

دانشگاه تهران

دانشکده علوم اداری و مدیریت بازرگانی

تحقیقی پیرامون

بررسی نتایج فعالیت‌های بازرگانی هواپیمائی جمهوری اسلامی ایران

در یک دوره معین

استاد راهنما : جناب آقای اصغر نقشینه

هیئت داوران :

جناب آقای دکتر اسفندیار سعادت - جناب آقای دکتر محمود فیروزیان

تهیه و تنظیم از : احمد دلیلی

دانشجوی فوق لیسانس رشته مدیریت بازرگانی

تاریخ : آذرماه ۱۳۶۲

این رساله در جلسه مورخ ۱۳۶۲/۹/۲۹
هیئت داوران به تصویب رسید (خوب)
پیشرو بی‌دریغ

۱۲۵

۱	مقدمه
۴	تاریخچه هواپیمائی در ایران از ابتدا تا کنون
۶	شناسائی سازمان هواپیمائی جمهوری اسلامی ایران
۸	بیان مسئله
۱۳	مبانی فرضیات
۱۴	روش تحقیق
۱۵	دایره تحقیق
۱۵	جامعه آماری
۱۵	نمونه گیری
۱۶	خط مشی انتخابی در راه تحقیق
۱۶	مشکلات موجود در راه تحقیق
	<u>فصل دوم - تعاریف و تئوریها</u>
۱۸	اختیار و مسئولیت
۲۶	قانون موقعیت
۲۸	شناخت رابطه انسان و سازمان
۳۸	تعویض اختیار
۴۱	علل خودداری از تفویض اختیار
۴۲	حوامل و میزان تفویض اختیار
۴۴	عدم تمرکز

(ب)

- ۴۸ قلمرو نظارت
- ۵۱ سلسله مراتب انسانی
- ۵۳ محیط سازمانی
- ۵۸ حیطة نظارت وسطوح سازمانی
- ۵۹ ماهیت و شیوه تفویض اختیار و اتخاذ تصمیم
- فصل سوم - آمار و اطلاعات
- ۷۲ حج عامل تحرک
- ۷۴ عملکرد بازرگانی - "هما" بعد از انقلاب و قبل از شروع جنگ تحمیلی
- ۷۷ بازارهای "هما"
- ۸۸ تعداد هواپیماها از آغاز تا امروز
- ۹۱ عمر خدمت هواپیماها
- ۹۲ بهره برداری از هواپیماهای موجود
- فصل چهارم رویدادهای بعد از شروع جنگ تحمیلی - تجزیه و تحلیل پرسشنامه
-
- ۹۵ مشکلات داخلی "هما" و شرایط کار در دوره مورد بررسی
- ۹۶ رویدادهای بعد از شروع جنگ تحمیلی
- ۱۰۰ ناوگان باری "هما"
- ۱۰۱ شرکت های فرعی و وابسته
- ۱۰۴ اطلاعات جمع آوری شده از طریق پرسشنامه و تجزیه و تحلیل آنها
- ۱۱۹ جدول تجزیه و تحلیل پرسشنامه

(ج)

فصل پنجم - نتیجه‌گیری و پیشنهادات

۱۳۱

نتیجه‌گیری

۱۳۶

پیشنهادهای

فهرست منابع و مآخذ

۱۳۹

منابع فارسی

۱۴۱

منابع خارجی

۱۴۲

نمونه پرسشنامه

سپاسگزاری

بدینوسیله از راهنمائیهای ارزنده استاد راهنمای رساله حاضر جناب آقای اصغر نقشینه و آقایان دکتر محمود فیروزیا ن و دکتر اسفندیار سعادت اعضاء هیئت داوران صمیمانه سپاسگزاری نموده و از اینکه با صبر و حوصله در پیاپی رساندن آن اینجانب را کمک و راهنمائی نموده اند سپاسگزاری می نمایم.

بناام خدا

فصل اول : کلیات

مقدمه :

مقایسه مدیریت در قبل از انقلاب اسلامی ایران و بعد از آن در شرکت هواپیمائی جمهوری اسلامی ایران که قبل از انقلاب هواپیمائی ملی ایران نامیده میشد حائز کمال اهمیت میباشد.

