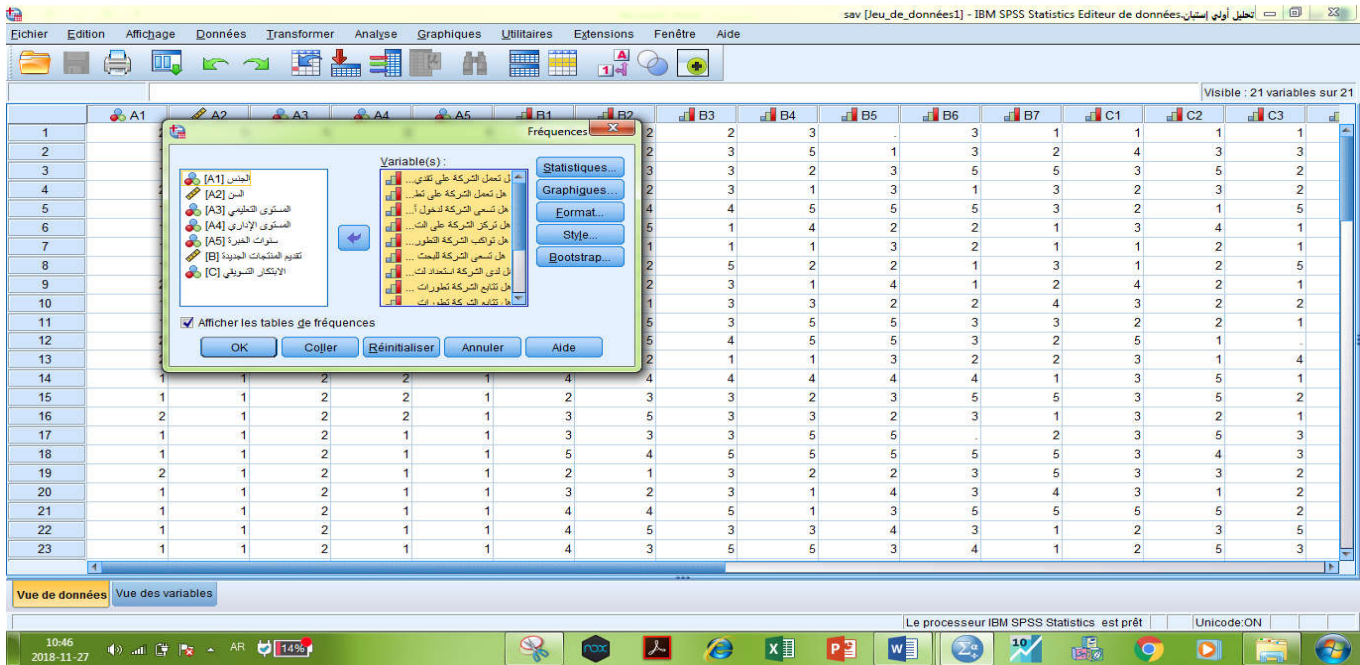


### الحصة الرابعة

ثالثا : حساب الاتجاه العام لآراء المستجوبين

#### 1- حساب تكرارات و نسب إجابات المستجوبين



### Fréquences

#### Statistiques

	هل يوجد لدى الشركة جهاز متخصص في البحث و التطوير؟	هل تعيد الشركة دراسة الأفكار بشكل متكرر؟	هل تنجأ الشركة إلى استخدام أساليب مبتكرة في التفكير العلمي؟	هل تخصص الشركة موزانات مالية لإجراء الأبحاث العلمية؟	هل تتوفر لدى الشركة جهاز استخبارات تسويقي؟	هل تتابع الشركة تطورات الشركات العالمية المنافسة؟	هل تتابع الشركة تطورات الشركات المحلية المنافسة؟	هل لدى الشركة استعداد لتحمل المخاطرة في مجال التطوير؟	هل تبحث الشركة عن الأفكار الجديدة؟	هل تركز الشركة على التطوير الجوهري للمنتجات؟	هل تسعى الشركة للتوسع في الأسواق الجديدة؟	هل تعمل الشركة على تطوير منتجاتها؟	هل تعمل الشركة على تقديم منتجات جديدة؟	N	Valide	Manquant
	72	74	74	74	69	75	71	75	72	74	74	75	75	75	0	

