

Communications
Regulatory Authority
State of Qatar

هيئة تنظيم
الاتصالات
دولة قطر

دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن
خدمات الاتصالات ٢٠١٥

تقرير عن النتائج-هيئة تنظيم الاتصالات

أبريل ٢٠١٥

قائمة المحتويات

٤	قائمة الاختصارات	
٥	ملخص تنفيذي	1.
١٠	الخلفية	2
١٠	أهداف البحث	2.1
١٠	منهجية البحث	2.2
١١	المرحلة الاستكشافية	2.1.1
١١	البحث الثانوي	2.1.2
١١	المرحلة النوعية	2.1.3
١٢	المرحلة الكمية	2.1.4
١٢	ملخص التقرير	2.3
١٣	سوق اتصالات شركات الأعمال في قطر	3.
١٣	بيئة قطاع الأعمال في قطر	3.1
١٤	المساهمون الرئيسيون الثلاثة في سوق الاتصالات في قطر	3.2
١٥	هيئة تنظيم الاتصالات	3.2.1
١٧	جودة خدمات الاتصالات من وجهة نظر عملاء قطاع الأعمال في دولة قطر	4.
١٧	أهمية خدمات الاتصالات	4.1
١٩	جودة الخدمات في نظر العملاء بشكل عام	4.2
٢٢	تجربة العميل مع شبكة الاتصالات	4.3
٢٢	تغطية الشبكة	4.3.1
٢٤	توافر الخدمة	4.3.2
٢٦	موثوقية الشبكة	4.3.3
٢٨	جودة الصوت ووضوحه	4.3.4
٢٩	سرعة خدمات البيانات وجودة الفيديو	4.3.5
٣٠	تصورات عملاء قطاع الأعمال تجاه الأسعار	4.4
٣٣	التصور تجاه تكلفة الشراء والتركيب	٤,٤,١
٣٤	التصور تجاه الرسوم الشهرية للخدمات	4.4.2
٣٦	التصور تجاه رسوم المكالمات الدولية	٤,٤,٣
٣٧	التصور تجاه رسوم التجوال الدولي	٤,٤,٤
٣٨	تصور عملاء قطاع الأعمال تجاه خطط/ تعرفه الرسوم	4.5
٣٨	التصور تجاه الشروط والأحكام الواضحة	4.5.1
٣٨	التصور تجاه شفافية الأسعار	٤,٥,٢
٣٩	التصور تجاه تنوع خطط الأسعار	٤,٥,٣

٤٠.....	نشر التعرفة	٤,٥,٤
٤١.....	تصور عملاء قطاع الأعمال تجاه توفير الخدمة (عملية الشراء والتفعيل)	4.6
٤٣.....	آلية حل الشكاوى	4.7
٤٩.....	تصورات عملاء قطاع الأعمال تجاه الفوترة والدفع	4.8
٥٢.....	حماية حقوق المستهلك	4.9
٥٣.....	تنافسية السوق	4.10
٥٥.....	نقاط القوة والتحسين	4.11
٥٧.....	النقاط الرئيسية لهيئة تنظيم الاتصالات	5
٥٨.....	الملحق الأول: تفاصيل البحث	.6
٥٨.....	وحدة أخذ العينة	6.1
٥٨.....	المجموعة المستهدفة	6.2
٥٩.....	الملف التعريفي للمشاركين في الدراسة	6.3
٥٩.....	منهجية الدراسة الاستطلاعية	6.4
٥٩.....	توزيع العينة	6.5
٦٢.....	نهج قياس الوزن	6.6
٦٣.....	جدول الأشكال	.7
٦٤.....	جدول الجداول	.8

قائمة الاختصارات

- IDC Telecom: شركة البيانات الدولية
- CAPI: المقابلات الشخصية باستخدام الكمبيوتر
- CRA: هيئة تنظيم الاتصالات
- ICT: تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
- ictQATAR: وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات (سابقاً)
- ITU: الاتحاد الدولي للاتصالات
- IVR: الاستجابة الصوتية التفاعلية
- MDPS: وزارة التخطيط التنموي والإحصاء
- MENA: الشرق الأوسط وشمال إفريقيا
- QoS: جودة الخدمات
- QSA: جهاز الإحصاء في قطر (سابقاً)
- SIM: شريحة الهاتف
- VAS: خدمات القيمة المضافة

١. ملخص تنفيذي

لقد شهد قطاع الأعمال في دولة قطر نمواً ملحوظاً خاصة في حجم استخدام خدمات الاتصالات وانتشار تبنيها على إطار واسع. وقد اتضح هذا جلياً مع بلوغ إجمالي حجم الإنفاق على خدمات الاتصالات عام ٢٠١٤ نحو ٥٤٧ مليون دولار، ومن المتوقع أن يصل حجم الإنفاق عليها إلى ما يقارب من ٦٧٠ مليون دولار بحلول عام ٢٠١٨ (وفقاً لقاعدة بيانات شركة البيانات الدولية للاتصالات، ٢٠١٤).

هذا وقد أدركت هيئة تنظيم الاتصالات الأهمية التي تشكلها خدمات الاتصالات لقطاع الأعمال بهدف تحقيق اقتصاد ممتين ومتوازن بشكل عام. وفي سبيل تقديم خدمات مبتكرة وذات جودة وسرعة عالية وبهدف تحسين الخدمات ورفع نسبة رضا العملاء عن الخدمات المقدمة، فقد أجرت هيئة تنظيم الاتصالات استطلاعاً لقياس نسبة رضا العملاء في قطاع الأعمال عن جودة الخدمات التي تقدمها شركات الاتصالات في قطر عقب إجراء استطلاع قياس رضا مستهلكي خدمات الاتصالات عن الخدمات المقدمة خلال ٢٠١٤ وتقديم النتائج خلال عام ٢٠١٥.

ويعرض هذا التقرير النتائج التي توصلت إليها الدراسة الاستطلاعية لعملاء قطاع الأعمال في قطر من خلال عرض تجاربهم مع خدمات الاتصالات بما في ذلك المكالمات الصوتية عبر الجوال واستخدام الإنترنت الجوال والمكالمات الصوتية الثابتة والإنترنت الثابت والخدمات الثابتة (الخطوط المؤجرة، وخدمات الدائرة المؤجرة الدولية الخاصة -أي بي إل سي، والشبكة الافتراضية الخاصة لبروتوكول الإنترنت (IP VPN)، والإيثرنت، والشبكة الافتراضية الخاصة المدارة (VPN)، والشبكة الافتراضية المخصصة ومقسم البروتوكولات المتعددة (MPLS).

نتائج الدراسة الاستطلاعية

تلعب خدمات الاتصالات دوراً هاماً في الأنشطة اليومية والتجارية فضلاً عن الوظائف الفعالة لعملاء الشركات وقطاع الأعمال بشكل عام. وقد أكدت نتائج الدراسة على الأهمية التي تشكلها المكالمات الصوتية الثابتة وخدمات الإنترنت الثابت في قطاع الأعمال، حيث يرى أكثر من ٨٠ في المائة من المشاركين في الدراسة أن الخدمات الثابتة وخاصة الصوتية وخدمات الإنترنت تعد من الخدمات الأساسية لإنجاز أعمالهم. هذا وتشير الدراسة إلى أن المكالمات الصوتية الثابتة على وجه الخصوص، هي أكثر الخدمات أهمية بين الشركات الصغيرة (١ - ٩ موظفين)، حيث تمثل أداة مهمة لإنجاز أعمالها.

وكشفت نتائج الدراسة الاستطلاعية أن حوالي ٩١ في المائة من العملاء في قطاع الأعمال يعبرون عن رضاهم عن جودة خدمات الاتصالات المقدمة في قطر. وقد سجلت نتائج الدراسة نسبة رضا مرتفعة عن الخدمات الصوتية الثابتة بشكل عام حيث بلغت نسبتها ٩١ في المائة من إجمالي المشاركين بالدراسة وحوالي ٧٨ في المائة لخدمات الإنترنت الثابت، بينما سجلت نسبة منخفضة نسبياً بين مستخدمي الإنترنت الجوال لتصل إلى ٦٩ في المائة. وأوضحت الدراسة أن هناك عدد كبير من الشركات اتخذت موقفاً محايداً تجاه خدمات الاتصالات المختلفة (لا راض ولا غير راض)، مما يشير إلى فرص للتحسين. وقد تبين من خلال نتائج الدراسة الاستطلاعية أن مستويات الرضا عن جودة الخدمة تختلف في قطاعات الأعمال المختلفة، حيث سجلت شركات البناء والتصنيع مستويات رضا منخفضة نسبياً بالمقارنة مع القطاعات الأخرى. وقد يعود هذا إلى طبيعة الأعمال التي تنطوي على الحاجة إلى خدمات الاتصالات في المكاتب المتواجدة في الموقع أو للعمليات المؤقتة. وعلاوة على ذلك، فإن نسبة الرضا عن جودة الخدمة يختلف أيضاً وفقاً لحجم المؤسسة، ويكون أعلى بين الشركات الصغيرة

بالمقارنة مع الشركات الأكبر حجمًا لأنها تميل إلى استخدام خدمات متعددة ولديها احتياجات معقدة.

التجارب مع الشبكة

تختلف مستويات الرضا عن التجارب المتعلقة بالشبكة مثل التغطية، والتوافر، والموثوقية، وجودة الصوت وسرعة خدمات الإنترنت اختلافاً كبيراً عن خدمات الاتصالات المختلفة. وبالنسبة لتغطية الشبكة للخدمات الصوتية عبر الجوال، بلغت نسبة رضا عملاء قطاع الأعمال عنها ٨١ في المائة، بينما سجلت نسبة الرضا عن الإنترنت عبر الجوال حوالي ٥٩ في المائة من إجمالي عينة الدراسة، كما كشفت مستويات الرضا عن تغطية الشبكة للخدمات الصوتية عبر الجوال نسبة أعلى لعملاء شركة Ooredoo بنسبة ٨٣ في المائة بالمقارنة مع شركة فودافون ٧٤ في المائة .

وكشفت نتائج الدراسة عن انخفاض مستويات الرضا عن توفر الخدمات في جميع المواقع بين مستخدمي الخط الثابت لتصل إلى ٦٧ في المائة. وعلى نفس الصعيد، يرى العملاء في قطاع الأعمال أن خدمات الخط الثابت ليست متاحة في جميع الأماكن والمواقع في دولة قطر. وعلاوة على ذلك، فإن حوالي ١٣ في المائة من عملاء الخط الثابت غير راضيين عن موثوقية الخدمات على الرغم من أن هذه الخدمات يستهلكها عدد محدود من الشركات.

التنافس في السوق

ويعتقد حوالي ثلثي العملاء في قطاع الأعمال ممن شاركوا في الدراسة الاستطلاعية أن هناك منافسة كافية في سوق الاتصالات القطري، إلا أن ثلثهم يعتقد خلاف ذلك. هذا ويرتبط اعتقاد البعض بعدم وجود منافسة في السوق القطرية إلى أسباب عديدة من أهمها ندرة ما توفره شركة فودافون لخدمات الهاتف الثابت في معظم المناطق.

هذا ويتوقع أغلب العملاء أن يوفر مقدمي الخدمات على حد سواء أوسع تغطية للشبكة الجغرافية بهدف تلبية كافة احتياجات الاتصالات الخاصة بهم. ويدرك عملاء قطاع الأعمال أن قطر قد تكون سوقاً أصغر نسبياً لشركات الاتصالات بالمقارنة مع دولة الإمارات العربية المتحدة أو المملكة العربية السعودية، لكنهم يتوقعون أنه ينبغي على مقدمي الخدمات تقديم جميع خدمات الاتصالات في كافة المناطق الجغرافية بقطر على الأقل .

ويعتبر الغالبية العظمى من عملاء قطاع الأعمال أن تنوع العروض المقدمة من قبل مقدمي الخدمات تجعل المقارنة بين شركات الاتصالات أسهل، كما تسهل اختيار المنتج الأمثل، كما تساعد في التفاوض مع مقدمي الخدمة.

الأسعار

وحول أسعار خدمات الاتصالات في قطر، يرى بعض عملاء قطاع الأعمال أن أسعار خدمات الاتصالات في قطر تتراوح بين متوسطة إلى منخفضة، إلا أن هناك عدد كبير من العملاء يرون أن أسعار الخدمات لا تزال مرتفعة. وهناك استياء كبير من الأسعار بين قطاع الأعمال، حيث بلغت نسبة عدم الرضا عن أسعار الإنترنت الجوال حوالي ٤٨ في المائة بينما بلغت ٤١ في المائة لأسعار خدمات الخط الثابت، في حين سجلت نسبة عدم رضا تبلغ ٣٢ في المائة عن أسعار الخدمات الصوتية عبر الهاتف الجوال، ونسبة ٣١ في المائة لأسعار خدمات الإنترنت الثابت و ٣١ في المائة لأسعار الخدمات الصوتية الثابتة .

وعلى الصعيد ذاته، كشفت الدراسة عن اختلاف تصورات عملاء قطاع الأعمال حول الأسعار باختلاف الخدمات المقدمة وجوانب التسعير المختلفة :

- حول المكالمات الصوتية؛ يرى أكثر من ٣٥ في المائة من المشاركين من قطاع الأعمال في الدراسة الاستطلاعية أن الخدمات الصوتية عبر الهاتف الجوال والمكالمات الصوتية الثابتة تعد مرتفعة الثمن .
 - وبالنسبة لرسوم التجوال الدولي؛ يعتبر قطاع الأعمال المكالمات الصوتية وخدمات الإنترنت باهظة الثمن حيث بلغت نسب الرضا ٥٤ في المائة و ٣٤ في المائة على التوالي .
 - وترى الشركات الأصغر حجمًا (١-٩ موظفين) أن أسعار التجوال فضلاً عن أسعار المكالمات الدولية تعد مرتفعة في قطر. سواء بالنسبة إلى شركات البيع بالجملة والبيع بالتجزئة التي تُعد معظمها أيضًا شركات صغيرة بنسبة تتجاوز ٥٩ في المائة
 - تعتبر ما يقارب من ثلث الشركات أن رسوم التركيب ورسوم الإيجار الشهري لخدمات الخط الثابت أيضًا مرتفعة .
- وعبر غالبية عملاء الشركات عن رضاهم عن المقاييس ذات الصلة بالتعرفة الخاصة ' بالقوانين والشروط الواضحة '، و' شفافية الأسعار ' و'مجموعة الخطط المتنوعة ' . وعلى الرغم من ذلك، تبلغ نسبة عدم الرضا ١٨ في المائة عن خدمات الخط الثابت و ١١ في المائة عن خدمات الإنترنت الجوال بالنسبة إلى ' القواعد والشروط الواضحة '، مما يدل على الحاجة إلى ضرورة التدخل أو القيام ببعض الإجراءات في هذا الصدد.

تقديم الخدمة: عملية الشراء والتفعيل

عبر عملاء قطاع الأعمال عن رضاهم عن معايير تقديم الخدمة مثل "سهولة الشراء" و "الوقت الذي يستغرقه التفعيل". ولكن، لازالت نسبة الرضا عن الوقت الذي يستغرقه التفعيل تمثل مصدر قلق بالنسبة إلى خدمات الخط الثابت، إذ عبر ٢٤ في المائة من العملاء عن عدم رضاهم عن الخدمة. وتشير النتائج في هذا الصدد، أن المؤسسات الكبيرة سجلت مستويات رضا أقل في جميع خطوط الإنتاج (الخدمات المُقدمة) بالمقارنة مع الشركات الأصغر حجمًا. كما أنه بإمكان هيئة تنظيم الاتصالات تحري خيار ترسيخ مؤشرات الأداء الأساسية المختلفة لمعايير الشراء والتفعيل وذلك وفقًا لحجم المؤسسة.

الفواتير والدفع

انخفضت نسبة تبني العملاء في قطاع الأعمال لخيارات الفواتير الصديقة للبيئة، مع تفضيل ما يقارب ٤٠ في المائة منهم تلقي الفواتير عبر صندوق البريد الخاص بهم.

ويُمكن إرجاع هذا الأمر إلى حاجتهم إلى نُسخ أصلية مطبوعة من الفواتير لأغراض المحاسبة/ المراجعة. في حين يشجع مقدمو الخدمات العملاء لاختيار الفواتير الإلكترونية وفقًا لمبادرات جديدة تهدف إلى الوصول إلى اللاورية في المعاملات المختلفة، كما يُمكن أن تؤكد هيئة تنظيم الاتصالات أيضًا على ذلك عبر طرق أكثر ابتكارًا. وعلاوة على ذلك، يميل عملاء قطاع الأعمال أيضًا إلى تفضيل خيارات الدفع النقدية المتاحة من خلال منافذ البيع بالتجزئة (فروع مقدمي الخدمات).

هذا ويتردد العملاء في قطاع الأعمال من تغيير الطرق التقليدية للدفع واستلام الفواتير، مما يشير إلى الحاجة الماسة إلى تثقيف وتعزيز الشعور بالأمان باعتماد التكنولوجيا. لذا يُمكن أن تعمل هيئة تنظيم الاتصالات بالتعاون مع مقدمي الخدمات على تعزيز واتخاذ خطوات نحو زيادة تبني خيارات الدفع عبر الإنترنت .

وأشارت الدراسة الاستطلاعية إلى مدى رضا عملاء قطاع الأعمال عن كافة الفواتير وتجارب الدفع. حيث أنه لم يتم تسجيل استياء واضح من أي من المعايير المتعلقة بالفواتير والدفع في جميع الخدمات لظالما أنها لازالت محافظة على استخدام الأساليب التقليدية.

حماية حقوق المستهلك

يرى ٥ في المائة فقط من العملاء في قطاع الأعمال حاليًا أن الإعلانات مضللة، حيث يشعرون أن الإعلانات لا توفر قواعد وشروط واضحة، فضلاً عن أن أسعار العروض الغير واضحة قد تؤدي إلى سوء فهم أو إلى تفسير الإعلان بشكل خاطئ

وقد سلط البحث الكيفي الضوء على رأي العملاء في قطاع الأعمال في معظم الإعلانات التي تُعد في الأساس موجّهة لعامة المستهلكين، وبالكاد تستهدف قطاع الأعمال.

آلية حل الشكاوى

يعتبر ضمان تقديم حلولاً عادلة للشكاوى هو أحد أهم المهام الأساسية لهيئة تنظيم الاتصالات. في الوقت الحاضر تختلف عملية تقديم الشكاوى باختلاف المنتجات والخدمات. وقد قدم مستخدمو الإنترنت الجوال أكبر عدد من الشكاوى حيث وصلت إلى ٤١ في المائة بينما سجلت الشكاوى عن خدمات المكالمات الصوتية عبر الجوال ١٣ في المائة فقط من إجمالي الشكاوى المقدمة. ويرجع السبب الرئيسي للشكاوى 'انقطاع الخدمة' لجميع الخدمات في حين ارتفع معدل 'مشاكل الاتصال بالشبكة' بالنسبة للإنترنت الجوال وتركيب خدمات الاتصالات الثابتة.

وكشفت الدراسة عن استياء كبير على مستوى خطوط الإنتاج المختلفة على مختلف المعايير والمقاييس المتعلقة بحل الشكاوى. فقد لوحظ ذلك في نسبة عدم الرضا من سهولة الاتصال بمقدمي الخدمة لرفع شكوى أو استفسار وخاصة في الخدمات الثابتة لتصل إلى ٣١ في المائة و ٢٤ في المائة لخدمات الإنترنت الثابت. كما ارتفعت أيضاً نسبة عدم الرضا عن 'سهولة تقديم حلول' لتبلغ ١٦ في المائة للمكالمات الصوتية عبر الهاتف الجوال، و ١٩ في المائة للإنترنت الجوال، و ١٨ في المائة للمكالمات الصوتية الثابتة و ١٢ في المائة للإنترنت الثابت.

أما بالنسبة للوقت المستغرق للوصول إلى حل للشكاوى، فقد بلغت نسبة عدم الرضا عن المكالمات الصوتية عبر الجوال حوالي ١٥ في المائة، والمكالمات الصوتية الثابتة ١١ في المائة وخدمات الإنترنت الثابتة ١١ في المائة. ويُفضل ٧٥ في المائة من عملاء الشركات الاتصال بمركز خدمة العملاء لرفع الشكاوى ولكنهم سرعان ما ينتهون بعدم الرضا عن الوقت المستغرق للوصول لموظف مركز الاتصال، مما يقود إلى الشعور بعدم الرضا بشكل عام عن آلية حل الشكاوى.

هيئة تنظيم الاتصالات

يُدرّك ما يقارب من ٤١ في المائة من العملاء في قطاع الأعمال بوجود هيئة تنظيم الاتصالات. ومنذ تكليف الهيئة بضمان حماية حقوق المستهلكين في خدمات الاتصالات، أصبح من الهام والضروري أن يعرف العملاء في قطاع الأعمال بوجود هيئة تنظيم الاتصالات في سبيل خلق مصداقية وثقة في تحكيمها. كما أن هناك نسبة كبيرة من المؤسسات التجارية التي تدرك بوجود هيئة تنظيم الاتصالات وعلى دراية واضحة بتكليف الهيئة بتنظيم قطاع الاتصالات وحماية حقوق المستهلكين.

ويُمكن أن تقوم هيئة تنظيم الاتصالات بحملات توعوية تهدف إلى رفع الوعي بين العملاء في قطاع الأعمال. ويختلف استخدام وسائل الإعلام المختلفة لمؤسسات الأعمال اختلافاً واسعاً من جانب شريحة المستهلكين، وبالتالي يُمكن استهدافها وفقاً لذلك .

النتائج الرئيسية لهيئة تنظيم الاتصالات

كشفت الدراسة عن نتائج رئيسية يتعين على هيئة تنظيم الاتصالات أخذها بعين الاعتبار:

الحاجة إلى زيادة المنافسة

- المنافسة في تقديم الخدمات الثابتة للمؤسسات التجارية يعد محدوداً جداً مع المشغل الثاني لخدمات الاتصالات مما يحد من توافر وإتاحة الخدمات بعدد من المواقع الجغرافية. ويُمكن أن تزيد هيئة تنظيم الاتصالات من المنافسة في السوق وتعززها لا سيما بالنسبة للخدمات الثابتة .
- يُمكن أن تُسهل هيئة تنظيم الاتصالات لعملاء قطاع الأعمال إجراء مقارنات بين العروض المختلفة خاصة لخدمات الهاتف الجوال من خلال الإعلانات المناسبة / الأنشطة التسويقية مع معلومات كاملة من أجل تفادي التضارب والتباينات.

التسعير

- يحتاج تصور الأسعار بين الشركات إلى مزيداً من التعزيز الإيجابي من خلال تقديم خدمات أفضل ذات قيمة مضافة. ويجب توضيح مزايا السعر للعملاء في قطاع الأعمال عن طريق نشر معلومات دقيقة وواضحة عن الخطط والأسعار.
- كما يجب أن تستخدم هيئة تنظيم الاتصالات مراجعة استراتيجية للتسعير باعتبارها من المدخلات التي تسلط الضوء على القدرة التنافسية لخدمات الاتصالات في قطر. وعلاوة على ذلك، تحتاج هيئة تنظيم الاتصالات إلى اتخاذ الخطوات اللازمة لضمان القدرة التنافسية لأسعار خدمات الاتصالات في دولة قطر وضمان أفضليتها في المنطقة.

آلية حل الشكاوى

- إلزام مقدمي الخدمات لتحسين وزيادة فعالية الاستعلام ومعالجة الشكاوى في جميع قنوات الاتصال -الرد على المكالمات، الوصول إلى مركز الاتصال، والوصول إلى حل في الوقت المناسب، الخ.
- يجب وضع مؤشرات أداء منفصلة لكل من الاستفسارات، الشكاوى والحلول لعملاء قطاع الأعمال والتي يجب إيصالها لمقدمي الخدمات وللعملاء بشكل جيد.
- يُمكن إنشاء نظام آلي لتصعيد الشكاوى التي لم تُحل بعد فترة معينة من الزمن.
- وللشكاوى المتعلقة بتركيب الخدمات، يُفضل أن يتم إنشاء آلية لمراقبة سرعة الوصول إلى حل، كما يجب أن تقوم هيئة تنظيم الاتصالات بتطوير مؤشرات الأداء الرئيسية التي تنظم وقت للوصول إلى حل الشكاوى ذات الصلة بتركيب الخدمات.

٢. الخلفية

هيئة تنظيم الاتصالات هي الجهة المسؤولة عن تنظيم عن قطاع الاتصالات في دولة قطر وقد أنشئت بموجب القرار الأميري رقم (٤٢) لسنة ٢٠١٤، حيث تتولى الهيئة تنظيم قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات والخدمات البريادية والنفاز إلى الإعلام الرقمي. كما تعمل الهيئة على تشجيع ودعم قطاع اتصالات مفتوح وتنافسي لضمان توفير خدمات اتصالات مبتكرة ومتقدمة وموثوق بها مع الالتزام الكامل بتحقيق التوازن بين حقوق المستهلكين وتلبية احتياجات مقدمي الخدمة.

أجرت هيئة تنظيم الاتصالات في عام ٢٠١٤ دراسة استطلاعية لفهم تجربة المستهلكين مع خدمات الاتصالات في دولة قطر. واستكمالاً لهذه الدراسة وبهدف رفع جودة خدمات الاتصالات في دولة قطر، قامت هيئة تنظيم الاتصالات بتفويض إحدى الجهات المستقلة لإجراء دراسة استطلاعية لفهم تجربة "العملاء من قطاع الأعمال" ووجهات نظرهم حول خدمات الاتصالات المقدمة، وتقوم حالياً بتقييم النتائج الخاصة بالدراسة لصالح هيئة تنظيم الاتصالات .

وقامت هيئة تنظيم الاتصالات عام ٢٠١٥ بتكليف شركة AMRB بإجراء دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات في قطر. وتهدف هذه الدراسة إلى تقييم مستويات الرضا عن خدمات الاتصالات المتنوعة عبر مجموعة من المعايير تشمل السعر والشفافية وعروض الخدمة بين مقدمي الخدمة. ويعد الغرض من الدراسة؛ هو فهم الطبيعة التنافسية في السوق من أجل تعزيز سيادة المستهلك في قطاع الاتصالات.

وستشكل هذه الدراسة الأساس الذي يتيح لهيئة تنظيم الاتصالات الدفع بالسياسات والأنشطة التوعوية، وذلك لضمان تحقيق مستويات عالية من جودة الخدمات والمنافسة داخل قطاع الاتصالات في دولة قطر.

٢.١. أهداف البحث

تتمثل أهداف هذه الدراسة الاستطلاعية حول قياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات فيما يلي:

- فهم تجربة عملاء قطاع الأعمال مع خدمات الاتصالات القائمة بين مختلف الشركات، وكيف يمكن أن تختلف حسب شريحة العملاء ونوع العمل وحجمه.

