

MODERATOR MANUAL

ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူ လက်စွဲ

အရည်အသွေးနှင့်ဆိုင်သောသုတေသန (Qualitative Research) ပြုလုပ်မည့်သူများအတွက်



Win Zaw (Single Touch Point - STP Research)

November, 2020

မာတိကာ

မိတ်ဆက်	3
MODERATOR MANUAL (ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူ လက်စွဲ)	4
QUALITIES OF A GOOD MODERATOR (ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူကောင်းတိုင်း၏ အရည်အသွေးများ)	5
RESEARCH (သုတေသန)	7
QUALITATIVE RESEARCH (အရည်အသွေးနှင့်ဆိုင်သော သုတေသန)	8
WHAT IS FOCUS GROUP DISCUSSION (FGD)? (အုပ်စုလိုက်ဆွေးနွေးပွဲ ဆိုတာက ဘာလဲ။)	9
WHAT IS IN-DEPTH INTERVIEW? (တစ်ဦးချင်း တွေ့ဆုံဆွေးနွေးပွဲ)	9
OPEN & CLOSE ENDED QUESTION	11
RESEARCH ETHICAL RULES (သုတေသန ကျင့်ဝတ်များ)	12
PROJECTIVE TECHNIQUES	15
MODERATING TECHNIQUES (Rapport Building, Group Control, Discussion & Approach)	17
GROUP CONTROL - EXPLANATION	23
PROBING	29
SCREENING QUESTIONNAIRE AND RECRUITMENT	33
DISCUSSION GUIDE (ဆွေးနွေးပွဲလမ်းညွှန်)	36
METHODOLOGY, TOOLS DEVELOPMENT, PILOT, FIELDWORK & ANALYSIS SKILL (တခုချင်းစီ၏ အရေးပါနေမှု)	37
QUALITATIVE RESEARCH PROJECT PRACTICE	38
FINDINGS (ရှာဖွေတွေ့ရှိချက်များ နမူနာ)	39
NOTES TAKER	40
OVERVIEW (FORM)	41
SECONDARY DATA	42
QUALITATIVE RESEARCH PROJECT PROCESSES	43
QUALITATIVE RESEARCH REPORT (MAIN STRUCTURE)	43

မိတ်ဆက်

၂၀၂၀ ခုနှစ်မှာ သုတေသနအကြောင်းဘာဆိုဘာမှမသိပဲ။ သူများအလုပ်ကိုစတင်လုပ်ကိုင်ဖို့ အကြောင်းဖန်လာခဲ့ရာမှ သုတေသနလောကထဲကိုရောက်ရှိလာခဲ့ပါတယ်။ အောက်ခြေအဆင့်ကနေ လုပ်ကိုင်ရင်း၊ သုတေသနအကြောင်းများကိုစိတ်ဝင်စားလာပြီး၊ ၂၀၂၄ ခုနှစ်တွင် ယခု ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူလက်စွဲ စာအုပ်လေးကို စတင် ရေးသားဖြစ်ခဲ့ပါတယ်။ အဲ့လိုနဲ့ သုတေသနအလုပ်များကို ဆက်လက်လုပ်ရင်း ဒီစာအုပ်လေးကို ပြစ်ထားခဲ့ပါတယ်။ ၂၀၁၇ ခုနှစ်မှာတော့ STP သုတေသနကုမ္ပဏီကို တည်ထောင်ခဲ့ပြီး သုတေသနအလုပ်များ ယခုအထိဆက်လက်လုပ်ကိုင်နေပါတယ်။ ယခုအခါ အောက်တိုဘာလ၊ ၂၀၂၀ ကိုဗစ်ဒဏ်ယလှိုင်း (Stay at Home) မှာ မိမိသုတေသနလုပ်ငန်းများ လုပ်ကိုင်ရင်း အားလပ်တဲ့အချိန်စာအုပ်လေးတွေ ဖတ်ဖြစ်ပြီး ဒီစာအုပ်လေးကို သတိရသွားလို့ ခေတ်နှင့် မကိုက်ညီတာလေးတွေ ဖြုတ်၊ လိုအပ်ချက်များ ထပ်မံဖြည့်စွက်ပြီး ဗဟုသုတများ၊ အတွေ့အကြုံအသစ်များကို မျှဝေရန်အတွက် ဒီစာအုပ်လေးကို ပြန်လည်အချောသတ်ကာ ထုတ်ဝေဖို့ လုပ်ကိုင်ခဲ့ပါတယ်။

ဒီစာအုပ်လေးထဲမှာတော့ မိမိဆရာသမားတွေက သင်ကြားပြသခဲ့တဲ့ အကြောင်းအရာများနှင့် မိမိအတွေ့အကြုံများကို အဓိကထား ရေးသားထားပါတယ်။ အခြားသုတေသနစာအုပ်များမှ ကိုးကားမှုနည်းပါးခြင်း၊ စာရေးဆရာတယောက်၊ ပညာရှင်တယောက်လည်းမဟုတ်သောကြောင့် ရေးသားထားခြင်းများမှာ အားနည်းချက်များရှိနေနိုင်သောကြောင့် စာဖတ်သောအခါတွင် အားနည်းချက်များ ရှိနေနိုင်ပါတယ်။

ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူ (Moderator) တဦးသည် သာမန်တွေ့ဆုံမေးမြန်းသူတဦးနှင့် မည်မျှကွာခြားသည်၊ အရည်အသွေးနှင့်ဆိုင်သောသုတေသနများပြုလုပ်ရာတွင် မည်မျှအရေးပါသည်ကို သိရှိစေချင်ပါတယ်။ Qualitative Research (အရည်အသွေးနှင့်ဆိုင်သောသုတေသန) ဖြင့် Term Paper, Thesis ရေးပြီး ဘွဲ့ယူမယ့်သူတွေ၊ သတင်းထောက်လုပ်ပြီး၊ တွေ့ဆုံမေးမြန်းခြင်းနဲ့ အသက်မွေးဝမ်းကြောင်းပြုသူများ၊ သင်တန်း ကိုယ်တိုင်ကိုယ်ကျမတက်ရောက်နိုင်သူများအတွက် ရည်ရွယ်ထားပါတယ်။ အခြား ဈေးကွက် သုတေသန (Market Research) ပြုလုပ်မည့်သူများ၊ လူမှုရေးသုတေသန (Social Research) ပြုလုပ်မည့်သူများအတွက် ရည်ရွယ်ပြုလုပ်ထားပါတယ်။

Qualitative Research အကြောင်းမို့လို့ Quantitative အကြောင်းကိုတော့ မြင်သာရုံ အနည်းငယ်မျှသာ ထည့်သွင်းရေးသားထားပါတယ်။ ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူ/ Qualitative Researcher တယောက်၊ လိုက်နာလုပ်ဆောင်ရမည်များကို အဓိကထားရေးသားသည့်အတွက် ယေဘုယျအားဖြင့် သုတေသနအကြောင်း အနည်းငယ်သာ ထည့်သွင်းထားပါတယ်။ တချို့အကြောင်းအရာများမှာ English လိုမပါလျင် ပေါ့သွားမည်၊ အဓိပ္ပါယ်တခုခုဖြစ်မည်စိုးသောကြောင့် ထည့်သွင်းထားခဲ့ပါတယ်။

စာမျက်နှာထူသွားပြီး၊ ဖတ်ရပျင်းလာမှာ စိုးသောကြောင့် ဥပမာတွေ ခပ်များများ မထည့်ခဲ့ပါဘူး။ Discussion Guide (ဆွေးနွေးပွဲလမ်းညွှန်) နမူနာတွေ၊ Qualitative Findings (report) နမူနာတွေ အများကြီး ထည့်မထား ဖြစ်ပဲ၊ လေ့ကျင့်ဖို့အတွက်သာ နမူနာအနေနဲ့ အနည်းငယ်ထည့်ထားပါတယ်။ သုတေသနအလုပ်များကို လုပ်ကိုင်ရင်း အတွေ့အကြုံများရရှိလာကာ မေးခွန်းများ ရေးသားတတ်ခြင်း၊ အစီရင်ခံစာများရေးသားတတ်ခြင်း စသော အရည်အချင်းများ ရရှိလာပါမည်။ တချို့ဥပမာလေးတွေကို ပေါ်လွင်စေရန်အတွက် အဖွဲ့အစည်း အချို့ရဲ့ program အမည်များကို ထည့်သွင်းရေးသားဖြစ်ခဲ့ပါတယ်။

MODERATOR MANUAL

ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူ လက်စွဲ

နိဒါန်း

- ❖ အရည်အသွေးနှင့်ဆိုင်သောသုတေသန (Qualitative Research Project) ပြုလုပ်မည့်သူတိုင်းသည် လုပ်ငန်းစဉ်အဆင့်လိုက်အရေးကြီးနှင့် သေချာစွာ လုပ်ကိုင်ရမည်ကို သိရှိတက်မြောက် ထားသကဲ့သို့ ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူသင်တန်း (Moderator Training) တက်ရောက်ဖူးသူ လုံးဝဖြစ်ရပါမည်။ ထိုဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူသင်တန်းတက်မည့်သူသည် သုတေသနနှင့်ဆိုင်သောအတွေ့အကြုံ၊ ဗဟုသုတများ ရှိနေရပါမည်။ သို့မှသာ သုတေသနပြုလုပ်မှုတစ်ခုလုံးနှင့်သက်ဆိုင်သော မည်သည့်သုတေသနနည်းလမ်း [Focus Group Discussion (FGD)/ In-depth Interview (IDI) ကဲ့သို့] ပြုလုပ်မည့် ဆုံးဖြတ်ချက်များ၊ လိုက်နာကျင့်သုံးရမည့်ကျင့်ဝတ်များ၊ မည်ကဲ့သို့မေးမြန်းရမည်၊ အချက်အလက်စုစည်းမှု၊ အစီရင်ခံစာရေးသားရန်အတွက် မှတ်စုများ ရေးသားခြင်းစသော အကြောင်းများအတွက် သိရှိတတ်မြောက်နေပါမည်။ ထို့နောက်တဆင့်တက်ကာ ဆွေးနွေးပွဲလမ်းညွှန်ရေးသားမှု၊ သုံးသပ်မှုနှင့် အစီရင်ခံစာရေးသားပုံများကို လေ့လာလုပ်ကိုင်၊ ရေးသားနိုင်လာပါမည်။
- ❖ သုတေသနစီမံချက်တစ်ခု ပြုလုပ်မည့်အဖွဲ့သားများသည် မိမိတာဝန်များကို ကျေပွန်ရန် အရေးကြီးပါသည်။ စီမံချက်မန်နေဂျာမှ မည်သူက မည်သည့်အလုပ်တာဝန်လုပ်မည်၊ ဘယ်ရက်၊ ဘယ်အချိန် Fieldwork ပြီးစီးမည်၊ အစီရင်ခံစာဘယ်အချိန်အပြီးရေးမည် စသောကိစ္စများကို အသေးစိတ် ရေးဆွဲနေရာချထားရပါမည်။ ဖိတ်ကြားရမည့် စမ်းသပ်မေးခွန်းလွှာပြီးစီးမည့်ရက်၊ ဖိတ်ကြားသည့်အခြေအနေ၊ ပွဲလုပ်မည့်နေရာနှင့် ဆက်စပ်ပစ္စည်းများ စီစဉ်ထားရှိမှု၊ ဆွေးနွေးပွဲလမ်းညွှန် ပြီးစီးမည့်နေ့ရက်၊ သင်တန်းပေးလေ့ကျင့်ခြင်းများ၊ အချိတ်အဆက်မိမိ ဆက်သွယ်ဆောင်ရွက်နေမှုများက အရေးကြီးပါသည်။
- ❖ တဦးချင်းမေးမြန်းခြင်းထက် အုပ်စုလိုက်လူအများကို တပြိုင်နက်ထဲ ဆွေးနွေးမေးမြန်းနိုင်ခြင်းသည် ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူ၏အရည်အချင်းနှင့် ထိုဆွေးနွေးနိုင်မှုများကြောင့် အရည်အသွေးနှင့်ဆိုင်သော သုတေသနတွေ့ရှိချက်များတွင် အကြောင်းပြချက်များ ခိုင်ခိုင်လုံလုံ၊ ခပ်များများပါဝင်နေမှသာ ထိုအရည်အသွေးနှင့်ဆိုင်သော အစီရင်ခံစာကောင်းတစ်ခု ဖြစ်ပါမည်။

QUALITIES OF A GOOD MODERATOR (ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူကောင်းတစ်ဦး၏ အရည်အသွေးများ)

(Brain Storming)

ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူကောင်း တစ်ယောက်မှာ ဘယ်လိုအရည်အချင်းတွေ ရှိရမလဲ။ (Flit Chart) စာရွက်တွင် သင်တန်းတက်သူများပြောတာကို လိုက်ရေးရန်။

Reference: The Focus Group Research Handbook-Holly Edmunds

လျင်မြန်စွာ သင်ယူတတ်မြောက်နိုင်ခြင်း (Ability to learn quickly)	အတွေ့အကြုံရှိခြင်း (Experience)	စည်းရုံးစီစဉ်မှုစွမ်းရည် (Organizational skill)
သဘောထားပျော့ပျောင်းမှုရှိခြင်း (Flexibility)	မှတ်ဉာဏ်ကောင်းခြင်း (Good memory)	ကောင်းစွာနားထောင်တတ်ခြင်း (Good listening skill)
စုံစမ်းစစ်ဆေးနိုင်မှု စွမ်းရည်ကောင်းခြင်း (Strong probing skill)	အချိန်စီမံခန့်ခွဲနိုင်မှု စွမ်းရည် (Time management skill)	ပင်ကိုယ်စရိုက်ကောင်း (Good personality)

- 1) **လျင်မြန်စွာ သင်ယူတတ်မြောက်နိုင်ခြင်း** - ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူတစ်ဦးသည် လျင်မြန်စွာလေ့လာ တတ်ပြီး၊ တိုတောင်းသည့် အချိန်ကာလအတွင်းမှာပင် အယူအဆသစ်များကို နားလည်သဘောပေါက် နိုင်၍ ထိုအတွေးအခေါ်များကို အုပ်စုတစ်ခုထဲတွင် ရှုပ်ထွေးမှုမရှိစေပဲ ပြန်လည်ဝေငှ ပေးနိုင်ရမည်။
- 2) **အတွေ့အကြုံရှိခြင်း** - အခြားအတတ်ပညာများနည်းတူ၊ ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူအားလုံး နီးပါးသည် အလေ့အကျင့်ဖြင့် တိုးတက်မှု ရရှိလာကြသည်။
- 3) **စည်းရုံးစီစဉ်မှု စွမ်းရည်** - ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူတစ်ဦးသည် ဆွေးနွေးပွဲကို အချိန်မှန် စနစ်ရန်၊ ပြင်ဆင်ထားရှိပြီးဆွေးနွေးပွဲလမ်းညွှန် (Discussion Guide) ကိုလည်း ရင်းနှီးကျေညက်ပြီး ဖြစ်ရမည်။ သူ (သို့) သူမသည် အချိန်ဇယားတစ်ခုကို စွဲစွဲမြဲမြဲထားရမည်ဖြစ်ပြီး၊ ကြိုတင်သတ်မှတ်ထားသော နောက်ဆုံးရက်ချိန်း/ အချိန်များကိုလည်း လိုက်နာရမည် ဖြစ်သည်။
- 4) **သဘောထားပျော့ပျောင်းမှုရှိခြင်း** - ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူတစ်ဦးသည် ဆွေးနွေးပွဲလမ်းညွှန်၏ ပြောင်းလဲချက်များကို အလျင်အမြန် အလိုက်သင့် ပြုပြင်လုပ်ဆောင်နိုင်ရမည်။ အကယ်၍ ဆွေးနွေးပွဲလုပ်နေစဉ်အတွင်း အလုပ်အပ်နှံသူ(သို့) မိမိ၏ အုပ်ချုပ်သူက (မှတ်စု-Notes များ) မေးရန် အချက်များ ပေးလာပါကလည်း ကောင်းမွန်စွာ ဆက်ဆံလုပ်ကိုင်နိုင်ရမည်။
- 5) **မှတ်ဉာဏ်ကောင်းခြင်း** - ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူတစ်ဦးသည် ဆွေးနွေးပွဲ အရှေ့ပိုင်းတွင် အုပ်စုအတွင်းမှ ပေါ်ထွက်လာသော ထင်မြင်သုံးသပ်ချက်များကို စကားပိုင်းတွင်ချောမောစွာ ကိုင်တွယ်နိုင်ရန် ဆွေးနွေးပွဲလမ်းညွှန်၏ အချက်အားလုံးကို မှတ်မိနေရမည်။ ထို့အပြင် စကားပိုင်းအတွင်းမှ

ထွက်ပေါ်လာသည့် ထင်မြင်သုံးသပ်ချက်များကို ဆွေးနွေးပွဲအတွင်း လိုအပ်သလို ပြန်လည် ကိုးကားနိုင်ရန် (ပြန်လည်ချိတ်ဆက်မေးမြန်းနိုင်ရန်) သတိရနေရမည်။

- 6) **ကောင်းစွာနားထောင်တက်ခြင်း** - ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူတစ်ဦးသည် ထင်မြင်သုံးသပ်ချက် များကို လိုအပ်သလို တွဲသုံးနိုင်ရန်၊ ပါဝင်ဆွေးနွေးသူများပြောဆိုသည့် အရာအားလုံးကို အာရုံစိုက်ရ မည်ဖြစ်သည်။ ပါဝင်ဆွေးနွေးသူများပြောသော အကြောင်းအရာများကို နားထောင်ပေးခြင်းက ၎င်းတို့အား လေးစားမှုကိုပြသခြင်း၊ ဂရုစိုက်ခြင်းဖြစ်စေပါသည်။ ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူသည် ဆွေးနွေးပွဲများအတွင်းတွင် မှတ်ချက်များစွာကို ရေးသားနေပါက စကားပိုင်းသည် သဘာဝကျကျ ချောမွေ့စွာ သွားမည်မဟုတ်သည့်အတွက် ဤကဲ့သို့ မပြုလုပ်သင့်ပါ။ စကားပိုင်းတွင် အသံသွင်းခြင်းကိုလည်း ပြုလုပ်ရပါမည်။ ပါဝင်ဆွေးနွေးသူများ၏ ထင်မြင်သုံးသပ်ချက်များ အပြည့်အဝ မရှင်းလင်းပါက ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူက ရှင်းအောင်မေးမြန်းရမည် ဖြစ်သည်။
- 7) **စုံစမ်းစစ်ဆေးနိုင်မှု စွမ်းရည်ကောင်းခြင်း** - ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူကောင်းတစ်ဦးသည် ပါဝင်သူများအား စုံစမ်းမေးမြန်းမှုပြုခြင်းနှင့် ဦးဆောင်ခြင်း၏ ကွာခြားမှုများကို ခွဲခြားနားလည် သဘောပေါက်ရမည်။ ပါဝင်သူတစ်ဦးသည် ထိုးထွင်းအမြင်ရှိသော ထင်မြင်သုံးသပ်ချက်တစ်ခုကို ပြုလုပ်ပြီး လုံလောက်သည့် ရှင်းလင်းချက်မပေးပဲ ထိုအကြောင်းအရာမှ ထွက်ခွာသွားခဲ့လျှင်၊ ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူအနေနှင့် ဥပမာအားဖြင့် ထိုပါဝင်သူကို ဥပမာတစ်ခုပေးခိုင်းခြင်း (သို့) သူသည်အဘယ်ကြောင့် ထိုကဲ့သို့ထင်မြင်ခံစားရသည်ကို မေးမြန်းရမည်ဖြစ်သည်။ သို့သော်လည်း "အမျိုးသားတွေက အမျိုးသမီးတွေထက် ပိုမိုသန်မာတဲ့အတွက် သင်အခုလိုထင်တာလား" ကဲ့သို့ ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူသည် ပါဝင်သူ၏ ပါးစပ်ထဲသို့ စကားလုံးများ မထည့်ပေးရပါ။ (နမိတ်ပြမေးခွန်းများလုံးဝမမေးရပါ။) ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူ၏ အလုပ်မှာ ပါဝင်သူများ၏ ကိုယ်ပိုင်ခံစားချက်များကို အရှင်းလင်းဆုံးဖော်ထုတ်နိုင်ဖို့ စုံစမ်းမေးမြန်း၍အားပေးရန်ဖြစ်သည်။
- 8) **အချိန်စီမံခန့်ခွဲနိုင်မှုစွမ်းရည်** - ဦးဆောင်ဆွေးနွေးမှုတွင် တင်းကျပ်သည့်အချိန် ကန့်သတ်မှု များပါဝင်သည်။ အုပ်စုတစ်စုတွင် ကြိုတင်သတ်မှတ်ထားသည့် အချိန်ကန့်သတ်ချက်ရှိသည်။ ပုံမှန်အားဖြင့် မိနစ်ကိုးဆယ်မှ နှစ်နာရီကြာပါသည်။ ထိုအချိန်အတွင်းတွင် အားလုံးပြီးစီးနိုင်ရန် ဦးဆောင်ဆွေးနွေးမှုပြုလုပ်သူ၏ တာဝန်ဖြစ်သည့်အတွက် ဆွေးနွေးပွဲလမ်းညွှန်ပါ အချက် အလက်များအားလုံးကို တက်နိုင်သမျှ သိထားရမည်။ ကျွမ်းကျင်သည့်ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူ တဦးသည် အုပ်စုလိုက်ဆွေးနွေးပွဲများအတွင်းတွင် သူ၊ သူမ၏ အချိန်ကိုကောင်းမွန်စွာ စီမံခန့်ခွဲနိုင်ပြီး၊ အရေးကြီးသည့်အခါတွင် စုံစမ်းစစ်ဆေးမှုများပြုလုပ်၍ လေ့လာမှု၏ဦးတည်ချက်များနှင့် အမှန်တကယ် မပတ်သက်သည့် ဘေးစကားများကို ဆွေးနွေးပွဲ၏ အရှိန်မကျသွားစေရန် ဖြတ်ချနိုင်ရမည်ဖြစ်သည်။
- 9) **ပင်ကိုယ်စရိုက်ကောင်း** - အကောင်းဆုံးဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူများသည် ဆွေးနွေးပွဲများအတွင်းတွင် ကိုယ်တိုင်သက်တောင့်သက်သာရှိပြီး၊ အခြားသူများကိုလည်း သက်တောင့်သက်သာရှိအောင် ပြုလုပ်နိုင်ရမည်။ အုပ်စုဆွေးနွေးပွဲတွင် ပါဝင်ဆွေးနွေးသူများ၏ ယုံကြည်မှုကို အစီအစဉ်အစပိုင်းကပင် လျှင်မြန်စွာရရှိနိုင်ပြီး၊ မောက်မာသောဆွေးနွေးသူများအပေါ် သည်းခံနိုင်ပြီး၊ ရှက်ကြောက် တတ်သော သူများကိုပင် ဆွေးနွေးပွဲတွင်ပါဝင်လာအောင် လုပ်ဆောင်နိုင်ရမည်။

RESEARCH (သုတေသန)

- ❖ သုံးစွဲသူများ၏ အမြင်များ၊ အလေ့အထများ၊ သဘောထား၊ အတွေ့အကြုံများကို စနစ်တကျကောက်ယူပြီး၊ စုပေါင်းတင်ပြခြင်း ဖြစ်ပါတယ်။
- ❖ သုတေသန နည်းလမ်း (၂) မျိုး ရှိပါတယ်။

1- Quantitative Research (အရေအတွက်နှင့်ဆိုင်သော သုတေသန)

- လူတွေကဘာတွေလုပ်တယ်၊ ဘာတွေကြိုက်သလဲဆိုတာကို သိချင်ရင်၊ Quantitative (အရေအတွက်နှင့်ဆိုင်သော သုတေသန) သုံးတယ်။ Quantitative Research မှာ ရာခိုင်နှုန်းအလိုက်၊ တိုင်းတာဖော်ပြချက်မျိုးဖြစ်ပြီး၊ အကြောင်းပြချက်တွေ ခိုင်ခိုင်လုံလုံ မပါဝင်ဘူး။ (How many?)
- ဖြေဆိုပေးသူတွေထဲက ဘယ်လောက်လောက် ကြိုက်တာလဲလို့ ကိန်းဂဏန်းတွေနဲ့ ပြောပြနိုင်တယ်။ (ဥပမာ၊ လူ ၁၀၀ ကိုမေးရင်၊ ပရီမီယာ ကော်ဖီမစ်ကို ၅၀% ကြိုက်တယ်။ နက်စ် ကို ၂၀% က ကြိုက်တယ်။ ကျန်တာ ၃၀% စသဖြင့် ကြည့်ရှုနိုင်ပါတယ်။)
- ဦးတည်ထားသောအုပ်စုတစ်ခု၏ သဘောထားအမြင်၊ အလေ့အကျင့်များကို အရေအတွက်နှင့် ဆိုင်သော သုတေသနအဖြေများက ကိုယ်စားပြုပြောကြားနိုင်ပါသည်။

Sampling အကြောင်းများ၊ (KAP Project) ကဲ့သို့ ဥပမာပေးရန်များကို ဤနေရာတွင် မပြောတော့ပါ။

2- Qualitative Research (အရည်အသွေးနှင့်ဆိုင်သော သုတေသန)

- လူတွေ (အုပ်စုတွေ) ရဲ့ အမြင်၊ သဘောထားနဲ့ ခံစားချက်တွေကို နားလည်သဘောပေါက် သိရှိနိုင်ဖို့အတွက် Qualitative Research) ကို ပြုလုပ်ပါသည်။
(၎င်းတို့၏အခြေအနေများ၊ အဓိပ္ပါယ်ဖွင့်ဆိုချက်များနှင့်အတွေ့အကြုံများ သိရှိရန်ဖြစ်ပါတယ်။)
- ထူးခြားသောတွေ့ရှိချက်များ၊ လူအများစုနှင့် လူအနည်းစုက ဘာကြောင့် ကြိုက်တာလဲ(သို့) သဘောထားများ၊ ခံစားချက်များကို အကြောင်းပြချက်၊ အကိုးအကားများဖြင့် ပြောပြနိုင်ပါသည်။ ဥပမာ ခပ်များများပေး၍လည်း ရှင်းပြနိုင်ပါသည်။ (Why?)