Table de fréquences

هل تعمل الشركة على تقديم منتجات جديدة؟

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	مطلقا 9	12.0	12.0	12.0
	نادرا 24	32.0	32.0	44.0
	أحيانا 17	22.7	22.7	66.7
	غاليا 12	16.0	16.0	82.7
	دائما 13	17.3	17.3	100.0
Total	75	100.0	100.0	

هل تعمل الشركة على تطوير منتجاتها؟

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	مطلقا 7	9.3	9.3	9.3
	نادرا 16	21.3	21.3	30.7
	أحيانا 22	29.3	29.3	60.0
	غاليا 11	14.7	14.7	74.7
	دائما 19	25.3	25.3	100.0
Total	75	100.0	100.0	

## هل تسعى الشركة لدخول أسواق جديدة ؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	مطلقا	10	13.3	13.5	13.5
	نادرا	9	12.0	12.2	25.7
	أحيانا	26	34.7	35.1	60.8
	غالبا	9	12.0	12.2	73.0
	دائما	20	26.7	27.0	100.0
	Total	74	98.7	100.0	
Manquant	Système	1	1.3		
	Total	75	100.0		

## هل تركز الشركة على التطوير الجوهرى للمنتجات ؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	مطلقا	13	17.3	17.6	17.6
	نادرا	17	22.7	23.0	40.5
	أحيانا	14	18.7	18.9	59.5
	غالبا	10	13.3	13.5	73.0
	دائما	20	26.7	27.0	100.0
	Total	74	98.7	100.0	
Manquant	Système	1	1.3		
	Total	75	100.0		

## هل تواكب الشركة التطورات العلمية في مجالها ؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	مطلقا	5	6.7	6.8	6.8
	نادرا	13	17.3	17.6	24.3
	أحيانا	21	28.0	28.4	52.7
	غالبا	13	17.3	17.6	70.3
	دائما	22	29.3	29.7	100.0
	Total	74	98.7	100.0	
Manquant	Système	1	1.3		
	Total	75	100.0		

## هل تسعى الشركة للبحث عن الأفكار الجديدة ؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	مطلقا	8	10.7	11.1	11.1
	نادرا	19	25.3	26.4	37.5
	أحيانا	22	29.3	30.6	68.1
	غالبا	10	13.3	13.9	81.9
	دائما	13	17.3	18.1	100.0
	Total	72	96.0	100.0	
Manquant	Système	3	4.0		
	Total	75	100.0		

## هل لدى الشركة استعداد لتحمل المخاطرة في مجال التطوير ؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	مطلقا	15	20.0	20.0	20.0
	نادرا	19	25.3	25.3	45.3
	أحيانا	22	29.3	29.3	74.7
	غالبا	5	6.7	6.7	81.3
	دائما	14	18.7	18.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

## هل تتابع الشركة تطورات الشركات المحلية المنافسة ؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	مطلقا	11	14.7	15.5	15.5
	نادرا	18	24.0	25.4	40.8
	أحيانا	15	20.0	21.1	62.0
	غالبا	10	13.3	14.1	76.1
	دائما	17	22.7	23.9	100.0
	Total	71	94.7	100.0	
Manquant	Système	4	5.3		
	Total	75	100.0		

## هل تتابع الشركة تطورات الشركات العالمية المنافسة ؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	مطلقا	15	20.0	20.0	20.0
	نادرا	15	20.0	20.0	40.0
	أحيانا	15	20.0	20.0	60.0
	غالبا	10	13.3	13.3	73.3
	دائما	20	26.7	26.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

## هل يتوفر لدى الشركة جهاز استخبارات تسويقي ؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	مطلقا	21	28.0	30.4	30.4
	نادرا	18	24.0	26.1	56.5
	أحيانا	14	18.7	20.3	76.8
	غالبا	5	6.7	7.2	84.1
	دائما	11	14.7	15.9	100.0
		Total	69	92.0	100.0
Manquant	Système	6	8.0		
	Total	75	100.0		

## هل تخصص الشركة موازنات مالية لإجراء الأبحاث العلمية ؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	مطلقا	19	25.3	25.7	25.7
	نادرا	15	20.0	20.3	45.9
	أحيانا	11	14.7	14.9	60.8
	غالبا	11	14.7	14.9	75.7
	دائما	18	24.0	24.3	100.0
		Total	74	98.7	100.0
Manquant	Système	1	1.3		
	Total	75	100.0		

