

! ! . . .

•••

••• . . .

•••

••• . . .

•

••• . . . -

•

•••

••• . . .

•			• . .
!		!	•
!		•	•
"			•
!		•	•
"		!	•
"		!	•

"&\$%#/?/!/\$" . . .

شكر وتقدير

أولاً وأخيراً الحمد لله عز وجل على توفيقه على إتمام هذا البحث حمداً يليق بجلاله وعظيم فضله وإحسانه .

كما أتوجه بالشكر الجزيل إلى الأستاذ المشرف **نوري منير** على قبوله الإشراف على مذكرة تخرجي، وكل ما قدمه لي من توجيهات وتوصيات ونصائح طيلة فترة انجاز هذا العمل .

كما لا أنسى كل عمال المؤسسة الوطنية للمنسوجات بتيسمسيلت على ما قدموه لي من تسهيلات ومساعدات من أجل انجاز الجانب التطبيقي .

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى أساتذة جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف واذكر منهم :

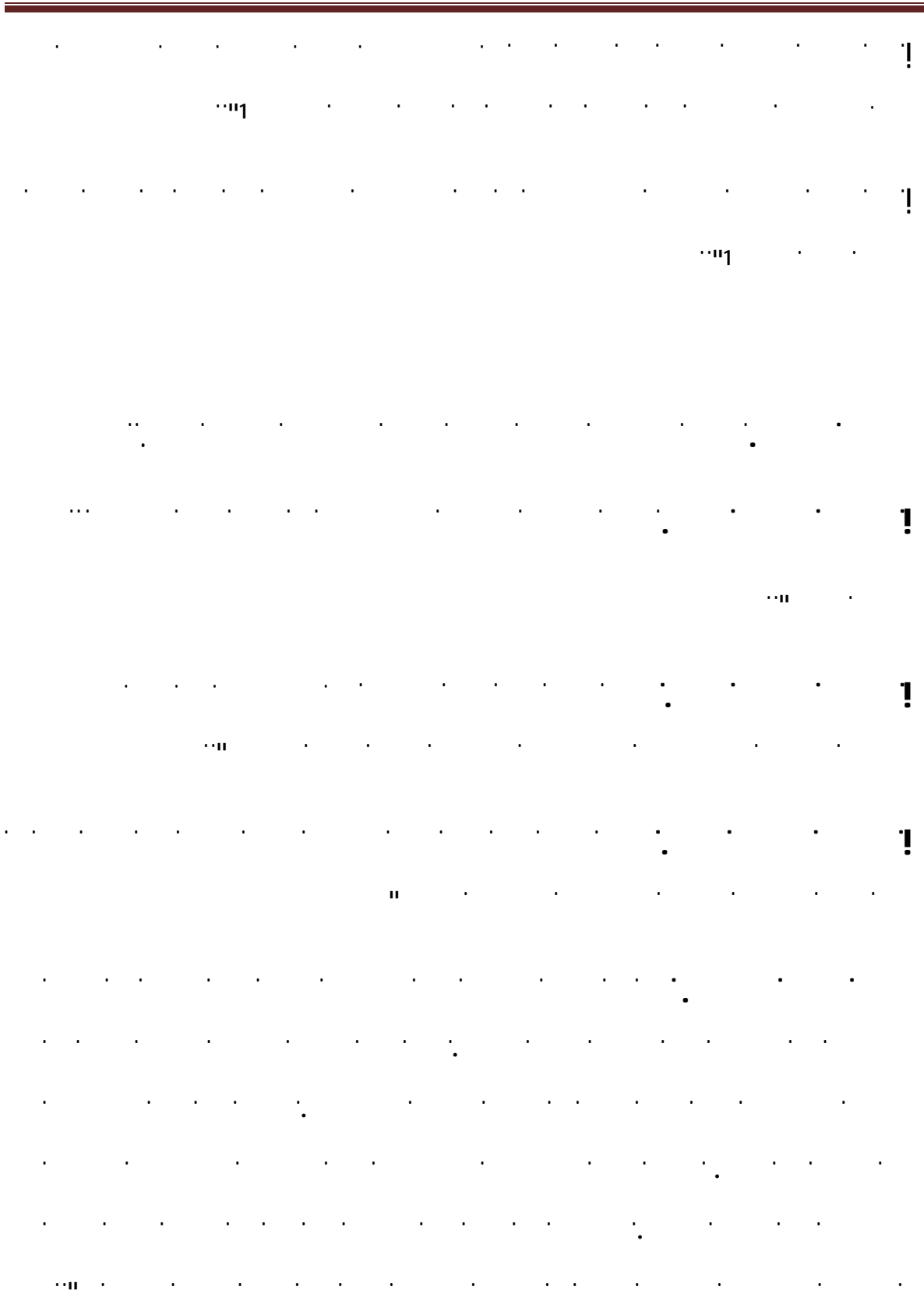
ا.د راتول محمد، ا.د نوري منير، د.فلاق محمد، د مثناوي محمد، د. آيت مختار وغيرهم .

كما لا يفوتني أن اشكر لجنة المناقشة لتكرمهم بتخصيص جزء من وقتهم لمناقشة وقراءة هذا البحث .

وفي الأخير ادعوا الله عز وجل أن يوفقنا في عملنا ويسدد خطانا وان يهدينا إلى ما فيه فلاح لنا .

الاهداء

- اهدي هذا العمل إلى أمي وروح والدي .
- إلى زوجي وأبنائي (فاطمة وعبد اللطيف).
- والى خالي وزوجته وكل أولاده .
- والى زوجة أبي وكل إخوتي وزوجة أخي وابنتها .
- إلى جميع رفقاء دربي .
- إلى كل صديقاتي .
- والى كل طالب علم .





.....
.....

.....
.....

.....
.....

.....
.....

.....
.....

.....
.....

.....
.....

.....
.....

(TEXALGE)

.....
.....

.....
.....

2013 2008

.....
.....



.....!

.2013 2008

.....!

..... 2013 2008

246

198 198

.SPSS 26 172

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

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

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

.....
.....

.....
.....

..... fl



.

. . . // //

.

.

.

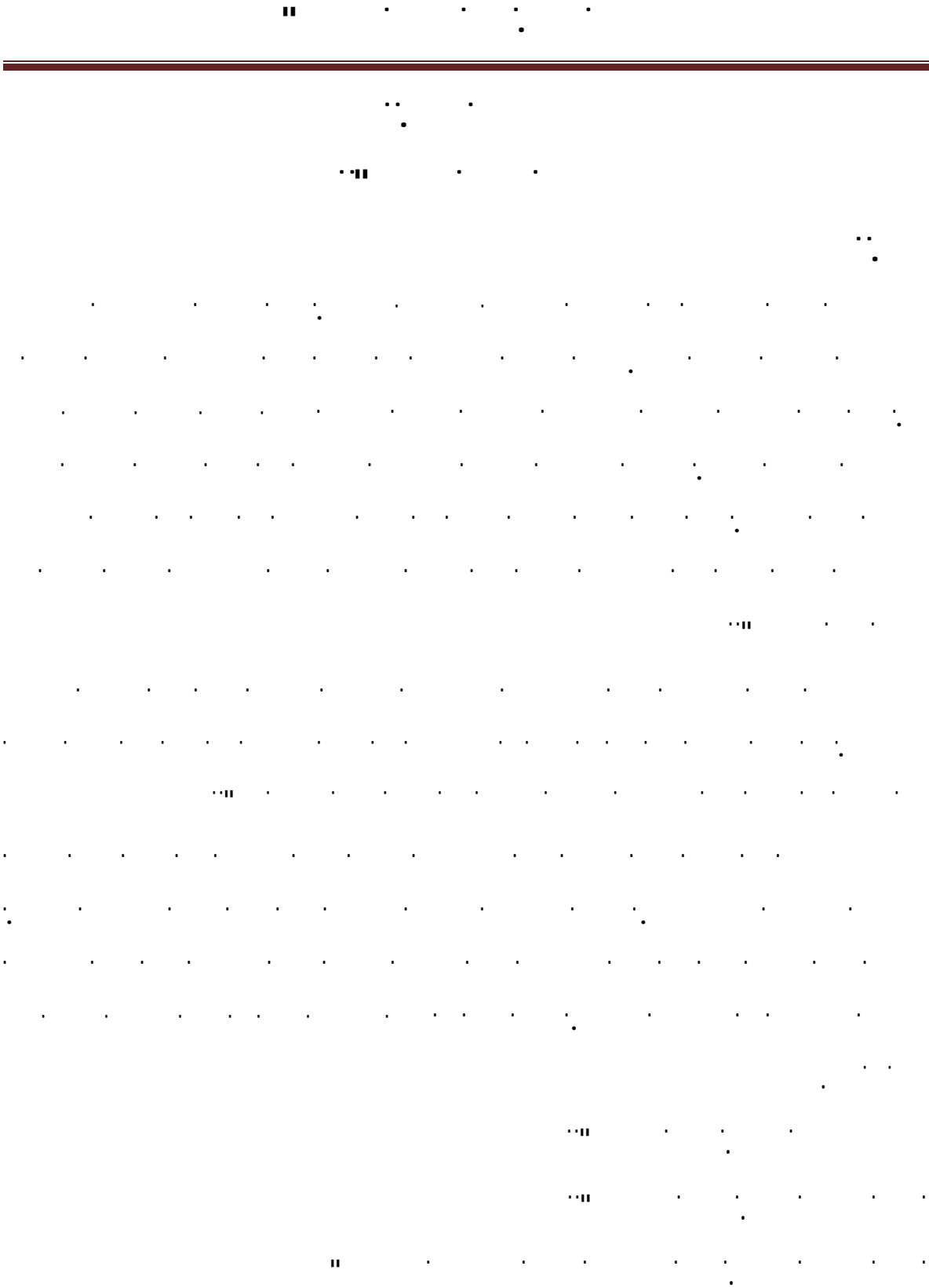
.

. . . //

. //

.

.



“

“

.

“

“

“ (marketing)

Ô “ (marketing) 1

(marcatus)

(marcari)

1”

(INGL (market)

“

.

.

.

*

.

“

. -2

(Stanton)

2”

.

.

“” 1

.24 j1 2010

.26 2010 j1 “” “” 2



.. . . .

.. . . .

.. . . . (*Ph.Kotler)

.. . . . (Barwell) :1"

.. . . .

.. . . .

(jobber)

2"

.. . . . 1960 (AMA)

.. . . .

1985

.. . . .

2007 3"

.. . . .

4"

.. . . .

.. . . .

ph.Kotler - *

4P

2 1

.26

AMA:America Marketing Association **

.. . . .

.. . . .

) :%

" "

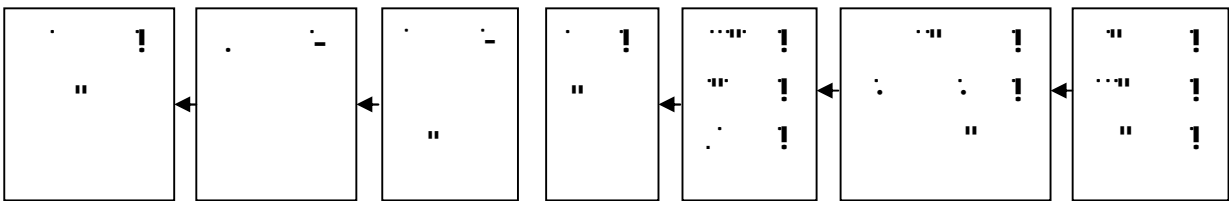
5"

system total)
(satisfaction)

1"

2"

f1-1k



. (22 -21k . . 1 . 2001 : " " " 5

. 22 . 2006 : " " " 1

. 8 . 1999 : " " " 2

.22 (2006)

! (NEEDS)

(NEEDS)

“3”

1”

(WANTS)

(DEMAND)

0000

value

.310 (1 (2005)

“%” & &\$\$

(Cost

(satisfaction

1

!

!

.. . . .

.. . . . !

.. . . . !

.. . . . !

.. . . .

.. . . .

.. . . .

(marketing transaction) . -

(Relation SHIP MARKET)

.. . . .

.. . . . -

.. . . .

.. . . .

.. . . . : 1u

0-1E



.25 :2006: " " " " ..

.. . . .

.. . . . E : fl''' E

.. . . . fl'''

.. . . .

.31 " " " " 1

..

..... !
.....
..... !

..... :fl-1E .

..... + = + +	Form utility
..... 24E ATM	Time utility
.....	Place utility
.....	Utility Possessiony
.....	Information utility



!*

i fl 七

“ ”

!*

“ ”

!

“ ”

!

“ ”

!

“ ”

!

“ ”

!

“ ”

!

“ ”

!

“ ”

!

“ ”

!

“ ”

!

.(七

!

fl 七

!

“ ”

fl 七

**** **

“ ”

“ ”

“ ”

“ ”

**

“ ” 〇

“ ”

“ ”



1920

! 1

.T

Ô

1"

:(1950 -1930)

! 2

1"

" 38 j1 j2008'

.21



“ ”

1950 ! 3

“ ”

ô ô ô ôôô

“ ”

“ ”

2”

General Electric

1952

“ ”

! 4

“ ”



.
... .

.
... *

.
1 .

... !

.
... .

. !

... .

(Marketing Research) !

... .

. !

.
... .

. !

... .

.
... *

-27L : : " : " _1



. !

.(Danone)

.
.
.
.. || ||||

. ** *
.

.. || !

.. || !

.. ||
||

.
..

.
"f| E
"f| E
"f| E



.
.
.
.

'''

.
.
.

''1

.
.

'''

ph.Kotler

.1''

.
.

'' :f2 -1E .

''f 7 . !	''' .
'' . . . !	

¹-ph.Kotler et Dubois, "marketing management", public-union, 9^{ieme} edition, paris, 1997, p44.

J-Lendrevie, D. Lindon, "**Mercator: Théorie et pratique du marketing**", Dalloz, :
5^{ème} édition, paris, 1997, p7.

.....

!2 fl ٤

.....

!

!

و (PH. KOTLER)

(Levy)

• • • • •



• • • • •

1”

• • • • • !

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • • ! 1

• • • • • !

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • • !

• • • • •

• • • • • !

• • • • •

.34 • • • • • : ” • • • • • “ • • • • • ” : • • • • • ” _1

..



.. * !

..

.. !

..

.. 1"

2. :fl 7 !2

.. !

.. !

.. ""

.. !

.. "

.. !

.. 7

.. 7 :fl "" :

.. "" :fl

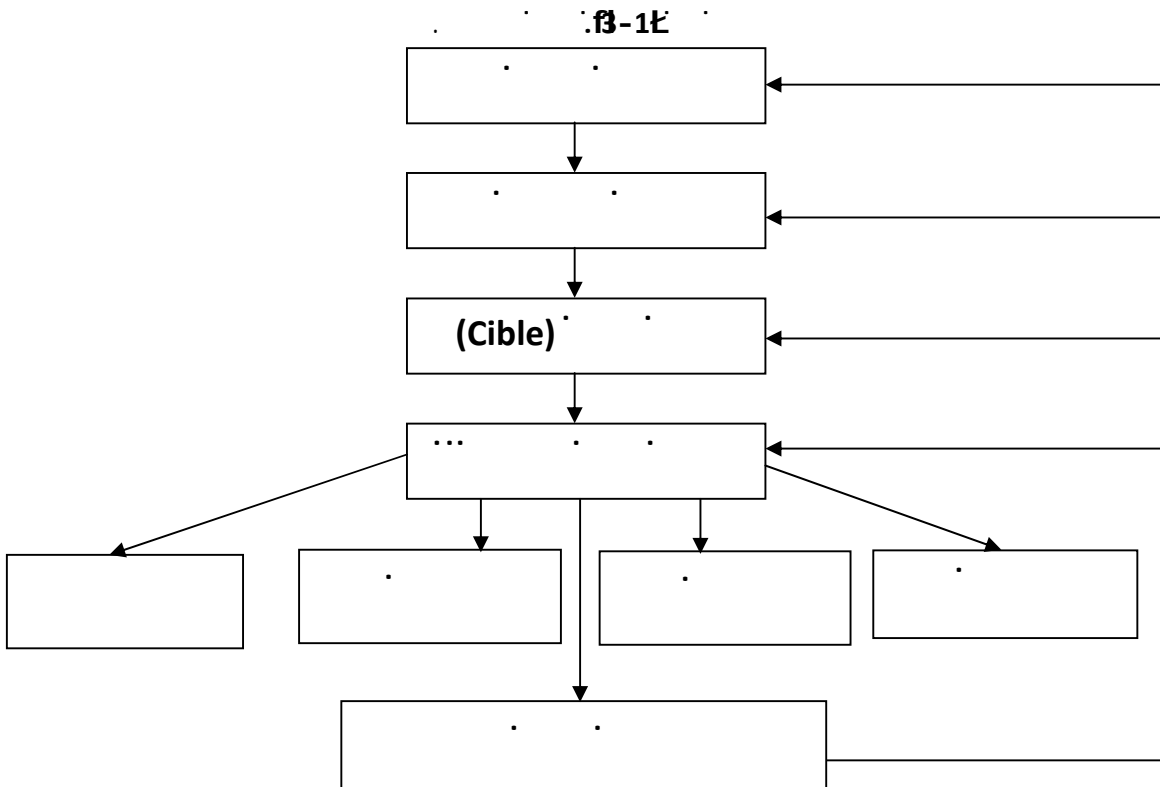
..

.. 0

.. :

..

.. # .. 1 .. *
"f&(*!&)7 :% :%-) : : : " : : " !1
"& :%-(: : : " : : " !2



المصدر: Sylvie Martin, Jean-Pierre védrine, "Marketing: les concepts clés", édition CHIHAB, Paris, 1996, P16



“ 1

“

“

“

“

“

“

“

“

“

“

1”

“

2”

“

“

“

“

“

“ 3”

4”

“

“

“

“ 1

“ 2

“ 3

“ 4



. ”

5”

“ Ô Ô ”

6”

.
.
.
.
.

. 1960 fl Mc Carthy Ł

. 4P Ô

. flfrey Ł 1961

. fl Ł

(1962) (Kelley LAZER)

“ ”
.

.(Mc.Carthy Ł

.

“ ” ! 1

"% : &\$\$* : : " " ! 5

"& : &\$\$\$: : " " ! 6



..... !

1"

.....

.....

2"

.....

1" : fl Ț

.....

*** ** * 2"

Ô

.....

fl Ț

3: !

..... !

¹ - Danhal durafor, "marketing", dunord, Paris,1997 , p74.

.310 :2002: "

", % :&\$\$: "

"&+ : "

..... *

"

..... **

.....

..... ***

.....

fl & , % Ț "

“ ” !
“ ”

“ ” !
“ ”

“ ” !

“ ” !

“ ” !

“ ” !2

“ ” !

“ ”

“ ” !

“ ”

“ ”

“ ”

“ ” !

“ ”

“ ” !

“ ” *

“ ” **

“ ”

“ ” ***

“ ”

"



"f| . 7 !

. !

. : 7

"f| ""

. -

""

. -

""

. " : !

1"

.

. : ""

: 0

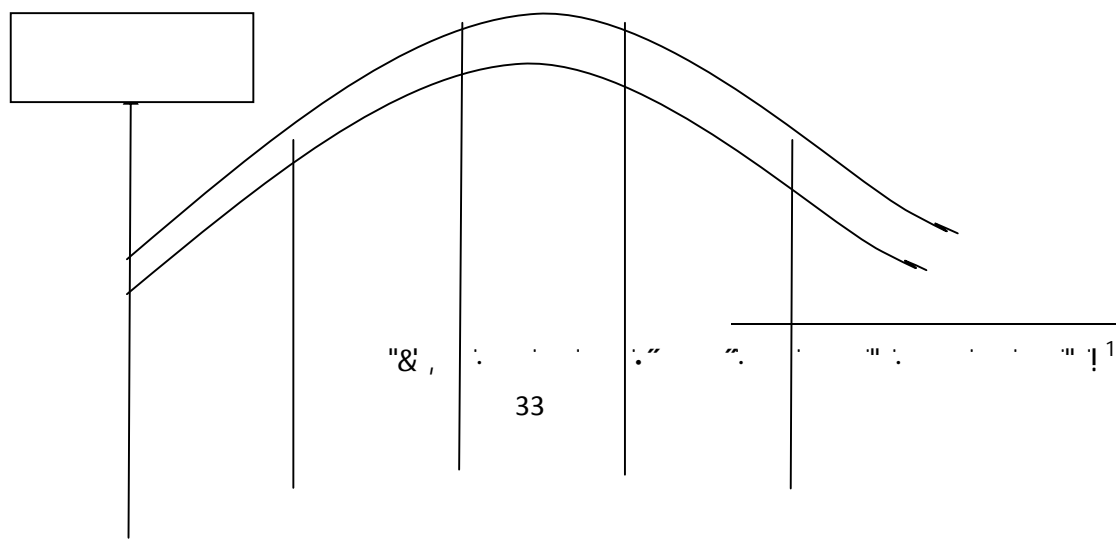
""

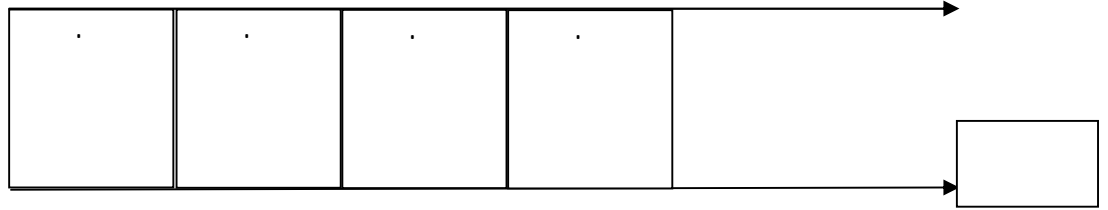
. ! 3

.

""

" f4-17





"&&(:% :&\$%\$:

1

2

.136 :2010: : : " : " : " : 1

.81 :4 : : : : " : " : " : 2



.. . . . !

.. . . . !

.. . . . !

.. . . .

.. . . .

.. . . . ! 4

:(La politique de gamme)

.. . . . !

:(La politique de marque)*

fl E

.. . . . !

.. . . .

.. . . .

.. . . .

.. . . . *



... " !1

... 1"

... "

... 2"

... "

... 3"

... "

... "

... :fl ě !2

... :fl ž 1 ě -

... "

... "

... "

... "

") : " !1

"%\$: " !2

"(*- : " !3



j1"

**

2"

3"

1"

"f| 7

"% \$:&\$ \$: : : : : " ! .1

"f| 7# 1 - *

" ! **

" ! 2

:") :% :&\$ %

:% :&\$ (: " i " ! 3

"(& : : : : " ! 1



! 1

""

: Ł !

.) 'fl "" : :

""fl :

!4

.

"" Ô

. !

.

.

** *

. !

""

. !

""

. !

.

. i

" !5

. *

.

"

. **

.

"

“



. !

1 !

. !

“

. !

“

. !

.

“

. !

.(BMW)

. !

“

“ !

. !

.

“

. !

. !

“

“ f(+)(*t “ “ 1

“



. !

“

.

.

“

“

.

. !1

. *

1“

.

.

.

.

.

2“

. !*

“

"& :% :&\$%\$: : : : : " ! 1

"(- : : : : : " ! 2



1" Ô

2"

.....

!

f| E

-

-

"(((: : : " : : : " ! 1
" +) : : : " : : : " ! 2

!