Quantitative နှင့် Qualitative Research ၂ခုပေါင်းလုပ်ရင် ပြည့်စုံသော သုတေသနပြုမှု ဖြစ်ပါမည်။

[မူးယစ်ဆေးစွဲသူ (IDU) များ၏ ဝင်ငွေနှင့် သုံးစွဲမှုအခြေအနေ၊ စတင်၍သုံးစွဲဖြစ်ပုံ၊ ဖြတ်လျင်မည်ကဲ့သို့ လုပ်နိုင်မည့်နည်းလမ်းများနှင့် နောင်ပြုလုပ်နိုင်မည့်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများစသဖြင့် Quantitative Survey မှ ရလဒ်များကြောင့် Qualitative Study တွင် ထိုအကြောင်းပြချက်များကို မေးမြန်းရမည့်အချက်များဖြင့် ရှင်းလင်းလုပ်ကိုင်ရန် လိုအပ်ပါမည်။) (Youth Behavior Study တွင် Quantitative Survey အတွက် Qualitative ပထမဦးစွာ ပြုလုပ်ပြီး၊ Questionnaire (မေးခွန်းလွှာ) မေးခွန်းများကို ပြုလုပ်ရပါသည်။ ထို့နောက် အစီရင်ခံစာတွင် ၂ခုပေါင်း ရေးသားတင်ပြခဲ့ကြပါသည်။]

QUALITATIVE RESEARCH (အရည်အသွေးနှင့်ဆိုင်သော သုတေသန)

ဘယ်အခါမှာ သုံးတာလဲ။

Exploration - ဈေးကွက်အသစ် ရှာဖွေဖို့၊ Program အသစ်တစ်ခုလုပ်ဖို့ လိုအပ်တဲ့အခါမျိုးတွေမှာ သုံးပါတယ်။

ဥပမာ (၁) မိန်းမလျှာ (Men who have sex with men-MSM) တွေအတွက် Program တွေ (Service တွေ) လုပ်ပေးဖို့ကို သူတို့အကြောင်းတွေ သိဖို့လိုတယ်။ အဲဒီအခါမှာ Qualitative Research လုပ်ပါတယ်။

ဥပမာ (၂) ကုန်ပစ္စည်းတစ်ခု (ဥပမာ-နို့မှုန့်တံဆိပ်အသစ်တစ်ခု) ဈေးကွက်အသစ် ရှာဖွေဖို့ လိုအပ်ရင် သုံးတယ်။

Explanation - အပြောင်းအလဲတွေ၊ ထူးခြားတာတွေ ဖြစ်တဲ့အခါ သုံးပါသည်။ (ဥပမာ - Program လုပ်ဆောင်မှုတစ်ခုမှာ အပြောင်းအလဲတွေ၊ ထူးခြားတာတွေ ဖြစ်သွားတယ်။ ဈေးကွက်ထဲမှာ ရောင်းအားတွေ ထိုးကျသွားတယ်။ ပြိုင်ဘက်တွေက အောင်မြင်တယ်။ ဘာကြောင့်လဲလို့ သိချင်တဲ့အခါမျိုးတွေမှာ သုံးပါတယ်။)

ဥပမာ (၁) - ကော်ဖီတံဆိပ်တမျိုး သူ့ရောင်းအားတွေ ထိုးကျသွားတယ်။ ဘာဖြစ်လို့လဲ။

ဥပမာ (၂) - (NGO တွေက Service ပေးထားတဲ့)ဆေးခန်းတွေ၊ နားခိုရာ (Drop-in Center : DIC) ကို လာတဲ့သူ အရေအတွက်တွေ ကျသွားတယ်။ ဘာကြောင့်လဲ။

ဥပမာ (၃) - Quantitative Survey တစ်ခုမှာ မူးယစ်ဆေးသုံးစွဲသူ (Injecting Drug User-IDU) တွေက နားခိုရာ (DIC) ကိုတော့သွားတယ်။ ကျန်းမာရေးနဲ့ဆိုင်တဲ့ ဟောပြောချက်တွေလည်း ရကြတယ်။ ဒါပေမယ့် အပ်တွေမှုသုံးတာ၊ ကွန်ဒိုမံသုံးတာတွေ ရှိနေတယ်။ ဘာကြောင့်လဲ။

Evaluation - လုပ်နေတဲ့ Project တွေက ဦးတည်ချက်၊ ရည်မှန်းချက်အတိုင်း အောင်မြင်လား၊ မအောင်မြင်ဘူးလား သိချင်တဲ့အခါ လုပ်တယ်။ ပစ္စည်းတစ်ခု (သို့) ပညာပေးလက်ကမ်းစာစောင် တစ်ခု လုပ်ထားတယ်။ သတ်မှတ်တဲ့ လူတွေဆီ မရောင်းခင်၊ မဝေခင်၊ ဘယ်လောက်အထိ သုံးနိုင်၊ နားလည်နိုင်လဲ သိချင်လို့ရှိရင် သုံးပါတယ်။

ဥပမာ (၁) ကုလသမဂ္ဂ (UN) နဲ့ NGO အဖွဲ့အစည်းတွေက ဆင်းရဲသားတွေ၊ လိုအပ်တဲ့သူတွေကို Project တွေလုပ်ပေးတာ ဘယ်လောက်အထိ ထိရောက်လဲဆိုတာကို သိချင်လို့ လုပ်တယ်။ (ဥပမာ - Women Empowerment Program Evaluation)

ဥပမာ (၂) Insert (or) Poster pre-testing (or) TVC ads (ဖတ်ပြ၊ ဖတ်ခိုင်းတာမျိုးလုပ်ပြီး၊ နေ့စဉ်ပုံမှန်သုံးနေကျ အသုံးအနှုန်း တွေလား၊ နည်းပညာဆိုင်တဲ့အသုံးအနှုန်းတွေလား၊ မိမိ Target Group (ဥပမာ မူလတန်းအဆင့်) က နားလည်နိုင်မလား၊ ပေးချင်တဲ့ အချက်အလက် (message) ကိုရလား စသဖြင့် သိရှိဖို့အတွက် ပြုလုပ်ပါသည်။)

Creative Development - ပစ္စည်းတစ်ခု (သို့) ဆေးခန်းတစ်ခုလိုမျိုးကဲ့သို့ မလုပ်ခင်မှာ ဘယ်လိုလုပ်ရင် ပိုကောင်းမယ်လို့၊ ဘာအချက်တွေ ပါသင့်တယ်လို့ သိချင်ရင် သုံးပါတယ်။

ဥပမာ (၁) Youth Friendly Clinic မဖွင့်ခင် ကြိုပြီး စဉ်းစားခိုင်းပြီးမှ လုပ်တယ်။

WHAT IS FOCUS GROUP DISCUSSION (FGD)? (အုပ်စုလိုက်ဆွေးနွေးပွဲ ဆိုတာက ဘာလဲ။)

Different Type of Group Discussions (မတူညီသော အုပ်စုလိုက် ဆွေးနွေးပွဲများ)

Min Group (Small Group Discussion) – (၄) ယောက် မှ (၆) ယောက် (လူဖိတ်လို့ မလွယ်တာမျိုးမှာ သုံးတယ်။ ဆွေးနွေးမယ့်အကြောင်းအရာအပေါ်မှာ ပါဝင်ဆွေးနွေးသူတွေနဲ့ ပိုပြီး ထိတွေ့နိုင်တယ်။ ပိုပြီး အကဲဖြတ် ကြည့်ရှုနိုင်တယ်။ ဆွေးနွေးတဲ့သူတွေအတွက်ပြောဖို့ အခွင့်အလမ်းပိုများနိုင်တယ်။ အများစု ကိုတော့ ကိုယ်စားမပြုပါဘူး။

Full Group (Standard FGD) – (၆) ယောက် မှ (၈) ယောက် လူအများစုကို ကိုယ်စားပြုနိုင်တယ်။ FGD ပွဲချိန် တစ်ချိန်သည် အများဆုံး (၂) နာရီအထိသာ ကြာသင့်ပါသည်။ အတွေ့အကြုံများများရှိတဲ့ သူမှသာ လုပ်နိုင်မယ်။

မှတ်ချက် - အချို့ NGO များ၊ သုတေသန ကုမ္ပဏီများက ရွာတွေထဲမှာ (၁၀)ယောက်၊ (၁၂) ယောက်လောက် လူစုခိုင်းပြီး လုပ်လေ့ရှိပါတယ်။ (၈) ယောက်ထက်ပိုတာမျိုးတော့ FGD ကို မလုပ်ကြပါဘူး။ Group control, Group dynamic ဖြစ်ရန်နှင့် စုံစုံစေ့စေ့မေးဖို့ (Probing) ကဲ့သို့သော အချက်များအတွက် မလွယ်ကူပါ။ လူစုံစေ့အောင် မေးမြန်းဖို့အတွက် ခက်ခဲပါတယ်။ အချက်အလက်များ စုံစေ့အောင် စုစည်းမေးမြန်းခြင်းများအတွက်လည်း ခက်ခဲပါတယ်။

Conflict Group – အယူအဆ၊ အမြင်၊ ခံယူချက်မတူသူချင်းတွေနဲ့ တပွဲထဲမှာ တွေ့ဆုံဆွေးနွေးမှုတွေ လုပ်ပါတယ်။

Extended Creativity Group – သုံးစွဲသူက အကြံပေးတဲ့ဟာကို ထုတ်လုပ်သူတွေက အစမ်းသဘောထုတ်လုပ်ပြီးတော့၊ ဖြစ်နိုင်၊ မဖြစ်နိုင် ပွဲတွေထပ်ပြီးလုပ်တာကို ခေါ်တယ်။

Re-convened Group (or) Panel - ပစ္စည်းတစ်ခုကို သုံးခိုင်းပြီးမှ ဆွေးနွေးပွဲလုပ်သည်။

(လူအများစု၏ခံစားချက်များ၊ အမြင်များကို ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့်သိရှိရန်၊ အကြံဉာဏ်အသစ်များရရှိရန်၊ အချက် အလက်များများရရန်နှင့် ကုန်ကျစရိတ်သက်သာရန်၊ အချိန်တိုတွင်းပြီးရန် စသောကိစ္စများတွင် FGD ကို သုံးသည်။ တူညီသော အမြင်များ၊ မတူညီသော အမြင်များ၏ အကြောင်းပြချက် ခပ်များများကို တစ်ခါထဲ ရရှိစေပါသည်။)

WHAT IS IN-DEPTH INTERVIEW? (တစ်ဦးချင်း တွေ့ဆုံဆွေးနွေးပွဲ)

Different types of IDI:

- ❖ In-depth interview (Standard Type)
- ❖ Friendship paired interview (Eg. Two Religious Leaders)
- ❖ Unknown paired interview

(ပိုပြီး ကိုယ်ရေးကိုယ်တာဆန်သော (personal)၊ ထိရှလွယ်သော (sensitive)၊ လူအများရှေ့တွင် ပြောဆို၍မဖြစ်နိုင်သော၊ အတွင်းရေးကိစ္စများမေးမြန်းရာတွင်၊ အရေးကြီးသောနောက်ကြောင်းရာဇဝင်တစ်ခုကို သိရှိလိုသောအခါ၊ ဖိတ်ကြားရန် ခက်ခဲသောအခါတွင် IDI ကို သုံးသည်။ ပို၍ အသေးစိတ် မေးမြန်းနိုင်သည်။)

အခြား အရည်အသွေးနှင့်ဆိုင်သောသုတေသန နည်းလမ်းများ (၅) ခု -

(1) Key Informant Interview (KII) - အဓိက သတင်းအချက်အလက်များပေးနိုင်သော သူ/သူများဖြင့် တွေ့ဆုံမေးမြန်းမှုများပြုလုပ်ခြင်း၊ တဦး (သို့) တဦးထက်ပိုသောသူများကို မေးမြန်းပြီး အချက်အလက်ခပ်များကို စုဆောင်းနိုင်ပါသည်။

- တွေ့ဆုံမေးမြန်းနိုင်မည့်သူများမှ ဥပမာ-ရပ်ရွာတာဝန်ရှိလူကြီး/ အသက်အရွယ်ကြီးရင့်သူ/ ဘာသာရေးကဲ့သို့ အသင်းအဖွဲ့များမှ ဦးဆောင်သူများ စသဖြင့်။

IDI နှင့် KII ကွာခြားချက် - ဥပမာ ရွာတရွာတွင် ဖြစ်ပွားသောအမှုအခင်းများနှင့်ပတ်သတ်ပြီး လေ့လာရာတွင် KII သည် ထိုရွာမှ အကြောင်းအရာတော်တော်များကို နံ့နံ့စပ်စပ်သိရှိသော သူများထံမှ သိရှိနိုင်ပြီး၊ IDI သည် အမှုတစ်ခုတွင် ကိုယ်တိုင် တကယ်ဖြစ်ခဲ့သောသူကို မေးမြန်းခြင်းမှ ထိုသူ၏ဖြစ်ပွားခဲ့သော အသေးစိတ် အခြေအနေနှင့် ထိုသူ၏ အတွင်းရေး၊ ခံစားချက်၊ အများရှေ့တွင်မပြောကြားလိုသည်များကို သိရှိနိုင်ပါသည်။

(2) In-home Visit (IHV) - ဖြေဆိုသူအိမ်တွင် သွားရောက်ကြည့်ရှု မေးမြန်းခြင်း၊

- အထူးသဖြင့် ဤနည်းလမ်းကို ဈေးကွက်သုတေသနတွင် အများဆုံး အသုံးပြုလေ့ရှိပါသည်။
- မိမိလေ့လာသော ကုန်ပစ္စည်းအသုံးပြုမှု၊ ထားသိုမှု ကဲ့သို့သော အချက်များကို အသေးစိတ်၊ အကြောင်းပြချက်များဖြင့် ကြည့်ရှုမေးမြန်းနိုင်ပါသည်။
- ဥပမာ-ကလေးနို့တိုက်မိခင်အား နို့မှုန့်မည်သည့်နေရာတွင် ထားသည်၊ နို့ဗူးမည်သို့ ဆေးကြော၊ ထားသိုသည်၊ ထို့နောက် နို့မှုန့်နှင့် ရေနွေး ပမာဏမည်မျှလောက် ထည့်ဖျော်သည် စသောအကြောင်းအရာများကို ပုံမှန်လုပ်ရိုးလုပ်စဉ်အတိုင်း လုပ်ကိုင်ရန် ဖိတ်ကြားစဉ်နှင့် ကြည့်ရှုစဉ် ပြောကြားထားပြီး သေချာစွာ ကြည့်ရှုမှတ်သားရပါမည်။ ထို့နောက် ကြည့်ရှုထားသည်များကို အကြောင်းပြချက်များဖြင့် မေးမြန်းရပါမည်။

(3) Shop-along - ပုံမှန်အတိုင်း ဈေးဝယ်ထွက်ခိုင်းပြီး၊ ကြည့်ရှုပြီး၊ ထို့နောက် မေးမြန်းခြင်း၊

- အထူးသဖြင့် ဤနည်းလမ်းကို ဈေးကွက်သုတေသနတွင် အများဆုံး အသုံးပြုလေ့ရှိပါသည်။
- မိမိလေ့လာသော ကုန်ပစ္စည်း ဝယ်ယူမှုတွင် မည်ကဲ့သို့ သွားရောက်၊ ရွေးချယ်ဝယ်ယူသည်ကို အသေးစိတ်၊ အကြောင်းပြချက်များဖြင့် ကြည့်ရှုမေးမြန်းနိုင်ပါသည်။
- ဥပမာ ဖြေဆိုသူ ဝယ်နေကျ Supermarket တခုတွင် မိမိလေ့လာသောကုန်ပစ္စည်းကို လုပ်ရိုးလုပ်စဉ်အတိုင်း ဝယ်ယူခိုင်းပါသည်။ Supermarket အဝင်ဝမှ စ၍ ထိုသူဝယ်ယူမည့် ပစ္စည်းနေရာမတိုင်ခင် ပြုမူသည့်အခြေအနေများကိုလည်း အသေးစိတ်ကြည့်ရှုမှတ်သားပြီး၊ ဝယ်ယူပြီး သည့်အခါတွင် အသေးစိတ်အချက်အလက်များကို အကြောင်းပြချက်များဖြင့် မေးမြန်းပါသည်။

(4) Ethnography/ Immersion - လုပ်ကိုင်၊ စားသောက်နေမှုများကို အသေးစိတ်ကြည့်ရှုပြီးနောက် မေးမြန်းမှုပြုလုပ်ခြင်း ဖြစ်ပါသည်။

- အထူးသဖြင့် ဤနည်းလမ်းကို ဈေးကွက်သုတေသနတွင် အများဆုံး အသုံးပြုလေ့ရှိပါသည်။
- မိမိလေ့လာသော ကုန်ပစ္စည်း ဝယ်ယူမှုတွင် မည်ကဲ့သို့ စားသောက်၊ လုပ်ကိုင်နေသည်ကို အသေးစိတ် ကြည့်ရှုပြီး၊ အကြောင်းပြချက်များဖြင့် မေးမြန်းပါသည်။
- ဥပမာ ဝီစကီသောက်တတ်သူများကို ကြိုတင်ဖိတ်ကြားပြီး၊ လုပ်ရိုးလုပ်စဉ်အတိုင်းသောက်နေကျ ဆိုင်တွင် ထိုင်ခိုင်းပြီး၊ မှာနေကြ ပုံစံများကို ကြည့်ရှုပြီး တစ်ချင်း ပြန်လည် မေးမြန်းပါသည်။

(5) Diary Placement - မိမိလေ့လာသော ကုန်ပစ္စည်းများကို Respondent များကို ပေးထားပြီး၊ အသုံးပြုခိုင်းပြီးနောက် နေ့စဉ် (တပတ်စာကဲ့သို့၊ အထူးသဖြင့် ပိတ်ရက်၊ ဖွင့်ရက်များ) အသုံးပြုမှုများကို မှတ်တမ်းတင် ရေးသားခိုင်းခြင်း။

- အထူးသဖြင့် ဤနည်းလမ်းကို ဈေးကွက်သုတေသနတွင် အများဆုံး အသုံးပြုလေ့ရှိပါသည်။
- ဥပမာ ဟင်းခတ်မှုန့် တမျိုး (သို့) ၂ မျိုး ပေးထားပြီး၊ ဟင်းချက်ခြင်းနှင့် အခြားအစား အသောက်များတွင် အသုံးပြုမှုများ၊ မည်သည့်အသားဖြင့်/ အစားအသောက်ဖြင့် မည်မျှသုံးသည် ကို Diary တွင် မှတ်တမ်းတင်ခိုင်းပါမည်။ စာဖြင့်ရေးသားခြင်း၊ ပုံများဖြင့် ဖော်ပြစေခြင်းများ ပြုလုပ်စေပါမည်။ ထို့နောက် IDI (သို့) FGD တွင် မေးမြန်းမှုများ ထပ်မံပြုလုပ်ပါသည်။

=====

OPEN & CLOSE ENDED QUESTION

(Brain storming - အဖွင့်၊ အပိတ်မေးခွန်းများအကြောင်း ဘာတွေသိထားလဲ နှင့် လေ့ကျင့်ခြင်းများ ပြုလုပ်ရန်)

Moderating မှာ Open ended question (အဖွင့်မေးခွန်းတွေ) တွေပဲ သုံးတာများတယ်။ ဖြေရတဲ့သူပေါ့ပေါ့ပါးပါး ဖြေလို့လည်းရတယ်။ အဖြေတွေကလည်း အစုံပါပါတယ်။ Close ended မေးခွန်းများ ကတော့ စစ်ဆေးမေးမြန်းတာနဲ့ ပိုတူပြီး၊ အမေးတစ်ခွန်း၊ အဖြေတစ်ခွန်းပဲ ဖြစ်နေပါမည်။

- ဥပမာ (က) - ပညာရေး --- Q 1 - ခင်ဗျား ၁၀တန်းအောင် ပြီးပြီလား။ (Close ended)
 Q 2 - အစ်ကို့ ပညာရေးအကြောင်းလေး ပြောပြပေးပါ။ (Open ended)

- ဥပမာ (ခ) - မိသားစု --- Q 1 - အစ်ကို့မှာ ညီ၊ အစ်ကို့ မောင်နှစ်မတွေ ရှိလား။ (Close ended)
 Q 2 - အစ်ကို့မိသားစု အကြောင်းလေး ပြောပြပေးပါ။ (Open ended)

ဤ ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူသင်တန်းတွင် Open/ Close ended question များကို ကွဲပြားရန်သာ သိသင့်သောကြောင့် အချိန်အကြာကြီး မသုံးသင့်ပါ။ လိုအပ်ပါက Brain storming ပြုလုပ်ပြီး၊ Open/ Close ended question (၃)ခုစီ ရေးခိုင်းရန်၊ (စာရွက်ဝေပြီး၊ ဥပမာ-ပညာရေးအကြောင်းကို တစ်ဦးချင်းစီ ရေးခိုင်းရန်)

(Fitchart မှာ တယောက်ထွက် ရေးခိုင်းပြီး၊ ဟုတ်၊ မဟုတ်ကို ဝိုင်း ပြောခိုင်းပါ။)

ဥပမာ - မူလတန်းပညာပြီးဆုံးအောင် သင်ကြားနိုင်ရန်အတွက် အခက်အခဲရှိသည်များကို ဖော်ထုတ်ရန်၊

Close Ended Question _____? Open Ended Question _____?

