



:

الموضوع:

أهمية تعزيز الجودة في رفع رضا العميل

تحت إشراف:

د. علي عبد الله

من إعداد الطالبة:

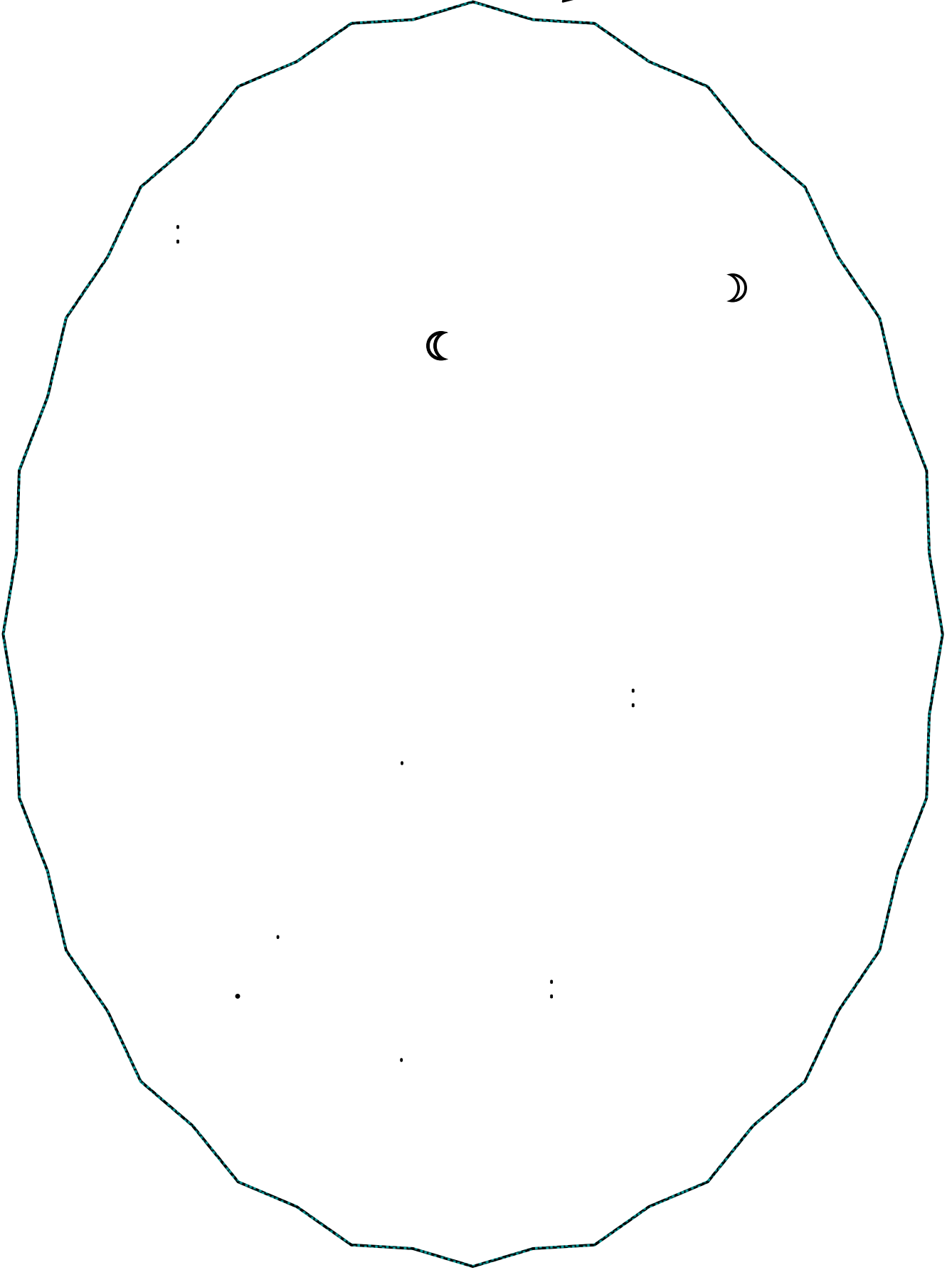
سكر فاطمة الزهراء

:

/ .
/
/
/
/
/

السنة الجامعية: 2007/2006

إهداء



كلمة شكر

﴿

:

:

:

[-]	
02	:
02	
03	:
03	:
14	:
22	:
30	:
30	:
31	:
48	:
54	:
54	:
62	:
68	:
73	

75	:
75	:
76	:
76	:
82	:
88	:
94 /	:
94	:
97 /	:
109	:
117	:
118	:
134	:
134	:
139	:
141	:
141	:
142	:
142	:
152	:
158	:
162	:
162	:
166	:
170	:
173	:
175	:

182	:
182	:
186	:
196	:
206	
208	
214	

11		1
12		2
15		3
19		4
23		5
24		6
28		7
30	PDCA	8
32		9
34	juse	10
36	()	11
37		12
38	(/)	13
43	(kaizen)	14
52		15
56		16
56		17
59		18
60		19
61		20
64		21
79		22
81		23
84		24
85		25
87		26
90		27

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

94		28
103		29
106		30
107		31
109		32
110		33
112		34
114		35
115		36
116		37
117		38
120		39
135		40
137		41
137		42
146		43
149		44
149		45
152		46
153		47
154		48
155		49
158		50
158		51
159		52
160		53
166		54
167		55
171		56
183		57

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz

6		1
8		2
12		3
13		4
18		5
33	juse	6
35		7
70		8
72	2000/9000	9
108		10
147		11
151		12
164		13
164		14
165		15
165		16
177		17
178		18
186		19
186		20
187		21
187		22
188		23
188		24
189		25

189		26
189		27
189		28
190		29
190		30
191		31
192		32
192		33
193		34
193		35
194		36
194		37
195		38
195		39

9000	1
14000	2
	3
	4
	5
chi-deux	6

(sous système)

: .1

: .2

:: .3

:: .4

:: .5

:: .6

: .7

:: .8

:9000 .9

: .10

: .11

: .12

: .13

: .14

: .15

: .16

: .17

: .18

مفظة



..

..

..

:

.1
.2
.3
.4



:

(SPSS)

..

-

-

-

-

-

-

.2006

..

..

الفصل الأول

المقاربة النظرية للجودة

..
..
..

.Feigenbaum

1.

2.

3.

¹ عبد الستار أحمد العلي: إدارة الإنتاج والعمليات، دار وائل للنشر، عمان، 2000، ص 510
² محفوظ أحمد جودة، إدارة الجودة الشاملة، مفاهيم وتطبيقات، دار وائل للنشر، عمان، 2003، ص 21
³ رشا حسين عبد العزيز مصطفى، قياس رضا العملاء عن جودة السلع الاستهلاكية المعمرة، رسالة ماجستير، جامعة عين شمس، مصر، 1998، ص 48.

(1):

Crosby	Starr	Evans	Carin	Krajewski	اسم الباحث الأبعاد الفكرية
يجب أن تكون مطابقة للمتطلبات	أبعاد وظيفية - الاستفادة من المنتج - المتانة - العوامل الإنسانية	الأداء	الأداء	مطابقة المواصفات	1
مقاييس الأداء ذات عيب صفري	أبعاد غير وظيفية - مظهر خارجي - الانطباع الذاتي	الهيئة	الهيئة	القيمة	2
التأكيد على مبدأ الوقاية لا التقييم	(الشهرة، السعر)	الاعتمادية	الاعتمادية	المطابقة للاستخدام	3
قياس سعر عدم المطابقة		المتانة	المطابقة	الدعم	4
لا يوجد شيء اسمه مشكلة الجودة		القابلية للخدمة	المتانة	الانطباعات النفسية	5
		الجمالية	القابلية للخدمة		6
			الجمالية		7
			الجودة المدركة		8

CERIST
www.pn.st.cerist.dz

Source : jocou pierre, Lucas Frédéric, « Au cœur du changement :une autre démarche de management,la qualité total », édition DUNOD, 3^{ème} édition,paris,1995, p5.

Document téléchargé depuis

Kotler



.6

1.

:

:

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST
-3-1

:(2)

:	1911
:	1931
:	1941
:	1950
:	1951
	1961
:	1970
quality is free	1979
	1980
	1981
	1982
	1987
	1988
	1989
	1993
	2003

.26

:

:

:

1-3-1

- 1700 -

*

*تشير المادة 299 من مسلة حمورابي " إذا قام أحدهم بإنجاز مهمة بناء بيت غير مطابق للمواصفات وتسبب البيت في وفاة المالك أو ابنه فإن العقوبة هي الحكم بالموت للشخص الذي قام بعملية البناء أو ابنه أيضا"

1

: 2-3-1
2

3

:

:

:

:

3-3-1

Shewhart

1947 (BEU Telephone Laboratories)

4

1950

5

:

:

(1993) 84-2

6

¹ مأمون الدرادكة وآخرون: "الجودة في المنظمات الحديثة"، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص 50

² Cattan Michel : «**Maîtriser les processus de l'entreprise** », guide opérationnel, les éditions d'organisation, Paris, 2000, p15

³ محمد إسماعيل عمر، " أساسيات الجودة في الإنتاج"، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص 107

⁴ Gogue Jean –Marie : « **Management de la qualité** », édition economica, 3^{ème} édition, Paris, 2001, p10

⁵ Gogue Jean – Marie : « **Traité de la qualité** », édition economica, Paris, 2000, p7

⁶ أحمد سيد مصطفى، إدارة الإنتاج والعمليات في الصناعة والخدمات، الطبعة الثالثة، بدون دار نشر، القاهرة، 1998، ص 558

4-3-1

9000

¹ Cattan Michel, **Maîtriser les processus de l'entreprise**, op cit, p17

² عبد الفتاح حمود، **الدليل العلمي لتطبيق إدارة الجودة الشاملة**، إيثرناك للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2001، ص7

³ دال بستر فيلد، **الرقابة على الجودة**، ترجمة سرور علي إبراهيم سرور، المكتبة الأكاديمية للنشر، القاهرة، 1995، ص40

⁵ فريد راغب النجار، **إدارة الإنتاج والعمليات والتكنولوجيا: مدخل تكاملي تجريبي**، مكتبة الإشعاع للنشر، الإسكندرية، 1997، ص400

⁵ Cattan Michel : « **Maîtriser les processus de l'entreprise** », op cit, p19 .

⁶ عمر وصفي عقيلي، **مدخل إلى المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة**، دار وائل للنشر، عمان، 2000، ص25

:1

الأداء	المطابقة	التصميم	تأكيد الجودة
	المنع		مراقبة الجودة
	التصحيح		الفحص
المنتج			

1996 21.

1970

5-3-1

1981

¹ Potie N Christian: " La qualité", la revue de gestion et entreprise, INPED, Boumerdés, mai 1999, N° 9, p120.

:

:(4)

*				

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

.55 1997

"

":

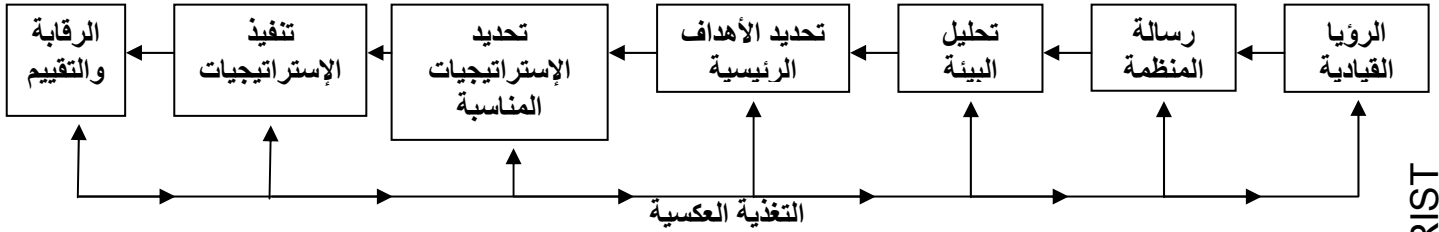
:

* إن هذه المرحلة تتضمن اثنين من المراحل هي: إدارة الجودة الشاملة والقيمة الشاملة للعميل.

-1
-2
-3

¹ مأمون الدرادكة، طارق الشلبي، مرجع سبق ذكره، ص 68
² Vinzant, Janet C, Douglas H, « **Stratégie Management and total qualité management : Challenges and choices** », Public Administration Quarterly, v20n2, p 201-219, Summer 1996.
³ Steiss, Alan, « **Strategic Management And Organization Decision Making** », Lexington, MA :D.C Heach.P.I, 1985.

:3



109

CERIST

www.pnst.cerist.dz

1-2-2

2-2-2

depuis

téléchargé

Document

3-2-2

.1

Porter

4-2-2

5-2-2

CERIST
www.pnst.cerist.dz
depuis
téléchargé
Document

¹ سعد غالب ياسين، الإدارة الإستراتيجية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان ، 2002 ، ص57

-6-2-2

-7-2-2

-2-2

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

2
: (5)

1"

¹ مأمون الداركة، طارق شلبي، مرجع سبق ذكره، ص 68.

² Steiss, Alan, op. cit, p 6.

:(5)

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

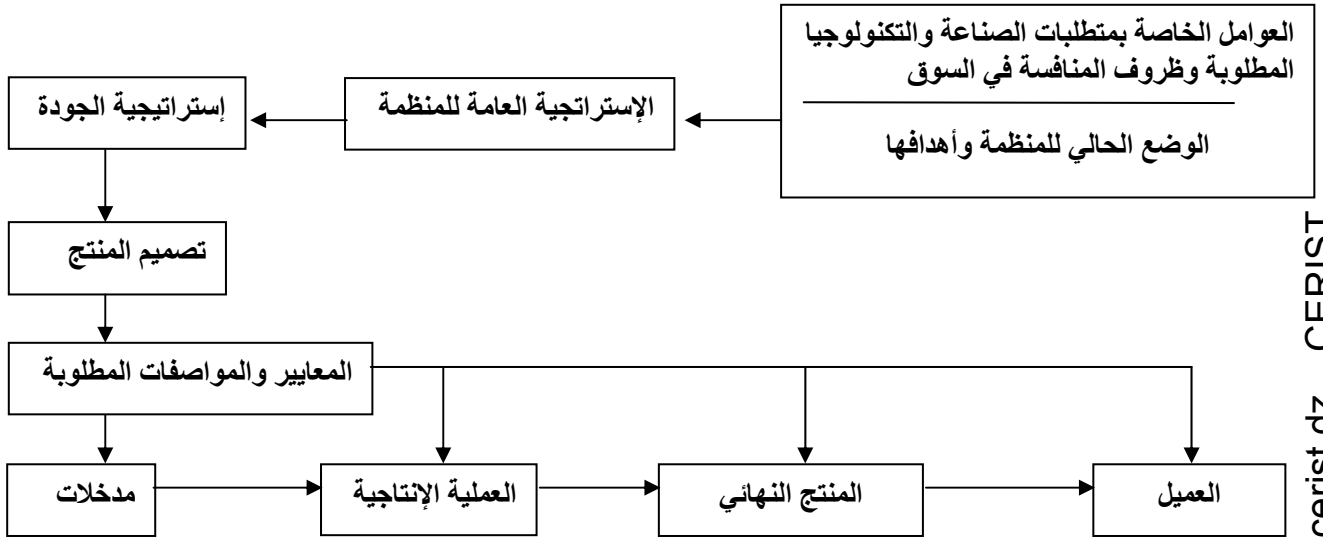
1

-3-2

Skinner

¹ Gary Hamel et al, « **Competing for future** », Harvard Business Review, July-Aug, N125 1992, p 122.

:4



125

:

:

:

()

-4-2

:

1:

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

-5
-2

-1-3

()

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

¹ رودريك ماكينلي، تحقيق الجودة: الدليل العلمي لتطبيق الجودة، ترجمة: صلاح بن معاذ المعيوف، آفاق الإبداع للنشر، الرياض، 1999، ص27

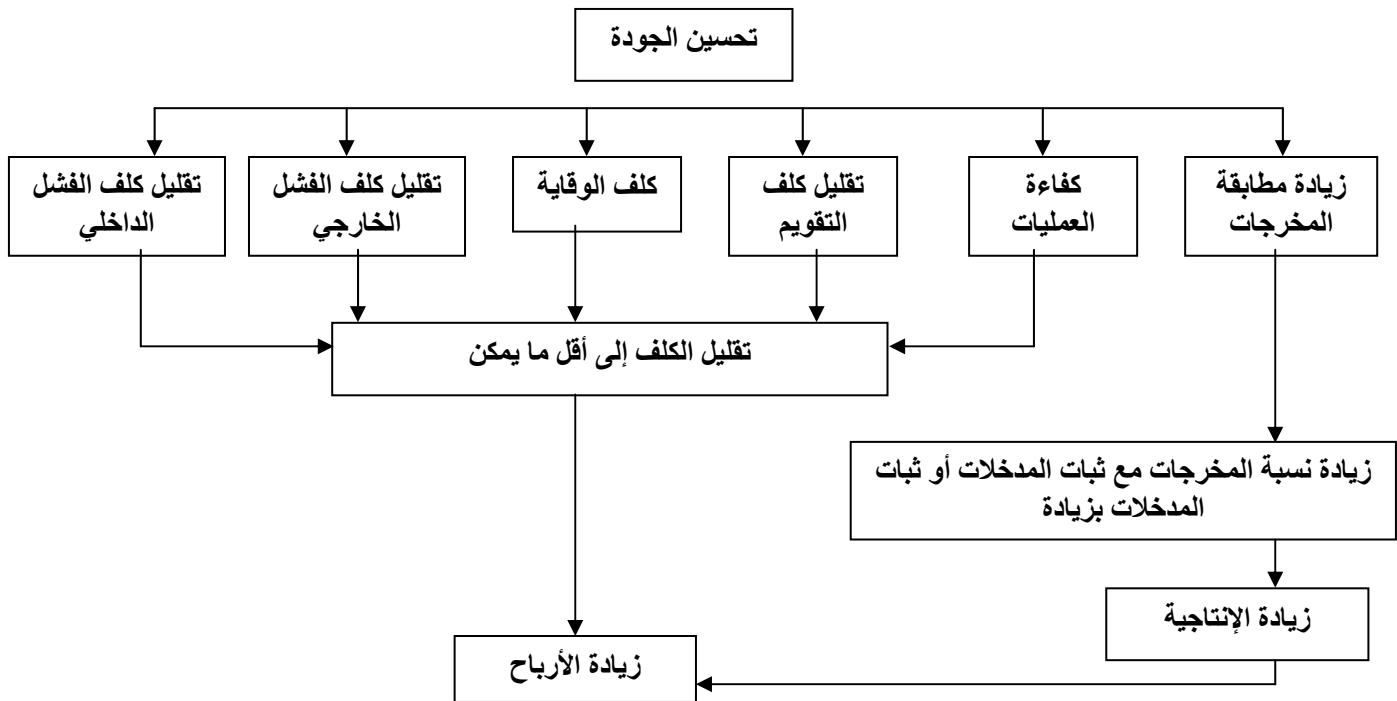
² محمود سلامة عبد القادر، الضبط المتكامل لجودة الإنتاج، وكالة المطبوعات للنشر، الكويت، 2000 ص230

³ Detrie Philipe, **conduire une démarche qualité**, les éditions d'organisation, Paris, 2001,p118

⁴ ديان جون، ريك جريغز، الجودة في العمل، ترجمة حسن الفرس وناصر محمد العديلي، دار آفاق الإبداع العالمية للنشر والإعلام، الرياض، 1995، ص106

⁵ Braninir Todorov, **ISO9000**, 3^{ème} édition Gaetan Morin éditeur, Paris, 1994,p 126

:5

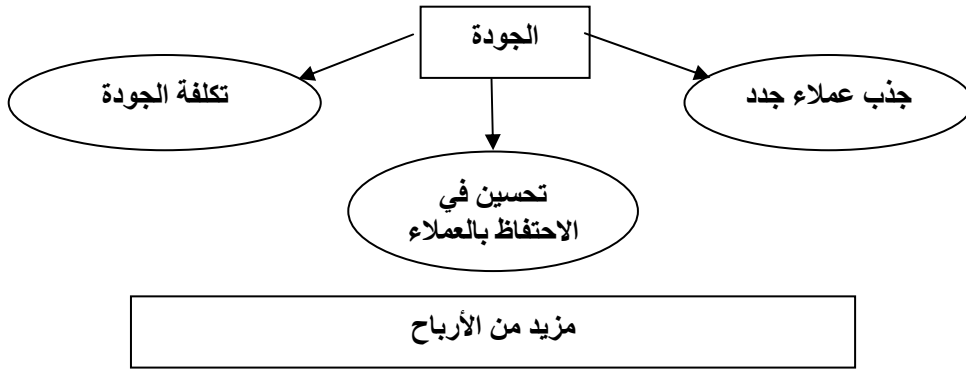


64

¹ فئات فوزي، داني الكبير أمعاشو، الجودة عامل أساسي لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة، مجلة الإدارة، العدد 21، 2001، ص 112

² Lamprecht James, ISO9001 : Commentaires et conseils pratiques, une approche statistique, édition AFNOR, Paris, 2001,p 181

:6



.94

:

:

✓

:

✓

)

(

(six Sigma)

3,4

:

✓

:

Dependent Variable

Independent Variables

Yuchtman
« Operational

"
"

Mahoney & Steern

" Kast et All

and Seasher and Etzioni

.Goals »

:

.1.2.3

:

¹ - على عبد الله، "اثر البيئة على أداء المؤسسات العمومية الاقتصادية - حالة الجزائر"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 1999، ص 6.

-/1

-/2

-/3

()

.2.2.3

.1

.2

Morly

" Mahney

¹ - نفس المرجع السابق، ص 9.

.3

Malé

:1

+

"

"

"

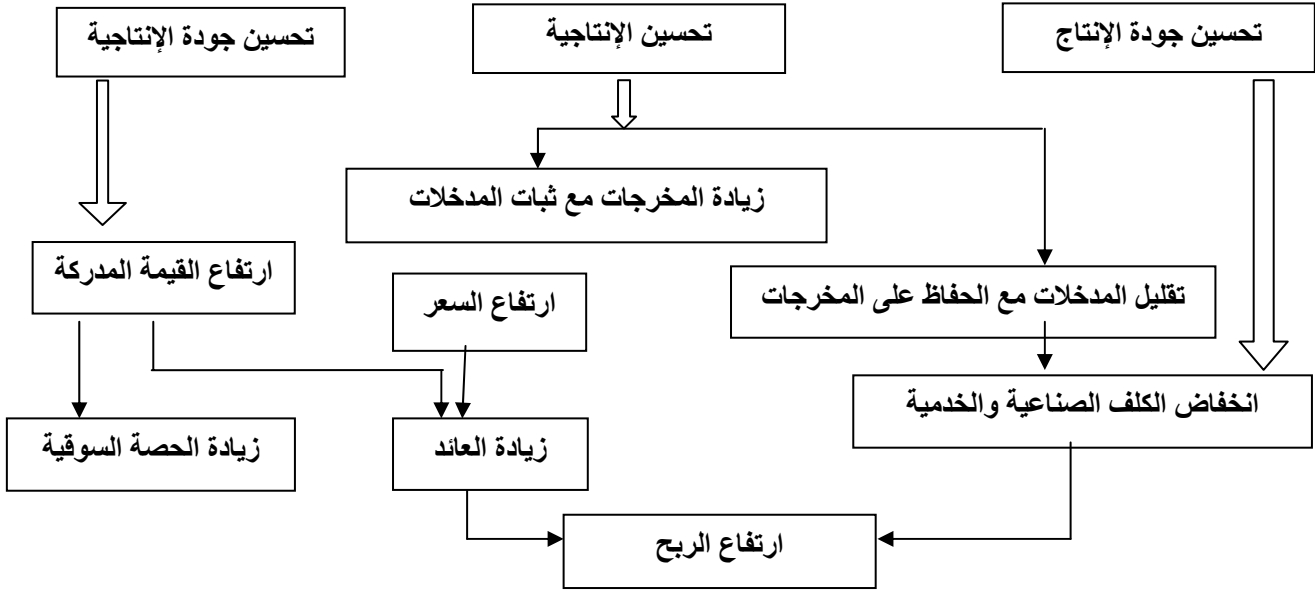
"

- 3-2-3

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

¹- نفس المرجع السابق، ص 13.

:7



Evan, I.R : **Applied production and operation management**, 4th edition, west pub company, : 1993, p59

:

1

:

()

2.

¹ نبيل محمد مرسي، إستراتيجية الإنتاج والعمليات، الدار الجامعية الجديدة، الإسكندرية، 2002، ص 340
² محمد جاسم الصميدعي، مدخل التسويق المتقدم، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص 334

" " " "

()

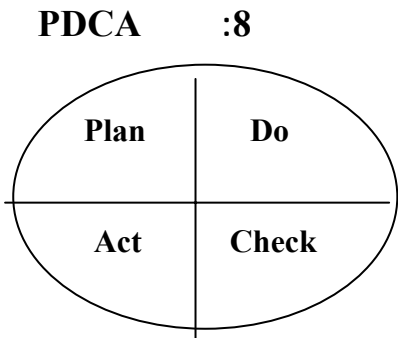
:

"

1.

¹ محمد اكرم العدلوني: العمل المؤسسي، دار ابن حزم للنشر والتوزيع، لبنان، 2002، ص 35.

PDCA



.54

PDCA

-2-2

-

-

-1-2

::

::

::

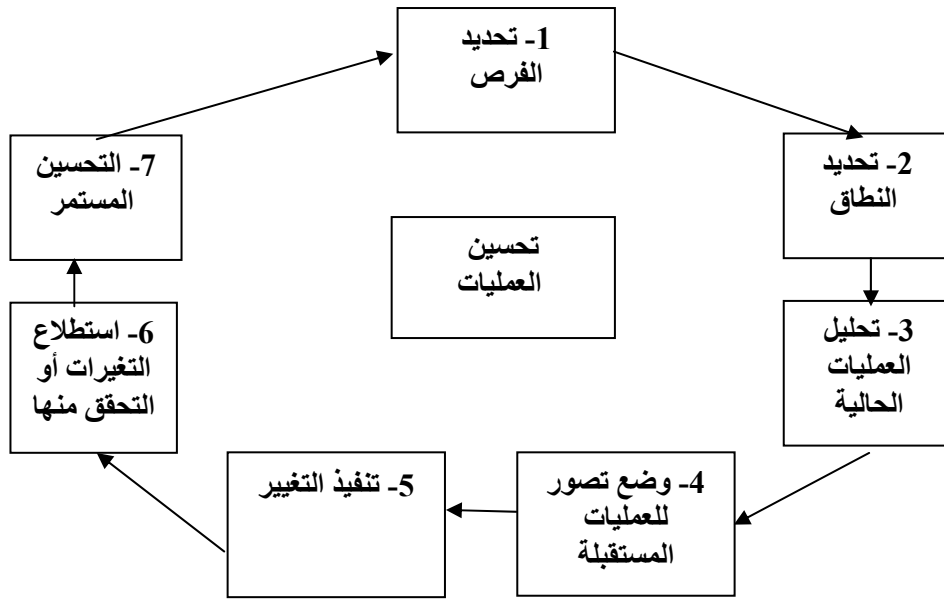
::

:

:

:

:9



.456 2001

"

"

:

:

1-2-2

1.

