

سري

الدراسة الاستطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات 2019

تقرير نتائج الاستبيان

6 نوفمبر 2019

إعداد: إنتلجنس قطر (Intelligence Qatar)

قائمة المحتويات

4	مراحل الإصدار
5	1. الملخص التنفيذي
15	2. خلفية
15	2.1 منهجية البحث
15	2.1.1 مشاركة الأطراف المعنية
16	2.1.2 دراسة المقارنة مع بلدان أخرى إقليمية ودولية
16	2.1.3 دراسة مستهلكي قطاع الأعمال
16	2.1.4 الدراسة الاستطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال
18	2.2 المخطط العام للدراسة
19	2.3 بيئة الأعمال في قطر
19	2.3.1 مؤشرات اقتصادية
20	2.3.2 بيئة الأعمال
21	2.4 الأطراف المعنية الرئيسية في سوق الاتصالات القطري
21	2.4.1 التغيرات في سوق الاتصالات القطري
22	2.4.2 مقدمو خدمات الاتصالات أوريدو وفودافون قطر
26	2.4.3 هيئة تنظيم الاتصالات
29	3. تصورات عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات
29	3.1 استخدام خدمات الاتصالات
38	3.2 أهمية خدمات الاتصالات
41	3.3 الرضا العام عن خدمات الاتصالات
44	3.4 تجربة العملاء مع شبكة الاتصالات
44	3.4.1 تغطية الشبكة
45	3.4.2 توفر الخدمة
47	3.4.3 موثوقية الشبكة
49	3.4.4 جودة الصوت ووضوحه
51	3.4.5 سرعة البيانات
53	3.4.6 جودة مقاطع الفيديو وسرعتها
55	3.5 تصورات عملاء قطاع الأعمال عن قيمة الخدمات
55	3.5.1 التصورات عن القيمة مقابل أسعار التركيب
57	3.5.2 التصورات عن القيمة مقابل الرسوم الشهرية
59	3.5.3 التصورات عن القيمة مقابل رسوم المكالمات الدولية
60	3.5.4 التصورات عن القيمة مقابل رسوم التجوال الدولي
61	3.5.5 التصورات عن القيمة مقابل رسوم البيانات
63	3.6 تصورات عملاء قطاع الأعمال عن خطط الأسعار المعروضة / التعرفة
63	3.6.1 تنوع خطط الأسعار المعروضة
65	3.6.2 وضوح أحكام الخدمة وشروطها
67	3.6.3 شفافية الأسعار

69.....	3.6.4 نشر التعرّف
71.....	3.7 تصورات مستهلكي قطاع الأعمال عن تقديم الخدمات
71.....	3.7.1 سهولة شراء الخدمات
73.....	3.7.2 الزمن اللازم لتفعيل الخدمة
76.....	3.7.3 خيارات مدة العقد
78.....	3.8 تصورات عملاء قطاع الأعمال عن الفواتير وتسديدها
78.....	3.8.1 الخيارات المتاحة لتسديد الفواتير
82.....	3.8.2 انتظام استلام الفواتير
84.....	3.8.3 دقة الفواتير
87.....	3.8.4 سهولة فهم الفواتير
88.....	3.9 تصورات مستهلكي قطاع الأعمال عن خدمات العملاء
88.....	3.9.1 فريق خدمة العملاء
91.....	3.9.2 الفريق الفني
93.....	3.9.3 مديرو الحسابات
95.....	3.10 آلية إحالة الشكاوى
95.....	3.10.1 الشكاوى إلى مقدم الخدمة
101.....	3.10.2 الشكاوى إلى هيئة تنظيم الاتصالات
102.....	3.11 حماية حقوق المستهلك
105.....	3.12 تنافسية السوق
109.....	4. الدروس الرئيسية بالنسبة لهيئة تنظيم الاتصالات
109.....	4.1 تحليل الأهمية-الرضا
111.....	4.2 النتائج الرئيسية والآثار المترتبة عليها
119.....	الملاحق
119.....	الملحق (أ): تفاصيل البحث
119.....	1) إطار العينة
120.....	2) منهجية الدراسة الاستطلاعية
120.....	3) توزيع العينة
125.....	4) طريقة الترجيح (الوزن)
126.....	الملحق (ب): قائمة الاختصارات
127.....	الملحق (ج): قائمة الأشكال
129.....	الملحق (د): قائمة الجداول
131.....	الملحق (هـ): المراجع

مراحل الإصدار

المبررات	المؤلف	التاريخ	النسخة
مسودة مرفوعة إلى هيئة تنظيم الاتصالات للمراجعة	إنتلجنس قطر	8 أغسطس 2019	المسودة 1
آراء وملاحظات على المسودة 1	هيئة تنظيم الاتصالات	10 أكتوبر 2019	المسودة 1
مسودة مرفوعة إلى هيئة تنظيم الاتصالات للمراجعة	إنتلجنس قطر	16 أكتوبر 2019	المسودة 2 النسخة 1
آراء وملاحظات على المسودة 2 النسخة 1	هيئة تنظيم الاتصالات	5 نوفمبر 2019	المسودة 2 النسخة 1
مسودة مرفوعة إلى هيئة تنظيم الاتصالات للمراجعة	إنتلجنس قطر	06 نوفمبر 2019	المسودة 2 النسخة 2
آراء وملاحظات على المسودة 2 النسخة 2	هيئة تنظيم الاتصالات	06 نوفمبر 2019	المسودة 2 النسخة 2
تقديم مرفوع إلى هيئة تنظيم الاتصالات للموافقة	إنتلجنس قطر	06 نوفمبر 2019	التقرير النهائي
الموافقة على التقرير	هيئة تنظيم الاتصالات	06 نوفمبر 2019	التقرير النهائي

1. الملخص التنفيذي

تستعرض "الدراسة الاستطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال 2019" النتائج التفصيلية لمستويات رضا عملاء قطاع الأعمال في دولة قطر عن مقدمي خدمات الاتصالات أوريدو وفودافون قطر. تستند النتائج إلى استبيان شمل كامل البلاد وشارك فيه 1,635 شركة في مجموعة كبيرة من القطاعات ومن مختلف الأحجام والمناطق الجغرافية في قطر. تضم الدراسة آراء أفراد هم في شركاتهم إما أصحاب قرار شراء خدمات الاتصالات أو مسؤولون عن إدارة احتياجات الشركة من هذه الخدمات. ويمثل هذا التقرير الموجة الثانية من الأبحاث التي أجريت لقياس مستويات رضا مستهلكي قطاع الأعمال في قطر عن جميع جوانب خدمات الاتصالات مثل تغطية الشبكة، وقيمة الخدمة، وخطط الأسعار المعروضة، والفواتير والدفع، وخدمة العملاء، ومعالجة الشكاوى. وتمت مقارنة نتائج 2019 مع نتائج دراسة 2015 التي اعتبرت سنة الأساس. وفيما يلي ملخص بنتائج الدراسة.

لمحة عامة عن القطاع

من المتوقع أن يساهم قطاع الاتصالات مساهمة كبيرة في اقتصاد قطر، وأن ينمو بنسبة 3.2% سنوياً ليصل إلى 4.4 مليار دولار في عام 2021، مما يجعل الاتصالات ركيزة رئيسية في التنمية الاقتصادية في البلاد. ومع توقع ازدهار الاقتصاد القطري في السنوات المقبلة بسبب كأس العالم 2022 والمبادرات التي نفذتها الحكومة لتنويع الاقتصاد وتعزيز القطاع الخاص، ستستفيد الشركات التي تقدم خدمات الاتصالات قطر من قاعدة متنامية من العملاء مع توقع ارتفاع عدد الشركات، الدولية منها والمحلية. سيزداد الطلب على خدمات الاتصالات، ومن المرجح أن تبحث الشركات عن تكنولوجيات ناشئة جديدة تساعد في تلبية متطلبات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وسيؤدي نمو قطاع الاتصالات إلى زيادة الطلب على هيئة تنظيم الاتصالات للحفاظ على قطاع اتصالات مفتوح وتنافسي يقدم للشركات في قطر، وبأسعار تنافسية، مجموعة كبيرة من المنتجات والخدمات المتقدمة والمبتكرة والموثوقة.

المعرفة بوجود هيئة تنظيم الاتصالات

المعرفة بوجود هيئة تنظيم الاتصالات ضعيفة في صفوف قطاع الأعمال القطري، حيث قال أقل من نصف المستطلعين بأنهم يعرفون الهيئة. وقد زادت هذه المعرفة زيادة طفيفة عن مستويات 2015 حيث ارتفعت من 41% في عام 2015 إلى 46% في عام 2019. وأكثر المجالات التي يعرفها المستطلعون عن هيئة تنظيم الاتصالات هي دورها في حماية المستهلك من الممارسات المضللة وغير العادلة، وتنظيم سوق الاتصالات وقطاع الاتصالات في قطر (81% و76% على التوالي). ولدى مستهلكي قطاع الأعمال الذين يعرفون بوجود هيئة تنظيم الاتصالات معرفة متوسطة بأنها مسؤولة عن إدارة الشكاوى المتعلقة بخدمات الاتصالات (57%)، وعن تحديد معايير جودة الخدمة ومراقبة الامتثال (67%)، وضمان امتلاك قطر لسوق اتصالات تنافسي ومتطور التكنولوجيا (67%)، وضمان فعالية إدارة وتوزيع موارد الاتصالات (69%).

استخدام خدمات الاتصالات

تمتلك أوريديو أكبر حصة سوقية بين الشركات التي شملها الاستطلاع، حيث قال 92% أن لديهم اشتراكاً في خدمات أوريديو. وذكر نصف المستطلعين المشتركين في أوريديو أنهم يتلقون خدمات من فودافون قطر (47%). وهناك واحد من كل ثلاثة مستطلعين (39%) مشترك في أوريديو وفودافون قطر معاً، فيما ذكر أغلبيتهم أن فودافون قطر هي مقدم الخدمات الرئيسي لشركاتهم (55% من فودافون مقابل 43% من أوريديو).

تعد خدمات الجوال أقوى القطاعات أداءً، حيث ذكر تسعة من كل عشرة من مستهلكي قطاع الأعمال أنهم يستخدمون خدمات الجوال الصوتية وخدمات الإنترنت الجوال (95% و94% على التوالي). وبالمقارنة، ذكر ثلثا المستهلكين أنهم يستخدمون الخدمات الصوتية الثابتة، وأكثر من نصفهم (55%) يستخدمون خدمات الإنترنت الثابت. وتواصل معدلات استخدام خدمات الخطوط المؤجرة بالانخفاض حيث أفاد 5% فقط من مستهلكي قطاع الأعمال عن اشتراكهم في هذه الخدمة. وتشير النتائج إلى أن الشركات في قطر تتبع الاتجاهات العالمية وتتجه نحو التكنولوجيات الجديدة بدلاً من خدمات الاتصالات التقليدية.

تستخدم الشركات في قطر تطبيقات OTT بشكل كبير، حيث ذكر 72% من المستطلعين أنهم يستخدمون هذه الخدمات للتواصل مع العملاء والزلاء ونشر المعلومات بسرعة. ويتصدر تطبيق الواتساب السوق حيث يستخدمه 99% من الشركات التي تستخدم تطبيقات OTT، يليه تطبيق إيمو IMO ويستخدمه 50% ثم سكايب (40%) وفايبر (33%).

أهمية خدمات الاتصالات

أهم خدمات الاتصالات التي تساعد الشركات في قطر على العمل بفعالية، بترتيب تنازلي، هي خدمات الجوال الصوتية، وخدمات الإنترنت الجوال وخدمات الصوتية الثابتة، والإنترنت الثابت. فثلاثة أرباع الشركات على الأقل صنفا جميع هذه الخدمات على أنها مهمة جداً وأعطوا درجات تتراوح بين 7 و9 على مقياس تقييم من 9 نقاط. بالمقابل، اعتبرت تطبيقات OTT (59% أعطوا درجات بين 7 و9)، وخدمات الأمن (58%)، وخطوط المؤجرة (55%)، وإنترنت الأشياء (54%) متوسطة الأهمية بالنسبة لعمل الشركات.

في عام 2019، تولي الشركات لخدمات الجوال في إدارة أعمالها بفعالية أهمية أكبر من عام 2015، بينما انخفضت أهمية الخدمات الثابتة. وينعكس هذا التراجع في الخدمات الثابتة في ارتفاع معدلات استخدام الهاتف الجوال بين الشركات في قطر. ونظراً للأهمية الضعيفة التي أوليت للخدمات الثابتة، من المرجح أن تشهد الحصة السوقية لهذا القطاع تراجعاً في السنوات المقبلة.

الرضا العام عن خدمات الاتصالات

ثمة مستوى عالٍ من الرضا بين الشركات العاملة في قطر عن خدمات الاتصالات. فنتائج الدراسة تظهر مستويات قوية من الرضا عن جميع فئات الخدمة. سجلت أعلى درجات رضا قطاع الأعمال في الخدمات الثابتة، بما فيها الخدمات الصوتية والإنترنت الثابت وخطوط المؤجرة، حيث سجل 90% من المستطلعين على الأقل إما "راض تماماً" أو "راض". وكان الرضا

العام أقل قليلاً عن خدمات الجوال الصوتية وخدمات الانترنت الجوال ، ولكنه يبقى مرتفعاً (84% و83% على التوالي). ونظراً لارتفاع معدلات استخدام الهاتف الجوال والأهمية المعطاة لخدماته، فإن مستهلكي قطاع الأعمال يتوقعون أن يكون مستواها أعلى من مستوى الخدمات الثابتة.

في دراسة عام 2019، سجل مستوى الرضا العام عن جميع خدمات الاتصالات إما تحسناً عن دراسة عام 2015 أو ثباتاً على المستوى نفسه. سجل الرضا عن خدمات الانترنت الجوال أعلى مستويات التحسن، بزيادة قدرها 14 نقطة مئوية (من 69% في عام 2015 إلى 83% في عام 2019).

تجربة العملاء مع خدمات الاتصالات

سجل مستهلكو قطاع الأعمال في قطر درجات عالية من الرضا عن جميع الخدمات الثابتة. فقد أجاب 9 من بين كل 10 منهم على الأقل إما "راض تماماً" أو "راض" عن الجوانب التالية:

- توفر الخدمات الثابتة (المكالمات 95%، الإنترنت 93%، الخطوط المؤجرة 91%)
- موثوقية خدمات شبكة الخطوط المؤجرة (90%)
- جودة ووضوح الخدمات الصوتية الثابتة (94%)
- سرعة البيانات المقدمة عبر خدمات الإنترنت الثابت و الخطوط المؤجرة (92% و90% على التوالي)
- جودة مقاطع الفيديو وسرعتها عبر خدمات الإنترنت الثابت (91%)

وكان مستوى الرضا أقل عموماً بين مستخدمي الهاتف الجوال حيث سجل ثلاثة أرباع المستطلعين تقريباً إما "راض تماماً" أو "راض" عن الجوانب التالية:

- تغطية شبكة خدمات الانترنت الجوال (77%)
- موثوقية شبكة خدمات الجوال الصوتية و خدمات الانترنت الجوال (78% و75% على التوالي)
- جودة ووضوح خدمات الجوال الصوتية (79%)
- سرعة بيانات خدمات الانترنت الجوال (74%)
- جودة مقاطع الفيديو وسرعتها عبر خدمات الانترنت الجوال (75%)

الموقع الجغرافي

تختلف مستويات الرضا حسب موقع الشركات في قطر. فقد سجلت الشركات المستطلعة في الدوحة والوكرة مستويات رضا عن معظم خدمات الاتصالات أعلى من مستويات البلديات الأخرى في قطر. حيث يشعر تسعة من كل عشرة من الشركات المستطلعة في الدوحة والوكرة بالرضا عن تغطية الشبكة وتوفر الخدمات وموثوقية الشبكة وجودة الصوت ووضوحه وسرعة البيانات.

وسجلت الشركات العاملة في بلدية الخور/الذخيرة مستويات منخفضة نسبياً من الرضا مقارنة مع الشركات الموجودة في الدوحة والوكرة. فأقل من نصف المستطلعين في هذه المنطقة يشعرون بالرضا عن تغطية الشبكة وتوفر خدمات الخطوط المؤجرة وجودة ووضوح خدمات الجوال الصوتية وسرعة البيانات وجودة مقاطع الفيديو وسرعتها عبر خدمات الانترنت الجوال.

ورضا الشركات الموجودة في الشحانية عن خدمات الاتصالات أقل بكثير أيضاً من مستويات الرضا العالية لشركات المناطق الأقرب إلى الدوحة. فقد سجل أقل من ثلث المستطلعين العاملين في الشحانية درجة "راضٍ" عن تغطية الشبكة (خدمات الجوال الصوتية وخدمات الانترنت الجوال)، وعن سرعة بيانات الانترنت الجوال، وجودة ووضوح خدمات الجوال الصوتية، وجودة مقاطع الفيديو وسرعتها عبر خدمات الانترنت الجوال.

وكما في الشحانية، سجلت الشركات المستطلعة في الطعابن أيضاً مستويات منخفضة من الرضا عن سرعة بيانات الانترنت الجوال، وعن جودة مقاطع الفيديو وسرعتها عبر خدمات الانترنت الجوال.

تصورات عملاء قطاع الأعمال عن قيمة الخدمات

سئل مستهلكو قطاع الأعمال عن آرائهم بقيمة مختلف جوانب خدمات الاتصالات. كانت الآراء حول قيمة خدمات الاتصالات عموماً متوسطة، حيث صنف أقل من ثلاثة أرباع المستطلعين معظم جوانب هذه الخدمات بأنها ذات "قيمة جيدة". باستثناء الرسوم الشهرية على الخدمات الصوتية الثابتة والإنترنت الثابت حيث قالت نسبة أعلى من المستخدمين بأنهم حصلوا على "قيمة جيدة" مقابل الرسوم (79% و76% على التوالي). وبالمقارنة، وصف نحو ستة من بين كل عشرة مستطلعين أسعار تركيب الخدمات الثابتة بأنها ذات "قيمة جيدة" (المكالمات 67%، الإنترنت 58%، الخطوط المؤجرة 60%)، وكذلك رسوم البيانات عبر خدمات الإنترنت الثابت وخدمات الانترنت الجوال (61% و57% على التوالي).

أعطى مستهلكو قطاع الأعمال أدنى درجات التقييم للمكالمات الدولية عبر الهاتف الثابت، ولرسوم خدمة التجوال الدولي عبر الهاتف الجوال، ولخدمات الجوال الصوتية، حيث صنف نصفهم هذه الخدمات بأنها ذات "قيمة جيدة" (54% و48% و46% على التوالي).

تصورات عملاء قطاع الأعمال عن التعرفة

سجل المستطلعون عموماً مستوى رضا عن تعرفة الخدمات الثابتة (مكالمات وإنترنت) أعلى من رضاهم عن خدمات الجوال (مكالمات وإنترنت). وعبر ثمانية على الأقل من بين كل عشرة مستطلعين عن رضاهم عن التعرفة وعن شروط وأحكام الخدمات الصوتية الثابتة والإنترنت الثابت. بالمقابل، هناك ثلاثة أرباع المستطلعين راضون عن الجوانب المذكورة أعلاه في خدمات الجوال الصوتية وخدمات الانترنت الجوال.

في حين كان مستوى الرضا عن الخطوط المؤجرة أقل، حيث عبر 58% من المستطلعين عن رضاهم عن تنوع خطط أسعار الخطوط المؤجرة و59% عن رضاهم عن وضوح شروط وأحكام الخدمة.

نشر التعرّف

سجل مستهلكو قطاع الأعمال في قطر درجة متوسطة من المعرفة بضرورة قيام مقدمي خدمات الاتصالات بنشر تعرّفهم. فقد ذكر أكثر قليل من نصف المستطلعين (55%) أنهم يعرفون أن مقدمي الخدمات ملزمون بنشر التعرّف عبر قنوات اتصال متعددة كمواقع الإنترنت والصحف. ويفضل مستهلكو قطاع الأعمال تلقي معلومات عن التعرّف عبر رابط مضمن في رسالة نصية قصيرة.

تصورات مستهلكي قطاع الأعمال عن تقديم الخدمات

طلب من المستطلعين تقييم مستوى رضاهم عن سهولة شراء وتفعيل خدمات الاتصالات. كان مستوى الرضا مرتفعاً عموماً عن المراحل الأولى من ترتيبات تقديم خدمات الاتصالات للشركات. وكما في النتائج السابقة، كان مستوى الرضا عن الخدمات الثابتة أعلى قليلاً من الرضا عن خدمات الجوال. فقد قال 94% إنهم راضون عن سهولة شراء الخدمات الصوتية الثابتة، مقابل 87% لخدمات الإنترنت الثابت و83% لخدمات الخطوط المؤجرة. وكانت معدلات الرضا أقل عن سهولة شراء خدمات الجوال الصوتية (78%) وخدمات الإنترنت الجوال (75%).

كانت مستويات الرضا أيضاً عن الزمن المستغرق في تفعيل الخدمات الثابتة أعلى منها عن خدمات الجوال: الخدمات الصوتية الثابتة (90% راضون)، الإنترنت الثابت (88%)، الخطوط المؤجرة (88%)، خدمات الجوال الصوتية (77%) وخدمات الإنترنت الجوال (73%). ونجد هذا النموذج أيضاً في مستوى الرضا عن سهولة اختيار فترة العقد. فمستوى الرضا عن اختيار فترة عقود الخدمات الصوتية الثابتة والإنترنت الثابت (90% و87% على التوالي) أعلى منه في عقود خدمات الجوال الصوتية وخدمات الإنترنت الجوال (80% و74% على التوالي). ومستوى الرضا أقل بكثير عن اختيار عقود الخطوط المؤجرة حيث قال 63% فقط أنهم راضون تماماً أو راضون عن الخيارات المتاحة.

تصورات عملاء قطاع الأعمال عن الفواتير وتسديدها

كان رضا المستطلعين مرتفعاً بشكل عام عن خيارات تسديد الفواتير، خاصة في الخدمات الثابتة (المكالمات 88% راضون والإنترنت 82%) وخدمات الخطوط المؤجرة (81%). في حين كان مستوى الرضا أقل عن خيارات تسديد فواتير خدمات الجوال الصوتية (75%) وخدمات الإنترنت الجوال (72%).

ويفضل معظم مستهلكي قطاع الأعمال استلام فواتير الاتصالات عبر الرسائل القصيرة أو البريد الإلكتروني (67% و57% على التوالي). ويفضل ثلثهم تلقي الفواتير عبر البريد العادي أو من الموقع الإلكتروني لمقدم الخدمة. هناك ميل لدى مستهلكي قطاع الأعمال إلى تفضيل الطرق التقليدية لتسديد الفواتير، حيث ذكر 73% أنهم يفضلون تسديدها في محلات التجزئة إما نقداً أو ببطاقة الائتمان أو من خلال الشيكات. وهناك نسبة أقل تفضل التسديد عبر الموقع الإلكتروني لمقدم الخدمة أو عبر حوالات مصرفية (61%) أو من خلال أجهزة الدفع (60%) وبدرجة أقل من خلال تطبيقات الهاتف الجوال (16%).

سجل مستهلكو قطاع الأعمال نسبة رضا عالية عن انتظام تلقي فواتير الخدمات الثابتة (88% للخطوط المؤجرة ، و81% للمكالمات، و78% للإنترنت) ونسبة رضا متوسطة بالنسبة للهاتف الجوال (73% للمكالمات و71% للإنترنت). وكان رضاهم عن دقة الفواتير في خدمات الجوال أقل من الخدمات الثابتة. فقد سجل ثمانية من كل عشرة إما "راض تماماً" أو "راض" عن دقة فواتير الخطوط المؤجرة و الخدمات الصوتية الثابتة مقابل 76% لفواتير الإنترنت الثابت. وهذا مشابه لنسبة 71% من المستطلعين الراضين عن دقة فواتير خدمات الجوال الصوتية و68% عن فواتير خدمات الإنترنت الجوال.

ويجد مستهلكو قطاع الأعمال سهولة أكبر في فهم فواتير الهاتف الثابت من فواتير الهاتف الجوال. فقد سجلوا مستويات أعلى من الرضا عن سهولة فهم فواتير الهاتف الثابت (المكالمات 82% والإنترنت 79% و الخطوط المؤجرة 78%) مقارنة بفواتير الهاتف الجوال (المكالمات 73% والإنترنت 70%).

تصورات مستهلكي قطاع الأعمال عن تقديم الخدمات

فريق خدمة العملاء

ذكر واحد من كل ثلاثة مستطلعين (39%) أنه تعامل مع فريق خدمة العملاء في أوريدو أو فودافون قطر خلال الأشهر الثلاثة الماضية للاستفسار عن موضوع متعلق بالعمل. وكانت مستويات الرضا عن أداء فريق خدمة العملاء متوسطة، حيث قال 62% من المستطلعين الذين اتصلوا بمقدم الخدمة إنهم راضون عن الخدمات المقدمة. وكانت مستويات الرضا منخفضة عن تصرف فريق خدمة العملاء بمودة ولباقة (38%)، وعن تقديم معلومات مفيدة (34%) والإجابة عن الاستفسارات (30%). وكان مستوى الرضا عن فريق خدمة عملاء فودافون قطر أقل بكثير من الرضا عن فريق أوريدو، خاصة فيما يتعلق بالتصرف بمودة ولباقة (12%)، والإجابة عن الاستفسارات (12%)، وتقديم معلومات مفيدة (13%).

