival is only for those institutions that respond to people's needs with high efficiency and creativity and have an added value/ uniqueness that is not provided by others.

In the course of this process, it has become necessary for institutions not only to satisfy their clients, but also to evaluate their satisfaction in order to determine its level and carefully identify it. This should be an ongoing process, as the client/ user may be satisfied today but not satisfied tomorrow! Thus, organizations must continuously improve their client's satisfaction after they have evaluated it.

To achieve this, the evaluation process uses a number of different research methods. It includes quantitative research and qualitative research, which include many practical models such as non-conformance form, standards form and others.

In the statistical field, the various local and international statistical institutions conduct user satisfaction surveys in order to be in line with the user's needs and to fulfill them. For example, Eurostat conducts periodic studies to evaluate the satisfaction of its users continuously. It is currently working - as always - to fulfill the needs of its users and to develop its services in accordance to the recommendations of these studies.

#### 1.2 Client / user satisfaction evaluation forms

Many researchers have tackled the determinants of satisfaction (factors that determine if there is satisfaction with the quality of the product / service or not) through models explaining the reasons that lead to being satisfied or not, as well as the consequences of this feeling that result from the purchasing/using decision such as complaints or not using the institution's services, etc. There are several types of models including: the non-conformance model and the experience-based criteria for satisfaction model.

1. Non-conformance model: This form consists of four basic elements (expectations, performance, non-conformity, and satisfaction) as follows:
  - a. Expectations: created by the client/ user before the purchase process or during the use of the product or service;
  - b. Performance: it represents the opinion of the client/user related to the performance of the product or service which results from his experience with it, or what is called perceived quality;

- c. Non-conformity: it results from comparing performance with expectations, and it could be negative, positive or neutral;
  - d. Satisfaction: Non-conformity results in an overall evaluation of client/user's experience, i.e., satisfaction or dissatisfaction.
2. Experience-based criteria for satisfaction model: This model considers that expectations are not the only criterion for comparison. In fact, comparison is also related to the customer's previous knowledge. This was confirmed by Hill, who said that there are factors that affect the user's perception of the service, namely:
- Technical quality: the final service quality provided to the user.
  - Functional quality: It is the quality of the interaction between the service employee and the user;
  - Quality resulting from research and market experience;

There are also other factors that affect the user's expectations about the service, including: previous experience; information provided by reference groups such as friends and relatives and the marketing activities such as advertisements.

Hill also indicates three cases that result from the comparison between perceived performance and expectations, which are:

- Perceived performance < expectations: a positive feeling that results in client/ user satisfaction;
- Perceived Performance = Expectations: that is, expectations are fulfilled which creates a neutral feeling to the client/user
- Perceived performance > expectations: a negative feeling that results in dissatisfaction.

### 1.3 Tools and means of improving satisfaction

Considering that the contemporary environment is a rapidly changing one where there many competitors in the same field as well as the presence of a wide variety of alternative products / services and **the increased consumer/user awareness!** As a result, institutions not only seek client/user satisfaction with quality and measuring this satisfaction. Rather, it goes beyond that to the continuous work on improving satisfaction in order to ensure the loyalty of clients/ users and maintain them. Maintaining clients brings several advantages for the institutions themselves. So client-focus organizations focus on improving the satisfaction of their external clients to ensure their and loyalty and maintain them by employing several approaches (Tools) including perceived quality; dissatisfaction analysis; client/ user follow-up; client/ user loyalty.

Client/user satisfaction with service/product quality is improved by reducing the differences between expectations and perceptions until they are equal; and by creating positive gaps along the entire process - from expected quality all the way to where perceptions are greater than expectations.

### **1.4 Methods of improving client/ user satisfaction**

1. Plan so that all the departments and divisions of an institution are involved in achieving client/user satisfaction. Resolve client/user problems quickly to restore customer satisfaction, thus gaining the clients' loyalty and maintain them for the longest time possible.
2. Use the various marketing research to find out the needs of clients/users and the information they want to obtain.
3. Study the expectations of clients/users, and then try to meet them by developing the products or services provided, and provide distinctive products or services that exceed their expectations in order to have a competitive advantage among others.
4. Make use of client/user complaints and suggestions when designing products or services provided to them.
5. Develop the human resources policy in order to improve the level of client/user satisfaction, whether in terms of training, formation, incentives, etc. This aims at motivating the internal client/ users' (workers) to be creative and innovative
6. Ensure to constantly develop good relationships with clients / users.

### **1.5 Advantages of evaluating client/ user satisfaction**

Evaluating client/user satisfaction has several advantages, including: getting information that helps in development, because evaluating the client/user satisfaction provides information about the latent needs and expectations. It also allows dividing clients/users into categories according to their expectations in order to match offer with demand through development of ideas. This also aims at creating new products or services and promoting them as well as improving clients/users' views about the institution. Another advantage is getting information that helps to improve the relationship with clients/users, because this evaluation is important to strengthen the relationship between the institution and its clients/users. It also enables organizations to make the right choice and make the right decision.

More specifically, client/user satisfaction research can bring the following specific benefits to the institution:

1. Determine client/user satisfaction with the services provided by the institution.
2. Knowing whether the target groups have actually benefited from the service
3. Determine the reasons of failing to achieve the planned goals of the institution
4. Reinforcing the confidence of partners/stakeholders, such as the local and international donors, with the institution by showing them the results.
5. Providing people who supervise the implementation of the activities in the institution with a vision about the possibility of expanding the activities and services to include other societies / fields / categories.
6. Avoid repeating the same mistakes in the upcoming activities.
7. Knowing whether the followed management approach achieves client/user satisfaction or should it be improved.

**To conclude, any institution should not only achieve the satisfaction of its client/ users, it must also evaluate and develop it continuously. This study provides an opportunity to the Palestinian Central Bureau of Statistics to improve the quality of its services and products. This study is important because it investigates and analyzes (according to detailed indicators) the structures of user satisfaction, which identify gaps and the possible development scenarios. The results of this study are expected to contribute to building policies and interventions that will result in more satisfactory services and procedures, as well as meeting the needs of users.**

**In order for the interventions and policies to be based on consultation and partnership with clients/users, their point of view will be the foundation on which the conclusions and recommendations will be based.**

## Chapter Two

**Main Results**

The user satisfaction survey provides several indicators that measure the satisfaction of users, whether they are individuals, institutions or users of the websites. For example, there is the percentage of general satisfaction with the data and services provided by PCBS to individuals, institutions and users of the website. Also, the percentages of the purpose of using the data by individuals and institutions, the percentages of general satisfaction with the quality elements regarding the various statistics used by individuals and institutions. In addition, there is the percentage of satisfaction with the quality of the statistical products issued by PCBS such as the detailed items for individuals, institutions and users of the websites. Other examples are the rates of satisfaction with each of the quality elements for individuals, institutions, and others. The following are the most important results of the 2019 user satisfaction survey:

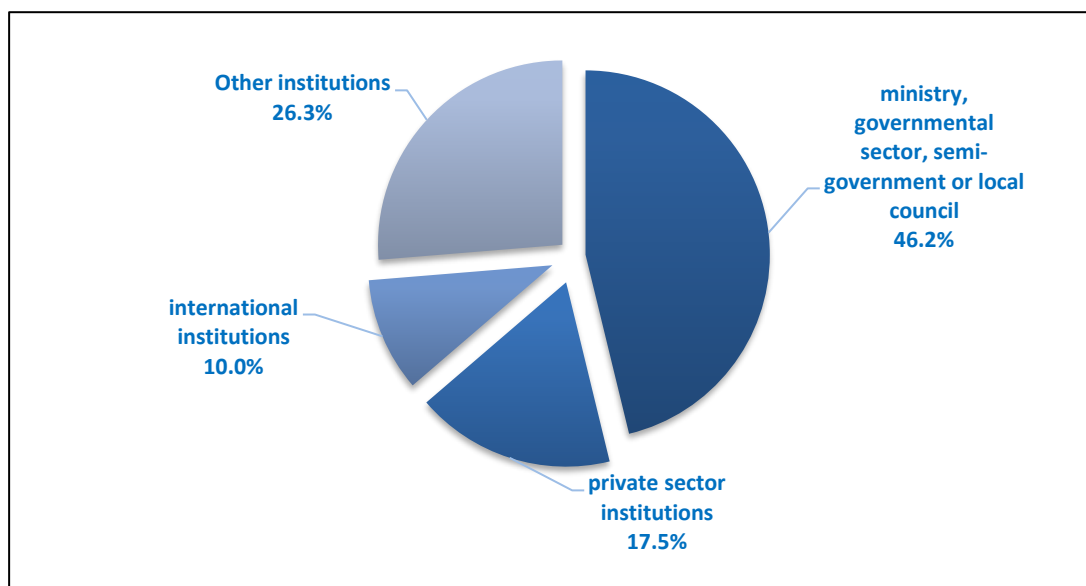
**2.1. General information of the respondents**

According to the user's status, the survey results indicate the following:

**Institutions:**

Results indicate that approximately 89% of the institutions are from the West Bank, including Jerusalem, followed by about 6% from outside of Palestine, and then the Gaza Strip, as shown in (Table 1). The highest percentage of responding institutions are ministries, governmental sector or semi-government or local council. Local institutions are about 46% of the respondents. The lowest percentage of respondents is private institutions with about 18% and international institutions 10%, as shown in (Table 2).

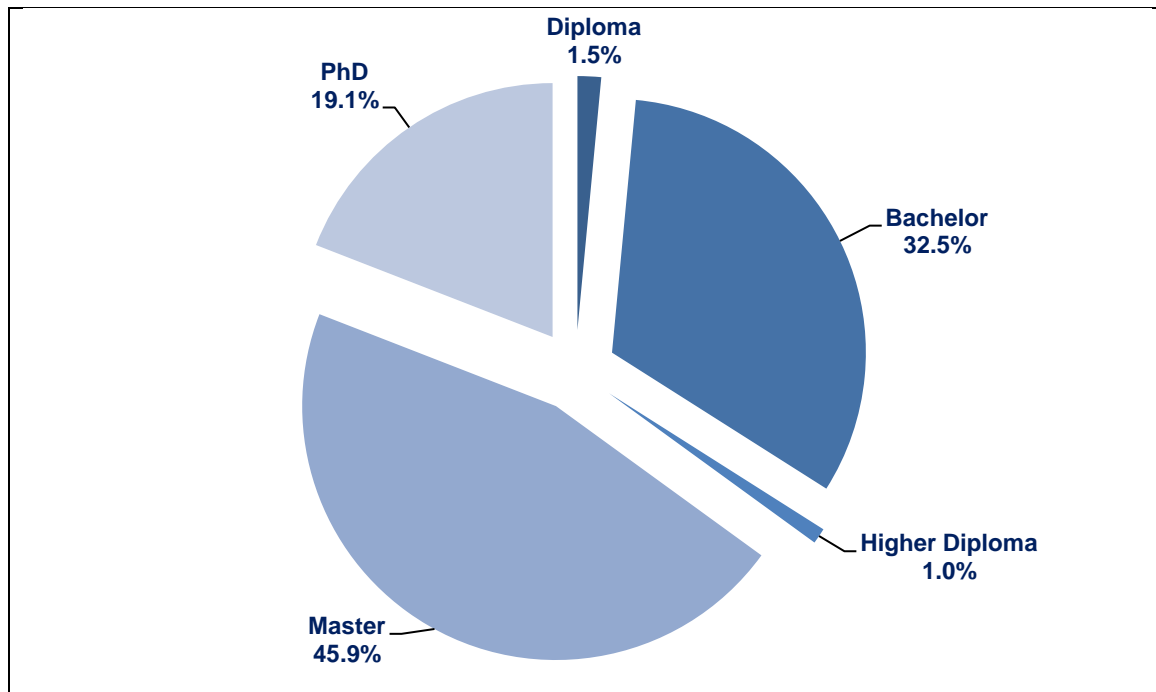
**Percentage distribution of responding institutions by type, 2019**



### Individuals:

Results show that approximately 81% of the respondents are from the West Bank, followed by Gaza Strip with about 14%, while the lowest percentage of respondents is from outside Palestine with about 5%. In regard to the distribution of respondents according to the academic qualification, results also show that about 46% of users have a master's degree, followed by the percentage of those who have a bachelor's degree with about 33%. The lowest percentage is for those who have a higher diploma with about 1% (See Table 3):

**Distribution of individuals by educational qualification, 2019**

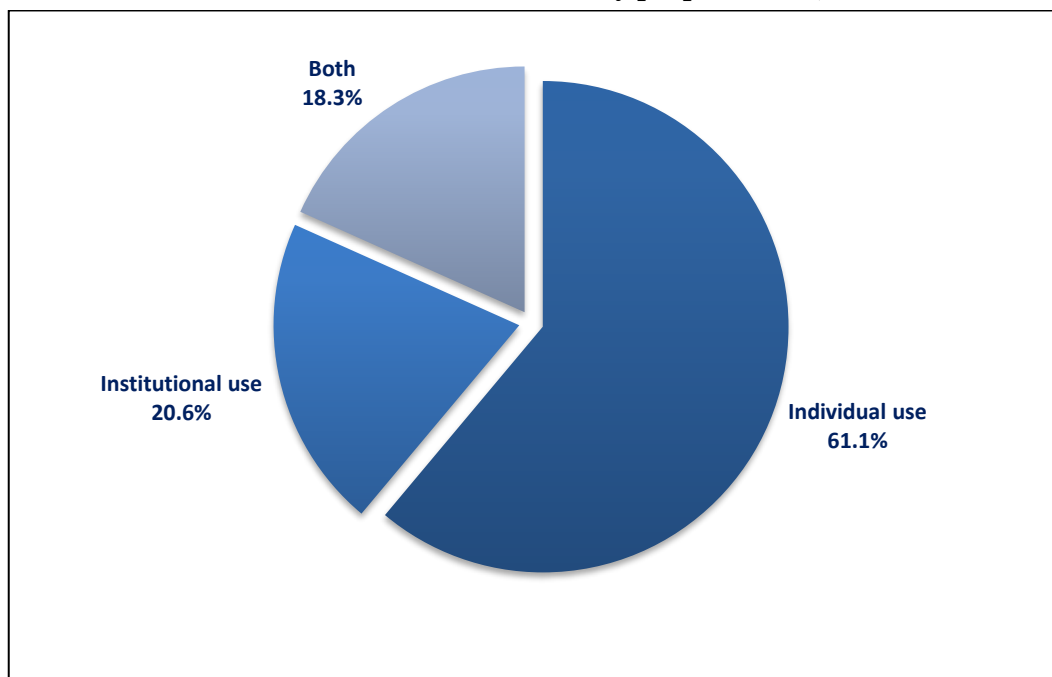


Results also show that males used PCBS' data more than females, where the percentage of males was about 56% (see Table 3).

### Website users:

Results of the survey indicate that approximately 61% of the users of the website use PCBS' data and services for individual uses, and about 21% of them are for institutional uses. Those who use the data and services of PCBS for both uses at the same time have a percentage of 18% of the users of the website, as it is shown in (Table 4):

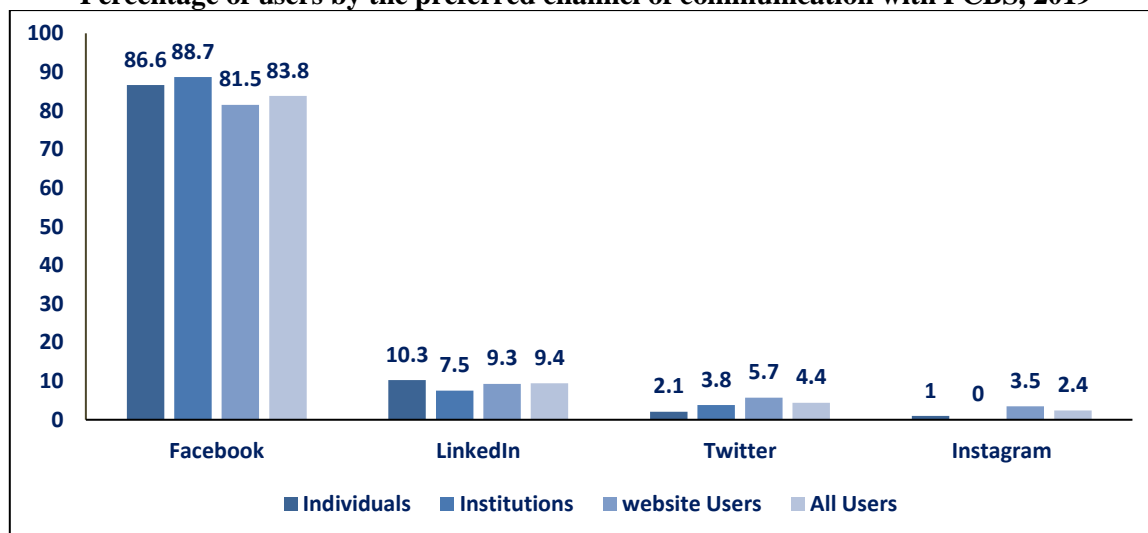


**Distribution of the website users by purpose of use, 2019**

## 2.2. Relationship with the Palestinian Central Bureau of Statistics

### 2.2.1. Preferred social media pages for users to communicate with PCBS

The majority of PCBS data users prefer Facebook to communicate with PCBS with the percentage of 84%. Similarly, when classifying according to the status of the user, as Facebook was the option that obtained the highest rates among individuals and institutions and users of the web page by about 87%, 89% and 82% respectively. See (Table 5).

**Percentage of users by the preferred channel of communication with PCBS, 2019**

### 2.2.2. Preferred method to receive PCBS data and services

Results show that nearly half of the PCBS' data users prefer to receive the data or statistical services issued by the PCBS through the website, while nearly a third of them prefer to receive it

through e-mail. The lowest percentages of users, about 2%, prefer to obtain data or the statistical services issued by the PCBS through attending workshops, seminars and conferences. The following is the percentages details according to the user's status:

### **Institutions:**

An approximate of 62% of the institutions prefer to receive data or services through e-mail. In the second place comes the website with about 29%, while the lowest percentages are for “press releases” and “phone / fax” methods which was about 1% for each (see Table 6).

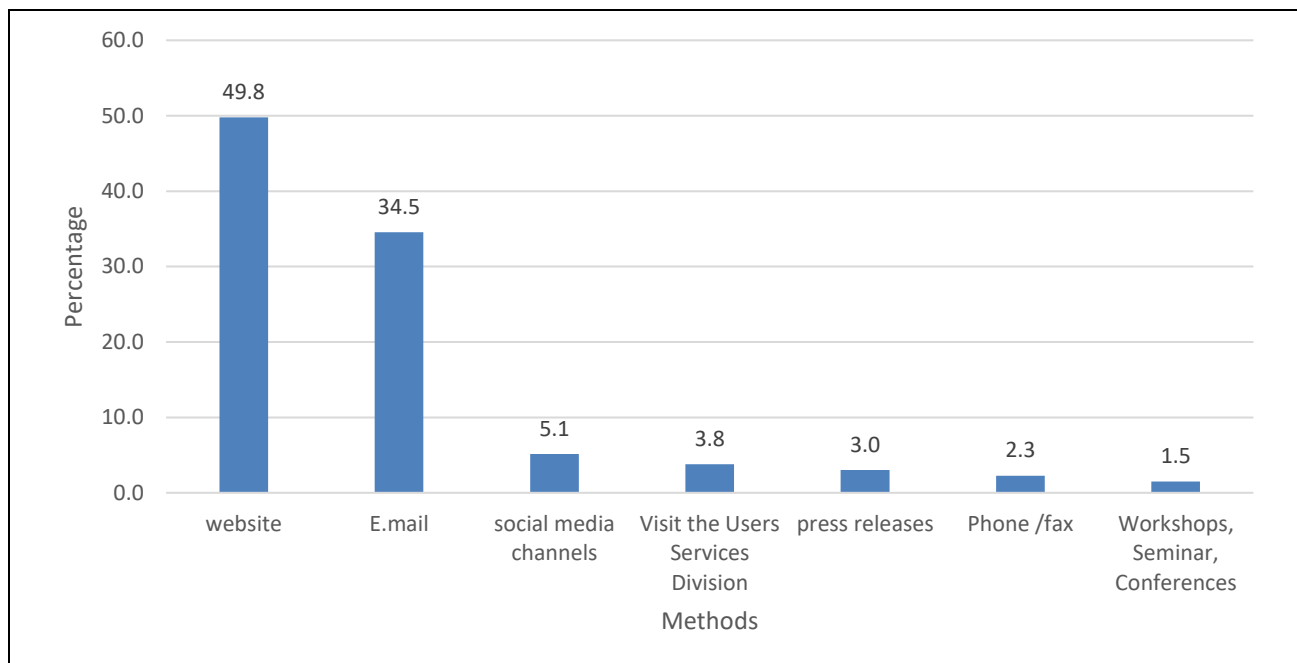
### **Individuals:**

More than half of the individuals (about 52%) prefer to receive data or statistical services through e-mail, followed by the website with about 33%, while the rest of the other methods comes in close percentages (see Table 6).

