

مهارات بحثية 3

التكليف الثامن

إعداد الطالب:
فيصل الشمري

د/ احمد وراق



Chapter

01

عنوان التكليف

مجتمع وعينة الدراسة

عنوان الدراسة التي أخذت دراسة حالة

أثر المحتوى الإعلاني في مواقع الشبكات الاجتماعية على اتجاهات المستهلكين نحو العلامة التجارية:
دراسة حالة شركة الاتصالات السعودية

محمود عبدالحميد صالح، ماجد الدعفس (2013)، مجلة العلوم الإدارية جامعة الملك سعود المجلد 25،

العدد 2

لقد قام الباحثون هنا بدراسة حالة شركة الاتصالات السعودية STC ، مما يعني أنها مجتمعاً وعينة للدراسة، وذلك عدة مبررات بررها الباحثون، ويمكن سردها كالآتي:

- إن شركة الاتصالات السعودية من أكبر شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية، مما يعني إن لديها قاعدة عملاء كبيرة جداً، لذلك عند دراسة اتجاهاتهم ستكون هناك نتائج يعتمد عليها في تعميم نتائج الدراسة.
- إن شركة الاتصالات السعودية تقوم بتقديم محتوى إعلاني كثيف بشكل يومي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وهو الأمر الذي يتطلب دراسة ذلك المحتوى والوقوف عليه.

- إن قطاع الاتصالات يتسم بالمنافسة الشديدة نظراً لتقديم نفس الخدمات، ونظراً لتطور الخدمات بشكل سريع، وسهولة تحول العملاء للمنافسين.
- دراسة تأثير المحتوى الإعلاني على طلب العملاء على الخدمات المقدمة من شركة الاتصالات السعودية، ومعرفة الاتجاهات المتكونة لدى العملاء حول شركة الاتصالات السعودية.

ونخلص هنا إلى أن دراسة الحالة غالباً ما تستهدف بيئة نقدر من خلالها بالخروج بنتائج قابلة للتعميم، ولتحقيق ذلك يبغي معرفة عدد مفردات تلك البيئة فأن كان كبيراً يتوافق مع المعايير العلمية والبحثية والإحصائية اعتمدنا تلك البيئة مجتمعاً وعينة للدراسة وذلك لتوافقها مع تلك المعايير وعدت دراسة حالة.

عنوان الدراسة التي أخذت رسالة دكتوراه

العوامل المؤثرة في النوايا السلوكية لدى مقدمي الخدمات من وجهة نظر التسويق بالعلاقة- دراسة ميدانية في المنظمات الخدمية بحلب

عقبة أحمد العيسى

أطروحة دكتوراه كلية الاقتصاد، جامعة حلب، (2017)

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع البحث من مقدمي الخدمة في المنظمات الخدمية الخاصة والتي تضم شركات الاتصالات الخاصة والبوك الخاصة وشركات التأمين وشركات الوساطة المالية في مدينة حلب.

عينة الدراسة:

وقام الباحث بأخذ عينة عشوائية تكونت من (226) مفردة تم توزيع استبانات عليهم كأداة لجمع المعلومات، واسترد منها (206) استبانة صالحة للتحليل.

ونرى إن الباحث قد اختار مجتمع الدراسة بشكل موسع في المنظمات الخدمية
لعدة مبررات كالآتي:

- معرفة مدركات مقدمي الخدمة حول الدعم التنظيمي والعدالة التنظيمية في المنظمات الخدمية بحلب، كذلك معرفة مستوى جودة العلاقة بين مقدمي الخدمة ومنظماتهم، والنوايا السلوكية لمقدمي الخدمة تجاه منظماتهم، وكل ذلك يختلف باختلاف الخصائص الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة، ومن بينها نوع المنظمة وقطاعها، وفي النهاية يتطلب ذلك مجتمع دراسة أكبر وعينة دراسة أكبر.

- تقديم نموذج يساعد المسؤولين في المنظمات الخدمية في اختيار استراتيجية تنظيمية ملائمة للعاملين يمكن أن تحسن من علاقتها مع العاملين لديها.
وعند صياغة نموذج أو استراتيجية قابلة للتعميم يجب أن تؤسس على مجتمع دراسة أكبر كذلك عينة أكبر، حتى يكون هناك نتائج يمكن الوثوق فيها بشكل دقيق مما يجعلها قابلة للتعميم بشكل دقيق.

مجتمع وعينة الدراسة التي يرغب الباحث بأخذها في أبحاثه ..

وبخصوص ما يرغب الباحث باعتماده في أبحاثه أو أطروحته فإن ذلك يتوقف
على عدد من العوامل – لطلاب إدارة الأعمال- يمكن سردها كالآتي:

- مجال البحث: فإن كان البحث مثلاً يتحدث عن القيادة فإن ذلك يتطلب مجتمع بحث ضيق النطاق، فمثلاً يكون مجتمع البحث الإدارة العليا للبنوك في بلد الدراسة أو غير ذلك، بعكس البحث إن كان يتحدث عن سلوك المستهلك فإن ذلك يتطلب مجتمع بحث واسع النطاق، فمثلاً يكون مجتمع البحث جميع العملاء لشركات التوصيل في المملكة العربية السعودية، وبخصوص الأبحاث المالية فأنا نتوقف على الشركات فقط وبذلك تتحدد عينة الدراسة فيما بعد.

كما إن مجال البحث يلعب دور في اختيار نوع العينة فالأبحاث التسويقية تتطلب عينة عشوائية، في حين مثلاً الأبحاث في مجال القيادة تتطلب اختيار عينة قصدية، وهكذا

- نوع البحث: فالدراسة الاستطلاعية تتطلب عينة صغيرة، لأن الغرض منها التحقق من توافر مشكلة في مجتمع دراسة معين، وعلى العكس الدراسات التحليلية تتطلب عينة دراسة أكبر لأجل الخروج بنتائج قابلة للتعميم يقل فيها معدل تحيز أفراد العينة.

الخلاصة: إن مسألة تحديد مجتمع وعينة الدراسة يختلف من بحث لآخر بناءً على طبيعة البحث، وعنوان البحث، وأهداف البحث، فكل ذلك عوامل مؤثرة في اختيار مجتمع وعينة الدراسة، ولو نظرنا للمزيد من الأبحاث والدراسات السابقة لوجدنا إن ذلك واضحاً وجلياً.



Thank You