

اثر جودة الخدمات المقدمة من شركات الاتصالات في المملكة على رضا

العملاء

الفهرس

2.....	المقدمة
5.....	مشكلة الدراسة
6.....	اهمية الدراسة
7.....	اهداف الدراسة
7.....	اسئلة الدراسة
8.....	مصطلحات الدراسة
Error! Bookmark not defined.....	الدراسات السابقة والاطار النظري
14.....	المنهجية وطرق البحث
16.....	ادوات الدراسة
16.....	التبويب المقترح
17.....	مجالات الدراسة
18.....	المراجع

المقدمة

تُعنى إدارة الجودة باستمرار السعي وراء التميز للتأكد من أن ما تقوم به المؤسسة يتلاءم مع الغرض ويستمر في التحسن للوصول الى كسب رضا العملاء عن المنتج النهائي او الخدمة المقدمة لهم. وهناك تنوع في طرق الجودة أكثر من مجرد تصنيع الأدوات من دون أي عيوب أو تشغيل القطارات في الوقت المحدد، على الرغم من أن هذه الأشياء هي بالتأكيد جزء من الصورة.

إن اهتمام المنظمات بالجودة يشجعها على الاستمرار والازدهار، وكذلك يمكن لإدارة الجودة الفعالة تحسين العلامة التجارية للمنظمة وبالتالي تحسين سمعتها وحمايتها من المخاطر، وزيادة كفاءتها، وأرباحها وتحسين وضعها الاقتصادي للمحافظة على النمو والاستقرار في جميع الأحوال مما يجعل الموظفين والعملاء أكثر رضاً عن المنظمة.

وتأتي هذه الدراسة الذي نضعها بين ايديكم، استمراراً لنهج شركات الاتصالات في المملكة في السعي نحو التطوير والتحسين المستمر على خدماتها وآليات تعاملها مع الجمهور، وإن ميثاق خدمة العملاء او جودة الخدمات التي تقدمها شركات الاتصالات للمشاركين هي أداة رئيسية للتواصل معهم وتوفير معلومات اساسية لهم عن الخدمات المقدمة من شركات الاتصالات وكيفية الاستفادة منها لتحقيق مبدأ المشاركة والشفافية في تقديم الخدمات بما يحقق أفضل مصلحة للعميل و للشركة على حدٍ سواء.

تواجه الدوائر والمؤسسات الخدمية في وقتنا الحاضر تحديات عديدة وفي مقدمتها، تزايد اعداد المنظمات الخدمية وتنامي حدة المنافسة بينها، ولمواجهة هذه التحديات اتجهت معظم الشركات الى الاهتمام بجودة خدماتها سعياً لإرضاء العملاء ولتطوير قدرتها التنافسية. وتعد الجودة من اهم الإستراتيجيات التي تعتمد عليها

الشركات للوصول الى رضا العملاء مما يزيد من قاعدة المشتركين وبذلك يتحسن وضعها الاقتصادي بين مزودي الخدمات المماثلة.

وتهدف هذه الدراسة الى التعرف على أثر الجودة التي تقدمها شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية ومدى رضا العملاء.

مشكلة الدراسة

تكمن مشكلة الدراسة في ارتباط رضا المتعاملين بجودة الخدمات المقدمة لديهم وبعدهد من العوامل التي تؤثر على سمعة شركات الاتصالات وعلى الخدمات المقدمة من قبل شركات الاتصالات, ومن ثم فإذا شركات الاتصالات لن تقدم للمتعاملين مايتوقعونه من جودة خدمات وتطوير في انظمة شركات الاتصالات فستخسر متعاملينها وسوف يتجهون الى المكاتب الخارجية او الى شركات اخرى

فجميع شركات الاتصالات في المملكة تسعى الى زيادة رضا متعاملينها لتبني بيئة اقتصادية ناجحة ولتطور من اقتصاد المملكة لكسب المستثمرين والتجار, وتسعى شركات الاتصالات الى زيادة رضا متعاملينها عن طريق تطوير الخدمات الإلكترونية وتحويل جميع معاملاتها الى معاملات رقمية 100%

وتوفر للمتعاملين جميع ما يحتاجون اليه عن طريق الخدمة الإلكترونية او المكاتب الخارجية التابعة للشركة, وتسعى شركات الاتصالات للتطوير من خدماتها بشكل اكبر لتوفر كل سبل الراحة للمتعاملين لتحقيق تنمية مستدامة للمملكة.