图 1-1

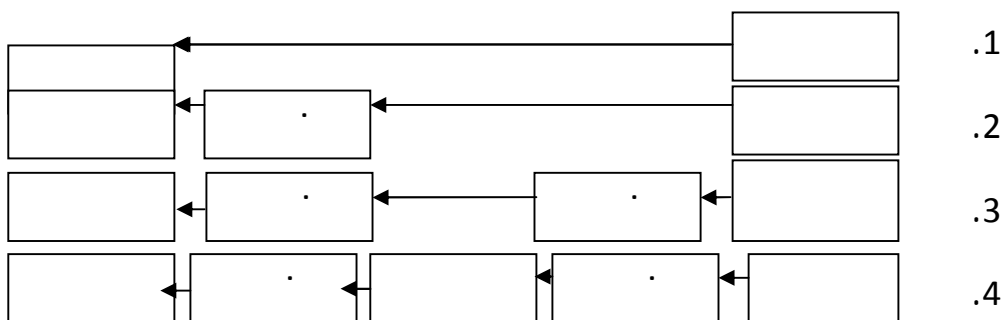


图 1-1 2001 年 1 月 24 日

1

3

!

图 1-1

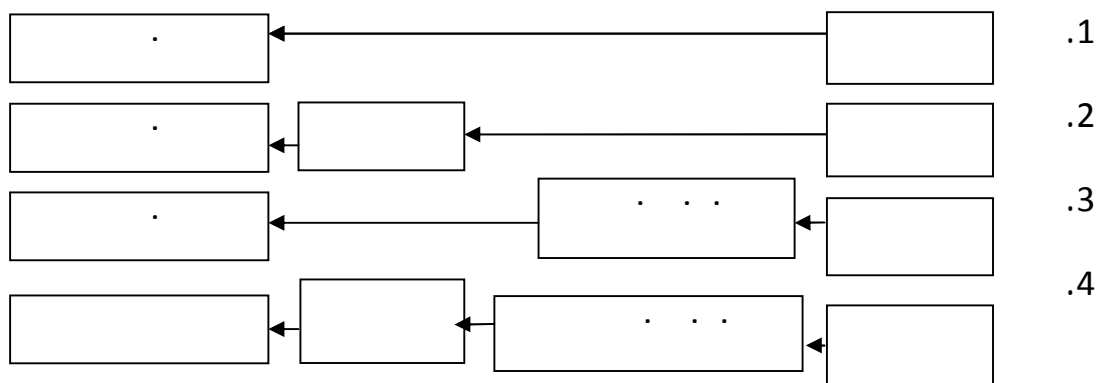


图 1-1 2001 年 1 月 24 日



• • • • • 1

• • • • • 3 • • • • • 2

• • • • • 4

• • • • •

• • • • • !

• • • • • !

• • • • • !

• • • • • !

• • • • • *

• • • • • ! 3

• • • • • !

• • • • • .fl • • • • • Ț

• • • • • *

• • • • •

• • • • •



• • • • •
• • • • •

•



fi 7 !
... ..
... ..

!
... ..
... ..

*
... ..
... .. **

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

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

fi fi " !1
1"
" Ô Ô

2"
... .. ! !
... ..

3"
... ..

... ..
... ..
: % : & \$ \$ % : " : " : " _1
" +
"(\$: : " : " : " : " _2

“



Ô ” Ô

1”

. ”

2”

. ”

.

3”

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

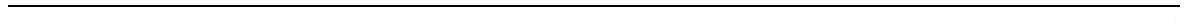
ÔÔÔ ÔÔÔ

”

4 ! 2

” !

” !



” + : :” :” ! 3

” (! * * ! £ : & \$ \$ & : :” :” ! 1

” + : :” :” ! 2

: & \$ \$ + : i” :” :” ! 3

” + : :” :” ! 4



“ ” !
 “ ” !
 “ ” !

!3
 “ ”
 “ ”
 “ ”

“ ” !
 “ ”

“ ”
 “ ”

“ ”

“ ”
 “ ”

“ ”

“ ”
 “ ”

“ ”

.46 “ ” “ ” 1
 .28 ‘2’ 2008 ‘ ” ” “ ” 2
 .09 ‘2002’ “ ” “ ” 3



“ . . . ” !

4“fl 匕 fl 匕

“ . . . ”

5“ . . . ”

“ . . . ”

1“ . . . ”

. . .

. . .

. . .

“ . . . ”

“ . . . ” !

. . .

2“ . . . ”

. . .

3

. . .

. . .

. . .

.69 1 2010: “ . . . ” “ . . . ” 4

.289 “ . . . ” “ . . . ” 5

“%&\$ “ . . . ” “ . . . ” ! 1

“)% :& :&\$\$) : “ . . . ” “ . . . ” ! 2

“&)(:% :&\$\$, : “ . . . ” “ . . . ” ! 3



. " .

.

. Ô .

. Ô

. !

. 1"

. "

. 2"

.

. "

.

.

.

" * : " ! 1

" * \$: " ! 2



.

.

ÔÔ

.

:* Ô

.

.

3"

. !*

.. . . .

"%(\$: &\$\$& : : " " " ! 3



• ||

. *
.
.
.

• ||

||

• ||

.
.
.
.
.

1"

.
.
.

2"

.
.

«(environnement internal)

.
..... 7

" + * : : " 888+ 888(" | :
") * : : " " i " | -2

3" (external environnement)

1"

2"

3"

4

(réactive marketing) !

	"(&"	1	3
	.80"	1	1
	.47"	2	2
.56"	3	3
.77	"2007 2004"	4	4



:(proactive marketing)

!

" "

.

" "

" "

1 !

..... E !

"f| :

" !

. !

.

"

" !

. !

...

. !

.

.

.

" "

[This section contains a large table with a grid of dots and faint markings, including some characters like '!', 'fi', and '1'. The content is largely illegible due to low resolution.]

“ . . .



.

“

“ !

. !

.

“ ”

“ !2

. !

. O .

.

“

. !

.

.

.

.

“

. !

.

. 7

. (

. 1” !

i2001 “ ” - 1

Il y a deux raisons principales pour lesquelles il est important de connaître les besoins des clients.

En premier lieu, cela permet de mieux comprendre le marché et d'identifier les opportunités de croissance.

En second lieu, cela permet de développer des produits et services qui répondent véritablement aux attentes des consommateurs.

Il est donc essentiel pour toute entreprise de mener des recherches de marché approfondies afin de saisir les besoins réels de sa clientèle.

Cela implique d'analyser les comportements d'achat, les préférences et les sentiments des clients à l'égard de la marque ou du produit.

De plus, il est important de surveiller l'évolution des besoins au fil du temps, car ils peuvent changer en fonction de tendances sociales, économiques ou technologiques.

Ces informations précieuses permettent aux entreprises d'adapter leur stratégie marketing et leurs offres afin d'être en phase avec les attentes du marché.

En conclusion, connaître les besoins des clients est un élément clé pour réussir dans un environnement concurrentiel. Cela permet de créer une valeur ajoutée et de fidéliser la clientèle.

¹ - Denis Petrigre, Normmand Targeon, "MARKETING", 3^{ième} édition, Chandelier, McGrenhillal, Canada, 1996, p65.

² - Jean jaque, " la recherche marketing analyser", édition, science internationale, paris, 1993 ,p147.



.

3"

.

1"

.

.

2" fl

E'

.

.

.

3

.

)' : : " : : " : : " | 3

E." : : " : : " | 1

)' : fl : &\$\$ (: &%&\$: : "

" & : &\$\$: : " : : " : : " | 2

"ff& *%k : : " : : " : : " | 3



. !
"

. !
"

. -
"

. !
"

. !
"

. !
"

. !
"

. !
"

. !
"

. !
"

. -1
"

. !
"

. !
"

" "

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	100	1000	10000	100000	1000000	10000000	100000000	1000000000	10000000000	100000000000	1000000000000
9	90	900	9000	90000	900000	9000000	90000000	900000000	9000000000	90000000000	900000000000
8	80	800	8000	80000	800000	8000000	80000000	800000000	8000000000	80000000000	800000000000
7	70	700	7000	70000	700000	7000000	70000000	700000000	7000000000	70000000000	700000000000
6	60	600	6000	60000	600000	6000000	60000000	600000000	6000000000	60000000000	600000000000
5	50	500	5000	50000	500000	5000000	50000000	500000000	5000000000	50000000000	500000000000
4	40	400	4000	40000	400000	4000000	40000000	400000000	4000000000	40000000000	400000000000
3	30	300	3000	30000	300000	3000000	30000000	300000000	3000000000	30000000000	300000000000
2	20	200	2000	20000	200000	2000000	20000000	200000000	2000000000	20000000000	200000000000
1	10	100	1000	10000	100000	1000000	10000000	100000000	1000000000	10000000000	100000000000
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
-1	-10	-100	-1000	-10000	-100000	-1000000	-10000000	-100000000	-1000000000	-10000000000	-100000000000
-2	-20	-200	-2000	-20000	-200000	-2000000	-20000000	-200000000	-2000000000	-20000000000	-200000000000
-3	-30	-300	-3000	-30000	-300000	-3000000	-30000000	-300000000	-3000000000	-30000000000	-300000000000
-4	-40	-400	-4000	-40000	-400000	-4000000	-40000000	-400000000	-4000000000	-40000000000	-400000000000
-5	-50	-500	-5000	-50000	-500000	-5000000	-50000000	-500000000	-5000000000	-50000000000	-500000000000



.

1"

.

.

""

.

!2

.

""

.

.

!

.

!

""

:

:

:

.

!

""

.

.

!

.

!

""

:

:

:

.

""

.

.

.

!3

.

""

.

2002:

1

.10

!4

...

!"

" ""

!"

!5

...

...

...

...

..."

!6

...

...

..."

!"

1"

!'

!fl

...

"

i2004



.

.

:fl 七

.

.

.

||

.

.

.

.

.

.

||

.

.

.

.



“ ”

“ ”

“ ”

“ ”

“ ”

“ ”

“ ”

“ ”

“ ”

“ ”

“ ”

“ ”

“ ”

“ ”

“ ”

“ ”

“ ”

“ ”

“ ”

||



.
.

|| . .

..

.
. :fl . 7
. .

.
. .

.
.
O .
. .

.
. .

.
.
OO OO .
. .

.
. .

.
. .



.
.

||

"/
.
.
.

1"

"/

...

2"

.

.

3"

.

.

4"

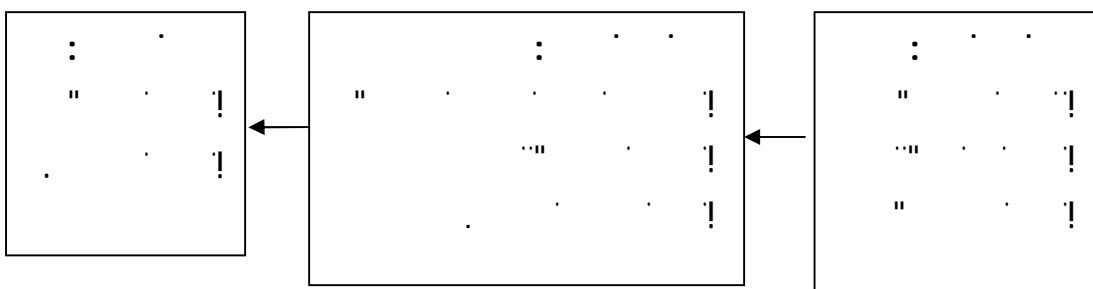
.

") * :% :&\$\$, : : " ! 1
 .% :&\$\$, : : : " ! 2
 ""&)
 "&% :&\$\$* : : : " ! 3
 "" &+ :&\$\$+ : : : " ! 4

5"

1"

1-2



.315 :1 :2001:

(1-2)

! 1

%) i% - + : " " " " ! 5
 " ! 1

11

100000	1
50	12
	30

عدد الموظفين = $\frac{\text{عدد الزبائن} \times \text{عدد مرات الاتصال بالزبون} \times \text{معدل وقت الاتصال}}{\text{الوقت المخصص من كل موظف للبيع سنويا}}$

$$\text{عدد الموظفين} = \frac{0.50 \times 12 \times 100000}{1500} = 400 \text{ موظف}$$

!2

...

...

11 %



! 3

!

!

! 1

!

!

!

!

!

" :!) :&\$\$+ : : : : : i" : : : : : " : : : : : ! 1



. !
.
.

2”

. ! 2
. !
“ :

f|

£

. !
“
. !
“

f|

. !
“

“

.
. : 1”
“

*

**

“&% : :” “ : 2

. :” : :” : ! 1

“%\$- : &\$ \$” :



“ ” · · · · · :fl-2k

“ ” · · · · ·	·
“ ” · · · · · -1	“ ” · · · · · †1
· · · · · -2	· · · · · †2
“ ” · · · · · -3	“ ” · · · · ·
· · · · · “ ”	· · · · · †3
“ ” · · · · · -4	“ ” · · · · ·
“ ” · · · · ·	“ ” · · · · · †4

.4 · 1997: · · · · ·:“ ” “ ”: · · · · ·

: fl k

· · · · ·
· · · · ·
· · · · ·

“ ” · · · · ·

· · · · · “ ” · · · · · †

1“ · · · · ·

· · · · · · · · · · †

· · · · · fl k

· · · · · - *

· · · · · “ ” · · · · ·

· · · · · - **

“ ” · · · · ·

“ ” & · · · · ·:“ ” · · · · · “ ” †1

:fl 七
:fl 七
.
.
.
.
'''
.
'''
.
.
.
.
.

! 1

fl 七
.
.
.
.
.
.
.
.
'''

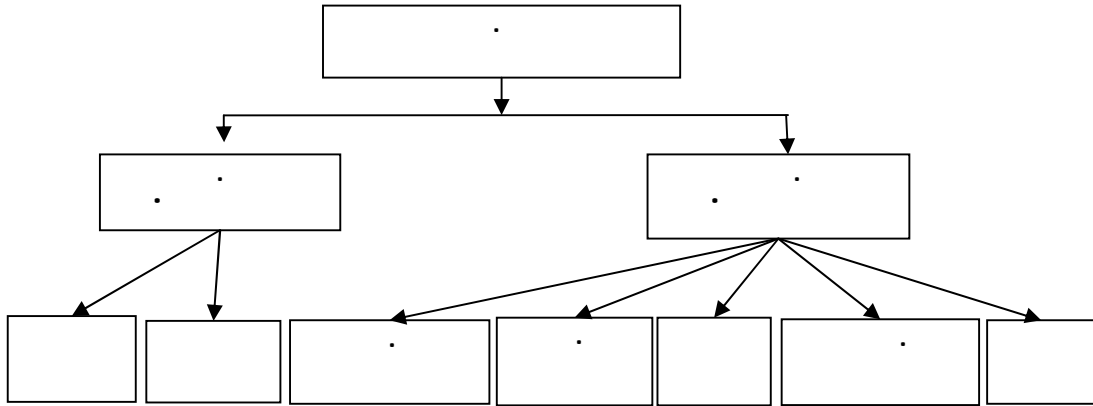
! 2

1”

!3

2”

” 2比

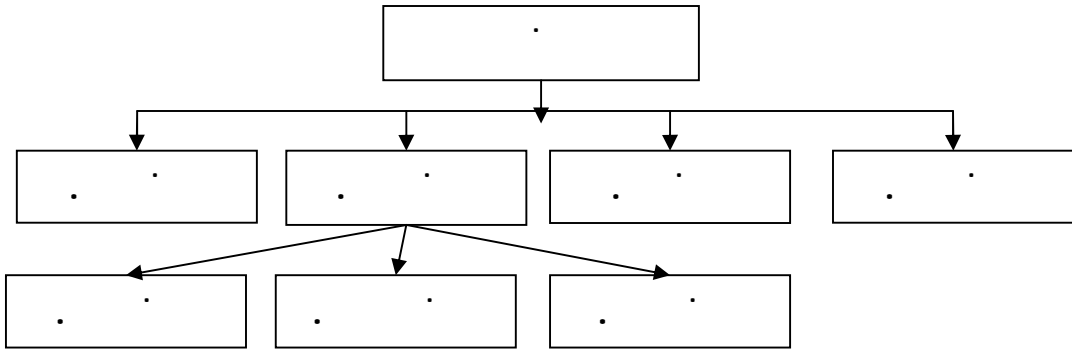


.28 2008

!4

"&* : : : : " : : : : " ! 1
 " \$, : & .%- , : : : : " : : : : " ! 2

图 13-2 枝

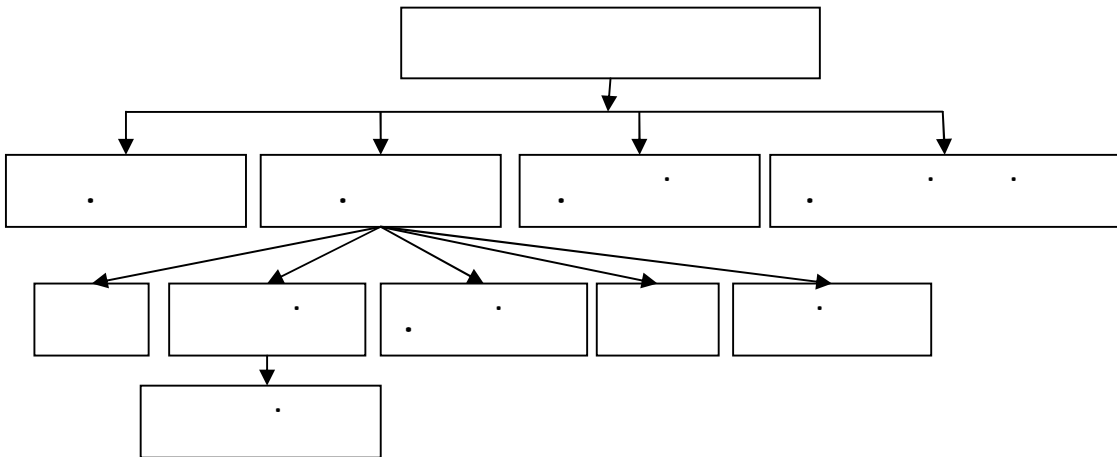


2008年10月29日

.29

15

图 14-2 枝



2008年10月17日



.. . .

.. . .

.. . .

.. . .

.. . . 1

.. . . 1

.. . .

.. . .

.. . .

.. . .

2

.. . .

.. . .

.. . .

.. . .

.. . .

.. . .

.. . .

.. . .

.. . .

.. . .

.. . .

.. . . 1

.. . . \$

.. . . 2



!
"
"
"

.fl Ę -2

Ō

!
1
1

1

!3



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

|| !

|| !

|| !

.
.. . . .
.

. !

||

. !

.
.. . . .
.

||

.... !

.....
..
.



.

1"

.

2"

.

3"

.

..

.

:fl

7

.

..

.

"% % :&\$\$\$: : : " . . . " ! 1
 : : : : " : : : " : : " ! 2
 "%&* :&\$\$-
 "f% (!% % 7 : : : " . . . " ! 3



. !
.
..

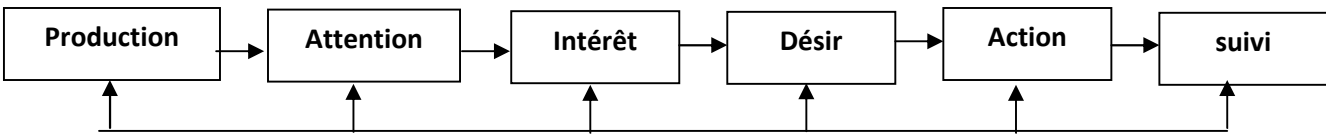
. !
.
..

.
.

£
..

* AIDA

. AIDA



المصدر: Jean Piere Helfer ,Et Jacques Orsoni, "Marketing " ,7^{eme} Edition ,Vuibert ,Paris ,2001,P410

. Interest£ £ (attention)*
.. (action£ £désire£



“ . . . ”

“ . . . ”

“ . . . ”

1

“ . . . ” !

“ . . . ”

“ . . . ”

“

“ . . . ” !

“ . . . ”

“”

“ . . . ” !

“ . . . ”

“ . . . ”

“”

“ . . . ” !

“ . . . ”

“”

“ . . . ”

“ . . . ”

2”

“ . . . ”

“ . . . ”

fl

£

“ . . . ”

“ . . . ”

“”

“ . . . ” !

“%+ : &\$\$”

“% % : : “ . . . ” “ . . . ” “ ! 1

“ . . . ” : : “ . . . ” “ . . . ” “ ! 2

62-2

		Passive Customer.	1
		Skeptical Customer.	2
		Talkative Customer.	3
		Egotistical Customer.	4
		Indecisive Customer.	5
		Angry Customer.	6
		Just looking Customer.	7
		Snapjudgement Customer.	8
		Dogmatic customer.	9
		Silent thinker customer.	10

2009

(65-62 1

*
.
. fl Ł .
. 1” .
.

.
. Ô . Ô . Ô Ô .
. 2” ÔÔ
. !5
. Ł

“fl ‘**
.fl Ł -6
.
.

fl Ł
“”

. !*
.
“”
“”\$ “ “ : “ ! 1
“&+” :% :&\$\$- : “ “ : “ ! 2
“” -**



||

1"

2"

!

!

3"

! ***

"% ' : : " : : " : : " ! 1

"%) : : " : : " ! 2

" & : : " : : " ! 3



. **!**
 :fl 7

. **!**

. **!**

.

. **!7**

.



1"

||

||

2"

ôôô

ôô ô

3

!

!

!

"%) : : : : : " 1

"& :% :&\$\$% : : : : : " 2

" :)) : : : : : " 3



.

||

.

||

.

.

||

. **!2**

.

.

.

1"

.

.

.

||

||

. !

||

. !

"

. !

||

. !

.

. !

.

. !

.

. !

.

. !

.

. !

.

. !

.

. !

.

. !

.

. !

.

. !

.

. !

.

" : ** , : : % : % + & : : : " : " : : " ! 1



.

1"

.

.

.

'''

.

.

.

'''

.

" : !3

i²"

.

.

.

.

.

'''

.

.

.

.

''

.

'''

!

''*+(: : " " : ! 1
''' \$: &\$\$: : : " " : ! 2



! !

! !

! !

! !

! !

! !

! !

! !

! !

! !

! !

! !

! !

! !

! !

! !

! !

! !

! !

! !

! !

! !

! !

! !

1 1



the team !

the member !

!2

2

!1

.

.

..

!2

.....

..

.

..

!3

.

.

.

.

.

..

