Agricultural Non State Actors Forum

Mwongozo wa Uchechemuzi na Matumizi ya Taarifa Kwa Lugha Rahisi

JUKWAA LA WAZALISHAJI WADOGO VIJIJINI TANZANIA (JUWAVITA)

InterAction

IFAD
Investing in rural people

Yaliyomo

DIBAJI 3

DHANA YA UCHECHEMUZI 4

MCHAKATO WA UCHECHEMUZI 5

Hatua ya 1: Kutambua na Uchambuzi wa Tatizo 6
Hatua ya 2: Kuweka Lengo kuu na Malengo mahsusi ya Uchechemuzi 7
Hatua ya 3: Tambua Hadhira ya Uchechemuzi Lengwa 8
Hatua ya 4: Kujenga Usaidizi 9
Hatua ya 5: Tengeneza Ujumbe wa Uchechemuzi 10
Hatua ya 6: Kuchagua Njia za Mawasiliano 11
Hatua ya 7: Uchangiaji wa Rasilimali Fedha 11
Hatua ya 8: Kutengeneza Mpango wa Utekelezaji 11
Hatua ya 9: Ukusanyaji wa taarifa 11
Hatua ya 10: Ufuatiliaji na Tathmini 12

KUTUMIA TAARIFA/TAKWIMU NA UTAFITI KWA AJILI YA UCHECHEMUZI 13

3.1. Kukusanya na Kutumia Taarifa Husika kwa Uchechemuzi 14
3.2. Mkakati wa Taarifa/takwimu 14
3.3. Ukusanyaji wa Taarifa kwaajili ya Uchechemuzi 15
3.4. Uchambuzi wa Taarifa na Ufafanuzi kwa ajili ya Uchechemuzi 19
3.5. Taswira ya Taarifa 20
3.6. Usalama wa Taarifa na Kanuni 21

MAREJEO 22

Photos: Agricultural Non State Actors Forum (ANSAF)
Design: Jennifer Geib {communication design}

DIBAJI

Toleo hili jepesi limetolewa kwa ajili ya kuwezesha mafunzo ya “ Uchechemuzi na Matumizi ya Taarifa Katika Uchechemuzi lililotengenezwa na JUWAVITA kupitia uratibu wa Jukwaa la Wadau wa Kilimo wasio wa Kiserikali (ANSAF) kwa kushirikiana na InterAction chini ya ufadhili wa Mfuko wa Kimataifa wa Maendeleo ya Kilimo (IFAD). Jukwaa la Wazalishaji Vijijini Tanzania (JUWAVITA) ni muungano huru wa wazalishaji wadogo vijijini ambao wanawakilishwa na asasi za kiraia zilizo na dhamira ya kufanya kazi pamoja kwa sauti moja katika kuhakikisha wazalishaji wa vijijini wanashiriki kikamilifu na kufaidika na michakato ya maendeleo. ANSAF ni sekretarieti ya JUWAVITA.

JUWAVITA inapenda kuwashukuru IFAD na InterAction kwa msaada wao mkubwa wa kifedha, kitaalamu na kiundi katika kutengeneza njia mpya za kuongeza ushiriki wa wazalishaji wadogo katika ngazi mbalimbali katika kutunga, kurekebisha, kufuatilia na kutekeleza sera zinazoathiri maendeleo ya vijijini.

Tunatoa shukrani zetu za dhati kwa washauri, Bw. Gasper Baltazary Masawe na Bw. Laurent Salehe Shilingi kutoka Chuo Kikuu cha Dar es Salaam, kwa kazi nzuri waliyoifanya kuandaa mwongozo huu pamoja na kuwezesha warsha ya mafunzo pamoja na Adam Fivenson, Benjamin Bestor, na Sara Nitz wa InterAction, Irene Mvena na Honest Mseri kutoka ANSAF kwa mchango wao katika kuandaa mwongozo huu wa mafunzo.

Audax Rukonge
Mkurugenzi Mtendaji–ANSAF
Septemba 2021

SEHEMU YA 1:

DHANA YA UCHECHEMUZI

Uchechemuzi ni mchakato wa kufanya ushawishi kwa wafanya maamuzi kuhusu kuandaa, kubadilisha, na kutekeleza sera. Kwa wanachama wa JUWAVITA, uchechemuzi ni muhimu ili kuimarisha na kuboresha mazingira ya kilimo biashara na kuboresha maisha ya wazalishaji wa vijijini.

Mtandao ya uchechemuzi ni kikundi cha mashirika na watu binafsi wanaofanya kazi kwa pamoja ili kuchochea mabadiliko katika sera, sheria, au programu kwa ajili ya suala fulani.

Uchechemuzi hutusaidia kukabiliana na vitisho/vikwazo na fursa vya maendeleo.

Uchechemuzi kwa ngazi ya mashirika ya kimataifa kama vile Umoja wa Mataifa husaidia kuweka viwango au vipaumbele ambavyo vinaweza kutumika kuiwajibisha serikali kote ulimwenguni, kwa mfano Malengo Endelevu ya Maendeleo (SDGs).

Uchechemuzi unahusu uwajibikaji. Wale walio na mamlaka, ikiwa ni pamoja na serikali, wanapaswa kutekeleza ahadi zao kwa wananchi na wafanyabiashara wanapaswa kutimiza ahadi zao kwa wateja na jamii wanapofanyia kazi. Hili lisipofanyika, wananchi wanaweza kutumia uchechemuzi ili kuhakikisha wenye mamlaka wanawajibika.

Uchechemuzi unachochea maamuzi ya kisera na utekelezaji kwa:

- kuleta pamoja sauti tofauti kuhusu masuala yanayoathiri jamii;
- kuelimisha viongozi, watunga sera, au wale wanaotekeleza sera;
- kurekebisha sera, sheria na bajeti zilizopo, kuandaa programu mpya;
- kuunda miundo na taratibu za kidemokrasia, wazi na zinazowajibika za kufanya maamuzi (InterAction, 1995).