- قياس مستويات الرضا عن خدمات الاتصالات بين عملاء قطاع الأعمال في قطر، مع التركيز على؛

- جودة الخدمات

- الأسعار

- فهم تجربة الخدمة في كل نقطة تواصل مع مقدم الخدمة، وذلك لتعزيز الجودة العامة للخدمات واستهداف رضا العميل في قطاع الأعمال

- فهم تصورات العملاء تجاه المقاييس التي تهم هيئة تنظيم الاتصالات وتناسب أهدافها الأساسية، على سبيل

المثال:

- المشهد التنافسي لسوق الاتصالات في دولة قطر، من حيث الخدمات والأسعار .

- دور هيئة تنظيم الاتصالات في سوق الاتصالات.

٢.٢. منهجية البحث

أعتمد البحث تصميم مكون من أربع مراحل للبحث لرصد الآراء حول احتياجات السوق والعوامل المُحرّكة للقطاع، بالإضافة إلى التحقق وإثبات صحة الفرضية من خلال استطلاع رأي عينة كبيرة للدراسة. المراحل الأربع هي كالتالي:

- المرحلة الاستكشافية (بين الأطراف المعنية لهيئة تنظيم الاتصالات)
- مرحلة البحث الثانوي (من مصادر موثوق بها)
- المرحلة النوعية (بين عملاء قطاع الأعمال)
- المرحلة الكمية (بين عملاء قطاع الأعمال)

٢.٢.١. المرحلة الاستكشافية

وكخطوة أولية، تم إجراء مرحلة استكشافية بين الأطراف الرئيسية المعنية (داخليًا وخارجيًا) لمعرفة آرائهم وتصوراتهم ومبادراتهم ونقاط احتياجاتهم وتوقعاتهم. كما تم إجراء مقابلات فردية داخل مقر هيئة تنظيم الاتصالات مع الأطراف المعنية في هيئة تنظيم الاتصالات (فريق التعرف، فريق جودة الخدمة، فريق الشكاوى، الشؤون القانونية، فريق التخطيط والجودة، فريق نقل رقم الهاتف الجوال والطيف الترددي). وعلاوة على ذلك، تم إجراء مقابلات فردية مع شركتي الاتصالات (Ooredoo و فودافون) باستخدام أدلة مناقشة شبه منظمة بواسطة خبراء لديهم خبرة كبيرة في هذا القطاع.

٢.٢.٢. البحث الثانوي

تم إجراء بحث ثانوي في سبيل فهم التركيبة الشاملة السوق. حيث تم جمع معلومات حول تصنيف الصناعة وإجمالي عدد الشركات في قطر والمؤسسات الخاصة والحكومية ومبادرات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، من مصادر حكومية متنوعة بما في ذلك وزارة التخطيط التنموي والإحصاء ووزارة المواصلات والاتصالات. وعليه، وقد تم استخدام نتائج البحث في تطوير خطة تحديد عينة البحث وحجمها وتقدير النتائج. وعلاوة على ذلك، تمت أيضًا دراسة المواقع التنظيمية للعديد من الدول بشكل دقيق، بالإضافة إلى الحصول على تقارير منشورة من مصادر دولية ومحلية عدة، والتي تم استخدامها لمعرفة المعايير العالمية. وقد تم إجراء مقارنة معيارية بين تقارير رضا المستهلكين في الدول التالية:

- سنغافورة: استطلاع رأي حول مدى وعي المستهلك ومستوى رضاه ٢٠١٤ (المؤسسة الدولية للتنمية)
- المملكة المتحدة: "أوفكوم" - تقرير حول سوق الاتصالات، أغسطس ٢٠١٤
- هيئة الاتصالات والإعلام الاستراتيجية: تقرير حول قطاع الاتصالات ٢٠١٤
- الإمارات العربية المتحدة: استطلاع رأي حول تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بين أسر الإمارات العربية المتحدة، ٢٠١٤

٢.٢.٣. المرحلة النوعية

كان الهدف من هذه المرحلة هو التعمق في فهم العناصر الهامة بالنسبة لعملاء قطاع الأعمال عند استخدام خدمات الاتصالات، وقد ساعد هذا على تحديد المعايير والسمات الهامة في مختلف الخدمات.

وخلال هذه المرحلة من البحث، تم إجراء مقابلات فردية مع عملاء قطاع الأعمال؛ وخاصة صنّاع القرار أو المؤثرين في شراء خدمات الاتصالات في شركاتهم – سواء كانت صغيرة أو متوسطة أو كبيرة. وقام كبار الباحثين في شركة " AMRB " المخولة بالبحث بإجراء هذه المقابلات .

تم استخدام مدخلات هذه المرحلة النوعية والمرحلة الاستكشافية الأولية ومرحلة البحث الثانوي في تطوير أدوات البحث من أجل المرحلة الكمية التالية.

٢,٢,٤ . المرحلة الكمية

تم إجراء استطلاع رأي لإجراء تحليل كمي واسع النطاق لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال، حيث أجريت مقابلات مع عينة من ١٠٦٨ بين صنّاع القرار الرئيسيين من مستخدمي خدمات الاتصالات في قطاعات مختلفة في قطر. بدأ إجراء تلك المقابلات في ٣٠ من أكتوبر عام ٢٠١٥ باللغتين الإنجليزية والعربية وفقاً للغة المفضلة للمجيبين. شملت الدراسة الاستطلاعية شركات من جميع الأحجام، بما في ذلك الشركات التي يقل عدد موظفيها عن خمسة موظفين. ولأنه كان من الممكن أن تسيطر الشركات، التي يقل عدد موظفيها عن خمسة موظفين، على العينة التمثيلية، كان من الضروري أخذ العينات بناء على الحصص النسبية. تساعد الحصص على إجراء تحليل للمجموعة الفرعية التي يمكن الاعتماد عليها، عبر أربعة فئات من أحجام الشركات وسبعة عشر مجموعة من القطاع. تم بعد ذلك قياس حجم البيانات لضمان تمثيل النتائج تمثل لعملاء خدمات الاتصالات من قطاع الأعمال في دولة قطر.

وقد استغرقت المقابلة ما يقارب الـ ٣٠ دقيقة تقريباً وتضم بشكل رئيسي أسئلة محددة الإجابات مع عدد محدود من الأسئلة المفتوحة، وتمت إدارة المقابلة باستخدام منهجية (المقابلات الشخصية بمساعدة الكمبيوتر).

تم إرفاق التفاصيل الكاملة حول المرحلة الكمية، بما في ذلك وحدات العينات وبيانات المجيبين ومنهجية البحث وتوزيع العينة وحجمها، بالتفصيل في الملحق الأول في نهاية هذا التقرير.

٢,٣ . ملخص التقرير

يعرض هذا التقرير نتائج استطلاع رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات، مع التركيز على رضاهم عن جودة الخدمة، ومدى توافرها، الأسعار، حل الشكاوى، والفواتير وعملية الدفع. بالإضافة إلى ذلك، فقد تم رصد تصورات عملاء قطاع الأعمال تجاه القدرة التنافسية بين مقدمي الخدمات في هذا الاستطلاع.

ويعرض تقرير الدراسة النتائج على مستوى الإجمالي لكافة المنشآت التجارية في قطر، وحيثما كان ذلك ممكناً، تم عرض النتائج حسب "حجم المنشأة التجارية" أو "النشاط الاقتصادي الرئيسي" أو غيره من أساليب التقسيم الفرعي. وتم تقسيم الشركات إلى شركات تضم ١ – ٩ موظفًا، وشركات تضم ١٠ – ٤٩ موظفًا، وشركات تضم ٥٠ – ٢٤٩ موظفًا، وشركات تضم ٢٥٠ موظفًا أو أكثر. وتم التقسيم وفقاً للمعايير الدولية لأحجام الشركات، والتي تستخدمها المؤسسات والوكالات العالمية مثل مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD).

وتُعرض النتائج في التقرير حسب النشاط الاقتصادي لمجموعة مختارة من المجالات، وتم اختيار هذه القطاعات بناء على:

- القطاعات الخاصة بالصناعة التي تمثل نسبة كبيرة من المنشآت التجارية في دولة قطر
 - أو القطاعات الخاصة بالصناعة ذات الأهمية الاستراتيجية.
- أما بالنسبة للقطاعات المتبقية، فقد تم تجميعها تحت فئة "أخرى" لتشمل قطاعات الزراعة، صيد الأسماك، الكهرباء، الغاز، إمدادات المياه، إدارة النفايات، النقل والخدمات اللوجستية، المعلومات والاتصالات، المعاملات المصرفية، الأنشطة المالية والتأمينية، التعليم، الصحة والأنشطة الاجتماعية، الفنون، التسلية والترفيه، وغيرها من الأنشطة الخدمية .

تشمل النتائج الرئيسية الواردة في تقرير الدراسة المستويات الرضا بشكل عام عن:

- جودة الخدمة الخاصة بكافة خدمات الاتصالات
- المعايير المتعلقة بالشبكات
- المعايير المتعلقة بالأسعار والرسوم
- عملية الشراء والتفعيل/ التنشيط
- حل الشكاوى
- الفوترة وعملية الدفع
- تصور حول القدرة التنافسية في السوق

٣. سوق اتصالات شركات الأعمال في قطر

٣.١. بيئة قطاع الأعمال في قطر

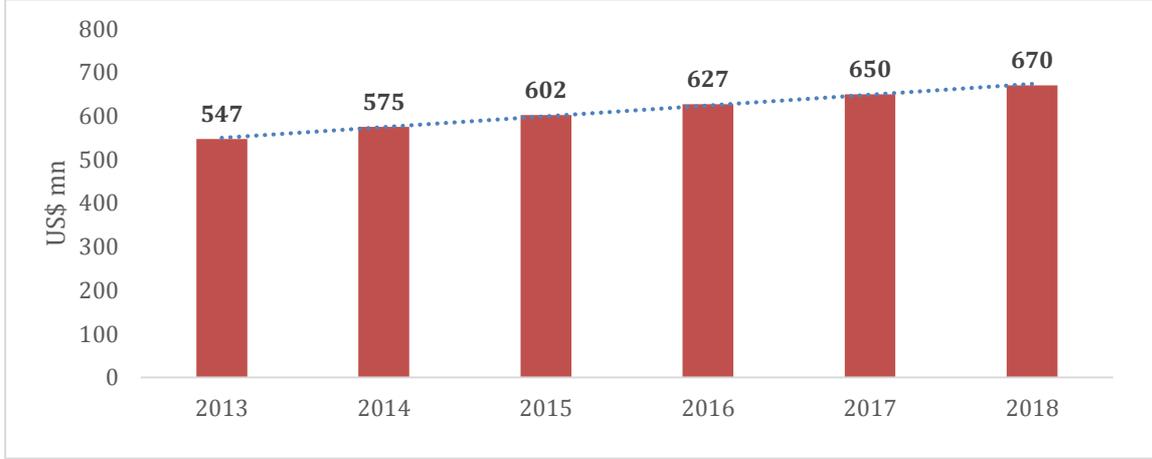
شهد الاقتصاد القطري نموًا مطردًا على مدى السنوات العشر الأخيرة، ومن المتوقع أن يستمر هذا النمو في المستقبل المنظور. ولم يجذب هذا النمو الاستثمارات الأجنبية المباشرة فقط، ولكنه جذب أيضًا عددًا كبيرًا من العمالة الوافدة اللازمة لبناء اقتصاد قوي ومستقر .

تعمل أكثر من ٤٠ ألف شركة في دولة قطر، ويعمل بها ما يقرب من ٢,٤ مليون موظف، وفقاً لبيانات ٢٠١٥ التي نشرتها وزارة التخطيط التنموي والإحصاء. وبالإضافة إلى ذلك، تستثمر الحكومة بكثافة في تنمية وتطوير البنية التحتية وتعمل على دعم قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بقوة كعامل محفز لنمو قطاع الأعمال .

تعد الشركات القطرية من المستخدمين الدائمين والكثيفين لخدمات الاتصالات مثل؛ خدمات خطوط الهاتف الجوال والخطوط الثابتة والبيانات، بإجمالي إنفاق يُقدر بحوالي ٥٤٧ مليون دولارًا^١. ومن المتوقع أن يصل إلى ما يقرب من ٦٧٠ مليون دولار قبل حلول عام ٢٠١٨ .

^١ IDC قاعدة بيانات خدمات الاتصالات، الربع الأول ٢٠١٤

الشكل 1 : سوق اتصالات شركات الأعمال



المصدر: IDC MEA، قاعدة بيانات خدمات الاتصالات، الربع الأول ٢٠١٤

ونظراً لارتفاع الإنفاق على خدمات الاتصالات، من المهم استيعاب وفهم مستوى رضا عملاء قطاع الأعمال بشكل جيد.

٣.٢. المساهمون الرئيسيون الثلاث في سوق الاتصالات في قطر

مع وجود مقدمي لخدمة الاتصالات حالياً، يتميز سوق الاتصالات في قطر بالاحتكار الثنائي للسوق مع هيئة تنظيم الاتصالات باعتبارها الجهة التنظيمية لقطاع الاتصالات. والمساهمون الرئيسيون الثلاثة هم:

1. "Ooredoo"، مقدم خدمات الاتصالات الأول في دولة قطر
2. "فودافون"، مقدم خدمة الاتصالات الثاني في دولة قطر
3. هيئة تنظيم الاتصالات

تمتلك "Ooredoo" عروض اتصالات للشركات الأعمال، وتشمل خدمات الهاتف الجوال والخدمات الثابتة والخدمات المدارة. وتُركز الشركة على قطاع الشركات بشكل خاص، حيث تُقدم باستمرار منتجات جديدة مثل "أوفيس إن بوكس"، وخدمات التطبيقات المدارة، وخدمات الأمن المدارة، إلخ. وتبرز شركة "Ooredoo" بدورها المتكامل والمتقارب في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حيث توفر حلولاً مُدارة، خاصة لعملائها من الشركات الكبيرة.

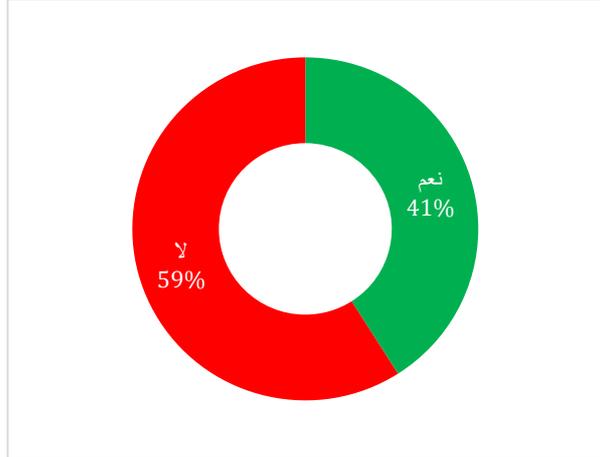
ومن جهة أخرى، قامت شركة "فودافون - قطر"؛ المزود الثاني لخدمات الاتصالات الجواله والثابتة في البلاد، بتوفير تغطية واسعة من خدمات الهاتف الجوال، وقد بدأت مؤخراً في تقديم خدمات الخطوط الثابتة في عدد محدود من المناطق في دولة قطر، وخاصة في "بروة سيتي" واللؤلؤة. وتتركز عروضها التي تقدمها للشركات بشكل كبير على الخدمات

المتنقلة مع حلول الإنترنت المتنقل، والجبل الثالث فانق السرعة، ومؤخرًا أجهزة الجبل الرابع "dongles" للأجهزة اللوحية وأجهزة الكمبيوتر.

٣.٢.١. هيئة تنظيم الاتصالات

تم إنشاء هيئة تنظيم الاتصالات بهدف تنظيم قطاع الاتصالات في دولة قطر، وقد تم تكليفها أيضًا بضمان وصول الأفراد والشركات والجهات الحكومية إلى مجموعة واسعة من خدمات الاتصالات المبتكرة وبأسعار معقولة. وتسعى هيئة تنظيم الاتصالات جاهدة لضمان سماع المستهلكين ومعرفة احتياجاتهم فضلاً عن تعريفهم بحقوقهم. كما تلتزم هيئة تنظيم الاتصالات بضمان شفافية وكفاءة عملية حماية مستهلكي خدمات الاتصالات في قطر. وكشفت الدراسة أن ٤١ في المائة من عملاء قطاع الأعمال على علم ودراية بوجود هيئة تنظيم الاتصالات (الشكل ٢) في حين وصلت هذه النسبة إلى ١٩ في المائة فقط وفقاً لتقرير هيئة تنظيم الاتصالات لقياس رضا مستهلكي خدمات الاتصالات لعام ٢٠١٤. وقد لوحظ أن نسبة الإدراك والعلم بوجود هيئة تنظيم الاتصالات هي الأعلى بين عملاء الشركات باعتبار أن هيئة تنظيم الاتصالات لم تكن فعالة قبل سبتمبر ٢٠١٤. ومع ذلك، يمكن أن تقوم هيئة تنظيم الاتصالات على رفع مستوى الوعي بين عملاء قطاع الأعمال.

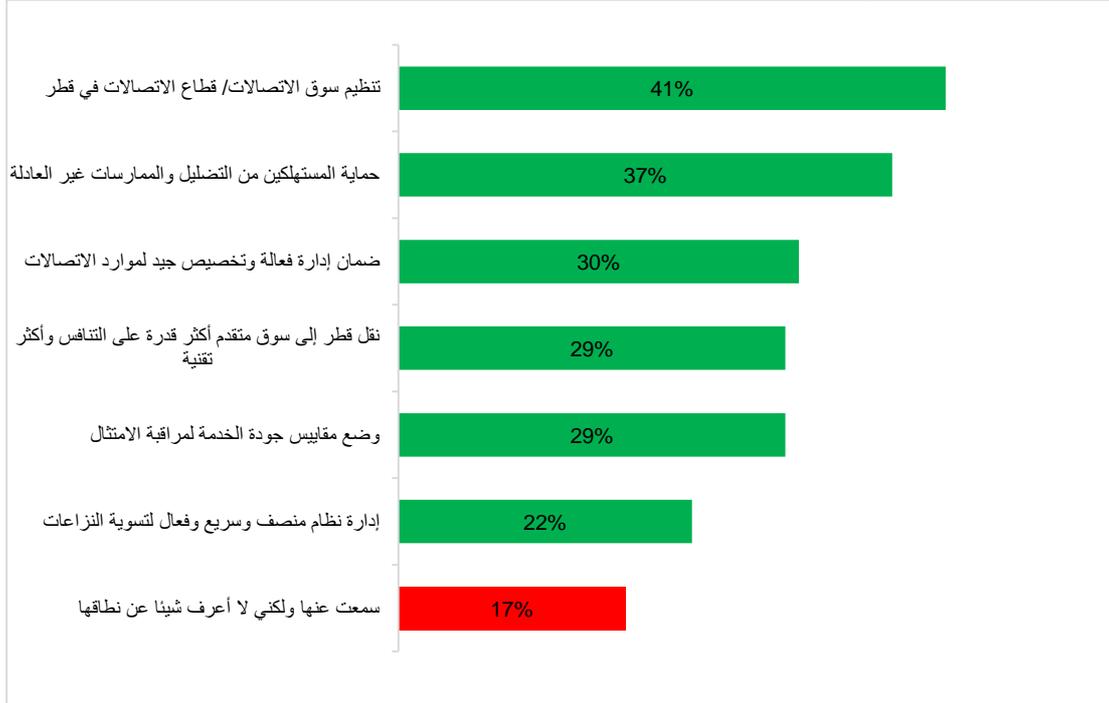
الشكل ٢: الإدراك وجود هيئة تنظيم الاتصالات



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ كافة المؤسسات العدد = ١٠٦٨

وأشارت نتائج التقرير إلى أن غالبية عملاء قطاع الأعمال، الذين يدركون بوجود هيئة تنظيم الاتصالات، على علم ودراية بنطاق عمل هيئة تنظيم الاتصالات وما تقوم به من مهام. كما يُدركون جيداً دور الهيئة في تنظيم سوق الاتصالات وحماية المستهلكين من الممارسات التضليلية أو الوقوع فريسة لأي ممارسات غير عادلة.

الشكل ٣: نطاق عمل هيئة تنظيم الاتصالات



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إدراك الشركات بوجود الهيئة العدد = ٤٣٩

وتحتاج هيئة تنظيم الاتصالات إلى زيادة جهودها الرامية لتحسين معرفة وإدراك عملاء قطاع الأعمال (الشركات) بالهيئة، وقد يكون ذلك من خلال زيادة المشاركة. يمكن للهيئة أن تنخرط بفعالية في مجتمع الأعمال من خلال الإعلان عن مبادرات جديدة لزيادة اعتماد التكنولوجيا، وثقافة المجتمع بالتأثير الإيجابي للتكنولوجيا الذي يمكن أن يخلفه ذلك على قطاع الأعمال، وغيرها من العناصر التي تجد صدق لها معها.

٤. جودة خدمات الاتصالات من وجهة نظر عملاء قطاع الأعمال في دولة قطر

٤.١. أهمية خدمات الاتصالات

يشمل نطاق الدراسة الخدمات التي يستخدمها عملاء قطاع الأعمال على النحو التالي:

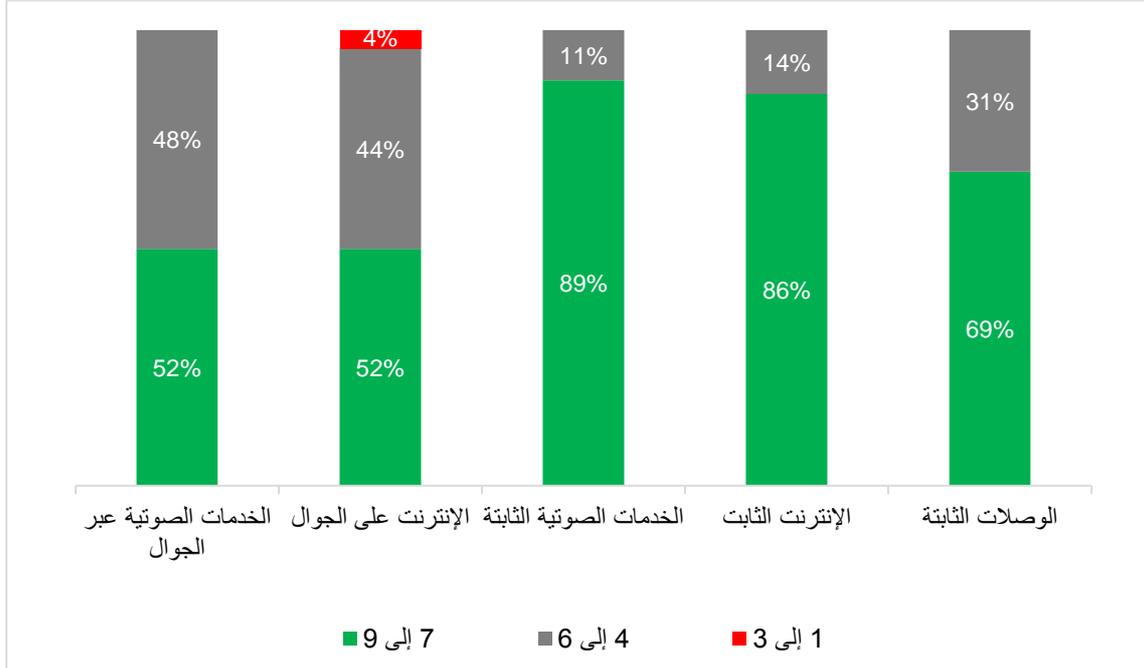
- **الخدمات الصوتية عبر الجوال:** تشمل الوصول إلى الخدمات الصوتية عبر الهاتف الجوال لأغراض العمل التجاري، وعلاوة على هذا، يجب شراء هذه الخدمات واستخدامها باسم الشركة.
- **الإنترنت الجوال:** ويعني الوصول إلى خدمات البيانات على جهاز الهاتف الجوال (الهواتف الذكية) ، باستخدام أجهزة "ماي فاي" على سبيل المثال، أو استخدام شريحة خاصة بالبيانات. كما يجب أيضاً شراء هذه الخدمات واستخدامها بشكل رئيسي باسم الشركة.
- **الخدمات الصوتية الثابتة:** وتشمل الخدمات الصوتية لشركات الاتصالات عبر شبكة الخطوط النحاسية (PSTN) أو شبكة البرودباند الثابتة (للخطوط الثابتة)
- **الإنترنت الثابت:** يتضمن توصيل وتقديم خدمات البيانات عبر شبكة الخطوط النحاسية (PSTN) للنفاذ أو شبكة البرودباند الثابتة
- **الوصلات الثابتة:** تندرج تحت خدمات الاتصالات مثل الخطوط المؤجرة، والخطوط الدولية المؤجرة، وخدمات الإيثرنت و VPN و MPLS و IP VPN إلخ، تحت خدمات الوصلات الثابتة

تبدل دولة قطر جهوداً كبيرة في سبيل تنويع اقتصادها وزيادة مساهمة قطاع الأعمال خاصة الشركات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الكلي. وتشكل خدمات الاتصالات الجواله والثابتة أهمية جوهرية لعملاء قطاع الأعمال في قطر بل وتعد بمثابة العمود الفقري لعمل تلك الشركات.

وقد كشفت الدراسة الأهمية الكبرى التي توليها الشركات لخدمات الصوتية الثابتة والإنترنت الثابت حيث منحت أكثر من ٨٠ في المائة من الشركات ٧ أو أكثر على مقياس من ٩ درجات (الرقم ١ يعني غير مهم على الإطلاق والرقم ٩ يعني حيوي للغاية) (الشكل 4). وبينت الدراسة أهمية خدمات الاتصالات لتلك الشركات لهذه الخدمات وبالأخص بين الشركات الصغيرة، باعتبارها جزء أساسي لا يتجزأ من عملها.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الشركات الصغيرة تعتمد اعتماداً كبيراً على خدمات الاتصالات الثابتة لإثبات تواجدها من خلال خلق انطباع بأن لديها عنوان ثابت للمكتب ورقم هاتف أرضي.