قبل از انقلاب ، سیاست درهای باز از جمله آزادی انتقال ارز به هر مبلغ برای مسافرت ها ، آزادی گشایش اعتبارات برای کالاهای وارداتی تقریباً " بدون محدودیت ، عدم نیاز به اخذ روادید برای مسافرت به بسیاری از کشورهای تردهوائی بین ایران و بسیاری از کشورهای دیگر ، بخصوص کشورهای اروپائی و آمریکا و همچنین یکسلسله عوامل تشویق کننده که خود متاثر از اوضاع و احوال سیاسی و رونق اقتصادی کاذب و وابسته و متکی به واردات و مصرف بود ، استخراج و فروش بی رویه نفت برای متعادل کردن بودجه مملکت ، رونق سرمایه گذاری های داخلی و خارجی در ایران و ازدیاد درآمد بعضی از افراد جامعه ، رونق صنعت جهانگردی و تمایل مسافرت جهانگردان خارجی به ایران همه و همه گویای یک بازار آماده و عواملی هستند که تحرک یک شرکت حمل و

نقل هوایی را سریعاً" باعث میشوند و در نتیجه میتوان به جرات ادعان

نمود فراهم بودن اینگونه عوامل خود بخود باعث میشوند که مدیریت

در حل مشکلات گوناگون اقدام لازم را بعمل نیاورد.

با توجه به دلایل فوق اینجانب موضوع رساله خود را تحت عنوان، "بررسی

نتایج فعالیتهای بازرگانی هواپیمائی جمهوری اسلامی ایران در یک

دوره معین "انتخاب نموده و دوره مورد مطالعه فاصله بعد از انقلاب اسلامی

ایران تا قبل از شروع جنگ تحمیلی اخیر میباشد.

علت انتخاب این دوره معین رویا روئی سازمان با مشکلات فراوان بعد از

انقلاب اسلامی ایران و نقش حساس مدیریت و رهبری سازمان برای حفظ و ادامه

فعالیتها با وجود کمبودها و مشکلات دوران انقلاب میباشد^(۱) همچنین ختم

دوره مورد بررسی به زمان شروع جنگ تحمیلی بمنظور دخالت ندادن اثرات

جنگ (از لحاظ موقت بودن آنها) و نتیجه گیری دقیق تر و پیشنهادهای دمفید

در زمینه حل مشکلات است، زیرا پس از انقلاب اسلامی ایران و فروپاشی نظام

قبلی مسائل دیگری در ارتباط و متناسب با وضعیت جدید سیاسی و اجتماعی مطرح

گردید که اکثر عوامل اقتصادی گذشته را دگرگون و کلیه مفروضات را از بین

۱ - بدیهی است قبل از انقلاب با توجه به امکانات فراوانی که به پاره‌ای

از آنها اشاره گردید مدیریت مسئله بارزی نداشته است.

برد.

در نتیجه کلیه این عوامل روی بازار مسافرتهاى هواى مؤثر واقع شد
 تا جائیکه پس از طی یک دوره کوتاه رونق ناشی از دوران انتقالی روند
 مسافرتهاى هواى حالت عادى بخود گرفت و سپس به یک مرحله رکود
 نزدیک شد، بطوریکه کاهش چشمگیر تعداد مسافران در سال ۱۳۵۸ یعنی
 اولین سال انقلاب نسبت به سال قبل بالغ بر ۳۶ درصد گردید که منجر
 به محدود شدن پروازها و یا قطع بعضی از آنها گردید.^(۲)

۲ - واحد آمار و اطلاعات هواپیمائی جمهوری اسلامی ایران، استخراج از
 عملکرد سالانه، اسفند ۱۳۵۸.

(۳)

تاریخچه هواپیمائی بازرگانی در ایران از ابتدای تا "هما"

برای آشنائی بیشتر با سابقه صنعت هواپیمائی بازرگانی در ایران

به ذکر تاریخچه مختصری در این زمینه می پردازیم تا رسیدن به مرحله حاضر بهتر قابل درک باشد.

سال ۱۳۰۴ را میتوان سرآغاز هواپیمائی در ایران دانست زیرا در این

زمان لایحه ای به مجلس ایران رفت که بموجب آن حق انحصاری هواپیمائی

در کشور بمدت ۵ سال به "یونکرس" که یک شرکت هواپیمائی آلمانی بود

واگذار گردید و توسط همین شرکت بود که اولین شبکه پروازی در محدوده ای

بسیار کوچک بوجود آمد.

برای پروازهای معدودی از تهران به بندرانزلی (بندر پهلوی سابق)

(۴)

و بوشهر و قره نوری برقرار گردید.