SEHEMU YA 2:

MCHAKATO WA UCHECHEMUZI

Uchechemuzi ni mchakato unaohusisha watendaji, mawazo, ajenda na siasa zinazobadilika kila mara. Mchakato huu wa uchechemuzi hugawanywa katika hatua kumi:

Hatua ya 1: Kutambua na Uchambuzi wa Tatizo

Kampeni ya uchechemuzi huanza kwa kutambua na kuchambua tatizo ambalo mtandao fulani unakubali kusaidia ili kuendeleza mabadiliko ya sera. Uchambuzi unapaswa kufafanua sababu za tatizo na kuchagua moja ya sababu hizi kwaajili ya kuboresha. Sababu iliyochaguliwa inapaswa kuwa ile ambayo inaweza kutatuliwa kupitia mabadiliko katika sera za umma au programu katika ngazi ya mikoa, kitaifa au kimataifa. Wakati huo huo, ni muhimu kuelewa jinsi utatuzi wa sababu maalum unaweza kuchangia kutatua tatizo la jumla.

Vigezo vitatu vikuu vinapaswa kutiliwa mkazo katika kuchagua tatizo linalopaswa kutatuliwa kwa njia ya Uchechemuzi. Tatizo linapaswa kuwa:

- linaweza kusuluhishwa kisiasa au kiufundi
- lina athiri sehemu kubwa ya jamii
- linahamasisha jukwaa.

Tukishatambua tatizo linalopaswa kutatuliwa, tunaweza kuchanganua sababu na matokeo yake, tukijiuliza: Kwa nini tatizo lilitokea? Sababu kuu za tatizo ni zipi? Matokeo yake ni yapi?

Ni muhimu kutofautisha kati ya sababu na matokeo kwa sababu juhudi za uchechemuzi hulenga sababu, si matokeo. Pendekezo la kutatua tatizo litakuwa na ufanisi tu ikiwa linashughulikia sababu za msingi za tatizo hilo. Baada ya kubaini chanzo cha tatizo, tunahitaji kufanya uchambuzi wa kina ili kupata majibu ya maswali yafuatayo:

- Ni sababu zipi zinapaswa kushughulikiwa kwanza? Kwa nini?
- Je, kuna sababu moja ambayo utatuzi wake unaweza kuchangia zaidi kuliko nyingine katika kutatua tatizo? Kwa nini?
- Ni sababu gani inayotatuliwa kwa urahisi zaidi kwa muda mfupi? Kwa nini?
- Je, kuna sababu moja ambayo inazuia azimio la nyingine? Vipi?

Mara tu sababu maalum imepewa kipaumbele, lazima ichunguzwe kwa undani, ikitenganishwa katika sababu zake tofauti zinazochangia. Lengo ni kufikia hatua ambayo masuluhisho mbadala yanakuwa wazi.

Hatua ya 2: Kuweka Lengo kuu na Malengo mahsusi ya Uchechemuzi

Lengo kuu ni kauli ya jumla; kiini cha juhudi zako za uchechemuzi ambazo jukwaa linatarajia kufikia kwa muda mrefu (miaka mitatu hadi mitano). Lengo kuu linaweza kuwa maono yako. Ili kufikia lengo kuu la uchechemuzi, masuala kadhaa yanaweza kuhitaji kushughulikiwa kwa kufuatana au kwa wakati mmoja. Haya yataunda masuala ya kisera (tatizo au hali ya maslahi ya umma), ambayo taasisi au shirika linaweza kuchukua hatua kutatua. Masuala haya ya sera kwa kawaida huwa yanakuwa malengo yako ya uchechemuzi.

Malengo ya uchechemuzi yanaelezea mafanikio ya muda mfupi, mahususi na yanayoweza kupimika ambayo yanachangia katika lengo kuu la uchechemuzi. Malengo ya uchechemuzi yanalenga kubadilisha sera, programu au nyadhifa za serikali, taasisi au mashirika. Malengo yako ya uchechemuzi yanapaswa kujibu maswali matano:

- Nini unataka kubadilisha?
- Kwa nini unataka kuibadilisha?
- Nani atafanya mabadiliko?
- Je, hali itabadilika kiasi gani?
- Na mabadiliko yatatokea lini?

Malengo ya uchechemuzi yanapaswa kuwa mahususi na yaweze kupimika ili uweze kujua kama umefikia malengo yako au la katika muda uliotaja.

Wachechemuzi wengi hutumia vigezo vya SMART kuweka malengo:

- **S** Maalum
- **M** Inaweza kupimika
- **A** Inaweza kufikiwa
- **R** Ina uhalisia
- **T** Ina muda maalum

Utambuzi wa suala kwaajili ya hatua ya kisera pia unaweza kujulikana kama mpangilio wa ajenda. Kuna idadi isiyo na kikomo ya matatizo ambayo yanahitaji kuzingatiwa, lakini si yote wanaweza kupata nafasi kwenye ajenda. Wachechemuzi huamua ni tatizo gani la kushughulikia na kujaribu kupata taasisi inayolengwa kutambua kwamba tatizo linahitaji hatua.

Pamoja na kuunda malengo ya uchechemuzi, ni muhimu kutaja malengo ya upili. Ni wazi, utimilifu wa malengo ya msingi ni jitihada muhimu zaidi, lakini inaweza kuwezekana kutimiza mambo mengine pia, ndani na nje, bila kujali kile kinachotokea katika malengo ya msingi ya uchechemuzi. Malengo haya ya upili yanaweza kutumika kama zana ya kutathmini mafanikio yanayoendelea ya juhudi za Uchechemuzi.

Hatua ya 3: Tambua Hadhira ya Uchechemuzi Lengwa

Pindi suala, lengo na malengo yanapochaguliwa, juhudi za uchechemuzi lazima zielekezwe kwa watu wenye uwezo wa kufanya maamuzi na kwa hakika, kwa watu wanaoshawishi watoa maamuzi kama vile wafanyakazi, washauri, wazee wenye ushawishi, vyombo vya habari na umma.

