



جامعة 20 أكتوبر 1955 - سكيكدة



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

السنة الثالثة تجارة، تخصص تسويق

التطبيق الثاني: قامت إدارة التسويق بسحب عينة من المستهلكين بهدف التعرف على تفضيلاتهم

للمتاج X ولقد اعتمدت التحصيل الدراسي كعامل أساسى للتفضيل وأمكانية الاعتماد عليه في تجزئة

السوق وصياغة الخطة المستقبلية لهذا المنتج، ومن خلال المسح الميداني تحصلت على النتائج

التالية:

المجموع	لا يفضل	نادرًا	وسط	يفضل	يفضل كثيراً	
5	8	15	10	20		ثانوي وأقل
7	9	4	7	9		جامعي
8	9	6	3	2		دراسات عليا
						المجموع

المطلوب: هل هناك علاقة توافق بين المستوى التعليمي والتفضيل (باستعمال معامل التوافق)؟