## هل تلجأ الشركة إلى استخدام أساليب مبتكرة في التفكير ؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	مطلقا	25	33.3	33.8	33.8
	نادرا	7	9.3	9.5	43.2
	أحيانا	21	28.0	28.4	71.6
	غالبا	12	16.0	16.2	87.8
	دائما	9	12.0	12.2	100.0
		Total	74	98.7	100.0
Manquant	Système	1	1.3		
	Total	75	100.0		

## هل تعيد الشركة دراسة الأفكار بشكل متكرر ؟

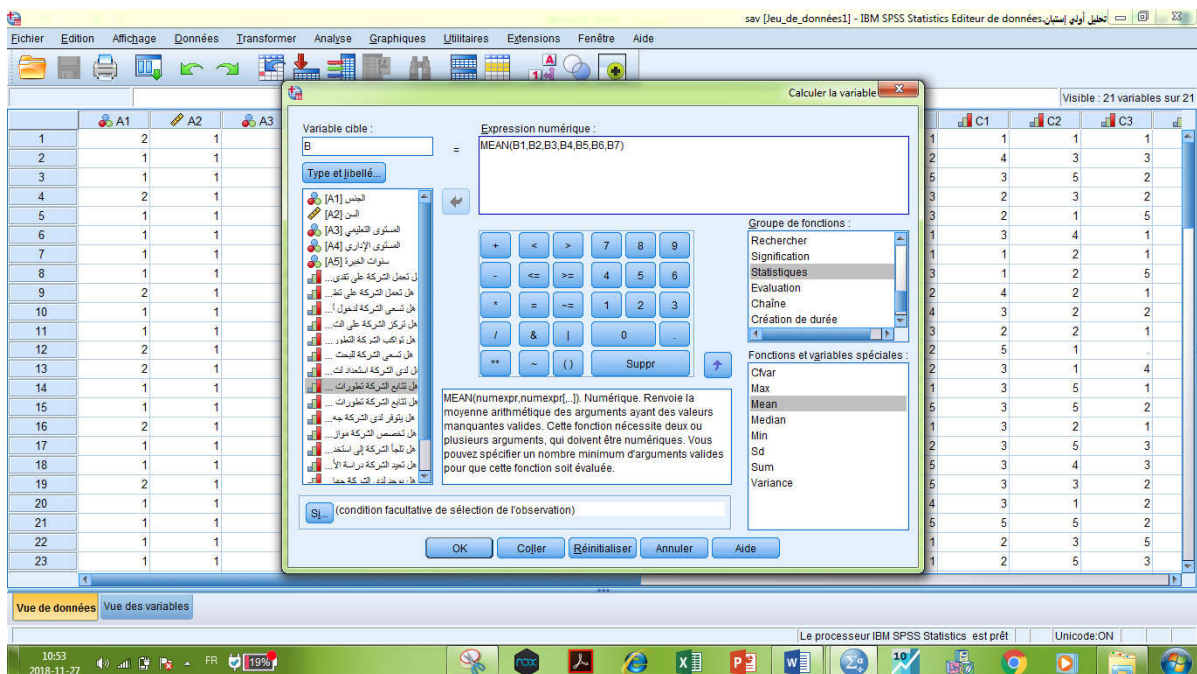
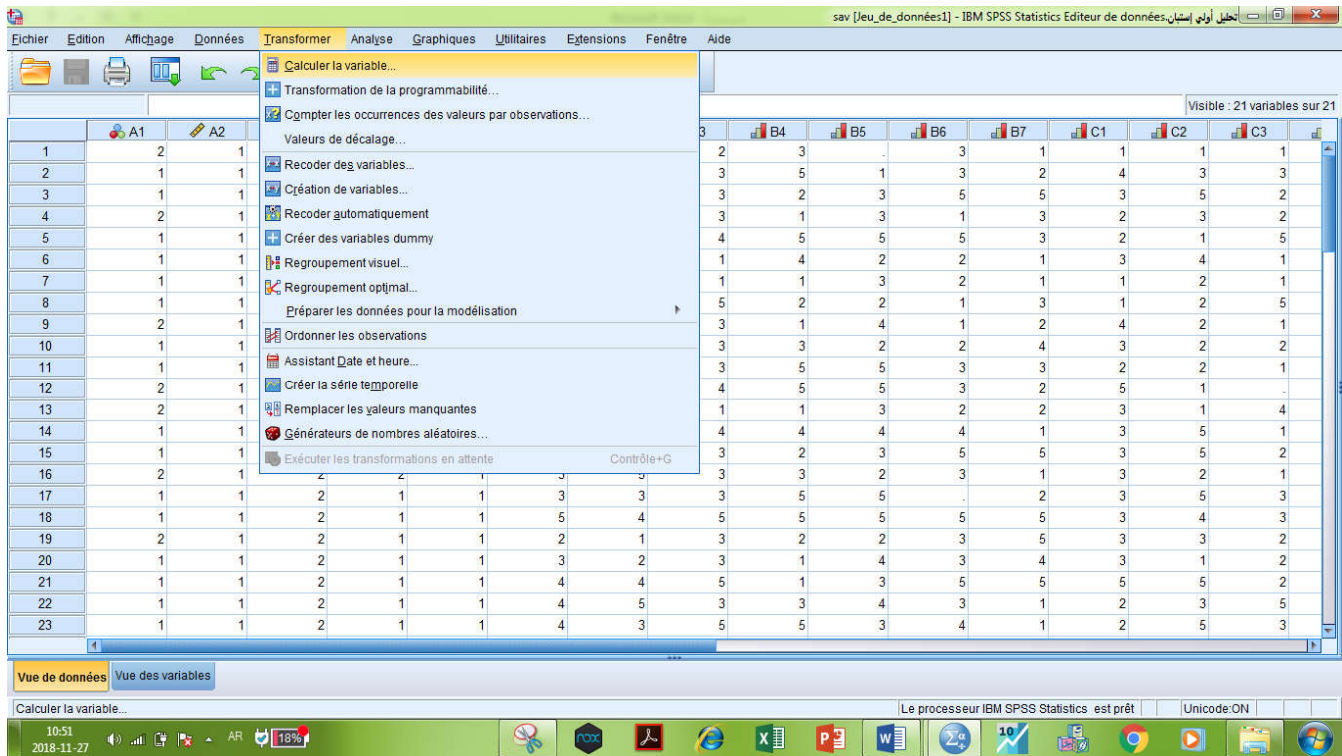
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	مطلقا	16	21.3	21.6	21.6
	نادرا	13	17.3	17.6	39.2
	أحيانا	28	37.3	37.8	77.0
	غالبا	5	6.7	6.8	83.8
	دائما	12	16.0	16.2	100.0
		Total	74	98.7	100.0
Manquant	Système	1	1.3		
	Total	75	100.0		