الشكل 4: أهمية خدمات الاتصالات



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت على الجوال: ٢٠٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠). ملاحظة: قد لا يصل مجموع الأرقام إلى ١٠٠% بسبب التقريب

جدول 1: أهمية خدمات الاتصالات: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)

الوصلات الثابتة	الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	الإنترنت الجوال	الخدمات الصوتية عبر الجوال	الإجمالي
٦٩	٨٦	٨٩	٥٢	٥٢	
-	٩٤	٩٥	٥٨	٥٤	٩ - ١ (صغيرة)
-	٨٢	٨٥	٥٠	٥١	١٠ - ٤٩ (متوسطة)
-	٥٦	٥٧	٤١	٤٦	٥٠ - ٢٤٩ (كبيرة)
-	٦١	٤٨	٤٢	٤٨	أكثر من ٢٥٠ (كبيرة جدًا)

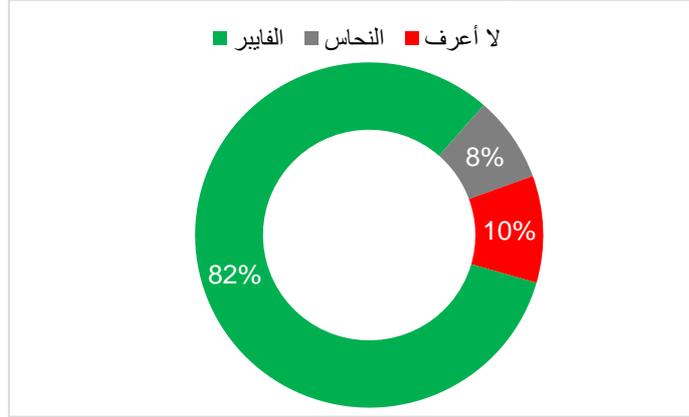
المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت على الجوال: ٢٠٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠). يمثل الشكل نسبة (%) من تصنيف العملاء لرقم ٧ أو أكثر في مقياس الأهمية من ١ إلى ٩

يميل عملاء الشركات إلى استخدام خطط الأعمال الخاصة بالخدمات الصوتية الثابتة، حيث ذكر ٨٩ في المائة من العينة أنهم يستخدمون خطط الأعمال بينما أكد ٩٩ في المائة من العينة أنهم يستخدمون خطط الأعمال الخاصة بالإنترنت الثابت. وتتميز الخطوط الأرضية بخدماتها الصوتية الثابتة من حيث المنتج والسعر مما يجعل ١١ في المائة من الشركات الصغيرة (٩- ١ موظفين) يستخدمون الخطوط الأرضية لأغراض العمل.

وعلاوة على ذلك، أشار ٨٢ في المائة من عملاء الشركات إلى حصولهم على الإنترنت الثابت عبر شبكة الألياف (الشكل

(٥)

الشكل ٥: طرق النفاذ إلى الإنترنت الثابت

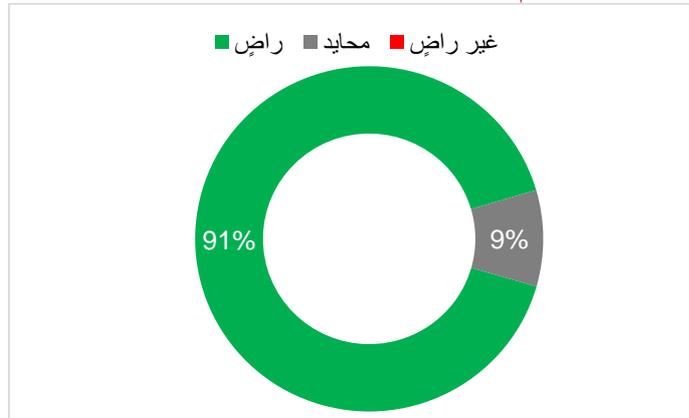


المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة التي تستخدم الإنترنت الثابت العدد=٥٩٥

٤,٢. جودة الخدمات في نظر العملاء بشكل عام

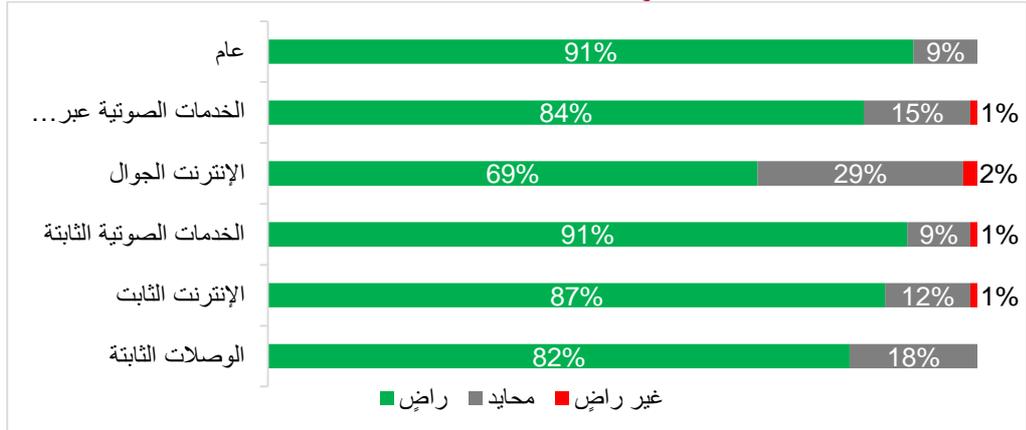
من أحد الأهداف الرئيسية لعمل ودور هيئة تنظيم الاتصالات هو تحديد معايير جودة الخدمة ومراقبة الامتثال لها، حيث تعد جودة الخدمات في نظر عملاء قطاع الأعمال معياراً مهماً للفهم باعتباره جزء من تفويض هيئة تنظيم الاتصالات. وبشكل عام، يشعر ٩١ في المائة من عملاء الشركات بالرضا عن جودة الخدمات

الشكل 6: التصور العام تجاه جودة الخدمات



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ ملاحظة: قد لا يصل مجموع الأرقام إلى ١٠٠% بسبب التقريب

الشكل ٦: التصور تجاه جودة الخدمات: حسب نوع الخدمة



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت على الجوال: ٢٠٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠). ملاحظة: قد لا يصل مجموع الأرقام إلى ١٠٠% بسبب التقريب

وعلى الرغم من اختلاف وتنوع مستويات الرضا بين مختلف الخدمات المقدمة؛ يشعر ٩١ في المائة من العملاء بالرضا عن الخدمات الصوتية الثابتة (الشكل ٦) بينما يشعر ٦٩ في المائة منهم بالرضا على الإنترنت الجوال. ومن أحد النتائج الرئيسية هو أنه لم يكن هناك أي شعور ملحوظ بعدم الرضا من أي من عملاء الشركات على جودة الخدمات بشكل عام.

جدول 2: جودة الخدمة: المعايير والقياسات على مستوى الدولة

مستهلكي الإمارات العربية المتحدة	مستهلكي سنغافورة*	مستهلكي أستراليا	مستهلكي المملكة المتحدة	قطر -مستهلكي قطاع الأعمال	
٩٣	٧٣	٨٦	٩٣	٨٤	الخدمات الصوتية عبر الجوال
#٩٣	٦٦	٧٩	٨٨	٦٩	الإنترنت الجوال
٩٤	٧٨	٨٩	٨٩	٩١	الخدمات الصوتية الثابتة
#٩٣	٦٥	٧٩	٨٨	٨٧	الإنترنت الثابت
			غير منطبق	٨٢	الوصلات الثابتة

تمثل الأرقام السابقة نسبة المتأهين للمستهلكين الراضين
المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي عدد العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت الجوال: ٢٠٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠)
*تمت الأخذ من معايير سنغافورة في المتوسط
تم ذكر الإنترنت فقط بدلا من البرودباند الجوال والبرودباند الثابت

وبينت الدراسة أن جودة الخدمات في نظر عملاء قطاع الأعمال في قطر على قدم المساواة مع مقاييس رضا العملاء في بلاد مثل المملكة المتحدة وأستراليا وسنغافورة (جدول ٢)

جدول 3: التصور تجاه جودة الخدمات: حسب النشاط الاقتصادي الرئيسي

الوصلات الثابتة	الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	الإنترنت الجوال	الخدمات الصوتية عبر الجوال	الإجمالي
٨٢	٨٧	٩١	٦٩	٨٤	
-	٩٦	١٠٠	١٠٠	٨٩	الأنشطة الإدارية وخدمات الدعم
-	٦٦	٤٩	٤٥	٥٩	التشييد والبناء
-	٧٨	٨١	٩٦	٧٥	التصنيع
-	٨٧	٨٧	٩٥	٨٨	التعدين واستغلال المحاجر
-	١٠٠	١٠٠	٧٧	١٠٠	الأنشطة المتخصصة والعلمية والتقنية
-	٩٠	٨٦	١٠٠	٨٠	العقارات
-	٩٦	٩٩	٩٦	٨٤	بيع السيارات بالجملة أو بالتجزئة وإصلاحها
-	٩٣	٩٨	٧٢	٩٤	مجالات أخرى

تمثل الأرقام السابقة نسبة (%) المستهلكين الراضين
المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت الجوال: ٢٠٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠)

يتفاوت مستوى لرضا عن جودة الخدمات حسب القطاعات الصناعية لقطاع الأعمال عبر مختلف المنتجات. وسجل قطاع التشييد نسبة رضا أقل نسبياً عن الجودة عبر مختلف المنتجات (جدول 3)، بينما سجل نسبة رضا أعلى عبر غيره من المجالات الأخرى. ويرجع معدل الرضا المنخفض بين القطاع السابق إلى طبيعة المجال الذي يتطلب توافر الخدمات عبر أنحاء المنطقة وخاصة في مواقع التشييد والبناء المتواجدة على أطراف المدينة. وعليه، يبدو أن مجال التشييد له احتياجات خاصة من خدمات الاتصالات. لذا يمكن تطوير حلول جديدة لهذه الشريحة بوجه خاص.

جدول 4: التصور تجاه جودة الخدمات: حسب حجم المؤسسة

الوصلات الثابتة	الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	الإنترنت الجوال	الخدمات الصوتية عبر الجوال	الإجمالي
٨٢	٨٧	٩١	٦٩	٨٤	
-	٩٢	٩٦	٧٣	٨٦	١ - ٩ (صغيرة)
-	٨٣	٨٤	٦٦	٧٩	١٠ - ٤٩ (متوسطة)
-	٧٦	٧٤	٦٠	٧٣	٥٠ - ٢٤٩ (كبيرة)
-	٨٢	٥٦	٧٤	٧٩	أكثر من ٢٥٠ (كبيرة جداً)

تمثل الأرقام السابقة نسبة (%) المستهلكين الراضين
المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت الجوال: ٢٠٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠)

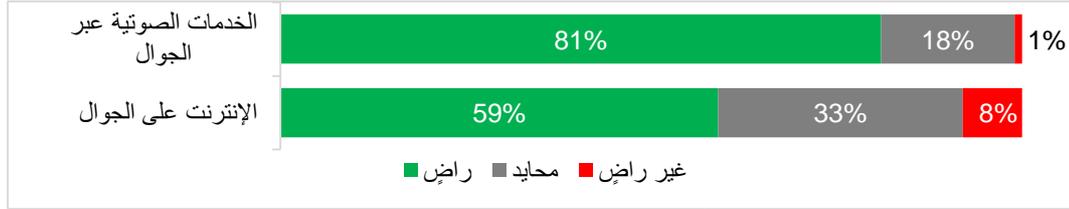
وعلاوة على ذلك، يتنوع مستوى الرضا العام عن جودة الخدمات حسب حجم المؤسسة أيضاً. حيث ترتفع نسبة الرضا في الشركات الصغيرة، نسبياً من الرضا بعكس الشركات الكبيرة (جدول ٤). ويرجع هذا إلى احتياجاتها وتوقعاتها من الخدمات المخصصة وذلك بسبب تواجدها في العديد من المواقع أو تعدد جنسياتها.

٤,٣ . تجربة العميل مع شبكة الاتصالات

من أحد العوامل الرئيسية في هذه الدراسة هو قياس تجربة العملاء مع معايير متعلقة بالشبكة مثل التغطية، الموثوقية، جودة الصوت وخدمات البيانات. وقد تم وضع النتائج والملاحظات في الأقسام التالية على مستوى عام بالإضافة إلى مستوى القطاع أينما وجدت مفارقة ذات صلة.

٤,٣,١ . تغطية الشبكة

الشكل ٧: الرضا عن تغطية الشبكة



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية على الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت الجوال: ٢٠٠) ملاحظة: قد لا يصل مجموع الأرقام إلى ١٠٠% بسبب التقريب

يتفاوت الرضا عن معايير الشبكة بشكل كبير عبر المنتجات. فبينما ترتفع نسبة الرضا عن تغطية الشبكة لتصل إلى ٨١ في المائة للخدمات الصوتية عبر الجوال، إلا أنها تنخفض إلى حد ما لتصل إلى ٥٩ في المائة للإنترنت الجوال (الشكل ٧). بالإضافة إلى ذلك، لوحظ أن شريحة (٨ في المائة) من عملاء قطاع الأعمال غير راضية عن تغطية الإنترنت الجوال في قطر.

جدول 5: الرضا عن تغطية الشبكة: حسب النشاط الاقتصادي الرئيسي

الإجمالي	الخدمات الصوتية على الجوال	الإنترنت على الجوال
٨١	٥٩	
الأنشطة الإدارية وخدمات الدعم	٥٧	٢٧
التشييد	٦٩	٧٣
التصنيع	٧٨	٤٢
التعدين واستغلال المحاجر	٤٢	٥٧
الأنشطة المتخصصة والعلمية والتقنية	٧١	٧٢
العقارات	٤٩	١٠٠
بيع السيارات بالجملة أو بالتجزئة وإصلاحها	٨٤	٦١
مجالات أخرى	٩٠	٤٨

تمثل الأرقام السابقة نسبة (%) المستهلكين الراضين المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية على الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت الجوال: ٢٠٠)

تختلف مستويات الرضا عن تغطية الشبكة عبر القطاعات الصناعة. حيث سجلت شركات التعدين واستغلال المعادن والعقارات مستويات رضا منخفضة نسبياً عن تغطية الخدمات الصوتية عبر الجوال، ويعود ذلك إلى موقع العمليات الخاص بها والذي يمتد في بعض الأحيان إلى مناطق غير مأهولة في البلاد تضم قاعدة سكانية ضعيفة في الوقت الراهن. وبالتالي، من الهام تلبية احتياجات هذه القطاعات والعمل على توفير تغطية شبكات خالية من العيوب في كافة أنحاء قطر.

جدول 6: الرضا عن تغطية الشبكة: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)

الإجمالي	الخدمات الصوتية على الجوال	الإنترنت على الجوال
٨١	٥٩	
١ - ٩ (صغيرة)	٨٤	٥٤
١٠ - ٤٩ (متوسطة)	٧٤	٥٨
٥٠ - ٢٤٩ (كبيرة)	٧٣	٧٥
أكثر من ٢٥٠ (كبيرة جداً)	٧٧	٥٦

تمثل الأرقام السابقة نسبة (%) المستهلكين الراضين المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت على الجوال: ٢٠٠)

وأوضحت نتائج الدراسة مستويات منخفضة لرضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الإنترنت الجوال بشكل عام. وبالإضافة إلى ذلك، لوحظ انخفاض مستويات الرضا بين الشركات الصغيرة (١ - ٩ موظفين) والشركات المتوسطة (١٠ - ٤٩ موظفًا).

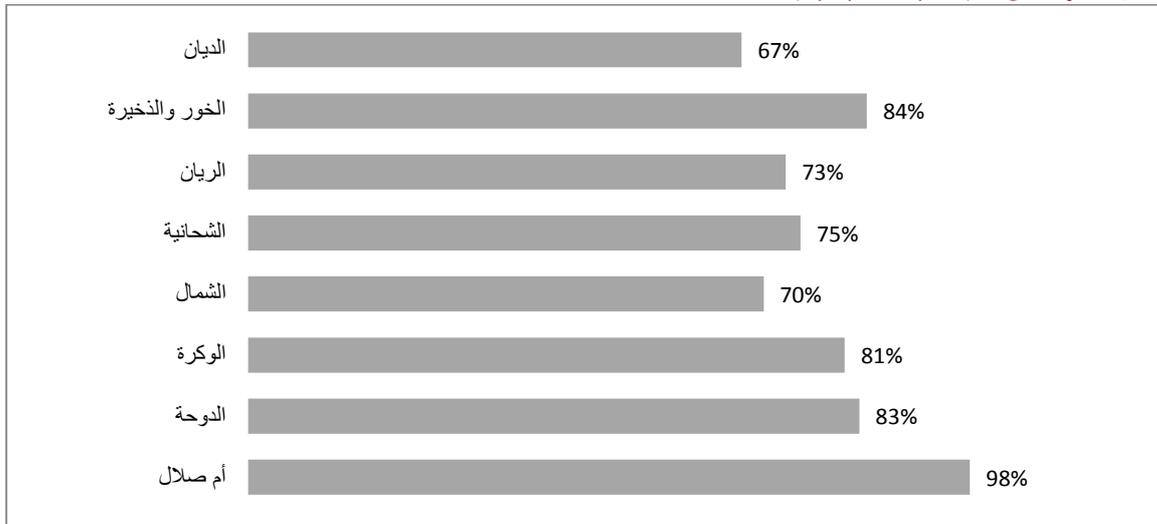
الشكل ٨: الرضا عن تغطية الشبكة: حسب مقدم الخدمة



تمثل الأرقام السابقة نسبة (%) المستهلكين الراضين
المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١

في الوقت ذاته، فإن معدل مستويات الرضا عن تغطية شبكة "Ooredoo" أعلى نسبياً من مستويات الرضا عن تغطية شبكة فودافون (الشكل ٨)

الشكل ٩: الرضا عن تغطية الشبكة: حسب البلدية



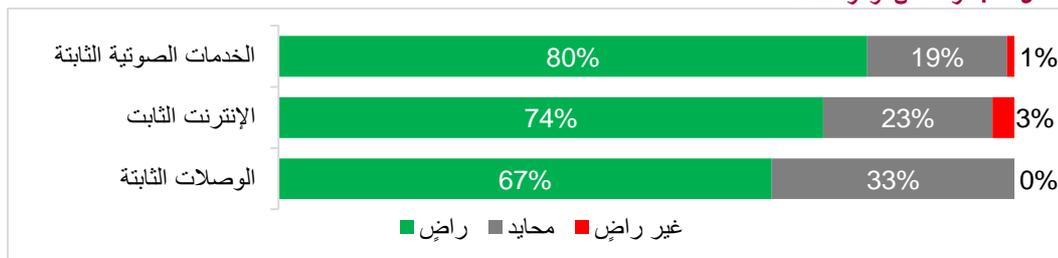
تمثل الأرقام السابقة نسبة (%) المستهلكين الراضين
المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١

تختلف مستويات الرضا عن تغطية الشبكة في المناطق الجغرافية في قطر. ويشعر عملاء قطاع الأعمال في منطقتي الضعيفين والشمال بمستويات رضا أقل لتغطية الشبكة مقارنة بغيرهما من البلديات (الشكل ٩)

٤,٣,٢ . توافر الخدمة

تم تفويض هيئة تنظيم الاتصالات بضمان توافر مجموعة كبيرة من خدمات الاتصالات في جميع أرجاء قطر .

الشكل ١٠: الرضا عن توافر الخدمة



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠)
ملاحظة: قد لا يصل مجموع الأرقام إلى ١٠٠% بسبب التقريب

وأبدى عملاء قطاع الأعمال شعورًا أكبر بالرضا عن الخدمات الصوتية الثابتة بنسبة ٨٠ في المائة مقارنة بالإنترنت الثابت وخدمات الوصلات الثابتة اللذان حظيا بنسبتي رضا ٧٤ في المائة و٦٧ في المائة على التوالي (الشكل ١٠)، إلا أنه لم يُلاحظ أي استياء حول توفر هذه الخدمات.

جدول 7: الرضا عن توافر الخدمة: حسب النشاط الاقتصادي

الوصلات الثابتة	الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	الإجمالي
٦٧	٧٤	٨١	
-	٧٧	٧١	الأنشطة الإدارية وخدمات الدعم
-	٨٧	٧٥	التشييد
-	٥٧	٦٩	التصنيع
-	٤٨	٣١	التعدين واستغلال المحاجر
-	٨٣	٧٤	الأنشطة المتخصصة والعلمية والتقنية
-	٦٣	٦٠	العقارات
-	٧	٨٥	بيع السيارات بالجملة أو بالتجزئة وإصلاحها
-	٧٤	٨٥	مجالات أخرى

تمثل الأرقام السابقة نسبة (%) المستهلكين الراضين المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠)

ساد شعور منخفض بالرضا حول توافر الخدمات الصوتية الثابتة والخدمات الصوتية المتنقلة بين قطاعات الصناعة وبشكل خاص في شركات التعدين واستغلال المحاجر (جدول 7).

وعلاوة على ذلك، يقوم ١٨ في المائة من عملاء الشركات بالنفاذ إلى الإنترنت الثابت عبر الخطوط الأرضية النحاسية ويعود ذلك إلى عدم توفر شبكات الألياف الضوئية في المناطق المتواجدة فيها. وقد يكون هذا أحد الأسباب التي أدت إلى هبوط مستويات الرضا بين هؤلاء العملاء حول توفر الخدمة إلى ٦٠ في المائة.

جدول 8: مستويات الرضا عن توافر الخدمة: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)

الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	الإجمالي
٧٤	٨١	
٧٣	٨١	١ - ٩ (صغيرة)
٧٥	٧٣	١٠ - ٤٩ (متوسطة)
٧٥	٨١	٥٠ - ٢٤٩ (كبيرة)
٧٧	٧٨	أكثر من ٢٥٠ (كبيرة جدًا)

تمثل الأرقام السابقة نسبة (%) المستهلكين الراضين المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠)

جدول 9: الرضا عن توافر الخدمة: حسب مقدم الخدمة

الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	الإجمالي
٧٤	٨١	
٧٤	٨٠	Ooredoo
٧٠	٦٨	فودافون

تمثل الأرقام السابقة نسبة (%) المستهلكين الراضين المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات 2015؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠)

وبينت نتائج الدراسة أن نسبة الرضا عن توافر الخدمات أقل بين عملاء شركة فودافون (جدول ٩). ويعد هذا الأمر متوقعاً لأن خدمات شركة فودافون في قطاع الاتصالات الثابتة تقتصر على مناطق محدودة في قطر.

جدول 9: الرضا عن توافر الخدمة: حسب البلدية

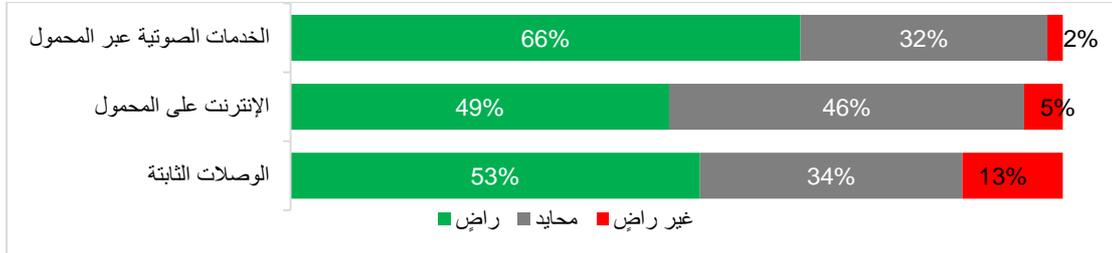
الإجمالي	الخدمات الصوتية الثابتة	الإنترنت الثابت
٨١	٨١	٧٤
٦٢	٦٢	٧٢
الظعائن	٨٧	٨٧
الخو والذخيرة	٨٢	٧٢
الريان	٨٠	٧٠
الشحانية	٨٦	٨٤
الشمال	٧٣	٨٥
الوكرة	٨١	٧٣
الدوحة	٥٩	٥٩
أم صلال		

تمثل الأرقام السابقة نسبة (%) المستفيدين الراضين
المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠)

هذا، وسجلت الإحصاءات نسبة رضا منخفضة أيضاً بين عملاء قطاع الأعمال في بلديتي الظعائن وأم صلال (جدول 9)

٤,٣,٣ موثوقية الشبكة

الشكل 11: الرضا عن موثوقية وكفاءة الشبكة



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت على الجوال: ٢٠٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠)
ملاحظة: قد لا يصل مجموع الأرقام إلى ١٠٠% بسبب التقريب

وتتفاوت درجات الرضا عن موثوقية وكفاءة الشبكة عبر الخدمات المختلفة بين عملاء قطاع الأعمال. فقد أشارت نتائج الدراسة إلى انخفاض نسبة الرضا بين عملاء قطاع الأعمال حيث وصلت النسبة إلى ٤٩ في المائة، وعلى الرغم من قلة استخدام الوصلات الثابتة إلا أن ١٣ في المائة فقط من المستخدمين غير راضين عن خدمات الوصلات الثابتة.

جدول 10: الرضا عن موثوقية وكفاءة الشبكة: حسب النشاط الاقتصادي الرئيسي

الإجمالي	الخدمات الصوتية عبر الجوال	الإنترنت على الجوال
٦٦	٦٦	٤٩
الأنشطة الإدارية وخدمات الدعم	٥٧	٤٤
التشييد	٥٦	٢٦
التصنيع	٤٢	٧٠
التعدين واستغلال المحاجر	٦٣	٤٦
الأنشطة المتخصصة والعلمية والتقنية	٦١	١٠٠
العقارات	٦٥	١٠٠
بيع السيارات بالجملة أو بالتجزئة وإصلاحها	٧٢	٦٣
مجالات أخرى	٧١	٦٢

تمثل الأرقام السابقة نسبة (%) المستهلكين الراضين المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت على الجوال: ٢٠٠)

وحول كفاءة وموثوقية الإنترنت الجوال، فقد تفاوتت نسبة الرضا بشكل كبير عبر قطاعات مثل الخدمات الإدارية، خدمات الدعم، خدمات التشييد، والتعدين واستغلال المحاجر، حيث سجلت درجات منخفضة نسبياً. (جدول ١١).

جدول 11: الرضا عن موثوقية وكفاءة الشبكة: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)

الإجمالي	الخدمات الصوتية عبر الجوال	الإنترنت الجوال
٦٦	٦٦	٤٩
١ - ٩ (صغيرة)	٦٧	٥٦
١٠ - ٤٩ (متوسطة)	٦٣	٤٦
٥٠ - ٢٤٩ (كبيرة)	٦٤	٣٨
أكثر من ٢٥٠ (كبيرة جداً)	٦٢	٤٧

تمثل الأرقام السابقة نسبة (%) المستهلكين الراضين المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت على الجوال: ٢٠٠)

بالإضافة إلى ذلك، يؤثر حجم المؤسسة بشكل كبير على مستوى الرضا عن "موثوقية وكفاءة الإنترنت الجوال"، والتي لوحظ انخفاض نسبة الرضا عنها بين الشركات الكبيرة التي تضم ٥٠ - ٢٤٩ موظفًا (جدول 11).

جدول 12: الرضا عن كفاءة الشبكة: حسب شركة الاتصالات

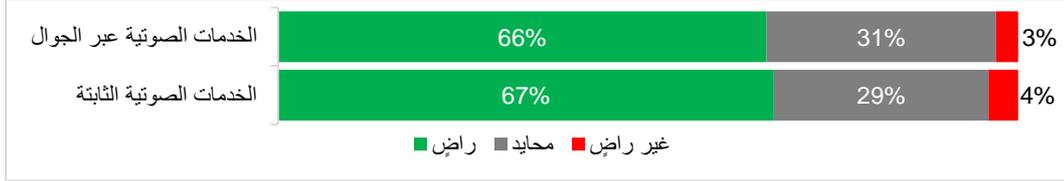
الإجمالي	الخدمات الصوتية عبر الجوال
٦٦	٦٦
Ooredoo	٦٤
فودافون	٧٣

تمثل الأرقام السابقة نسبة (%) المستهلكين الراضين المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١)

وعلى عكس توفر الخدمة، فقد سجلت نسبة الرضا عن الخدمات الصوتية عبر الجوال من فودافون نسبة أعلى حيث وصلت إلى ٧٣ في المائة مقارنة بالخدمات الصوتية عبر الجوال من Ooredoo والتي وصلت إلى ٦٤ في المائة (جدول 12).

