جامعة 08ماي 1945 قالمة — تاريخ الامتحان: 2024/01/21

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير — مدة الامتحان: **ساعتين**

قسم العلوم الاقتصادية: تخصص: إقتصاد نقدي وبنكي - السنة ثانية ماستر-

إمتحان في مقياس: تقنيات الدراسة الميدانية

السؤال01: (3ن) وضع الفرق بين كل من ثنائية:

(المشاهدة، السلسلة الاحصائية)، (العينة، الوحدة الاحصائية)، (القياس الاسمي، القياس الترتيبي).

السؤال02: (3ن)

تعد المقابلة من بين الأدوات التي يعتمد عليها الباحث في جمع المعلومات والتعرف على خصائص وتصرفات المبحوثين تجاه موقف ما، كما تساعد الباحث على اتخاذ القرار الأنسب لحل المشكلة المراد حلها، في سبيل بلوغ ذلك بين كيف يمكن تعزيز فاعلية المقابلة في تحقيق ذلك؟

السؤال 03: (06ن)

في دراسة كان الغرض منها معرفة أثر تحسين الخدمات البنكية على رضا العملاء، فتم توزيع استمارة وتم معالجة البيانات بالاعتماد على برنامج SPSS ، فكانت نتائج تحليل البيانات موضحة في الجداول التالية.

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
الخدمات البنكية	,131	30	,200*	,968	30	,493
رضاء العملاء	,141	30	,130	,968	30	,485

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,648	1	,648	11,764	,002[b]
	Residual	1,542	28	,055		
	Total	2,189	29			

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,544[a]	,296	,271	,23465

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,760	,546		3,224	,003
	الخدمات البنكية	,524	,153	,544	3,430	,002

المطلوب :

-معرفة نوع الاختبار الذي تم الاعتماد عليه في هذه الدراسة؟

-تحليل وتفسير النتائج المتحصل عليها في الجداول الأربعة؟

السؤال الرابع: (03ن)

تم توزيع استبيان بغية التعرف على مستوى تطبيق الابتكار التسويقي في مؤسسةX وكانت النتائج المتوصل إليها كما هي موضحة في الجدول التالي:

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
الابتكار التسويقي	75	2,8314	,76672	,08853

One-Sample Test

	Test Value = 3					
					95% Confidence Interval of the Difference	
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Lower	Upper
الابتكار التسويقي	-1,904	74	,061	-,16857	-,3450	,0078

المطلوب: حلل النتائج المتوصل إليها؟

السؤال الخامس: (05ن)

يتم استخدام العينات اذا كانت هناك صعوبة في دراسة المجتمع ككل، وبالتالي يتم إختيار جزء منه وفيما بعد يمكن تعميم النتائج في ظل هذا الطرح أجب على كل من:

1- العوامل التي تؤثر على تحديد العينة؟

2- بافتراض أن المجتمع يتكون من 05طبقات تحتوي على عناصر كما يوضحها الجدول التالي:

الطبقة الأولى	الطبقة الثانية	الطبقة الثالثة	الطبقة الرابعة	الطبقة الخامسة
500	400	280	200	220

وأراد الباحث اختيار عينة حجمها 160 من هذا المجتمع،

أ/مانو ع العينة الذي اعتمدها عند السحب؟

ب/ما هو حجم العينة في كل طبقة؟

ج/ ماهو تقييم لهذا النوع من العينات التي تم الاعتماد عليه من قبل الباحث؟

3- على إعتبار انك تود اجراء دراسة حول موضوع ، ولابد أن تختار حجم العينة الأنسب له مع العلم أن هذا المجتمع غير معروف ماهو هو جحم العينة الأنسب؟

بالتوفيق للجميع

جامعة 08ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية: تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي - السنة الثانية ماستر-

تاريخ الامتحان: 2024/01/21
مدة الامتحان: **ساعتين**

الحل النموذجي لامتحان في مقياس: تقنيات الدراسة الميدانية

الجواب01: (3ن) :

-**المشاهدة :** هي مفردة واحدة وتعبر عن صفة واحد وعن متغير واحد**0.5**

-**السلسلة الاحصائية:** هي عبارة عن مجموعة القيم والمشاهدات**0.5**

-**العينة**: هي جزء من المجتمع سواء كان المجتمع معلوم أوغير معلوم **0.5**

-**الوحدة الاحصائية**: هي الوحدة الأساسية لتكوين المجتمع الاحصائي والتي غالبا ما تكون عبارة عن فرد من أفراد المجتمع الاحصائي مثل فرد، طالب، عائلة **0.5**