المشكلة هي عبارة عن عدم تقديم الجودة الكافية وعدم تقديم مايتوقعه المتعامل من شركات الاتصالات, وهذه المشكلة تكون مهمة جداً للمتعاملين والمستثمرين الذين يتعاملون مع شركات الاتصالات لان المتعامل يبحث دائماً عن افضل جودة خدمات وعن افضل نظام لخدمته, فان لن توفر شركات الاتصالات للمتعامل ما يتوقعه ولن يتم تطوير الجودة فهناك خطورة لان عدم تطوير مايتوقعه المتعامل سيؤدي الى نقص عدد المتعاملين والمستثمرين في شركات الاتصالات

وعند عدم الوصول الى حل لهذه المشكلة ستواجه شركات الاتصالات عقبات كثيرة وكبيرة منها ان المتعامل سيبحث عن مراكز اخرى ليقدم خدماته وبالتالي نقص عدد زوار مبنى شركات الاتصالات - انسحاب

المتعاملين من مشاريعهم وعدم تكملتها او الغائها فهذه العقبات سوف تؤثر على اقتصاد المملكة ان لن يتم تطويرها وتكمن مشكلة الدراسة في الاجابة عن السؤال الرئيسي الاتي:

ما هو اثر جودة الخدمات المقدمة من شركات الاتصالات في المملكة على رضا العملاء؟

اهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في أن قطاع الخدمات يلعب دورا هاما في الاقتصاد إلا أن الاهتمام به من قبل الباحثين والدارسين لا يزال هزيلا ، لذلك فهو يتطلب المزيد من الأبحاث و الدراسات خاصة تلك المتعلقة بالمجال التسويقي من أجل التعريف بالخدمات والخصائص التسويقية و علاقتها بسلوك العملاء.

تبرز أهمية هذا الدراسة في تعبيره عن جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين, ومدى توافقها مع رغباتهم وحاجاتهم ورفع مستوى جودة الخدمات بما يتحقق مع رغبة المتعاملين وحاجاتهم بما يفوق توقعاتهم, وذلك من اجل تشخيص مستوى جودة الخدمات المقدمة من قبل شركات الاتصالات في المملكة ولتطوير وسائل الاتصال والتواصل مع المتعاملين

رضا المتعاملين هام جداً لأنه يوفر نظام مراقبة وقياس رضا المتعاملين ويمكن للشركة من استخدامه لتحسين خدماتها, وبالتالي مضاعفة لنسبة النجاح لكونه يحدد نقاط القوة والضعف في الاداء وبالتالي يؤدي الى تطوير وتجديد الخدمات, وعندما تحصل شركات الاتصالات على رضا متعاملينها تكون نقطة اختلاف تميز شركات الاتصالات عن غيرها من التي تعمل في نفس المجال.

اهداف الدراسة

يهدف هذا الدراسة إلى:

- تقديم إطار نظري يحدد المفاهيم المتعلقة بجودة الخدمة و المؤشرات و نماذج تقييمها و سبل تحسينها بالإضافة إلى التعريف بالرضا و خصائصه و طرق قياسه.
- تحليل العلاقة الموجودة بين جودة الخدمة المدركة و رضا العملاء.
- تطبيق نموذج لتقييم جودة الخدمة المقدمة.
- التأكيد على أهمية جودة الخدمة المقدمة كمصدر للميزة التنافسية في ظل الانفتاح على السوق العالمي.
- التوصل إلى بعض النتائج و الاقتراحات التي من الممكن أن تساهم في تطور جودة الخدمة في شركات الاتصالات في المملكة.

اسئلة الدراسة

- ✚ ما مدى تأثير جودة الخدمة في تحقيق رضا العميل؟
- ✚ كيف يقيم العملاء جودة الخدمات المقدمة من طرف شركات الاتصالات في المملكة؟
- ✚ ما هي المؤشرات التي يستخدمها العملاء في تقييم جودة الخدمة ؟
- ✚ هل هناك ارتباط بين جودة الخدمة المدركة و رضا العملاء؟

بناء على التساؤلات المطروحة تم وضع الفرضيات التالية:

✚ يختلف تقييم الأداء الفعلي من طرف العملاء للخدمة المقدمة من قبل شركات الاتصالات في المملكة.