٤,٣,٤. جودة الصوت ووضوحه

الشكل ١٢: الرضا عن جودة الصوت ووضوحه



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠) ملاحظة: قد لا يصل مجموع الأرقام إلى ١٠٠% بسبب التقريب

عبر ما يقرب من ثلثي عملاء قطاع الأعمال عن رضاهم عن جودة الصوت ووضوحه في كل من الخدمات الصوتية عبر الجوال والخدمات الصوتية الثابتة، ولم يعرب سوى عدد ضئيل جداً من العملاء عن عدم رضاهم عن هذه الخدمات؛ بنسبتي ٣ في المائة و٤ في المائة على التوالي (الشكل ١٢: الرضا عن جودة الصوت ووضوحها الشكل ١٢).

جدول 13: الرضا عن جودة الصوت ووضوحه: حسب النشاط الاقتصادي الرئيسي

الخدمات الصوتية الثابتة	الخدمات الصوتية عبر الجوال	الإجمالي
٦٧	٦٦	
		الأنشطة الإدارية وخدمات الدعم
٦٠	٣٤	
٤١	٤٥	التشييد
٤٨	٤٣	التصنيع
٧٤	٧٦	التعدين واستغلال المحاجر
٨١	٦٢	الأنشطة المتخصصة والعلمية والتقنية
٧٨	٥٣	العقارات
٧٠	٧٤	بيع السيارات بالجملة أو بالتجزئة وإصلاحها
٧٧	٧٦	مجالات أخرى

تمثل الأرقام السابقة نسبة (%) المستفيدين الراضين المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠)

وكشفت نتائج الدراسة عن انخفاض مستوى الرضا عن خدمات جودة الصوت ووضوحها (جدول 13) إلى حد ما بين شركات التشييد وقطاع التصنيع، وأرجعت هذا إلى عوامل مثل المواقع المؤقتة للشركة والتي تحتاج إلى تغيير متكرر للاتصالات أو سوء تغطية شبكة الجوال، في حين يرجع سبب انخفاض معدل الرضا بين شركات الخدمات الإدارية والدعم إلى وجودها وموقعها في المباني التي لا يوجد بها تقوية للإشارة.

جدول 15: الرضا عن جودة الصوت ووضوحه: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)

الخدمات الصوتية الثابتة	الخدمات الصوتية عبر الجوال	الإجمالي
٦٧	٦٦	
		١ - ٩ (صغيرة)
٧١	٦٨	
٦٢	٦٢	١٠ - ٤٩ (متوسطة)
٤٨	٥٦	٥٠ - ٢٤٩ (كبيرة)
٥٥	٦٧	أكثر من ٢٥٠ (كبيرة جداً)

تمثل الأرقام السابقة نسبة (%) المستفيدين الراضين المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠)

تمت ملاحظة انخفاض معدل الرضا عن جودة الصوت ووضوحه بين الشركات التي تضم ٥٠ - ٢٤٩ موظفاً. قد تكون متطلباتهم من الخدمة محددة، وربما يوفر مقدمي الخدمات حلولاً مخصصة قليلة أو محدودة للعملاء في هذا القطاع.

جدول 14: الرضا عن جودة الصوت ووضوحه: حسب شركة الاتصالات

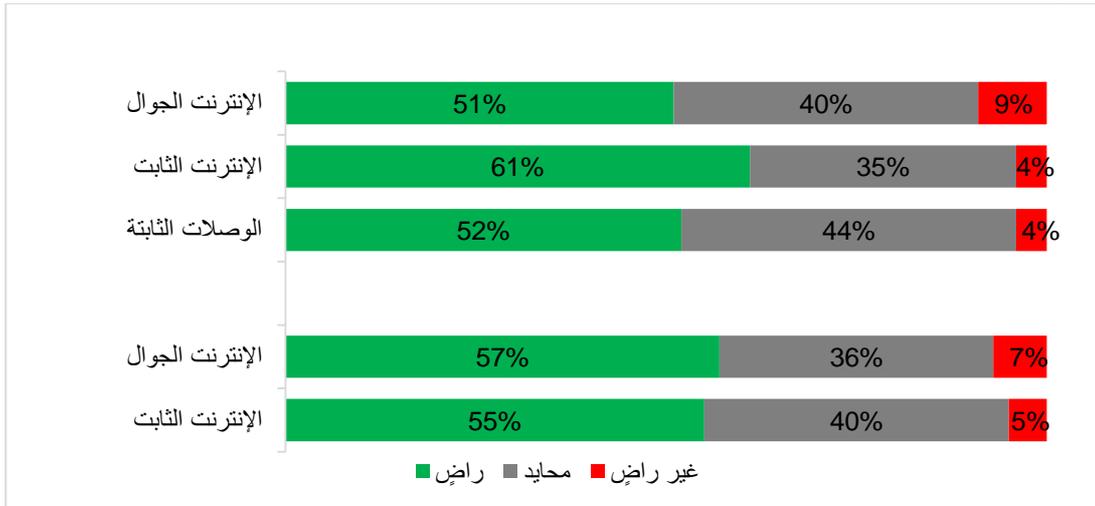
الخدمات الصوتية عبر الجوال	
الإجمالي	٦٦
Ooredoo	٦٥
فودافون	٦٩

تمثل الأرقام السابقة نسبة (%) المستهلكين الراضين المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة العدد = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١)

ويعد مستوى الرضا عن جودة الصوت ووضوحه إمامثل إلى حد كبير لكل من Ooredoo وفودافون، ويعتبر معدل الرضا متوسطاً لمقدمي الخدمة. هذا ويتطلب المزيد من التحسين.

٤,٣,٥ . سرعة خدمات البيانات وجودة الفيديو

الشكل ١٣: الرضا عن سرعة خدمات البيانات وجودة الفيديو



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الإنترنت الجوال: ٢٠٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠) ملاحظة: قد لا يصل مجموع الأرقام إلى ١٠٠% بسبب التقريب

ويتفاوت رضا عملاء قطاع الأعمال حول سرعة خدمات البيانات بتنوع واختلاف المنتجات والخدمات. وتتنخفض نسبة الرضا عن خدمات الإنترنت الجوال مقارنة بخدمات الإنترنت الثابت، وقد يرجع ذلك إلى التغطية الجغرافية المتفاوتة للإنترنت الجوال في البلاد أو إلى مكان نقطة الوصول مثل قبو أو طابق مرتفع جداً.

جدول 15: الرضا عن سرعة خدمات البيانات: حسب النشاط الاقتصادي الرئيسي

الإجمالي	الإنترنت الجوال	الإنترنت الثابت
٥١	٦١	
الأنشطة الإدارية وخدمات الدعم	٥٤	٤٦
التشييد	٤٤	٣٦
التصنيع	٥٩	٧٣
التعدين واستغلال المحاجر	٥٩	٥٥
الأنشطة المتخصصة والعلمية والتقنية	٨١	٨٣
العقارات	١٠٠	٦٦
بيع السيارات بالجملة أو بالتجزئة وإصلاحها	٣٧	٦٦
مجالات أخرى	٥٩	٦٥

تمثل الأرقام السابقة نسبة (%) المستهلكين الراضين المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الإنترنت الجوال: ٢٠٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠)

ومن الملاحظ من خلال (جدول ١٧) أن مستوى الرضا عن خدمات البيانات (الإنترنت الجوال أو الثابت) منخفضة بين الشركات الموجودة في مجال التشييد.

جدول 16: الرضا عن سرعة خدمات البيانات: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)

الإجمالي	الإنترنت الجوال	الإنترنت الثابت
٥١	٦١	
١ - ٩ (صغيرة)	٤٤	٦٧
١٠ - ٤٩ (متوسطة)	٦٠	٥٢
٥٠ - ٢٤٩ (كبيرة)	٥٠	٦٠
أكثر من ٢٥٠ (كبيرة جداً)	٥٧	٤٤

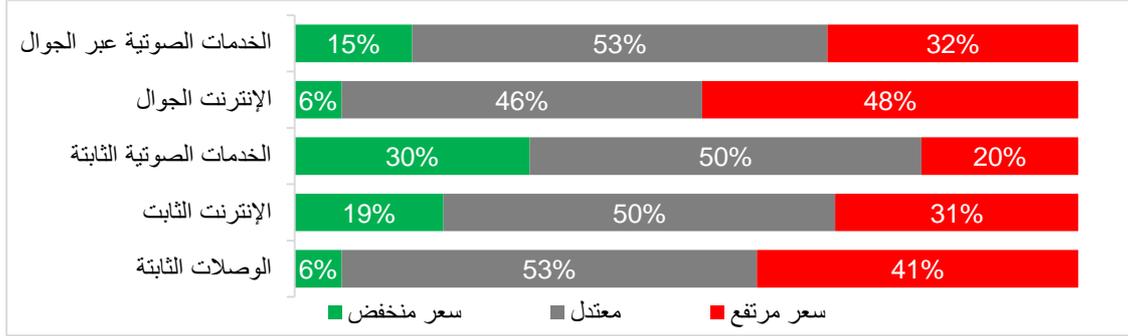
تمثل الأرقام السابقة نسبة (%) المستهلكين الراضين المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الإنترنت الجوال: ٢٠٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠)

وقد قامت الدراسة الاستطلاعية بقياس نسبة الرضا عن سرعة خدمات البيانات، وأكدت الإحصاءات أنه في حين انخفضت نسبة الرضا عن سرعة خدمات البيانات للإنترنت الثابت في الشركات الكبيرة، فإن نسبة الرضا عن سرعة خدمات البيانات للإنترنت الجوال انخفضت في الشركات الصغيرة (١ - ٩ موظفين) (جدول 16). قد يُعزى انخفاض نسبة الرضا عن خدمة الإنترنت الثابت بين الشركات الكبيرة إلى حاجة تلك الشركات لزيادة سرعة الإنترنت، أما انخفاض نسبة الرضا عن سرعة البيانات على الجوال بين الشركات الصغيرة يعزى إلى موقع الشركة، والتي تكون في الكثير من الأحيان في مناطق تفتقر إلى التغطية الجيدة أو في مبانٍ غير مجهزة بأجهزة تقوية لإشارة الجوال .

٤.٤. تصورات عملاء قطاع الأعمال تجاه الأسعار

و طبقاً للسلطة المخولة لهيئة تنظيم الاتصالات، ينبغي توفير خدمات الاتصالات لعملاء قطاع الأعمال بأسعار معقولة. وعليه، ترى هيئة تنظيم الاتصالات أنه من الهام فهم تصور العملاء تجاه أسعار خدمات الاتصالات في قطر، واتخاذ الخطوات اللازمة لضمان حصول الشركات على خدمات اتصالات متميزة بأسعار معقولة، وذلك لتكون قادرة على المنافسة عالمياً.

الشكل ١٤ : التصور العام تجاه الأسعار



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت الجوال: ٢٠٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠) ملاحظة: قد لا يصل مجموع الأرقام إلى ١٠٠% بسبب التقريب

يرى غالبية العملاء من قطاع الأعمال أن الأسعار بوجه عام معتدلة عبر مختلف المنتجات، إلا أن هناك عدد كبير منهم يرى أن الأسعار مرتفعة عبر كافة خدمات الاتصالات (الشكل ١٤)

جدول 17 : التصور تجاه الأسعار: وضع المعايير على مستوى الدولة

مستهلكي الإمارات العربية المتحدة	مستهلكي سنغافورة*	مستهلكي أستراليا	مستهلكي المملكة المتحدة	قطر -مستهلكي قطاع الأعمال	
غير منطبق	٦٤	٧٢	غير منطبق	٦٨	الخدمات الصوتية عبر الجوال
غير منطبق	٦١	٦٣	غير منطبق	٥٢	الإنترنت الجوال
غير منطبق	٧٠	٧٢	غير منطبق	٨٠	الخدمات الصوتية الثابتة
غير منطبق	٦٤	٦٣	غير منطبق	٦٩	الإنترنت الثابت
غير منطبق			غير منطبق	٥٩	الوصلات الثابتة

تمثل الأرقام السابقة الخاصة بقطر أسعار منخفضة للغاية/ منخفضة/ معتدلة

تمثل الأرقام الخاصة بأستراليا نسبة (%) العملاء الراضين

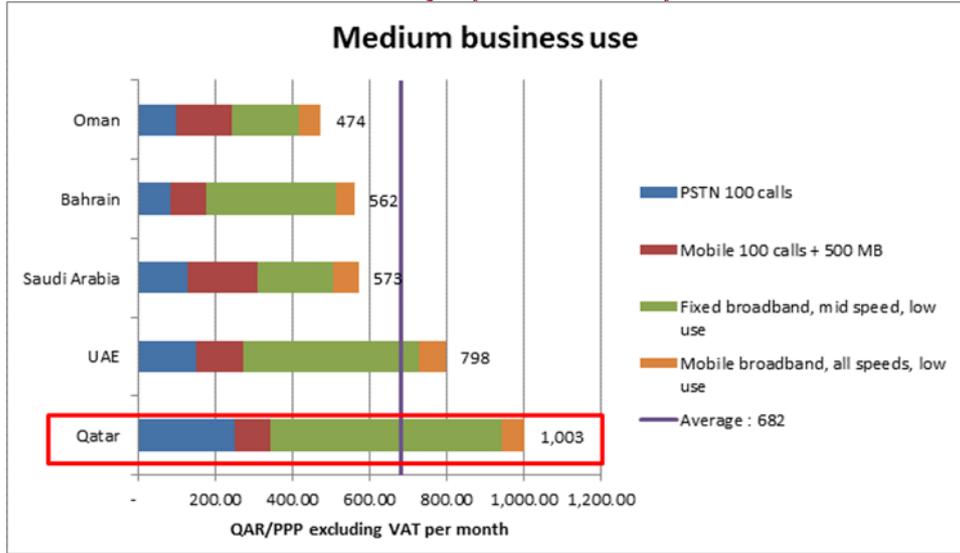
المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت على الجوال: ٢٠٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠)

* تمت معايرة معايير سنغافورة من المتوسط

يعد تصور عملاء قطاع الأعمال للأسعار في قطر مماثلاً لتصور العملاء في أستراليا وسنغافورة (جدول 17).

وعلاوة على ذلك، فقد كشفت إحدى الدراسات الداخلية التي أجرتها هيئة تنظيم الاتصالات، على معايير تسعير خدمات الاتصالات في دولة قطر لاستخدام الشركات المتوسطة لتلك الخدمات عن أن قطر هي الأكثر تكلفة بين دول مجلس التعاون الخليجي.

الشكل ١٥: مقارنة أسعار الاتصالات في قطر: نتيجة سلة إجمالي قطاع الأعمال



يتفاوت مستوى الرضا عن الأسعار بشكل كبير حسب حجم المؤسسة. وحول خطوط المنتجات، فإن الشركات الكبيرة (أكثر من ٢٥٠ موظفًا) ترى أن الخدمات مرتفعة الأسعار مقارنة بالشركات التي تضم أعداداً أقل من الموظفين (جدول 18). وقد يتأثر هذا التصور بشكل إيجابي من خلال تقديم أسعار مخفضة، لأن الشركات الكبيرة تكون في الأغلب من أكثر مستهلكي خدمات الاتصالات.

جدول 18: التصور تجاه الأسعار: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)

الإجمالي	الخدمات الصوتية عبر الجوال	الخدمات الصوتية الثابتة	الخدمات الصوتية الثابتة	الإنترنت الجوال	الإنترنت الثابت	الوصلات الثابتة
٦٨	٥٢	٨٠	٦٩	٥٩		
٩ - ١ (صغيرة)	٧٠	٤٦	٨٦	٧٦		
٤٩ - ١٠ (متوسطة)	٦٥	٥٩	٧٥	٦٧		
٢٤٩ - ٥٠ (كبيرة)	٥٧	٥٩	٥٤	٥٠		
أكثر من ٢٥٠ (كبيرة جدًا)	٤٤	٤٤	٤٥	٥٥		

المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت الجوال: ٢٠٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠) تمثل الأرقام نسبة (%) عملاء قطاع الأعمال الذين يرون أسعار خدمات الاتصالات من معدلة إلى منخفضة.

يتفاوت التصور تجاه الأسعار حسب نوع المجال أو الصناعة، حيث يجد عملاء قطاعات التعدين واستغلال المحاجر أن أسعار خدمات الاتصالات في قطر مرتفعة (جدول ٢١) وذلك بالنظر إلى درجات الرضا المنخفضة فيما يتعلق بجودة، وضوح، كفاءة وموثوقية خدمات الاتصالات بالتزامن مع انخفاض درجات الرضا عن أسعار خدمات الاتصالات. ويتعين على مقدمي الخدمات النظر بشكل خاص في تطوير حلول للشركات التي تحتاج إلى الاتصال في المواقع النائية مثل مواقع البناء.

جدول 19 : التصور تجاه الأسعار: حسب النشاط الاقتصادي الرئيسي

الخدمات الصوتية عبر الجوال	الإنترنت الجوال	الخدمات الصوتية الثابتة	الإنترنت الثابت	الوصلات الثابتة	الإجمالي
٦٨	٥٢	٨٠	٦٩	٥٩	
٦٨	٦٦	٨٥	٧١	-	الأنشطة الإدارية وخدمات الدعم
٣٥	٤٣	٣٣	٢٢	-	التشييد
٧١	٥٧	٧٢	٨٠	-	التصنيع
٣٧	٦٠	٥٣	٥٧	-	التعدين استغلال المحاجر
٨٨	٨١	٩٧	٩٦	-	الأنشطة المتخصصة والعلمية والتقنية
٤٨	١٠٠	٦٦	٦٤	-	العقارات
٦٧	٤٩	٩٠	٨١	-	بيع السيارات بالجملة أو بالتجزئة وإصلاحها
٨٤	٥٩	٨٩	٧١	-	مجالات أخرى

المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت الجوال: ٢٠٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠) تمثل الأرقام نسبة (%) عملاء قطاع الأعمال الذين يرون أسعار خدمات الاتصالات من معتدلة إلى منخفضة

جدول 20 : التصور تجاه الأسعار: حسب شركة الاتصالات

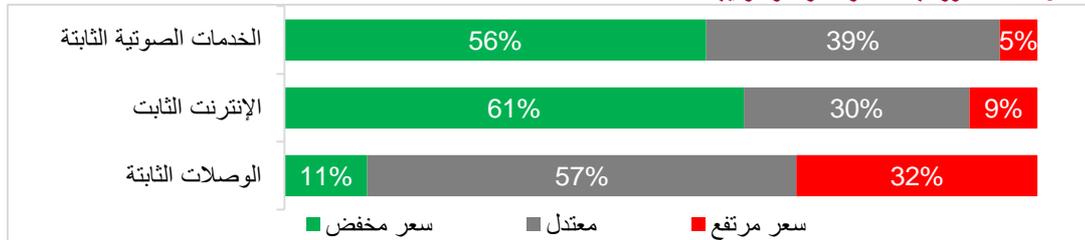
الخدمات الصوتية عبر الجوال	الإجمالي
٦٨	
٦٦	Ooredoo
٧٦	فودافون

المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١) تمثل الأرقام نسبة (%) عملاء قطاع الأعمال الذين يرون أسعار خدمات الاتصالات من معتدلة إلى منخفضة

٤,٤,١. التصور تجاه تكلفة الشراء والتركيب

يرى أغلبية عملاء قطاع الأعمال أن تكاليف شراء و تركيب الخدمات تتراوح ما بين معتدلة إلى منخفضة حيث سجلت الخدمات الصوتية الثابتة (٩٥ في المائة) والإنترنت الثابت (٩١ في المائة) مقارنة بخدمات الوصلات الثابتة (٦٢ في المائة). وهناك تصور بين ٣٢ في المائة تقريباً من العملاء بأن تكلفة الشراء والتركيب بالنسبة لخدمات الوصلات الثابتة مرتفعة للغاية. (الشكل ١٦).

الشكل ١٦ : التصور تجاه أسعار الشراء والتركيب



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠) ملاحظة: قد لا يصل مجموع الأرقام إلى ١٠٠% بسبب التقريب

جدول 21: التصور تجاه أسعار الشراء والتركيب: حسب النشاط الاقتصادي الرئيسي

الإجمالي	الخدمات الصوتية الثابتة	الإنترنت الثابت
٩٥	٩١	
الأنشطة الإدارية وخدمات الدعم	١٠٠	٩٨
التشييد	٨٠	٨٣
التصنيع	٩١	٨٩
التعدين واستغلال المحاجر	٧١	٧٤
الأنشطة المتخصصة والعلمية والتقنية	١٠٠	٩٦
العقارات	٧٨	٨٠
بيع السيارات بالجملة أو بالتجزئة وإصلاحها	١٠٠	٩٨
مجالات أخرى	٩٦	٨٧

المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية الثابتة: ٤٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠) تمثل الأرقام نسبة (%) عملاء قطاع الأعمال الذين يرون أسعار خدمات الاتصالات من معتدلة إلى منخفضة.

جدول 22: التصور تجاه أسعار الشراء والتركيب: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)

الإجمالي	الخدمات الصوتية الثابتة	الإنترنت الثابت
٩٥	٩١	
١ - ٩ (صغيرة)	٨٦	٧٦
١٠ - ٤٩ (متوسطة)	٧٥	٦٧
٥٠ - ٢٤٩ (كبيرة)	٥٤	٥٠
أكثر من ٢٥٠ (كبيرة جداً)	٤٥	٥٥

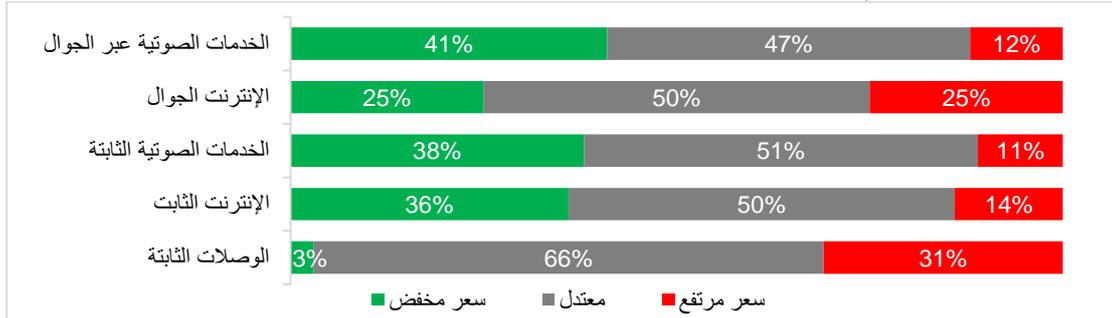
المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية الثابتة: ٤٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠) تمثل الأرقام نسبة (%) عملاء قطاع الأعمال الذين يرون أسعار خدمات الاتصالات من معتدلة إلى منخفضة.

ووفقاً لنتائج الدراسة، ترى المؤسسات الكبيرة (التي تضم أكثر من ٢٥٠ موظفاً) أن أسعار الخدمات الصوتية الثابتة وخدمة الإنترنت الثابت مرتفعة، كما تشعر هذه المؤسسات أيضاً أن تكلفة الشراء والتركيب أعلى لكلتا الخدمتين (جدول 22). ويبدو أن المؤسسات الكبيرة تتوقع توفير حلول مخصصة لها، والتي قد لا تكون فعالة من حيث التكلفة.

٤,٤,٢. التصور تجاه الرسوم الشهرية للخدمات

يحد أغلبية العملاء أن أسعار القيمة الشهرية لأغلبية منتجات الاتصالات تتفاوت ما بين معتدلة إلى منخفضة. وعلى الرغم من ذلك، يشعر ٢٥ في المائة من عملاء قطاع الأعمال أن القيمة الشهرية بالنسبة للإنترنت الجوال مرتفعة للغاية، بينما يجد ١٣ في المائة من العملاء أن القيمة الشهرية للوصلات الثابتة مرتفعة إلى حد ما.

الشكل ١٧: التصور تجاه الرسوم الشهرية لاستئجار الخدمة



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت الجوال: ٢٠٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠) ملاحظة: قد لا يصل مجموع الأرقام إلى ١٠٠% بسبب التقريب

وتعتقد المؤسسات الكبرى أن رسوم الاستئجار الشهرية للخدمات مرتفعة مقارنة بالخدمات الصوتية الثابتة وخدمات الإنترنت الثابت (جدول 23). وما يساعد على خلق هذا التصور هو توفير الحلول المخصصة التي تزيد تكلفتها بالإضافة إلى التوقع الكبير الحصول على رسوم مخفضة على النفقات الكبيرة.

جدول 23: التصور تجاه رسوم الاستئجار الشهري للخدمات: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)

الإجمالي	الخدمات الصوتية عبر الجوال	الإنترنت الجوال	الخدمات الصوتية الثابتة	الإنترنت الثابت
٨٨	٧٥	٨٩	٨٦	
٩ - ١ (صغيرة)	٨٩	٧٠	٩١	٩١
٤٩ - ١٠ (متوسطة)	٨٨	٧٥	٨٨	٨١
٢٤٩ - ٥٠ (كبيرة)	٨٤	٨٩	٨٧	٨٠
أكثر من ٢٥٠ (كبيرة جداً)	٨٨	٧٤	٧١	٧٦

المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت الجوال: ٢٠٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠) تمثل الأرقام نسبة (%) عملاء قطاع الأعمال الذين يرون أسعار خدمات الاتصالات من معتدلة إلى منخفضة

جدول 24: التصور تجاه رسوم الاستئجار الشهري للخدمات: حسب النشاط الاقتصادي الرئيسي

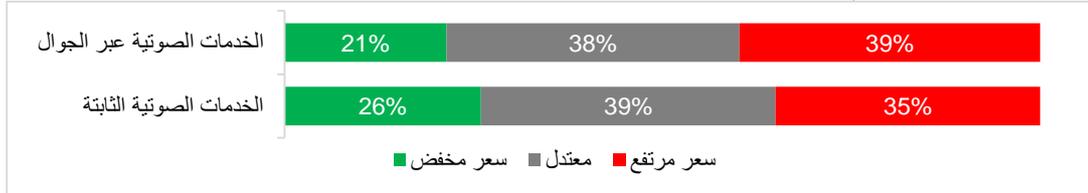
الإجمالي	الخدمات الصوتية عبر الجوال	الإنترنت الجوال	الخدمات الصوتية الثابتة	الإنترنت الثابت
٨٨	٧٥	٨٩	٨٦	
الأنشطة الإدارية والخاصة بخدمات الدعم	٩٧	٦٦	٩٧	٨٧
التشييد	٧٨	٧٣	٨٧	٨٨
التصنيع	٩٠	٦٩	٨٩	٧٨
التعدين واستخراج الحجارة	٧٤	٧٣	٥٩	٦٠
الأنشطة المتخصصة والعلمية والتقنية	٩٧	١٠٠	٩٩	٩٥
العقارات	٥٥	١٠٠	٦٩	٧٠
بيع السيارات بالجملة أو بالتجزئة وإصلاحها	٨٥	٥٢	٨٧	٩٤
مجالات أخرى	٩٧	٩٢	٩١	٨٣

المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت الجوال: ٢٠٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠) تمثل الأرقام نسبة (%) عملاء قطاع الأعمال الذين يرون أسعار خدمات الاتصالات من معتدلة إلى منخفضة

٤,٤,٣. التصور تجاه رسوم المكالمات الدولية

ترى نسبة كبيرة من العملاء أن رسوم المكالمات الدولية باهظة للغاية بالنسبة لكل من عملاء الخدمات الصوتية عبر الجوال (٣٩ في المائة) وعملاء الخدمات الصوتية الثابتة (٣٥ في المائة) (الشكل ١٨).