## هل يوجد لدى الشركة جهاز متخصص في البحث و التطوير ؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	مطلقا	18	24.0	25.0	25.0
	نادرا	13	17.3	18.1	43.1
	أحيانا	19	25.3	26.4	69.4
	غالبا	9	12.0	12.5	81.9
	دائما	13	17.3	18.1	100.0
		Total	72	96.0	100.0
Manquant	Système	3	4.0		
	Total	75	100.0		

## 2- تحويل المتغيرات في البرنامج بدمج أسئلة الابتكار التسويقي معاً وأسئلة تقديم المنتجات الجديدة معاً للحصول على متغيرين جديدين يعبران عن الابتكار التسويقي من جهة وتقديم المنتجات الجديدة من جهة أخرى

### حيث نسمي الابتكار التسويقي B و تقديم المنتجات الجديدة C



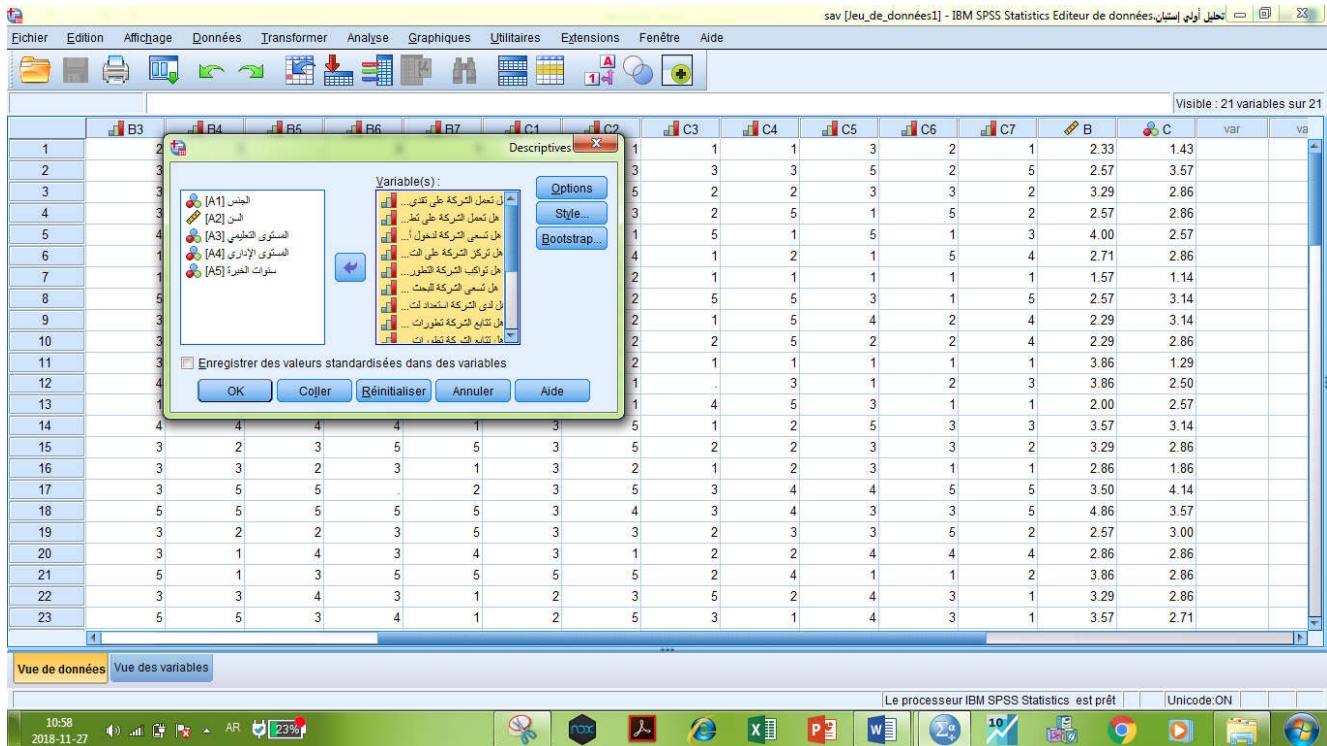
Visible: 21 variables sur 21

	B3	B4	B5	B6	B7	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	B	C	var	va
1	2	3	.	3	1	1	1	1	1	3	2	1	2.33	1.43		
2	3	5	1	3	2	4	3	3	3	5	2	5	2.57	3.57		
3	3	2	3	5	5	3	5	2	2	3	3	2	3.29	2.86		
4	3	1	3	1	3	2	3	2	5	1	5	2	2.57	2.86		
5	4	5	5	5	5	3	2	1	5	1	5	1	3	4.00	2.57	
6	1	4	2	2	1	3	4	1	2	1	5	4	2.71	2.86		
7	1	1	3	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1.57	1.14		
8	5	2	2	1	3	1	2	5	5	3	1	5	1.57	3.14		
9	3	1	4	1	2	4	2	1	5	4	2	4	2.29	3.14		
10	3	3	2	2	4	3	2	2	2	2	2	4	2.29	2.86		
11	3	5	5	3	3	2	2	1	1	1	1	1	3.86	1.29		
12	4	5	5	3	2	5	1	.	3	1	2	3	3.86	2.50		
13	1	1	3	2	2	3	1	4	5	3	1	1	2.00	2.57		
14	4	4	4	4	1	3	5	1	2	5	3	3	3.57	3.14		
15	3	2	3	5	5	3	5	2	2	3	3	2	3.29	2.86		
16	3	3	2	3	1	3	2	1	2	3	1	1	2.86	1.86		
17	3	5	5	.	2	3	5	3	4	4	5	5	3.50	4.14		
18	5	5	5	5	5	3	4	3	4	3	3	5	4.86	3.57		
19	3	2	2	3	5	3	3	2	3	3	5	2	2.57	3.00		
20	3	1	4	3	4	3	1	2	2	4	4	4	2.86	2.86		
21	5	1	3	5	5	5	5	2	4	1	1	2	3.86	2.86		
22	3	3	4	3	1	2	3	5	2	4	3	1	3.29	2.86		
23	5	5	3	4	1	2	5	3	1	4	3	1	3.57	2.71		