### **The Website users:**

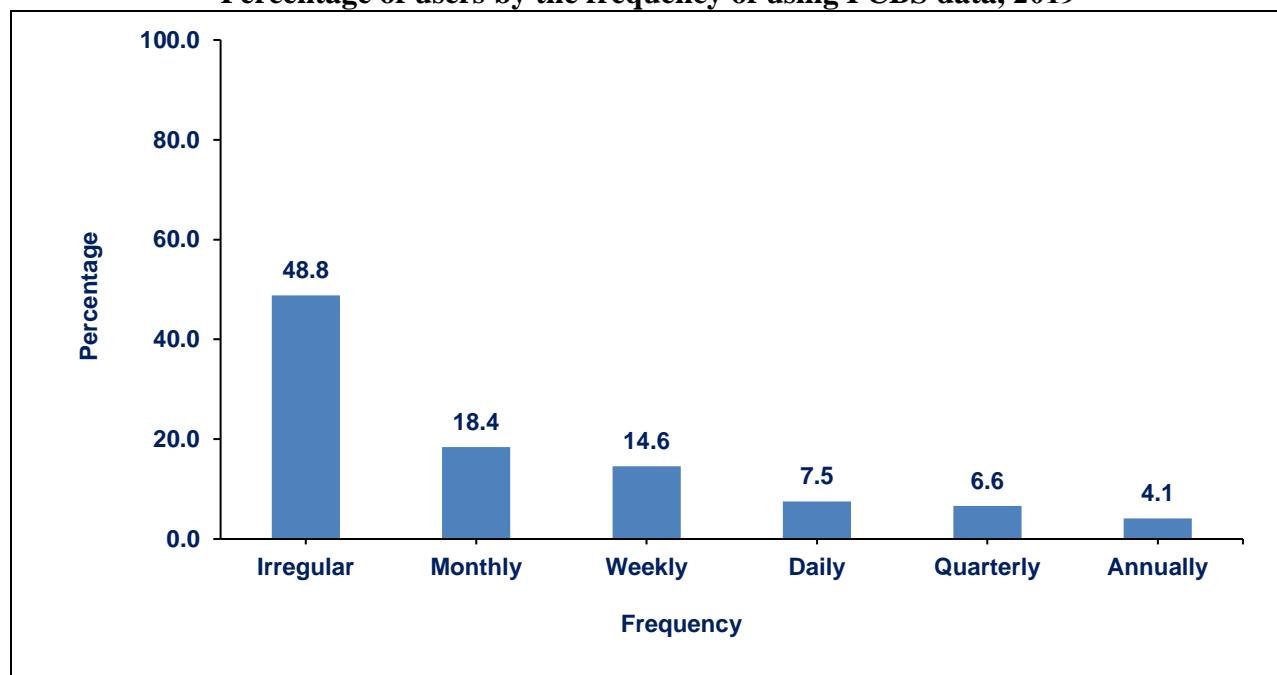
The website is the most preferred method for obtaining data or services of PCBS with about 63%, followed by e-mail with about 20%, while the lowest percentage was by attending workshops, seminars or conferences with about 1% (see Table 6).

**Percentage of Users' favorite method of receiving PCBS' data and services, 2019**



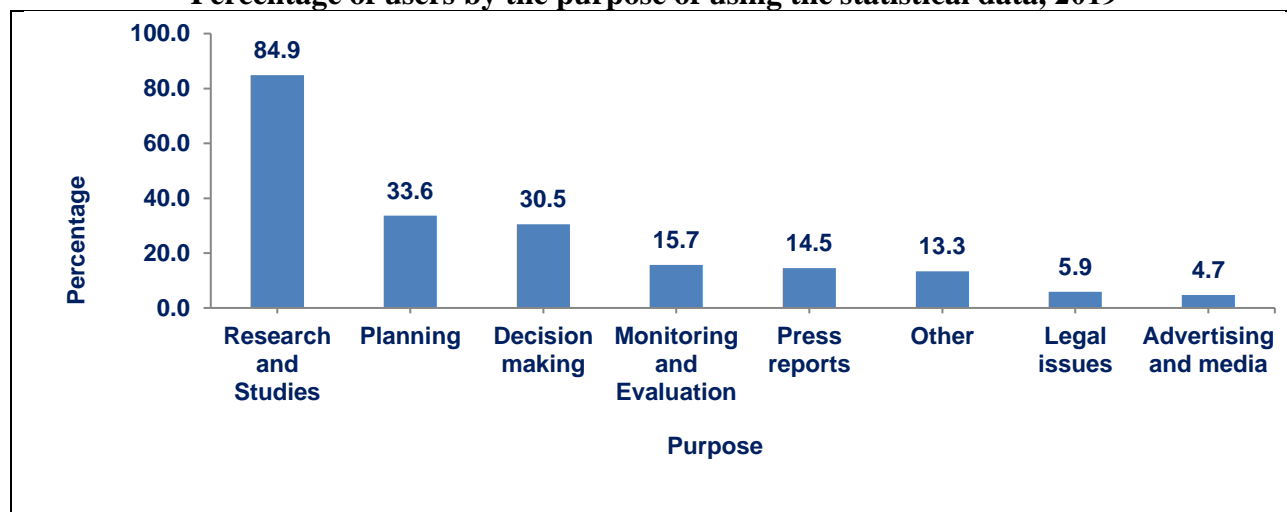
### **2.2.3. Frequency of using PCBS data**

The predominant pattern of the frequency of using PCBS' data is “when needed”, which means irregular use, with about 49%, followed by the monthly use with about 18%, while the percentage of users of PCBS data annually is the lowest with about 4%, as shown in (Table 7)

**Percentage of users by the frequency of using PCBS data, 2019**

#### **2.2.4. The purpose of using PCBS data**

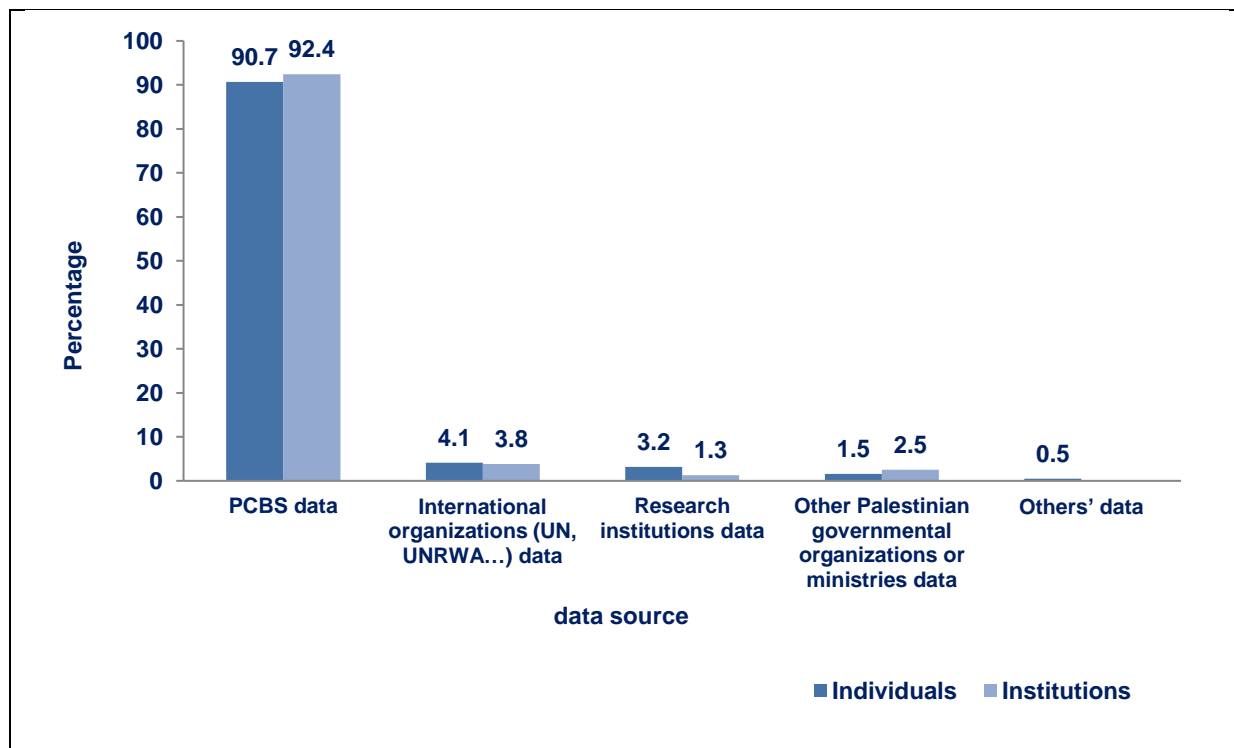
The highest percentage of using PCBS data is for research and studies purposes with about 85% for all users, followed by 34% for planning purposes, and 31% for decision-making purposes (see Table 8).

**Percentage of users by the purpose of using the statistical data, 2019**

#### **2.2.5. Preferred data source**

PCBS is the most preferred source of data for individuals and institutions with rates of approximately 91% and 92%, respectively. The results indicate that each of the ministries, government institutions and private institutions almost completely depend on PCBS as a source of data (see Table 9).

Percentage of users by the preferred data source and user status, 2019



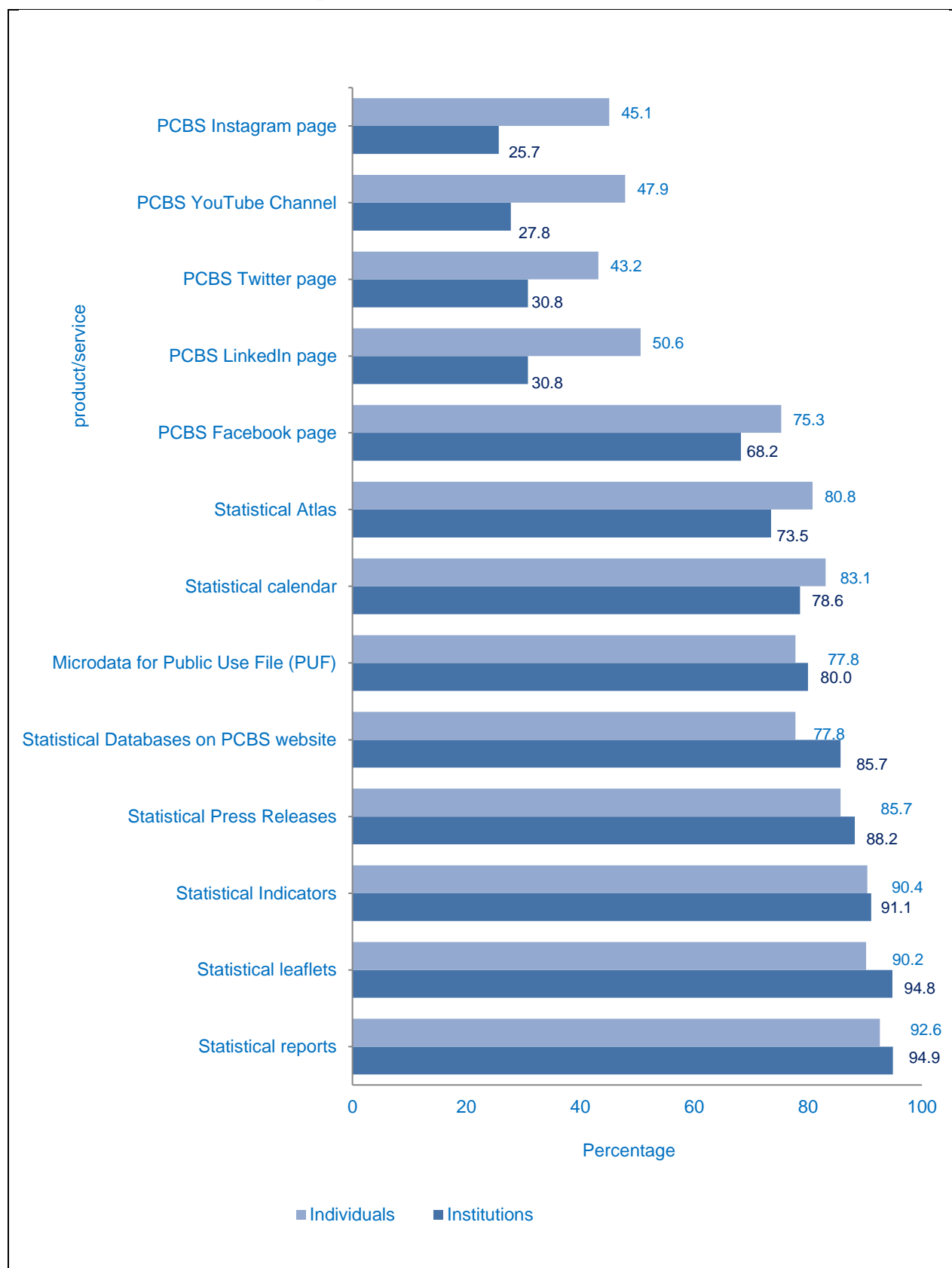
### 2.3. The overall satisfaction

The overall satisfaction percentage for all users with the data and statistical services provided by PCBS is about 87%. The highest percentage of satisfaction is for institutions with about 98%, followed by the satisfaction of individuals with about 93%, then the percentage of satisfaction of the users of the website with about 81% (see Table 10).

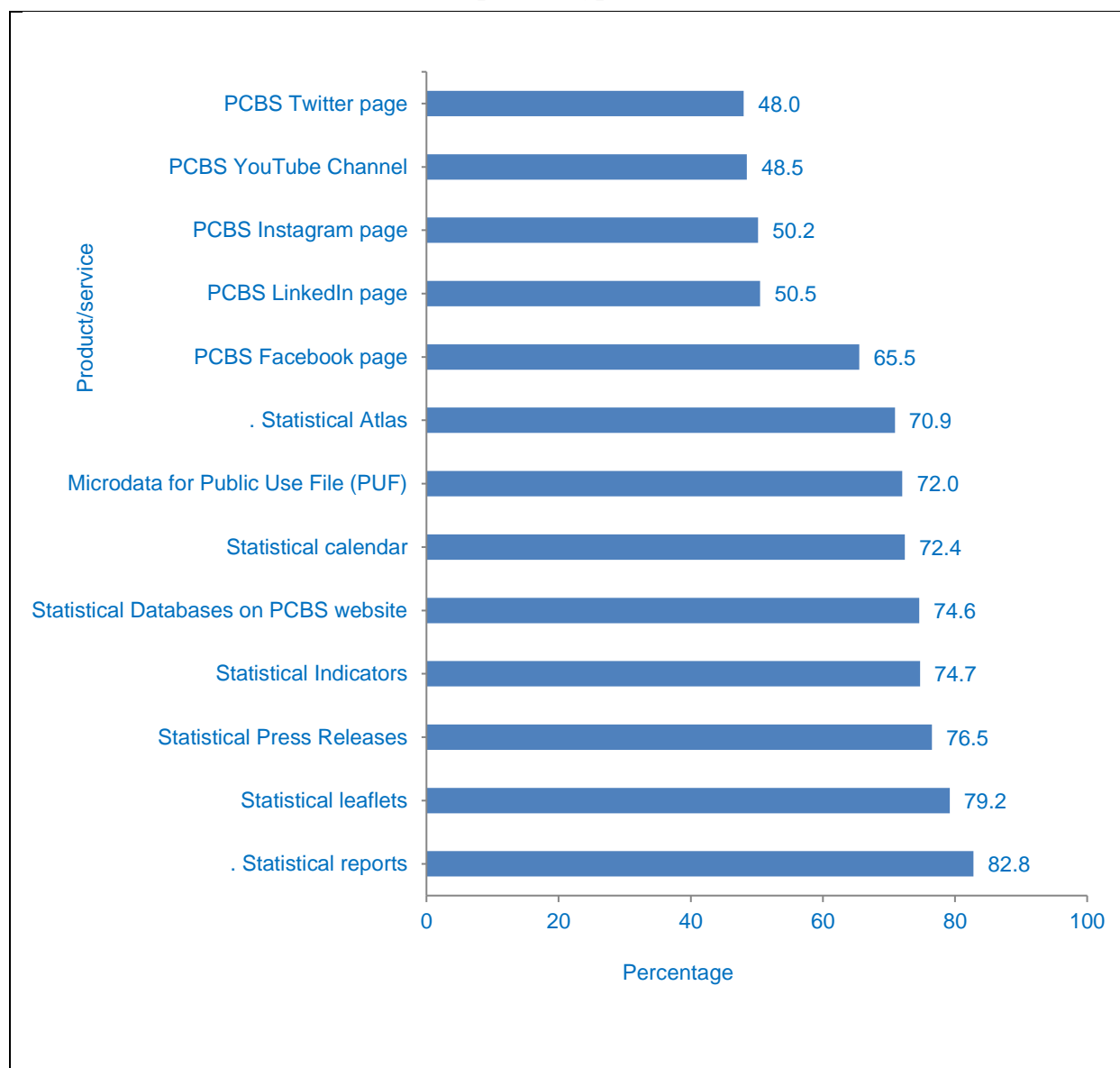
As for the type of institution, results show that the highest overall satisfaction with the data and statistical services provided by PCBS is by the international institutions and the other institutions with 100% for each, followed by ministries and government institutions with about 97%, then private institutions with about 93% (See Table 11).

Results show that the average satisfaction of individuals is more than that of institutions with the quality of a number of statistical products issued by PCBS. This is followed by users of the website, where the highest percentage of satisfaction for institutions and individuals with the quality of statistical reports is about 95% and 93%, respectively. The lowest percentage of satisfaction is with the official Twitter page of PCBS which is about 43% for Individuals. As for institutions, the lowest percentage of satisfaction with the official Instagram page of the PCBS is about 26% (see Table 12). As for the users of the website, the quality of the statistical reports receives the highest percentage with about 83%, and the lowest is with the official PCBS Twitter page with about 48% (see Table 13).

**Percentage of satisfaction with the quality of the statistical products issued by PCBS, by the type of product and the user's status, 2019**



**Percentage of website users' satisfaction with the quality of statistical products and Services by product type, 2019**



## **2.4. Satisfaction with the services provided by PCBS**

### **2.4.1. Overall satisfaction of users of the website with the quality of the products**

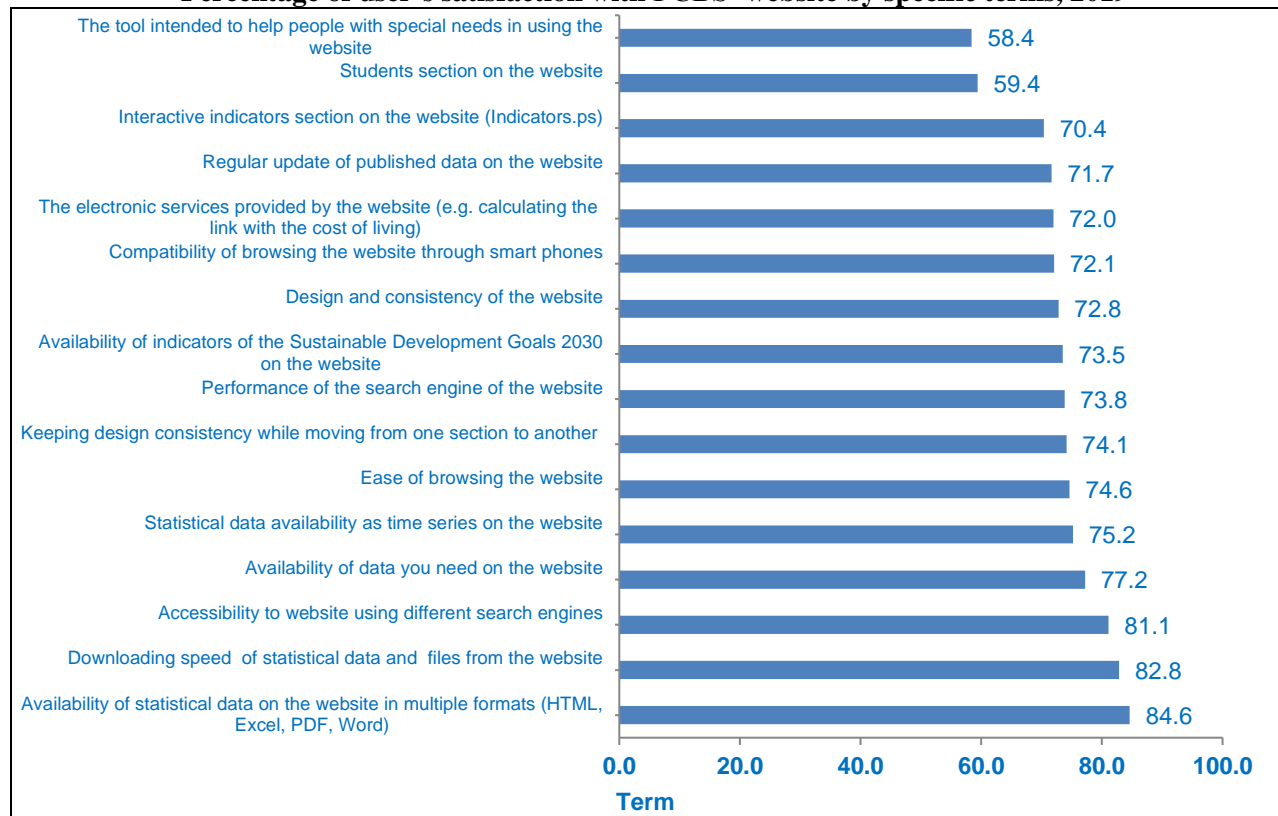
The percentage of general satisfaction of the users of the website with the quality of statistical services issued by PCBS was about 82%. Satisfaction according to the type of use, the highest percentage was for both institutional use and individual and institutional use at the same time with about 89% for each. The lowest percentage was the individual use with about 77%. (See Table 14).