الفريق الفني

حظي معظم المستطلعين الذين اتصلوا بفريق خدمة العملاء (83%) بزيارة من الفريق الفني للمساعدة في حل مشكلتهم. وكانت مستويات الرضا عن خدمات الفريق الفني متوسطة أيضاً، حيث قال 59% إنهم راضون عن مستوى الخدمة مقابل 25% غير راضين. وسجلت أعلى مستويات الرضا عن الزمن المستغرق في حل المشكلة (52%) وأدائها عن التصرف بمودة ولباقة (44%).

مديرو الحسابات

أفاد أربعة من كل عشرة مستطلعين أن لديهم مدير حساب خاص بشركتهم لدى مقدم الخدمة الرئيسي. وعموماً، كان رضا المستطلعين الذين لديهم مدير حساب متوسطاً عن مستوى خدمات مدير الحساب المذكور. وكان مستوى الرضا عن مديري الحسابات لدى أوريدو أعلى منه لدى فودافون قطر (95% أوريدو و46% فودافون).

آلية إحالة الشكاوى

الشكاوى إلى مقدم الخدمة

ذكر ثلاثة من كل عشرة مستطلعين أنهم قدموا شكاوى إلى مقدم الخدمة خلال الأشهر الاثني عشرة الأخيرة. وتركزت معظم الشكاوى على خدمات الجوال (48% للإنترنت، و25% للمكالمات)، وبدرجة أقل على الخدمات الثابتة (15% للإنترنت و11% للمكالمات و1% للخطوط المؤجرة).

وشهد عام 2019 زيادة في الشكاوى المتعلقة بخدمات الجوال عن مستويات دراسة 2015. فيما تراجعت الشكاوى المتعلقة بالخدمات الثابتة منذ 2015. أما أسباب الشكاوى الرئيسية فهي انقطاع الاتصال ومشكلات الفواتير وتغطية الشبكة.

وبشكل عام، سجل مستهلكو قطاع الأعمال الذين قدموا شكاوى إلى مقدم الخدمة مستوى رضا متوسط أو ضعيف عن عملية معالجة الشكاوى. وكان الرضا متوسطاً عن سهولة الاتصال بمقدم الخدمة (61%)، والوقت المستغرق في الوصول إلى موظف مركز الاتصال عبر نظام الاستجابة الصوتية التفاعلية (52%) وتعامل الموظفين (50%). بينما كان الرضا منخفضاً عن معرفة ومهارات الموظف الذي يعالج المشكلة (42%) والزمن المستغرق لحل المشكلة (41%).

الشكاوى إلى هيئة تنظيم الاتصالات

كان عدد حالات تصعيد الشكاوى إلى هيئة تنظيم الاتصالات قليل لأن 1% فقط من المستطلعين الذين يعلمون بوجود آلية تصعيد الشكاوى لدى الهيئة قالوا بأنهم رفعوا شكاوى مباشرة إلى الهيئة.

حماية حقوق المستهلك

على الرغم من أن مستهلكي قطاع الأعمال عموماً لا يعتقدون أن مقدمي خدمات الاتصالات في قطر ينشرون إعلانات تضليلية في عروضهم الترويجية، فإن مستوى رضاهم كان متوسطاً عن إعلانات الاتصالات. فقد ذكر واحد من كل خمسة مستطلعين (21%) أن أوريدو وفودافون قطر لديهما إعلانات مضللة عن خدمات الاتصالات. وعبر ثلثا المستطلعين عن رضاهم عن وضوح الإعلان والاتصالات، وكان 60% راضين عن خيار الانسحاب من الرسائل الترويجية الواردة من مقدمي الخدمة و58% راضين عن تخفيض عدد الرسائل والعروض الترويجية غير المرغوب فيها.

التنافسية في السوق

يعتقد قرابة ثلثي مستهلكي قطاع الأعمال (64%) أن هناك خيارات جيدة لمنتجات و/أو خدمات الاتصالات المتاحة لشركتهم. ويعتقد نصفهم أن هناك منافسة كافية في قطر على منتجات وخدمات الاتصالات المقدمة للشركات (57%) وأنهم قادرون على التفاوض بفعالية مع مقدمي خدمات الاتصالات حول التعرفة والخدمات (55%). والشركات المتناهية الصغر التي يقل عدد موظفيها عن عشرة هي الأقل اعتقاداً بوجود منافسة كافية وخيارات متنوعة من المنتجات والخدمات بأسعار تنافسية لتلبية احتياجاتهم.

خلاصة

- سجل مستهلكو قطاع الأعمال عموماً مستويات عالية من الرضا عن جودة خدمات الاتصالات في قطر. وقد ازدادت مستويات الرضا عن عام 2015 في معظم الخدمات.
- تشهد خدمات الجوال معدلات استخدام أعلى من الخدمات الثابتة وتعتبر أكثر أهمية في ضمان فعالية عمل الشركات في قطر. وعموماً، كان رضا مستهلكي قطاع الأعمال عن خدمات الجوال أقل من رضاهم عن الخدمات الثابتة.
- تواصل أوريدو احتفاظها بحصة سوقية من مستهلكي قطاع الأعمال في قطر. وهناك فارق بسيط بين مستويات الرضا عن خدمات أوريدو والرضا عن خدمات فودافون قطر. فكلتا الشركتين حققنا مستويات عالية من رضا عملائهما من الشركات، ولا توجد بينهما فروق مهمة إحصائياً في الأداء، بإستثناء تقديم خدمة العملاء التي تتفوق فيها أوريدو على فودافون.
- تم تسجيل مستويات رضا أقل عن خدمات الاتصالات في الخور الذخيرة والشحانية، خاصة فيما يتعلق بتغطية الشبكة وتوفرها.

اعتبارات أساسية بالنسبة لهيئة تنظيم الاتصالات

بناء على آراء وملاحظات مستهلكي قطاع الأعمال، فإن الاعتبارات الأساسية بالنسبة لهيئة تنظيم الاتصالات هي:

الاعتبار 1: إعداد استراتيجيات لزيادة المعرفة بالعلامة التجارية

لا تزال المعرفة بوجود هيئة تنظيم الاتصالات ضعيفة بين شريحة مستهلكي قطاع الأعمال في قطر. فقرابة نصف الشركات المستطلعة (46%) قالت إنها تعرف بوجود الهيئة عندما ذكرت أمامهم. ولم تشهد صورة الهيئة سوى تحسن طفيف عن دراسة 2015. وهذا يعني أن عليها الترويج بشكل فعال لعلامتها التجارية في قطاع الأعمال القطري. وهذا يشمل التوعية ليس فقط بالاسم التجاري "هيئة تنظيم الاتصالات" بل أيضاً بمهام ومسؤوليات الهيئة في تنظيم قطاع الاتصالات في قطر. وضعف المعرفة بوجود الهيئة هو على الأرجح سبب قيام عدد قليل جداً من الشركات المستطلعة فقط بتصعيد شكاواها المتعلقة بخدمات الاتصالات إلى الهيئة. يجب وضع استراتيجيات فعالة لنشر معلومات عن الهيئة في قطاع الأعمال كأولوية، بما في ذلك زيادة زيارة موقعها الإلكتروني الذي يحتوي على معلومات مهمة عن الإطار القانوني وأدلة مفيدة عن منتجات وخدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في قطر. يجب النظر في الاستفادة من قنوات الاتصال التي تستخدمها أوريدو وفودافون قطر للمساعدة في الترويج لهيئة تنظيم الاتصالات. وقد يشمل ذلك إضافة العلامة التجارية للهيئة إلى المواقع الإلكترونية للشركتين، وإلى عقود الخدمة وأدلة المعلومات والإعلانات الخاصة بهما وكذلك نشر مواد ترويجية في محلات التجزئة التابعة لهما.

الاعتبار 2: إعادة النظر بشبكة الاتصالات في بعض المناطق

يعد رضا مستهلكي قطاع الأعمال عن خدمات الجوال (مكالمات وإنترنت) ضعيفاً نسبياً في شمال قطر (الخور والذخيرة) وفي الشحانية. ويتعين أن تجري هيئة تنظيم الاتصالات مزيداً من الدراسات لتحديد أسباب عدم الرضا عن تغطية الشبكة وتوفرها

وموثوقيتها وعن جودة الصوت ووضوحه وسرعة البيانات وجودة مقاطع الفيديو وسرعتها في هذه المناطق. قد يكون من الضروري تركيز أعمال تحسين البنية التحتية في هذه المناطق.

الاعتبار 3: إعادة النظر في أسعار بعض الخدمات

التسعير عنصر مهم في إعداد عروض جذابة لأي منتج أو خدمة. ورغم أن معظم مستهلكي قطاع الأعمال راضون عن تسعير خدمات الاتصالات، هناك بعض العروض التي تتطلب إعادة نظر من قبل هيئة تنظيم الاتصالات ومقدمي الخدمات. وهذه تشمل: تكاليف تركيب خدمات الإنترنت الثابت و الخطوط المؤجرة (بشكل أساسي لمستخدمي أوريديو)؛ ورسوم المكالمات الدولية عبر الهاتف الثابت (بشكل أساسي لمستخدمي أوريديو) وعبر الهاتف الجوال (بشكل رئيسي للشركات الصغيرة ومستخدمي فودافون قطر)؛ ورسوم التجوال الدولي عبر خدمات الجوال الصوتية و خدمات الانترنت الجوال (بشكل أساسي للشركات الصغيرة والمتوسطة ومستخدمي فودافون قطر).

الاعتبار 4: إعادة النظر بخطط أسعار الخطوط المؤجرة

يوصى بإجراء دراسة لخطط الأسعار المعروضة ومدة العقد والشروط والأحكام وسهولة الشراء المتعلقة بخدمات الخطوط المؤجرة بسبب انخفاض مستويات الرضا عن هذه الخدمة خاصة بين الشركات الصغيرة والمتناهية الصغر. يوصى بمراجعة أحكام وشروط خدمات الخطوط المؤجرة المقدمة من فودافون قطر كأولوية نظراً لانخفاض مستويات الرضا بين الشركات المشتركة بهذه الخدمة لدى فودافون قطر.

الاعتبار 5: التوعية بتعرفة الخدمات

هناك اثنان بين كل أربعة مستهلكين من قطاع الأعمال لا يعرفون أن مقدمي الخدمات ملزمون بنشر تعرفه خدماتهم عبر قنوات متعددة. ومع أن الوعي بمسألة إلزامية نشر الأسعار ازداد منذ عام 2015، فإنه لا يزال بمستوى متوسط. يتعين على هيئة تنظيم الاتصالات ضمان قيام مقدمي الخدمات بنشر معلومات تعرفتهم بين مستهلكي قطاع الأعمال. ومن استراتيجيات النشر إرسال روابط إلكترونية ضمن الرسائل القصيرة أو الفواتير الإلكترونية و/أو على المواقع الإلكترونية لمقدمي الخدمات ووسائل التواصل الاجتماعي. هذه هي الطرق المفضلة التي ذكرها المشاركون في الاستبيان.

الاعتبار 6: إعادة النظر بفواتير الخدمات الصوتية الثابتة والإنترنت الثابت في فودافون قطر.

سجل مستوى متوسط من الرضا عن انتظام تلقي فواتير الخدمات الثابتة من فودافون قطر وهو أقل بكثير بالمقارنة مع أوريديو. ومستويات الرضا أقل أيضاً عن دقة وسهولة فهم فواتير الهاتف الثابت (مكالمات وإنترنت) لدى فودافون قطر. يوصى بأن تدرس هيئة تنظيم الاتصالات هذا الموضوع بشكل أوسع وتجري مقارنة أعمق بين فواتير الهاتف الثابت في أوريديو وفودافون لتحديد الأسباب التي تجعل مشتركي الهاتف الثابت في فودافون قطر غير راضين عن معلومات الفواتير ومدة دورة الفواتير.

الاعتبار 7: مراقبة أداء فريق خدمة العملاء

ثمة مستوى متوسط من الرضا عن خدمات فرق خدمة العملاء في كل من أوريدو وفودافون قطر. وتعتبر مستويات الرضا منخفضة فيما يتعلق بتصريف فريق خدمة العملاء بمودة ولباقة، و تقديم معلومات مفيدة، والإجابة عن الاستفسارات، خصوصاً بين عملاء قطاع الأعمال الذين اتصلوا مؤخراً بفريق خدمة عملاء فودافون قطر. يوصى بأن تقوم هيئة تنظيم الاتصالات بتكليف أوريدو وفودافون قطر بتقديم تقارير منتظمة عن رضا عملاء قطاع الأعمال عن أداء فرق خدمة العملاء لديهما حتى يمكن تقييم الأداء ومقارنته بانتظام للسماح بإيجاد حلول فورية للمشكلات.

الاعتبار 8: إعادة النظر بعملية الشكاوى

يجب إحالة الشكاوى التي لا تعالج في غضون 30 يوماً بشكل تلقائي إلى هيئة تنظيم الاتصالات وعلى مقدمي الخدمات تقديم تقرير موجز شهري إلى الهيئة عن الشكاوى المسجلة والشكاوى المعالجة. يجب جمع هذه المعلومات ونشرها كل ثلاثة أشهر على الموقع الإلكتروني لهيئة تنظيم الاتصالات.

كما يجب إدراج معلومات على الموقع الإلكتروني توضح خطوات العملية بعد تقديم الشكاوى عبر الإنترنت إلى هيئة تنظيم الاتصالات.

الاعتبار 9: مراجعة المنتجات والخدمات المقدمة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة

للمساعدة في تنفيذ هدف رؤية قطر الوطنية 2030 في تنويع الاقتصاد من خلال دعم القطاع الخاص ونمو المنشآت الصغيرة والمتوسطة، على هيئة تنظيم الاتصالات مراجعة المنتجات والخدمات الحالية المصممة للشركات المتناهية الصغر والشركات الصغيرة والمتوسطة. فالشركات الأصغر حجماً تعتقد أن خياراتها محدودة في المنتجات والخدمات التي يقدمها مقدمو الخدمات وتلبي احتياجات هذه الشركات. كما يشعرون أنهم لا يملكون القوة الشرائية التي تمتلكها الشركات الكبيرة للتفاوض بفعالية على التعرفة و الأسعار.

2. خلفية

تم إنشاء هيئة تنظيم الاتصالات بموجب القانون رقم 42 لعام 2014 لتنظيم قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وقطاع البريد، وكذلك توفير الوصول إلى الوسائط الرقمية، بهدف توفير خدمات اتصالات متقدمة وموثوقة في جميع أنحاء قطر. وتستخدم الهيئة مجموعة كاملة من الصلاحيات التنظيمية لضمان حماية المنافسة في قطاع الاتصالات وحماية حقوق المستهلك.

تقوم إدارة شؤون المستهلكين في هيئة تنظيم الاتصالات بمراقبة منتظمة لرضا المستهلك عن مقدمي الخدمة المرخصين (أوريدو قطر وفودافون قطر) لرصد وتقييم آخر التطورات في قطاع الاتصالات وفهم تجربة العملاء في الحصول على خدمات الاتصالات. وقد أجرت الهيئة دراسة استطلاعية لقياس رضا العملاء في عام 2014 ودراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال في عام 2015. ووضعت الدراسات المعلومات الأساسية التي اعتبرت خط الأساس لقياس رضا مستهلكي قطاع الاعمال والمستهلكين الأفراد عن مقدمي خدمات الاتصالات في قطر.

وأجريت في عام 2019 مجموعة ثانية من الأبحاث لقياس التغيرات في رضا مستهلكي قطاع الأعمال عن مقدمي خدمات الاتصالات منذ دراسة 2015. شملت الدراسة بحثاً نوعياً وكمياً تألف من سلسلة مقابلات معمقة مع الأطراف المعنية الرئيسية وصناع القرار، ومناقشات جماعية مع مستهلكي قطاع الأعمال، ودراسة استطلاعية لمستهلكي قطاع الأعمال في جميع مناطق قطر. كما تم إجراء بحث ثانوي لتوفير بيانات مرجعية ومقارنات ومؤشرات عن أداء شركات الاتصالات ومقدمي خدمات الاتصالات في المنطقة والعالم، وعرضت نتائجه في تقرير منفصل بعنوان "أوضاع الاتصالات في دولة قطر".

2.1 منهجية البحث

من أجل معالجة مخرجات المعلومات المطلوبة، تضمنت منهجية البحث أربع مكونات رئيسية: (1) مشاركة الأطراف المعنية؛ (2) دراسة مقارنة مع بلدان أخرى إقليمية ودولية (3) دراسة عن مستهلكي قطاع الأعمال؛ (4) دراسة استطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال.

2.1.1 مشاركة الأطراف المعنية

اشتمل مكون "مشاركة الأطراف المعنية" على سلسلة مقابلات معمقة مع قيادات بارزة من هيئة تنظيم الاتصالات ومقدمي الخدمات المرخصين، أوريدو وفودافون قطر. أجريت هذه المقابلات لتحديد الاعتبارات الرئيسية لدراسة رضا عملاء قطاع الأعمال من حيث مخرجاتها، ومنهجيتها وتحليل نتائجها. أجريت ست مقابلات في المؤسسات الثلاث: أربع مع قيادات الإدارات الرئيسية في هيئة تنظيم الاتصالات، وواحدة مع ممثلي أوريدو قطر وواحدة مع ممثلي فودافون قطر. والإدارات الرئيسية المشاركة في البحث من الهيئة هي إدارة شؤون المستهلكين، وإدارة الشؤون الفنية، ووحدة التخطيط والجودة، وإدارة التنظيم والمنافسة.

2.1.2. دراسة المقارنة مع بلدان أخرى إقليمية ودولية

تضمنت دراسة المقارنة مع بلدان أخرى إقليمية ودولية بحثاً ثانوياً لتزويد هيئة تنظيم الاتصالات ببيانات ومؤشرات مقارنة تتعلق بأداء شركات الاتصالات ومقدمي خدمات الاتصالات في دول أخرى في المنطقة والعالم. وصدرت نتائج دراسة المقارنة في تقرير مستقل بعنوان "أوضاع الاتصالات في دولة قطر". يقدم التقرير لمحة عامة عن بيئة قطاع الاتصالات في قطر ويحدد ثغرات تقديم الخدمات التي يمكن أن تؤثر على رضا عملاء قطاع الأعمال عن مقدمي الخدمات. ويقارن التقرير قطر مع عشرة بلدان بينها دول مجاورة كالمملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة وسلطنة عمان ودولاً رائدة في مجال الاتصالات كاستراليا ونيوزيلندا وسنغافورة وهولندا وإسبانيا والسويد والمملكة المتحدة وأيرلندا الشمالية.

2.1.3. دراسة مستهلكي قطاع الأعمال

تضمنت هذه الدراسة بحثاً نوعياً تضمن عشرة مناقشات جماعية بين مستهلكي قطاع الأعمال لجمع أفكار عن مواقفهم من مقدمي خدمات الاتصالات، والتوصل إلى فهم عميق لتجربة خدمة العملاء. تم اختيار المشاركين في مجموعات النقاش تبعاً لمعرفتهم بخدمات الاتصالات في مؤسساتهم ودرجة مساهمتهم في صنع القرار بخصوص منتجات وخدمات الاتصالات المستخدمة في الشركات.

2.1.4. الدراسة الاستطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال

تألفت هذه الدراسة من استبيان لمستهلكي قطاع الأعمال شاركت فيه 1635 شركة من جميع مناطق قطر. قاست الدراسة مستويات رضا تلك الشركات عن الجوانب التالية لتقديم منتجات وخدمات الاتصالات:

- خدمات المبيعات والتسويق
- تجارب شراء وتركيب الخدمات
- تجربة خدمة العملاء والدعم
- تجربة مراكز التجزئة/الخدمة
- تجربة معالجة الشكاوى
- تجربة الفواتير
- التسعير والقيمة مقابل المال المدفوع
- أوضاع المنافسة
- مشاركة العملاء عبر وسائل التواصل الاجتماعي
- حزم الخدمات والباقات
- إصلاح الخلل، وتوصيل الخدمات، وتعميم شبكة الألياف الضوئية
- خدمة نقل ارقام الهاتف الجوال
- أوضاع واجهة الخدمة

أجريت الدراسة الاستطلاعية بطريقة المقابلة الشخصية بمساعدة الكمبيوتر. وتم جمع البيانات عبر استبيان يستغرق وسطياً 30 دقيقة. تم إعداد الاستبيان وترجمته واختباره (باللغتين الإنجليزية والعربية) من قبل فريق البحث قبل إطلاق العمل الميداني. وحدد حجم العينات، حسب القطاع الصناعي وقطاع الشركات وحجم الشركة (عدد الموظفين) والمنطقة الجغرافية لضمان دراسة تمثل مستهلكي قطاع الأعمال في قطر بالكامل.

و جرى قياس مستويات رضا مستهلكي قطاع الأعمال عن مختلف فئات الخدمات الثابتة و الجوال كما هو مبين أدناه:

بيانات الهاتف الجوال	خدمات الجوال الصوتية	المكالمات الدولية
<ul style="list-style-type: none"> أهمية الخدمة السرعة الرضا عن جودة الخدمة الخدمات المعروضة سهولة الاستخدام الرضا عن خدمة العملاء الرضا عن الأسعار الرضا عن المنافسة 	<ul style="list-style-type: none"> أهمية الخدمة الرضا عن جودة الصوت تغطية الشبكة الرضا عن خدمة العملاء سعر المكالمات المقطوعة قبل انتهائها الرضا عن الأسعار الرضا عن المنافسة 	<ul style="list-style-type: none"> طرق الاستخدام (ثابت، محمول، بطاقة اتصال) أهمية الخدمة الرضا عن جودة الخدمة الرضا عن الخدمة عموماً الرضا عن الأسعار الرضا عن المنافسة
خدمات التجوال	بيانات الهاتف الثابت (النطاق العريض)	الخدمات الصوتية الثابتة
<ul style="list-style-type: none"> أهمية الخدمة الرضا عن جودة الصوت الرضا عن خدمة العملاء أثر صدمة الفاتورة الرضا عن الأسعار الرضا عن المنافسة تجربة الفواتير 	<ul style="list-style-type: none"> أهمية الخدمة الرضا عن جودة الخدمة الخدمات المعروضة سهولة الاستخدام الرضا عن الأسعار الرضا عن المنافسة الرضا عن خدمة العملاء 	<ul style="list-style-type: none"> أهمية الخدمة الرضا عن جودة الصوت الرضا عن خدمة العملاء تقديم خدمة الألياف الضوئية ومستوى الرضا عن الخدمة الرضا عن الأسعار الرضا عن المنافسة

يتضمن الملحق (أ) من هذا التقرير المنهجية التفصيلية للدراسة الاستطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال.

2.2. المخطط العام للدراسة

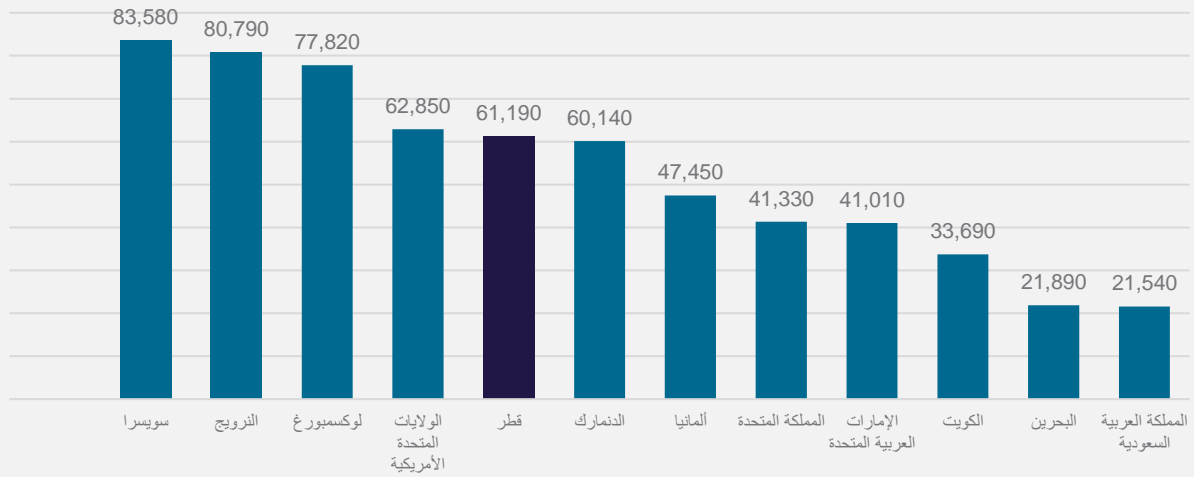
يستعرض هذا التقرير النتائج التفصيلية للمكونات الأربعة "للدراسة الاستطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال". ويقارن هذه النتائج مع تلك الواردة في الدراسة السابقة "الدراسة الاستطلاعية لقياس رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات 2015". وقد تم تنظيم نتائج الدراسة في ثلاثة أقسام رئيسية هي:

- **سوق اتصالات الشركات في قطر:** يقدم هذا القسم لمحة عامة عن بيئة الأعمال وسوق الاتصالات في دولة قطر.
- **تصورات عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات:** يعرض هذا القسم النتائج المتعلقة بخدمات الاتصالات مثل: الاستخدام؛ مستوى الأهمية المعطاة للخدمات؛ التصورات عن القيمة؛ الرضا عن الخدمات كالشبكة، والتعرفة ، والشراء والتفعيل، والفواتير ، والدفع، وخدمة العملاء، ومعالجة الشكاوى، والرضا العام. كما يتحدث هذا القسم عن وعي مستهلكي قطاع الأعمال بحماية حقوق المستهلك وتنافسية السوق.
- **الدروس الرئيسية بالنسبة لهيئة تنظيم الاتصالات:** يعرض هذا القسم الملاحظات المستخلصة من نتائج الدراسة بما في ذلك نقاط القوة ومجالات تحسين سوق الاتصالات في قطر.