۳ - با وجود اینکه نام جدید (هواپیمائی جمهوری اسلامی ایران) برای این شرکت انتخاب گردیده، معذالک کلمه اختصاری، "هما" همچنان برای آن بکار برده میشود.

۴ - شماره مخصوص ماهنامه هواپیمائی جمهوری اسلامی ایران اسفند ۱۳۵۶.

پس از هواپیمائی "یونکرس" نخستین شرکت بین المللی که به ایران پرواز کرد "امپریال ارویز" نام داشت که همان شرکت بریتیش ارویز "امروز خواننده میشود. هواپیمای این شرکت که از اروپا پرواز کرده بود در بوشهر توقف نمود و بعدها بوشهر یکبار دیگر محل توقف هواپیمای دیگری از شرکت (ک - ال - ام) قرار گرفت که از آمستردام به مقصد جاکارتا پرواز میکرد.

ظرف مدت کوتاهی پرواز هواپیماهای "یونکرس" به چند کشور خارجی همجوار نیز گسترش یافت که این پروازها محموله های پستی و بار وعده معدودی مسافر حمل میکردند، اما عمر فعالیت شرکت هواپیمائی "یونکرس" در ایران چندان دوام نیافت و متعاقب آن یک شرکت هواپیمائی ایران با نام "ایرانین ارویز" فعالیت خود را در کشور آغاز کرد.

پس از "ایرانین ارویز" در سال ۱۳۳۲ یک شرکت هواپیمائی بنام پارس ابتدا فقط با هدف حمل کالا و سه سال بعد با برنامه حمل مسافر در خطوط داخلی و خارجی در کشور به فعالیت پرداخت.

تمامی این اقدامات و تحولات جنبه بنیادی داشتند در سال ۱۳۴۰ به ثمر رسید و در اسفندماه این سال هواپیمائی ملی ایران که اکنون هواپیمائی جمهوری اسلامی ایران نامیده میشود بنا بر نیاز مملکت تأسیس یافت و اساساً مسئولیت برقراری یک سیستم منظم حمل و نقل هوائی داخلی و بین المللی را بعهده گرفت.

اکنون "هما" بعد از ۲۲ سال فعالیت پرثمر و کسب تجربه های فراوان در امر حمل و نقل هوائی بازرگانی نه تنها صرفاً "بخاطر منافع مادی بلکه با اهداف معنوی و انقلابی که جزو هدف های اسلامی سازمان میباشد همچنان پا برجا و استوار پیش میرود.

شناسائی سازمان هواپیمائی جمهوری اسلامی ایران

شرکت هواپیمائی جمهوری اسلامی ایران در تاریخ پنجم اسفندماه سال ۱۳۴۰ با ۱۷۰ میلیون ریال سرمایه (۱۲۰ میلیون ریال جنسی و ۵۰ میلیون ریال نقد) تاسیس شد و با بکارگیری ۷۰۰ نفر پرسنل کار خود را آغاز کرد و در همان سالهای اول فعالیت توانست از محل سودهای حاصله در دوران عملیات قسمت اعظم سرمایه تعهد شده را که میبایست از سوی دولت پرداخت میشد را "پرداخت نموده و سرمایه‌گذاری‌های لازم را بعمل آورد و حتی مبلغ ۷۴ میلیون ریال وام شرکت سابق هواپیمائی ایران به شرکت، ترانس اوشن "آمریکائی را پرداخت کرد (۵) سرمایه این شرکت کلاً متعلق به دولت و بنا بر این تحت نظارت دولت اداره میشود.

این شرکت در حال حاضر دارای تعداد ۹۴۷۱ نفر پرسنل میباشد که تعداد ۷۸۱۳ نفر ایرانی شاغل در تهران و ۱۳۷۱ نفر ایرانی و ۲۸۷ نفر خارجی شاغل در شعب داخل و خارج از کشور است.

این شرکت که تصدی هرگونه حمل و نقل هوائی مسافروبار و محمولات پستی و انجام امور مربوط به هواپیمائی بازرگانی و بهره برداری هوائی و انجام هرگونه

عملیات هوایی بازرگانی رابعمهده دارد در حال حاضر از تهران به شهرهای داخلی کشور، مانند، اصفهان، بندرعباس، بوشهر، بندرلنگه، تبریز، رشت، زاهدان، شیراز، کرمان، مشهد، یزد، چاه بهار، و همچنین جزایر کیش، لاوان و سیری پرواز انجام میدهد، در حالیکه پرواز به شهرهای آبادان، اهواز، باختران، سنندج، همدان و جزیره خارک بعلت حالت فوق العاده جنگی موقتا " متوقف میباشد.

