

2018/..... :

### مذكرة بعنوان:

أهمية القيمة المدركة في تحقيق ولاء الزبون في مؤسسة كوندور

" . . . . . "

" . " fff " E . . . . . "

إشراف الأستاذ(ة):

" . <

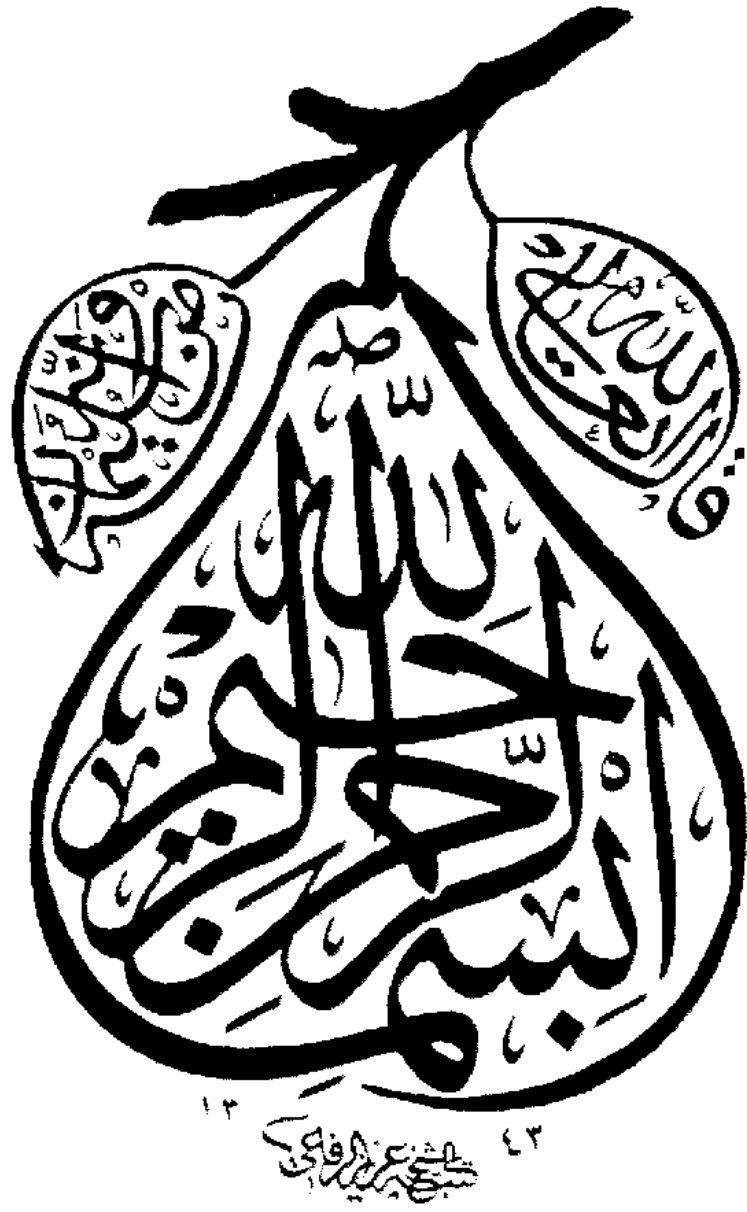
إعداد الطلبة:

. . . . . <  
. . . . . <

### لجنة المناقشة:

.	o . . . . o . o	
	o . . . . o . o	
.	o . . . . o . o	

السنة الجامعية: 2017-2018



# شكر و تقدير

الحمد لله الذي انار لنا درب العلم والمعرفة واعاننا على اداء هذا الواجب ووفقنا الى انجاز هذا العمل نتوجه بجزيل الشكر والامتنان الى كل من ساعدنا من قريب او بعيد على انجاز هذا العمل وفي تذليل ما واجهناه من صعوبات ، ونخص بالذكر الأستاذ المشرف **صكري ايوب** الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته ونصائحه القيمة التي كانت عوناً لنا في اتمام هذا البحث.

كما نتقدم بالشكر الى كل اساتذة كلية الاقتصاد والتسيير .

ولا يفوتنا ان نشكر كل موظفي جامعة عبدة الحفيظ بوالصوف.

# اهداء

إلى من رباني صغيرا

إلى كل من علمني، وأخذ بيدي، وأنار لي طريق العلم والمعرفة

إلى كل من ساعدني في رحلتي إلى التميز و النجاح

إلى كل من ساندني، ووقف بجانبني

إلى كل من قال لي: لا، فكان سببا في تحفيزي

إلى كل من كان النجاح طريقه، والتفوق هدفه، والتميز سبيله

إليكم جميعا الشكر والتقدير والاحترام

# اهداء

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

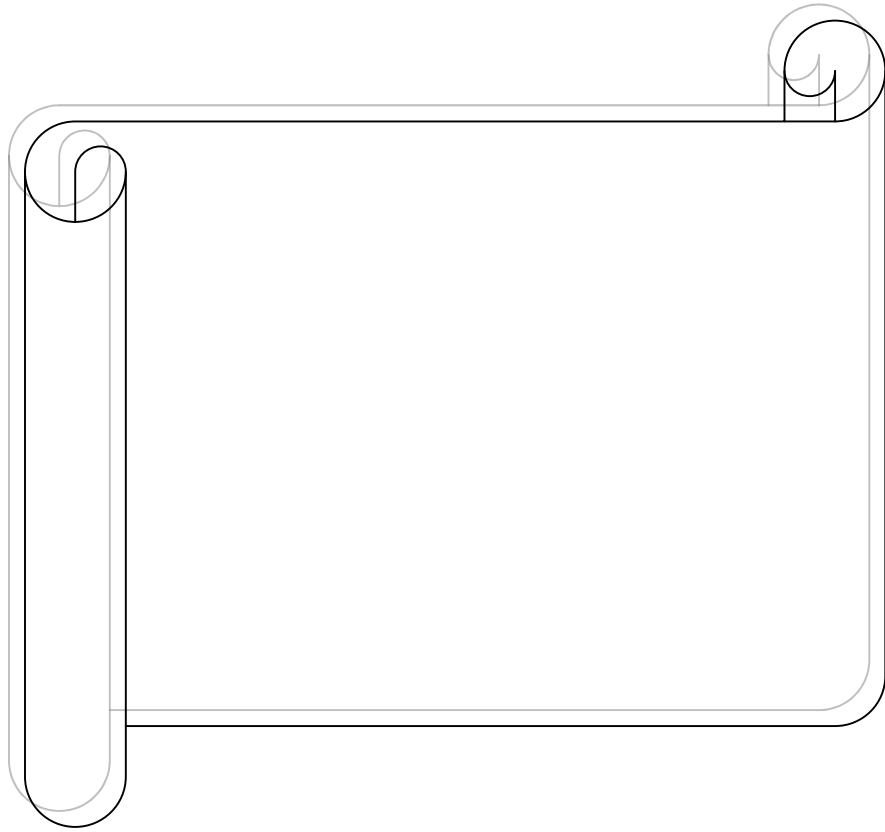
.....

.....

### **Summary:**

The aim of this study was to measure the role of perceived value in achieving customer loyalty in the Condor and Mila Foundation. In order to achieve the objective of this study, we relied on descriptive descriptive methodology. The questionnaire was designed as a tool for collecting information, The study found that the customers of the Condor Foundation have a positive attitude towards the determinants of the perceived value of their products. The study also found that there is a positive correlation between all dimensions of perceived value and customer loyalty to the Condor Foundation in the state of Mela, a Spyware that the product and confidence in the efficiency and safety are two of the most important determinants of the perceived value of an impact on customer loyalty in the Condor Foundation.

**Keywords:** Perceived value, customer, customer loyalty, Condor corporation.



	..
	.
	∅ .
	∅ .
	.
-	.
. ∅ ∅	
2	∅ .
3	. ∅ .
3	. ∅ .
8	. ∅ .
29	. ∅ .
34	. ∅ .
34	. ∅ .
36	. ∅ .
42	. ∅ .
44	∅ .
. ∅	
46	
47	. ∅ .



47	.Ø .
48	. . : .
50	. .
51	. . Ø . .
51	. Ù .:Ø .
60	. . : .
66	Ø .
68	
70	.
74	

∅ .

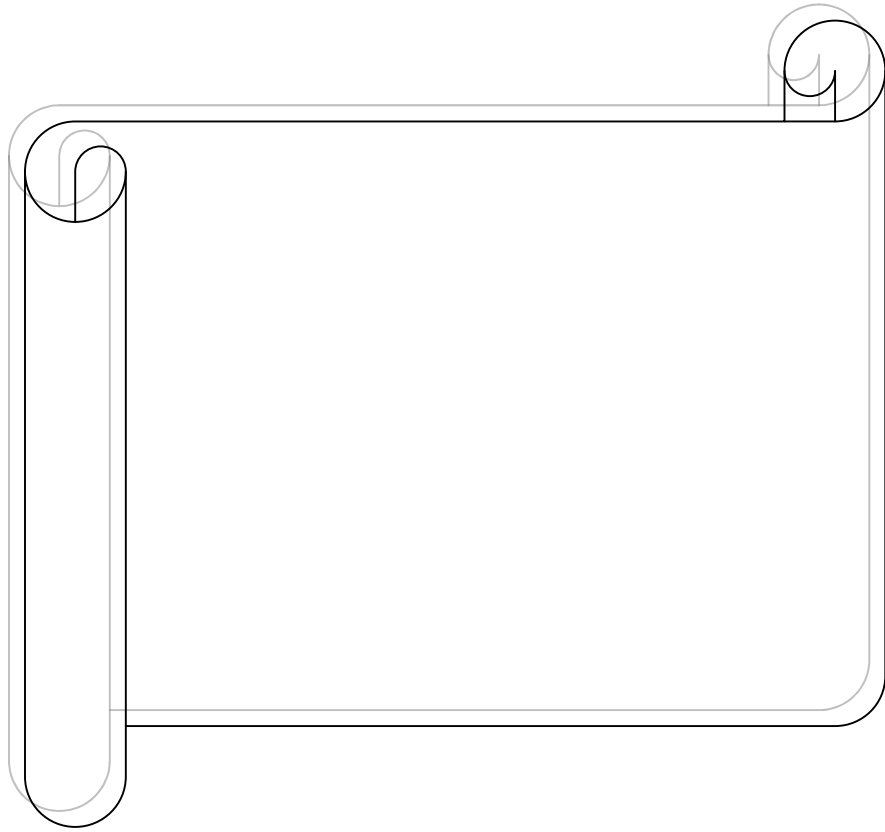
	∅ .	
14	. . .	01
16	. . ∅ . .	02
16	. . . . ∅	03
27	. . . ∅	04
30	. . . .	05
32	. . . .	06
53	. . . .	07
53	. . . .	08
54	. . . . .	09
54	. . . . .	10
55	∅ . . . .	11

∅ .