:

:

:

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

¹ James mono, l'amélioration contenu, <http://www.creativehorion.com.sa/Nashra.htm>.10/09/2006

3)

1979 Juse
Juse : (6)

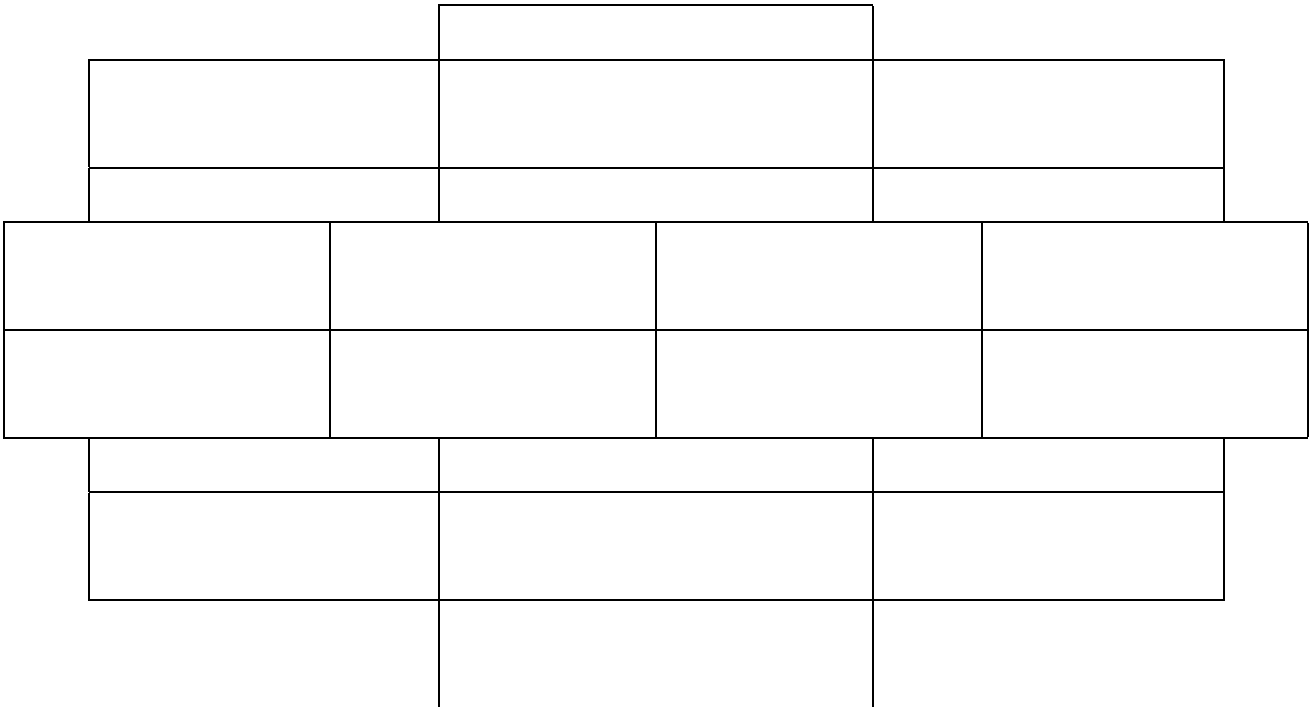
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	

:
 .211

¹ بهيرة الموجي : "دوائر الجودة" المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 1995، ص 05.

juse

:10



.204

1:

1 Jarrosson Bruno, « 100 ans de management : un siècle de management a travers les écrits »,édition DUNOD, paris, 2000 p 98.

:(7)

.207

:

:

-

:

-

:

-2-2-2

:

-

:

-

-

-

-

:

3-2-2

:

-

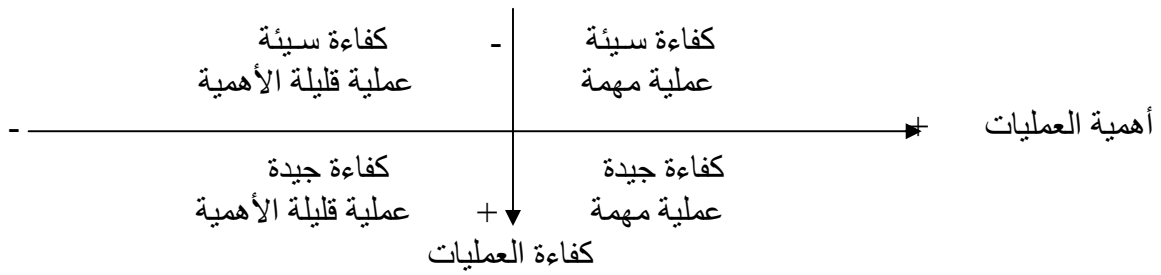
:

...

:

-

() :11

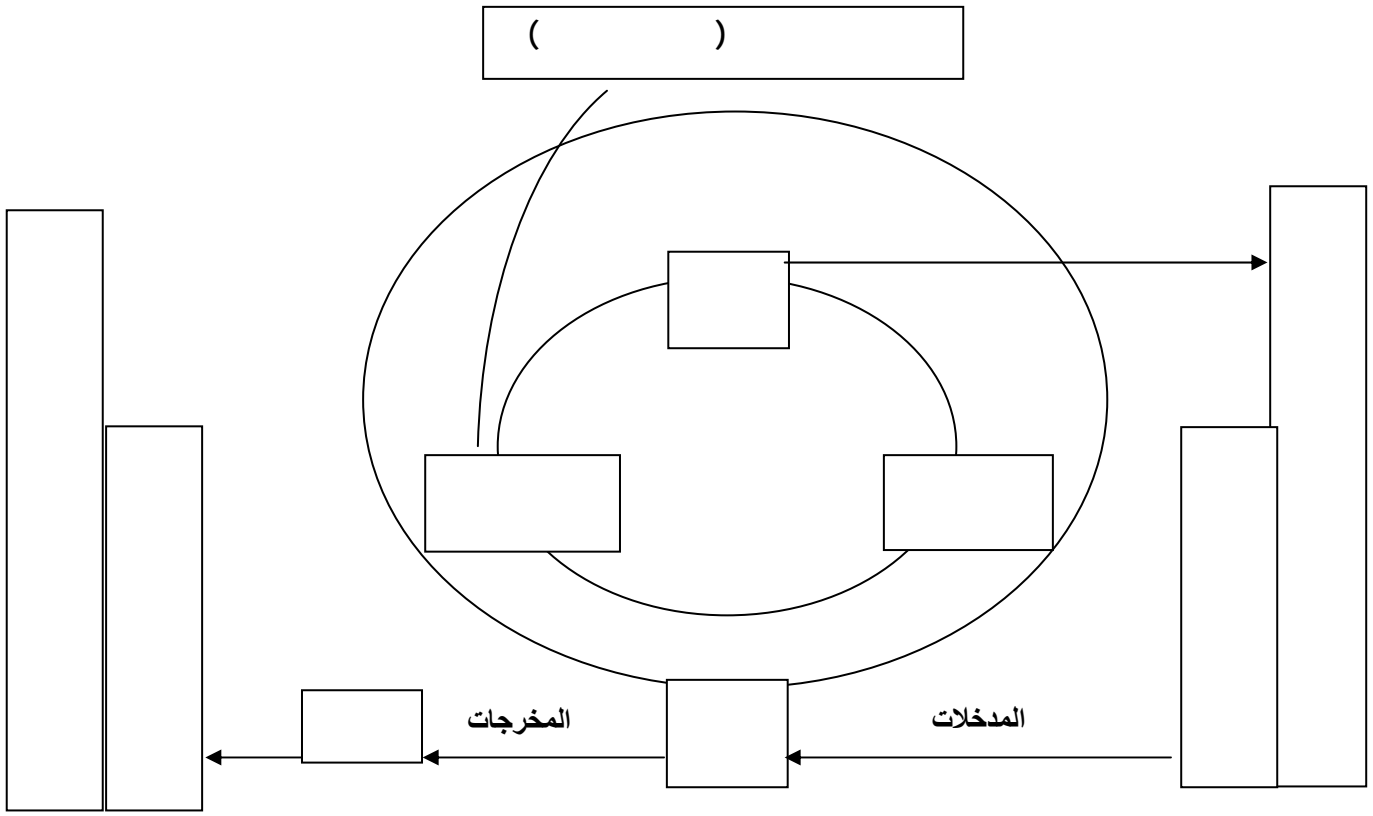


.36 2005

(4)

()

()



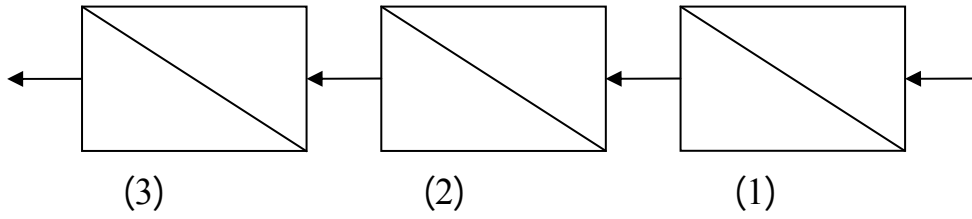
.38

:

PDCA

:

(/)



.38

:

(/)

:(Auto diagnostic)

:

1

:

:

:

()

-
-1

-
-2

¹ Villalonga Christophe : L'audit qualité interne : démarche et technique de communication efficacité son processus d'audit. Iso 9000. Iso 9011, édition DUNOD, Paris, 2003, p16.

4-2-2

farfelu

démultiplication

cesser la censure
qualité et quantité des idées

CQFD

3:

2.

:1

()

¹ محفوظ احمد جودة : مرجع سبق ذكره ص 189.

² خضير كاظم حمود : إدارة الجودة الشاملة , مرجع سبق ذكره, ص 136.

³ Sebello Didier et vertighem Christophe : « de la qualité a l'assurance de la qualité, accompagner la démarche », édition AFNOR, 2eme édition, paris, p 38.

:(systèmes de suggestions)

.1

1.

-2

-3

-4

2.

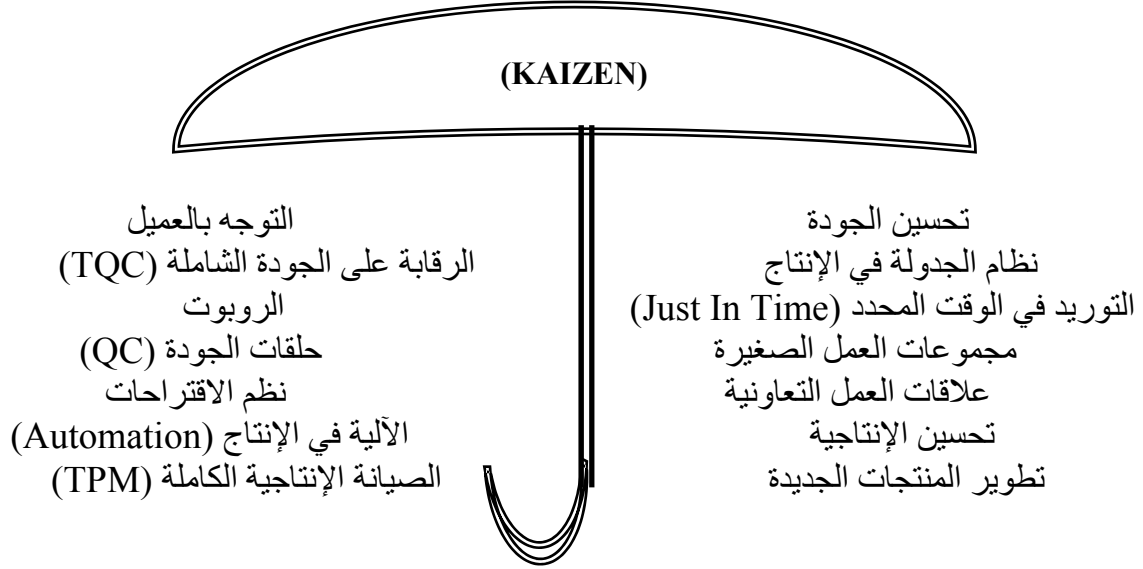
Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

¹ Ibid, p 43.

² Philippe Détrie : « **Le client retrouvé : Guide pratique de la qualité total** », , édition d'organisation, 3^{ème} éditions, Paris, 1999, p 277.

(kaizen)

:14



.82 1995

"

":

:

:

-2

2.:

kaizen

PDCA

3

.()

¹ HUBERAC jean –pierre, « **Guide des méthodes de la qualité** », édition AFNOR, Paris, 2001, p 137.

² Segot jaques et gasquet chautophe : « **assurer le passage a la norme iso 9001. Version 2000 en route vers l'excellence** » édition AFNOR, Paris ,2001, p29.

³ مهند النابلسي : **الجودة الشاملة تطبيقها العملية**، الجمعية الأردنية للجودة، عمان، 2002، ص 115.

-4-2

:

:

:

-

" :

:

-1

1"

:

...

-

-

-

-

-

)

.(...

2

:

3.

-

-

-

-

4.

:

-2

-

-

-

-

-

-

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

¹ Hammer Michael, Champy James: "Le reengineering", édition DUNOD, Paris, 1993, p 42.
² مايكل هامر: "نتائج إعادة الهندسة: الكيفية التي تغير بها المنظمة المتمركزة حول العمليات، العمل والحياة"، ترجمة قسم الترجمة في دار الآفاق والإبداع، آفاق الإبداع للنشر، الرياض، 1999، ص 15.
³ أحمد سيد مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص 412.
⁴ Glass Neil : « **Management : les 10 défis** », les éditions d'organisations, Paris, 2001, p 257.

MINTZBERG

"

" :**Boutinet** :

-2

" :**AFNOR** :

-1

" "

..

Document

téléchargé

depuis

www.pnst.cerist.dz

CERIST

-4

:

:

◆

¹ Henri- Pierre MADERS : **conduire une équipe projet**, édition d'organisation, 2^{ème} ed, Paris, 2000, p 17.

1

BROUSTAIL et FRERY

2

Pierre BOULANGER

Décloisonner

3

(Transversale)*

⁴GAREIS : .1

: .2

: .3

: .4

⁵Alain ROGER

: .1

() .2

: .3

CERIST
www.pnst.cerist.dz
depuis
téléchargé
Document

¹ Henry MINTZBERG : **Le management : voyage au centre des organisations**, éditions d'organisation, Paris, 1989, p 288.

² Joël BROUSTAIL, Frederik FRERY : **Le management stratégique de l'innovation**, éditions Dalloz, 1993, p 179.

³ Nicolas CURIEN : **Economie et management des entreprises de réseau**, Economica, Paris, 1992, p 163.

* باعتبار أن المشروع يتعلق بالمنظمة ككل وليس بمصلحة أو قسم معين فيها.

⁴ Denis LAFORTE : « **Gestion de projet et secteur public** », (décembre 1999), Document Edite sur (<http://www.enap.quebec.ca/documents-pdf/observatoire/coup-doeil/1999-dec-vol5n°4.pdf>), (premier accès le : 18/08/2004) , 221 K₀, P2/10.

⁵ Alain ROGER : « **Impact du management par projets sur les activités de l'entreprise** », (Daylight group Document de travail-version0.02- 1^{ère} version Octobre 2003), (<http://daylight-group.com/>).

: .4

: .5

:

:Benchmarking

1-3

benchmark

:

-/1

1.

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

¹ Luc Boyer .Didier burgravem, 'le marketing avancée du one to one au e-business, édition organisation, paris, 2000,p77.

1.

: .1

: .2

: .3

2.: -/2

: 2-3

3.

¹ Camp robert : ' **le benchmarking pour atteindre l'excellence et dépasser vos concurrent**, édition d'organisation, paris, 1992, p32 .34.

² Luc Boyer .Didier burgravem, op. Cit., p 80.

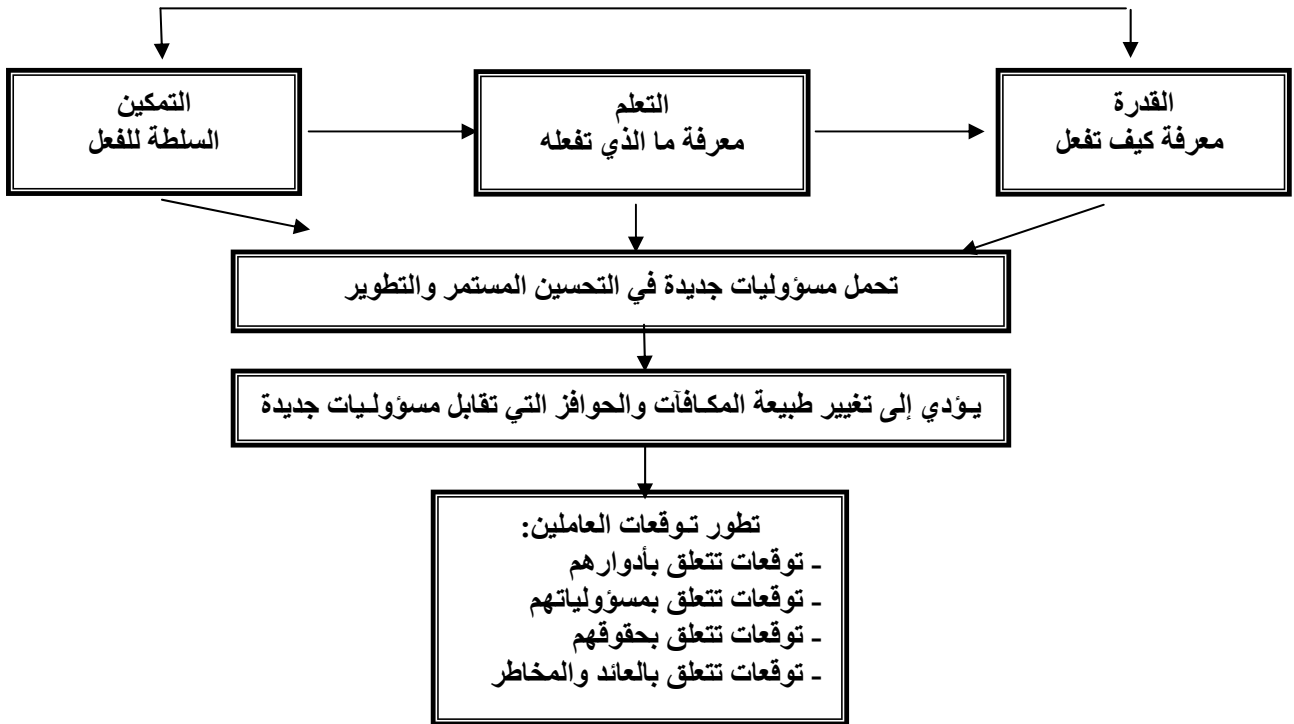
³ محفوظ أحمد جودة، مرجع سبق ذكره، ص 197

¹ محفوظ أحمد جودة، مرجع سبق ذكره، ص 199.

¹ ستيفن جورج. ارنولد ديمر زكيتش : إدارة الجودة الشاملة : الاستراتيجيات والآليات المجربة في أكثر الشركات الناجحة اليوم، ترجمة حسين حسنين، دار البشير، عمان، 1998 ص 102.

()

:15



.97 2006

4-3

1 .

1-1

" : (Odgers) "

James Hirira

Hodgett

¹ عبد الفتاح زين الدين، " تخطيط ومراقبة الإنتاج: مدخل إدارة الجودة"، دار الكتب، مصر، 1997، ص 532.

² Brilman Jean, op. Cit, p 58.

³ Neuville Jean – Philippe, « la qualité en question », revue française en gestion, N°18, Mars, Avril, Mai 1996, p39.

⁴ مؤيد عبد الحسين الفضل، حجيم الطائي، مرجع سبق ذكره، ص 318.

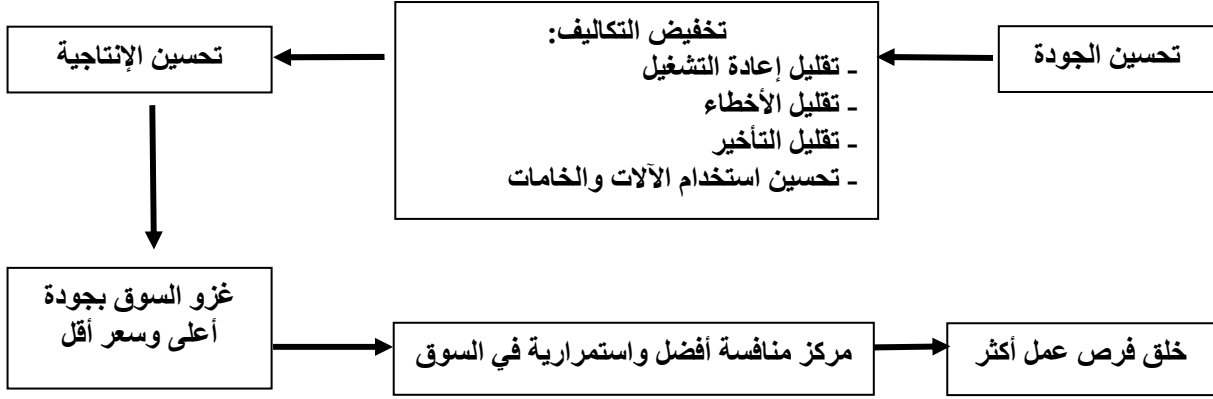
:1

- - - - -

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

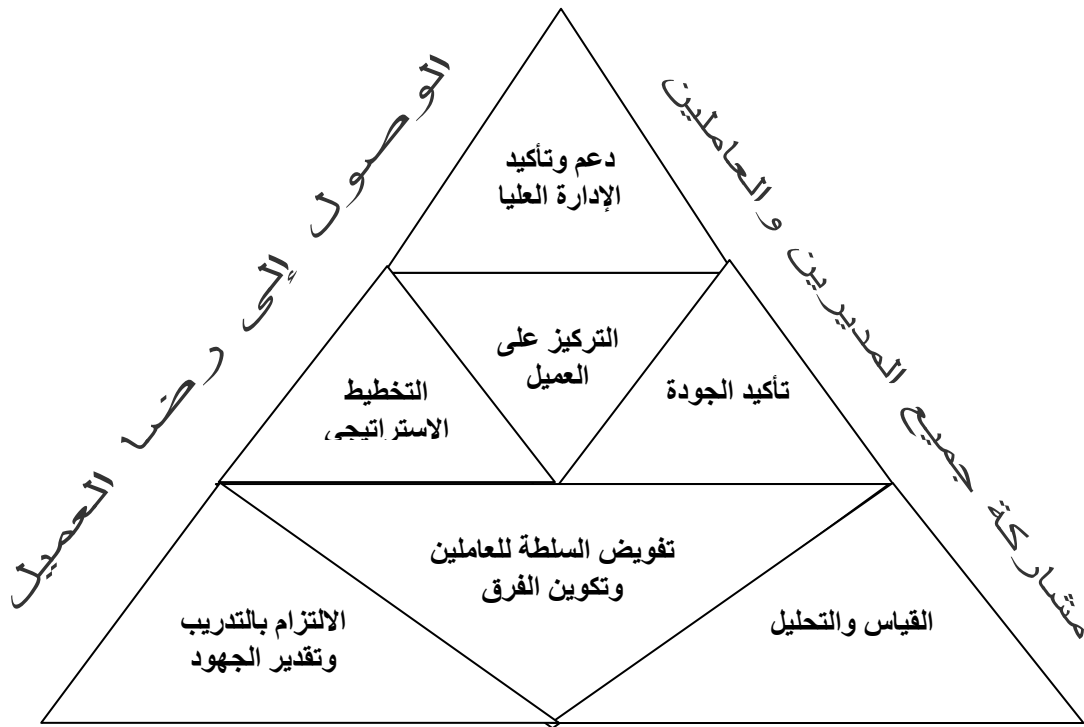
¹ خضير كاظم حمود، " إدارة الجودة الشاملة "، مرجع سبق ذكره، ص 77-81.

:16



299

:17



العمل على التحسين المستمر

.80 1998

1.

-1

2.
-2

-3

3.

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

¹ وارين شهدت وجيروم فاتجا: ترجمة عبد الحميد مرسي، " مدير الجودة الشاملة"، دار آفاق الإبداع العالمية، الرياض، 1997، ص8.
² كشيدة حبيبة، " استراتيجيات رضا العميل"، دراسة حالة المؤسسة الوطنية للصناعات الإلكترونية، جامعة سعد دحلب بالبلدية، 2004، ص 19.
³ Froman Bernard : « du manuel qualité au manuel management », édition AFNOR, Paris, 2001, p35.

2000

ISO 9000

1.

: -4

-5

-6

-7

-8

2-1

1-2-1

-

Document
téléchargé
depuis
www.pnst.cerist.dz
CERIST

¹ Joseph Juran : « la qualité dans les services », édition ANFOR, Paris, 1987, p12.

