

مهارات بحثية 2

التكليف الخامس

إشراف:
د. أميرة قادو

إعداد الطالب:
فيصل الشمري

تتعدد أنواع البحث العلمي ومن أبرز هذه الأنواع البحث النظري والبحث التجريبي أو التطبيقي، ويأخذ البحث التجريبي تطبيقاً على الحياة العامة، من خلال تحديد مجتمعاً للدراسة تدرس فيه الظواهر قيد البحث، ومن الصعب دراسة المجتمع كاملاً في العلوم الإنسانية نظراً لتكاليف الجهد والوقت، وبالتالي يقوم الباحث بأخذ عينات من المجتمع الأصلي بحيث تكون العينة ممثلة للمجتمع الأصلي، وقد فصلت كتب البحث العلمي في ذلك تفصيلاً دقيقاً.

وتصنف العينات التي يأخذها الباحثين في إجراء دراساتهم إلى الآتي:

- العينات الاحتمالية: وهي التي يتم تعميم نتائجها، نظراً لوجود فرص متساوية

لظهور أفراد العينة، ومن أنواعها:

- العينة العشوائية البسيطة: وهي التي تأخذ جميع عناصر المجتمع باعتبار، ويكون لكل منهم فرصة متساوية في الظهور.
- العينة العشوائية المنتظمة: وهي التي يتم اختيارها وفق معيار منتظم بعد ترقيم أفرادها، مثلاً اختيار الفرد رقم 7، ومن ثم اختيار الفرد رقم 14، وبعد ذلك اختيار الفرد رقم 21، فالفرد رقم 28.. إلخ.

- العينة العشوائية الطبقية: وهي التي يتم تقسيم أفرادها إلى مجموعات ومن ثم أخذ عدد معين من كل مجموعة وفقاً لنسبتها من إجمالي المجتمع.
- العينة العنقودية: هي التي يتم تعريف مجموعاتها في خواص مختلفة ومن ثم جمع البيانات من تلك المجموعات.
- العينة المساحية: وهي التي تختص بمساحة معينة: منطقة أو مدينة ..إلخ.
- العينة المضاعفة: وهي التي يتم دراستها مرتين لمزيد من التفصيل.

وتحدد عينة الدراسة وفقاً على معادلات إحصائية أو جداول إحصائية وضعها

الباحثين، ومن أبرز هذه المعادلات والجداول الشائعة في تحديد عينة الدراسة:

معادلة كيرجسي ومورجان.

معادلة ستيفن ثامبسون.

جدول مفردات العينة لأوما سيكاران.

لقد قمنا باختيار عنوان هذه الورقة البحثية، لأجل الوفاء بمتطلبات تكليف المحاضرة
الثالثة من هذه المادة، ويمكننا استعراض متطلبات التكليف كما يأتي:

عنوان الورقة البحثية موضوع التطبيق:

أثر الخداع التسويقي في بناء الصورة الذهنية للمستهلكين
في سوق الخدمات الأردني

رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، 2011م

في هذا البحث قام الباحث بتحديد مجتمع الدراسة في الزبائن الذين يتعاملون مع الشركات العاملة في قطاع الخدمات في مجال: (التعليم، والصحة، والبنوك، والسياحة، والنقل، والاتصالات، والمقاولات).

وقد قام الباحث بتحديد هذا المجتمع نظراً لطبيعة دراسته التي تبحث في الصورة الذهنية لقطاع الخدمات لدى العملاء واثراً لخداع التسويق عليها، ولذلك كان من الواجب عليه أن يختار ذلك المجتمع نظراً لأن المتغيرات يكون قياسها عبر الزبائن.

وبالنظر لمجتمع الدراسة الذي يختص بزبائن الشركات الأردنية العاملة في قطاع الخدمات نجد إن زبائن هذه الشركات متفرقين جغرافياً في كافة أرجاء الأردن أو ربما خارج حدود الأردن، فمن الصعب استقصاؤهم والوصول إليهم، لذلك فحدد الباحث بدقة مجتمع الدراسة وقام بحصره في زبائن الشركات الأردنية العاملة في قطاع الخدمات في مدينة عمان بالأردن.

ويمكن القول بأن جميع سكان مدينة عمّان الأردنية هم زبائن لشركات قطاع الخدمات العاملة في الأردن، ويبلغ عدد سكان مدينة عمّان وقت إجراء الدراسة آنذاك (2315600) نسمة متوزعين في جميع أحياء ومناطق مدينة عمّان.

