

التعمق في طبيعة محددات الرضا يظهر أنها تمثل سلسلة مترابطة من العوامل التي تؤدي إلى تشكل حالة الرضا أو عدم الرضا لدى الزبون ، وبالمطابقة بينها فإما أنه يحصل الرضا أو عدم الرضا.