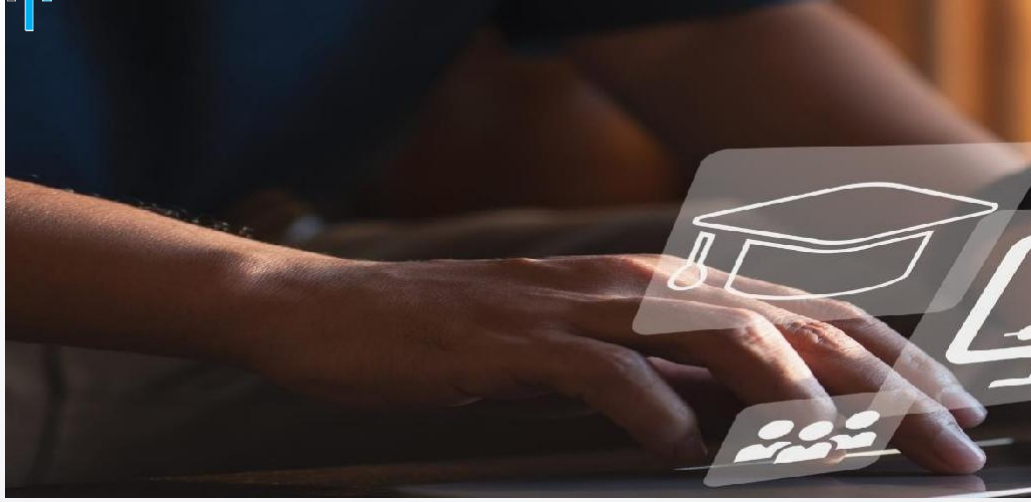


مقرر المهارات البحثية (3)

المهمة الثامنة : عرض مجتمع
وعينة الدراسة الثامنة

اعداد الطالب / فارس المزيني
العام الدراسي 1446 – 2025





بالتطبيق على دراستي

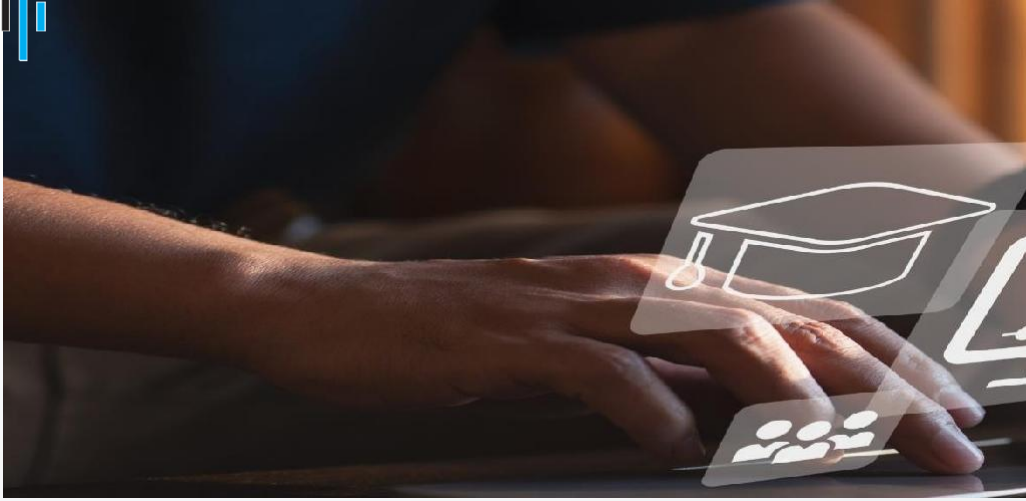
- محمد ، ممدوح عبد الفتاح احمد. (2020). أثر التسويق الرقمي على القيمة المدركة للعميل دراسة تطبيقية على عملاء الخطوط الجوية المصرية. مجلة التجارة والتمويل، 40(1)، 53-112.
- منصوري ، شيماء . (2024). تأثير التسويق الرقمي في تحسين جودة الخدمة المصرفية دراسة عينة من المصارف الجزائرية. رسالة دكتوراه الطور الثالث في العلوم التجارية ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة محمد خيضر - بسكرة . الجزائر .

مقدمة : يعد تحديد الباحث لمجتمع الدراسة واختيار العينة من أهم الخطوات والمراحل الأساسية للبحث العلمي ، حيث يجب على الباحث تعريف وتحديد المجتمع الأصلي ومكوناته الأساسية تحديد واضحاً ودقيقاً ، حتى يتم تحديد عينة الدراسة بشكل جيد .

مفهوم مجتمع الدراسة : يعرف مجتمع الدراسة على أنه ذلك المجتمع الذي يسعى الباحث إلى اجراء دراسته عليه ، ويتضمن جميع المفردات التي تكون إطار البحث المراد دراسته، فهو جميع الأشخاص أو الأشياء المكونة للدراسة. (الضحيان ، 2012)

مفهوم عينة الدراسة : عرف (عبيدات وآخرون ، 2020 ، 97) العينة بأنها : جزء من مجتمع البحث الاصلي يختارها الباحث بأساليب مختلفة ، وتضم عددا من الافراد من المجتمع الاصلي .