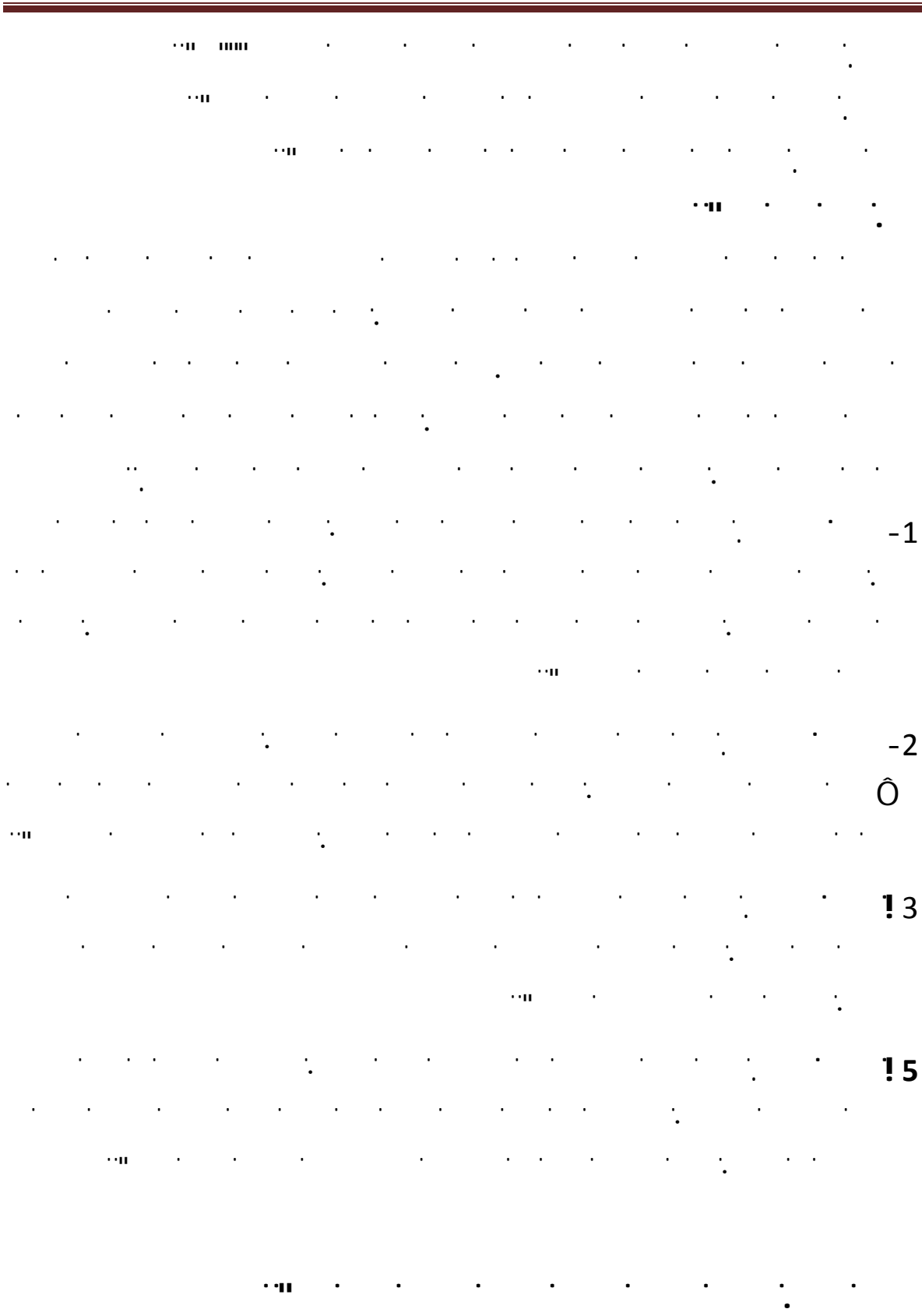
-4

.

..

!

	Timely	!
	(sales quota)	-2
		-3
		!
	(market potential)	!
	(sales potential)	!
		!





1"

fl t

2"

(tendems East)

amazon.com

(dell)

Ô

Ô

Ô

(dell)

(dell)

Ô

Ô

" & % % -- : : : " 1
" (\$) & \$ \$ ' : : : " 2

"

"

"

"

"

"

"

"

"

"

"

"

"

1- eric berkowitz, a.kerin steven. w.hertley and william rodelius, "**marketing**", irwin mc graw – hill new yourk , 5th. 1997, p548.

2-denis gras," **des techniques de vente aux méthodes d'achats**",top édition, paris, 2000, p13.

"%\$:" :" !³

"+" :" :" !⁴

" \$+ :" :" !⁵



...

2"

.. . . .

. !

.. . . .

. !

...

. !

.. . . .

. !

.. . . .

.. . . . !

. !

.

.

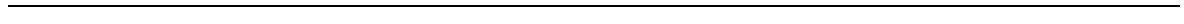
.. . . .

. !

.

..

.. . . . !



") * : &\$\$% : " ! 1

"&+ : % : " " ! 2

" !

. !

.

.

.

. ! 1

.

. 7

. fi

. !

. !

. !

. !

. !

. !

. !

. !

. !

. !

. !

. !

. !

. !

" :f&*!'&*\%L : : : : : " ! 1



..... 12
1

.(Taking Order) !

.(Order Getting) !

.(Sales Support Activités) !

..... fl £ !

..... :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

..... !

.....

..... :

..... £ ..

.....

..... fl

: 2 2

"	"		1
. " "		2
"	"		3
. "	"		4

.309 1 2001 "

.

.

7

fi

.

.

. *

.

.

fi

1 ! 1

.. . . . !

. !

.. . . .

. !

.

.. . . .

. !

.. . . .

. !

.. . . .

. -2

2.

. !

.. . . .

. !

.. . . .

"f%%%\$L " ! 1

"*+ " ! 2

“ . . . ”



“ . . . ”

“ . . . ”

“ . . . ”

“ . . . ”

“ . . . ”

“ . . . ”

“ . . . ”

“ . . . ”

“ . . . ”

“ . . . ”

“ . . . ”

“ . . . ”

“ . . . ”

“ . . . ”

“ . . . ”

“ . . . ”

“ . . . ”

“ . . . ”

“ . . . ”

“ . . . ”

14 -2E

			1
			2
		preapproach	
		approach	3
		présentation	4
		close	5
		follow- up	6

311 1 2001

! 1

-2



. **!3**

.

.

.

. **-4**

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

. **!5**

.

. **1** **1**

.



• • • • •
• • • • •

!6

• • • • •
• • • • •
• • • • •

• • • • •
• • • • •
• • • • •

• • • • •
• • • • •

• • • • •
• • • • •
• • • • •

1"

• • • • •
• • • • •
• • • • •

• • • • •

"* , : " : " " ! 1

! 1

5 4 +

:1

:f8 -2)

% 30	100	70	30	
% 91	275	25	251	
% 30	100	80	20	
% 55	100	45	55	
% 20	25	20	5	
	600	240	360	

:"% :&\$\$:

:fl 7 Ô

! 2

:f8 -2)

% 30	100	70	30	25
% 90	200	20	180	35←25

¹- Philippe Gabilliet,"Demain Les Commerciaux La Vente Et Les Vendeurs En 2005", édition d'organisation, Paris,4^{eme} tirage, 1995,p126.

% 66	150	50	100	45←36
% 40	100	60	40	55←46
% 20	50	40	10	55
/	600	240	360	

.119 \$\$\$:
25

% 90 Ł% 90 Ō 35

“f| 35 25

: ! 3

.1”

!

!

!

!

!

“+ \$:” “ ! 1



.. . . . " !

1"

. . . . -4

.. . . . !

.

.. . . .

"

..

. !

.

.

.

.

.

.

.

.

""

.. . . . !

. "

1"

.fl E

..

..

""%% " ! 1

""& " ! 1



• • • • •

•••••

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

!

È

fi

• • • • •

• • • • •

•••••

• • • • •

!

• • • • •

•••••

• • • • •

• • • • •

• • • • •

•••••

• • • • •

!

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

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

1"

.. . .

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

2"

.. . .
.. . .

ôô

ôô

ôôô

ôô

ô

!

-2

3

.. . . * 1 !
.. . . "

.. . .

1

"

f

1

.. . .

©

1

"+(: : " : : " ! 1

""&\$% : : " : : " _ 2

"% \$: : " : : " ! 3

•••••

1

©ffi t t fi ž ě1

•••••

•••••

2

-5

$$z = p q(x) - c(q) - c(x)$$

z

x

p

c(q)

c(x)

3

%% : : " : : " : : " | 1

%& : : " : : " : : " | 2

%"\$: : " : : " : : " | 3



.
.
.
.

||

.
.
.
.

ôôôôô

. fl Ł

. fl Ł

||

||

•

|| . . .

•

.
.
.
.
.

...||

.
.
.
.
.
.

...||

...||

...||

...||

.
.
.

1”

(when

(how

2”

Ô

3”

4”

(18-12) (2) (2001) “ ” _1
 .33 “ ” _2
 (41-40) (1996) “ ” _3
 .35 “ ” _4



5”

〇〇

1”

2”fl

£

i

fl

£

“”

“”

£

!

“fl”

.185

:&\$\$:

.48 :2004:

” _ 5

” _ 1

”& (

” _ 2



· · · · · !

“ ” · · · · ·

· · · · · !

“ ” · · · · ·

····· · · · · · !

“ ” · · · · ·

· · · · · -

“ ”

“ ” · · · · ·

· · · · · “ ”

· · · · · i · · · · ·

1”

“ ” · · · · ·

fl

£

“ ” · · · · ·

· · · · ·

· · · · ·

· · · · ·

“ ”

· · · · · !1

“ ” · · · · ·



“ ” -1

“ ”

“ ” .fl ȷ -2

“ ” .fl ȷ !3

“ ” .fl ȷ

“ ”

“ ”

“ ” .fl ȷ

“ ” .1”

“ ”

“ ”

“ ”

“ ” .(qualitative techniqueȷ. -1
“ ” (marketing Research) . !

.48 “ ” .1



.....

(middlemen attitudes) . !

.....

(Experimen talstudies) . !

.....

(Past expériece and Historical data) . !

.....

(Consulation And Comparative Studies) . !

.....

(Product life cycle Analysis) . !

.....

.....

1"



*pert !

1985

!

!

-

-

!2

!

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •



i -1

.....

..... !

.....

.....

.....

..... !

.....

.....

.....

.....

..... !

.....

.....

.....

.....

..... !

.....

.....

.....

.....

..... -2

.....

.....

.....

"



-3

.

'''

'''

''

.

1''

Ô

'''

Ô

!1

.....

!

''

!

'''f|

È



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

..... !2



.

:fl Ȓ . . .

.

.

“

“ !1

. !

.

.

.

.

.

“

. !

“

. !

.

“

“ !2

.

.

.



“

“

2”

“

“

“

3”

“

“

“

4”

“

“

“

“

“

“

“

“

“

1”

“

“

“

“

“

“

“

“

“

“

“

“

“

“

.223 :1995 : “ “ ” 2
.42 : “ : “ “ ” 3
.38 : “ “ ” 4
.49 : “ “ ” 1



2”

3”

.20 “ ” “ ” “ ” 2
.38 “ ” “ ” “ ” 3



.

. **!1**

. :fl''' 七
'''

. **!2**

.
''

. **!3**

.

. ''

. **!4**

. Ô
. Ô

. '''

. Ô

.

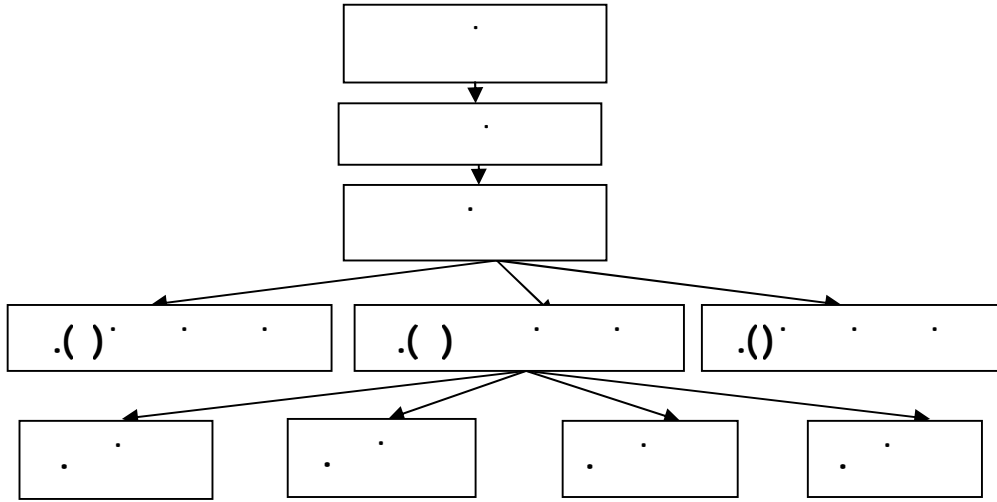
. ''' ''''
. *

.

. fl 七 *

. fl 七

. fl 七

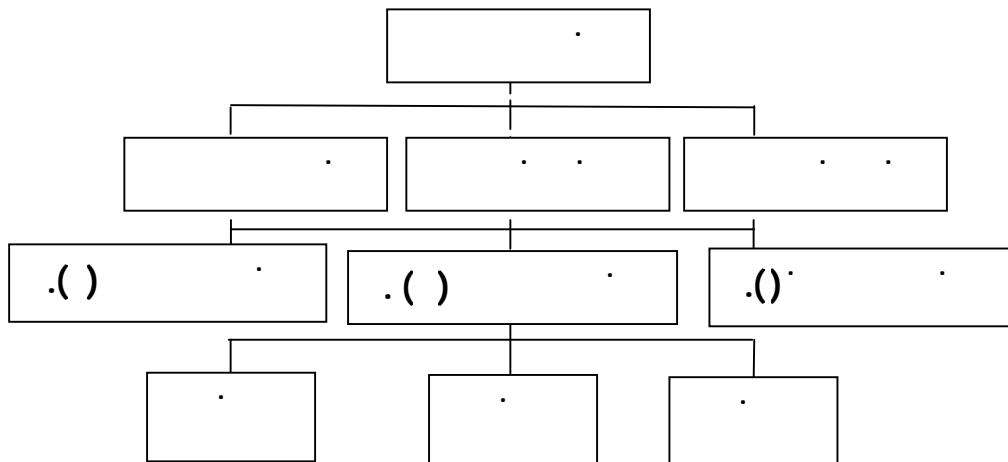


.23 :1997: : : " " " " :

..... -2

..... Ô Ô

..... :f2 -3E



.25 :1997: : : " " " " :

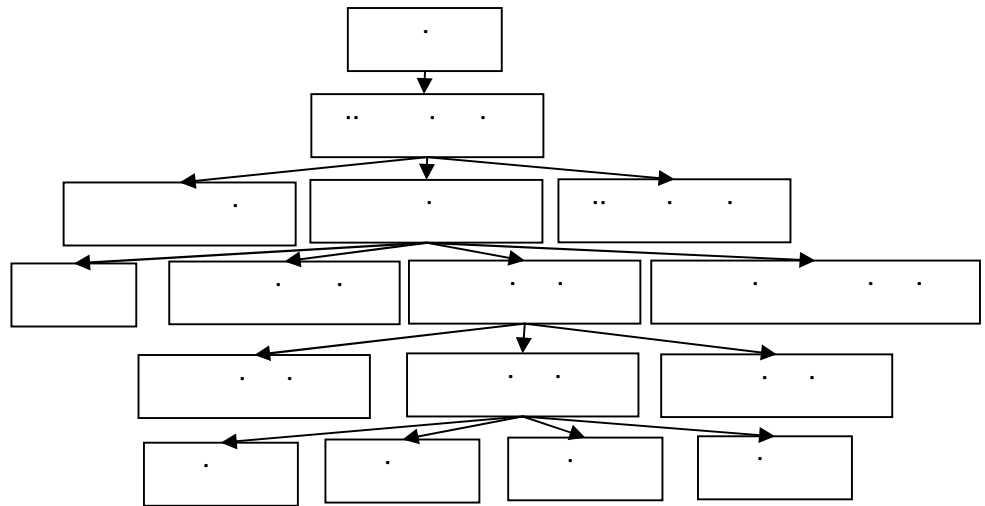
..... !3



.

.. . . .

.. . . . 3-3



.24' :1997'

.. . . .

. . . . fl t

1

" -

Ô ÔÔ Ô !

" fl t

. !

"

. !

.

.(114-113t 1

“ ”



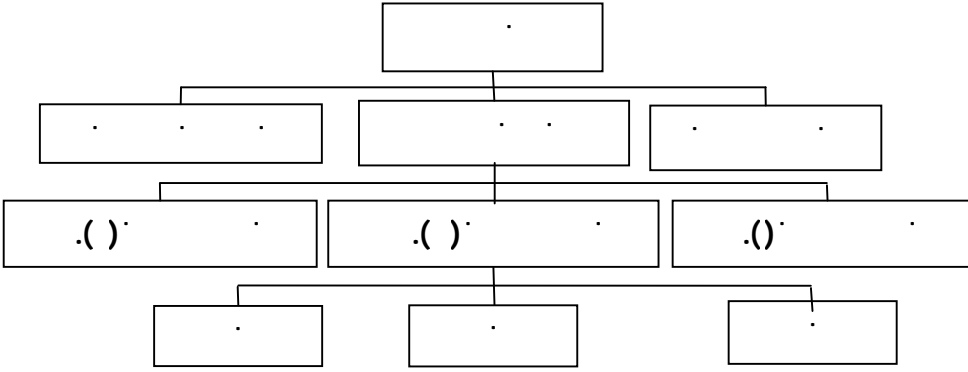
. “ ”

. !
“ ”

. !
“ ”

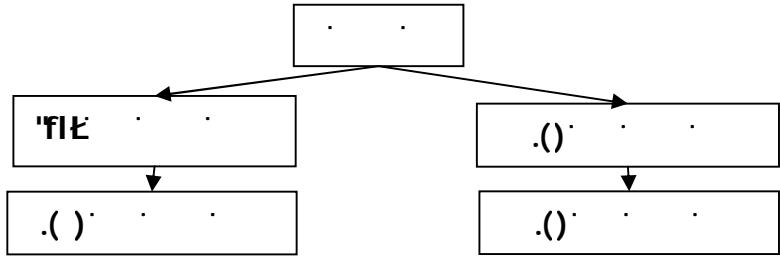
.
“ ”
.
“ ”
.
“ ”
.

图-37



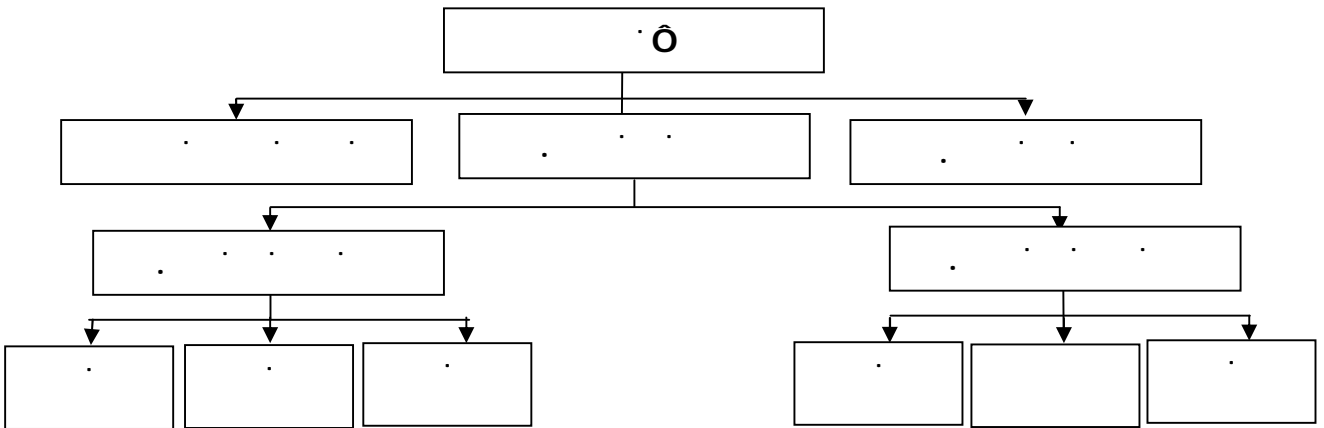
.27 1997 “ ” “ ”

“ ” 图-37



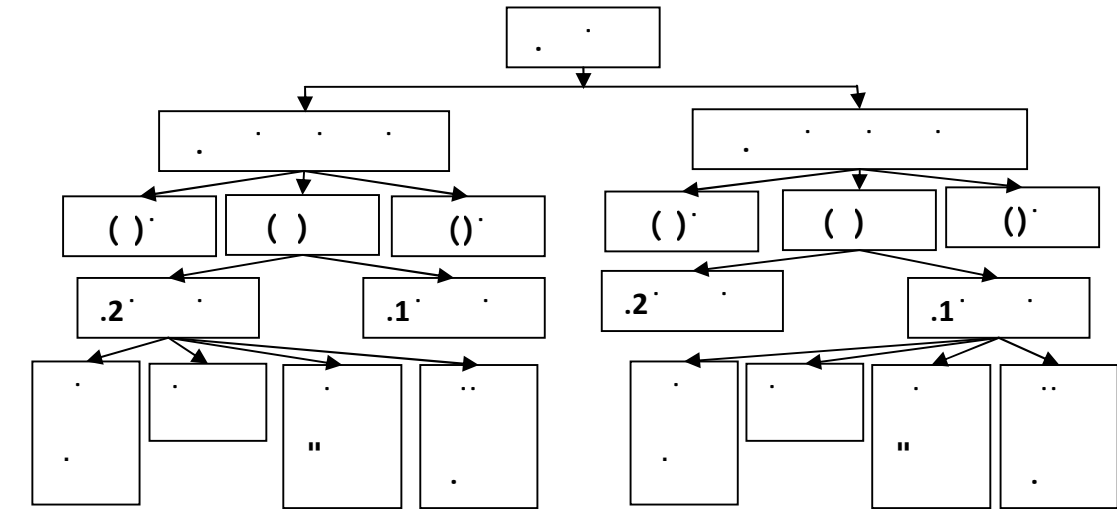
.51 1 2008: “ ”

“ ” :f6 - 3E .



.29 1997: “ ”

“ ” :f7 - 3E .



j1 2008: “ ”

“ ” :35

“ ”



“ !1

.

1”

.

.

.

. !

. !

. !

. !

.

. !2

.

.

.

||

||

. !1
.
.

||

. !2
.
.

||

. !3
.
.

||

. -4
.
.

||

. -5
.
.

||

. -6
.
.

||

.
.
.

||

||

||

.

..1

.

..

..

..

..

.

1"

.

.

.

.

2"

.

.

3"

.

.

.175' : : " : " _1

.36 : : " : " _2

.347' :13 :2003 : : " : " _3

.213' : : " : " _4



.

.

.

1

” !

” !

” !

.

2”

.

.

”

.

.

.

3”

”

.

.

” ” _1

.16 fl 2003 23 22 ”

.193 2003 : :” ” _2

.897 : :” :” ” _3



• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •

1 • • • • •

• • • • • !1

• • • • • !2

• • • • • !3

• • • • • !4

• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •

• • • • •

• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •

2 • • •

.130 : : " : : : : : " _1
(133-131t : : " : : : : : " _2

"

!1

!

!2

1"

-3

2"

!

!

"% & : " 2,1 |



R_R

R_0

$$R_R / R_0 = E$$

fl

Ł

\hat{O}

fl

Ł

1"

Venkatraman et Ramanujam

\hat{O}

\hat{O}

*	7	
*		
*		
*		
*		
*		
*		
*		
*		

"(- :% :&\$%& . : : : : : "

“ . . . : .



1

. : !%

“

. : !&

.

“

.fl Ț !3

“

. : ! (

”

. : !)

ôôô : ôôô . ôôôô .

. : . ôôôô . ôôôô

“

. : !*

.

“

.

.

“

“ !

“ !

“ !

.59 : “ ” _1



... !

... :

1. : (Performance Measures) ! 1

" : (reliability) !

. : (validity) !

" ""

. : (practicality) !

2" "

. ! 2

..

... !

" !

" fl t !

.

