

دراسة إحصائية لجودة خدمات الهاتف النقال في مركز محافظة ذي قار

نجاح رسول داخل

جامعة ذي قار - كلية العلوم

الخلاصة

تناول هذا البحث مدى رضا زبائن الهاتف النقال في محافظه ذي قار عن الخدمة المقدمة من قبل شركات (زين - آسيا سيل - فرات فون) وقد وجد بأن ٣٧% من عينة الدراسة غير راضين على أسعار المكالمات و٣٢% من أفراد العينة يعتبرون مستوى الخدمات المقدمة متوسط وكانت حسب شركات الهاتف آسيا سيل ٤٢% زين ٢٨% فرات فون ٤٠% وبالتالي انعكس هذا على معدل وفاء زبائن هذه الشركات (الولاء للعلامة) حيث ٢٦% فقط هم من لا يرغبون بتغيير شركة الهاتف التي يتعامل معها حيث نلاحظ بان اكبر نسبة ترغب بتغيير المتعامل هي زين وبنسبة ٤٥% ثم آسيا سيل وبنسبة ٣٧% و فرات فون بنسبة ٨% ووجد البحث أن الجانب الأول الذي يجب تحسينه هو الأسعار بنسبه ٨١% ثم امتيازات تنافسية بنسبة ٦% بالإضافة إلى مستوى التغطية بنسبة ٥٢% وأخيراً تنوع العروض والخدمات بنسبة ٥١%.

الجيل الأول:-

في سنوات السبعينات من القرن الماضي قامت السويد بتشغيل شبكة وطنية للهاتف النقال وهي تتمثل في شبكة خلوية (Cellulaire) تناظرية (Analogique) وقد استطاعت السويد أقتناع الدول الإسكندنافية الأخرى (النرويج وفنلندا) من القيام بتطوير نظام مشترك (NMT) أي (Nordic mobile telephone) حيث تم تطبيق هذا النظام سنة ١٩٨١ وكان في بداية الأمر يستعمل الموجة ٩٠٠ كيلو هرتز ثم بعد ذلك استعملت الموجة ٩٠٠ كيلو هرتز وظهر في انجلترا واطاليا واسبانيا ما يعرف بنظام (TACS) ال Total access communication system وتم تطبيقه في عام ١٩٨٥ واستخدام تردد ٩٠٠ كيلو هرتز.

الجيل الثاني:-

بعد النجاح النسبي للدول الإسكندنافية في نظام (NMT) قامت الدول الأوربية بتكثيف جهودها لأخراج الجيل الثاني من الهاتف النقال. حيث

المقدمة:- (٥٠٤٠٣٠٢٠١)

أن انطلاق ونمو خدمة الهاتف النقال كان باهراً ومدهدشاً حيث انتقل عدد المشتركين في العالم من ١٦ مليون سنة ١٩٩١ إلى أكثر من مليار وثلاثمائة مليون مشترك منذ ٢٠٠٣ وهو في تطور مستمر ويرجع تاريخ الاتصالات اللاسلكية إلى سنة ١٨٩٨ حيث قام (Guillermo Marconi) ببيت أول رسالة لاسلكية. وفي الولايات المتحدة الأمريكية كانت أجهزة الراديو والتليفون والنقال في الخدمة منذ بداية سنوات الأربعينات من القرن الماضي حيث تم تزويد سيارات الشرطة بهذه المعدات. وقد ساهم اختراع البريطانيين للراديو سنة ١٩٣٥ بشكل كبير في تطور قطاع الاتصالات اللاسلكية حيث تم استعمال الراديو تليفون في الحرب العالمية الثانية لأغراض عسكرية. وكانت قوة بث هذه الأجهزة تغطي مدى يصل إلى ٥٠ ميل (حوالي ٨٠ كم) وتستعمل موجة ١٢٠ كيلو هرتز ومع تطور الاختراعات ظهرت أجيال مختلفة للهاتف النقال.

٣- ما هي تطلعات زبائن المتعاملين الثلاثة لمستويات الخدمة الواجبة تقديمها ؟

حدود الدراسات :-

١- الحدود الزمانية : من ١٤/١٠/٢٠٠٨ الى ٢٧/١٢/٢٠٠٨ .

٢- الحدود المكانية :- تهتم الدراسة بكل مشترك الهاتف النقال ضمن حدود محافظة ذي قار وناخذ عينة لذلك مشترك مركز المحافظة

عينة الدراسة :-

ان مجتمع الدراسة هو جميع مشترك الهاتف النقال في محافظة ذي قار وناخذ عينة ماثلة لهذا المجتمع بعض المشتركين في مركز المحافظة حيث تتكون العينة من ٧٠٠ فرد تم اختيارهم عشوائياً وذلك نظراً لمحدودية الوقت المخصص لاعداد البحث وكذلك الامكانيات المادية والبشرية المتاحة للبحث .

طريقة جمع البيانات :-

تم استخدام استمارة استبيان في جمع البيانات الأولية من حيث تم تصميم الاستبيان وتقسيمه الى خمس اقسام و كما يلي :-

- ١- معلومات خاصة عن الزبون تتكون من (٩) اسئلة .
- ٢- توقعات الزبون عن خدمات الهاتف النقال تتكون من (٣) اسئلة .
- ٣- ادراكات الزبون عن مستوى جودة الخدمات المقدمة فعلياً من طرف شركات (زين - اسيا سيل - فرات فون) تتكون من (١١) سؤال وهي عبارة عن تقييم تفصيلي لمدى رضا الزبون عن الخدمة المقدمة .
- ٤- تقييم الجودة الكلية للخدمات المقدمة وهي عبارة عن سؤال واحد يقيم بصفة عامة جودة الخدمات المقدمة من طرف (زين - اسيا سيل - فرات فون) من منظور الزبائن .
- ٥- آمال وتطلعات الزبائن تتكون من سؤالين .