في حين بلغت عدد الشركات العاملة في قطاع الخدمات قرابة 2700 شركة عاملة في مجالات: (التعليم، والصحة، والبنوك، والسياحة، والنقل، والاتصالات، والمقاولات).

ونظراً لكبر مجتمع الدراسة، فمن الطبيعي أن يلجأ الباحث إلى اختيار عينة تمثل المجتمع الأصلي، لذلك قام الباحث باختيار عينة عشوائية طبقية بلغ مجموعها (1100) مفردة، وقد قام الباحث هنا بتقسيم أفراد عينة الدراسة على 6 مجالات خدمية ووزع الاستبانات بناءً على نسبة عدد الشركات في المجال إلى مجموع عدد الشركات العاملة في مجموع المجالات المختارة.

ونلاحظ هنا إن الباحث قام أولاً: بتحديد عينة ميسرة نظراً لسهولة الوصول إليها من المجتمع الأصلي وحددها بـ (1100) مفردة، في حين قام باستقصاء (1100) مفردة بأسلوب العينة العشوائية الطبقية من خلال توزيعها لمجموعات ومن ثم جمع البيانات منها عبر الاستبانات الموزعة.

وبالنظر للأسلوب الإحصائي المستخدم في هذا البحث لتحديد حجم أفراد عينة الدراسة،
لم يذكر الباحث أي أسلوب إحصائي متبع لتحديد حجم أفراد عينة الدراسة، ولعل ذلك
السبب يرجع إلى اتباع الباحث لأسلوب العينة الميسرة أولاً في تحديد أفراد عينة
الدراسة، فالعينة الميسرة لا تقوم على تحديد عدد معين، وإنما تحدد أفراد عينة الدراسة
بناءً على سهولة الوصول إليهم وتجاوبهم مع أداة الدراسة.

عنوان الورقة البحثية موضوع التكليف:

مدى إدراك المديرين لأسلوب المقارنة المرجعية في الأعمال الالكترونية واثره على تحقيق التفوق التنافسي لدى البنوك الكويتية

مبارك مطلق المطيري

رسالة ماجستير غير منشور، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا

2011م

نظراً لأن هذه الدراسة تختص بدراسة موضوع المقارنات المرجعية للأعمال الالكترونية في البنوك التجارية الكويتية، فمن خلال العنوان يتضح إن مجتمع الدراسة هو البنوك التجارية الكويتية، والبالغ عددها 9 بنوك: (بنك الكويت الوطني، البنك الأهلي الكويتي، البنك العقاري، بنك بوبيان، بنك الخليج، بنك برقان، ، بنك الكويت والشرق الأوسط، ، البنك التجاري الكويتي، بيت التمويل الكويتي).

ولأن عنوان الدراسة «مدى إدراك المديرين لأسلوب المقارنة المرجعية في الأعمال الإلكترونية واثره على تحقيق التفوق التنافسي لدى البنوك الكويتية» فمن الطبيعي أن تكون عينة الدراسة من مدراء البنوك التجارية الكويتية.

ولذلك قام الباحث بتحديد عينة الدراسة في الأفراد الذين يعملون في المسمى الوظيفي (مدير عام، نائب مدير عام، رئيس قسم).

وقد قام الباحث بتحديد عينة الدراسة وفق أسلوب العينة القصدية الشاملة، فقام باستقصاء جميع الأفراد الذين يعملون في منصب: (مدير عام، نائب مدير عام، رئيس قسم) في جميع البنوك التجارية الكويتية.

وقام الباحث لأجل جمع البيانات بتوزيع 28 استبانة لكل بنك مستهدفة أولئك الأفراد الذين يعملون في منصب: (مدير عام، نائب مدير عام، رئيس قسم) في كل بنك على حدة، وبذلك نجد إن الباحث قام بتوزيع 250 استبانة استرد منها 196 صالحة للتحليل.

وبالنظر للأسلوب الإحصائي المستخدم في هذا البحث لتحديد حجم أفراد عينة الدراسة، لم يذكر الباحث أي أسلوب إحصائي متبع لتحديد حجم أفراد عينة الدراسة، ولعل ذلك السبب يرجع إلى اتباع الباحث لأسلوب الحصر الشامل للأفراد الذين يعملون في منصب: (مدير عام، نائب مدير عام، رئيس قسم) في البنوك التجارية الكويتية التسعة مجتمع الدراسة، فالعينة هنا محددة بدقة، وبذلك فهي قليلة الأفراد، ومن السهل استقصاؤها فاتبع الباحث أسلوب الحصر الشامل، مما يعني عدم الحاجة للأسلوب الإحصائي في تحديد العينة.



Thank You