



جامعة 20 أكتوبر 1955 - سكيكدة



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

السنة الثالثة تجارة، تخصص تسويق

التطبيق الخامس: (قياس رضا المستهلك)

تريد مؤسسة ما قياس درجة الرضا عن أحد المنتجات الجديدة، فقامت بتصميم استبيانين موجدين للمستهلكين المهمين، الأول قبل استعمال المنتج، والثاني بعد استعمال المنتج. بعد استرجاع الاستبيانين وتفرغ البيانات تحصلت المؤسسة على النتائج التالية:

1. نتائج الاستبيان الأول:

غير متوفر	قليل التوفير	محايد	متوفر	متوفر جداً	
12	35	12	23	18	الخاصية 1
10	9	14	35	32	الخاصية 2
6	23	31	19	21	الخاصية 3
0	6	2	30	62	الخاصية 4
3	13	11	24	49	الخاصية 5

2. نتائج الاستبيان الأول:

غير متوفر	قليل التوفير	محايد	متوفر	متوفر جداً	
9	21	16	29	25	الخاصية 1
8	11	15	32	34	الخاصية 2
15	13	29	25	18	الخاصية 3
2	1	0	32	65	الخاصية 4
4	6	11	26	53	الخاصية 5

المطلوب: بعد معالجة النتائج السابقة استنتج موقف الزبائن اتجاه كل خاصية من الخصائص ثم

استنتاج الموقف اتجاه المنتج بصفة كلية.