اسلوب تحليل لبيانات :-

تم استخدام اسلوب التحليل بمتغير واحد والتحليل بمتغيرين وتم الاستعانة بالبرنامج الاحصائي spss11.5 .
اعداد وتنفيذ الاستبيان :-

ينتقلون فيه من التقنية التناظرية إلى التقنية الرقمية والنظام الرقمي للجيل الثاني من الهاتف النقال ثم استخدام في سنوات الثمانينات وبداية التسعينات واستخدام نظام (GSM)

(Global system for mobile) وقد استعمل تردد ٩٠٠ كيلو هرتز أولاً ثم تم تطويره الى ١٨٠٠ كيلو هرتز .

الجيل الثالث :-

أن العيب الرئيسي لأنظمة GSM (٩٠٠ - ٨٠٠) كيلو هرتز كانت دائماً قوة البث (debit) ضعيفة حيث لا يستطيع تحمل معطيات اكبر لذلك ظهر الجيل الثالث من الهاتف النقال في عام ٢٠٠٢ حيث استعمل نظام (UMTS)

(Universal mobile technology system) ومن بين أهم خصائصه :-
١-يسمح للمتعامل بمواصله إرسال واستقبال المكالمات بنفس الرقم ونفس الجهاز عند التنقل لمسافات طويلة .
٢-قوة بث مرتفعة .
٣-يسمح بالدخول إلى الانترنت ويكون أكثر سهولة.

مشكلة الدراسة :-

نظراً للمنافسة الشديدة في قطاع الهاتف النقال في العراق وخصوصاً محافظة ذي قار (عينة الدراسة) حيث أصبح كل متعامل من شركات الهاتف النقال العامله في محافظة ذي قار خصوصاً والعراق عموماً (زين - اسيا سيل - فرات فون) يريد كسب المزيد من المشتركين وبالتالي زيادة حصصه من المتعاملين حيث يعتبر زين الاول من حيث عدد المشتركين الذي يحاول الحفاظ عليهم وكسب المزيد من المشتركين الجدد بينما اسيا سيل وفرات فون تريد التمرکز اكثر وسحب المشتركين باعطاء مميزات جديدة ومتزايدة لذلك يمكن تلخيص مشكلة البحث بالتالي ((ما مدى رضا المستهلك في محافظة ذي قار على الخدمات المقدمة من قبل شركات الهاتف النقال الثلاثة))

وتحاول الدراسة الاجابة على الاسئلة التالية

- ١- ما هي توقعات الزبائن الحاليين لخدمات الهاتف النقال التي يجب تقديمها من طرف المتعامل (زين - اسيا سيل - فرات فون)
- ٢- ما هي ادراكات (perceptions) الزبائن الحاليين بمستوى الخدمات المقدمة ؟

قبل أن يخرج الاستبيان بشكله النهائي يمر على عدة مراحل حيث تم اعداد قائمة الاسئلة وبعد ذلك تم تحكيمها لدى بعض المختصين من اساتذة ومن ثم مراجعتها وتصحيحها وبعدها تم اخذ عينة تتكون من (٢٠) فرد حيث تم توزيع استمارات الاستبيان عليهم ثم حصر الاسئلة غير المفهومة والغامضة وصياغتها بشكل جعلها أكثر سهولة وفهم من قبل المتلقي .

لقد تم تنفيذ هذا الاستبيان انطلاقاً من المقابلات الشخصية في محلات بيع الهاتف النقال وكذلك المقاهي وحتى وصل الى حرم جامعة ذي قار . وقد كان عدد الافراد الذين تم توزيع استمارات الاستبيان عليهم (٧٠٠) فرد وبعد مراجعة وفرز استمارات الاستبيان تم الاحتفاظ بـ(٦٥٢) استمارة والغاء (٤٨) استمارة فيها (٢٩) استمارة لعدم اكتمال بياناتها و(١٩) استمارة لتناقص البيانات المدونة من سؤال لآخر كأن يذكر شخص مثلاً بأن عمره ١٨ سنة ومن جهة اخرى يذكر بأنه متقاعد... الخ .

والمعلومات والبيانات الاولية بعد تنفيذ الاستبيان .وقد اعتمدنا في بناء هذه القاعدة على برنامج spss 11 حيث وصل عدد الاعمدة الى (٥٠) عموداً والاسطر الى (٦٥٢) سطرأ حيث الاعمدة تمثل المتغيرات التي تعبر عن الاسئلة المطروحة على افراد عينة البحث فيما الاسطر تمثل عدد الاستمارة المحتفظ بها وبعد المراجعة والفرز تم تحويل المعطيات إلى كمية حتى تسهل عملية الحساب .