### 3- حساب المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية للإجابات و المحاور

Visible: 21 variables sur 21

	B3	B4	B5	C4	C5	C6	C7	B	C	var	va
1	2	3	.	1	3	2	1	2.33	1.43		
2	3	5	1	3	5	2	5	2.57	3.57		
3	3	2	3	2	3	3	2	3.29	2.86		
4	3	1	3	5	1	5	2	2.57	2.86		
5	4	5	5	1	5	1	3	4.00	2.57		
6	1	4	2	2	1	5	4	2.71	2.86		
7	1	1	3	1	1	1	1	1.57	1.14		
8	5	2	2	5	3	1	5	2.57	3.14		
9	3	1	4	2	1	5	4	2.29	3.14		
10	3	3	2	2	2	2	4	2.29	2.86		
11	3	5	5	2	1	1	1	3.86	1.29		
12	4	5	5	3	1	2	3	3.86	2.50		
13	1	1	3	1	4	5	3	2.00	2.57		
14	4	4	4	2	5	3	3	3.57	3.14		
15	3	2	3	5	2	3	2	3.29	2.86		
16	3	3	2	2	3	1	1	2.86	1.86		
17	3	5	5	4	4	5	5	3.50	4.14		
18	5	5	5	4	3	3	5	4.86	3.57		
19	3	2	2	3	3	5	2	2.57	3.00		
20	3	1	4	2	4	4	4	2.86	2.86		
21	5	1	3	5	2	4	1	3.86	2.86		
22	3	3	4	3	5	2	4	3.29	2.86		
23	5	5	3	1	4	3	1	3.57	2.71		



نحصل بالتالي على المخرجات التالية:

## Descriptives

### Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
هل تعمل الشركة على تقديم منتجات جديدة؟	75	1	5	2.95	1.293
هل تعمل الشركة على تطوير منتجاتها ؟	75	1	5	3.25	1.306
هل تسعى الشركة لدخول أسواق جديدة ؟	74	1	5	3.27	1.348
هل تركز الشركة على التطوير الجوهرى للمنتجات ؟	74	1	5	3.09	1.473
هل تواكب الشركة التطورات العلمية في مجالها ؟	74	1	5	3.46	1.273
هل تسعى الشركة للبحث عن الأفكار الجديدة ؟	72	1	5	3.01	1.261
هل لدى الشركة استعداد لتحمل المخاطرة في مجال التطوير ؟	75	1	5	2.79	1.359
هل تتابع الشركة تطورات الشركات المحلية المنافسة ؟	71	1	5	3.06	1.413
هل تتابع الشركة تطورات الشركات العالمية المنافسة ؟	75	1	5	3.07	1.492
هل يتوفر لدى الشركة جهاز استخبارات تسويقي ؟	69	1	5	2.52	1.410
هل تخصص الشركة موازنات مالية لإجراء الأبحاث العلمية ؟	74	1	5	2.92	1.542
هل تلجأ الشركة إلى استخدام أساليب مبتكرة في التفكير ؟	74	1	5	2.64	1.410
هل تعيد الشركة دراسة الأفكار بشكل متكرر ؟	74	1	5	2.78	1.317
هل يوجد لدى الشركة جهاز متخصص في البحث و التطوير ؟	72	1	5	2.81	1.421
تقديم المنتجات الجديدة	75	1.57	4.86	3.1171	.78258
الابتكار التسويقي	75	1.14	4.29	2.8314	.76672
N valide (liste)	58				

## 4- تلخيص نتائج الاتجاه العام في جدول

نتائج الاتجاه العام لتقييم مستوى الابتكار التسويقي بالمؤسسة

الاتجاه العام	$\delta$	$\mu$	عبارات المحور					أولا
			أبدا	نادر	أحيانا	غالبا	دائما	
			العدد %	العدد %	العدد %	العدد %	العدد %	
								1
								2
								3
								4
								5
								6
								7

نتائج الاتجاه العام لتقييم مستوى تقديم منتجات جديدة بالمؤسسة

الاتجاه العام	$\delta$	$\mu$	عبارات المحور					أولا
			أبدا	نادر	أحيانا	غالبا	دائما	
			العدد %	العدد %	العدد %	العدد %	العدد %	
								1
								2
								3
								4
								5
								6
								7

## تفسير المتوسط الحسابي

قيمة المتوسط الحسابي	التفسير
1.00 الى 1.80	غير موافق تماماً
1.81 الى 2.60	غير موافق
2.61 الى 3.40	محايد
3.41 الى 4.20	موافق
4.21 الى 5.00	موافق تماماً