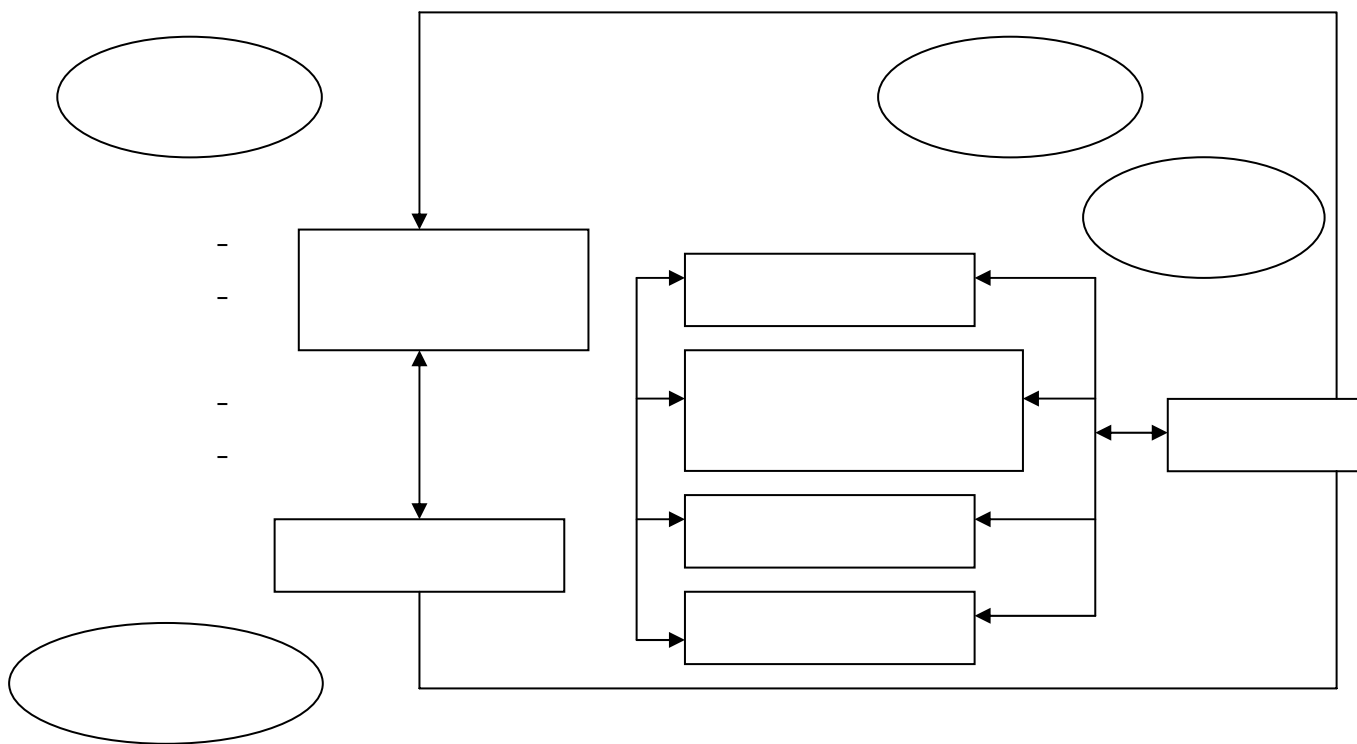
² محمد علي بركات علي، قياس رضا العملاء عن جودة الخدمة، رسالة ماجستير، عين شمس، 2001، ص 74

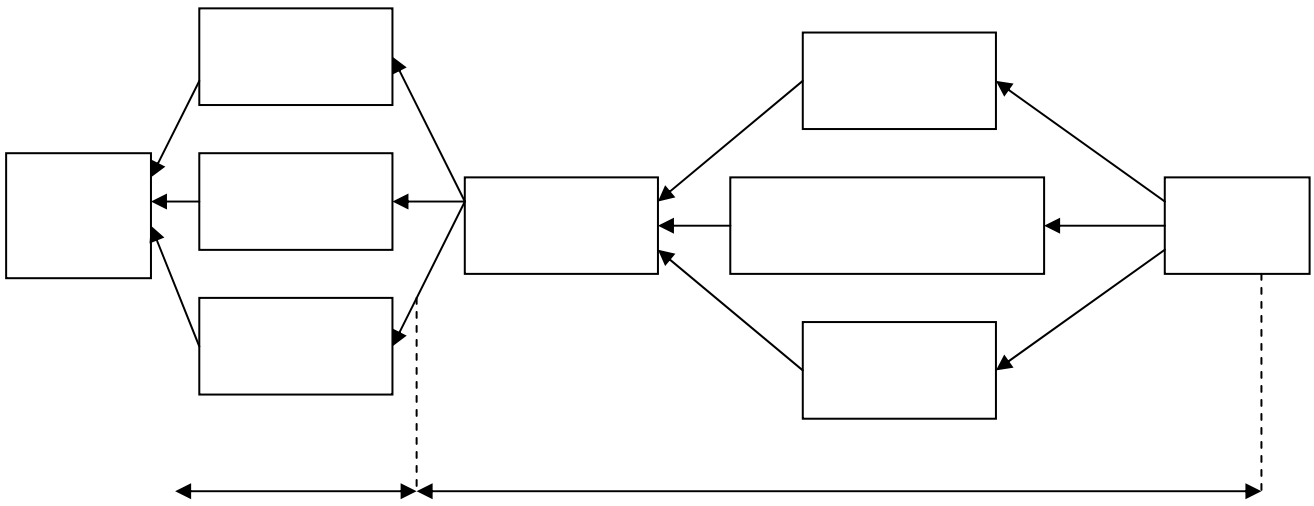
:18



.201

:19





3-2-1

1»

()
()

" :

:

:

2:

1-2 CERIST
www.pnst.cerist.dz
2-2
1-2-2 depuis
Document téléchargé

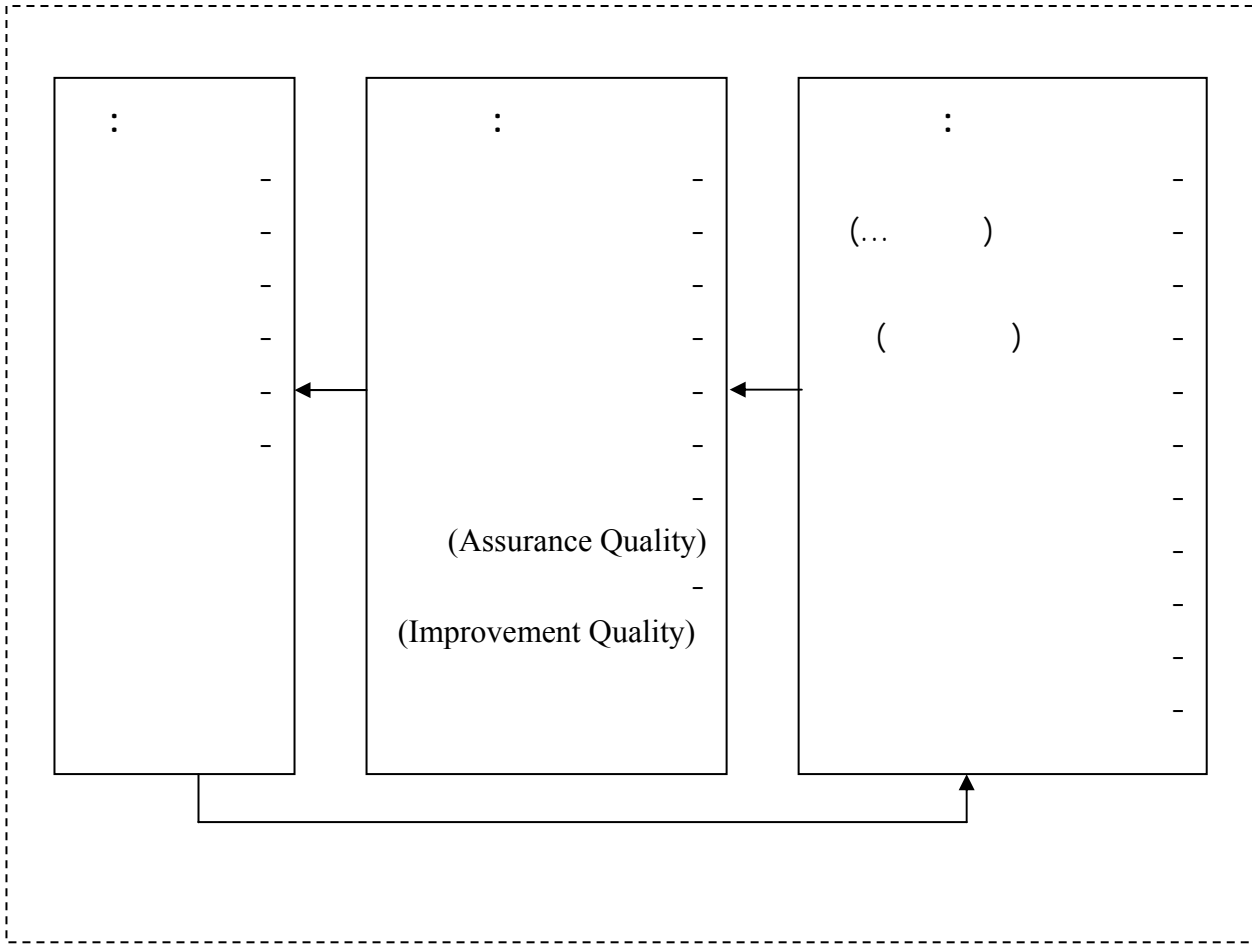
¹ علي السلمي، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات التأهيل للإيزو، مرجع سبق ذكره، ص 39

² Cotie pierre, « la qualité totale », [http:// www.ibn- Taymia-edu/quality1.files/ frae. Htm.05/10/2005](http://www.ibn-Taymia-edu/quality1.files/ frae. Htm.05/10/2005)

		:	2-2-2
	1	PDCA	
:			
.			-1
.			-2
.			-3
		:	3-2-2
		:	4-2-2
		:	5-2-2
		:	3-2
		:	

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

¹ Keviler Isabelle : le contrôle de gestion à la portée de tous, 3^{ème} édition, édition economica, Paris, 2001, p112



35

:

:

:

-1

:

-2

:

-3

1.

-1

()

-2

2.

-3

-4

3.

.(Who)

(What)

¹ نفس المرجع السابق، ص 40-48
² عبد السلام أبو قحف، مؤسسة الإدارة الإستراتيجية، مؤسسة شباب الجامعة للنشر، الإسكندرية، 1998، ص 115- بتصرف
³ سعيد يس عامر وعلي محمد عبد الوهاب، الفكر المعاصر في التنظيم والإدارة، الطبعة الثانية، مركز وايدسير فيس للاستثمارات والتطوير الإداري، القاهرة، 1998، ص 97

(How)

:

-

:

-5

:

:(Leadership)

-6

:

-

-

-

-

-

-

-

-

4-2

:

CERIST

www.pnst.cerist.dz

depuis

1-4-2

téléchargé

Document

-

-

-

-

-

-

.(ISO)*

(Whalen and Rahim 1994)

2-4-2

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

* ISO : International Standardization Organization

:

.International Standardization Organization ISO

: 9000 1-3

1946

BS-7550

ISO9000

"

ANFOR

1

9000

" 9000

2

9000

BSI

1979

9000

1987

9000

ISO/ TC176

ISO9000-1987

ISO9000-1994

(European Nation)

BS

BS/EN/ISO9000

³EN

¹ Debruyne Michel : « la certification qualité selon les normes ISO», Revue des sciences de gestion, N°194, Mars Avril, 2002, p 58.

² سمير محمد عبد العزيز: " جودة المنتج بين إدارة الجودة الشاملة وISO9000، 110011"، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1999، ص 147.

³ فريد النجار: " إدارة الجامعات بالجودة الشاملة"، إيتراك للنشر، لبنان، 1999، ص 20.

2000

ISO9000/2000

1:

ISO9000/2000

◆
◆
◆

:

2:

2-3

◆
◆
◆

:

(Auto-Evaluation)

◆
◆
◆
◆
◆
◆
◆
◆
◆

:

3-3

ISO9000

ISO9000

3:

.ISO10000

ISO8402

.ISO8402

◆

.ISO9000

◆

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

¹ فرانكلين إوهارا: " دليل اللإيزو 9000 للمطابقة والحصول على شهادة معايير إدارة الجودة العالمية"، الدار العربية للعلوم للنشر، لبنان، 1999، ص 22.
² Mitonneau Henri : « ISO9000version 2000 », éditions DUNOD, Paris, 2001, p 150.
³ خضير كاظم محمود، مرجع سبق ذكره، ص 232-233.

.ISO10000

♦

*,

.ISO8402

♦

♦

♦

:

:(8)

9000	- - :8402
	:1 - :1-9000
.9003 9002 9001	:3 - :2-9000 .9003 9001 9002
9001	:3 - :3-9000 (1994) 9001
	:4 - :4-9000
/	: :9001
9001	: :9002
/	: :9003
	- :1-9004 :1
1-9004	- :2-9004 :2
	- :3-9004 :3
	- :4-9004

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

* أنظر الملحق رقم 1.

	:4
	- :10005
	- :10006
	- :10007
	:1-10011
	:2-10011
	:3-10011
	- :1-10012
.Benchmarking	:1
	:2 - :2-10012
	:10013

Grisewood Nick, « **Le Management par la qualité totale : Implication pour la création d'un environnement de travail acceptable et fiable** », édition AFNOR, 2001, p 44-46.

1996

ISO14000*

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

:



GAAT

::

9000

-

-

..

. ...

.

الفصل الثاني

أساسيات حول رضا العميل

/

..
..
..

1-1

.1

1.

2.

3.

¹ بول تيم، ترجمة هالة صدقي: " 50 طريقة للاحتفاظ بعملائك إلى الأبد"، سلسلة إصدارات بميك، القاهرة، 1997، ص 10.
² سعادي خنساء: " التسويق الإلكتروني وتفعيل التوجه نحو الزبون من خلال المزيج التسويقي"، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2006، ص 42.
³ فريد عبد الفتاح زين العابدين: " فن الإدارة اليابانية"، مؤسسة حورس الدولية، الإسكندرية 2000 ص 77.

.85

-/1 CERIST
www.pnst.cerist.dz
depuis
téléchargé
Document

-/2

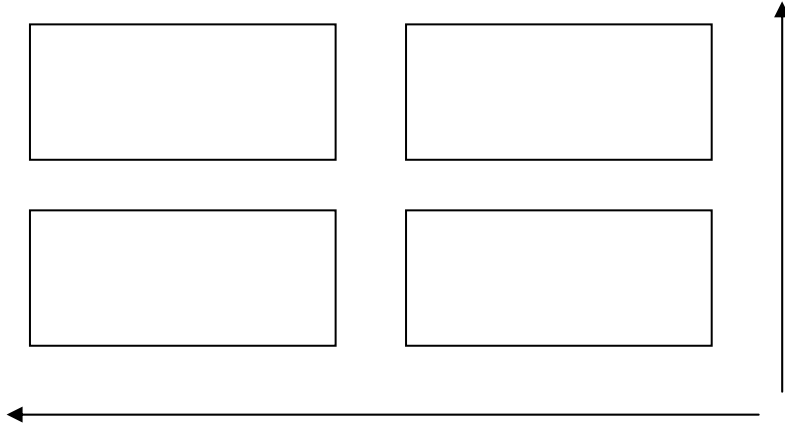
:2

¹ - محمود جاسم الصمد عي، ردينه عثمان يوسف، "سلوك المستهلك"، دار المناهج ، عمان ، 2002 ، ص 19.
² - سعادي خنساء ، مرجع سبق ذكره، ص 44.

:

:

:22



.259

1988

"

"

:

:1

(22)

::

-

::

-

::

-

:

-

:1

:

.258

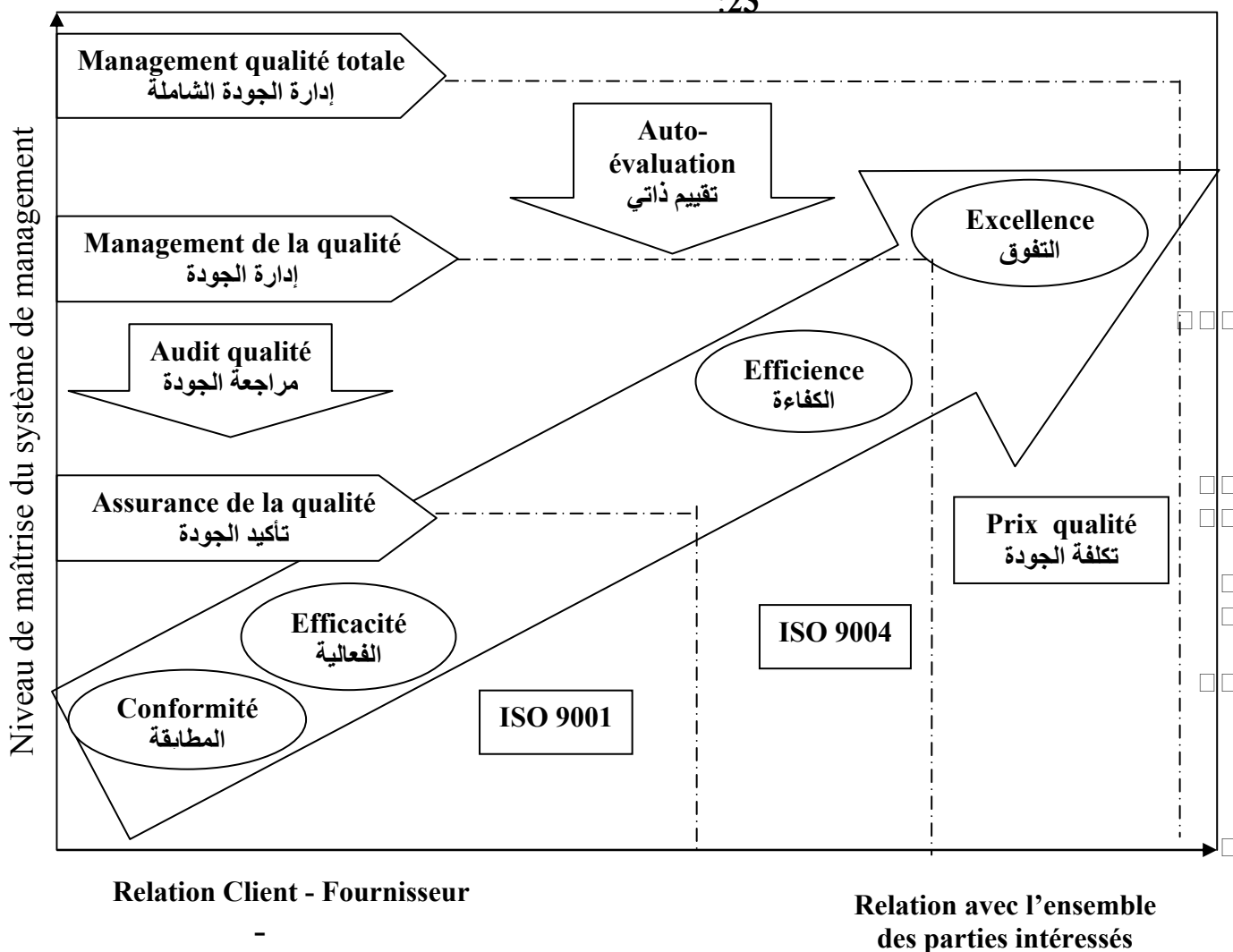
"

"

- 1

9004 9001

:23



:

:

1-2

CERIST

www.pnst.cerist.dz

depuis

téléchargé

Document

2-2

1

2

3

4.

✓

✓

✓

:

"

"

¹ عصام الدين أبو علفة: " التسويق مفاهيم إستراتيجية "، مؤسسة حورس الدولية، الإسكندرية، 2002، ص 21.
² صلاح الشنواني: " الإدارة التسويقية الحديثة "، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2002، ص 20.
³ صديق محمد عفيف: " إدارة التسويق "، مكتبة عين الشمس، مصر، 1996، ص 16.
⁴ محمد إبراهيم عبيدات: " مبادئ التسويق "، الطبعة الثالثة، دار المستقبل للنشر والتوزيع، الأردن، 1999، ص 23.

1.

2

3.

3-2

4-2

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

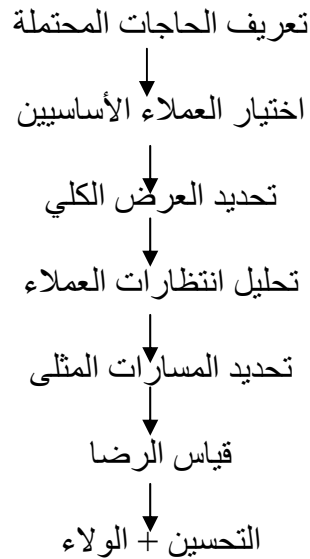
¹ عبد الرحمن ثابت إدريس، جمال محمد مرسي: "التسويق المعاصر"، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص 41.

² Mohamed Seghir Djitli : « **comprendre le Marketing** », Edition Berti, Algérie, 1990, p 18.

³ محمد فريد الصحن، إسماعيل السيد: "التسويق"، الدار الجامعية، مصر، 2001، ص 63.

1»

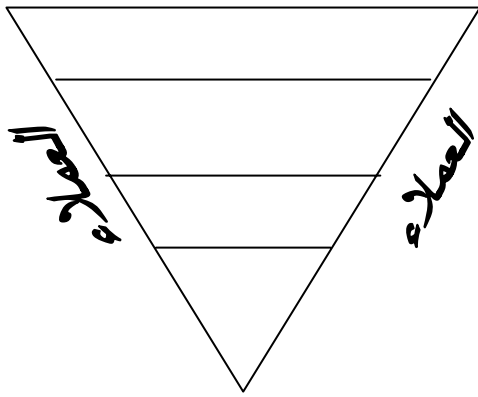
:24



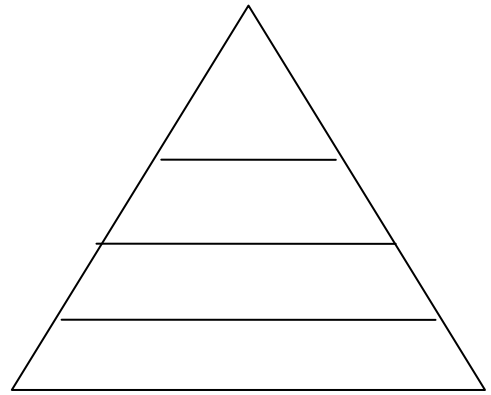
المصدر:

Monin Michel : « la certification qualité dans les services : outil de performance », Edition AFNOR, 2001, p 13.

¹ Denis jean- Emile : « orientation marché et performance », [http : //www. hec. unige. ch. pdf](http://www.hec.unige.ch.pdf), 11/02/2006.



:25

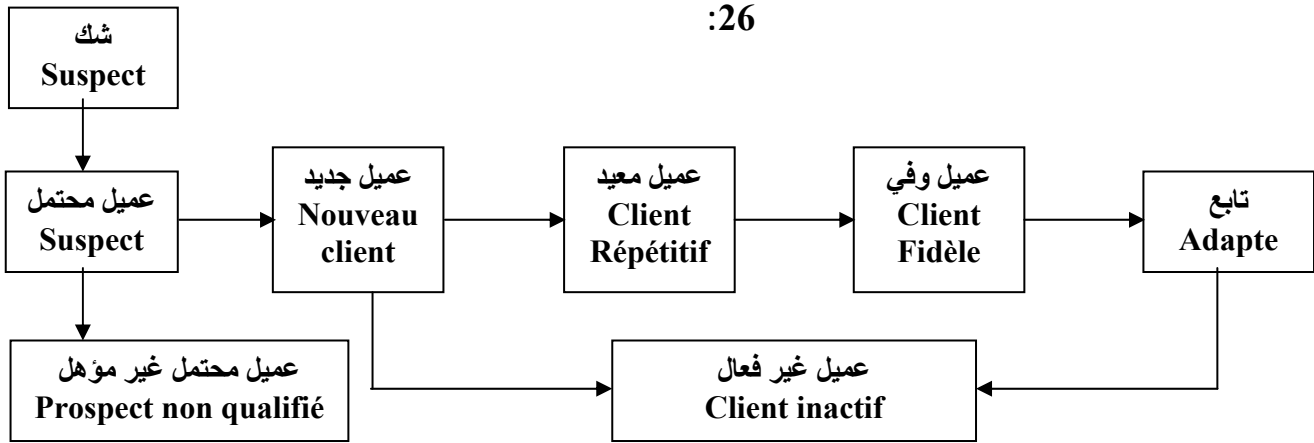


المصدر: Mohamed Seghir Djitli, op.cit, p 16.

1.

¹ ريتشارد ويتلي، ديان هيسان، تعريب: د. عبد الرحمن توفيق " الإدارة بالعملاء: استراتيجيات تحول الشركات العملاقة إلى العالمية " ، سلسلة إصدارات بريك، القاهرة، 1998، ص 35-36.

:26



Source : Kotler et Dubois, **marketing management**, édition Pearson éducation, 12eme édition, paris , 2006, p 74

(26)

: 1

:Suspect -1

:Prospect -2

:Nouveau -3

:Répété -4

:Fidél -5

:Adept -6

: Ambassadeur -7

:Partenaire -8

5-2

" :

:

::

::

:

:

◆

◆

◆

:

Lendrevie

.1

:

1-3

.2

:

.1

:

.2

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

¹ Lendrevie lévy Lindon: « **Mercator** », 7eme edition, edition DALLOZ, paris, 2003, p 904.

² Ibid, p 905.