الجانب التطبيقي العملي :-

اولاً :-

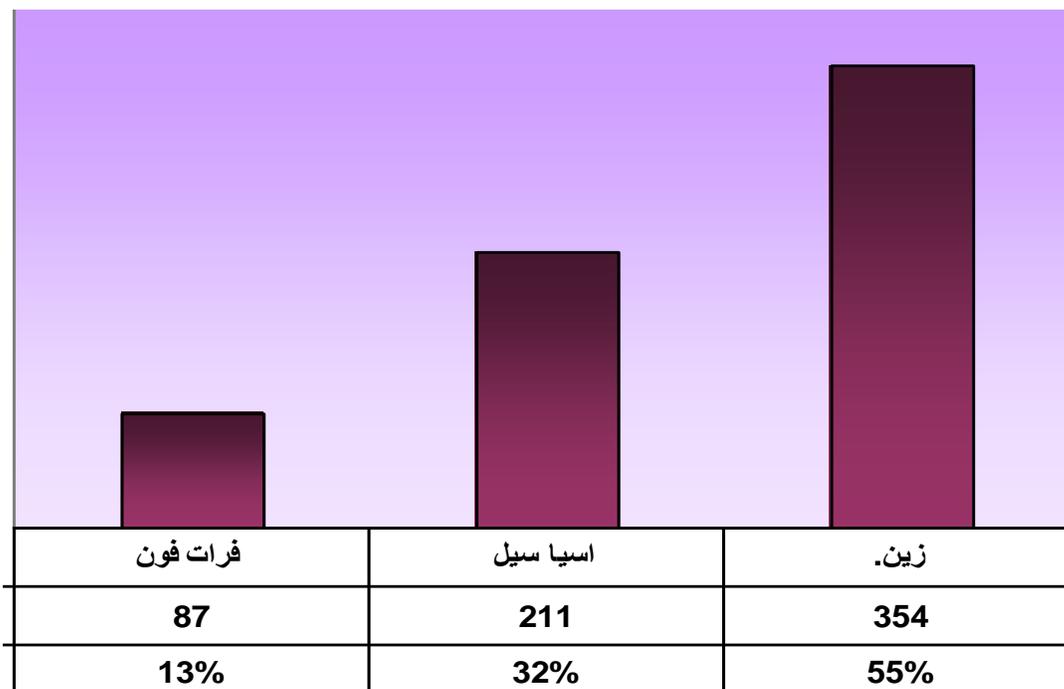
أ-معلومات عن عينة البحث

١- أفراد عينة البحث :- من مجموعة (٦٥٢) استمارة معالجة وجدنا ما يلي

- * زين ٣٥٤ أي ما نسبته ٥٥%
 - * اسيا سيل ٢١١ أي ما نسبته ٣٢%
 - * فرات فون ٨٧ أي ما نسبته ١٣%
- كما مبين في الشكل التالي .

قاعدة بيانات الاستبيان :-

يقصد بقاعدة بيانات الاستبيان المعطيات التي تم الحصول عليها بشكل خام



شكل رقم (١) معلومات عن أفراد عينة البحث

٢- الجنس :- من مجموع (٦٥٢) استمارة معالجة وجدنا ما يلي
 * الذكور ٤٣٨ أي ما نسبة ٦٧ %
 * الاناث ٢١٤ أي ما نسبة ٣٣ %
 وهم موزعين بين شركات الهاتف النقال كما في جدول رقم (١)

جدول رقم (١) يبين جنس أفراد عينة البحث موزعين بين شركات الهاتف النقال

زين		آسيا سيل		فرات فون	
ذكور	اناث	ذكور	اناث	ذكور	اناث
٢٣٠	١٢٤	١٤٨	٦٣	٦٠	٢٧
					المجموع
					٦٥٢

٣- العمر :- كان هناك ٦٩% من عينة البحث تتراوح أعمارهم بين ٢٥-٣٥ سنة وبلغ عددهم (٤٤٩) شخص و ٣١% تتراوح أعمارهم بين ٢٠-٢٥ سنة وكان عددهم (٢٠٥) شخص وهذا ما يتناسب مع خصائص مجتمع محافظة ذي قار حيث أن معظم مستعملي الهاتف النقال هم من فئة الشباب وقد كشفت الدراسة ان متوسط عمر المشاركين من العينة قد بلغت ٢٩ سنة ونصف موزعين كالاتي :

٤- المهنة :- بعد فرز استمارات الاستبيان وجد أن أكبر فئة من عينة الدراسة هي فئة الطلبة حيث بلغت ٣٢% ثم الموظفين ٣٠% وأقل فئة هي المتقاعدين بنسبة ١% وكما موضح بالجدول رقم (٢) .

* زين ٢٩ سنة
 * آسيا سيل ٣٠ سنة
 * فرات فون ٣٠ سنة ونصف

جدول رقم (٢) يبين المهنة التي يزاولها أفراد عينة البحث

المهنة	طلبة	عامل	مهنة حرة	تاجر	موظف	متقاعد	بلون عمل	أخرى
النسبة المئوية	32%	3%	7%	6%	30%	1%	18%	3%

٥- الحالة الاجتماعية أو العائلية:-

بعد فرز استمارات الاستبيان وجد بان ٦٦% من افراد العينة هم من العزاب و٣٣% من المتزوجين ويبقى ١% مطلقون أو أرامل موزعين حسب شركات الهاتف (زين - اسيا سيل - فرات فون) كما في جدول رقم (٣) .