✚ هناك علاقة ارتباط بين الجودة المدركة للخدمة المقدمة و رضا العملاء.

مصطلحات الدراسة

✚ خدمة العملاء: هي تلك الجهود التي تقدمها المنظمة لتحقيق احتياجات خاصة للعملاء، ولا تهدف المنظمة من تقديم تلك الخدمة إلى العملاء تحقيق منفعة مادية او ربح اقتصادي فقط بقدر ما تستهدف السعي لتوفير قدر من القبول لها والتفوق على المنافسة.

✚ رضا المتعاملين: رضا العملاء مصطلح يستخدم في مجال التسويق لقياس مستوى توافق أو تجاوز المنتجات التي تنتجها الشركة لتوقعات الزبائن .

✚ جودة الخدمات: وهي مجموعة من السمات والمميزات التي تتمتع بها الخدمة المقدمة بحيث تكون قادرة على تلبية الاحتياجات المطلوبة بشكل صريح او بشكل مضمون.

دراسة هيثم (2016م) تناولت الدراسة أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة في ترقية الأداء في منظمات

قطاع الأعمال.

تمثلت مشكلة الدراسة في مدى تأثير تطبيق إدارة الجودة الشاملة في ترقية الأداء في قطاع الأعمال وهدفت الدراسة إلى تشجيع المنظمات التي تعمل في مجال الخدمات على تطبيق إدارة الجودة الشاملة بالطرق العلمية، كما تطرقت إلى توضيح دور إدارة الجودة الشاملة للشركات التي تعمل في مجال تقديم الخدمات في جمهورية السودان.

من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة هي تحديد الجودة الشاملة عن طريق حاجات وتوقعات العميل. وقد أسهمت أسس الاختيار والتعيين المطبقة في الشركات ذات الصلة بالدراسة، في توفير الكوادر البشرية القادرة على تحقيق الجودة الشاملة على منتجاتها.

ومن أهم التوصيات التي توصلت إليها الدراسة، هو ضرورة تشكيل فرق عمل في الشركات محل الدراسة لتقديم التحليلات والاقتراحات لتحسين أساليب العمل.

ولتطبيق إدارة الجودة الشاملة لابد لإدارة الشركات محل الدراسة أن تهتم بعملية التدريب في جميع المستويات الإدارية مما له الأثر الأكبر الذي ينعكس على جودة العمل وبالمقابل جودة الخدمات والممنتجات.

وقد اختلفت هذه الدراسة عن الدراسة الحالية، في انها تناولت أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة في ترقية الأداء في منظمات قطاع الأعمال بينما تناولت دراستنا، جودة الخدمات وأثرها في تحقيق رضا العملاء في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية

دراسة عفاف (2015م) تناولت الدراسة أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على أداء العاملين بالمؤسسات الخدمية.

تمثلت مشكلة الدراسة في معرفة المشاكل والمعوقات التي تحول دون تطبيق إدارة الجودة الشاملة بالمؤسسات الخدمية، هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم مفاهيم وعمليات إدارة الجودة الشاملة بالهيئة والوصول إلى تصور شامل لإستراتيجية تطبيقها، كما هدفت إلى دراسة أثر إدارة الجودة الشاملة على أداء العاملين بالهيئة القومية للكهرباء.

من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: اقتناع الإدارة العليا ودعمها المادي والمعنوي لإدارة الجودة الشاملة بالهيئة يساعد على نجاح تطبيقها، اشراك العاملين في اتخاذ القرارات ووضع الخطط والسياسات يؤدي إلى توليد روح الإنتماء والولاء لدى جميع العاملين ومن ثم رفع مستوى أدائهم.

ومن أهم التوصيات التي توصلت إليها الدراسة: تحسين علاقات العمل بين العاملين والهيئة من خلال وضع المسئوليات والصلاحيات، التعرف على دوافع ورغبات العاملين بالهيئة للاستفادة منها في تطبيق إدارة الجودة الشاملة بكفاءة وفاعلية.