Mbinu inayolenga hadhira, kulingana na jamii husika, hutoa zana muhimu za kutofautisha, kuchanganua, kufikia na kuwahamasisha wahusika wakuu wa sera. Mbinu hizi zinaweza kukusaidia kulenga taasisi na watu ambao ni muhimu kwa mafanikio yako, badala ya kujaribu kufikia watoa maamuzi wote na sekta zote za jamii.

Ili kuelewa maarifa, mitazamo, na imani za hadhira yako, lazima ufanye utafiti wa hadhira. Anza utafiti wako kwa ugawaji wa hadhira-njia ya kupanga watoa maamuzi, viongozi wenye ushawishi, mashirika yasiyo ya kiserikali, au vyama vya kitaaluma katika vikundi vidogo vilivyo na sifa zinazofanana.

Mgawanyiko wa hadhira

Njia moja nzuri ya kutenganisha hadhira katika vikundi ni kutambua hadhira ya msingi na ya upili.

Hadhira ya msingi inajumuisha watoa maamuzi walio na mamlaka ya kuathiri moja kwa moja matokeo ya malengo yako. Hawa ndio watu ambao lazima waidhinishe mabadiliko ya sera kikamilifu. Watoa maamuzi hawa ndio walengwa wa msingi wa mkakati wa uchechemuzi.

Hadhira ya pili ni watu binafsi na vikundi vinavyoweza kushawishi watoa maamuzi (au hadhira ya msingi). Maoni na matendo ya watu hawa au makundi haya yenye ushawishi ni muhimu katika kufikia lengo la uchechemuzi kadiri yanavyoathiri maoni na matendo ya watoa maamuzi. Hadhira yako ya pili inaweza kuwa na nguvu za kupinga lengo lako. Ikiwa ndivyo, ni muhimu sana kujumuisha vikundi hivi kwenye orodha yako, kujifunza kutoka kwao, na kuwashirikisha kama sehemu ya mkakati wako.

Hatua ya 4: Kujenga Usaidizi

Kujenga mitandao na kudumisha muungano ili kuweka nguvu kwa pamoja za uchechemuzi muhimu kwa mafanikio. Kadiri msingi wa usaidizi unavyoongezeka, ndivyo uwezekano wa kufaulu unavyoongezeka. Wanachama wa mtandao lazima wawasiliane ili kuunda ushirikiano na mashirika mengine yasiyo ya kiserikali, mitandao, wafadhili, muungano, vikundi vya kiraia, vyama vya kitaaluma, vikundi vya wanawake, wanaharakati, na watu binafsi wanaounga mkono suala hili na watafanya kazi nawe ili kufikia malengo yako ya uchechemuzi.

Wachechemuzi daima hujenga mitandao miongoni mwa watu na wakati mwingine muungano miongoni mwa mashirika ili kuleta mabadiliko.

Mtandao ni nini?

Mtandao unajumuisha watu binafsi au mashirika yaliyo tayari kusaidiana au kushirikiana. Hakuna sheria za kujenga mitandao kwa sababu mtindo wako utakuwa wa kipekee kufatana na mahusiano yako na na kila mwanachama katika mtandao wako.

Kujenga muungano

Muungano ni kundi la mashirika yanayofanya kazi pamoja kwa njia iliyoratibiwa kuelekea lengo moja. Muungano uliopangwa ni chaguo jingine kwa juhudi zako za uchechemuzi. Muungano unahitaji kazi nyingi zaidi kuliko mitandao, lakini matokeo yanaweza kuwa makubwa zaidi. Ujenzi wa muungano unapaswa kuongeza, sio kuchukua nafasi, mitandao iliyopo.

Aina za miungano

Kama wachechemuzi, muungano huja katika maumbo na saizi zote; kila aina hutumikia kusudi maalumu. Kwa mfano, muungano unaweza kuwa muungano wa kudumu, rasmi, wa suala moja, au muungano usio rasmi, kijiografia, wa masuala mengi. Muungano huanzia ukiwa mdogo hadi muundo wa hali ya juu. Aina tofauti za muungano zitavutia mashirika tofauti.

Hatua ya 5: Tengeneza Ujumbe wa Uchechemuzi

Ujumbe ni nini?

- Ujumbe ni taarifa fupi na ya kushawishi kuhusu lengo lako la uchechemuzi ambalo hunasa kile unachotaka kufikia, kwa nini, na jinsi utakavyofanikisha. Kwa kuwa lengo la msingi la ujumbe ni kuunda kitendo, ujumbe wako unapaswa pia kujumuisha hatua mahususi ambayo ungependa hadhira ichukue.

- Unaweza kuwasilisha ujumbe wako kwa njia ya muhtasari wa kisera, andiko la uchechemuzi, taarifa ya bajeti, taarifa kwa vyombo vya habari, n.k.

Kuunda na kuwasilisha ujumbe

- Ujumbe ni muhtasari mfupi wa suala fulani, linalobainisha sera husika za kulishughulikia, na baadhi ya mapendekezo kuhusu njia bora zaidi za utatuzi.

- Muundo rasmi ni karatasi moja ya A4, iliyo na maneno yasiyozidi 400. Ina muundo wa kuvutia na inaweza kuwa na picha moja au zaidi ili kuelezea jambo fulani. Unaweza pia kuwa na ujumbe mrefu (hadi kurasa 8, au maneno 3,000) na miundo mingine pia inawezekana.

- Kuna aina mbili za ujumbe:
- Ujumbe wa uchechemuzi huangalia hatua mahususi ya swala fulani.
- Ujumbe wenye lengo unatoa taarifa sawia kwa mtunga sera kufanya uamuzi wake.
- Ujumbe unapaswa:
- Kutoa utangulizi wa kutosha kwa msomaji kuelewa tatizo.
- Kumshawishi msomaji kwamba tatizo lazima lishughulikiwe kwa haraka.
- Kutoa taarifa kuhusu njia mbadala (katika ujumbe unaolengwa).
- Kutoa ushahidi wa kuunga mkono njia moja mbadala (katika ujumbe wa Uchechemuzi).
- Kuchochea msomaji kufanya uamuzi.
- Ili kufikia malengo yake, ujumbe unapaswa:
- Kuwa mfupi na kwa uhakika
- Itegemee ushahidi thabiti
- Kuzingatia maana, si mbinu.
- Kuangalia kwa mtazamo mpana.