مسیر پروازهای خارجی این شرکت عبارتند از، آتن، ابوظبی، استانبول بمبئی، پارس، یکن، توکیو، جده، دبی، دoha، دمشق، رم، فرانکفورت کراچی، لندن، مادرید، ژنو و وین. بعد از انقلاب اسلامی ایران بعضی از پروازها به مسیرهای خارجی بععل سیاسی و یا بععلت به صرفه نبودن به بعضی نقاط باطل گردید که از آن جمله پرواز به مقصدهای نیویورک، مسکو، قاهره، کابل، مسقط و دهران میباشد، "هما" دفاتر فعالی نیز برای امر بازاریابی و فروش بلیط و بارنامه در بعضی نقاط دنیا دارا میباشد که از آن جمله دفاتر زوریخ، هامبورگ، میلان و اوژاکارا میتوان نام برد

که به این نقاط پروازی انجام نمیشود و اصطلاحاً "آنها را" (Off-Line)*

مینا مند.

* - "هما" دفاتر در بعضی نقاط دنیا برای فعالیتهای بازاریابی و فروش دارد ولی پروازهای این نقاط انجام نمیگردد و آنها را اصطلاحاً "باین نام مینامند".

بیان مسئله

مسئله مورد بررسی عبارتست از کمبود کارائی لازم در قسمت بازرگانی

هواپیمائی جمهوری اسلامی ایران در دوره مورد نظر که ناشی از عدم

اختیارات کافی و مناسب با مسئولیت ها میباشد.

بمنظور آنکه مشکل فوق الذکر را بصورت محسوس و ملموس ارائه نموده باشم

به ذکر مواردی می پردازم :

شکی نیست که قسمت بازرگانی هر شرکت تجاری و در اینجا "هما" از یک

طرف مسئول جوابگوئی به متقاضیان بازار هوائی و از طرف دیگر جوابگوئی

به مدیریت شرکت برای بهره‌وری و کارائی هر چه بیشتر است و در این رابطه

باید اختیار لازم را داشته باشد و مخصوصاً " در زمانی که شرایط بازار برای

استفاده بیشتر مطلوب نیست باید با اعمال سیاست لازم ، سرعت بتواند

با رقیبان روبرو شده و بهره و سهم خود را از بازار نصیب شرکت متبوعه اش

نماید.

بعد از انقلاب اسلامی ایران که تقاضای مسافرت هوائی مخصوصاً " به خارج

از کشور کاهش پیدا کرده بود، سیاست بازرگانی "هما" آن بود که با ارتباط

هرچه بیشتر با آژانسهای مسافرتی هواپیمائی که میتوانند بازاریبان خوبی باشند آنها را تشویق به همکاری نموده و با قول همکاریهای بهتر در آینده و در دوران رونق و همچنین ارشاد آنها که توجه نمایند تعهد انقلابی دارند و موظف هستند در این دوران رکود، هواپیمائی مملکت خود را حمایت نمایند و بیشترین فروش خود را روی "هما" انجام دهند، برعکس در اثر مساعی بعضی عوامل بازدارنده که علیرغم داشتن تعهد و تعصب انقلابی، حقایق را با بدبینی اندیشه میکردند و بیعت نداشتن تخصص و تجربه لازم آژانسها را منفرودانسته، اقدام به جمع آوری بلیط های بین المللی "هما" در دوره مورد بررسی نموده و فقط به بعضی از آنها صرفاً "اجازه فروش بلیطهای داخلی را دادند و این باعث گردید دفاتر محدود "هما" در تهران و شهرستانها که مشتریان معینی به آنها مینمایند ^{مراجعه} دارای فروش محدودی گشته و با کمبودهای زیاد از جمله کمبود پرسنل فروش و یاصف بندی و نوبت در بعضی دفاتر ایجاد گردد که خود باعث عدم عرضه خدمات مناسب به مشتریان و دلسردی آنها برای مراجعه به دفاتر "هما" میگردد از طرف دیگر آژانسها که از دولت دارای اجازه کار بوده و برای بقای خود نمی توانستند دست روی دست گذارده و ناظر هزینه های سنگین موء سسات خود و