2.3. بيئة الأعمال في قطر

2.3.1. مؤشرات اقتصادية

الشكل 1: نصيب الفرد من الدخل القومي الإجمالي (دولار أمريكي)



المصدر: البنك الدولي، 2018

تتميز دولة قطر بأداء جيد في المؤشرات الاقتصادية الأساسية مقارنة ببقية الاقتصادات المتقدمة. وبالمقارنة مع البلدان الأحد عشر المشمولة في تقرير "أوضاع الاتصالات في دولة قطر"، تحتل قطر المرتبة الخامسة في نصيب الفرد من الدخل القومي الإجمالي، والذي يبلغ 61,190 دولاراً (انظر الشكل 1)¹. كما تسجل قطر أعلى معدل في الادخار القومي الإجمالي ويبلغ 50.2% من الناتج المحلي الإجمالي². وتحتل قطر المرتبة الثالثة عالمياً في الأداء الاقتصادي بحسب تقرير التنافسية العالمي لعام 2019 الصادر عن المعهد الدولي لتطوير الإدارة في سويسرا، والذي يؤكد على استمرار الأداء القوي للاقتصاد القطري. ويدعم هذا التصنيف المتقدم عدد من العوامل بينها الأداء الاقتصادي القوي المتمثل بانخفاض معدل البطالة، وارتفاع معدل تكوين رأس المال الثابت من الناتج المحلي الإجمالي، ونسبة الادخار المحلي إلى الناتج المحلي الإجمالي، ومعدل الميزان التجاري إلى الناتج المحلي الإجمالي، وارتفاع مستوى الإنتاجية الكلية، بالإضافة إلى تزايد نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي وانخفاض التضخم³.

وفقاً لنشرة الآفاق الاقتصادية في دولة قطر 2018-2020، يتحرك النمو الاقتصادي بين عامي 2018 و2020 بفضل نمو القطاعات غير النفطية (بمعدل سنوي متوسط قدره 5.2%)، بدعمه بشكل أساسي قطاعات التشييد والصناعات التحويلية وزيادة

¹ الدخل القومي إجمالي (GNI)، المعروف سابقاً باسم الناتج القومي الإجمالي (GDP)، هو مجموع الناتج المحلي والناتج الخارجي الذي يحققه المقيمون في بلد ما، أي هو: الناتج المحلي الإجمالي + دخل المواطنين المقيمين في الخارج - دخل الأجانب في الاقتصاد المحلي (2011: Todaro & Smith: 44)

² الناتج المحلي الإجمالي هو مقياس نقدي للقيمة السوقية لجميع السلع والخدمات النهائية المنتجة في فترة زمنية محددة، وهي سنة واحدة غالباً.

³ <https://www.thepeninsulaqatar.com/article/29/05/2019/Qatar-ranked-third-in-world-economic-performance-for-2019>

في أنشطة الخدمات⁴. وبالتحديد، يُتوقع نمو قطاع الخدمات بشكل غير مسبوق ليصبح أحد المساهمين الرئيسيين في النمو الاقتصادي. ويلاحظ هذا بشكل خاص في أنشطة الخدمات المتعلقة بالتحضير الجاري لكأس العالم 2022، وتشمل النقل، والخدمات العامة، والعقارات، والأنشطة المصرفية.

من المتوقع أن يساهم قطاع الاتصالات مساهمة كبيرة في اقتصاد البلاد بعد أن وصلت مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي إلى 1.7% على الأقل في عام 2016⁵. في سبتمبر 2018، أعلن وزير المواصلات والاتصالات القطري أن قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في قطر قدر بنحو 3.9 مليار دولار في عام 2017، ومن المتوقع أن ينمو بنسبة 3.2% سنوياً ليصل إلى 4.4 مليار دولار في عام 2021، مما يجعل الاتصالات ركيزة رئيسية في التنمية الاقتصادية في البلاد⁶.

2.3.2. بيئة الأعمال

أجرت قطر خلال الأعوام الأربعة الأخيرة جملة إصلاحات تشريعية لتشجيع تطوير القطاع الخاص وتنويع الاقتصاد. ففي عام 2016، خفضت قطر الزمن اللازم لإجراءات مرور المستورادات عبر الحدود بتخفيض عدد أيام الخزن المجاني، مما خفض زمن المناولة في الموانئ. وفي عام 2017، طبقت قطر إصلاحات هدفها تسهيل تأسيس الشركات. كما ألغت الحد الأدنى لرأس المال المدفوع للشركات ذات المسؤولية المحدودة وسهلت إجراءات تسجيل الممتلكات عبر زيادة شفافية تسجيل الأراضي. وفي عام 2018، قامت قطر بتحسين الوصول إلى المعلومات الائتمانية من خلال تقديم تصنيفات ائتمانية للمستهلكين إلى البنوك والمؤسسات المالية والمقرضين، وسهلت إجراءات التصدير والاستيراد بافتتاح ميناء حمد الجديد⁷.

وعملاً بتوجيهات صاحب السمو أمير البلاد الشيخ تميم بن حمد آل ثاني بدعم وتشجيع القطاع الخاص وزيادة مساهمته في عملية التنمية المستدامة، أصدر معالي رئيس مجلس الوزراء ووزير الداخلية الشيخ عبد الله بن ناصر بن خليفة آل ثاني في يناير 2018 عدة قرارات لتعزيز الاقتصاد الوطني تخص جميع المستثمرين في المناطق الاقتصادية جنوب قطر لعامي 2018 و2019، حيث انخفضت الإيجارات من 40 ريال إلى 20 ريال قطري للمتر المربع. وتماشياً مع توجيهات سمو الأمير، يهدف مشروع القانون الجديد إلى جذب رأس مال أجنبي بنسبة 100% في جميع الأنشطة والقطاعات الاقتصادية والتجارية، مما يساعد في تدفق رأس المال الأجنبي وتعزيز التنمية الاقتصادية في البلاد.

وتخطط الدولة أيضاً لمنح القطاع الخاص عقوداً بقيمة 29 مليار دولار لتشجيع التنويع، والتركيز على دعم مشاريع الأمن الغذائي، والمنشآت الصغيرة والمتوسطة، وتطوير البنية التحتية في المناطق الاقتصادية ومناطق التجارة الحرة. وتسعى قطر إلى اجتذاب 1000 شركة وتوفير قرابة 10,000 وظيفة إضافية بحلول عام 2022. كما تعهدت بتقديم ثلاثة مليارات دولار لجذب شركات أجنبية تركز على المنتجات الكيماوية والبلاستيك والخدمات اللوجستية والمشاريع المتعلقة بالذكاء الاصطناعي إلى مناطقها الحرة الجديدة⁸.

⁴ الأفاق الاقتصادية في دولة قطر (2018-2020)، إصدار هيئة التخطيط والإحصاء في دولة قطر، ديسمبر 2018.

⁵ تقرير تقييم هيئة تنظيم الاتصالات، 2017.

⁶ <https://oxfordbusinessgroup.com/overview/plugged-5g-technology-ushers-next-generation-ict-services>

⁷ <https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/q/qatar/QAT.pdf>

⁸ <https://www.gulf-times.com/story/577595/Qatar-Economy-in-2018-Advanced-strategies>

وفي عام 2019، سهلت قطر إجراءات تأسيس الشركات عبر إلغاء شرط فتح حساب مصرفي لإيداع حد أدنى من رأس المال، وحسنت الحصول على المعلومات الائتمانية عبر ضمان حق المقترضين القانوني بمعاينة بياناتهم الائتمانية في السجل الائتماني⁹.

احتلت قطر المرتبة 83 بين 190 دولة على مؤشر سهولة ممارسة الأعمال، بحسب آخر تصنيف سنوي صادر عن البنك الدولي. وبقي تصنيفها 83 في عامي 2017 و2018¹⁰. وبحسب غرفة تجارة قطر، سجلت قطر زيادة قدرها 13.4% في عدد الشركات المسجلة فيها بين 2016 و2017¹¹. ويُتوقع أن ينمو اقتصاد قطر بمعدل 3% في عامي 2019 و2020 بفضل الدعم الكامل التي تقدمه الدولة للاستثمار الخارجي¹². وبحسب المنتدى الاقتصادي العالمي، احتلت قطر في عام 2018 المرتبة 30 أصل 140 دولة على مؤشر التنافسية العالمية. واحتلت قطر المرتبة الأولى عالمياً في انخفاض معدل التضخم، والمرتبة السادسة في مجال آثار الضرائب على المنافسة، والمرتبة الثامنة في رأس المال الاستثماري¹³.

ومع توقع ازدهار الاقتصاد القطري في السنوات المقبلة بسبب كأس العالم 2022 والمبادرات التي نفذتها الحكومة لتنويع الاقتصاد وتعزيز القطاع الخاص، ستستفيد أوريبدو وفودافون قطر من قاعدة متنامية من العملاء مع توقع ارتفاع عدد الشركات، الدولية منها والمحلية. سيزداد الطلب على خدمات الاتصالات، ويرجح أن تبحث الشركات عن تكنولوجيات ناشئة جديدة تساعدها في تلبية متطلبات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

2.4. الأطراف المعنية الرئيسية في سوق الاتصالات القطري

2.4.1. التغيرات في سوق الاتصالات القطري

يستعرض هذا القسم من التقرير التغيرات التي شهدتها سوق الاتصالات في قطر خلال السنوات الأربع الأخيرة منذ دراسة 2015. وفيما يلي هذه التغيرات:

في يوليو 2016، وتمشياً مع رؤية قطر الوطنية 2030 واستضافة كأس العالم 2022، اتخذت قطر تدابير لتحفيز العديد من قطاعاتها الحيوية من خلال توفير الدعم المالي وإصدار التشريعات التنظيمية والحوافز ذات الصلة في قطاعات التكنولوجيا والإعلام والاتصالات. والتزاماً منها بدعم هذه القطاعات، شكلت قطر وزارة المواصلات والاتصالات ووزارة الثقافة والرياضة. وهدف تشكيل هاتين الوزارتين إلى توحيد الجهود والتركيز على تطوير قطاعات التكنولوجيا والإعلام والاتصالات والرياضة، بالإضافة إلى تأمين الخبرات المختلفة اللازمة لتلبية متطلبات السوق. وللمساعدة أكثر في نمو هذه القطاعات وتطويرها، صدرت مجموعة تشريعات لتنظيمها ووضع قواعد الاستثمار ذات الصلة. ورغم أن القاعدة العامة للاستثمار الأجنبي في قطر هي وجود شريك قطري محلي يمتلك على الأقل 51% من أسهم أي شركة يتم إنشاؤها في قطر، فإن قانون قطر للاستثمار الأجنبي رقم 13 لعام 2000 بصيغته المعدلة ("قانون الاستثمار الأجنبي") يعفي المشاريع الحكومية من تطبيق هذه القاعدة. وبالتحديد، يسمح قانون الاستثمار الأجنبي للمستثمر الأجنبي بإنشاء مكتب فرعي ("الفرع") يمكن استخدامه في حال كان هذا المستثمر ينفذ عقداً

⁹ المرصد العالمي لريادة الأعمال 2019/2018 - التقرير العالمي: <https://www.gemconsortium.org/report>

¹⁰ <https://tradingeconomics.com/qatar/ease-of-doing-business>

¹¹ <https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/q/qatar/QAT.pdf>

¹² <http://www.qatar-tribune.com/news-details/id/167433>

¹³ http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2018/country-economy-profiles/?doing_wp_cron=1564550185.6713719367980957031250#economy=QAT

محددًا مع حكومة قطر في أي قطاع، بما فيه التكنولوجيا والإعلام والاتصالات. ويُسمح لهذا الفرع بتنفيذ العقد المحدد الذي سُجِّل بموجبه، ولا ضرورة لوجود شريك قطري¹⁴.

في أكتوبر 2017، أصدر صاحب السمو الشيخ تميم بن حمد آل ثاني، أمير دولة قطر القانون رقم 17 لعام 2017 الذي عدل بعض أحكام قانون الاتصالات الصادر بالمرسوم بقانون رقم 34 لعام 2006. وتهدف هذه التعديلات إلى تعزيز السلطات التنفيذية لهيئة تنظيم الاتصالات المنشأة بموجب المرسوم الأميري رقم 42 لعام 2014 لتنظيم قطاعي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والبريد والوصول إلى الوسائط الرقمية. ويتضمن القانون 17 لعام 2017 عدة تعديلات أساسية. فهو يلغي المرسوم بقانون رقم 36 لعام 2004 بإنشاء المجلس الأعلى للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات (ictQATAR). كما ينقل صلاحيات مجلس إدارة المجلس الأعلى للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات المنصوص عليها في قانون الاتصالات رقم 36 لعام 2004 إلى وزير المواصلات والاتصالات، وينقل صلاحيات الأمانة العامة للمجلس إلى هيئة تنظيم الاتصالات. ويمنح القانون أيضاً الوزير صلاحية إصدار اللوائح التنفيذية لقانون الاتصالات، في حين تتمتع هيئة تنظيم الاتصالات بصلاحيات إصدار اللوائح والقرارات والأوامر الفنية والتصنيفات والتعليمات والتعميمات اللازمة لتنفيذ أحكام القانون¹⁵.

في سبتمبر 2018، انضمت هيئة تنظيم الاتصالات إلى الشبكة الفرانكوفونية لتشريعات الاتصالات (FRATEL) بهدف تعزيز الحوار مع الأطراف المعنية الدولية الرئيسية وقادة قطاعي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والبريد والاستفادة من هذه الشراكات والمناقشات لتنفيذ صكوك تنظيمية ولوائح وسياسات فعالة في دولة قطر¹⁶.

في يونيو 2019، حثت هيئة تنظيم الاتصالات ملاك الأراضي على منح مقدمي الخدمات إمكانية دخول عقاراتهم لنشر شبكة الألياف البصرية بما يحقق هدف الهيئة وجهودها في تشجيع خيارات العملاء وتحسين جودة الخدمة في سوق الخطوط الثابتة في قطر¹⁷.

2.4.2. مقدمو خدمات الاتصالات أوريدو وفودافون قطر

أوريدو: (كيوتل سابقاً) تأسست في الدوحة سنة 1987 كشركة لخدمات الهاتف. في فبراير 2013، توحدت مجموعة كيوتل وجميع شركاتها العاملة في العالم رسمياً تحت اسم مجموعة أوريدو في إطار استراتيجية الشركة لتجميع أصولها من أجل تشكيل شركة عالمية في قطاع الاتصالات. تعمل أوريدو حالياً في معظم أنحاء الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وجنوب شرق آسيا، وهي من أكبر شركات اتصالات الهاتف الجوال في العالم حيث يبلغ عدد مشتركها أكثر من 100 مليون. وتعد أوريدو أكبر مشغل اتصالات في قطر وتوفر مجموعة واسعة من المحتوى والخدمات عبر شبكتها المتطورة التي تركز على البيانات عبر الهاتف الثابت والهاتف الجوال¹⁸.

¹⁴ https://www.zawya.com/mena/en/story/Qatar_Stimulates_TMT_Sector_Growth-ZAWYA20160726075007/

¹⁵ https://www.zawya.com/mena/en/press_releases/story/Qatar_Telecommunications_Law_amendments_aim_to_strengthen_CRAs_executive_powers_and_allow_more_effective_regulation-ZAWYA20180225093530/

¹⁶ https://www.zawya.com/mena/en/press-releases/story/CRA_Joins_FRATEL_regulators_network-ZAWYA20180925131704/

¹⁷ https://www.zawya.com/mena/en/press-releases/story/CRA_urges_landlords_to_grant_Service_Providers_with_access_to_their_properties_to_deploy_fiber_network-ZAWYA20190618133651/

¹⁸ <https://ipfs.io/ipfs/QmXoypizjW3WknFiJnKLwHCnL72vedxjQkDDP1mXWo6uco/wiki/Ooredoo.html>

تقدم أوريدو لمستهلكي قطاع الأعمال عروضاً محدثة مخصصة مثل توصيل الهاتف الجوال والهاتف الثابت، والنطاق العريض، والخطوط المؤجرة عبر الإنترنت، و الخطوط المؤجرة ضمن المدينة وبين المدن، والتبديل متعدد البروتوكولات (MPLS)، والشبكة الافتراضية الخاصة في بروتوكول الإنترنت (IPVPN)، والعديد من الحلول الجديدة الأخرى كالتطبيقات من جهاز إلى جهاز (M2M)، والتطبيقات السحابية وتطبيقات الهاتف الجوال¹⁹.

فودافون قطر: في ديسمبر 2007، منحت هيئة تنظيم الاتصالات اتحاد شركات بقيادة فودافون ترخيصاً بتشغيل خدمة الهاتف الجوال في قطر تحت اسم "فودافون قطر" التي بدأت عملياتها التجارية رسمياً في 1 مارس 2009.²⁰ ونمت هذه الشركة حتى باتت تخدم 1,417,000 مشترك في دولة قطر. ومنذ تأسيسها عام 2009، تراكمت خسائر فودافون قطر المالية لتتجاوز مليار دولار. في فبراير 2018، وافقت فودافون أوروبا على بيع حصتها البالغة 51% في قطر إلى شريكها الحالي، فودافون قطر. وسيتم الاحتفاظ بالاسم التجاري "فودافون قطر" في قطر بعد موافقة "فودافون العالمية" على تمديد دعمها الفني خمس سنوات أخرى. وجرى تمديد رخصة فودافون قطر، التي منحها هيئة تنظيم الاتصالات في البداية لمدة 20 عاماً، لمدة 40 عاماً إضافية حتى العام 2068 الأمر الذي يخفض أقساط الاستهلاك السنوي تخفيضاً كبيراً من 403 مليون إلى 100 مليون ريال قطري، مما يجعل الشركة رابحة في المستقبل المنظور²¹.

ولأول مرة منذ بداية عملها كمقدم لخدمات الاتصالات في قطر، سجلت فودافون قطر أرباحاً صافية بلغت 118 مليون ريال قطري في نهاية ديسمبر 2018، مما زاد قيمتها 374 مليون ريال قطري عن العام السابق. وبحسب مصادر فودافون قطر، تحققت هذه النتائج المالية "القوية" بسبب أساسي هو نجاحها في زيادة عدد مشتركى الخطوط لأجله الدفع والخدمات الثابتة، فضلاً عن برنامجها الفعال لتحسين التكلفة. وشهد عدد مشتركى الخطوط أجلة الدفع زيادة ملحوظة العام الماضي بنسبة 24.1% بسبب المنتجات المبتكرة وشعبية خطط فودافون: FLEX و Red و Enterprise²².

الإنجازات الرئيسية: أوريدو وفودافون قطر، 2016 حتى 2019

2016: في يونيو 2016، وقعت أوريدو اتفاقية مهمة مع غرفة قطر لتنسيق سلسلة مبادرات مصممة عالمياً في قطر لتسليط الضوء على مجموعة كبيرة من فرص الأعمال في مختلف القطاعات في البلاد. وبموجب هذه الاتفاقية، قدمت أوريدو خدمات الاتصالات والتطبيقات المبتكرة لدعم أنشطة تواصل الغرفة مع قطاع الأعمال. في المقابل، عملت الغرفة على ربط أعضائها مع أوريدو عندما يحتاجون إلى خدمات أعمال وتكنولوجيات جديدة، مما ساعد في دفع الابتكار في القطاعات ودعم نمو الاقتصاد القائم على المعرفة²³.

في يوليو 2016، منحت سيسكو Cisco شركة أوريدو شهادة مقدم خدمة مرموق. وهذه الشهادة، واسمها شهادة الخدمات المدارة عبر السحابة (CMSP)، تثبت قدرة أوريدو على تقديم حلول مدعومة من سيسكو بأعلى المعايير لعملاء قطاع الأعمال في جميع أنحاء قطر²⁴.

¹⁹ https://www.ooredoo.com/en/who_we_are/ooredoo_business/

²⁰ <https://en.wikipedia.org/wiki/Vodafone>

²¹ <https://www.gulf-times.com/story/583093/Vodafone-selling-its-51-stake-Qatar-JV-to-partner->

²² <https://www.gulf-times.com/story/621880/Vodafone-Qatar-posts-net-profit-of-QR118mn-in-2018>

²³ https://www.zawya.com/mena/en/business/story/Ooredoo_and_QC_sign_deal_to_boost_business_growth-

²⁴ [ZAWYA20160630032043/](https://www.zawya.com/mena/en/business/story/Ooredoo_Cisco_build_on_strategic_partnership-ZAWYA20160714034650/)

https://www.zawya.com/mena/en/business/story/Ooredoo_Cisco_build_on_strategic_partnership-ZAWYA20160714034650/

في يوليو 2016، استكملت فودافون قطر برنامج "التحديث الشامل للشبكة" الذي كلفها قرابة مليار ريال قطري، وأطلقت منصتها العالمية "جهاز إلى جهاز"، كجزء من انترنت الأشياء لمنشآت الأعمال²⁵.

بعدها وفي نوفمبر من السنة نفسها، قامت أوريدو، بالتعاون مع شركة Ericsson، بنشر الجيل التالي من حلول التعرف والفواتير، الذي مكنتها من تزويد العملاء بالمنتجات التي يحتاجونها بسرعة أكبر وتصميم الأسعار والباقات و الخدمات بما يلبي طلب العملاء في كل سوق. وفي الشهر نفسه، تم تصنيف أوريدو واحدة من أسرع مشغلي الألياف الضوئية في العالم بحسب تقرير "Race to Next Generation Fiber - Arthur D. Little's Global FTTH / B Study"²⁶.

2017: في فبراير 2017، عقدت أوريدو والبنك التجاري القطري شراكة لتقديم خدمة فريدة من نوعها هي دفع الفواتير المجمعة التي تمكن جميع الشركات المتعاملة مع البنك التجاري من سداد فواتير أوريدو بسرعة وسهولة عبر قناة الخدمات المصرفية للشركات على الموقع الإلكتروني للبنك²⁷.

في مارس 2017، حققت أوريدو موقعها كأبرز مقدم لخدمات إنترنت الأشياء من خلال العمل مع مجموعة واسعة من الشركات والمنشآت الحكومية والصغيرة لتطوير حلول على منصتها الخاصة بإنترنت الأشياء. ومن أهم خدمات أوريدو حل التوصيل المدار المسمى "IoT Connect". وتتضمن هذه الخدمة لوحة تحكم مركزية (IoT Connect Manager) تزود الشركات بمعلومات شاملة عن خدماتها في مجال إنترنت الأشياء وتمنحها تحكماً تاماً في المخزون²⁸.

في أبريل 2017، استثمرت فودافون 274 مليون دولار لمدة سنتين من أجل تعزيز شبكتها في قطر بالإضافة إلى إطلاق سلسلة من المنتجات والخدمات المبتكرة مثل حلول إنترنت الأشياء لعملاء قطاع الأعمال²⁹.

2018: في مايو 2018، أعلنت فودافون قطر أنها ستزود منطقة السلطة الجديدة والمنطقة الصناعية بشبكة ألياف بسرعة 1 غيغابايت عبر خدمات ما يسمى "التشغيل الثلاثي triple play". توفر هذه الخدمة إمكانية الوصول إلى مجموعة واسعة من خدمات الشركات كالحلول الذكية والتطبيقات الجديدة مثل الأمن الذكي، وتتبع الموارد، والعداد الذكي. وبحسب بيان الشركة المقدم إلى بورصة قطر، تسمح هذه الخطوة بالمضي قدماً نحو تحويل قطر إلى واحد من أكثر البلدان اتصالاً وتقدماً من الناحية التكنولوجية في العالم³⁰.

https://www.zawya.com/mena/en/story/Vodafone_Qatar_completes_QR1bn_network_modernisation-ZAWYA20160726033704/²⁵

https://www.zawya.com/mena/en/companies/story/Qatars_Ooredoo_is_worlds_fastest_fibre_operator_Report-ZAWYA20161123140212/²⁶

https://www.zawya.com/mena/en/companies/story/qatars_commercial_bank_and_ooredoo_partner_to_offer_unique_bulk_bill_payment_service-zawya20170211094010/²⁷

https://www.zawya.com/mena/en/press-releases/story/Qatars_Ooredoo_builds_position_as_regional_internet_of_things_leader-ZAWYA20170302104043/²⁸

https://www.zawya.com/mena/en/business/story/Vodafone_invests_2745mln_in_2_years_to_boost_network_in_Qatar-ZAWYA20170429051505/²⁹

https://www.zawya.com/mena/en/business/story/Vodafone_Qatar_supplies_2_areas_with_1Gbps_fibre_network-SNG_116066860/³⁰

ولاحقاً في سبتمبر، فعلت فودافون قطر شبكة تترا والهاتف الجوال في مشيرب وسط الدوحة بكلفة تجاوزت 100 مليون ريال قطري³¹. كما عززت في منتصف أكتوبر 2018 شبكة 5G في ستة مواقع في قطر. وهذه المواقع هي أبو هامور، العزيزية، المعمورة، الريان، طريق سلوى، وأم صلال محمد. وسمحت الخدمة الجديدة لجميع الشركات من مختلف القطاعات بمراقبة عملياتها آتياً³².

