

العينات في البحث العلمي

بالتطبيق على دراسة

"أثر التسويق الرقمي على القيمة المدركة للعميل"

"دراسة تطبيقية على عملاء الخطوط الجوية المصرية"

اعداد الطالب / فارس المزيني

الفصل الدراسي

العام الدراسي 1446 - 2024

مقدمة : العينات مصطلح من مصطلحات المنهجية ، يستخدم بصورة اساسية في معظم البحوث التي تستهدف دراسة مجتمعات كبيرة من المفردات ، وهي بذلك تعد الية يتم استخدامها لتقليل الجهد وتكاليف الدراسة ، والعينات تتصف بتعدد انواعها لتتوافق مع طبيعة البحوث ، والعقبات التي قد تواجه الباحثين عند الرغبة في تطبيقها على مجتمع ما . (الضحيان ، 2012 ، 15)

اولا: تعريف العينة: عرف (عبيدات واخرون ، 2020 ، 97) العينة بأنها : جزء من مجتمع البحث الاصلي يختارها الباحث بأساليب مختلفة ، وتضم عددا من الافراد من المجتمع الاصلي .

ثانيا: خطوات اختيار العينة: تمر عملية اختيار العينة بالخطوات 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. (صابر ، 2004)

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 . (قندليجي ، 2022)

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.

فكلما زاد التباين في المجتمع الأصلي كلما زاد معه حجم العينة مما يعني صعوبة اختيار العينة الممثلة، وكلما كان المجتمع الأصلي المتجانس يسهل معه عملية اختيار العينة. (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(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 ، وميديست للطيران ، ونظرا لضخامة حجم مفردات مجتمع عملاء الخطوط الجوية المصرية وباختلاف جنسياتهم، حيث يتجاوز

عدد 500 ألف مفردة ، 3 (مليون راكب بنهاية مارس 2019 لعدد 26.7 ألف رحلة)، ونتيجة صعوبة تقدير حجم أو إطار محدد له، قام الباحث بتحديد حجم العينة من مجتمع غير معلوم وفق المعادلة التالية: $n = \frac{2 \cdot L \cdot (1-L)}{d^2}$ 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، ثم قام الباحث بتصحيح حجم العينة وفق المعادلة التالية :حجم العينة المعدل = $\frac{n}{1 + (n-1) \cdot L}$ (حيث أن (ن : 1 : 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 والقابلة للتحليل الإحصائي (330) استبانة بنسبة 86 %.

ثالثاً: أنواع العينات يمكن تقسيم العينات الى نوعين هما العينات العشوائية او الاحتمالية ، والعينات اللاعشوائية او اللااحتمالية .

1- العينات الاحتمالية (العشوائية): وهي التي يكون فيها لكل فرد من افراد المجتمع فرصة لان يكون احد افراد العينة ، والعشوائية لا تعني الفوضى وانما تعني ان الفرصة متساوية ودرجة الاحتمال واحدة لأي فرد من افراد المجتمع ليتم اختياره احد افراد عينة البحث دونما أي تأثير او تأثر . (العساف ، 2012)

أنواع العينات الاحتمالية (العشوائية): تنقسم إلى العينات الاحتمالية الى الاشكال الأتية :

أ- العينة العشوائية البسيطة: وهو أسلوب اختيار عشوائي يتيح لكل فرد من أفراد المجتمع فرص متساوية في أن تكون متماثلة في العينة المختارة وتختار في حين توفر شرطين هما :

- أن يكون جميع أفراد المجتمع الأصلي معروفين.
- أن يكون هناك تجانس بين هؤلاء الافراد. (صابر ، 2003)

ب- العينة الطبقية: الطبقية هنا تعني تقسيم افراد مجتمع البحث الى فئات طبقاً للسن او المستوى التعليمي او الدخل الشهري مثلاً ، ويتم الاختيار من كل فئة بسحب عدد منها عشوائياً او منتظماً ، ويشترط في هذه الطريقة ان يكون هناك فرق فعلي بين الفئات كان يكون المجتمع يتكون من متعلمين وغير متعلمين او من الذكور والاناث ، بحيث ان يكون الفرق يمكن ان يؤدي الى فرق في الاستجابة لما يطرحه عليهم الباحث من مواقف تتعلق بالمشكلة المدروسة . (العساف ، 2012 ، 100)