اختلفت هذه الدراسة عن الدراسة الحالية في انها تناولت أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على أداء العاملين بالمؤسسات الخدمية بينما تناولت الدراسة الحالية جودة الخدمات وأثرها في تحقيق رضا العملاء في شركات الاتصالات في المملكة.

دراسة قراوي ، غازي (2015م) تناولت الدراسة تأثير جودة الخدمة على رضا الزبون الخارجي.

تمثلت مشكلة الدراسة في هل يمكن اعتبار جودة الخدمة عاملاً هاماً في كسب وتحقيق رضا الزبون الخارجي، هدفت الدراسة إلى إظهار مدى أهمية جودة الخدمة في رفع رضا الزبون الخارجي الذي يؤدي إلى نجاح واستمرارية المؤسسة، كما هدفت إلى تناول الموضوع من جوانب متعددة لإظهار بعض الحقائق التي تفيد الموضوع وتثري المكتبة الجامعية، محاولة تحسيس المؤسسة الجزائرية بأهمية متغيري البحث ومعالجة الخلل الناتج عن إهماله.

من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: لا تقتصر الجودة على الجوانب المتعلقة بالخصائص و الصفات المميزة للمنتج فقط بل تتعدى إلى إحترامه ومطابقته للمعايير المخطط لها... إلخ، يتم تحقيق الجودة في المؤسسات قبل وأثناء وبعد العملية الإنتاجية، لا تتوقف جودة الخدمة عند حد معين، فهي تتطور وتحسن بشكل مستمر.

ومن أهم التوصيات التي توصلت إليها الدراسة: على المؤسسة تحسين جودتها بشكل مستمر وذلك لكسب رضا زبائنها، تحسين صورتها، تخفيض تكاليفها، الجودة لا تأتي من فراغ بل لابد من وضع

إستراتيجية للتحسين المستمر حتى تحقق المؤسسة ما يطمح إليه زبائنها، على المؤسسة الترويج لمنتجاتها، وذلك لزيادة نسبة استعمالها من خلال إبراز مزاياها وجودة مواصفاتها

اختلفت هذه الدراسة عن الدراسة الحالية في انها تناولت تأثير جودة الخدمة على رضا الزبون الخارجي بينما تناولت الدراسة الحالية جودة الخدمات وأثرها في تحقيق رضا العملاء في شركات الاتصالات في المملكة

دراسة مي (2014م) تناولت الدراسة أثر تطبيق معايير الجودة الشاملة على الأداء في مؤسسات القطاع الخاص.

تمثلت مشكلة الدراسة في مامدى تأثير معايير الجودة الشاملة على الأداء في مؤسسات القطاع الخاص، هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع الجودة الشاملة ومدى تطبيقها في مؤسسات القطاع الخاص، كما هدفت إلى معرفة أهم معوقات تطبيق الجودة الشاملة على الأداء في مؤسسات القطاع الخاص.

من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أن العمليات التدريبية تشمل جميع الموظفين بالبنك بمختلف وظائفهم إداراتهم، هنالك بعض المعوقات في تطبيق برامج الجودة الشاملة في بعض البنوك.

ومن أهم التوصيات التي توصلت إليها الدراسة: أن يتم انشاء حلقة تواصل بين البنوك والعملاء وذلك طريق اقامة الندوات والمحاضرات، يجب على الإدارة العليا في البنك أن تساعد في التخلص من معوقات

تطبيق الجودة الشاملة بالدعم المادي

اختلفت هذه الدراسة عن الدراسة الحالية في انها تناولت أثر تطبيق معايير الجودة الشاملة على الأداء في مؤسسات القطاع الخاص بينما تناولت الدراسة الحالية جودة الخدمات وأثرها في تحقيق رضا العملاء في شركات الاتصالات في المملكة

دراسة إياد فتحي العالول (2011م) تناولت الدراسة قياس جودة الخدمات التي تقدمها شركة جوال

من وجهة نظر الزبائن في محافظات قطاع غزة.

تمثلت مشكلة الدراسة في قياس جودة الخدمات التي تقدمها شركة جوال من وجهة نظر الزبائن في محافظات قطاع غزة، هدفت الدراسة إلى قياس جودة الخدمات المقدمة من شركة جوال في محافظات قطاع غزة من وجهة نظر الزبائن وتحديد أبعادها ومعرفة توجهات الزبائن نحو خدمات شركة جوال، لتقويم تلك الخدمات للأفضل، كما هدفت إلى تحديد الأهمية النسبية للأبعاد المختلفة الجودة خدمات شركة جوال من وجهة نظر الزبائن.