2019: في يناير 2019، وقعت فودافون قطر اتفاقية لتوفير بنية تحتية رفيعة المستوى لشبكة وتغطية الهاتف الجوال لجميع مشاريع شركة المناطق الاقتصادية (مناطق). وتضمن الاتفاقية ومدتها عشر سنوات تزويد الشركات والعملاء العاملين في التجمعات اللوجستية والمناطق الصناعية باتصال عالي السرعة مع شبكة فودافون، بما في ذلك خدمات 5G³³.

كما جددت فودافون عقد الشراكة مع ميزا Meeza لمدة 10 سنوات. وبموجب هذا التجديد، تواصل مراكز البيانات في ميزا استضافة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات لدى مشغلي الاتصالات. وبحسب فودافون، تسمح لها هذه الشراكة بتقديم فوائد كبيرة للاتصال عالي السرعة مع الشركات والمستهلكين في قطر³⁴.

وفي الشهر نفسه، أعلنت مجموعة أوريدو عن إطلاق أول مكالمات دولية 5G في المنطقة العربية. وأصبحت أوريدو قطر أول مشغل في العالم يطلق شبكة 5G فورية متاحة تجارياً في مايو 2018. ومن شأن 5G إحداث ثورة في الاتصالات الجوال والثابتة، مع إنترنت فائق السرعة وإنتاجية قصوى وفترات انتظار قليلة³⁵.

في فبراير 2019، وقعت فودافون قطر اتفاقية مع شركة "المجموعة"، أكبر شركة وساطة في قطر، لتقديم حلول للشركات مثل إنترنت الشركات فائق السرعة وخدمات الرسائل القصيرة إلى أكثر من 400,000 مستثمر في المجموعة³⁶.

في مارس 2019، استكملت فودافون قطر شبكة الألياف العملاقة داخل مجمع أسباير زون الرياضي وحوله. وحالياً توفر هذه الشبكة، القادرة على معالجة سرعات تصل إلى 1 غيغابت في الثانية إلى جانب شبكة 5G من فودافون، للمنطقة بنية تحتية للاتصالات على مستوى عالمي تتيح تحسين مرافقها وأتمتها وتجديدها³⁷. في أبريل 2019، أبرمت فودافون قطر اتفاقاً استراتيجياً مع هواوي لتوسيع وتحسين البنية التحتية لشبكة فودافون قطر اللاسلكية بالكامل بما في ذلك تطبيق تقنية 5G على نطاق واسع. ويفضل هذا الاتفاق، يتعاون اثنان من رواد القطاع اللذان يتصدران الابتكار الرقمي لتسريع عملية التحول الرقمي في قطر لتلبية أهداف وأجندة النمو الاقتصادي في البلاد³⁸.

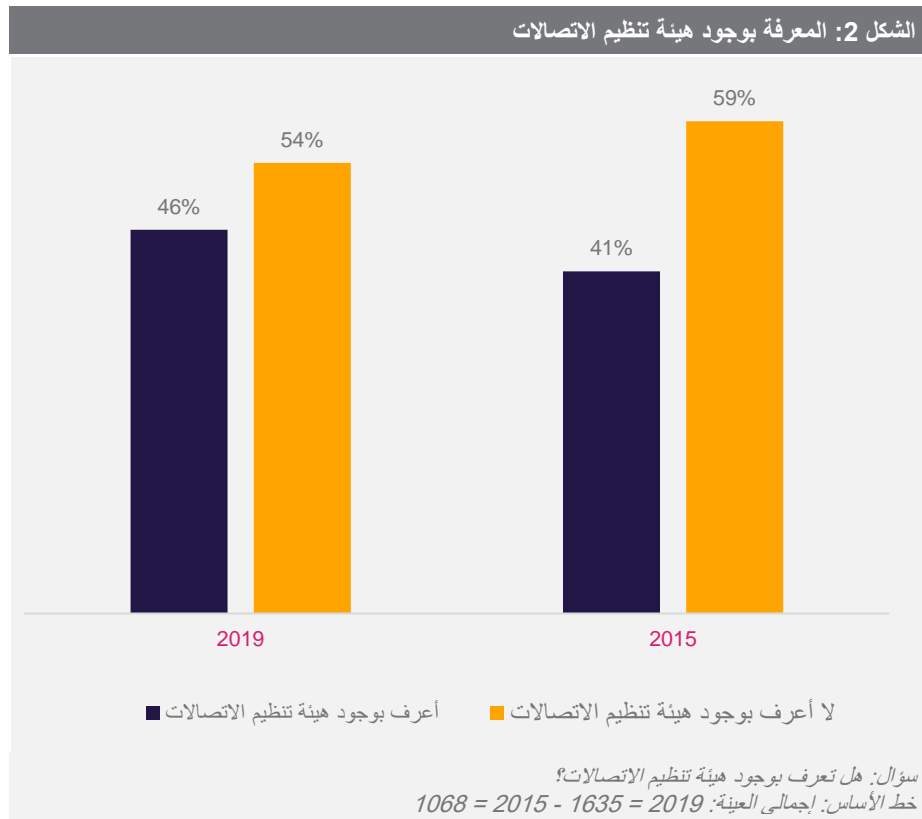
https://www.zawya.com/mena/en/markets/story/BRIEF_Vodafone_Qatar_Deploys_Tetra_And_Mobile_Network_In_Msheireb_Do31
https://www.zawya.com/mena/en/business/story/Vodafone_Qatar_boosts_5G_network_in_6_key_locations-SNG_128580329/32
<https://english.mubasher.info/news/3402229/Vodafone-Qatar-signs-mobile-coverage-deal-with-Manateq33>
<https://english.mubasher.info/news/3405329/MEEZA-Vodafone-Qatar-renew-partnership-deal-for-10-yrs34>
https://www.zawya.com/mena/en/companies/story/Ooredoo_Group_announces_first_international_5G_call_in_the_Arab_region-35
<https://english.mubasher.info/news/3409424/Vodafone-Qatar-Group-Securities-ink-deal-to-boost-business-solutions/36>
<https://english.mubasher.info/news/3435298/VODAFONE-COMPLETES-ITS-GIGANET-FIBRE-ROLL-OUT-IN-AND-AROUND-37>
<https://www.vodafone.qa/en/investor-relations/news/vodafone-qatar-continues-investing-in-its-wireless-network-through-a-38>
[strategic-partnership-with-huawei](https://www.vodafone.qa/en/investor-relations/news/vodafone-qatar-continues-investing-in-its-wireless-network-through-a-38)

في يوليو 2019، أعلنت فودافون قطر عن نمو أرباح النصف الأول من العام بنسبة 60%. وبحسب الشركة، فإن أحد الأسباب المهمة في هذا النمو هو توسيع حلول الشركات بما فيها إنترنت الأشياء والخدمات السحابية والبيانات الضخمة³⁹.

2.4.3. هيئة تنظيم الاتصالات

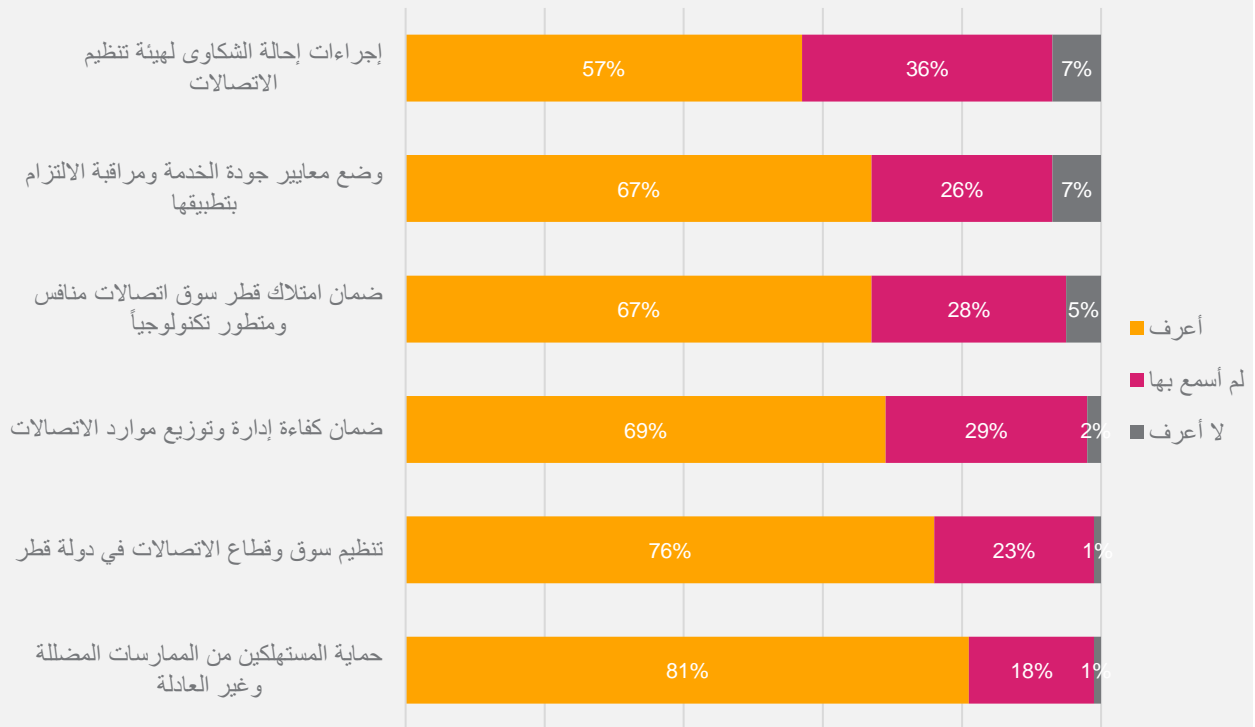
وباعتبارها الجهة المنظمة المستقلة للاتصالات في قطر، تسعى هيئة تنظيم الاتصالات جاهدة لتحقيق التوازن بين التزامات مقدمي الخدمة وحقوق المستهلكين، وضمان استفادة المستهلكين من مزايا المنافسة. وتتمثل مهمة الهيئة في تشجيع منافسة مستدامة لتعزيز سوق عادلة وتحسين تجربة العملاء من خلال توفير خدمات ذكية ومبتكرة وعالية الجودة في كل مكان. وتلتزم الهيئة بضمان شفافية وكفاءة عملية حماية مستهلكي الاتصالات في قطر.

وقد سئل المشاركون في الاستبيان إن كانوا يعرفون بوجود الهيئة المنظمة لقطاع الاتصالات. فوجد أن مستوى المعرفة بوجودها قليل نسبياً حيث ذكر أقل من نصف المستطلعين أنهم يعرفونها. وقد زادت نسبة هذه المعرفة زيادة طفيفة حيث ارتفعت من 41% في عام 2015 إلى 46% في عام 2019 (انظر الشكل 2).



وسئل المستطلعون الذين قالوا إنهم على علم بوجود هيئة تنظيم الاتصالات إن كانوا يعرفون مهامها ومسؤولياتها. ثمة وعي مرتفع بين مستهلكي قطاع الأعمال بأن الهيئة مسؤولة عن حماية المستهلك من الممارسات المضللة وغير العادلة، وعن تنظيم سوق الاتصالات وقطاع الاتصالات في قطر (81% و76% على التوالي). وهناك وعي متوسط بأن الهيئة مسؤولة عن ضمان إدارة وتخصيص موارد الاتصالات بكفاءة (69%)، وضمان امتلاك قطر لسوق اتصالات تنافسية ومتقدمة تكنولوجياً (67%)، وتحديد معايير جودة الخدمة ومراقبة الامتثال (67%) وتولي إجراءات إحالة الشكاوى (57%) (انظر الشكل 3).

الشكل 3: نطاق عمل هيئة تنظيم الاتصالات



سؤال: سأقرأ الآن بعض العبارات عن دور ومسؤوليات هيئة تنظيم الاتصالات. وأرجو أن تخبرني إذا كنت تعلم أن الهيئة مسؤولة عن كل من الخدمات التالية إلى المستهلكين والشركات في قطر.

خط الأساس: عدد المستطلعين الذين يعرفون بوجود الهيئة = 745

لقد تضاعف الوعي بمهام ومسؤوليات هيئة تنظيم الاتصالات منذ عام 2015. ولوحظت زيادة أكبر في الوعي بمسؤولية الهيئة المتمثلة في حماية المستهلكين من الممارسات المضللة وغير العادلة (41% في 2015 و81% في 2019). وهذه النتائج تشير إلى أن الهيئة شاركت بنشاط عدد أكبر من مستهلكي قطاع الاعمال مقارنة مع 2015 (انظر الجدول 1).

الجدول 1: المعرفة بمهام ومسؤوليات هيئة تنظيم الاتصالات (2019 مقارنة مع 2015)

2019	2015	
745	439	العينة
%81	%41	حماية المستهلكين من الممارسات المضللة وغير العادلة
%76	%37	تنظيم سوق وقطاع الاتصالات في دولة قطر
%69	%30	ضمان كفاءة إدارة وتوزيع موارد الاتصالات
%67	%29	ضمان امتلاك قطر سوق اتصالات منافس ومتطور تكنولوجياً
%67	%29	وضع معايير جودة الخدمة ومراقبة الالتزام بتطبيقها
%57	%24	إجراءات إحالة الشكاوى في هيئة تنظيم الاتصالات

سؤال: سأقرأ الآن بعض العبارات عن دور ومسؤوليات هيئة تنظيم الاتصالات. وأرجو أن تخبرني إذا كنت تعلم أن الهيئة مسؤولة عن كل من الخدمات التالية إلى المستهلكين والشركات في قطر.

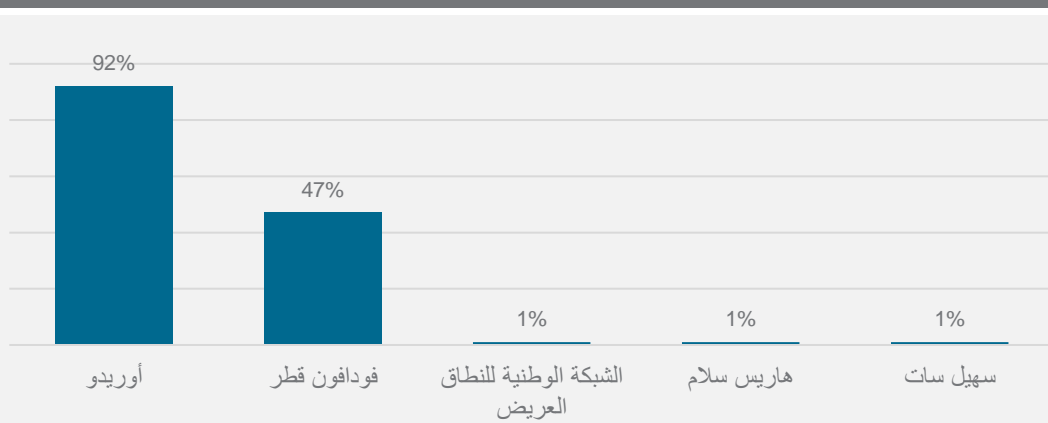
خط الأساس: عدد المستطلعين الذين يعرفون بوجود الهيئة = 745

3. تصورات عملاء قطاع الأعمال عن خدمات الاتصالات

3.1. استخدام خدمات الاتصالات

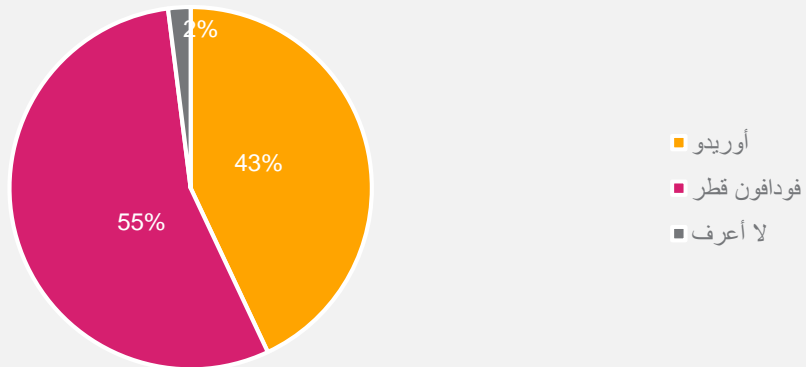
أفاد غالبية المستطلعين أن أوريدو هي التي تزود شركاتهم بخدمات الاتصالات، وهي تقريباً ضعف نسبة المستطلعين الذين تزودهم فودافون قطر بهذه الخدمات (92% من أوريدو و47% من فودافون قطر) (انظر الشكل 4). وقال أكثر من ثلث المستطلعين (39%) إنهم مشتركون بخدمات أوريدو وفودافون قطر معاً. وسئل هؤلاء من هو مقدم الخدمات الرئيسي لشركاتهم (أوريدو أم فودافون قطر). فأجاب أكثر من نصفهم (55%) أن فودافون قطر هي مقدم الخدمات الرئيسي و43% قالوا إن أوريدو هي مقدم الخدمات الرئيسي (انظر الشكل 5).

الشكل 4: مقدمو خدمات الاتصالات



سؤال: هل لك أن تخبرني من فضلك من هي الشركة التي تقدم خدمات الاتصالات لشركتكم؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

الشكل 5: مقدم خدمات الاتصالات الرئيسي



سؤال: هل أوريدو أم فودافون هي مقدم الخدمات الرئيسي لشركتكم؟ مقدم الخدمات الرئيسي هو الشركة التي تقدم معظم خدمات الاتصالات المستخدمة في شركتكم.

خط الأساس: عدد المستطلعين المشتركين في أوريدو وفودافون قطر معاً = 638

يظهر الجدول 2 مقدم خدمات الاتصالات الرئيسي، حسب القطاع. فودافون قطر هي مقدم الخدمة الأساسي في القطاعات الصناعية الرئيسية في قطر (وفقاً لبيانات التعداد لعام 2015)، وهذه تشمل الزراعة والحراجه وصيد الأسماك، والصناعات التحويلية، والبناء والتشييد، وتجارة الجملة والتجزئة، وصيانة السيارات والدراجات، وخدمات الإقامة، وأنشطة تقديم الطعام. والاستثناء الوحيد هو قطاع البناء الذي تمثل أوريدو مقدم الخدمة الرئيسي فيه (58%).

تبلغ حصة أوريدو السوقية 100% في قطاعات الكهرباء والغاز والبخار والمكيفات و الصناعات الاستخراجية، بينما فودافون قطر هي مقدم الخدمات الحصري لقطاعات الفنون والترفيه والاستجمام والصحة والخدمات الاجتماعية (انظر الجدول 2).

الجدول 2: مقدم خدمات الاتصالات الرئيسي، حسب القطاع الصناعي

فودافون	أوريدو	
75%	22%	الزراعة والحراجه والصيد
0%	100%	الصناعات الاستخراجية
60%	38%	التصنيع
0%	100%	الكهرباء، الغاز، البخار، التكييف
40%	58%	البناء
60%	38%	تجارة الجملة والتجزئة، صيانة السيارات والدراجات
67%	33%	المعلومات والاتصالات
8%	92%	النقل والتخزين
69%	31%	خدمات الإقامة والطعام
29%	57%	المصارف والتأمين
10%	90%	النشاطات العقارية
25%	75%	النشاطات المهنية والعلمية والفنية
56%	44%	التعليم
100%	0%	الفنون والترفيه والاستجمام
100%	0%	الصحة والعمل الاجتماعي
13%	88%	نشاطات خدمية أخرى
27%	73%	النشاطات الإدارية وخدمات الدعم

سؤال: هل أوريدو أم فودافون هي مقدم الخدمات الرئيسي لشركتكم؟ مقدم الخدمات الرئيسي هو الشركة التي تقدم معظم خدمات الاتصالات المستخدمة في شركتكم.

خط الأساس: الذين يستخدمون أوريدو أو فودافون مورداً رئيسياً لخدمات الاتصالات (الزراعة والحراجه والصيد: 81؛ الصناعات التحويلية: 65؛ البناء والتشييد: 45؛ تجارة الجملة والتجزئة وصيانة السيارات: 261؛ خدمات الإقامة والطعام: 70)

يظهر الجدول 3 مقدم خدمات الاتصالات الرئيسي حسب حجم الشركة مقاساً بعدد العاملين فيها. تستأثر أوريدو بالحصة السوقية الأساسية بين الشركات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة، بينما فودافون قطر هي مقدم الخدمات الرئيسي لثلاثة أرباع الشركات المتناهية الصغر.

الجدول 3: مقدم خدمات الاتصالات الرئيسي حسب حجم الشركة

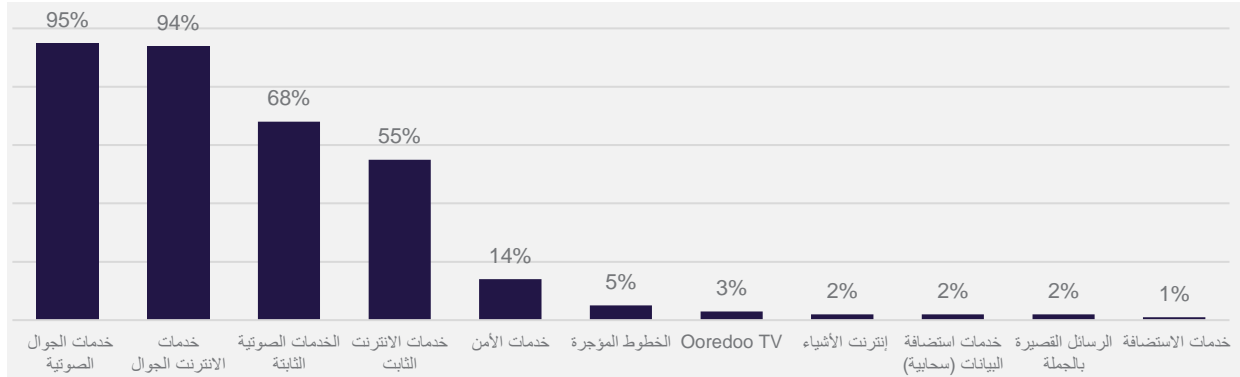
فودافون	أوريدو	
74%	26%	الشركات المتناهية الصغر
16%	82%	الشركات الصغيرة
20%	68%	الشركات المتوسطة
13%	88%	الشركات الكبيرة

سؤال: هل أوريدو أم فودافون هي مقدم الخدمات الرئيسي لشركتكم؟ مقدم الخدمات الرئيسي هو الشركة التي تقدم معظم خدمات الاتصالات المستخدمة في شركتكم.

خط الأساس: عدد الذين يستخدمون أوريدو أو فودافون مورداً رئيسياً لخدمات الاتصالات (متناهية الصغر: 428؛ صغيرة: 134؛ متوسطة: 60؛ كبيرة: 16).

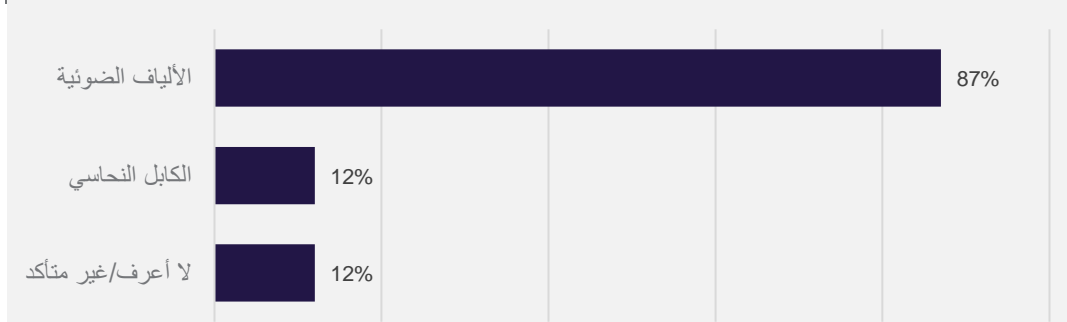
معظم الشركات تقريباً تستخدم خدمات الجوال (المكالمات 95% والإنترنت 75%). ذكر أكثر من نصف المستطلعين أن شركتهم تستخدم الخدمات الصوتية الثابتة والإنترنت الثابت (68% و55% على التوالي)، و فقط 5% يستخدمون خدمات الخطوط المؤجرة (MPLS و TDM وغيرها). وأفاد عدد أقل من المستطلعين بأن شركتهم تستخدم خدمات الأمن (14%)، و Ooredoo TV (3%)، وخدمات إنترنت الأشياء (2%)، والخدمات السحابية (2%)، والرسائل القصيرة بالجملة (1%)، وخدمات الاستضافة (1%) (انظر الشكل 6). ومعظم الشركات المشتركة بخدمات الإنترنت الثابت تستخدم الألياف الضوئية للدخول إلى الشبكة (87%) و فقط 12% يدخلون إلى الإنترنت باستخدام الكابل (انظر الشكل 7).