Hatua ya 6. Kuchagua Njia za Mawasiliano

Uteuzi wa njia inayofaa zaidi kwa uchechemuzi inategemea aina ya walengwa. Chaguo la njia hutofautiana kulingana na hadhira kwa umma, kushawishi watoa maamuzi, kuelimisha vyombo vya habari, kutoa uungwaji mkono kwa suala hilo miongoni mwa mashirika/mitandao yenye nia moja, n.k. Baadhi ya njia za kawaida za mawasiliano kwa ajili ya mipango ya uchechemuzi ni pamoja na vyombo vya habari, matoleo maalumu ya habari, mikutano ya waandishi wa habari, majarida, mjadala wa umma, mkutano wa watunga sera.

Hatua ya 7. Uchangiaji wa Rasilimali Fedha

Kampeni za uchechemuzi zinaweza kunufaika kutoka kwa fedha za nje na rasilimali nyinginezo. Rasilimali zinaweza kusaidia utayarishaji na usambazaji wa nyenzo, kugharamia safari za wanachama wa mtandao kukutana na watoa maamuzi na kutoa usaidizi, kuandikisha mikutano au semina, kuchukua gharama za mawasiliano, n.k. Mitandao ya uchechemuzi inapaswa kuandaa mkakati wa kuchangisha fedha mwanzoni mwa kampeni. Kutambua wachangiaji watarajiwa wa rasilimali fedha na rasilimali nyinginezo. Kwa njia nyingi, uchangishaji fedha unafanana na mchakato wa uchechemuzi wenyewe. Bila rasilimali juhudi zako haziwezi kuishi. Kwa hiyo, kutafuta rasilimali lazima kuunganishwa katika mkakati wako tangu mwanzo.

Hatua ya 8. Kutengeneza Mpango wa Utekelezaji

Mtandao unapaswa kuandaa mpango wa utekelezaji ili kuongoza kampeni yake ya uchechemuzi. Mtandao lazima uhakikishe kuwa:

- kuna mpango ulioandikwa
- mpango unawezekana na unamtiririko maalumu
- shughuli na kazi, matokeo yanayotarajiwa, njia za uthibitishaji, vyanzo vya habari, watu/kamati zinazowajibika, muda unaotakiwa na rasilimali zinazohitajika kwa kila shughuli zimetambuliwa.
- Kuna mgawanyo uliopangwa wa majukumu ndani ya kundi kuu.

Hatua ya 9. Ukusanyaji wa taarifa

Ukusanyaji wa taarifa na tathmini ya mara kwa mara kwa ajili ya kukabiliana na juhudi zako za uchechemuzi ndiyo njia bora ya kuhakikisha mafanikio yanatokea. Ukusanyaji wa taarifa unasaidia hatua nyingi za mchakato wa uchechemuzi. Mitandao ya uchechemuzi inapaswa kukusanya na kuchambua taarifa ili kutambua na kuchagua suala lao na vile vile kukuza malengo ya uchechemuzi, ujumbe mahususi, kupanua msingi wao wa usaidizi, na kushawishi watunga sera. Ukusanyaji wa taarifa ni shughuli inayoendelea kwa muda wote wa kampeni ya uchechemuzi.

Hatua ya 10: Ufuatiliaji na Tathmini

Wazo la kujitathmini si kuambatanisha alama za nambari kwenye juhudi zako, bali kupata maoni muhimu na kubadilisha mikakati na/au malengo yako ikibidi. Kubadilika, ubunifu, na kuendelea ni sifa za wachechemuzi waliobobea na waliofanikiwa; ikiwa mkakati mmoja haufanyi kazi, wanajaribu mwingine, na mwingine, hadi wafikie lengo lao. Tumia dodoso la kujitathmini kila baada ya miezi 6-12 kuorodhesha maendeleo yako na kuboresha shughuli zako. Hasa, unapaswa kufuatilia: lengo lako la uchechemuzi, utoaji wa ujumbe/mawasiliano, matumizi ya taarifa na utafiti, kujenga muungano, athari katika mchakato wa kufanya maamuzi na masuala ya jumla ya usimamizi/shirika.

Tathmini mara nyingi haifanywi, ingawa ni muhimu. Wachechemuzi wazuri hutathmini ufanisi wa juhudi zao za zamani na kuweka malengo mapya kulingana na uzoefu wao. Wachechemuzi na taasisi inayokubali mabadiliko ya sera wanapaswa kutathmini mara kwa mara ufanisi wa mabadiliko hayo. Tathmini ni jaribio la kujifunza kutokana na mafanikio na kushindwa ili kuimarisha uwezo wa kushiriki katika Uchechemuzi wa sera na programu za umma. Tathmini inayoendelea huturuhusu kupima na kuthibitisha shughuli zinazofanywa, ili juhudi za uchechemuzi ziweze kuelekezwa kwingine ikihitajika. Kwa hiyo ni muhimu kutathmini kila mara, tangu mwanzo wa mchakato wa kupanga hadi mwisho wa kampeni, hii inaweza kufanywa kwa kutumia uchambuzi wa SWOT (uimara, udhaifu, fursa na vikwazo).

Uchambuzi wa SWOT ni zoezi la kujitathimini ili kubaini uimara wa kampeni ya Uchechemuzi. Uchambuzi unapaswa pia kutambua udhaifu na njia zinazoweza kuushinda. Pamoja na kutambua uimara na udhaifu wa ndani wa kikundi au muungano unaokuza kampeni, ni muhimu pia kutambua fursa na vikwazo. Fursa ni vipengele vinavyopendelea kampeni na kuongeza uwezekano wa mafanikio yake. Vikwazo ni mambo ya nje yasiyofaa ambayo yanaweza kukwamisha au hatarisha kampeni. Wakati wa kupanga mikakati, ni muhimu kujua jinsi ya kutumia fursa na kupunguza athari za vikwazo.