جدول رقم (٣) الحالة الاجتماعية لأفراد العينة

فرات فون			آسيا سيل			زين		
النسبة المئوية	التكرار		النسبة المئوية	التكرار		النسبة المئوية	التكرار	
59%	51	أعزب	64%	135	أعزب	69%	244	أعزب
39%	34	متزوج	35	74	متزوج	30%	107	متزوج
2%	2	مطلق	1%	2	مطلق	1%	3	مطلق

٦- المستوى التعليمي :-

وجد بان ٥٧% من افراد العينة هم من الجامعيين بينما ٣٢% هم من مستوى الثانوية ٢% دون ذلك موزعين حسب شركات الهاتف النقال (زين - اسيا سيل - فرات فون) كما في جدول رقم (٤) :-

جدول رقم (٤) يبين المستوى التعليمي لأفراد العينة

فرات فون			آسيا سيل			زين		
النسبة المئوية	التكرارات		النسبة المئوية	التكرارات		النسبة المئوية	التكرارات	
1%	1	ابتدائية أو أقل	2%	5	ابتدائية أو أقل	2%	6	ابتدائية أو أقل
13%	11	متوسطة	10%	22	متوسطة	7%	26	متوسطة
34%	30	إعدادية	33%	69	إعدادية	32%	112	إعدادية
52%	45	جامعية	55%	115	جامعية	59%	210	جامعية

٧- مدة الاشتراك في خدمة الهاتف النقال:- كما مبين في جدول رقم (٥)

جدول رقم (٥) يبين مدة الاشتراك في خدمة الهاتف النقال بين أفراد العينة

ت	مدة الاشتراك	اسيا سيل		زين		فرات فون		المجموع
		%	ت	%	ت	%	ت	
١-	أقل من سنة	٢٩%	٦٢	٢٩%	١٠٣	١٠٠%	٨٧	٣٩%
٢-	أكثر من سنة وأقل من سنتين	٢٧%	٥٨	٢٩%	١٠١	.	٠٠	٢٤%
٣-	أكثر من سنتين وأقل من ثلاث	٢٠%	٢٤	٢٠%	٧٢	.	٠٠	١٧%

٨- استخدام بطاقات الاشتراك في خدمات الهاتف النقال من خلال فرز الاجابات وجد ان ٩٢% من افراد العينه يستخدمون بطاقات (١٠\$) بينما (٨%) يستخدم بطاقات (٥\$) وكما موضح في جدول رقم (٦)

من خلال جدول رقم (٥) نجد تقارب في مدة الاشتراك بين شركات زين و اسيا سيل وذلك بسبب قدم هذه الشركات في سوق الهاتف النقال في محافظة ذي قار بينما يمثل فرات فون أقل مدة اشتراك وذلك لحدائة هذه الشركة في سوق الهاتف النقال في محافظة ذي قار .

جدول رقم (٦) يبين استخدام بطاقات التعبئة من قبل أفراد العينة

المجموع		فرات فون		أسيا سيل		زين	
ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
٦٠٠	٩٢%	٨٣	٩٥%	١٩٣	٩١%	٣٢٤	٩٢%
٥٢	٨%	٤	٥%	١٨	٩%	٣٠	٨%

٩- استعمالات الهاتف النقال :-

من مجموع ٦٥٢ استمارة معالجة وجدنا ما يلي :-

- ذكر الاستعمال لغرض الاتصال بالعائلة والاصدقاء ٦٠١ مرة أي بنسبة ٩٢%

- ذكر الاستعمال لاغراض مهنية ٢٩٢ مرة أي بنسبة ٤٥%

- ذكر الاستعمال لأغراض أخرى ١٥٦ مرة أي بنسبة ٢٤%

ويمكن توضيح استعمالات الهاتف النقال بين المستخدمين للشركات الثلاثة (زين - اسيا سيل - فرات فون) كما في جدول رقم (٧)

جدول رقم (٧) استعمالات الهاتف النقال

المجموع		فرات فون		زين		أسيا سيل		الاستعمالات
ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
٦٠١	٩٢%	٨٦	٩٩%	٣٢١	٩١%	١٩٤	٩٢%	الاتصال بالعائلة والاصدقاء
٢٩٢	٤٥%	٣٧	٤٣%	١٦٠	٤٥%	٩٥	٤٥%	الاتصال لاغراض مهنية
١٥٦	٢٤%	١٨	٢١%	٩٢	٢٦%	٤٦	٢٢%	الاتصال لاغراض أخرى

ممة من قبل شركات الهاتف النقال (زين - اسيا سيل - فرات فون) :-

ان ظهرت لنا البيانات التالية كما في جدول رقم (٨)

جدول رقم (٨) معايير اختيار المتعامل

المعيار	اسيا سيل		زين		فرات فون		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
جودة الخدمات المقدمة	١٤٤	٦٨%	٢٣٤	٦٦%	٦٤	٧٤%	٤٤٢	٦٨%
السعر المناسب علامات جذابة	١٠٤	٤٩%	١٦٩	٤٨%	٤٩	٥٦%	٣٢٢	٤٩%
الإشهار وال جذب	٥٦	٢٧%	٨٨	٢٥%	٢٦	٣٠%	١٧٠	٢٦%
علامات تجارية حسنة	٣٥	١٧%	٥٥	١٦%	١٢	١٤%	١٠٢	١٦%
تقديم امتيازات تنافسية	١١٠	٥٢%	١٠٩	٣١%	٥٧	٦٦%	٢٧٦	٤٢%
التوجه العام للمستهلكين	٤٨	٢٣%	٩٤	٢٧%	٢٤	٢٨%	١٦٦	٢٥%
مشاكل مع متعامل آخر	١٩	٩%	٣٥	١٠%	١٢	١٤%	٦٦	١٠%
أخرى	٢٨	١٣%	٤٨	١٤%	١٠	١١%	٨٦	١٣%

والمناسبات الاخرى المختلفة لذا فعلى كل متعامل من شركات الهاتف النقال أن يركز على هذه المعايير الثلاثة إذا اراد أن يكسب زبائن جدد ٢-خدمات الهاتف النقال التي لا يمكن الاستغناء عنها من الجدول رقم (٩) نلاحظ بأن أكبر ثلاث خدمات لا يمكن الاستغناء عنها هي المكالمات الهاتفية بنسبة (٨٨%) ثم تليها خدمة الرسائل القصيرة بنسبة (٧١%) ثم خدمة معاينة الرصيد بنسبة (٥٩%) لذا فعلى كل متعامل من شركات الهاتف النقال أن يركز على هذه الخدمات من حيث فعاليتها وتحسين جودتها .