. "

3"

4

" :126 :2000 " : 1

i2008: " : " : " : " : " : " : 2

.397

.293 :2003: " : " : " : " : 3

:&\$%: " : " : " : " : " : " : 4

"" \$) :%

!3

.f2-3t

i2001:

.(91-89t

(2-3)

“f1” E :

. -1
.

“ ”
“1”

.
“ ”
. !2

.
.
.
“ ”

. !3

.
.
“ ”

. ” “ ”_1
.405



.
"

. -4
.
"

1"
.
" : 15

2"
"

"
.
"
"

.
.
.
.
.
.
.
.

. 11
.

.
.

.
" - 2, 1
.446' : : "

! !

.

"

! !

.

.

.

.

'''

! !

.

.

.

'''

..... ! !

.....

'''

! !

'''

! !

.

.

.

'''

""

""

:

!

!

"" ""

!

!

!

• • • • • !
 • • • • •

• • • • • !
 • • • • •

• • • • • !2
 • • • • •

• • • • • !
 • • • • •
 • • • • •

• • • • • !
 • • • • •
 • • • • •
 • • • • •
 • • • • •
 • • • • •

• • • • • !*
 • • • • •



“ . . . : . !1

“ . . . : .

“ . . . : .

“ . . . : .

“ . . . : .

“ . . . : .

“ 1 1 1 1 . . .

“ . . . : . !

“ . . . : .

“ . . . : .

“ . . . : .

1“ . . . : .

“ . . . : .

“ . . . : .

“ . . . : .

2“ . . . : .

“ . . . : . !

3“ . . . : .

.75 1 2000 “ . . . : . 1

2001 “ . . . : . 2

.85

“ . . . : . 3

.114



4

12

•••

•••

•••••

•••

1

•••

•••



.
.
.
.

4"

.
.. . . .
" !
. !
" !
. !
" !
. !

.
.
.
.

1"

.
.. . . .
" !
" !
" !
" !
" !

"&(' :&\$\$, : : : : " ! 4
.280 : : : : " ! 1



. !

..

. !

2"

..

.

3"

.

.

4

. -1

..

..

. -2

..

..

. 1

. 1

..

.

.

.

.68 : : " : " 2

.138 : : " : " 3

.134 : : " : " 4



.....

„.....

.....

.....

fl t

.....

.....

„.....

.....

.....

.....

1.

..... 1

.....

.....

..... 1

..... 1

..... 1

„.....

..... 1

.....

.....

.....

„ 92 „ 1



! !
 fl žt .

! !

! !

!2 !2

! !

 1“

! !

.339 : : : : : 1

||

!

Ô Ô

Ô

• • • • •

!1

• • • • •

• • • • •

-2

• • • • •
% 20 fL ÔÔ Ô
: ÔÔ ÔÔÔÔÔ fL
: fL fL
• • • • •
ÔÔÔÔ

*

• • • • •

* المبيعات = عدد ايام العمل + $\frac{\text{الزيارات}}{\text{عدد الزيارات}}$ * $\frac{\text{الطلبات}}{\text{عدد الزيارات}}$ * $\frac{\text{البيانات}}{\text{عدد الطلبات}}$



0

.. ..

**(80 - 20)

..

..

..

..

!1

00

0

0

00

000

00

00

..

fl : : E

(80 - 20) ! **

i 80 fil 80 - 20E

% 20E

% 20

fl

% 80



1 * !2

“ !

“ !

“ !

. !

“ . .

.fl 匕 -3

1

“

.

2”

.

.

.

“

.

.

. !

“

. -

“

“ !*

.160 :2008: “ ” !1

.87 “ ” -2

• • • • •



• • • • • !

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • • -1

• • • • •

• • • • • -2

• • • • • -3

• • • • •

• • • • • 4

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • • 1

• • • • • !



.. . . . i¹

.2/(1!) '1'

.....

.. . . . !

Ł·fl Ô # Ł.

... fl #

.. . . . !

.. . . .

.. . . .

...

.. . . . !

.. . . .

.. . . .

...

.. . . . !

.. . . .

.. . . .

...

.. . . . Ô Ô " _1

.416 : : "

'' . . . :



7 . . . !
:fl
...
.
!
1 . . . Ô
!
...
!
...
!
...
!
...
!
...
!
...
!
...
!
...

• • • • •

1"

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

2"

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

3"

• • • • •

.198' : : " " 1

"&' : : " " 3 2



• • • • •

• • • • • !

• • • • • !

• • • • • !

• • • • • !

• • •

• • • • •

1 • • • • •

• • • • • ! 1

• • • • •

• • • • •

• • • • •

-2

•••••
•••••
•••••
•••••
•••••
•••••
•••••

!3

••••• ÷ :
••••• :f|
•••••
••••• "f| ÷

-4

•••••
•••••
•••••
•••••
•••••
•••••
•••••
•••••
•••••
•••••
•••••
•••••
•••••
•••••
•••••
•••••

•••••



•••••

•••••

••••• -5

•••••

1" •••••

••••• -6

••••• -7

•••••

•••••

••••• -8

•••••

••••• " ! 1
••••• \$

.....



.....

.....

..... -9

.....

.....

.....

..... -10

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

..... -11

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

..... fl

.....



1" · · · · · © · · · · · 1 · · · · · "

· · · · ·
· · · · ·
· · · · ·

2" · · · · ·

· · · · ·
· · · · ·
· · · · ·

Ô

· · · · ·
· · · · ·
· · · · ·

3 · · · · · ! 1

· · · · · !
· · · · ·
· · · · ·

· · · · · !
· · · · ·

" · · · · · " ! 1
" - : & \$ * : · · · · ·
" · · · · · " ! 2
" 1 + , 7 · · · · · " ! 3



••••• !

•••••

•••••

•••••

••••• !

•••••

••••• !

•••••

••••• -2

••••• !

•••••

•••••

••••• !

•••••

•••••

•••••

••••• !

•••••

••••• !

•••••

••••• !

•••••

•••••



..... " : !

1" :

..... !

.....

..... !2

..... !

" !

" !

" !

" !

..... !

" !

" !

" !

" !

" !

..... :.fl ㄷ -3

.....

"

..... :f!%Q ㄷ !1

1

" !

" !

" !

" !

" !

" !

.

" !

" !

" !

" !

" !

" !

" !

" !

" !

" !

" !

" !

" :&& : : : : : " !¹



•••••

•••••

•••••

•••••

0

•••••

•••••

•••••

•••••

••••• -1

•••••

••••• -2

••••• -3

••••• -4

•••••

•••••

••••• !1

••••• " fi fi

•••••

••••• 1"

•••••

•••••

••••• "11

.

2"

1"

2"

3"

L

fl

4"

"

"(- : : : : : " : : : : : " 1 2

¹ -C.Hamon Et Autre, "**Gestion Commercial Et Management De Force De Vente**", Edition Dinod, Paris, 1993 ,P452.

"fl, ! ++L : : : : : " : : : : : " 1 2

"% - : % -- : : : : : " : : : : : " 1 3

⁴ - Péné Moulinier ,"**Les Techniques De La Vente**",5^{eme} Edition , Edition D'organisation ,2000 ,P20



3 ! .

. !

.

"

. !

.

.

.

.

"

. !

.

.

" .

. !

•••

.

. 1" "

2" "

"

. 3"

"f!%)!'%(t : " " ! 3

"%&(. . . &\$\$: " " ! 1

"%- : " " ! 2

""%\$\$:%-) : " " ! 3



•••••

Ô

*

**

•••••

!3

!

•••••

!

fl

Ł

•••••

!

Ł

fl

•••••

*
-
**
"



1 1

..... !

.....

.....

Ł :

..... :fl

..... Ô Ô :

.....

.....

.....

..... Ô

.....

1" :

..... " !

.....

.....

..... 2" :

..... :fl Ł

..... "

.....

..... 3" :

..... !

.....

..... :(%\$:%- , : " " _1

..... "&%\$ " " | 1

..... " (..... " " " | 2

..... " " * " " " | 3

... " !

... " !

... Ô

... 4"

... 5"

... 1"

... 2"

... " ! 1

... " ! 2

⁴- Jean Pierre Hel Fer, Et Jacques Orsoni, "**Marketing**", Op Cit, P410.

⁵- Pierre Ra Taud, "**Les Question Qui Font Vendre**", Les Editions D'organisation, Paris ,2^{eme} Tirage,1995 ,P18.

"(, \$:&\$\$, : : " ! 1

"(, \$:&\$\$, : : " ! 2

!2

" !

!

...

!

...

ž !

...

... !

-3

1

.fl !

i

"

!

¹-Philippe Gabilliet, " **Demain les commerciaux ,La vente et les vendeurs en 2005**",op cit.p135.



£

“f|

!

“ ”

!

“

2

!

“

“1

!

!

“

“1

1

!

1”

!1

“” % : : : “ : : : “ : : : “ ” ! 2

“” & \$ & : : : “ : : : “ : : : “ ” ! 1



•••••

fl 7

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••

••••• !2

•••••

•••••

2"

fl 7

•••••

...

•••••

•••

••••• !3

•••••

•••••

•••••

1"

•••

•••

•

•••%& : : : : : ••• - 2

••• &\$: : : : : ••• ! 1



..... // : **!1**

.....
.....

2"

..... **!2**

.....
.....

•••

..... **!**

•••

..... **!**

.....

•••

••

..... **!**

•••

..... **!**

..... **!**

•••

.....

..... **!**

.....

••• ••••

.....

..... **!**

•••

.....

..... **!**

•••

.....

-3

.....&\$ "1 2



..... !

..... !

.....

.....

..... !

.....

.....

1 !

..... !

.....

.....

.....

.....

..... !

.....

..... !

..... !

.....

..... !

.....

..... !

.....

..... !

.....



••••• !

••••• !4

•••••

••••• !1

•••••

••••• Ô

•••••

•••••

••••• Ô

••••• !*

••••• !*

••••• !*

••••• !*

••••• !*

••••• -

•••••
•••••
•••••

••••• :% -*

••••• "

1"

••••• :& -*

•••••

••••• ! -*

•••••
•••••
•••••

Ô

"

••••• : 2

••••• !**

"

ž !***

"

••••• % : : " !1



.....

..... :f| "" "" : .. Ł

..... :

..... "

..... : .. **!3**

..... ..

..... 'f| .. Ł .. : .. ž ..

..... :

..... :

..... 'f|) .. -

..... : ..) **!**

..... 'f| :

..... : **!**

..... : **!**

..... : .. **!4**

..... :

..... :

..... ..

..... 'f| .. Ł

..... 1

..... : **!**

..... : :

..... : **!**

..... :

..... :

..... , % : : " : " ! 1



• • • • • **!**

• • • • • **!**

• • • • •

• • • • • ******* ****** *****

• • • • •

• • • • • **z**

• • • • • **!**

• • • • • **!**

• • • • • **!**

• • • • • **!**

• • • • • **!**

• • • • • ******

• • • • • *******



•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

1"

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••



•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

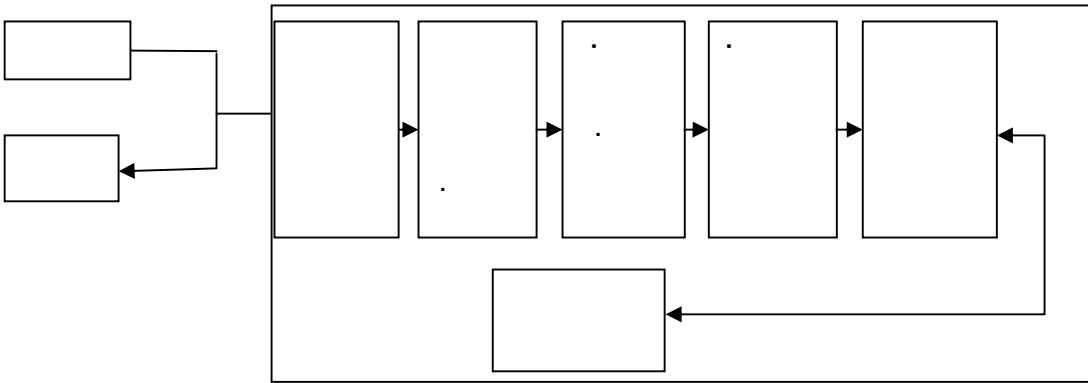
•••••

•••••

•••••

•••••

••••• fl-4E



i2007: •••••

.317

•••••

•••••

•••••



.....

1"

.....

..... -1

..... E

.....

1"

.....

.....

..... *

.....

..... !

..... !

..... !

..... !

..... !

..... % " ! 1

..... " ! 1

"&

..... *

.....

.....

"

" !

.
.
.

""

2 -2

" !

" !

" !

" !

" # !

" !

" !

" !

Westing house

% 25

fl Ě Ô

1"

")- : : " : " " ! 2

"), : : " : " " ! 1



•••••

3"

•••••

% 90

i% 47

4ⁿ% 30

•••••

•••••

•••••

1"

! 1

"% & : : " " " _ 3
"" &) : : " " " _ 4
""() (: : " " " ! 1

1"

pinder

2"

3.

!

!

!

!*

!*

!*

4.

!2

!

"&)% : : " : " " ! 1

"&)% : : " : " " ! 2

"% , : &\$\$% : : " : " " ! 3

" : + : %- , : : " : " : i : ! 4



fl t Ô

"

..... !

"

..... !

" " "

..... !

"

..... !

.....

1 !

..... !

..... !

..... !

..... !

..... !

..... !

.....

..... !

..... !

.....

..... "

..... :% (..... " i !¹



..... !

2

..... !

.....

.....

.....

..... !

.....

..... !

.....

.....

..... !

.....

.....

..... -

.....

.....

.....

.....

..... !

fl

£

.....

.....

..... !

fl

£

..... !²

..... !*

.

. !

.

.

"

. !

..

!!!

!!!

"

!!!

!!!

!!!

!!!

ôô !

.

.

.

.

.

..

. !

.

"fl"

.

"fl"

": E"

E"

": fl"

.

		(Fixe)
		(Commission)
		(Prime)

Guy Charon ,Laurent Hermel," **La vente ,la nouvelle donne des forces de vente"** :
 ,Economica ,Paris, 2002 ,p113.

² -Jean Pierre Helfer Et Jacques Orsoni, "**Marketing**" ,Op Cit, pp(412-413) .



..... 7

.....

.....

.....

.....

..... 11

..... 11

.....

..... 11

..... 11

..... 11

..... *

.....

.....

..... 7

.....

.....

.....

.....

.....

..... 1000

.....

.....

.....

.....



•••••

1

•••••

•••••

••••• ž ž !†

••••• ž !†

••••• ž !†

••••• !†

•••••

2

•••••

•••••

•••••

•••••

3

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

“) : :” : :” “i : :” “! 1

“%dt+ : :” “ “! 2

“(: :” “ “! 3



•••••
•••••
•••••
•••••

•••••

••••• }
•••••
•••••
•••••

•••••

••••• }
: ÔÔÔ ••• ••• ÔÔ ••• Ô ••• Ô ••• ÔÔ ••• ÔÔ
" ••• ••• ••• ••• ••• ••• ••• •••
••••• ÔÔÔÔ

••••• !
•••••
" •••••

••••• !
" •••••

••••• !
•••••

••••• fl 7 •••••
•••••
•••••



.....

.....

.....

.....

.....

1

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

(Abraham maslow)

.....

.....

.....

.....



..... !

..... !

..... !

.....

..... ..

..... z

.....

..... ..

..... Ô

..... ..

..... !2 Ô

.....



.....
.....

!3

¿

fl

!

!

fl ¿

!

!4

fl

¿

”

”

”

fl

¿

”

ô

ô

ôô

•••••

•



•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•



•••••

•••••
•••••
•••••
•••••
•••••
•••••

!1

•••••
•••••
•••••
•••••
•••••
•••••
•••••

!2

•••••
•••••
•••••
•••••
•••••
•••••

.fl

£

•••••
•••••
•••••
•••••
•••••
•••••
•••••
•••••
•••••
•••••

!1

1"

2"

3"

"&%" : : " : " !1
"F&\$! &\$% : %-- : : " : " ! 3, 2



•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

••••• **!2**

••••• 1"

•••••

•••••

" :&&& :%--: : : " _1



••••• : ••••• ! 3

••••• ōō ••••• ōō : ō •••••

•••••
•••••
•••••

•••••

••••• ! 4

1" ••••• " ••••• -

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

••••• !

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

••••• " (+



••••• 2

••••• !

•••••

••••• 1"

•••••

•••••

•••••

•••••

••••• !

•••••

••••• 000 00000000 00000

••••• 2" |

•••••

••••• 3"

•••••

••••• !

••••• !

•••••

••••• 4"

•••••

•••••

"%& : : " : : " : : " ! 1
"%& : : " : : " : : " : : " ! 5 2
" (* : : " : : " : : " : : " ! 3
"& : : " : : " : : " : : " ! 4



••••• " : !

5"

•••••

•••••

••••• :

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

••••• " :

1" fl E

••••• :

••••• " :

% 65 % 35

••••• 2"

•••••

••••• :

••••• ! 1

•••••

•••••

•••••

•••••

•••••

••••• " ! 1

••••• " ! 2



•••••

3"

••••• !2

"

••••• !3

•••••

•••

•••••

•••••

" fl Ț"

••••• !4

•••••

•••••

•••••

•••

•••••

•••••

•••••

•••

•••

" * : : " : : " : : " 3



..... !1

1

..... !

""

..... !

''

..... !

''

..... !

""

..... !

''

..... !

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

1"

..... !1

+(

"&\$,

!1



· · · · ·

· · · · · !

· · · · · !

· · · · · **“(Halsay)”** · · · · · !

· · · · · 1” · · · · · Ž · · · · · Ł · · · · · 1

· · · · · **“(rowan)”** · · · · · !

· · · · · ¶ ffl · · · · · © · · · · · ŁŽ · · · · · Ł · · · · · 1

· · · · · **“(gant)”** · · · · · !

· · · · ·

.105 : : “ : : : : “ ¶^{2,1} i



:(emerson)

!

% 66

£

ffl

!2

•••

:

•••

Ô

•••

• • • • •



• • • • •

• • • • •

• • • • •

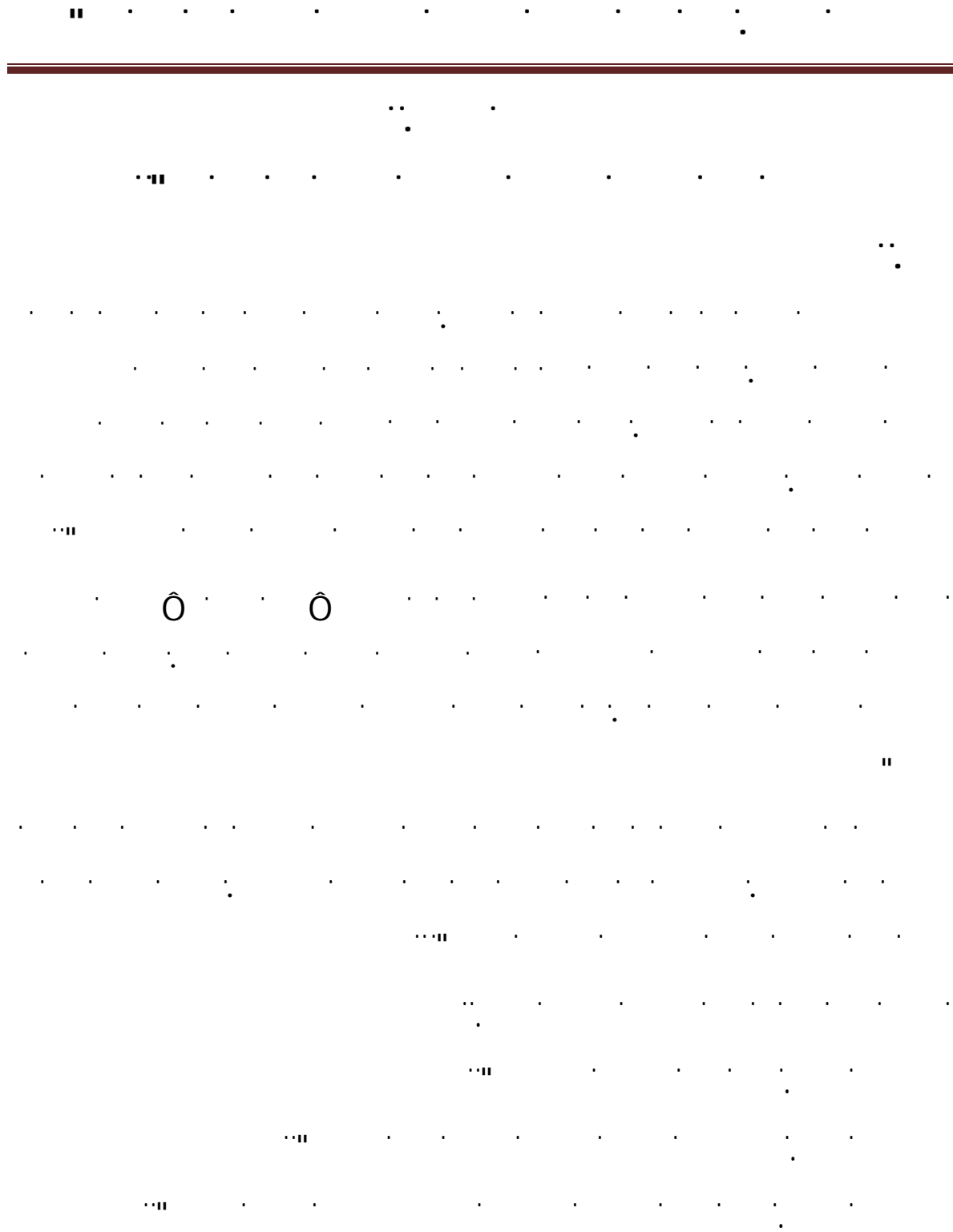
• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •

• • • • •



..

..

..

..

..

..

..

..

..

..

..

..

..

..

..

..

..

..

..

..

..

..

..

..

..

..

..

..

..

..

[Faint, mostly illegible text covering most of the page, possibly bleed-through from the reverse side.]

1. %

¹ -<http://Kadimoha.Perso.Cgtal.Net/9/9-2.Doc>
229

.....

.....

..... !

..... -

..... -

..... 1.

..... **

..... fl 七

.....

..... _1
..... :&&)

..... !*

..... !**

..



..

2"

1 !&

..

"

..

"

..

..

"

..

2

.. !1

..

..

.. !2

..

..

"" % : : " " ! 2
 "" &* " ! 1
 "" :&% :&\$\$(: : : " " ! 2

.....

..... !

..... !%

..... 2

..... i

.....

.....

.....

.....

.....

.....

..... ! 2

..... :f% -!%, t :% : :&\$\$-



.....
.....

.....
.....

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

.....
.....

.....
.....

.....

.....
.....

.....

"
 "
 !

 " # '1'
 !
 !

 " # '1'

 " # '1'

 "
 !

 " #f| ! 7 '1'

 "
 !

"

! "

1

"

!

"fl 7 fl 7# 1

"fl 7 # 1

!

" / (100 × -10071

"

1"

.(Strategic Analysis)

" 1"

.....**.....*.....
.....(Insoff)

.....***.....
.....(Value Chain).....