=====

RESEARCH ETHICAL RULES (သုတေသန ကျင့်ဝတ်များ)

သုတေသနပြုလုပ်မှုဖြစ်စဉ်တစ်ခုလုံးနှင့် ရေရှည်သုတေသနပြုလုပ်နိုင်မှုများအတွက် သုတေသနကျင့်ဝတ်များသည် သုတေသနပြုလုပ်မည့်သူတိုင်း သိရှိ၊ နားလည်ပြီး၊ သုတေသနစီမံချက်များပြုလုပ်သည့်အခါတိုင်း လိုက်နာရပါမည်။ မလိုက်နာပါက အဖြေအမှားများ ဖြစ်မည့်အပြင် နောင်ပြုလုပ်မည့် သုတေသနများကိုပါ ထိခိုက်နိုင်သည့်အတွက် အလွန်သတိရှိသင့်ပါသည်။ သုတေသနသင်တန်းကောင်းစွာ မရသေးသူများ၊ သုတေသနအတွေ့အကြုံ လုံးဝမရှိသူများက သုတေသနလုပ်ငန်းများ ပြုလုပ်ရာတွင် သုတေသနကျင့်ဝတ်ကိစ္စများသည် ကြုံရလေ့ရှိသော ပြဿနာများထဲမှ တစ်ခုဖြစ်ပါသည်။

သုတေသနကျင့်ဝတ်များကို မရှင်းပြမီ၊ သုတေသနစီမံချက်တစ်ခုလုံးအောင်ရာတွင် ဆောင်ရန်၊ ရှောင်ရန် (Dos & Don'ts) များကို အဖွဲ့များ ဖွဲ့ပေးပြီး၊ စဉ်းစားရေးချခိုင်းကာ၊ အဖွဲ့တိုင်းကို ပြန်လည်တင်ပြခိုင်းပါ။

(1) Confidentiality and Privacy (လျှို့ဝှက်ထားခြင်းနှင့် သီးသန့်လုံခြုံစွာ မေးမြန်းခြင်း)

- ပါဝင်ဆွေးနွေးမည့်သူကို ဖိတ်ကြားစဉ်က (သို့) ဆွေးနွေးပွဲမစတင်မီတွင် ၎င်းတို့၏ ပြောကြားချက်များ၊ နာမည်များအား လျှို့ဝှက်ထားပါမည်။ လုံခြုံစွာထိန်းသိမ်းထားရှိပါမည်ဟု ကြိုတင်ပြောဆိုထားရပါမည်။

ဥပမာအားဖြင့် စီမံချက် (Project) ကို ပန်းနာမည်/ ကျောက်မြတ်ရတနာအမည်များအစရှိသဖြင့် နာမည်ပေးခြင်း၊ ပါဝင်ဆွေးနွေးသူများ၏ အမည်အစား ကုဒ် (Code) များဖြင့် သတ်မှတ်ပေးခြင်းများ ပြုလုပ်ရပါမည်။

- အလုပ်အပ်နှံသူ (client) ၏ခွင့်ပြုချက်မရပဲ၊ စီမံချက်နှင့်ပတ်သက်သော မည်သည့် အကြောင်းအချက်မျိုးကိုမှ အခြားသူများအား မပြောဆိုရပါ။
- ဆွေးနွေးနေစဉ် ဖြေဆိုသူ (Respondent) ၏ ကိုယ်ရေးကိုယ်တာကိစ္စများပါဝင်နေမှာ ဖြစ်သောကြောင့် အခြားသူများမရှိသော သီးသန့်ဆိတ်ငြိမ်ရာနေရာ (Privacy) ဖြစ်နေရပါမည်။ အဖြေမှန်လည်း ပိုမိုရရှိနိုင်ပါသည်။

ဥပမာ ဆွေးနွေးမည့်နေရာအနားတွင် ပါဝင်ဆွေးနွေးသူများမှအပ သုတေသနနှင့် မသက်ဆိုင်သူများ ရှိမနေရန် (ပါဝင်ဆွေးနွေးသူများ ဖြေဆိုရန်အတွက် လုံခြုံသောနေရာ ဖြစ်ရန်) အရေးကြီးပါသည်။ ရွာသားများနှင့် မေးမြန်းရာတွင် အခြားသူများရှိသော နေရာအနားတွင် မမေးပဲ၊ လွတ်လပ်သောနေရာတွင်သာ မေးမြန်းမှု ပြုလုပ်သင့်ပါသည်။

(2) Informed Consent (သဘောတူညီခြင်း)

ဆွေးနွေးပွဲမစတင်မီ အချိန်ပေးနိုင်ပါမည်လားဟု မေးမြန်းရပါမည်။ ကြာချိန်ကို ပြောရပါမည်။

- ပါဝင်ဆွေးနွေးမည့်သူအား ဆွေးနွေးပွဲတက်ရန်အတွက် သုတေသနအကြောင်းများ၊ ရည်ရွယ်ချက်များ၊ ရရှိလာသောအချက်အလက်များအား မည်သို့ အသုံးပြုမည်တို့ကို ရှင်းလင်းအသိပေးရပါမည်။ ဖြေဆိုရန် အတင်းအကျပ် တိုက်တွန်းခြင်း၊ ပါဝင်စေခြင်း၊ တစ်စုံတစ်ခုဖြင့် ဆွဲဆောင် ပါဝင်စေခြင်းမျိုး မပြုလုပ်ရပါ။ ၎င်းတို့က ငြင်းပယ်ပါက ငြင်းပယ်နိုင်ပါသည်။

- ဆွေးနွေးမည့်အကြောင်းအရာများအား ပါဝင်ဆွေးနွေးမည့်သူမှ သိရှိပြီး၊ ၎င်း၏ သဘောတူခွင့်ပြုချက်ရမှသာ ဖိတ်ကြားပြီး၊ ရင်းရင်းနှီးနှီးပြောဆိုဆွေးနွေးနိုင်ပါသည်။ ဆွေးနွေးပွဲလုပ်နေစဉ် အတွင်းမှာပင် ၎င်းတို့မှ ဆက်လက်ပြောဆိုလိုခြင်း မရှိပါက အချိန်မရွေး ဆွေးနွေးပွဲအတွင်းမှ ထွက်ခွာခွင့် ပြုရပါမည်။

(3) No Bias (ဘက်လိုက်ခြင်း/ အဆုံးအဖြတ်ပေးခြင်း/ အသာစီးယူခြင်း မပြုလုပ်ရ)

- ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူသည် ဥပမာ ဆရာဝန်၊ နက်(စ်)များဖြစ်ပါက ကျန်းမာရေးနှင့်ပတ်သတ်သော အကြောင်းအရာများကို မမေးသင့်ပါ။ များသောအားဖြင့် ဘက်လိုက်မှုပါသော အဖြေများရရှိသော များပါသည်။
 ဥပမာ - ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူက “(ဖြေဆိုသူ Sex Worker တယောက်ကို) ကျွန်မက ဆရာဝန်တယောက်ပါ။ လိင်ဆက်ဆံဖော်လာတိုင်း ကွန်ဒုံး သုံးပါသလား” ဟု မေးမြန်းသောအခါ သုံးပါသည်ဟူသော အဖြေမျိုးကို ဖြေဆိုသူတော်တော်များများထံမှ ရရှိနေပါလိမ့်မည်။
- ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူသည် ပါဝင်ဆွေးနွေးသူများ၏ ပြောကြားချက်များအပေါ် တွင်လိုက်၍ ဘယ်သူမှန်သည်၊ ဘယ်သူမှားသည်၊ မျက်နှာသာပေး စကားပြောခြင်းမျိုးစသဖြင့် ဘက်လိုက်မှုမျိုး မဖြစ်စေရအောင် အထူးသတိပြုရပါမည်။ မိမိမေးမြန်းနေသောသူက အကြောင်းအရာတစ်ခု၊ ပညာရပ်တစ်ခုအား ပါဝင်ဆွေးနွေးသူများမှ မသိနားမလည်ရင်တောင်မှ ဆွေးနွေးနေစဉ်၊ သုတေသနပြုလုပ်နေစဉ်တွင် အဆုံးအဖြတ်ပေး၊ မကောင်းဘက်မှ မှတ်ချက်ပေးခြင်း၊ မြောက်ပင့်ပြောဆိုခြင်းများကဲ့သို့ အပြုအမူ၊ ပြောဆိုခြင်းမျိုးမပြုလုပ်မိရန် အထူးအရေးကြီး ပါသည်။
- မေးမြန်းသူသည် ပါဝင်ဆွေးနွေးသူများနှင့်ဆက်သွယ်မေးမြန်းရာတွင် မိမိမှ၎င်းတို့ထက် သာနေကြောင်း/အထက်စီးမှ ဆရာလုပ်သောပုံစံ၊ မလေးမစားဆက်ဆံခြင်းကဲ့သို့သော ပြောဆို ဆွေးနွေးမှုများကို ဘယ်သောအခါမှ မလုပ်ရပါ။ ထိုသို့ပြုလုပ်ပါက ရရှိသောအဖြေများသည် အမှန်လုံးဝ မဖြစ်နိုင်ပဲ၊ ရှေ့လျှောက်ပြုလုပ်မည့် သုတေသနများအတွက်ပါ များစွာထိခိုက်နိုင် ပါသည်။
- မေးမြန်းသူနှင့် ပါဝင်ဆွေးနွေးသူများသည် အမြဲအဆင့်တူ(သို့) ဆွေးနွေးသူထက် နိမ့်ချဆက်ဆံပြောဆိုသင့်ပါသည်။ မိမိက ပါဝင်ဆွေးနွေးသူ (များ)ထက်၊ တက်ကျွမ်းသည်ဟု ဆွေးနွေးစဉ် မပြောမိစေရန် အထူးသတိပြုရပါမည်။
- ဖြေဆိုသူ (Respondent) ဖြေသောအဖြေများအား သဘောမကျခြင်းနှင့် ပြင်ဆင်ပေးလိုခြင်း၊ မိမိမျှော်လင့်ထားသော အဖြေမဟုတ်သည့်အခါများတွင် စိတ်ဆိုးသောကြောင့် ဖော်ကားဖော်ကား ပြောကြားခြင်းများကို လုံးဝမပြုလုပ်ရပါ။

(4) အခြား ----- (ကလေးများနှင့် သုတေသန ပြုလုပ်ခြင်းတွင် UNICEF မှ စာရွက်စာတမ်းများကိုးကားရန်)

- အသက် (၁၈)နှစ်အောက် ကလေးများနှင့်ပတ်သတ်သော သုတေသနပြုရာတွင် လူကြီးများထက်ပိုမို၍ သုတေသနကျင့်ဝတ်တွင် ပိုမို ဂရုစိုက်ပြုလုပ်ရပါမည်။ (သုတေသနအကြောင်းများရှင်းပြခြင်း၊ အချိန်မရွေးထွက်ခွာခွင့်ပြုခြင်း၊ စိတ်ပိုင်း၊ ရုပ်ပိုင်းဆိုင်ရာထိခိုက်နိုင်သောမေးခွန်းများ သတိထား ရှောင်ရှားခြင်း၊ ကလေးများအတွက် အဖျက်သဘောဆောင်သောရုပ်ပုံများကို အသုံးမပြုရပါ။ နားလည်လွယ်သော အသုံးအနှုန်းများသုံးခြင်း၊ ကလေးအချင်းချင်းနှိုင်းယှဉ်မှုမပြုလုပ်ခြင်း၊

စာသင်ကြားသလို မပြုလုပ်ရခြင်း၊ ထင်မြင်ချက်များ၊ ဘာသာ၊ ဓလေ့ထုံးတမ်းများကို လေးစားမှုပြသခြင်း၊ သီးသန့်ဖြစ်မှုနှင့်လှို့ဝှက်ထားရှိမှု စသဖြင့်)

- မဖြစ်နိုင်သေးသော၊ မလုပ်ပေးနိုင်သေးသော မျှော်လင့်ချက်များကို မပေးမိရန် အရေးကြီးပါသည်။
(Avoid unrealistic expectations)

Recap - (စာရွက်ဖြင့် သင်တန်းတက်ရောက်သူများကို မှတ်မိသလောက် အတိုချုံးဖြေခိုင်းရန်)

=====

PROJECTIVE TECHNIQUES

အရည်အသွေးနှင့်ဆိုင်သောသုတေသနတွင် Projective Technique များကို အဓိက သုံးစွဲလေ့ရှိပါသည်။ ဖြေဆိုသူစိတ်ထဲ ထိုးဖောက်မေးမြန်းခြင်း၊ ၎င်းတို့၏ ယုံကြည်မှု၊ သဘောထားစသော အချက်များကို တိုက်ရိုက် မေးခွန်းများဖြင့် မမေးပဲ၊ အသုံးပြုသောနည်း ဖြစ်ပါသည်။ လိုအပ်သောအချက်အလက်များ ပိုမိုပေါ်လွင် လာစေရန်၊ ၎င်းတို့၏အချက်အလက်များ မှတ်မိလာနိုင်စေပြီး ထပ်မံစဉ်းစားဖို့ တွန်းအားလည်း ဖြစ်စေနိုင်ပါ သည်။ တက်ကြွစွာပါဝင်ဖြေဆိုလာစေခြင်းနှင့် လွယ်ကူစွာပါဝင်ဖြေဆိုနိုင်ခြင်းများလည်း ဖြစ်စေပါသည်။ ဘက်လိုက်မှုလျော့ချနိုင်ခြင်း - ဥပမာ ကုန်ပစ္စည်းတံဆိပ်တစ်ခုခြင်းစီအတွက် ၎င်းတို့၏အမြင်များကို ကွဲပြားခြားနားစွာ သိသာလာစေပါမည်။

1) Brand Personality (Personification) --- ကုန်ပစ္စည်းတစ်ခုကို လူတစ်ယောက်အနေနှင့် ပုံဖော်ခြင်း။

လူတစ်ယောက်ပမာပုံဖော်ခြင်းဖြင့် ကုန်ပစ္စည်းအမှတ်တံဆိပ်တစ်ခုချင်းစီ၏ အဆင့်အနေအထားများကို သိသာပေါ်လွင်စေပါမည်။ (ဥပမာ - Marlboro စီးကရက်ကို အမျိုးသား၊ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင် တစ်ယောက်အဖြစ် ပုံဖော်ပေးကြပြီး၊ (အခြားဈေးပေါသော တံဆိပ်တခု) က လက်လုပ်လက်စား၊ ဘဝတန်း မအောင်တဲ့သူတစ်ယောက် အဖြစ်၎င်း ... ရောင်းအားကောင်းနေသောတံဆိပ်ဆိုလျှင် အပေါင်းအသင်းများသူ အဖြစ် စသဖြင့် ပုံဖော်ကြပါသည်။)

အဓိကအချက်များတွင် ကျား၊ မ၊ အသက်၊ ပညာအရည်အချင်း၊ အလုပ်အကိုင်၊ စီးပွားရေးအဆင့်အတန်း၊ စိတ် သဘောထား၊ မိတ်ဆွေအနည်းအများ၊ နေထိုင်ရာမြို့နယ်နေရာ (ဥပမာ မြို့ထဲ၊ ရွှေတောင်ကြား၊ ကွန်ဒို၊ တိုက်ခန်းမှာနေ)၊ အပေါင်းအသင်း(ကိုယ်နဲ့ရင်းနှီးနိုင်လား) စသဖြင့် လိုအပ်ချက်များအတိုင်း မေးမြန်းနိုင်သည်။

2) Brand Mapping - Ranking/ Brand Segmentation (Grouping) --- ကုန်ပစ္စည်းတစ်ခု (သို့) ထုတ်လုပ်သူများကို အဆင့်သတ်မှတ်ပေးခြင်း၊ အုပ်စုဖွဲ့ပေးခြင်းပြီး အကြောင်းပြချက် တောင်းခံခြင်း။

ဥပမာ - ဘီယာတံဆိပ် သုတေသနပြုမှုအတွက် ဈေးကွက်ထဲမှ ပြိုင်ဘက် ထုတ်လုပ်သူများ၏ တံဆိပ်များ/ အမည်များကို ကွဲပြားမှုများတွင် ဖော်ပြခြင်း (သို့) အလုပ်အပ်နှံသူကုန်ပစ္စည်းများနှင့် ပြိုင်ဘက်တံဆိပ်များကို ပြထားပြီး ဖြေဆိုသူများစိတ်ကြိုက်တိုင်ပင်ပြီး၊ ၎င်းတို့နှစ်သက်ရာခေါင်းစဉ်အတိုင်း တူရာပစ္စည်းများ စုခိုင်းပါ။ (သို့) အရောင်းရဆုံး၊ အရည်အသွေး၊ ဈေးနှုန်း၊ ရရှိနိုင်မှု ကဲ့သို့ခေါင်းစဉ်များပေးပြီး ထိုခေါင်းစဉ်များပေါ် မူတည်ပြီး တူရာ၊ ဝိုင်းစုခိုင်းရန်။)

3) Word Association (TOM-Top of Mind) --- ဥပမာ - အင်တာနက်လို ပြောလိုက်ရင် စိတ်ထဲမှာ ဘာလို ပေါ်လာလဲ။

4) Sentence Completion --- ဥပမာ - "ရန်ကုန်မှာ နေရတာဟာ -----" ကွက်လပ်ပေးပြီးမေးရပါမည်။ (ဆွေးနွေးပွဲတွင် တယောက်ချင်းစီကို စာရွက်ပေးပြီး၊ ချရေးခိုင်းပြီး ပြန်ပြောခိုင်းသင့်ပါသည်။)

5) Others:

(a) Seasonal Calender - ဥပမာ - (NGO Project) မိမိတို့ဒေသ၏ ရာသီအလိုက် စိုက်ပျိုး၊ ရိတ်သိမ်း၊ ရောင်းချ၊ အကြွေးဆပ်မှုများ၊ အလုပ်အကိုင်များ၊ ကလေးများ၏ ပညာရေးနှင့် မိဘအလုပ်အကိုင်များတွင်

ပါဝင်ဆောင်ရွက်နိုင်မှုများစသောအချက်များကို ခုနှစ်အလိုက်၊ လအလိုက် Fitchart စာရွက်ကြီးကို နံရံကပ်ချရေးပြီး မေးမြန်းပါသည်။

(b) Community Timeline - ဥပမာ - ရပ်ရွာနှင့် ဘ/က ၏ အပြန်အလှန်အကျိုးပြုနေမှုများ၊ လုပ်ကိုင် ဆောင်ရွက်နေမှုများအား ကျောင်းစတင်ဖြစ်ပေါ်ချိန်မှ ခုနှစ်အလိုက် မေးမြန်းခြင်းများပြုလုပ်ပါသည်။

(c) Share the market portion (%) --- ဥပမာ - ဆောက်လုပ်ရေးလုပ်ငန်းများတွင် သုံးနေသော လက်ဖျော်နှင့် အသင့်ဖျော်ကွန်ကရစ်များကို ခန့်မှန်းခိုင်းရန်၊ စာရွက်ပေါ်တွင် စက်ဝိုင်းတခုလုပ်ပြီး ဘယ်တွင် စက်ဖျော်၊ ညာတွင် လက်ဖျော်၊ အပေါ်တွင် ထို၂ ခုပေါင်း ၁၀၀ ရာခိုင်နှုန်းဖြစ်ရမည်ဟု ရေးထားရပါမည်။ ပါဝင်ဆွေးနွေးသူများကို တယောက်စီကို ၎င်းတို့ခန့်မှန်းသည့်အတိုင်း စက်ဝိုင်းတွင် ရာခိုင်နှုန်းအလိုက် မျဉ်းရေးဆွဲ စေရပါမည်။

Recap (စာရွက်ဖြင့် သင်တန်းတက်ရောက်သူများကို မှတ်မိသလောက် အတိုချုံးဖြေခိုင်းရန်)

=====

MODERATING TECHNIQUES (Rapport Building, Group Control, Discussion & Approach)

(Moderating - ဆွေးနွေးပွဲ ပြုလုပ်ရာတွင် အသုံးပြုရမည့် အရေးပါသောအချက်များ)

1) Rapport Building

Full Introduction

ကျွန်တော်/ကျွန်မက (နာမည်)ပါ။ ကျွန်တော်/မက (အဖွဲ့အစည်း/ ကုမ္ပဏီအမည်) (သုတေသန) အဖွဲ့ကပါ။ (ယခုသုတေသနပြုလုပ်သည့်အကြောင်းအရာများကို ထည့်ပြောရန်)။ အခုလို လေ့လာသင်ယူမှုပြုတဲ့ အခါမှာသာ (အလှူရှင်တွေ၊ Program) ရဲ့ဆုံးဖြတ်ချက်ချသူတွေက ရှေ့ဆက်ပြီး ဘာတွေလုပ်ရမယ်ဆိုတာ သိနိုင်မှာပါ။ အခုဒီလေ့လာသင်ယူမှုပြီးလို့ ချက်ချင်းဘာတွေ လုပ်ပေးမယ်လို့ မဟုတ်ပါဘူး။

အခုဆွေးနွေးပွဲလို့ပြောပေမယ့် တကယ်တော့ သာမန်စကားဝိုင်းလေးပါပဲ။ တစ်ခါတစ်လေ ငါမသိတာတွေများ မေးမလားဆိုပြီး၊ စိုးရိမ်နေတတ်တာတွေ တွေ့ဖူးတယ်။ မသိတာတွေ လျှောက်မေးနေမှာလဲ မဟုတ်ပါဘူး။ ကိုယ့်အိမ်၊ ကိုယ့်ပတ်ဝန်းကျင်မှာ မိသားစုအချင်းချင်း၊ သူငယ်ချင်းအချင်းချင်း စကားပြောကြသလိုပါပဲ။ အဲဒါကြောင့်ပြောကြ၊ ဆိုကြတဲ့အခါမှာ တစ်ခါတစ်လေ တစ်ယောက်၊ နှစ်ယောက်လောက်ကပဲ ပြောပြီး ကျန်တဲ့သူတွေက မပြောလို့ ဆွေးနွေးပွဲကလည်း အထမြောက်မှာ မဟုတ်ဘူး။ ဒါကြောင့်မို့လို့ အားလုံးကို ပါဝင်ဆွေးနွေးပြောဆိုစေချင်ပါတယ်။ အားလုံးရဲ့ စကားတိုင်းဟာ ကျွန်တော်/မတို့အတွက် အရေးကြီးပါတယ်။ လူတွေကတစ်ယောက်နဲ့တစ်ယောက် သင်ကြားခဲ့တဲ့ပညာတွေ၊ အတွေ့အကြုံ၊ ဗဟုသုတ တွေကလည်း တူမှာ မဟုတ်လို့ အမြင်တွေကလည်း တူမှာမဟုတ်ဘူး။ အဲဒါကြောင့် ဒီဘက်ကလူတွေက ဒီလိုပြောလို့ ဟိုဘက်က လူတွေက လိုက်ပြောရမယ် မဟုတ်ဘူး။ ကိုယ်မြင်တာကို ပြောပါ။ ကျွန်တော်/မက အဖြေကို ဘယ်သူက မှန်တယ်၊ မှားတယ် ဆုံးဖြတ်ပေးမှာ မဟုတ်ပါဘူး။ နာမည်တွေနဲ့ဘယ်မှာမှ ဖော်ပြ မှာလည်း မဟုတ်ပါဘူး။ ဘယ်သူ့ကိုမှ ပြန်ပြောပြမှာ မဟုတ်ပါဘူး။ လေ့လာသင်ယူမှု (သုတေသန)အတွက် သုံးသပ်ဖို့သပ်သပ်ပါပဲ။

ပြောကြ၊ ဆိုကြမယ့်အချိန်ကတော့ ခန့်မှန်းခြေတစ်နာရီခွဲလောက် ကြာပါမယ်။ စားရင်း၊ သောက်ရင်းနဲ့ စကားပြောကြတာပေါ့။ မရှင်းလင်းတာရှိရင်လည်း ကျွန်တော်/ကျွန်မကို ပြန်မေးပါ။ ကျွန်တော်/ကျွန်မကလည်း ဒီအဖွဲ့ကပြောတာတွေမှာ မရှင်းလင်းတာမျိုး၊ ထပ်သိချင်တာမျိုးရှိခဲ့ရင်လည်း ပြန်မေးပါမယ်။ အဲဒီအပေါ်မှာ စိတ်မဆိုးပါနဲ့။ အခုဆွေးနွေးပွဲမှာ ပါဝင်ပြောဆိုတာကို သဘောတူ ပါသလား။ အခုလိုအချိန်ပေးပြီး တကူးတက လာရောက်ဖြေကြားပေးတဲ့အတွက်လည်း အားလုံးကို ကျေးဇူးအများကြီးတင်ပါတယ်။ (မှတ်စု Note လုပ်ရင်- Note Taker ကိုလည်း မိတ်ဆက်ပေးရန်နှင့် မိမိမှ တက်ရောက် ဆွေးနွေးသူများ ပြောကြားသမျှကို လိုက်ရေးနေရင်မှီမှာမဟုတ်သဖြင့် သူ့ကို လိုက်ရေးဖို့ထားခြင်း ဖြစ်ကြောင်းရှင်းပြရန်)/(ကတ်ဆက်ခွေ၊ ဗီဒီယိုရိုက်ကူး၊ အသံသွင်းရင်-ကျွန်တော်/မက အခုဒီက သူတွေအားလုံး ပြောဆိုဆွေးနွေးနေကြတာကို လိုက်ရေးနေဖို့ မမှီပါဘူး။ ဘယ်လိုမှ မဖြစ်နိုင်ပါဘူး။ ဒါကြောင့်အသံသွင်း/ (ခါတ်ပုံ/ ဗီဒီယို) ရိုက်ကူးရတာပါ။ ဒါကလည်း ပြန်နားထောင်ပြီး အစီရင်ခံစာအတွက် နှိုင်းယှဉ်သုံးသပ်၊ (ဖော်ပြ) ရုံသပ်သပ်ပါပဲ။ ဘယ်မှာမှ နာမည်တွေနဲ့ပြန်ဖော်ပြမှာ မဟုတ်ပါဘူး။ လုံခြုံတဲ့နေရာမှ သိမ်းထားမှာပါ။)

အခုတော့ စကားပြောတဲ့အခါမှာ ပိုပြီးရင်းရင်းနှီးနှီးရှိအောင်လို့ တစ်ဦးချင်းစီရဲ့ နာမည်လေးတွေနဲ့ မိတ်ဆက်လိုက်ရအောင်။

2) Questioning (မေးခွန်းမေးရာတွင် မှတ်သားရမည့်အချက်များ)

- မေးခွန်းမေးတာတွေနဲ့ပတ်သတ်ပြီးပြောရရင် အခုပြောမှာတွေက သုတေသနကျင့်ဝတ်များနှင့် အညီ မေးခွန်းများမေးမြန်းခြင်းအတွက် အဓိကမှတ်သားလုပ်ကိုင်ရန်အချက်များဖြစ်ပါတယ်။ စုံစေ့အောင်မေးမြန်းရမယ့် (Probing) များအပိုင်းမှာလည်း ပါဝင်ပါတယ်။

- မိမိမေးမြန်းမည့်သူ (များ) သည် မိမိနှင့် မသိရှိသူများ ဖြစ်ရပါမည်။

- မေးမြန်းခြင်းများ မပြုလုပ်မီ၊ ဖြေဆိုသူအား ပြည့်ပြည့်စုံစုံပြောကြား မိတ်ဆက်ရန်။

- မေးခွန်းများမမေးခင် - ဆွေးနွေးပွဲလမ်းညွှန် (Discussion Guide) ဖြင့် မေးခွန်းများအားလုံးကို တကယ်မေးမည့်ပုံစံဖြင့် လေ့ကျင့်ပါ။ လေ့ကျင့်ခြင်းဖြင့် လိုအပ်ပါက ဆွေးနွေးပွဲလမ်းညွှန်ကိုလည်း ပြန်လည်ပြင်ဆင်နိုင်ပါမည်။ မေးမြန်းမည့်မေးခွန်း၊ Probing များကို သတ်မှတ်ချိန်အတွင်း ပြည့်စုံစွာဖြင့် ပြီးစီးအောင် မေးမြန်းနိုင်ပါမည်။ (Time Management)