وسوف يتناول الباحث في هذه المهمة عملية تحديد مجتمع الدراسة، واختيار العينة ، وذلك من خلال التطبيق على دراسة حالة ، ورسالة دكتوراه ، موضحا تحديد وتشخيص مجتمع الدراسة وتحديد العينة وكيفية اختيارها ، كما يقو الباحث بتحديد مجتمع وعينة اطروحة الدكتوراه الخاصة به وذلك على النحو التالي :



أولاً: دراسة: أثر التسويق الرقمي على القيمة المدركة للعميل " دراسة تطبيقية على عملاء الخطوط الجوية المصرية.

❖ **مجتمع الدراسة :** من خلال اطلاع الباحث على الدراسة المختارة : نجد ان مجتمع الدراسة تكون من عملاء شركات الطيران المصرية الحكومية (مصر للطيران) ، والخاصة (النيل للطيران، اير كايرو، المصرية العالمية للطيران، نسما ، العربية ، مصر ، الأهلية ، خطوط إيه إم سي الجوية ، الإسكندرية للطيران، الكان للطيران ،تري ستار إير، خدمات البترول الجوية، خطوط كورال بلو الجوية، سمارت للطيران ، سيناء للطيران ، فلاي ايجيبت، القاهرة للنقل الجوي ، لوتس للطيران ، ممفيس للطيران ، وميدويست للطيران ، ومن خلال النظر الى مجتمع الدراسة نجد ضخامة حجم مفردات مجتمع عملاء الخطوط الجوية المصرية وباختلاف جنسياتهم، حيث يتجاوز عددهم 500 ألف مفردة ، 3 (مليون راكب بنهاية مارس 2019 لعدد 26.7 ألف رحلة).

❖ عينة الدراسة : شروط اختيار العينة: تمر عملية اختيار العينة بالشروط التالية :

1. تحديد أهداف البحث: على الباحث أن يحدد نوع العينة وحجمها وفقاً لتحديد الأهداف من البحث لكي يحل مشكلته التي تطرحها.
2. تحديد المجتمع الأصلي الذي لابد أن تشتق منه العينة: المجتمع هو الهدف الأساسي من الدراسة والباحث يعمم النتائج عليه ويتضمن تعريف المجتمع خاصية واحدة على الأقل تميزه عن غيره وبعد ذلك يعطي الباحث وصفاً عاماً لمجتمع الدراسة.
3. تشخيص افراد المجتمع : وهنا يعتمد الباحث الى تهيئة واعداد قوائم بأسماء جميع الافراد الموجودين في المجتمع الاصلي للدراسة والتي تعكس بشكل كافي ووافي وحدات المجتمع الاصلي المطلوب دراسته ، واختيار العينة المطلوبة منه .
4. تحديد حجم العينة: هناك عدد من المعادلات الإحصائية لتحديد حجم العينة وتأخذ في اعتبارها حجم الفرق المتوقع بين حجم العينة وأثره على قوة الاختبار الإحصائي – نوعية البحث – فروض البحث – تكاليف البحث – أهمية النتائج – طرق جمع البيانات – درجة الدقة المطلوبة. (صابر ، 2004)

❖ وبالتطبيق على دراسة " أثر التسويق الرقمي على القيمة المدركة للعميل " نجد ان الباحث اتبع الخطوات بطريقة جيدة الى حد ما حيث قام بتحديد أهداف البحث والمجتمع الاصلي الذي تشتق منه العينة ، والمتمثلة في ابراز دور التسويق الرقمي في التأثير على القيمة المدركة لعملاء الخطوط الجوية المصرية، وقام بتشخيص افراد المجتمع ، وهم عملاء شركات الطيران المصرية الحكومية ، والخاصة ، وبالتالي قام الباحث بتحديد حجم العينة وفقا للمعادلات الاحصائية .

❖ تكونت عينة الدراسة من 384 عميل من عملاء الخطوط الجوية المصرية، ونتيجة صعوبة تقدير حجم أو إطار محدد له، قام الباحث بتحديد حجم العينة من مجتمع غير معلوم وفق المعادلة التالية: $n = \frac{2 * L * (L-1)}{d^2}$ حيث أن (ن :حجم العينة، د :الدرجة المعيارية المقابلة لدرجة الثقة % 95 ، ل :نسبة توافر الخاصية بالمجتمع وبافتراض أنها 50 %، د :حدود الخطأ % 5 ، وبالتطبيق نجد أن ن = 385 مفردة.

❖ قام الباحث بتصحيح حجم العينة وفق المعادلة التالية: $n = \frac{1}{(1-1/n)+1}$ حيث أن (ن : حجم العينة من مجتمع غير معلوم 385 (مفردة)، ن :حجم المجتمع الإحصائي 3 مليون عميل)، وبالتطبيق نجد أن حجم العينة المعدل 384 = مفردة . وهو حجم الاستبيانات الموزعة وقد تم استرجاع (337) استبانة بنسبة 88 % ، في حين بلغ حجم الاستبانات الصحيحة والقبالة للتحليل الاحصائي (330) استبانة بنسبة 86 %.