الشكل 6: استخدام خدمات الاتصالات



سؤال: سأقرأ الآن قائمة بخدمات الاتصالات. هل لك أن تخبرني، وأنا أقرأ، ما هي الخدمات التي تستخدمها شركتكم؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

الشكل 7: الدخول إلى الإنترنت الثابت



سؤال: كيف تدخل شركتكم إلى الإنترنت الثابت؟ هل عن طريق...؟
خط الأساس: عدد المستطلعين الذين يستخدمون خدمات الإنترنت الثابت = 895

يظهر الجدول 4 استخدام خدمات الجوال الصوتية وخدمات الإنترنت الجوال و الخدمات الصوتية الثابتة والإنترنت الثابت و الخطوط المؤجرة ، حسب القطاع. بشكل عام، هناك استخدام كبير جداً لخدمات الجوال الصوتية و خدمات الإنترنت الجوال، بينما استخدام خدمات الخطوط المؤجرة قليل جداً في جميع القطاعات. وتختلف نسبة الشركات التي تستخدم الخدمات الصوتية الثابتة والإنترنت الثابت باختلاف القطاع. فاستخدام الخدمات الصوتية الثابتة والإنترنت الثابت هو الأدنى في قطاع خدمات الإقامة والطعام وقطاع تجارة الجملة والتجزئة وقطاع صيانة السيارات والدراجات.

الجدول 4: استخدام خدمات الاتصالات، حسب القطاع الصناعي

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الإنترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
%1	%49	%66	%97	%100	الزراعة والحراجه والصيد
%20	%100	%100	%100	%100	الصناعات الاستخراجية
%2	%63	%69	%96	%95	التصنيع
%33	%100	%100	%100	%100	الكهرباء، الغاز، البخار، التكييف
%0	%50	%100	%100	%100	إمدادات المياه، الصرف الصحي، إدارة النفايات ومعالجتها
%8	%61	%79	%89	%91	البناء
%4	%47	%58	%93	%93	تجارة الجملة والتجزئة، صيانة السيارات والدراجات
%12	%68	%72	%92	%96	المعلومات والاتصالات
%7	%86	%89	%93	%93	النقل والتخزين
%9	%37	%55	%91	%95	خدمات الإقامة والطعام
%14	%83	%90	%86	%90	المصارف والتأمين
%10	%86	%90	%90	%100	النشاطات العقارية
%8	%76	%87	%96	%97	النشاطات المهنية والعلمية والفنية
%4	%70	%78	%100	%100	التعليم
%0	%38	%63	%100	%88	الفنون والترفيه والاستجمام
%0	%56	%88	%88	%100	الصحة والعمل الاجتماعي
%3	%62	%80	%95	%96	نشاطات خدمية أخرى
%5	%62	%80	%95	%95	النشاطات الإدارية وخدمات الدعم

سؤال: سأقرأ الآن قائمة بخدمات الاتصالات. هل لك أن تخبرني، وأنا أقرأ، ما هي الخدمات التي تستخدمها شركتكم؟

خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (الزراعة والحراجه والصيد: 258؛ الصناعات التحويلية: 132؛ البناء والتشييد: 165؛ تجارة الجملة والتجزئة وصيانة السيارات: 598؛ خدمات الإقامة والطعام: 112).

يظهر الجدول 5 استخدام خدمات الجوال الصوتية و خدمات الانترنت الجوال و الخدمات الصوتية الثابتة والانترنت الثابت و الخطوط المؤجرة حسب حجم الشركة. يزداد استخدام خدمات الانترنت الثابت و الخطوط المؤجرة مع تزايد حجم الشركة. ومعدل انتشار خدمات الاتصالات الخمس المذكورة هو الأعلى في الشركات الكبيرة.

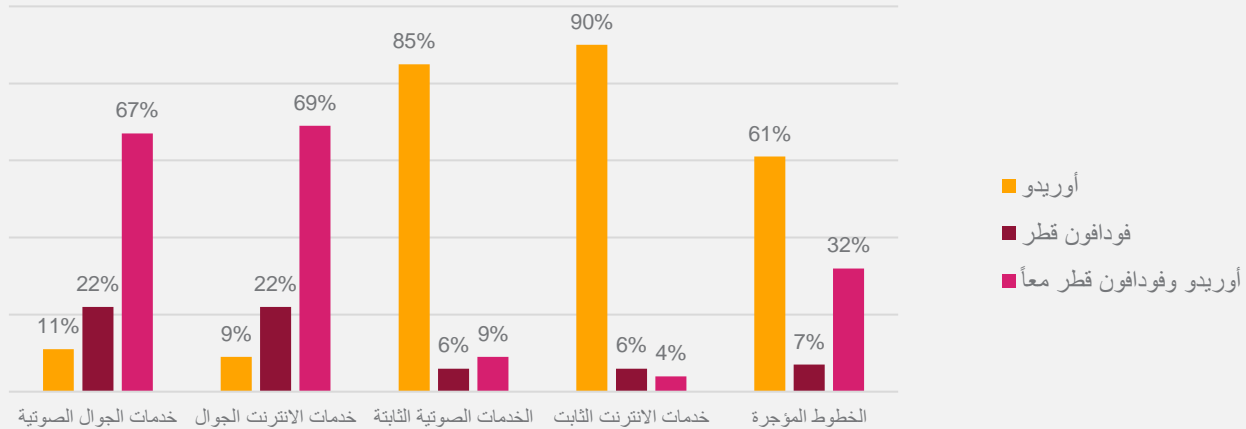
الجدول 5: استخدام خدمات الاتصالات حسب حجم الشركة

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الإنترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
%2	%42	%56	%95	%96	الشركات المتناهية الصغر
%6	%74	%89	%92	%93	الشركات الصغيرة
%13	%79	%80	%89	%87	الشركات المتوسطة
%22	%90	%90	%100	%97	الشركات الكبيرة

سؤال: سافراً الآن قائمة بخدمات الاتصالات. هل لك أن تخبرني، وأنا أقرأ، ما هي الخدمات التي تستخدمها شركتكم؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (متناهية الصغر: 1015؛ صغيرة: 438؛ متوسطة: 141؛ كبيرة: 41).

طلب من المستطلعين الذين ذكروا أن شركتهم مشتركة بخدمات أوريدو وفودافون قطر معاً تحديد مقدم الخدمة الذي يوفر كل خدمة من خدمات الاتصالات. فأفاد معظمهم أنهم يتعاملون مع أوريدو في الخدمات الصوتية الثابتة والانترنت الثابت و الخطوط المؤجرة، في حين يستخدمون كل من أوريدو وفودافون قطر لخدمات الجوال الصوتية و خدمات الانترنت الجوال (انظر الشكل 8).

الشكل 8: مقدم خدمات الاتصالات



سؤال: ذكرت أن شركتكم تستخدم خدمات...، أرجو الإجابة هل أوريدو أم فودافون قطر هي التي تقدم هذه الخدمات؟
خط الأساس: المستطلعون الذين يستخدمون خدمات أوريدو وفودافون في شركاتهم (خدمات الجوال الصوتية: 610؛ خدمات الانترنت الجوال: 603؛ الخدمات الصوتية الثابتة: 312؛ خدمات الانترنت الثابت: 279؛ الخطوط المؤجرة: 14)
ملاحظة: يعرض هذا الشكل استخدام خدمات الاتصالات حسب مقدم الخدمة من قبل المستطلعين الذين تتعامل شركاتهم مع أوريدو وفودافون قطر معاً.

على مستوى العينة ككل، تقدم أوريدو خدمات الجوال الصوتية و خدمات الانترنت الجوال لأكثر من نصف شركات المستطلعين، بينما تقدم فودافون قطر هذه الخدمات إلى 16% فقط من هذه الشركات. ذكر ربع المستطلعين أنهم يحصلون من أوريدو وفودافون قطر على خدمات الجوال الصوتية و خدمات الانترنت الجوال (26% و 27% على التوالي). تقدم أوريدو أيضاً الخدمات الصوتية الثابتة والإنترنت الثابت لمعظم الشركات في قطر (92% و 93% على التوالي). تحظى أوريدو أيضاً بالحصة الأكبر من خدمات الخطوط المؤجرة (76%) (انظر الجدول 6).

الجدول 6: استخدام خدمات الاتصالات حسب مقدم الخدمة

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الانترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
76%	93%	92%	57%	58%	أوريدو
18%	6%	5%	16%	16%	فودافون قطر
6%	1%	3%	27%	26%	أوريدو وفودافون قطر معاً

المصدر: بيانات استبيان 2019.

خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (خدمات الجوال الصوتية: 1548؛ خدمات الانترنت الجوال: 1530؛ الخدمات الصوتية الثابتة: 1107؛ خدمات الإنترنت الثابت: 895؛ الخطوط المؤجرة: 74).

ملاحظة: يعرض هذا الجدول نسب المستطلعين المشتركين بخدمات أوريدو أو فودافون قطر أو كليهما. وأرقام الجدول هي نتيجة لمتغير محسوب تم إنشاؤه من الأسئلة 9 و 11 و 16 و 20 و 24 و 28 و 33 من الاستبيان.

تقدم أوريدو جميع خدمات الاتصالات لغالبية الشركات الموجودة في بلديتي الدوحة والوكرة . وذكر معظم المستطلعين العاملين في شركات تقع إما في شمال قطر كالحور أو الذخيرة أو في الشحانية أن شركتهم تستخدم كلاً من أوريدو وفودافون قطر لخدمات الجوال وأوريدو بشكل أساسي للخدمات الثابتة. أما الشركات الموجودة في الريان فغالبيتها العظمى تستخدم أوريدو للخدمات الثابتة و الخطوط المؤجرة ، في حين يفضل ثلث الشركات التعامل مع أوريدو وفودافون قطر في الوقت نفسه لخدمات الجوال الصوتية و خدمات الانترنت الجوال (انظر الجدول 7).

الجدول 7: استخدام خدمات الاتصالات حسب الموقع الجغرافي

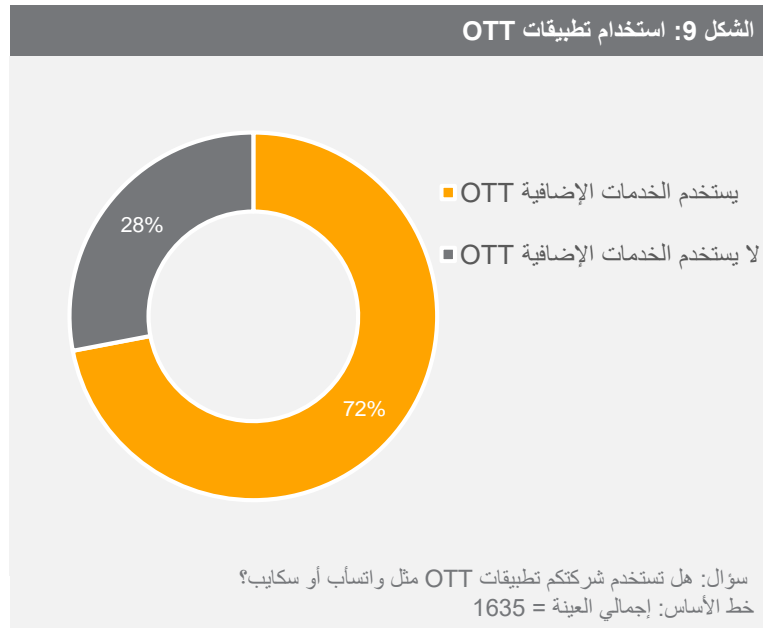
الخطوط الموجرة			خدمات الإنترنت الثابت			الخدمات الصوتية الثابتة			خدمات الإنترنت الجوال			خدمات الجوال الصوتية			
B	V	O	B	V	O	B	V	O	B	V	O	B	V	O	
%2	%20	%78	%1	%4	%95	%1	%4	%95	%12	%20	%68	%13	%19	%68	الدوحة
%14	%14	%71	%2	%8	%91	%6	%7	%86	%33	%16	%51	%32	%15	%53	الريان
%0	%25	%75	%0	%11	%89	%0	%10	%90	%9	%24	%68	%10	%16	%74	الوكرة
%100	%0	%0	%10	%33	%57	%11	%11	%78	%38	%15	%46	%39	%15	%46	أم صلال
%33	%0	%67	%0	%5	%95	%9	%0	%91	%71	%1	%28	%69	%4	%27	الخور/الذخيرة
%0	%0	%0	%0	%0	%100	%0	%0	%100	%18	%6	%76	%24	%0	%76	الشمال
%0	%0	%0	%0	%0	%0	%0	%0	%0	%100	%0	%0	%100	%0	%0	الظعائن
%0	%0	%0	%40	%0	%60	%29	%0	%71	%92	%2	%6	%88	%5	%7	الشحانية

خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (الدوحة: 832؛ الريان: 426؛ الوكرة: 112؛ أم صلال: 43؛ الخور/الذخيرة: 99؛ الشمال: 17؛ الظعائن: 8؛ الشحانية: 98).

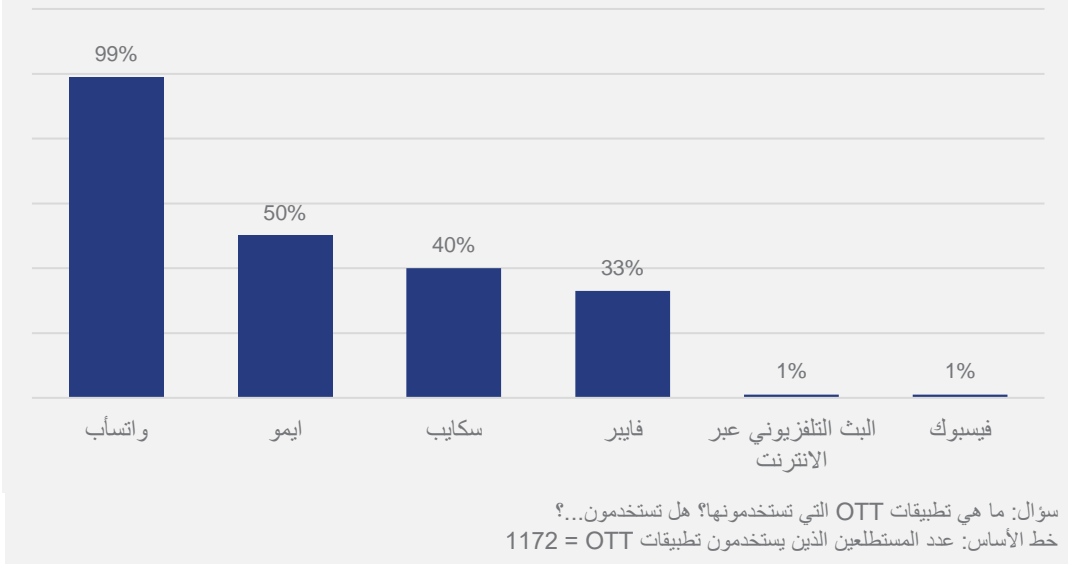
ملاحظة: يعرض هذا الجدول نسب المستطلعين المشتركين بخدمات أوريدو أو فودافون قطر أو بكليهما. وأرقام الجدول هي نتيجة لمتغير محسوب تم إنشاؤه من الأسئلة 9 و11 و16 و20 و24 و28 و33 من الاستبيان.

O = أوريدو؛ V = فودافون؛ B = أوريدو وفودافون معاً

سئل المستطلعون هل تستخدم شركاتهم تطبيقات OTT. فأجاب نحو ثلاثة أرباعهم (72%) أنهم يستخدمونها (انظر الشكل 9). وتطبيقات OTT الأكثر استعمالاً في الشركات في قطر هي واتساب (99%)، تليها ايمو (50%)، ثم سكايب (40%) وفايبر (33%) (انظر الشكل 10).

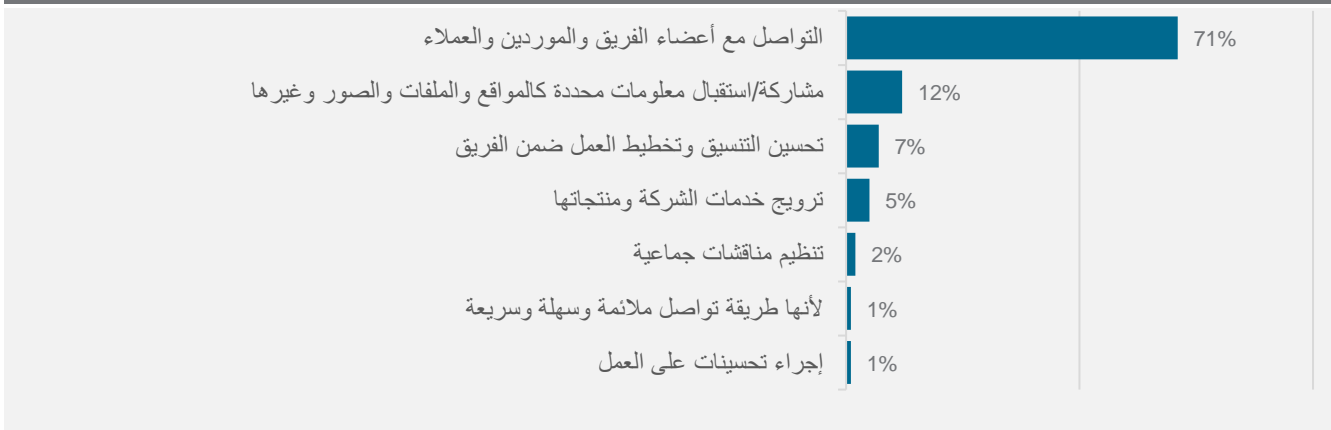


الشكل 10: تطبيقات OTT المستخدمة في الشركات



معظم الشركات تستخدم تطبيقات OTT للتواصل مع موظفيها ومورديها وعملائها. قال نحو 12% من المستطلعين إن شركاتهم تفضل تطبيقات OTT لأنها طريقة سهلة وسريعة لمشاركة أو تلقي المعلومات مثل المواقع والملفات والصور. وذكر عدد قليل (7%) أن تطبيقات OTT توفر نظام تنسيق وتخطيط عمل أفضل ضمن الفريق، بينما ذكر 5% أنهم يستخدمونها بشكل أساسي لترويج علاماتهم التجارية ومنتجاتهم وخدماتهم. ومن المزايا الأخرى لتطبيقات OTT والتي ذكرها المستطلعون بدرجة أقل أنها تسهل مناقشات الفريق بشكل أفضل، وتوفر طريقة سهلة وفعالة للتواصل، وتساعد في تحسين العمل (انظر الشكل 11).

الشكل 11: أسباب استخدام تطبيقات OTT

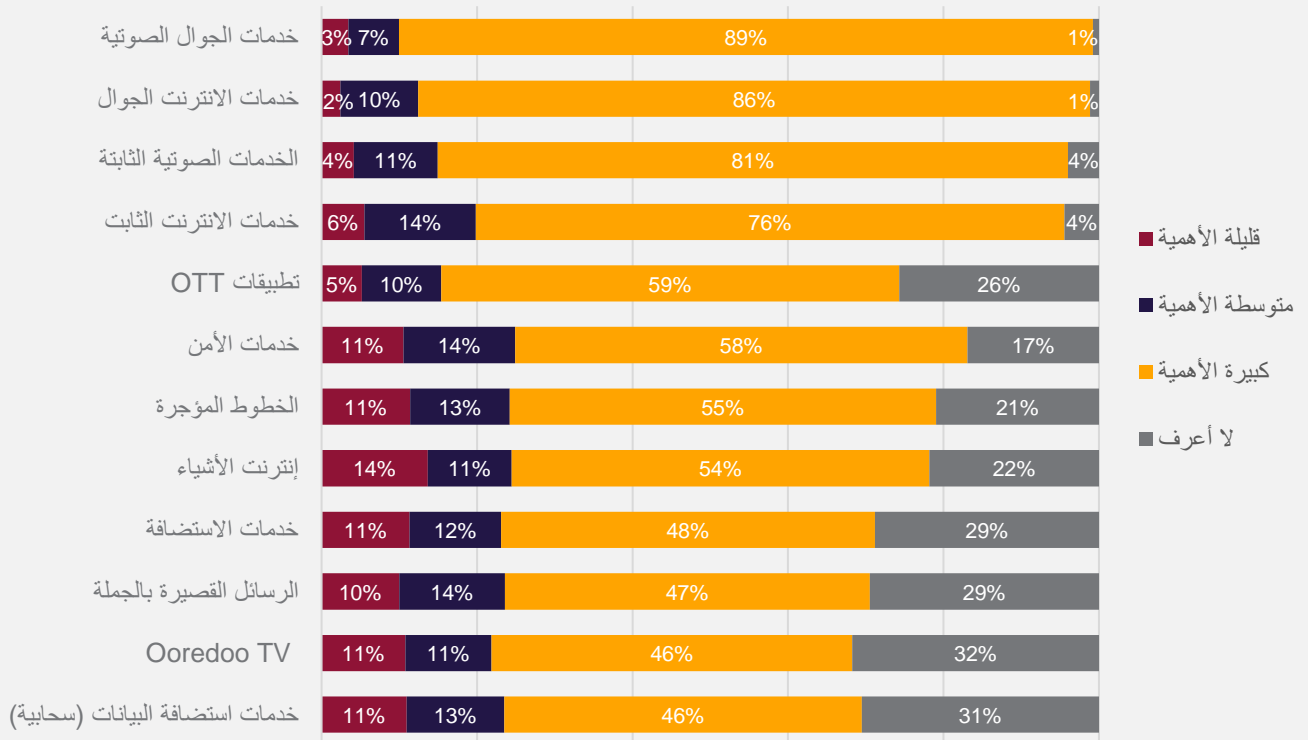


سؤال: ما الأسباب الرئيسية لاستخدام شركتكم تطبيقات OTT؟ مع من تتصلون بشكل أساسي عبر هذه الخدمات؟
خط الأساس: عدد المستطلعين الذين يستخدمون تطبيقات OTT = 1172

3.2. أهمية خدمات الاتصالات

طُلب من جميع المستطلعين تحديد أهمية خدمات الاتصالات في ضمان سير العمل بفعالية، باستخدام مقياس من 1 إلى 9، حيث "1" يعني "غير مهمة أبداً" و"9" يعني "مهمة جداً". ولأغراض التحليل، اعتبر فريق الدراسة أن الإجابات بين "1 و3" تعني أن الخدمة "قليلة الأهمية"، والإجابات بين "4 و6" تعني "متوسطة الأهمية" والإجابات بين "7 و9" تعني "كبيرة الأهمية". يوضح الشكل 12 أن خدمات الجوال الصوتية وخدمات الإنترنت الجوال وخدمات الصوتية الثابتة هي أهم الخدمات للشركات (89% و86% و81% على التوالي). وتعد خدمات الإنترنت الثابت أيضاً ذات أهمية كبيرة للشركات ولكن بنسبة أقل بلغت 76%. وذكر نصف المستطلعين أن تطبيقات OTT وخدمات الأمن و الخطوط المؤجرة وإنترنت الأشياء مهمة جداً لضمان إدارة الشركة بفعالية.

الشكل 12: أهمية خدمات الاتصالات



سؤال: لكل خدمة اتصالات دكرتها قبل قليل، ساسالك ما مدى أهميتها في ضمان سير العمل بشكل فعال في شركتكم. وحتى لو لم تكن الشركة تستخدم خدمه معينه. ساسالك عن مدى أهميتها. على مقياس من 1 إلى 9 (حيث 1 = غير مهمة أبداً و9 = مهمة جداً، ما أهمية (اذكر الخدمة المعنية) لشركتكم؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

شهدت الأهمية المعطاة لخدمات الجوال في إدارة عمليات الشركات بفعالية زيادة كبيرة في السنوات الأربع الماضية (37 نقطة مئوية لخدمات الجوال الصوتية و34 لخدمات الإنترنت الجوال بين 2015 و2019)، في حين تراجعت أهمية الخدمات الصوتية الثابتة والإنترنت الثابت و الخطوط المؤجرة (خسارة 8 نقاط مئوية للخدمات الصوتية الثابتة و10 للإنترنت الثابت و14 للخطوط المؤجرة بين 2015 و2019). في عام 2019، تبحث الشركات في قطر عن طرق أكثر ملاءمة وسهولة وسرعة للتواصل مع موظفيها وعملائها (انظر الجدول 8).