من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة هي موظفو شركة جوال غير مستعدين وراغبين بالدرجة المتوقعة لتقديم المساعدة للمشاركين والزبائن الجدد، سلوك موظفي شركة جوال لايعطي انطباعة بالثقة بالدرجة المتوقعة لدى المشاركين والزبائن الجدد إن تقييم زبائن شركة جوال لمستوى جودة الشبكة كان متدنية ولايرتقى إلى مستوى توقعات الزبائن.

ومن أهم التوصيات التي توصلت إليها الدراسة هي ضرورة وضع برامج تدريبية للموظفين العاملين في الخطوط الأمامية في مقابلة الزبائن لزيادة وعيهم بمفهوم جودة الخدمة وتأهيلهم بمهارات البيع والتسويق وحسن المعاملة مع الجمهور كي تتحسن نسب الاستجابة والتعاطف، إظهار جدية التزام

الشركة بالوعود التي طرحتها على الزبائن في تحسين جودة الخدمة، توضيح واعلام الزبائن بالمعوقات والتحديات التي تواجه شركة جوال في ظل الحصار الخانق على محافظات قطاع غزة

اختلفت هذه الدراسة عن الدراسة الحالية في أن هذه تناولت قياس جودة الخدمات التي تقدمها شركة جوال من وجهة نظر الزبائن في محافظات قطاع غزة والدراسة الحالية تناولت جودة الخدمات وأثرها في تحقيق رضا العملاء في شركات الاتصالات في المملكة.

المنهجية وطرق البحث

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يتلاءم و طبيعة الموضوع، حيث تم استغلال المعلومات عليها لوصف الخلفية النظرية للموضوع، ثم تم التوجه إلى ميدان الدراسة و جمع البيانات الخاصة بالمؤسسة ثم تبويبها، وتفسيرها بهدف اختيار الفرضيات واستخلاص النتائج واما في الدراسة التطبيقي تم الاعتماد على أداء جمع البيانات التي اعتمدت في بحثنا وتمثل باستبيان موجه الى متعاملين شركات الاتصالات.

المصادر لجمع البيانات:

- سيتم جمع البيانات لهذه الدراسة من خلال مصدرين وهما: مصادر أولية ومصادر ثانوية:
- **المصادر الأولية:** سيتم جمع هذه المصادر لمعالجة الجوانب التحليلية للدراسة من قبل عينة من العاملين في شركات الاتصالات في المملكة، وسيتم جمع العينة بطريقة عشوائية باستخدام استبيان.
 - **المصادر الثانوية:** سيتم جمعها لمعالجة الجوانب النظرية للدراسة عبر التقارير والكتب العربية والأجنبية ذات الصلة، ومواقع الإنترنت المختلفة عبر شبكة الويب العالمية.

مجتمع الدراسة:

تتكون من 50 متعاملا مختار بصورة عشوائية من شركات الاتصالات في المملكة.

عينة الدراسة:

سيتم استخدام استبيان مكون من عدة فقرات وسيتم توزيعه على مجتمع الدراسة من خلال البريد

الإلكتروني.

الأساليب الإحصائية:

سيتم استخدام حزمة البرامج الإحصائية (SPSS) لتحليل البيانات التي سوف يتم جمعها من

الاستبيان، واستخدام عدد من الأساليب الإحصائية من أجل تحليل جميع البيانات، وهي كالآتي:

- اختبار الفا كرونباخ: وسيتم فيه اختبار قياس ثبات أداة الدراسة (الاستبيان).
- اختبار معامل الارتباط البسيط لبيرسون: لمعرفة العلاقة بين المتغيرين ومعرفة مدى صدق التناسق الداخلي بينهما.
- التكرارات والنسب المئوية: لحساب التكرار والنسبة المئوية لبيانات المشاركين من عينة الدراسة.
- حساب المتوسط الحسابي: سيتم فيه حساب متوسط الاستجابات من أفراد العينة.
- حساب الانحراف المعياري: لحساب مستوى تشتت استجابات أفراد العينة.
- تحليل الانحدار المتعدد: لاختبار فرضيات الدراسة وقياس اثر جودة الخدمات المقدمة من شركات الاتصالات في المملكة على رضا العملاء.