❖ **ثانيا : دراسة: تأثير التسويق الرقمي في تحسين جودة الخدمة المصرفية دراسة عينة من المصارف الجزائرية.**

❖ **مجتمع الدراسة :** ويتمثل المجتمع في هذه الدراسة من عملاء المصارف الجزائرية، وهذا من الفترة الزمنية الممتدة من مارس 2023 إلى غاية يولييه 2023، ولقد شملت الدراسة عملاء كل من المصارف التالية(مصرف التنمية المحلية- المصرف الجزائري الخارجي- القرض الشعبي الجزائري- الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط- المصرف الوطني الجزائري- مصرف الفلاحة والتنمية الريفية – مصرف السلام- مصرف البركة- مصرف الثقة- مصرف باريا- مصرف الخليج).

❖ **عينة الدراسة:** وبالتطبيق على دراسة" أثر التسويق الرقمي على القيمة المدركة للعميل" نجد ان الباحث اتبع شروط اختيار العينة بطريقة جيدة الى حد ما حيث قام بتحديد أهداف البحث والمجتمع الاصلي الذي تشتق منه العينة ، والمتمثلة بالتعرف على تأثير التسويق الرقمي في تحسين جودة الخدمة المصرفية دراسة عينة من المصارف الجزائرية. وقامت الباحثة بتشخيص افراد المجتمع ، وهم من عملاء المصارف الجزائرية ، وبالتالي قامت الباحثة بتحديد حجم العينة وفقا للمعادلات الاحصائية .

❖ **حجم العينة وطريقة اختيارها :** تكونت عينة الدراسة من (384) عميل من عملاء المصارف الجزائرية، وتم إختيارهم بالطريقة العشوائية من مجتمع الدراسة. ولقد قام الباحث بتحديد الحجم الأدنى المناسب للعينة وضبطها لتوائم حالة المجتمع الإحصائي الذي لا يمكن عده، بالصيغة التحليل الاحصائي للعينة التالية : $E2$
$$n = \frac{Z^2 \cdot (1-P)}{E^2}$$

- N هو حجم العينة المطلوب، Z هو الاحتمال القياسي المرتبط بمستوى الثقة معين. و حسب دراستنا الثقة بمستوى 95%، فإن Z سيكون حوالي 1.96

$p =$ هي درجة الاختلاف بين مفردات المجتمع الإحصائي، وقد اتفق العلماء على وضعها بقيمة ثابتة قيمتها 0.5

E هو الخطأ المسموح به (Margin of Error) الذي ترغب في تحمله، و حسب دراستنا فهو (0.05) عند مستوى الثقة 95%، وبالتطبيق على المعادلة السابقة يمكن حساب الحجم الأدبي للعينة المختارة كما يلي:

$$384 = n = \frac{(1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (1-0.5)}{(0.05)^2}$$



❖ **سبب اختيار العينة :** ذكرت الباحثة سبب اختيار العينة بالطريقة العشوائية ، نظرا لتعذر الوصول إلى جميع مفردات البحث، وذلك لأسباب عديدة منها ما تتعلق بالباحثة نفسها كعدم القدرة على التنقل إلى جميع المناطق الجغرافية التي تتواجد بها وحدات المعاينة، كما يعود السبب إلى أفراد العينة أنفسهم لعدم القدرة على تحديد العدد الإجمالي بسبب عدم توفر إحصائيات رسمية.

ثالثا : مجتمع وعينة الاطروحة الخاصة بالباحث :

مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من الموظفين والعملاء وأصحاب المصلحة في الخطوط الجوية في المملكة العربية السعودية.

عينة الدراسة : نظرا لانتشار مفردات عينة الدراسة، وعدم وجود اطار محدد لها ، ونظرا لصعوبة الاعتماد على اسلوب الحصر الشامل ، وصعوبة حصر جميع مفردات مجتمع البحث باعتباره من المجتمعات الكبيرة والمفتوحة ، فسوف يقوم الباحث بإعداد استبيان الكتروني ، وتوزيعه من خلال مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الصفحات ذات الاهتمام بالخطوط الجوية السعودية ، بالإضافة إلى ارسال استمارات الاستبيان للعاملين والمسؤولين في شركات الخطوط الجوية السعودية الكترونيا .



المراجع

- صابر، ممدوح.(2004). البحث العلمي بين النظرية والتطبيق. ط 1. مكتبة المتنبى. الدمام .
- الضحيان ، سعود بن ضحيان . (2012). العينات و المتغيرات. مكتبة جرير. الرياض .
- عبيدات ، ذوقان، عبد الحق، كايد ، عدس ،عبد الرحمن . (2020). البحث العلمي مفهومة وادواته واساليبه . ط 19 . دار الفكر . الاردن .



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