### **2.4.2. Satisfaction with the Website**

The results of the survey, as shown in Table 15, showed that the average satisfaction of all users with the official website of PCBS is close to 74%, with the highest being for institutions, about 82%, followed by individuals with about 78% (see tables 16 and 17).

The highest percentage of users' satisfaction with the availability of statistical data on the website in various formats (Excel, HTML, Word, and PDF) was 85%. The lowest was for the tool intended to help people with special needs<sup>1</sup> (intended for those with vision and hearing disabilities) in using the website with about 58%.

**Percentage of user's satisfaction with PCBS' website by specific terms, 2019**



Regarding the level of satisfaction according to specific terms, the highest percentage of individual satisfaction was for accessing the website using different search engines which was 89%, and the provision of statistical data on the website in multiple formats (Excel, HTML, Word, PDF) for both institutions and individuals using the website (about 92% and 82%) respectively. The lowest percentage of satisfaction among all users was for the tool intended to help people with Individuals with disabilities to use the website, specifically according to the user's status. Also, the lowest percentage of users (individuals and institutions) was with the students section on the website, with about 65% and 46%, respectively, as well as with the tool item intended to help people with Individuals with disabilities to use the website, with about 56% for the website's users.

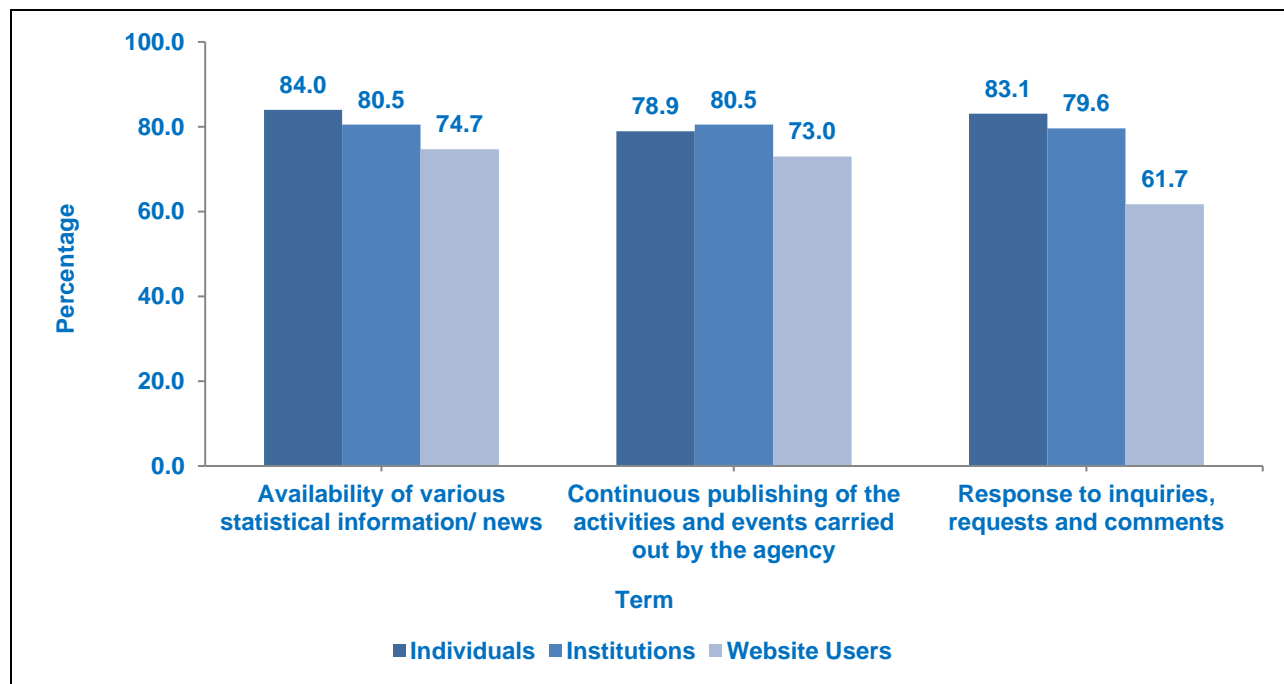
<sup>1</sup> This tool is only intended for those with sight and hearing difficulties.

### 2.4.3. Satisfaction with PCBS' pages on social media

The average satisfaction of individual and institutional users with PCBS' pages on social media, according to specific terms, is about 82% for individuals, about 80% for institutions and about 70% for website users (see Tables 18 and 19).

The highest percentage of individuals' satisfaction is with the availability of various statistical information/news (about 84%). As for institutions, the highest percentage is for the availability of various statistical information/news and the regular publication of activities and events carried out by PCBS with about 81% for both. The highest rate of users of the website satisfaction is with the availability of various statistical information/news, about 75%. The regular update of PCBS' activities and events got the lowest satisfaction rate for individuals, about 79%. Responding to inquiries, requests and comments got the lowest percentage for institutions and users of the website with about 80% and 62%, respectively.

**Percentage of user satisfaction with PCBS' pages on social media by specific terms and user's status, 2019**



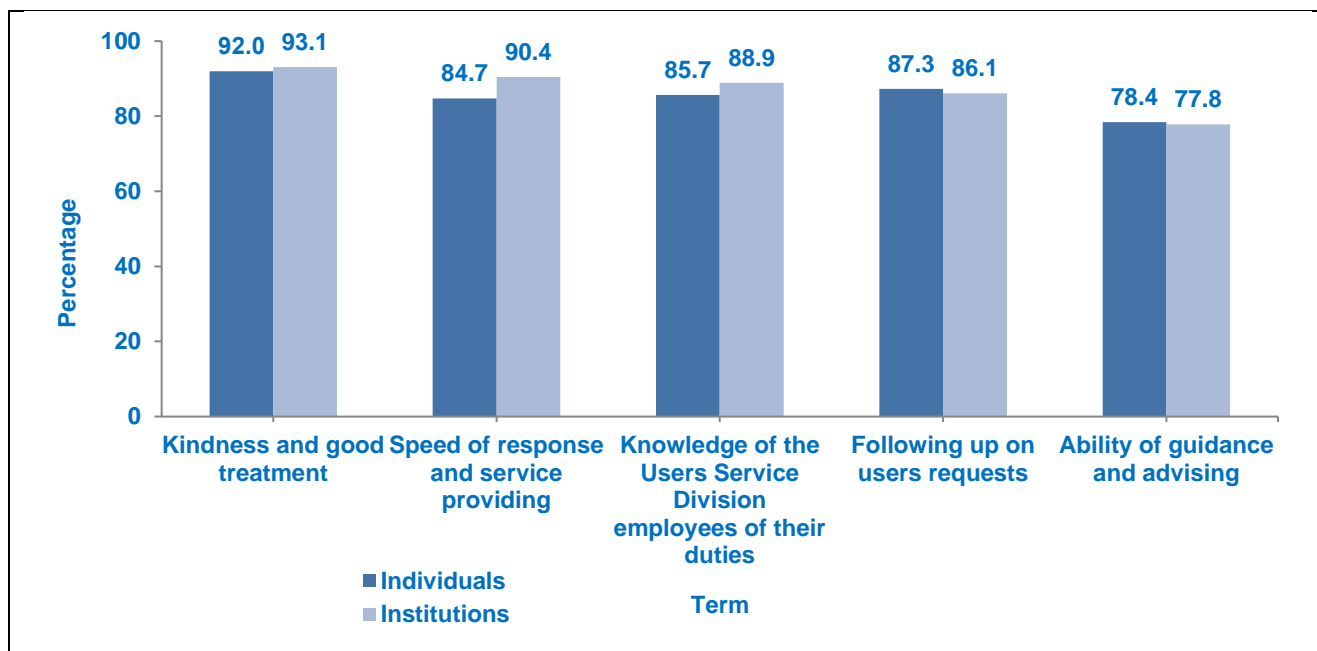
\* It should be noted that a percentage of individual and institutional users have responded with "Neutral" to these terms, which indicates that they don't know or don't use these sites, therefore cannot express their opinion or satisfaction.

### 2.4.4. Satisfaction with Users Service Division

The average satisfaction of individual users with the Users Service Division according to specific terms is about 86%, while for institutions it is about 87% (see Table 20). The highest percentage of satisfaction for both individuals and institutions with kindness and good treatment is close to 92% for individual users and 93% for institutions. The ability of the Users Service Division to guide and advice gets the lowest percentage of satisfaction, noting that the percentage for individuals and institutions is about 78%.



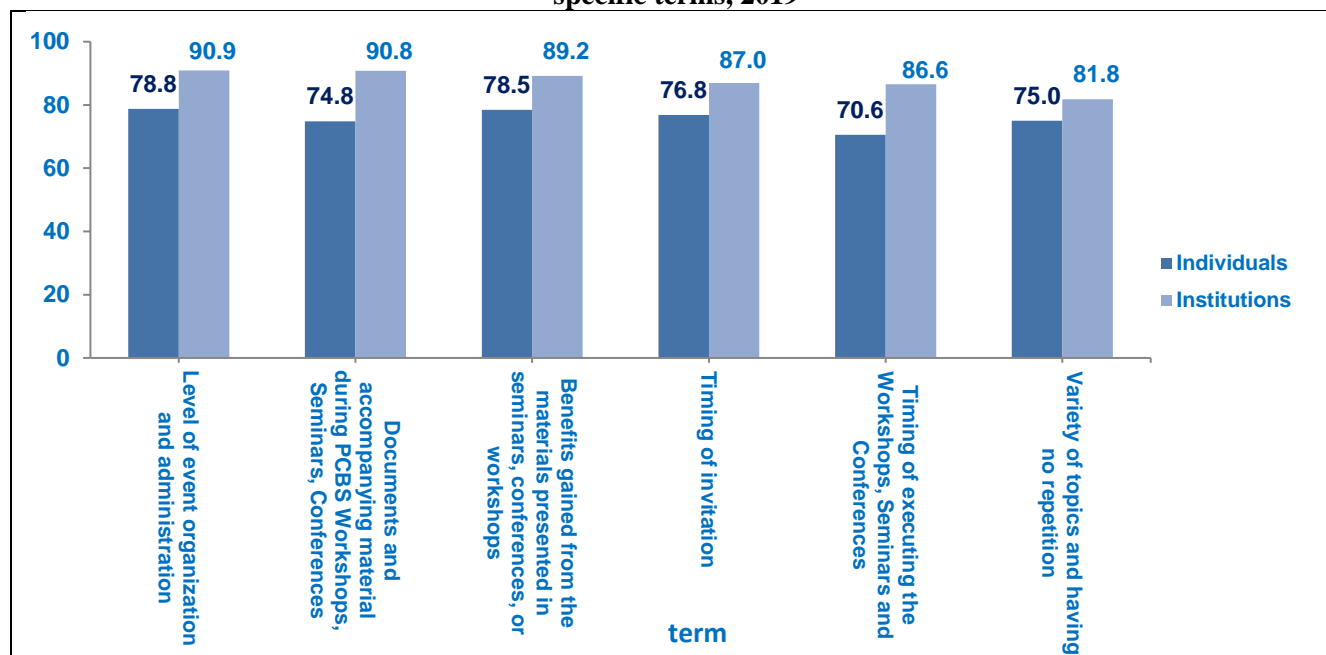
**Percentage of individuals and institutions' satisfaction with the Users Service Division by specific terms, 2019**



#### **2.4.5. Satisfaction with workshops, conferences or seminars**

Results indicate that the average satisfaction of individuals and institutions with regard to workshops, conferences or seminars organized by PCBS according to specific terms is 76% and 88%, respectively. The highest percentage of individuals' and institutions' satisfaction with the level of organization, supervision and administration is about 79% and 91% respectively. The lowest percentage of satisfaction of individual users is about their satisfaction with the timing of workshops, seminars or conferences with about 71%. As for institutions, the lowest rate is for the variety of the topics presented and having no repetition of about 82% (see Table 21).

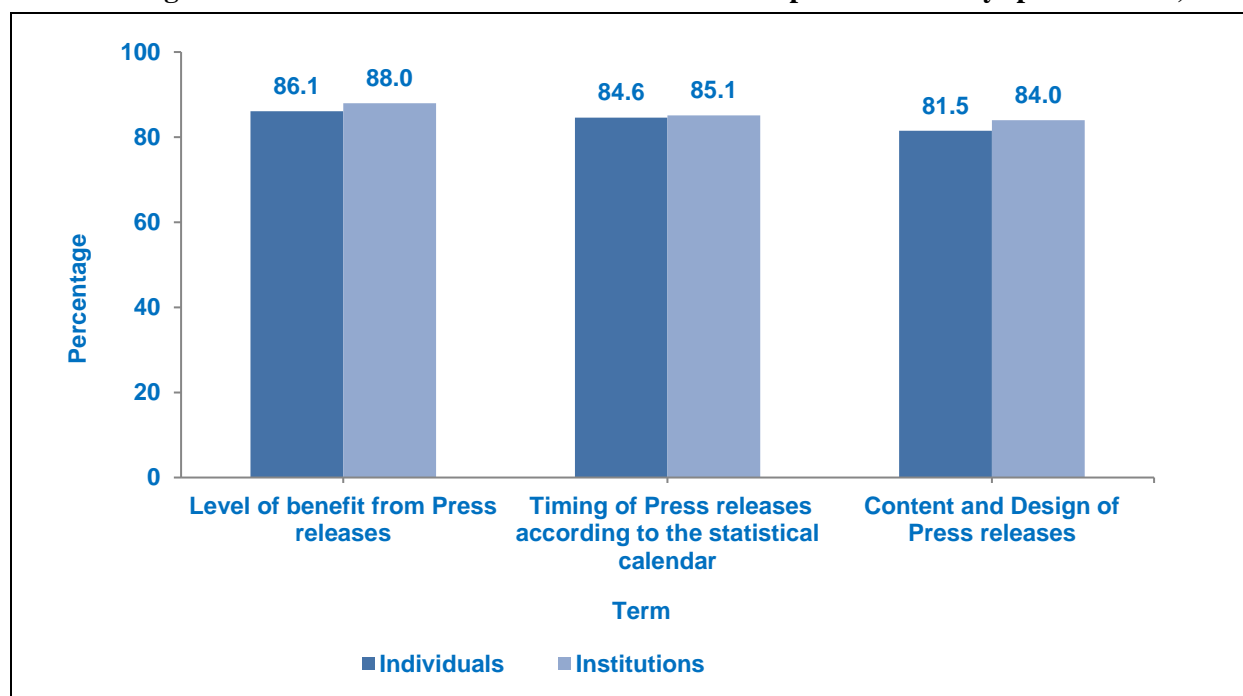
**Percentage of individuals and institutions satisfied with workshops, conferences or seminars by specific terms, 2019**



#### **2.4.6. Satisfaction with the press releases**

Results indicate that the average satisfaction of individual and institutional users with the press releases issued by PCBS according to specific terms is 84% and 86%, respectively (see Table 22). The highest percentage of satisfaction for each of them is with the level of benefit from Press releases (about 88% for institutions and 86% for individuals). The lowest percentage of satisfaction for each is with the content and design of press releases (about 84% for institutions and 82% for individuals).

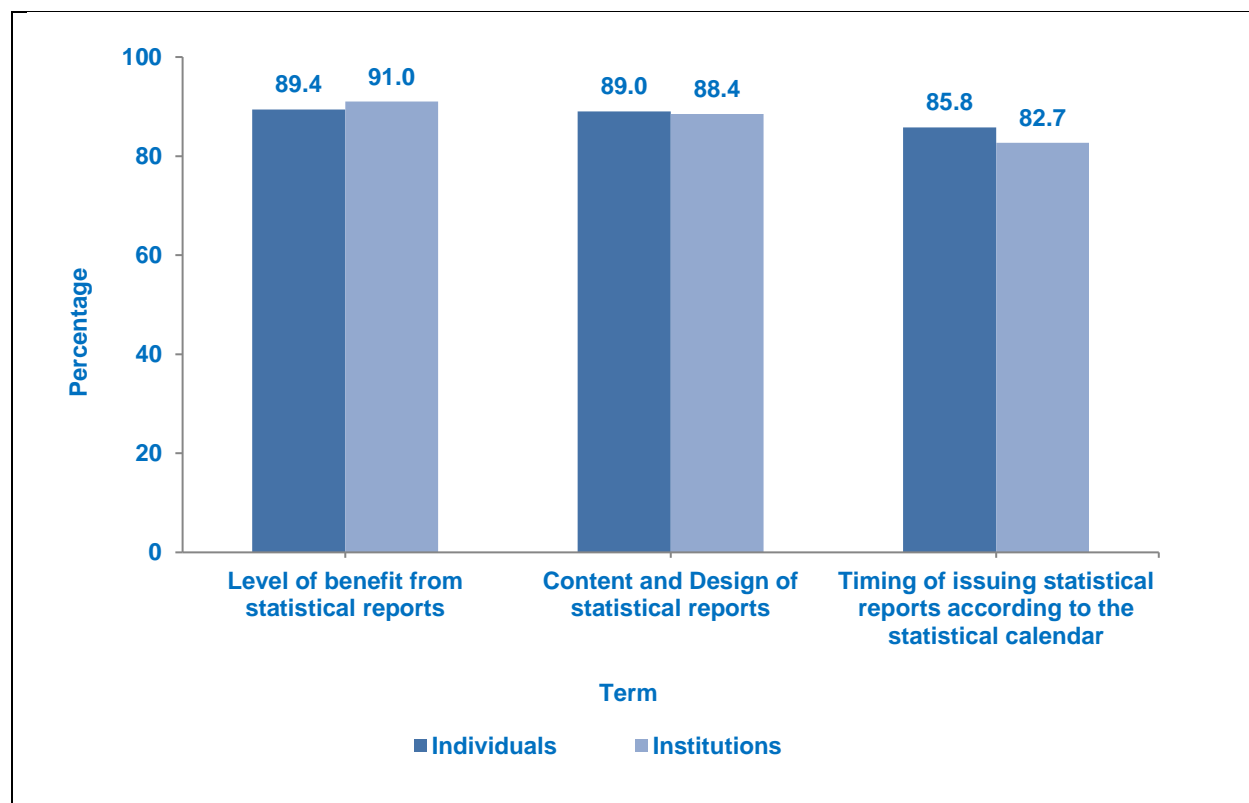
### Percentage of individual and institutions' satisfaction with press releases by specific terms, 2019



#### 2.4.7. Satisfaction with the statistical reports

Results indicate that the average satisfaction of individual and institutional users with the statistical reports issued by PCBS according to specific terms is about 88% for each (see Table 23). The highest percentage of satisfaction for each of them with the benefit level from statistical reports is (about 89% for individuals and 91% for institutions). The lowest percentage is that of timing of publication of the statistical reports according to the statistical calendar (about 86% for individuals and 83% for institutions).

