

بسم الله الرحمن الرحيم

حل التكاليف الخامس لمادة مهارات بحثية

تحليل مجتمع الدراسة والعينة وحجم العينة في بحثين من تخصص إدارة الأعمال



إعداد

محمد بن نواف الشمري

البحث الأول

أثر التسويق الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي على سلوك المستهلك: دراسة حالة شركة زين
1- مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع عملاء شركة زين الحاليين أو المحتملين الذين يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي الخاصة بالشركة مثل فيسبوك وتويتر وإنستغرام ويتفاعلون مع المحتوى التسويقي المنشور عليها.

2- نوع العينة

استخدم الباحث العينة العشوائية من عملاء شركة زين المستخدمين لمنصات التواصل الاجتماعي، بهدف تمثيل فئات مختلفة من العملاء من حيث العمر والجنس والمستوى الاجتماعي والاقتصادي.

3- حجم العينة

بلغ حجم العينة 200 مشارك من عملاء شركة زين في المملكة العربية السعودية.

4- الأسلوب الإحصائي المستخدم لتحديد حجم العينة

لم يوضح الباحث استخدام معادلة إحصائية محددة مثل معادلة كريجسي ومورجان أو معادلة كوتشران لتحديد حجم العينة، وإنما اكتفى بالإشارة إلى اختيار عينة عشوائية مكونة من ٢٠٠ مشارك مناسبة لأهداف الدراسة. وعليه فإن تحديد حجم العينة تم بصورة تقديرية وفق طبيعة الدراسة الوصفية التحليلية.



البحث الثاني

دراسة تطبيقية لدور القيادة الإدارية في إدارة المخاطر بشركة أرامكو السعودية لتعزيز ثقافة السلامة في مواقع العمل وإدارة المشاريع

1- مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من الموظفين والمديرين العاملين في شركة أرامكو السعودية، وخاصة العاملين في إدارات إدارة المخاطر والسلامة وإدارة المشاريع .

2- نوع العينة

اعتمد الباحث على عينة من العاملين في مختلف المستويات التنظيمية والإدارية داخل الشركة، شملت الإدارة العليا والإدارة الوسطى والموظفين التنفيذيين. ويتضح من توزيع المشاركين أن الدراسة استخدمت عينة تمثل مختلف الفئات الوظيفية بالشركة .

3- حجم العينة

بلغ حجم العينة **500 موظف** موزعين كالتالي:

الإدارة العليا: ٧٥ موظفاً.

الإدارة الوسطى: ١٢٥ موظفاً.

الموظفون التنفيذيون: ٣٠٠ موظف .

4- الأسلوب الإحصائي المستخدم لتحديد حجم العينة

لم يذكر الباحث استخدام معادلة إحصائية محددة لتحديد حجم العينة، بل تم الاعتماد على حجم عينة كبير نسبياً (٥٠٠ موظف) يمثل شرائح متعددة داخل الشركة، بما يساعد على تحقيق مستوى جيد من التمثيل الإحصائي للمجتمع المستهدف .

مقارنة بين البحثين

العنصر	بحث التسويق الإلكتروني	بحث أرامكو
مجتمع الدراسة	عملاء شركة زين	موظفو ومديرو أرامكو
نوع العينة	عشوائية	عينة تمثيلية متعددة المستويات
حجم العينة	200 مشارك	500 مشارك
تحديد حجم العينة	لم يوضح معادلة إحصائية	لم يوضح معادلة إحصائية
مجال الدراسة	التسويق وسلوك المستهلك	القيادة وإدارة المخاطر

الخلاصة

يتضح أن الباحثين ينتميان إلى مجال إدارة الأعمال ويعتمدان على المنهج الوصفي التحليلي. وقد استخدم البحث الأول عينة من عملاء شركة زين بلغ حجمها ٢٠٠ مشارك لدراسة أثر التسويق الإلكتروني على سلوك المستهلك، بينما استخدم البحث الثاني عينة أكبر بلغت ٥٠٠ موظف في شركة أرامكو لدراسة دور القيادة الإدارية في إدارة المخاطر وتعزيز ثقافة السلامة. كما أن كلا الباحثين لم يوضح بصورة مباشرة المعادلة الإحصائية المستخدمة في حساب حجم العينة، وإنما تم تحديد الحجم بما يتناسب مع أهداف الدراسة وطبيعة المجتمع المستهدف.





مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