الشكل ١٨: التصور تجاه رسوم المكالمات الدولية



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠)
ملاحظة: قد لا يصل مجموع الأرقام إلى ١٠٠% بسبب التقريب

جدول 25: التصور تجاه رسوم المكالمات الدولية: حسب حجم المؤسسة

الخدمات الصوتية الثابتة	الخدمات الصوتية عبر الجوال	الإجمالي
٦٥	٦١	
		١ - ٩ (صغيرة)
٦٣	٥٩	١٠ - ٤٩ (متوسطة)
٦٩	٦٠	٥٠ - ٢٤٩ (كبيرة)
٦٩	٦٧	أكثر من ٢٥٠ (كبيرة جداً)
٧٨	٧٩	

المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠)
تمثل الأرقام نسبة (%) عملاء قطاع الأعمال الذين يرون أسعار خدمات الاتصالات من معتدلة إلى منخفضة

جدول 26: التصور تجاه رسوم المكالمات الدولية: حسب النشاط الاقتصادي الرئيسي

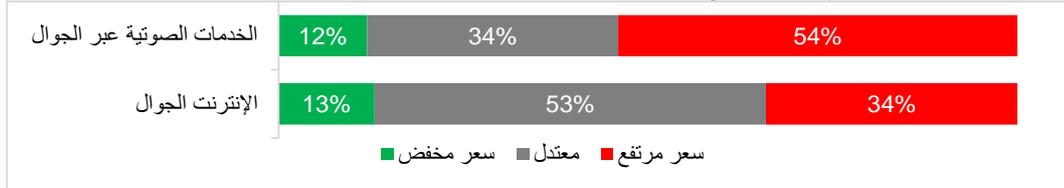
الخدمات الصوتية الثابتة	الخدمات الصوتية عبر الجوال	الإجمالي
٦٥	٦١	
		الأنشطة الإدارية وخدمات الدعم
٧٣	٥٣	التشييد
٨١	٨٤	التصنيع
٥٣	٨٦	التعدين واستغلال المحاجر
٦٩	٤٥	الأنشطة المتخصصة والعلمية والتقنية
٨٨	٨٩	العقارات
٦١	٥٥	بيع السيارات بالجملة أو بالتجزئة وإصلاحها
٨٠	٤٣	مجالات أخرى
٥٣	٧٦	

المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠)
تمثل الأرقام نسبة (%) عملاء قطاع الأعمال الذين يرون أسعار خدمات الاتصالات من معتدلة إلى منخفضة

٤.٤.٤. التصور تجاه رسوم التجوال الدولي

يرى أغلبية عملاء قطاع الأعمال أن رسوم التجوال الدولي مرتفع نسبياً لكل من الخدمات الصوتية وخدمات الإنترنت، ولا سيما الخدمات الصوتية حيث ترى نسبة ٥٤ في المائة ذلك (الشكل ٢٠). ويشعر عملاء قطاع الأعمال من الشركات الصغيرة والمتوسطة بشكل خاص أن رسوم التجوال الدولي مرتفعة، وقد يرجع هذا إلى استخدامهم المحدود للتجوال الدولي مقارنة بالشركات الكبيرة التي ترى أن الأسعار مقبولة.

الشكل ١٩: التصور تجاه رسوم التجوال الدولي



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت الجوال: ٢٠٠) ملاحظة: قد لا يصل مجموع الأرقام إلى ١٠٠% بسبب التقريب

جدول 27: التصور تجاه رسوم التجوال الدولي: حسب حجم المؤسسة

الإجمالي	الخدمات الصوتية عبر الجوال	الإنترنت الجوال
٤٦	٤٦	٧٦
١ - ٩ (صغيرة)	٤٤	٥٢
١٠ - ٤٩ (متوسطة)	٤٦	٧٤
٥٠ - ٢٤٩ (كبيرة)	٥٨	٧٩
أكثر من ٢٥٠ (كبيرة جداً)	٥٨	٧٧

المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت على الجوال: ٢٠٠) تمثل الأرقام نسبة (%) عملاء قطاع الأعمال الذين يرون أسعار خدمات الاتصالات من معتدلة إلى منخفضة

جدول 28: التصور تجاه رسوم التجوال الدولي: حسب النشاط الاقتصادي الرئيسي

الإجمالي	الخدمات الصوتية عبر الجوال	الإنترنت الجوال
٤٦	٤٦	٧٦
الأنشطة الإدارية وخدمات الدعم	٥٢	٨٣
التشييد	٩٠	٧٧
التصنيع	٣٨	٥١
التعدين واستغلال المحاجر	٧٠	٧١
الأنشطة المتخصصة والعلمية والتقنية	٤٧	٧٤
العقارات	٤٠	١٠٠
بيع السيارات بالجملة أو بالتجزئة وإصلاحها	٢٥	٦١
مجالات أخرى	٧٢	٥٣

المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت الجوال: ٢٠٠) تمثل الأرقام نسبة (%) عملاء قطاع الأعمال الذين يرون أسعار خدمات الاتصالات من معتدلة إلى منخفضة

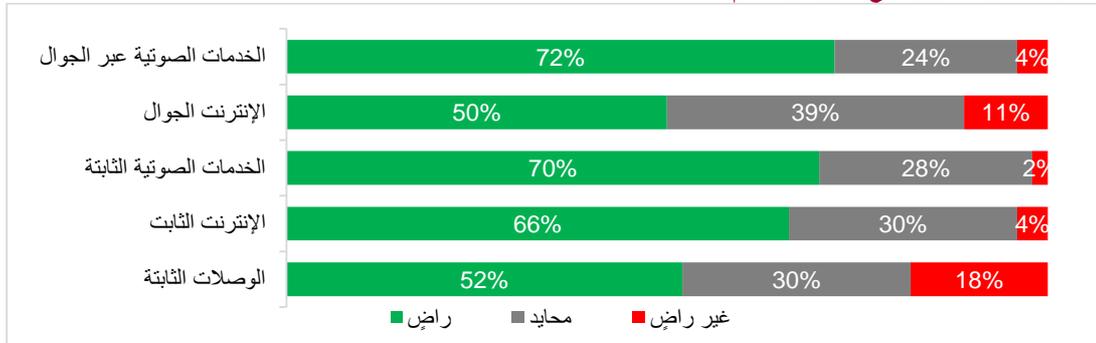
٤,٥. تصور عملاء قطاع الأعمال تجاه خطط/ تعرفه الرسوم

يؤثر تصور عملاء قطاع الأعمال تجاه خطط ورسوم التعرفه على معدل الرضا العام عن الخدمات المتوفرة في دولة قطر، ولذلك وجب فهم تصورهم تجاه هذه المعايير.

٤,٥,١. التصور تجاه الشروط والأحكام الواضحة

يُبدى عملاء قطاع الأعمال رأي إيجابي في شروط وأحكام أغلب خطط أسعار الخدمات المختلفة، إلا أن ١٨ في المائة من المستخدمين يشعرون بعدم الرضا عن خدمات الوصلات الثابتة، مما يتعين معالجته والاهتمام به. وبالنسبة لعملاء قطاع الأعمال الذين يستخدمون الإنترنت الجوال لأغراض العمل، فقد أبدوا أيضاً شعورهم بعدم الرضا عن وضوح الشروط والأحكام، وقد لوحظ هذا بشكل خاص بين الشركات الصغيرة.

الشكل ٢٠: الرضا عن وضوح الشروط والأحكام



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت الجوال: ٢٠٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠) ملاحظة: قد لا يصل مجموع الأرقام إلى ١٠٠% بسبب التقريب

جدول ٢٩: الرضا عن وضوح الشروط والأحكام: حسب حجم المؤسسة

الوصلات الثابتة	الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	الإنترنت الجوال	الخدمات الصوتية عبر الجوال	الإجمالي
٥٢	٦٦	٧٠	٥٠	٧٢	
-	٧٠	٧٢	٤٤	٧٥	٩ - ١ (صغيرة)
-	٦٣	٦٩	٥٤	٦٧	٤٩ - ١٠ (متوسطة)
-	٥٥	٥٨	٥٠	٦٣	٢٤٩ - ٥٠ (كبيرة)
-	٥٦	٥٨	٦٤	٦٢	أكثر من ٢٥٠ (كبيرة جداً)

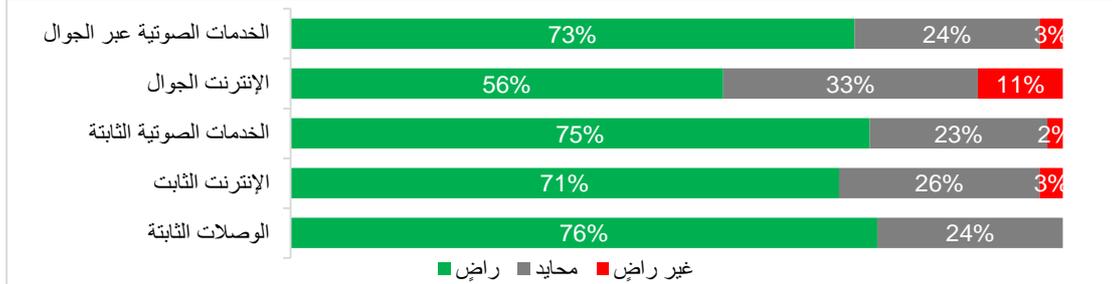
تمثل الأرقام السابقة نسبة (%) المستفيدين الراضين
المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت الجوال: ٢٠٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠)

٤,٥,٢. التصور تجاه شفافية الأسعار

عبر أغلبية عملاء قطاع الأعمال في قطر عن شعورهم بالرضا عن شفافية الأسعار عبر مختلف منتجات وخدمات الاتصالات. في حين تم تسجيل استياء طفيف بين عملاء الإنترنت الجوال حيث أشار (١١ في المائة) إلى أن الأسعار يجب أن تكون أكثر شفافية (الشكل ١٩)، وقد لوحظ هذا بين الشركات الكبيرة (جدول ٣٠) مما يشير إلى أن أسعار الحلول المخصصة يجب أن تكون أكثر وضوحاً لعملاء قطاع الأعمال. وفي الوقت ذاته، ترى الشركات المتوسطة (٥٠ - ٢٤٩ موظفاً) والشركات الكبيرة (أكثر من ٢٥٠ موظفاً) أن شفافية أسعار الخدمات عبر الجوال وخدمات البيانات منخفضة

(جدول 32). كما تحتاج هذه الشركات إلى المزيد من الشفافية، حيث تحتاج إلى التدقيق في تكاليف الاتصالات للحفاظ على ميزانية نفقاتها .

الشكل 21: الرضا عن شفافية الأسعار



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت الجوال: ٢٠٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠) ملاحظة: قد لا يصل مجموع الأرقام إلى ١٠٠% بسبب التقريب

جدول 30: الرضا عن شفافية الأسعار: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)

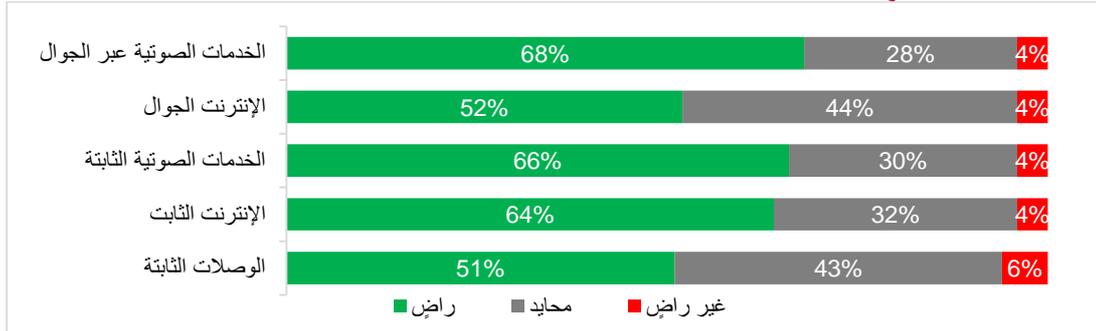
الإجمالي	الخدمات الصوتية عبر الجوال	الإنترنت الجوال	الخدمات الصوتية الثابتة	الإنترنت الثابت	الوصلات الثابتة
٧٣	٥٦	٧٥	٧١	٧٦	
١ - ٩ (صغيرة)	٧٧	٦٦	٧٨	٧٩	-
١٠ - ٤٩ (متوسطة)	٧٠	٤٦	٦٦	٦٧	-
٥٠ - ٢٤٩ (كبيرة)	٦١	٥٠	٧٢	٥٣	-
أكثر من ٢٥٠ (كبيرة جداً)	٥٢	٤٧	٥٤	٥٤	-

تمثل الأرقام السابقة نسبة (%) المستهلكين الراضين
المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت الجوال: ٢٠٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠)

٤.٥.٣. التصور تجاه تنوع خطط الأسعار

منح عدد كبير من عملاء قطاع الأعمال تصنيفاً متوسطاً لتنوع خطط الأسعار المتوفرة عبر منتجات الاتصالات المختلفة. وعلى الرغم من ذلك، توجي النتائج المحايدة لخدمات الإنترنت الجوال (٤٤ في المائة) وخدمات الوصلات الثابتة (٤٣ في المائة) بأن هناك مجالاً للتحسين وإمكانية التطوير، كما يمكن إضافة المزيد من التنوع في الخطط لمنح العملاء اختياراً أفضل، وبالتالي زيادة معدل الرضا مع "الحصول على خطة أسعار من اختيارهم" (الشكل ٢٢) .

الشكل ٢٢: الرضا عن تنوع خطط الأسعار



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت الجوال: ٢٠٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠). ملاحظة: قد لا يصل مجموع الأرقام إلى ١٠٠% بسبب التقريب

جدول 31: الرضا عن تنوع خطط الأسعار: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)

الوصلات الثابتة	الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	الإنترنت الجوال	الخدمات الصوتية عبر الجوال	الإجمالي
٥١	٦٤	٦٦	٥٢	٦٨	
	٦٨	٦٧	٤٠	٧٠	١ - ٩ (صغيرة)
	٦٢	٦٧	٦٩	٦٨	١٠ - ٤٩ (متوسطة)
	٥٣	٥٢	٥١	٦١	٥٠ - ٢٤٩ (كبيرة)
	٥١	٥٥	٦٣	٣٣	أكثر من ٢٥٠ (كبيرة جداً)

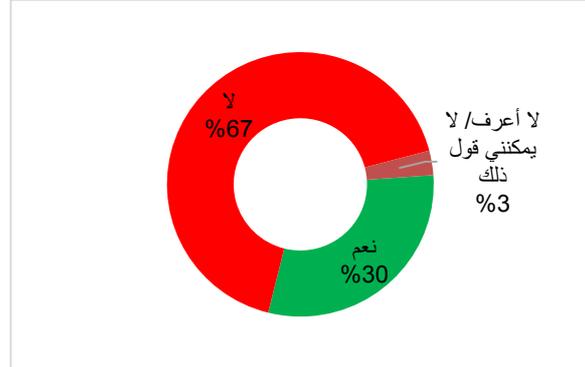
تمثل الأرقام السابقة نسبة (%) المستفيدين الراضين
المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت الجوال: ٢٠٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠)

وتؤكد الإحصاءات على أن الشركات الكبيرة تشعر بمستويات منخفضة من الرضا عن تنوع خطط الأسعار المتوفرة عبر منتجات الاتصالات (جدول 31). وهذا يشير إلى أن الحلول المخصصة والمتوفرة حالياً للشركات الكبيرة هي حلول محدودة ويتوقع هذا القطاع المزيد من الخيارات.

٤.٥.٤. نشر التعرفة

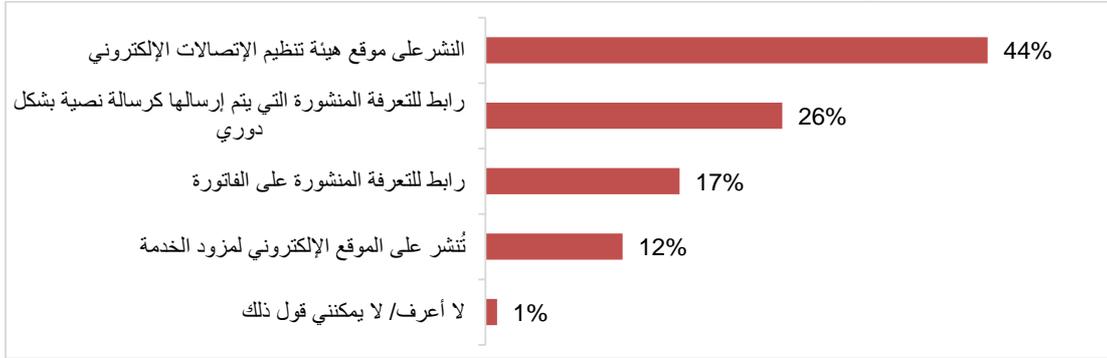
تُلزم هيئة تنظيم الاتصالات مقدمي الخدمات بالقيام بنشر جميع خطط التعرفة وتسهيل وصول المستهلكين إليها عبر عدة قنوات مثل المطبوعات والموقع الإلكتروني والمتاجر، إلخ، وهذا لضمان النزاهة والشفافية في "الوصول إلى المعلومات". ويُدرك ٣٠ في المائة فقط من عملاء قطاع الأعمال بتفويض هيئة تنظيم الاتصالات ووجوب نشر خطط التعرفة من قبل مقدمي الخدمات (الشكل ٢٣) عبر قنوات متعددة كالمطبوعات، الموقع الإلكتروني، فروع البيع وغيرها. ولذا يتعين رفع نسبة الوعي لإظهار نزاهة النظام الإداري والحوكمي.

الشكل ٢٣: الدراية بنشر التعرّفة



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ ملاحظة: قد لا يصل مجموع الأرقام إلى ١٠٠% بسبب التقريب

الشكل ٢٤: خيارات الوصول إلى التعرّفة المنشورة



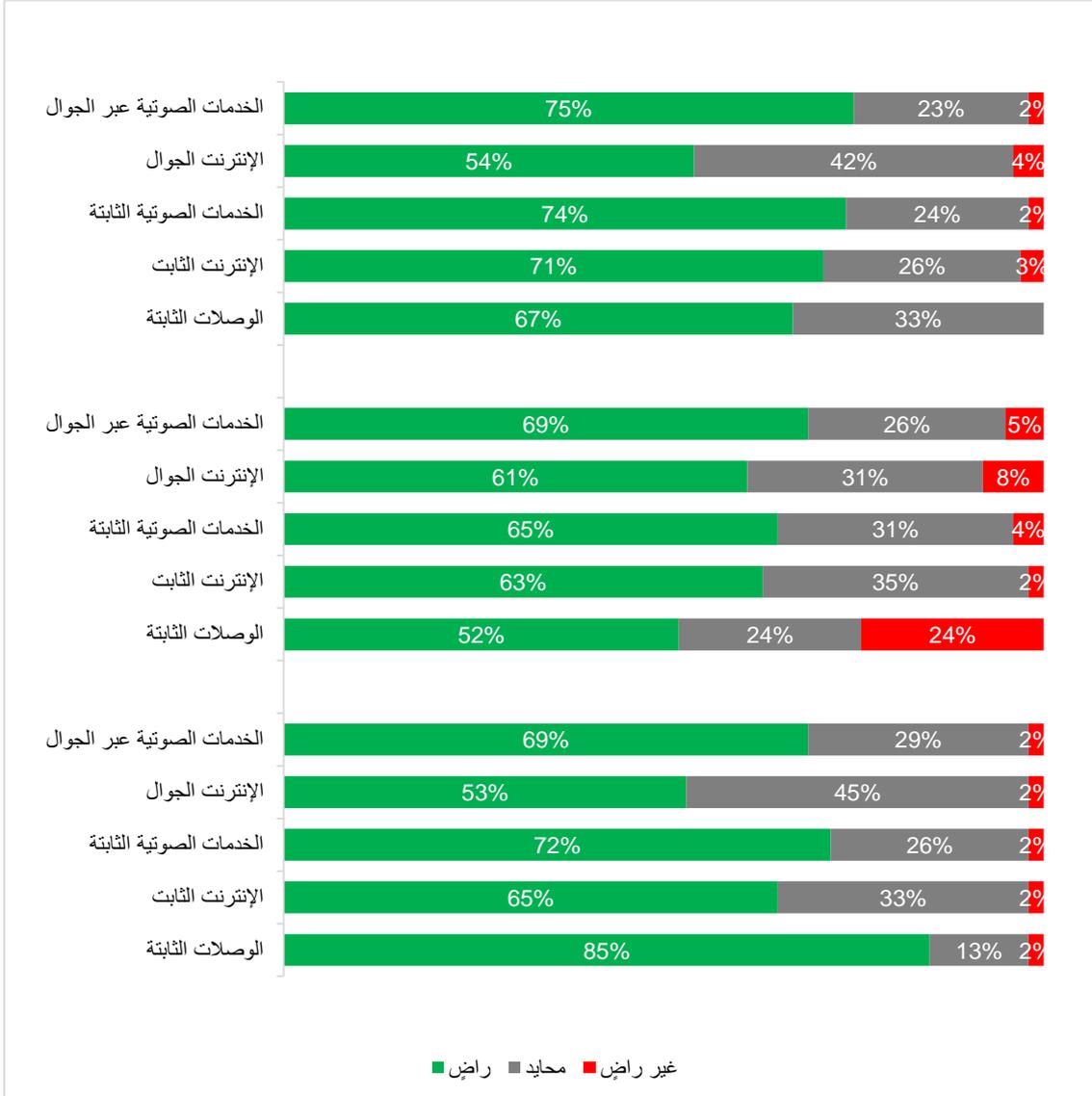
المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥ أسئلة تم طرحها بشكل خاص على من يعرفون شرط نشر التعريف (العدد=٢٩٥)

يفضل عملاء قطاع الأعمال الحصول على تفاصيل عن خطط التعرّفة من خلال موقع هيئة تنظيم الاتصالات الإلكتروني ومن خلال روابط التعرّفة المنشورة والتي يتم إرسالها كرسائل نصية قصيرة على نحو دوري. في حين يُفضل القليل منهم رؤيتها على فواتيرهم وعلى المواقع الإلكترونية الخاصة بمقدمي الخدمة (الشكل ٢٤).

٤.٦. تصور عملاء قطاع الأعمال تجاه توفير الخدمة (عملية الشراء والتفعيل)

أبدى عملاء قطاع الأعمال شعورهم بالرضا بشكل عام عن مختلف الجوانب المتعلقة بتوفير الخدمة مثل سهولة الشراء والوقت المستغرق للتفعيل واختيار مدة العقد عبر كافة منتجات الاتصالات. وعلى الرغم من ذلك، أعربت نحو ٢٤ في المائة من الشركات عن عدم رضاها عن "الوقت المُستغرق لتفعيل الخدمة"، وخاصةً في خدمات الوصلات الثابتة. ومع الاستخدام المنخفض لخدمات الوصلات الثابتة في قطر، فهو يعد مشكلة لعدد محدود من العملاء.

الشكل 25: معايير الرضا عن آليه توفير الخدمة



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت على الجوال: ٢٠٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠) ملاحظة: قد لا يصل مجموع الأرقام إلى ١٠٠% بسبب التقريب

جدول 32: الرضا عن سهولة الشراء: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)

الإجمالي	الخدمات الصوتية عبر الجوال	الإنترنت الجوال	الخدمات الصوتية الثابتة	الإنترنت الثابت	الوصلات الثابتة
٧٥	٥٤	٧٤	٧١	٦٧	
٨٠ (٩ - صغيرة)	٥٤	٧٧	٧٦	-	
٦٦ (١٠ - متوسطة)	٥٩	٧١	٦٨	-	
٥٩ (٢٤٩ - كبيرة)	٤٩	٦٣	٥٧	-	
٦٨ (أكثر من ٢٥٠ كبيرة جداً)	٤٦	٥٠	٦١	-	

تمثل الأرقام السابقة نسبة (%) المستفيدين الراضين
المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت على الجوال: ٢٠٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠)

جدول 33: الرضا عن الوقت اللازم للتفعيل: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)

الإجمالي	الخدمات الصوتية عبر الجوال	الخدمات الصوتية الثابتة	الخدمات الصوتية الثابتة	الخدمات الصوتية الثابتة	الخدمات الصوتية الثابتة
الإجمالي	٦٩	٦١	٦٥	٦٣	٥٢
١ - ٩ (صغيرة)	٧٢	٧١	٦٧	٦٩	-
١٠ - ٤٩ (متوسطة)	٦٤	٥٣	٦٣	٥٤	-
٥٠ - ٢٤٩ (كبيرة)	٦٦	٥١	٥٨	٦١	-
أكثر من ٢٥٠ (كبيرة جداً)	٥٨	٦١	٤٧	٥٣	-

تمثل الأرقام السابقة نسبة (%) المستهلكين الراضين
المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت على الجوال: ٢٠٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠)

ويتضح من الأرقام أن مستويات الرضا عن الوقت اللازم للتفعيل يتفاوت تبعاً لحجم الشركة؛ فالشركات الكبيرة أظهرت مستويات منخفضة من الرضا عبر جميع خطوط المنتجات مقارنة بالشركات الصغيرة (جدول 33). وقد تكون متطلبات الشركات الكبيرة لحلول مخصصة أو تبعاً لاحتياجات معقدة (الحلول المتكاملة على سبيل المثال) هي السبب في زيادة الوقت اللازم لتفعيل الخدمات، مما يؤثر بدوره على مستوى الرضا.