	∅ .	
31	. . . . .	01
49	. . . . .	02
49	. . . . .	03
50	. . . . .	04
50	. . . . .	05
50	∅	06
51	∅ . . . . .	07
56	fl . ∅ . . . . .	08
56	fl . . . . .	09
57	fl . . . . .	10
58	fl . . . . .	11
59	fl . . . . .	12
60	. . . . . 'T Test' .	13

61	· · · · 'T Test' ·	14
61	· · · · 'T Test' ·	15
61	· 'T Test' ·	16
62	· T Test' ·	17
62	· · · · · · · ·	18
62	· · · · · · · · · ∅	19
63	· · · · · · · · · ∅	20
63	· · · · · · · · · ∅	21
64	· · · · · · · · · ∅	22
64	· · · · ·	23

	·	
74	·	01
75	·	02
79	·	03

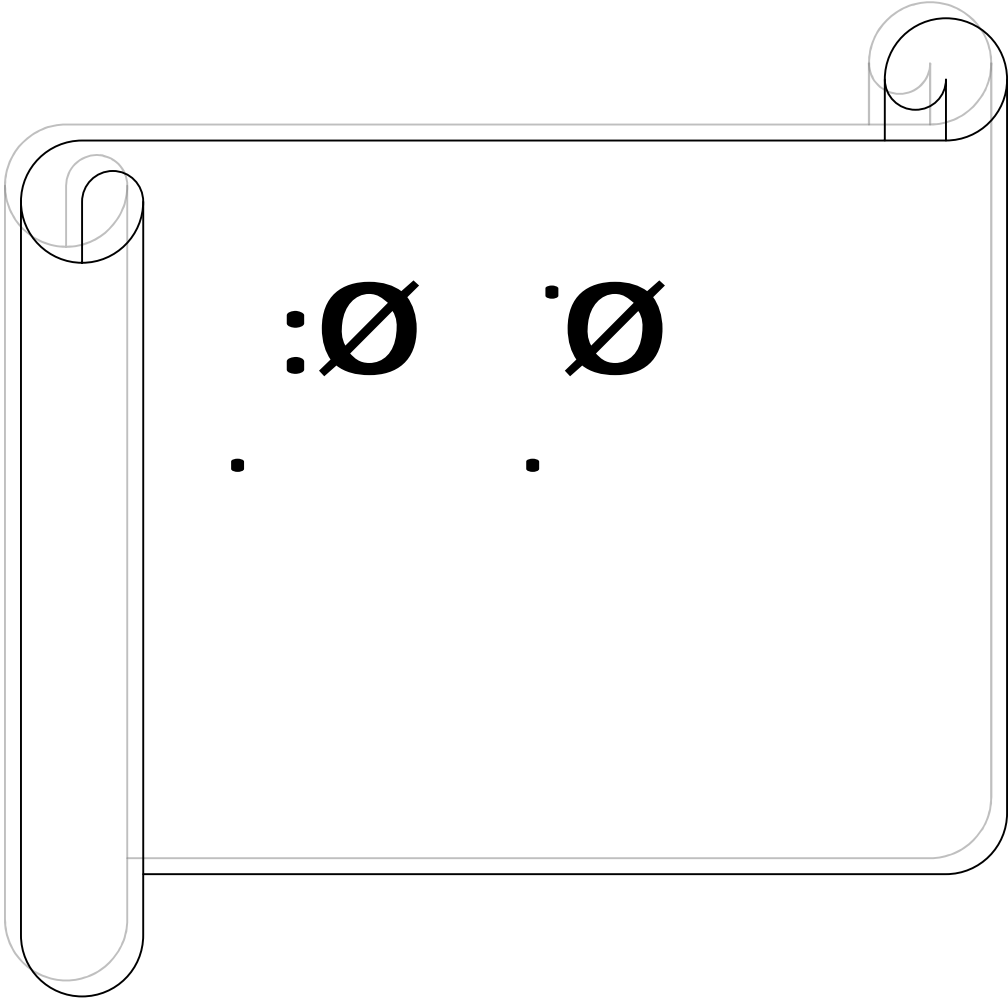














∅

ù i  
 ù i ù  
 ù  
 ù ù ù  
 :  
 " ù  
 " ù  
 :

∅

ù  
 :  
 " ù  
 " ù  
 :∅

ù ù  
 i( ù )  
 " " )  
 (67 : " "

ù  
 ( ù )  
 ù  
 Zeithaml  
 (67 :

❖

❖

❖

Anderson et Chintagunta (52)

Evrard (17)

Kotler (53)

Day (29)

1.

Ø

❖

1



١

٢

٣

٤

٥

٦

٧

٨

٩

١٠

١١

١٢

١٣

١٤

١٥

١٦

١٧

١٨

١٩

٢٠

٢١

٢٢

٢٣

٢٤

٢٥

٢٦

٢٧

٢٨

٢٩

٣٠

٣١

٣٢

٣٣

٣٤

٣٥

٣٦

٣٧

٣٨

٣٩

٤٠

٤١

٤٢

٤٣

٤٤

٤٥

٤٦

٤٧

٤٨

٤٩

٥٠

٥١

٥٢

٥٣

٥٤

٥٥

٥٦

٥٧

٥٨

٥٩

٦٠

٦١

٦٢

٦٣

٦٤

٦٥

٦٦

٦٧

٦٨

٦٩

٧٠

٧١

٧٢

٧٣

٧٤

٧٥

٧٦

٧٧

٧٨

٧٩

٨٠

٨١

٨٢

٨٣

٨٤

٨٥

٨٦

٨٧

٨٨

٨٩

٩٠

٩١

٩٢

٩٣

٩٤

٩٥

٩٦

٩٧

٩٨

٩٩

١٠٠

.....	.....	✓
.....	.....	✓
.....	.....	✓
.....	.....	✓
.....	.....	✓
.....	.....	✓
.....	.....	✓
.....	.....	✓
.....	.....	✓
.....	.....	❖
.....	.....	❖
.....	.....	❖
.....	.....	❖
.....	.....	❖
.....	.....	❖
.....	.....	❖





- 1.
- " : Claude Demeur "
- (38 ' 2017 ' )
- " :
- (38 ' 2017 ' )
- (9 ' ' )
- " :
- (38 ' 2017 ' )
- " :
- (42 ' 2016 ' )
- " : >
- " : >
- " : >
- 2.
- (38 ' 2017 ' )

1.2.

:

1.1.2.

:

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

1

Ù

2.1.2.

Ù :

Ù Ù

Ù

:



Ù

Ù

Ù

Ù.

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù



... .. :  
 " " :  
 (2006) ( ) "

(28)

**.2.2**

:  
 :  
 : Ø .1.2.2

"

(46 ; 2014) :

: Ø .2.2.2

(10 ; 2017) :

: Ø .3.2.2

(47 ; 2014) :

: Ø .4.2.2

"

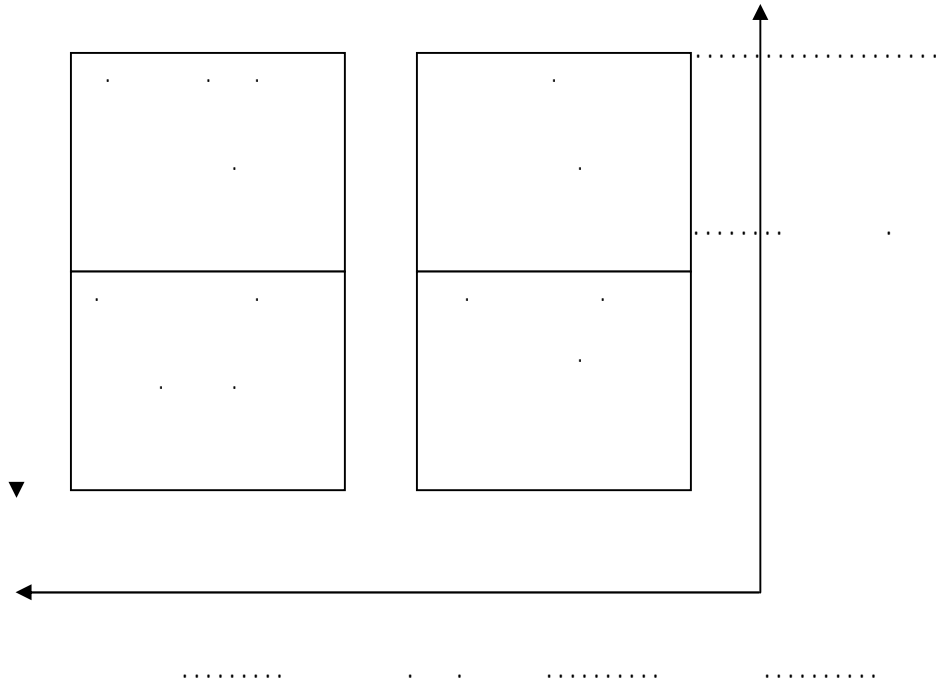
(41 ; 2017) :

: Ø .5.2.2

(41 ; 2017) :



Ø (01):



.....

(42 : 2017 : : : .

: : : : S

Ù

Ù

(33 ; 2017 : : .

Ù : S

(30 ; 2006 : ) .

: S

(33 ; 2017 : : .

Ù Ù

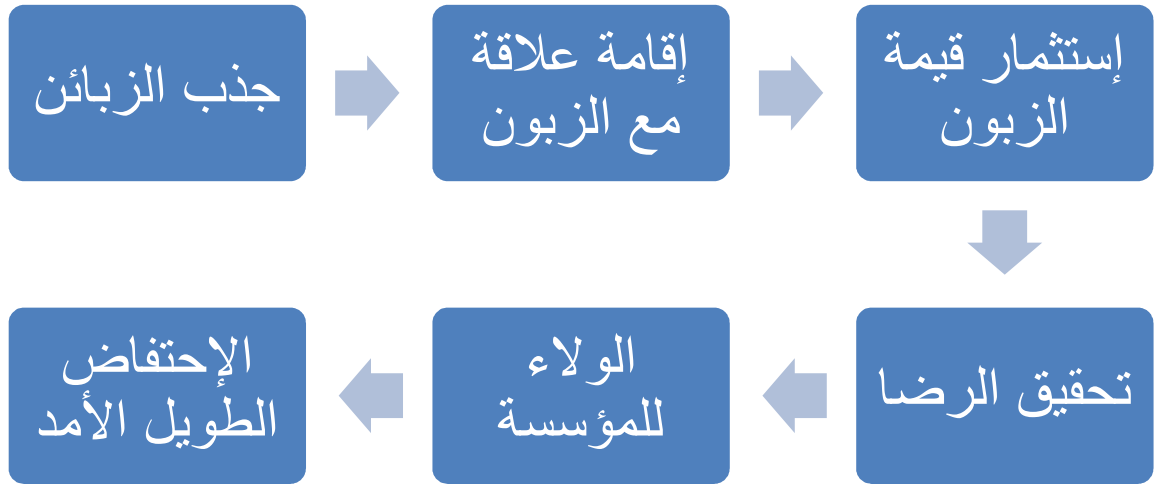
: S

Ù Ù Ù

(43 : 2017 : : .

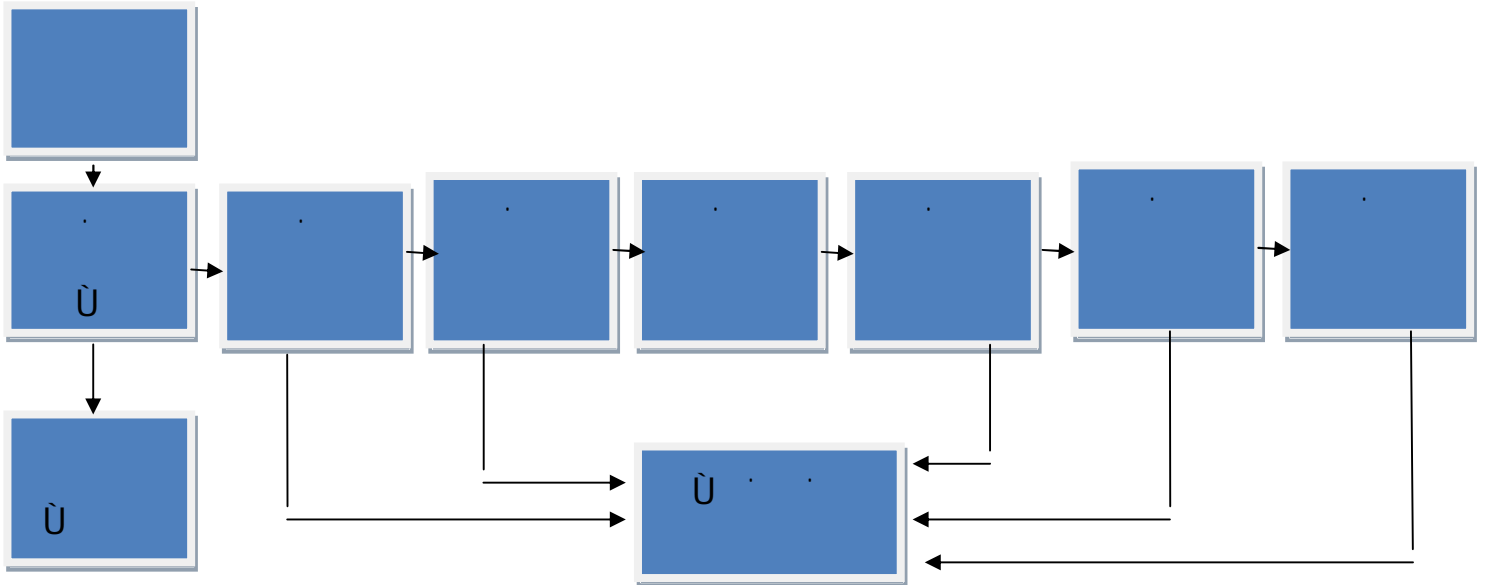


Ø :f02E Ø



(51 ; 2014 : : t.