من خلال الجدول رقم (٨) نلاحظ بأن المعيار الاول المأخوذ بعين الاعتبار عموماً عند اختيار المتعامل هو معيار (جودة الخدمة المقدمه) بنسبة (٦٨%) ثم يليه معيار (السعر المناسب) بنسبة (٤٩%) ثم معيار (تقديم امتيازات تنافسيه) بنسبة (٤٢%) وهذا الترتيب هو نفسه ترتيب زبائن (زين) بينما زبائن (اسيا سيل) و(فرات فون) فقد تفوق معيار (تقديم امتيازات تنافسيه) على معيار (السعر المناسب) وهذا راجع لما قدمه هذان المتعاملان من امتيازات تنافسيه كالتخفيضات في شهر رمضان

جدول رقم (٩) خدمات الهاتف النقال التي لا يمكن الاستغناء عنها

المعيار	اسيا سيل		زين		فرات فون		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
١- مكالمات هاتفية	١٨٥	٨٨%	٣١١	٨٨%	٧٨	٩٠%	٥٧٤	٨٨%
٢- رسائل sms	١٤٨	٧٠%	٢٤٨	٧٠%	٦٥	٧٥%	٤٦١	٧١%
٣- تحويل المكالمات	٤٥	٢١%	٧٢	٢٠%	١٩	٢٢%	١٣٦	٢١%
٤- معاينة الرصيد	١٢٢	٥٨%	٢٠٥	٥٨%	٥٦	٦٤%	٣٨٣	٥٩%
٥- الاتصال الدولي	٣٠	١٤%	٦٤	١٨%	٧	٨%	١٠١	١٥%

وبنسبة (٩٩%) يلية السؤلين ١٤ و ٢١ (خدمة الرسائل القصيرة وأسعار المكالمات) بنسبة ٩٦% لكل واحدة منهم وقل معدل أجابه كان في السؤل ١٩ (استخدام الأنترنت) بنسبة ٥٧% وهذا يدل على أن هنالك مجموعة كبيرة من الزبائن لازالت لاتعرف كل الخدمات المقدمة من طرف متعاملي الهاتف النقال (اسيا سيل وزين وفرات فون) في محافظة ذي قار ولو راجعنا البيانات في جدول رقم (١٠) لوجدنا أن اقل نسبة عدم رضا أفراد العينة كانت في سؤل ١٣ (مستوى النقطه) وسؤل ١٤ (خدمة الرسائل القصيرة) والسؤل ١٦ (معاينة الرصيد) وهذا بنسبة تتراوح ما بين ٧% و ١٢% لكل سؤل ثم يليه سؤل (١٦) (معاينة الرصيد) بنسبة ٦٧% وقل نسبة كانت في سؤل (١٩) (استخدام الانترنت) بنسبة ١٣%.

٣-فتح سوق الهاتف النقال في محافظة ذي قار :- من خلال ٦٥٢ استمارة معالجة وجدنا الآتي

أ-المؤيدون لفكرة دخول شركات هاتف نقال جديدة ٥٣٠ أي بنسبة ٨١% .

ب-غير المؤيدون لفكرة دخول متعاملين جدد ١٢٢ أي بنسبة ١٩% .

وهذا معناه أن اغلب الزبائن يؤيدون فكرة فتح سوق الهاتف النقال في محافظة ذي قار لمتعاملين جدد.

ثالثاً:- مستوى جودة الخدمة المقدمة فعلياً من طرف المتعاملين (زين- اسيا سيل- فرات فون):-

من خلال جدول رقم (١٠) نلاحظ بأن بعض الأسئلة لم يتم الأجابه عليها تماماً حيث كانت اكبر نسبة أجابه هي على سؤل ١٣ (مستوى التغطية)

جدول رقم (١٠) جودة الخدمات المقدمة فعلياً من قبل شركات الهاتف النقال

السؤال	الخدمة	نسبة الإجابة		غير راض تماماً		راض إلى حد ما		راض تماماً	
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
١٣	التغطية	٩٩%	٧٥	١٢%	٣٦٦	٥٦%	٢٠٧	٣٢%	
١٤	الرسائل القصيرة	٩٦%	٦٢	١٠%	٢٧٣	٤٤%	٢٨٩	٤٦%	
١٥	تحويل المكالمات	٨٣%	٩٧	١٨%	٢٦٣	٤٨%	١٨٣	٣٤%	
١٦	معاينة الرصيد	٩٥%	٤٣	٧%	١٦٣	٢٦%	٤١٤	٦٧%	
١٧	أظهار وإخفاء الرقم	٨١%	٢٢٨	٤٣%	١٤٤	٢٧%	١٥٨	٣٠%	
١٨	المكالمات الدولية	٧٥%	١٦٩	٣٥%	٢١٣	٤٤%	١٠٦	٢٢%	
١٩	استخدام الانترنت	٥٧%	١١١	٣٠%	٢٠٩	٥٧%	٤٩	١٣%	
٢٠	التكفل بالأعطال واستبدال الشريحة	٧٩%	١٨٧	٣٦%	٢٣٦	٤٤%	١٠٠	١٩%	
٢١	اسعار المكالمات	٩٦%	٢٣٢	٣٧%	٢٧٣	٤٤%	١٢١	١٩%	
٢٢	اسعار الرسائل القصيرة	٩٢%	١٥٥	٢٦%	٢٧٠	٤٥%	١٧٥	٢٩%	