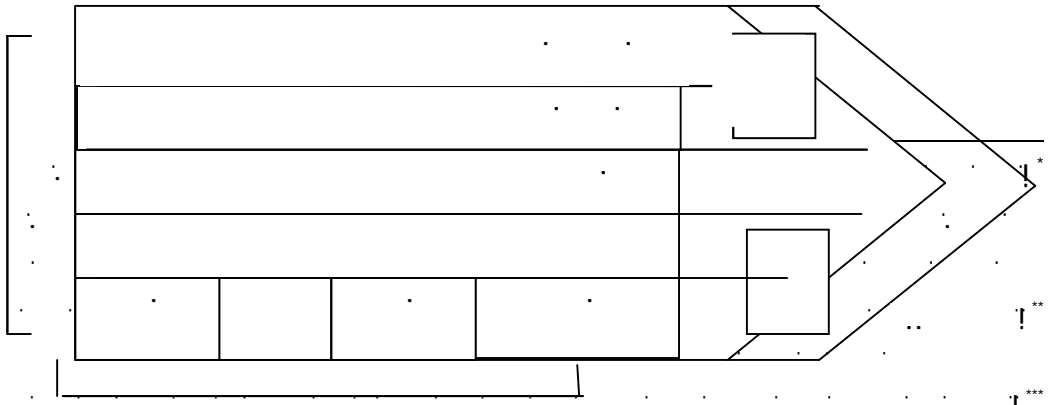
.....1.....

.....2.....

.....3.....
.....-1.....

.....!&.....

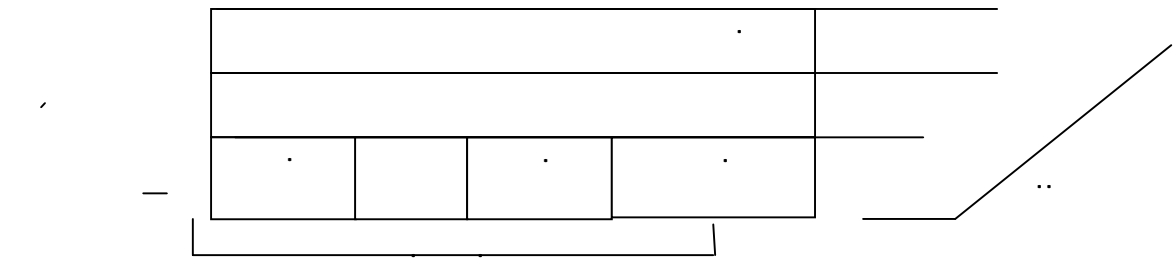
.....:f%)E.....



.....!.....
.....!***.....

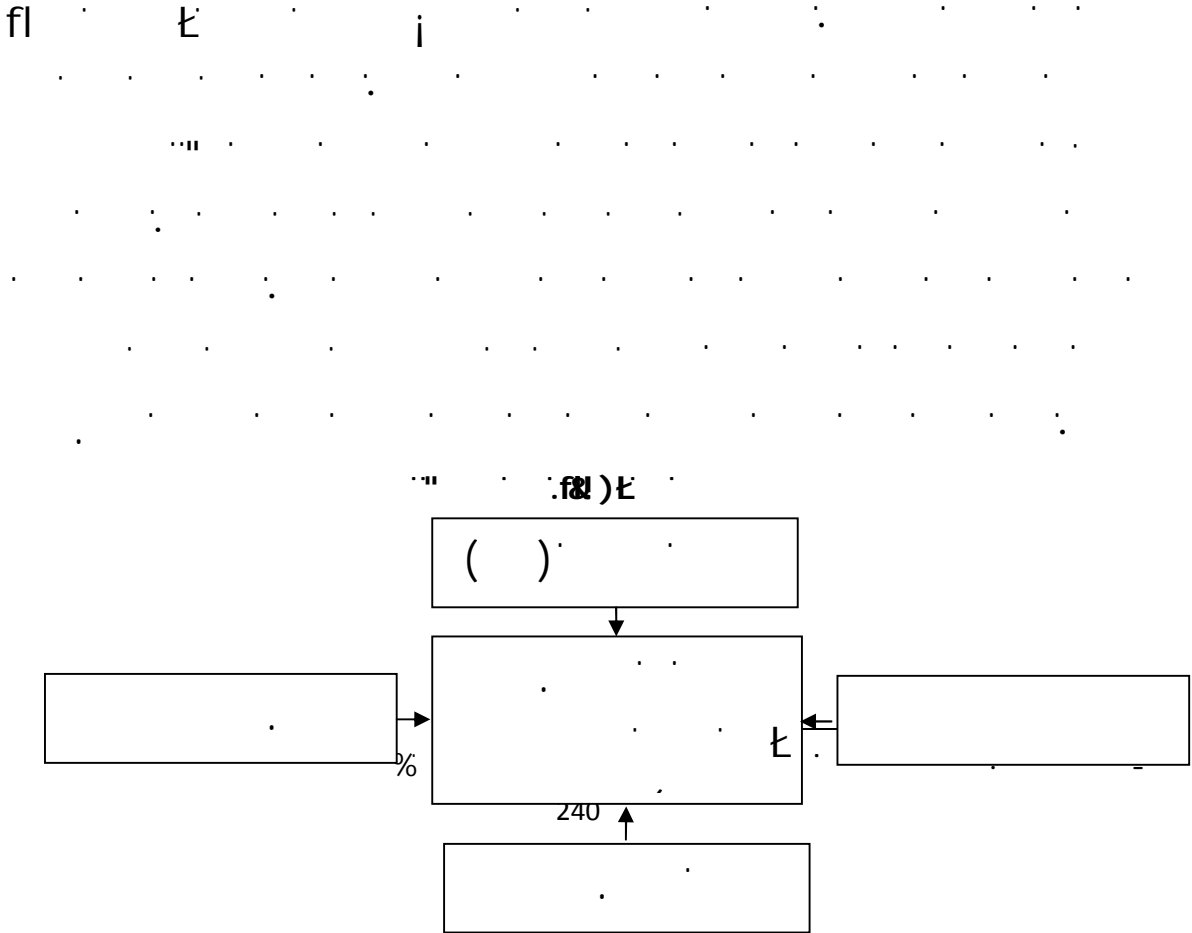
.....1.....
.....2.....

.....++ :&\$\$+.....
.....\$.....3.....



éric pernette, "l'essentiel du marketing", édition d'organisation, France, 2001, p192 .

.(Industry Structure View)





éric pernette, "l'essentiel du marketing", édition d'organisation, France, 2001, P176. .

... " !%

... :1"

...

... !

... !*

... " ! 1

||



. !

.

“

.

2”

. !

.

.

.

.

.

.

.

. !

.

.

.

.

. !

.

.

.

.

.



. !

.

.

...

. " !

.

. 1"

.

. !

.

.

. ! 2

. ** *

.

. !'

.

. "

.

. ! (

.

.

(324 -325) : : " : : " ! 1

. ! *

.

...

. ! **

.

...

"



.

2 !)

" !

" !

" !

" !

(Resource Based View)

.
.
.
.

. ! *

""%/\$! 1



2"

£

:fl

"

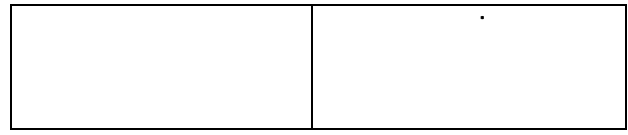
"

:1"

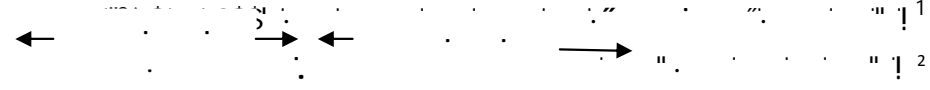
(Porter)

:2"

" :fl!)£



\$\$





" \$* :&\$\$,

3"

4"

1"

Toyota

2

!%

"%&& : : " 3

" &* : : " 4

"(\$: : " 1

fl\$,!' \$+L : : " 2

.....

.....

.....

..... !&

.....

..... :fl £ !'

.....

..... # ! (

.....

.....

.....

..... (Thompson And Strickland)

1 S

..... S

.
 S
 S
 S
 S

 2"

 3"
 (Unique) (Suprior)
 4"

 fl t
 1"

 Ô

" % & : & \$\$\$: % : " | 2
 " fl & + ! & * t " " | 3
 " \$: : " " : " | 4
 : : " : : " : " | 1

"&"



.....

fl ȷ

.....

.....

.....

ȷ :2"

fl

.....

3"

Morgan

.....

(Porter)

.....

2 :1"

!

.....

! 2

! 3

! 1

& *

& ! 2

..



.. !

.. !

.. !

..

..

..

..

..

..

3"

..

..

..

..

..

..

..

.. " ! 3

..)

„“

„“

„“

1“

„“

1“

1“

2

1“

1“

1“

3

1“

1“

1“

1“

1“

“*% : :“ ” ! 1

“ : :“ ” ! 2

“&*% :&\$\$)

“%& : :“ ” ! 3

..



..

1"

..

2"

..

3

!%

!&

!'

S

S

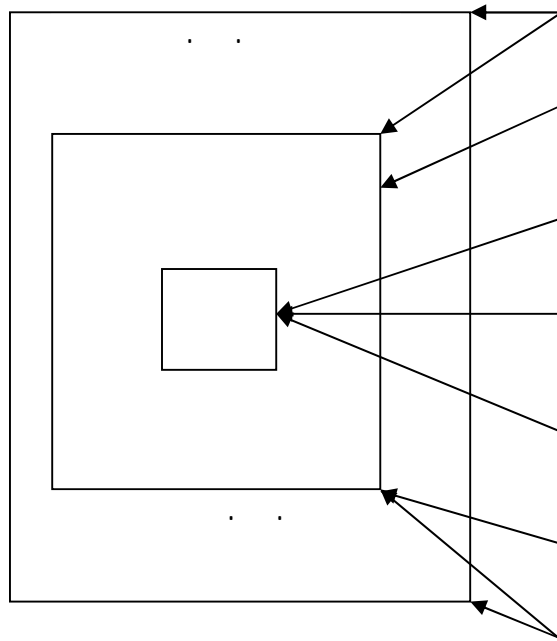
S

S

""* _ : . : " " ! 1
 ""&+) : . : " " ! 2
 " : f!%, !%&+L : i" " ! 3

.
.
.
.
.

.f(!)E



""% \$: &\$\$,

.
.
.
.
.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

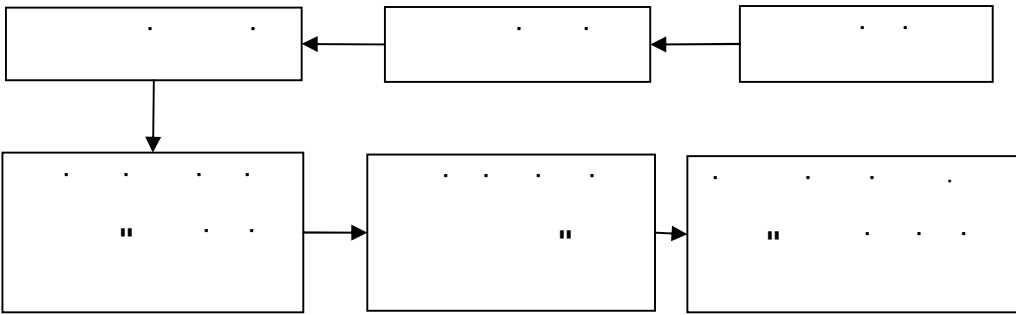
..



..

..

..



..

..

..

..

..

..

..

..

..



.. -

..

..

Ł !

:fl

..

..

..

..

..

.. !

..

1"

.. !

..

..

2"

.. !

..

Ô

..

3"

..

4

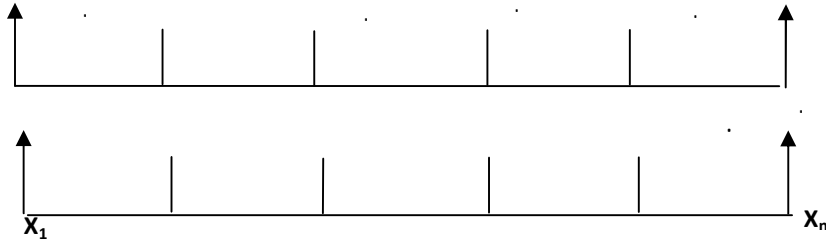
"% ' ! 1

""* _ ! 2

"% ' ! 3

"" : f% & % % ! 4

.....)E



.....

.261 . 2005.

.....

.....

.....

.....

.fl E !2

1

..... !

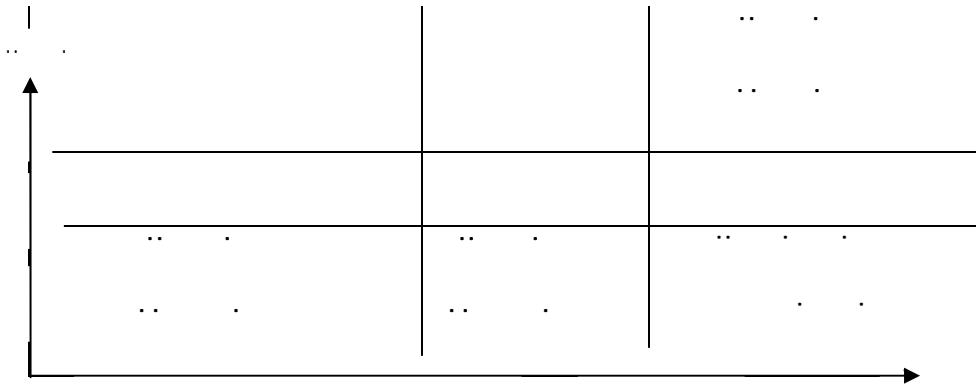
.....

.....

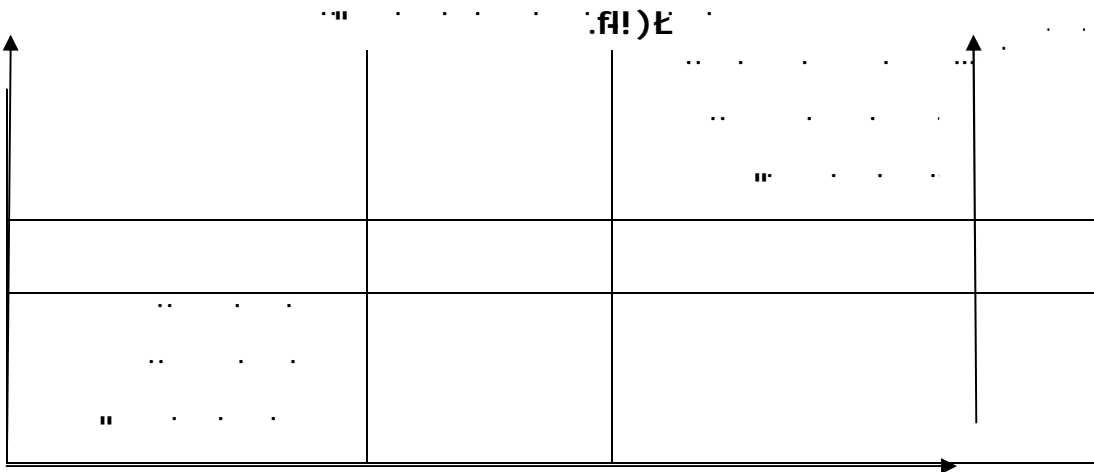
.fl E)E

.....&\$\$) : : : " !1

"f% (!% ' E

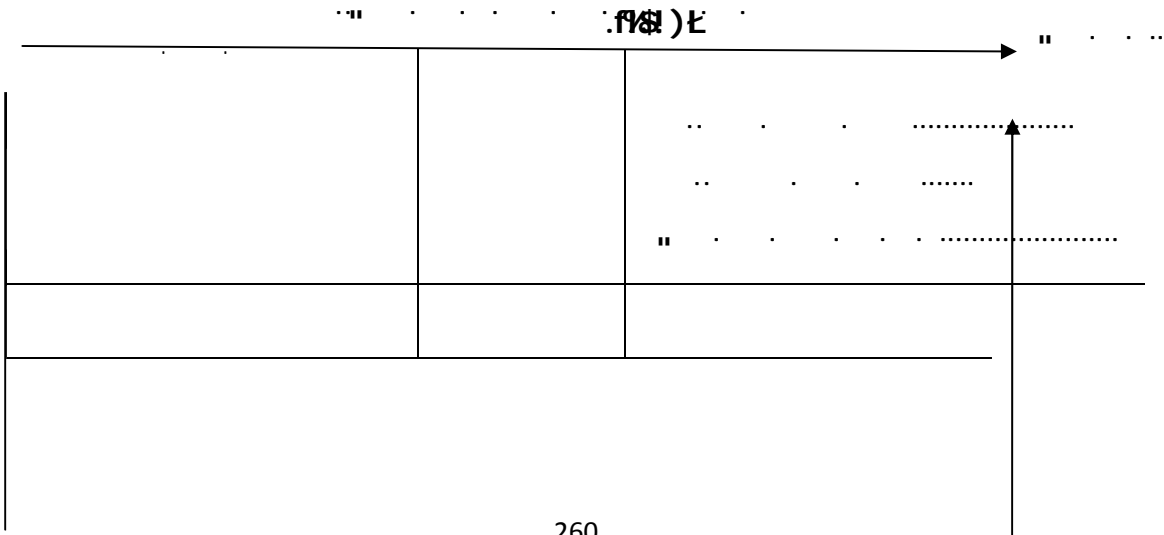


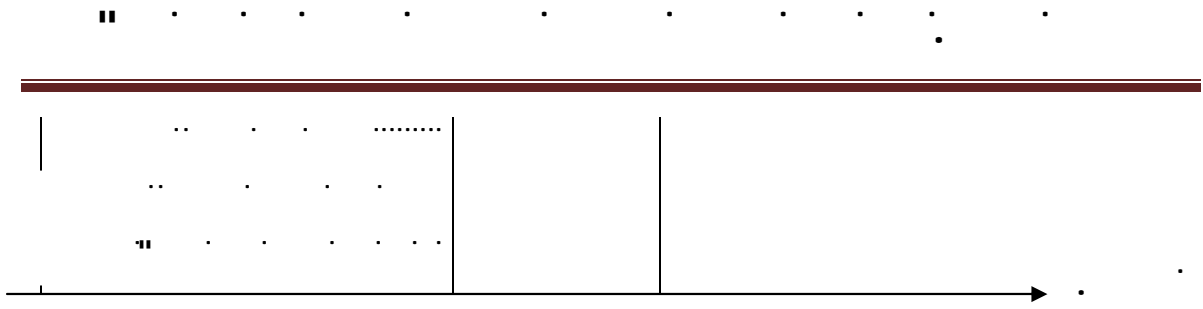
.120 :&&): : : : : : : : : : : : : : : : : :



:&&): : : : : : : : : : : : : : : : : :

.120





.120 : &\$\$) : : : " : : : : " :

fl 13

1 .

-

''

-

''

-

''

''

fl1-5

!1

.....

..... !

.....

..... !

.....

.....

1

..... -

..... -

..... -

..... -

..... -

..... -

..... -

..... " 1

№	Имя	Фамилия	Инициалы	Дата рождения	Место рождения	Образование	Специальность	Стаж	Средний балл	Средняя оценка
1	Иванов	Иван	И.И.	1985	Москва	Среднее	Учитель	10	4.5	4.5
2	Петров	Петр	П.П.	1990	Санкт-Петербург	Среднее	Учитель	10	4.5	4.5
3	Сидоров	Сидор	С.С.	1988	Новосибирск	Среднее	Учитель	10	4.5	4.5
4	Смирнов	Смирнов	С.С.	1987	Самара	Среднее	Учитель	10	4.5	4.5
5	Тихонов	Тихон	Т.Т.	1989	Томск	Среднее	Учитель	10	4.5	4.5
6	Федотов	Федот	Ф.Ф.	1986	Владивосток	Среднее	Учитель	10	4.5	4.5
7	Харьков	Харьков	Х.Х.	1984	Хабаровск	Среднее	Учитель	10	4.5	4.5
8	Цыганов	Цыган	Ц.Ц.	1983	Челябинск	Среднее	Учитель	10	4.5	4.5
9	Чайков	Чайков	Ч.Ч.	1982	Иркутск	Среднее	Учитель	10	4.5	4.5
10	Шаров	Шаров	Ш.Ш.	1981	Якутск	Среднее	Учитель	10	4.5	4.5
11	Шевченко	Шевченко	Ш.Ш.	1980	Красноярск	Среднее	Учитель	10	4.5	4.5
12	Щеголев	Щеголев	Щ.Щ.	1979	Киров	Среднее	Учитель	10	4.5	4.5
13	Юрьев	Юрьев	Ю.Ю.	1978	Пермь	Среднее	Учитель	10	4.5	4.5
14	Яковлев	Яковлев	Я.Я.	1977	Волгоград	Среднее	Учитель	10	4.5	4.5

"1% (!% ' 7 : : : " : : : " : : : " ! 2

.....

.....

.....

.....

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

.....

280 2005

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

"

 3

 !
 "
 !
 "
 ! &

 "
 !

 "
 !

 "
 !

 ! 3

 !
 fl t

 "
 !

"%\$% : " _ 3

"



. ! .

.

. !

"

. !

"fl 七

. !

"

" !

. !

"

. !

.

"

"fl 七 .

.

".

. ! 1

.

.

1

. !

. i



Ł

"f|

!

Ł

"

!

"

!

"

!

"

!

2

Ł

:"f|

!

"

!

"

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

..... !
.....

..... !3
.....

..... !
.....

..... !
.....

..... !
.....

..... 1"
.....

..... !%
.....

.....
.....

.....
.....

.....
.....

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



“ ”

“ ”

“ ”

1

“ ”

“ ”

“ ”

“ ”

“ ”

“ ”

“ ”

“ ” fl 上

“ ”

“ ”

“ ”

“ ”

“ ”

“ ”

“ ”

“ ”

“ ”

“ ” ! &

“ ”

“ ”

“ ”

“ ” fl & ! & (上



.

.

.

. 0000 000

.

.

.

.

.

.

.

. "

. !

.

. 1"

. !

. "

.

. 2"

. !

.

. "

.

.

. "% *' : "

. " ! 1

. " ! 2

. "&

! ! ! ! ! ! ! ! ! ! !

” ! ! ! ! !

” ! ! ! ! !

! ! ! ! ! ! ! ! ! ! !

.

.

.

.

”

.

.

.

.

.

.

”

. fi ㄷ ! (

”

1”

.

.

.

.

.

“% * : ; , - . / : ” ! ! !

1. !

.. !

.. !

.. !

.. !

.. !

.. !

.. !

2. !

.. !

""&* : : : . " ! 1
"&+ : : : : " : : : " ! 2

3

1 2

$$(TW_t) - (AT_t + TT_t) = st_t$$

Et (Selling Time) st_t

fl

Total Work Time) TW_t

AT_t (Administrative Time)

TT_t (Travel Time)

st_t

TW_t !

Et fl Et

fl

AT_t !

TT_t !

!%

2

..... " 3

..... " 1

.....

.....

.....3.....

.....4.....

.....!

.....!

.....!

.....!

.....! 2

.....%

.....! 3

.....! 4

"

 !
 fl 匕

 !

 fl 匕

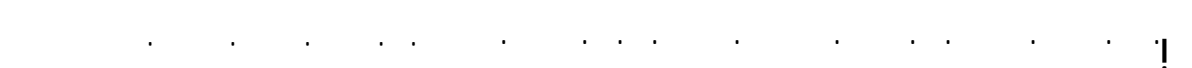
 !&

 -
 !
 !3

 !
 fl 匕
 -

 -
 !