-**القياس الاسمي**: هو متعلق بالمتغيرات النوعية أو الإسمية أي تحتوي على عدد معين من الفئات دون أن يكون أي معنى كمي لها، مثل تصنيف الأفراد إلى ذكور واناث أو حسب المنطقة وتمنح لهم أرقام فقط دون أي معنى كمي لها **0.5**

-**القياس الترتيبي**: هو قياس لمتغير على شكل فئات يمكن ترتيبهم تصاعديا أو تنازليا ولكن لا يمكن تحديد الفروق بين قيم المختلفة بدقة . **0.5**

الجواب02: (3ن)

لنحاج المقابلة كأداة جمع البيانات لابد من توفر مايلي

1- **صفات متعلقة بالباحث: 1.5ن.**

-الصدق والأمانة في طرح الأسئلة وتسجيل المعلومات؛

-اهتمام بالبحث وتشوقه للموضوع؛

-الدقة في طرح الأسئلة؛

-التكيف مع جميع المناسبات والأشخاص والظروف المحيطة؛

-الذكاء والفطنة والثقافة؛

-اعتماد الموضوعية في محاور البحث.

2- **طبيعة الأسئلة: 1.5ن**

-أن تكون الأسئلة واضحة وغير غامضة وبلغة جيدة؛

-أن تكون الأسئلة متعلقة بمشكلة البحث؛

-يتم طرح الأسئلة المتعلقة بالمعلومات الشخصية في نهاية المقابلة؛

-أن كانت بعض الأسئلة تحتاج إلى معارف مسبقة أو إعطاء إحصائيات ، فلا بد من إعلام المبحوث بذلك في أول لقاء؛

-توجيه الأسئلة للحصول على إجابات واضحة؛

-التدرج في طرح الأسئلة ومراعاة ترتيب المتغيرات.

الجواب الثالث: (6ن)

***طبيعة الاختبار هو:** اختبار التوزيع الطبيعي: **0.25ن**

***طريقة الولوج إليها بواسطة SPSS: 0.5ن**

Analyze ← Descriptive Statistics ← Explore ← الخانة Dependent list في ← يتم هنا وضع كافة الأبعاد ← plots هنا

Histogram ; Normality plots with tests ← Continue ← OK يتم اختيار

جدول رقم (01): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي 0.5ن

	Shapiro-Wilk اختبار			Kolmogorov-Smirnov[a]		
	قيمة الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية المحسوبة	قيمة الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية المحسوبة
الخدمات البنكية	0.968	30	0.493	0.131	30	0.200
رضا العملاء	0.968	30	0.485	0.141	30	0.130

التعليق:

يتضح من خلال الجدول رقم 01) أن قيمة كل الاختبار **Kolmogorov-Smirnov[a]**، Shapiro-Wilk لبيانات محاور الاستمارة دالة معنوية، حيث بلغت القيمة المعنوية المحسوبة لمحاور الاستبيان قيم تفوق مستوى الدلالة 0.05، مما يثبت أن البيانات تخضع للتوزيع الطبيعي، وعليه يتم التأكيد على استخدام أساليب وأدوات الإحصاء المعلمي لاختبار فرضيات الدراسة. وبالتالي يتم قبول الفرضية الصفرية: أي أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي عند مستوى معنوية أكبر **1ن**

2-اختبار الانحدار الخطي البسيط: 0.25ن

سيتم من خلال هذا العنصر اختبار أثر الخدمات البنكية (متغير مستقل) على رضا العملاء (متغير تابع)، وتنص **الفرضية الصفرية** على:" لاتؤثر الخدمات البنكية بشكل إيجابي على رضا العملاء في المؤسسة محل الدراسة من وجهة نظر العاملين بها عند مستوى معنوية أكبر 0.05".