SEHEMU YA 3:

KUTUMIA TAARIFA/ TAKWIMU NA UTAFITI KWA AJILI YA UCHECHEMUZI

3.1. Kukusanya na Kutumia Taarifa Husika kwa Uchechemuzi

Taarifa na utafiti ni muhimu kwa kufanya maamuzi sahihi wakati wa kuchagua tatizo la kufanyia kazi, kutambua masuluhisho ya tatizo, na kuweka malengo ya kweli. Pia, taarifa nzuri yenyewe inaweza kuwa hoja yenye kushawishi zaidi.

Taarifa ni nini?

Kamusi ya Webster inafasili taarifa kuwa "maelezo ya kweli (kama vipimo au takwimu) yanayotumiwa kama msingi wa hoja, majadiliano, au hesabu."

Iwe tunafanya uchechemuzi kwa niaba ya wakulima, tunaandika maandiko ya miradi, au kuunda mpango wa kutoa huduma, taarifa itafanya tatizo liwe ya kushawishi zaidi. Ingawa tunajua kwamba taarifa inaweza kusaidia uchechemuzi, si rahisi kila wakati kuelewa jinsi ya kupata na kutumia taarifa kwa njia bora zaidi. Inahitaji mkakati rasmi wa taarifa.

3.2. Mkakati wa Taarifa/takwimu

Mkakati wa taarifa ni dira ya jinsi shirika litakavyokusanya, kuhifadhi, kudhibiti, kushiriki na kutumia taarifa. Ni dhana kuu, iliyounganishwa ambayo inaeleza jinsi taarifa itawezesha na kuhamasisha mkakati wa shirika, na inaweka msingi wa kila kitu ambacho shirika hufanya kuhusiana na taarifa.

Mkakati wa taarifa unapaswa kuwa mahususi na unaoweza kutekelezeka, lakini pia unapaswa kuwa na uwezo wa kuirekebisha kadiri hali inavyobadilika.

3.3. Ukusanyaji wa Taarifa kwaajili ya Uchechemuzi

Taarifa inaweza kupatikana kutoka vyanzo vya msingi au inaweza kupatikana kutoka vyanzo vya pili/ sekondari. Inaweza kuwa nambari/namba (idadi) au isiyo ya nambari (maandishi).

Taarifa ya msingi

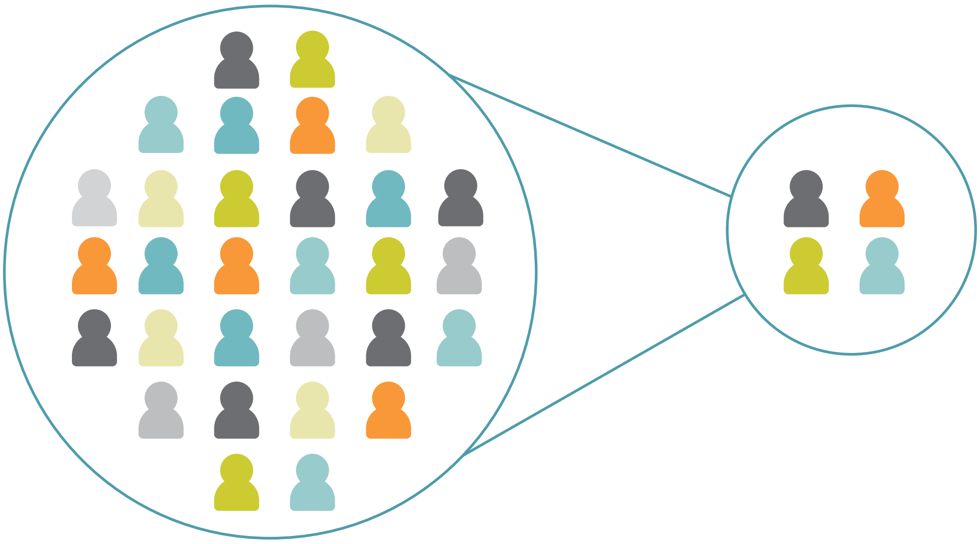
Neno "taarifa ya msingi" linamaanisha taarifa mpya iliyokusanywa na wewe au na wahesabuji moja kwa moja kutoka kwa chanzo. Wewe (au shirika lako) utakuwa mtu wa kwanza kutumia seti hii kamili ya taarifa. Taarifa ya msingi inaweza kuwa taarifa ya namba au maandishi. Inatoa taarifa sahihi zaidi kwa sababu inakusanywa moja kwa moja kutoka kwa watu. Inasaidia uchechemuzi kwa sababu kwa ujumla hutoa habari za hivi punde, zisizo na upendeleo.

Sampuli ni nini?

Sampuli ni seti ya watu binafsi au vitu vilivyokusanywa au kuchaguliwa kutoka kwa takwimu ya idadi kwa utaratibu uliobainishwa.

Uchaguaji sampuli?

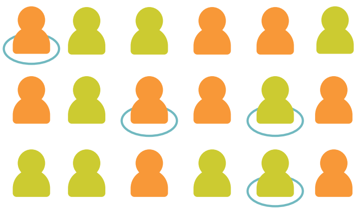
Uchaguaji sampuli ni uteuzi wa kikundi kidogo (sampuli ya takwimu) ya watu kutoka ndani ya idadi ya watu ili kukadiria sifa za watu wote. Idadi ya watu ni kundi la vitu/watu/vitu vinavyosomwa. Sampuli inatoa njia mbadala ya haraka na ya chini ya kupima idadi ya watu.