.....



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

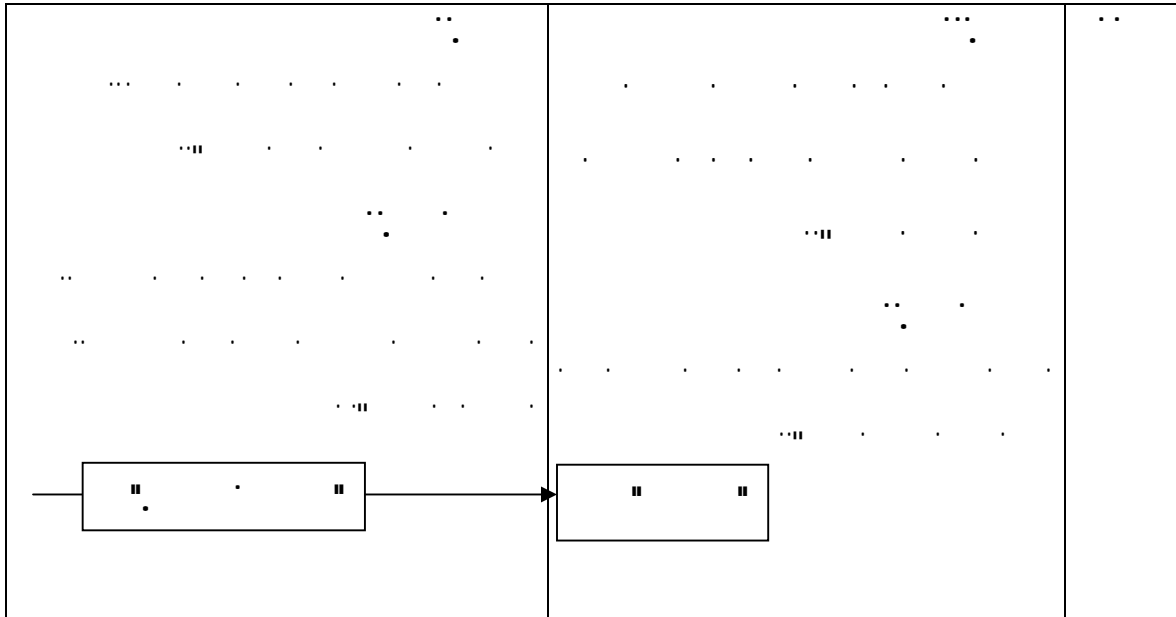
.....

.....

Decorative header with dots and a thick horizontal line.

	ABC	!	%
1 *	A	1	% -
2 20	B	1	&\$ -
3 15	C	1	65 -

" \$* : " " ! 1



1 2

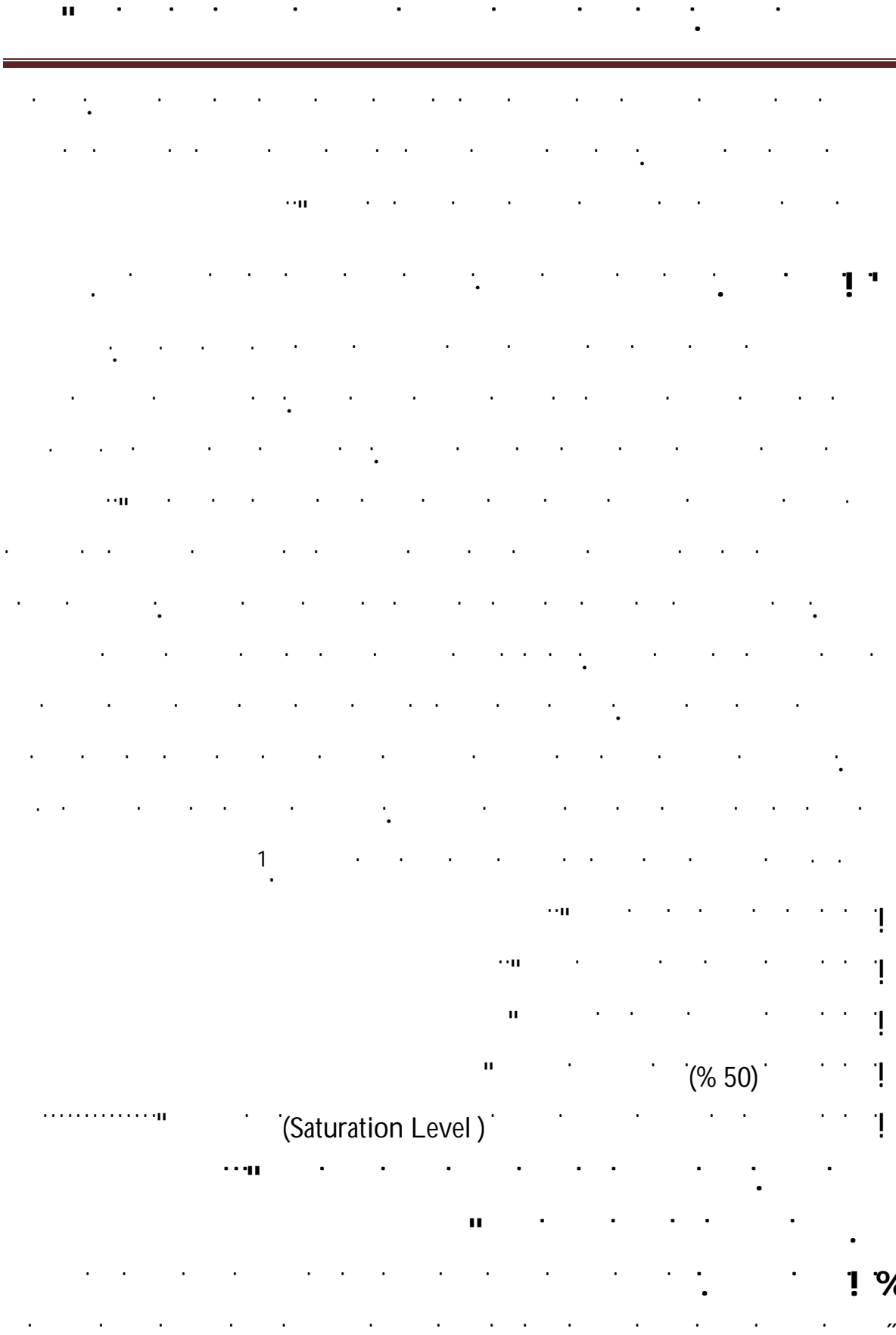
1

2

1 2

2

1



..

1"

2"

3"

!&

!

1"

!&

!

"!&S" : : " : : " : : " ! 1

:" : : " : : " : : " ! 2

"&S) : :

"!%(!' %&L : : : " : : " ! 3

" %) : : : " : : " ! 1



.. !

..

..

..

..

..

..

..

..

.. !

..

..

..

.. -

..

..

..

..

..

.. ! &

..

.. ! %

..

..

..

..

.....

.....

..... **!&**

.....

..... 1"1

..... 2

..... !

..... !

..... !

..... !

..... !

..... !²1

||

.

.

.

.

. !

. !

. !

. !

.

. 1"

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

% : " 1 1

“



.....

.....

.....

.....

.....

.....

1

.

“

.....

”

..... !%

“

..... !&

.....

.....

.....

.....

.....

“

“

.....

.....

.....

.....

“



fl 匕

1”

”

”

”

!

”

”

fl 匕

”

”%+ : : : : : ” : : : : : ” : : : : : ” ! 1



"

TEXALGE

.

..

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

(SPSS)

(Statistical Package For Social Sciences)

'''

'''

'''

'''



.

'''

1 :

02 (SOFACT)

1977 09 (HOLDMAN)

(COUVERTEX-spa)

" (SOFACT) !

" (FITAL) !

" (SAFICLO) !

" (MANTAL) !

17

2012

(TEXALGE)

i(SOFACT)

'''

636

(TEXALGE)

12

i2011

i2011

.SOFACT. SPA i1

..

TEXALGE

.



.

(EPE/TEXALG/Spa)

50000 01 (5.000.000.000.00)

(SGB/Industrie Manufacturières)

. !

.

.

.

. !

. !

. !

. !

. !

. !

.

.

.

17

(Absorbees) (TEXMACO/Spa)

.

(EPE/SOTEXHAM/Spa) !

(EPE/BEJJe/Spa) !

(EPE/FILBA/Spa) !

TEXALGE

.(EPE/FILBA/Spa) !

.(EPE/SOFACT/Spa) !

.(EPE/COTOSUD/Spa) !

.(EPE/SENTEX/Spa) !

.(EPE/DRAPEST/Spa) !

.(EPE/COTEXT/Spa) !

.(EPE/SOTRADAL/Spa) !

.(EPE/ALFADITEX/Spa) !

.(EPE/MEDIFL/Spa) !

.(EPE/TIFIB/Spa) !

.(EPE/MANTAL/Spa) !

.(EPE/SAFILCO/Spa) !

.(EPE/SOITINE/Spa) !

.(EPE/ALCOVEL/Spa) !

.(TEXALGE)

..

17

38/01-0988970 11 2012/07/26

..

"

! 1

1

'''

TEXALGE

. :



:14

5.3

'''

! &

(Acrylique)

"

1

.(*TEXALGE)

50000

) "\$\$\$"\$\$\$"\$\$\$"\$\$

100.000.00

.98 B07002021

.383246305

''' 3 10

2000 10.000.00

2

246 2015

.(Cadres Didrigeants)

.1

* Societe De Fabrication De Couvertures Textiles texalge Sofact Tissemsilt.

'''&\$%(#/## %

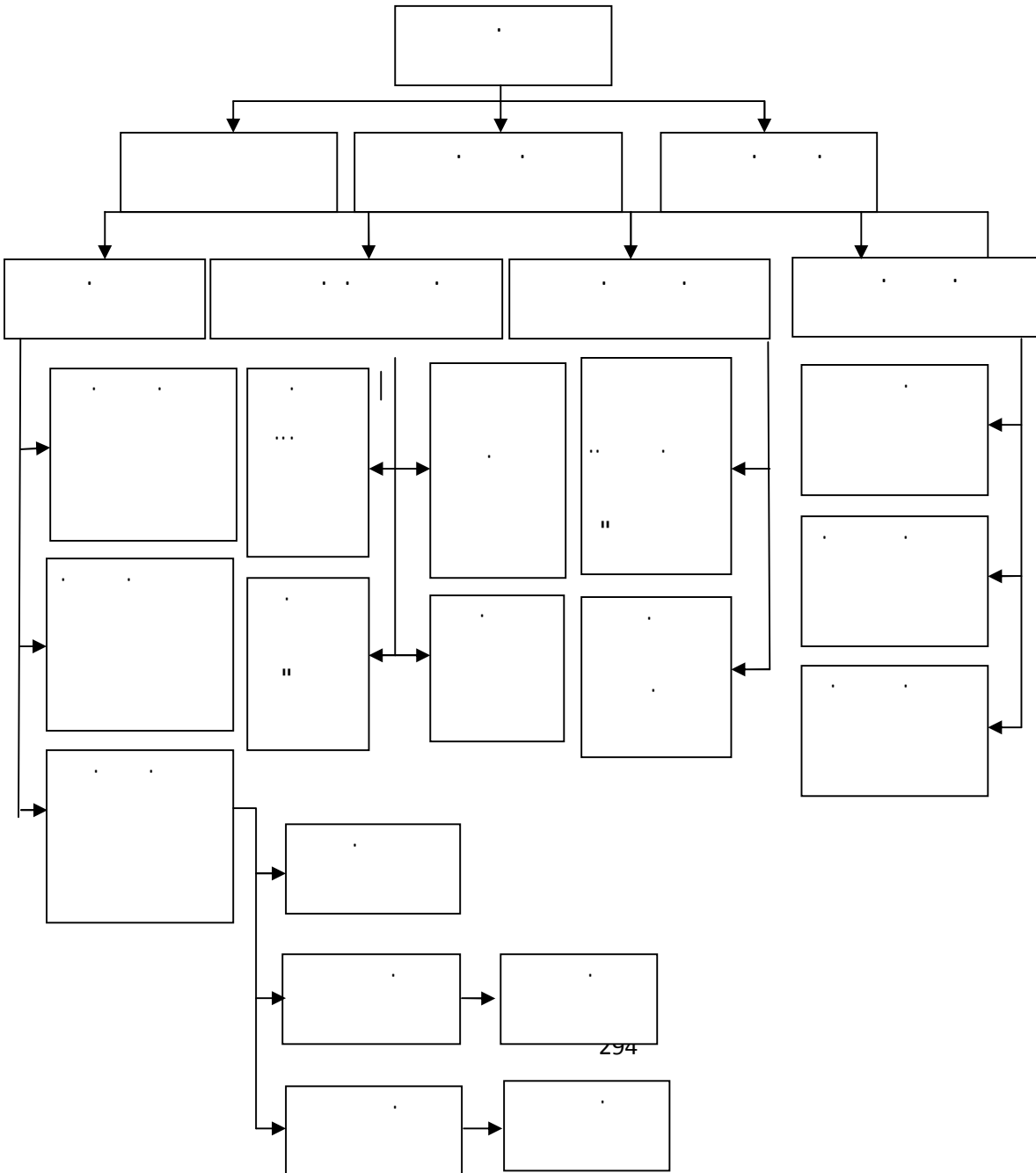
2

(Cadres Superieures) !

(Cadre) !

(Agents D'execution) !

198 *E





''' . . .

.

.

.

''' . . .

.

.

''

.

.

.

''

''' . . .

.

!%

.

'''

.

!2

.

''' . . .

.

!3



• • • • •
 • • • • •
 • • • • •
 • • • • •

• • • • •
 • • • • •
 • • • • •

! 4

• • • • •
 • • • • •
 • • • • •
 • • • • •

• • • • •
 • • • • •
 • • • • •

!

• • • • •
 • • • • •
 • • • • •

•••

• • • • •
 • • • • •
 • • • • •

!

• • • • •
 • • • • •
 • • • • •

•••

!

• • • • •
 • • • • •
 • • • • •

! 5

• • • • •
 • • • • •
 • • • • •

!

• • • • •
 • • • • •
 • • • • •

•••

!

• • • • •
 • • • • •
 • • • • •

! 6

• • • • •
 • • • • •
 • • • • •

!

• • • • •
 • • • • •
 • • • • •

•••

!

•••

!

•••

!

• • • • • !
 • • • • • !
 • • • • • : Ô • • • • • Ô • • • • • ÔÔ
 • • • • • • 1' • • • • • Ô
 • • • • • !
 • • • • •
 • • • • •
 • • • • • " • • • • •
 • • • • • !
 • • • • • ••• • • • • •
 • • • • • • • • • • •
 • • • • • *
 • • • • • ••• • • • • •
 • • • • • *
 • • • • • ••• • • • • •
 • • • • • *
 • • • • • ••• • • • • •
 • • • • • *
 • • • • • ••• • • • • •
 • • • • • *
 • • • • • ••• • • • • •
 • • • • • ••• • • • • •
 • • • • • *
 • • • • • ••• • • • • •
 • • • • • ••• • • • • •
 • • • • • ••• • • • • •
 • • • • • ••• • • • • •
 • • • • • ••• • • • • •
 • • • • • ••• • • • • •
 • • • • • ••• • • • • •

50 40

”

TEXALGE

.



... .. |
... .. |
... .. |

... .. |
... .. |

... .. |
... .. |

... .. |
... .. |
... .. |

... .. |
... .. |
... .. |
... .. |
... .. |

... .. |



.. . . . !

. . . !

. . . *

'''

'''

'''

" *

.. . . . !

. . . *

'''

'''

"

. . . *

"

"

.. . . . !

... . . *

'''

'''f| : : 7

'''f| 7

.. . . . *

'''f| 7

"

. . . !

... . . *

''' intranet 7



*

!&

88% 88\$

99% *E

				..
"fl E		fl E		
...

TEXALGE

152154	186775	157396117,6	187577000	2008
291978	240200	253705859 ,89	210954000	2009
166257	356000	179734867 ,53	330919000	2010
130514	248500	130333763,58	343552000	2011
41946	230875	56996801,32	348228000	2012
56267	239000	72998484 ,06	351116000	2013

"&\$%

$$Y_i = a + bx_t + u_i$$

" " t " y_i

. a

. b

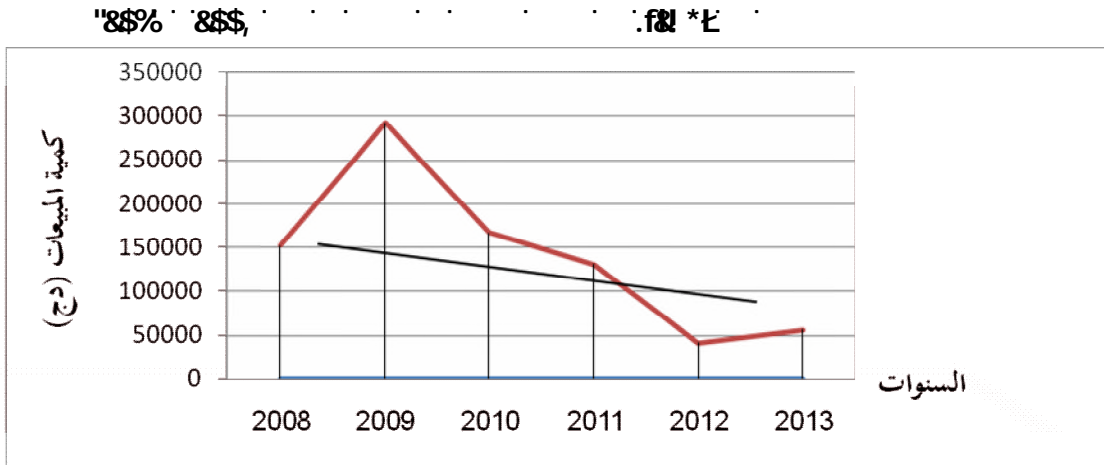
: X_T

. u_i

i

"&\$% &\$\$,

!%



(2-6)

!&

$$Y_t = a + bx_t + u_i$$

$$\sum y_i x_t = 2304269 = 91 \quad | \quad \sum x_t^2 \quad | \quad \sum y_i = 839116 \quad | \quad \sum x_t = 21$$

$$\bar{x} = \frac{\sum x_t}{N} = \frac{21}{6} = 3.5$$

$$\bar{y} = \frac{\sum y_i}{N} = \frac{839116}{6} = 139852.66$$

$$b = \frac{\sum x_t y_i - n \bar{x} \bar{y}}{\sum x_t^2 - n \bar{x}^2} = -36150.68$$

$$= 266380.04 \bar{x} - ba = \bar{y}$$

$$Y_i = 266380.05 - 36150.68 x_t$$

! 3

i(2-6)

b a

$$\bar{x}_2 = \frac{x_4+x_5+x_6}{3} \quad \bar{x}_1 = \frac{x_1+x_2+x_3}{3} \quad \bar{y}_2 = \frac{y_4+y_5+y_6}{3} \quad \bar{y}_1 = \frac{y_1+y_2+y_3}{3}$$

b a

$$b = \frac{\bar{y}_2 - \bar{y}_1}{\bar{x}_2 - \bar{x}_1} = \frac{-127220.67}{3} = -42406.89$$

$$a = \bar{y}_1 - b\bar{x}_1$$

$$a = \bar{Y}_2 - b\bar{x}_2$$

$$a=288276.78$$

$$Y_t = 288276.78 - 42406.89 x_t$$

!

(2-6)

$$\bar{x}_3 = \frac{x_3+x_4+x_5}{3}, \quad \bar{x}_4 = \frac{x_4+x_5+x_6}{3}, \quad \bar{x}_1 = \frac{x_1+x_2+x_3}{3}, \quad \bar{x}_2 = \frac{x_2+x_3+x_4}{3}$$

$$\bar{y}_4 = \frac{y_4+y_5+y_6}{3}, \quad \bar{y}_3 = \frac{y_3+y_4+y_5}{3}, \quad \bar{y}_2 = \frac{y_2+y_3+y_4}{3}, \quad \bar{y}_1 = \frac{y_1+y_2+y_3}{3}$$

!5

(2-6)

$$\bar{x}_2 = \frac{x_4+x_5+x_6}{3} \quad \bar{x}_1 = \frac{x_1+x_2+x_3}{3} \quad \bar{y}_2 = \frac{y_4+y_5+y_6}{3} \quad \bar{y}_1 = \frac{y_1+y_2+y_3}{3}$$

TEXALGE

TABLE

56267	41946	130514	166257	291978	152154	y_i
6	5	4	3	2	1	x_t
337602	209730	522056	498771	583956	152154	$y_i \times x_t$
36	25	16	9	4	1	x_t^2
5			2			\bar{x}_t
76242.33			203463			\bar{y}_i
/	5	4	3	2	/	\bar{x}_t
/	6242.33	112905.67	196249.67	2034463	/	\bar{y}_i
5			2			\bar{x}_t
76242.33			203463			\bar{y}_i

88%

fl

t

(2-6)

TEXALGE

&\$% &\$\$,

f&\$%! &\$\$, £

:f! *£

2013	2012	2011	2010	2009	2008		
351116000	348228000	343552000	330919000	210954000	187577000		
72998484,06	5699680,3	13033376,6	179734867,5	253705859,9	157396117,6		
0,28	-0,563	-0,275	-0,29156	61,189	/)
20,79	163,59	37,94	54 ,314	120,266	83,91	* %	
239000	230875	248500	356000	240200	186775)
56267	41946	130514	166257	291978	152154		
0,34	-0,6786	-0,215	0,2789	1,31	/	**	
23,54	18,17	52,52	46,70	54,12	23,54	%)

"&\$%

(3-6)

"&\$!

©

1

- *

©&\$!

!

