

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

المستوى: الثالث
التخصص: إدارة الأعمال والمحاسبة/ تسويق وتجارة الكترونية
المادة: بحوث التسويق/ بحوث التسويق ونظم المعلومات
التسويقية
الموضوع: ملخص الفصل الخامس

الفصل الخامس

العينات

■ اولا: العينات

هي جميع المفردات التي تمثل موضوع البحث سواء كانوا اشخاص بعينهم او مؤسسات او شركات او متاجر او منتج معين

مميزات البحث بالمعانة وأهمته

اختصار الوقت و الجهد اللازمين لاتمام البحث

خطوات تصميم العينة :

- تحديد المشكلة و اهداف البحث
- تحديد المجتمع المراد معاينته
- تحديد درجة الدقة المطلوبة

أنواع العينات

- **اولا العينات الاحتمالية (العشوائية)**
هي تلك العينات التي تخضع في تحديدها على اساس نظرية الاحتمالات وتعرف ايضا بانها عشوائية. وتشمل العينة الاحتمالية ما يلي:-

١. العينة العشوائية البسيطة
٢. العينة العشوائية الطبقية
٣. العينة العشوائية المنتظمة
٤. العينة العشوائية العنقودية او متعددة المراحل
٥. العينة المزدوجة
٦. عينة المساحة

وهي تعتمد على الخرائط المساحية التي تبين
حدود او تقسيم المدن او الاحياء. وتتم عينات
المساحة طبقا للخطوات الاتية :-

أ- اعداد قائمة بالمربعات في منطقة معينة

ب- اختيار عينة عشوائية بسيطة او عينة منتظمة
من المربعات

ج- اعداد قائمة بمفردات العينة داخل هذه
المجموعات

د- اختيار عينة عشوائية بسيطة او عينة منتظمة
من مفردات العينة

ثانبا العننات غير الاحتمالية (غير العشوائية)

هي علي عكس العينات الاحتمالية حيث انها هي العينات التي

لا تتم باسلوب عشوائي ولا يكون لكل مفرد من مفردات مجتمع البحث عند الاختبار نفس الفرصة

من اهم العينات غير العشوائية:-

١- العينة الميسرة

اهم خصائصها :-

١. سريعة و ميسرة للباحث

٢. ذات تكاليف منخفضة

٣. **تستخدم عندما لا نريد دقة عالية**

للمعلومات الاولية

٤. **تستخدم عندما نختبر قوائم**

الاستقصاء

٢- العينة الحصصية

يتم اختيار مفردات العينة من كل منطقة باستخدام طريقة التوزيع

المتناسب

-اهم خصائصها :

- يمكن تقسيم المجتمع الي فئات او مجاميع والتي فيها يتم اختيار العينة
- القرارات المراد اتخاذها تعتمد بدرجة كبيرة على الخصائص التي من اجلها تم اختيار العينة الصحيحة

- بعض العيوب :

- عدم دقة النتائج اذا ما تم استبعاد خاصية تكون لها علاقة بمفردات عينة المجتمع

➤ عند احتساب النسب لمفردات العينة يصعب
تحديدها من التقسيم

٣- العينة العمدية :-

وتقوم هذه العينة علي بعض الاهداف التي
تتوافر لدي البحث وعلية يتم اختيار العينة

اهم الخصائص:-

١. تعتمد على تقديرات خاصة بالقائم
بالدراسة

٢. على ذلك لا تمثل تمثيلا صحيحا لمجتمع
الدراسة

٣. قد لا تعمم النتائج بسبب التقديرات على
هذا النوع من العينات

✓ مصادر الاخطاء فى العينات :-

- خطأ التحيز Bias Error

اولا: خطأ المعاينة العشوائى

عند اختيار العينة العشوائية هناك بعض الاخطاء تنتج عن :

١. الاختلاف او التشتت بين قيم الوحدات التى تتكون منها العينة

٢. الوحدات التى تدخل فى العينة عن طريق الصدفة

٣. ان الحجم المتوسط لاختاء المعاينة يعتمد على :

➤ حجم العينة

➤ درجة التشتت

➤ طريقة اختيار الوحدات بطريقة العينة البسيطة او التطبيقية

- للتغلب على خطأ المعاينة العشوائية:
 ١. زيادة حجم العينة
 ٢. الاختيار المناسب لحجم العينة مع اختلاف قيم الوحدات الاحصائية
 ٣. حساب الانحراف المعياري لمتوسطات العينة

■ خطأ التحيز : (العينات غير العشوائية)

هو انحراف متوسط جميع تقديرات معلمة المجتمع للعينات الممكنة عن القيمة الحقيقية لهذه المعلمة

خطأ التحيز في الاختبار

هناك عدة طرق تؤدي الي خطأ التحيز عند الاختبار وهي :- a

١. الاختيار غير العشوائي للعيينة
٢. الاعتماد على خاصية معينة في بعض الطرق كالاتتماد على دليل الهاتف
٣. التحيز المقصود
٤. استبدال وحدة بوحدة اخرى غير مدرجة ضمن الاطار
٥. عدم التمكن من استكمال وصول جميع الاستثمارات

■ كيف يمكن التقليل من اخطاء التحيز الناتجة عن الاختيار؟

- i. اختيار جميع وحدات العينة عشوائيا
باستخدام احدى طرق الاختيار
العشوائى
- ii. عدم استبدال اى وحدة تم اختيارها
بوحدة اخرى
- iii. استكمال الاجابات لجميع الاسئلة
- iv. اجراء البحث التجريبي لكشف التحيز
المقصود والغير مقصود

طرق اختيار حجم العينة :-

- I. قد يقرر الباحث اختيار العينة تبعاً لوجهة نظرة أو بلاعتماد على خبراته السابقة
- II. قد يأخذ الباحث نسبة معينة من مجتمع البحث على إعتبار أن النسبة المئوية أسهل في الحكم على درجة التمثيل (5% - 10% - 20%)
- III. قد يعتمد الباحث في اختيار حجم العينة على الميزانية المحددة مسبقاً أو الوقت الممنوح له
- IV. استخدام المعادلات الرياضية وهي من أكثر الأساليب استخداماً في تحديد حجم العينة.

N

n=



(N - 1) B2 + 1