- မေးမြန်းခြင်းမပြုမီ ဆွေးနွေးပွဲလမ်းညွှန်များထဲမှ မေးခွန်းများ (အထူးသဖြင့် စုံစုံစေ့စေ့မေးရမည့်နေရာ- Probing area များ) ကို လုံးဝ ကျေညက် ထားရန်လိုအပ်ပါသည်။ သို့မှသာ မေးမြန်းချိန်တွင် အထစ်အငေါ့မရှိ၊ စကားလမ်းကြောင်းအတိုင်း မေးမြန်းနိုင်ပါမည်။ ထို့ပြင် သုတေသနဦးတည်ချက်များနှင့်အညီ မေးခွန်းများ အကျဉ်းချုပ်ကို အလွတ်ရနေပြီး ခေါင်းထဲထည့်ထားသည့်အတွက် ထပ်မံမေးမြန်းရမည့် Probing မေးခွန်းအသစ်များကိုလည်း ချက်ချင်းပြုလုပ်မေးမြန်းလာနိုင်ပါမည်။ (မေးခွန်းတစ်ခုအတွက် မည်မျှအထိ ဆက်လက်မေးမြန်းရမည်ကို အတွေ့အကြုံ ရှိသူနှင့် ကြိုတင်မေးမြန်းသိရှိထားပါရန် - Detail Briefing ရရှိထားရန် လိုအပ်ပါသည်) (မေးခွန်းများကို ခဏခဏပြန်ကြည့်နေပါက ဖြေဆိုသူရှေ့ ယုံကြည်မှုကျစေပါမည်)

- ဖြေဆိုသူများသက်တောင့်သက်သာရှိစေရန်နှင့် ပုံမှန်စကားပြောဆိုမှုအတိုင်းဖြစ်စေရန် ဖြေဆိုသူ (Respondent) ပြောနေသောအကြောင်းအရာအလိုက်အတိုင်း မေးခွန်းများကို ဆက်စပ်မေးမြန်းရန်။ ထို့ကြောင့် ဆွေးနွေးပွဲလမ်းညွှန်ထဲမှ မေးခွန်းအစဉ်အတိုင်း ဖြစ်ချင်မှဖြစ်ပါမည်။ DG ထဲမှ မေးပြီးသား မေးခွန်းများကိုတော့ ပြန်စစ်ရန် လိုအပ်ပါသည်။

- လုံခြုံသော၊ အခြားသူများ မကြားနိုင်သောနေရာတွင် သုတေသနမေးခွန်းများကို မေးမြန်းခြင်းက လိုအပ်သော၊ မှန်ကန်သောအဖြေများကို ရနိုင်ပါမည်။

- ပြုံးရွှင်ဖော်ရွေမှုနှင့် ယဉ်ကျေးသောအပြုအမူများဖြင့် တချိန်လုံးမေးမြန်းပြောဆိုရပါမည်။ သို့မှသာ ပါဝင်ဆွေးနွေးမည့်သူများနှင့် ရင်းနှီးကျွမ်းဝင်ပြီး တိကျမှန်ကန်သော အဖြေများ ရနိုင်ပါသည်။

- ရိုးရှင်းသောစကားလုံးများဖြင့်သာ (ဖြေဆိုသူများအတွက် နားလည်နိုင်သော ဝါကျများဖြင့်) မေးမြန်းရန်။ ပုံမှန် သုံးနေကျ၊ အသုံးအနှုန်းများဖြစ်ရန်၊ သဘာဝအတိုင်း (ပုံမှန်)မေးရန်။ မေးခွန်းများ၊ စကားလုံးအသုံးအနှုန်းများကို

မမေးမြန်းမီ ကြိုတင်ရှာဖွေရန်နှင့် လေ့ကျင့်ထားရန်။ (Respondent အလိုက်၊ နေရာဒေသအလိုက် အသုံးအနှုန်းများဖြစ်ရန်။)

- ဆွေးနွေးမေးမြန်းခြင်းကို စိတ်ဝင်စားပြီး၊ စိတ်အားထက်သန်ကြောင်း တချိန်လုံး ပြသမေးမြန်းရန်။
- မေးခွန်းတိုင်းကို ပြတ်သားရှင်းလင်းစွာ မေးမြန်းရပါမည်။ မြန်ရန်မလိုပဲ၊ ဖြေးဖြေးမှန်မှန်သာ မေးမြန်းရပါမည်။
- အစဖော်ပေးသော၊ မိမိဖြေစေလိုသော နမိတ်ပြမေးခွန်းများကို လုံးဝ မမေးမြန်းရပါ။ မိမိစိတ်ကူးထဲမှ အဖြေမဖြစ်ရန်။ (မိမိမှ ဥပမာများ မပြောကြားရန်နှင့်ဖြေဆိုသူများကိုသာ ဥပမာများနှင့် ပြောခိုင်းရန်နှင့်) ဖြေကြားသူ၏အဖြေများအပေါ် မေးမြန်းသူမှ လွှမ်းမိုးမှု မရှိစေရန် အထူးသတိပြုရပါမည်။ (Leading Question)
- (ခြေဆင်း) ရှေ့ပိုင်း (Warm up) မေးခွန်းများသည် ပါဝင်ဆွေးနွေးသူများတက်ကြွစွာ ပါဝင်ပြောဆိုလာစေရန် အဓိကအကြောင်းအရာ၏ အခြေခံအချက်များ (Group Dynamic ဖြစ်ရန်အတွက်သာ) ထည့်ထားသည့်အတွက် အချိန်ကြာကြာသုံး၍ မေးမြန်းရန် မလိုပါ။ (ဥပမာ-အားဆေးသုတေသနအတွက် စားသောက်မှုပုံစံများ အစပြုမေးမြန်းခြင်း) - ပါဝင်သူအားလုံးပြောဆိုဆွေးနွေးနိုင်အောင် လွယ်တုံ့မေးခွန်းများနှင့် စမေးပေးရပါမယ်။ (Discussion Guide Development - ဆွေးနွေးပွဲလမ်းညွှန်စတင် ရေးသားထဲက စီစဉ်ထားနိုင်ပါသည်)
- မေးခွန်းတစ်ခုချင်းသာမေးပါ။ နှစ်ခုတစ်ပြိုင်နက်မမေးရ။ ပါဝင်ဆွေးနွေးသူအနေနှင့် သူဖြေချင်သော မေးခွန်းတစ်ခုအတွက်ပဲ ဖြေသွားနိုင်ပါလိမ့်မည်။
- စဉ်းစားခိုင်းသည့်အကြောင်းအရာများ (Brain Storming Section များ) အား ဆွေးနွေးပွဲ၏အရှေ့ပိုင်း၊ ပွဲပြီးခါနီးအချိန်မျိုးတွင် မမေးပဲ၊ Group Dynamic ဖြစ်နေသောအချိန် (ဆွေးနွေးသူများက ပြောဆို ဆွေးနွေးမှုများ စိတ်ပါလက်ပါ ပြောဆိုနေချိန်) များတွင် မေးရပါမည်။
- Respondent ပြောဆိုနေချိန်တွင် စကားကို ဖြတ်မပြော၊ ဖြတ်မမေးရပါ။ တယောက်ထဲတောက်လျှောက် (Dominant) ဖြစ်ပြီး မဆိုင်တာတွေကို ပြောနေမှသာ စကားစ ဖြတ်ရပါမည်။ (Story Teller Vs Flexibility)
- မေးခွန်းမေးပြီး၊ တစ်ဦးမှ ဖြေပြီးသောအခါ အခြားကျန်လူများ၏ အမြင်များကိုပါ ထပ်မံ မေးမြန်းရန်၊ အတည်ပြုရန် လိုအပ်ပါသည်။ (သဘောတူညီမှုရှိ/ မရှိမေးမှသာ အများစုလား၊ အနည်းစု လားသိသာနိုင်ပါမည်။ ၆ ယောက် (သို့) ၈ ယောက်ဖိတ်ကြားတက်ရောက်သောဆွေးနွေးပွဲတွင် ၂ ယောက် ၃ ယောက်ထဲသာ စကား ပြောနေပါက ဆွေးနွေးပွဲ အဆင်မပြေပါ။ အားလုံးပါဝင်ပြောဆိုဖို့ တိုက်တွန်းပြောဆိုပြီး မေးမြန်းဆွေးနွေးပါ။ ဌာန/ အဖွဲ့တခုထဲမှ လူများဖြစ်တာတောင်မှ ရှေ့တယောက်အဖြေကိုလိုက်ပြောနေလျှင် တခြားသူများကို “ကျွန်တော်/မ ကျန်တဲ့သူတွေ (သို့) အစ်ကို/မ ဆီက ထွက်တဲ့စကားလုံးလေးနဲ့ ကြားချင်လို့ပါ ပြောပြပါဦး။”
- မရှင်းလင်းသည်များ (Probing လုပ်ရန်များ) ကို မမေးခင်/ အဆုံးအဖြတ်ပေးမယ့် ကိစ္စတခုအတွက် Voting မလုပ်ခင် (စိတ်မဆိုးစေရန်/ အဖြေများဘက်မလိုက်စေရန် အတွက်) ရှေ့ကစကားအခံလေးများ ပြောပေးရန်။ ဥပမာ (ယေဘုယျ Probing အတွက်) ခုနကပြောတာလေး မရှင်းလို့ပါ။ ကိုယ့်ဟာကိုယ်ဆက်စပ် တွေးလိုက် ရင် ကိုယ့်ရဲ့အဖြေပဲ ဖြစ်မှာမို့လို့ပါ။ အဲဒါက ဘာကိုဆိုလိုတာလဲဟင် စသဖြင့်။ (ဥပမာ Voting အတွက်) တယောက်ပြောလို့ နောက်တယောက်လိုက်ပြောရမယ်မဟုတ်ဖူး၊ သူ့အမြင်ကိုယ့်အမြင် လွတ်လွတ်လပ်လပ် ပြောပေးပါ။ သင်ကြားလာတဲ့ပညာတွေ၊ ဗဟုသုတတွေက တူတာမဟုတ်လို့ အမြင်တွေက တူချင်မှတူမယ်။

- မိမိမေးသော မေးခွန်းအပေါ် ပါဝင်ဆွေးနွေးသူများမှ နားလည်၊ မလည်နှင့် မဖြေဆိုချင် သည်များကို သေချာစွာ သတိထားကြည့်ရှုပြီး၊ နားမလည်ပါက ပြန်လည်ရှင်းလင်းပေးရန်။ နားမလည်သော မေးခွန်းများကို အခြားစကားလုံးများဖြင့် အစားထိုးသုံးစွဲမေးမြန်းရန်။ မဖြေဆိုချင်ပါက အတင်းအကျပ်တိုက်တွန်း ဖြေဆို ခိုင်းခြင်းမပြုပဲ၊ အခြားမေးခွန်းများမေးရန်။ (သေချာ တိကျစွာ မေးမြန်းရန်)
- မေးခွန်းမေးလိုက်တိုင်း ပြန်ဖြေဆိုမှုများသည် (မိမိလိုချင်သော-မေးခွန်း၏) အဖြေဟုတ်ချင်မှ ဟုတ်မည်၊ အကြောင်းအရာမှားယွင်းပြောဆိုသည်များကို သတိပြုရန်လိုပြီး၊ မဟုတ်ပါက စကားလမ်းကြောင်းတည့်ပေး၍ မေးမြန်းရန်။ (အဖြေရ၊ မရ သိရန်) လိုအပ်ပါက ပြန်လည်ရှင်းလင်း မေးမြန်းရန်။
- မေးခွန်းမေးပြီးတိုင်း၊ ဆွေးနွေးသူများအား စဉ်းစားချိန်ပေးရပါမည်။ ပြောတာတွေကို သေချာစွာ နားထောင် ပေးပါ။ စဉ်းစားချိန်များတွင် ငြိမ်နေတတ်ကြပါသည်။ ကြောက်စရာ မလိုပါ။ (Silent is Moderator's friend)
- ဖြေဆိုသူများ စကားကိုပိတ်လိုက်သလိုမျိုး မဖြစ်ရန်လည်း မေးခွန်းများမေးမြန်းရာတွင် အရေးကြီးပါသည်။ ဥပမာ - "ဒီထက် တိုးတက်ပြောင်းလဲတာတွေ လိုချင်တာကို မပြောတတ်တာလား" ကဲ့သို့ အနှုတ်သဘောများ မပါစေရန် သတိထားရပါမည်။ Moderator အနေဖြင့် Time Management ဂရုမစိုက်မိတာမျိုး၊ အချိန်မလောက်ငှတော့မှာစိုးရိမ်ခြင်း၊ ပြောချင်စိတ်နည်းလာချိန်တွေမှာ ကြုံတွေ့နိုင်ပါသည်။
- အမြဲဆရာလုပ်သလို၊ မိမိက ပါဝင်ဆွေးနွေးသူထက် တက်ကျွမ်းကြောင်းကို မပြပဲ မေးမြန်းရန်။ ဖြေဆိုသူ တို့က ဖြေတာထက် မိမိအား ပြန်လည်မေးမြန်းတာတွေပဲ ဖြစ်နေပါမည်။ ("ကျွန်တော်/မ အရင်က သိပြီးသားပါ။ အခု အဲ့ဒါပြောပါဦး" ကဲ့သို့ မေးမြန်းပြောဆိုမှု ပုံစံများကိုလည်း သတိထားမေးမြန်းပြောဆိုရပါမည်။ အထူးသဖြင့် ရွာသားများရှေ့တွင် ကွန်ပျူတာဖွင့်ပြီး လိုအပ်ပါကမေးမြန်းနိုင်သော်လည်း ရှောင်ကျဉ်သင့်ပါသည်။ ခြေချိတ်မေးမြန်းခြင်းများလည်း ရှောင်ကျဉ်ရမည်။)
- ကိုယ်ရေးကိုယ်တာ အကြောင်းအရာများ၊ အကဲဆတ်သည့် အကြောင်းအရာများ၊ Negative impact ဖြစ်မည့် (ပြဿနာဖြစ်နိုင်သည့်) အကြောင်းအရာများကို ဖြေဆိုရလွယ်စေရန် Third Party (တတိယလူ) အနေဖြင့်သာ မေးသင့်ပါသည်။ ဥပမာ - "အစ်ကိုတို့တော့ မဟုတ်ဘူး အစ်ကိုတို့လို တခြားဘာသာရေး ခေါင်းဆောင်တွေ အနေနဲ့," အစရှိသဖြင့် ပြောဆိုမေးမြန်းရပါမည်။ တတိယလူ အနေဖြင့် မေးခြင်းမှာ ပွင့်လင်း၊ လွတ်လပ်စွာ ဖြေဖို့အတွက် အကောင်းဆုံးဖြစ်ပါသည်။ [ဥပမာ-အလုပ်ရှင်များ၏အပြုအမူ၊ စိတ်နေ သဘောထားများကို မေးမြန်းရာတွင် တိုက်ရိုက်မေးမည့်အစား "ကောင်းတဲ့အလုပ်ရှင်ဆိုတာ ဘယ်လိုမျိုးလဲ/ မကောင်းတဲ့အလုပ်ရှင်ဆိုတာ ဘယ်လိုလဲ။" စသဖြင့်မေးမြန်းသင့်ပါသည်။]
- Respondents တွေရဲ့ နာမည်တွေ မှတ်မိပြီး၊ နာမည်တပ်မေးရင် ပိုပြီး ရင်းနှီးမှုပြရာ ရောက်ပါတယ်။ စကားပြော၊ ဆွေးနွေးရာမှ ပိုမို ပါဝင်ပြောဆိုလာနိုင်စေပါတယ်။
- တိုင်းရင်းသားဒေသများတွင် မေးမြန်းရမည်ဆိုပါက ဗမာစကားပေါက်မပေါက်ကြိုတင်လေ့လာပြီး၊ ဗမာစကားမတတ်သူများကို မေးရမည်ဆိုပါက ဘာသာပြန်သူ ကြိုငှားခြင်း၊ ဒေသခံများကို ကြိုတင် သင်တန်းပေးပြီးမှ မေးသင့်ပါသည်။ ဗမာလိုမေးခွန်းများ၏ ဒေသဘာသာစကားဖလှယ်မှုတွင် ချောမွေ့စွာ (အမိပ္ပယ်မပျက်ရန်) ကြိုတင်လေ့ကျင့်လုပ်ကိုင်ထားရပါမည်။

- ပမာဏများ၊ ဓါတ်ပုံကဲ့သို့ ပြောဆို၊ ပြသမေးမြန်းသည့်အခါ ထိုအရာ/ ပစ္စည်းများကို အမည်ခေါ်ဝေါ်ပေးရပါမည်။ သို့မှသာ ကြည့်ရှုသူများရော၊ Transcript ရေးလျှင် အသံပြန်နားထောင်နိုင်သူများပါ သိရှိနိုင်ပါမည်။
- ရာခိုင်နှုန်းများ၊ ဝင်ငွေနှင့် ကုန်ကျငွေများ ကဏ္ဍတစ်ခုချင်းစီ မေးမြန်းရာတွင် စုစုပေါင်းနှင့် ကိုက်ညီနေရပါမည်။ ဥပမာ - အကြောင်းအရာတစ်ခုချင်းစီ၏ ရာခိုင်နှုန်းများကို ပေါင်းလိုက်ပါက စုစုပေါင်း ၁၀၀ နှင့် ညီနေရန်၊ ဝင်ငွေထက်အသုံးစရိတ်များ ပေါင်းကြည့်ပြီး များနေလျှင် ဘာကြောင့်များနေလဲ (ဥပမာ ချေးငှားသုံးနေလား) ကို ရှင်းလင်းစေရန် မေးမြန်းရပါမည်။
- Respondent များဖြေဆိုလိုက်တိုင်း အဖြေများကို နောက်ကထိပ်ခါထပ်ခါ ပြန်ရွတ်မနေသင့်ပါ။ အရေးကြီးသည့် (အဆုံးအဖြတ်ပေးမည့် - Voting လုပ်မည့်) ဖြေဆိုသောအချက်များကိုအကျဉ်းချုံး (confirm/summary) ပြန်ပြောကောင်း၊ ပြောနိုင်သော်လည်း ကောက်ချက်ချစကားလုံးသည် ရှေ့တွင် ဖြေဆိုခဲ့သော အချက်များနှင့် မကွဲလွဲသင့်ပါ။ ဖြေဆိုသူများမှ အရှေ့ပိုင်းတွင် ပြောသော အချက်အလက်ခပ်များများနှင့် နောက်တွင်ထပ်မံ ပြောသောအချက်များတွင် မည်သည်က အရေးကြီးဆုံးဖြစ်သည်တို့သည် ရှုပ်ထွေးနိုင်သောကြောင့် အဖြေများကို ပြတ်သားစွာအပိုင်းလိုက် ဖြတ်ထားခဲ့ရပါမည်။ အထူးသဖြင့် မေးခွန်းတစ်ခုကို နောက်ပိုင်းတွင် နောက်တစ်ခါထပ်မေးသည့်အခါမျိုးတွင် ကြိုတွေ့ရတတ်ပါသည်။ သုတေသနရလဒ်များ လုံးဝလွဲမှားသွားနိုင်သောကြောင့် မလိုအပ်ပဲ summary မလုပ်သင့်ပါ။
- FGD တစ်ပွဲမေးပြီးပါက မေးခွန်းများအဆင်ပြေ မပြေ (အဖြေရမရ) ကြည့်ပါ။ ထို့နောက် နောက်ပွဲများအတွက် မေးခွန်းများထပ်ဖြည့်ခြင်း၊ ဖြတ်ခြင်း၊ စကားလုံးအသုံးအနှုန်းများစီစဉ်ခြင်းများ ပြုလုပ်ပါ။ (စကားလုံးအသုံးအနှုန်း၊ မေးခွန်းများက သုတေသနဦးတည်ချက်နှင့် ကိုက်ညီမှု ရှိ၊ မရှိ၊ ရှေ့နောက်အဆင်ပြေမှုရှိ၊ မရှိ စသဖြင့်)
- မိမိမေးမြန်းသည့်ပုံစံ အဆင်ပြေ မပြေသိရှိစေရန်၊ အချက်အလက်များ ပိုမိုပြည့်စုံစွာမေးမြန်းနိုင်ရန် ပထမတစ်ပွဲအသံဖိုင်ကို ပြန်လည်နားထောင်သင့်ပါသည်။ နောက် FGD ပွဲများတွင် မိမိ၏ မေးမြန်းမှု၊ Moderating အရည်အသွေးလည်း ပိုမိုတိုးတက်လာပါမည်။

Recap (စာရွက်ဖြင့် သင်တန်းတက်ရောက်သူများကို မှတ်မိသလောက် အတိုချုံးဖြေခိုင်းရန်)

3) Verbal & Non-verbal Communication

တစ်ခုချင်း ရွတ်ပြပြီး ပုံစံများကို မေးမြန်းပါ။

Verbal

- 1) အသံနေ အသံထား [Vocal tone: (hard tone, loud enough, too fast, too slow, taking upper hand...)]
- 2) အဆုံးအဖြတ် မပေးခြင်း/ ကြားနေခြင်း (Judgemental)
- 3) ပြည့်စုံစွာ မိတ်ဆက်ခြင်း [Full introduction (get familiar, rapport building...)]
- 4) အပြစ်တင်တဲ့ပုံ ဖြစ်မနေရ (Not Blaming)
- 5) ဆရာကြီးအထာနှင့် (အပေါ်စီးကနေ) မဆက်ဆံပါနှင့် (Didn't treat like an expert)

6) အားပေးပါ။ ပြောထွက်/ ပြောချင်လာအောင် တွန်းအားပေးပါ။ [Encouragement (with verbal & non verbal)]

Non verbal

- 1) မျက်လုံးချင်း ဆုံ စကားပြောရန် - မေးခွန်းချည်းပဲ ကြည့်နေတာမျိုး ရှောင်ကျဉ်ရန် (Eye contact)
- 2) ခန္ဓာကိုယ် အနေအထား လိုလျော့ညီထွေစွာ နေရန် - စိတ်မပါတဲ့ပုံ ခါးအရမ်းညွတ်ထိုင်တာမျိုး ဖြစ်နေရန် (Body position)
- 3) ခန္ဓာကိုယ် လှုပ်ရှားမှု - ပြောဆိုသူဖက် လှည့်ပြောပေးရန်၊ စိတ်ဝင်စားစွာ နားထောင်ကြောင်း ပြပြီးဖြစ်။ ကိုယ်မေးမယ့်တယောက်ကို လက်ကလေး ညွှန်ပြီး မေးရန်။ (Body movement)
- 4) မျက်နှာ အနေအထား အကောင်းဆုံးဖြစ်ရန် - ဥပမာ ဝမ်းနည်းစရာပြောနေချိန် ပြုံးမနေဖို့။ (Facial expression)
- 5) လိုက်လျော့ညီထွေဖြစ်မည့် ဝတ်စားမှုမျိုး ဖြစ်နေရန် (Appearance)

=====

GROUP CONTROL - EXPLANATION

(1) Desire to speak

- ဆွေးနွေးပွဲတစ်လျှောက်လုံးတွင် ဘယ်သူက ကိုယ့်ကို စကားပြောချင်နေတာလဲ၊ ၆/ ၈ ယောက်လုံး ဘာဖြစ်နေတာလဲ ဆိုတာကို ဆွေးနွေးပွဲတစ်လျှောက်လုံး သိနေရပါမည်။

(2) Agree/ Disagree

- Respondents (ဖြေဆိုသူ) တွေထဲက တစ်ယောက်ယောက်က တစ်ခြားသူတွေနဲ့ သဘောတူညီမှု ရှိ၊ မရှိကို သူ့ရဲ့ ကိုယ်အမူအရာတွေကို ကြည့်ရုံနဲ့ သိနိုင်ပါတယ်။ ဆွေးနွေးပွဲတစ်ခုလုံးမှာ အားလုံးရဲ့ ကိုယ်အမူအရာတွေကို စကားပြောနေရင်း သတိနှင့် စောင့်ကြည့်နေရပါမည်။

- စိတ်ဆိုး၊ သဘောမတူသော ပြောကြားမှုများ၊ ပြန်လည်ဖြေကြားသော အသံနေ၊ အသံထားတို့ကို သတိထားပြီး၊ မေးမြန်းပြောဆို ဆွေးနွေးရပါမည်။ (ဥပမာ ပြောခိုင်းရန်)

- ပါဝင်ဆွေးနွေးသူ အချင်းအချင်းသဘောမတူရင်၊ တိုးတိုးငြင်းခုံနေတာတွေကို ကြားမြင်ရပါမည်။ တစ်ယောက်နှင့်တစ်ယောက် စိတ်ဆိုးမသွားအောင်၊ လွတ်လွတ်လပ်လပ်ဆွေးနွေးလို့ရတဲ့အကြောင်း၊ ဒီကတစ်ယောက်အမြင်နဲ့ နောက်တစ်ယောက်ရဲ့အမြင်တွေတူမှာ မဟုတ်တဲ့အကြောင်းပြောပြီး ထိန်းရပါမည်။