الجدول 8: أهمية خدمات الاتصالات (2019 مقارنة مع 2015) (نسبة المجيبين الذين قالوا " أهمية كبيرة ")

2019	2015	العينة
1635	1096	
%89	%52	خدمات الجوال الصوتية
%86	%52	خدمات الإنترنت الجوال
%81	%89	الخدمات الصوتية الثابتة
%76	%86	خدمات الإنترنت الثابت
%55	%69	الخطوط المؤجرة

سؤال: لكل خدمة اتصالات ذكرتها قبل قليل، سأسألك ما مدى أهميتها في ضمان سير العمل بشكل فعال في شركتكم. وحتى لو لم تكن الشركة تستخدم خدمة معينة، سأسألك عن مدى أهميتها. على مقياس من 1 إلى 9 (حيث 1 = غير مهمة أبداً و9 = مهمة جداً، ما أهمية (اذكر الخدمة المعنية) لشركتكم؟
خط الأساس: إجمالي العينة: 2019 = 1635 - 2015 = 1096

يُظهر الجدول 9 مستوى أهمية كل خدمة اتصالات، حسب القطاع. اعتبرت خدمات الجوال الصوتية أنها الأكثر أهمية للشركات العاملة في القطاعات الرئيسية: الزراعة والحراثة والصيد (92%)؛ الصناعات التحويلية (92%)؛ البناء والتشييد (88%)؛ تجارة الجملة والتجزئة، وصيانة السيارات والدراجات (84%)؛ خدمات الإقامة والطعام (92%). كما يبين أن قطاعات الزراعة والحراثة والصيد، وتجارة الجملة والتجزئة، وصيانة السيارات والدراجات تعتبر أقل من غيرها أن خدمات الإنترنت الثابت مهمة جداً في عملياتها (انظر الجدول 9).

الجدول 9: أهمية خدمات الاتصالات، حسب القطاع الصناعي (نسبة المجيبين الذين قالوا " أهمية كبيرة ")

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الإنترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
%63	%66	%80	%88	%92	الزراعة والحراجه والصيد
%78	%100	%100	%100	%100	الصناعات الاستخراجية
%60	%83	%85	%83	%92	التصنيع
%0	%100	%100	%100	%100	الكهرباء، الغاز، البخار، التكييف
%50	%100	%100	%100	%100	إمدادات المياه، الصرف الصحي، إدارة النفايات ومعالجتها
%57	%85	%85	%81	%88	البناء
%46	%68	%72	%83	%84	تجارة الجملة والتجزئة، صيانة السيارات والدراجات
%57	%86	%100	%100	%100	المعلومات والاتصالات
%55	%94	%93	%99	%94	النقل والتخزين
%59	%75	%90	%88	%92	خدمات الإقامة والطعام
%47	%94	%89	%84	%83	المصارف والتأمين
%68	%89	%94	%89	%100	النشاطات العقارية
%63	%92	%96	%96	%98	النشاطات المهنية والعلمية والفنية
%35	%91	%91	%87	%87	التعليم
%63	%75	%88	%88	%100	الفنون والترفيه والاستجمام
%77	%92	%100	%85	%92	الصحة والعمل الاجتماعي
%56	%83	%84	%97	%99	نشاطات خدمية أخرى
%62	%83	%87	%92	%92	النشاطات الإدارية وخدمات الدعم

سؤال: لكل خدمة اتصالات ذكرتها قبل قليل، سأسألك ما مدى أهميتها في ضمان سير العمل بشكل فعال في شركتكم. وحتى لو لم تكن الشركة تستخدم خدمة معينة، سأسألك عن مدى أهميتها. على مقياس من 1 إلى 9 (حيث 1 = غير مهمة أبداً و9 = مهمة جداً، ما أهمية (انكر الخدمة المعنية) لشركتكم؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (الزراعة والحراجه والصيد: 258؛ الصناعات التحويلية: 132؛ البناء والتشييد: 165؛ تجارة الجملة والتجزئة وصيانة السيارات: 598؛ خدمات الإقامة والطعام: 112).

يُظهر الجدول 10 مستوى الأهمية المعطاة لكل خدمة اتصالات حسب حجم الشركة. تعتبر الشركات المتناهية الصغر (1-9 موظفين) أن الخدمات الثابتة أقل أهمية من خدمات الجوال. بينما تُعتبر خدمات الخطوط المؤجرة أكثر أهمية للشركات الكبيرة منها للشركات التي تشغل أقل من 250 عاملاً.

الجدول 10: أهمية خدمات الاتصالات حسب حجم الشركة (نسبة المجيبين الذين قالوا " أهمية كبيرة ")

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الإنترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
%54	%68	%76	%85	%88	الشركات المتناهية الصغر
%56	%90	%90	%90	%92	الشركات الصغيرة
%52	%84	%87	%82	%86	الشركات المتوسطة
%71	%93	%93	%95	%98	الشركات الكبيرة

سؤال: لكل خدمة اتصالات ذكرتها قبل قليل، سأسألك ما مدى أهميتها في ضمان سير العمل بشكل فعال في شركتكم. وحتى لو لم تكن الشركة تستخدم خدمة معينة، سأسألك عن مدى أهميتها. على مقياس من 1 إلى 9 (حيث 1 = غير مهمة أبداً و9 = مهمة جداً، ما أهمية (اذكر الخدمة المعنية) لشركتكم؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (متناهية الصغر: 1015؛ صغيرة: 438؛ متوسطة: 141؛ كبيرة: 41).

3.3. الرضا العام عن خدمات الاتصالات

من المؤشرات المهمة الأخرى، التي يتعين على هيئة تنظيم الاتصالات رصدها، مستوى الرضا عن خدمات الاتصالات بين مستهلكي قطاع الأعمال. بشكل عام، هناك رضا كبير بين المستطلعين عن الجودة العامة لخدمات الاتصالات المقدمة لشركتهم (90% إما "راضون تماماً" أو "راضون") (انظر الشكل 13).

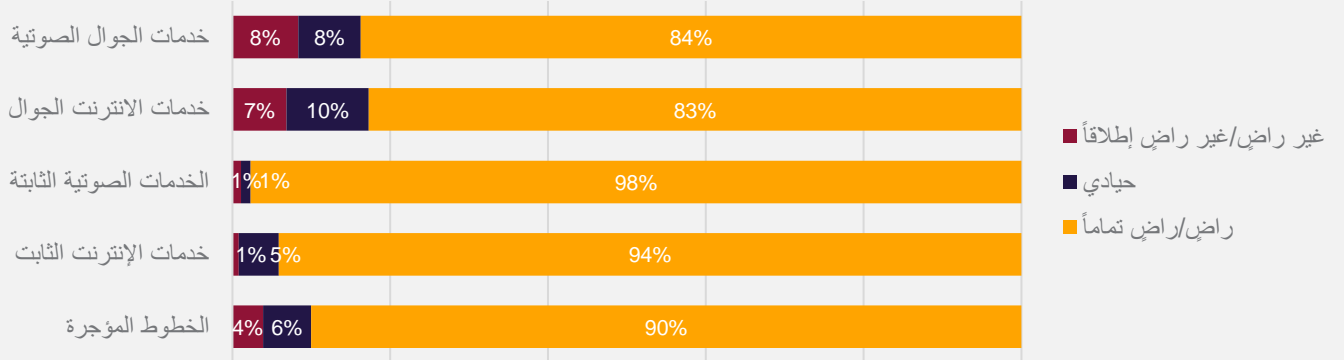
الشكل 13: الرضا العام عن خدمات الاتصالات



حسبت النتائج وفق متوسط التقييمات المعطاة لجميع الخدمات
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الجوال الصوتية = 1548؛ مستخدمو خدمات الإنترنت الجوال = 1530؛ مستخدمو الخدمات الصوتية الثابتة = 1107؛ مستخدمو الإنترنت الثابت = 895؛ مستخدمو الخطوط المؤجرة = 74).

بقيت مستويات الرضا عالية عن مختلف عروض الخدمات، حيث سجلت الخدمات الصوتية الثابتة والإنترنت الثابت أعلى مستويات الرضا (98% و94% على التوالي) (انظر الشكل 14). بالمقارنة مع نتائج عام 2015، زادت مستويات الرضا عن جميع خدمات الاتصالات. ولوحظت أعلى زيادة في الرضا عن خدمات الإنترنت الجوال بتحسّن قدره 14 نقطة مئوية (من 69% في عام 2015 إلى 83% في عام 2019). لم يحصل بين عامي 2015 و2019 أي تغيير في مستويات الرضا عن خدمات الجوال الصوتية (84% في كلا السنتين) (انظر الجدول 11).

الشكل 14: الرضا عن خدمات الاتصالات حسب نوع الخدمة



سؤال: في ضوء كل ما سبق، كيف تقيم مستوى رضاك عن الخدمات التالية عموماً؟ يرجى الإجابة باستخدام المقياس السابق نفسه (1 إلى 5) خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الجوال الصوتية = 1548؛ مستخدمو خدمات الانترنت الجوال = 1530؛ مستخدمو الخدمات الصوتية الثابتة = 1107؛ مستخدمو الانترنت الثابت = 895؛ مستخدمو الخطوط المؤجرة = 74).

الجدول 11: الرضا عن خدمات الاتصالات (مقارنة مع 2019) (نسبة الراضين)

2019	2015	
1635	1096	العينة
%90	%91	الإجمالي
%84	%84	خدمات الجوال الصوتية
%83	%69	خدمات الانترنت الجوال
%98	%91	الخدمات الصوتية الثابتة
%94	%87	خدمات الانترنت الثابت
%90	%82	الخطوط المؤجرة

سؤال: في ضوء كل ما سبق، كيف تقيم مستوى رضاك عن الخدمات التالية عموماً؟ يرجى الإجابة باستخدام المقياس السابق نفسه (1 إلى 5) خط الأساس: إجمالي العينة: 2019 = 1635 - 2015 = 1096 (مستخدمو خدمات الجوال الصوتية: في 2019 = 1548 وفي 2015 = 651؛ مستخدمو خدمات الانترنت الجوال: في 2019 = 1530 وفي 2015 = 200؛ مستخدمو الخدمات الصوتية الثابتة: في 2019 = 1107 وفي 2015 = 760؛ مستخدمو الانترنت الثابت: في 2019 = 895 وفي 2015 = 540؛ مستخدمو الخطوط المؤجرة: في 2019 = 74 وفي 2015 = 30).

يظهر الجدول 12 نسبة الشركات المستطلعة التي أجابت إما "راضٍ تماماً" أو "راضٍ" عن كل خدمة اتصالات، حسب القطاع. وقد سُجلت فروقات بين مختلف القطاعات في مستوى الرضا عن جودة خدمات الاتصالات. فمستوى الرضا عن الخدمات الصوتية الثابتة والانترنت الثابت و الخطوط المؤجرة مرتفع في جميع القطاعات. ونسب عملاء قطاع الأعمال الراضين عن خدمات الجوال الصوتية و خدمات الانترنت الجوال أقل في قطاعات خدمات الإقامة والطعام وتجارة الجملة والتجزئة والصناعة التحويلية (انظر الجدول 12). قد يكون السبب طبيعة الصناعة التي قد تستخدم الخدمات بوتيرة أعلى وبالتالي يزداد الاحتمال فيها بمواجهة أعطال مؤقتة لهذه الخدمات.

الجدول 12: الرضا عن خدمات الاتصالات حسب النشاط الاقتصادي الرئيسي (% الراضين)

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الإنترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
%100	%98	%100	%83	%86	الزراعة والحراة والصيد
%100	%100	%100	%100	%100	الصناعات الاستخراجية
%100	%95	%99	%76	%80	الصناعات التحويلية
-	%100	%100	%100	%100	الكهرباء، الغاز، البخار، التكييف
-	%100	%100	%100	%100	إمدادات المياه، الصرف الصحي، إدارة النفايات ومعالجتها
%92	%92	%98	%85	%87	البناء
%88	%91	%95	%80	%78	تجارة الجملة والتجزئة، صيانة السيارات والدراجات
%100	%100	%100	%86	%100	المعلومات والاتصالات
%100	%93	%100	%94	%98	النقل والتخزين
%78	%95	%98	%73	%70	خدمات الإقامة والطعام
%100	%100	%100	%100	%100	المصارف والتأمين
%100	%100	%100	%100	%100	النشاطات العقارية
%100	%95	%100	%79	%88	النشاطات المهنية والعلمية والفنية
%100	%100	%100	%78	%83	التعليم
-	%100	%100	%89	%88	الفنون والترفيه والاستجمام
-	%100	%100	%100	%100	الصحة والعمل الاجتماعي
%50	%87	%95	%95	%97	نشاطات خدمية أخرى
%100	%98	%100	%94	%93	النشاطات الإدارية وخدمات الدعم

سؤال: في ضوء كل ما سبق، كيف تقيم مستوى رضاك عن الخدمات التالية عموماً؟ يرجى الإجابة باستخدام المقياس السابق نفسه (1 إلى 5)

خط الأساس: إجمالي العينة: 2019 = 1635 - 2015 = 1069 (الزراعة والحراة والصيد: 258؛ الصناعات التحويلية: 132؛ البناء والتشييد: 165؛ تجارة الجملة والتجزئة وصيانة السيارات: 598؛ خدمات الإقامة والطعام: 112).

يظهر الجدول 13 نسبة الشركات المستطلعة التي أجابت إما "راضٍ تماماً" أو "راضٍ" عن كل خدمة اتصالات، حسب حجم الشركة. وعموماً، يتفاوت مستوى الرضا العام عن جودة الخدمات تبعاً لحجم الشركة. فبين فئة الشركات الصغيرة (أقل من 10 عاملين)، تشعر نسبة أقل بالرضا عن خدمات الجوال الصوتية وخدمات الإنترنت الجوال و الخطوط المؤجرة مقارنة بفئة الشركات التي تضم أكثر من 10 عاملين (انظر الجدول 13).

الجدول 13: الرضا عن خدمات الاتصالات حسب الحجم الشركة (% الراضين)

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الإنترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
%78	%95	%96	%77	%76	الشركات المتناهية الصغر
%96	%93	%99	%93	%96	الشركات الصغيرة
%94	%92	%98	%91	%96	الشركات المتوسطة
%100	%100	%100	%98	%98	الشركات الكبيرة

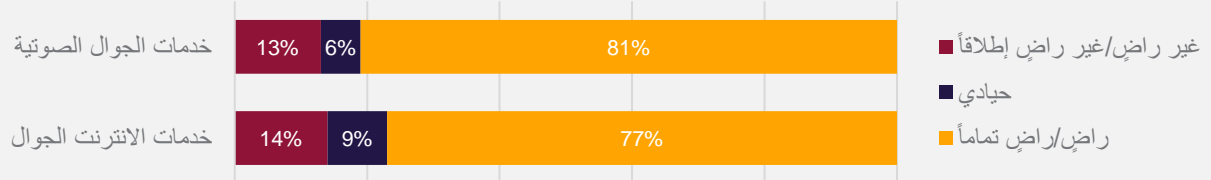
سؤال: في ضوء كل ما سبق، كيف تقيم مستوى رضاك عن الخدمات التالية عموماً؟ يرجى الإجابة باستخدام المقياس السابق نفسه (1 إلى 5)
خط الأساس: إجمالي العينة في دراسة 2019 = 1635 (متناهية الصغر: 1015؛ صغيرة: 438؛ متوسطة: 141؛ كبيرة: 41).

3.4. تجربة العملاء مع شبكة الاتصالات

3.4.1. تغطية الشبكة

هناك مستوى مرتفع من الرضا بشكل عام بين المستطلعين عن تغطية شبكة خدمات الجوال الصوتية و خدمات الإنترنت الجوال ، حيث أجاب 81% إما "راضٍ تماماً" أو "راضٍ" عن خدمات الجوال الصوتية و77% عن خدمات الإنترنت الجوال. وأجاب واحد من كل سبعة مستطلعين إما "غير راضٍ إطلاقاً" أو "غير راضٍ" عن تغطية شبكة خدمات الجوال الصوتية و خدمات الإنترنت الجوال (13% و14% على التوالي) (انظر الشكل 15). وسجلت زيادة كبيرة قدرها 18 نقطة مئوية في مستوى الرضا عن خدمات الإنترنت الجوال (من 59% "راضٍ أو راضٍ تماماً" في عام 2015 إلى 77% في عام 2019. وبقي مستوى الرضا عن خدمات الجوال الصوتية ثابتاً بين عام 2015 وعام 2019 (انظر الجدول 14).

الشكل 15: الرضا عن تغطية الشبكة



سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من قبل مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن تغطية الشبكة على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الجوال الصوتية = 1548؛ مستخدمو خدمات الإنترنت الجوال = 1530).

الجدول 14: الرضا عن تغطية الشبكة (2019 مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)

2019	2015	
1635	1096	العينة
%81	%81	خدمات الجوال الصوتية
%77	%59	خدمات الانترنت الجوال

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مزود خدمات الاتصالات، ما مستوى رضاك عن تغطية الشبكة؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الجوال الصوتية = 1548؛ مستخدمو خدمات الانترنت الجوال = 1530).

تتفاوت مستويات الرضا عن تغطية الشبكة تبعاً للموقع الجغرافي في قطر. سجل المستطلعون العاملون في الدوحة والوكرة مستويات رضا عن خدمات الجوال الصوتية وخدمات الانترنت الجوال أعلى من المناطق الأخرى، حيث أبدى تسعة على الأقل من كل عشرة رضاءهم عن تغطية هذه الخدمات (انظر الجدول 15). بالمقابل، سجل العاملون في أم صلال، والخور/الذخيرة، والظعنين والشحانية درجات رضا منخفضة نسبياً عن تغطية خدمات الجوال الصوتية وخدمات الانترنت الجوال حيث قال أقل من نصف المستطلعين إنهم راضون. وكان مستوى الرضا منخفضاً بشكل كبير في الشحانية حيث أجاب 29% من المستطلعين إما "راضٍ تماماً" أو "راضٍ" عن خدمات الجوال الصوتية و19% فقط راضون عن خدمات الانترنت الجوال. قد تشير هذه النتائج إلى ضعف الإشارة في هذه المنطقة مما يسبب عدم الرضا عن تغطية الشبكة.

الجدول 15: الرضا عن تغطية الشبكة حسب المنطقة (نسبة الراضين)

2019	2015	
%90	%95	الدوحة
%73	%76	الريان
%98	%96	الوكرة
%66	%61	أم صلال
%35	%43	الخور/الذخيرة
%75	%81	الشمال
%44	%0	الظعنين
%19	%29	الشحانية

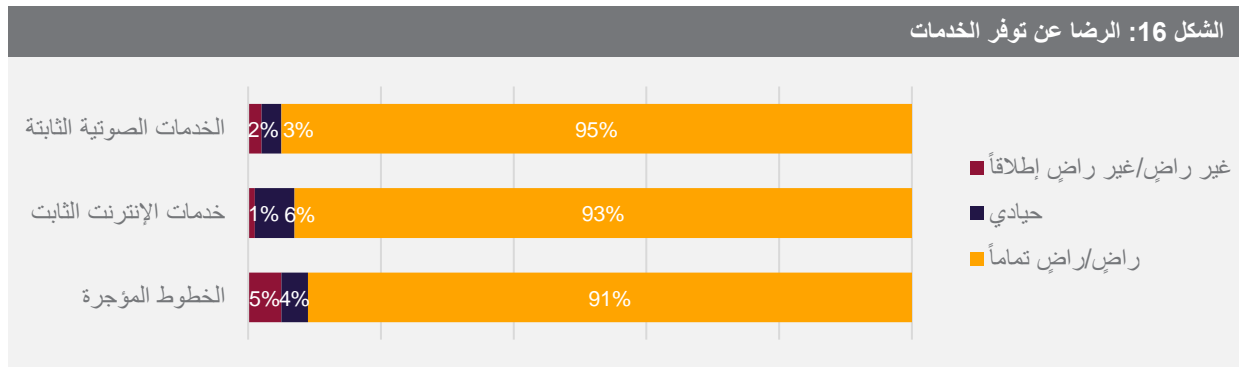
سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، ما مستوى رضاك عن تغطية الشبكة؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (الدوحة: 832؛ الريان: 426؛ الوكرة: 112؛ أم صلال: 43؛ الخور/الذخيرة: 99؛ الشمال: 17؛ الظعنين: 8؛ الشحانية: 98).

3.4.2. توفر الخدمة

يعتبر توفير مجموعة واسعة من خدمات الاتصالات في جميع أنحاء قطر إحدى المسؤوليات المهمة لهيئة تنظيم الاتصالات. يظهر الشكل 16 مستوى الرضا عن توفر الخدمات الصوتية الثابتة والإنترنت الثابت و الخطوط المؤجرة. إن مستوى الرضا

العام عن توفر هذه الخدمات مرتفع بين مستهلكي قطاع الأعمال. فقد أجاب تسعة على الأقل من كل عشرة مستطلعين إما "راضٍ تماماً" أو راضٍ". وسجل المستطلعون أعلى درجات الرضا عن الخدمات الصوتية الثابتة (95%) يليها خدمات الإنترنت الثابت (93%) و الخطوط المؤجرة (91%). وقد ازداد مستوى الرضا عن توفر هذه الخدمات الثلاث جميعها منذ 2015. وسجلت أعلى زيادة في الرضا عن توفر الخطوط المؤجرة وبلغت 24 نقطة مئوية (من 67% في عام 2015 إلى 91% في عام 2019) (انظر الجدول 16).

الشكل 16: الرضا عن توفر الخدمات



سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من قبل مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن توفر الخدمات على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو الخدمات الصوتية الثابتة = 1107؛ مستخدمو الإنترنت الثابت = 895؛ مستخدمو الخطوط المؤجرة = 74).

الجدول 16: الرضا عن توفر الخدمات (مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)

العينة	2015	2019
الخدمات الصوتية الثابتة	80%	95%
خدمات الإنترنت الثابت	74%	93%
الخطوط المؤجرة	67%	91%

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، ما مستوى رضاك عن توفر الخدمات؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو الخدمات الصوتية الثابتة = 1107؛ مستخدمو الإنترنت الثابت = 895؛ مستخدمو الخطوط المؤجرة = 74).

سجلت في معظم المناطق الجغرافية في قطر مستويات عالية من الرضا عن الخدمات الصوتية الثابتة والإنترنت الثابت و الخطوط المؤجرة. والمناطق الوحيدة التي سجلت فيها مستويات رضا أقل هي الشحانية عن خدمات الإنترنت الثابت (60% راضون أو راضون تماماً) والخور/الذخيرة عن الخطوط المؤجرة (33% راضون أو راضون تماماً) (انظر الجدول 17).

الجدول 17: الرضا عن توفر الخدمات حسب المنطقة (نسبة الراضين)

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	
%97	%91	%96	الدوحة
%88	%96	%92	الريان
%100	%99	%100	الوكرة
-	%95	%89	أم صلال
%33	%91	%94	الخور/الذخيرة
-	%100	%100	الشمال
-	-	-	الظعابين
-	%60	%86	الشحانية

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، ما مستوى رضاك عن توفر الخدمات؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (الدوحة: 832؛ الريان: 426؛ الوكرة: 112؛ أم صلال: 43؛ الخور/الذخيرة: 99؛ الشمال: 17؛ الظعابين: 8؛ الشحانية: 98).

لم تسجل أية فروقات مهمة بين أوريديو وفودافون قطر في مستويات الرضا عن توفر الخدمات. فقد سجل جميع المستطلعين مستويات عالية من الرضا عن الشركتين في الخدمات الصوتية الثابتة والإنترنت الثابت و الخطوط المؤجرة (انظر الجدول 18).

الجدول 18: الرضا عن توفر الخدمات حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)

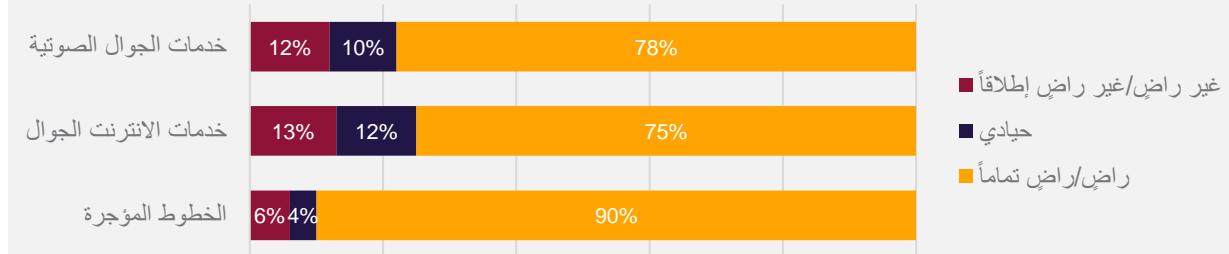
الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	
%95	%93	%98	أوريديو
%100	%98	%93	فودافون قطر

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، ما مستوى رضاك عن توفر الخدمات؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو الخدمات الصوتية الثابتة = 1107؛ مستخدمو الإنترنت الثابت = 895؛ مستخدمو الخطوط المؤجرة = 74).