3

-1

-2

4

5

2-3

1

2

3

4

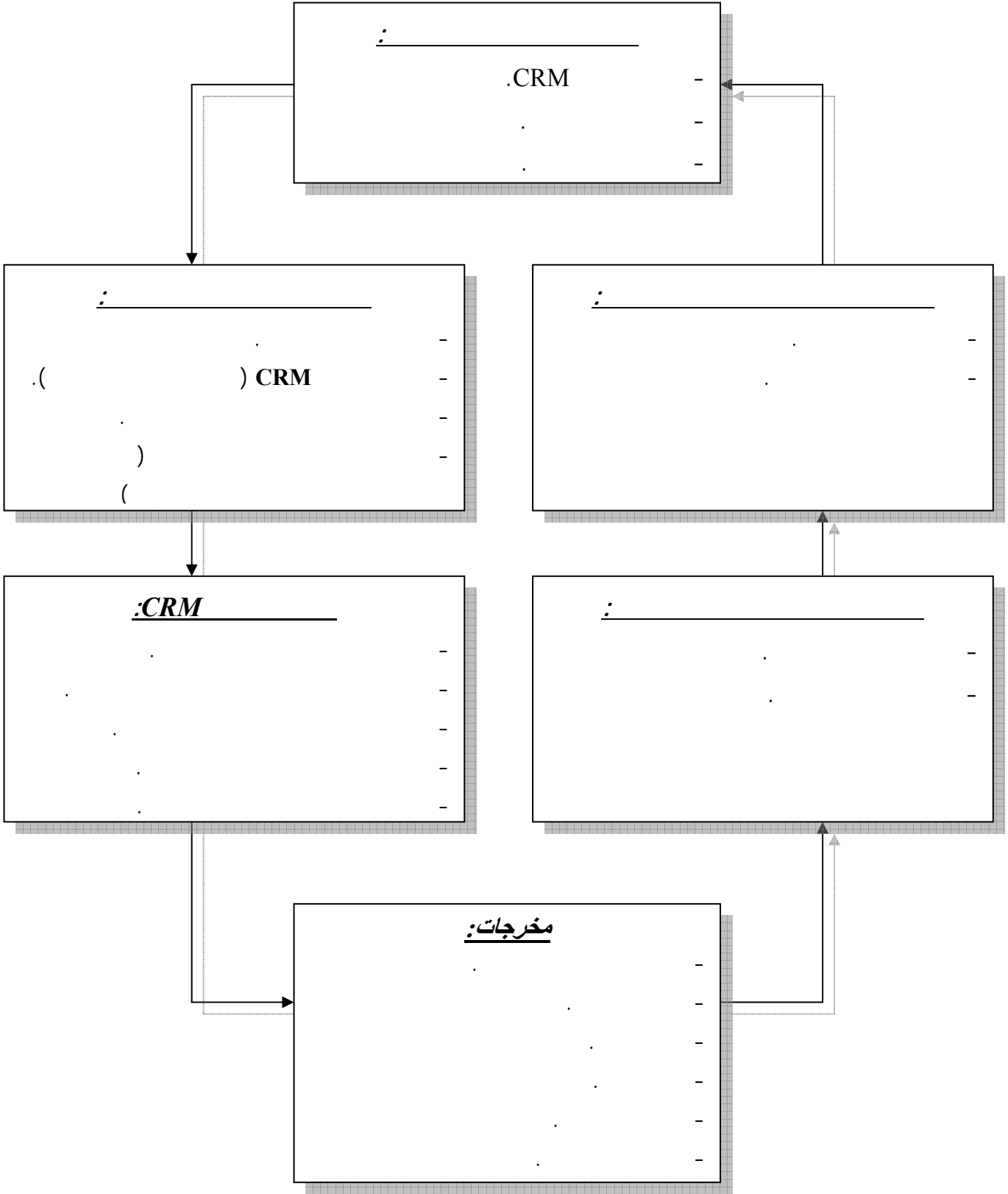
5

3-3

2

¹ محمد فريد الصحن: "إدارة التسويق"، الدار الجامعية، مصر، 1996، ص 83.

² Pierre Alard, Damien Durringer : « **La stratégie de relation client** », édition Dunod, Paris, 2000, p 80.



Source : Jean Supizet, "Le management de la performance durable", édition d'organisation, Paris, 2002, p 202.

:

CRM

(27)

CRM

:

-

:

-

:

:CRM

-

-

-

-

-

-

:

-

:

-

-

-

-

-

-

:

-

:

-

:

4-3

"

Homburg Brahn

1.

.Le positionnement

◆

◆

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

¹ Lars Mayer, Weerden : "La fidélisation client", édition Vuibert, Paris, 2004, p 29.

1:

:« club des clients »

-1

◆

◆
◆
◆
◆

-2

-3

-4

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

◆
◆
◆
◆
◆

¹ Lindrevie Lindon : « **Mercator** »,op-cit,p943.

1.

: :

.1

-

-

: .2

CERIST

: .3

www.pnst.cerist.dz

: .4

.5

: :

depuis

: :

téléchargé

: .6

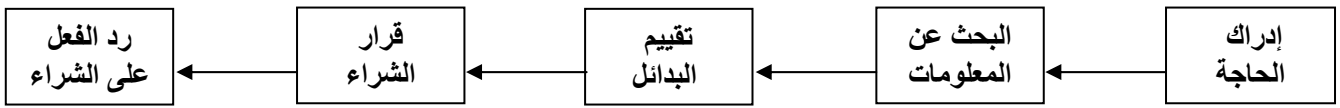
: .7

Document

¹ Pierre Margat : « **Fidéliser vos clients** », édition d'organisation, Paris, 2^{ème} édition, 2001, p 26.

/ :

:28



" :
2002 2002

-28 -

-1

1.

¹ Monin Michel : op.cit, p 15.

() ()

:

:

:

::

1.

:

◆

:

-2

:

:

:

:

:

◆

◆

◆

◆

:

-3

.(...

)

:

:

:

¹ Philippe Kotler et Dubois : " **Le Marketing Management**", édition publi union, 9^{ème} édition, Paris, 1997, p 39.

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST
-4

		Day	
	:		◆
	:		◆
	:		◆
	:	Pitts Woodside	
	:		▲
	:		▲
	:		▲
	:	()	
	:	()	
	:		-2
	:		
	:		-3
	:		-
	:		-
	:	1.	
	:		◆
	:		◆
	:		
	:		.2.1

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

¹ Abdelmadjid Amine : " Le comportement du consommateur face aux variable d'action marketing", Edition management, Paris, 1994, p 85.

⬥
⬥
⬥
⬥
⬥

CERIST

www.pnst.cerist.dz

depuis

téléchargé

2.

%13

3.

4.

⬥
⬥
⬥

Document

¹ Paul Ohna : « **Le total customer management** », Edition d'organisation, Paris, 2001, p 19.

² Michel Machault : « **conquérir des clients** », Edition Foucher, Paris, 2000, p 14.

³ فيليب كوتلر واخرون، "التسويق"، مرجع سبق ذكره، ص 212.

⁴ Pierre- Louis Dubois, Alain Jolibert : « **Le Marketing** », 3^{ème} Edition, Economica, Paris, 1998, p 90.

1.

"

: ✓

: ✓

: ✓

: ✓

: ✓

: ✓

: ✓

: ✓

2.

2-2

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

¹ ثابت عبد الرحمن إدريس: " بحوث التسويق "، شركة جلال للطباعة، الإسكندرية، 2002، ص 345.
² نفس المرجع السابق، ص 122.

Cohen

Handg

1"

2

:La Réponse Cognitive

Heider

" "

-1

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

¹ Jean- Louis Dumoulin : « **Clients satisfaits entreprise gagnante** », les éditions d'organisation, Paris, 1994, p 28.
² -Richard Ladwin, Op.cit, P 390.

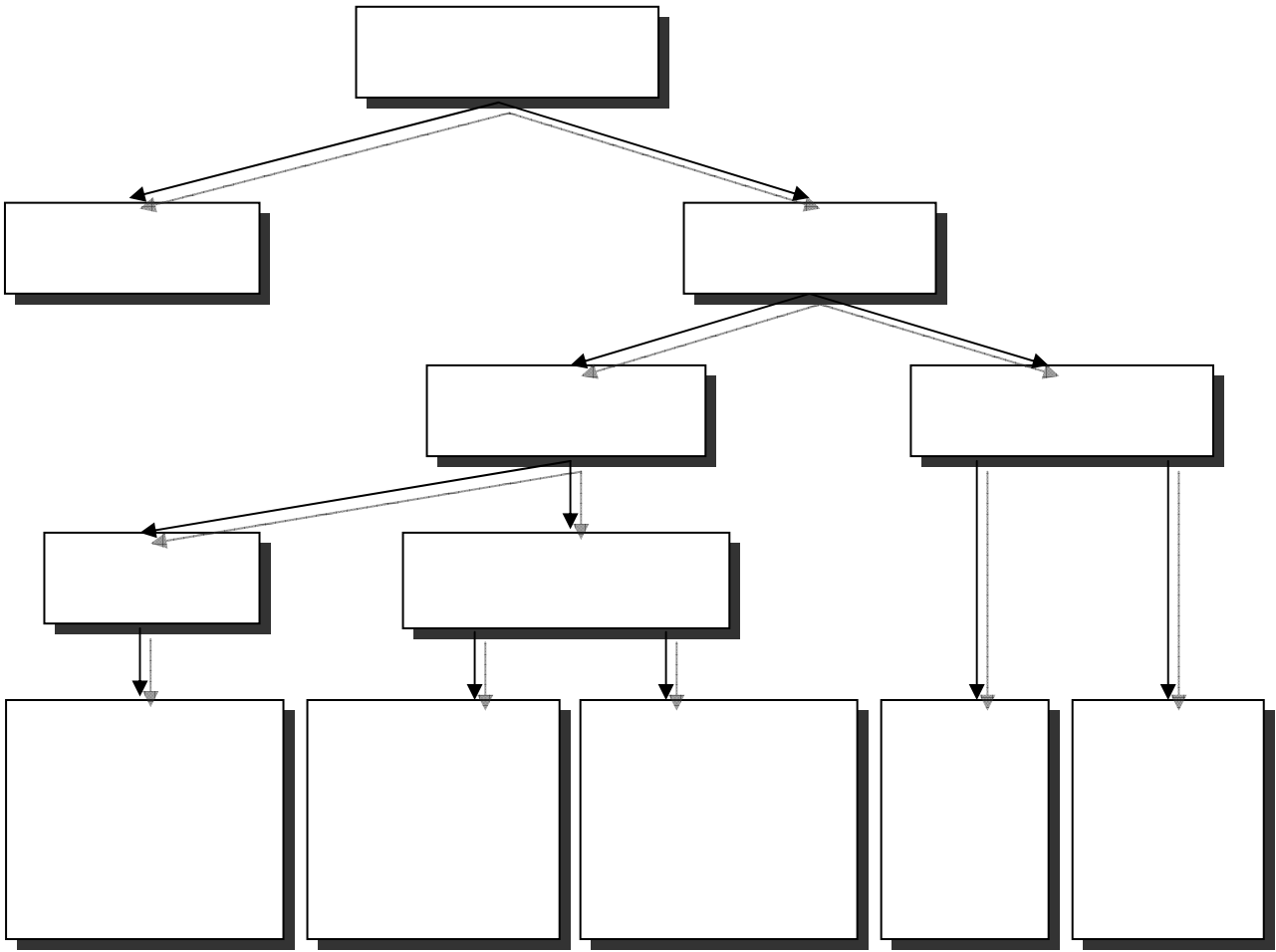
1

:Réponse Comportementale
()

-2

¹ - Ibid, p391.

:29



source: ibid. ,p392

:

(29)

:

:

:

:

:

✓
✓
✓
✓

-

.1

.2

1.

:

:

-

:

.1

.

:

:

-

..

-

CERIST

..

-

www.pnst.cerist.dz

..

-

:

-(1

:

✓

.()

✓

depuis

✓

-(2

:

..

téléchargé

:

❖

Document

:

❖

:

❖

:

.1

.2

¹ - Daniel RAy, OP-CIT, p 10.

()

.3
.4
.5

Feick

.2 CERIST
www.pnst.cerist.dz
depuis
téléchargé
Document

-
-
-
-

✓
✓
✓
✓

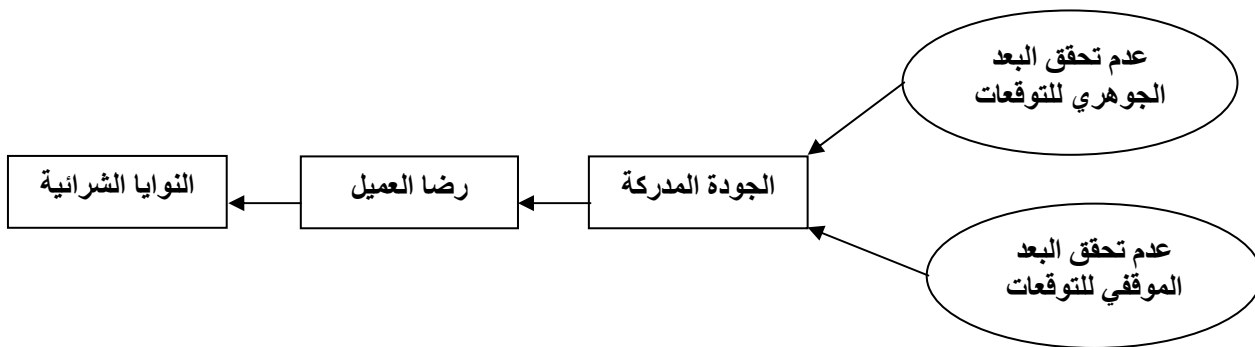
.3.1

1-3-1 : ()

()
/ .
()
()

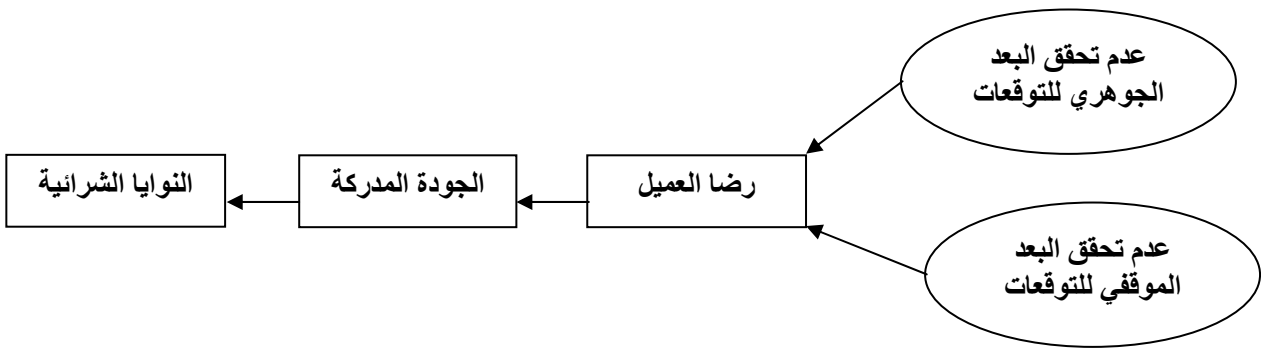
1994 Gotlib Al

:30



.50 2002

¹ Gervais Michel : « **contrôle de gestion** », Edition Economica, 7^{ème} édition, Paris, 2001, p 218.



.51

:

:

:

2-3-1

◆

◆

◆

Fornell

Andreson Al

:(10)

.53

:

:

-

-

:

3-3-1

Management Surveys

%90

1.

:

•

•

•

CERIST
www.pnst.cerist.dz
depuis
téléchargé
Document

¹ Monin J : « la certification qualité dans les services : outil de performance », op-cit, p 158.

Rays. D

1.

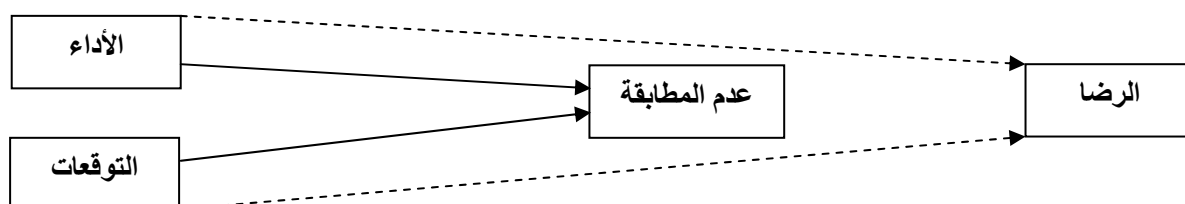
.()

:

:

.1.3

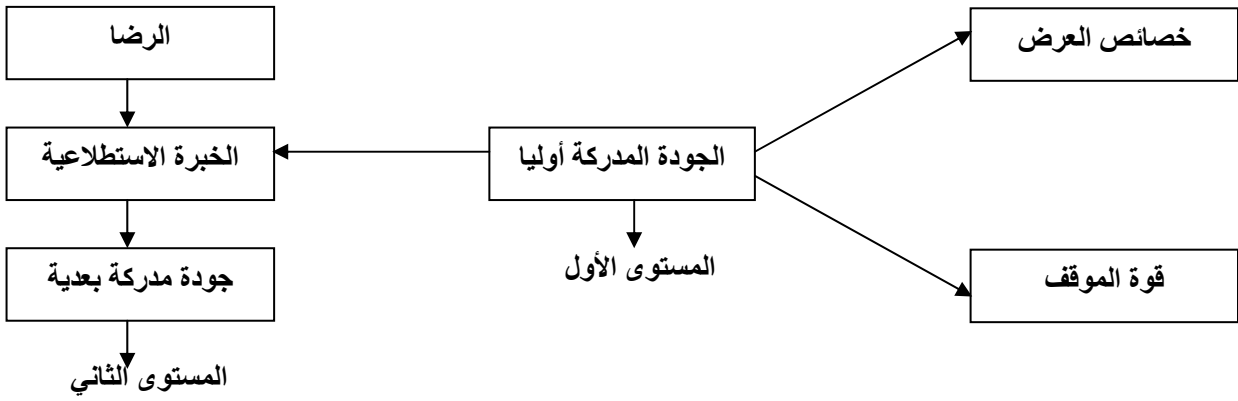
:32



المصدر: Christian Derbaix, Joël Brée, « **comportement du consommateur** », éditions economica, paris, 2000, p 507

¹ ibid, p 3.

:33



Richard Ladwein, « **le comportement de consommateur et de l'acheteur** », :
economica,paris, 1999, p 379

: Surprenant Churchill

Churchill

la

cohérence cognitive

1.

.1991 Bolton Drew 1988 TSE Wilton
TSE Wilton

2.

3.

-1

-2

()

Miller

()

¹ IBID, p 382.

² IBID, p 352.

³ Christian Derbaix, "comportement du consommateur", op.cit, p 350.

Brehm

1

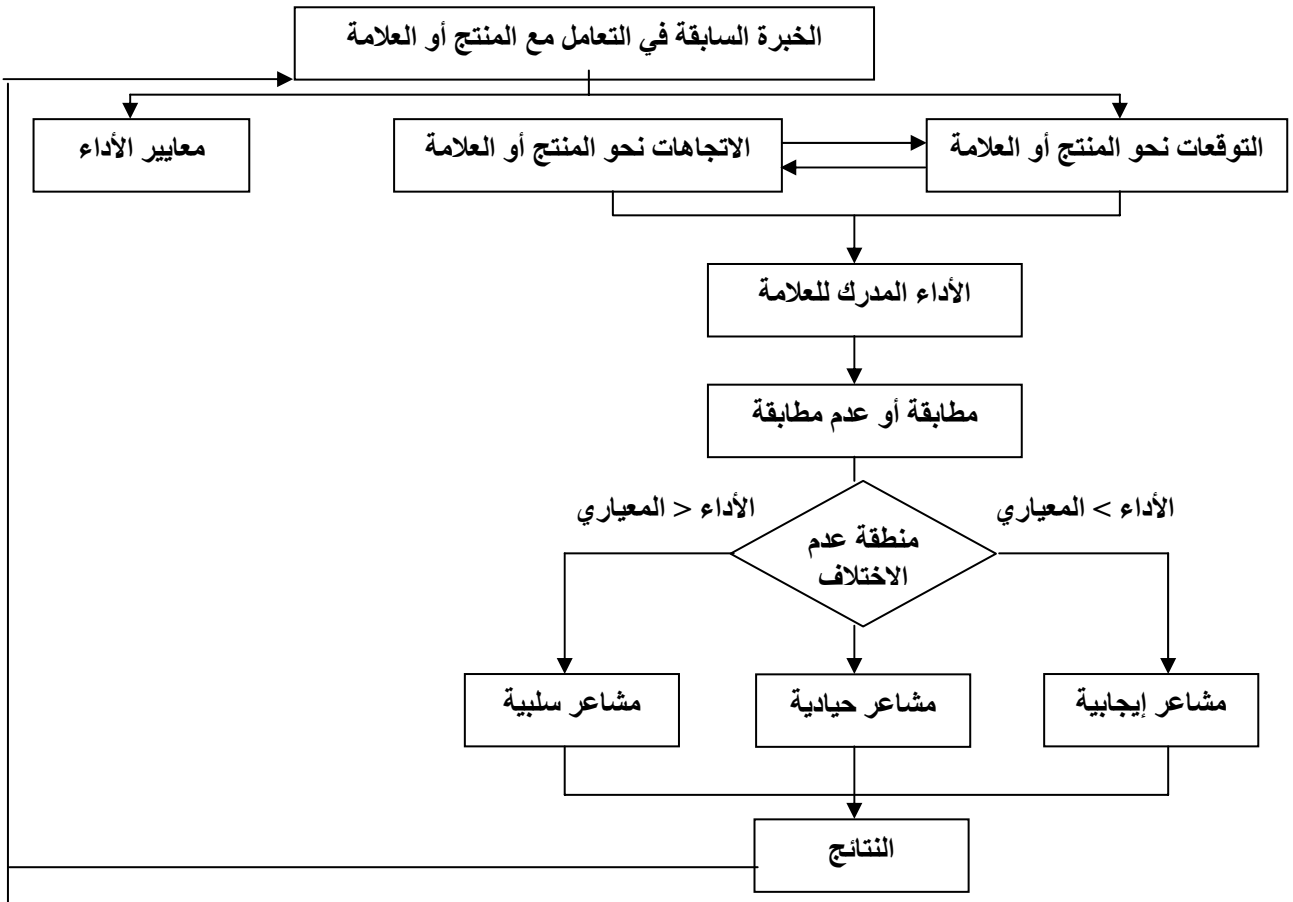
..

..

..

..

¹ - Daniel Ray , op-cit, p 19.



المصدر: رشا حسين عبد العزيز مصطفى، مرجع سابق، ص 112.

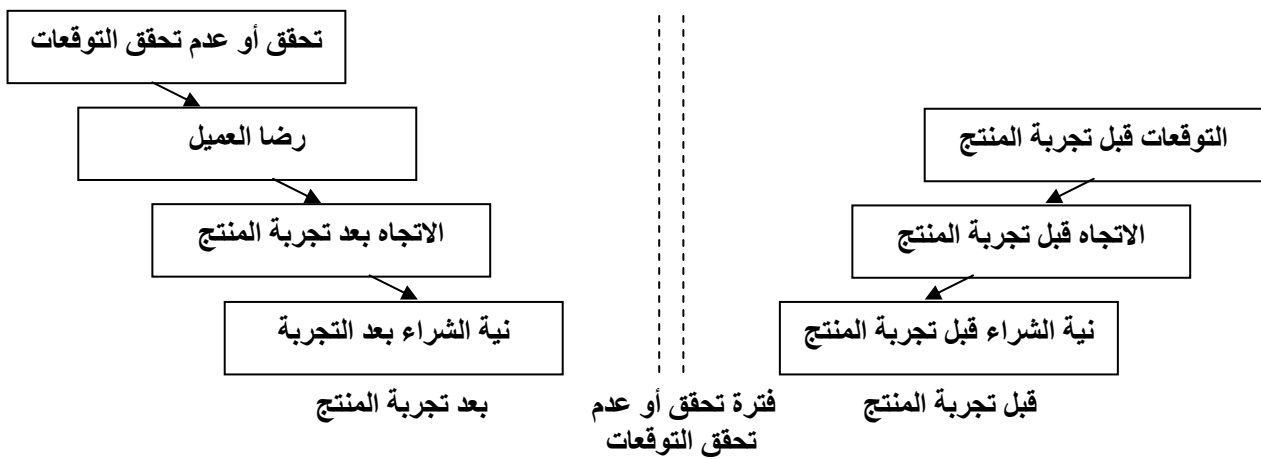
.3.3

1980 Oliver

Oliver

Oliver

شكل رقم 36 : مقدمات ونتائج الرضا



المصدر:

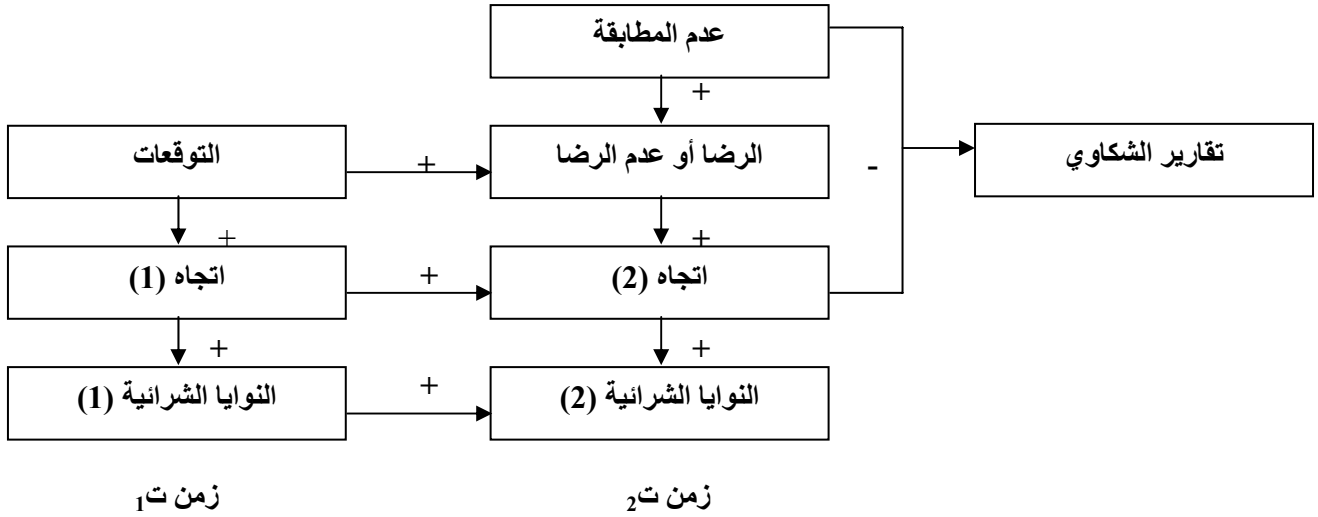
.87 2003

()
()
()

Oliver 1983 Teel Bearden

:

:37



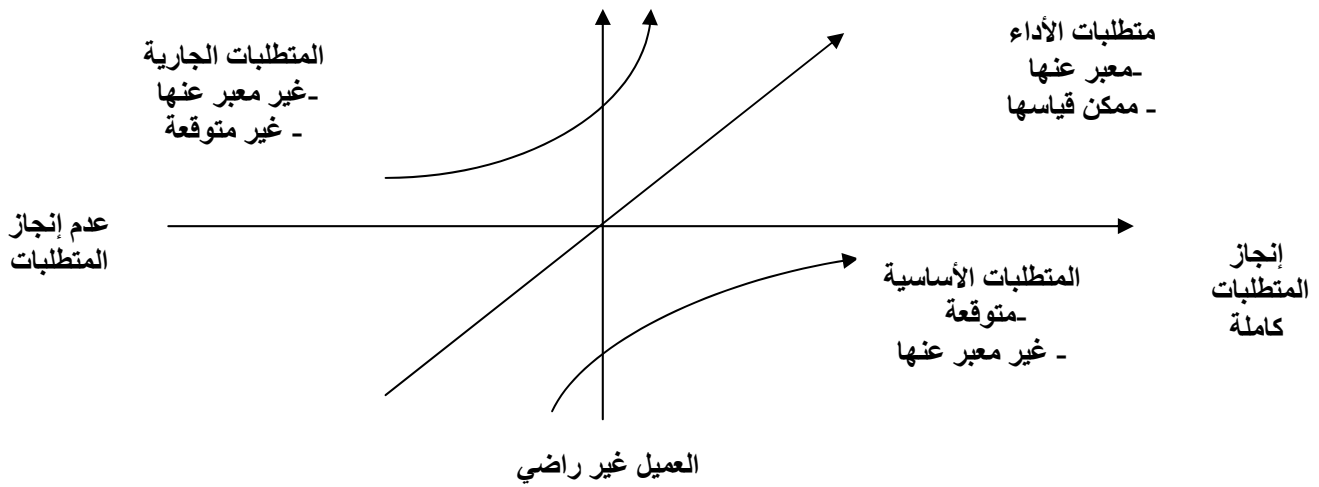
.110

:

:

◆
◆
◆

:38



.81

(38)

.1

.2

.(38)

.3

:

:

:

:

::

1-1 -2

:

-

1-2

:()

-

::

-

::

-

:

-

:Benchmarking

-

:

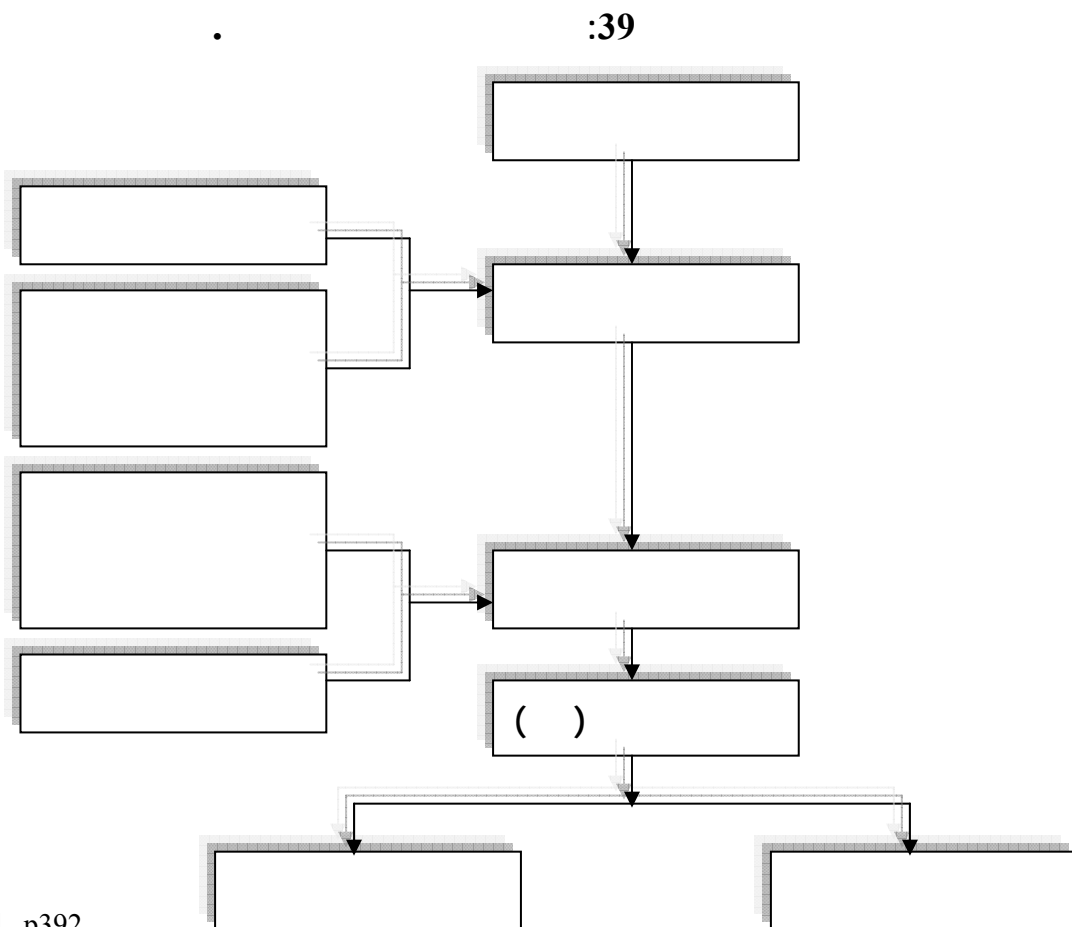
-2-1-2

: "Le client mystère"

:

.¹

¹ - Laurent Hermel, OP-CIT, p 13.



Source: *ibid.*, p392

¹ -IBID, p 916.

² - Richard Landwin , OP-CIT, p 917.

()

1

2

3

¹ - groupe XL, "la satisfaction client", http://www.Xl.Fr/Lgroupe_xl/experiences.asp, p4

² - كشيبة حبيبية، مرجع سابق، ص 66.

³ - Philippe Détrie, "Le client retrouve", Edition d'organisation, 1998, Paris, p 121.

:1

:

-

.2

3

:

2-2

:

:

-1-2-2

4

¹ - Laurent Hermel, op-cit, p 13.

² - محمد فريد الصحن، "إدارة التسويق"، ص 80.

³ - Ibid, p 71.

⁴ - ثابت عبد الرحمن إدريس، "بحوث التسويق"، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص 138



-1

-

-

-

-

-2

-

-

-3

-1

-2

¹ -Oliver Netter, Negel Hill, OP-CIT, p 101.
² -ibid., p106.
³ - Laurent Hermel, OP-CIT, p28.
⁴ -Claude Dumeur, OP-CIT, p 59.

-3

-4

-5

-6

: -2-2-2

()

:
:

:

:() -

x :

...

)

30

12

6

: (... -

(...)

:() -

:

: -1

$$N \geq \frac{4 PQ}{\varepsilon^2} \quad : \quad .3$$

$$n\varepsilon \geq 4pq \Rightarrow \varepsilon = \frac{4pq}{n} \Rightarrow \varepsilon = \sqrt{\frac{4pq}{n}}$$

.() :n
:p
q= 1 - p
:ε

.1

()

:() -/3
-(1

-1
-2
-3
-4

$$\frac{N}{n} / 1 = \quad / 1$$

¹ - p. Kotler, b. Dubois, OP-CIT, p142.

: 4-2-2

: -1

-

-

-2

:1

-

-

-

:2

-

-

-

-

-

x

:

:

-

:3

-

-

-

()

-

.iso

:

:

()

SNVI

()

-3

-1

-2

-3

-4

.1

.2

Renault

.ENIE

□ □
□5 □5 □4 □3 □2 □1

: Lekert -/

--	--	--	--

Lekert :Verbal¹ -/

- الأهمية:

--	--	--	--

- الرضا:

--	--	--	--

:() Sémantique -/

¹ - Yves Evrard, Bernard Pras, " **Market**", DANOD, Paris, 3ème édition, 2003, p 275.

- الأهمية:

--	--	--	--	--	--	--

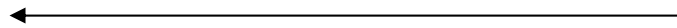
- الأداء:

--	--	--	--	--	--	--

Sémantique

:Non Gradués

-



:Ordinale

-

:

:

1

-

2

-

3

-

:() Simalto

-

() :

:

. ...

2

1

:

10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
----	---	---	---	---	---	---	---	---	---

:

.()

=1

=10

□ □ □ □ □ :

() :

.1

.2

.3 ()

.4

.5

.6

.7

.8

-6 :

1 :

:()

CERIST
www.pnst.cerist.dz
depuis
téléchargé
Document

¹ - Philippe Détrie, OP-CIT, p 128.

() :

1

5-2-2

-6-2-2

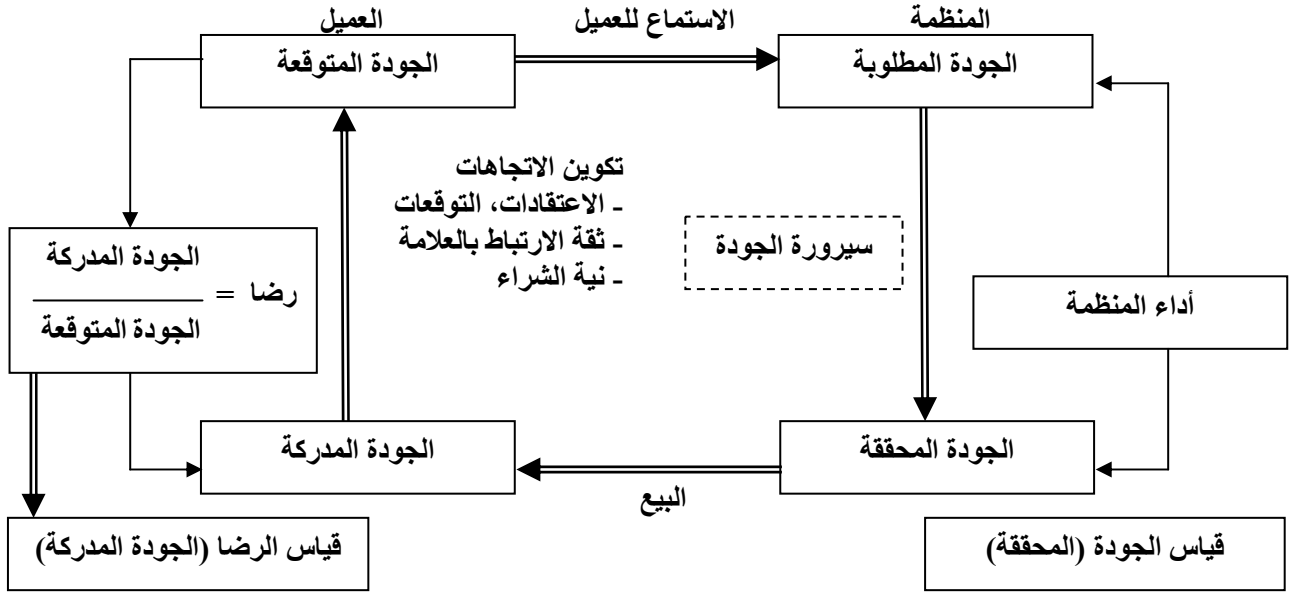
... SPSS, EIEWS

.²

¹ - ناجي معلا، رائف توفيق، مرجع سابق، ص 108.

² - Oliver Netter, Nigel Hill, OPCIT, p 312.

شكل رقم 40: قياس الأداء وقياس الرضا



المصدر: Daniel Ray, op.cit, p 35

2.

:

()

:

◆
◆
◆

1.

:

:

:

:

.2.3

-

-

¹ رشا حسين عبد العزيز مصطفى، مرجع سابق، ص 118.
² علي السلمي: " إدارة الجودة الشاملة"، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 1995، ص 78-79.

1:

Goodman

=

:

+

:

-

◆

◆

◆

◆

◆

◆

◆

◆

◆

:

◆

¹ رشا حسين عبد العزيز مصطفى، مرجع سابق، ص. 125.

..

الفصل الثالث

كيفية تحقيق وتقييم رضا العميل

.. ..

BIC

: logique de premium

Rolex

Swatch

()

logique de volume

Mant Blanc

***PIMS**

1-1-1

Michel Porter

(Boston Consulting Group)

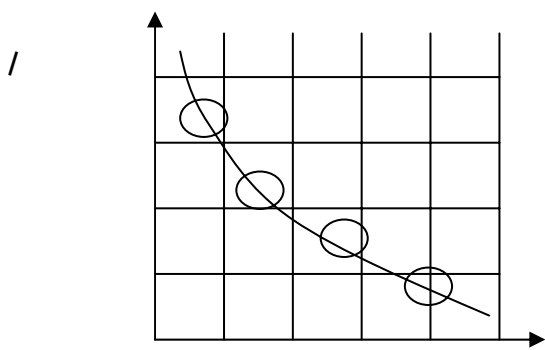
1- حاتم نجود، "تفعيل رضا الزبون كمدخل استراتيجي لبناء ولائه - دراسة حالة NCA"، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2007، ص45.
* (Projet Impact of Market Stratégie): دراسة أثر المتغيرات الإستراتيجية الهامة على الربح.

:

()

:

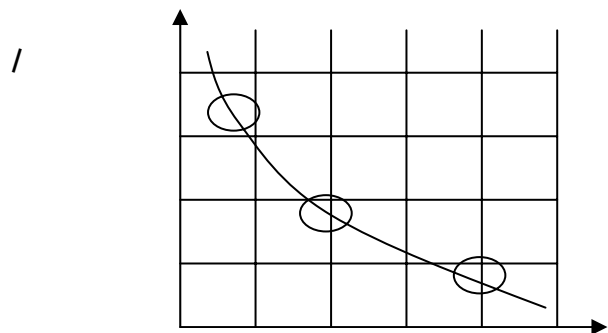
-1



.46

(Premium)

-2



.46

-

-

-

-

-

(/)

:

(/)

-2-1-1

1

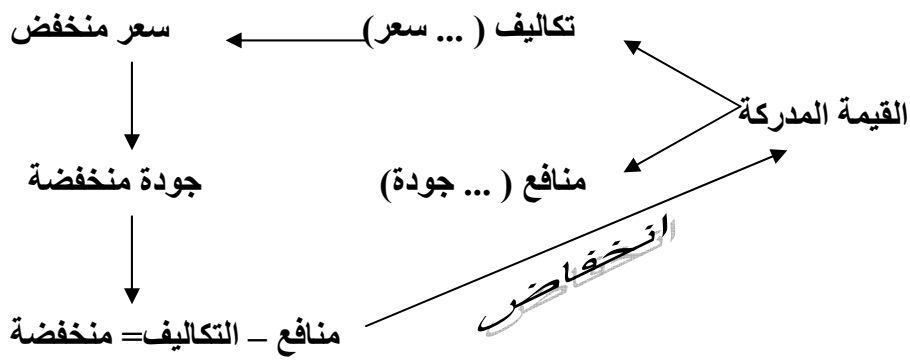
()

()

() (43)

:

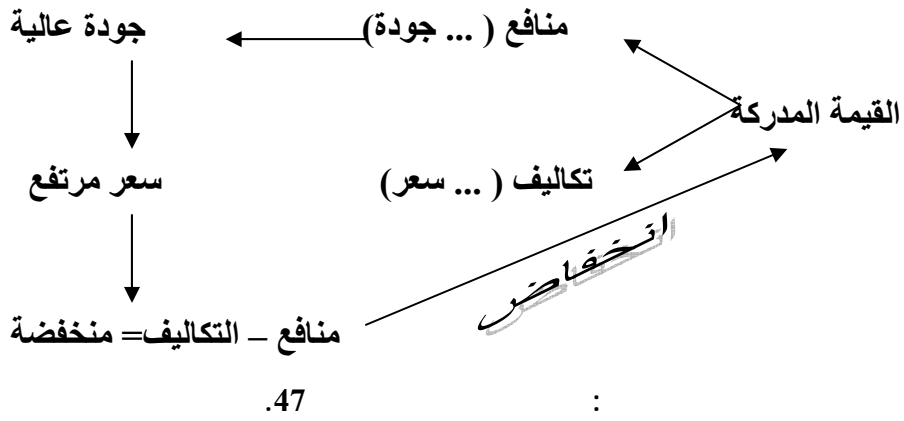
:



.47

:

¹ - نفس المرجع السابق، ص 47..



Lexus, Hugo Boos, Porsche :

-1-2-1

*Lux

*Lux

Premium

Mercede Benz

:Premium

¹. نفس المرجع السابق، ص48-

*Lux :

)

(

3

Premium

3-1

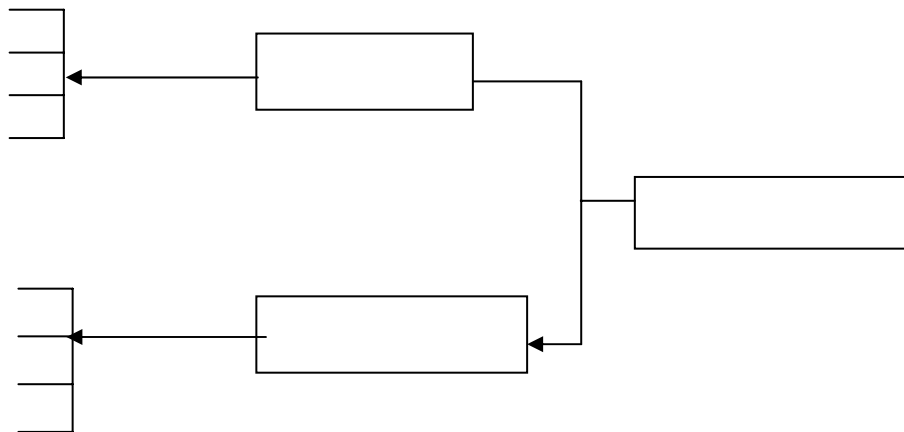
1-3-1

Zeilmal

Kotler

.2

:43



Source : P. Kotler, B. Dubois, op-cit, p67.

¹ Jokung Octave : « Introduction au management de la valeur », op.cit, p 33.

² P. Kotler, Dubois, op.cit, p 66.

(43)

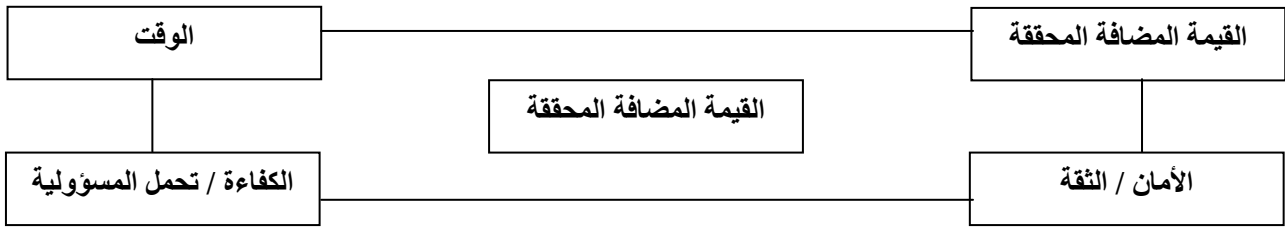
:(11)

: valeur de coût		
: valeur d'usage		
: valeur d'estime		
: valeur d'échange		

Source: ibid, p155.

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

:44



:

Bouayad Anis et D'andre Emmanuel : « **Stratégie et métier de l'entreprise : pourquoi et comment définir le métier de notre entreprise** », ed Dunod, Paris, 2000, p 58.

:

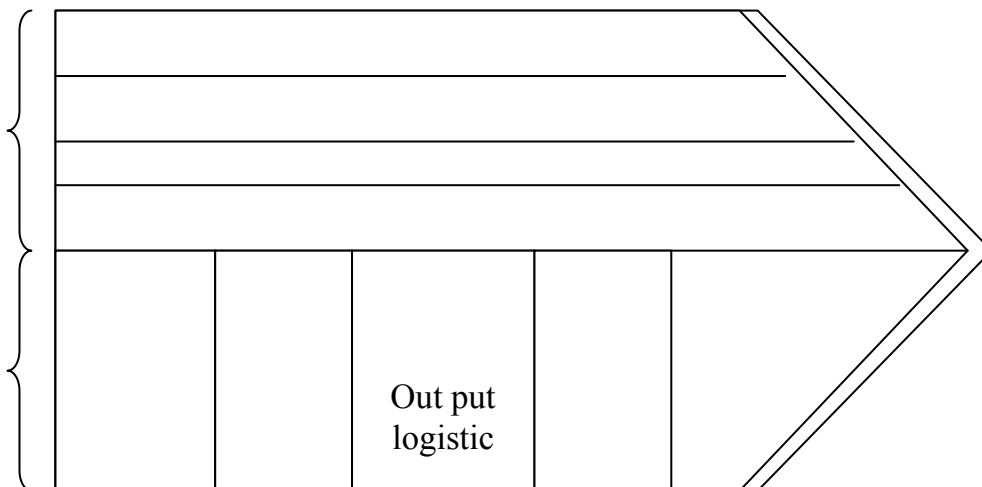
:

3-3-1

:Porter

(...)

:45



Source : p. Kotler, b. Dubois, op-cit, p 76.

:

:

-1

:"

"

-2

:¹

Porter

-
-
-
-

:

2.

:

**

:

**

¹- نفس المرجع السابق، ص 77.
² العيهار فلة، مرجع سبق ذكره، ص 162.

:

**

1

()

:(12)

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

.165

:

¹- Steissm alau Op. cit, p 187.

:

"

.M. Porter

1 "

:

-1-2

"

(2000) 9000

:(Processus)

1-1-2

2 "

()

" M. Cathan

3 "

(...)

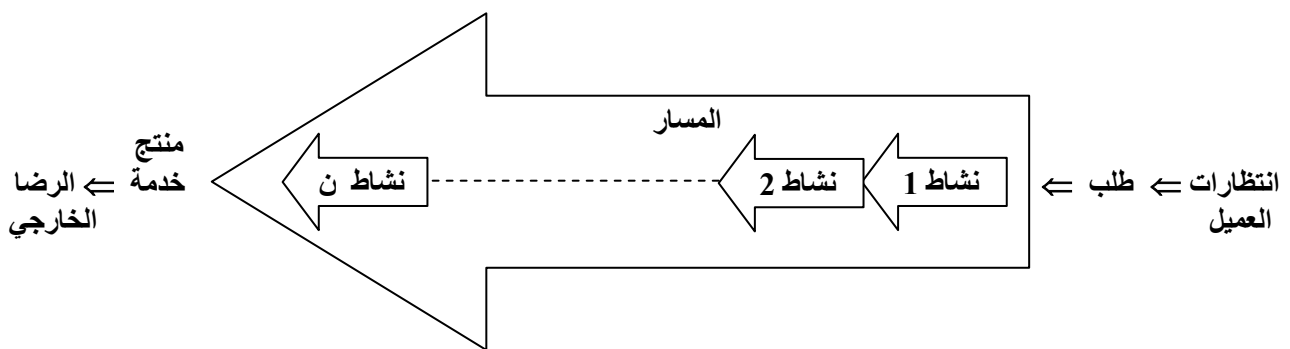
/

(/)

:46

:

/

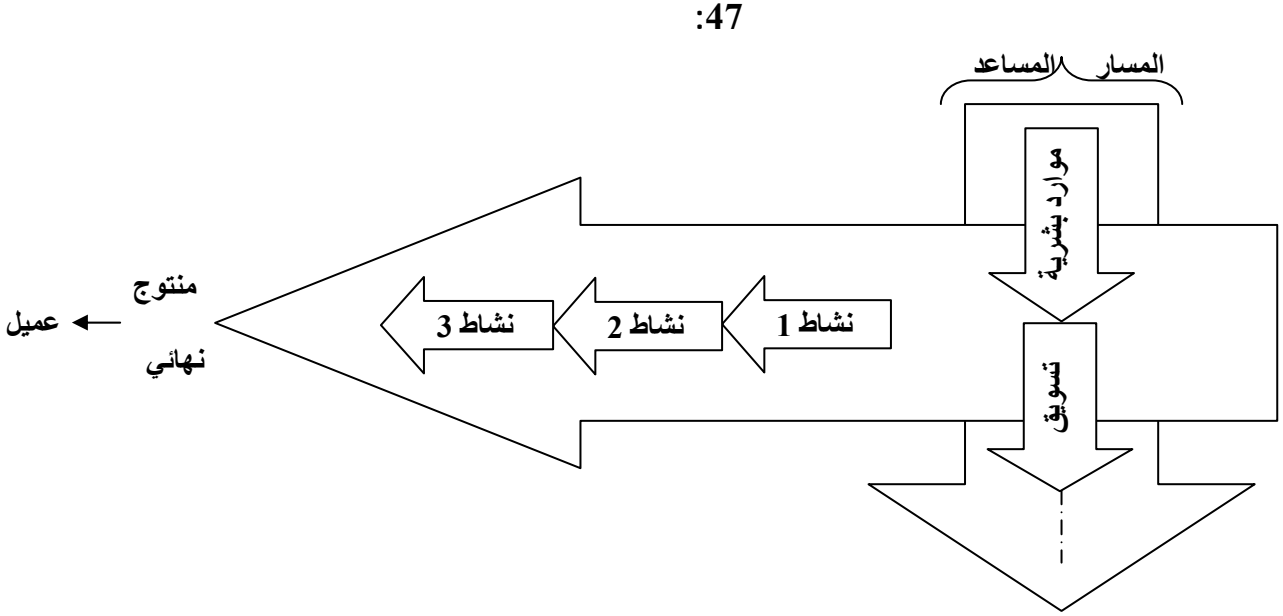


.64 2006

¹ Brillman. J, « les meilleurs pratiques du management au cœur de la performance », 3eme édition, édition d'organisation, paris, 2000, p 273.

² Inizan. M, "l'écoute-client", <http://www.rouen.cci.fr.pdf,25/10/2005>, p 8.

³ Cathan. M et autres, "maîtriser les processus de l'entreprise", édition d'organisation, paris, 1998, p 30.



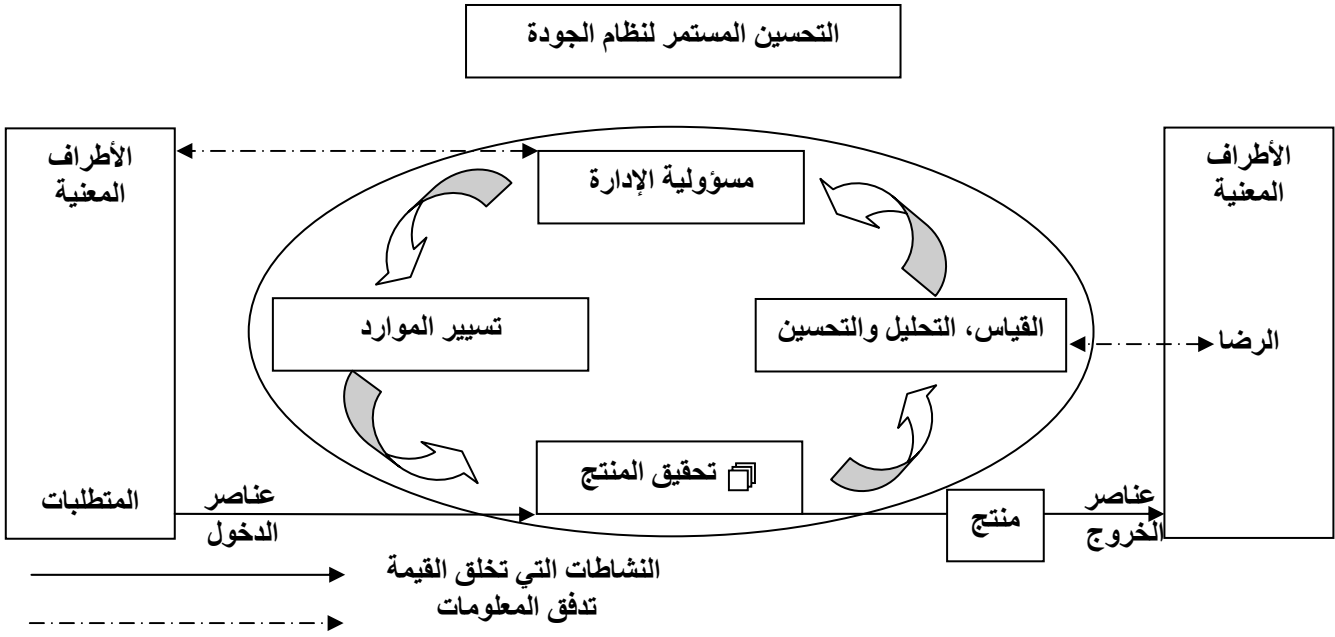
.65

1:

.2000

9000

¹ -مريم مالك، نفس المرجع السابق، ص 67.