- တစ်ခြားသူပြောနေတဲ့အချိန်မှာ သဘောမတူတဲ့အတွက် ခေါင်းခါယမ်းနေတာမျိုး (မသိမသာပုံစံနဲ့ ဖော်ပြနေတာမျိုး)၊ ထိုင်နေရင်း ခုံနောက်ဖက်ကို ဆုတ်ထိုင်လိုက်တာမျိုး၊ မျက်နှာမဲ့တာ၊ လက်သီးဆုပ်၊ လက်ချိုး၊ ကြည့်လိုက်တာနဲ့ မျက်နှာလွဲဖယ်ပစ်တာမျိုးများကို အမြဲသတိထားနေရပါမည်။ အဲဒီလို အခြေအနေမျိုးတွင် ထိုသူမျိုးကို ဝေဖန်တဲ့ပုံမဟုတ်ပဲ "သူတို့နဲ့ ဘယ်အချက်တွေကြောင့် သဘောမတူတာပါလဲ၊ ဒီဆွေးနွေးပွဲ တက်လာသူတိုင်း ပွင့်ပွင့်လင်းလင်း ပြောဆိုဆွေးနွေးကြပါ။ ခံယူချက်တွေ၊ သဘောထားတွေက တစ်ယောက်နဲ့ တစ်ယောက် မတူညီနိုင်ကြပါဘူး။ သင်ယူခဲ့တဲ့ပညာတွေ၊ အတွေ့အကြုံတွေကလည်း မတူနိုင်လို့ပါ။" စသဖြင့် တိုက်တွန်းပေးပါ။ အခြားသူများနှင့် မတူ၊ အသံတိုးသူများကိုလည်း ကျယ်ကျယ်ပြောဖို့ တိုက်တွန်းပေးရပါမည်။ ထိုသူများကိုလည်း သေချာစွာ နားထောင်ပေးရပါမည်။ (Notice, Relax, Convince & Encourage)

- တဦးပြောဆိုနေသည်ကို အခြားသူတဦး/ အခြားသူများက သဘောတူကြောင်း (သို့) သဘော မတူကြောင်း ပြသမှုများကို သတိထားကြည့်ရှုနေပြီး၊ ထိုသူများကို အကြောင်းပြချက်များ ပြန်လည်မေးမြန်းရပါမည်။ အများစုက သဘောတူနေတဲ့ အကြောင်းအရာမျိုး၊ ပြောဆိုနေခဲ့ကြရင် အနည်းစုကိုလည်း ဘာကြောင့် သဘောမတူရတာလည်းဆိုတာကို မေးမြန်းပေးရပါမည်။ အကြောင်းအရာခိုင်မာမှု၊ အမြင်ကွဲပြားမှုအပြင်၊ လေးစားမှုပြရာလည်း ရောက်ပါသည်။

3) Dominant Respondent

ဆွေးနွေးပွဲတစ်ခုအတွင်းမှာ Respondent တစ်ယောက်ထဲက ဦးဆောင်ပြီး၊ ပြောနေဆွေးနွေးနေတာတွေ ဖြစ်နေတတ်ပါတယ်။ တစ်ခုမေးလိုက်တိုင်း သူကချည်းဖြေနေရင်၊ ပထမ သူ့ကိုမကြည့်ပဲ မျက်နှာလွဲ နေရပါမယ်။ အဲဒါမှ မရသေးရင် ပြတ်ပြတ်သားသား ပြောဆိုဖြေရှင်းရပါမယ်။ ("ဒီမှာ ဖိတ်ထားတာ ၆/ ၈ ယောက်ပါ၊ အားလုံးရဲ့အမြင်တွေကို လိုချင်တယ်။ သူတစ်ယောက်ထဲကပဲ ပြောနေရင် သူတစ်ယောက်ရဲ့ Idea

(အဖြေ) တွေ ပဲဖြစ်နေမယ်။ ဒါကြောင့် ဒီဆွေးနွေးပွဲလည်း အထမြောက်မှာ မဟုတ်ပါဘူး။ ကျွန်တော်တို့လည်း တစ်ယောက်ထဲပဲ ရွေးဖိတ်မှာပေါ့” စသဖြင့် ပြောပါရန်။)

4) Follower

ဆွေးနွေးပွဲတွင် ပြောဆိုနေသော အကြောင်းအရာတစ်ခုနှင့် ပတ်သက်၍ တစ်ယောက်ပြောတာကို နောက်တစ်ယောက် (သို့) အခြားသူတွေက လိုက်ထောက်ခံနေတာမျိုးကို သတိထားရပါမယ်။ ထိုကဲ့သို့ သူများနောက် လိုက်ပြောနေသော သူမျိုးကို သတိထားပြီး၊ စဉ်းစားစရာ/ Voting မေးခွန်းများရှိခဲ့လျှင် ထိုသူကို အရင်ဦးဆုံးမေးမြန်းရပါမည်။ (ဖြေရှင်းရန်ပမာတခုအနေဖြင့် - “လူတစ်ယောက်မှာ ကိုယ်သင်ခဲ့တဲ့ပညာတွေ၊ ကိုယ်သိထားတဲ့ ဗဟုသုတတွေက တူမှာ မဟုတ်ဘူး အဲဒါကြောင့် အမြင်တွေကလည်းတူမှာမဟုတ်ပါဘူး။ ကိုယ့်အမြင်အတိုင်းပဲ ဖြေပေးပါ။” လို့ ဖြေရှင်းနိုင်ပါတယ်။)

5) Natural Conversation Flow

ပွဲစတင်ပြီး မိတ်ဆက်စဉ်ကပင် စိတ်တင်းကြပ်နေမှုများအတွက် သာမန်စကားပိုင်းဆိုတာကို ထည့်သွင်းပြော ကြားထားသင့်ပါတယ်။ အမေးတစ်ခုခု၊ အဖြေတစ်ခုခုဖြစ်နေရပါ။ ပုံမှန်စကားပြောပိုင်းလိုမျိုးသာ ဖြစ်သင့် ပါသည်။ များသောအားဖြင့် ဆွေးနွေးပွဲလမ်းညွှန်ထဲမှမေးခွန်းများကို အစဉ်အလိုက်တိုင်းမေးရန် မဖြစ်နိုင်ပါ။ ဆွေးနွေးသူများ၏ စကားလမ်းကြောင်းအတိုင်း မိမိမေးရမည့်မေးခွန်းများကို အခါအခွင့်သင့်သလို မေးမှသာ နေ့စဉ်စကားပိုင်းပုံမျိုးဖြစ်ပါမည်။ အဖြေကောင်းများရနိုင်ပါသည်။ (Participatory Discussion)

6) Group Dynamic

- ဆွေးနွေးပွဲမှာ တစ်ချို့က ဘာပြောရမှန်းမသိပဲ၊ ငြိမ်နေတက်ပါတယ်။ မှားမှာကြောက်၍ ဝင်မပြောသော သူများလည်း ပါတက်ပါတယ်။ ပွဲစခင် မိတ်ဆက်စဉ်ကပင် မည်သူက ငြိမ်နိုင်သည်ကိုလည်း အကဲခတ်နိုင်ပြီး၊ လွယ်တဲ့မေးခွန်းတွေကို ငြိမ်နေနိုင်တဲ့သူမျိုးကို စမေး ပေး (ပိုပြောပေး) ရပါမည်။ “ပြောသာပြော၊ လွတ်လွတ်လပ်လပ်သာပြော၊ ကိုယ့်အချင်းအချင်းတွေပဲ၊ အဖြေမှာ မှားတယ်၊ မှန်တယ်မရှိဘူး။ ဘယ်သူ့ကိုမှ အဆုံးအဖြတ်ပေးမှာ မဟုတ်ပါဘူး။ ဒီပွဲကို တက်ရောက်လာသူတွေ အားလုံးရဲ့ အကြံဉာဏ်တွေ၊ ပြောတာတွေကို လိုချင်ပါတယ်။ တန်ဖိုးရှိပါတယ်။” စသဖြင့်ပြောရန်။

- လွယ်တာစပြီးမေးပါ။ တစ်ယောက်ချင်းစီ မမေးရပါ။ ဒီဘက်၊ ဟိုဘက်က၊ မျက်စိစေ့ကြည့်၊ လက်ကို ဝှေ့ပြီး၊ ပြောရန်၊ မေးရန် (အထက်ပါ အခက်အခဲများ မဖြစ်ပေါ်စေရန်၊ ပွဲစတင်စဉ်ကတည်းက Introduction အပိုင်း၊ Warm-up အပိုင်းမေးခွန်းတွေကို လူစေ့အောင် အရင်မေးထားခဲ့ပါလျှင်၊ အားလုံး ပူးပေါင်းပါဝင် ဆွေးနွေးပြောဆိုလာကြပါမည်။ ဒီဘက်ကသူတွေက ဒီလိုမျိုးပြောနေတယ်၊ ဟိုဘက်က သူတွေ ကရော၊ ဘယ်လိုထင်လဲ။ သဘောတူလား၊ သဘောမတူတာလား၊ ဘာကြောင့်လဲ၊ --- စသဖြင့်မေးရန်)

- မိတ်ဆက်စဉ်ကတည်းက တက်ရောက်သူများ၏ နာမည်များကို မှတ်ထားပြီး၊ စကားပြောတိုင်း နာမည်ခေါ်ပြောရင်၊ ဆွေးနွေးပွဲကို ပိုပြီး အားကောင်းစေပါတယ်။ (Actively participate)

7) Silence is Moderator's friend

မေးခွန်းမေးပြီးတိုင်း Respondent (ဖြေဆိုသူများ) အား မြန်မြန်ဖြေစေရန်၊ မလောသင့်ပါ။ မေးခွန်းများ အားလုံးကို မေးပြီးရန်အဓိက မဟုတ်ပါ။ မေးခွန်းနှင့်အဖြေရရှိသည်အထိ သည်းခံပြီး၊ ၎င်းတို့စဉ်းစားရန် လုံလောက်သော အချိန်ပေးရပါမည်။ ဖြေဆိုသူနားမလည်နိုင်ပါက ထပ်မံရှင်းလင်း ပေးရန်လိုအပ်ပါသည်။

မိမိစိတ် မရှည်မိခြင်းက နိမိတ်ပြမေးခွန်းများမေးမိခြင်း၊ Probing (စေ့ငှအောင်မေးမြန်းခြင်း) ပြုလုပ်ရန် ကျော်သွားခြင်း၊ မမေးမိတော့ခြင်းများကဲ့သို့ ဖြစ်နိုင်ပါသည်။ သို့သော် အချိန် (Time Management) ကိုတော့ သေချာစွာထိန်းသိမ်း လုပ်ဆောင်နိုင်ရပါမည်။ မိမိမှ စောင့်နေရခြင်းအတွက် စိတ်လှုပ်ရှားပါက/ ဆွေးနွေးသူများဖြေဖို့ သတိဝင်စေရန်အတွက် ရေထသောက်ခြင်းမျိုး၊ အစားအသောက်များ ချပေးခြင်းများကို ပြုလုပ်သင့်ပါသည်။ (Moderator အတွေ့အကြုံနည်းချိန်တွင် ပါဝင်ဆွေးနွေးသူများက ငြိမ်သောအခါတွင် ကြောက်ရွံ့လေ့ရှိတတ်ပါသည်။)

8) Respect & Active Listening

- ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူတစ်ယောက်သည် ဆွေးနွေးပွဲတစ်လျှောက်လုံး လေးလေးစားစားနားထောင်ပေးနေ တဲ့ ပုံဖြစ်နေရပါမယ်။ မိမိကို ပြန်ဖြေသည့် Respondent ဘက်ကို မျက်နှာ၊ ကိုယ်လုံးလှည့်ပေးပြီး၊ မျက်နှာချင်းဆိုင်၊ မျက်လုံးချင်း ဆိုင် နားထောင်ပေးသလိုမျိုး၊ ခေါင်းငြိမ်အသိအမှတ်ပြုတာမျိုးဖြစ်ရပါမည်။ Respondent ပြောတာကို စိတ်ဝင်စားကြောင်း အမြဲပြသနေရပါမယ်။ Moderator က ပြောတာထက် နားထောင်ပေးတက်သူ ဖြစ်ဖို့ အရေးကြီးပါသည်။ သို့မှသာ ပြောဆိုနေမှုများ၊ ထပ်မံမေးမြန်းရမည်များ၊ ရှေ့မှာပြောသွားကြတာ နှင့် နောက်ပိုင်း ပြောတာတွေကိုက်ညီမှုရှိ/မရှိနှင့် ၎င်းတို့၏ကိုယ်အမူအရာများကို ပိုမိုနားလည်၊ အကဲခတ်သိရှိနိုင်ပါမည်။ လေးစားမှု၊ ဂရုစိုက်မှုကို ပြသခြင်းလည်း ဖြစ်ပါသည်။ (ဥပမာ တောင်းရန်)

9) Keeping the conversation on track

- တစ်ခါတစ်ရံ ကိုယ်မေးတာက တစ်ခု၊ Respondent ဖြေတာကတစ်ခြား ဖြစ်တတ်ပါသည်။ ထိုအချိန်မျိုးတွင် တောင် သူတို့ပြောသွားခဲ့တာတွေကို လေးစားတယ်ဆိုတာကိုလည်း ပြသရပါမည်။ တစ်ခါတစ်လေတွင် ဖြေကြားချက်များ ရောထွေးနေတတ်ပါသည်။ (ဥပမာ - Gender Impact Study မှာ မေးခွန်းတွေထဲမှာ ကာလ အပိုင်းအခြားကို သပ်သပ်စီမေးတဲ့အတွက် Respondent တွေကပြောတိုင်း၊ အချိန်ကာလတွေနဲ့ အဖြစ်အပျက် တွေက ရောထွေးနေတတ်ပါတယ်။ ဥပမာ- ဖြေလိုက်တဲ့အကြောင်း အရာတွေက လက်မထပ်ခင်ကလား၊ လက်ထပ်ပြီးလား၊ ကိုယ့်အားကိုယ်ကိုးအဖွဲ့တွေ (ရွာကို ရောက်ပြီး) ဝင်ပြီးလား၊ မဝင်ရသေးခင်လား မသိဖြစ်နေတက်ပါတယ်။ မရှင်းလင်းတဲ့ အကြောင်းကို လေးစားစွာနှင့် သေချာစွာ ရှင်းလင်းအောင် တစ်ခုစီကို ပြန်လည်တိုက်ဆိုင် မေးမြန်းခဲ့ရပါမည်။)

- ဆွေးနွေးပွဲတစ်လျှောက်လုံးတွင် ပြောဆို၊ ဆွေးနွေးကြသော အကြောင်းအရာများသည် မိမိဆွေးနွေးမည့် သုတေသနဦးတည်ချက်များနှင့် ပတ်သက်သော၊ ကိုက်ညီသော အကြောင်းအရာများပေါ်တွင်သာ ရှိနေရပါမည်။ ဆွေးနွေးပွဲလမ်းညွှန် (DG) ထဲတွင် ရေးထားသော Probing လုပ်ရမည့်အကြောင်းအရာများနှင့် သုတေသန ဦးတည်ချက်များနှင့် ကိုက်ညီသော အချက်များကိုသာ မေးမြန်းရပါမည်။

- မေးသောမေးခွန်းနှင့် တိုက်ရိုက်မပတ်သက်သော (သို့) မဆိုင်သော အကြောင်းအရာများကို ပါဝင်ဆွေးနွေးသူများမှ Moderator မေးတိုင်း၊ စီကာပတ်ကုံး ပြောတက်ကြသည်ကို သတိထားရပါမည်။ မလိုအပ်သော အကြောင်းအရာများ ပြောဆိုမှုများနေပါက ယဉ်ယဉ်ကျေးကျေးဖြင့် စကားဖြတ်ချရပါမည်။ “အစ်ကို/မ ပြောတာစိတ်ဝင်စားဖို့ကောင်းပါတယ်၊ အဲ့တော့ နောက်ဆုံးဘာဖြစ်သွားလဲ” ဆိုတာမျိုးဖြင့် စကားကို ချုံ့ပြစ်ပြီး ထိန်းသိမ်းရပါမည်။ (Story Teller)

- ပွဲတစ်ခုတွင် မေးနေ၊ ပြောနေကြရင်းဖြင့် အုပ်စုလေးများ ကွဲနေတက်ပါသည်။ ၂ယောက်၊ ၃ယောက်က တစ်ဖွဲ့၊ အခြား ၂ယောက်၊ ၃ယောက်ကတစ်ဖွဲ့၊ ပြောနေတက်ကြပါသည်။ (ထိုကဲ့သို့ အခြေအနေမျိုးတွင် ဖြေရှင်းရမည်မှာ - “အစ်ကို/မ တို့ ပြောနေကြတာကို ကျွန်တော်/မ လည်း စိတ်ဝင်စားပါတယ်။ အခုဒီမှာ ပြောနေတာလေးလည်း နားထောင် ကြည့်ရအောင်နော်။” --- စသဖြင့်) (Grouping)

10) Wearing Dress and Seating Plan

ဝတ်စားဆင်ယင်ပုံသည် Respondent ဝတ်စားဆင်ယင်ပုံနှင့် ကွဲပြားခြားနားနေမှု အရမ်းမရှိသင့်ပါ။ (ဥပမာ - ရွာသားများ (သို့) အခြေခံလူတန်းစားများနှင့် စကားပြောဖို့အတွက် အထက်တန်းကျသော၊ တန်ဖိုးကြီးသော ၎င်းတို့နှင့်ကွာခြားနိုင်သော အဝတ်အစား၊ အသုံးအဆောင်များ၊ လူကြီးများရှေ့စကတ်တို၊ ဘောင်းဘီတိုများဖြင့် မမေးသင့်၊ မဝတ်သင့်ပါ။)

ထိုင်ဖို့အတွက်ပြင်ဆင်ရာတွင်လည်း တန်းတူရှိနေဖို့အရေးကြီးပါသည်။ ဥပမာ - ကလေးများနှင့် သုတေသနပြုလုပ်မေးမြန်းရာတွင် မိမိက လူကြီးမို့လို့ ခုံနှင့်ထိုင်၍ ကလေးများက ကြမ်းပြင်ထိုင်ပြီး စကားပြောခြင်းက ကျင့်ဝတ်နှင့် ညီညွတ်မှုမရှိပါ။ ကြမ်းတပြေးထဲဖြစ်သင့်သည်။

11) Use Respondent's Terminology

မိမိဆွေးနွေးပွဲလုပ်မည့် Target Group (ဦးတည်ထားသောအုပ်စု) များအကြောင်းနှင့် ၎င်းတို့သုံးနှုန်းနေသော စကားလုံး အသုံးအနှုန်းများကို ကြိုတင်လေ့လာထားပြီး၊ ပွဲစဉ်တစ်လျှောက်လုံးတွင် ၎င်းတို့သုံးနှုန်း၊ ပြောဆိုကြသည့် အတိုင်းမေးရမည်။ ပြောရပါမည်။ ဥပမာ (၁) တောရွာမှ လူများနှင့်ပြောဆိုရာတွင် အင်္ဂလိပ်လို ပြောဆိုသုံးနှုန်းခြင်းများ အထူးရှောင်ကျဉ်သင့်ပါသည်။ ဥပမာ (၂) ရွာမှာအများအားဖြင့် သုံးနေသောအကြောင်းအရာများ “အရီးလေး/ ဘာ” “ဘဝင်းပိတ်တယ်” စသော မိမိလေ့လာမည့်ရွာ/ မိမိလေ့လာသူများ သုံးသည့်စကားလုံးများကို ကြိုတင်သိရှိနေရမည်။ သို့မဟုတ်ပါက ထိုစကားလုံးများကို ပြန်လည်ရှင်းလင်း ခိုင်းနေမှုများဖြင့် သတ်မှတ်အချိန်ကို ထိခိုက်နိုင်ပါမည်။ မသိသောအချို့စကားလုံးများကိုလည်း ဆွေးနွေးပွဲတွင် တခါထဲရှင်းလင်းခိုင်းရပါမည်။

12) Flexibility & Bias

- Respondent ပြောဆိုသောစကားများနှင့်ပတ်သက်၍ မိမိခံယူချက်များ စိတ်အခံမထားဖို့မှာ အလွန်အရေးကြီးပါသည်။ တနည်းအားဖြင့် ကြားနေသူဖြစ်ဖို့ အရေးကြီးလှပါသည်။ ၎င်းတို့ ပြောဆိုသော အကြောင်းအရာပေါ်တွင်သာ စိတ်ဝင်တစားနားထောင် မေးမြန်းရပါမည်။ အဖြေများ မှားနေကောင်း၊ မှားနေခြင်း၊ မိမိယုံကြည်ချက်များဖြင့် မတူကွဲပြားမှုများ ဖြစ်ခဲ့ပါကလည်း သေချာစွာနားထောင်ပေးရပါမည်။

(ဥပမာ - ရှေ့ပွဲက အဖြေများနှင့် နောက်ပွဲအဖြေများက တူချင်မှတူမည်။ Respondent ၏ ပညာရေးအခြေအနေ၊ ဗဟုသုတ၊ ၎င်းတို့ ကျင်လည်ဖြတ်သန်းလာခဲ့သော အခြေအနေများပေါ်တွင် မူတည်ပြီး၊ ကွဲပြားနေပါမည်။ အထူးသဖြင့် အလုပ်အပ်နှံသူ၊ ကျွမ်းကျင်သူများက စဉ်းစားထားမှုများနှင့် ပါဝင်ဆွေးနွေးသူများ၏ အဖြေများ၊ ပြောကြားချက်များ တူညီချင်မှလည်း တူညီပါမည်။)

- ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူ (Moderator) က ကုန်ပစ္စည်းတစ်ခုကို ကိုယ်စားပြုတယ်။ (သို့) အဖွဲ့အစည်းတစ်ခုခုကို ကိုယ်စားပြုတယ်လို့ Respondent တွေထင်နေရင် (သို့) ဖော်ပြနေမယ်ဆိုရင် အဖြေတွေမှာ Bias (ဘက်လိုက်မှုအမှားများ) ဖြစ်နေပါမယ်။ အမှန်အတိုင်း မပြောချင်တာ Bias ပါပဲ။ (ဥပမာ - ဒီဆွေးနွေးပွဲကို "အအေးမိတုပ်ကွေးဆေးတံဆိပ်တစ်ခု" ကလုပ်တယ်လို့ ထင်နေရင် အမှန်တကယ်က ဈေးကွက်ထဲမှာ အဲဒီဆေး မရောင်းရတော့တာကို အရမ်းကောင်းတယ်၊ ရောင်းနေရတယ်၊ သူတို့သောက်နေတယ်လို့ ပြောကြပါလိမ့်မည်။)

- ဆရာဝန်၊ နက်(စ်)မတွေက ကျန်းမာရေးနဲ့ပတ်သက်တာတွေကို မေးရင် Bias ဖြစ်နိုင်ပါတယ်။

- Respondent တွေထဲက သူတွေက တွေ့ဆုံမေးမြန်းမယ့်သူနဲ့ သိတဲ့သူ (သို့) ကိုယ့်ရဲ့ Program ထဲကလူ ဖြစ်နေရပါဘူး။

- မိဘ၊ ဆွေမျိုးသားချင်းတွေနားမှာ မျိုးဆက်ပွားကျန်းမာရေး (Reproductive Health-RH/ လိင်ဆက်ဆံခြင်းကဲ့သို့) (သို့) အခြားသူများကြားမှာ ထိုသူယုံကြည်ရာ နိုင်ငံရေးအကြောင်းမေးတာ (သီးသန့်မဖြစ်လို့) Privacy လည်းမရှိလို့ Bias ဖြစ်နိုင်ပါတယ်။ ကုန်ပစ္စည်းထုတ်လုပ်သောနေရာတွင် ထိုကုန်ပစ္စည်းအတွက် သုတေသနမေးခွန်းများ မေးခြင်းကလည်း ဘက်လိုက်နေမှုများ ဖြစ်နေပါမည်။

- ဆွေးနွေးမယ့်အကြောင်းအရာ (Topic/ Subject) များ၊ တံဆိပ်တစ်ခုခုရဲ့ ဈေးကွက်အခြေအနေ စတဲ့သိချင်တာမျိုးမှာ အဲဒီအကြောင်းအရာ/ တံဆိပ်ကို အသားပေးဖော်ပြတာမျိုး၊ ခပ်များများ မေးမြန်းတာမျိုး စတာတွေဟာလည်း Bias ဖြစ်နိုင်ပါတယ်။

- ဖိတ်ကြားခြင်းတွင်လည်း Bias ဖြစ်တတ်ပါတယ်။ (FGD တပွဲစီရဲ့ Respondent တွေကို အိမ်နီးနားချင်း/ မိတ်ဆွေတွေကို ခွဲဖိတ်တဲ့အခါမျိုးမှာ ကြုံရတတ်ပါတယ်။) ဥပမာ - ပထမနေ့ပွဲတက်တဲ့သူက ဒုတိယနေ့တက်မယ့်သူကို ဆွေးနွေးခဲ့တဲ့အကြောင်းတွေ ပြန်ပြောပြထားတာမျိုးက ထို Respondent ကို ဘာမှ မမေးရသေးခင်ပဲ၊ ဆွေးနွေးမယ့်အကြောင်းအရာတွေကို သူကကြိုပြောနေနိုင်ပါတယ်။