3.4.3. موثوقية الشبكة

يظهر الشكل 17 مستوى الرضا عن موثوقية الشبكة في الخدمات الصوتية الثابتة والإنترنت الثابت و الخطوط المؤجرة. ويتباين مستوى الرضا عن موثوقية الشبكة تبعاً لنوع الخدمة. وعموماً، سجل المستطلعون مستويات عالية من الرضا عن موثوقية الشبكة في جميع الخدمات. وسجلت أعلى مستويات الرضا عن خدمات الخطوط المؤجرة (90% "راضٍ تماماً" أو "راضٍ")، يليها خدمات الجوال الصوتية (78%) و خدمات الإنترنت الجوال (75%). وأجاب واحد من كل ثمانية مستطلعين "غير راضٍ إطلاقاً" أو "غير راضٍ" عن موثوقية الشبكة في خدمات الجوال الصوتية و خدمات الإنترنت الجوال (12% و 13% على التوالي). في عام 2019، شهدت مستويات الرضا عن موثوقية الشبكة تحسناً في جميع الخدمات مقارنة بعام 2015. وسجلت أعلى زيادة في الرضا في الخطوط المؤجرة وبلغت 37 نقطة مئوية (من 53% في عام 2015 إلى 90% في عام 2019) (انظر الجدول 19).

الشكل 17: الرضا عن موثوقية الشبكة



سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من قبل مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن موثوقية الشبكة على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو الخدمات الصوتية الثابتة = 1548؛ مستخدمو الإنترنت الثابت = 1530؛ مستخدمو الخطوط المؤجرة = 74).

الجدول 19: الرضا عن موثوقية الشبكة (مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)

العينة	2019	2015
العينة	1635	1096
خدمات الجوال الصوتية	78%	66%
خدمات الانترنت الجوال	75%	49%
الخطوط المؤجرة	90%	53%

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، ما مستوى رضاك عن موثوقية الشبكة؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الجوال الصوتية = 1548؛ مستخدمو الإنترنت الثابت = 1530؛ مستخدمو الخطوط المؤجرة = 74).

وتختلف مستويات الرضا عن خدمات الجوال الصوتية والإنترنت الثابت و الخطوط المؤجرة تبعاً لاختلاف المنطقة الجغرافية في قطر. فمستويات الرضا عالية عن موثوقية الشبكة في الدوحة والوكرة. وهي متوسطة في الريان (خدمات الجوال الصوتية و خدمات الانترنت الجوال) وأم صلال والشمال (خدمات الانترنت الجوال). وكان الرضا عن موثوقية الشبكة أقل نسبياً في الخور/الذخيرة والطعنين والشحانية (انظر الجدول 20).

الجدول 20: الرضا عن موثوقية الشبكة حسب المنطقة (نسبة الراضين)

الخطوط المؤجرة	خدمات الانترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
%95	%88	%92	الدوحة
%88	%68	%74	الريان
%100	%96	%96	الوكرة
-	%59	%71	أم صلال
%33	%35	%28	الخور/الذخيرة
-	%71	%76	الشمال
-	%11	-	الظعابين
-	%21	%21	الشحانية

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، ما مستوى رضاك عن موثوقية الشبكة؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (الدوحة: 832؛ الريان: 426؛ الوكرة: 112؛ أم صلال: 43؛ الخور/الذخيرة: 99؛ الشمال: 17؛ الظعابين: 8؛ الشحانية: 98).

يظهر الجدول 21 مستويات الرضا عن موثوقية الشبكة حسب مقدم الخدمة. سجلت مستويات عالية من الرضا عن موثوقية الشبكة في جميع فئات الخدمات الثلاث المقدمة من أوريدو وفودافون قطر. والرضا عن أوريدو أعلى قليلاً من الرضا عن فودافون قطر في خدمات الجوال الصوتية وخدمات الانترنت الجوال بينما الرضا عن فودافون قطر أعلى في خدمات الخطوط المؤجرة (انظر الجدول 21).

الجدول 21: الرضا عن موثوقية الشبكة حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)

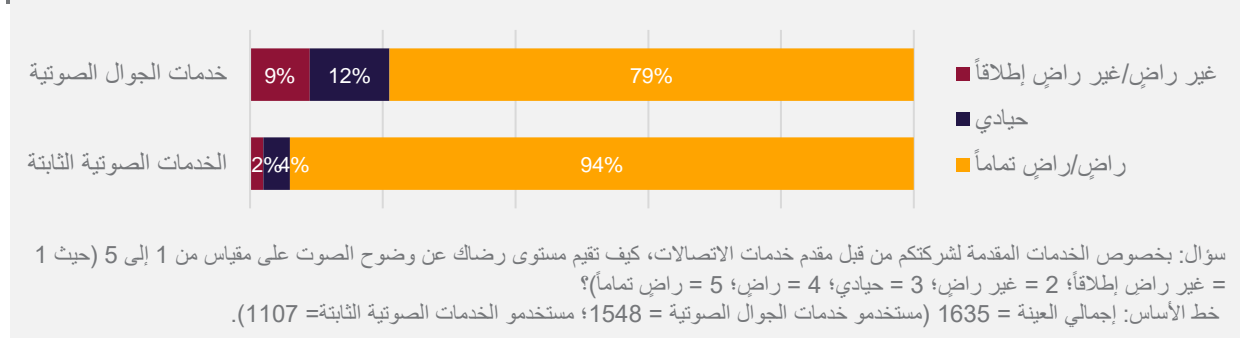
الخطوط المؤجرة	خدمات الانترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
%93	%91	%95	أوريدو
%100	%88	%91	فودافون قطر

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، ما مستوى رضاك عن موثوقية الشبكة؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الجوال الصوتية = 1548؛ مستخدمو الإنترنت الثابت = 1530؛ مستخدمو الخطوط المؤجرة = 74).

3.4.4. جودة الصوت ووضوحه

يظهر الجدول 18 مستوى الرضا عن جودة الصوت ووضوحه في الخدمات الصوتية الثابتة وخدمات الجوال الصوتية. أجاب 94% من المستطلعين إما "راضٍ تماماً" أو "راضٍ" عن جودة الصوت ووضوحه في الخدمات الصوتية الثابتة و97% في خدمات الجوال الصوتية. وسبب كون الرضا أقل عن خدمات الجوال الصوتية هو ارتفاع نسبة مستخدمي هذه الخدمة الذين أجابوا "حيادي" على سؤال جودة الصوت ووضوحه فيها (انظر الشكل 18).

الشكل 18: الرضا عن جودة الصوت ووضوحه



وقد ازدادت مستويات الرضا عن جودة الصوت ووضوحه في خدمات الجوال الصوتية و الخدمات الصوتية الثابتة عما كانت عليه في دراسة 2015. وسجلت أعلى زيادة في الرضا عن الخدمات الصوتية الثابتة وبلغت 27 نقطة مئوية (من 67% في عام 2015 إلى 94% في عام 2019) (انظر الجدول 22).

الجدول 22: الرضا عن جودة الصوت ووضوحه (2019 مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)

العينة	2015	2019
العينة	1096	1635
خدمات الجوال الصوتية	66%	79%
الخدمات الصوتية الثابتة	67%	94%

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، ما مستوى رضاك عن وضوح الصوت؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الجوال الصوتية = 1548؛ مستخدمو الخدمات الصوتية الثابتة = 1107).

وكما في الرضا عن موثوقية الشبكة، سجلت مستويات منخفضة من الرضا في الخور/الذخيرة والشحانية عن جودة الصوت ووضوحه. كما أن المستطلعين في الريان وأم صلال كانوا أقل رضا من بقية مناطق قطر عن جودة الصوت ووضوحه في خدمات الجوال الصوتية (76% و 67% راضون على التوالي) (انظر الجدول 23).

الجدول 23: الرضا عن جودة الصوت ووضوحه حسب المنطقة (نسبة الراضين)

الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الجوال الصوتية	
%95	%91	الدوحة
%90	%76	الريان
%100	%95	الوكرة
%89	%67	أم صلال
%85	%31	الخور/الذخيرة
%100	%82	الشمال
-	-	الظعاين
%75	%19	الشحانية

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، ما مستوى رضاك عن وضوح الصوت؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (الدوحة: 832؛ الريان: 426؛ الوكرة: 112؛ أم صلال: 43؛ الخور/الذخيرة: 99؛ الشمال: 17؛
الظعاين: 8؛ الشحانية: 98).

تقدم كل من أوريدو وفودافون قطر جودة عالية في الصوت لعملائهما في قطاع الأعمال وهذا ما يفسر ارتفاع مستوى الرضا إلى 90% وأكثر (انظر الجدول 24).

الجدول 24: الرضا عن جودة الصوت ووضوحه حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)

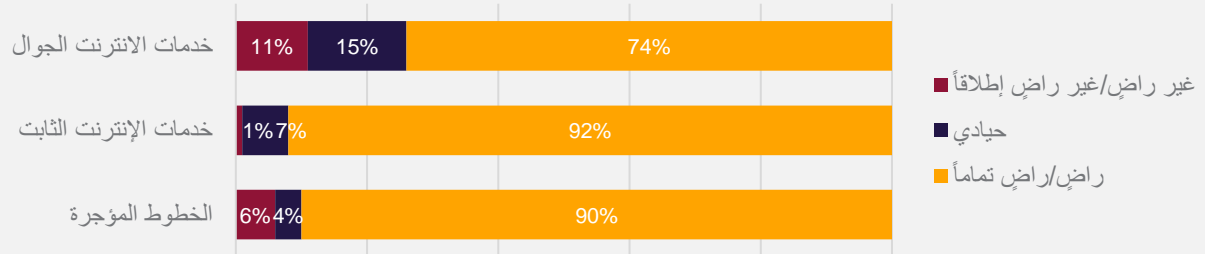
الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الجوال الصوتية	
%96	%95	أوريدو
%97	%90	فودافون قطر

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، ما مستوى رضاك عن وضوح الصوت؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الجوال الصوتية = 1548؛ مستخدمو الخدمات الصوتية الثابتة = 1107).

3.4.5. سرعة البيانات

يظهر الشكل 19 مستويات رضا مستهلكي قطاع الأعمال عن سرعة البيانات في خدمات الانترنت الجوال والإنترنت الثابت و الخطوط المؤجرة. عموماً، سُجّلت مستويات عالية من الرضا عن سرعة البيانات في خدمات الإنترنت الثابت و الخطوط المؤجرة (92% و 90% على التوالي قالوا "راضٍ تماماً" أو "راضٍ"). بالمقابل، سجل هؤلاء مستويات متوسطة من الرضا عن سرعة بيانات خدمات الانترنت الجوال (74%). وأجاب واحد من كل تسعة مستطلعين (11%) إما "غير راضٍ إطلاقاً" أو "غير راضٍ" عن سرعة خدمات الانترنت الجوال.

الشكل 19: الرضا عن سرعة البيانات



سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من قبل مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن سرعة البيانات على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الإنترنت الجوال = 1530؛ مستخدمو الإنترنت الثابت = 895؛ مستخدمو الخطوط المؤجرة = 74).

وقد ازدادت مستويات الرضا عن سرعة البيانات في جميع الخدمات الثلاث عما كانت عليه في دراسة 2015. وسجلت أعلى زيادة في الرضا عن خدمات الخطوط المؤجرة وبلغت 38 نقطة مئوية (من 52% في عام 2015 إلى 90% في عام 2019) (انظر الجدول 25).

الجدول 25: الرضا عن سرعة البيانات (2019 مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)

العينة	2015	2019
العينة	1096	1635
خدمات الإنترنت الجوال	51%	74%
خدمات الإنترنت الثابت	61%	92%
الخطوط المؤجرة	52%	90%

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، ما مستوى رضاك عن سرعة البيانات؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الإنترنت الجوال = 1530؛ مستخدمو الإنترنت الثابت = 895؛ مستخدمو الخطوط المؤجرة = 74).

سجلت أعلى مستويات الرضا عن سرعة البيانات في بلديات الدوحة والوكرة بينما سجلت أقل مستويات الرضا في الخور/الذخيرة والظعائن (انظر الجدول 26).

الجدول 26: الرضا عن سرعة البيانات حسب المنطقة (نسبة الراضين)

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	خدمات الإنترنت الجوال	
%97	%91	%87	الدوحة
%88	%92	%70	الريان
%75	%100	%93	الوكرة
-	%90	%66	أم صلال
%33	%95	%31	الخور/الذخيرة
-	%100	%76	الشمال
-	-	%13	الظعائن
-	%83	%11	الشحانية

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، ما مستوى رضاك عن سرعة البيانات؟

خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (الدوحة: 832؛ الريان: 426؛ الوكرة: 112؛ أم صلال: 43؛ الخور/الذخيرة: 99؛ الشمال: 17؛ الظعائن: 8؛ الشحانية: 98).

سجلت فودافون قطر مستويات رضا أعلى بقليل من أوريدو في سرعة بيانات الإنترنت الثابت و الخطوط المؤجرة (انظر الجدول 27).

الجدول 27: الرضا عن سرعة البيانات حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	خدمات الإنترنت الجوال	
%93	%92	%90	أوريدو
%100	%100	%90	فودافون قطر

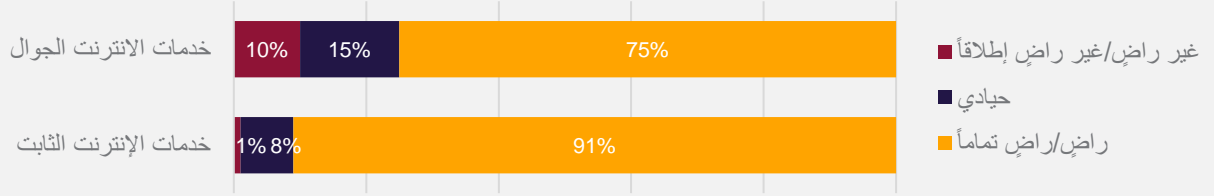
سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، ما مستوى رضاك عن سرعة البيانات؟

خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الإنترنت الجوال = 1530؛ مستخدمو الإنترنت الثابت = 895؛ مستخدمو الخطوط المؤجرة = 74).

3.4.6. جودة مقاطع الفيديو وسرعتها

يظهر الشكل 20 مستويات الرضا عن جودة مقاطع الفيديو وسرعتها في خدمات الإنترنت الجوال والإنترنت الثابت. وكان مستخدمو الإنترنت الثابت عموماً أكثر رضا عن جودة مقاطع الفيديو وسرعتها من مستخدمي خدمات الإنترنت الجوال (91% و75% على التوالي).

الشكل 20: الرضا عن جودة مقاطع الفيديو وسرعتها



سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من قبل مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن جودة مقاطع الفيديو وسرعتها على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الإنترنت الجوال = 1530؛ مستخدمو الإنترنت الثابت = 895).

وقد تضاعفت تقريباً مستويات الرضا عن جودة مقاطع الفيديو وسرعتها في خدمات الإنترنت الثابت (من 55% في عام 2015 إلى 91% في عام 2019). كما ارتفعت مستويات الرضا عن خدمات الإنترنت الجوال بمقدار 18 نقطة مئوية (من 57% في عام 2015 إلى 75% في عام 2019) (انظر الجدول 28).

الجدول 28: الرضا عن جودة مقاطع الفيديو وسرعتها (2019 مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)

2019	2015	
1635	1096	العينة
75%	57%	خدمات الإنترنت الجوال
91%	55%	خدمات الإنترنت الثابت

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، ما مستوى رضاك عن جودة مقاطع الفيديو وسرعتها؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الإنترنت الجوال = 1530؛ مستخدمو الإنترنت الثابت = 895).

بالاتساق مع النتائج السابقة، سجلت الخور/الذخيرة والطعابين والشحانية مستويات منخفضة من الرضا عن جودة مقاطع الفيديو وسرعتها في خدمات الإنترنت الجوال. إضافة لذلك، ورغم ارتفاع مستويات الرضا عن جميع خدمات الاتصالات في الريان، فقد سجلت هذه المنطقة مستويات متوسطة من الرضا عن جودة مقاطع الفيديو وسرعتها عبر خدمات الإنترنت الجوال (69%) قالوا "راضٍ تماماً" أو "راضٍ" (انظر الجدول 29).

الجدول 29: الرضا عن جودة مقاطع الفيديو وسرعتها حسب المنطقة (نسبة الراضين)

خدمات الإنترنت الثابت	خدمات الإنترنت الجوال	
%89	%85	الدوحة
%90	%69	الريان
%98	%95	الوكرة
%95	%82	أم صلال
%100	%39	الخور/الذخيرة
%100	%76	الشمال
%0	%22	الظعائن
%83	%23	الشحانية

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، ما مستوى رضاك عن جودة مقاطع الفيديو وسرعتها؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (الدوحة: 832؛ الريان: 426؛ الوكرة: 112؛ أم صلال: 43؛ الخور/الذخيرة: 99؛ الشمال: 17؛ الظعائن: 8؛ الشحانية: 98).

سجلت فودافون قطر مستويات رضا أعلى بقليل من أوريدو عن جودة مقاطع الفيديو وسرعتها في خدمات الإنترنت الجوال والإنترنت الثابت (انظر الجدول 30).

الجدول 30: الرضا عن جودة مقاطع الفيديو وسرعتها حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)

خدمات الإنترنت الثابت	خدمات الإنترنت الجوال	
%91	%87	أوريدو
%100	%88	فودافون قطر

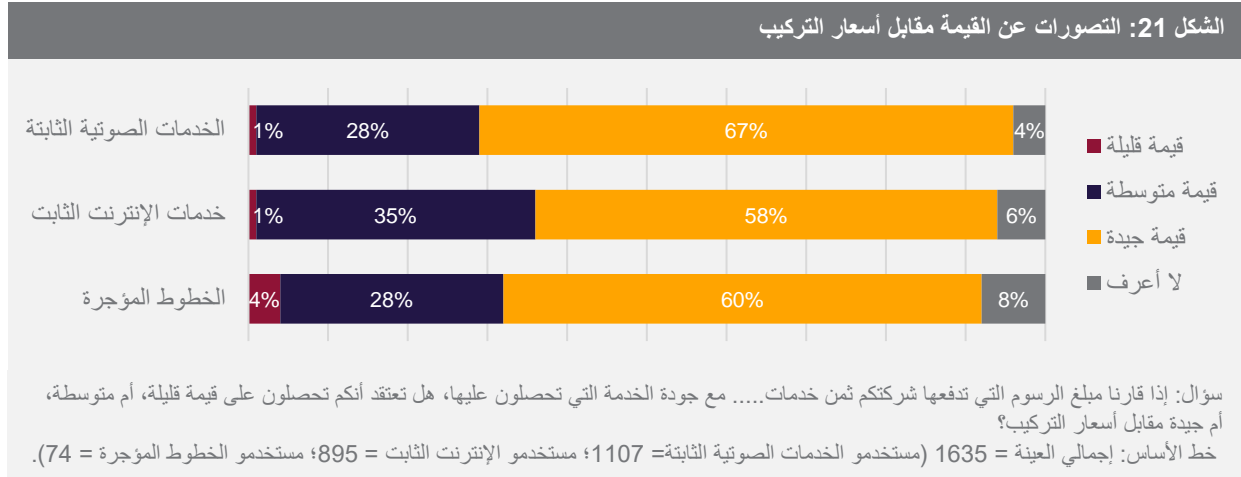
سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، ما مستوى رضاك عن جودة مقاطع الفيديو وسرعتها؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الإنترنت الجوال = 1530؛ مستخدمو الإنترنت الثابت = 895).

3.5. تصورات عملاء قطاع الأعمال عن قيمة الخدمات

3.5.1. التصورات عن القيمة مقابل أسعار التركيب

وفقاً لتفويض هيئة تنظيم الاتصالات، يجب أن يستطيع مستهلكو قطاع الأعمال الحصول على خدمات الاتصالات بأسعار معقولة. وبالتالي، من المهم أن تفهم الهيئة تصورات العملاء بخصوص أسعار خدمات الاتصالات في قطر وأن تتخذ الخطوات اللازمة لضمان حصول الشركات على خدمات اتصالات عالية الجودة بأسعار مقبولة كي تستطيع المنافسة عالمياً.

لدى سؤال المستطلعين عن القيمة التي يحصلون عليها مقابل أسعار تركيب خدمات الاتصالات، أجاب 67% أن قيمة الخدمات الصوتية الثابتة جيدة، تليها خدمات الخطوط المؤجرة (60%) ثم الإنترنت الثابت (58%) (انظر الشكل 21). من المهم أيضاً ملاحظة أن من قالوا إن القيمة مقابل أسعار التركيب قليلة يشكلون نسبة ضئيلة (1% و 4% و 1% على التوالي).



تبين نتائج الدراسة أن تصورات الشركات المتناهية الصغر والصغيرة عن القيمة مقابل أسعار التركيب أكثر إيجابية من تصورات الشركات الأكبر حجماً (انظر الجدول 31).

الجدول 31: التصورات عن القيمة مقابل أسعار التركيب حسب حجم الشركة (نسبة الذين أجابوا "قيمة جيدة")

الشركة	الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الإنترنت الثابت	الخطوط المؤجرة
الشركات المتناهية الصغر	68%	58%	74%
الشركات الصغيرة	68%	59%	56%
الشركات المتوسطة	61%	55%	56%
الشركات الكبيرة	65%	51%	44%

سؤال: إذا قارنا مبلغ الرسوم التي تدفعها شركتكم ثمن خدمات..... مع جودة الخدمة التي تحصلون عليها، هل تعتقد أنكم تحصلون على قيمة قليلة، أم متوسطة، أم جيدة مقابل أسعار التركيب؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (متناهية الصغر: 1015؛ صغيرة: 438؛ متوسطة: 141؛ كبيرة: 41).

تبين مراجعة النتائج أن تصورات مستخدمي فودافون قطر حيال القيمة مقابل أسعار الخدمات الصوتية الثابتة والإنترنت الثابت و الخطوط المؤجرة أكثر إيجابية من تصورات مستخدمي أوريدو (انظر الجدول 32).

الجدول 32: التصورات عن القيمة مقابل أسعار التركيب حسب مقدم الخدمة (نسبة الذين أجابوا "قيمة جيدة")

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	
59%	57%	68%	أوريدو
77%	65%	70%	فودافون قطر

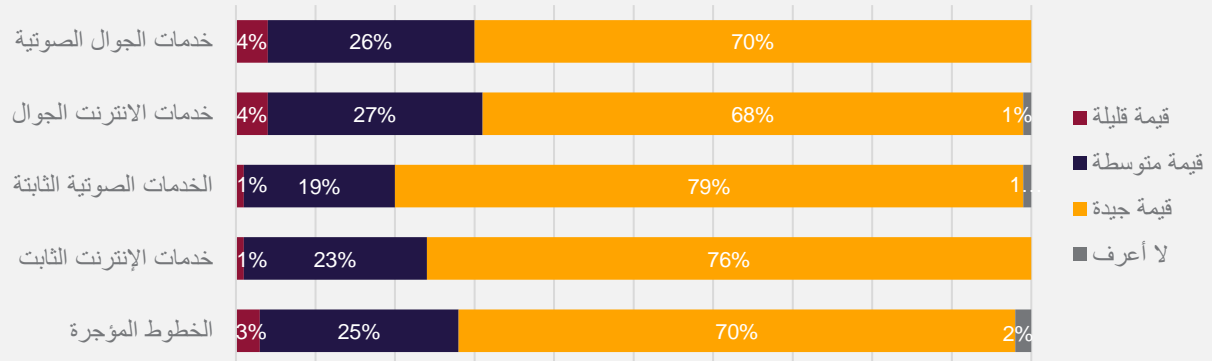
سؤال: إذا قارنا مبلغ الرسوم التي تدفعها شركتكم ثمن خدمات..... مع جودة الخدمة التي تحصلون عليها، هل تعتقد أنكم تحصلون على قيمة قليلة، أم متوسطة، أم جيدة مقابل أسعار التركيب؟

خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو الخدمات الصوتية الثابتة = 1107؛ مستخدمو الإنترنت الثابت = 895؛ مستخدمو الخطوط المؤجرة = 74).

3.5.2. التصورات عن القيمة مقابل الرسوم الشهرية

يظهر الشكل 22 تصورات مستهلكي قطاع الأعمال عن القيمة المالية المتعلقة بالرسوم الشهرية في خدمات الجوال الصوتية و خدمات الإنترنت الجوال و الخدمات الصوتية الثابتة والإنترنت الثابت و الخطوط المؤجرة. وعلى العموم كانت التصورات عن القيمة مقابل الرسوم الشهرية للخدمات الصوتية الثابتة والإنترنت الثابت أكثر إيجابية من بقية الخدمات (79% و 76% على التوالي). وقال ربع المستطلعين على الأقل بأن القيمة متوسطة في خدمات الإنترنت الجوال وخدمات الجوال الصوتية و الخطوط المؤجرة (27% و 26% و 25% على التوالي). أما الذين قالوا إن القيمة قليلة فكانت نسبتهم ضئيلة (4% أو أقل).