Norme Européenne, Norme française : NF EN ISO 9004, Décembre 2000, Afnor, p 7 :

:

▲
▲
▲
▲

:

2-2

" : Jocou Pierre Lucas Frédéric

"

"

1"

:(Identification des Processus)

1-2-2

:(Cartographier les Processus)

2-2-2

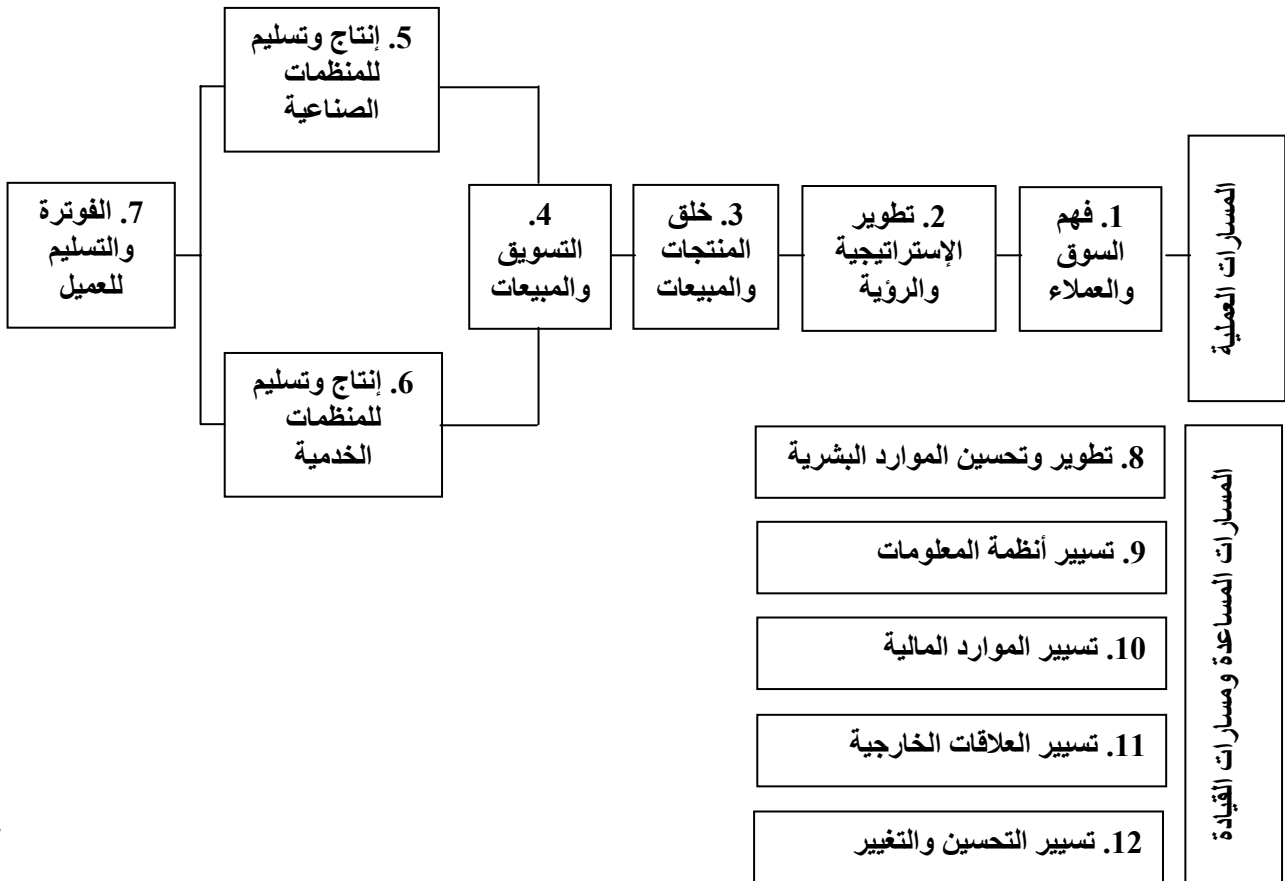
International Benchmarking clearinghouse de l'American

80

Productivity and Quality Center (APQC)

The Process Classification Framework

:49



(PDCA)

3-2

() ()

¹ Thierry Jean : « Optimiser les processus », [http:// www.fonction-publique.gouv.fr.pdf](http://www.fonction-publique.gouv.fr.pdf), p 12, 20/05/2006

: 1-3-2

: 2-3-2

: 3-3-2

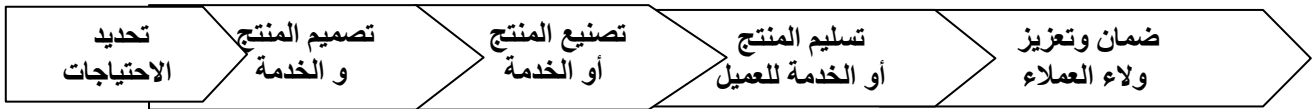
() ()
(coaches)
1.

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

¹ Chênette Madeleine : « Mobiliser par l'approche client », [http:// www.secor.biz.pdf](http://www.secor.biz.pdf), p 3, 20/05/2006

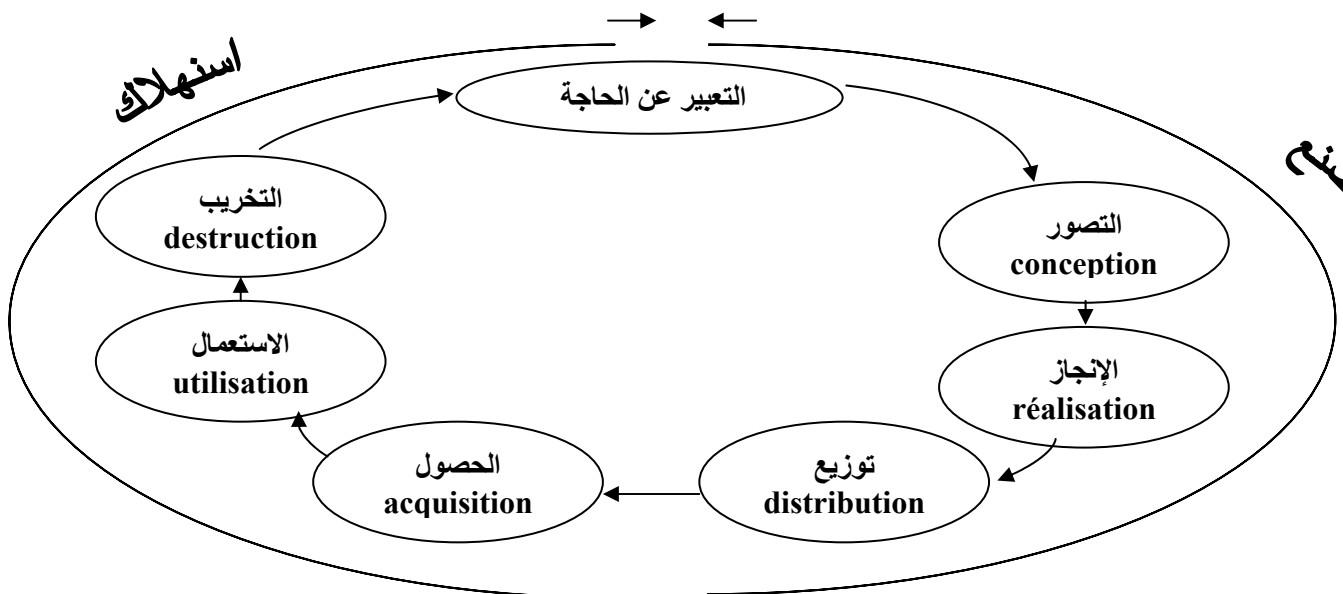
:

:50



Glass Neil : « Management: les 10 défis », op.cit, p 56 :

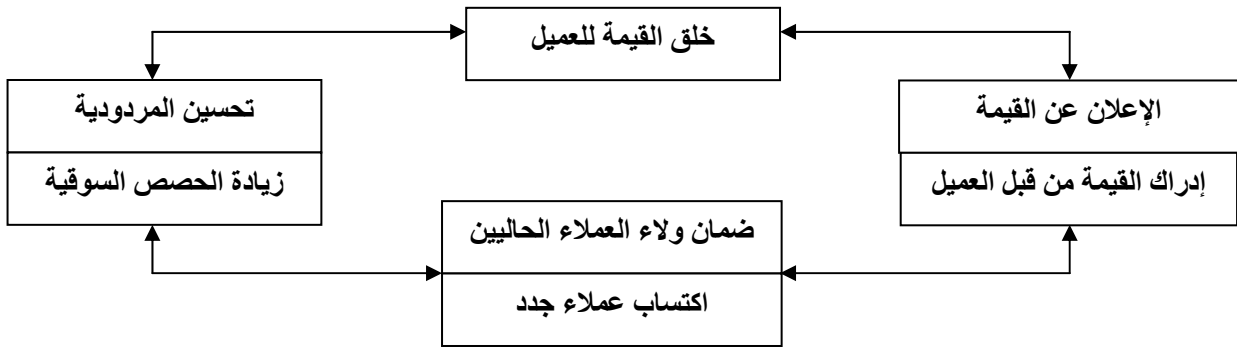
:51



Thierry Hougron : « Le Pilotage de la Valeur », édition Dunod, Paris, 2003, p 8 :

1

:52



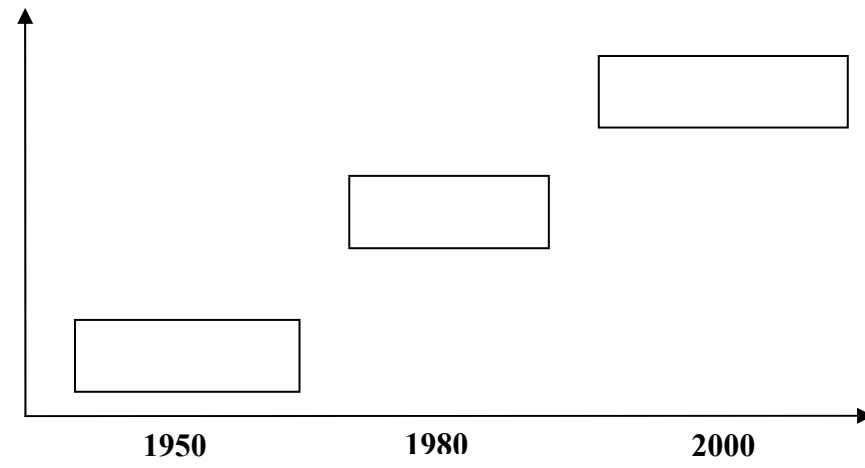
Jokung Octave et autres : « Introduction au management de la valeur », op.cit, p 310 :

2.

⤴
⤴
⤴

¹ العيهار فلة، مرجع سبق ذكره، ص 160.

² Thierry Hougron, op.cit, p 12.



1-3

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

2-3

Broh

1.

2.

(/)

¹ عبد الستار محمد العلي: " إدارة الإنتاج والعمليات: مدخل كمي"، مرجع سبق ذكره، ص 509.
² نفس المرجع السابق، ص 510.

: .2.1

:

:

◇

:

-

:

-

:

-

:

◇

:

:

◇

.1

.2

.3

:

:

◇

.(

)

-

-

-

.3.1

:

:

.1

.2

.3

.4

.5

:

.4.1

:

.

:

9293

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

:(13)

7765	
350	
365	()
813	()
9293	

Rapport Annuel , 2006, p 17 :

: : . .1
. .2
. .3
:

:(14)

Types d'avions	Nombres d'avions	Nombre de places
Flotte passagers :		
- Boeing B 727-200	10	147
- Boeing B 737-200	15	101
- Boeing A 310-200	02	216
- Boeing A767-300	03	253
- Boeing B 737-800	03	180
- Airbus A 320-200	05	216
- ATR 72-500	06	40
- Fokker F 27	07	40
Flotte cargo :		
- Lockheed hercules L100	02	
- Boeing 737-200 : combi	01	
Flotte aérien :		
- Hélicoptère bell 206 LR	06	
- Cessna 208 B grande caravane	03	
Becheraft king air 100 -	02	
Grumman -	08	

Source : Document interne, sous direction des programmes

(Maghreb et Moyen Orient) MMO

%11

%79

12

25

:(15)

-			
-		-	-
-		-	-
-		-	-
-		-	-
-		-	-

:

:

3

..*

/

/

/

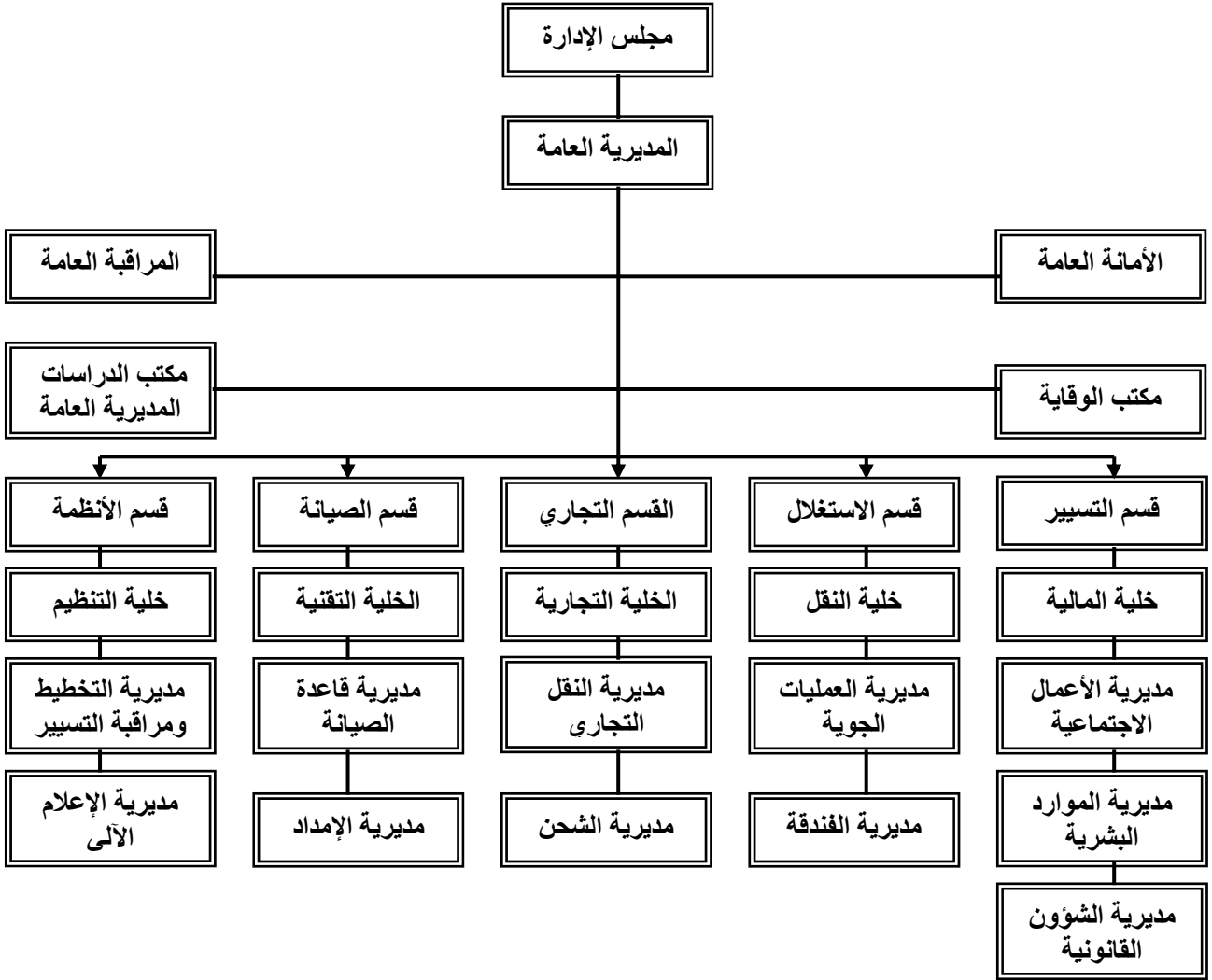
:(16)

:

*انظر الملحق رقم (3).

.1.2

:54



.2.2

.1
.2
.3
.4

SPA

:55

مجمع الخطوط الجوية الجزائرية
Air algérie groupe

الخطوط الجوية الجزائرية التقنية
techniques

الخطوط الجوية الداخلية
Domestics

الخطوط الجوية الجزائرية للشحن
cargo

الخطوط الجوية الجزائرية للفندقة
Air algérie catering

الخطوط الجوية الدولية
International

.1
.2
.3
.4

.Consignation

air Algérie cargo

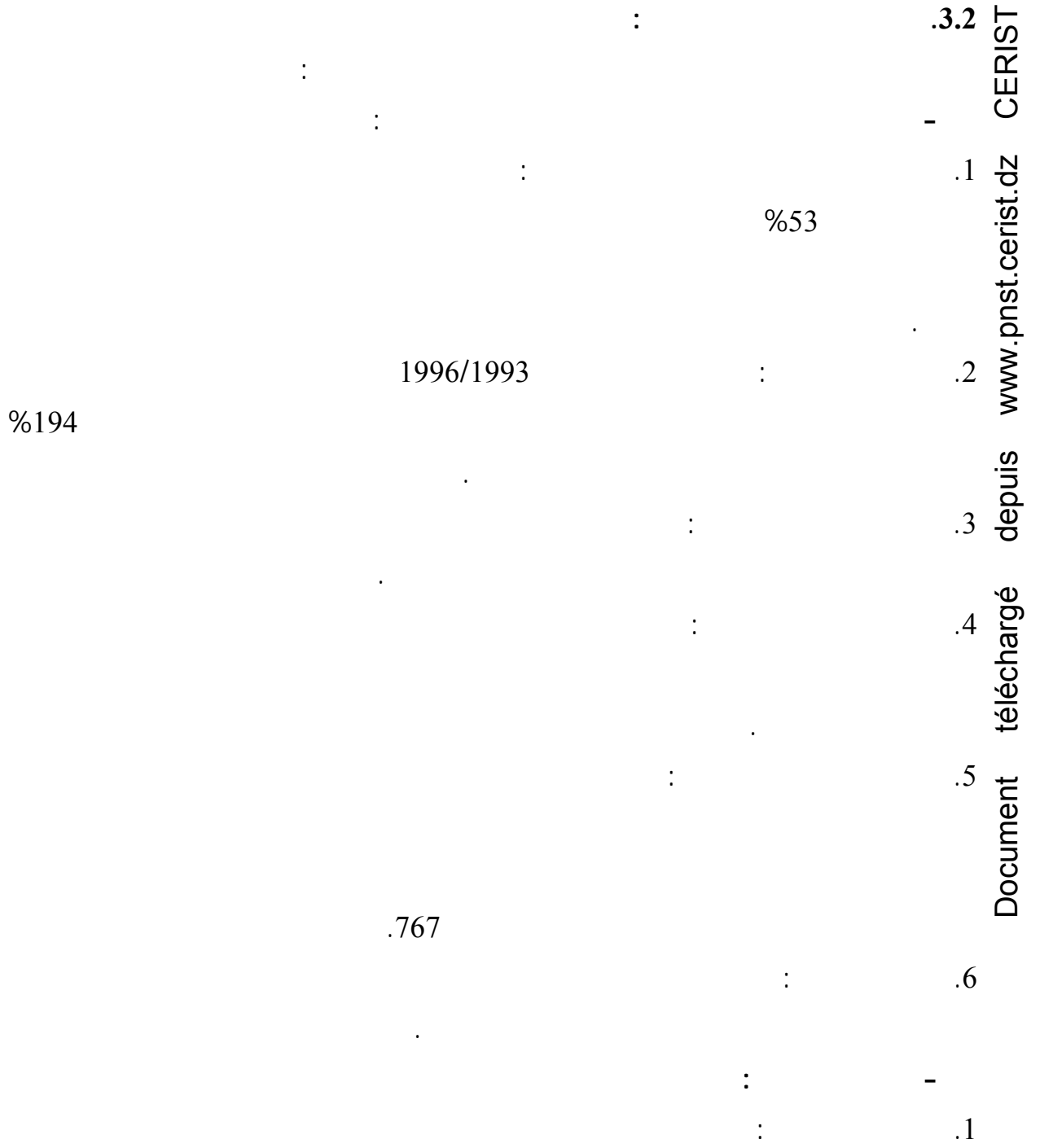
.1
.2
.3

:air Algérie catering

:air algérie domestics

.déficit

: Air Algérie International



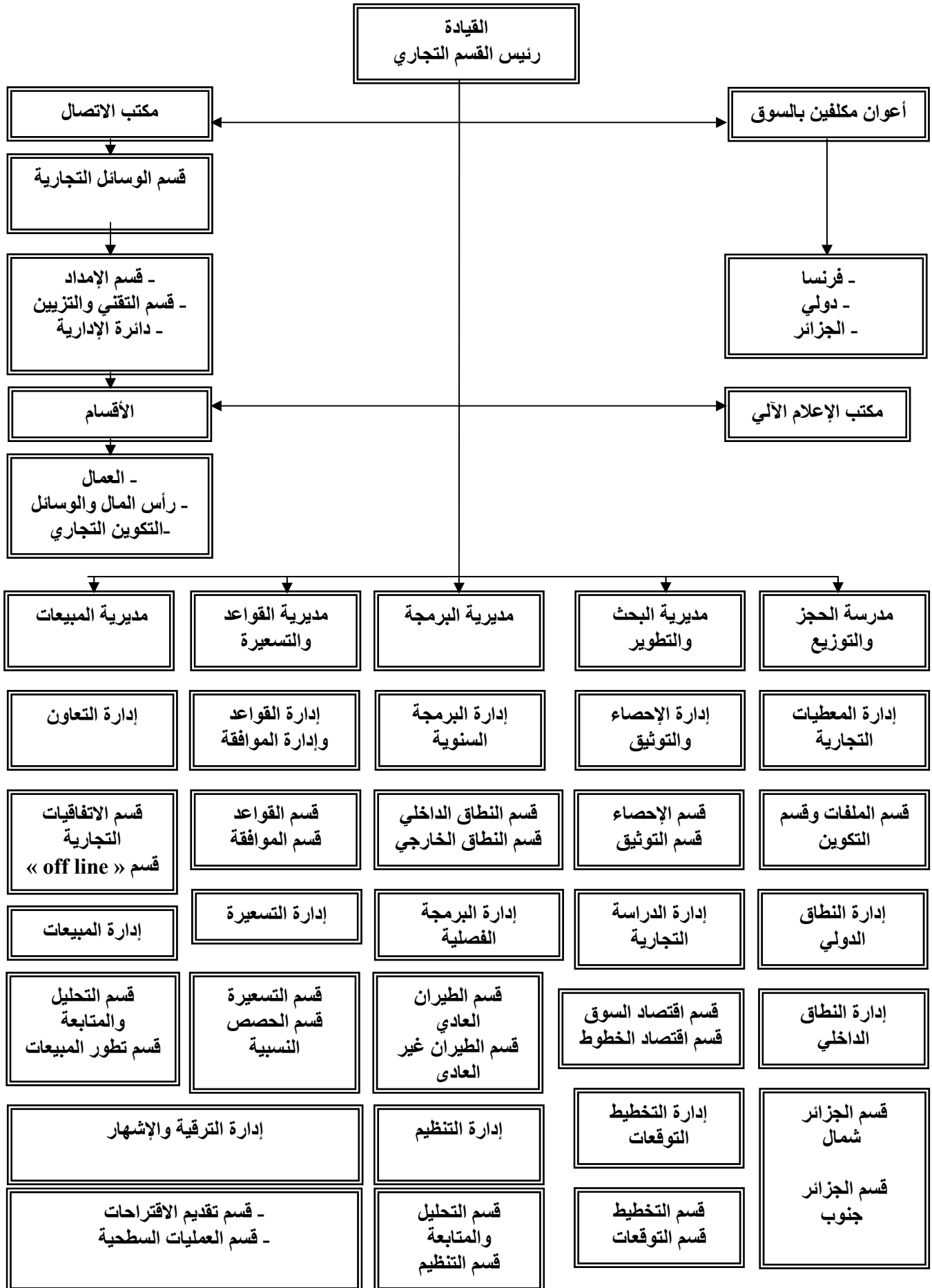
3/1
1987 1984
1988 %60 1500
:
1990 : () .2
216 213 767 CERIST
%60 300 www.pnst.cerist.dz
.3
.4 depuis
.4.2 téléchargé
- - - - - Document
() - - - - -
: - .1
.2

.3

: .1.3

.2.3

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST



.5

:

◇

◇

AACO- AFRAA- IATA :

.IATA- ATA :

◇

◇

:

.1.4

-/1

: **Air France** -

2002 1994 -

2003 1994 Air Bus

.1%30

2001 :**Aigle Azur** -

.%30

:**Alitalia** -

Milan - -

.%30

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

AACO: Union Arabe du Transport Aérien.
 AFRAA : Association des Compagnes Aériennes Africaines.
 IATA : International Association de transport Aérien.

¹ - IT Apress, **Lettres d'Information Bimensuelle de l'Institut de Transport Aérien**, N° 380, Avril 2001, p 8.

	1960	-				:British air ways -
	5		3	2004		
		-			2005 07	
					.%36	
15	1990	.			15	:Lufthansa -
					2005	
	-		1999			:Turkish air lines -
	.%77					
			2005			:Qatar airways -
	.			31		
	-					:Tunis air -
					.%49	
-						:Royal air Maroc -
	.%65		-	-		
	.%31		-			:Lybian air lines -
			-			:Egypte air -
					.%56	
	china eastern - malev -liberia :					
	.					
	1998	27	98-06			-/2
: ¹						
			SARL			:Antiria air line -
						:Sahara Air Line -
				SPA		:Eco Air -

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

¹ - Melissa Nour Magazine, **La Carte Réseau National et International**, N° 03 , édition Casbah, 2005, p 32-33.