**Percentage of individuals' and institutions' satisfaction with statistical reports by specific terms, 2019**

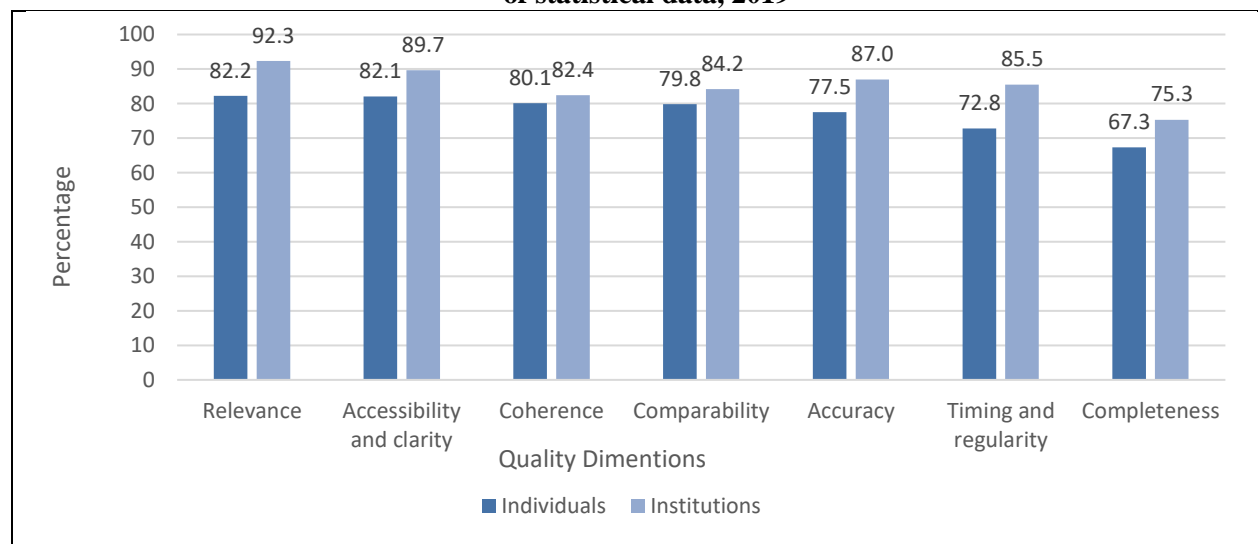


## 2.5. Satisfaction with the quality dimensions

### 2.5.1. Satisfaction with the quality dimensions in general

Results indicate that the average of overall satisfaction of individuals and institutions with the quality dimensions is about 77% and 85%, respectively (see Table 24). Satisfaction of both institutions and individuals with the quality dimensions "completeness" is (about 67% and 75%, respectively).

**Percentage of individuals' and institutions' satisfaction with quality dimensions, in general, in terms of statistical data, 2019**

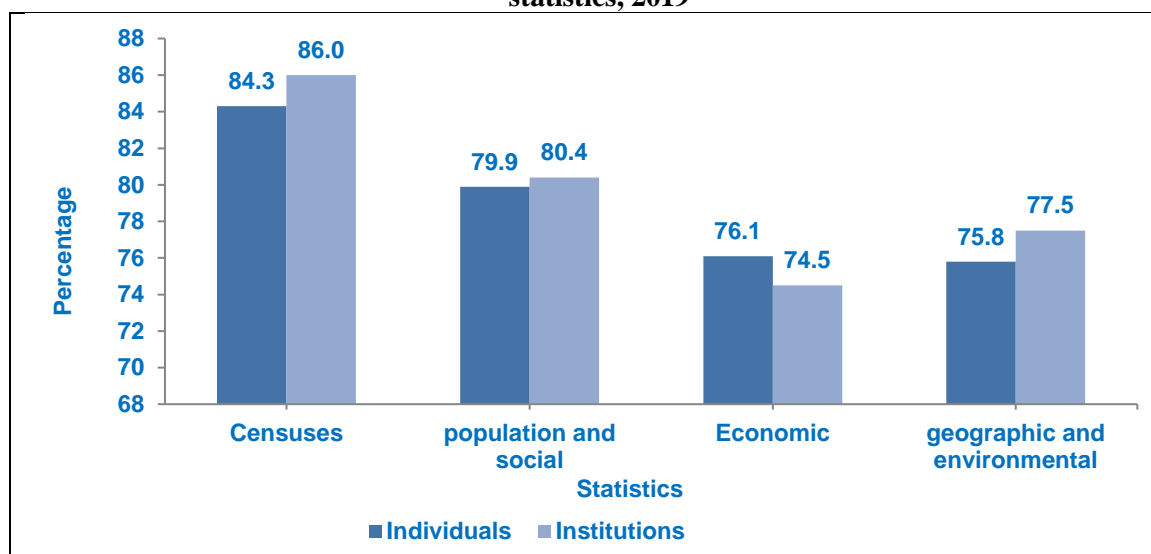


### 2.5.2. Satisfaction with the quality of the statistics

The results of the survey (see Tables 25-28) show that the average satisfaction of individuals with census data is about 84%. The highest percentage of satisfaction is with the population and housing census (about 91%), 80% with population and social statistics with the highest is with population and demography (about 90%). The economic statistics satisfaction is about 76% with the highest percentage is for price and price indices as well as services statistics (79% for each). Finally, the geographical and environmental statistics satisfaction percentage is about 76%, with the highest for housing and housing conditions (about 83%).

Results show that the average satisfaction of institutions with census data is about 86%, with the highest is for the population and housing census (about 90%). The population and social statistics satisfaction is about 80%, with the highest for population and demography (about 88%), the geographical and environmental statistics satisfaction is about 78%, with the highest is for housing and housing conditions (88%). Finally, the economic statistics' satisfaction is about 75%, with the highest is for the economic performance which is about 81%.

**Average satisfaction of individuals and institutions with the quality dimensions in terms of type of statistics, 2019**



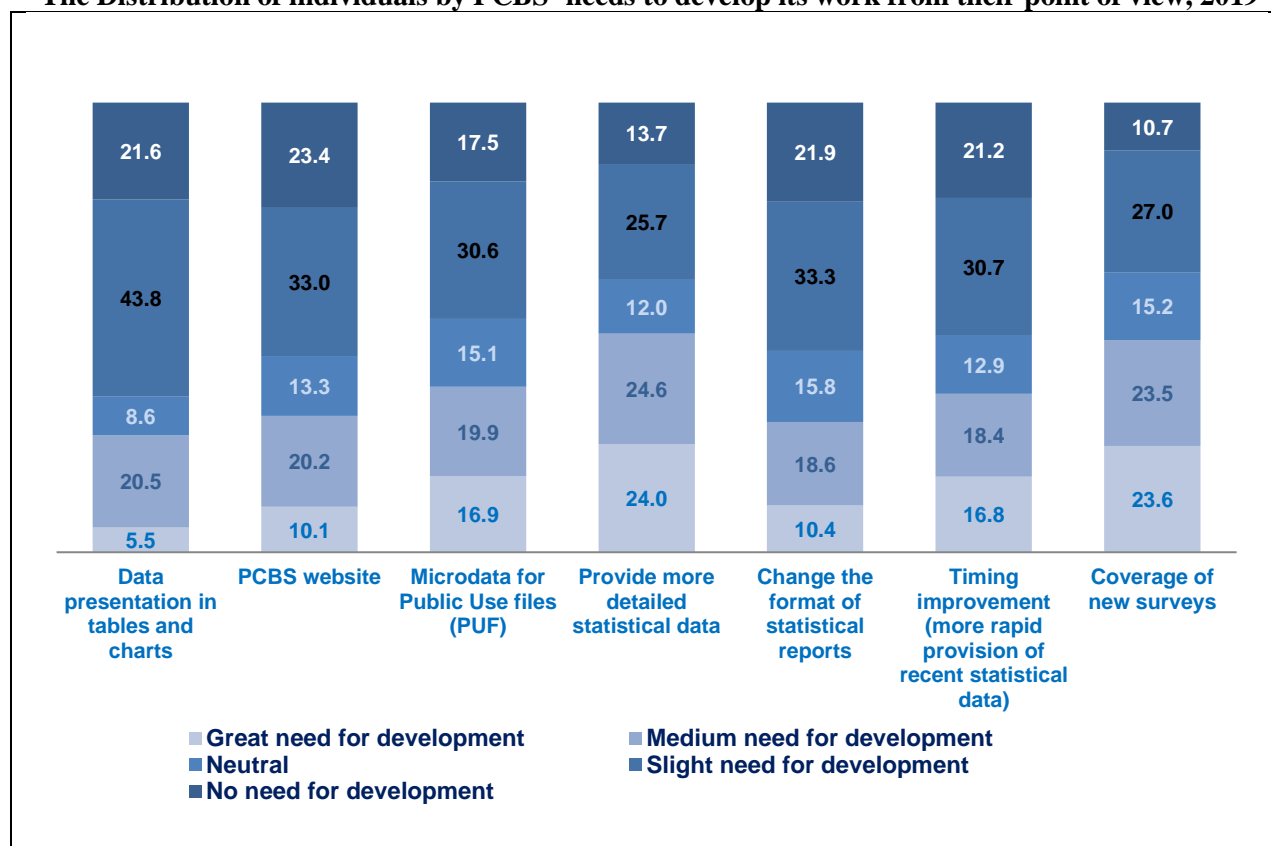
## 2.6. Development fields

The questionnaire included a section on the extent to which PCBS needs to develop its work in respect to specific items. It was measured through the following options: no need, great need, medium or slight need for development. The results were as follows:

### Individuals:

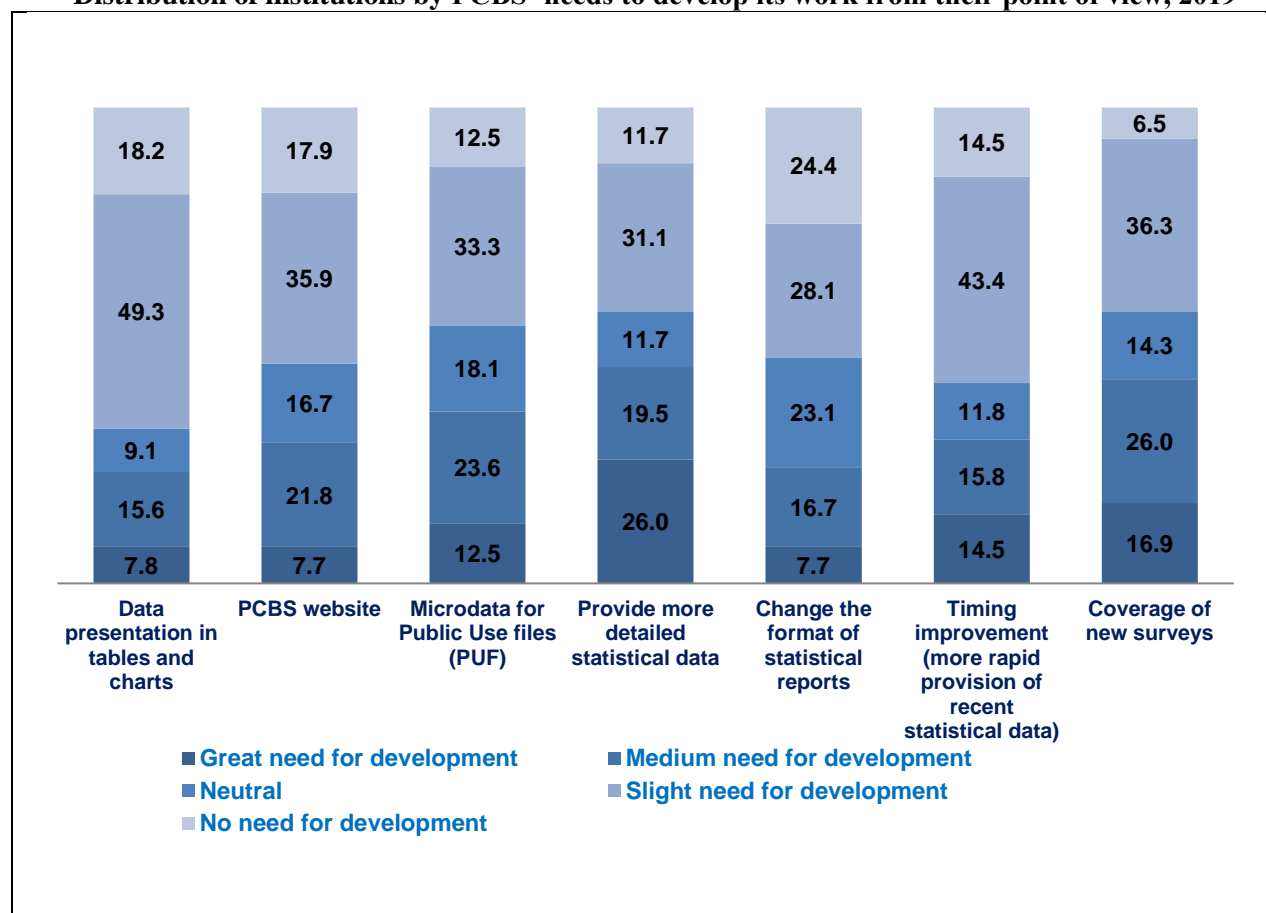
In general, the results indicate (see Table 29) that PCBS has a great need to develop its work in terms of providing more detailed statistical data with a percentage of 24%, and coverage of new surveys by approximately 24%. The results also indicate the medium need for PCBS to develop its work in terms of providing more detailed statistical data with a percentage of 25%, and new surveys coverage of about 24%.

### The Distribution of individuals by PCBS' needs to develop its work from their point of view, 2019



#### Institutions:

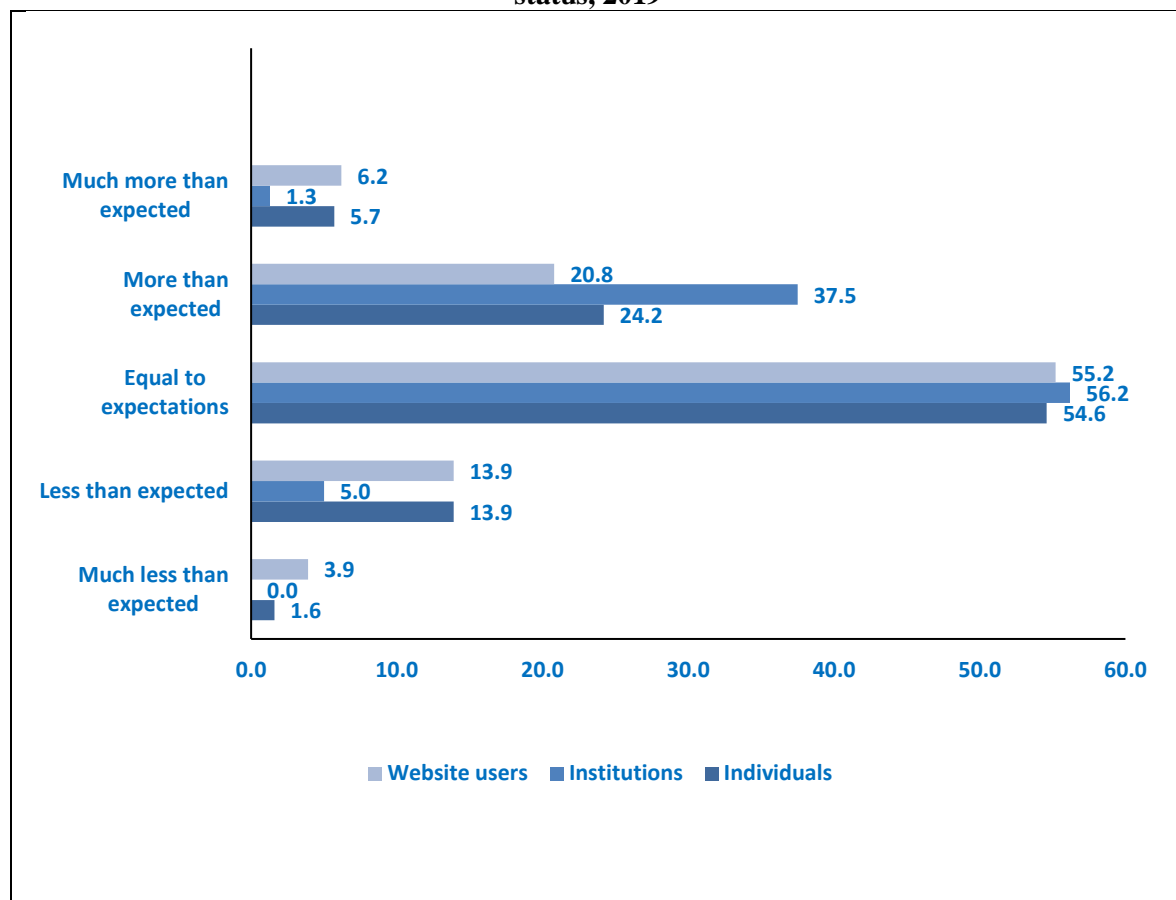
The results indicate (according to Table 30) that PCBS has a great need to develop its work from their point of view in terms of providing more detailed statistical data 26%. It also indicates the medium need for PCBS to develop its work in terms of covering new surveys (26%), microdata for public use files (about 24%) and the website (about 22%).

**Distribution of institutions by PCBS' needs to develop its work from their point of view, 2019**

## 2.7. Rating PCBS response to users expectations

In order to evaluate PCBS' response to users' expectations, a question was included in the questionnaires of the survey about the extent to which PCBS responds to expectations. Results showed that the highest percentage is that about being equal to expectations which is about 55% for all users. According to the user's status, the highest percentage is also for being equal to expectations which is (about 55% for individuals, 56% for institutions, and 55% for website users). The lowest percentage is for "much less than expected" (about 3% for all users, 2% for individuals, 0% for institutions and 4% for website users) for the same item (see Table 31).

**The Distribution of users' assessment of the level of PCBS' response to their expectations by user status, 2019**



## 2.8. Data Comparison

The last two rounds of the user satisfaction survey were implemented following a new methodology, whether in terms of target groups, method of collection, sample design, questionnaire design and what it contains. Accordingly, comparisons can be made with the user satisfaction survey data for previous years in a limited and cautious manner.

The following are comparisons of some indicators between user satisfaction surveys in 2016 and 2019:

- The PCBS came in the first place as the most preferred source of data for individuals by nearly 91% in 2019 compared with 84% in 2016, while this percentage decreased to 92.5% for institutions in 2019 compared to 94% in 2016, with a decrease of 1.5%.
- Ministries, government institutions, private organizations and others depend mostly on PCBS' data, but incompletely – percentage ranged between about 93% - 95% in 2019 survey. On the other hand, dependence on PCBS only as a source of data in 2016 was 100% for ministries, government institutions and private institutions. That is, a slight decrease from 2016 for ministries and government institutions and an increase for other institutions from 2016. As it appeared in 2019, some governmental and private institutions slightly depend on data issued by PCBS and other government institutions.



- The overall satisfaction rate for users with the data and statistical services provided by PCBS is about 91% in 2019, compared to 88% in 2016.
- The average satisfaction of users (individuals and institutions) with public services is 86% and 87%, respectively in 2019, compared to 85% for both in 2016.