ويمكن ملاحظة جودة الخدمات المقدمة من قبل كل شركة على حده كما في جداول (١١،١٢،١٣):-

جدول رقم (١١) جودة الخدمات المقدمة فعلياً من طرف "أسيا سيل"

السؤال	الخدمة	نسبة الاجابة	غير راض تماماً		راض الى حد ما		راض تماماً	
			ت	%	ت	%	ت	%
س١٣	التغطية	٩٩%	٣٤	١٦%	١٠٩	٥٢%	٦٧	٣٢%
س١٤	الرسائل القصيرة	٩٦%	٢٤	١٢%	٨٤	٤١%	٩٤	٤٧%
س١٥	تحويل المكالمات	٨٣%	٣٣	١٩%	٨١	٤٦%	٦٢	٣٥%
س١٦	معاينة الرصيد	٩٥%	١٢	٦%	٥٢	٢٦%	١٣٧	٦٨%
س١٧	اظهار واخفاء الرقم	٨٢%	٧٤	٤٣%	٤٦	٢٧%	٥٢	٣٠%
س١٨	المكالمات الدولية	٧٤%	٥٣	٣٤%	٦٩	٤٤%	٣٤	٢٢%
س١٩	التكفل بالأعطال	٧٧%	٦١	٣٧%	٦٨	٤٢%	٣٤	٢١%
س٢٠	أسعار المكالمات	٩٦%	٧٩	٣٩%	٨٧	٤٣%	٣٧	١٨%
س٢١	أسعار الرسائل القصيرة	٩٢%	٩٢	٢٥%	٨٥	٤٤%	٦١	٣١%
س٢٢	أسعار الخدمات الأخرى	٨٤%	٨٤	٣٤%	٨٣	٤٧%	٣٥	٢٠%

جدول رقم (١٢) جودة الخدمات المقدمة فعلياً من طرف "زين"

السؤال	الخدمة	نسبة الاجابة	غير راض تماماً		راض الى حد ما		راض تماماً	
			ت	%	ت	%	ت	%
س١٣	التغطية	٩٩%	٢٩	٠٨%	٢١٦	٦١%	١٠٧	٣٠%
س١٤	الرسائل القصيرة	٩٧%	٢٨	٠٨%	١٦٠	٤٧%	١٥٤	٤٥%
س١٥	تحويل المكالمات	٨٨%	٥٧	١٨%	١٥٢	٤٩%	١٠٢	٣٣%
س١٦	معاينة الرصيد	٩٦%	٢٥	٠٧%	٩٤	٢٨%	٢٢٠	٦٥%
س١٧	اظهار واخفاء الرقم	٨٥%	١٣٥	٤٥%	٧٩	٢٦%	٨٨	٢٩%
س١٨	المكالمات الدولية	٨١%	٩٧	٣٤%	١٢٦	٤٤%	٦٢	٢٢%
س١٩	التكفل بالاعطال	٨٤%	١٠٥	٣٥%	١٣٥	٤٥%	٥٧	١٩%
س٢٠	أسعار المكالمات	٩٧%	١٢٨	٣٧%	١٥٠	٤٤%	٦٦	١٩%
س٢١	أسعار الرسائل القصيرة	٩٤%	٩٤	٢٨%	١٤٤	٤٤%	٩٣	٢٨%

جدول رقم (١٣) جودة الخدمة المقدمة فعلياً من طرف "فرات فون"

السؤال	الخدمة	نسبة الإجابة	غير راض تماماً		راض إلى حد ما		راض تماماً	
			ت	%	ت	%	ت	%
س١٣	التغطية	٩٩%	٢١	١٤%	٤١	٤٨%	٣٣	٣٨%
س١٤	الرسائل القصيرة	٩٢%	١٠	١٣%	٢٩	٣٦%	٤١	٥١%
س١٥	تحويل المكالمات	٦٤%	٧	١٣%	٣٠	٥٤%	١٩	٣٤%
س١٦	معاينة الرصيد	٩٢%	٦	٨%	١٧	٢١%	٥٧	٧١%
س١٧	إظهار وإخفاء الرقم	٦٤%	١٩	٣٤%	١٩	٣٤%	١٨	٣٢%
س١٨	المكالمات الدولية	٥٤%	١٩	٤٠%	١٨	٣٨%	١٠	٢١%
س١٩	التكفل بالأعطال	٦١%	٢١	٤٠%	٢٣	٤٣%	٩	١٧%
س٢٠	أسعار المكالمات	٩٢%	٢٦	٣٣%	٣٦	٤٥%	١٨	٢٣%
س٢١	أسعار الرسائل القصيرة	٨٦%	١٣	١٧%	٤١	٥٠%	٢١	٢٨%
س٢٢	أسعار الخدمات الأخرى	٧٠%	١٨	٣٠%	٣٥	٧٥%	٨	١٣%