الفرضية البديلة::" تؤثر الخدمات البنكية بشكل إيجابي على رضا العملاء في المؤسسة محل الدراسة من وجهة نظر العاملين بها عند مستوى معنوية أقل 0.05". وتم الاعتماد على اختبار الخطي البسيط وذلك من خلال اعتمدنا على القوة التفسيرية للنموذج عن طريق معامل التحديد R^2، وكذا معامل الارتباط المتعدد، والاعتماد أيضا على قيمة F من أجل الحكم على المعنوية الكلية للنموذج، بالإضافة أيضا إلى استخدام إحصائية ستودنت T-Test بهدف اختبار معنوية المتغير المستقل. **0.25ن**

***طريقة الولوج إليها بواسطة SPSS: 0.5ن**

Analyze ← Regression ← Linear ← هنا يوضع المتغير Dependent ← في الخانة يتم وضع المتغير التابع

ok ← inDependent المستقل

جدول رقم (02): نتائج اختبار الانحدار البسيط لأثر الخدمات البنكية على رضا العملاء في المؤسسة محل الدراسة من وجهة نظر العاملين بها 1 ن

المتغيرات المستقلة (المفسرة)	معادلة الانحدار		معاملات Beta	اختبار T.TEST		القرار
	المعاملات B	الخطأ المعياري		قيمة T	مستوى الدلالة	
الثابت (باقي العوامل الاخرى)	1.760	0.546	-	3.224	0.003	دالة تؤثر إيجابا وبدرجة قوية جدا
الخدمات البنكية	0.524	0.153	0.544	3.430	0.002	دالة تؤثر إيجابا وبدرجة قوية جدا
المعنوية الكلية للنموذج			القوة التفسيرية للنموذج			
قيمة F	11.764		معامل التحديد (R^2)			0.296
المعنوية sig	0.002		معامل الارتباط المتعدد (R)			0.544

لتحليل وتفسير نتائج معادلة الانحدار الخطي البسيط الذي يربط بين الخدمات البنكية ورضا العملاء نعتمد على معنوية النموذج معبر عنها بقيمة F وقوته التفسيرية الموضحة في معامل التحديد (R^2) ومعامل الارتباط المتعدد (R) ومعنوية المتغيرات المستقلة معبر عنها في قيمة اختبار T.TEST. 0.25ن

- **المعنوية الكلية للنموذج**: تُبيّن نتائج الجدول رقم (02) أن القيمة الإحصائية "F" قدرت بـ (11.764) وهي دَالَّة إحصائيا بمستوى دلالة قدره (0.002)، بمعنى يوجد على الأقل مُتغير مُفَسِّر واحد من بين المتغيرات المفسِّرة له تأثير معنوي على المتغير التابع، وأيضا وجود دلالة إحصائية لتأثير المتغير المستقل (الخدمات البنكية) على المتغير التابع (رضا العملاء)، مما يدل على أن النموذج مقبول احصائيا.0.25ن

- **القوة التفسيرية للنموذج**: عن طريق حساب قيمة معامل التحديد (R^2) التي قدرت بـ (0.296)، أي أن النسبة المئوية (29.6%) توضح أن التباين في المتغير التابع (رضا العملاء) يعبر عنه المتغير المستقل (الخدمات البنكية)، والنسبة المتبقية (70.4%) تعود إلى عوامل أخرى لم تُدْرَجْ في النموذج وهذا ما تعبر عنه قيمة T لباقي العوامل الأخرى التي قدرت بـ (3.224) عند مستوى دلالة (0.003).0.25ن

أما في يخص معامل الارتباط "R" الذي بلغت قيمته (0.544) فيدل على وجود علاقة ارتباط موجبة وقوية جدا بين المتغير المستقل للنموذج والمتغير التابع. 0.25ن

- **معنوية المتغيرات المستقلة**: أثبتت قيمة "T" الموضحة في الجدول أعلاه الخدمات البنكية التي قدرت بـ (3.430) وهي دَالَّة بمستوى دلالة قدره (0.002)، عن وجود تأثير ايجابي وقوي جدا على رضا العملاء، فحسب قيمة المعاملات "B" فإن التغير بوحدة واحدة في المتغير المستقل (التكوين السياحي) يقابله تغير بـ (0.524) في المتغير التابع (رضا العملاء).0.25ن

ويمكن صياغة معادلة الانحدار كمايلي"Y=1.760+0.524x 0.5

ومنه يمكننا القول أن الخدمات البنكية تؤثر إيجابا وبدرجة قوية جدا على تحسين رضا العملاء في المؤسسة محل الدراسة .