**Distribution of users by their preferred method of receiving data or services provided by PCBS,  
user's status and the year**

Method	User status/year													
	2010			2013			2016				2019			
	Individ uals	Institut ions	Total	Individ uals	Institut ions	Total	Individ uals	Institut ions	Websit e users	Total	Individ uals	Institut ions	Websit e users	Total
The Website	71.1	64.2	<b>66.0</b>	65.4	69.4	<b>68.9</b>	40.8	43.2	58.1	<b>50.7</b>	32.5	28.8	62.7	<b>49.8</b>
Visit the Users Services Division	8.1	11.7	<b>10.7</b>	9.9	7.7	<b>8.1</b>	3.4	1.1	4.8	<b>3.8</b>	7.7	3.8	1.8	<b>3.8</b>
Fax	-	-	-	2.2	1.4	<b>1.5</b>	-	-	-	-	-	-	-	-
Phone/ Fax	1.3	4.1	<b>3.4</b>	-	-	-	1.1	3.4	2.9	<b>2.4</b>	1.0	1.3	3.1	<b>2.3</b>
Email	11.4	12.2	<b>12.0</b>	14.3	13.3	<b>13.4</b>	53.0	48.9	22.2	<b>35.5</b>	51.5	62.3	20.3	<b>34.5</b>
Workshops	0.0	3.4	<b>2.5</b>	3.3	1.9	<b>2.1</b>	1.1	2.3	2.2	<b>1.9</b>	2.1	2.5	1.0	<b>1.5</b>
Press releases	8.1	4.4	<b>5.4</b>	3.8	5.0	<b>4.8</b>	0.0	0.0	2.5	<b>1.4</b>	2.6	1.3	3.6	<b>3.0</b>
Social media Channels	-	-	-	-	-	-	0.6	1.1	7.3	<b>4.3</b>	2.6	-	7.5	<b>5.1</b>
Other	0.0	0.0	<b>0.0</b>	1.1	1.3	<b>1.2</b>	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

**Percentage of PCBS' data usage by the purpose of use, user's status and the year**

Purpose of using data	User status/year													
	2010			2013			2016				2019			
	Individuals	Institutions	Total	Individuals	Institutions	Total	Individuals	Institutions	Website users	Total	Individuals	Institutions	Website users	Total
Research and Studies	77.6	87.2	<b>80.2</b>	71.7	86.8	<b>74.3</b>	88.5	70.5	81.6	<b>81.9</b>	85.6	83.8	84.8	<b>84.9</b>
Planning	53.3	30.9	<b>47.3</b>	62.6	34.1	<b>57.7</b>	31.6	58.0	31.7	<b>35.7</b>	31.4	57.5	29.8	<b>33.6</b>
Monitoring and Evaluation	36.5	18.8	<b>31.8</b>	24.8	18.1	<b>23.7</b>	12.1	28.4	15.6	<b>16.5</b>	9.8	27.5	16.2	<b>15.7</b>
Advertising and media	14.8	14.1	<b>14.6</b>	12.1	13.2	<b>12.3</b>	4.0	2.3	3.2	<b>3.3</b>	3.6	2.5	5.7	<b>4.7</b>
Decision making	48.4	24.8	<b>42.1</b>	31.5	23.1	<b>30.0</b>	27.6	52.3	21.9	<b>28.2</b>	31.4	53.8	25.2	<b>30.5</b>
Press reports	25.8	10.1	<b>21.6</b>	26.1	22.0	<b>25.4</b>	8.6	30.7	7.6	<b>11.4</b>	11.3	30.0	12.9	<b>14.5</b>
Legal issues	12.7	9.4	<b>11.8</b>	10.8	12.1	<b>11.0</b>	5.7	11.4	3.8	<b>5.5</b>	7.2	7.5	4.9	<b>5.9</b>
Other	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10.8	11.3	14.9	<b>13.3</b>

**Percentage of PCBS data usage by frequency, the user status and year**

Frequency	User status/year													
	2010			2013			2016				2019			
	Individuals	Institutions	Total	Individuals	Institutions	Total	Individuals	Institutions	Website users	Total	Individuals	Institutions	Website users	Total
Daily	4.0	13.6	<b>11.1</b>	1.1	2.4	<b>2.2</b>	2.9	5.7	7.6	<b>5.9</b>	5.7	12.5	7.5	<b>7.5</b>
Weekly	8.7	17.0	<b>14.8</b>	7.7	9.5	<b>9.2</b>	15.5	10.2	20.3	<b>17.3</b>	10.3	12.5	17.2	<b>14.6</b>
monthly	11.4	40.2	<b>32.5</b>	18.1	20.0	<b>19.7</b>	20.1	17.0	21.0	<b>20.1</b>	10.8	27.4	20.3	<b>18.4</b>
Quarterly	-	-	-	6.6	8.6	<b>8.3</b>	10.3	9.1	5.7	<b>7.6</b>	8.2	8.8	5.4	<b>6.6</b>
annually	-	-	-	8.2	12.8	<b>12.0</b>	4.6	6.8	2.9	<b>4.0</b>	5.7	3.8	3.3	<b>4.1</b>
Irregular (when needed)	75.9	29.2	<b>41.6</b>	58.3	46.7	<b>48.6</b>	46.6	51.2	42.5	<b>45.1</b>	59.3	35.0	46.3	<b>48.8</b>
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

## 2.9. Semi-regular interviews

Seven representatives of institutions were interviewed (3 universities, a media institution - Raya, OCHA, the Ministry of Health and a research institution – MAS). The aim was to deepen the understanding of the results and confirm them. This was done by asking a number of questions and talking to them about some statistical results<sup>2</sup>.

**Regarding the general satisfaction** with the statistical data, all those who were interviewed confirmed their satisfaction with the services provided by PCBS. They also confirmed the satisfaction level with the quality of the outputs of PCBS work which got high satisfaction rates. They indicated that PCBS in terms of efficiency and effectiveness deserves this level of high satisfaction (*PCBS is one of the best national institutions in terms of performance and commitment. Furthermore, the means that are used for studies and surveys are reliable, services are provided quickly in addition to tactful and professional treatment. We are provided with statistical data constantly and continuously even without asking through press releases and electronic links. Services are easy, accurate, varied and free of charge for everyone, they are even better than expected. PCBS collects and provides data continuously. They are constantly renewing and updating data*).

In yet another aspect, some indicated that there are memoranda of understanding and cooperation agreements between their institutions and PCBS, which facilitate obtaining the data they need, especially the Public Use Files.

On the other hand, some people say that there are some weaknesses that weaken the level of satisfaction. For example, there is a major weakness in how data is presented and in marketing information- dissemination and communication. This may be a general weakness of most statistical centers in various countries of the world. Some pointed out to the difficulty / inability of obtaining unpublished data despite signing memoranda of understanding with PCBS – as they entirely rely on certain surveys - such as population and MICS - in planning, preparing strategies, decision-making, preparing vital indicators, studies and others. They also indicated that sometimes it is difficult to access information on the website (historical data – previously published information – that exists in a certain search engine and new data found in another search engine) and sometimes the lack of certain data, e.g. data about lands.

**In regard to goals and purposes of data use**, they indicated that the data of PCBS in general serve the planning and decision-making process. But, the problem might be that the Palestinian planner and decision-maker does not rely much on the data in planning and decision-making, as this percentage came in second place after studies and research purposes. The highest percentage of data is used in research and studies, due to many reasons that include (the big number of those who carry out studies and research, perhaps for academic reasons - undergraduate and master's students, the abundance and diversity of development studies, baseline data studies, end-projects

---

<sup>2</sup>see annex 4.1 “interviews questionnaire”

data studies, feasibility studies, and the fact that many institutions that does planning and decisions making depend on preliminary studies).

At the same time, they indicated the variety of objectives of their use of data such as planning, designing indicators, developing strategies, making decisions, designing development programs and projects, academic and economic studies and research, etc. This confirms the importance of PCBS' data, users' reliance on it and the variety of use purposes.

**As for the relationship with PCBS and ways of communicating with it**, the PCBS' page on Facebook is the most preferred way to communicate with PCBS among other pages on other social media sites. This is due to the fact that Facebook is the most used site and that other sites are not used frequently locally as well as people's poor knowledge of the uses of other social media sites. Also, people do not consider these sites as official means of communication, and sometimes it may be prohibited from use by government bodies.

In general, specialized users go directly to the website, where data is available and easy to access, and use e-mail. However, they have some comments and improvement ideas in this regard, including: that data are not published as complete time series - such as the GDP. they also added that it was easier to use the website previously because it is now very crowded with information and includes a lot of data, especially for ordinary people, which makes it difficult for them to access the required data. When searching for specific publications and data, the search engine leads the browser in several successive, detailed, and sometimes confused steps (*searching within the PCBS' website leads to a Google page and pages that are not related to the search*).

**In regard to data presentation**, the way it is presented in general is good, comfortable, convenient, reader-friendly, it includes guidelines, terms of quotation, regulations, restrictions, etc.

Nevertheless, there are some comments. For example, the tables are published in the old traditional way. Accordingly, interactive indicators data must be prepared and published through the Dash Board, to enable people to obtain the data and tables they need. Moreover, some information is difficult to access as it is necessary to contact PCBS for guidance. Statistics are arranged alphabetically and sometimes the keywords that are used do not exist in this order. There is a need to simplify press releases in a way that suits the average citizen or journalist (specialized statistical words). It is full of texts almost have no charts and illustrations, and the updating of data should also be faster as some of them are old and not updated.

**As for the need for detailed data and other censuses**, there were some notes about the unavailability of detailed data on the website or the PCBS' publications, and that it is difficult when approaching PCBS to request unpublished data.

**As for Users Services Division**, the employees in this division are in general professionals and excellent in dealing with clients. Their service is fast and they are tactful and kind in dealing with users. They provide accurate guidance and advice - although the user who asks for data is not

informed of its inavailability. Moreover, everything is perfect when dealing with people known to the Division / PCBS or if they represent official agencies.

**Regarding PCBS' response to users' expectations,** they indicated that in terms of continuous development and meeting the needs, PCBS is responsive to users' expectations. There has been a continuous development processes on the website during the last 5 years. This result is not surprising as most of the clients believe that the PCBS leadership cherishes development and improvement, in response to the needs of international institutions and donors, as they have been doing so over the years.

## 2.10. Discussion and conclusions

The researcher, in light of the above-mentioned statistical results, has made a set of conclusions on which he built some recommendations as follows:

1. It is a great step for the Palestinian Central Bureau of Statistics to keep measuring the users' satisfaction with its data and services for the sixth time in a row, assuring on the institution approach that is "Customer Oriented" and their listens to their opinions to upgrade and develop the level of its services.
2. This survey has provided a multiple and varied development opportunities for PCBS, as a number of vital indicators that form the basis for a development plan for its services have been measured to satisfy the users' needs for its statistical data and services.
3. The data and services users - for the three target groups – come from four regions<sup>3</sup> which are: West Bank, including Jerusalem, Gaza Strip, and the occupied Palestinian territories in 1948, and outside Palestine. This reflects the comprehensiveness in the geographical coverage of users wherever they are, despite the variation in percentages and despite the fact that the vast majority of respondents are from West Bank.
4. There is a balance between male and female individual users, with the majority of educated groups and holders of university degrees (bachelor's, masters and doctorate) respondents. This reflects the PCBS' ability to bring benefit different educational and professional categories.
5. Institutions that benefit from the services of PCBS are distributed to several institutional groups (ministries, governmental and semi-governmental institutions, local bodies, private institutions, international institutions, and other types of institutions (universities and institutes, civil, non-governmental and charitable institutions, media institutions, research and studies institutions). The first category represented a little less than half, which reflects PCBS' ability to benefit all sectors of institutions.
6. PCBS data usages were for individual and institutional ones - with varying degrees among the users of the website.
7. User's relationship with PCBS: "Facebook" is the most preferred method for most users to communicate with PCBS. Still, we find that the website is the first preferred portal for obtaining data, and then e-mail comes as the second preferred channel. This indicates PCBS' ability to open different means to access its services, and that among these means is what suits the users' preferences and capabilities.
8. Normally, users often use data when they need it and there are those who use it on a regular basis. Hence, users depend on the services of PCBS to fulfill their various needs, especially research ones - as the use of data in research and studies purposes was at very high rates among all users and at lower rates for planning and decision-making purposes. This explains PCBS' maintaining of first place among other sources of user access to statistical data at very high rates, noting that ministries, government institutions and private institutions depend almost completely on PCBS as a source of data.
9. Accordingly, in light of these conclusions, it is expected that users have a high level of overall satisfaction with the data and services provided by PCBS, despite the fact that it's slightly a lower level among the users of the website. We also find that international

---

<sup>3</sup>According to the variables of the question of geographical distribution

- institutions and other institutions are completely satisfied with 100%, whereas ministries and governmental and private institutions are very close to this percentage.
10. The rate of general satisfaction with the quality of statistical services provided by PCBS among users of the website has also increased.
  11. Individuals were more satisfied than institutions with the quality of a number of statistical products provided by PCBS. Then the users of the website came in third place, and this was represented by satisfaction with the quality of statistical reports.
  12. In general, users' satisfaction rate with PCBS' website on social media, according to specific terms, is relatively high. However, some social media pages of PCBS have received low satisfaction rates (the PCBS' website on Twitter received the lowest satisfaction rate from individuals and users of the website, and the PCBS' page on Instagram had the lowest satisfaction rate among institutions).
  13. The average satisfaction rate of all users with PCBS' official website was relatively high, especially among institutions. In particular, the highest percentage of users' satisfaction was with the availability of statistical data on the website in multiple formats (Excel, HTMLWord, PDF), while the tool intended to helping people with special needs in using the website and the students' section on the website had the lowest percentage of satisfaction.
  14. The satisfaction rate in regard of User Service Division had also increased according to specific terms, in which the satisfaction with courtesy and kind treatment came in the first place among other terms, while the satisfaction with the ability of the User Service Division to provide guidance and advice was the lowest.
  15. The level of satisfaction ranged from relatively high to high for a number of variables such as workshops, conferences and seminars organized by PCBS, whereas satisfaction rate with press releases was high, and satisfaction rate with quality dimensions in general was relatively high.
  16. Satisfaction rate with the quality of general statistics data - censuses and surveys - was also high, among which the satisfaction with the population and housing census was very high. Demographic and social statistics got a relatively high level of satisfaction, as were the economic, geographical and environmental statistics.
  17. Users' rate regarding the need for PCBS to develop its work ranges from low to medium and for various sub-variables. Initially starting with the way of presenting statistical data in tables and charts, the website, Microdata for Public use Files (PUF), providing more detailed statistical data, changing the way reports are presented, and finally improving timing and coverage of new surveys. However, if we combine the percentages of each of the great need for development with the medium need for development, the results confirm the need for PCBS to make effort to develop all the terms included in the evaluation.
  18. As for the level of PCBS' response rate to the user's expectations, it was equal to the expectations for more than half of the users.
  19. It is possible to summarize a number of conclusions through the observations of the semi-regular interviews - the qualitative / quantitative section of the survey, which are:

.20

- a) The qualitative study's impressions, evaluations and tendencies are almost in a perfect harmony, and in various fields, with that of the quantitative study. It

provided clear and specific explanations and emphasized the statistical concepts and conclusions drawn from the quantitative study.

- b) It is also confirmed that PCBS, with its efficiency and effectiveness of its performance, deserves that high level of satisfaction that the statistical results showed, as it provides its services at high levels, as users find it responsive to their expectations despite the constant need for development in the form and content of the service and presentation.
- c) The importance of the data and services provided by PCBS was also emphasized though the variety of the purposes of use, such as planning, making decisions, formulating strategies, vital indicators, research and studies of various kinds.
- d) The results of the quantitative study indicated that users go through the website to obtain data, even though, in their opinion, it needs some kind of development and modernization with regard to search mechanisms and content presentation. To obtain data, users also use e-mail, contacting PCBS or visiting the User Services Department. This department was mentioned as a good one when dealing with clients/users, with the need for development and more attention in the aspect of follow-up and providing unpublished data.
- e) It turns out that there is a need to conduct other important surveys that serve researchers, scholars, and institutions that have special interests, such as health, land, water, settlements, economic and other ... etc.



## **2.11. Recommendations**

Upon reviewing these conclusions, a set of recommendations can be presented to PCBS. These recommendations must be taken into consideration and a move forward should be taken to implement them in order to sustain development of PCBS' products and services, in order to raise the level of users' satisfaction with statistical data. These recommendations are as follow:

1. PCBS continues to evaluate users 'satisfaction with the statistical data and services periodically (every three years) in order to ensure that users' emerging and always changing needs are met fulfilled. This will keep PCBS in a leading and advanced position among other similar institutions.
2. PCBS spares no effort to keep up with changes and rapid development that are taking place globally, especially in technologies, including: means of communication, awareness and information dissemination through the media, online applications and social media sites. Those efforts have made PCBS the focus of attention of its followers and data users. In the same context, PCBS can choose and employ the appropriate and modern technology, such as getting back to historical data tabulation but in a better way through utilizing the modern and fact tools (e.g., the Business Intelligent Platform).
3. PCBS Brand: the trend towards owning and enhancing the branding of PCBS in terms of color, gradations, font, logo, etc. and using it in reports, log-in pages, user interfaces and all publications.
4. Relationship with official authorities:
  - a) Emphasizing the importance of strengthening the relationship between PCBS, ministries, and the executive authorities and decision-makers, so that PCBS' data is used effectively and permanently.
  - b) Emphasizing the importance role of PCBS, to the ministries and institutions that consider it to fulfill their roles in the process of data acquisition. The PCBS is not a substitute for them, but rather it is the official and central authority to issue official numbers in cooperation with everyone and by making partnerships and memorandum of understanding with them and activating previous agreements. In addition, emphasizing that the role of ministries and institutions is to use the data for detailed analysis and to employ these figures and assign them to the decision maker.
  - c) Dealing more smoothly with official institutions and without complexity in order to facilitate work and benefit from data.
  - d) Facilitating the process of obtaining unpublished data for internal purposes in government institutions.
5. Regarding data dissemination, presentation, promotion and display:
  - a) Developing the method of communication and publishing so that publishing is easy for those looking for information and continuous communication with users.
  - b) Ensuring that the data is updated continuously and the indicators data is updated periodically and regularly.

- c) Presenting information in an easy and appropriate way for all categories.
  - d) Developing the way of presenting tables and charts.
  - e) Developing the way reports are presented on PCBS' sites.
  - f) Providing more detailed data in various topics.
  - g) Changing the current status of tables from "static" to "dynamic" and paying attention to the role of interactive indicators and developing it as an alternative to static tables.
  - h) Ensuring the continuity of placing copies of PCBS data in the libraries of all universities for public use in the form of MPF, in order to encourage students - especially undergraduate students - to use the data and research.
  - i) Promoting and familiarizing students and professors in universities with the data that are provided periodically and permanently.
  - j) Simplifying press releases further to be in a language and style that is understood by all users and the public.
6. The Website:
- a) Promoting the process of website and social media development and keep updating it with available data.
  - b) Improving the searching process on the website, facilitating access to data, making keyword search better than the current one, and shortening the steps in the search process on the website.
  - c) Presenting the data time series in reverse chronological order from newest to oldest.
  - d) Providing a direct response service to the inquiries of the social media users.
  - e) Providing MPU on the website without conditions, and that it is accessed when conducting a search on the site, as well as facilitating the process of requesting access to data.
  - f) Addressing problems facing researchers in the search process on the website, as the website navigates to Google page sometimes.
7. Improving the means of communication through e-mail and the continuous updating of the PCBS' website on Facebook to become an interactive and constantly active page, as well as the rest of the sites, especially LinkedIn, Twitter and Instagram, in order to expand the geographical coverage outside Palestine.
8. Enhancing the ability of the employees in the User Services Division to provide advice and guidance to those in need of assistance, organize the registration and requests documentation process. Also, designing an online program for registration and follow-up that documents the names and contact addresses and the types of those requesting the service through:
- a. Developing the public services database because it is a rich source of information.
  - b. Amending data request reception form so that all basic identifying data are fulfilled (this data becomes mandatory).
  - c. Working on providing a mini-questionnaire that measures the satisfaction of data users so that it is sent with responses to services division (one question such as general satisfaction with the service).

9. Forming a team of PCBS staff (User Services Division) to improve the quality of services and improve the satisfaction of the users. This can be achieved through addressing the results of this survey, taking each table separately, studying and analyzing it. Thus, they will be able to develop detailed and specific recommendations regarding indicators that would improve the quality of services, raise the level of satisfaction with them and ensuring that PCBS response to user expectations is excellent.
10. In regard to censuses and new surveys:
  - a) Conducting other surveys such as sustainable development, governance, relationship of building settlements with water and land, the informal economy, civil organizations, women's economy, humanitarian indicators describing various vulnerable groups<sup>4</sup>.
  - b) Finding approved economic methodologies to identify important and required indicators, such as linking local production with importers.
11. Preparing a study in cooperation between the public services and each statistical department separately to evaluate its statistical indicators in terms of their availability and the possibility of availability in the future. Additionally, studying the possibility of covering new statistical topics or expanding the ability of covering new indicators and geographical detailed levels, based on the public services database and what users require.
12. Publishing the report of this survey to users as an example of transparency in providing the service.

---

<sup>4</sup> OCHA representative indicated that they will work with PCBS to write Humanitarian Indicators that describe the various vulnerable groups as this is not currently covered.



## Chapter Three

**Methodology**

---

This chapter includes a presentation of the survey objectives questionnaire, framework and sample, field operations, supervision and follow-up, as well as data processing

**3.1 Survey Objectives**

In general, this survey aims to accurately identify the users' opinions about PCBS' ability to meet the required services in terms of quality, appearance, content and ability to access, in order to help PCBS carry out a comprehensive review of its work and future plans.