احتمالا" ورشکستگی آن باشند با سعی و کوشش تمام شروع به فروش و بازاریابی بلیط های سایر شرکت های خارجی نموده و حتی اگر مسافری برای خرید بلیط "هما" به آنها مراجعه میکرد و یا میتوانست از تخفیف ۴۰ درصد دولتی "هما" استفاده نماید با تمهیدات لازم او را منصرف کرده و یا از کار مزد خود برای او تخفیف قائل می شدند و او را تشویق به خرید بلیط شرکت های خارجی می نمودند در حقیقت این اقدام گروهی غیر مسئول که در مسئولیت های بازرگانی داخلی تکرار شده بودند باعث شد که در سهم بازرگانی شرکت های خارجی به نود درصد تا صد درصد در حالیکه سهم بازار "هما" در آن شرایط بیش از سی یا چهل درصد نمیگردید و بدین ترتیب این اقدام نه تنها دارای ضرر هنگفتی برای شرکت بود بلکه ضرر ارزی زیادی نیز به دولت تحمیل شده که باید درآمدهای شرکت های خارجی را بصورت ارزی آنها انتقال دهد.

در شرایط آن دوره در صورتی لزوم این اقدام مشهود بود که یا کلیه آژانس های مسافرتی هوایی ملی شده و یا حداقل برای مدتی برای فروش کلیه شرکت های هوایی تعطیل میگردیدند و یا حداقل بلیط خارجی در اختیار آنها گذارده میشد و بلیط داخلی جمع آوری میگردید زیرا پروازهای داخلی در انحصار "هما" است، و مسافر چاره ای جز این ندارد که برای استفاده از آنها به دفاتر فروش

مراجعه نماید. درچنین شرایطی مشخص میگردد که نه تنها درمقابل مسئولیت های مدیریت بازرگانی اختیار لازم به اوداده نشده بلکه مقداری هم از او سلب اختیار گردیده است.

انجام پروازهای بدون تاءخیر و طبق ساعت اعلام شده یکی دیگر از خصوصیات بارز و مهمی است که شرکت های هواپیمائی نسبت به تعهدی که در رابطه با وقت تعیین شده به مسافران خود احساس می نماید روی آن حساب نموده و در صورتیکه در انجام این تعهد موفق باشند، تبلیغ بسیار خوبی برای آن شرکت است و حقیقتاً " تبلیغاتی که در این زمینه میشود بسیار مؤثر و کار ساز بوده و مشتریان فراوانی برای این شرکت ها کسب کرده که نتیجه آن افزایش بازدهی و کارائی قسمت بازرگانی و نهایتاً " کل سازمان هواپیمائی را باعث میگردد.

قسمت بازرگانی هواپیمائی جمهوری اسلامی ایران نیز مانند تمام شرکت های بزرگ نسبت به وقت تعیین شده در برنامه پروازها وساعتی که در رابطه با مسافران تعیین میگردد خود را موظف و متعهد به انجام آن میدانند و بخوبی درک میکنند که با انجام این تعهد بازاریابی خوبی برای پروازهای مختلف داخلی و خارجی شرکت خواهد داشت ولی برای رفع تمام مشکلاتی که در سر راه

وجود دارند اختیار کافی نداشته و چنانچه در حل مشکلات درون سازمانی موفق

گردد که تا اندازه‌ای نیز موفق بوده ولی برای رفع مشکلات برون سازمانی

مانند اصلاح و بهبود رویه‌های سایر سازمانها و نهادها شی که در فرودگاه برای

رسیدگی به امور مسافران مانند گمرک، گذرنامه، پلیس و بازرسی و کنترل ارز

و غیره مستقر می‌باشند توانایی رودرروئی نداشته و اختیاری در حل و فصل

اینگونه مشکلات ندارد.

در نتیجه بعلت معطل نمودن مسافران توسط سازمانهای مذکور اغلب پروازها

با تاخیر انجام گرفته که این اثر سوء مستقیم روی فعالیت "هما" و قسمت بازرگانی

گذاشته و بدیهی است که مسافران که از نحوه تقسیم وظایف اطلاع و آگاهی

کامل ندارند همه تاء خیرات را از جانب هواپیمائی جمهوری اسلامی ایران

دانسته و متوجه سایر دستگاها مستقر در فرودگاه که "هما" هیچگونه مسئولیت

و نفوذی در آنها ندارند نمیدانند و بهمین دلیل نسبت به این سازمان وعدم

انجام تعهدات آن بدبین گشته و نتیجتاً "هما" مسافرا ز دست داده و منجر به

کاهش کارآئی بازرگانی و نهایتاً "هواپیمائی جمهوری اسلامی ایران" میشود.