1

- **

TEXALGE

186775			2008
2009	% 23,54		152154
291978		240200	
356000		2010	% 54,12
2011	% 46,70	166257	
130514		248500	
		2012	% 52,52
% 18,168		41946	230875
	239000		2013
		% 23,54	56267
i2013	2009		

TEXALGE



•••

• • • • •

• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •

•••

• • • • •

• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •

2013 2012 2011

•••

• • • • •
• • • • • (4-6)
• • • • • (5-6) 2013 2011
2013 • • • • • (6-6)
• • • • • (3-6)
• • • • • (3-6)

TEXALGE

%			%			%			%
%			%			%			
54.66	5466	10000	/	15	00	/	/	/	Ahlam
32.17	4182	13000	20.98	3674	17510	9.85	1823	18500	Charis
33.57	5036	15000	34.28	6549	19100	15.375	3075	20000	Sofabilla
28.53	9986	35000	19.88	7337	36900	27.15	10861	40000	Ouarsenis
/	42	00	/	29	00	/	34	00	Rania
22.67	6803	30000	7.17	7865	109665	22.80	27363	120000	Souad
00	00	136000	/	1690	00	/	58073	00	Souad Mdn
/	10000	00	00	00	00	00	00	00	Souad Dgc
/	4290	00	/	810	00	/	156	00	Zouara
00	00	00	00	00	47700	4.06	2030	50000	Souad Ignif
/	/	/	/	/	/	/	/	/	Souad Mdn

TEXALGE

									Presetation
/	3017	00	/	1306	00	/	1032	00	Safari
/	383	00	/	223	00	00	00	00	Safari G.L
/	/	/	/	/	/	/	/	/	Doubl.Ettof
/	/	/	/	/	/		26067	00	Bebe
/	532	00	/	17	00	/	/	/	Bebe Ahlam
/	3180	00	/	2608	00	/	/	/	Bebe Jaquard
/	29	00	00	00	00	00	00	00	Sabrina
/	148	00	/	1	00	/	/	/	Sonia
/	3173	00	/	9822	00	/	/	/	Namra
/	1000	00	/	/	/	/	/	/	Ibriza
23.54	56267	239000	18.16	41946	230875	52.52	130514	248500	

88%

0! *E

2013/2012	2012/2011	2011/2010	
36340	/	/	Ahlam
13.82	101.23	8.85-	Charis
23.10-	112.97	13.47-	Sofabilla
36.10	32.44-	29.96-	Ouarsenis
44.82	14.70-	77.92-	Rania
13.50-	71.25-	1249.92	Souad
100-	97.10-	34.18-	Souad Mdn
/	00	100-	Souad Dgc
429.62	419.23	/	Zouara
00	100-	95.13-	Souad Ignif
/	/	/	Souad Mdn Presetation
131.01	26.55	68.35	Safari

#%\$\$fl

£1

TEXALGE

71.74	/	00	Safari G.L
/	/	/	Doubl.Ettof
/	/	882.54	Bebe
3029.41	/	/	Bebe Ahlam
21.93	/	/	Bebe Jaquard
/	00	00	Sabrina
14700	/	/	Sonia
67.69 -	/	/	Namra
/	/	/	Ibriza
12.65	61.73-	21.49-	..

88%

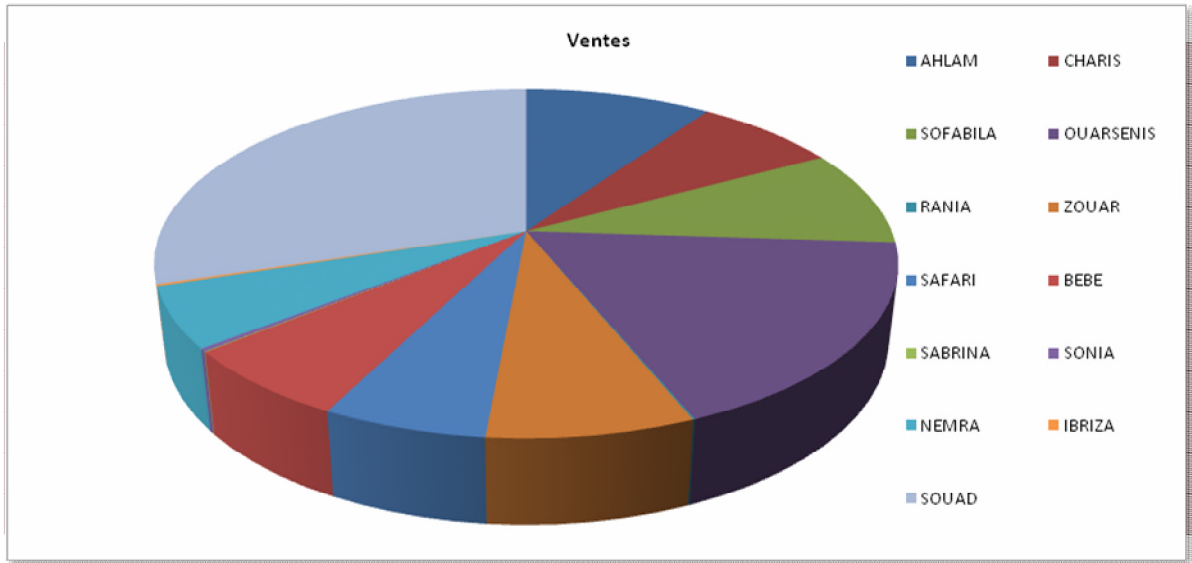
..fl £ 88% .fl! *£

Zouara	Souad	Rania	Ouarsenis	Sofabila	Charis	Ahlam	..
4290	16803	42	9986	5036	4182	5466	fl £
..	Ibriza	Nemra	Sonia	Sabrina	Bebe	Safari	..
56267	100	3173	148	29	3712	3400	fl £

88%

..fl £ 88% .fl! *£

TEXALGE



Brand	2011	2012	2013	% 2012	% 2013
(3-6)	15	5466	10000	36.34	54.66
(5-6)	18500	17510	13000	9.85	20.98
(4-6)	1823	2011	4182	13.82	32.17
(Ahlam)	10861	10861	10861	101.53	101.53
(Charis)	1823	1823	1823	8.85	8.85
(Ouarsenis)	10861	10861	10861	27.15	27.15
(Zouar)	7337	7337	7337	19.88	19.88
(Sonia)	36900	36900	36900	29.95	29.95
(Ibriza)	28.53	28.53	28.53	0.08	0.08
(Soudad)	35000	35000	35000	32.44	32.44

٣٣

TEXALGE

	2011	20000		(Sofabilla)!
19100		2012	% 15.37	3075
		2013	% 34.28	6549
	% 33.57		5036	15000
2013	% 13.47!	2011	% 112.97	2012
			% 23.10!	
34				(Rania)!
		2013	42	2012
			29	2011
2013	% 14.7!	% 77.92!		2012
			% 44.8	2011
27363		120000	2011	(Souad)!
7865		109665	2012	% 22.80
		30000	2013	% 7.17
% 1249.92		2011	% 22.67	6803
		2013	% 13.50!	2012
			% 71.25	
		2012	2011	(Souad Mdn)!
136000		2013	2012	1690
			2011	58073
		2013	% 100!	2012
			% 97.08!	2011
			% 34.18!	
2013		2012	2011	(Souad Dgc)!
			10000	
		2030	50000	(Souad Ignif)!
2013			47700	2012
				% 4.06

TEXALGE

	2011	2012	2013
	% 95.13 -		% 100
156		(Zouara)	!
	2013	4290	2012 810 2011
	2013 % 429.62	2012 % 419.23	
			(Safari) !
2011	3017	2012 1306	2011 1032
	% 131.01	2013 % 26.55	2012 % 68.35
			(Safari G.L) !
	% 71.74	2013 88%	223 2011
			(Bebel) !
	% 882.54	2011	26067 2011
			(Bebel Ahlam) !
	532	2013 17	2012 2011
	2013 % 3029.41		
			(Bebel Jaquars) !
2013	2608	2012	2011
	2013 % 21.93		3180
2011			(Sabrina) -
	29	2013	2012

TEXALGE

					(Sonia)	!
148		2013			2012	2011
					% 14700	
2011					(Namra)	!
3173		2013		9822		2012
					% 67.69 -	
2011					flbriz	!
				1000	2013	2012
	‘Souad	Ouarsnis				2011
		2012		‘Souad Ignif	Charis	Sofabilla
	2013	‘Souad	Ouarsnis	Charis	‘Soufabilla	
					‘Ahlam	
Ouarsenis	Charis	Sofabilla				
					‘Souad	
(4-6)						
		248500		2011		
		% 52.52			130514	
				230875	2012	
				% 18.17		41946

...

TEXALGE

.....

239000

2013

% 23.54

56267

2013

(3-6)

(6-6)

16803

(Souad)

(Ouarsenis)

(\$ *) (** -- , * (Sofabilla) و (Ahlam)

3712 (Bebe)

4182 (Charis)

4290 (Zouara)

148 (Sonia)

3173 (Nemra)

3400 (Safari)

29 (Sabrina)

42 (Rania)

100 (Ibriz)

...

fl ٤

...

TEXALGE

" # !%
 "8\$%! &\$\$, 七 # 七! *七

.%	#	七! 七	七! 七	
1.02		206763593.89	2106404.73	2008
39.39		321702486.11	126728436.39	2009
7.82		187975728.74	14700235.45	2010
54.95		213019613.18	117064095.06	2011
68.43		135049285.60	92421734.11	2012
96.1		156887780.45	150752158.71	2013

"8\$%

(7-6)

% 96.1 2008 % 1.02

2013

! &

"8\$%! &\$\$, 七

七! *七

"		七! 七	七! 七	
/	1.29	159994254.9	206763593.89	2008
72.86	2.23	143895034.18	321702486.11	2009
47.98-	1.16	161870498.59	187975728.74	2010
39.65	1.62	131480012.28	213019613.18	2011
30.86-	1.12	120131847.74	135049285.60	2012
41.07-	0.66	235097222.21	156887780.45	2013

TEXALGE

2008 (8-6)

2009 1.29

2010 1.16

2011 1.12

2012 1.62

2013 1.62

2008

2009

.%	fl # 2008	2009	2010	2011	2012	2013
/	686922.24	301	206763593.89	2008		
63.18	1120914.58	287	321702486.11	2009		
41.36-	657257.79	286	187975728.74	2010		
12.92	742228.62	287	213019613.18	2011		
32.36-	502041.95	269	135049285.60	2012		
17.92	592029.36	265	156887780.45	2013		

2008 (9-6)

2009 fl # 686922.24)

2010 % 63.18

2011 % 41.36 -

2012 % 12.92

2013 % 32.36 -

% 17.92

TEXALGE

TEXALGE, Inc.

2013

2013	2012	2011	2010	2009	2008
17.09	17.09	22.19	916933	203450	173805
2.75-	13.88	21.58	912946	196986	173805
53.71-	47.28-	9.99	916934	91602	173805
34.03-	65.22-	6.59	916934	60456	173805
1.82-	65.86-	6.47	916934	59292	173805

2009 (10-6)

2008 2010 % 21.58 % 22.19

% 18.95

2009 (2008)

TEXALGE, Inc.

2013

2013	2012	2011	2010	2009	2008
43.97	76422	173805	203450	173805	173805
27.83	56620	203450	196988	173805	173805
29.88	58859	196988	91602	173805	173805
45.26	41462	91602	60456	173805	173805
38.39	23210	60456	59292	173805	173805
58.07	34429	59292		173805	173805

TEXALGE, Inc.

TEXALGE

(11-6)
 2010 27.83% 2009 43.97% 2008
 38.39% 45.26% 2011 29.88%
 58.07% 2012
 2013

! &

! &

! &

! &	"		
500	43	21521.43	2008
370	45	16649.39	2009
312	45	14047.12	2010
277	34	9432.43	2011
275	35	9613.10	2012
206	42	8667.55	2013

! &

(12-6)

43 2008 500
 42 206 2013
 2010 45 2009
 42 2013 2012 (! & 35
 Ô 206

TEXALGE

%	"	"	"	"
32.54	71.38	279725	199675.47	2008
30.99	71.79	241508.65	173369.86	2009
29.77	67.26	254118.75	170912.29	2010
28.71	70.51	219770	154953.57	2011
31.18	41.65	209445	87233.91	2012
37.06	45.87	162393.25	74489.84	2013

(13-6)

% 32.54 % 71.38 2008
 % 71.79 2009
 % 7.26 2010 % 30.99
 % 70.51 2011 % 29.77
 % 28.71
 % 41.65 2012
 2013 % 31.18
 % 37.06 % 45.87

TEXALGE

%	00	00	00
100	00	152154	2008
69.68	88528	291978	2009
100	00	166257	2010
70.18	38912	130514	2011
100	00	41946	2012
100	00	56267	2013

(14-6)

(2013 ; 2012 ; 2010 ; 2008)

% 70.18 % 69.68 2009

2011

.....

.....

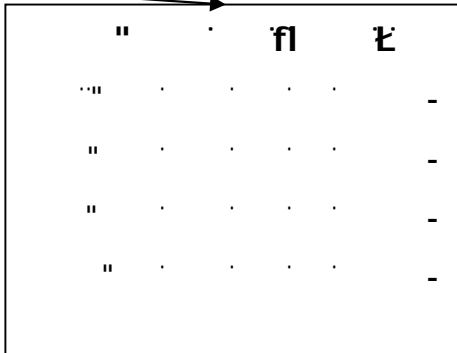
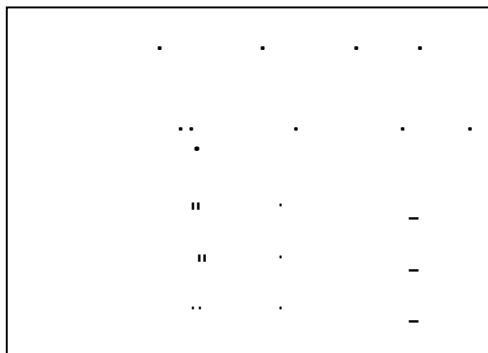
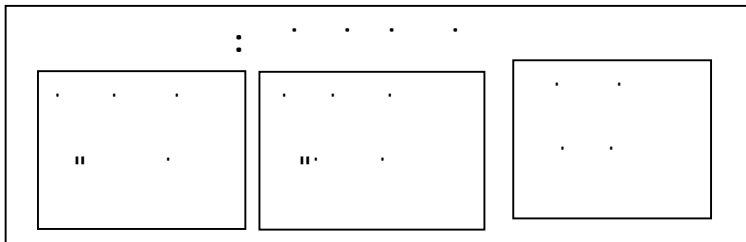
.....

.....

.....

.....

.....





.....

.....

..... !

fl և

·fl և

.....

26

172

198

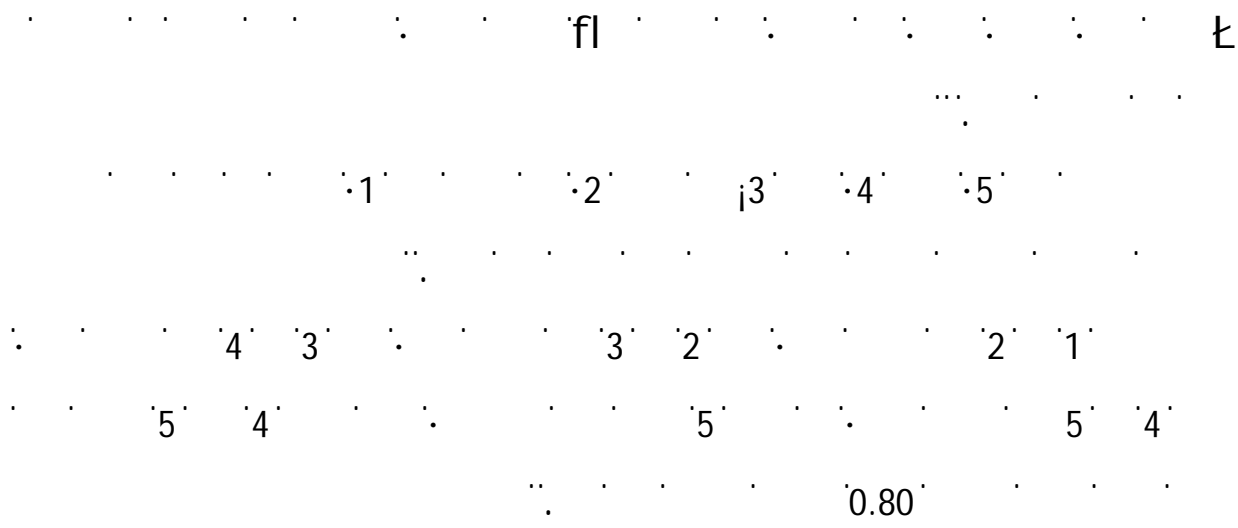
(likert)

.....

.....
/	/
Q ₁ -Q ₅	5-1
Q ₆ -Q ₁₀	10-6		
Q ₁₁ -Q ₁₅	15-11		

TEXALGE

Q ₁₆ -Q ₂₀	20-16		
Q ₂₁ -Q ₂₅	25-21		
Q ₂₅ -Q ₃₀	30-26		
Q ₃₁ -Q ₃₅	35-31		



	<p>''%+ ' %</p> <p>''&') - ' %, \$</p> <p>'' ' " - '&''*\$</p> <p>''('"% ' ' "(\$</p> <p>') ' ("&\$</p>

www.boosla.com

TEXALGE

1

0.966

SPSS

1

0.967	0.936	5	
0.966	0.933	5	
0.965	0.931	5	
0.966	0.933	5	
0.970	0.941	5	
0.966	0.933	5	
0.940	0.940	5	

0.75

(18- 6)

19% *E

+) **	%\$		
&!((&		
18	31	25-18	
2.33	40	30-25	
26.7	46	35-30	
' &	'))	' !')	
'%&	'&	' " "	
' , %	' %	' " "	
') ,	' %\$	' " "	
' & -	')	' " "	
' - "	' %	' " "	
' * % *	' % \$ *	' " "	
' (' %	' +	' " "	
6.4	11	" "	
' + **	' %	' " "	
' - "	' %	' " "	
' % ,	' (' " "	
63.4	109	' " "	
' , &	' % %	' " "	
18	31	' " "	
' & "	' (' " "	
' + **	' %	' " "	

TEXALGE

23.8	41	
23.3	40	10 -5
22.7	39	15-10
29.7	51	%

.SPSS

% 75.6

35

i% 50

% 18

&) %

i% 32

% 61.6

i% 9.9

% 16.8

% 83.2

% 18

% 82

% 30.8

i% 35.8

% 7.6

% 23.8

.% 2.3

15

5

% 24.4

i% 29.7

TEXALGE

10 5 % 23.3

.% 22.7 15 10

f_i n_i

f_{i%}

n_i

iCV

f_{i%} * n_i

CV			f _{i%}		n _i		f _{i%}		n _i		f _{i%}		n _i		Q ₁
			f _{i%}	n _i	f _{i%}	n _i	f _{i%}	n _i	f _{i%}	n _i	f _{i%}	n _i			
27.66	1.17	4.23	5.2	9	7.6	13	5.2	9	23.3	40	58.7	101	Q ₁		
31.73	1.32	4.16	7.6	13	7.6	13	0.6	1	29.7	51	54.7	94	Q ₂		
26.63	1.10	4.13	4.7	8	7.6	13	4.1	7	37.8	65	45.9	79	Q ₃		
27.67	1.13	4.08	5.2	9	7	12	7	12	36	62	44.9	77	Q ₄		
27.08	1.14	4.21	6.4	11	4.1	7	5.2	9	30.8	53	53.8	92	Q ₅		
22.12	0.92	(%)", #	"#	"#	"#	"#	"#	"#	"#	"#	"#	"#	"#	"#	
26.46	1.09	4.12	5.8	10	4.7	8	5.2	9	40.1	69	44.2	76	Q ₆		
29.67	1.19	4.01	6.4	11	8.1	14	7.6	13	33.7	58	44.2	76	Q ₇		
26.16	1.07	4.09	5.2	9	4.1	7	9.3	16	39	67	42.4	73	Q ₈		
27.67	1.13	4.08	6.4	11	4.7	8	7.6	13	37.8	65	43.6	75	Q ₉		
30.48	1.21	3.97	8.1	14	5.8	10	8.1	14	37.2	64	40.7	70	Q ₁₀		

TEXALGE

22.47	0.91	(%)	8.1	14	2.3	4	4.7	8	35.5	61	49.4	85	Q ₁₁
27.88	1.16	4.16	4.7	8	6.4	11	8.7	15	31.4	54	48.8	84	Q ₁₂
26.88	1.11	4.13	4.7	8	8.1	14	5.8	10	33.7	58	47.7	82	Q ₁₃
27.43	1.13	4.12	2.3	4	9.9	17	7.6	13	34.3	59	45.9	79	Q ₁₄
25.73	1.06	4.12	3.5	6	9.9	17	8.1	14	27.3	47	51.2	88	Q ₁₅
27.6	1.14	4.13	8.7	15	5.8	10	1.7	3	40.1	69	43.6	75	Q ₁₆
20.82	0.86	(%)	10.5	18	4.7	8	2.3	4	39	67	43.6	75	Q ₁₇
30.2	1.22	4.04	8.7	15	7	12	5.8	10	39	67	39.5	68	Q ₁₈
31.42	1.26	4.01	7	12	8.1	14	5.8	10	35.5	61	43.6	75	Q ₁₉
31.22	1.23	3.94	6.4	11	5.8	10	3.5	6	37.2	64	47.1	81	Q ₂₀
30.17	1.21	4.01	7	12	8.1	14	5.8	10	35.5	61	43.6	75	Q ₁₉
27.60	1.14	4.13	6.4	11	5.8	10	3.5	6	37.2	64	47.1	81	Q ₂₀
23.88	0.96	(%)	7	12	8.1	14	5.8	10	35.5	61	43.6	75	Q ₁₉
20.54	0.84	(%)	7	12	8.1	14	5.8	10	35.5	61	43.6	75	Q ₁₉

.SPSS

% 5.66

% 89.40

4.09

% 12.72

% 20.54

0.84

X_3

X_1

4.13 4.16

% 81 % 83.10

% 88, & % 22.12

0.86 0.92

X_2

% 72.27 % 80.60

X_3

0.84 0.91

4.02 4.05

(20-6)

% 23.88 22.47

TEXALGE

		Q ₁₄
	.% 80.20	
	.% 80.20	Q ₁₂
% 81.4		Q ₁₃
		Q ₁₅
		.% 78.5
		Q ₁₁
		.% 84.90
		...
i(1.13) i(1.11) i(1.06)		i(4.16) i(4.13) i(4.12) i(4.13) i(4.12)
	i(% 27.6) i(% 27.43) i(% 26.88) i(% 25.73)	i(1.16) i(1.14)
	...	i(% 27.88)
	(20-16)	!
i% 14.42		% 3.8
	0.96	4.02
		% 72.30
		i% 23.88
		...
.% 84.30		Q ₂₀

TEXALGE



Q₁₉

.% 79.10

Q₁₆

.% 83.70

Q₁₈

.% 78.50

.% 82.60

Q₁₇

i(1.22) i(1.21) i(1.14) (4.01) i(3.94) i(4.04) i(4.01) i(4.13)
i(% 31.2) i(% 30.2) i(% 30.17) i(% 27.60) (1.26) i(1.23)
i(% 31.42)

TEXALGE

189 *E

CV													
			f _i %	n _i	f _i %	n _i	f _i %	n _i	f _i %	n _i	f _i %	n _i	
31.42	1.26	4.01	8.1	14	8.1	14	5.8	10	30.8	53	47.1	81	Q ₂₁
34.78	1.36	3.91	12.2	21	5.8	10	6.4	11	30.2	52	45.3	78	Q ₂₂
33.59	1.31	3.90	9.9	17	8.7	15	5.2	9	34.3	59	41.9	72	Q ₂₃
27.18	1.12	4.12	5.2	9	7	12	5.2	9	36	62	46.5	80	Q ₂₄
27.67	1.14	4.12	5.8	10	5.8	10	7.6	13	32.6	56	48.3	83	Q ₂₅
31.28	1.27	4.06	8.1	14	8.7	15	2.9	5	29.7	51	50.6	87	Q ₂₆
37.08	1.42	3.83	14	24	7	12	5.8	10	29.1	50	44.2	76	Q ₂₇
32.99	1.29	3.91	9.3	16	8.1	14	7.6	13	32.6	56	42.4	73	Q ₂₈
34.54	1.34	3.88	11	19	7.6	13	7.6	13	30.2	52	43.6	75	Q ₂₉
32.32	1.27	3.93	9.3	16	7.6	13	8.7	15	29.7	51	44.8	77	Q ₃₀
31.90	1.26	3.95	7.6	13	9.9	17	6.4	11	32	55	44.2	76	Q ₃₁
32.73	1.26	3.85	9.3	16	9.3	16	4.1	7	41.3	71	36	62	Q ₃₂
30.22	1.23	4.07	7.6	13	7	12	5.8	10	30.2	52	49.4	85	Q ₃₃
41.06	1.47	3.58	17.4	14	8.1	15	8.7	52	30.2	52	35.5	61	Q ₃₄
37.23	1.40	3.76	13.4	23	6.4	11	14	24	23.8	4	42.4	73	Q ₃₅
23.47	0.92	3.92	13.4	23	6.4	11	14	24	23.8	4	42.4	73	Q ₃₅

.SPSS

35 21

i% 17.53

% 6.78

% 69.30

TEXALGE

	0.92		3.92	
Y₁				% 23.47
1.14		4.12		% 78.60
% 67		Y₃		% 21.75
% 27.60		1.03		3.84
3.92		% 62.40		Y₂
		% 27.81		1.09
	(25-21)			!%
% 15.34		% 6.04		% 78.60
% 21.75		0.87		4
% 82.50				Q₂₄
% 80.90				Q₂₅
				Q₂₁
				Q₂₃ % 77.9
			% 76.20	
% 75.50				Q₂₂
i(1.14) i(1.12)		(3.91) i(3.90) i(4.01) i(4.12) i(4.12)		
i(% 33.59) i(% 31.42) i(% 27.67) i(% 27.18)			(1.36) i(1.31) i(1.26)	
				i(% 34.78)

TEXALGE

		i(30-26)		! &	
3.92	% 18.10	% 6.52	% 62.40		
	% 27.81	1.09			
					Q₂₆
		% 80.30			
% 74.50					Q₃₀
% 75					Q₂₈
					Q₂₉
			% 73.83		
					Q₂₇
	% 73.30				
i(1.29) i(1.27) i(1.27)		i(3.83) i(3.88) i(3.91) i(3.93) i(4.06)			
i(% 34.54) i(% 32.99) i(% 32.32) i(% 31.28)			i(1.42) i(1.34)		
					i(% 37.08)
% 67	i(35 -31)				! 3
% 27.60	i1.06	-3.84			
% 79.6					Q₃₃
% 76.20					Q₃₁
% 77.30					Q₃₂

TEXALGE

% 66.20

Q₃₅

.% 65.70

Q₃₄

i(1.26) i(1.23) i(3.58) i(3.76) i(3.85) i(3.95) i(4.07)

i(% 32.73) i(% 31.90) i(% 30.22) i(1.47) i(1.40) i(1.26)

(% 41.06) i(% 37.23)

TEXALGE

H_1

18%

2	% 22.12	4.16	
3	% 22.47	4.05	
1	% 20.82	4.13	
4	% 23.88	4.09	

fl

% 20.82

% 22.47

% 22.12

% 23.88

$i(H_1)$

(H_0)

! &

H_0

TEXALGE

H₁

فرضية

1	% 21.75	4	
3	% 27.81	3.92	
2	% 27.60	3.84	

% 27.81

% 27.60

% 21.75

(H₁)

(H₀)

TEXALGE

tailed.(2 -Sig)

1%

:H₀

:H₁

! *E

**0.58	**0.69	**0.61	r
0.00	0.00	0.00	Sig.(2 -tailed)
(% %	(%1)	(% %	

TEXALGE

(%)	(%)	(%)	
-----	-----	-----	--

i(0.1) : (**)

Significance (2- tailed) : (0.01)

(H₁) (H₀) i(0.01)

(0.63)

f\$*)

(0.69)

!