جدول 34: الرضا عن اختيار مدة العقد: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)

الإجمالي	الخدمات الصوتية عبر الجوال	الخدمات الصوتية الثابتة	الخدمات الصوتية الثابتة	الخدمات الصوتية الثابتة	الخدمات الصوتية الثابتة
الإجمالي	٦٩	٥٣	٧٢	٦٥	٨٥
١ - ٩ (صغيرة)	٧٠	٤٥	٧٤	٦٧	-
١٠ - ٤٩ (متوسطة)	٦٩	٦٣	٧١	٦٥	-
٥٠ - ٢٤٩ (كبيرة)	٦٩	٥٣	٥٥	٥٤	-
أكثر من ٢٥٠ (كبيرة جداً)	٦١	٥٩	٦٦	٥٠	-

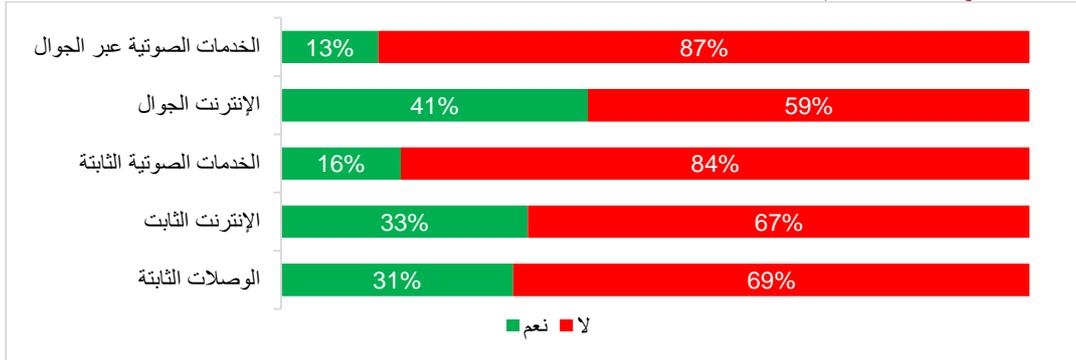
تمثل الأرقام السابقة نسبة (%) المستهلكين الراضين
المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت على الجوال: ٢٠٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠)

وعلاوة على ذلك، لا تشعر المؤسسات الكبرى برضا كبير عن خيارات مدة العقد عبر كافة منتجات الاتصالات (جدول 34).

٤.٧. آلية حل الشكاوى

تعتبر إدارة شكاوى الاتصالات وحل النزاعات بطريقة شفافة، عادلة وفعالة من أهم المهام الموكلة إلى هيئة تنظيم الاتصالات. في هذا السياق، أصبح من الضروري فهم آلية حل الشكاوى الحالية لعملاء قطاع الأعمال، القنوات المستخدمة، طبيعة الشكاوى، مستوى الرضا عن حل الشكاوى، ومعرفة واستخدام إجراءات تصعيد الشكاوى. وتشير النتائج إلى أن أعلى نسبة تقديم للشكاوى هي تلك التي تتعلق بخدمات الإنترنت (المتنقل والثابت) وخدمات الوصلات الثابتة، ونقل نسبياً بالنسبة للخدمات الصوتية المتنقلة والثابتة (الشكل ٢٦).

الشكل ٢٦: رفع شكوى/ الاستعلام

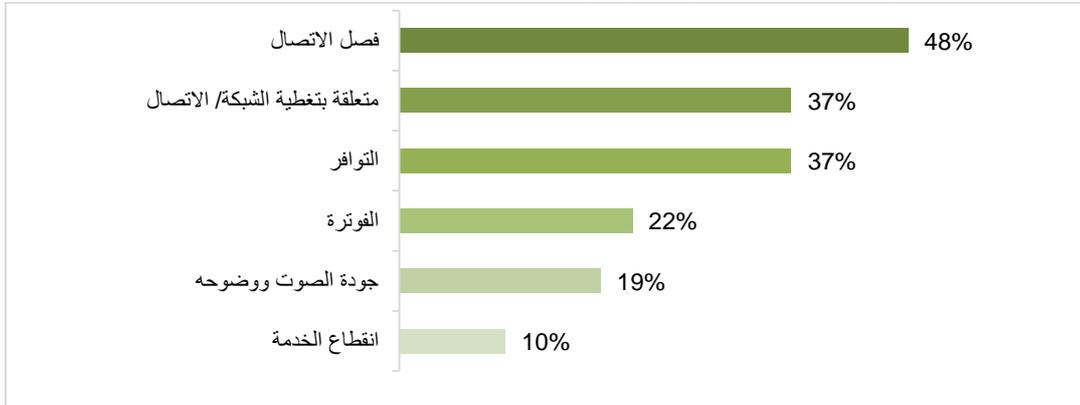


المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت على الجوال: ٢٠٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠) ملاحظة: قد لا يصل مجموع الأرقام إلى ١٠٠% بسبب التقريب

تتفاوت أسباب رفع الشكاوى عبر منتجات الاتصالات، وتجدر الإشارة إلى أن "انقطاع الخدمة" يعتبر السبب الرئيسي لرفع الشكاوى الخاصة بالخدمات الصوتية عبر الجوال بنسبة ٤٨ في المائة (مرجع: الشكل ٢٧). والإنترنت الثابت (٣٣ في المائة مرجع: الشكل ٢٩)، بينما تعد التغطية الضعيفة للشبكة/ الاتصال السيء هي الشكاوى الرئيسية الخاصة بالإنترنت الجوال بنسبة ٦٧ في المائة مرجع: الشكل ٢٨).

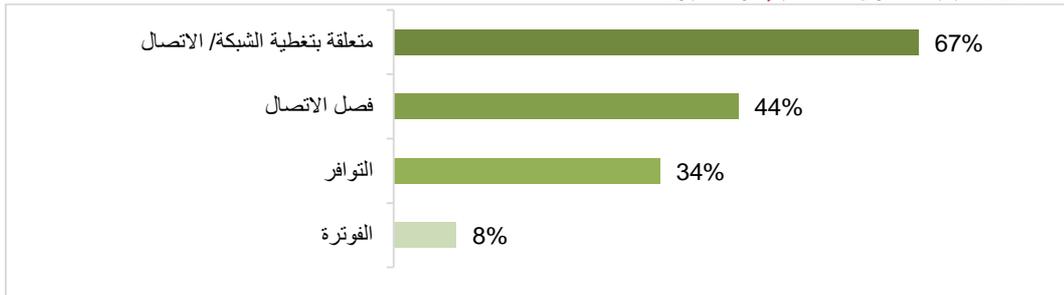
وبالنسبة للاتصالات الثابتة والإنترنت الثابت، تعد المشاكل المتعلقة بالتركيب هي الشكاوى الرئيسية، إلى جانب الاستفسارات المتعلقة بتوفر الألياف كونها من أحد الأسباب الثلاثة لأولى للوصول إلى مقدم الخدمة.

الشكل ٢٧: أسباب الشكاوى الخاصة بالخدمات الصوتية عبر الجوال



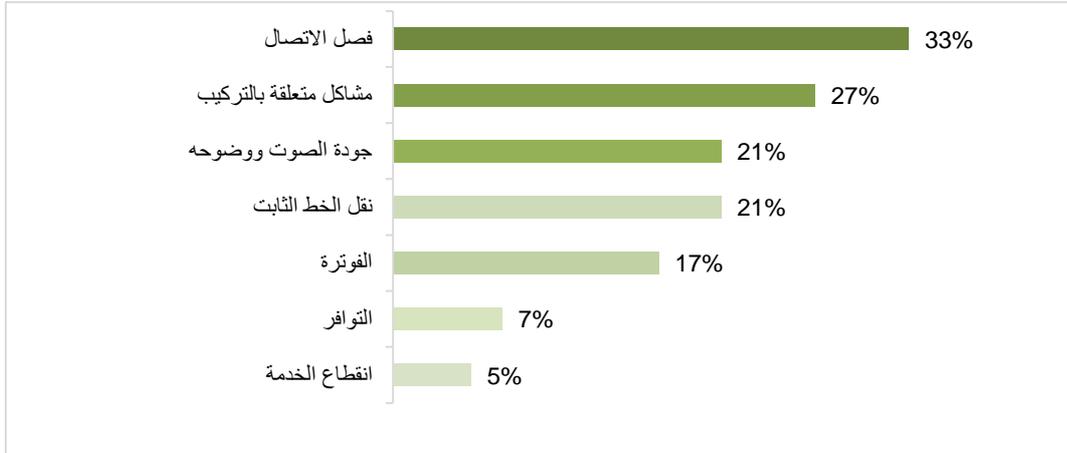
المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ عينة من هؤلاء الذين قالوا نعم لرفع الشكاوى الخاصة بالخدمات الصوتية عبر الجوال العدد= ٣٢٥

الشكل ٢٨: أسباب الشكاوى الخاصة بالإنترنت الجوال



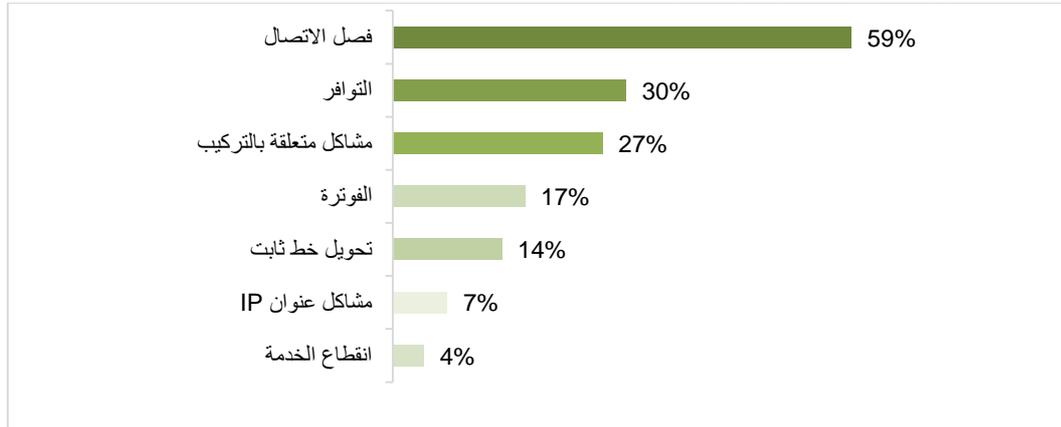
المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ عينة من هؤلاء الذين قالوا نعم لرفع الشكاوى الخاصة بالإنترنت على الجوال العدد= ٩٤

الشكل ٢٩: أسباب الشكاوى الخاصة بالخدمات الصوتية الثابتة



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ عينة من هؤلاء الذين قالوا نعم لرفع الشكاوى الخاصة بالخدمات الصوتية الثابتة العدد= ٢٦٧

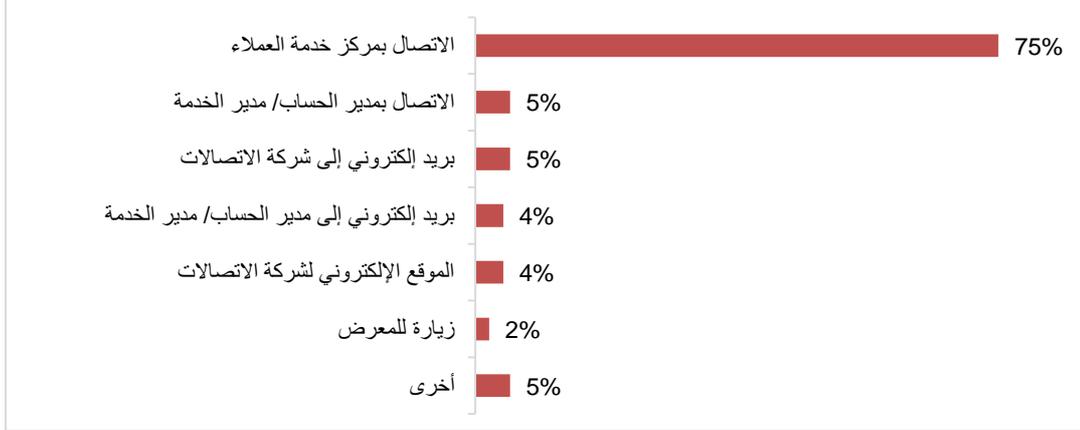
الشكل 30: أسباب الشكاوى الخاصة بالإنترنت الثابت



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ عينة من هؤلاء الذين قالوا نعم لرفع الشكاوى الخاصة بالإنترنت الثابت العدد= ٢٥٠

تفضل أغلبية الشركات (٧٥ في المائة) الاتصال بمركز خدمة عملاء شركة الاتصالات للاستعلام أو لرفع الشكاوى (الشكل 31) وذلك يرجع إلى سهولة الوصول إليها على مدار الساعة. علاوة على ذلك، تساهم الأرقام المخصصة لخدمة عملاء قطاع الأعمال التي تقدمها شركتي الاتصالات في سهولة الاستخدام المخصص لهذه القناة للتواصل. وخلافاً لهذا فإن استخدام القنوات الأخرى لرفع الشكاوى يعد ضعيفاً للغاية. ومن الملاحظ أيضاً أن تفضيل الاتصال بخدمة العملاء يكون بشكل أكبر في المؤسسات الصغيرة، بينما يعد إرسال بريد إلكتروني إلى مدير الحساب هو أكثر الطرق تفضيلاً لرفع الشكاوى بين المؤسسات الكبرى (٢٥٠ موظفاً أو أكثر). وقد يرجع هذا إلى أن المؤسسات الصغيرة لا تميل في كثير من الأحيان إلى أن يكون لديها مدير حساب، وهكذا لا يكون لديها أي خيار آخر سوى الاتصال بمركز خدمة العملاء .

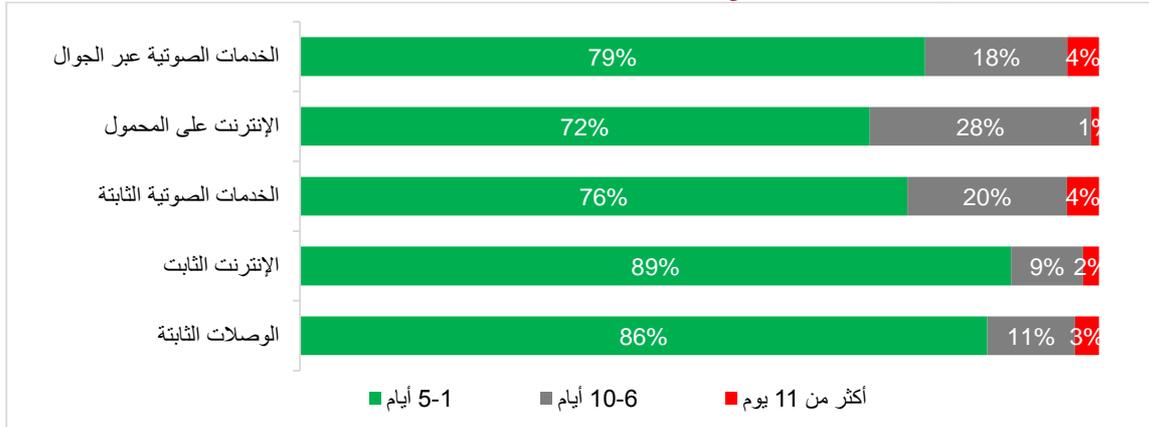
الشكل 31: الوضع المفضل لرفع الشكاوى



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ ملاحظة: قد لا يصل مجموع الأرقام إلى ١٠٠% بسبب التقريب

تشير أغلبية الشركات بنسبة ٧٠ في المائة أو أكثر إلى أن متوسط الوقت المستغرق للرد على استفساراتها أو حل الشكاوى هو من يوم إلى خمسة أيام عبر مختلف خطوط المنتجات (الشكل ٣٢). وهذا يتماشى مع مؤشرات الأداء الرئيسية الموضوعية من قبل هيئة تنظيم الاتصالات لمقدمي الخدمات فيما يتعلق بحل الشكاوى والرد على الاستفسارات ضمن التزامات الترخيص الخاصة بهم.

الشكل ٣٢: الوقت المستغرق لحل الشكاوى أو الرد على الاستفسارات

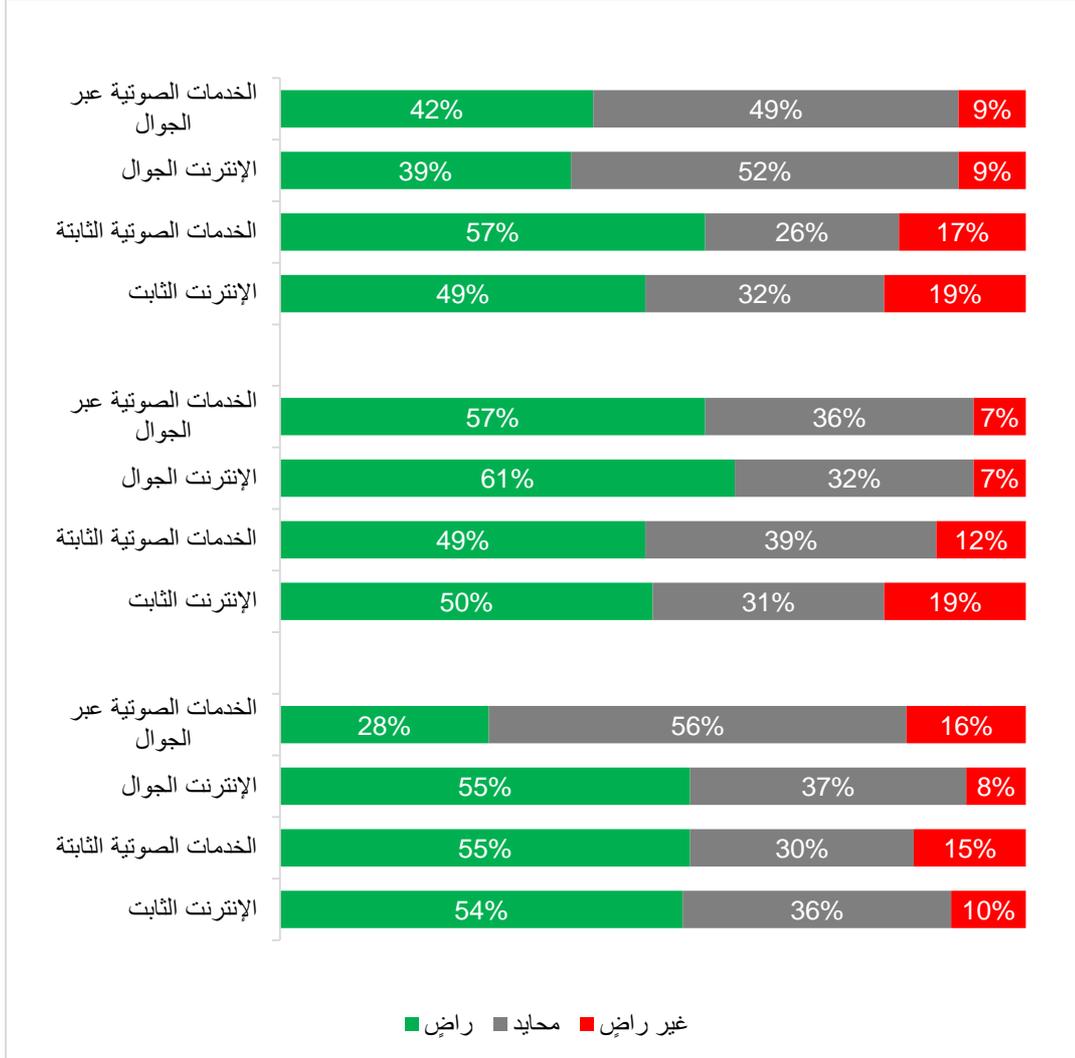


المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ من قاموا برفع شكاوى (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ١٣٠؛ الإنترنت الجوال: ٨٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ١٣٨؛ الإنترنت الثابت: ٢٠٩؛ الوصلات الثابتة: ١٢) ملاحظة: قد لا يصل مجموع الأرقام إلى ١٠٠% بسبب التقريب

وتؤكد الدراسة على أن هناك استياء واضح عبر مختلف خطوط المنتجات والخدمات فيما يتعلق بالمعايير المختلفة ذات الصلة بحل الشكاوى. على سبيل المثال، وفيما يتعلق بسهولة الاتصال بمقدمي الخدمات لرفع الشكاوى أو الاستفسار بخصوص الخدمات الثابتة، فإن حوالي ١٧ في المائة من مستخدمي الخدمات الصوتية الثابتة و ١٩ في المائة من مستخدمي الإنترنت الثابت من عملاء الشركات يواجهون صعوبة في الاتصال بمقدم الخدمة (الشكل ٣٣). وهذا يُثبت أوجه القصور في قنوات التواصل مع المستهلكين، والتي تحتاج إلى اهتمام مقدمو الخدمات بتلك القنوات واتخاذهم للإجراءات اللازمة

لمعالجتها. كما عبر عملاء قطاع الأعمال عن استيائهم من الوقت المستغرق للرد عليهم من قبل مقدمي الخدمة فضلاً عن جودة الاستجابة، لا سيما للخدمات الصوتية عبر الجوال والخدمات الصوتية الثابتة.

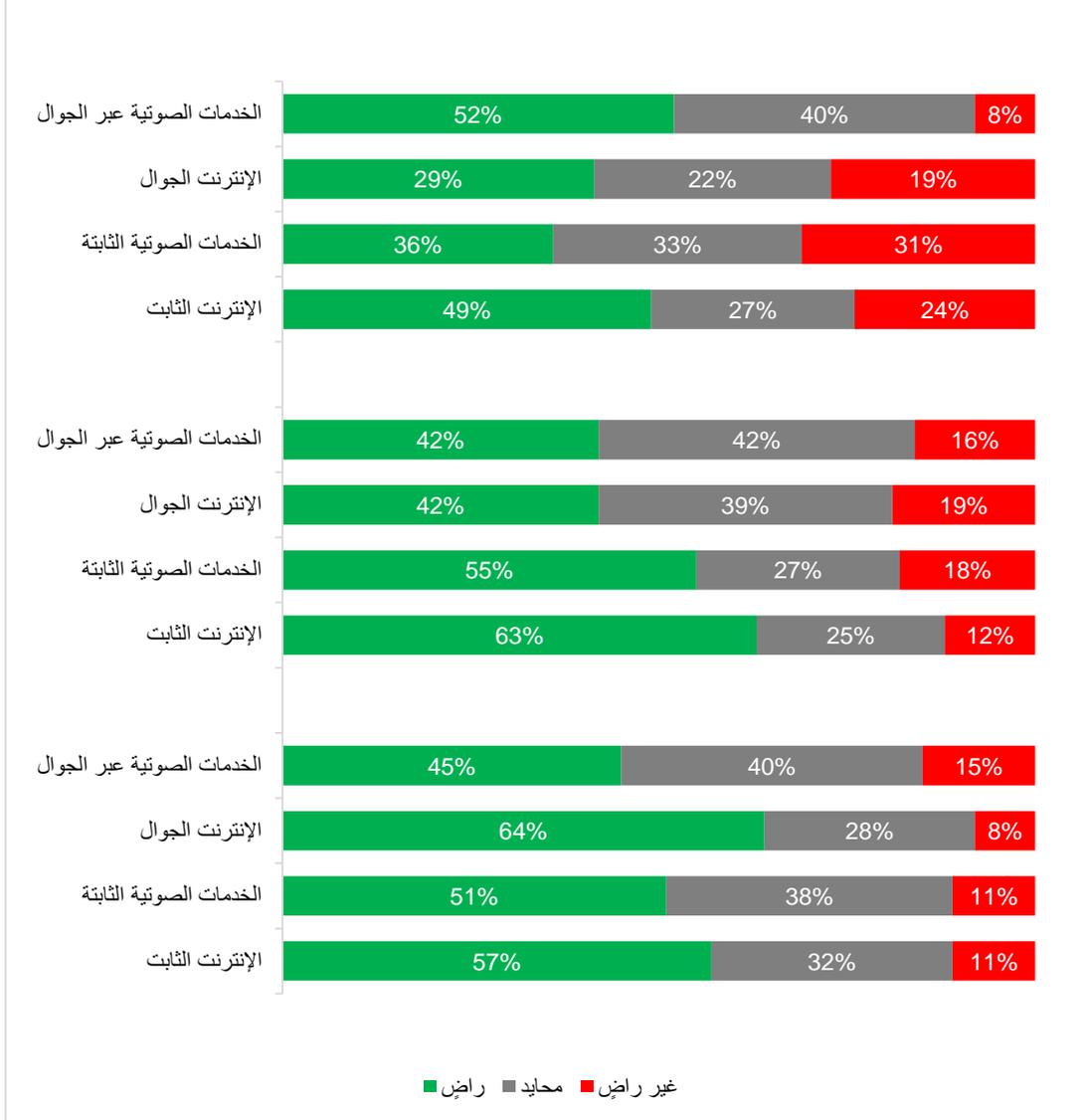
شكل ٣٣: الرضا عن معايير حل الشكاوى من حيث السهولة وكفاية القنوات والاستجابة



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥ فقط من قاموا برفع شكاوى (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ١٣٠؛ الإنترنت الجوال: ٨٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ١٣٨؛ الإنترنت الثابت: ٢٠٩؛ الوصلات الثابتة: ١٢) ملاحظة: قد لا يصل مجموع الأرقام إلى ١٠٠% بسبب التقريب

كما لوحظ أن عملاء الشركات يشعرون باستياء شديد فيما يتعلق بالوقت المستغرق للوصول إلى موظفي مركز الاتصال. ويبرز هذا الاستياء عبر جميع خطوط المنتجات حيث كانت أعلى نسبة استياء خاصة بالخدمات الصوتية الثابتة (٣١ في المائة) وأقل نسبة استياء بشأن الخدمات الصوتية عبر الجوال (٨ في المائة). وقد يساعد توافر مديري حسابات لكافة حسابات قطاع الأعمال في الحد من هذا الاستياء. بالإضافة إلى ذلك، فإن مستوى رضا الشركات عن سهولة العملية المتبعة لحل الشكاوى والوقت المستغرق لحلها يعد منخفضاً نسبياً.

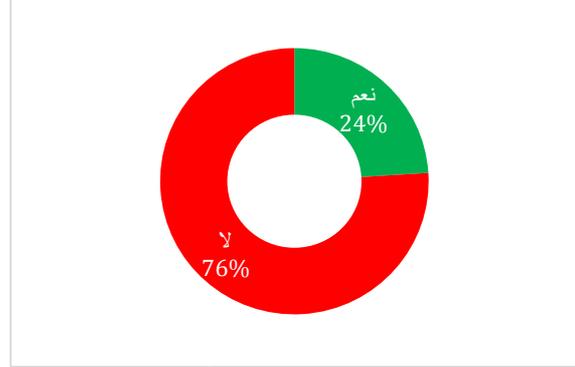
الشكل 34: الرضا عن معايير حل الشكاوى سهولة الحل والوقت المستغرق للحل والوقت المستغرق للوصول إلى مسؤول مركز الاتصال



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥ فقط من قاموا برفع شكاوى (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ١٣٠؛ الإنترنت الجوال: ٨٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ١٣٨؛ الإنترنت الثابت: ٢٠٩؛ الوصلات الثابتة: ١٢) ملاحظة: قد لا يصل مجموع الأرقام إلى ١٠٠% بسبب التقريب

قامت هيئة تنظيم الاتصالات بتطوير إجراء تصعيد الشكاوى، حيث يمكن لجميع العملاء تصعيد الشكاوى إلى هيئة تنظيم الاتصالات في حالة عدم حلها من جانب مقدم الخدمة. وفقاً للدراسة الاستطلاعية فإن ٢٤ في المائة فقط من عملاء قطاع العملاء هم على دراية فقط بهذا الإجراء التصاعدي للشكاوى. ويتطلب هذا ضرورة قيام هيئة تنظيم الاتصالات بمزيد من الخطوات لزيادة الوعي وتثقيف عملاء قطاع الأعمال حول توافر قنوات مختلفة لتصعيد الشكاوى مع هيئة تنظيم الاتصالات.