Flexibility with Discussion Guide - ဆွေးနွေးပွဲလမ်းညွှန်ရေးသားရာတွင်လည်း အားနည်းချက်များ ရှိနေတတ်၍ ဆွေးနွေးပွဲတစ်ခုအတွင်း အဆင်မပြေသည့်အခါမျိုးတွင် ပွဲစဉ်တစ်လျှောက် ပြန်လည်အကဲခတ်၊ သုံးသပ်ရင်း လိုအပ်ချက်များသိရှိနိုင်ပါသည်။ ထိုအခါမျိုးတွင် ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူတစ်ယောက်အနေဖြင့် သုတေသနဦးတည်ချက်ကို ပြည့်မှီအောင် ကူညီဆောင်ရွက်နိုင်စွမ်းရှိရပါမည်။ မည်ကဲ့သို့ဆောင်ရွက်ရမည် (မည်သို့မေးမြန်းရမည်) ကို မိမိ၏လုပ်ဖော်ကိုင်ဖက်များ၊ မိမိထက်အတွေ့အကြုံရှိသူများနှင့် တိုင်ပင် ဆွေးနွေးခြင်း၊ စမ်းသပ်မှုနှင့် လေ့ကျင့်မှုများဖြင့်၊ ပြဿနာများကို ပြေလည်စေပါသည်။

(ဆွေးနွေးပွဲလမ်းညွှန်ထဲမှမေးခွန်းများ မပြည့်စုံပါက၊ သုတေသနဦးတည်ချက်များအတိုင်း မေးခွန်းများကို လိုအပ်သလို၊ ဆွေးနွေးပွဲ လုပ်နေရင်းနှင့်ပင် ပြုလုပ်မေးမြန်းနိုင်ပါသည်။)

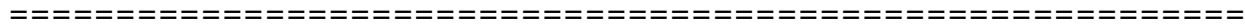
Role play:

- (1) Respondent ပြောနေစဉ် Moderator မှ စိတ်ဝင်စားကြောင်း ပြတဲ့ပုံ လုပ်ပြရန်၊
 - (2) Respondent မှ စိတ်မဝင်စားကြောင်း ပုံ လုပ်ပြရန်၊
 - (3) Group control အတွက် Body language အနေအထားအမျိုးမျိုးကို သရုပ်ဆောင်ပြခိုင်းရန်
- Listen in pair practice (Game)

- သင်တန်းတွင် ပါဝင်တက်ရောက်နေသူများအားလုံး မျက်နှာချင်းဆိုင်များထိုင်ခိုင်းပြီး၊ တစ်ယောက်က စကားပြော၊ အခြားတစ်ယောက်က နားထောင်မယ်။ အချက်ပေးလိုက်တာနဲ့ နားထောင်တဲ့သူက ဘာမှ နားမထောင်တော့ပဲ၊ အမူအယာနဲ့ နားမထောင်တဲ့ပုံလုပ်ရပါမယ်။ အဲ့ဒီအတိုင်းပဲ နောက်တဖက်ကလူတွေက ပြန်လုပ်မယ်။ ပြီးတော့မှ စကားပြောနေတုန်း နားထောင်တဲ့အခါ နဲ့ နားမထောင်တဲ့အခါ ဘယ်လိုခံစားချက်မျိုး ရှိတယ်ဆိုတာ မေးကြည့်မယ်။

(Recap - စာရွက်ဖြင့် သင်တန်းတက်ရောက်သူများကို မှတ်မိသလောက် အတိုချုံးဖြေခိုင်းရန်)

Moderating Techniques (Points)	
<p>Qualitative (FGD) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Rapport Building (Full Introduction) 2) Questioning & Probing 3) Verbal & Non-verbal communication 4) Dominant Respondent 5) Follower 6) Silence is Moderator's Friend 7) Respect & Active Listening 8) Group Dynamic & Group Control 9) Natural Conversation Flow 10) Keeping the Conversation on Track 11) Use Respondent's terminology 12) Flexibility & no bias 	<p>အရည်အသွေးနှင့်ဆိုင်သောသုတေသန (ဆုတ်စုလိုက်) -</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) အပြန်အလှန်နားလည်မှုတည်ဆောက်ခြင်း၊ 2) မေးခွန်းမေးမြန်းခြင်းနှင့် စေ့ငှာ ထပ်၍ထပ်၍မေးခြင်း၊ 3) စကားပြောဆိုခြင်း၊ စကားမပါပဲ ဆက်သွယ်ပြောဆိုခြင်း၊ 4) တဦးတည်းက အမြဲ/ ဦးဆောင်ပြောဆိုနေခြင်း၊ 5) အခြားသူပြောဆိုမှု နောက်က လိုက်ပြောဆိုခြင်း၊ 6) ငြိမ်နေခြင်းသည်လည်း ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူ၏မိတ်ဆွေ 7) လေးလေးစားစားနှင့် သေချာစွာ နားထောင်ပေးခြင်း၊ 8) အဖွဲ့၏ တက်ကြွစွာပြောဆိုခြင်းနှင့် ထိန်းသိမ်းခြင်း၊ 9) သာမန် စကားရိုင်းပုံစံပြောဆိုခြင်း၊ 10) မိမိ စကားလမ်းကြောင်းပေါ်မှာသာ တည်ရှိပြောဆိုခြင်း၊ 11) ပါဝင်ဆွေးနွေးသူ၏အသုံးအနှုန်းအတိုင်းပြောဆိုခြင်း၊ 12) အလျော့အတင်း နှင့် ဘက်လိုက်မှုကင်းခြင်း၊



PROBING

Qualitative Repoort (အစီရင်ခံစာ) မှာ အကြောင်းပြချက်များ ခိုင်မာစွာရေးနိုင်ဖို့၊ (ချပြနိုင်ဖို့) အချက်အလက်ပြည့်ပြည့်စုံစုံ၊ ဖြစ်ဖို့အတွက် Moderator တစ်ယောက်ရဲ့ Probing skill (စုံစုံစေ့စေ့မေးနိုင်တဲ့အရည်အချင်း) က အဓိက အရေးကြီးဆုံးဖြစ်ပါတယ်။ Moderator တစ်ယောက် (Qualitative Research) ရဲ့ အသက်လည်း ဖြစ်ပါတယ်။ စုံစေ့စွာမေးမြန်းမှုသည် ဖြေဆိုသူအပေါ်လွှမ်းမိုးသော အပြုအမူ၊ အပြောအဆိုများ မပါဝင်ရပါ။ မေးလို့ ဖြေပြီးတိုင်း၊ အဖြေပြည့်စုံခြင်း မရှိသေးပါ။ တစ်ခွန်းမေး၍ အဖြေတစ်ခုရခြင်းမျိုးကိုလည်း အရည်အသွေးနှင့်ဆိုင်သော သုတေသနခေါ်ဆို၍ မရနိုင်ပါ။ သုတေသနဦးတည်ချက်နှင့်ပြည့်မှီအောင်၊ အတင်းအကြပ်စစ်ဆေးမေးမြန်းနေသည်နှင့်လည်း မတူအောင် ထပ်မံ၍ပြည့်စုံစွာ မေးမြန်းရပါမည်။

ဆွေးနွေးပွဲလမ်းညွှန် (Discussion Guide) တွင် (Planned Probing ကို) ကြိုတင်စဉ်းစားပြီး ထည့်သွင်းရေးသားလေ့ရှိပါသည်။ Probing နှစ်မျိုးရှိပါတယ်။

(1) Planned Probing – ကြိုတင်တွေးပြီး၊ ဆွေးနွေးပွဲလမ်းညွှန်မှာ ထည့်ရေးပေးထားတာမျိုးကို ဆိုလိုပါတယ်။

ဥပမာ - အဲ့အဖွဲ့ထဲဝင်ပြီးမှ ဘာတွေ တိုးတက်လာလဲ၊ (စီးပွားရေး၊ လူမှုရေး၊ ယောက်ျား၊ မိန်းမတန်းတူ အဆုံးအဖြတ်ပေးမှု)

(2) Spontaneous Probing – ကြိုတင်မရေးထားပဲ၊ ဆွေးနွေးရင်းထွက်ပေါ်လာသော စကားများကို ထပ်မံမေးမြန်းခြင်းများကို ဆိုလိုပါသည်။

SP (1) ရှင်းလင်းချက်တောင်းခြင်း၊ ပိုမိုရှင်းလင်းပြည့်စုံစေဖို့ ဥပမာတောင်းခြင်း။ (အဲဒါ ဘာကိုဆိုလိုတာလဲ၊ ပိုပြီး ထပ်ပြီး ရှင်းပြပေးပါဦး၊ ဥပမာတောင်းပြီးမေးရန်။)

- သူက ကျွန်တော့်ကို နှိပ်ကွပ်တယ်။ (နှိပ်ကွပ်တယ်ဆိုတာ ဘယ်လိုပုံစံမျိုးကို ပြောတာလဲ သိရန်)
- သူက ဆူဆောင့်နေတယ်။ (ဘယ်လိုကြောင့်လဲ၊ ဘယ်လိုဆူဆောင့်တာလဲ) အဓိပ္ပာယ်တိကျစွာ သိရန်၊
- (ဖြေ) သူနဲ့ မတည့်ဘူး။ (မေး) ဘာလို့ မတည့်တာလဲ။ (ဖြေ) ဒေါသကြီးလို့ (မေး) နောက်ရော။
- ကျွန်မယောက်ျားက အပြင်သွားတာ မကြိုက်ဘူး။ (ဘယ်လို မကြိုက်တာမျိုးလဲ၊ ဥပမာ ပြောပြပါဦး)

လေ့ကျင့်ရန် (၁) တစ်ခါတစ်လေ ကလေးတွေကို လိုက်လိုက်ရောရော ဆက်ဆံရတယ်။ (???)

(၂) ကျွန်မတို့ကတော့ ကိုယ့်သားသမီးတွေကို ပညာတတ်တွေပဲဖြစ်စေချင်တယ်။ (???)

ဥပမာလေး ပြောပြပါဦး။/ အဲ့ဒီတုန်းက ဘယ်လိုလေး ဖြစ်သွားတာလဲ၊ ဘာဖြစ်ခဲ့တာလဲ။ တကယ့်ဟာလေး ခေါင်းထဲပေါ်လာအောင် ပြောပြပေးပါ။ စသဖြင့်...။

SP (2) ရှေ့နောက် ကျိုးကြောင်းညီညွတ်မှု မရှိတာတွေ၊ မပြတ်သားသော အဖြေများကို ပြန်မေးရန်၊ (ပြောဆို၊ ဆွေးနွေးခဲ့တာတွေ အားလုံးကို မှတ်မိနေရပါမည်)

- FGD ပွဲတစ်ပွဲတွင် ရှေ့နောက်ကျိုးကြောင်းညီညွတ်မှုမရှိသော အဖြေများကို မှတ်မိနေပြီး၊ ရှင်းလင်းရန် ပြန်လည်မေးမြန်းရမည်။ ရရှိမည့်အဖြေများသည် ပြတ်သားရှင်းလင်းရပါမည်။ သို့မှသာ သုံးသပ်ချက်များကို ခိုင်မာစွာဖြင့် ရေးသားနိုင်ပါမည်။

(R ဖြေ - ရှေ့ပိုင်းမှာပြော) SRG (ကိုယ့်အားကိုယ်ကိုးအဖွဲ့) ဝင်ထဲက လင်မယားလည်း အဆင်ပြေတယ်၊ ရန်မဖြစ်တော့ဘူး။

(R ဖြေ- နောက်ပိုင်းမှာပြော) အခုတစ်ခါတစ်လေ ရန်ဖြစ်တာတွေ ရှိတက်ပါတယ်။

(M - မေး) အစ်ကို၊ အစ်မ ရှေ့မှာ အဲဒီလို ပြောထားတယ်။ အခုဒီလို ပြောတယ်။ အဲဒါ ဘာဖြစ်လို့လည်း၊ မရှင်းလို့ပါ ပြန်ပြောပြပေးပါလား။

- တချို့ FGD ရှေ့ပွဲတွင်ပြောခဲ့တာနှင့် နောက်တစ်ပွဲတွင် ပြောသောအဖြေများလည်း ကွဲလွဲ၊ ဆန့်ကျင်မှုများဖြစ်တတ်ပါတယ်။ ဤကဲ့သို့အဖြေများကိုလည်း လက်ခံရပါမည်။ အကြောင်းပြချက်ကိုတော့ မေးမြန်းရပါမည်။

ဥပမာ(၁)- (က) ရှေ့ FGD - တီဘီဖြစ်ပြီဆို ဆရာဝန်က ဝက်သား၊ အမဲသား၊ အစပ်နဲ့ဆီများများ မစားရဘူးလို့ပြောကြတယ်။

(ခ) နောက် FGD - တီဘီဖြစ်ပြီဆို ကျွန်တော်တို့ဆရာဝန်က ဝက်သား၊ အမဲသား အကုန် စားခိုင်းတယ်။

ဥပမာ(၂)- (က) ရှေ့ FGD - အခုနှစ်မှာ စပါးအထွက်တွေကျတယ်။ အရင်နှစ်တွေလဲ ဒီလိုပဲ။ (ပထမ ရွာ)

(ခ) နောက် FGD - အခုနှစ်မှာ အရင်နှစ်ကထက်စာရင် စပါးပိုထွက်တယ်။ (နောက်ရွာ-ပထမ ရွာ အနီးနားရွာ)

(သိရင်ဖြေလာမှာက "အဲ့ရွာက ကုန်းမြင့်ပိုင်းမို့ ဆားငံရေကုန်၊ မြေပက်ကြားအက်ပြီး ဒီနှစ်အထွက်တိုးလာတာ။ ဒီရွာကမြေနိမ့်ပိုင်းမို့ ရေတွေကျန်၊ အကုန်မခမ်းဘူး။ ဒါကြောင့်ဆားငံရေကျန်ပြီး အထွက်နှုန်းကျတုန်းပဲ")

SP (3) ယေဘုယျဆန်သော အဖြေများကို သတိထားပြီး၊ ကွာဟနေသော အချက်အလက်များအား ပြည့်စုံအောင် မေးမြန်းခြင်း။

တစ်ချို့က သူများဝတ်ချင်၊ စားချင်သလိုမျိုးဖြစ်လို့ ပြည့်တန်ဆာဖြစ်သွားတာ၊ တစ်ချို့က သူ့ပထွေးက အနိုင်ကျင့်လို့ဖြစ်သွား။ (ဒီနေ့ဝတ်ချင်၊ စားချင်ဖြစ်တာနဲ့ နောက်နေ့ ပြည့်တန်ဆာ မဖြစ်ပါ။ ယနေ့ပထွေးက မတရားလုပ်တာနဲ့ နောက်နေ့ ပြည့်တန်ဆာ မဖြစ်ပါ။)

စုံစေ့အောင် မေးမြန်းခြင်းအတွက် အခြားမှတ်ရန်များ။

- အရေးကြီးသည့်အချက်များတွင်သာ Probing ကို (မေ့မသွားရန်) ချက်ချင်း ပြုလုပ်ရပါမည်။ တစ်ခါတစ်ရံတွင် (ဆွေးနွေးပွဲအစပိုင်း) ဖြေသွားသမျှကို (တစ်ခုချင်းစီကို) Probing ချက်ချင်း မလုပ်သင့်ပါ။ ဖြေကြားမှုများတုန့်နှေးသွားစေနိုင်ပါသည်။ FGD တွင် တယောက်ချင်းစီ (အားလုံးမဟုတ်ပါ) ကို ပြောဆိုခိုင်းသကဲ့သို့ IDI (တဦးချင်းဆွေးနွေးပွဲ) တွင်လည်း အကြောင်းအရာတောက်လျှောက်ပြောသွားဖို့ကို

ပိုမိုတိုက်တွန်း သင့်ပါသည်။ တစ်ခွန်းမေး၊ တစ်ခွန်းဖြေများသည်၊ FGD နှင့် IDI တွင် ရရှိမည့်အချက်အလက်များကို မပြည့်မစုံဖြစ်စေပြီး၊ Report (အစီရင်ခံစာ) ကို ထိခိုက်စေပါသည်။

- Probing လုပ်ရမည့်နေရာတွင် Leading Question များဖြစ်နေလျှင်၊ မှတ်စုကို ဖတ်ရှုသူက အချက်အလက်များ များနေသည်ကိုသာ သိရှိပါမည်။ သို့သော်အရည်အသွေးကောင်း Qualitative Research Report တခု မဟုတ်တော့ပါ။

- မေးခွန်းတစ်ခုမေးပြီး တစ်ယောက်ကဖြေပြီး၊ အခြားသူများထံ ထပ်မံမေးမြန်းခြင်းမပြုလျှင် (ကိုယ်မေးတဲ့ မေးခွန်းအတွက် ပြန်ဖြေတာတစ်ခုကိုပဲ ယူရင်) မှတ်စုတွင် အများစုဟု ဖတ်ရှုထင်မှတ်နိုင်သော်လည်း အများစုကို ကိုယ်စားပြုသောအဖြေများ မဟုတ်ပါ။ Report တွင် ကြည့်လှသော်လည်း တကယ့်အဖြေအစစ်မဟုတ်ပါ။ လွဲမှားသော သုတေသနပြုမှု တခုဖြစ်နေပါသည်။

- ယှဉ်ပြောခိုင်းရန်၊ → ဥပမာ (၁) NGO များ၏ လုပ်ကိုင်ဆောင်ရွက်မှုများ/ ကုန်ပစ္စည်းအမှတ်တံဆိပ်များ တခုနှင့်တခု ကွာခြားချက် (အားနည်းချက် အားသာချက်) များကို နှိုင်းယှဉ်မေးမြန်းရပါမည်။ ဥပမာ (၂) ဖြဆိုသူက ကိစ္စတခုကို သူဘယ်လိုလုပ်ခဲ့တယ်၊ ဖြေရှင်းခဲ့တယ်လို့ပြောဆိုလျှင်၊ တချို့နေရာတွင် “တခြားသူတွေဆိုရင်ရော ရွာထဲမှာ ဘယ်လိုဖြေရှင်းလေ့ရှိလဲ။” စသဖြင့်...။

- အကြိမ်များကို မေးမြန်းရန် → အမေ့အစ်ကိုကြီး ရန်ဖြစ်တဲ့အခါ စိတ်ညစ်တယ်။ (သူတို့ရန်ဖြစ်တာက ခဏခဏဖြစ်တာလား၊ ဘယ်လောက်လောက်ဖြစ်တာလဲ။ တခါတလေလား ဥပမာ တပတ်တခါ၊ တလတခါလောက်ဖြစ်တာလား သိရန်) အဲ့လိုမျိုးက ဘယ်လောက်များများဖြစ်တာလဲ။ ဥပမာ ရွာထဲမှာ ဖြစ်ပျက်မှုများထဲမှ တခုခုကို မေးမြန်းရာတွင် အဖြစ်များနေမှုများ ရှိမရှိကိုလည်း မေးမြန်းရပါမည်။

- အဖြေ ၂ ခု ကွဲထွက်ခြင်း → (မေး) ကိုယ့်စိတ်ထဲမှာ တခုခုဖြစ်နေတာကို ဆရာ/မတွေ သိလား။ (ဖြေ) တခါတလေသိတယ်။ တခါတလေ မသိဘူး။ (မေး) ဘယ်အခါမှာ သိတာလဲ။ ... ဘယ်အခါမှာ မသိတာလဲ။

- တိုက်ရိုက်မမေးပဲ ဆန့်ကျင်ဘက်ဆန်သော မေးခွန်းများမေးမြန်းခြင်း → မေးမြန်းရာတွင် ဖြေဆိုသူများ စိတ်ဆိုးသွားနိုင်သောကြောင့် သတိထားမေးမြန်းရပါမည်။

ဥပမာ (က) ဖြေ) ဆရာ/မ အလုပ်ဆိုတာ ဝါသနာပါမှ သင်လို့ရတာ။
(မေး) အဲဒါဆို ဝါသနာမပါတဲ့ဆရာ/မတွေက သင်နေရင် (ဝါသနာမပါပဲသင်ရင်) ဘာဖြစ်မလဲ။

ဥပမာ (ခ) ဖြေ) သမီးက အိမ်အလုပ်တွေ ဘာမှ မလုပ်ရဘူး။ (ယေဘုယျတွေပဲ ဖြေနေရင်..)
(မေး) အဲဒါဆို ထမင်း၊ ဟင်းချက်တာ၊ အဝတ်လျှော်တာ၊ ရေခပ်၊ ဈေးဝယ်ပေးတာတွေရော မလုပ်ရဘူးလား။

အဓိပ္ပါယ်ပြန်ရှင်းတာမျိုး၊ အဖြေ ၂ ခု (အများကြီး) ကွဲထွက်သွားတာမျိုးကိုလည်း တခုချင်းစီရဲ့ အကြောင်းပြချက်များကို သေချာစွာ မေးမြန်းရန်။
(မေး) ခေါင်းလျှော်ရည်သုံးဖူးလား၊ (ဖြေ) သုံးဖူးတယ်။ (မေး) အဲဒီခေါင်းလျှော်ရည်က ဘယ်လိုနေလဲ။
(ဖြေ) ကောင်းတယ်။ (မေး) ဘယ်ဟာလေးကြောင့် ကောင်းတယ်လို့ ပြောနိုင်တာလဲ။ (ဖြေ) ထုတ်ပိုးထားတဲ့ ဗူးပုံစံလေးကြောင့်ပါ။ (မေး) ဗူးပုံလေးမှာ ဘယ်အချက်က ကောင်းတယ်လို့

ပြောနိုင်တာလဲ။ (ဖြေ) မော်ဒန်ဖြစ်လို့၊ ထိုင်းက ထုတ်တဲ့ပုံစံလေးမို့လို့၊ ထိုင်းက ထုတ်ရင်၊ ကောင်းမယ် ထင်လို့။ (မေး-၁) အဲဒီကထုတ်တာနဲ့ ကိုယ့်ဆံပင်မှာ ဘာဖြစ်သွားလို့လဲ။ (မေး-၂) ထိုင်းကနေ ထုတ်တဲ့ပစ္စည်းတွေရဲ့ အရည်အသွေးကို ဘယ်လိုထင်လဲ။ (ဖြေ) ဆံပင် ပျော့ပျောင်းသွားတယ်။ မွှေးတယ်။ သန့်ရှင်းသွားတယ်။ ထိုင်းကလာတာတွေက အရည်အသွေးကောင်းတယ်။ အလှကုန်ပစ္စည်းတွေဆိုလည်း အသားအရည်၊ ဆံပင်မပျက်ဆီးဘူး။ စသဖြင့်...။

"Social app တွေကို လုံးဝမသုံးဘူးလို့" ဖြေတဲ့အခါမှာ (မေး) လုံးဝမသုံးတာက ဘာလို့မသုံးတာလဲ၊ အိမ်ကမသုံးလို့လား၊ ကိုယ်တိုင်ကော သုံးချင်လား၊ ဘယ်လိုမျိုးအခြေအနေဆိုရင်ကော သုံးဖြစ်မလဲဆိုတာမျိုးတွေကို ဆက်မေးသင့်တယ်။ စသဖြင့် ဆက်မေးရန်။

လေ့ကျင့်ခိုင်းရန် -

- 1) ကိုယ့်အားကိုယ်ကိုးအဖွဲ့ထဲဝင်ပြီးမှ အိမ်မှာအများကြီးတိုးတက်လာတယ်။ (ဥပမာ - ဘာတွေတိုးတက်လာတာလဲ။)
- 2) မိသားစုမှာ ဘယ်သူ့ကိုပိုချစ်လဲ။
- 3) မိန်းကလေး ညဖက်ထွက်တာ မကောင်းဘူး။
- 4) အိမ်မှာ အမေနဲ့က ပိုရင်းနှီးတယ်။ (ဥပမာ - ဘာလို့အမေနဲ့က ပိုရင်းနှီးတာလဲ။)
- 5) သူက ယောကျ်ားလေးတွေနဲ့ ရောရောနှောနှော နေတာ။ (ဥပမာ - ဘယ်လိုနေတာမျိုးလဲ)
- 6) (Q) သူနဲ့မတည့်ဘူး။ ??? (A) ဒေါသကြီးလို့ (Q) နောက်ရော ???
- 7) ကျွန်မယောကျ်ားက အပြင်သွားတာမကြိုက်ဘူး။ (ဘယ်လိုမကြိုက်တာမျိုးလဲ။ ဥပမာပြောပြပါဦး)
- 8) နှိပ်စက်ခံရတယ်။ (ဘယ်လိုမျိုးတွေ နှိပ်စက်တာလဲ။ ဘာတွေဖြစ်သွားလဲ။
- 9) ကိုယ့်လို လူငယ်တွေမှာ ခုချိန်မှာ အခက်အခဲတွေရှိလား။ ဘာအခက်အခဲတွေ ရှိလဲ။ (ဥပမာ)
- 10) ငြိမ်းချမ်းရေးနဲ့ပတ်သတ်တာတွေကို သိလား။ (သိရင်၊ ဘာတွေ လုပ်နေကြတာလဲ)

Recap – (စာရွက်ဖြင့် သင်တန်းတက်ရောက်သူများကို မှတ်မိသလောက် အတိုချုံးဖြေခိုင်းရန်)

=====

SCREENING QUESTIONNAIRE AND RECRUITMENT

ပါဝင်ဖြေဆိုမည့်သူဖိတ်ကြားရန်အတွက် စမ်းသပ်မေးခွန်းနှင့် FGD ခန်းတွင် ပြင်ဆင်ခြင်း။