Aina za uchaguaji sampuli

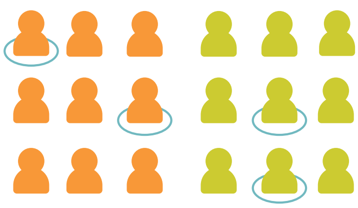
Uchaguaji Sampuli kwa njia ya uwezekano

- Kila mtu/kitu katika idadi ya watu/vitu ana uwezekano unaojulikana wa kuchaguliwa katika sampuli.
- Inahakikisha kuwa matokeo ya utafiti yanaondoa makosa ya kimfumo na upendeleo wa sampuli, ili yaweze kufafanua zaidi idadi ya watu kwa ujumla.
- Inaweza kuwa ngumu, ghali, na inayotumia muda mwingi.



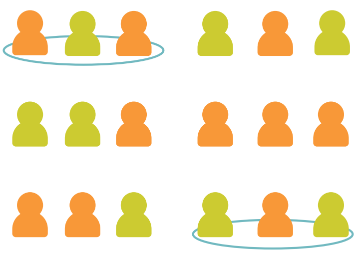
Uchaguzi sampuli rahisi na usio na mpangilio

Wanachama wa sampuli huchaguliwa kwa nasibu na kwa bahati tu. Kwa vile kila mwanachama ana nafasi sawa ya kuchaguliwa katika sampuli, uteuzi wa wanachama bila mpangilio hauathiri ubora wa sampuli. Kwa hivyo, wanachama huchaguliwa bila mpangilio bila kutaja vigezo vyovyote vya uteuzi. Hiki ndicho kiwango cha dhahabu cha uchukuaji sampuli, lakini kinahitaji ujuzi wa idadi nzima ya watu, na vile vile ufikiaji wa idadi hiyo, ambayo wakati mwingine inaweza kuwa ngumu au ya gharama kubwa kupatikana.



Uchaguzi sampuli usio na mpangilio na wenye matabaka

Kwanza, idadi ya watu imegawanywa katika vikundi vidogo (vinajulikana kama matabaka) na kisha wanachama kutoka kwa kila kikundi kidogo huchaguliwa bila mpangilio. Mbinu hii inachukuliwa wakati idadi ya watu sio sawa sana. Madhumuni ni kushughulikia suala la uwiano mdogo wa idadi ya watu na kufanya sampuli ya uwakilishi wa kweli.

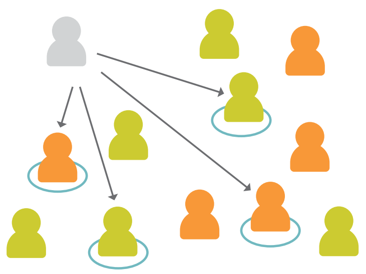


Sampuli ya vikundi

Sehemu mbalimbali za idadi ya watu (k.m. eneo la kijiografia, kipindi cha saa n.k.) huchukuliwa kama makundi na washiriki kutoka kwa kila kundi huchaguliwa bila mpangilio.

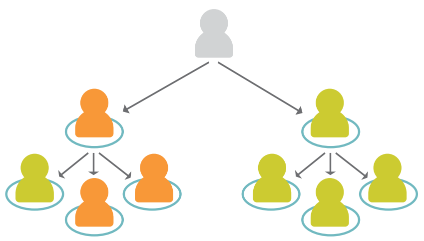
Sampuli zisizo na uwezekano

- Kila mwanachama wa idadi ya watu hana uwezekano unaojulikana wa kuchaguliwa katika sampuli i.e. kila mwanachama wa idadi ya watu ana nafasi isiyo sawa ya kuchaguliwa katika sampuli.
- Inatumika wakati haiwezekani kupata sampuli ya idadi ya watu kulingana na uwezekano usio na mpangilio kutokana na muda na/au gharama.
- Haiwezekani "kujumlisha" kwa idadi kubwa zaidi ya watu lakini bado ni muhimu sana kwa utafiti wa muundo na usiohusu ukusanyaji taarifa za namba.
- Ndiyo njia inayosaidia zaidi kwa hatua za uchunguzi wa tafiti kama vile uchunguzi wa majaribio au kama sehemu ya mchakato wa usanifu wa hatua nyingi.



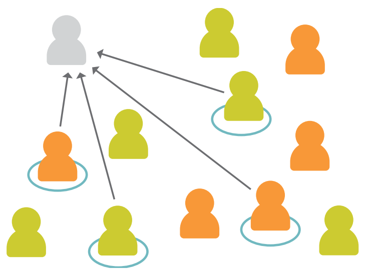
Uchaguzi sampuli kwa kusudi

Washiriki wa sampuli huchaguliwa kulingana namadhumuni ya utafiti.



Uchaguzi sampuli kwa njia ya mpira wa theluji

Inahusisha kutafuta kikundi kidogo cha waliojibu awali na kuwatumia kuajiri washiriki zaidi. Ni muhimu hasa katika hali ambapo idadi ya watu imefichwa au vigumu kuhesabu.



Uchaguzi sampuli kwa hiari

Watu waliojitolea huchagua kukamilisha uchunguzi. Watu waliojitolea wanaweza kualikwa kupitia matangazo kwenye mitandao ya kijamii. Tangazo linaweza kujumuisha ujumbe kuhusu utafiti na kiungo cha uchunguzi. Baada ya kufuata kiungo na kukamilisha uchunguzi mtu aliyejitolea anawasilisha taarifa ili kujumuishwa katika sampuli ya idadi ya watu.

Uamuzi wa ukubwa wa sampuli

- Saizi ya sampuli—idadi ya watu au taasisi zilizojumuishwa—inaweza kuchaguliwa katika hatua kadhaa:
- Kubainisha ukubwa wa idadi ya watu kwa ujumla.
- Bainisha jinsi unavyotaka kipimo chako kiwe.
- Bainisha vigezo vyako binafsi viendane na matakwa ya ufadhili/wakati/uhamaji/ufikiaji wa idadi ya watu.

Kuna mbinu za kisayansi za kubainisha idadi kamili ya watu wanaohitaji kujumuishwa, na tutafurahi kutoa habari kuhusu hilo, ikiwa itahitajika kwa utafiti wa siku zijazo.