This survey aims specifically to identify the following:

1. The satisfaction of PCBS' data users, including institutions, individuals and users of the webpage, with the services and data provided by PCBS.
2. The best way for users to obtain data or services issued by PCBS.
3. The purpose of using PCBS data.
4. The extent of satisfaction with the quality of the statistical products provided by PCBS.
5. The users' satisfaction with the website, PCBS' pages on social media, the User Service Department, workshops, conferences and seminars, and press releases.
6. The extent of users' satisfaction with the quality dimensions in relation to the statistical data.
7. The percentage of fields of development (areas that need development) from the users' point of view in specific areas.

**3.2 Survey Questionnaire**

The used research methodology in implementing this survey employed both quantitative and qualitative research methods by using two research tools with the study sample. The first was quantitative, namely self-administered online research questionnaires; consisted of three questionnaires that targeted PCBS' website users, institutions benefiting from PCBS' services and the individuals who used PCBS' data during 2019 independently. The second method was a semi-structured interview with a number of stakeholders.

When designing these three questionnaires, the users' satisfaction survey questionnaires implemented in 2016 was used as a base for developing this survey questionnaire. When designing the 2016 survey questionnaires, several considerations were taken into account such as the most important indicators, variables and measures that evaluate issues related to the satisfaction of data users. It also included indicators that help in measuring the extent to which PCBS meets the needs of users. International studies and experiences were taken into consideration this regard, especially the Eurostat, British statistics, the Croatian and the Greek, as it was clearly possible to benefit from these experiences.

As will be shown later, the three questionnaires have also been updated by either adding questions or deleting or modifying some. This was done to modify the current study, in response to recommendations by the technical committee and in accordance with the research requirements of this round.

It was necessary for this questionnaire to have appropriate technical specifications for data collection, entering and cleaning in an automatic, proper and simultaneous manner since questionnaires are considered the main tool for data collection and since data were electronically collected (data collection).

The users 'satisfaction survey questionnaire 2019 for institutions and individuals<sup>5</sup> contained six sections. These were the identification data (7 questions for the individuals' questionnaire and 9 questions for the institutions' one), the relationship with PCBS (5 questions), overall satisfaction (two questions), satisfaction with the services provided by PCBS (6 questions), the satisfaction with the quality dimensions in respect to various statistics (5 questions), and finally, fields of development and response to expectations (two questions). Meanwhile the survey questionnaire for the users of the website consisted of two parts: general data (5 questions), and overall satisfaction and satisfaction with the services provided by PCBS (6 questions).

As for the semi-regular interviews, seven representatives of institutions, who answered the study questionnaires, were targeted and asked a number of questions. It provided clarification of some statistical issues, enriched the analysis process, and gave an opportunity for the respondents to freely express their opinions and attitudes towards the services of PCBS.

### **Drafting Questions:**

Two approaches were used to draft the questions in this survey: the overall approach and the detailed approach:

- a) Overall approach: users were asked to evaluate the services and products provided by PCBS - in general - in light of their experiences in using them.
- b) Detailed approach: users were asked to rate their satisfaction with each element of services and products provided by PCBS, taking into account the various motivations of users' behavior - specific /detailed indicators.
- c) In addition to the two previous approaches, the satisfaction scale was used while developing questions, as follows:
  - i. Scale of satisfaction: a five-point scale (very satisfied - satisfied - Neutral - unsatisfied - very unsatisfied) with the addition of a sixth choice, which is don't use / do not know.
  - ii. The questions used in semi-regular interviews in this survey were open-ended questions (as this form of questions allows the respondent to freely express a point or points of views).

The updates that took place on the research questionnaires for this round were as follows:

---

<sup>5</sup>Both the institutions 'and the individuals' questionnaire are completely identical except for the first section (the identification data for each category)

The website questionnaire: In the second part of it, new elements have been added to the evaluation fields targeted in the third question <sup>6</sup>(B3), such as the social media sites of PCBS. The same thing happened in the fourth question (B4)<sup>7</sup>, where fields related to other aspects of satisfaction were added. On the other hand, two questions were added to this form; Question (B5) related to satisfaction with the social media pages of PCBS - in certain aspects; and question (B6), which was related to rating the PCBS' response to users' expectations.

Individuals and institutions' questionnaire: both questionnaires will be explained, as they are identical as indicated above.

In the second section, a question regarding the preferred method of receiving PCBS data (B4) was removed. Another question was added to assess the level of satisfaction with the favorite social media page to communicate with the PCBS (B5).

As for the third section (overall satisfaction), other areas of evaluation have been added in question (C2). The same thing happened to Question (D1) in section four. Question (D2) has undergone modifications in the “answer” parts. A new question was added to this section (D6) related to satisfaction with the statistical reports issued by PCBS from various aspects.

In the fifth section, regarding satisfaction with the quality dimensions, an addition has been made to fields of question (E2), satisfaction with the quality dimensions in relation to economic statistics. The same applied to question (E4) related to demographic and social statistics, as the fields were added to it as well.

In the sixth section, a question (F2) has been added regarding the extent to which PCBS responds to the users' expectations.

### **3.3 Frame and sample**

#### **3.3.1 Target population**

The target population for user satisfaction survey 2019 consists of:

1. All institutions inside and outside Palestine who are beneficiaries and users of the services and products of the Palestinian Central Bureau of Statistics during the period from 1/1/2019 to 31/12/2019 and include:
  - Ministries, governmental sector, semi-governmental, or local council.
  - Universities or academic colleges
  - Non-governmental or charitable organizations.
  - International organizations
  - Media organizations
  - Private sector organizations.

---

<sup>6</sup>Question: How satisfied are you / your organization with the quality of statistical products and services provided by PCBS?

<sup>7</sup>Question: How satisfied are you / your organization with the website of PCBS in terms of ...

- Research or consultancy

2. . All individuals inside and outside Palestine who are beneficiaries and users of the services and products of the Palestinian Central Bureau of Statistics during the period from 1/1/2019 to 31/12/2019
3. All users (visitors) of the Palestinian Central Bureau of Statistics' website (individuals and institutions) during the survey implementation period from 1/3/2020 to 30/6/2020.

### 3.3.2 Sampling Frame

The sampling frame was divided into three categories:

**The first category is the institutions:** We have prepared the survey framework for this category (Adjustment and revision), based on the database of the User Services Division which PCBS provided us with. The list includes all governmental institutions, ministries and semi-governmental institutions, universities and academic colleges, national organizations, media organizations, companies and private organizations, international organizations, research and studies institutions who are beneficiaries and users of statistical services and products issued by the Palestinian Central Bureau of Statistics during the period from 1/1/2019 to 31/12/2019. The institution frame distribution was as follows:

**Distribution of institutions by the type of institution**

Types of institution	Number of Institutions
Ministries, governmental sector, semi-governmental, or local council.	77
Universities or academic colleges	11
Non-governmental or charitable organizations.	15
International organizations	118
Media organizations	7
Private sector organizations.	47
Research or consultancy	9
<b>Total</b>	<b>284</b>

**The second category is the individuals:** We have prepared the survey frame for this category (adjustment and revision) based on the database of the User Services Division provide by PCBS. It is a list of all individuals inside and outside Palestine, the beneficiaries and users of the statistical services and products issued by the Palestinian Central Bureau of Statistics during the period from 1/1/2019 to 31/12/2019. The number of individuals is 665 according to the database of the User Services Division of the Palestinian Central Bureau of Statistics during that period.

**The third category is the users of the website:** there is no list of users and visitors of the official website of PCBS. Accordingly, work was done to get the data (online questionnaire on the website) from the users directly when they use and enter the official website of PCBS during the period of implementing the survey.



### 3.3.3 Sample Size

The size of the survey sample according to the type of user (previous categories) individuals, institutions, and users of the website was as follows:

#### First: The sample of institutions

The number of institutions using the data or statistical services issued by PCBS was 284. The link of the online survey questionnaire was sent to all institutions. It was expected that a number of institutions would not respond because filling out the questionnaire was optional, so a sample size of 127 institutions was estimated to obtain high-quality results.

The sample size of institutions was calculated using the following equation:

$$n = \frac{Nt^2 p(1-p)}{e^2(N-1) + t^2 p(1-p)}$$

Where:

$t$ : A factor to achieve the 95% level of confidence, where it is about 1.96

$n$ : Sample size

$N$ : Population size (frame size).

$p$ : is the proportion of the main estimate; that is supposed to be 50%.

$e$ : Margin of error, it is about 6.5%.

The sampling rate is 44.7%.

$$\text{Sampling rate} = \frac{\text{Sample size}}{\text{Total frame}} \times 100\%$$

#### Second: the individual sample

The number of individuals using the data or statistical services issued by PCBS was 665. The link of the online survey questionnaire was sent to all of them. Since it was optional to fill out the questionnaire, it was expected that a number of individuals would not respond, so a sample size of 243 individuals was estimated to obtain relevant High quality results

The sample size of individual was calculated using the following equation:

$$n = \frac{Nt^2 p(1-p)}{e^2(N-1) + t^2 p(1-p)}$$

Where:

$t$ : A factor to achieve the 95% level of confidence, where it is about 1.96

$n$ : Sample size

$N$ : Population size (frame size).

$p$ : is the proportion of the main estimate; that is supposed to be 50%.

$e$ : Margin of error, it is about 5%.

The sampling rate is 36.5%.

$$\text{Sampling rate} = \frac{\text{Sample size}}{\text{Total frame}} \times 100\%$$

### **Third: the website users Sample**

The questionnaire was completed by 389 users of the website (individuals and institutions) during the survey implementation period.

#### **3.3.4 Sample design**

The sample is stratified randomized.

#### **3.3.5 Sample strata**

The target population was divided according to the target groups into:

1. Ministries, governmental or semi-governmental sectors and local councils.
2. Private sector institutions.
3. International institutions.
4. Other institutions (universities, institutes and colleges, national organizations media institutions, research and studies organizations).
5. Individuals.
6. Website users.

#### **3.3.6 Levels of data analysis**

1. The overall level (all users, institutions, individuals, and the website users).
2. Institutional level.
3. Individuals level.
4. Website users level.

### **3.4 Field work**

Based on the international studies, experiences and surveys carried out on topics related to measuring user satisfaction, a recommendation had previously been agreed on with PCBS to implement the survey on-line. Accordingly the same recommendation was used for this survey.

Thus, the questionnaires were programmed for the three categories according to the GIZMO<sup>8</sup> in order to be used in collecting survey data online and through the official website of PCBS. The process was completed as follows:

1. The three forms were prepared - as final drafts - in both Arabic and English and approved by the technical committee for the survey.
2. The GIZMO software was used to collect data online, which transferred data directly to an Excel statistical database. It should be mentioned that this software had been tested and found to have advantages, of high quality and easy to use as it is:
  - a. Electronically safe and protected.
  - b. Larger than expected files of data can be uploaded for this survey.
  - c. Work in both Arabic and English languages at the same time, which is needed in this survey.
  - d. The possibility of developing and applying the determinants and controls of research quality. Data from the same person wasn't accepted more than once, not accepting automatic data entry from a robot / software, not allowing navigation without completing the correct answer to the mandatory questions, the possibility of returning to the incomplete questionnaire to complete it, as well as the ability to answer using mobilephones and other devices.

### **3.4.1 Data Collection**

1. In the beginning, a unified official email was prepared for individuals and institutions to inform them that PLAN will implement the User Satisfaction Survey 2019 on behalf of the Palestinian Central Bureau of Statistics. They were informed that the aim of the survey is to measure users' satisfaction with the services and data provided by PCBS. The email encourages and urges them to fill out the survey which will eventually contribute to enhancing the level of answering their needs as users. It was stressed that whoever completes the institution's questionnaire should complete it on behalf of his/her institution (representing the opinion of the institution).
2. The data collection process was carried out using the tools according to the following:
  - a) Uploading both the individuals and institutions questionnaires to the software and link them to survey database sheet, including all its components.
  - b) Sending the link of institutions questionnaire with a letter signed by the head of PCBS requesting cooperation in answering the questionnaire via email to the various target institutions. The email asks them to answer it online and explains that the company is carrying out the survey on behalf of PCBS.
  - c) The same procedure described in point (b) above was done for the sample of individuals.
  - d) As for the website questionnaire, it was uploaded to PCBS' website and programmed to appear to every new visitor of the website during the survey period to answer as well as link it to the GIZMO software.

---

<sup>8</sup> GIZMO is Server of online search services located in the U.S

- e) Before sending out these links, a test of this mechanism was conducted to ensure its accessibility and accuracy of data collection.
  - f) All completed questionnaires were automatically stored in the computerized database on the GIZMO software.
3. The individual user questionnaire who uses PCBS' products for personal (individual) purposes was completed by individuals, while the institutions' questionnaire was completed by the relevant person who used the PCBS' products for institutional purposes (for the use of the organization they work for).
4. As for the website users, the questionnaire was completed by them when they logged in to PCBS official website directly (Web-Based Survey).
5. The survey data collection started and the questionnaires were completed for the three categories according to the following dates:
  - a) Website questionnaire: from 1/3 to 30/6/2020
  - b) Individuals questionnaire: from 29/4 to 30/9/2020
  - c) Institutions questionnaire: from 4/5 to 30/9/2020
6. All data were taken and statistically processed using SPSS to extract the necessary tables for the researcher to analyze and prepare the final report.
7. After extracting the preliminary statistical results, a set of complementary and clarifying questions were drafted and sent to a number of institutions' representatives through a semi-regular direct interview

### **3.4.2 Supervision and follow up**

The IT specialist, in coordination with the project manager at PLAN - the executing company, sent an email to institutions and individuals regarding the completion of the questionnaire, with the launch of the data collection phase (Campaign). This campaign was sent several times as a reminder urging the completion of the questionnaire. In addition, the General Administration of Information and Computer Systems in PCBS uploaded the questionnaire for the users of the website on PCBS' website.

Follow-up was conducted with institutions and individuals on completing the questionnaire, responding to their inquiries, assisting them whenever needed and examining the progress of work on the completion. Follow-up was also conducted with some of them (who didn't complete the questionnaire) by phone in order to help them complete it, answer their inquiries, and to increase the number of responses.

### **3.4.3 Auditing and Coding**

When designing the survey questionnaires for the three categories, audit mechanisms were taken into account to be direct and accurate. They were designed into a coded manner so that there is no need to code them after completion. Thus contributing to increasing the effectiveness and quality of collecting and cleaning survey data, as well as reducing the time and effort in data analysis and cleaning.

### 3.5 Data Analysis

Since people are tending to use technology and modern technologies in all life aspects, especially with regard to data collection due to the positive advantages in improving and enhancing the quality of data, the survey data had been collected online. A set of measures had been taken during the process of designing the questionnaires for the three categories. These measures enhance the accuracy, processing and computing of the data directly and immediately. These measures were as follows:

- Selection of online questionnaire designers with a specialization in the field of programming and computers.
- Designing three online questionnaires to survey the users' satisfaction according to each category: individuals, institutions, and website users. All examination and audit measures were taken into account during the design and upload of the questionnaires to the GIZMO software.
- Drafting and preparing the questionnaires in a way that directly takes into account the automatic audit mechanisms.
- Verifying the effectiveness of the designed questionnaires by uploading experimental questionnaires for the three categories (individuals, institutions, and website users). This is done through uploading some correct and incorrect questionnaires.
- Providing each individual user or institution with its own login link that is different from the others, in order to take into account the accuracy and examination and eliminating double completion.
- After the user fully completes the questionnaire and after pressing the send button, it is sent to the server and stored directly in the database (servers belonging to GIZMO). This enabled the project management to review the data, make the appropriate checks, make the necessary comparisons and identify the number of responses.
- Enabling the project management to see the completed questionnaires, and thus enabling the project management to review and clean the data at any time (if any).
- Receiving files with the updated data continuously throughout the data collection stage, to be checked and audited and to provide assistance to non-respondents.
- The questionnaire is not considered completed until it has been completely and correctly completed.
- There was no need to significantly process data due to the development of a set of controls and automated auditing mechanisms on online questionnaires.

### **3.6 Results presentation**

After the data collection and processing stage was completed, the survey results, the most important indicators and tables were extracted through the use of the SPSS program.

After that, the results were interpreted in light of the concepts of measuring satisfaction and its importance. This is done in order to come up with conclusions, then build recommendations based on them in order to prepare a report that presents the results, conclusions and recommendations with statistical tables, graphs and explanations about quality of products or services.

Some comparisons of user satisfaction data over the years were made to determine the development process and its impact on users (comparing the current study with previous studies). In addition, the study contained the theoretical framework for satisfaction studies, which was enriched with the best peices wirtten in this field by senior researchers and experts.

## Chapter four

## Quality

This chapter includes an explanation of the accuracy and quality of the data in terms of sampling errors and errors not related to sampling, the measures taken to reduce these errors, and the response rates. Also, to address the most important observations received during the implementation of the survey.

### 4.1 Accuracy

Examination of the accuracy of the data includes several aspects in the survey, the most prominent of which are sampling errors due to the use of a sample, as well as errors made by staff or caused by survey tools, in addition to the survey response rates, and the most important impact on variance and estimations.

#### 4.1.1 Sample errors

The data of this survey is affected by sample errors as a result of using a sample of the study population. Therefore, real values will be different from what we expect to obtain from the data. The variance was calculated for the most important indicator, which is the extent of overall satisfaction with the data and services provided by PCBS as shown in the tables below:

**Estimation of the overall satisfaction of the institutions with PCBS' data and services**

variable	Estimation percentage %	RMS error%	confidence interval%95		proportional % error
			Minimum	Maximum	
<b>Satisfied/ very satisfied</b>	97.5	1.8	90.3	99.4	1.8
<b>Neutral</b>	2.5	1.8	0.6	9.7	70.3
<b>Unsatisfied/ Very unsatisfied</b>	-	-	-	-	-

**Estimation of overall satisfaction of individuals with PCBS data and services**

variable	Estimation percentage%	RMS error%	confidence interval%95		proportional error %
			Minimum	Maximum	
<b>Satisfied/ very satisfied</b>	93.3	1.8	88.8	96.1	1.9
<b>Neutral</b>	3.6	1.3	1.7	7.4	37.2
<b>Unsatisfied/ Very unsatisfied</b>	3.1	1.2	1.4	6.8	40.3

**Estimation of the overall satisfaction of PCBS official website users with the data and services provided by PCBS**

variable	Estimation percentage%	RMS error%	confidence interval%95		proportional error %
			Minimum	Maximum	
<b>Satisfied/ very satisfied</b>	81.0	2.0	76.7	84.6	2.5
<b>Nutral</b>	12.8	1.7	9.9	16.6	13.2
<b>Unsatisfied/ Very unsatisfied</b>	6.2	1.2	4.2	9.1	19.8

The previous tables show the estimation for the most prominent variables, and as is evident in the tables that calculate the variance, these variables are mostly accurate.

#### **4.1.2 Non-Sampling Erros**

Non-sampling errors are possible to occur at all stages of project implementation, which would negatively affect the accuracy of the data if they occur. They can be errors that occur during data collection, errors during the design of the questionnaire, errors during data transfer, errors during data entry and processing, errors related to the survey date or errors related to the interviewed. In addition, errors while completing the online questionnaire might be one of the most common errors that we may encounter in this survey.

Therefore, in order to avoid errors and limit their impact, the team made some efforts, the most important of which were:

- During the questionnaire design process, a set of tests were conducted and a set of experimental questionnaires were uploaded for the three categories to check the efficiency of the online questionnaire before starting the data collection process.
- Preparing online survey questionnaires taking into account the rules and mechanisms of automatic auditing.
- During the completion of the questionnaires by the target groups, communications and follow-up was conducted to help them complete and solve problems, if any, either by phone or responding to their inquiries by e-mail.
- Receiving files of completed questionnaires periodically to be checked and audited.

All these measures and others contributed to enhancing the accuracy of the data during all stages of the survey implementation.