الشكل ٣٥: الدراية بإجراء تصعيد الشكاوى في هيئة تنظيم الاتصالات



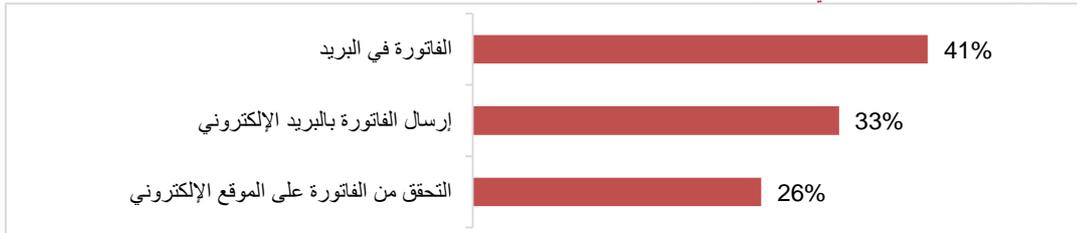
المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ ملاحظة: قد لا يصل مجموع الأرقام إلى ١٠٠% بسبب التقريب

لم تتلقى هيئة تنظيم الاتصالات خلال الفترة ما بين مايو ٢٠١٤ إلى مايو ٢٠١٥، سوى ٥٢ شكوى فقط من مختلف قنوات الاتصالات، مما يشير إلى انخفاض استخدام إجراءات تصعيد الشكاوى بين عملاء قطاع الأعمال. يعزز هذا الاستنتاج السابق بأن قلة الوعي تؤدي إلى قلة استخدام هذا الخيار المتوفر لعملاء قطاع الأعمال. وتعزز هذه النتيجة في وجوب وضع هيئة تنظيم الاتصالات خطة لرفع الوعي بشأن "إجراء تصعيد الشكاوى" في حال كان لدى عملاء قطاع الأعمال مشاكل عالقة مع مقدمي الخدمات.

٤.٨. تصورات عملاء قطاع الأعمال تجاه الفوترة والدفع

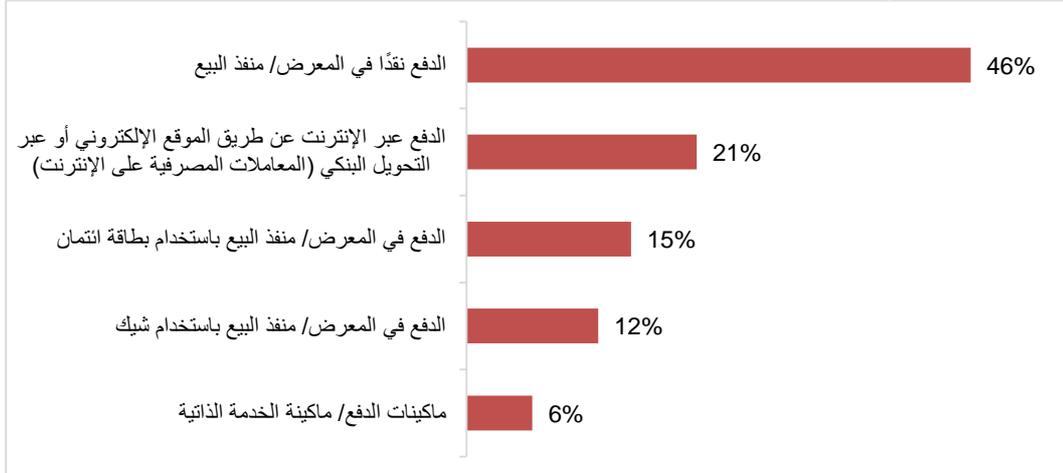
تعد أيضاً الاستفسارات المتعلقة بالفوترة وإجراءات الدفع من الأسباب الرئيسية لاتصال عملاء قطاع الأعمال بمقدمي الخدمات. وعليه، فمن الضروري معرفة مدى رضاهم في إطار هذه المعايير. ليس لدى عملاء قطاع الأعمال تفضيل واضح لقناة يتلقون فواتيرهم من خلالها، حيث يفضل حوالي ٤١ في المائة منهم تلقي فواتيرهم في صناديق البريد الخاصة بهم، بينما يفضل ٣٣ في المائة منهم الخيارات الصديقة للبيئة مثل استلام الفواتير عبر البريد الإلكتروني (الفواتير الإلكترونية) أو بالدخول على الإنترنت للتحقق منها (٢٦ في المائة) (الشكل 36).

الشكل 36: الطريقة المفضلة لتلقي الفواتير



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات الأعمال ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦

الشكل 37 : طريقة الدفع المفضلة



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦

على صعيد عمليات الدفع، يعد الدفع نقدًا في منافذ البيع الخاصة بمقدم الخدمة هو أكثر طرق الدفع التي يفضلها عملاء الشركات، وبدرجة أكبر بين الشركات الصغيرة (الشكل 36). وقد يكون عدم توفر بطاقة ائتمان للشركات أو خيارات المعاملات المصرفية عبر الإنترنت هو ما أدى إلى استخدام الشركات الصغيرة لطرق الدفع نقدًا بشكل أكثر فعالية، غير أنه من الواضح أن الشركات الكبيرة (أكثر من ٥٠ موظفًا) تفضل الدفع عبر الإنترنت (الشكل 36).

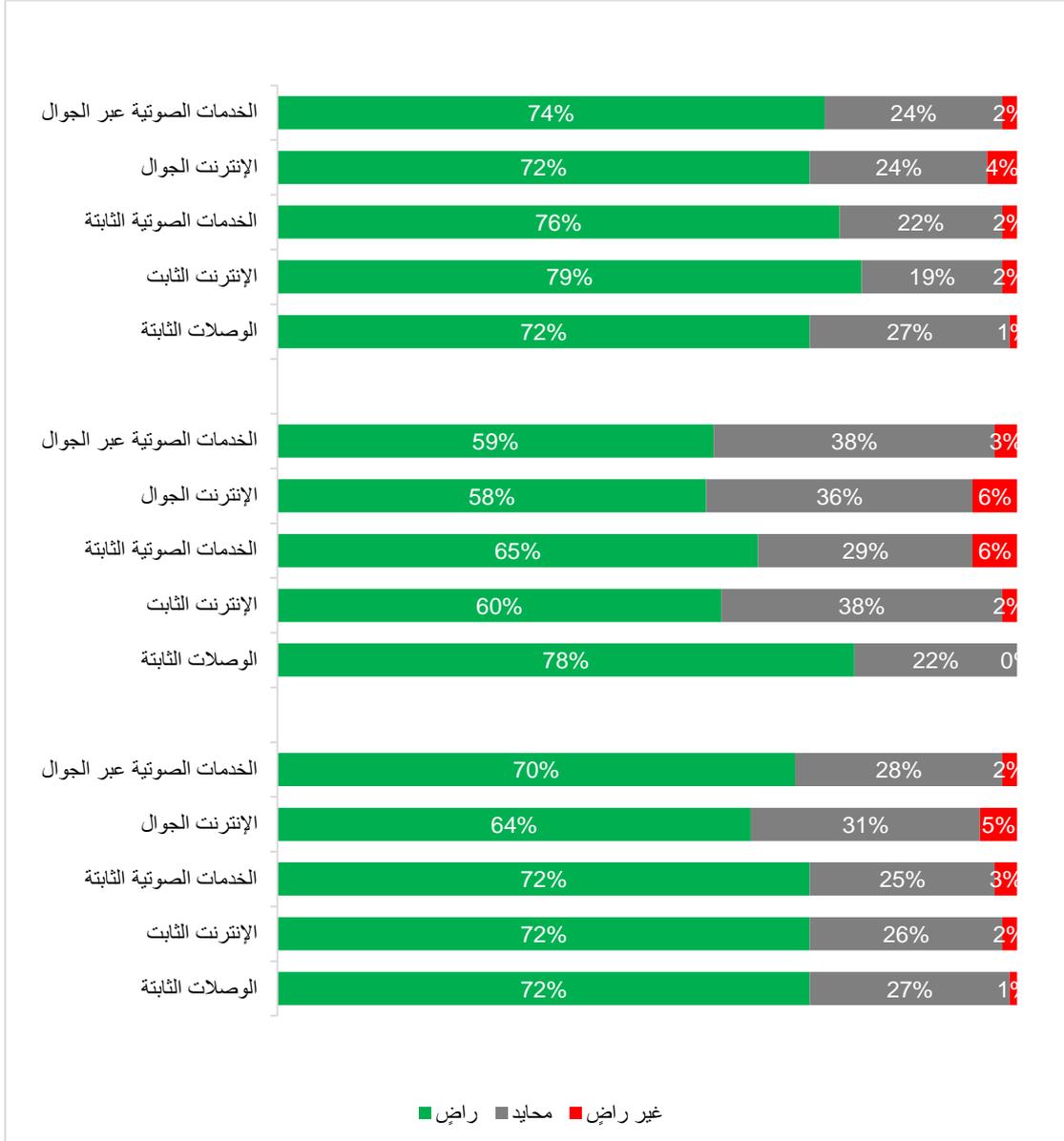
جدول 35 : طريقة الدفع المفضلة: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)

طريقة الدفع	١-٩	١٠-٤٩	٥٠-٢٤٩	٢٥٠+	الإجمالي
الدفع نقدًا في المعرض/ منفذ البيع	٥١%	٤٠%	٢٢%	٥%	٤٦%
المعاملات المصرفية عبر الإنترنت	١٨%	٢٢%	٤٦%	٤٦%	٢١%
الدفع في المعرض باستخدام بطاقة الائتمان	١٦%	١١%	١٦%	٢١%	١٥%
الدفع في المعرض باستخدام شيك	١١%	١٥%	٧%	١٨%	١٢%
ماكينة الدفع	٤%	١٢%	٩%	١٠%	٦%

المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦

عبر عملاء قطاع الأعمال برضا كبير اتجاه جميع تجارب الفوترة والدفع، ولم يُسجل أي استياء واضح تجاه أي من معايير الفوترة والدفع مقابل أي خدمة.

الشكل 38 : الرضا عن معايير الفترة



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت على الجوال: ٢٠٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠). ملاحظة: قد لا يصل مجموع الأرقام إلى ١٠٠% بسبب التقريب

جدول 36 : الرضا عن انتظام تلقي الفواتير: حسب حجم المؤسسة

الإجمالي	الخدمات الصوتية عبر الجوال	الخدمات الصوتية الثابتة	الإنترنت الجوال	الإنترنت الثابت	الوصلات الثابتة
٧٤	٧٢	٧٦	٧٩	٧٢	٧٢
٩ - ١ (صغيرة)	٧٤	٧٧	٨٢	-	-
١٠ - ٤٩ (متوسطة)	٧٧	٧٣	٨١	-	-
٥٠ - ٢٤٩ (كبيرة)	٨٠	٧٧	٦٤	-	-
أكثر من ٢٥٠ (كبيرة جدًا)	٥١	٧٥	٧١	-	-

تمثل الأرقام السابقة نسبة (%) المستهلكين الراضين
المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت على الجوال: ٢٠٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠)

جدول 37: الرضا عن دقة الفواتير: حسب حجم المؤسسة

الوصلات الثابتة	الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	الإنترنت الجوال	الخدمات الصوتية عبر الجوال	الإجمالي
٧٨	٦٠	٦٥	٥٨	٥٩	
-	٦٠	٦٧	٥٥	٥٩	١ - ٩ (صغيرة)
-	٥٦	٥٩	٥٤	٥٦	١٠ - ٤٩ (متوسطة)
-	٦٧	٦٥	٦٢	٦٤	٥٠ - ٢٤٩ (كبيرة)
-	٥٤	٦٠	٧٨	٦٦	أكثر من ٢٥٠ (كبيرة جداً)

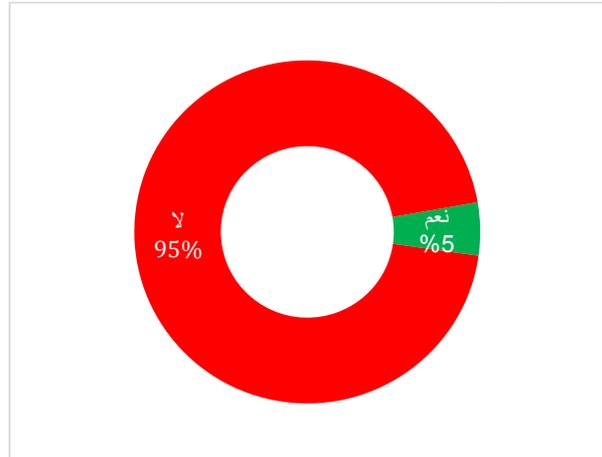
تمثل الأرقام السابقة نسبة (%) المستهلكين الراضين المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ (الخدمات الصوتية عبر الجوال: ٦٥١؛ الإنترنت الجوال: ٢٠٠؛ الخدمات الصوتية الثابتة: ٧٦٠؛ الإنترنت الثابت: ٥٤٠؛ الوصلات الثابتة: ٣٠)

٤,٩. حماية حقوق المستهلك

تلعب هيئة تنظيم الاتصالات دورًا هامًا وكبيرًا في حماية المستهلكين في قطاع الاتصالات من التعرض للتضليل والممارسات غير العادلة بحكم السلطة المخولة إليها، وبالتالي يعد رصد جميع إعلانات مقدمي الخدمات من المعايير الهامة لتعيين وتحديد أي إعلان أو تسويق مضلل.

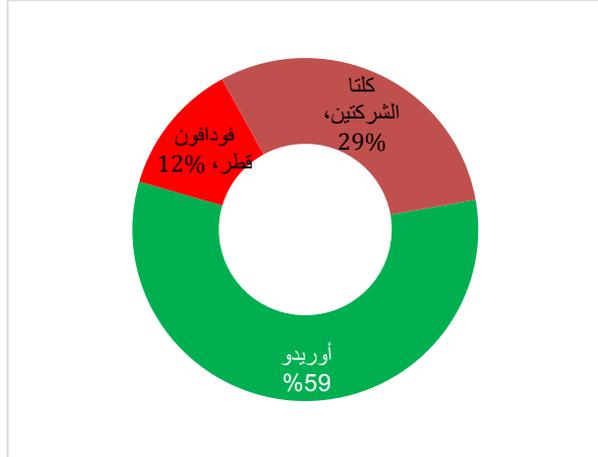
ويعتقد ٥ في المائة فقط من المستهلكين في الوقت الحاضر أن الإعلانات مضللة؛ بعبارة أخرى، عدم توفير شروطاً وأحكاماً واضحة قابلة للتطبيق على المنتج المعلن عنه. بالإضافة إلى ذلك، يعتقد العملاء أن الأسعار لا تُذكر دائماً بوضوح في الإعلانات مما يؤدي إلى التضليل.

الشكل ٣٩: الإعلانات المضللة



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ ملاحظة: قد لا يصل مجموع الأرقام إلى ١٠٠% بسبب التقريب

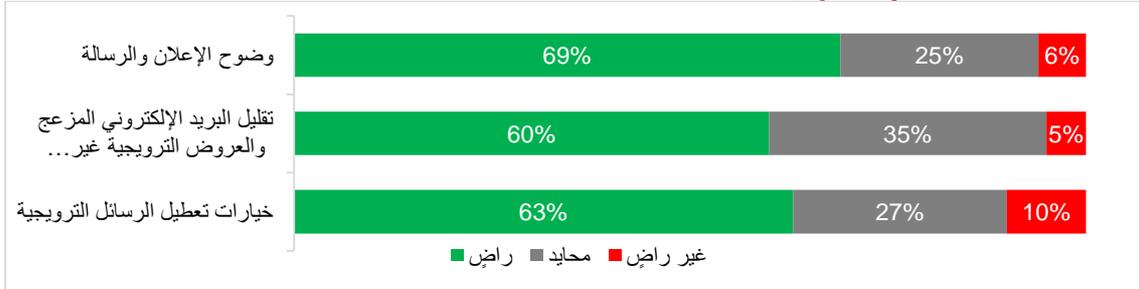
الشكل ٤٠: شركة الاتصالات التي لديها إعلانات مضللة



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥، إجمالي العينة = ٥٨١، من أجابوا نعم على الإعلانات المضللة ملاحظة: قد لا يصل مجموع الأرقام إلى ١٠٠% بسبب التقريب

أعرب عملاء قطاع الأعمال عن شعورهم بالرضا عن وضوح الإعلانات، إلا أن ٦ في المائة منهم أظهروا عدم رضاهم عن ذلك. وفي المقابل، يشعر ٥ في المائة منهم فقط بعدم الرضا عن الرسائل والعروض الترويجية الغير مرغوب فيها. وعلى الرغم من وجود خيارات لإلغاء الاشتراك وتعطيل هذه الإعلانات، إلا أن ١٠ في المائة من العملاء أبدوا استيائهم من خيارات تعطيل عرض الإعلان (الشكل ٤٢)، مما يدل على حاجة العملاء إلى خيارات واضحة لتعطيل الاتصالات والعروض الترويجية غير المرغوب فيها أو الرسائل المزجة.

الشكل ٤١: التصور حول الترويج ووضوح الإعلانات



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥، إجمالي العينة = ١٠٩٦

٤.١٠. تنافسية السوق

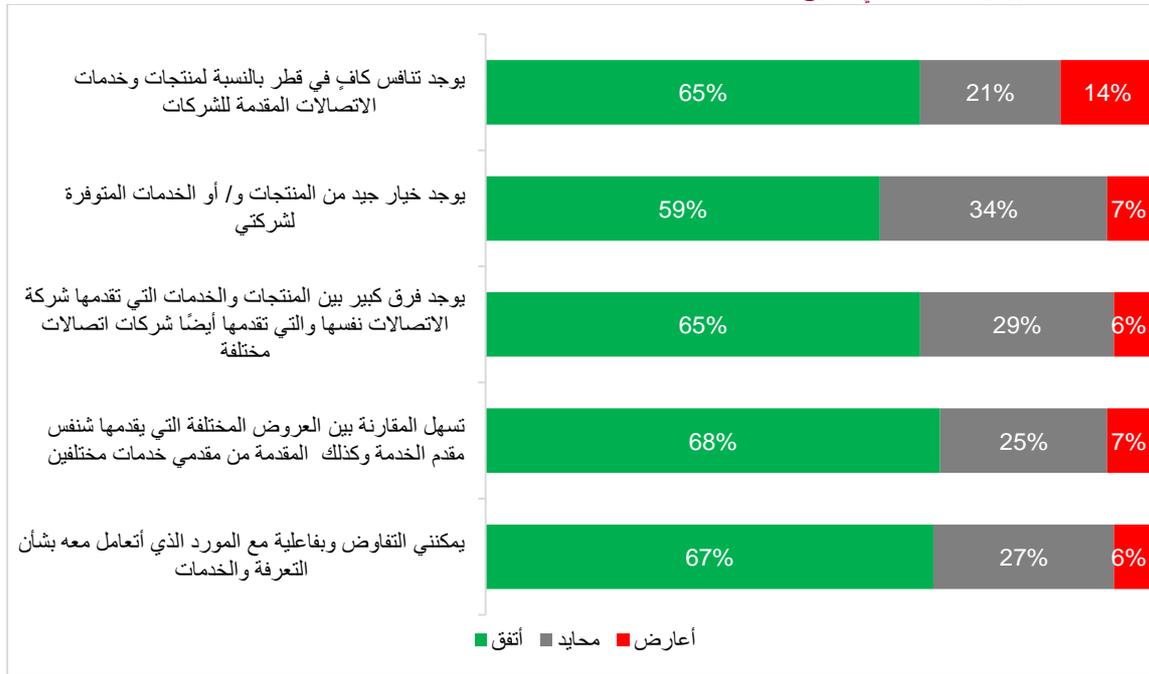
وتواصل هيئة تنظيم الاتصالات بالقيام بأحد مهامها التنظيمية والتي تتمثل في ضمان وجود سوق خدمات اتصالات تنافسي في دولة قطر. وقد بدأت كافة الأطراف المعنية بما في ذلك مقدمي الخدمات وهيئة تنظيم الاتصالات بإطلاق عدة مبادرات لزيادة القدرة التنافسية في السوق وضمان تبني واعتماد التقنيات التكنولوجية الجديدة. ويتفق ما يقرب من ثلثي عملاء قطاع الأعمال (٦٥ في المائة) مع البيان بأن، "هناك تنافس كافٍ في قطر فيما يخص المنتجات وخدمات الاتصالات في قطر". ومع ذلك، لا يتفق ١٤ في المائة من العملاء كلياً مع هذا البيان حيث يرون أن هناك مجالاً لإدخال مزيداً من التحسينات فيما يتعلق بالقدرة التنافسية للسوق. وهناك اتفاق عام بنسبة ٥٩ في المائة مع البيان بأن "هناك خيارات جيدة من المنتجات المتاحة للمؤسسة" مما يشير إلى أن هناك بالتأكيد مجالاً للتحسين.

تميل الشركات الكبيرة (أكثر من ٢٥٠ موظفاً) إلى الاتفاق بدرجة أقل على قدرة السوق على التنافس عبر كافة المعايير الخاصة بالمنافسة مقارنة بالشركات الصغيرة (١ - ٩ موظفين). وتعد متطلبات الشركات الكبيرة نوعاً ما متخصصة، كما أن الخيارات المتاحة في مجال الخدمات الثابتة محدودة في دولة قطر، وهذا ما قد يقود إلى مثل هذا التصور.

"المنافسة بين oredoo وفودافون سيئة ولا يوجد أي إبداع أو طرق ذكية لجذب العملاء"

"التنافس محدود للغاية، وبالتالي هناك فرصة جيدة لكلتا الشركتين لتقديم أفضل ما لديهما، إلا أنني لا أرى ذلك"

الشكل 42: التصور تجاه التنافسية في السوق



المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦ ملاحظة: قد لا يصل مجموع الأرقام إلى ١٠٠% بسبب التقريب

جدول 38 : التصور تجاه التنافسية في السوق - حسب حجم المؤسسة

الإجمالي	٩-١	١٠-٤٩	٥٠-٢٤٩	+٢٥٠
يوجد تنافس كافٍ في قطر بالنسبة لمنتجات وخدمات الاتصالات المقدمة للشركات	%٦٤	%٦٦	%٧١	%٦٧
يوجد خيار جيد من المنتجات و/ أو الخدمات المتوفرة لشركتي	%٦١	%٥٨	%٥١	%٣٩
يوجد فرق كافٍ بين المنتجات والخدمات التي يقدمها مقدم الخدمة ذاته وأيضا التي يوفرها مقدم خدمة آخر	%٦٤	%٧٢	%٦٠	%٥٢
تسهّل المقارنة بين العروض المختلفة التي يقدمها نفس مقدم الخدمة وكذلك المقدمة من مقدمي خدمات مختلفين	%٦٨	%٦٧	%٧٢	%٥٨
يمكنني التفاوض بفاعلية مع المورد الذي أتعامل معه بشأن التعرفة والخدمات	%٦٩	%٦٣	%٥٤	%٥٨

المصدر: دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات ٢٠١٥؛ إجمالي العينة = ١٠٩٦
يمثل الشكل % من عملاء قطاع الأعمال ممن وافقوا على العبارة

٤.١١ . نقاط القوة والتحسين

وكشفت الدراسة الاستطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن امتلاك سوق الاتصالات في قطر لبعض نقاط القوة الكامنة وبعض مجالات التحسين، والتي سيتم تلخيصها في الجداول التالية.

جدول 39 : نقاط القوة الرئيسية

المنتج	مجال التجربة عامة	جانب تفاعل العميل
الخدمات الصوتية عبر الجوال	جودة الخدمة	➤ جودة الخدمات
	الشبكة	➤ التغطية الجغرافية
	توفير الخدمة	➤ سهولة الشراء
	خطة الرسوم/ التعرفة والعروض الترويجية	➤ شروط وأحكام واضحة لأسعار الخطط
	الفوترة	➤ شفافية الأسعار
		➤ الانتظام في تلقي الفواتير
الخدمات الصوتية الثابتة	جودة الخدمة	➤ جودة الخدمات
	الشبكة	➤ التوفر الجغرافي
	توفير الخدمة	➤ سهولة الشراء
	خطة الرسوم/ التعرفة والعروض الترويجية	➤ الخيار المتوفر لمدة العقود
	الفوترة	➤ شفافية الأسعار
		➤ الانتظام في تلقي الفواتير
الإنترنت الثابت	جودة الخدمة	➤ جودة الخدمات
	الشبكة	➤ التوفر الجغرافي
	توفير الخدمة	➤ سهولة الشراء
	خطة الرسوم/ التعرفة والعروض الترويجية	➤ شفافية الأسعار
	الفوترة	➤ الانتظام في تلقي الفواتير
		➤ وسيلة الدفع

➤ وسيلة الدفع		
➤ جودة الخدمات عامة	➤ جودة الخدمة	الوصلات الثابتة
➤ الخيار المتوفر لمدة العقود	➤ توفير الخدمة	
➤ شفافية الأسعار	➤ خطة الرسوم/ التعرفة والعروض الترويجية	
➤ الانتظام في تلقي الفواتير	➤ الفوترة	
➤ وسيلة الدفع		

جدول 40 : مجالات التحسن الرئيسية

جانب تفاعل العميل	مجال التجربة العام	المنتج
<ul style="list-style-type: none"> ➤ إجمالي السعر ➤ رسوم الاستئجار الشهري ➤ رسوم المكالمات الدولية ➤ رسوم التجوال الدولي 	السعر	الخدمات الصوتية عبر الجوال
<ul style="list-style-type: none"> ➤ استجابة مقدمي الخدمات ➤ سهولة حل الشكاوى ➤ مدة حل الشكاوى ➤ سهولة الاتصال بمقدم الخدمة ➤ كفاية قنوات رفع الشكاوى ➤ الوقت المستغرق للوصول إلى موظفي مركز الاتصال 	حل الشكاوى	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ رسوم الاستئجار الشهري ➤ رسوم التجوال الدولي ➤ سرعة خدمة البيانات ➤ شروط واضحة لأسعار الخطط ➤ شفافية الأسعار 	السعر الشبكة خطة الرسوم/ التعريفة والعروض الترويجية	الإنترنت الجوال
<ul style="list-style-type: none"> ➤ الوقت المستغرق للوصول إلى موظفي مركز الاتصال في حل الشكاوى ➤ المدة المستغرقة لحل الشكاوى ➤ استجابة مقدمي الخدمات ➤ سهولة الاتصال بمقدمي الخدمات ➤ كفاية قنوات رفع الشكاوى 	حل الشكاوى	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ إجمالي السعر ➤ رسوم الاستئجار الشهري ➤ رسوم المكالمات الدولية ➤ استجابة مقدمي الخدمات ➤ سهولة حل الشكاوى ➤ المدة المستغرقة لحل الشكاوى ➤ سهولة الاتصال بمقدمي الخدمات ➤ كفاية قنوات رفع الشكاوى ➤ الوقت المستغرق للوصول إلى موظفي مركز الاتصال ➤ دقة الفوترة 	السعر حل الشكاوى الفوترة	الخدمات الصوتية الثابتة
<ul style="list-style-type: none"> ➤ إجمالي السعر ➤ رسوم الاستئجار الشهري ➤ رسوم المكالمات الدولية ➤ استجابة مقدمي الخدمات ➤ سهولة حل الشكاوى ➤ المدة المستغرقة لحل الشكاوى 	السعر حل الشكاوى	الإنترنت الثابت

➤ سهولة الاتصال بمقدمي الخدمات		
➤ كفاية قنوات رفع الشكاوى		
➤ الوقت المستغرق للوصول إلى موظفي مركز الاتصال		
➤ إجمالي السعر	السعر	الوصلات الثابتة
➤ تكلفة الشراء والتركيب		
➤ رسوم الاستئجار الشهري		
➤ رسوم المكالمات الدولية		
➤ شروط واضحة لأسعار الخطط		
➤ الوقت اللازم للتفعيل	خطة الرسوم/ التعريفية والعروض الترويجية	
➤ موثوقية الشبكة	توفير الخدمة	
	الشبكة	

٥. النقاط الرئيسية لهيئة تنظيم الاتصالات

استناداً إلى دور هيئة تنظيم الاتصالات وسلطانها المخولة إليها وآراء عملاء الشركات، يتم سرد النقاط الرئيسية التي يجب وضعها بعين الاعتبار من قبل هيئة تنظيم الاتصالات فيما يلي:

ملاحظات	ما يمكن لهيئة تنظيم الاتصالات القيام به/ تسهيله
<p>التسعير</p> <p>يعتبر التسعير من المسائل الهامة لدى مستهلكي قطاع الأعمال، ويشعر نسبة كبيرة منهم بأن الأسعار في قطر مرتفعة على المستوى الكلي والجوانب المتعلقة مثل: رسوم الإيجار الشهري للخدمة ورسوم المكالمات الدولية والمحلية وكذلك رسوم التجوال.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • نشرت هيئة تنظيم الاتصالات مؤخراً دراسة عن التسعير التنافسي في دول مجلس التعاون الخليجي والعالم العربي. وكشف البحث أن التسعير الذي قدمته قطر للأغراض التجارية هو في الواقع مرتفع وبحاجة إلى أن يكون أكثر قدرة على المنافسة. • تحتاج هيئة تنظيم الاتصالات إلى اتخاذ خطوات ضرورية لضمان أسعار لخدمات الاتصالات قادرة على المنافسة في دولة قطر ومن بين الأفضل في المنطقة.