ادوات الدراسة

لتحقيق هدف الدراسة سيتم توزيع استبانة مكونة من أسئلة الدراسة للاجابة عليها عن طريق جوجل فورم ومن ثم يتم تحليل بياناتها عن طريق برنامج التحليل الاحصائي ال SPSS.

التبويب المقترح

سوف تتكون الدراسة من خمسة فصول وهي كالآتي:

أ- الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

- المقدمة
- مشكلة الدراسة
- اهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- اسئلة الدراسة

ب- الفصل الثاني: الدراسات السابقة والاطار النظري

ت- الفصل الثالث: منهجية الدراسة

- منهج الدراسة
- مجتمع الدراسة
- عينة الدراسة
- أدوات الدراسة
- الأساليب الإحصائية

- اختبار الصدق والثبات

- الدراسات التحليلية

- اختبار الفروض

ث- الفصل الرابع: نتائج الدراسة

- النتائج

- مناقشة النتائج

ج- الفصل الخامس: الاستنتاجات والتوصيات

- الاستنتاجات

- التوصيات

– المراجع

– الملاحق

مجالات الدراسة

المجال الزمني: اخذت الدراسة ما يقارب الشهر وهو خلال شهر اكتوبر من عام 2022.

المجال المكاني: تم اختيار عينه عشوائية من شركات الاتصالات في المملكة.

المجال البشري: تم اختيار عينه عشوائية مكونه من 20 متعامل من شركات الاتصالات في المملكة.

المراجع

1. مأمون الدرادكة ، طارق شيلي، الجودة في المنظمات الحديثة، عمان, دار صفاء للنشر والتوزيع, الطبعة 1, صفحة 42
2. قاسم علوان ، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الإيزو 9001 : 2000 ، عمان, دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الطبعة 2
3. عبد الله مسلم, إدارة الجودة الشاملة, عمان, دار المعترف للنشر, الطبعة 1, صفحة 24-25
4. الجضيبي،خالد بن سعد, إدارة الجودة الشاملة تطبيقات تربوية، الرياض, دار الأصحاب للنشر, طبعة 1
5. حمود، خضير كاظم، إدارة الجودة الشاملة , عمّان, دار المسيرة للنشر والتوزيع, طبعة 1
6. الدرادكة، مأمون الشبلي، طارق، الجودة في المنظمات الحديثة، الامارات، العين للطباعة والنشر، طبعة 1
7. البيللاوي،حسن حسين, الجودة الشاملة في التعليم بين مؤشرات التميز ومعايير الاعتماد ، لبنان، داؤ النهضة العربية، الطبعة 1
8. أمون الدرادكة ، طارق شيلي ، الجودة في المنظمات الحديثة ، الطبعة الأولى ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، 2012
9. مأمون الدرادكة ، إدارة الجودة الشاملة ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى، عمان ، 2014

10.سهيل إلياس، دليل عملي لتطبيق أنظمة إدارة الجودة الإيزو 9000 دار الفكر المعاصر ، الطبعة

الأولى ، دمشق ، 2014

11.خضير كاظم حمود،إدارة الجودة،دارالمسيرة للنشر والتوزيع والطباعة،الطبعة الأولى،عمان،

2015

12.خضير كاظم حمود ، إدارة الجودة وخدمة العملاء ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ،

الطبعة الأولى ، عمان ، 2018

13.Ane Gratacap , Pierre Medan , Management de production : concepts ,
méthodes , cas , édition Dunod , Paris , 2001

14.Ane marie feuille , normalisation des plastiques , A3503, vam3
,Technique de l'ingénieur , traité plastiques et composites , Paris , 1996

15.Belin.A, La mesure de la satisfaction client dans les marckes industriel
mastère marketing et communication commerciale, école superieur de
commerce de toulouse, Juillet, 2002.

16.Christian Derbaix, Joel brée, comportement du consommateur édition
economica, paris, 2000.

17.Daniel Duret , Maurice pillet , qualité en production : de Iso 9000 à Six
sigma , 2eme édition , édition d'organisation, Paris 2002 .