Ø (03) Ø



(43 : 2017 : : t

U

U

: U



ù : S  
 (43 '2017' ù .  
 ù : Ø S  
 ù  
 ù  
 (52 | 2014' ù .  
 ù : S  
 (30 | 2006' ) .  
 : S  
 (51 | 2014' ù .  
 ù : S  
 (43 '2017' ù .  
 ù : S  
 (51 | 2014' ù .  
 ù : S  
 (43 '2017' ù .  
 : S  
 ù ù ù ù  
 ù ù ù ù  
 ù  
 ù ù ù ù  
 ù : Ø .3  
 (45 '2017' ù .

1.3 :

05 :	05	05	S
"	05		◆
	05		◆
	05		◆
	05		◆
"	05		◆
:	05		S
	05		➤
	05		➤
	05		➤
	05		➤
	05		➤
	05		➤
	05		➤
	05		➤
	05		➤
	05		➤
	05		S
	05		❖
	05		❖
	05		"



2.1 Kotler (86)

3.1 (79 2008)

4.1 (Day 1969)

5.1 (Crow, Borowicz, Stewart) (04)

(47 2017)

2

Lombord Baran et al Andersen (74 2014)

(51 2017)

Frederick Reichheld (Powerful profit generator )

Setiowati and Putri (74 :2014)

(51 :2017)

1.1

3

◆

◆

◆

◆

◆

	Ù	
i( / )	Ù	
Ù	Ù	
	Ù	
	Ù	
	:	
. A A A A A	:( )	➤
. B A B A B A	:	➤
. B B B A A A	Ù :	➤
	. F E D C B A :	➤
	:	.2.1
	i( )	
Ù	Ù	
	:"Cognitive"	.1.2.1
	Ù	
	:"Affective"	.2.2.1
	:"Conative"	.3.2.1
Ù		
:		
	Ù	
	:( )	'S
Ù		



	:	S
	:	S
Ù	i( )	Ù :
	:	Ø
Ù		Ù
	:	.2
	Ù	..
i	:Cognitive Loyalty	.1.2
i		
	(71 i 2011 i	£
	:	.1.1
Ù	Ù	Ù
(54	'2017	£.
Ù	Ù	Ù
	fl	£
	:	.3.2
Ù		
Ù		
Ù	:	.4.2
	Ù	
	Ù	



1. Kotler, P. (2017). *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson Education, Inc. (pp. 58-63).

2. Kotler, P. (2014). *Marketing Management*. 14th Edition. Pearson Education, Inc. (pp. 58-63).

3. Kotler, P. (2017). *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson Education, Inc. (pp. 58-63).

4. مواقع الانترنت:

5. المجلات:

DANOE DANONE

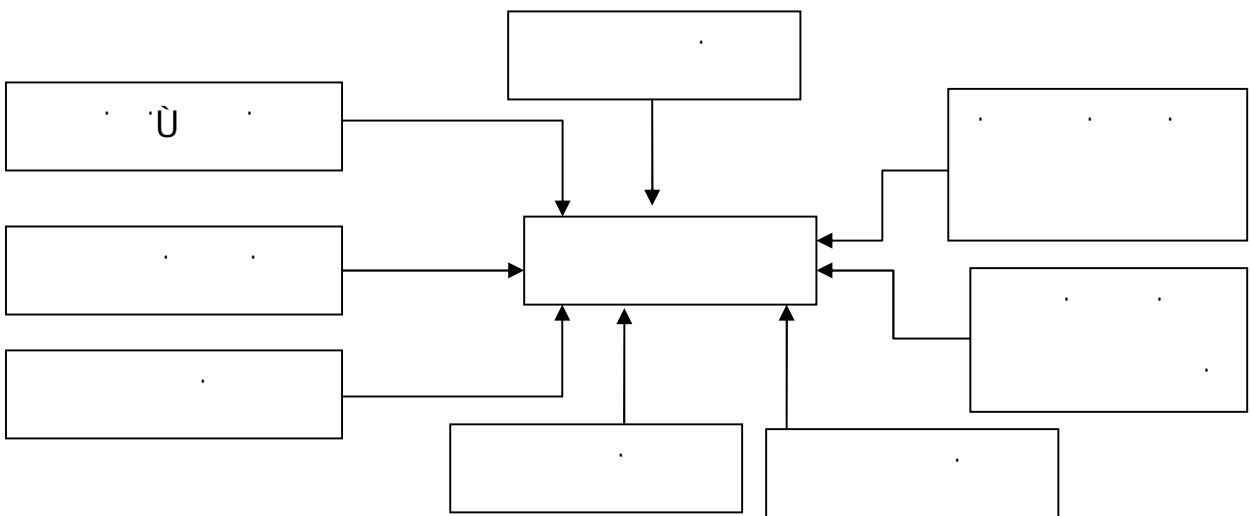


.4.1

(13j 2017, ...)

.5.1

2. (13j 2017, ...)



المصدر: (حامدي و بيرى، 2017، 18)

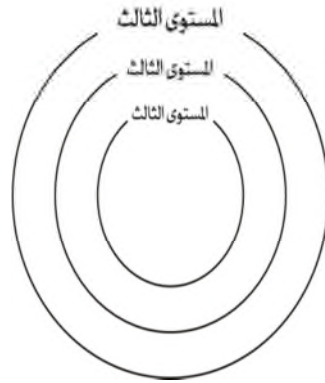








∅



المستوى الثالث: الدهشة Etonnement  
(وضعيات خاصة، قيمة مضافة).  
المستوى الثاني: الرضا التام + satisfaction (الخدمات).  
المستوى الأول: الرضا المعتدل satisfaction  
(أداء المنتج).

f) , ∅

∅

∅

∅

◆

∅

"

∅

◆

"

∅

◆

∅

"

∅

∅

∅

∅

f) -

∅"





المراجعة الأدبية هي عملية نقدية تهدف إلى تقييم الأعمال الأدبية بناءً على معايير محددة. هذه العملية تتطلب من المراجع أن يكون لديه فهم عميق للنص الأدبي، سواء كان ذلك في اللغة أو الموضوع أو الأسلوب. كما يجب أن يكون قادرًا على مقارنة النص مع الأعمال الأخرى في نفس المجال.

من أهم أهداف المراجعة الأدبية هي: تقييم جودة النص، تحديد نقاط القوة والضعف، وتقديم اقتراحات للتطوير. كما تساهم المراجعة في إثراء النقاش الأدبي وتوضيح المفاهيم الأدبية.

من الضروري أن تكون المراجعة نقدية ولكن بنبرة بناءة، مع تجنب التعقيد والغموض. يجب أن تكون المراجعة واضحة ومباشرة، مع تقديم أدلة ملموسة لدعم الآراء.

في الختام، تلعب المراجعة الأدبية دورًا مهمًا في تطوير الأعمال الأدبية وتقييمها. إنها عملية تتطلب مهارة ونقدية، ولكنها في النهاية تهدف إلى تحسين جودة الأدب وتقديم أفضل ما يمكن للقارئ.

2016 / 16

) Atilgan Aaker'

(  
Bahram  
600  
spss  
2012  
100  
fi  
Djezzy  
2010  
statistica 8  
Spss 15  
Djezzy  
)

(  
 ù  
 " .  
 . . . . .  
 : Ø .  
 ù . ù  
 Ø . -  
 Ø .  
 .2017 i " " ( . . á )  
 ù  
 SPSS ù  
 ù  
 " .  
 . . . . . -  
 Ø . Ø .  
 . " " ( . . á )  
 .2017  
 150 ù ù i(Ù )  
 ù  
 8 12 130  
 ù



(servperf)

81

iSPSS

110

( )

∅

∅

.2014

"∅

∅

150

27 -

.2011

.SPSS

...

... 75 % ...

... 2010 ... 37 ...

SERVQUAL

( 872 )

26 - -

2010

...





..... Ù ..... NCA ..... Ù -  
.....  
..... -  
..... / Ø .....  
.....  
.....  
..... Ù ( 860 ) .....  
..... Ù / Ù  
..... Ù ( 412 ) ..... ( 440 )  
.....  
..... Ù .....  
..... Ù  
.....  
..... : .....  
.....  
..... Ù ..... Ù Ù  
.....  
..... :  
..... " ..... :Ø .....

-

2 16 S

.2014

Ù

(150)

f119Ù

SPSS

Ø

DJEZZY GSM

.2016 - 15

#"

Ù

Ù

Ù

120

Ù

Ù

Ù

"

Ù

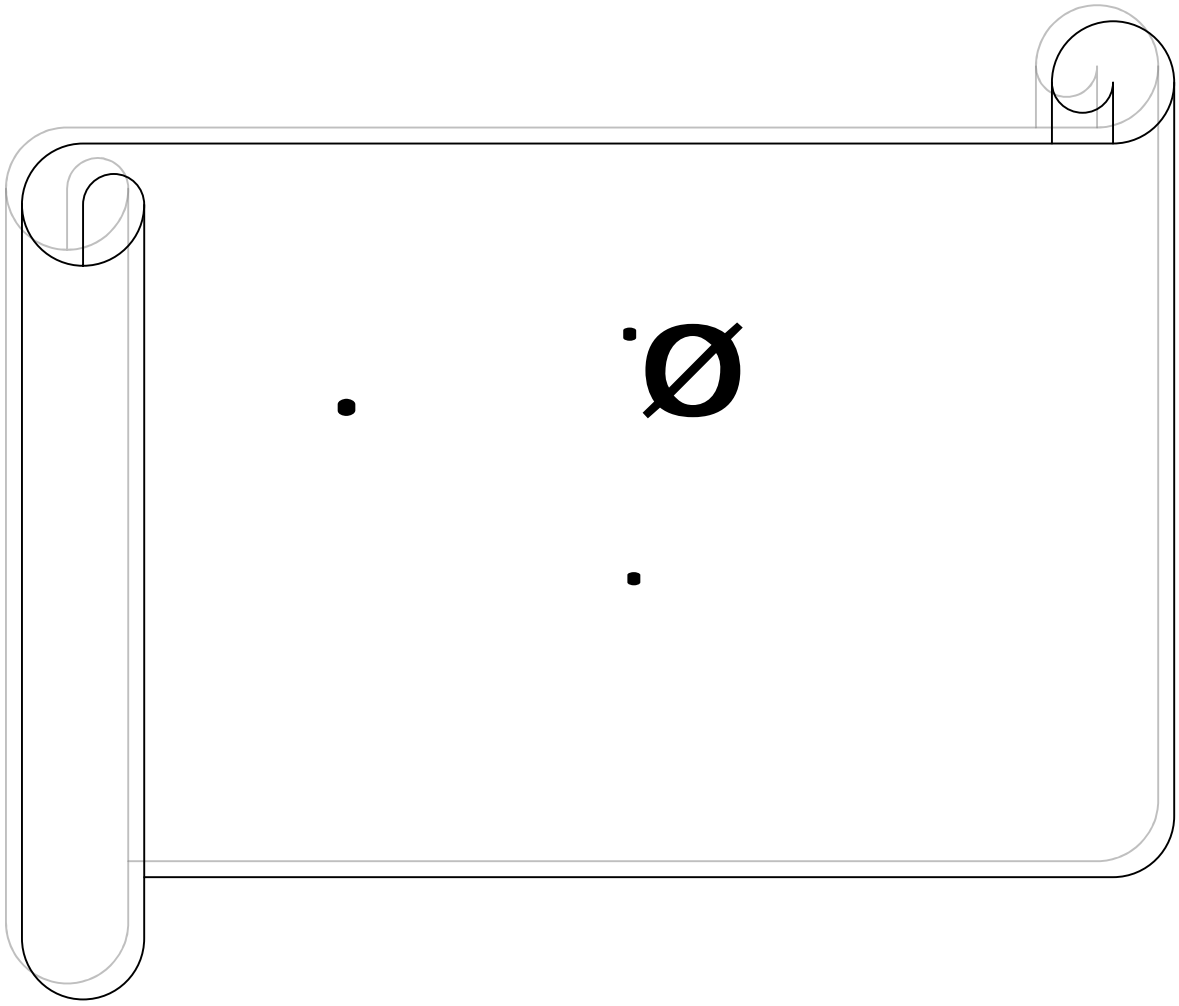
Djezzy GSM

Ù

Ù

"





:

Ù Ù

د

د

.