	:service à bord	-3	
		:	
	19 12 9	-/	
		.	
	duty free	-	
		.	
		:	-4
		♦	
	()	♦
		:	.2.1.5
		.	
« IATA »			
		:	- (1
		.	
master card américain express	carte de crédit	-	
		-	
	.universel air transport olon		
	:(prepaid ticket admit) PTA	-	
	PTA		
		:	
	PTA		
		.	
	:(bon pour divers services) MCO	-	
	:	(lettre de crédit)	
		♦	
		♦	
		♦	

CERIST
 www.pnst.cerist.dz
 depuis
 téléchargé
 Document

: - (2)

: .1

: .2

.excursion ♦

:Tarif individuel inclusive tour (IIT) ♦

IATA

()

) :tarifs réduits -

(

:(17)

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

		(%)	
(10)		90	24 :
()		33 25 33	11 :
()		33 40	24 12 : 29 12
		33 40	: 30-24 31-29
		25	26 12
		50	
19	6	40	
19			
	7	40	60 :
			55

10	4	10	35 40
----	---	----	----------

:

:(18)

		(%)	
(10)		90	24 :
		33	11 :
		25	26 12 :
19	1	60	25
19			
10 4		20	
10		25	

:

:tarifs promotionnels

-

:

IATA

ATAF

ATAF

.IATA ATAF

:

%20

19

IATA

.ATAF

:

.3.1.5

:

:

:

183

. 91 :

-

. 48 :

-

(...)

:traitement des lettres clients

.2.5

.1

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

¹ - Trait d'union, (2000), Revue interne d'Air Algérie , N° 26, troisième trimestre, p 3.

() (projet de lettre)

:
15

60

:traitement des rapports spéciaux

chef cabine

(R.S.V)

.RSV

traitement rapport chef de cabine

30

3

200

.(:)

:

*

: ♦

.6.1

:

.5.1

:

.(

.3

)

.2

. - :

.1

.()

:

.4.1

:

.3.1

:

-

160

.146

200

14

(S.P.S.S)

SPSS

.7.1

11

:
:
: .1

:(19)

(%)		
32,19	47	
16,43	24	
35,61	52	
15,75	23	
100	146	

%51,36

:

:

:

%16,43

%32,19

:

:(20)

%		
53,42	78	
5,47	08	
19,86	29	
2,73	04	
18,49	27	
100	146	

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

:(21)

%		
54,79	80	
6,84	10	
13,01	19	
17,80	25	
07,53	11	Par prepaid ticket aduit
100	146	

:(22)

%		
28,08	41	
10,95	16	
60,95	89	
100	146	

%60,95

%28,08

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

:(23)

%		
68,49	100	
31,51	46	
100	146	

%68,49

:(24)

%		
4,10	6	20
26,71	39	35 21
47,97	70	23,97
17,80	26	70 51
3,42	05	70
100	146	

:(25)

%		
0,68	01	
20,54	30	
20,54	30	
3,42	05	
13,01	19	
19,17	28	
11,64	17	
10,95	16	
100	146	

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

:(26)

%		
32,87	48	
60,27	88	()
2,05	03	()
4,10	06	()
0,68	01	()
100	146	

50 21

%20,54

%20,54

%32,87

%60,27

%74,68

.%19,17

:(27)

%		
71,91	105	
28,08	41	
100	146	

()

.%100

:(28)

%		
63.01	92	
36.98	54	
100	146	

%63,01

%36,98

:(29)

	(%)		(%)		(%)		(%)		(%)		
146	7,53	11	26,02	38	43,15	63	9,58	14	13,69	20	
146	9,58	14	36,82	45	35,61	52	14,38	21	9,58	14	Standardiste
146	15,75	23	33,56	49	36,30	53	10,25	15	4,10	6	
146	7,53	11	6,16	9	33,56	49	39,72	58	13,01	19	
146	15,75	23	28,08	41	36,30	53	10,27	15	9,58	14	Les agent au sol

:(30)

	(%)		(%)		(%)		(%)		(%)		
146	5,47	8	7,53	11	52,73	77	19,86	29	14,38	21	
146	6,84	10	9,58	14	49,31	72	23,97	35	10,27	15	
146	8,21	12	6,16	9	34,24	50	36,98	54	14,38	21	
146	3,42	5	2,73	4	34,24	50	28,08	41	31,50	46	

%59,58

%34,24

"

"

%48,62

:(31)

	(%)		(%)		(%)		(%)		(%)	
146	23,5	34	31,51	46	22,60	33	19,17	28	3,42	5
146	2,05	3	8,90	13	44,42	65	39,04	57	5,47	8
146	2,73	4	11,64	17	32,87	48	39,72	58	13,01	19
146	2,05	3	10,27	15	36,98	54	43,15	63	7,53	11
146	11,46	20	13,69	49	33,56	49	33,56	17	7,53	11
146	10,27	15	38,35	56	36,98	54	13,69	20	0,06	1
146	15,75	23	38,35	56	37,67	55	7,53	11	0,06	1
146	10,27	16	35,61	52	42,46	62	4,47	8	6,16	9

"

"

« Catering »

"

"

"

%45,20

"

"

« Télé Affichage »

"

" %55,01

"

%36,98"

:(32)

%		
8,90	39	
13,01	57	
02,73	12	
28,99	127	
03,42	15	
07,53	33	
11,14	50	
04,79	21	
05,47	24	
13,69	60	
100	438	

%28,99

%13,69

%11,14

:(33)

%		
52,73	77	
47,29	69	
100	146	

%52,73

%47,26

%31

%60

:(34)

%		
47,94	70	
52,05	76	
100	146	

%47,94

%52,05

%12

%17

%56

%15

77

70

:(35)

%		
7,53	11	
39,73	58	
44,53	65	
8,21	12	
100	146	

%44,53

%39,73

%39

%57

%.4

:13

.3

:(36)

%		
22,60	33	
6,84	10	non fiable
10,95	16	
07,53	11	
8,90	13	
10,95	16	
10,27	15	
13,69	20	
8,21	12	
100	146	

:

.%22,60

.%13,69

.%10,95

.13

14

:(37)

21,23	31	
21,23	31	
11,64	17	
12,32	18	
11,64	17	
21,91	32	
100	146	

%21,91 %21,23 %21,23

:(38)

89,04	130	
10,95	16	
100	146	

%89,04

:(39)

27,39	40	
15,06	22	
8,21	12	
23,28	34	
5,47	08	
20,45	30	
100	146	

:

%27,39 -
%23,28 « Excédent de Bagage » -
%20,45 -
%15,06 « sur Classement » -
%8,21 -
.%4,47 -

.1.3

n=146, k = 17, α = 5%, t^t (n-k.α) = t^t (129,5%) = 1,645

H₀

H₁

() t^t (6)

t ^t	
11,417	
13,052	
12,468	
13,264	
16,415	
13,198	
11,747	
10,000	
8,951	
7,247	
11,538	
10,640	
5,658	
2,419	
3,507	
1,930	
3,542	

Standardiste

H₀

H₁

t^t <

t^c

	:		.7
			Chi2 = 0,912 = 91,2%
	H ₁	H ₀	chi2 ^c > chi2 ^t
:			.8
			Chi2 = 0,903 = 90,3%
	H ₁	H ₀	chi2 ^c > chi2 ^t
	:		.9
			Chi2 = 0,705 = 70,5%
	H ₁	H ₀	chi2 ^c > chi2 ^t
	:		.10
			Chi2 = 0,742 = 74,2%
	H ₁	H ₀	chi2 ^c > chi2 ^t
	:		.11
			Chi2 = 0,67 = 67%
	H ₁	H ₀	chi2 ^c > chi2 ^t
	:		.12
			Chi2 = 0,728 = 72,8%
	H ₁	H ₀	chi2 ^c > chi2 ^t
	:		.13
			Chi2 = 0,662 = 66,2%
	H ₁	H ₀	chi2 ^c > chi2 ^t
:			.14
			Chi2 = 0,679 = 67,9%
	H ₁	H ₀	chi2 ^c > chi2 ^t
	:		.15
			Chi2 = 0,916 = 91,6%
	H ₁	H ₀	chi2 ^c > chi2 ^t
	:		.16
			Chi2 = 0,911 = 9,11%

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

H₁ H₀ chi2^c > chi2^t

: .17

Chi2 = 0,92 = 92%

H₁ H₀ chi2^c > chi2^t

: .18

Chi2 = 0,924 = 92,4%

H₁ H₀ chi2^c > chi2^t

: .19

Chi2 = 0,876 = 87,6%

H₁ H₀ chi2^c > chi2^t

: .3.3

chi-deux

: .3.4

1-3-4

CERIST
www.pnst.cerist.dz
depuis
téléchargé
Document

(gestion de relation client)

télé affichage

.télé affichage

24/ 24

« un box d'information »

« Répondeur Automatique »

« Attente / Musique »

Air Algérie ; Bonjour, Agent n° x
)

« Point de Réservation »

.(...

Télé affichage

(Signalisation)

CERIST
www.pnst.cerist.dz
depuis
téléchargé
Document

-2-3-4

Service Chaperon

zone de traitement passager

(Assister)

(...)

" "

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

..

%39,73

%44,53

:

/)

.MARS

AMADIOS

.(/

Programme de Fidélisation .

.Cating

-
-
-
-
-

الخطبة

...

" :

"

..

.

:

..

"

" :

"

" :

(sondage d'opinion)

قائمة المراجع

		:		
			:	-I
.2002	"	"	:"	. CERIST
.1998	"	"	:"	.3
.2002	"	"	:"	.4
.2005	"	"	:"	.5
.2005	"	"	:"	.6
2001	"	"	:"	.7
.2001	"	"	:"	.8
.2002	"	"	:"	.9
.2000	"	"	:"	.10
1995	"	"	:"	.11
1995	"	"	:"	.12
.2002	"	"	:"	.13
.2000	"	"	:"	.14
.1996	"	"	:"	.15
2002	"	"	:"	.16
.2002	"	"	:"	.17
. 2002	"	"	:"	.18
.2000	"	"	:"	.19
"	:	"	:	.20
		.2004		.21
2002			:	.22
2000		"	:	.23
.1998	"	"	:"	
.1995	"	"	:"	

Document téléchargé depuis www.pn.st.cerist.dz

.2002	"	":	.24
"		":	.25
		.1997	
.1999	"	":	.26
"	9000	":	.27
		.1999	
1997	"	":	.28
.1997	"	50 ":	.29
.2003	"	":	.30
		":	.31
	.1998	"	
.2001	"	":	.32
.1998		% 1	.33
:	"	:	.34
	.1998	"	
			.35
		. 1995	
.1997	"	"	.36
.2000	"	":	.37
"	"	:	.38
		.1997	
.1997	"	":	.39
" 110011 ISO9000		":	.40
		.1999	
2000			.41
.1999	"	"	.42
	.1996	":	.43
.1999			.44
.2000			.45
.2000			.46
.1995		"	.47

2002	"	":	:	.48
.1994			: .	.49
	.2003			.50
	:			.51
			.1999	
	"		":	.52
			.2001	
.2002			:	.53
			:	.54
"		:	":	.55
	.1999			
	.2002			.56
			:	-II
				.1
		2002		.2
		2003		.3
.2005	"		":	.4
			":	.5
	2006	"	":	.6
	-NCA	-	":	.7
			2007	.8
"			":	.9
		.2006	":	.10
	"-	-	":	.11
			1999	.12
.2001				.13

.2003	"	":	.9
-	-	":	.10
	.2004	:	.11
	.1998		
		:	-III
"	"	":	.1
		.2001 21	
2004		:	.2
		"	.3
	1996		
3	"	":	.4
		.2004	
		:	-IV
	"	":	.1
		"	
	.2005	4-3	
"	"	":	.2
.2005	9-8		
	"	":	.3
		.2002-2001	
		:	-V
.2003	"	766 "	.1
	.1977		.2

CERIST
 www.pnst.cerist.dz
 depuis
 téléchargé
 Document

:

I- Les ouvrages :

1. Abdelmadjid Amine : " **Le comportement du consommateur face aux variable d'action marketing**", Edition management, Paris, 1994
2. Bernard Claude Yves : **Le management par la qualité total : l'excellence en efficacité et en efficience opérationnellement** , édition, AFNOR, paris, 2000.
3. Bouayad Anis et D'andre Emmanuel : « **Stratégie et métier de l'entreprise : pourquoi et comment définir le métier de notre entreprise** », ed Dunod, Paris , 2000.
4. Brilman. J, « **les meilleurs pratiques du management au cœur de la performance** »,3eme édition, édition d'organisation, Paris, 2000.
5. Boyer Luc .Didier burgravem, '**le marketing avancée du one to one au e-business**, édition organisation, Paris, 2000.
6. Brilman Jean, "**les meilleurs pratiques du management : au cœur de la performance**", édition d'organisation, 3^{ème} édition, Paris, 2001.
7. Broustail Joël, Frederik FRERY : **Le management stratégique de l'innovation**, éditions Dalloz, Paris, 1993.
8. Camp robert : '**le benchmarking pour atteindre l'excellence et dépasser vos concurrent**, édition d'organisation, Paris, 1992.
9. Cattan Michel : **maîtriser les processus de l'entreprise, guide opérationnel**, les éditions d'organisation, Paris, 2000.
10. Cathan. M et autres, "**maîtriser les processus de l'entreprise**", édition d'organisation, paris, 1998.
11. Champy James Hammer Michael, : "**Le reengineering**", édition DUNOD, Paris, 1993.
12. Curien Nicolas : **Economie et management des entreprises de réseau**, édition Economica, Paris, 1992.
13. Daniel Ray : « **mesurer et développer la satisfaction** », Edition d'organisation, Paris, 2000.
14. Detrie Philippe, **conduire une démarche qualité**, les éditions d'organisation, Paris, 2001.
15. Détrie Philippe : « **Le client retrouvé : Guide pratique de la qualité total** », édition d'organisation, 3^{ème} éditions , Paris, 1999 .
16. Djitli Mohamed Seghir : « **Comprendre le Marketing** », Edition Berti, Algérie, 1990.

-
17. Douglas H, Vinzant, Janet C, « **Stratégie Management and total qualité management : Challenges and choices** », Public Administration Quarterly, v20,n2. Summer 1996.
 18. Dubois Philipe et Kotler : " **Le Marketing Management**", édition publi union, 9ème édition, Paris, 1997
 19. Dubois et Kotler, **marketing management**, édition Pearson éducation, 12eme édition, paris , 2006
 20. Dubois,Pierre- Louis Alain Jolibert: « **Le Marketing** » édition Economica, 3^{ème} Edition, Paris, 1998.
 21. Dumoulin Jean- Louis : « **Clients satisfaits entreprise gagnante** », les éditions d'organisation, Paris, 1994
 22. Evan, I.R : « **Applied production and operation management** », West pub company, 4th edition, London.1993
 23. Froman Bernard : « **du manuel qualité au manuel management** », édition AFNOR, Paris 2001.
 24. Gasquet chauphe et Segot jaques: « **assurer le passage a la norme iso 9001. Version 2000 en route vers l'excellence**, édition AFNOR, Paris ,2001
 25. Gervais Michel : « **contrôle de gestion** », Edition Economica, 7^{ème} édition, Paris, 2001
 26. Philippe Détrie, "**Le client retrouve**", Edition d'organisation, , Paris, 1998
 27. Giannelloni Jean - Lue – Eric vernette, "**études de marché**", Vuibert, Paris, 1995
 28. Glass Neil : « **Management : les 10 défis** », les éditions d'organisations, Paris, 2001.
 29. Gogue Jean –Marie : **management de la qualité**, édition economica, 3^{ème} édition, Paris, 2001
 30. Gogue Jean – Marie : « **traité de la qualité** », édition economica, Paris, 2000.
 31. Guy audiger : « **Marketing pour l'entreprise** », édition gualino, Paris, 2003
 32. Huberac jean –pierre, « **Guide des méthodes de la qualité** », édition AFNOR, Paris, 2001.
 33. Jarrosson Bruno, « **100 ans de management : un siècle de management a travers les écrits** », édition DUNOD, Paris, 2000
 34. Jocu pierre, Lucas Frédéric : « **Au cœur du changement :une autre démarche de management,la qualité total** », édition DUNOD, 3ème édition,paris,1995
 35. Juran Joseph : « **la qualité dans les services** », édition ANFOR, Paris, 1987
 36. Keviler Isabelle : « **le contrôle de gestion à la portée de tous** », édition economica, 3^{ème} édition, Paris, 2001
 37. Lamprecht James, ISO9001 : **Commentaires et conseils pratiques, une approche statistique**, édition AFNOR, Paris, 2001
 38. Lars Mayer, Weerden : "**La fidélisation client**", édition Vuibert, Paris, 2004

-
39. Machault Michel : « **conquérir des clients** », Edition Foucher, Paris, 2000
 40. Maders Henri- Pierre : « **conduire une équipe projet** », édition d'organisation, 2^{ème} ed, Paris, 2000.
 41. Margat Pierre : « **Fidéliser vos clients** », édition d'organisation, , 2^{ème} édition, Paris, 2001
 42. Mintzberg Henry : **Le management : voyage au centre des organisations**, éditions d'organisation, Paris, 1989.
 43. Mitonneau Henri : « **ISO9000 version 2000** », éditions DUNOD, Paris, 2001
 44. Ohna Paul : « **Le total customer management** », Edition d'organisation, Paris, 2001,
 45. Pras Bernard, « **Market** », DANOD, Paris, 3^{ème} édition, 2003
 46. Sebelo Didier et Vertighem Christophe : **de la qualité a l'assurance de la qualité, accompagner la démarche** « édition AFNOR, 2eme édition, Paris.2001.
 47. Steiss, Alan, « **strategic management and organization decision making** », Lexington, MA :D.C Heach.P.I, 1985
 48. Supizet, Jean « **Le management de la performance durable** », édition d'organisation, Paris, 2002
 49. Sveiby Karl Erik : Knowledge : « **management la nouvelle richesse des entreprises** », édition maxima, Paris, 2000 .
 50. Thierry Hougron : « **Le pilotage de la valeur** », édition Dunod, Paris, 2003.
 51. Todorov Braninir, **ISO9000**, Gaetan Morin éditeur, 3^{ème} édition, Paris, 1994.
 52. Villalonga Christophe : **L'audit qualité interne : démarche et technique de communication efficacité son processus d'audit. Iso 9000. Iso 9011**, édition DUNOD, paris, 2003

II- Les Revue :

1. Debruyne Michel : « **la certification qualité selon les normes ISO**», Revue des sciences de gestion, N°194, Mars Avril, 2002.
2. Gary Hamel et al, « **Competing for future** », Harvard Business Review, July-Aug, N°125,a 1992
3. Neuville Jean – Philippe, « **la qualité en question** », revue française en gestion, N°18, Mars, Avril, Mai 1996
4. Potie N Christian: " **la qualité**", la revue de gestion et entreprise, INPED, Boumerdés, N° 9.mai 1999.
5. **Trait d'union, (2000)**, Revue interne d'Air Algérie , N° 26, troisième trimestre.

III- Site Internet :

1.

www.ituarabic.org. consulter le 30-01-2005

2. Chênette Madeleine : « **Mobiliser par l'approche client** » [http:// www.secor.biz.pdf](http://www.secor.biz.pdf),:20/05/2000

3. Cotie pierre, « **la qualité totale** », [http: // www.ibn- Taymia-edu/quality1.files/ frae](http://www.ibn-Taymia-edu/quality1.files/frae).

Htm.05/10/2005

4. Denis jean- Emile : « **orientation marché et performance** », [http : //www. hec. unige. ch. pdf](http://www.hec.unige.ch.pdf), 11/02/2006.

5. .Groupe XL, "**la satisfaction client**", http://www.Xl.Fr/Lgroupe_xl/experiences.asp

6. Inizan. M, "l'**ecoute-client**", <http://www.rouen.cci.fr.pdf>,25/10/2005, p 8

7. Mono James, **l'amélioration contenu**, <http://www.creativehorion.com.sa/Nashra.htm>.10/09/2006

8. Laforte Denis: « **Gestion de projet et secteur public** », (décembre 1999), Document Edite sur (<http://www.enap.uquebec.ca/documents-pdf/observatoire/coup-doeil/1999-dec-vol5n°4.pdf>), (premier accès le : 18/08/2004) , 221 K₀, P2/10

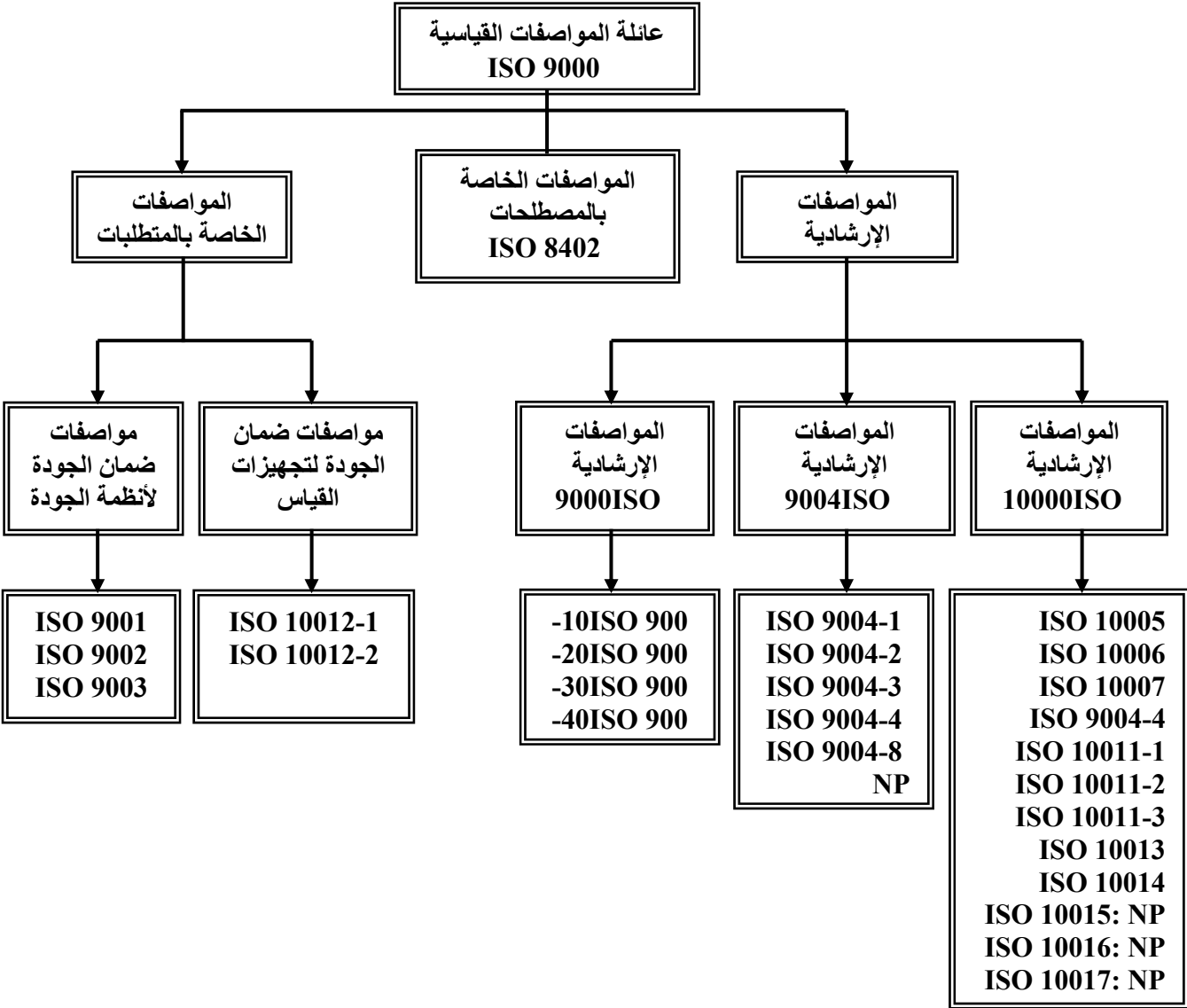
9. ROGER Alain: « **Impact du management par projets sur les activités de l'entreprise** », (Daylight group Document de travail-version0.02- 1^{ère} version Octobre 2003), ([http:/daylight-group.com/](http://daylight-group.com/)).

10. Thierry Jean : « **Optimiser les processus** », [http:// www.fonction-publique.gouv.fr.pdf](http://www.fonction-publique.gouv.fr.pdf), p 12,

11. [http:// doc. Abhatoo, net ma/ IMG/ doc/ nadi2.doc](http://doc.Abhatoo.net/ma/IMG/doc/nadi2.doc). Le 14/02/2005.