- Screener (စမ်းသပ်မေးခွန်းလွှာ) တခုတွင် ဆွေးနွေးပွဲတက်ရောက်မည့် Respondent များကို ဖိတ်ကြားမှု ပြုလုပ်ရန် Criteria (စံ)များ (ကျား/ မ၊ အသက်၊ အလုပ်အကိုင်၊ မိသားစုဝင်ငွေ စသဖြင့်) အရင်ဆုံး သတ်မှတ်ထားရပါသည်။ သုတေသနတခုအတွက် ကုန်ပစ္စည်းသုံးနေသော သူများ/ (NGO) အဖွဲ့အစည်း၏ ဝန်ဆောင်မှု အသုံးပြုသူများကို ဖိတ်ဖို့ Screener ဖြင့် ကိုက်ညီသူကို ရွေးချယ်ပေးရပါမည်။ သို့မှသာ သတ်မှတ်ထားသော ဦးတည်ထားသည့် (Targetted Respondent) လူမှန်ကို ရွေးချယ်မေးမြန်းနိုင်ပါမည်။ (Target Group)
- ဆွေးနွေးပွဲတခုထဲမှာ ဖိတ်ကြားခံရသောသူများ၏ အသက်၊ ပညာအရည်အချင်း၊ စီးပွားရေးအဆင့်အတန်း (မိသားစုဝင်ငွေကဲ့သို့) များသည် အရမ်းမကွာသင့်ပါ။ ပြောဆိုဆွေးနွေးရာတွင် အမြင်၊ ခံယူချက်များ၊ လွှမ်းမိုးနိုင်မှုနှင့် မပြောပဲ (ငုတ်) နေမှုများ ကြုံတွေ့နိုင်ပါသည်။ မြို့များတွင် တရပ်ကွက်၊ တလမ်းထဲမှ FGD တပွဲစာအတွက် လူအများ ဖိတ်ကြားခြင်း၊ FGD များမကြာခဏတက်ဖူးသူများကို ဖိတ်ကြားခြင်းများကို ရှောင်ကျဉ်ရပါမည်။ (Criteria)
- သတ်မှတ်ထားသော Criteria အတိုင်း မဟုတ်ခြင်း၊ လိမ်ညာဖိတ်ကြားခဲ့ခြင်း၊ ရုတ်တရက်ကြုံရာဖိတ်ခွဲခြင်း၊ အသိမိတ်ဆွေအား ဖိတ်ခွဲခြင်းများက ပြောဆိုဆွေးနွေးမှုအတွက်ရော၊ ရရှိမည့်အချက်အလက်များအတွက်ပါ ထိခိုက်နိုင်ပါသည်။ Recruiter မှ ပါဝင်ဆွေးနွေးမည့် Respondent ကို Screener မှ အချက်များအားလုံးနှင့် ကိုက်ညီမှသာ ဖိတ်ကြားပြီး၊ ဆွေးနွေးပွဲတွင် ပါဝင်စေရပါမည်။ (Cheating)
- ဆွေးနွေးပွဲတွင် အနည်းဆုံး ၆ ယောက် (သို့) ၈ ယောက် တက်ရောက်ရပါမည်။ ဖိတ်ကြားစဉ်က (၆/ ၈)ယောက်ထက် ပိုမို ဖိတ်ကြားထားသင့်ပါသည်။ တက်ရောက်ရန်ပျက်ကွက်နိုင်မှုများရှိနိုင်သောကြောင့် အပိုဆောင်းဖိတ်ကြားမှသာ ဆွေးနွေးပွဲတွင် သတ်မှတ်အရေအတွက် ဖြစ်နေပါမည်။ (Extra Recruitment)
- Client (အလုပ်အပ်သူ) အဆင်ပြေနိုင်မည့်ရက်အပြင် Respondent အများစု လာရောက်နိုင်မည့်နေ့ရက်၊ အချိန်မျိုးတွေကိုသာ ကြိုတင်စဉ်းစားထားပြီး၊ ရွေးချယ်ထားကာ ဖိတ်ကြားသင့်ပါသည်။ (Schedule)
- Screener တွင် Criteria များကိုဖော်ပြသကဲ့သို့ ဆွေးနွေးပွဲသို့အချိန်မှီရောက်ရှိစေရန် နေ့ရက်၊ အချိန်များထည့်သွင်းထားသင့်ပါသည်။ ဖိတ်ကြားသူ (Recruiter) က ဆွေးနွေးပွဲနေရာသို့ (၁၅) မိနစ်ခန့် ကြိုရောက်နေရန် ကြိုတင် သွားရောက်ခေါ်ဆောင်ရမည်ဖြစ်သလို ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူကလည်း ဆွေးနွေးပွဲကို အချိန်မှီ စတင်ပြီး၊ သတ်မှတ်ချိန် ပြီးစီးရပါမည်။ (Time Management)
- ဆွေးနွေးပွဲတက်ရောက်မည့်သူများကို ဖိတ်ကြားရာတွင် အများနှင့်စကားပြောလိုသူ၊ မိမိအမြင်၊ အကြံဉာဏ်များအားထုတ်ဖော်ပြောကြားလိုသူများဖြစ်ရန်လည်း Screener တွင် ထည့်သွင်းသင့်ပါသည်။ (Open and Articulate)
- FGD တပွဲ တနာရီခွဲမှ ၂ နာရီစာပွဲမျိုး တနေ့တာတွင် Moderator တယောက်အတွက် FGD (၂) ပွဲ သာ ပြုလုပ်သင့်ပါသည်။ (၂) ပွဲထက် ပိုမိုပြုလုပ်ပါက Probing ပြုလုပ်ရန်နှင့် Group Control

စသောအချက်များတွင် အားနည်းချက်များရှိတတ်ပါသည်။ တပွဲနှင့်တပွဲအချိန် ကပ်သွားပါက ပွဲပြင်ဆင်ရန်များ၊ မေးမြန်းရန်လိုအပ်ချက်များကို သေချာစွာ မလုပ်နိုင်တော့ပါ။

- Moderator မှ ဖိတ်ကြားထားသည့် Respondent များ၏ အချက်အလက်များကို ကြိုတင်ဖတ်ရှုပြီး၊ ကြိုတင်သိရှိနိုင်လျှင် FGD တွင် ဆွေးနွေးပြောဆိုရာ၌ ပိုမိုကောင်းမွန်ပါသည်။ (Respondents Profile)

- Recruiter မှ Respondent များကို ဖိတ်ကြားစဉ်ကတည်းက ဆွေးနွေးပွဲတစ်ခုလုံးအတွက် ကြာနိုင်မည့်အချိန်ကို ကြိုတင်၍ ပြောကြားထားရပါမည်။ ဖိတ်ကြားထားသူများ အစုံအလင် (၆/ ၈ ယောက်) မပြည့်သေးပါက စောင့်ရမည့်ကြာချိန်အတွက် စကားပြောဖော်ထားပေးခြင်း၊ ဖတ်စရာ ဂျာနယ်များထားပေးခြင်း၊ မုန့်၊ ကော်ဖီများဖြင့် ပိုမိုတည်ခင်းဧည့်ခံခြင်းများကို သေချာစွာ ပြုလုပ်ပေးရပါမည်။

- ဖိတ်ကြားစဉ် Respondent များကို ဆွေးနွေးပွဲတွင် သာမန်စကားပြောဆိုကြမည့်ပုံ၊ လွတ်လွတ်လပ်လပ် ပြောဆိုဖို့နှင့် ဆွေးနွေးမည့် အကြောင်းအရာအချို့ကို နားလည်သဘောပေါက်အောင် Recruiter မှ ပြောပြ ထားလျှင် ဆွေးနွေးပွဲတွင် ပိုမိုအဆင်ပြေချောမွေ့စေပါမည်။

- ပါဝင်ဆွေးနွေးမည့်သူများ၏ ပြောကြားချက်များက မိမိတို့/ အဖွဲ့အတွက် အရေးကြီးကြောင်း ကြိုတင်သိစေခြင်း၊ ဆွေးနွေးပွဲတွင်လည်း သိစေခြင်းများ အလွန်လိုအပ်ပါသည်။

- ပါဝင်ဆွေးနွေးသူများတွင် ကလေးအမေများကဲ့သို့သောသူများကို ဖိတ်ကြားရာတွင် ၎င်းတို့ ဆွေးနွေးပွဲ ဝင်နေစဉ်တွင် ကလေးများအား ထိန်းထားပေးမည်ကို ပွဲမစခင်က ကြိုတင်၍ အသိပေးထားခြင်းဖြင့်လည်း သက်တောင့်သက်သာ စကားပြော ဆွေးနွေးနိုင်ကြပါမည်။ ချက်ပြုတ်ရသောအိမ်ရှင်မများ ဖိတ်ကြားရာတွင်လည်း မနက်ပိုင်း ထမင်း၊ ဟင်းချက်ချိန်များအစား နေ့လည်၊ ညနေပိုင်းတွင် ဖိတ်သင့်ပါသည်။ (ဥပမာ ၁၀ မှ ၁၂ နာရီ အမျိုးသား FGD နှင့် ၂ မှ ၄ နာရီ အမျိုးသမီး စသဖြင့်)

- FGD အခန်းတွင် ပါဝင်ဆွေးနွေးသူများအတွက် အစားအသောက်၊ ထိုင်စရာနေရာများ၊ FGD ခန်းနှင့် observation (ကြည့်ရှုမည့်) ခန်းတွင် မီး၊ အသံသွင်းကိရိယာများ၊ ဓါတ်ခဲများအားစစ်ဆေးခြင်း၊ (လိုအပ်ပါက) သုတေသနအတွက်ဆွေးနွေးရာတွင်သုံးရန် အခြား ပစ္စည်းများ စသော ကိစ္စများကို Respondent များ မရောက်ခင် (Moderation မစခင်) ကြိုတင်၍ စီစဉ်ဆောင်ရွက်ထားရပါမည်။


- အခြေခံလူတန်းစားများဖိတ်ကြားမေးမြန်းချိန်တွင် အဆင့်မြင့်လွန်းသောထိုင်ခုံ၊ စားပွဲများခင်းကျင်းထားခြင်း၊ အသံဆူညံနေမှုများ၊ စကားပြောရာတွင် အနောက်အယုတ်ဖြစ်စေမည့် စားသောက်စရာများ၊ မုန့်များတည်ခင်းခြင်း၊ အလုပ်အပ်နှံသူ၏ ပြိုင်ဖက်ကုန်ပစ္စည်းတံဆိပ်များထားရှိခြင်းမျိုးကို FGD, Observation (ကြည့်ရှုသည့်နေရာ) ခန်းများတွင် မထားသင့်ပါ။

- ဖြေဆိုသူ Respondent များ FGD ခန်းမရောက်မီ Moderator မှ ကြိုတင်ရောက်ရှိသင့်ပြီး၊ စတင်ရန် Respondent များကို ခရီးဦးကြိုပြု၊ ထိုင်မည့်နေရာ နေရာချပေးသင့်ပါသည်။ စကားပြောမပြတ်စေရန် မိတ်ဆက်ချိန်တွင် ဖုန်းကို Silent လုပ်ဖို့လည်း သတိပေးထားသင့်ပါသည်။

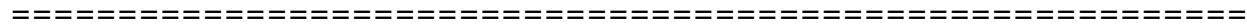
- ဥပမာပြောပြပြီး၊ Exercise လုပ်ခိုင်းရန် (အသက်၊ ပညာအရည်အချင်း၊ အိမ်ထောင်ရေးအခြေအနေ၊ အခြားအဓိက အရေးကြီးသည့်အချက်များကို သင်တန်းတက်သူများကို မေးမြန်းရင်း ရှင်းပြရန်)။ ဥပမာ

နို့တိုက်ကလေးတွေအတွက်နို့မူန့်အကြောင်းလေ့လာမယ်၊ ဘယ်သူတွေကို ဖိတ်မလဲ။ ကျွန်တော်/ မ အမေက အသက် ၅၀၊ သူ့ကိုဖိတ်မလား။ သူ့သုံးခဲ့တာက လွန်ခဲ့တဲ့ အနှစ်၂၀ ကျော်က။ တံဆိပ်တွေအမြင်တွေ တူနိုင်မလား စသဖြင့် ... အဲ့ဒီတော့ ဖိတ်မလား မေးကြည့်ရန်။

Screeener
(စမ်းသပ်မေးခွန်းလွှာ ပြုလုပ်ရန် အဓိကအချက်များ)

- ဦးတည်ထား (ပစ်မှတ်ထား) သော သူ (များ) ဖြစ်ရန်၊
 - စံ (Criteria) များ သတ်မှတ်ခြင်း၊
- 
- အမည်
 - အသက်
 - အိမ်ထောင်ရေး အခြေအနေ
 - ပညာရေး
 - အလုပ်အကိုင်
 - ပင်ငွေ (မိသားစု)
 - ပိုင်ဆိုင်မှု (အိမ်၊ ပိုင်ဆိုင်သော ပစ္စည်းများ)
 - သုံးစွဲမှု (တရက်/ တပတ်/ တလ/ ...)
 - ထောက်ပံ့ပေးမှုတွင် ပါဝင်ချိန်၊ ပါဝင်မှု (Statement)
 - နေရာ (တော/ မြို့/ မြို့နယ်

- အခြား -**
- > ကူညီလိုသောစိတ်ရှိသူ၊
 - > အခြားများနှင့်စကားပြောချင်စိတ်ရှိသူ၊ စကားပြောရာမှာကို ပျော်ရွှင်တတ်သူ၊
 - > သူစိမ်းများ (မိမိနှင့်အကျွမ်းတဝင်မရှိသောသူများ) နှင့် စကားပြောချင်စိတ်ရှိသူ၊
 - > မိမိအမြင်၊ အယူအဆနှင့်အတွေ့အကြုံများကို မျှဝေချင်စိတ်ရှိသူ၊
 - > ယဉ်ကျေးစွာဖြင့် စကားပြောဆိုတတ်သူ၊
 - > ဖွင့်လင်းပြီး၊ တက်ကြွနေသူ၊
 - > ကွမ်းယာစားခြင်း၊ မူးယစ်သေစာ သောက်စားသုံးစွဲထားသူ မဖြစ်ရပါ။



DISCUSSION GUIDE (ဆွေးနွေးပွဲလမ်းညွှန်)

- ဆွေးနွေးပွဲလမ်းညွှန် (Discussion Guide) ရေးသားမှုကို ဤနေရာတွင် အနည်းအကျဉ်းသာ ဖော်ပြလိုပါသည်။ သုတေသနဦးတည်ချက်များအတိုင်း ပြည့်မှီစေရန် ဆွေးနွေးပွဲလမ်းညွှန်ရှိ မေးခွန်းများကို အတတ်နိုင်ဆုံး စုံစေ့စွာ ထည့်သွင်းရေးသားကြရပါမည်။ မေးခွန်းများသည် အဓိပ္ပါယ် ၂ မျိုး၊ ၃ မျိုး ထွက်မထွက် သေချာစွာ ရေးသားပြီး၊ မိမိသုတေသနဦးတည်ချက်အတိုင်း အဖြေတိကျစွာထွက်ရန် ပြုလုပ်သင့်ပါသည်။ ထို့ပြင် မေးခွန်းများပြုလုပ်နေစဉ် မိမိလိုချင်သောအဖြေများ ရနိုင်၊ မရနိုင်ခြင်းအတွက် မိမိကိုယ်တိုင်လည်း မေးခွန်းများကို ဖြေကြည့်သင့်ပါသည်။

- Discussion Guide တခုတွင် ပါဝင်ရမည့် အဓိကအချက်များမှာ သုတေသန ဦးတည်ချက်များ၊ အချိန်ဇယား (ဦးတည်ထားသောအုပ်စု၊ ပွဲလုပ်မည့်နေ့ရက်၊ အချိန်)၊ အခန်းအလိုက် ကြာချိန်များ၊ မိတ်ဆက်ခြင်း၊ ရှေ့ပိုင်း (Warm up) မေးခွန်းများ၊ အဓိက ဆွေးနွေးမည့်အကြောင်းအရာမေးခွန်းအသေးစိတ်များ (Discussion Area) ထိုအထဲတွင် လမ်းညွှန်ချက်များ (ဥပမာ-စာရွက်/ TV ကြော်ငြာ ပြသရမည့် စသဖြင့်) ပါဝင်ရေးသားရပါမည်။

Discussion Area (Product Evaluation တခုအတွက်)

ဥပမာ - ကုန်ပစ္စည်းများ (Brand Names, Logos, Taglines, Packagings, Drinks)၊ TVC (သို့) Concept တခုကို မေးရာတွင် အသုံးပြုရမည့် မေးခွန်းအဓိက အချက်အလက် (အတိုများ)

- (1) Spontaneous Reaction (TOM-Top of mind) မြင်မြင်ချင်းဘယ်လိုထင်လဲ။ စိတ်ထဲဘယ်လိုနေလဲ။ စသဖြင့် မေးခွန်းများ။
- (2) Benefits (Like & Dislike/ Positive & Negative) ကြိုက်တာတွေက ဘာတွေ၊ မကြိုက်တာတွေက ဘာတွေ။ ဆွဲဆောင်မှုရှိလား၊ မရှိဘူးလား။ စသဖြင့်။
- (3) Comprehension (အဲ့ထဲမှာ ဘာတွေရေးထား၊ ဘာပုံတွေဖော်ပြထားလဲ။ နားလည်ရလွယ်လား။ အဲ့ဒါတွေက ဘာကိုပြောချင်တာလဲ။
- (4) Uniqueness (ဈေးကွက်ထဲမှာ ဒါမျိုးရှိလား၊ ပုံစံတူတာရှိလား၊ ဘာတွေတူလဲ။ တမူထူးခြားနေလား စသဖြင့်)
- (5) Purchase Intention (ဒီဟာမြင်ပြီး ဝယ်မလား၊ ဘာကြောင့်ဝယ်မလဲ၊ ဘာကြောင့်မဝယ်မှာလဲ၊ ဘာလိုနေသေးလို့လဲ စသဖြင့်)
- (6) Price expectation (ဒါကို ဘယ်လောက်ပေးချင်လဲ။ မထုတ်တော့မထုတ်ရသေးဘူး၊ ဒါမြင်တာနဲ့ ဘယ်လောက်လောက်ပေးဝယ်ချင်လဲ။ ဘာကြောင့်လဲ။ ဘယ်ဟာနဲ့ ယှဉ်ပြောတာလဲ။)
- (7) Area of improvement (ကိုယ်သာ ဒီပစ္စည်းထုတ်တဲ့ပိုင်ရှင်ဖြစ်မယ်ဆို ပိုကောင်းအောင်လုပ်ဖို့ ဘယ်လိုအကြံကောင်းတွေ ရှိဦးမလဲ။ မပါသေးတာတွေက ဘာတွေလဲ။ လိုနေတာတွေက ဘာတွေလဲ။ စသဖြင့်)

- နှိုင်းယှဉ်မည့် အခြားကုန်ပစ္စည်းနောက်တခုအတွက်လည်း ပြသပြီး အထက်ပါမေးခွန်းများအတိုင်း ပြန်လည် မေးမြန်းရပါမည်။

- ထို့နောက် ဥပမာ ၃ ခုမှ ၁ ခုအကောင်းဆုံးကို ရွေးချယ်ခိုင်းရပါမည်။ (တယောက်ချင်းစီကို စာရွက်ပေးပြီး ဖြေခိုင်းခြင်း - Bias ကင်းပါသည်။ (သို့) လက်ထောင်ခိုင်းပြီး ရွေးချယ်ခိုင်းနိုင်ပါသည်။ ထို့နောက် အကြိုက်ဆုံး၊ အကောင်းဆုံးဖြစ်ခြင်း အကြောင်းပြချက်များ၊ မကြိုက်ခြင်းအကြောင်းများကို သေချာစွာ မေးမြန်းရပါမည်။)

METHODOLOGY, TOOLS DEVELOPMENT, PILOT, FIELDWORK & ANALYSIS SKILL

(တခုချင်းစီ၏ အရေးပါနေမှု)

- သုတေသနလုပ်ငန်းတစ်ခုအောင်မြင်ရန် ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူ (Moderator) ၏ အခန်းကဏ္ဍသည် အလွန်(လုံးဝ) အရေးပါသည်။ စတင်ဆုံးဖြတ်ထားသော သုတေသနနည်းလမ်းသည်လည်း အဓိက အရေးကြီးပါသည်။ ထို့ကြောင့် အတွေ့အကြုံများစွာရှိသော Moderator သည် သုတေသနလုပ်မည့် နည်းလမ်းအတွက် သုတေသနလုပ်ငန်းများ အစပြုစဉ်ကပင် ပါဝင်ခွင့်ရပါက အကြံဉာဏ်ပေးခြင်းများလည်း ရှိရပါမည်။ ဆုံးဖြတ်ပြီးသားနည်းလမ်းနှင့် လုပ်နေရင်းပင်၊ တိမ်းစောင်းမှု၊ မှားယွင်းမှုမျိုးရှိနေပါက ချက်ချင်း (နည်းလမ်းများ)ကို ပြောင်းလဲပြုလုပ်ပေးခြင်း၊ အကြံပေးခြင်းများကို ပြုလုပ်သင့်ပါသည်။

- ဆွေးနွေးပွဲလမ်းညွှန် (Discussion Guide) ကဲ့သို့ Research Tools များပြုလုပ်ရေးသားခြင်းများတွင်လည်း ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူသည် ဝင်ရောက်အကြံဉာဏ်ပေးခြင်းများကဲ့သို့ ပါဝင်သင့်ပါသည်။ သုတေသန ဦးတည်ချက်အတိုင်း လိုအပ်သောမေးခွန်းများ ထပ်ဖြည့်ရန် ပူးပေါင်းစဉ်းစားပေးခြင်း၊ လုပ်ကိုင်ခြင်းများတွင် ပါဝင်သင့်ပါသည်။ သုတေသနတစ်ခုအောင်မြင်ရန်အတွက် ဒေသဆိုင်ရာအချက်အလက်များ၊ ဒေသအလိုက် အသုံးအနှုန်း၊ အလေ့အထများ၊ Project/ ကုန်ပစ္စည်းများ၏ လုပ်ကိုင်ဆောင်ရွက်နေမှုများ၊ နောက်ခံအချက်အလက်များကို သိရှိနေသူများ/ အလုပ်အပ်နှံသူများထံမှ ဆွေးနွေးမေးမြန်းသူသည် လေ့လာထားပြီး၊ Research Tools (DG) တည်ဆောက်ရာတွင် ပါဝင်မှသာ သုတေသနပြု မေးမြန်းခြင်းနှင့် သုံးသပ်ခြင်းတို့တွင် ပိုမိုအထောက်အကူပြုနိုင်ပါမည်။ ထို့နောက် ဖိတ်ကြားချိန်များ၊ မိမိကိုယ်တိုင် ဆွေးနွေးချိန်များတွင် သေချာစွာ ပိုမို လုပ်ကိုင်လာနိုင်ပါမည်။

- Pilot - ဆွေးနွေးပွဲလမ်းညွှန်များ ပြုလုပ်ပြီးစီးပါက နယ်မြေ/ ရွာများသို့ မသွားခင်၊ လုပ်ငန်းခွင် (fieldwork) မလုပ်ကိုင်မီ အချိန်ရပါက Respondent များဖိတ်ကြားပြီး၊ ဆွေးနွေးပွဲလုပ်ကြည့်သင့်ပါသည်။ သို့မှသာ မေးခွန်းများလိုအပ်ချက်၊ မေးမြန်းပုံ လိုအပ်ချက်များကို ပြန်လည် ပြုပြင်နိုင်ပါမည်။

- Fieldwork (FW) – respondent များကို FGD သတ်မှတ်ရက်အတိုင်း ဖိတ်ကြားရန်၊ Fieldwork Supervisor, Recruiter များက Screener အတိုင်း ကြိုတင် ဖိတ်ကြားရပါမည်။ ထို့နောက် သတ်မှတ်ရက်တွင် ပွဲများကို စီစဉ်ထားသည့် အစီအစဉ်များအတိုင်း မေးမြန်းလုပ်ကိုင်ကြရပါမည်။ FGD ပြုလုပ်စဉ်ရေးသားထားသော မှတ်စုများကို Overview တွင် ပြန်လည်ရေးသားခြင်း၊ အဖြေရမရ ထပ်မေးသင့်သည်များ၊ နောက်ပွဲများ လုပ်ကိုင်ရန်အတွက် တိုင်ပင်ဆွေးနွေးကြခြင်းများ Fieldwork အတွင်းတွင် ပြုလုပ်ကြရပါမည်။

- **Debriefing** - ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူအပါအဝင် သုတေသနတွင်ပါဝင်သူများသည် အချက်အလက်များ ကောက်ယူမှု ပြုလုပ်ချိန်နှင့် ပြုလုပ်မှုပြီးဆုံးချိန်တွင် မေးမြန်းရာတွင် လိုအပ်ချက်များ၊ တွေ့ရှိချက်များ ထင်မြင်သုံးသပ်ချက်နှင့် အကြံပြုချက်များအတွက် အားလုံးပါဝင်သင့်ပါသည်။ (ဆွေးနွေးပွဲမှတ်စုများ၊ အခြားတွေ့ရှိချက်များ ပေးခြင်းကို Moderator ဆွေးနွေးပွဲ/ Fieldwork (လုပ်ငန်းခွင်) ပြီးပြီးချင်း စုစည်းရပါမည်။)