ج- العينة العشوائية متعددة المراحل: في هذه الطريقة نستخدم نفس طريقة حساب العينة العشوائية البسيطة أو الطبقية في كل منطقة محدودة من المساحة الكبيرة التي تشمل على المجتمع الأصلي

وهذا النوع من العينات اقتصادي في التكاليف ولكنه احتمال الخطأ فيه أكبر، كما أن تحليل بياناتها إحصائياً يتطلب استخدام أساليب أكثر تعقيداً. (صابر ، 2004)

د- العينة المنتظمة: العينة العشوائية المنتظمة يكون اختيار الوحدات منها على أساس تقسيم العدد الكلي للمجتمع على حجم العينة المطلوبة ، ومن ثم توزيع وحدات المجتمع الأصلي وبشكل متساوي ومنتظم على الرقم الناتج من ذلك التقسيم . (قنديلجي ، 2022 ، 152)

2- العينة غير العشوائية (اللا احتمالية)

العينة غير العشوائية : وهي التي تستخدم إذا كان أفراد المجتمع الأصلي معروفين تماماً ، كما هو الحال في طلاب المهن التعليمية ، أو مجتمع المهندسين . (عبيدات وآخرون ، 2020)
وتنقسم العينات غير العشوائية إلى :

أ- العينة القصدية: وتستخدم في البحوث الاستكشافية على أساس أنها تحقق أغراض الدراسة التي يقوم بها الباحث، بغرض اكتساب بصيرة في الديناميات التي تتفاعل داخل الفرد وتؤدي إلى ظهور سمات معينة كما أنه يجب أن يتوفر لدى الباحث أساس موضوعي يستند إليه في الحكم على الحالات التي يتم اختيارها بالعينة القصدية ويكون لديه محك خارجي ليؤكد سلامة حكمه.

ب- العينة الحصصية : وهي عينة سهلة يمكن اختيارها بسرعة وسهولة حيث يقوم الباحث بتقسيم مجتمع الدراسة إلى فئات ويتم تحديد حصة من كل قسم ويقوم بالتعرف على فئات المجتمع ثم يختار بعد ذلك عدداً ثابتاً من كل فئة ومن الصعب في مثل هذه الطريقة الحصول على عينة ممثلة للمجتمع.

ج- العينة الصدفية (عينة المصادفة): إن هذا النوع من أنواع اختيار العينات سهل للغاية إلا أن الأخطاء المرتبطة بها في الاختيار يجعل استخدامها أسوأ شيء يمكن أن يتناوله الباحث بالدراسة وذلك لأن النتائج التي يحصل عليها غير صالحة للتعميم. على غير هذه المجموعة التي قابلها الباحث بالمصادفة وأخذها عينة لدراسته وطبق عليها استطلاعات الرأي. (صابر ، 2004)

وبالتطبيق على الدراسة نجد ان الباحث استخدم عينة غير عشوائية /غير احتمالية وهي العينة

الميسرة أو الملائمة **Convenient Sample** مع مزجها مع العينة الحصصية **Quota**

Sample بحيث تتضمن تمثيل مناسب من جميع عملاء شركات الطيران المصرية (الحكومية

والخاصة) لأن ذلك يخدم أهداف الدراسة ويساهم في الإجابة على أسئلتها واختبار فرضياتها.

المراجع

- صابر، ممدوح.(2004). البحث العلمي بين النظرية و التطبيق. ط 1 .مكتبة المتتبي. 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 .
- العساف ، صالح محمد .(2012). المدخل الى البحث في العلوم السلوكية . ط 2 . دار الزهراء . الرياض .
- قنديلجي ، عامر .(2022) .البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات. ط8 ، دار المسيرة .الاردن .