#### **4.1.3 Response rates**

The following is an explanation of response and non-response rates, in addition to a mechanism for calculating response and non-response rates for both individuals and institutions:



**Responses by institutions**

<b>Respondents</b>	<b>Number of responses</b>
Responding institution ( <b>completed</b> )	80
Partial response /metadata and other reasons ( <b>incomplete</b> )	47
<b>Total (sample size)</b>	<b>127</b>

**Response and non-response rates**

$$\text{Response rate} = \frac{\text{total responses}}{\text{Sample size}} \times 100\% \approx 63\%$$

$$\text{No-response percentage} = 100\% - \text{response percentage} \approx 37\%$$

**Responses by individuals**

<b>Respondents</b>	<b>Number of responses</b>
Responding individuals ( <b>completed</b> )	194
Partial response /metadata and other reasons ( <b>incomplete</b> )	49
<b>Total (sample size)</b>	<b>243</b>

**Response and non-response rates**

$$\text{Response rate} = \frac{\text{total responses}}{\text{Sample size}} \times 100\% \approx 80\%$$

$$\text{Non-response percentage} = 100\% - \text{response percentage} \approx 20\%$$

**4.2 Survey Limitations**

There are several obstacles / limitations that hindered the implementation of the survey and caused delaying some implementation procedures, including:

1. The individuals and institutions database of beneficiaries- which formed the general framework of the survey field – wasn't accurate with many defects (duplicated names and addresses, name mismatch with address, no phone numbers, e-mail addresses are nameless in some cases, etc)
2. Based on the above-mentioned, great efforts were made and a lot of time was spent on making a final addresses list of users.
3. Data collection took place during lockdown due to "Corona" pandemic, which shifted the priority of completing the questionnaires for many of those who were targeted. Institutions were contacted by phone to urge them to respond, which required more effort and consumed a lot of time.
4. The period of designing and testing the online questionnaires of the survey for the three categories was relatively long. It wasn't as expected due to the length of the questionnaire and the several checks that were made.



## References

---

### Arabic References

- المهيدب. رائد، رضا العملاء والمستفيدين- أفكار تسويقية للمنظمات الربحية وغير الربحية، الطبعة الأولى 2017
- حمود، إدارة الجودة وخدمة العملاء، عمان، دار الميسرة للنشر والتوزيع، 2002
- جودة م، العلاقات العامة مفاهيم وممارسات، عمان، دار زهران، 1999
- قياس رضى العملاء، من أجل بناء قدرات مؤسسية فعالة، سلسلة "الأدلة الإرشادية" التي يصدرها مركز خدمات المنظمات غير الحكومية، مركز خدمات المنظمات غير الحكومية
- خثير. م ومرايمي.أ، العلاقة التفاعلية بين ابعاد جودة الخدمة ورضى الزبون بالمؤسسة، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال – المجلد 3 -العدد 4/2017
- ندى أشرف، الدليل الكامل لقياس رضى العملاء، أكاديمية حاسوب 9 نوفمبر 2015
- أهمية قياس رضى العميل، <https://islamonline.net/26930>، 19 سبتمبر، 2018

### English references

- Studer Q, Results That Last, John Wiley & Sons inc., 2007
- Marriott B, Brown k, The Spirit To Serve, Harper Business, 1997
- Joiner B, Fourth Generation Management, McGRAW-HILL inc. , 1993

### Web sites references

- Gregory Ciotti, Measuring Customer Satisfaction Shouldn't be complicated,  
<https://www.helpscout.com/blog/customer-satisfaction/> June 21, 2016,



## **Annexes**

---

1. Survey Questionnaires
  - 1.1 PCBS website user survey questionnaire
  - 1.2 Individual survey questionnaire
  - 1.3 Institutions survey questionnaire
2. Interviews questions
3. Follow up / supervision of the implementation of the survey by PCBS

**Strategic Management and Planning Consultants PLAN**  
**Users Satisfaction Survey 2019**  
**For the Benefit of Palestinian Central Bureau of Statistics (PCBS)**  
**Sixth Round**

**Website Questionnaire**

The objective of this questionnaire is to measure PCBS data user's satisfaction and to know their needs of services and data to serve them and increase their satisfaction.

Data provided here are used only for mere statistical purposes and are considered highly confidential, according to the General Statistics Law no. (4) of 2000.

**Note: The answer should be relating to 12 month ago (year 2019)**

**Section I: General Data**

<b>A0</b>	Users Type?	Individual	<input type="checkbox"/>
	<b>Please tick <input checked="" type="checkbox"/> where applicable</b> <b>(Can choose more than one answer)</b>	Institution	<input type="checkbox"/>
<b>A1</b>	What is your favorite way to receive PCBS data and services?	1. Phone/ Fax 2. Email 3. Website 4. Visit the Users Services Division 5. Workshops, Seminar, Conferences 6. Press releases 7. Social media Channels	<input type="checkbox"/>
<b>A2</b>	Frequency of using PCBS data?	1. Daily 2. Weekly 3. Monthly 4. Quarterly 5. Annually 6. Irregular (when needed)	<input type="checkbox"/>
<b>A3</b>	For what purpose do you use PCBS data?  <b>(Can choose more than one answer)</b>	1. Research and Studies	<input type="checkbox"/>
		2. Planning	<input type="checkbox"/>
		3. Monitoring and Evaluation	<input type="checkbox"/>
		4. Advertising and media	<input type="checkbox"/>
		5. Decision making	<input type="checkbox"/>
		6. Press reports	<input type="checkbox"/>
		7. Legal issues	<input type="checkbox"/>
		8. Other	<input type="checkbox"/>
<b>A4</b>	Which social media channels do you prefer to communicate with the PCBS?	1. Facebook	<input type="checkbox"/>
		2. Twitter	
		3. LinkedIn	
		4. Instagram	

**Section II: The overall and specific satisfaction with the services provided by PCBS**

<b>B1</b>	Rate the extent of your overall satisfaction with the services and data provided by PCBS?	1. Very Unsatisfied 2. Unsatisfied 3. Neutral 4. Satisfied 5. Very Satisfied	<input type="checkbox"/>
<b>B2</b>	Rate the extent of your overall satisfaction with the quality of statistical products provided by PCBS?	1. Very Unsatisfied 2. Unsatisfied 3. Neutral 4. Satisfied 5. Very Satisfied	<input type="checkbox"/>

**B3: Your Satisfaction with the Quality of the statistical Services and Products provided by PCBS**

Please insert the answer code as appropriate

1. Very unsatisfied   2. unsatisfied   3. Neutral   4. satisfied   5. very satisfied   9. Don't Use/ Don't Know

Code	Satisfaction of	Answer code
B301	Statistical reports	<input type="checkbox"/>
B302	Statistical leaflets	<input type="checkbox"/>
B303	Statistical Press Releases,	<input type="checkbox"/>
B304	Statistical calendar	<input type="checkbox"/>
B305	Statistical Indicators	<input type="checkbox"/>
B306	Microdata for Public Use File (PUF)	<input type="checkbox"/>
B307	Statistical Atlas	<input type="checkbox"/>
B308	Statistical Databases on PCBS website	<input type="checkbox"/>
B309	PCBS Facebook page	<input type="checkbox"/>
B310	PCBS Twitter page	<input type="checkbox"/>
B311	PCBS YouTube Channel	<input type="checkbox"/>
B312	PCBS LinkedIn page	<input type="checkbox"/>
B313	PCBS Instagram page	<input type="checkbox"/>

**B4: Rate the extent of you /your organization satisfaction with the PCBS Website in terms of:**

Please insert the answer code as appropriate

1. Very unsatisfied   2. unsatisfied   3. Neutral   4. satisfied   5. very satisfied   9. Don't Use/ Don't Know

Code	Evaluation Item	Answer Code
B401	Availability of data that you/your organization need on PCBS website	<input type="checkbox"/>
B402	Statistical data and related files downloading speed from PCBS Website	<input type="checkbox"/>

**B4: Rate the extent of you /your organization satisfaction with the PCBS Website in terms of:**

Please insert the answer code as appropriate

1. Very unsatisfied 2. unsatisfied 3. Neutral 4. satisfied 5. very satisfied 9. Don't Use/ Don't Know

Code	Evaluation Item	Answer Code
B403	Ease of browsing the website	<input type="checkbox"/>
B404	Regular update of published data on PCBS website	<input type="checkbox"/>
B405	Statistical data availability as time series on PCBS website	<input type="checkbox"/>
B406	Availability of statistical data in different formats (PDF, Word, Excel, HTML)	<input type="checkbox"/>
B407	Availability of indicators of the Sustainable Development Goals 2030 on the website	<input type="checkbox"/>
B408	Interactive indicators section on PCBS website (indicators.ps)	<input type="checkbox"/>
B409	Students section on PCBS website	<input type="checkbox"/>
B410	Availability of the tool intended to help people with special needs in using the PCBS website	<input type="checkbox"/>
B411	Accessibility to PCBS website using different search engines	<input type="checkbox"/>
B412	Performance of the search engine in PCBS website	<input type="checkbox"/>
B413	Design and consistency of PCBS website	<input type="checkbox"/>
B414	Keeping design consistency while moving from one section to another	<input type="checkbox"/>
B415	The electronic services provided by the website, such as: (calculating the link with the cost of living)	<input type="checkbox"/>
B416	Compatibility of browsing the website through smart phones	<input type="checkbox"/>

**B5: Rate the extent of your /your institution satisfaction with PCBS social media pages in terms of:**

Please insert the answer code as appropriate

1. Very unsatisfied 2. unsatisfied 3. Neutral 4. satisfied 5. very satisfied 9. Don't Use/ Don't Know

Code	Evaluation Item	Answer Code
B501	Availability of various statistical information / news	<input type="checkbox"/>
B502	Continuous publishing of the activities and events implemented by PCBS	<input type="checkbox"/>
B503	Response to inquiries, requests and comments	<input type="checkbox"/>

<b>B6</b>	In general, how do you rate PCBS response to your expectations?	1. Much less than expected 2. Less than expected 3. Equal to expectations 4. More than expected 5. Much more than expected
-----------	---	--

---



**Strategic Management and Planning Consultants PLAN**  
**Users Satisfaction Survey 2019**  
**For the Benefit of Palestinian Central Bureau of Statistics (PCBS)**  
**Sixth Round**

**Individual Questionnaire**

The objective of this questionnaire is to measure PCBS data users satisfaction and to know their needs of services and data to serve them and increase their satisfaction.

Data provided here are used only for mere statistical purposes and are considered highly confidential, according to the General Statistics Law no. (4) of 2000.

**Note: The answer relating to 12 month ago (year 2019)**

**For help:**

If you have any questions or need any help, please call (+972)599311312 or send an e-mail to: center@plansmpc.com

**Section I: General Information**

A 0	Questionnaire code:	<input type="text"/>
A 1	Name: .....	<input type="text"/>
A 2	Gender:	1. Male <input type="checkbox"/> 2. Female <input type="checkbox"/>
A 3	Age:	<input type="text"/>
A 4	Education qualification:	<input type="checkbox"/>
	1. Secondary (Tawjihi) or less	2. Diploma
	3. Bachelor	4. Higher Diploma
	5. Master	6. PhD
A 5	Region:	<input type="checkbox"/>
	1. West Bank (including Jerusalem)	2. Gaza Strip
	3. Palestinian territory occupied in 1948	4. Outside of Palestine
A 6	Mobile number: .....	<input type="text"/>
A 7	Email: .....	<input type="text"/>

**Section II: Relationship with PCBS**

B1	What is your favorite method to receive PCBS data and services?	8. Phone/ Fax	<input type="checkbox"/>
		9. Email	
		10. Website	
		11. Visit the Users Services Division	
		12. Workshops, Seminar, Conferences	
		13. Press releases	
		14. Social media Channels	
B2	Frequency of using PCBS data?	7. Daily	<input type="checkbox"/>
		8. Weekly	
		9. Monthly	
		10. Quarterly	
		11. Annually	
		12. Irregular (when needed)	
B3	For what purpose do you use PCBS data?  (Can choose more than one answer)	9. Research and Studies	<input type="checkbox"/>
		10. Planning	<input type="checkbox"/>
		11. Monitoring and Evaluation	<input type="checkbox"/>
		12. Advertising and media	<input type="checkbox"/>
		13. Decision making	<input type="checkbox"/>
		14. Press reports	<input type="checkbox"/>
		15. Legal issues	<input type="checkbox"/>
		16. Other	<input type="checkbox"/>
B4	In case the data related to Palestine is available from different sources, which source do you prefer?	1. PCBS data	<input type="checkbox"/>
		2. Other Palestinian governmental organizations or ministries data	
		3. International organizations (UN, UNRWA...) data	
		4. Research institutions data	
		5. Others' data	
B5	Which social media channels do you prefer to communicate with PCBS?	5. Facebook 6. Twitter 7. LinkedIn 8. Instagram	<input type="checkbox"/>

**Section III: Overall Satisfaction**

**C1 :Rate the extent of your overall satisfaction towards the services and data provided by PCBS?**

1. Very Unsatisfied    2. Unsatisfied    3. Neutral    4. Satisfied    5. Very Satisfied  
 9.dont use/don't know    ☐

**C2 :Rate your Satisfaction towards the Quality of the statistical Services and Products provided by PCBS**

Please insert the answer code as appropriate

1. Very unsatisfied    2.unsatisfied    3. Neutral    4.satisfied    5.very satisfied    9. Don't Use/Don't Know

Code	Variables	Answer code
C201	Statistical reports	<input type="checkbox"/>
C202	Statistical leaflets	<input type="checkbox"/>
C203	Statistical Press Releases,	<input type="checkbox"/>
C204	Statistical calendar	<input type="checkbox"/>
C205	Statistical Indicators	<input type="checkbox"/>
C206	Microdata for Public Use files (PUF)	<input type="checkbox"/>
C207	Statistical Atlas	<input type="checkbox"/>
C208	Statistical Databases on PCBS website	<input type="checkbox"/>
C209	PCBS Facebook page	<input type="checkbox"/>
C210	PCBS Twitter page	<input type="checkbox"/>
C211	PCBS YouTube Channel	<input type="checkbox"/>
C212	PCBS LinkedIn page	<input type="checkbox"/>
C213	PCBS Instagram page	<input type="checkbox"/>

**Section IV: Satisfaction with the services provided by PCBS****D1: Rate the extent of your satisfaction with PCBS Website in terms of:**

Please insert the answer code as appropriate

1. Very unsatisfied    2.unsatisfied    3. Neutral    4.satisfied    5.very satisfied    9. Don't Use/Don't Know

Code	Evaluation Item	Answer Code
D101	Availability of data that you need on PCBS website	<input type="checkbox"/>
D102	Statistical data and related files downloading speed from PCBS Website	<input type="checkbox"/>
D103	Ease of browsing the website	<input type="checkbox"/>
D104	Regular update of published data on PCBS website	<input type="checkbox"/>
D105	Statistical data availability as time series on PCBS website	<input type="checkbox"/>
D106	Availability of statistical data in different formats (PDF, Word, Excel, HTML)	<input type="checkbox"/>

<b>D1: Rate the extent of your satisfaction with PCBS Website in terms of:</b>		
Please insert the answer code as appropriate 1. Very unsatisfied   2. unsatisfied   3. Neutral   4. satisfied   5. very satisfied   9. Don't Use/ Don't Know		
<b>Code</b>	<b>Evaluation Item</b>	<b>Answer Code</b>
D107	Availability of indicators of the Sustainable Development Goals 2030 on the website	<input type="checkbox"/>
D108	Interactive indicators section on PCBS website (indicators.ps)	<input type="checkbox"/>
D109	Students section on PCBS website	<input type="checkbox"/>
D110	Availability of the tool intended to help people with special needs in using the PCBS website	<input type="checkbox"/>
D111	Accessibility to PCBS website using different search engines	<input type="checkbox"/>
D112	Performance of the search engine in PCBS website	<input type="checkbox"/>
D113	Design and consistency of PCBS website	<input type="checkbox"/>
D114	Keeping design consistency while moving from one section to another	<input type="checkbox"/>
D115	The electronic services provided by the website, such as: (calculating the link with the cost of living)	<input type="checkbox"/>
D116	Compatibility of browsing the website through smart phones	<input type="checkbox"/>

<b>D2: Rate the extent of your satisfaction with the PCBS social media pages in terms of:</b>		
Please insert the answer code as appropriate 1. Very unsatisfied   2. unsatisfied   3. Neutral   4. satisfied   5. very satisfied   9. Don't Use/ Don't Know		
<b>Code</b>	<b>Evaluation Item</b>	<b>Answer Code</b>
D201	Availability of various statistical information / news	<input type="checkbox"/>
D202	Continuous publishing of the activities and events implemented by PCBS	<input type="checkbox"/>
D303	Response to inquiries, requests and comments	<input type="checkbox"/>

<b>D3 : Rate the extent of your satisfaction if you have contacted with Users Services Division (through a visit, a phone call, e-mail or any other way) in terms of:</b>		
Please insert the answer code as appropriate 1. Very unsatisfied   2. unsatisfied   3. Neutral   4. satisfied   5. very satisfied   9. Don't Use/ Don't Know		
<b>Code</b>	<b>Evaluation Item</b>	<b>Answer Code</b>
D301	Knowledge of the Users Services Division employees of their duties	<input type="checkbox"/>
D302	Speed of response and service providing	<input type="checkbox"/>

D303	Ability of guidance and advising	<input type="checkbox"/>
D304	Following-up on users requests	<input type="checkbox"/>
D305	Kindness and good treatment	<input type="checkbox"/>

**D4 :Rate the extent of your satisfaction with PCBS Workshops, Seminars, Conferences in terms of:**

Please insert the answer code as appropriate

1. Very unsatisfied    2.unsatisfied    3. Neutral    4.satisfied    5.very satisfied    9. Don't Use/  
Don't Know

Code	Evaluation Item	Answer Code
D401	Timing of invitation	<input type="checkbox"/>
D402	Timing of executing the Workshops, Seminars and Conferences	<input type="checkbox"/>
D403	Level of event organization and administration	<input type="checkbox"/>
D404	Documents and accompanying material during PCBS Workshops, Seminars, Conferences	<input type="checkbox"/>
D405	Benefits gained from the materials presented in seminars, conferences, or workshops	<input type="checkbox"/>
D406	Variety of topics and having no repetition	<input type="checkbox"/>

**D5 :Rate the extent of your satisfaction with PCBS Press releases in terms of:**

Please insert the answer code as appropriate

1. Very unsatisfied    2.unsatisfied    3. Neutral    4.satisfied    5.very satisfied    9. Don't Use/  
Don't Know

Code	Evaluation Item	Answer Code
D501	Timing of Press releases according to the statistical calendar	<input type="checkbox"/>
D502	Level of benefit from Press releases	<input type="checkbox"/>
D503	Content and Design of Press releases	<input type="checkbox"/>

**D6 :Rate the extent of your satisfaction with PCBS statistical reports in terms of:**

Please insert the answer code as appropriate

1. Very unsatisfied    2.unsatisfied    3. Neutral    4.satisfied    5.very satisfied    9. Don't Use/  
Don't Know

Code	Evaluation Item	Answer Code
D601	Timing of issuing statistical reports according to the statistical calendar	<input type="checkbox"/>
D602	Level of benefit from statistical reports	<input type="checkbox"/>

<b>D6 :Rate the extent of your satisfaction with PCBS statistical reports in terms of:</b>		
Please insert the answer code as appropriate 1. Very unsatisfied    2.unsatisfied    3. Neutral    4.satisfied    5.very satisfied    9. Don't Use/ Don't Know		
<b>Code</b>	<b>Evaluation Item</b>	<b>Answer Code</b>
D603	Content and Design of statistical reports	<input type="checkbox"/>

**Section V: your satisfaction with the quality dimensions**

<b>E1 :Rate the extent of your overall satisfaction with quality dimensions in regards to the statistical data.</b>		
Please insert the answer code as appropriate 1. Very unsatisfied    2.unsatisfied    3. Neutral    4.satisfied    5.very satisfied    9. Don't Use/ Don't Know		
<b>Code</b>	<b>Evaluation Item</b>	<b>Answer Code</b>
E101	Relevance The extent of which data would meet real users' needs	<input type="checkbox"/>
E102	Accuracy The extent of matching between PCBS data and reality of the surveyed phenomenon	<input type="checkbox"/>
E103	Timing and regularity Timing: period of time between data availability and the event or time they describe. Regularity: The period between the actual date of issue and the planned date.	<input type="checkbox"/>
E104	Accessibility and clarity Accessibility: Ease of getting statistical information Clarity: Ease of using appropriate form and content	<input type="checkbox"/>
E105	Comparability Comparison of the statistical data according to time series, geographical distribution and different partials of study population	<input type="checkbox"/>
E106	Coherence Existence of different methodologies leads to consistent results in statistical outputs.	<input type="checkbox"/>
E107	Completeness Availability of all needed statistics	<input type="checkbox"/>

<b>E2 :Rate the extent of your overall satisfaction with quality dimensions in respect to PCBS economic statistics you use.</b>		
<b>Please go back to E1 for the definitions of the quality dimensions</b>		
Please insert the answer code as appropriate 1. Very unsatisfied    2.unsatisfied    3. Neutral    4.satisfied    5.very satisfied    9. Don't Use/ Don't Know		