وعليه يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة أي أن: تؤثر الخدمات البنكية بشكل إيجابي على رضا العملاء في المؤسسة محل الدراسة من وجهة نظر العاملين بها.0.5ن

الجواب الرابع: 03ن

***نوع الاختبار المعتمد:** هو اختبار t.test لعينة واحدة **0.25ن**

*** طريقة الولوج إليها بواسطةSPSS: 0.5ن**

Analyze ← compare Means ← One sample T.Test ← يتم وضع المتغير Test variable في الخانة ← هنا Test value يتم وضع المتوسط الفرضي ← ok

***صياغة الفرضيات: 0.25ن**

الفرضية الصفرية: "لا يوجد مستوى عالي لتطبيق الابتكار التسويقي في مؤسسة محل الدراسة من وجهة نظر العاملين بها ".

الفرضية البديلة: "يوجد مستوى عالي لتطبيق الابتكار التسويقي في مؤسسة محل الدراسة من وجهة نظر العاملين بها ".

جدول رقم (03): اختبار الفرضية المتعلقة بمستوى الابتكار التسويقي المقدمة في المؤسسة محل الدراسة من وجهة نظر العاملين بها 0.5ن

المحاور		اتجاه الآراء حول بمستوى الابتكار التسويقي					
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T المحسوبة	T الجدولية	Sig	القرار
01	مستوى الابتكار التسويقي	2,8314	,76672	1.904	1.990	0,061	غير دالة

من نتائج الجدول رقم (.03): نجد أن الانحراف معياري قدر بـ (0.76)، والمتوسط الحسابي قدر بـ (2.83) وهو أقل من المتوسط الفرضي (03) مما يدل على أن مستوى الابتكار التسويقي في مؤسسة محل الدراسة من وجهة نظر العاملين بها كانت بدرجة ضعيفة(منخفض) جدا للمحور ككل. وهذا ما تؤكده قيمة "T" المحسوبة المقدرة بـ (1.904) وهي دالة عند درجات الحرية (74) ومستوى الخطأ (0.05) بمستوى دلالة قدره (0.06). وهي غير دالة أكبر من 0.05، وكذا قيم T المحسوبة أقل من T الجدولية . **01ن**

وعليه يتم قبول الفرضية الصفرية لايوجد مستوى عالي لتطبيق الابتكار التسويقي في مؤسسة محل الدراسة من وجهة نظر العاملين بها ".0.5ن

الجواب السادس: (5ن)

1-العوامل المؤثرة على حجم العينة: 1.5ن

-مستوى المطلوب في النتائج التي سيتوصل إليها الباحث؛

-درجة تجانس وحدات مجتمع الدراسة؛

-طبيعة المشكلة أو الظاهرة المدروسة؛

-الوقت والجهد والتكلفة المخصصة للبحث؛

- حجم المجتمع الكلي.

2- 03ن

أ/ نوع العينة : العينة الطبقية0.25ن

ب/ حساب حجم العينة لكل طبقة:

-حساب المجتمع الكلي: 500+400+280+200+220=1600. 0.5ن

-حساب حجم العينة لكل طبقة:

***حجم العينة من الطبقة الأولى:500*160/1600=50.** 0.25ن

*** حجم العينة من الطبقة الثانية: 400*160/1600=40.** 0.25ن

*** حجم العينة من الطبقة الثالثة: 280*160/1600=28.** 0.25ن

*** حجم العينة من الطبقة الرابعة: 200*160/1600=20.** 0.25ن

*** حجم العينة من الطبقة الخامسة: 220*160/1600=22.** 0.25ن

ج/ تقييم لهذا النوع من العينات التي تم الاعتماد عليه من قبل الباحث:1ن

-تساعد في التقليل من الاختلاف بين مجموعات الدراسة؛

-كل طبقة تضمن تمثيلا عنها؛

-لابد من التعرف وبشكل جيد على خصائص المجتمع؛

-السحب المتعدد ولعدة مستويات يأخذ وقت وجهد كبير.

-3

المجتمع غير معروف0.5ن.

$$n = \frac{Z^2}{\delta^2} . P(1-P)$$

بالتعويض في المعادلة أعلاه نحصل على مايلي$n=(1.96)^2$ / $(0.05)^2$*0.5(1.05)=384

ومنه فحجم العينة هو 384