ملاحظات	ما يمكن لهيئة تنظيم الاتصالات القيام به/ تسهيله
<p>تنافسية السوق</p> <p>في الوقت الحاضر، يرى ٦٥ في المائة فقط من عملاء الشركات أن هناك منافسة كافية في سوق الاتصالات في قطر، وتعتقد نسبة مماثلة من عملاء قطاع الأعمال أن هناك فروق كافية بين المنتجات والخدمات المقدمة من قبل مقدمي الخدمات، وأن من السهل إجراء مقارنة بين المنتجات.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • تعد المنافسة في خدمات الهاتف الثابت للشركات محدودة جداً مع حصر خدمات شركة الاتصالات الأخرى بعدد محدود من المواقع الجغرافية، وتحتاج هيئة تنظيم الاتصالات إلى ضمان توفر خيارات متعددة عبر كافة المنتجات والخدمات. • علاوة على ذلك، يمكن إجراء دراسة للنظر في فرص تقاسم البنية التحتية بين شركتي الاتصالات لضمان حصول المستهلكين على خيارات لانتقاء الخدمات من أي من مقدمي الخدمة.

ملاحظات	ما يمكن لهيئة تنظيم الاتصالات القيام به/ تسهيله
<p>حل الشكاوى</p> <p>هناك استياء ملحوظ اتجاه الوقت المستغرق للوصول لمركز الاتصال لتسجيل شكاوى بالإضافة إلى سرعة حلها.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • يمكن وضع نظام يقوم بتصعيد الشكاوى التي لم يتم حلها أوتوماتيكياً بعد فترة محددة من الوقت. • بالنسبة للشكاوى المتعلقة بالتركيب، فمن المستحسن أن يتم إنشاء آلية لرصد سرعة حلها، وينبغي استخدام هذه الملاحظة المقدمة كأساس لتحديد مؤشرات الأداء الرئيسية التي تحكم وضع حد للوقت المستغرق لحل الشكاوى المتعلقة بتوفير الخدمة.

ما يمكن لهيئة تنظيم الاتصالات القيام به/ تسهيله

ملاحظات

- يمكن لهيئة تنظيم الاتصالات أن تقوم بحملات توعوية تستهدف عملاء قطاع الأعمال للتعريف بها ودورها وسلطتها وكيفية استفادة الأعمال التجارية في قطر من القضايا المتعلقة بخدمات الاتصالات في الدولة.
- تقوم هيئة تنظيم الاتصالات بالزام مقدمي الخدمات بذكر تفاصيل الاتصال بهيئة تنظيم الاتصالات (مثل البريد الإلكتروني، خط الهاتف، وسائل الإعلام الاجتماعية، وما إلى ذلك) على كافة الفواتير المطبوعة وعلى الإنترنت، بحيث يتسنى للعملاء الوصول إليها في حالة وجود مشكلة عالقة ذات صلة بالخدمة. كما يمكن لهيئة تنظيم الاتصالات أن تطلب من مقدمي الخدمات مشاركة مؤشرات الأداء الرئيسية مع العملاء بشأن الوقت الزمني المستغرق لحل الشكاوى الواردة منذ استلام الشكاوى.

الأدراك بوجود هيئة تنظيم الاتصالات

تبلغ نسبة الوعي بوجود هيئة تنظيم الاتصالات بين عملاء الشركات حوالي ٤١ في المائة.

٦. الملحق الأول: تفاصيل البحث

تم إجراء دراسة كمية بحجم عينة تبلغ ١٠٦٨ بين عملاء قطاع الأعمال كجزء من برنامج البحث، وقد تم إجراء هذا الاستطلاع خلال الفترة من أكتوبر إلى ديسمبر ٢٠١٥.

٦.١ وحدة أخذ العينة

لغرض الدراسة، فقد تم أخذ وحدة العينة " المؤسسة" ^٢، ويرجع سبب استخدامها كوحدة لأخذ العينة استناداً إلى افتراض اتخاذ المؤسسات في قطر القرار بشأن شراء خدمات الاتصالات/ الإنترنت. وترتفع حصة الشركات الصغيرة ومتناهية الصغر، وتتشابه أعداد المؤسسات والشركات بشكل عام في دولة قطر، كما هو الحال في العديد من الاقتصادات النامية، وقد تم إجراء وإدارة الدراسة في المكتب الرئيسي في قطر.

٦.٢ المجموعة المستهدفة

المؤسسات التي استجابت للدراسة هي مؤسسات تجارية مسجلة وتدير أعمالها في قطر سواء شركات وطنية أو أجنبية ومؤسسات تجارية خاصة وحكومية / مؤسسات تجارية مختلطة، والتي تستخدم أي من خدمات الاتصالات مثل الخدمات الصوتية عبر الجوال والإنترنت الجوال والخدمات الصوتية الثابتة والإنترنت الثابت وخدمات الوصلات الثابتة للأغراض التجارية.

تشمل المؤسسات المشاركة في استطلاع الرأي:

- مؤسسات أعمال خاصة

^٢ المؤسسة – المؤسسة هي منظمة تجارية تتكون من منشأة محلية واحدة أو أكثر، والتي تم تحديدها في إطار ملكية أو سيطرة مشتركة، تعتبر المؤسسة أو المنشأة هي نفسها بالنسبة للشركات ذات المنشأة الواحدة، وتُشكل كل شركة متعددة المنشآت مؤسسة واحدة، ويتم تجميع وظائف المؤسسات والرواتب السنوية للمؤسسات المرتبطة بها.

- مؤسسات أعمل حكومية/ مختلطة

٦,٣. الملف التعريفي للمشاركين في الدراسة

نظراً لطبيعة المعلومات التي سيتم تجميعها من خلال هذه الدراسة، كان المجيبون المستهدفون لهذا البحث موظفون

- على دراية باستخدام خدمات الاتصالات/ الإنترنت/ الاتصال داخل المؤسسة

و

- صناع قرار/ مؤثرين في قطاع الاتصالات/ الإنترنت/ تنفيذ أو شراء الاتصال

الملفات التعريفية الأكثر شيوعاً للأشخاص الذين تمت مقابلتهم أثناء استطلاع الرأي لتتماشى مع المعايير المذكورة أعلاه هي:

- لمدراء تكنولوجيا المعلومات/ رؤساء أقسام تقنية المعلومات/ رؤساء تكنولوجيا المعلومات
- لأصحاب المؤسسة (في الأغلب بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة)

٦,٤. منهجية الدراسة الاستطلاعية

أجريت المقابلات مباشرة (وجهاً لوجه) مع المجيبين/ المشاركين في الدراسة المُستوفين للشروط والمعايير المحددة أعلاه، وحيثما اقتضى الأمر، تم أخذ مواعيد مسبقة عبر الهاتف من المجيب/المشارك. ويهدف ضمان جودة عالية، فقد تم اعتماد منهجية المقابلات الشخصية باستخدام الكمبيوتر، والأجهزة اللوحية لإجراء المقابلات.

وقد تم تقديم خطاب من هيئة تنظيم الاتصالات للمجيب/المشارك في الدراسة يوضح الغرض من الدراسة وطبيعتها ويحدد أن شركة " AMRB " منوطة بإجراء البحث المقدم للمجيب.

وقد تم تشجيع المجيبين/المشاركين على الرجوع أو استشارة زملائهم وتقديم بيانات أكثر دقة لاستطلاع الرأي. وفي حالة المؤسسات الكبيرة بشكل خاص، من المتوقع عدم توفر المعلومات ذات الصلة بمواضيع متنوعة من موظف واحد، وبالتالي تم حثهم على التشاور مع كبار الموظفين للحصول على إحصاءات ذات جودة أفضل.

٦,٥. توزيع العينة

تم إجراء مقابلات مع ما يعادل ١٠٦٨ مؤسسة، وتعد هذه العينة كبيرة كما تعتبر نتائج الدراسة صحيحة من الناحية الإحصائية بحيث يصل مستوى اعتمادها والثقة بنتائجها الى نسبة تصل الى ٩٥% مع هامش خطأ +/- ٣. وتم اعتماد العينات القائمة على أساس الحصص لضمان توزيع العينات بين الفئات المختلفة.

- النشاط الاقتصادي الرئيسي (قطاع التشغيل)
- حجم المؤسسة التجارية (عدد الموظفين)
- ملكية العمل التجاري
- الموقع الجغرافي

فيما يلي توزيع العينة وفقاً لكافة العوامل:

جدول 41: توزيع العينة حسب النشاط الاقتصادي الرئيسي

النسبة في العينة	(التصنيف الصناعي الموحد لجميع الأنشطة الاقتصادية فئة المراجعة ٤) ^٣	النشاط الاقتصادي الرئيسي	الرقم المسلسل
٣%	٠٣-٠١	الزراعة والغابات وصيد الأسماك	١
٣%	٠٩-٠٥	التعدين واستغلال المحاجر	٢
١٣%	٣٣-١٠	التصنيع	٣
٢%	٣٩-٣٥	الكهرباء والغاز وإمدادات المياه وإدارة النفايات	٤
٧%	٤٣-٤١	التشييد	٥
٢٥%	٤٧-٤٥	تجارة الجملة والتجزئة وإصلاح السيارات	٦
٣%	٥٣-٤٩	النقل والتخزين	٧
٧%	٥٦-٥٥	أنشطة السكن والخدمات الغذائية	٨
٣%	٥٩-٥٨	المعلومات والاتصالات	٩
٣%	٦٦-٦٤	الأنشطة المالية والتأمينية	١٠
٣%	٦٨	الأنشطة العقارية	١١
٥%	٧٥-٦٩	الأنشطة المهنية والعلمية والتقنية	١٢
٥%	٨٢-٧٧	أنشطة الخدمات الإدارية والدعم	١٣
٤%	٨٥	التعليم	١٤
٣%	٨٨-٨٦	أنشطة الصحة الإنسانية والعمل الاجتماعي	١٥
٢%	٩٣-٩٠	الفنون والترفيه والتسلية	١٦
٩%	٩٦-٩٤	أنشطة خدمية أخرى	١٧
١٠٠%			المجموع

جدول 42: توزيع العينة حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)

النسبة في العينة	عدد الموظفين	الرقم المسلسل
٣٧%	(٩-١)	١
٣٥%	(٤٩-١٠)	٢
٢٠%	(٢٤٩-٥٠)	٣
٨%	(+٢٥٠)	٤
١٠٠%		الإجمالي

^٣ وفقاً للتصنيف الصناعي المعياري الدولي لجميع الأنشطة الاقتصادية، المراجعة ٤، الأمم المتحدة

جدول 43: توزيع العينة حسب البلدية

النسبة في العينة	الموقع الجغرافي (البلدية)	الرقم المسلسل
٥٣%	الدوحة	١
٢٢%	الريان	٢
٧%	الوكرة	٣
٥%	أم صلال	٤
٥%	الخور والذخيرة	٥
٣%	الشمال	٦
٣%	الظعائن	٧
٣%	الشحانية	٨
١٠٠%		الإجمالي

جدول 44: توزيع العينة حسب الملكية

النسبة في العينة	ملكية المؤسسة	الرقم المسلسل
٩٧%	ملكية خاصة	١
٣%	ملكية حكومية/ مختلطة	٢
١٠٠%		الإجمالي

جدول 45: العينة التي تحققها بواسطة مختلفة المنتجات

العينة	المنتجات المستخدمة	الرقم المسلسل
٦٥١	الخدمات الصوتية عبر الجوال	١
٢٠٠	الإنترنت على الجوال	٢
٧٦٠	الخدمات الصوتية الثابتة	٣
٥٤٠	الإنترنت الثابت	٤
٣٠	الوصلات الثابتة	٥

جدول 46: توزيع العينة حسب شركة الاتصالات

فودافون	أوريدو	إجمالي العينة	المنتجات المستخدمة	الرقم المسلسل
١٩%	٨١%	٦٥١	الخدمات الصوتية عبر الجوال	١
١٠%	٩٠%	٢٠٠	الإنترنت الجوال	٢
٥%	٩٥%	٧٦٠	الخدمات الصوتية الثابتة	٣
٣%	٩٧%	٥٤٠	الإنترنت الثابت	٤
٣%	٩٧%	٣٠	الوصلات الثابتة	٥

٦.٦. نهج قياس الوزن

ومن أجل تمثيل المؤسسات التجارية، تم قياس وزن بيانات العينة مع وضع معيارين في عين الاعتبار:

- حجم المنشأة التجارية (عدد الموظفين)
- النشاط الاقتصادي الرئيسي (قطاع التشغيل)

وتم الحصول على نسب الوزن من أحدث تعداد للمنشآت التجارية نشرته وزارة التخطيط التنموي والإحصاء في عام ٢٠١٠. فيما يلي جدول قياس الوزن المستخدم:

جدول 47: عوامل قياس الوزن

الإجمالي	+٢٥٠	٢٤٩-٥٠	من ١٠ إلى ٤٩	٠,٩ إلى ٠,١	أعمدة التصنيف الصناعي المعياري الدولي، المراجعة ٤,٠
%١٠,٠٩	%٠,٠٢	%٠,٠٧	%٠,٩٤	%٩,٠٦	٠١- ٠٣ الزراعة والغابات وصيد الأسماك
%٠,٦٧	%٠,١٣	%٠,٢٢	%٠,١٧	%٠,١٤	٠٥- ٠٩ التعدين واستخراج الحجاره
%١٠,٠٠	%٠,١٧	%٠,٧٣	%٣,١٠	%٦,٠٠	١٠- ٣٣ التصنيع
%٠,٣٠	%٠,٠١	%٠,٠٢	%٠,٠٦	%٠,٢١	٣٥- ٣٩ الكهرباء والغاز وإمدادات المياه وإدارة النفايات
%٨,١٦	%٠,٨٩	%٣,٠٢	%٢,٧٥	%١,٤٩	٤١- ٤٣ التشييد
%٤٢,٤٥	%٠,١٤	%١,٢٦	%٦,٧٠	%٣٤,٣٥	٤٥- ٤٧ بيع السيارات بالجملة أو بالتجزئة وإصلاحها
%٢,٣٢	%٠,٠٥	%٠,٢٠	%٠,٨١	%١,٢٧	٤٩- ٥٣ النقل والتخزين
%٦,٣٠	%٠,٠٥	%٠,٣٧	%٢,٢٢	%٣,٦٧	٥٥- ٥٦ أنشطة السكن والخدمات الغذائية
%٠,٦٢	%٠,٠١	%٠,٠٦	%٠,٢٤	%٠,٣١	٥٨- ٥٩ المعلومات والاتصال
%١,٢٧	%٠,٠٢	%٠,١٢	%٠,٧٢	%٠,٤١	٦٤- ٦٦ الأنشطة المالية والتأمينية
%١,٤٠	%٠,٠٢	%٠,٠٧	%٠,٣٢	%٠,٩٨	٦٨ الأنشطة العقارية
%٢,٩٩	%٠,٠٣	%٠,١٩	%٠,٨٤	%١,٩٣	٦٩- ٧٥ الأنشطة المتخصصة والعلمية والتقنية
%٤,٦٠	%٠,٠٩	%٠,١٨	%١,٢٠	%٣,١٢	٧٧- ٨٢ الأنشطة الإدارية وخدمات الدعم
%١,٢٥	%٠,٠٢	%٠,٢٨	%٠,٤٨	%٠,٤٦	٨٥ التعليم
%٠,٩٢	%٠,٠٤	%٠,١٠	%٠,٢٥	%٠,٥٣	٨٦- ٨٨ أنشطة الصحة الإنسانية والعمل الاجتماعي
%٠,٨٣	%٠,٠١	%٠,٠٢	%٠,١٣	%٠,٦٧	٩٠- ٩٣ الفنون والتسلية والترفيه
%٥,٨٥	%٠,٠٠	%٠,٠٣	%٠,٤٥	%٥,٣٧	٩٤- ٩٦ أنشطة خدمية أخرى
%١٠٠	%٢	%٧	%٢١	%٧٠	إجمالي الشركات

٧. جدول الأشكال

١٤	الشكل 1: سوق اتصالات شركات الأعمال
١٥	الشكل ٢: إدراك وجود هيئة تنظيم الاتصالات
١٦	الشكل ٣: نطاق عمل هيئة تنظيم الاتصالات
١٨	الشكل 4: أهمية خدمات الاتصالات
١٩	الشكل ٥ : وضع طرق النفاذ إلى الإنترنت الثابت
١٩	الشكل 6: التصور العام تجاه جودة الخدمات
٢٠	الشكل ٧: التصور تجاه جودة الخدمات: حسب نوع الخدمة
٢٢	الشكل ٨: الرضا عن تغطية الشبكة
٢٤	الشكل ٩: الرضا عن تغطية الشبكة: حسب مقدم الخدمة
٢٤	الشكل ١٠: الرضا عن تغطية الشبكة: حسب البلدية
٢٤	الشكل ١١: الرضا عن توافر الخدمة
٢٦	الشكل 12 : الرضا عن موثوقية وكفاءة الشبكة
٢٨	الشكل ١٣: الرضا عن جودة الصوت ووضوحه
٢٩	الشكل ١٤: الرضا عن سرعة خدمات البيانات وجودة الفيديو
٣١	الشكل ١٥: التصور العام تجاه الأسعار
٣٢	الشكل ١٦: مقارنة أسعار الاتصالات في قطر: نتيجة سلة إجمالي قطاع الأعمال
٣٣	الشكل ١٧: التصور تجاه أسعار الشراء والتركيب
٣٥	الشكل ١٨: التصور تجاه الرسوم الشهرية لاستئجار الخدمة
٣٦	الشكل ١٩: التصور تجاه رسوم المكالمات الدولية
٣٧	الشكل ٢٠: التصور تجاه رسوم التجوال الدولي
٣٨	الشكل ٢١: الرضا عن وضوح الشروط والأحكام
٣٩	الشكل 22 : الرضا عن شفافية الأسعار
٤٠	الشكل ٢٣: الرضا عن تنوع خطط الأسعار
٤١	الشكل ٢٤: الدراية بنشر التعرفة
٤١	الشكل ٢٥: خيارات الوصول إلى التعرفة المنشورة
٤٢	الشكل 26: معايير الرضا عن الية توفير الخدمة
٤٤	الشكل ٢٧: رفع شكوى/ الاستعلام
٤٤	الشكل ٢٨: أسباب الشكاوى الخاصة بالخدمات الصوتية عبر الجوال
٤٤	الشكل 29: أسباب الشكاوى الخاصة بالإنترنت الجوال
٤٥	الشكل ٣٠: أسباب الشكاوى الخاصة بالخدمات الصوتية الثابتة
٤٥	الشكل 31: أسباب الشكاوى الخاصة بالإنترنت الثابت
٤٦	الشكل 32: الوضع المفضل لرفع الشكاوى
٤٦	الشكل ٣٣: الوقت المستغرق لحل الشكاوى أو الرد على الاستعلامات
٤٧	الشكل ٣٤: الرضا عن معايير حل الشكاوى من حيث السهولة وكفاية القنوات والاستجابة
٤٧	الشكل 35: الرضا عن معايير حل الشكاوى سهولة الحل والوقت المستغرق للحل والوقت المستغرق للوصول إلى مسؤول مركز الاتصال
٤٨	الشكل ٣٦: الدراية بإجراء تصعيد الشكاوى في هيئة تنظيم الاتصالات
٤٩	الشكل 37: الطريقة المفضلة لتلقي الفواتير
٤٩	الشكل 38: طريقة الدفع المفضلة
٥٠	الشكل 39: الرضا عن معايير الفوترة
٥٢	الشكل ٤٠: الإعلانات المضللة
٥٣	الشكل ٤١: شركة الاتصالات التي لديها إعلانات مضللة
٥٣	الشكل ٤٢: التصور حول الترويج ووضوح الإعلانات
٥٤	الشكل 43: التصور تجاه التنافسية في السوق

٨. جدول الجداول

١٨	جدول 1 : أهمية خدمات الاتصالات: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)
٢٠	جدول 2 : جودة الخدمة: المعايير والقياسات على مستوى الدولة
٢١	جدول 3: التصور تجاه جودة الخدمات: حسب النشاط الاقتصادي الرئيسي
٢١	جدول 4: التصور تجاه جودة الخدمات: حسب حجم المؤسسة
٢٣	جدول 5: الرضا عن تغطية الشبكة: حسب النشاط الاقتصادي الرئيسي
٢٣	جدول 6: الرضا عن تغطية الشبكة: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)
٢٥	جدول 7: الرضا عن توافر الخدمة: حسب النشاط الاقتصادي الرئيسي
٢٥	جدول 8: مستويات الرضا عن توافر الخدمة: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)
٢٥	جدول 9: الرضا عن توافر الخدمة: حسب مقدم الخدمة
٢٦	جدول 10: الرضا عن توافر الخدمة: حسب البلدية
٢٧	جدول 11: الرضا عن موثوقية وكفاءة الشبكة: حسب النشاط الاقتصادي الرئيسي
٢٧	جدول 12: الرضا عن موثوقية وكفاءة الشبكة: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)
٢٧	جدول 13: الرضا عن كفاءة الشبكة: حسب شركة الاتصالات
٢٨	جدول 14: الرضا عن جودة الصوت ووضوحه: حسب النشاط الاقتصادي الرئيسي
٢٨	جدول 15: الرضا عن جودة الصوت ووضوحه: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)
٢٩	جدول 16: الرضا عن جودة الصوت ووضوحه: حسب شركة الاتصالات
٣٠	جدول 17: الرضا عن سرعة خدمات البيانات: حسب النشاط الاقتصادي الرئيسي
٣٠	جدول 18: الرضا عن سرعة خدمات البيانات: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)
٣١	جدول 19: التصور تجاه الأسعار: وضع المعايير على مستوى الدولة
٣٢	جدول 20: التصور تجاه الأسعار: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)
٣٣	جدول 21: التصور تجاه الأسعار: حسب النشاط الاقتصادي الرئيسي
٣٣	جدول 22: التصور تجاه الأسعار: حسب شركة الاتصالات
٣٤	جدول 23: التصور تجاه أسعار الشراء والتركيب: حسب النشاط الاقتصادي الرئيسي
٣٤	جدول 24: التصور تجاه أسعار الشراء والتركيب: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)
٣٥	جدول 25: التصور تجاه رسوم الاستئجار الشهري للخدمات: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)
٣٥	جدول 26: التصور تجاه رسوم الاستئجار الشهري للخدمات: حسب النشاط الاقتصادي الرئيسي
٣٦	جدول 27: التصور تجاه رسوم المكالمات الدولية: حسب حجم المؤسسة
٣٦	جدول 28: التصور تجاه رسوم المكالمات الدولية: حسب النشاط الاقتصادي الرئيسي
٣٧	جدول 29: التصور تجاه رسوم التجوال الدولي: حسب حجم المؤسسة
٣٧	جدول 30: التصور تجاه رسوم التجوال الدولي: حسب النشاط الاقتصادي الرئيسي
٣٨	جدول 31: الرضا عن وضوح الشروط والأحكام: حسب حجم المؤسسة
٣٩	جدول 32: الرضا عن شفافية الأسعار: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)
٤٠	جدول 33: الرضا عن تنوع خطط الأسعار: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)
٤٢	جدول 34: الرضا عن سهولة الشراء: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)
٤٣	جدول 35: الرضا عن الوقت اللازم للتفعيل: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)
٤٣	جدول 36: الرضا عن اختيار مدة العقد: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)
٥٠	جدول 37: طريقة الدفع المفضلة: حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)
٥١	جدول 38: الرضا عن انتظام تلقي الفواتير: حسب حجم المؤسسة
٥٢	جدول 39: الرضا عن دقة الفواتير: حسب حجم المؤسسة
٥٥	جدول 40: التصور تجاه التنافسية في السوق - حسب حجم المؤسسة
٥٥	جدول 41: نقاط القوة الرئيسية
٥٦	جدول 42: مجالات التحسين الرئيسية
٦٠	جدول 43: توزيع العينة حسب النشاط الاقتصادي الرئيسي
٦٠	جدول 44: توزيع العينة حسب حجم المؤسسة (عدد الموظفين)
٦١	جدول 45: توزيع العينة حسب البلدية
٦١	جدول 46: توزيع العينة حسب الملكية

- جدول 47 : العينة التي تحقيقها بواسطة مختلفة المنتجات ٦١
- جدول 48 : توزيع العينة حسب شركة الاتصالات ٦١
- جدول 49 : عوامل قياس الوزن ٦٢