الملاحق

ملحق رقم (1)

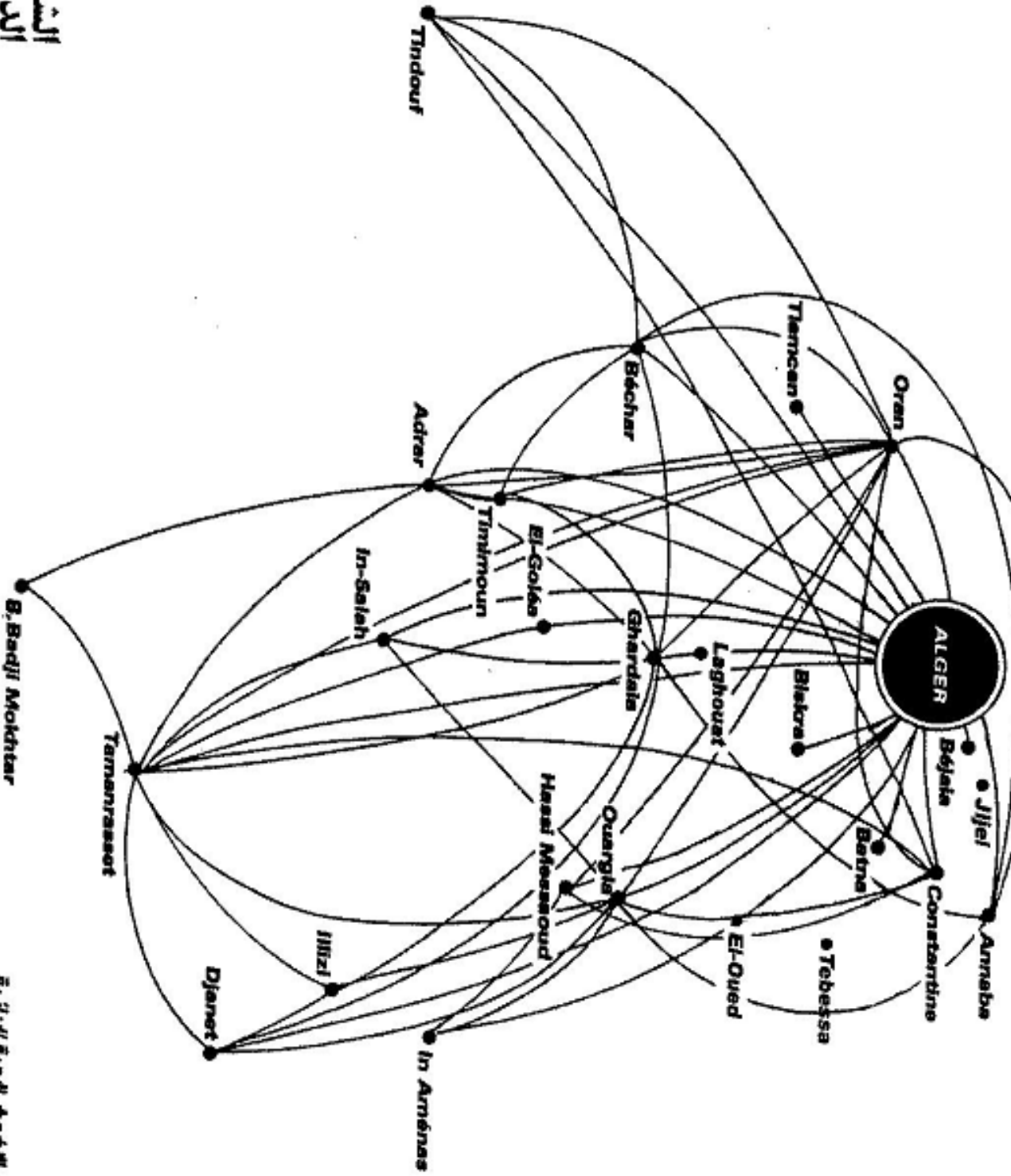


(2)

14000

	:	ISO 14001.2
	:	ISO 14004
	:	ISO 14010.2
	:	ISO 14012.2
	:	ISO 1401.2
	:	ISO 14013
	:	ISO 14014
	:	ISO 14015
	:	ISO 14020
	:	ISO 14021
	:	ISO 14022
	:	ISO 14022
	:	ISO 14023
	:	ISO 14024
:ISO 1404X	-(01)	
		.03
	:	ISO 14040
	:	ISO 14041
	:	ISO 14042
	:	ISO 14043
	:	ISO 14050
	:	ISO Guide 64

(3)



RESEAU
INTERIEUR
الشبكة
الداخلية



(4)

AIR ALGERIE

DIRECTION COMMERCIALE
 S/DIRECTION RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT

RESULTATS MARCHÉ GLOBAL (AH + CIES ETRANGERES)

RESEAU : INTERNATIONAL

Année 2000/2001/2002

	2000			2001			2002			PART AH%			EVOI.%	
	AH	CE	TOTAL	AH	CE	TOTAL	AH	CE	TOTAL	2000	2001	2002	2001/2000	2002/2001
RESEAU														
OFFRE	2 018 888	0	2 018 888	2 237 191	4 144	2 241 335	2 017 027	295 820	2 312 847	100	99,82	87,21	11,02	3,19
TRAFFIC	1 337 611	0	1 337 611	1 493 638	1 825	1 495 463	1 371 077	1 283 370	1 499 447	100	99,88	91,44	11,80	0,27
CR%	66,25	0,00	66,25	44,04	66,72	67,98	43,39	44,83					0,47	-1,89
Europe														
OFFRE	361 466	103 036	464 502	417 982	154 103	572 085	358 070	115 444	473 514	77,82	73,06	75,62	23,16	-17,23
TRAFFIC	221 053	63 566	284 619	215 103	84 977	300 080	212 944	79 894	292 838	77,67	71,68	72,72	5,43	-2,41
CR%	61,15	61,69	61,27	51,46	55,14	52,45	59,47	69,21	61,84				-8,82	-9,39
MMO														
OFFRE	215 542	195 065	410 607	226 169	199 744	425 912	263 156	184 996	448 152	52,49	53,10	58,72	3,73	5,22
TRAFFIC	150 334	118 284	268 618	156 187	118 756	274 943	171 232	118 273	289 505	55,97	56,81	59,15	2,35	5,30
CR%	69,75	60,64	65,42	69,06	59,45	64,55	65,07	63,93	64,60				-0,87	0,05
Afrique														
OFFRE	38 926	0	38 926	55 490	0	55 490	60 116	0	60 116	100	100	100	42,55	8,34
TRAFFIC	21 056	0	21 056	34 744	0	34 744	42 002	0	42 002	100	100	100	65,01	20,89
CR%	54,09	0	54,09	62,61	0	62,61	69,87	0	69,87				8,52	7,26
INTER TRAFIC														
OFFRE	2 634 822	298 101	2 932 923	2 936 832	357 991	3 294 823	2 698 369	556 260	3 294 629	89,84	89,13	81,90	12,34	-0,01
TRAFFIC	1 730 054	181 850	1 911 904	1 899 672	205 558	2 105 230	1 797 255	326 537	2 123 792	90,49	90,24	84,62	10,11	0,88
CR%	65,66	61,00	65,19	64,68	57,42	63,90	66,61	54,76	64,46				-1,29	0,57

AIR ALGERIE

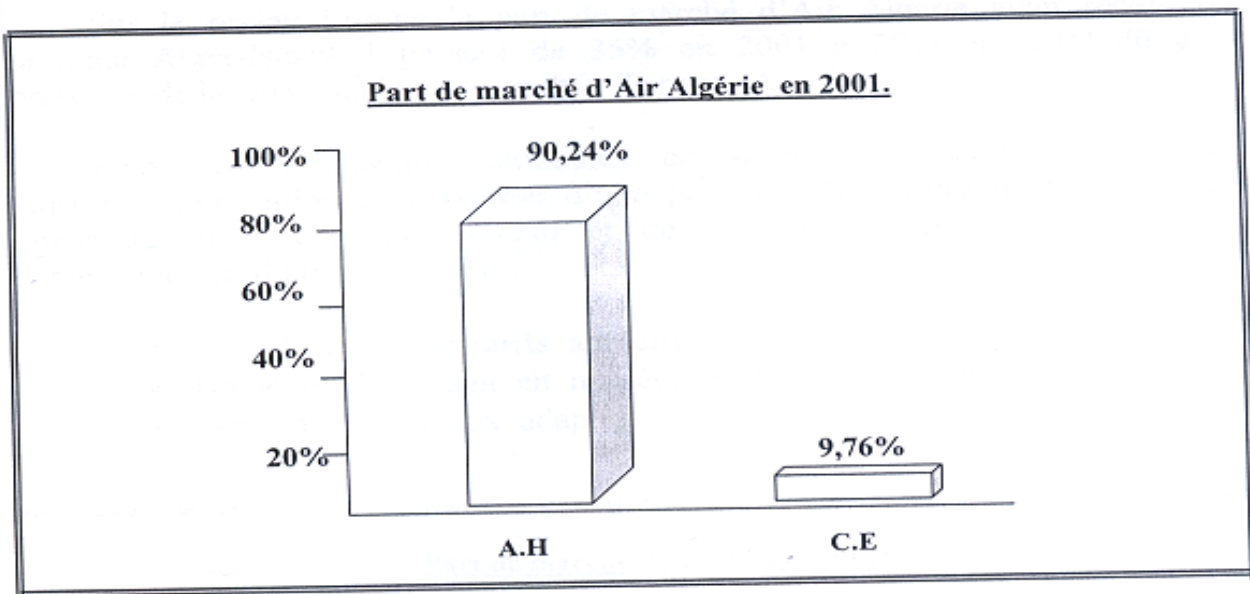
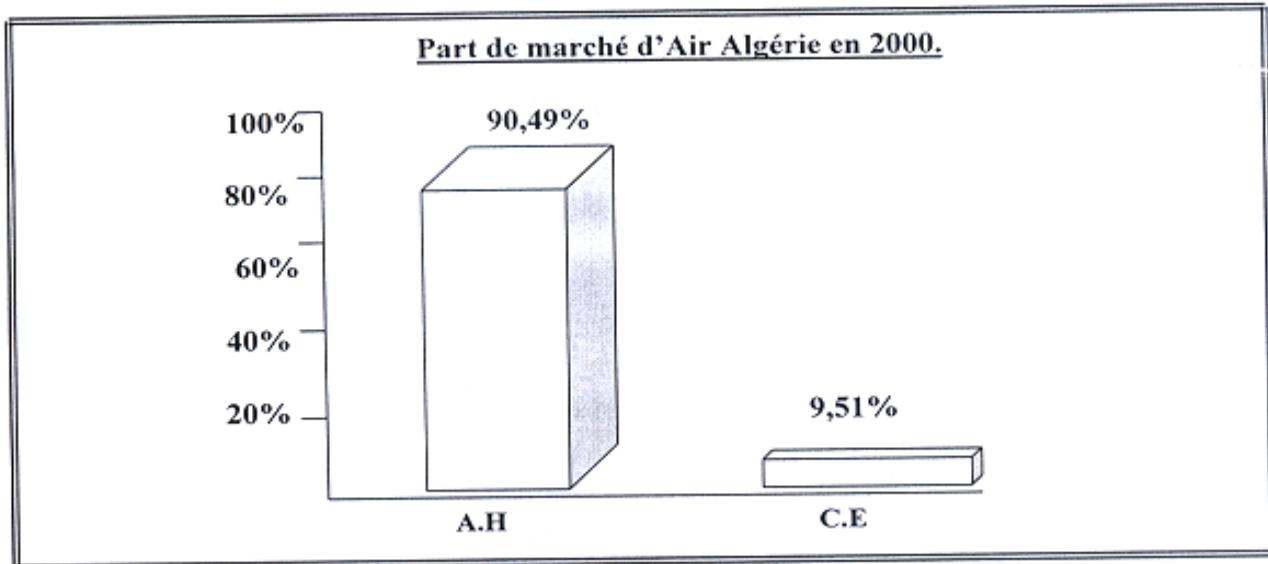
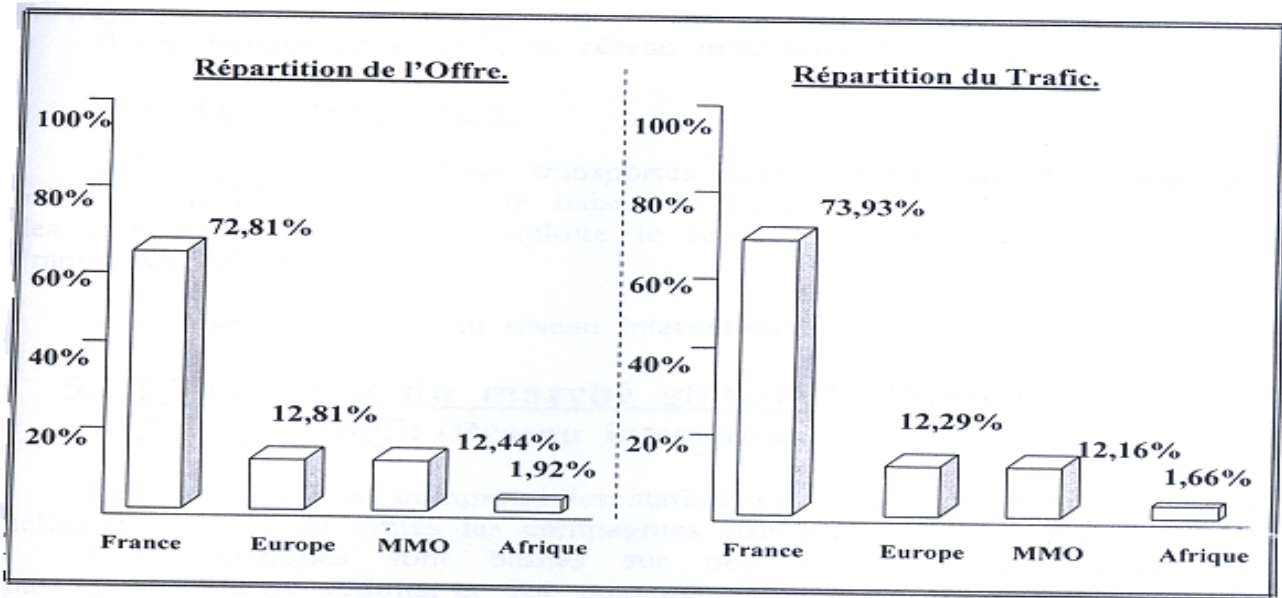
DIRECTION COMMERCIALE
 S/DIRECTION RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT

RESULTATS MARCHE GLOBAL (AH + CIES ETRANGERES)

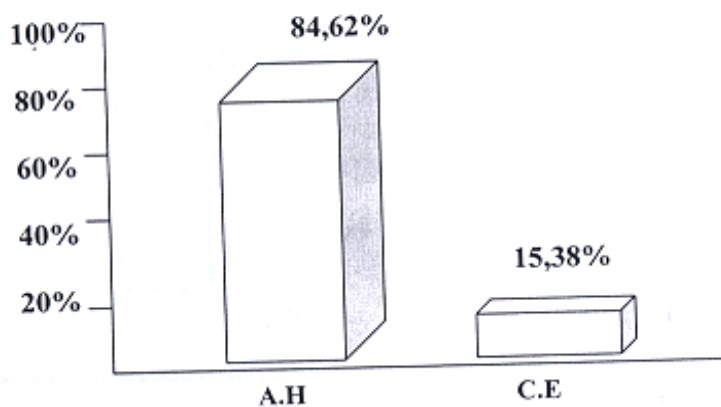
RESEAU : INTERNATIONAL

Année 2003/2004/2005

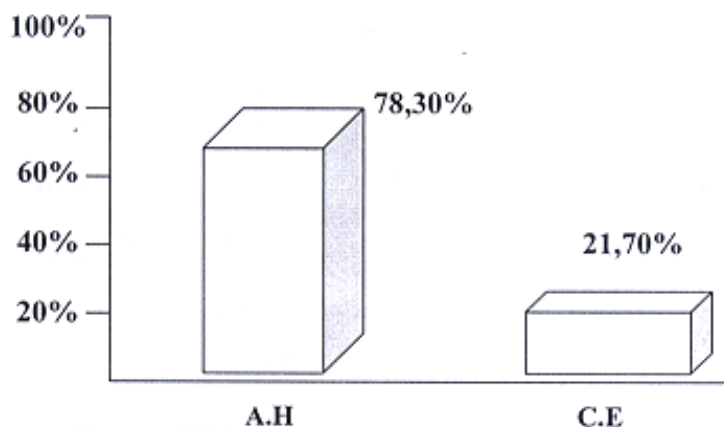
	2003			2004			2005			PART AH%			EVOL%	
	AH	CE	TOTAL	AH	CE	TOTAL	AH	CE	TOTAL	2003	2004	2005	2004/2003	2005/2003
RESEAU														
OFFRE	2 209 391	643 188	2 852 579	2 161 115	1 177 698	3 338 813	2 319 165	1 363 574	3 682 739	77,45	64,73	62,97	17,05	10,30
TRAFFIC	1 535 170	292 322	1 827 492	1 397 162	583 125	1 980 287	1 362 078	770 188	2 132 266	84,00	70,55	63,88	8,36	7,67
CR%	69,48	45,45	64,06	64,65	49,51	59,31	58,73	56,48	57,90				-4,75	-1,41
Europe														
OFFRE	361 764	192 656	554 420	394 845	180 450	575 295	408 111	211 816	619 927	65,25	68,63	65,83	3,77	7,76
TRAFFIC	241 397	124 665	366 062	242 638	113 071	355 709	226 511	129 840	356 351	65,94	68,21	63,56	-2,83	0,18
CR%	66,73	64,71	66,03	61,45	62,66	61,83	55,50	61,30	57,48				-4,20	-4,35
MMO														
OFFRE	274 851	214 588	489 439	375 320	295 600	670 920	396 273	365 364	761 637	56,16	55,94	52,03	37,08	13,52
TRAFFIC	177 076	135 523	312 599	238 733	188 767	427 500	224 167	208 310	432 477	56,65	55,84	51,83	36,76	1,16
CR%	64,43	63,15	63,87	63,61	63,86	63,72	56,57	57,01	56,78				-0,15	-6,94
Afrique														
OFFRE	64 234	0	64 234	64 511	0	64 511	64 401	0	61 401	100	100	100	0,43	-4,82
TRAFFIC	39 494	0	39 494	36 144	0	36 144	29 575	0	29 575	100	100	100	-8,48	-18,17
CR%	61,48	0,00	61,48	56,03	0,00	56,03	48,17	0,00	48,17				-5,46	-7,86
INTER TRAFFIC														
OFFRE	2 910 240	1 050 432	3 960 672	2 995 791	1 653 748	4 649 539	3 184 950	1 940 754	5 125 704	73,48	64,43	62,14	17,39	10,24
TRAFFIC	1 993 137	552 510	2 545 647	1 914 677	884 963	2 799 640	1 842 331	1 108 338	2 950 669	78,30	68,39	62,44	9,98	5,39
CR%	68,49	52,60	64,27	63,91	53,51	60,21	57,84	57,11	57,57				-4,06	-2,65



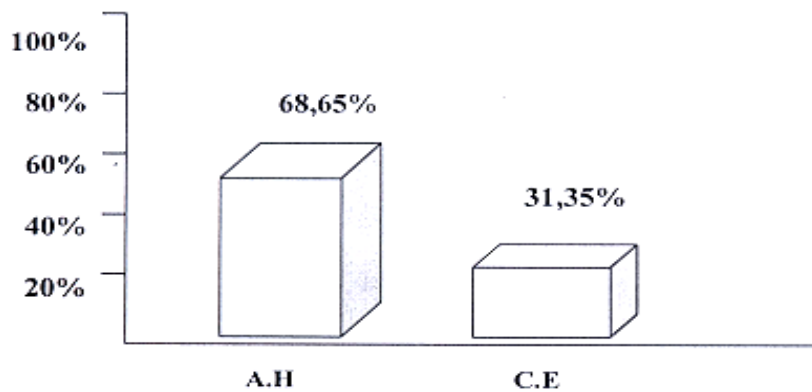
Part de marché d'Air Algérie en 2002.

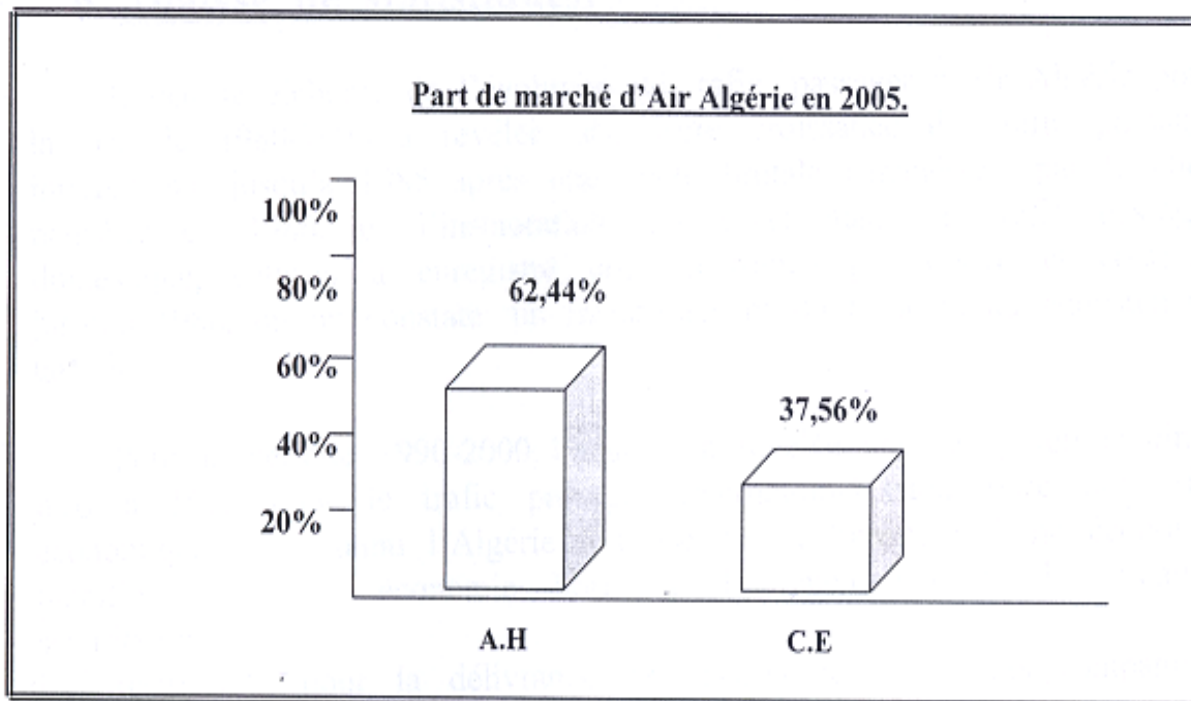


Part de d'Air Algérie en 2003.



Part de marché d'Air Algérie en 2004.





(05)

QUESTIONNAIRE DE SATISFACTION

Etudiante : **SOUKEUR Fatima Zohra**

Degré : **2^{ème} Année Magister, Option : Marketing, Université d'Alger**

Département : **Science Commercial**

Lieu d'étude : **AIR ALGERIE**

Mme, Melle, Mr

Cette présente enquête est réalisée pour un projet d'amélioration de la qualité de service de la Compagnie nationale AIR ALGERIE.

Nous vous prions de nous faire part librement de vos opinions concernant la prestation de service fournie il n'a y a pas de bonne ou de mauvaise réponse, seule votre opinion compte.

Naturellement, vos opinions resteront strictement confidentielles et ne seront pas employées ultérieurement à des fins commerciales.

Afin de remplir le questionnaire (cinq feuilles) ci-joint, il vous suffit de cocher les cases qui correspondent à votre appel degré d'accord ou désaccord.

Afin qu'il puisse être analysé, il importe que vous répondiez absolument à toutes les questions même si vous n'êtes pas sûr (e) des réponses.

PAR AVANCE NOUS VOUS REMERCIONS INFINIMENT POUR L'INTERET QUE VOUS PORTEZ A NOTRE ETUDE.

La qualité de la prestation de service :

7- Veuillez évaluer séparément l'amabilité et le professionnalisme de chacune des catégories du personnel suivant ?

	Excellent	Bonne	Acceptable	Mauvaise
Personnel de réservations				
standardiste				
Hôtesse d'accueil				
Les agents au soi				

8- comment trouvez-vous l'attente à chaque niveau cité ci-dessous ?

	Très longue	Longue	Acceptable	Courte
Réservation et achat du billet				
Enregistrement				
Embarquement à bord de l'avion				
Récupération des bagages				

9- Comment juger vous les prestations de service et les infrastructures suivant de la compagnie AIR ALGERIE ?

	Très bon	bon	moyen	mauvais	très mauvais
Concernant les services :					
* La ponctualité	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
* Et s'il vous à été servi :					
♦ Le petit déjeuner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
♦ Le repas ou la collation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
♦ Les boissons	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
* Les annonces et les informations sur le vol	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Concernant les infrastructures :

- * Le confort de votre fauteuil
- * L'espace disponible pour vos jambes
- * L'état de la cabine

10- Vous arrive t-il de faire savoir vos opinions en ce qui concerne la prestation de service à la compagnie ? Si oui quels moyens utilisez vous ?

.....
.....

11- Vous arrive t-il de faire des réclamations ? si oui que pensez vous du temps et de la méthode de traitement ?

.....
.....

12- Globalement, en ce qui concerne la prestation de service d'AIR ALGERIE par rapport à son coût, diriez vous que vous êtes ...

- Très insatisfait insatisfait assez satisfait très satisfait

Suggestions :

13- Quelles sont les améliorations qu'AIR ALGERIE doit apporter à ses prestations afin que vous continuiez à lui être fidèle ?

.....
.....
.....

14- Parmi les raisons suivantes lesquelles vous ont poussé à quitter la compagnie ?

- Manque de ponctualité
- Aéronef non fiable
- Mauvais traitement des biens et des réclamations
- Mauvais services catering
- Manque des comforts des aéronefs
- Longueur d'attente pour les formalités

- Personnel pas aimable, pas professionnel
- Manque de communication sur les vols
- Lourdeur administrative lors des règlements des litiges

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

La réponse est obligatoire.

15- Si autre, précisez :

.....

.....

16- Pour vous qui n'avez jamais utilisé les services de AIR ALGERIE, qu'est-ce qui vous importe le plus dans le choix de votre compagnie aérienne, outre la fiabilité des aéronefs ?

- La compétence des employés
- Le professionnalisme de la compagnie
- Le confort de la cabine
- Les informations sur le service
- Le prix
- La ponctualité
- La réponse est obligatoire.

17- Si autre, précisez :

.....

.....

18- Parmi les mots suivants ? Quels sont les 3 qui caractérisent le mieux AIR ALGERIE pour vous ?

- | | | |
|---------------------------------------|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Incompétence | <input type="checkbox"/> dépassé | <input type="checkbox"/> inhumain |
| <input type="checkbox"/> Monopole | <input type="checkbox"/> voleur | <input type="checkbox"/> professionnel |
| <input type="checkbox"/> Serviable | <input type="checkbox"/> compétence | <input type="checkbox"/> partenaire |
| <input type="checkbox"/> Sympathique | | |

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

19- Aimeriez vous obtenir une carte de fidélité si la politique de service AIR ALGERIE répond à votre attente ?

Oui non

La réponse est obligatoire.

20- Quels avantages aimeriez vous obtenir de cette carte ?

- Billet gratuit
- Sur classement
- Adhérer à un club
- Excédent de bagage en plus de la franchise bagage accordée par la classe
- Avoir une assistante secrétaire à bord de l'avion
- Avoir droit à une réservation d'hôtel

Pour mieux vous connaître :

21- Vous êtes :

Un homme une femme

22- Votre age :

- Moins de 20 ans 21-35 ans 36-50 ans
- 51-70 ans plus de 70 ans

23- Votre profession ? Autre préciser :

- Agriculteur artisan/commerçant cadre supérieur
- Professeur employé patron
- Etudiant retraité

24- Quelle est votre situation matrimoniale ?

- Célibataire marié (é) vivant maritalement
- Veuf (ve) divorcé (e) séparé(e)

25- Adresse électronique :