Baadhi ya mbinu za kukusanya taarifa za msingi

Mbinu ya uchunguzi kwa kuangalia
Katika uchunguzi, habari hutafutwa kwa njia ya uchunguzi wa moja kwa moja wa mpelelezi, bila kuuliza mhojiwa.

Uchunguzi wa moja kwa moja: Mtafiti anabainisha wahojiwa husika na kurekodi taarifa inayohitajika kulingana na uchunguzi.

Uchunguzi wa kiufundi: Vifaa fulani vya kimitambo, kama vile kamera, hutumika kuchunguza na kurekodi tabia za wanaojibu. Vifaa havihitaji ushiriki wa moja kwa moja wa wahojiwa katika utafiti lakini vitanasa tabia zao kwa uchambuzi.

Uchambuzi wa maudhui: Hupata taarifa kwa kutazama na kuchanganua yaliyomo au ujumbe wa matangazo, makala za magazeti, vipindi vya televisheni, n.k.

Mbinu ya mahojiano
Taarifa ya msingi inaweza kukusanywa ama kupitia mahojiano ya kibinafsi au kupitia mahojiano ya simu.

Mbinu ya dodoso
Dodoso hutumwa kwa mtu anayehusika na kuombwa kujibu maswali na kurudisha dodoso. Dodoso huwa na maswali rahisi yenye majibu yaliyoorodheshwa au mafupi. Kwa kuwa kwa ujumla zimeorodheshwa kwa idadi kubwa, zinajitolea kwa ukusanyaji wa taarifa wa za nambari.

Taarifa ya upili

Taarifa ya upili inakusanywa na mtu mwingine kuacha yule anaezitumia. Ni taarifa ya mtu wa pili. Taarifa ya upili inaweza kupatikana kutoka kwa vyanzo vilivyochapishwa au ambavyo havijachapishwa.

Vyanzo vilivyochapishwa vinaweza kujumuisha:

- machapisho ya serikali
- machapisho yasiyo ya serikali
- majarida
- ripoti kutoka kwa mashirika ya kimataifa, kwa mfano IFAD, FAO, CGIAR, Benki ya Dunia, IMF, Benki ya Maendeleo ya Afrika
- utafutaji wa mtandaoni au maktaba
- rekodi za umma.

Vyanzo visivyochapishwa vinaweza kuwa barua, shajara, shughuli za mkutano, kazi ambayo haijachapishwa, nk.

3.4. Uchambuzi wa Taarifa na Ufafanuzi kwa ajili ya Uchechemuzi

Uchambuzi wa taarifa zenye idadi

Uchanganuzi wa taarifa zenye namba/ hesabu humaanisha mbinu mbalimbali za hisabati na takwimu za kusoma, kupima, na kutabiri mabadiliko katika watu, programu, mashirika au mifumo mikubwa zaidi. Mbinu za kiidadi kwa ujumla huangukia katika makundi makubwa mawili ya uchanganuzi wa maelezo na uchanganuzi duni.

Uchambuzi wa maelezo

Uchambuzi wa maelezo hukadiria taarifa kwa njia ya msingi lakini yenye maana na mara nyingi unaweza kutoa taarifa nyingi muhimu kwa ajili ya kufanya maamuzi ya shirika. Aina kuu za uchanganuzi wa maelezo ni pamoja na hesabu, asilimia, na hatua za mielekeo kuu, kama vile wastani, taarifa iliyotokea sana, taarifa ya katikati kwenye orodha ya taarifa zote.

Uchambuzi wa nadharia (Inferential analysis)

Uchanganuzi wa nadharia hubainisha sababu kuu unazoziona kwenye taarifa ya maelezo. Unaweza kutoa maarifa ya kina ikiwa unafikia matokeo unayotaka na kama hatua mahususi zinaweza kuleta mabadiliko. Inajumuisha:

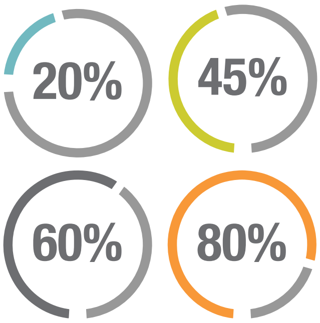
- Muundo wa kitakwimu, ambao hujaribu dhahania kwa kutumia taarifa iliyopo (kama vile rejeshi, uundaji wa mlingano wa muundo, uundaji wa mstari wa viwango vingi)
- Uchambuzi wa mwenendo, ambao huchunguza umuhimu wa takwimu wa mabadiliko ya wakati (kama vile uchanganuzi wa maisha, miundo ya mfululizo wa saa)
- Uchanganuzi linganishi, unaolinganisha vitu viwili au zaidi vinavyofanana (kama vile majaribio ya t, uundaji wa mstari wa viwango vingi, uchanganuzi wa tofauti au ANOVA)

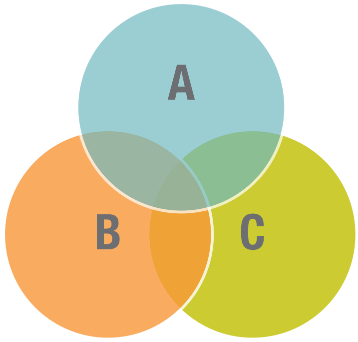
Uchambuzi wa taarifa zisizohusu hesabu/idadi

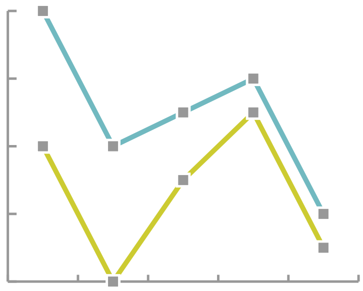
Uchanganuzi wa taarifa zisizohusu idadi/hesabu unajumuisha kukusanya na kutafsiri taarifa isiyo ya nambari. Hii inaweza kujumuisha taarifa iliyokusanywa wakati wa mahojiano, vikundi lengwa, hati, akaunti za kibinafsi au karatasi, rekodi za kitamaduni, au uchunguzi wa moja kwa moja. Taarifa ya ubora inaweza kujumuisha maoni, hisia, mitazamo, na taarifa zingine ambazo haziwezi kukadiriwa kwa urahisi kwa asili, na ambazo zinaweza kuhitaji uchakataji wa ziada katika mizani ya idadi/namba ili kuruhusu alama na uchanganuzi, au katika hali nyingi taarifa isiyo na idadi/hesabu inafasiriwa na watafiti kwa kusoma tu na kutoa ufahamu wa jumla.