مبانی فرضیات

تحقیق پیرامون علل و عوامل موء شر در بوجود آمدن مشکل و یافتن

رابطه اعلیٰ بین عوامل مزبور با توجه به تجربه و سابقه زیاد اینجانب

در اداره بازرگانی هواپیمائی جمهوری اسلامی ایران و مراجعه به پاره‌ای

از آمار و ارقام موجود و پرسشنامه که منجر به آگاهی از طرز تفکرها در

سطح سرپرستی قسمتهای مختلف سازمان که اعمال میشود و تماما " روی

فعالیت بازرگانی شرکت موء شر میباشد منتهی به بیان فرضیات زیر گردید،

۱ - عدم اختیارات کافی باعث کاهش کارآئی قسمت بازرگانی در دوره مورد

بزرسی شده است .

۲ - عدم تخصص در بعضی رده‌های سرپرستی باعث کمبود کارآئی گردیده است .

۳ - عدم کارآیی در بعضی قسمتها ناشی از کمبود تجربه در بعضی از رده‌های

سرپرستی بوده است .

۴ - دخالت افراد غیرمسئول باعث کاهش کارآئی گردیده است .

۵ - کمبود آموزش و تربیت مدیران واجد شرایط باعث کاهش کارآئی در دوره

مورد نظر بوده است .

۶ - اختلاف سلیقه در مبانی عقیدتی و ایدئولوژی باعث کاهش کارآئی میگردد .

در رابطه با انتخاب فرضیه اهم، با توجه باینکه قسمت بازرگانی

مسئولیت کامل در بدست آوردن مطلوبترین بازارها و توسعه شبکه پروازی

برای انجام پروازهای زیاد تر و افزایش بازدهی سازمان را دارد و برای

رسیدن باین اهداف باید از اختیارات کافی برای برنامه ریزی و انتخاب

دستورالعمل های مناسب برخوردار بوده و سریعاً از موقعیت ها استفاده

کرده و تصمیم گیری نماید تا از فرصت های از دست رفته جلوگیری کرده و با

آنرا به حداقل ممکن برساند. ، و از آنجا که اینجانب با توجه به سابقه

و تجربه در بازرگانی "هما" شدیداً "تاء شیر میزان اختیار مناسب با مسئولیت

ها و کاربرد آن در افزایش کارآئی عملاً" مواجه گردیده ، لذا فرضیه شماره یک

را بعنوان فرضیه اهم انتخاب نموده ام.

روش تحقیق :

اساس تحقیق حاضر مبتنی بر جمع آوری اطلاعات و آمار موجود میباشد

و از روشهای مشاهده و پرسشنامه و تحقیق کتابخانه ای بعنوان روشهای

تحقیق استفاده شده است.

دایره تحقیق:

دایره تحقیق عبارتست از کلیه واحدهای قسمت بازرگانی

هواپیمائی جمهوری اسلامی ایران که در تهران مستقر هستند.

جامعه آماری

جامعه آماری این بررسی شامل ۵۰۲ نفر کارکنان قسمت بازرگانی

شاغل در تهران میباشد.

نمونه گیری

بدلیل وسعت جامعه آماری و کمبود امکانات برای مطالعه کلیه

آحاد جامعه آماری موضوع تحقیق بطور انفرادی امکان پذیر نبود، لذا

اقدام به نمونه گیری گردید و از آنجا که نمونه تحقیق شده اولاً بایستی

معرف و نماینده واقعی کل باشد و ثانیاً " بحد کفایت پیوده و دارای کلیه

صفات و مشخصات گروه موضوع تحقیق باشد ^(۶) $\frac{1}{10}$ جامعه آماری، یعنی ۵۰

نفر بعنوان نمونه تعیین شد.

نمونه گیری در این تحقیق از نوع نمونه گیری اتفاقی میباشد.

۶ - ظاهره خدادوسته تحقیق - ماء خذ شناسی انتشارات دانشکده علوم اداری
و مدیریت بازرگانی، دانشگاه تهران، آبان ماه ۱۳۴۹. ص ۵۷