د

د

.

د

د

Ù

.

د

:

Ù

i

"

.

.

.

.

.

.

.

:Ø

"

.

.

.

.

.

Ø

:

:Ø

Ù

:Ù

:Ø

Ù

Ù

(134-133;2017/ 2016) Ù

Ù

:

✓

Ù

Ù

:

✓

"

Ù

Ù

Ù

Ù

i

"Ù

Ù

380

(380 )

(12)

(360)



04' 'Ù '13' : ' Ö2

" f03'Ù 'Ø' Ö

" f04'Ù 'Ö

" f03'Ù 'Ö

" f03'Ù 'Ö

" '14' : ' Ö3

Ù Ù

:(02) Ø

5	4	3	2	1	

i SPSS

. 541 i 2008 .

.(03) Ø

4.20	3.40	2.60	1.80	1.79	1
5	4.19	3.39	2.59		

54



Ù

:

Ù

Ù

Ù

: ( 04 ) Ø

Alpha		
0,479	04	
0,674	04	
0,075	03	
0,406	03	

spss

: ( 05 ) Ø

Alpha		
0,854	13	

spss

Ù

Ù

Ø

: ( 06 ) Ø

Alpha		
0,853	27	348

%85

Ù

Ù

٥٠ : . . . . .

٥١ : . . . . .

٥٢ : . . . . .

٥٣ : . . . . .

٥٤ : . . . . .

٥٥ : . . . . .

٥٦ : . . . . .

٥٧ : . . . . .

٥٨ : . . . . .

٥٩ : . . . . .

٦٠ : . . . . .

٦١ : . . . . .

٦٢ : . . . . .

٦٣ : . . . . .

٦٤ : . . . . .

٦٥ : . . . . .

٦٦ : . . . . .

٦٧ : . . . . .

٦٨ : . . . . .

٦٩ : . . . . .

٧٠ : . . . . .

٧١ : . . . . .

٧٢ : . . . . .

٧٣ : . . . . .

٧٤ : . . . . .

٧٥ : . . . . .

٧٦ : . . . . .

٧٧ : . . . . .

٧٨ : . . . . .

٧٩ : . . . . .

٨٠ : . . . . .

٨١ : . . . . .

٨٢ : . . . . .

٨٣ : . . . . .

٨٤ : . . . . .

٨٥ : . . . . .

٨٦ : . . . . .

٨٧ : . . . . .

٨٨ : . . . . .

٨٩ : . . . . .

٩٠ : . . . . .

٩١ : . . . . .

٩٢ : . . . . .

٩٣ : . . . . .

٩٤ : . . . . .

٩٥ : . . . . .

٩٦ : . . . . .

٩٧ : . . . . .

٩٨ : . . . . .

٩٩ : . . . . .

١٠٠ : . . . . .

%21.8	76			1
%78.2	272			
%100	348			
%70.1	244	٢٥	٥	2
%25.3	88	35	٢٥	
%4.6	16	45	35	
%00	00	45		
%100	348			

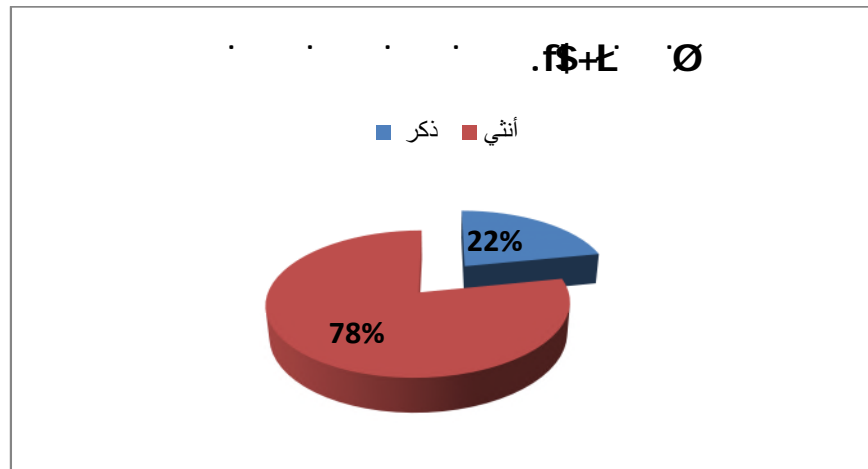
%00	00			3
%00	00			
%9.2	32			
%90.8	316			
%100	348			4
%78.2	272			
%17.2	60			
%4.6	16			
%100	348			5
%86.2	300	18000 ÷		
%4.6	16	18000 ÷ 30000		
%9.2	32	30000 ÷		
%100	348			

. spss

..... ÷ ÷  
 .....  
 " ÷  
 ..... ÷

∅

∅ ∅



∅

∅

Excel

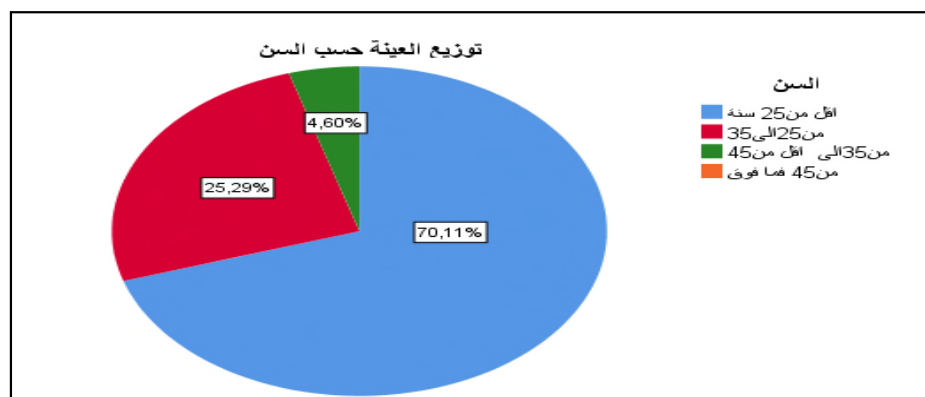
∅ ∅

∅ ∅

∅ ∅

∅ ∅

∅ ∅



Excel

∅

∅ ∅

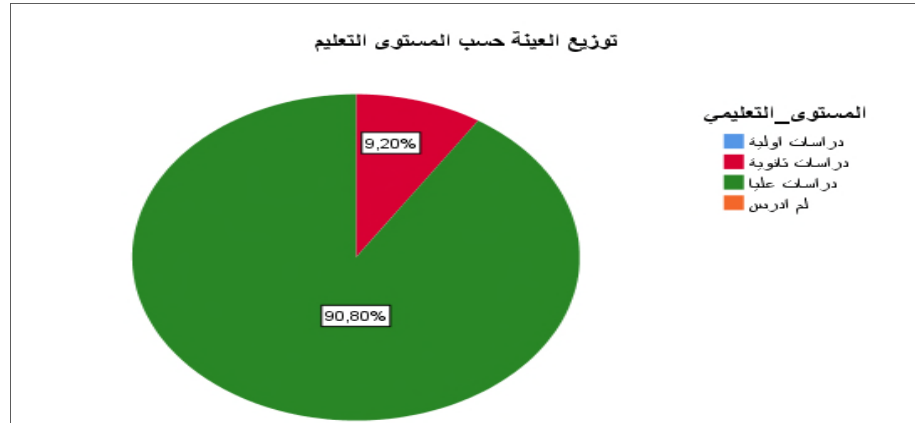
∅ ∅ ∅

∅ ∅

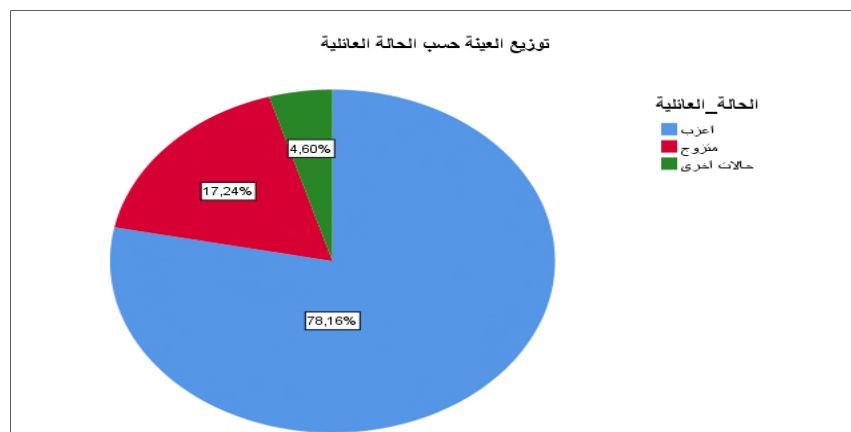
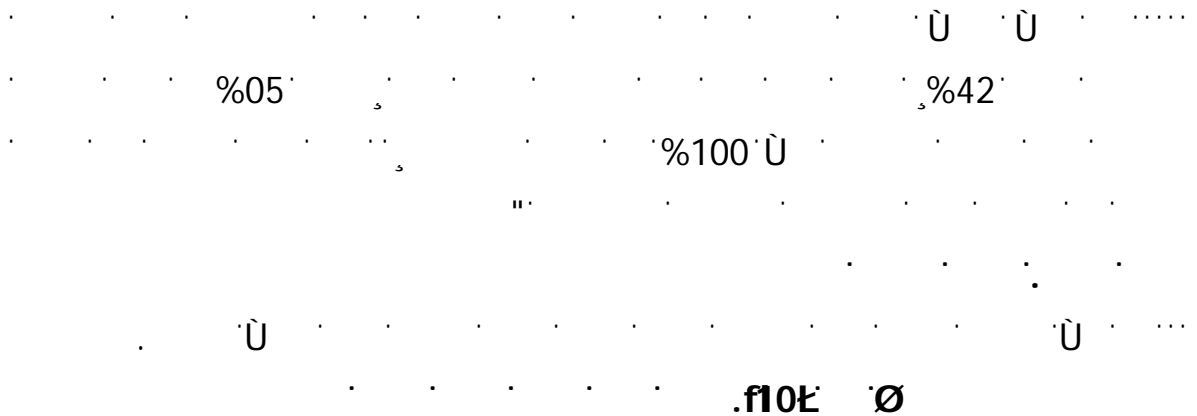
∅ ∅

∅ ∅

∅ ∅

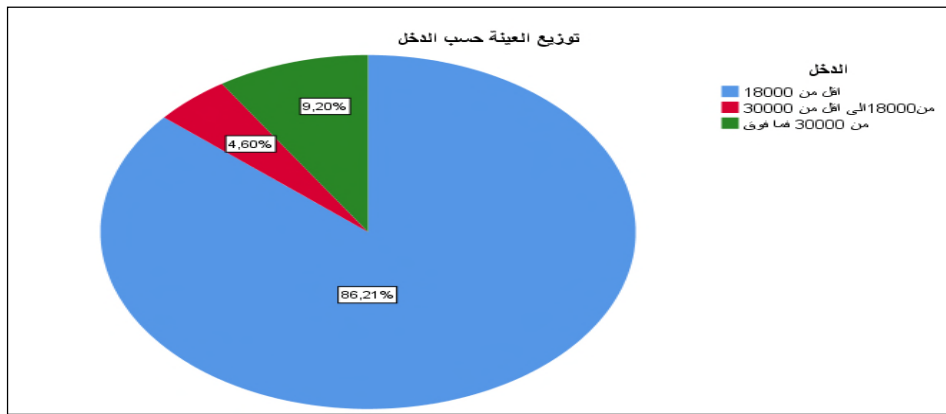


Excel



Excel

الدخل	النسبة المئوية
أقل من 18000	86.21%
من 18000 إلى أقل من 30000	4.60%
من 30000 فما فوق	9.20%