رابعاً:- الجودة الكلية-

من خلال الجول رقم (١٤) نلاحظ آراء أفراد العينة بشأن الجودة الكلية للخدمات المقدمة من الشركات الثلاثة (زين - أسيا سيل - فرات فون) وهي تتراوح ما بين متوسط وجيد

جدول رقم (١٤) الجودة الكلية للخدمات المقدمة

مستوى الجودة	أسيا سيل		زين		فرات فون		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
رديئة جداً	٣	١%	٥٤	١٥%	٠	٠%	٥٧	١١%
رديئة	٢٩	١٤%	٥٤	١٥%	٠	٠%	٨٣	١٥%
متوسط	٨٨	٤٢%	١٠٠	٢٨%	٣٥	٤٠%	٢٢٣	٣٢%
جيدة	٨٣	٣٩%	١٠٦	٣٠%	٤١	٤٧%	٢٣٠	٣٣%
ممتازة	٨	٤%	٤٠	١٢%	١١	١٣%	٥٩	٩%

خامساً:- آمال وتطلعات الزبائن
س٢٤//هل تتوي تغيير(متعاملك) شركة
الهاتف النقال التي انت مشترك بها والانتقال الى
شركة اخرى (متعامل آخر).
من مجموع ٦٥٢ استمارة معالجة وجدنا ما يلي:-

ويمكن ملاحظة المقارنة بين المتعاملين الثلاثة
(زين واسيا سيل وفرات فون) من حيث الجودة
الكلية المقدمة من منظور زبائن كل متعامل حيث
نجد بصفة عامة بأن الميل للرضى عن الجودة
الكلية للخدمات لدى زبائن اسيا سيل وفرات فون
اكبر منه لدى زين

جدول رقم (١٥) تغييرا لمتعامل

المجموع	فرات فون		زين		اسيا سيل			
	ت	%	ت	%	ت	%		
٣٨%	٢٤٥	٠%٨	٧	٠%٤٥	١٦١	٠%٣٧	٧٧	نعم
٢٦%	١٧٢	٠%٥١	٤٤	٠%١٢	٤١	٠%٤١	٨٧	لا
٣٦%	٢٣٥	٠%٤١	٣٦	٠%٤٣	١٥٢	٠%٢٢	٤٧	لأدري

من خلال الجدول رقم (١٦) . نجد أن الجانب الأول
الذي يجب تحسينه هو الأسعار (٨١% من أفراد
العينة) ثم منح امتيازات تنافسية جديدة (٦٠% من
أفراد العينة) ثم مستوى التغطية (٥٢% من أفراد
العينة) ثم أخيراً تنوع العروض والخدمات (٥١%
من أفراد العينة) وبالتالي يجب تحسين الأسعار
والاهتمام أكثر بآمال وتطلعات الزبائن أو
المستهلكين إذا أرادت هذه الشركات (اسيا سيل-
زين-فرات فون) الاستمرار في سوق الهاتف النقال
في محافظة ذي قار .

من خلال الجدول رقم (١٥) نلاحظ بصفة عامة
بأن ٣٨% من الزبائن ينوون تغيير المتعامل بينما
٢٦% لا ينوون تغيير المتعامل (الولاء للعلامة)
وبالتالي فان الخطر يأتي من ٣٦% من المتعاملين
الذين لا يعلمون في أي لحظة يمكن أن يغيروا
متعاملهم . وأكبر نسبة من الذين ينوون تغيير
المتعامل هم من زبائن زين ٤٥% ثم اسيا سيل
٣٧% وفرات فون ٨% .

س٢٥// ما هي الجوانب التي يجب تحسينها مستقبلاً
من طرف المتعامل في نظرك ؟

جدول (١٦) آراء افراد العينة حول اهم الخدمات التي يجب تحسينها

المجموع	فرات فون		زين		اسيا سيل		المعيار	
	ت	%	ت	%	ت	%		
٥٢%	٣٣٧	٠%٤٨	٤٢	٠%٤٦	١٦٢	٠%٦٣	١٣٣	مستوى التغطية
٨١%	٥٢٨	٠%٨٤	٧٣	٠%٨٠	٢٨٣	٠%٨٢	١٧٢	الأسعار
٥١%	٣٣٤	٠%٤٨	٤٢	٠%٥٢	١٨٥	٠%٥١	١٠٧	تنوع العروض والخدمات
٦٠%	٣٩٢	٠%٦٧	٥٨	٠%٥٩	١٠٨	٠%٦٠	١٢٦	منح امتيازات تنافسية جديدة

References

المصادر :

- ١- أسماعيل السيد, ٢٠٠١ أساسيات بحوث التسويق (الاسكندرية : الدار الجامعية)
- ٢- باسم غدير, ٢٠٠٣ العالم الرقمي والية تحليل البيانات (دمشق : دار الرضا للنشر)
- ٣- عبد الحميد عبد المجيد, ٢٠٠٥ اساليب البحث العلمي والتحليل الاحصائي (عمان : دار الشروق للنشر والتوزيع)
- ٤- مي عبدالله سنو, ٢٠٠١ الاتصال في عصر العولمة (بيروت : دار النهضة العربية)
- ٥- يوسف احمد, ٢٠٠٤ الاتصال الالكتروني (عمان : دار وائل للنشر والتوزيع)
- ٦- العجيلي, عياد, ٢٠٠٢ البحث العلمي (بنغازي . دار الكتب الوطنية)
- ٧- علي زعر, ٢٠٠٠ الاحصاء وتوزيع المنحنيات (الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية)