Code	Evaluation Item	Answer Code
E201	National accounts	<input type="checkbox"/>
E202	Balance of payment	<input type="checkbox"/>
E203	Foreign trade	<input type="checkbox"/>
E204	Prices and price indices	<input type="checkbox"/>
E205	Constructions	<input type="checkbox"/>
E206	Statistics of transport, storage and transport outside the establishments	<input type="checkbox"/>
E207	Information and communication	<input type="checkbox"/>
E208	Internal trade	<input type="checkbox"/>
E209	Services	<input type="checkbox"/>
E210	Industry	<input type="checkbox"/>
E211	Government finance, insurance and foreign investments	<input type="checkbox"/>
E212	Olive presses	<input type="checkbox"/>
E213	Economic performance	<input type="checkbox"/>

**E3 :Rate the extent of your overall satisfaction with quality dimensions in respect to PCBS geographic and environmental statistics you use?**

**Please go back to E1 for the definitions of the quality dimensions**

Please insert the answer code as appropriate

1. Very unsatisfied   2.unsatisfied   3. Neutral   4.satisfied   5.very satisfied   9. Don't Use/  
Don't Know

Code	Evaluation Item	Answer Code
E301	Tourism	<input type="checkbox"/>
E302	Housing conditions	<input type="checkbox"/>
E303	Environment	<input type="checkbox"/>
E304	Water	<input type="checkbox"/>
E305	Energy	<input type="checkbox"/>
E306	Land use	<input type="checkbox"/>
E307	Agriculture	<input type="checkbox"/>

**E4 :Rate the extent of your overall satisfaction with quality dimensions in respect to PCBS population and social statistics you use?**

**Please go back to E1 for the definitions of the quality dimensions**

Please insert the answer code as appropriate 1. Very unsatisfied   2. unsatisfied   3. Neutral   4. satisfied   5. very satisfied   9. Don't Use/ Don't Know		
Code	Evaluation Item	Answer Code
E401	Population and demographic	<input type="checkbox"/>
E402	Labor	<input type="checkbox"/>
E403	Science and technology	<input type="checkbox"/>
E404	Standards of living	<input type="checkbox"/>
E405	Education and culture	<input type="checkbox"/>
E406	Health	<input type="checkbox"/>
E407	Justice and security	<input type="checkbox"/>
E408	Gender	<input type="checkbox"/>
E409	Child	
E410	Violence	

<b>E5 :Rate the extent of your overall satisfaction with quality dimensions in respect to PCBS censuses do you use?</b>		
<b>Please go back to E1 for the definitions of the quality dimensions</b>		
Please insert the answer code as appropriate 1. Very unsatisfied   2. unsatisfied   3. Neutral   4. satisfied   5. very satisfied   9. Don't Use/ Don't Know		
Code	Evaluation Item	Answer Code
E501	Population and housing census	<input type="checkbox"/>
E502	Establishments census	<input type="checkbox"/>
E503	Agriculture census	<input type="checkbox"/>
E504	Maps	<input type="checkbox"/>



**Section VI: Development fields****F1: Rate the need for PCBS to develop its work in respect to:**

Answer code:

(1.great need for development      2. Medium need for development      3. Neutral  
 4. Slight need for development      5. No need for development      9.dont know)

Code	Evaluation Item	Answer Code
F101	Data presentation in tables and charts	<input type="checkbox"/>
F102	PCBS website	<input type="checkbox"/>
F103	Microdata for Public Use files (PUF)	<input type="checkbox"/>
F104	Provide more detailed statistical data	<input type="checkbox"/>
F105	Change the format of statistical reports	<input type="checkbox"/>
F106	Timing improvement (more rapid provision of recent statistical data)	<input type="checkbox"/>
F107	Coverage of new surveys	<input type="checkbox"/>

<b>F201</b>	In general, how do you rate PCBS response to your expectations?	1. Much less than expected 2. Less than expected 3. Equal to expectations 4. More than expected 5. Much more than expected
-------------	---	--

---

**Strategic Management and Planning Consultants PLAN**  
**Users Satisfaction Survey 2019**  
**For the Benefit of Palestinian Central Bureau of Statistics (PCBS)**  
**Sixth Round**

**Institutions Questionnaire**

The objective of this questionnaire is to measure PCBS data users satisfaction and to know their needs of services and data to serve them and increase their satisfaction.

Data provided here are used only for mere statistical purposes and are considered highly confidential, according to the General Statistics Law no. (4) of 2000.

**Note: The answer relating to 12 month ago(year 2019) , and it represents the organization and not the data provider.**

**For help:**

If you have any questions or need any help, please call (+972)599311312 or send an e-mail to: center@plansmpc.com

**Section I: General Information**

A0	Questionnaire Code	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
A1	Institutions' name .....	
A2	Region: 5. West Bank (including Jerusalem) 7. Palestinian territory occupied in 1948	6. Gaza Strip 8. Outside of Palestine
A3	Institutions' phone number .....	
A4	Institutions' Email: .....	
A5	Data provider name: .....	
A6	Data provider title: .....	
A7	Data provider mobile number: .....	
A8	Data provider email: .....	
A9	Institutions type ( <b>main category</b> ): 1. Ministry or government sector organization, semi government or local council 2. University or Academic college 3. Palestinian NGO or charitable organization 4. International Organization 5. Media organization 6. Private sector Organization 7. Research or consultancy	

**Section II: Relationship with PCBS**

B1	What is the favorite method at your organization to receive PCBS data and services?	15. Phone/ Fax 16. Email 17. Website 18. Visit the Users Services Division 19. Workshops, Seminar, Conferences 20. Press releases 21. Social media Channels	<input type="checkbox"/>
B2	Frequency of using PCBS data?	13. Daily 14. Weekly 15. Monthly 16. Quarterly 17. Annually 18. Irregular (when needed)	<input type="checkbox"/>
B3	For what purpose do you use PCBS data?  <b>(Can choose more than one answer)</b>	17. Research and Studies	<input type="checkbox"/>
		18. Planning	<input type="checkbox"/>
		19. Monitoring and Evaluation	<input type="checkbox"/>
		20. Advertising and media	<input type="checkbox"/>
		21. Decision making	<input type="checkbox"/>
		22. Press reports	<input type="checkbox"/>
		23. Legal issues	<input type="checkbox"/>
	24. Other	<input type="checkbox"/>	
B4	In case the data related to Palestine is available from different sources, which source do your organization prefer?	6. PCBS data 7. Other Palestinian governmental organizations or ministries data 8. International organizations (UN, UNRWA...) data 9. Research institutions data 10. Others' data	<input type="checkbox"/>
B5	Which social media channels do your organization prefer to communicate with PCBS?	9. Facebook 10. Twitter 11. LinkedIn 12. Instagram	<input type="checkbox"/>

**Section III: Overall Satisfaction**

**C1 :Rate the extent of the overall satisfaction of your organization with the services and data provided by PCBS?**

2. Very Unsatisfied    2. Unsatisfied    3. Neutral    4. Satisfied    5. Very Satisfied  
 9.dont use/don't know    ☐

**C2: Rate your organization Satisfaction towards the Quality of the statistical Services and Products provided by PCBS**

Please insert the answer code as appropriate

1. Very unsatisfied    2.unsatisfied    3. Neutral    4.satisfied    5.very satisfied    9. Don't Use/  
 Don't Know

Code	Variables	Answer code
C201	Statistical reports	<input type="checkbox"/>
C202	Statistical leaflets	<input type="checkbox"/>
C203	Statistical Press Releases,	<input type="checkbox"/>
C204	Statistical calendar	<input type="checkbox"/>
C205	Statistical Indicators	<input type="checkbox"/>
C206	Microdata for Public Use files (PUF)	<input type="checkbox"/>
C207	Statistical Atlas	<input type="checkbox"/>
C208	Statistical Databases on PCBS website	<input type="checkbox"/>
C209	PCBS Facebook page	<input type="checkbox"/>
C210	PCBS Twitter page	<input type="checkbox"/>
C211	PCBS YouTube Channel	<input type="checkbox"/>
C212	PCBS LinkedIn page	<input type="checkbox"/>
C213	PCBS Instagram page	<input type="checkbox"/>

**Section IV: Satisfaction with the services provided by PCBS**

**D1: Rate the extent of your organizations' satisfaction with PCBS Website in terms of:**

Please insert the answer code as appropriate

1. Very unsatisfied    2.unsatisfied    3. Neutral    4.satisfied    5.very satisfied    9. Don't Use/  
 Don't Know

Code	Evaluation Item	Answer Code
D101	Availability of data that your organization need on PCBS website	<input type="checkbox"/>
D102	Statistical data and related files downloading speed from PCBS Website	<input type="checkbox"/>
D103	Ease of browsing the website	<input type="checkbox"/>
D104	Regular update of published data on PCBS website	<input type="checkbox"/>
D105	Statistical data availability as time series on PCBS website	<input type="checkbox"/>
D106	Availability of statistical data in different formats (PDF, Word, Excel, HTML)	<input type="checkbox"/>
D107	Availability of indicators of the Sustainable Development Goals 2030 on	<input type="checkbox"/>

<b>D1: Rate the extent of your organizations' satisfaction with PCBS Website in terms of:</b>		
Please insert the answer code as appropriate 1. Very unsatisfied   2. unsatisfied   3. Neutral   4. satisfied   5. very satisfied   9. Don't Use/ Don't Know		
<b>Code</b>	<b>Evaluation Item</b>	<b>Answer Code</b>
	the website	
D108	Interactive indicators section on PCBS website (indicators.ps)	<input type="checkbox"/>
D109	Students section on PCBS website	<input type="checkbox"/>
D110	Availability of the tool intended to help people with special needs in using the PCBS website	<input type="checkbox"/>
D111	Accessibility to PCBS website using different search engines	<input type="checkbox"/>
D112	Performance of the search engine in PCBS website	<input type="checkbox"/>
D113	Design and consistency of PCBS website	<input type="checkbox"/>
D114	Keeping design consistency while moving from one section to another	<input type="checkbox"/>
D115	The electronic services provided by the website, such as: (calculating the link with the cost of living)	<input type="checkbox"/>
D116	Compatibility of browsing the website through smart phones	<input type="checkbox"/>

<b>D2: Rate the extent of your organization satisfaction with PCBS social media pages in terms of:</b>		
Please insert the answer code as appropriate 1. Very unsatisfied   2. unsatisfied   3. Neutral   4. satisfied   5. very satisfied   9. Don't Use/ Don't Know		
<b>Code</b>	<b>Evaluation Item</b>	<b>Answer Code</b>
D201	Availability of various statistical information / news	<input type="checkbox"/>
D202	Continuous publishing of the activities and events implemented by PCBS	<input type="checkbox"/>
D303	Response to inquiries, requests and comments	<input type="checkbox"/>

<b>D3 : Rate the extent of your organization satisfaction if it have contacted with Users Services Division (through a visit, a phone call, e-mail or any other way) in terms of:</b>		
Please insert the answer code as appropriate 1. Very unsatisfied   2. unsatisfied   3. Neutral   4. satisfied   5. very satisfied   9. Don't Use/ Don't Know		
<b>Code</b>	<b>Evaluation Item</b>	<b>Answer Code</b>
D301	Knowledge of the Users Services Division employees of their duties	<input type="checkbox"/>
D302	Speed of response and service providing	<input type="checkbox"/>
D303	Ability of guidance and advising	<input type="checkbox"/>
D304	Following-up on users requests	<input type="checkbox"/>

D305	Kindness and good treatment	<input type="checkbox"/>
------	-----------------------------	--------------------------

**D4 :Rate the extent of your organization satisfaction with PCBS Workshops, Seminars, Conferences in terms of:**

Please insert the answer code as appropriate

1. Very unsatisfied 2.unsatisfied 3. Neutral 4.satisfied 5.very satisfied 9. Don't Use/  
Don't Know

Code	Evaluation Item	Answer Code
D401	Timing of invitation	<input type="checkbox"/>
D402	Timing of executing the Workshops, Seminars and Conferences	<input type="checkbox"/>
D403	Level of event organization and administration	<input type="checkbox"/>
D404	Documents and accompanying material during PCBS Workshops, Seminars, Conferences	<input type="checkbox"/>
D405	Benefits gained from the materials presented in seminars, conferences, or workshops	<input type="checkbox"/>
D406	Variety of topics and having no repetition	<input type="checkbox"/>

**D5 :Rate the extent of your organization satisfaction with PCBS Press releases in terms of:**

Please insert the answer code as appropriate

1. Very unsatisfied 2.unsatisfied 3. Neutral 4.satisfied 5.very satisfied 9. Don't Use/  
Don't Know

Code	Evaluation Item	Answer Code
D501	Timing of Press releases according to the statistical calendar	<input type="checkbox"/>
D502	Level of benefit from Press releases	<input type="checkbox"/>
D503	Content and Design of Press releases	<input type="checkbox"/>

**D6 :Rate the extent of your organization satisfaction with PCBS statistical reports in terms of:**

Please insert the answer code as appropriate

1. Very unsatisfied 2.unsatisfied 3. Neutral 4.satisfied 5.very satisfied 9. Don't Use/  
Don't Know

Code	Evaluation Item	Answer Code
D601	Timing of issuing statistical reports according to the statistical calendar	<input type="checkbox"/>
D602	Level of benefit from statistical reports	<input type="checkbox"/>
D603	Content and Design of statistical reports	<input type="checkbox"/>

**Section V: organization satisfaction with the quality dimensions**

<b>E1 :Rate the extent of your organization overall satisfaction with quality dimensions in regards to the statistical data.</b>		
Please insert the answer code as appropriate 1. Very unsatisfied   2.unsatisfied   3. Neutral   4.satisfied   5.very satisfied   9. Don't Use/ Don't Know		
<b>Code</b>	<b>Evaluation Item</b>	<b>Answer Code</b>
E101	Relevance The extent of which data would meet real users' needs	<input type="checkbox"/>
E102	Accuracy The extent of matching between PCBS data and reality of the surveyed phenomenon	<input type="checkbox"/>
E103	Timing and regularity Timing: period of time between data availability and the event or time they describe. Regularity: The period between the actual date of issue and the planned date.	<input type="checkbox"/>
E104	Accessibility and clarity Accessibility: Ease of getting statistical information Clarity: Ease of using appropriate form and content	<input type="checkbox"/>
E105	Comparability Comparison of the statistical data according to time series, geographical distribution and different partials of study population	<input type="checkbox"/>
E106	Coherence Existence of different methodologies leads to consistent results in statistical outputs.	<input type="checkbox"/>
E107	Completeness Availability of all needed statistics	<input type="checkbox"/>

<b>E2: Rate the extent of your organization overall satisfaction with quality dimensions in respect to PCBS economic statistics you use.</b>		
<b>Please go back to E1 for the definitions of the quality dimensions</b>		
Please insert the answer code as appropriate 1. Very unsatisfied   2.unsatisfied   3. Neutral   4.satisfied   5.very satisfied   9. Don't Use/ Don't Know		
<b>Code</b>	<b>Evaluation Item</b>	<b>Answer Code</b>
E201	National accounts	<input type="checkbox"/>
E202	Balance of payment	<input type="checkbox"/>
E203	Foreign trade	<input type="checkbox"/>
E204	Prices and price indices	<input type="checkbox"/>
E205	Constructions	<input type="checkbox"/>
E206	Statistics of transport, storage and transport outside the establishments	<input type="checkbox"/>

**E2: Rate the extent of your organization overall satisfaction with quality dimensions in respect to PCBS economic statistics you use.**

**Please go back to E1 for the definitions of the quality dimensions**

Please insert the answer code as appropriate

1. Very unsatisfied   2. unsatisfied   3. Neutral   4. satisfied   5. very satisfied   9. Don't Use/ Don't Know

Code	Evaluation Item	Answer Code
E207	Information and communication	<input type="checkbox"/>
E208	Internal trade	<input type="checkbox"/>
E209	Services	<input type="checkbox"/>
E210	Industry	<input type="checkbox"/>
E211	Government finance, insurance and foreign investments	<input type="checkbox"/>
E212	Olive presses	<input type="checkbox"/>
E213	Economic performance	<input type="checkbox"/>

**E3 :Rate the extent of your organization overall satisfaction with quality dimensions in respect to PCBS geographic and environmental statistics you use?**

**Please go back to E1 for the definitions of the quality dimensions**

Please insert the answer code as appropriate

1. Very unsatisfied   2. unsatisfied   3. Neutral   4. satisfied   5. very satisfied   9. Don't Use/ Don't Know

Code	Evaluation Item	Answer Code
E301	Tourism	<input type="checkbox"/>
E302	Houses and Housing conditions	<input type="checkbox"/>
E303	Environment	<input type="checkbox"/>
E304	Water	<input type="checkbox"/>
E305	Energy	<input type="checkbox"/>
E306	Land use	<input type="checkbox"/>
E307	Agriculture	<input type="checkbox"/>

**E4 :Rate the extent of your organization overall satisfaction with quality dimensions in respect to PCBS population and social statistics you use?**

**Please go back to E1 for the definitions of the quality dimensions**

Please insert the answer code as appropriate

1. Very unsatisfied   2. unsatisfied   3. Neutral   4. satisfied   5. very satisfied   9. Don't Use/ Don't Know

Code	Evaluation Item	Answer Code
E401	Population and demographic	<input type="checkbox"/>



E402	Labor	<input type="checkbox"/>
E403	Science and technology	<input type="checkbox"/>
E404	Standards of living	<input type="checkbox"/>
E405	Education and culture	<input type="checkbox"/>
E406	Health	<input type="checkbox"/>
E407	Justice and security	<input type="checkbox"/>
E408	Gender	<input type="checkbox"/>
E409	Child	<input type="checkbox"/>
E410	Violence	<input type="checkbox"/>

**E5 :Rate the extent of your organization overall satisfaction with quality dimensions in respect to PCBS censuses you use?**

**Please go back to E1 for the definitions of the quality dimensions**

Please insert the answer code as appropriate

1. Very unsatisfied   2.unsatisfied   3. Neutral   4.satisfied   5.very satisfied   9. Don't Use/  
Don't Know

Code	Evaluation Item	Answer Code
E501	Population and housing census	<input type="checkbox"/>
E502	Establishments census	<input type="checkbox"/>
E503	Agriculture census	<input type="checkbox"/>
E504	Maps	<input type="checkbox"/>

**Section VI: Development fields**

**F1: Rate the need for PCBS to develop its work in respect to:**

Answer code: (1.great need for development   2. Medium need for development   3. Neutral  
4. Slight need for development   5. No need for development   9.dont know)

Code	Evaluation Item	Answer Code
F101	Data presentation in tables and charts	<input type="checkbox"/>
F102	PCBS website	<input type="checkbox"/>
F103	Microdata for Public Use files (PUF)	<input type="checkbox"/>
F104	Provide more detailed statistical data	<input type="checkbox"/>
F105	Change the format of statistical reports	<input type="checkbox"/>
F106	Timing improvement (more rapid provision of recent statistical data)	<input type="checkbox"/>
F107	Coverage of new surveys	<input type="checkbox"/>

<b>F201</b>	In general, how do you rate PCBS response to your expectations?	6. Much less than expected 7. Less than expected 8. Equal to expectations
-------------	---	---

		9. More than expected 10. Much more than expected
--	--	--

### **Annex 4.1: Interview Questions**

---

1. What do you think about the high rate of the overall satisfaction?
2. We expected that the use of data by institutions in planning and decision-making would be the highest, but it came in second place after research and studies. What is the reason for that in your opinion?
3. Institutions prefer to use Facebook to communicate with the PCBS, by 88.8%, compared to a few percentages for the other communication sites such as Twitter, LinkedIn and Instagram, what do you think is the reason? Knowing that institutions would consider Twitter or LinkedIn more official?
4. 30% believe that the website needs development, which is considered high percentage, what are the most important items that should be developed in the website of PCBS from your point of view?
5. About 25% of the institutions believe that there is a need to develop data presentation in tables and charts, or the format of reports, what are your suggestions for development?
6. There is also a high percentage (from 43% to more than 45%) of users who say that it is necessary to provide more detailed data, or to cover new surveys and topics. What are these levels and what are the new topics?
7. What are the needed fields of development?
8. Please comment on the extent to which PCBS respond to your expectation
9. Please comment on the way PCBS communicates with you, whether through direct communication or via social media, the website or e-mail. Do you have any comments about that?
10. What are your recommendations for next year?

### **Annex 5.1 Follow up / supervision of the implementation of the survey by PCBS**

---

- **Nayef Abed**
- **Marwan Barakat**
- **Mohammed Mir'i**
- **Heba Masoud**
- **Ali Hussein**
- **Muhammad Abdeen**
- **Hanan Janajreh**
- **Essam Salahat**
- **Reham Mualla**