Excel

الدخل	النسبة المئوية
18000	86.21%
30000	9.20%
18000	4.60%
30000	9.20%

fl £Ø : (8£ Ø

	Ù				
2		1,020	3,63		1
1		,771	3,87	Ù	2
4		1,076	3,08		3
3		1,138	3,25		4
		<b>1.001</b>	<b>3,46</b>		

(03 £spss

Ù Ù Ù  
 fl £Ù Ù  
 " Ù " fl,001£ f£,46)  
 " f£,87£ Ù  
 fl,076£  
 fl,138 0,771£  
 Ù  
 Ù -2-1  
 " Ù

fl £ : (09£ Ø

	Ù				
4		1,052	3,10		1
1		0,947	3,71	Ù	2
3		1,090	3,32		3
2		0,895	3,55	Ù	4

		0.996	3,42	
--	--	-------	------	--

(03      £spss

..... Ù ..... Ù .....  
 ..... fB,42£ .....  
 ..... Ù ..... f0,996£ .....  
 ..... fB,71£ ..... Ù .....  
 ..... fB,10£ .....  
 ..... fl,090 ..... 0,895£ .....  
 ..... " ..... Ù .....  
 ..... Ù ..... -3-1  
 ..... Ù .....

fl ..... £ ..... : (10£ Ø

	Ù				
3		1,134	2,54		1
2		1,199	3,31		2
1		1,029	3,71		3
		1.120	3,19		

(03      £spss

Ù ..... (10) Ù ..... Ù .....  
 ..... fl ..... £ ..... Ù .....  
 ..... f1,120£ ..... fB,19£ .....  
 Ù .....  
 ..... fB,71£ .....



2,54£  
 1,199£ 1,029£  
 " Ù  
 Ù : -3-1  
 Ù  
 fl £ : (11£ Ø

	Ù				
1		0,741	4,13		1
2		0,948	3,98		2
3		1,270	3,00	Ù Ù	3
		<b>0,986</b>	<b>3,70</b>		

(03 £spss

Ù (11) Ù Ù  
 fl £ Ù  
 f0,986£ (3,70£  
 f4,13£ Ù  
 Ù Ù  
 0,986£ f3,00)  
 " Ù fl.270

Ø (12):

Ø	Ø	Ø	Ø	Ø	Ø
5	0,909	3,52			1
1	0,954	3,74			2
9	0,992	3,23			3
11	1,180	3,06			4
8	0,930	3,32			5
12	1,217	2,92			6
10	1,087	3,17			7
2	0,978	3,68			8
7	1,034	3,39			9
6	1,079	3,40			10
3	0,951	3,62			11
4	0,882	3,55			12
13	1,243	2,64			13
	<b>1,033</b>	<b>3,32</b>			

Ø (03) spss



U

-2-1

T Test : f14 Ø

Déférence Moyenne	SIG	T			
0,42241	0,000	11,091	0,996	3,42	

i(3,42U f14U U  
i(0.05U (11,091U T U

-3-1

T Test : f15 Ø

Déférence Moyenne	SIG	T			
0,18774	0,000	5,265	1,120	3,19	

i(3,19U f15U U  
f0.05U f5,265U T U

-4-1

T Test :f16 Ø

Déférence Moyenne	SIG	T			
0,70115	0,000	19,154	0,986	3,70	

i(3,70) f16 Ø Ø  
 f0.05 f19,154 T Ø

-2

T Test :f17 Ø

Déférence Moyenne	SIG	T			
0,32626	0,000	9,713	1,033	3,33	

i(3,33) f17 Ø Ø  
 f0.05 f9,713 T Ø

-3

:(18) Ø

Sig	F		Ddi		
0,000	40,107	10,854	4	43,414	
		0,271	343	92,821	
			347	136,235	

spss :

Ø : (19Ø Ø

Sig	$\beta$	A	
0,000	0,525	1,524	

(03 Espss<sup>22</sup>

.  $\beta, A$  .

Sig Ù Ù .A ❖

" A= 1.524 0,05 Ù 0,000

Sig Ù Ù . $\beta$  ❖

"  $\beta$ = 0,525 0,05 Ù 0,000

1.524 + fl ) 0,525 1

"

Ø : (20Ø Ø

Sig	$\beta$	A	
0,000	0.431	2.025	

(03 Espss<sup>22</sup>

.  $\beta, A$  .

Sig Ù Ù .A ❖

" A= 2.025 0,05 Ù 0,000

Sig Ù Ù . $\beta$  ❖

"  $\beta$ = 0,431 0,05 Ù 0,000

2,025 + fl ) 0,431 =

Ø : (21Ø Ø

Sig	$\beta$	A	
0,000	0,277	2,493	

(03 Espss<sup>22</sup>.

.  $\beta, A$  .

Sig	Ù	Ù	A	❖
"	A= 2,493	0,05	Ù	0,000
Sig	Ù	Ù	$\beta$	❖
"	$\beta= 0,277$	0,05	Ù	0,000

$$2,493 + fl \quad ) 0,277 =$$

"

Ø : (22Ø Ø

Sig	$\beta$	A	
0,609	0,028	3,233	

(03 Espss<sup>22</sup>.

.  $\beta, A$  .

Sig	Ù	Ù	A	❖
"	A= 2,493	0,05	Ù	0,609
Sig	Ù	Ù	$\beta$	❖
"	$\beta= 0,028$	0,05	Ù	0,690

$$2,493 + fl \quad ) 0,277 =$$

"

Ø (23):

Sig	T	B	
0.000	7.718	0.416	
0.004	2.890	0.163	
0.029	2.196	0.118	
0.039	2.069	0.102	

(03) spss

U  
 (2.890) (7.718) T  
 β i(2.069) (2.196)  
 f0.118 (0.163) f0.416  
 α≤0.05 (0.102)  
 U  
 U  
 α≤0.05



:Ø

..... Ù .....

..... 348 ..... 380 .....

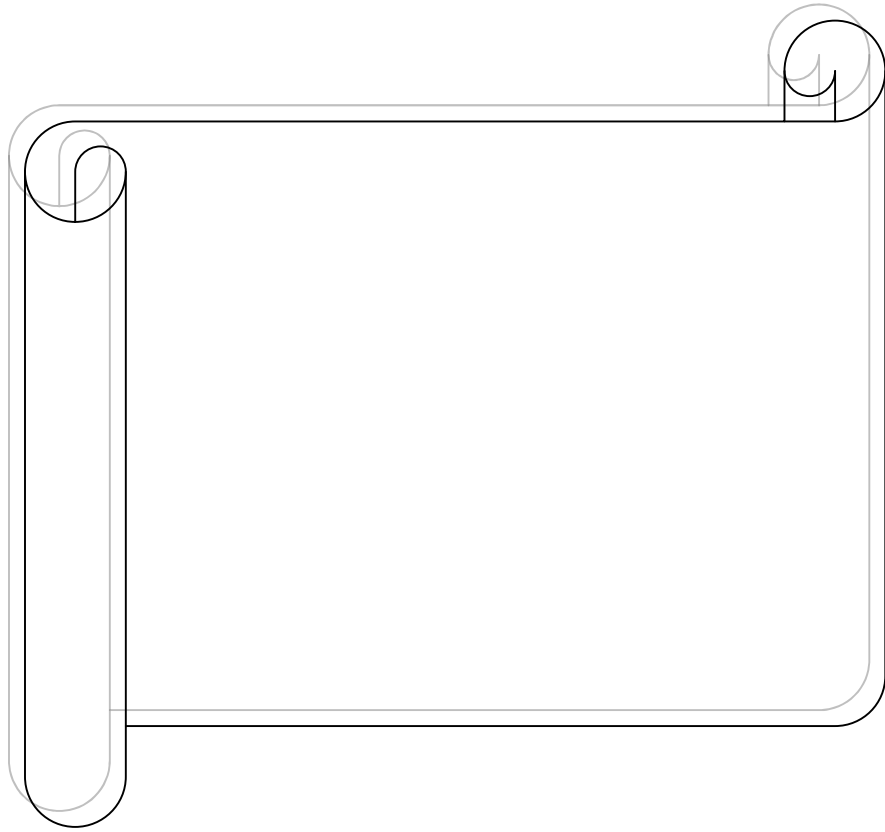
..... ¤ ..... spss

..... Ù fl .....

..... Ù .....

..... fl ..... ¤

..... "





:

.....

..... Ù .....

..... Ù .....

..... :

..... ♦

.....

..... ♦

..... " .....

..... )' .....

..... " .....

..... " .....

..... " .....

..... " .....

..... " .....

..... :

..... Ù -1

.....

..... Ù

..... " Ù .....

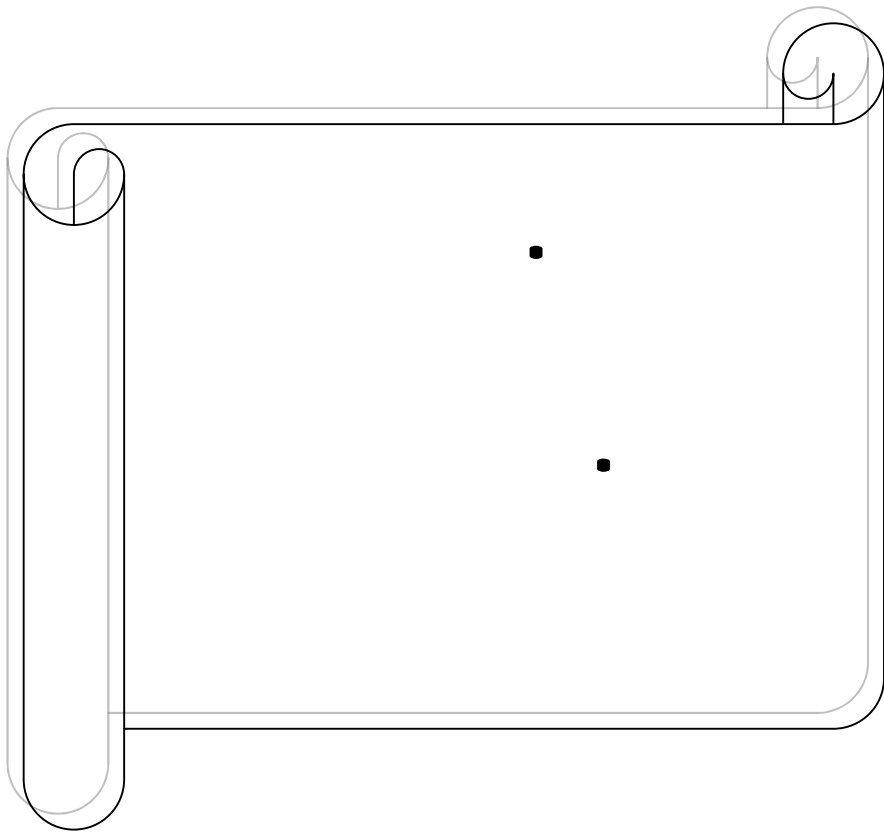
..... -2

..... Ù

..... " .....