التوصيات:-

- من خلال العرض والتحليل أعلاه أمكن التوصل الى التوصيات التالية :-
- ١-أذا أرادت شركات الهاتف الحفاظ على متعاملها فعليها تخفيض أسعار المكالمات وتقوية بث الإشارة .
 - ٢-فتح سوق الهاتف النقال لدخول شركات أخرى من الهاتف النقال.
 - ٣-دعم شركات الهاتف النقال لخفض منتجاتها.
 - ٤-فتح فروع تقوم بعملية صيانة وتحديث الهواتف تعمل بشكل جماعي لدفع العمل نحو الولاء للعلامة.
 - ٥- محاولة دمج كافة شركات الهاتف النقال لتكون شركة واحدة

استمارة الاستبيان

الاستبيان حول جودة الخدمة المقدمة من طرف شركات الهاتف النقال في مركز محافظة ذي قار

أ- معلومات عامة:-

- ١- المتعامل : زين اسيا سيل فرات فون
- ٢- الجنس: ذكر أنثى
- ٣- العمر: سنة
- ٤- المهنة: موظف تاجر عامل طالب
بدون عمل اخرى
- ٥- الحالة الاجتماعية: اعزب متزوج اخرى
- ٦- المستوى الدراسي: ابتدائية او اقل متوسطة اعدادية جامعي
- ٧- منذ متى وانت مشترك في خدمة الهاتف النقال
- أقل من سنة - أكثر من سنتين وأقل من ثلاثة سنوات
- أكثر من سنة وأقل من سنتين - أكثر من ثلاثة سنوات
- ٨- ما هو نمط الاشتراك: كارت \$١٠ كارت \$٥
- ٩- هل تستعمل الهاتف النقال لأغراض:(يمكن تحديد أكثر من اجابة)
الاتصال بالعائلة والأصدقاء مهنية أخرى

١٠- ما هي مبررات ومعايير اختيار للمتعامل في مجال خدمة الهاتف النقال (يمكن تحديد أكثر من أجابة)

- جودة الخدمة المقدمة علاقات تجارية حسنة مشاكل مع متعامل آخر
 السعر المناسب تقدم امتيازات تنافسية أخرى
 الأشهار الجذاب التوجه العام للمستهلكين

١١- ما هي خدمة الهاتف النقال التي لا يمكن الاستغناء عنها في نظرك: (يمكن تحديد أكثر من أجابة)

- المكالمات الهاتفية تحويل المكالمات الاتصالات الدولي
 رسائل sms المكالمات المزوجة معاينة الرصيد
 أخرى

١٢- هل تؤيد فكرة دخول متعامل جدد في مجال خدمة الهاتف النقال في ذي قار في الوقت الحالي:

نعم لا
 ج- ادر اكانت لمستوى جودة الخدمة المقدمة فعليا من طرف المتعامل:-

- ١٣- مستوى التغطية غير راض تماما راض الى حد ما راض تماما
 ١٤- خدمة رسائل sms غير راض تماما راض الى حد ما راض تماما
 ١٥- خدمة تحويل المكالمات غير راض تماما راض الى حد ما راض تماما
 ١٦- خدمة معاينة الرصيد غير راض تماما راض الى حد ما راض تماما
 ١٧- إظهار و أخفاء الرقم غير راض تماما راض الى حد ما راض تماما
 ١٨- المكالمات الدولية غير راض تماما راض الى حد ما راض تماما
 ١٩- التكفل باعطال والمشاكل التقنية غير راض تماما راضي الى حد ما راضي تماما
 ٢٠- أسعار المكالمات غير راض تماما راض الى حد ما راض تماما
 ٢١- أسعار sms غير راض تماما راض الى حد ما راض تماما
 ٢٢- أسعار الخدمة الأخرى غير راض تماما راض الى حد ما راض تماما

د- الجودة الكلية:

٢٣ - ماهو تقييمك بصفة عامة لجودة الخدمة التي يقدمها متعاملك:(ضع علامة× في الخانة المناسبة)

رديئة جداً رديئة متوسط جيدة ممتازة

ه-آمال وتطلعات الزبائن:

٢٤ - هل تنوي تغيير (متعاملك) شركة الهاتف النقال التي انت مشترك بها والانتقال الى شركة اخرى (متعامل آخر):(ضع علامة× في الخانة المناسبة)

نعم لا لألري

٢٥ - ما هي الجوانب التي يجب تحسينها مستقبلاً من طرف متعاملك في نظرك:(يمكن تحديد أكثر من أجابة)

مستوى التغطية تنوع العروض والخدمات
الأسعار منح امتيازات تنافسية جديدة

Statistical Study of Mobile services Quality in center of Thi-Qar Governorate

Abstract

This study talking about the contentment of costumers of mobile service which supplied by Zain, Asia cell and Furat phone companies in Thi-Qar governorate . We found that 37% from the sample of costumers are uncontent about the prices of callings ,about 32% considers the level of service is medium in Asia about 42% ,Zain about 28% and in Furat phone is about 40%.This reflected on the level of gratitude (gratitude to the mark) where 26% of costumers don't like change the Zain company , and about 37% to Asia cell and about 8% don't like change Furat phone.According to this study, to reach the high level, must improve the prices to 81% , the competitive privileges about 6% , the level of net coverage about 52% and at last, variety of the offers and the services about 51%