

فصل ۵ جامعه و نمونه

اولین قدم در نمونه گیری : تعریف جامعه مورد نظر است.

جامعه: مجموعه اعضای حقیقی یا فرضی که نتایج پژوهش به آن انتقال (تعمیم) داده می شود.

نمونه گیری: انتخاب تعدادی از افراد، حوادث یا اشیاء از یک جامعه تعریف شده به عنوان نماینده آن جامعه

مزیت انتخاب یک نمونه از یک جامعه، جلوگیری از اتلاف وقت و صرفه جویی در منابع مالی است.

عوامل موثر بر اندازه نمونه

۱. ماهیت پژوهش
۲. ابزار اندازه گیری به کار برده شده
۳. ویژگی جامعه مورد نظر
۴. واحد نمونه گیری
۵. میزان دقت مورد نیاز

انتخاب نمونه واقعی: احتمالاً مهمترین مسئله نمونه گیری

هیچ نوع رابطه منطقی بین روش نمونه گیری و ویژگی هایی که باید نمونه گیری شود وجود نداشته باشد.

ملاحظات نظری انتخاب نمونه واقعی

۱. نماینده واقعی بودن نمونه

۲. تصادفی بودن

- اصل اساسی نمونه گیری را می توان به صورت زیر مجدداً بیان کرد: هیچ نوع رابطه منطقی نباید بین روش نمونه گیری و ویژگی هایی که باید نمونه گیری شود، وجود داشته باشد.
- به عنوان مثال: استفاده از ساکنان یک منطقه خوش آب و هوای شهر به منظور برآورد متوسط درآمد در یک نمونه گیری، نمونه اریب داری است؛ زیرا زندگی در آن منطقه مستقل از درآمد نیست. استفاده از یک منطقه خوش آب و هوا برای نمونه گیری در مطالعه رنگ چشم یا رنگ مو مشکلی را به وجود نخواهد آورد؛ زیرا هیچ دلیل منطقی وجود ندارد که بتوان براساس آن نتیجه گرفت که چشم مردم این ناحیه از شهر، دارای رنگ معینی است.

انواع نمونه گیری تصادفی

قرعه کشی
جدول اعداد تصادفی

تصادفی ساده

$$\text{نظم} = \frac{\text{حجم جامعه}}{\text{حجم نمونه}}$$

تصادفی منظم

طبقه ای

خوشه ای

انواع نمونه گیری غیر احتمالی

در دسترس

هدفدار

گوله برفی

فصل ۵ جامعه و نمونه

- نمونه گیری در دسترس
- نمونه گیری هدفدار
- اندازه نمونه