قائمة المصادر

والمراجع



1. iDjezzy  
 - -  
 .2010
2. ù  
 ù  
 - -  
 ù  
 .2017
3. :  
 :Ø  
 ù  
 .1  
 .2008 ù ù  
 .2  
 .2016 ù ù  
 :
1. ù  
 .2014 " "  
 .2  
 " ( . á ) ù  
 .2017
3. ù  
 " ( . á ) ù  
 .2017 "
4. ù  
 .2015 - ù  
 .5  
 ù ù  
 .2013 ù :
6. ù  
 .2014 ù ù ù

1. ... 2006

2. ... 2011

3. ... 2014

4. ... 2010

5. ... 2012

6. ... 2012

7. ... 2016 / 16

8. ... 2014

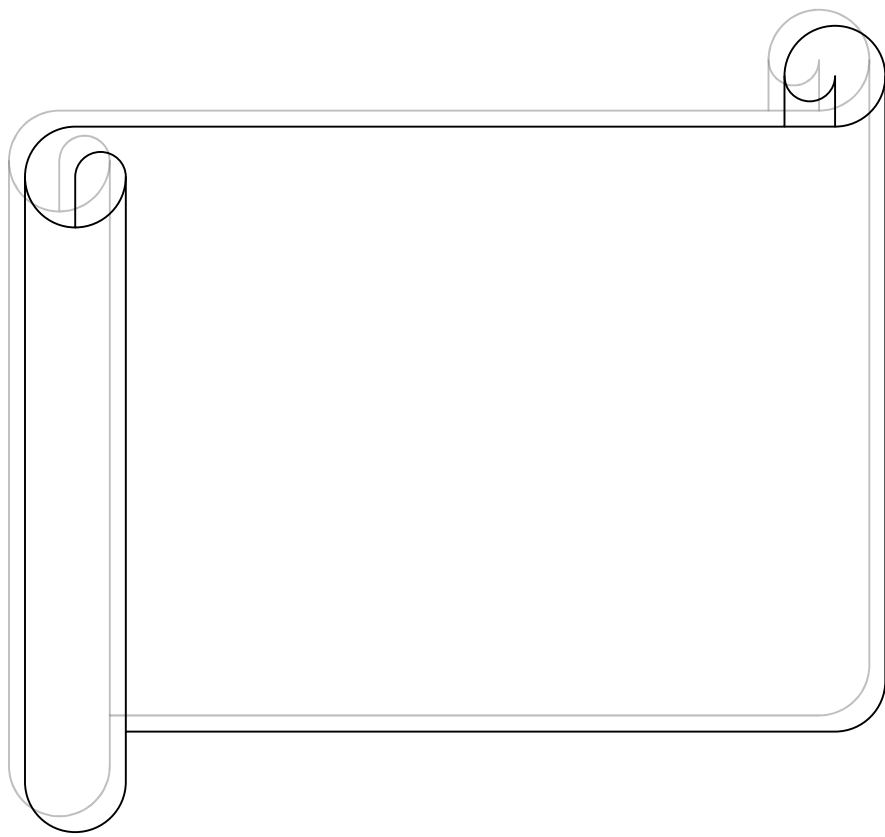
9. ...

10. "DJEZZY GSM" - 15 - "#"

11. 2010 i 2 ž 37

12. "





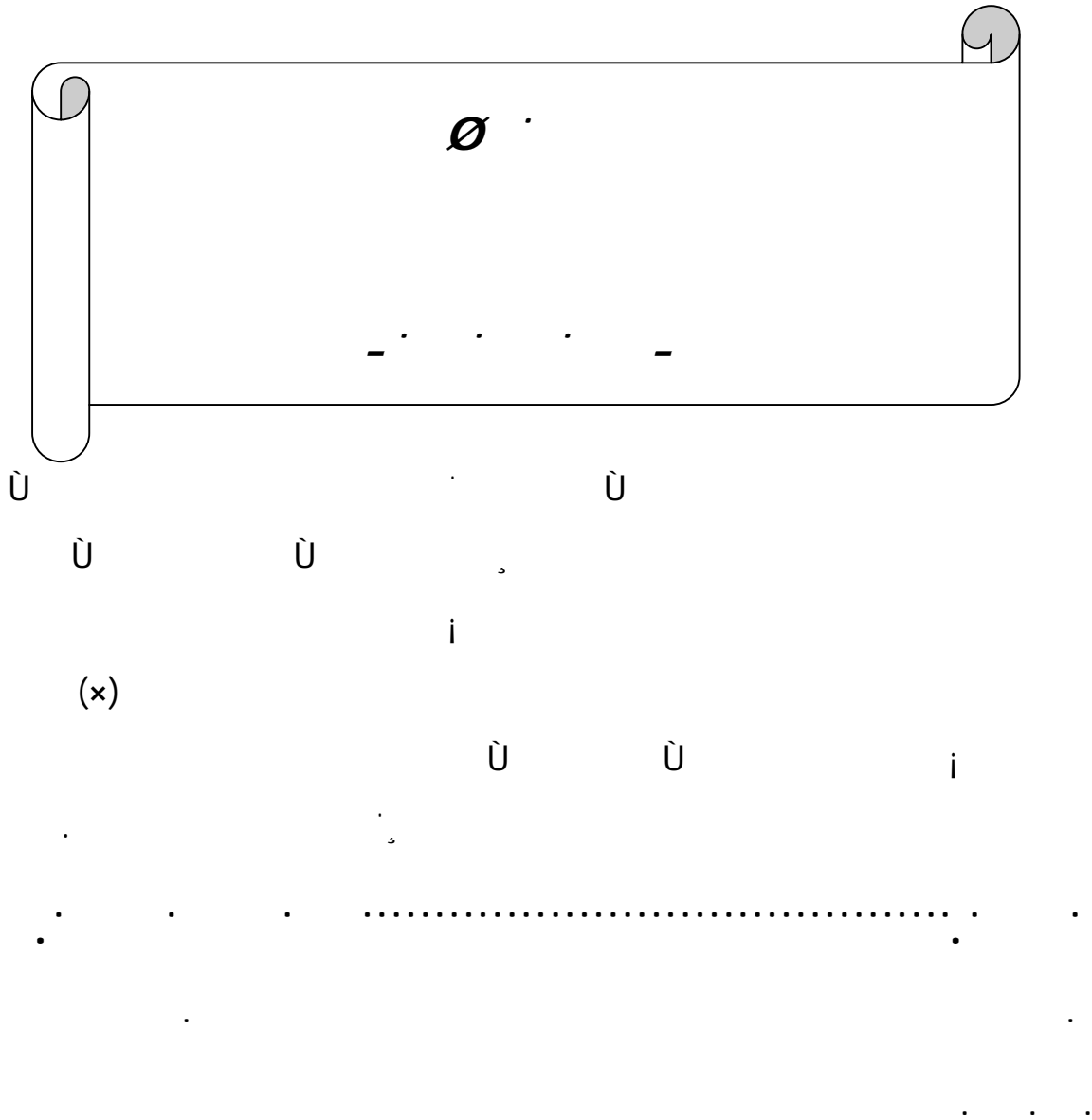
---

:(01£ ·

· · ·

· · ·	·	
· · · ·		<b>01</b>
· · · ·	∅ ·	<b>02</b>
· · · ·	· ·	<b>03</b>

:(02E .



Ø

.....  .....

45 Ù · 35 ····  35 25 ····  25 Ù ····

45

· 30000 ····  30000 Ù · 18000 ····  18000 Ù ·: Ø

····  ····  ····

المستوى التعليمي : دراسات أولية  دراسات ثانوية  دراسات عليا  لم أدرس

: ····

·			·	·	
					-1
					Ù ···· -2
					-3
					-4
					-5
					Ù -6
					-7
					Ù -8
					-9

					-10
					-11
					-12
					-13
				Ù	-14
					Ù

المحور الثالث: عبارات الولاء

					-1
				Ù	-2
				Ù	-3
					-4
					-5
				Ù	-6
				Ù	-7
				Ù	-8
				Ù	-9

---

					-10
					-11
					-12
					Ù -13

### الف03

التكرار والنسب المئوية:

		الجنس			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	76	21,8	21,8	21,8
	انثى	272	78,2	78,2	100,0
Total		348	100,0	100,0	

		السن			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	سنة 25 من اقل	244	70,1	70,1	70,1
	35 الى 25 من	88	25,3	25,3	95,4
	45 من اقل الى 35 من	16	4,6	4,6	100,0
Total		348	100,0	100,0	

		الدخل			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	18000 من اقل	300	86,2	86,2	86,2
	30000 من اقل الى 18000 من	16	4,6	4,6	90,8
	فوق فما 30000 من	32	9,2	9,2	100,0
	Total	348	100,0	100,0	

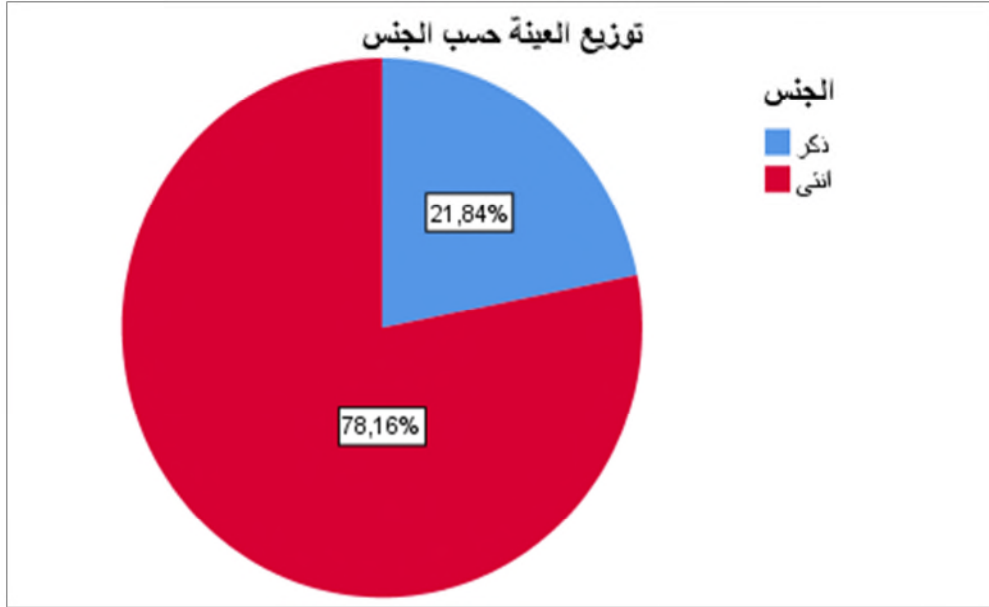
		الحالة العائلية			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	اعزب	272	78,2	78,2	78,2
	متزوج	60	17,2	17,2	95,4
	اخرى حالات	16	4,6	4,6	100,0
	Total	348	100,0	100,0	

		التعليمي المستوى			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ثانوية دراسات	32	9,2	9,2	9,2
	عليا دراسات	316	90,8	90,8	100,0
	Total	348	100,0	100,0	

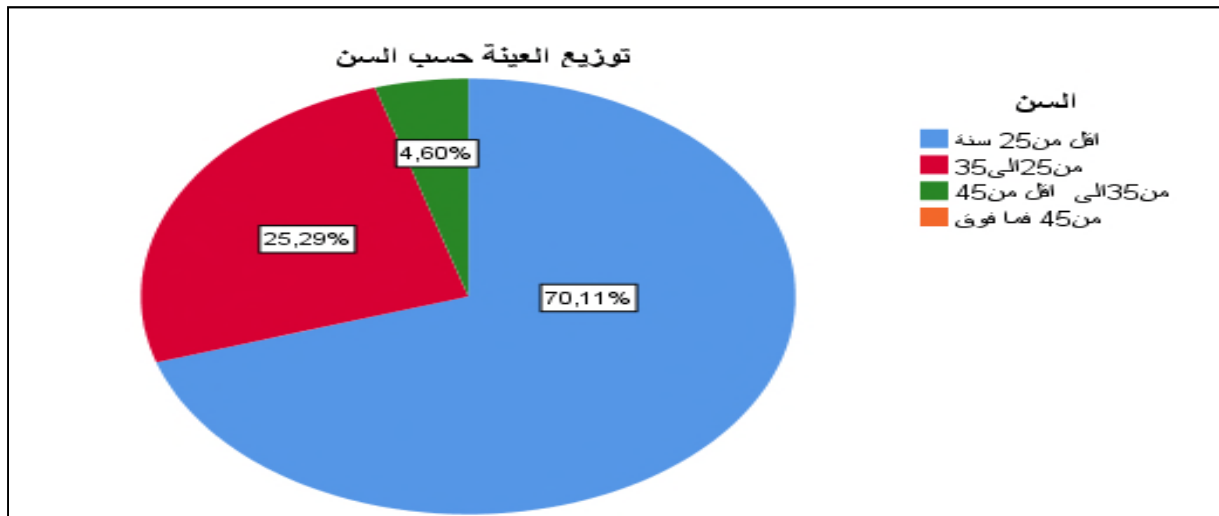


الدوائر النسبية للبيانات الشخصية:

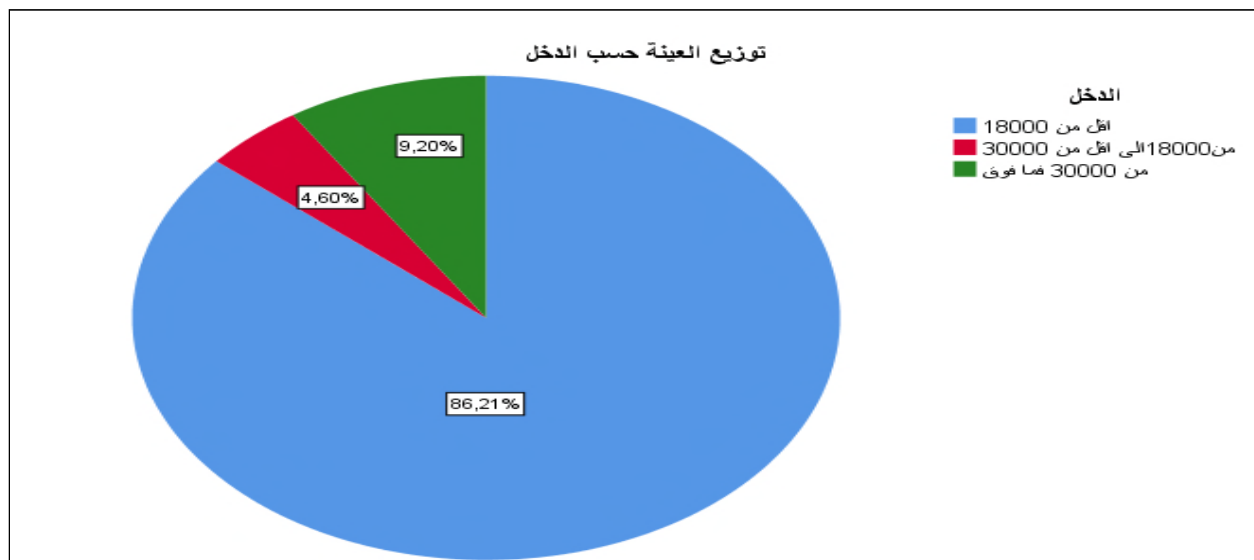
الجنس:



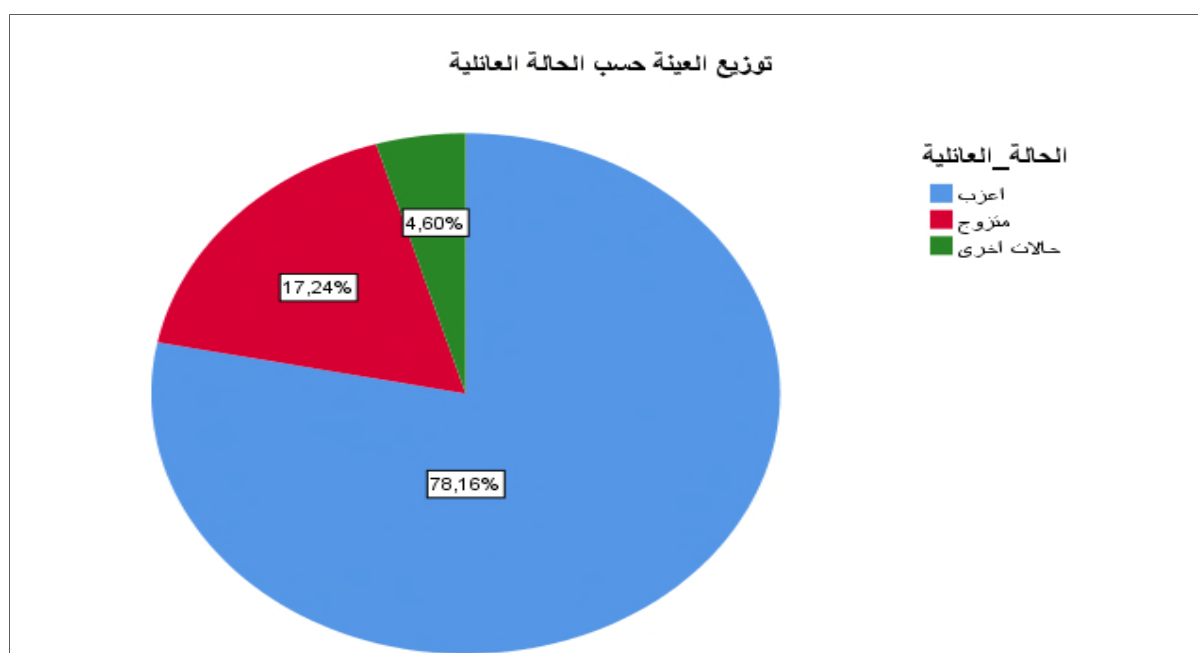
2- السن:



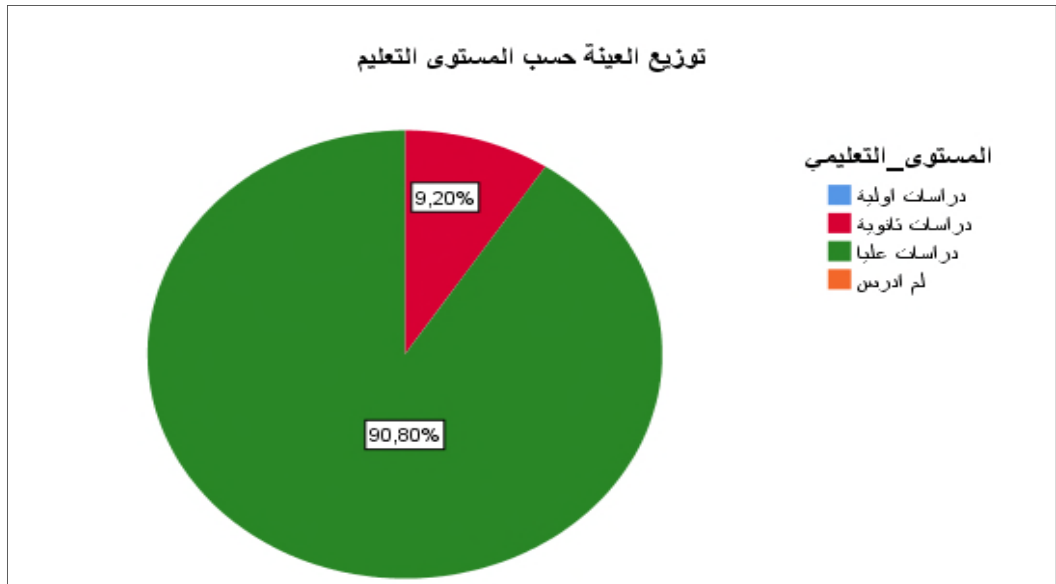
## - الدخل:



## - الحالة العائلية:



- المستوى التعليمي:



المتوسط الحسابي والانحراف المعياري:

البعد الاول: كفاءة المنتج:

### Statistiques descriptives

	N	Somme	Moyenne	Ecart type
س1	348	1264	3,63	1,020
س2	348	1348	3,87	,771
س3	348	1072	3,08	1,076
س4	348	1132	3,25	1,138
كفاءة	348	1204,00	3,4598	,63163
N valide (liste)	348			

البعد الثاني: الثقة والامان:

### Statistiques descriptives

	N	Somme	Moyenne	Ecart type
س5	348	1080	3,10	1,052
س6	348	1292	3,71	,947
س7	348	1156	3,32	1,090
س8	348	1236	3,55	,895
ثقة	348	1191,00	3,4224	,71047
N valide (liste)	348			

البعد الثالث: الرغبات والتوقعات:

**Statistiques descriptives**

	N	Somme	Moyenne	Ecart type
9س	348	884	2,54	1,134
10س	348	1152	3,31	1,199
11س	348	1292	3,71	1,029
رغبات	348	1109,33	3,1877	,66513
N valide (liste)	348			

البعد الرابع : الوقت:

**Statistiques descriptives**

	N	Somme	Moyenne	Ecart type
12س	348	1436	4,13	,741
13س	348	1384	3,98	,948
14س	348	1044	3,00	1,270
وقت	348	1288,00	3,7011	,68287
N valide (liste)	348			

**Statistiques descriptives**

	N	Somme	Moyenne	Ecart type
15س	348	1224	3,52	,909
16س	348	1300	3,74	,954
17س	348	1124	3,23	,992
18س	348	1064	3,06	1,180
19س	348	1156	3,32	,930
20س	348	1016	2,92	1,217
21س	348	1104	3,17	1,087
22س	348	1280	3,68	,978
23س	348	1180	3,39	1,034
24س	348	1184	3,40	1,079
25س	348	1260	3,62	,951
26س	348	1236	3,55	,882
27س	348	920	2,64	1,243
ولاء	348	1157,54	3,3263	,62658
N valide (liste)	348			

كل الابعاد:

### Statistiques descriptives

	N	Somme	Moyenne	Ecart type
كفاءة	348	1204,00	3,4598	,63163
ثقة	348	1191,00	3,4224	,71047
رغبات	348	1109,33	3,1877	,66513
وقت	348	1288,00	3,7011	,68287
ولاء	348	1157,54	3,3263	,62658
N valide (liste)	348			

### اختبار Test T :

البعد الاول: كفاءة المنتج:

### Test T

### Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
كفاءة	348	3,4598	,63163	,03386

### Test sur échantillon unique

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Valeur de test = 3		
				Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
				Inférieur	Supérieur	
كفاءة	13,579	347	,000	,45977	,3932	,5264

ا البعد الثاني: الثقة والامان:

### Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
ثقة	348	3,4224	,71047	,03809

### Test sur échantillon unique

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Valeur de test = 3		
				Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
				Inférieur	Supérieur	
ثقة	11,091	347	,000	,42241	,3475	,4973



البعد الثالث: الرغبات والتوقعات:

#### Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
رغبات	348	3,1877	,66513	,03565

#### Test sur échantillon unique

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Valeur de test = 3	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
				Différence moyenne	Inférieur	Supérieur
رغبات	5,265	347	,000	,18774	,1176	,2579

لبعد الرابع : الوقت:

#### Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
وقت	348	3,7011	,68287	,03661

### Test sur échantillon unique

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Valeur de test = 3 Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
وقت	19,154	347	,000	,70115	,6292	,7731

المحور الثاني الولاء :

### Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
ولاء	348	3,3263	,62658	,03359

### Test sur échantillon unique

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Valeur de test = 3 Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
ولاء	9,713	347	,000	,32626	,2602	,3923

الانحدار البسيط

البعد الاول : الكفاءة

## Régression

		ANOVA <sup>a</sup>				
Modèle		Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	37,557	1	37,557	131,689	,000 <sup>b</sup>
	de Student	98,678	346	,285		
	Total	136,235	347			