:H₀

:H₁

f\$)*

0.00	0.00	0.00	Sig-(2 -tailed)

TEXALGE

**0.65	**0.74	**0.65	r
(%)	(%)	(%)	

(% 1)

(**)

Significance (2- tailed)

(.01)

H_0

(.01)

H_1

(0.65)

(.074)

H_1

H_0

!

H_0

H_1

! *

--	--	--	--

TEXALGE

**0.66	**0.74	**0.65	r
0.00	0.00	0.00	Sig-(2 -tailed)
(%)	(%)	(%)	

i(% 1) (**)

Significance (2- tailed) i(0.01)

(H₁) (H₀) i(0.01)

(0.66) (0.65)

(0.74)

(H₁) (H₀)

H₀

H₁

f *L

--	--

TEXALGE

	** 0.79
	0.00	Sig-(2 -tailed)
.(%%&		..

(% 1) .fl*)

Significance (2- tailed)

i(0.01)

(0.79)

i(0.01)

(H₁&

fiH₀&

.f&! *&

	
4	0.69
3	0.72
1	0.76
2	0.75

..

TEXALGE

.



.

i(0.69) i(0.72) i(0.75) i(0.76)

..

..

.

..

"

..

"

"

.

.

fR²L

.

.

TEXALGE

1%

H_0

H_1

(F)

f&! *t

R ²	** (Ft	(Ft	*(t	constant		
				B ₁	a	
0.476	34.12	** 154.330	6.314	* 0.689	1.058	
				12.423	4.477	(t

fk = 2t

.6.314 = ,α(1 ,5%) = t (k -1t (α = 5 %)

(α = 1 %t

fV₁. V₂t

) = F (1,3, 1 %) = 34.12 αF (V₁. V₂,

TEXALGE

$t = 12.423$
 $t_{i(5\%)} = 6.314$
 $t_{i(95\%)} = 0.689 = B_1$
 $F = 154.330$
 $F_{(1, 17)} = 16.59$
 $F_{(1, 17)} < F_{(H_1)} < F_{(H_0)}$
 $R^2 = 0.476$
 $R^2 = 0.524$

12

H_0

H_1

(F)

11

TEXALGE

R ²	F	F	t	constant	
				B ₁	a
0.523	34.12	**186.36	6.314	*0.731	0.960
				13.625	4.318

$t = 6.314$ (at 5% level) $t = 13.625$ (at 5% level)
 $F = 34.12$ (at 5% level) $F = 186.36$ (at 5% level)
 $B_1 = 0.731$ (at 5% level)
 $a = 4.318$ (at 5% level)
 $R^2 = 0.523$ (at 5% level)

(H₁) (H₀)

% 52.30 % 52.30 R² % 47.70

!'
 H₀
 H₁
 (F)

TEXALGE

R ²	F _t	F ₀	t ₀	constant		
				B ₁	a	
0.576	34.12	**230.723	6.314	*0.810	0.577	
				15.19	2.564	t ₀

t

(% 5) 6.314 t 15.19

i% 95 (% 5) 0.810 = B₁

F

(% 1) (34.1) (230.723)

(H₁) (H₀)

% 57.60 % 57.60 R²

% 42.40

!(

H₀

H₁

TEXALGE

fit)

fit *E

R ²	(F)	(F)	(t)	constant		
				B ₁	a	
0.565	34.12	**220.366	6.314	* 0.716	1.045	
				14.845	5.238	(t)

t

(% 5)

6.314

t

14.845

% 95

(% 5)

0.716 = B₁

F

(% 1)

(34.1)

(230.366)

% 56.60

% 56.50

R²

% 43.50

TEXALGE

R^2	(F)	(F)	t(1.1%)	constant	
				B_1	a
0.627	**285.713	34.12	6.314	*0.863	0.392
				16.903	(t)

t
 (% 5) 6.314 t 16.903
 (% 95) 0.863 = B_1
 F
 (% 1) (34.12) (285.713)
 % 62.70 R^2
 % 37.30 % 62.70

R^2

TEXALGE

4	%47.6
3	%52.3
1	%57.6
2	%56.5

% 57.6

i% 56.5

i% 52.3

.% 47.6

'''

TEXALGE

.

'''

'''

13 %& %

%) "

9 6 8

% % &\$

'''

&% &) &(

' & ' % "

... ''' & " \$ &*



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



..... //

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

..... 2008

..... i2009

..... 2009

..... 2009

2009 fl 7 !

2008
2013
"

. !

.2013

i2013 i2012 i2010 i2008 !

&\$%&\$-

"

. !

"

. !

"

. !

"

. !

"

100	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112	113	114	115	116	117	118	119	120	121	122	123	124	125	126	127	128	129	130	131	132	133	134	135	136	137	138	139	140	141	142	143	144	145	146	147	148	149	150	151	152	153	154	155	156	157	158	159	160	161	162	163	164	165	166	167	168	169	170	171	172	173	174	175	176	177	178	179	180	181	182	183	184	185	186	187	188	189	190	191	192	193	194	195	196	197	198	199	200	201	202	203	204	205	206	207	208	209	210	211	212	213	214	215	216	217	218	219	220	221	222	223	224	225	226	227	228	229	230	231	232	233	234	235	236	237	238	239	240	241	242	243	244	245	246	247	248	249	250	251	252	253	254	255	256	257	258	259	260	261	262	263	264	265	266	267	268	269	270	271	272	273	274	275	276	277	278	279	280	281	282	283	284	285	286	287	288	289	290	291	292	293	294	295	296	297	298	299	300	301	302	303	304	305	306	307	308	309	310	311	312	313	314	315	316	317	318	319	320	321	322	323	324	325	326	327	328	329	330	331	332	333	334	335	336	337	338	339	340	341	342	343	344	345	346	347	348	349	350	351	352	353	354	355	356	357	358	359	360	361	362	363	364	365	366	367	368	369	370	371	372	373	374	375	376	377	378	379	380	381	382	383	384	385	386	387	388	389	390	391	392	393	394	395	396	397	398	399	400	401	402	403	404	405	406	407	408	409	410	411	412	413	414	415	416	417	418	419	420	421	422	423	424	425	426	427	428	429	430	431	432	433	434	435	436	437	438	439	440	441	442	443	444	445	446	447	448	449	450	451	452	453	454	455	456	457	458	459	460	461	462	463	464	465	466	467	468	469	470	471	472	473	474	475	476	477	478	479	480	481	482	483	484	485	486	487	488	489	490	491	492	493	494	495	496	497	498	499	500
-----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

13		(1-1)
16		(2-1)
27		(3-1)
32		(4-1)
40		(5-1)
40		(6-1)
61		(1-2)
68		(2-2)
69		(3-2)
69		(4-2)
75	.AIDA	(5-2)
104		(6-2)
133		(1-3)
133		(2-3)
134		(3-3)
135		(4-3)
136		(5-3)
136		(6-3)
136		(7-3)
195		(1-4)
239		(1-5)

240	· " ·	(2-5)
245	· " ·	· "!) ȷ
252	· " · · ·	(4-5)
254	· " · · ·	(5-5)
257	· " · · · ·	(6-5)
258	· "fi · · ȷ · · · ·	(7-5)
259	· " · · · · ·	(8-5)
259	· " · · · · ·	(9-5)
260	· " · · · · ·	(10-5)
263	" · · · · · · · · ·	(11-5)
280	· " · · · ·	(12-5)
294	· " · · · · · · ·	(1-6)
305	· " &\$% &\$, · · · · · · ·	(2-6)
314	· " · · · · · · &\$% · · ·	(3-6)
325	· " · · ·	(4-6)

17		(1-1)
24		(2 -1)
65		(1-2)
77		(2-2)
98		(3 -2)
101		(4 -2)
105		(5-2)
106		(6-2)
146		(1-3)
149		(2-3)
208		(1 -4)
304	"&\$% ' &\$\$,	(1-6)
307		(2-6)
309	"&\$%! &\$\$, £	(3-6)
312	"&\$%& &\$%& "fl £ &\$%	(4-6)
313		(5-6)
314	"fl £ &\$%	(6-6)
302	"&\$%! &\$\$, £ #	(7-6)
319	"&\$%! &\$\$, £	(8-6)
319	"&\$%! &\$\$, £	(9-6)
321	! &\$\$, £ .(2013	(10-6)
321	"&\$%! &\$\$, £	(11-6)
322(2013-2008)	(12-6)
323	"&\$% ! &\$\$, £	(13-6)

324	· "88% ! 88\$, £ ·	(14-6)
326	· "	(15-6)
327	· "	(16-6)
328	· "	(17-6)
329	· "	(18-6)
331	· · "	(19-6)
336	· · "	(20-6)
340	· "	(21-6)
341	· "	(22-6)
342	· "	(23-6)
343	· "	(24-6)
344	· "	(25-6)
345	· "	(26-6)
346	· "	(27-6)
346	· "	(28-6)
349	· ·	(29-6)
350	· · "	(30-6)
351	· · "	(31-6)
352	· · "	(32-6)
353	· · "	(33-6)
354	· "	(34-6)

.....

..... :
..... !%
..... " !%
..... "% :&\$%\$
..... : " !&
..... ""&\$+\$
"\$\$\$' : : : " : " !'
"\$\$\$(: : : " : " !(
: : : " : " !)
..... ""&\$+\$: : :
..... : " !*
..... ""% :&\$\$, : :
..... : " !+
..... ""% :&\$-\$: :
: : : " !,
..... ""% :&\$\$,
..... : " !-
..... "% :&\$%\$: : : "
: : : " : " !%\$
..... ""& :&\$\$\$%
: % : : : " : " !%
..... .2010
..... : " : " !%&
..... ""&\$\$\$% :
..... : " !%
..... ""&\$\$\$% :

. . . : " . . . : . . . " . . . " ! %
 . . . " & \$ \$ & . . . :
 . . . " % - - : . . . : " . . . " ! %
 " & \$ % \$: . . . : " . . . " ! %*
 . . . : " . . . : " . . . " ! %
 . . . " & \$ \$ + : . . . :
 . . . " % - , : . . . : " . . . " . . . i . . . ! %
 . . . : " . . . : " . . . : . . . " ! %
 . . . " % : & \$ \$ \$: . . . :
 . . . : " . . . : " . . . " ! & \$
 . . . " & \$ \$ + : . . . :
 . . . : " . . . : " . . . " ! & %
 " & \$ \$ ' : . . . : " . . . :
 " & \$ \$ * : . . . : " . . . " . . . ! & &
 . . . : " . . . : " . . . " . . . " ! &
 1995
 " % - + : . . . : " . . . " . . . " ! & (
 . . . : " . . . : " . . . " . . . " . . . - 25
 . . . " % i 2008
 . . . : " . . . : " . . . : . . . " ! & *
 . . . " & \$ % % % : . . . :
 " & \$ \$ (: . . . : " . . . " . . . " ! & +
 : " . . . : " . . . " . . . " ! &
 . . . " & \$ \$ - : . . . :
 " & \$ \$ \$: . . . : " . . . " . . . " ! & -
 . . . : " . . . : " . . . " . . . " ! ' \$
 . . . " % : & \$ \$ - : . . . :

: : " " ! ' %
 ""&\$\$\$:
 : : : " " : ! ' &
 ""% :&\$\$,
 "% - , : " " -33
 :%σ-) : : " " ! ' (
 ""%
 : " " ! ')
 "% :&\$%& : :
 : " " ! ' *
 ""% ·&\$\$ (: :
 : " ! ' +
 "" (:
 ""&\$\$- : : : " " ! ' ,
 : " " ! ' -
 ""&\$\$% : :
 i&\$\$) : : " " ! ' (\$
 ""%
 : : " " - 41
 ""% :&\$\$, :
spss " : " ! (&
 "" :&\$%& : : : "
 ""% - ' : : " " ! ('
 ""% :%σ +& : : : " ((
 ""%σ-) : : " " ! ()
 : " ! (*
 ""&\$\$- : : : "

.. : . . " : . . . " ! (+
 ""% : :&\$\$- : . . . :"
 :&\$\$, : . . . :"
 ""&\$\$\$: : : " ! (-
 "&\$\$\$: : : " !) \$
 :&\$\$% : : : " !) %
 ""%
 : : : "spss : . . . " !) &
 ""& :&\$\$-
 : : : " !) '
 "&\$\$, : :
 : : : " !) (.
 ""% : &\$\$% : :
 ""% - * : : : " !))
 ""&\$\$' : : : " !) *
 : : : " !) +
 .2003
 ." : . . . " !) ,
 ""&\$\$) : : :
 : : : " !) -
 ""&\$\$) : : :
 : : : " !) * \$
 "% : &\$\$&
 : : : " !) * %
 "&\$\$+ :
 "&\$\$' : : : " !) * &

"& .% -, : : : : " " ! *'
: : : : " " -64
.2007j
: : : : " " ! *)
"\$\$\$(:
: : : : " ! **
"\$\$\$*:
: : : : " ! * +
"& : \$\$\$, : : : : "
: : " \$\$\$+ \$\$\$(: : : : " ! *,
""% : \$\$\$% : : : :
: : : : " ! * -
" : \$\$\$*
: : : : " ! + \$
""% : \$\$\$+ : : : :
"" \$\$\$% : : : : " ! + %
: : : : " ! + &
""% : \$\$\$, : : : :
"" \$\$\$% : : : : " ! + '
.1997. : : : : " ! + (
"" \$\$\$& : : : : " ! +)
""% : % - * : : : : " ! + *
: : : : " ! + +
"" \$\$\$: : : :
: : : : " ! + ,
"" \$\$\$% : % : : : :

. . . : " . . . " : . . . " ! +
 ""% : \$\$\$: :
 . . . : " . . . " , \$
 ""&\$\$, : :
 "% -- : : : " ! , %
 "&\$%\$: : : " ! , &
 . . . : " . . . " ! , '
 ""% : &\$%\$: :
 . : " . . . " ! , (
 ""&\$\$\$: : :
 . . . : " . . . " ,)
 ""&\$\$- : : :
 "% - + : : : " ! , *
 ""&\$\$' : : : " ! , +
 ""&\$\$\$& : : : " ! , ,
 . . . : " . . . " -89
 ""&\$\$) : : : "
 . . . : " ! - \$
 "% - (:
 ""&\$\$' : : : " ! - %
 i" . . . : " ! - &
 ""&\$\$\$% : : :
 . . . : " ! - '
 ""&\$\$\$: : :
 ""&\$\$\$% : : : " ! - (
 ""% - (: : : " -95

. : . . . " ! - *
 ""&\$\$* : : : " . . .
 : : . . . : " . . . " ! - +
 .2007
 : " . . . " ! - ,
 ""&\$\$, : : . . .
 ""&\$\$' : % : : : " ! - -
 : : : " . . . " ! 100
 .2002 :
 : : : " ! % \$ %
 "" % - * :
 : : " ! % \$ &
 " % - - : :
 : : " ! %'
 ""&\$\$&
 ""&\$\$% : : : " ! % (\$
 ""&\$\$ (: : : " - 105
 ""&\$\$, : : : i " . . . " - 106
 : : : " ! % \$ +
 .2004
 : " . . . " - 108
 ""&\$\$* : : . . .
 ""& : &\$\$) : : : " ! % \$ -
 : : : " ! % \$
 ""&\$\$* :
 : : : " ! % % %
 ""& : &\$\$,

""&\$\$&: : . . : " . " . " !%&
 : : . . : " " !%&
 ""% :&\$\$%
 ""&\$\$: : . . : " . . " !%&
 : : " : . . " !%&
 ""% :% -- : . .
 ""&\$\$&: : . . : " . " . " !%&
 **! &**

- 1- Danhal durafor, "**marketing**", dunord, Paris.1997 .
- 2 -Denis gras, "**des techniques de vente aux methodes d'achats**" ,top edition, paris ,2000.
- 3 - Denis Petrigre, Normmand Targeon, "**MARKETING**", 3^{ieme} edition, Chandelier, Mcgrenhillal, Canada,1996.
- 4 - éric berkowitz, a.kerin steven. w.hertley and william rodellius, "**marketing**", irwin mc graw _ hill new yourk ,5th, 1997. -
- 5-éric pernette, "**l'essentiel du marketing**", édition d'organisation, France, 2001.
- 6 - Jean jaque, "**la recherche marketing analyser**", édition, science international, paris,1993.
- 7 - J-Lendrevie, D. Lindon; "**Mercator: Théorie et pratique du marketing**", Dalloz, 5^{eme} édition, paris, 1997.
- 8- Jean pierre Helfer ,et jacques orsoni, "**Marketing**" ,7^{eme} édition ,Vuibert ,Paris ,2001.
- 9 -Guy Charon ,Laurent Hermel, "**La vente ,la nouvelle donne des forces de vente**" ,Economica ,Paris, 2002 .
- 10 -ph. Kotler et Dubois, "**marketing management**", public-union, 9^{ieme} edition, paris, 1997.

-
- 11- raymond, alain hieatart , "**la stratégie d'entreprise**", édition science international, paris, 1996.
- 12 - Philippe Gabilliet, "**Demain les commerciaux la vente et les vendeurs en 2005**", édition d'organisation, Paris, 4^{ème} tirage, 1995.
- 13 -c.hamon et autre, "**gestion commercial et management de force de vente**", edition dinod, paris, 1993 .
- 14 - péné moulinier, "**les techniques de la vente**", 5^{ème} edition ,édition d'organisation ,2000.
- 15 - Pierre Ra taud, "**Les question qui font vendre**", les éditions d'organisation, Paris ,2^{ème} tirage,1995.
- 16 – Sylvie martin, Jean – Pierre védrine, "**Marketing: les concepts clés**", édition chihab, Paris, 1996.

" :
 " ! %
 " ! &
 " -3
 22 :
 (2003 23
 " :

- 1- www.ah-jazira.com.sa/book/111022003 /Saturday /11octobre. Com 2003.
- 2- [http://www.cadeaux d'affaire.com](http://www.cadeauxdaffaire.com)," **Le meilleur moyen de motiver votre force de vente**"
- 3- [.http://Kadimoha.Perso.Cgtal.Net/9/9-2.Doc](http://Kadimoha.Perso.Cgtal.Net/9/9-2.Doc)

ministère De L'enseignement Supérieure et
 La Recherche Scientifique
 .Université Hassiba Benbouali De Chlef
 Faculté des sciences Economique et commerciale
 et sciences des gestions.



TEXALGE

FILE

!)	!)! '\$! \$ &	&! %

FILE

! %	%! %\$	%\$)	!)!

...		
					"	01
					"	02
					"	03
					"	04
					"	05
					"	06
					"	07
					"	08
					"	09
					"	10
					"	11
					"	12
					"	13
					"	14
					"	15
					"	16
					"	17
					"	18
					"	19
					"	20
					"	21
					"	22
					"	23
					"	24
					"	25
					"	26
					"	27
					"	28
					"	29
					"	30
					"	31
					"	32
					"	33
					"	34
					"	35



..
.

..||
.. ..
..

.1.

..||
.

..%\$

..%%

.

.11.....

.

.."&

..&

.

..&

.

..&-

..47.....

..47.....

.

..")&

.."),

..
.

.....) -

.....* \$

.....* \$

.....65.....

.....66.....

....., %

....., %

.....

.....87.....

.....

.....89.....

.....

.....93.....

.....- (.....

.....- (.....

.....%\$

.....%%



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

..%*)

..%* *

..%t\$

..%t%

..%t&

..%t&

..%t+

..%t-

..%q &

..%q &

..%σ %

..%σ ,

..&\$

..&\$



.....&9/9.....

.....&9/9.....

.....&&*.....

.....

.....&&+.....

.....&&.....

.....&&.....

.....& &.....

.....& ,.....

.....&(.....

.....&) \$.....

.....&) \$.....

.....&).....

.....&) +.....

..&* (.....

..&+ '

..&+ '

..&+,

..& &

.286

..& ,

.. **TEXALGE** ..

..& -

..& \$

..& \$

..& (.....

..& ,



..... \$\$

..... \$(.....

..... \$(.....

..... \$,

..... %\$

..... %

..... &)

..... &)

..... \$

..... _

.....))

.....) *



..... * |

..... * +

..... + *

..... + ,