- FGD ယောကျ်ားလေးပွဲ၊ မိန်းကလေးပွဲ ကွဲပြားမှု၊ ရန်ကုန်၊ မန္တလေး ကဲ့သို့ ဒေသအလိုက် သုံးစွဲမှု၊ အလေ့အထ၊ အမြင်များကွဲပြားနေမှု၊ အသက်အပိုင်းအခြားအလိုက် FGD တပွဲစီအလိုက် ကွဲပြားနေမှုများကို

သေချာမှတ်သားထားပြီး၊ Debriefing ပြုလုပ်ချိန်၊ သုတေသနအဖွဲ့သားများအချင်းချင်း မေးမြန်းဆွေးနွေးကြပြီး၊ (သို့) Findings (တွေ့ရှိချက်များ) ရေးသားချိန်တွင် ထည့်သွင်းရေးသားရပါမည်။ ဥပမာ -

(၁) မိုးလေဝသနဲ့ ပတ်သတ်တဲ့ မုန်တိုင်းနဲ့ ရေကြီးရေလျှံမှုတွေအကြောင်း၊ သဘာဝဘေးအန္တရာယ်တွေကြောင့် ရွာသားတွေရဲ့လုပ်ငန်းတွေ ပျက်ဆီးတာတွေကို FGD ပွဲတွေမှာ အမျိုးသားတွေက ပိုပြောနိုင်လား။ အမျိုးသမီးတွေက ပိုပြောပြနိုင်ကြလား။

(၂) သတင်းအချက်အလက်တွေကို အမျိုးသားတွေက ပိုရနေကြလား၊ အမျိုးသမီးတွေက ပိုရနေကြလား။

- Overview များ၊ ဆွေးနွေးပွဲမှတ်စုများ၊ အခြားကြည့်ရှုခဲ့သည့်မှတ်စုများကို ပြန်လည်ဖတ်ရှုခြင်းနှင့် ဆွေးနွေးပွဲအသံသွင်းဖိုင်များကို ပြန်လည်နားထောင်ပြီး၊ အစီရင်ခံစာကို သေချာတိကျစွာ ရေးရပါမည်။
- Qualitative Report ကောင်းတစ်ခုရေးနိုင်ရန် (Analysis skill) သုံးသပ်နိုင်သော စွမ်းရည်ရှိမှသာ ရေးသားနိုင်ပါမည်။ သုတေသနပြုလုပ်မှုတလျှောက်လုံးတွင် စိတ်နှစ်မြုပ်လုပ်ကိုင်ခြင်း၊ သုတေသန စီမံချက်များတစ်ပြိုင်တစ်တည်း လုပ်ကိုင်လာခြင်းဖြင့် အတွေ့အကြုံများမှ တဆင့်သုံးသပ်မှုစွမ်းရည်များ တိုးတက်လာပါမည်။ Moderator တစ်ယောက်တွင် သုံးသပ်နိုင်သော စွမ်းရည်ရှိခြင်းအားဖြင့် မိမိသိရှိထားသော (လုပ်ကိုင်နေသော) သုတေသနလုပ်ငန်း၏ ဦးတည်ချက်များကို ပြည့်မှီအောင် အကြောင်းပြချက်ပြည့်ပြည့်စုံစုံ၊ အဖြေများများရအောင် မေးမြန်းနိုင်ခြင်း၊ (FGD ပွဲထဲမှာပင်/ FGD နောက်တပွဲမစမီ ထပ်မံလိုအပ်မည့် မေးခွန်းများ ပြုလုပ်၍ (သုတေသနအောင်မြင်အောင်) ဆွေးနွေးပွဲကောင်းတစ်ခုအဖြစ် လုပ်ကိုင်ပြီး၊ အစီရင်ခံစာကောင်းတစ်ခု ဖြစ်လာစေပါမည်။ အခြားသူများ ရေးသားထားသော Qualitative Report များကို ဖတ်ရှုခြင်းဖြင့်လည်း နည်းလမ်းကောင်းများ ရရှိနိုင်ပါသည်။

=====

QUALITATIVE RESEARCH PROJECT PRACTICE

Conducts the qualitative research project: (Methodology & Research tools – Research, FGD/ IDI, Target group, Information area (Questions), etc.)

- ❖ (မောင်မောင်)ဆိုတဲ့ကောင်လေးမိဘတွေက (မမ)ဆိုတဲ့ကောင်မလေး လက်ထပ်ပေးချင်တယ်။
- ❖ (မမ) က (မောင်မောင်)အကြောင်းလုံးဝမသိဘူး။ ရွာနားက (မောင်မောင်)ရဲ့ ဒေါ်လေး (ဒေါ်အေး)ကိုသာသိတယ်။ (မောင်မောင်) က အရင်တုန်းက ရည်းစားတယောက်ထားဖူးတာ (မမ) ကြားဖူးတယ်။

ဦးတည်ချက် → → → သူနဲ့လက်ထပ်မယ့် (မောင်မောင်)ဟာ ဘယ်လိုလူ (စား) မျိုးလဲဆိုတာကို သိချင်တယ်။

- ❖ အရေအတွက်နဲ့ ဆိုင်တဲ့သုတေသန လုပ်မလား၊ (သို့) အရည်အသွေးနဲ့ ဆိုင်တဲ့သုတေသန လုပ်မလား။
- ❖ တစ်ဦးချင်းတွေ့ဆုံဆွေးနွေးမှုတွေ လုပ်မလား။ (IDI ?)
- ❖ အဖွဲ့လိုက်တွေ့ဆုံဆွေးနွေးမှုတွေ လုပ်မလား။ (FGD ?)

→ ဘယ်နှစ်ယောက်၊ → ဘယ်နှစ်ဖွဲ့နဲ့ ဆွေးနွေးမလဲ။ → ဘယ်လိုအချက်တွေ ရမလဲ။ ???

FINDINGS (ရှာဖွေတွေ့ရှိချက်များ နမူနာ)

ပထမစာပိုဒ်တွင် သုတေသနရှာဖွေတွေ့ရှိချက်များနှင့် သုံးသပ်ချက်များကို ရေးပြီး၊ အောက်တပိုဒ်တွင် ထိုတွေ့ရှိချက်များကို အထောက်အကူပြုသော ဖြေကြားခဲ့သည့်တိုက်ရိုက်စကားများကို ထည့်သွင်း ဖော်ပြရပါမည်။

ဥပမာ (၁)

မိမိနေအိမ်၊ ရွာနှင့် ကွာဝေးခြင်း၊ စောင့်ဆိုင်းမှုကြာမြင့်ခြင်းနှင့် ငွေလွှဲ၊ ငွေစုမည့် ပမာဏနည်းမှုတို့သည် ဘဏ်များသို့ မသွားရခြင်း၏ အဓိကအတားအဆီးများဖြစ်ပါသည်။ တောရော၊ မြို့ပါ လူအများစုက နေ့စဉ်ကျယ်ပြန့်စွာ ငွေသားဖြင့် အသုံးပြုနေသောကြောင့် ဘဏ်များ၏ဝန်ဆောင်မှုများကို တွင်ကျယ်စွာ အသုံးမပြုရခြင်း ဖြစ်ပါသည်။

"ကျွန်တော် -- ဘဏ်မှာ အကောင့်ဖွင့်ထားဖူးတယ်။ ကိုယ့်ကလေးနှောင်ရေးအတွက် တရက် တသောင်းလောက် စုမယ်ပေါ့နော်။ ဒါပေမယ့် ဘားအံမြို့ပေါ် နေ့တိုင်းသွားဖို့က အဆင်မပြေဘူး။ ဒါကြောင့် တခါတလေ ၃ သိန်းလောက် တလတခါလိုမျိုး စုဖြစ်တယ်။" ဝန်ထမ်း၊ ဘားအံမှ ရွာသား၊ ကရင်ပြည်နယ်။

ဥပမာ (၂)

ဆယ်ကျော်သက်မိန်းကလေးများအတွက် သင်ခန်းစာများသည် ကိုယ့်ကိုယ်ကို ယုံကြည်မှုရှိပြီး သူတို့ပြန်လည် ပြောချင်သည်များကို လူကြီးများနှင့် ဆရာ/မများအား သေချာစွာပြန်ပြောနိုင်ခြင်း (သို့) ကောင်းမွန်စွာ ရှင်းပြနိုင်ခြင်းများ ရှိလာပါသည်။ ထိုတိုးတက်မှုများကို မိဘများ၊ သင်ကြားပေးသူများနှင့် ဆရာ/မများက အသိအမှတ်ပြုနိုင်ကြပါသည်။ တခြားတဖက်မှာတော့ တချို့ဆရာ/မများက လူကြီးသူမများကို အရိုအသေတန်မှုကဲ့သို့ ရိုးရာယဉ်ကျေးမှုများကနေ သွေဖီလာတယ်လို့ ထင်မြင်လာကြပါသည်။

"အခုဆိုရင် ကျွန်မသင်တန်းတက်လာတာ (၇) လ ရှိပါပြီ။ လူကြီးတွေ၊ ဆရာမတွေကို ကိုယ့်အမြင်တွေ ပြန်ပြောရဲလာတယ်။ အရင်ကဆို မှားမှားမှန်မှန် သူတို့ပြောသမျှကို ပြန်မပြောရဲဘူး။ ဒီသင်တန်းတက်ပြီးတဲ့နောက် ကျောင်းမှာလည်း မိန်းကလေးခေါင်းဆောင်တွေရှိလာတယ်။" : ပရိုဂရမ်ကျောင်းမှ မိန်းကလေး

ဥပမာ (၃)

ခါတ်မြေဩဇာများ အသုံးပြုမှု တစထက်တစများပြားလာမှုကြောင့် ယခင်ကနှင့်စာလျင် ၎င်းတို့၏လယ်ယာမြေ အရည်အသွေးများ ကျဆင်းသွားကြောင်း ဘိုကလေးနှင့် ဖျာပုံမြို့နယ်ရှိ လေ့လာခဲ့သောရွာများမှ ဖြေဆိုသူများက ကောက်ချက်ချ ပြောဆိုခဲ့ကြပါသည်။

"၂၀၁၈ ကဆို တအိတ်ပဲ သုံးရတယ်။ အခု ၂၀၁၉ ကျတော့ ၂ အိတ်လောက် သုံးလာရတယ်။ ဟိုအရင်ကတော့ သဘာဝမြေဩဇာတွေပဲ သုံးကြတယ်။ နွားနဲ့ထွန်ကြတယ်။ အခုက စက်တွေနဲ့ ၇ ကြိမ်လောက် ထွန်မှ ရတယ်။ အမြဲထွန်ယက်၊ မြေဆီတွေသုံးဆိုတော့ မြေတွေက အိုလာတယ်၊ မြေဆီမြေနှစ်တွေ မရှိတော့ဘူး။" : အမျိုးသမီးတောင်သူ၊ ဘိုကလေးမြို့နယ်မှ ကျေးရွာ။

NOTES TAKER

မှတ်စုလိုက်ရေးမည့်သူအတွက် ညွှန်ကြားချက်များ

- Discussion Guide ရှင်းပြခြင်း (Briefing) ကို ပါဝင်တက်ရောက်ရန် လိုအပ်ပါသည်။ (လိုအပ်သော အကြောင်းအရာများကို လိုက်လံမှတ်သားရန်) သို့မှသာ ဆွေးနွေးမည့်အကြောင်းအရာများကို သိရှိပြီး၊ အရေးကြီးသည့် အကြောင်း အရာများအား အလေးထား မှတ်သားရမည်ကို သိရှိနိုင်ပါမည်။ Moderator ထပ်မံမေးမြန်းသင့်သည့် (probing) မေးခွန်းများ၊ ကျန်ခဲ့သည့်မေးခွန်းများကိုလည်း မှတ်သားထားပြီး၊ Moderator ကို မေးမြန်းခိုင်းရပါမည်။
- မှတ်စုလိုက်ရေးခြင်းသည် probing လုပ်ရန်၊ ပွဲအတွင်း Respondent ဘယ်နှစ်ယောက်က အဓိက အကြောင်းအရာကို သဘောတူသည်၊ သဘောမတူသည်၊ Respondent တယောက်ချင်းစီအတွက် Transcript များလိုချင်သော Report ရေးသားသူ (Researcher) အတွက် နှင့် အစီရင်ခံစာရေးသားရန် များအတွက် အသုံးဝင်ပါသည်။ ထို့အပြင် မေးခွန်းများပြုလုပ်လိုသောသူများ၊ ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူ ကောင်းဖြစ်ချင်သော (Probing skill ကောင်းချင်သူ)၊ စိစစ်သုံးသပ်သူ (Analyst) ဖြစ်ချင်သော သူများအတွက် ပွဲကြည့်ရင်း၊ ရေးရင်းဖြင့်မိမိတွင် အတွေ့အကြုံကောင်းများရရှိလာပါမည်။
- Discussion Guide/Topic Guide (ဆွေးနွေးပွဲလမ်းညွှန်) တို့ကို သေချာစွာ ပွဲမစတင်မီ လေ့လာထားရန်။
- ဆွေးနွေးပွဲလမ်းညွှန်ထဲမှ မေးခွန်းများ (သို့) အဓိကမေးခွန်း (Key Questions) များကို Overview (သို့) မိမိနှင့်အဖွဲ့သားများလိုချင်သော ပုံစံ (Form/ Format) အတိုင်း ဦးစွာပြုလုပ်ထားပါ။ (သို့မဟုတ်) မည်သည့် Form/Format မှ မပြုလုပ်ပါက မိမိရေးမည့် အဓိကအကြောင်းအရာ (လိုက်လံမှတ်သားရမည့်) များကို မေးမြန်းထားပါ/စဉ်းစားထားပါ။
- အထူးသဖြင့် နေ့စဉ်လုပ်ခဲ့သောဆွေးနွေးပွဲများမှ မှတ်စုများကို နေ့စဉ်ပြီးပြတ်အောင် ရေးပါ။ လိုအပ်ပါက၊ အဓိက တွေ့ရှိချက် (သုံးသပ်ချက်) များကို ရေးမှတ်ပါ။
- လိုအပ်သောခေါင်းစဉ်၊ နေရာ၊ နေ့စွဲ၊ Target group ၊ စာမျက်နှာ နံပါတ်များကို ရေးသားထားပါ။
- ပြောကြားသည့်စကားလုံးတိုင်းကို လိုက်ရေး၍ မမှီသောကြောင့် အတိုချုံးဖြင့်သာရေးရန်။ (အထူး သတိပြုရမည်မှာ မိမိကိုယ်တိုင် အကြောင်းအရာအားလုံးနီးပါးကို ချောမွေ့စွာပြန်လည် ပြောပြနိုင်ရ ပါမည်။ စကားလုံးပြေပြစ်စွာဖြင့် အခြားသူများ သိရှိဖတ်ရှုနိုင်ရန် ရေးသားနိုင်ရမည်ဖြစ်ပါသည်)
- စကားလုံးများကို မှတ်မိလွယ်သော၊ အတိုစကားလုံးများကို များများသုံးပြီးရေးပါ။
 - ဥပမာ "Colgate သွားတိုက်ဆေးနဲ့ သွားတိုက်တယ်။ ကိုယ့်ရဲ့ ခံတွင်းနဲ့ ကောင်းအောင်လို့ပေါ့။" = "Col / ကိုး တိုက် ခံတွင်းနဲ့ကောင်း"
 - အထူးသတိထားရမည်မှာ မတူညီသောစကားများကိုရေးရာတွင် အတိုစကားလုံးများ မထပ်မံစေရန်ဖြစ်သည်။
 - အချို့စကားလုံးများသည် အင်္ဂလိပ်စကားလုံးက ပိုမိုတိုနိုင်သောကြောင့် ကြိုတင်၍ အားလုံးသဘောတူညီထားရှိခြင်း (သို့) မိမိဘာသာမှတ်သားခြင်းများပြုလုပ်ပြီးရေးရန်။ ဥပမာ "တီဗီကြော်ငြာကနေ သိပြီးသုံးတယ်။" = "TV ads ကနေသုံး"

ဆွေးနွေးပွဲဦးတည်ချက်များနှင့်အညီ အဓိက မေးခွန်းများအတွက် Respondents များ၏ဖြေကြားသော အဓိကအချက်များအားလုံးပါဝင်စေရမည်။

- Form မလုပ်ထားလျှင်၊ အကြောင်းအရာများကို မိမိမှ တွေ့ဆုံမေးမြန်းသူ/ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူ မမေးမြန်းမီ/ မေးခွန်းတစ်ခုခု နောက်တစ်ခုမကူးပြောင်းမီ အဖြေပြီးဆုံးပြီဟုထင်လျှင် အတိုချုံးမေးခွန်း အကြောင်းအရာကို ကြိုရေးပါ။ ဥပမာ သွားတိုက်ဆေးသုံးတဲ့အတွက် ကောင်းကျိုးတွေက ဘာတွေရလဲ။ မေးခွန်းအတွက် “(ကောင်းကျိုး)” ဟုရေးထားပါ။
- အဓိကအကြောင်းအရာများကို High Light (သို့) မှင်နီဖြင့် စတား (*) ပြပါ/လိုင်းထားပါ။ Probing လုပ်ရန် လိုအပ်ပါက မေးမြန်းသူအတွက် မေးခွန်းပြုလုပ်မေးခိုင်းရန်။
- စာရွက်ဘယ်ဘက်ခြမ်းတွင် မြှားထိုးခြင်း၊ ထင်ရှားသောအမှတ်အသားတစ်ခုခုပြုလုပ်ထားခြင်းဖြင့် အဓိကအကြောင်းအရာများ၊ ထူးခြားသောတွေ့ရှိချက်များကို အလွယ်တကူတွေ့ရှိနိုင်ပါမည်။ ပွဲပြီးခါနီး (သို့) ပွဲအပြီး Debriefing လုပ်ချိန်တွင် ဤအကြောင်းအရာကို အဓိကဆွေးနွေးနိုင်ပါမည်။ နောက်ပွဲများအတွက်လည်း မည်သို့လုပ်ရ၊ မေးရမည်အတွက် မြင်သာစေပါမည်။
- လိုအပ်ပါက (အရေးကြီးသောအကြောင်းအရာ) မေးခွန်းတစ်ခုအတွက် အဖြေများကို ဘယ်နှစ်ယောက်သဘောတူသည်၊ ဘယ်နှစ်ယောက်ခေါင်းငြိမ့်သည်ကဲ့သို့ Tally ဖြင့် မှတ်သားရမည်။
- တယောက်ပြော၊ တကြောင်းရေးခြင်းကို အလွန်အရေးကြီးသောအကြောင်းအရာမှလွဲ၍ ရေးပြီး၊ အများအားဖြင့် (/) ဖြင့် တဦးချင်းကို ပိုင်းခြားထားပြီး တောက်လျှောက်ရေးပါ။ ဥပမာ ဘာသွားဆေးတံဆိပ်တွေ အခုတိုက်နေလဲ။ ဖြေ- “(ပထမဆုံးဖြေသူ - Col/ ဒုတိယ - Sig / နောက်တယောက် - Laser)= (Col/ Sig/ Laser)” စသဖြင့်ရေးပါ။
- အသံနှင့်တွဲလျက် ဝီဒီယိုဖိုင် မရှိချိန်တွင် Respondents တဦးချင်းစီ၏ Transcript လိုချင်သော Researcher အတွက် Respondents တဦးချင်းစီ၏ပြောဆိုသော အစ စကားလုံးများကို ရေးသား ပေးနိုင်ပါသည်။ ထို့နောက် Transcript ရေးသားသူမှ မိမိမှတ်စုကို ကြည့်၍ လိုက်လံရေးသားနိုင်ပါမည်။

=====

OVERVIEW (FORM)

- Overview ရေးသားသောကြောင့် အကြမ်းဖျင်းတွေ့ရှိချက်များ (Pre-liminary findings/ Topline Report) ကို အချိန်တိုအတွင်း ရေးသားနိုင်ပါသည်။ Analysis မြန်မြန်လုပ်နိုင်ပြီး၊ Report များမြန်မြန် ပြီးစီးနိုင်ပါသည်။
- Overview တစ်ခုပြုလုပ်ရာတွင် Discussion Guide မေးခွန်းများကိုကြည့်၍ Key Information များ/ မှတ်စုအကြမ်းများမှ ရနိုင်သလောက်အချက်များကို ရေးထည့်ရပါမည်။ လိုအပ်ပါက တိုက်ရိုက်စကားများ ကိုပါ ထည့်သွင်းရေးသားနိုင်ရပါမည်။
- ဆွေးနွေးပွဲလမ်းညွှန်ထဲမှ အကြောင်းအရာများအား ကြည့်ရှု၍ အခန်းအလိုက် ခေါင်းစဉ်များနှင့် ရေးရန် အကွက်များ ပြုလုပ်ထားရပါမည်။ (အပေါ်ဆုံးတွင် သုတေသနပြုလုပ်သည့်နေရာ၊ နေရပ်၊ ပါဝင်သူအရေအတွက်၊ မှတ်စုရေးသူ၊ ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူစသောအချက်များဖြည့်ရန် ပြုလုပ်ထားရပါမည်။ ဘယ်တွင် မေးခွန်းများရေးပြီး၊ ညာဖက်တွင် အဖြေများရေးရန် အကွက်ကျယ်ကျယ် ပြုလုပ်ထားပေးရပါမည်။)

- Overview ထဲတွင် တွေ့ရှိချက်များရေးသားရာတွင် ခေါင်းစဉ်/ မေးခွန်းအလိုက် ၎င်းတို့နှင့်သက်ဆိုင်သော နေရာ အကွက်များတွင်သာ ရေးထည့်ပါရန်။ လိုအပ်ပါက "အခြား" (သို့) နောက်ကျောတွင် ထပ်ရေးပါ။
- FGD တစ်ပွဲ၊ IDI တစ်ပွဲပြီးတိုင်း Overview ကို ပြည့်စုံစွာ ရေးသားထားရပါမည်။ (ပွဲလုပ်ပြီးနောက်တွင် မရေးဖြစ်၊ မပြီးပါက ဆွေးနွေးပွဲတစ်ခုနှင့်တစ်ခု မေ့ခြင်း၊ တွေ့ရှိချက်များ ရောထွေးခြင်းများ ဖြစ်နိုင်ပါသည်)
- ရရှိလာသော အဓိကရှာဖွေတွေ့ရှိချက်များအား FGD ပွဲပြီးပြီးချင်း/ ထိုနေ့တွင်ပင် Moderator နှင့် မှတ်စုရေးသူ အချင်းချင်း (သို့) Project Manager/ Report ရေးမည့်သူနှင့် တိုင်ပင်ဆွေးနွေးခြင်းဖြင့် သုံးသပ်ချက်များ၊ အချက်အလက်အသစ်များရရှိနိုင်ခြင်း၊ ထပ်မံရှာဖွေရန်လိုအပ်သော အချက်များ ထွက်ရှိလာနိုင်၍ နောက်ဆွေးနွေးပွဲများတွင်လည်း လိုအပ်ချက်များကို ထပ်မံမေးမြန်းနိုင်ပါမည်။

SECONDARY DATA

Secondary Data

Literature Review :

- 1) Reports
- 2) Journal, Newspaper, etc.
- 3) Internet
- 4) Publication books or newsletter (Eg. Monthly Indicator, Year Book from CSO)

Where do we use? Why?

QUALITATIVE RESEARCH PROJECT PROCESSES

- 1) Project planning
 - (Timing, Budget, Respondents' criteria, Location, etc.)
- 2) Methodology
 - (Quantitative? / Qualitative? , FGD?/ IDI?)
- 3) Research tools development
 - (Questionnaire, Screener - Respondents' criteria, Call-sheet etc.)
- 4) Briefing/ Training
 - (Project Briefing, Tools training, Moderator, Note Taker Training)
- 5) Pre-testing
 - (piloting & feedback/ Tools amendment)
- 6) Data collection
 - Recruiting, Live-check, Quality Control, Re-screening
 - FGD Moderation/ IDI Interviewing
- 7) Data Entry
 - (Expended Notes/ Transcription, Translation, Respondents Profile)
- 8) Analysis and report writing
 - (Narrative and/ or Powerpoint Format)

QUALITATIVE RESEARCH REPORT (MAIN STRUCTURE)

အစီရင်ခံစာတွင် ပါဝင်ရမည့်အချက်များ (Report Structure)

Narrative Report

- 1) Background to the Research
(သုတေသနနောက်ခံသမိုင်းကြောင်း)
- 2) Research Objectives (သုတေသနရည်ရွယ်ချက်)
- 3) Research Methodology (သုတေသန နည်းပညာ)
- 4) Executive Summary (အကျဉ်းချုပ်)
- 5) Conclusions and Recommendations
(နိဂုံးချုပ်နှင့်အကြံပြုချက်များ)
- 6) Main Findings (အဓိကရှာဖွေတွေ့ရှိချက်များ)
- 7) Appendix (နောက်ဆက်တွဲ)

PowerPoint Report

- 1) Research Background
(သုတေသနနောက်ခံသမိုင်းကြောင်း)
- 2) Research Objectives (သုတေသနရည်ရွယ်ချက်)
- 3) Research Methodology (သုတေသန နည်းပညာ)
- 4) Research Findings (သုတေသနရှာဖွေတွေ့ရှိချက်များ)
- 5) Key Findings and Recommendations
(အဓိကတွေ့ရှိချက်များနှင့်အကြံပြုချက်များ)