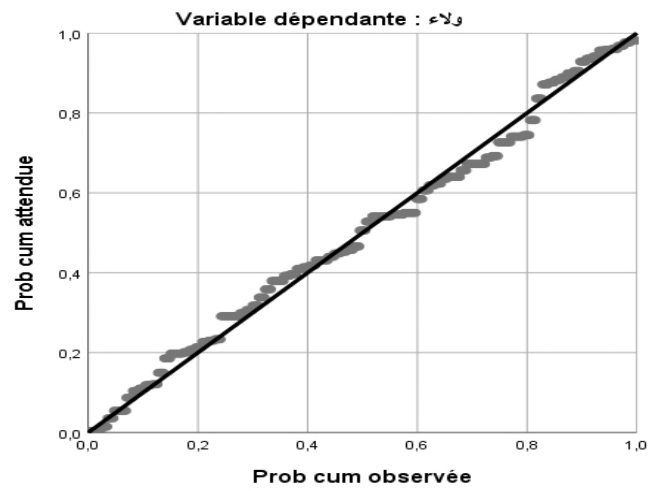
a. Variable dépendante : ولاء

b. Prédicteurs : (Constante), كفاءة

		Coefficients <sup>a</sup>				
Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		Sig.
		B	Erreur standard	Bêta	t	
1	(Constante)	1,524	,160		9,549	,000
	كفاءة	,521	,045	,525	11,476	,000

a. Variable dépendante : ولاء

Tracé P-P normal de régression Résidus standardisés



البعد الثاني : الثقة

ANOVA<sup>a</sup>

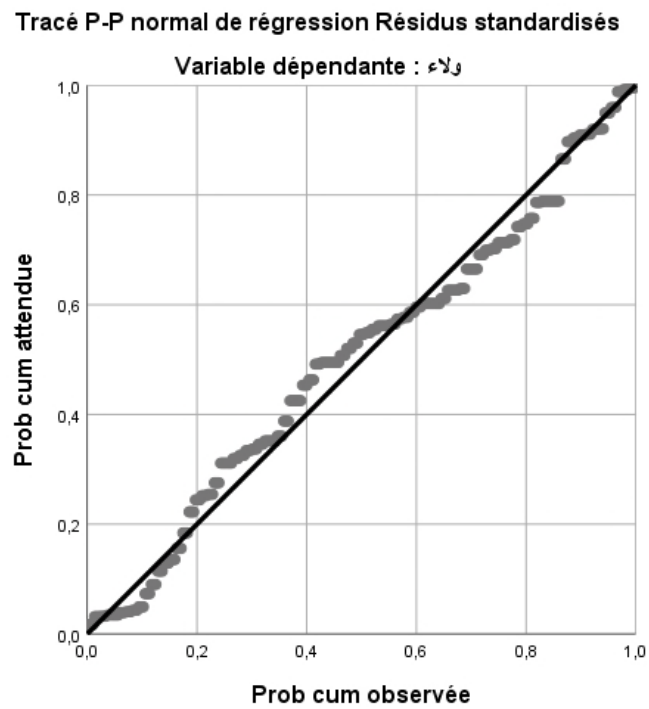
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	25,307	1	25,307	78,936	,000 <sup>b</sup>
	de Student	110,928	346	,321		
	Total	136,235	347			

a. Variable dépendante : ولاء

b. Prédicteurs : (Constante), ثقة

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	2,025	,150		13,545	,000
	ثقة	,380	,043	,431	8,885	,000

a. Variable dépendante : ولاء



**ANOVA<sup>a</sup>**

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	10,485	1	10,485	28,851	,000 <sup>b</sup>
	de Student	125,750	346	,363		
	Total	136,235	347			

a. Variable dépendante : ولاء

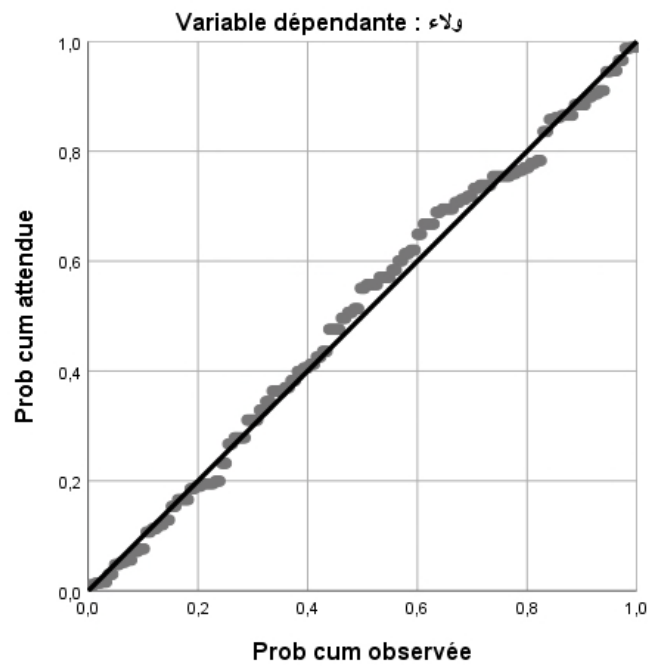
b. Prédicteurs : (Constante), رغبات

**Coefficients<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		Sig.
		B	Erreur standard	Bêta	t	
1	(Constante)	2,493	,158		15,736	,000
	رغبات	,261	,049	,277	5,371	,000

a. Variable dépendante : ولاء

Tracé P-P normal de régression Résidus standardisés



البعد الرابع: الوقت:

**ANOVA<sup>a</sup>**

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	,103	1	,103	,262	,609 <sup>b</sup>
	de Student	136,132	346	,393		
	Total	136,235	347			

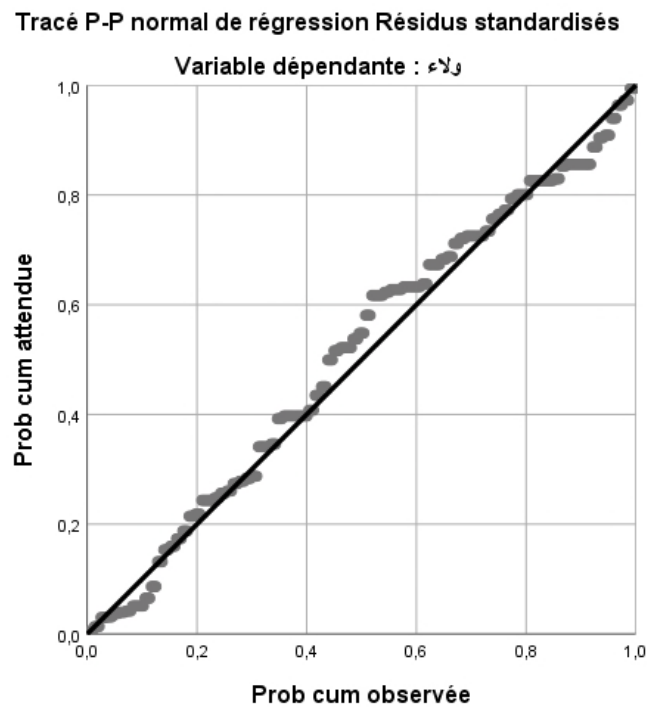
a. Variable dépendante : ولاء

b. Prédicteurs : (Constante), وقت

**Coefficients<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	3,233	,186		17,420	,000
	وقت	,025	,049	,028	,512	,609

a. Variable dépendante : ولاء





كل الأبعاد:

		ANOVA <sup>a</sup>				
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	43,414	4	10,854	40,107	,000 <sup>b</sup>
	de Student	92,821	343	,271		
	Total	136,235	347			

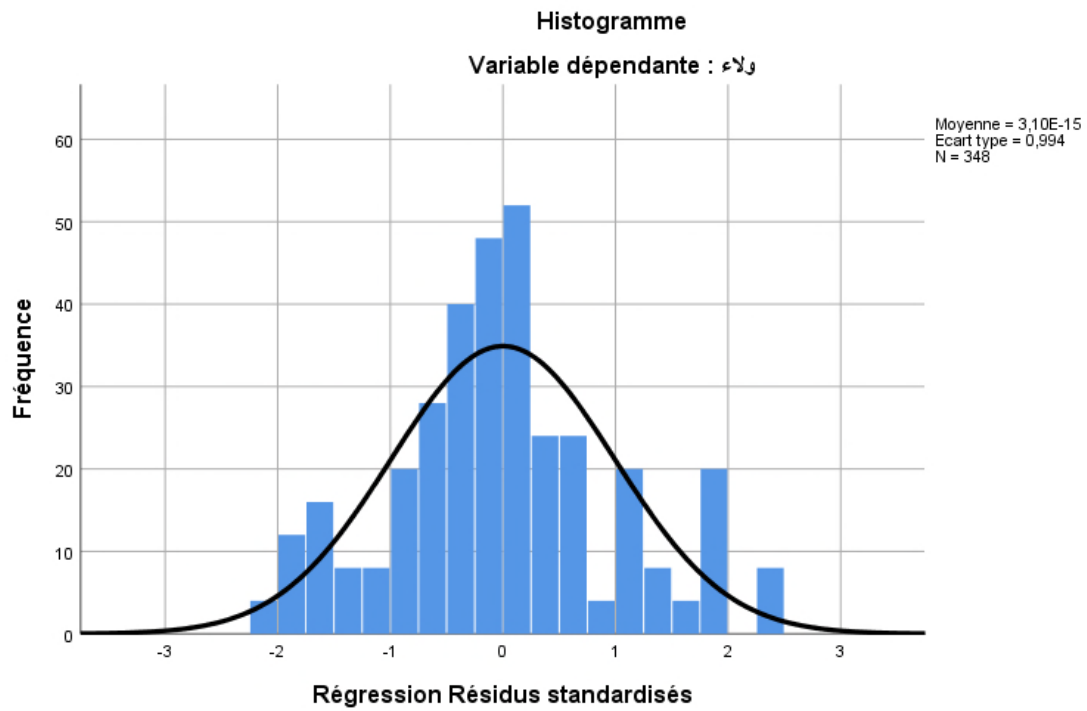
a. Variable dépendante : ولاء

b. Prédicteurs : (Constante), كفاءة, رغبات, ثقة, وقت

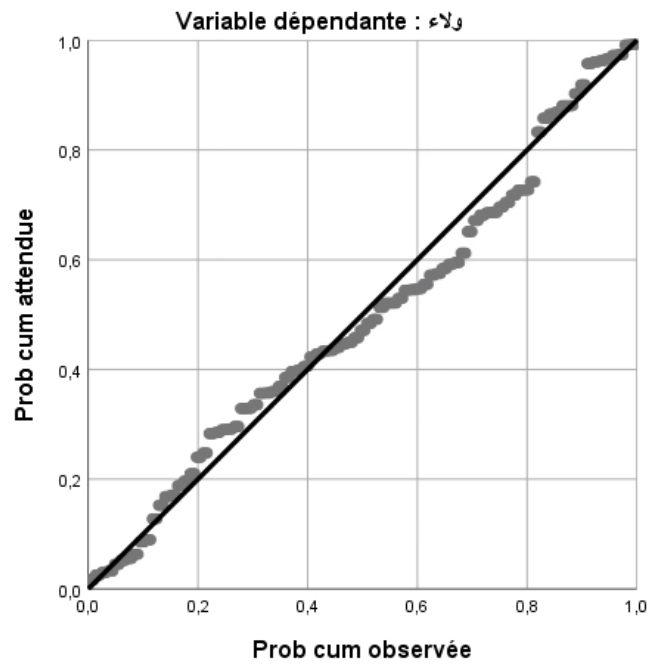
الانحدار المتعدد:

		Coefficients <sup>a</sup>							
Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.	Corrélations		
		B	Erreur standard	Bêta			Corrélation simple	Partielle	Partielle
1	(Constante)	1,398	,213		6,579	,000			
	كفاءة	,413	,053	,416	7,718	,000	,525	,385	,344
	ثقة	,144	,050	,163	2,890	,004	,431	,154	,129
	رغبات	,111	,051	,118	2,196	,029	,277	,118	,098
	وقت	-,094	,045	-,102	-2,069	,039	,028	-,111	-,092

a. Variable dépendante : ولاء



**Tracé P-P normal de régression Résidus standardisés**



الفكرونياخ:

البعد الأول(الكفاءة) :بأربع عبارات

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,479	4

البعد الثاني (الثقة):بأربع عبارات

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,674	4

البعد الثالث( رغبات ):بثلاث عبارات

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,075	3

البعد الرابع(الوقت): ب ثلاث عبارات

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,406	3

المحور الثاني الولاء ب 13 عبارة

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,854	13

المحور الاول القيمة المدركة: بخمسة ابعاد

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,697	5

المحور الاول: بكل العبارات

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,713	14

كل العبارات:

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,853	27