3.5. Taswira ya Taarifa

Taswira ya taarifa ni uwakilishi wa picha wa habari na taarifa. Kwa kutumia vipengee vya kuona kama vile chati, grafu na ramani, taswira ya taarifa hutoa njia inayoweza kufikiwa ya kuona na kuelewa mitindo, taarifa zilizokuwa tofauti kabisa na utarajio na mielekeo katika taarifa. Zana za taswira ya taarifa na teknolojia ni muhimu ili kuchanganua kiasi kikubwa cha habari na kufanya maamuzi yanayotokana na taarifa. Aina za kawaida za taswira ya taarifa ni chati, majedwali, grafu, ramani, infographics na dashibodi.







3.6. Usalama wa Taarifa na Kanuni

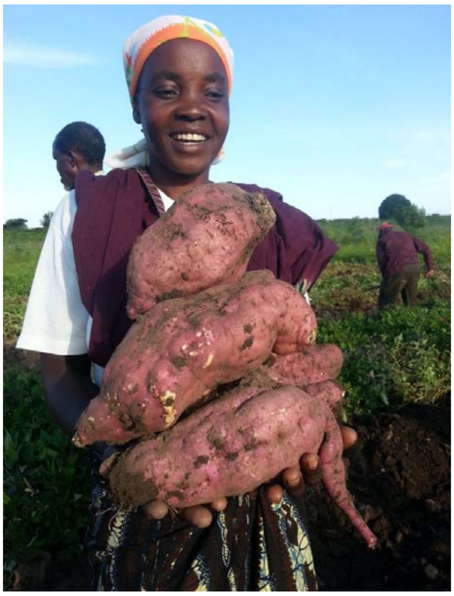
Sheria ya ulinzi wa taarifa

Nchi nyingi zina sheria za kulinda taarifa ili kulinda haki za watu binafsi kuhusiana na jinsi mashirika yanavyoweza kuchakata na kutunza taarifa ya kibinafsi. Ingawa kanuni husika hutofautiana kulingana na mamlaka, malengo na tabia inayotarajiwa mara nyingi hufanana. Sheria ya Tanzania kuhusu ulinzi wa taarifa bado ni kiinitete. Bado hakuna sheria maalum nchini Tanzania kuhusu ulinzi wa taarifa. Baadhi ya masharti ya ulinzi wa taarifa yapo katika sheria, kutoka kwa sekta za benki, kielektroniki na mawasiliano ya simu na katika sheria za adhabu.

Sheria kuu zinazoshughulikia masuala ya takwimu nchini Tanzania ni pamoja na: Sheria ya Takwimu 2015 na marekebisho yake ya mwaka 2018 na 2019, Katiba ya Jamhuri ya Muungano wa Tanzania, Sheria ya Mawasiliano ya Kielektroniki na Posta, 2010 (EPOCA), Sheria ya Benki na Taasisi za Fedha, 2006 na Sheria ya Makosa ya Mtandao, 2015

Hatua za usalama wa taarifa

Hii inamaanisha ulinzi wa taarifa dhidi ya ufikiaji usio idhinishwa, matumizi, rushwa, mabadiliko, ufumbuzi na uharibifu. Hatua za kawaida za usalama wa taarifa ni pamoja na: Hifadhi rudufu ya taarifa, Firewall, usimbaji fiche wa Taarifa, Nenosiri, programu ya Kingavirusi, Mfumo wa uendeshaji uliosasishwa na viraka vya usalama, Sahihi ya dijiti, Kuelimisha wafanyakazi wako, Utumiaji kwa uangalifu wa barua pepe na tovuti, Kuficha taarifa.



MAREJEO

BBA Mantra (no date). *Methods of Data Collection—Primary and Secondary Data.* https://bbamantra.com/methods-of-Data-collection-primary-and-secondary-taarifa/ Accessed 6 August, 2021.

CARE International (2014). *The Care International Advocacy Handbook*. CARE International Secretariat.

Lotame (2019). *What is a Data Strategy?* https://www.lotame.com/how-to-build-a-data-strategy/ Accessed 6 August, 2021.

Lotame (2019). *What are the Methods of Data Collection?* https://www.lotame.com/what-are-the-methods-of-data-collection/ Accessed 6 August, 2021.

James Bell Associates (2018). *Guide to Data-Driven Decision Making: Using Data to Inform Practice and Policy Decisions in Child Welfare Organizations*. Children's Bureau, Administration for Children and Families, U.S. Department of Health and Human Services.

Washington Office on Latin America (no date). *Manual for Facilitators of Advocacy Training Sessions*. Center for Development and Population Activities (CEDPA) and Washington Office on Latin America (WOLA).

Networking for Policy Change (1999). *An Advocacy Training Manual*. The Policy Project. The Futures Group International.

Sharma, Ritu R. (1996). *An Introduction to Advocacy. Training Guide.* Support for Analysis and Research in Africa (SARA).

Zero to Three (2016). *How to Use Data to Advocate Effectively.* https://www.zerotothree.org/resources/496-how-to-use-data-to-advocate-effectively. Accessed 6 August, 2021.

Agricultural Non State Actors Forum

Plot No. 167, Migombani Street, Regent Estate,
Mikocheni A, P.O. Box 33562, Dar es Salaam
Tel: +255 22 2771566 / 2775970
Fax: +255 22 2773217
Email: info@ansaf.or.tz; Website: www.ansaf.or.tz