الشكل 22: التصورات عن القيمة مقابل الرسوم الشهرية



سؤال: إذا قارنا مبلغ الرسوم التي تدفعها شركتكم ثمن خدمات..... مع جودة الخدمة التي تحصلون عليها، هل تعتقد أنكم تحصلون على قيمة قليلة، أم متوسطة، أم جيدة مقابل الرسوم الشهرية؟

خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الجوال الصوتية = 1548؛ مستخدمو خدمات الإنترنت الجوال = 1530؛ مستخدمو خدمات الإنترنت الثابت = 1107؛ مستخدمو الخطوط المؤجرة = 74).

تبين مراجعة النتائج بحسب حجم الشركة أن تصورات القيمة مقابل الرسوم الشهرية هي الأكثر إيجابية لدى الشركات الكبيرة في خدمات الجوال الصوتية وخدمات الإنترنت الجوال وخدمات الصوتية الثابتة وخطوط المؤجرة. وتختلف النتائج عند الحديث عن أسعار التركيب، حيث أعطت الشركات الأصغر حجماً تصورات أكثر إيجابية عن قيمة الخدمات من الشركات الأكبر حجماً. وسبب هذا التصور الأكثر الإيجابية لدى الشركات الكبيرة قد يكون العروض والحسومات الخاصة التي تحصل عليها هذه الشركات من مقدمي الخدمات مقابل إنفاقها مبالغ أكبر على الخدمات. أما الشركات المتناهية الصغر، فنسبة من ذكروا أن القيمة متوسطة في خدمات الجوال الصوتية وخدمات الإنترنت الجوال أعلى من نسبة من قالوا ذلك من الشركات الكبيرة (انظر الجدول 33).

الجدول 33: التصورات عن القيمة مقابل الرسوم الشهرية حسب حجم الشركة (نسبة الذين أجابوا "قيمة جيدة")

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الإنترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
%74	%78	%80	%65	%68	الشركات المتناهية الصغر
%71	%75	%78	%73	%74	الشركات الصغيرة
%61	%75	%74	%75	%73	الشركات المتوسطة
%78	%62	%81	%78	%75	الشركات الكبيرة

سؤال: إذا قارنا مبلغ الرسوم التي تدفعها شركتكم ثمن خدمات.... مع جودة الخدمة التي تحصلون عليها، هل تعتقد أنكم تحصلون على قيمة قليلة، أم متوسطة، أم جيدة مقابل الرسوم الشهرية؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (متناهية الصغر: 1015؛ صغيرة: 438؛ متوسطة: 141؛ كبيرة: 41).

نسبة مستخدمي أوريدو الذين اعتبروا معظم الخدمات ذات قيمة جيدة مقابل الرسوم الشهرية أعلى من نسبة مستخدمي فودافون قطر الذين أعطوا الإجابة نفسها. والاستثناء الوحيد هو خدمات الخطوط المؤجرة حيث أعطى مستخدمو فودافون تصورات أكثر إيجابية عن القيمة مقابل المال (انظر الجدول 34).

الجدول 34: التصورات عن القيمة مقابل الرسوم الشهرية حسب مقدم الخدمة (نسبة الذين أجابوا "قيمة جيدة")

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الإنترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
%70	%76	%81	%78	%81	أوريدو
%79	%71	%75	%68	%69	فودافون قطر

سؤال: إذا قارنا مبلغ الرسوم التي تدفعها شركتكم ثمن خدمات.... مع جودة الخدمة التي تحصلون عليها، هل تعتقد أنكم تحصلون على قيمة قليلة، أم متوسطة، أم جيدة مقابل الرسوم الشهرية؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الجوال الصوتية = 1548؛ مستخدمو خدمات الإنترنت الجوال = 1530؛ مستخدمو الخدمات الصوتية الثابتة = 1107؛ مستخدمو الإنترنت الثابت = 895؛ مستخدمو الخطوط المؤجرة = 74).

3.5.3. التصورات عن القيمة مقابل رسوم المكالمات الدولية

يظهر الشكل 23 تصورات مستهلكي قطاع الأعمال عن القيمة مقابل رسوم المكالمات الدولية في خدمات الجوال الصوتية و الخدمات الصوتية الثابتة. فأكثر من نصف المستطلعين بقليل يعتبرون أن القيمة جيدة مقابل رسوم المكالمات الدولية في خدمات الجوال الصوتية و الخدمات الصوتية الثابتة (58% و 54% على التوالي). وقال قرابة ثلث مستخدمي المكالمات الدولية إن القيمة متوسطة مقابل أسعار خدمات الجوال الصوتية و الخدمات الصوتية الثابتة (33% و 30% على التوالي). واعتبر أكثر من 7% بقليل من المستخدمين أن القيمة قليلة في خدمات الجوال الصوتية مقابل 5% في الخدمات الصوتية الثابتة.

الشكل 23: التصورات عن القيمة مقابل رسوم المكالمات الدولية



سؤال: إذا قارنا مبلغ الرسوم التي تدفعها شركتكم ثمن خدمات..... مع جودة الخدمة التي تحصلون عليها، هل تعتقد أنكم تحصلون على قيمة قليلة، أم متوسطة، أم جيدة مقابل رسوم المكالمات الدولية؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الجوال الصوتية = 1548؛ مستخدمو الخدمات الصوتية الثابتة = 1107).

اعتبر أكثر من نصف الشركات المتناهية الصغر بقليل أن القيمة جيدة مقابل رسوم المكالمات الدولية في خدمات الجوال الصوتية و الخدمات الصوتية الثابتة (53% و 52% على التوالي). واعتبر ستة من كل عشرة من مستطلي الشركات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة أن القيمة جيدة مقابل رسوم المكالمات الدولية للهاتف الجوال. وكانت الشركات المتوسطة أقل من جميع الشركات الأخرى في اعتبار القيمة جيدة مقابل رسوم المكالمات الدولية للهاتف الثابت (48%) (انظر الجدول 35).

الجدول 35: التصورات عن القيمة مقابل رسوم المكالمات الدولية حسب حجم الشركة (نسبة الذين أجابوا "قيمة جيدة")

الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الجوال الصوتية	الشركات
52%	53%	الشركات المتناهية الصغر
57%	66%	الشركات الصغيرة
48%	61%	الشركات المتوسطة
58%	65%	الشركات الكبيرة

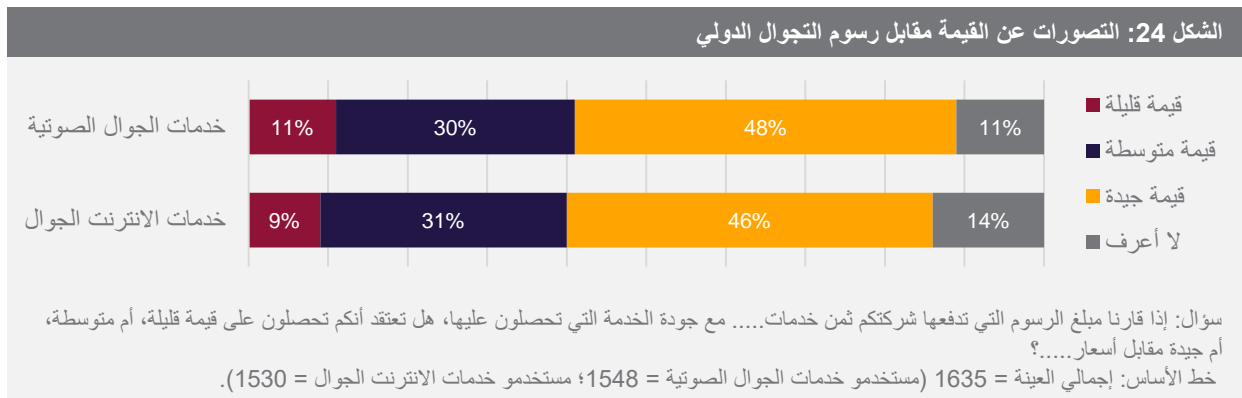
سؤال: إذا قارنا مبلغ الرسوم التي تدفعها شركتكم ثمن خدمات..... مع جودة الخدمة التي تحصلون عليها، هل تعتقد أنكم تحصلون على قيمة قليلة، أم متوسطة، أم جيدة مقابل رسوم المكالمات الدولية؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (متناهية الصغر: 1015؛ صغيرة: 438؛ متوسطة: 141؛ كبيرة: 41).

كان مستخدمو أوريدو أكثر إيجابية من مستخدمي فودافون قطر في اعتبار القيمة جيدة مقابل رسوم المكالمات الدولية للهاتف الجوال (64% و 55% على التوالي). لكن مستخدمي فودافون قطر كانوا أكثر إيجابية من مستخدمي أوريدو في اعتبار القيمة جيدة مقابل رسوم المكالمات الدولية للهاتف الثابت (62% و 54% على التوالي) (انظر الجدول 36).

الجدول 36: التصورات عن القيمة مقابل رسوم المكالمات الدولية حسب مقدم الخدمة (نسبة الذين أجابوا "قيمة جيدة")		
الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الجوال الصوتية	
54%	64%	أوريدو
62%	55%	فودافون قطر
سؤال: إذا قارنا مبلغ الرسوم التي تدفعها شركتكم ثمن خدمات.... مع جودة الخدمة التي تحصلون عليها، هل تعتقد أنكم تحصلون على قيمة قليلة، أم متوسطة، أم جيدة مقابل رسوم المكالمات الدولية؟ خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الجوال الصوتية = 1548؛ مستخدمو الخدمات الصوتية الثابتة = 1107).		

3.5.4. التصورات عن القيمة مقابل رسوم التجوال الدولي

يظهر الشكل 24 تصورات مستهلكي قطاع الأعمال عن القيمة مقابل رسوم التجوال الدولي لخدمات الجوال الصوتية وخدمات الانترنت الجوال. اعتبر أقل من نصف المستطلعين أن القيمة جيدة مقابل رسوم التجوال الدولي في خدمات الجوال الصوتية وخدمات الانترنت الجوال (48% و 54% على التوالي). ومقارنة بالتصورات عن القيمة مقابل المال في الخدمات الأخرى، يميل مستهلكو قطاع الأعمال إلى اعتبار هذه القيمة متوسطة في خدمات التجوال الدولي. فقد قال قرابة ثلث مستخدمي خدمة التجوال الدولي في خدمات الجوال الصوتية وخدمات الانترنت الجوال إن القيمة متوسطة مقابل الرسوم (30% و 31% على التوالي)، فيما قال قرابة واحد من أصل عشرة إنها قليلة.



كما في التصورات عن القيمة مقابل رسوم المكالمات الدولية، كانت الشركات الكبيرة أكثر إيجابية من الشركات الأصغر حجماً في اعتبار خدمات التجوال الدولي ذات قيمة جيدة. وكانت الشركات المتوسطة هل الأقل إيجابية في اعتبار خدمات الجوال الصوتية وخدمات الانترنت الجوال ذات قيمة جيدة (41% و 44% على التوالي) (انظر الجدول 37).

الجدول 37: التصورات عن القيمة مقابل رسوم التجوال الدولي حسب حجم الشركة (نسبة الذين أجابوا "قيمة جيدة")

خدمات الإنترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
%44	%46	الشركات المتناهية الصغر
%51	%52	الشركات الصغيرة
%44	%41	الشركات المتوسطة
%61	%53	الشركات الكبيرة

سؤال: إذا قارنا مبلغ الرسوم التي تدفعها شركتكم ثمن خدمات.... مع جودة الخدمة التي تحصلون عليها، هل تعتقد أنكم تحصلون على قيمة قليلة، أم متوسطة، أم جيدة مقابل أسعار....؟

خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (متناهية الصغر: 1015؛ صغيرة: 438؛ متوسطة: 141؛ كبيرة: 41).

كان مستخدمو أوريدو أكثر إيجابية من مستخدمي فودافون قطر في اعتبار القيمة جيدة مقابل رسوم التجوال الدولي في خدمات الجوال الصوتية. فقد اعتبر أكثر من ثلث مستخدمي فودافون قطر بقليل فقط القيمة جيدة مقابل رسوم التجوال الدولي (36%) لخدمات الجوال الصوتية و39% لخدمات الإنترنت الجوال (انظر الجدول 38).

الجدول 38: التصورات عن القيمة مقابل رسوم التجوال الدولي حسب مقدم الخدمة (نسبة الذين أجابوا "قيمة جيدة")

خدمات الإنترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
%54	%55	أوريدو
%39	%36	فودافون قطر

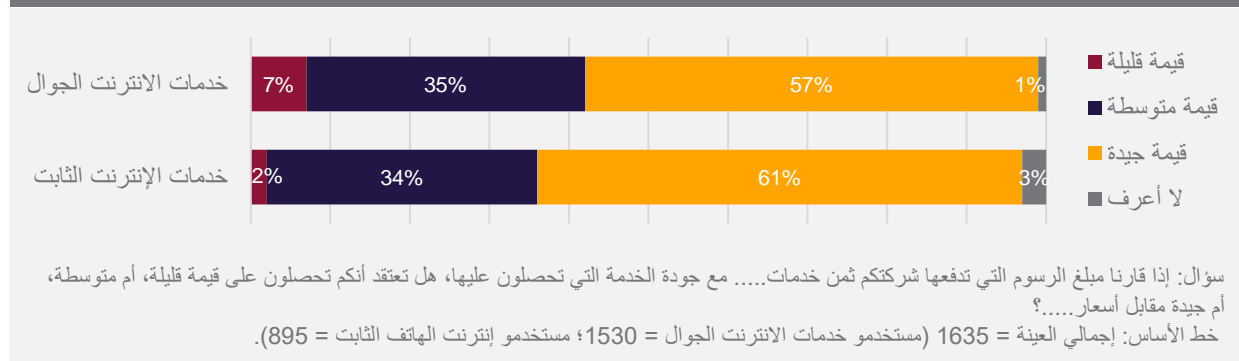
سؤال: إذا قارنا مبلغ الرسوم التي تدفعها شركتكم ثمن خدمات.... مع جودة الخدمة التي تحصلون عليها، هل تعتقد أنكم تحصلون على قيمة قليلة، أم متوسطة، أم جيدة مقابل أسعار....؟

خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الجوال الصوتية = 1548؛ مستخدمو خدمات الإنترنت الجوال = 1530).

3.5.5. التصورات عن القيمة مقابل رسوم البيانات

يظهر الشكل 25 تصورات مستهلكي قطاع الأعمال عن القيمة مقابل رسوم البيانات في خدمات الإنترنت الجوال والإنترنت الثابت. قال ثلث المستخدمين إن القيمة متوسطة مقابل رسوم البيانات في خدمات الإنترنت الجوال والإنترنت الثابت (35%) و34% على التوالي). وكانت نسبة من اعتبروا هذه القيمة قليلة في خدمات الإنترنت الجوال أعلى من نسبة الذين اعتبروها قليلة في الإنترنت الثابت (7% و2% على التوالي).

الشكل 25: التصورات عن القيمة مقابل رسوم البيانات



كما في التصورات عن القيمة مقابل رسوم المكالمات الدولية، كانت الشركات الكبيرة أكثر إيجابية من الشركات الأصغر حجماً في اعتبار رسوم البيانات ذات قيمة جيدة (انظر الجدول 39).

الجدول 39: التصورات عن القيمة مقابل رسوم حسب حجم الشركة (نسبة الذين أجابوا "قيمة جيدة")

خدمات الإنترنت الثابت	خدمات الإنترنت الجوال	
61%	52%	الشركات المتناهية الصغر
62%	66%	الشركات الصغيرة
60%	61%	الشركات المتوسطة
60%	68%	الشركات الكبيرة

سؤال: إذا قارنا مبلغ الرسوم التي تدفعها شركتكم ثمن خدمات..... مع جودة الخدمة التي تحصلون عليها، هل تعتقد أنكم تحصلون على قيمة قليلة، أم متوسطة، أم جيدة مقابل أسعار.....؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الجوال الصوتية = 1548؛ مستخدمو خدمات الإنترنت الجوال = 1530).

كان مستخدمو أوريدو أكثر إيجابية بقليل من مستخدمي فودافون قطر في اعتبار القيمة جيدة مقابل رسوم البيانات لخدمات الإنترنت الجوال (63% و 55% على التوالي). وقال ثلثا مستخدمي فودافون قطر (67%) إن القيمة جيدة مقابل رسوم البيانات في خدمات الإنترنت الثابت وهذه أعلى بقليل من نسبة مستخدمي أوريدو (61%) (انظر الجدول 40).

الجدول 40: التصورات عن القيمة مقابل رسوم البيانات حسب مقدم الخدمة (نسبة الذين أجابوا "قيمة جيدة")

خدمات الإنترنت الثابت	خدمات الإنترنت الجوال	
61%	63%	أوريدو
67%	61%	فودافون قطر

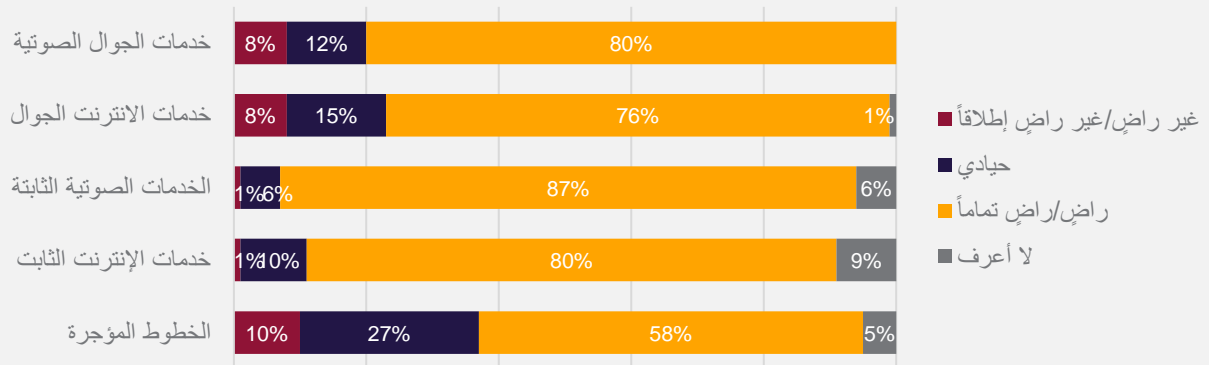
سؤال: إذا قارنا مبلغ الرسوم التي تدفعها شركتكم ثمن خدمات..... مع جودة الخدمة التي تحصلون عليها، هل تعتقد أنكم تحصلون على قيمة قليلة، أم متوسطة، أم جيدة مقابل أسعار.....؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الإنترنت الجوال = 1530؛ مستخدمو الإنترنت الثابت = 895).

3.6. تصورات عملاء قطاع الأعمال عن خطط الأسعار المعروضة / التعرّفة

3.6.1. تنوع خطط الأسعار المعروضة

طُلب من المستطلعين تقييم مستوى رضاهم عن مجموعة متنوعة من خطط أسعار خدمات الاتصالات المقدمة لهم. وسُجّل أعلى مستوى من الرضا عن الخدمات الصوتية الثابتة، حيث أجاب 87% من مستخدمي هذه الخدمة إما "راضٍ تماماً" أو "راضٍ" عن تنوع خطط الأسعار المعروضة. وأجاب أكثر من ثلاثة أرباع مستخدمي خدمات الجوال الصوتية (80%)، والإنترنت الثابت (80%) وخدمات الإنترنت الجوال (76%) إما "راضٍ تماماً" أو "راضٍ" عن تنوع خطط الأسعار المعروضة. وسجل مستخدمي خدمات الخطوط المؤجرة أدنى مستويات الرضا مقارنة بالمستخدمين الآخرين، حيث أجاب أكثر من نصفهم بقليل (58%) إما "راضٍ تماماً" أو "راضٍ" عن تنوع خطط الأسعار المعروضة (انظر الشكل 26).

الشكل 26: الرضا عن خطط الأسعار المعروضة



سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من قبل مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقييم مستوى رضاك عن خطط الأسعار المعروضة على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الجوال الصوتية = 1548؛ مستخدمي خدمات الإنترنت الجوال = 1530؛ مستخدمي خدمات الثابت الصوتية = 1107؛ مستخدمي الإنترنت الثابت = 895؛ مستخدمي الخطوط المؤجرة = 74).

هناك اختلافات واضحة في مستويات الرضا عن خطط أسعار الخدمات المقدمة عند المقارنة حسب حجم الشركة. فمثلاً، كانت الشركات المتناهية الصغر هي الأكثر رضا عن خطط الأسعار في الخدمات الصوتية الثابتة (88%) بينما كانت الشركات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة هي الأكثر رضا عن خطط الأسعار في خدمات الجوال الصوتية (91% و 89% و 100% على التوالي) (انظر الجدول 41).

الجدول 41: الرضا عن خطط الأسعار المعروضة حسب حجم الشركة (نسبة الراضين)

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت	الخدمات الصوتية	خدمات الإنترنت	خدمات الجوال	
	الثابت	الثابتة	الجوال	الصوتية	
%48	%82	%88	%71	%72	الشركات المتناهية الصغر
%50	%77	%84	%86	%91	الشركات الصغيرة
%61	%80	%85	%79	%89	الشركات المتوسطة
%100	%95	%82	%88	%100	الشركات الكبيرة

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن خطط الأسعار المعروضة على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راض إطلاقاً؛ 2 = غير راض؛ 3 = حيادي؛ 4 = راض؛ 5 = راض تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (متناهية الصغر: 1015؛ صغيرة: 438؛ متوسطة: 141؛ كبيرة: 41).

عموماً، كان مستوى الرضا عن خطط الأسعار المعروضة بين مشتركين أوريديو أعلى من مستوى رضا مشتركين فودافون قطر. ومع أن مستويات الرضا لم تختلف اختلافاً كبيراً بين مستخدمي خدمات الجوال الصوتية (91% لمستخدمي أوريديو، و88% لمستخدمي فودافون) ومستخدمي خدمات الإنترنت الجوال (88% لمستخدمي أوريديو، و85% لمستخدمي فودافون)، فقد كان هناك اختلاف كبير في الرضا عن خطط الأسعار المعروضة بين مستخدمي الخدمات الصوتية الثابتة والإنترنت الثابت و الخطوط المؤجرة (انظر الجدول 42).

الجدول 42: الرضا عن خطط الأسعار المعروضة حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت	الخدمات الصوتية	خدمات الإنترنت	خدمات الجوال	
	الثابت	الثابتة	الجوال	الصوتية	
%68	%82	%89	%88	%91	أوريديو
%23	%70	%65	%85	%88	فودافون قطر

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن خطط الأسعار المعروضة على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راض إطلاقاً؛ 2 = غير راض؛ 3 = حيادي؛ 4 = راض؛ 5 = راض تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

بشكل عام، شهدت مستويات الرضا عن خطط الأسعار المعروضة بين مستخدمي مختلف الخدمات في عام 2019 زيادة عن مستويات عام 2015 (انظر الجدول 43). وسجلت أعلى زيادة في مستويات الرضا عن خطط الأسعار المعروضة بين مستخدمي خدمات الإنترنت الجوال ، حيث بلغت 76% في عام 2019 مقابل 52% في عام 2015.

الجدول 43: الرضا عن خطط الأسعار المعروضة (2019 مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)

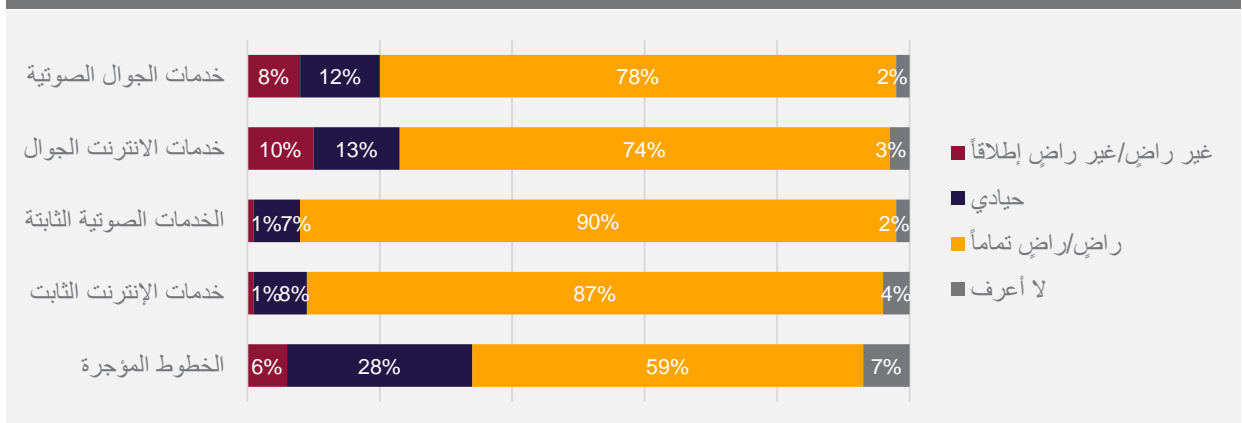
2019	2015	
1635	1096	العينة
%80	%68	خدمات الجوال الصوتية
%76	%52	خدمات الانترنت الجوال
%87	%66	الخدمات الصوتية الثابتة
%80	%64	خدمات الإنترنت الثابت
%58	%51	الخطوط المؤجرة

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن خطط الأسعار المعروضة على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

3.6.2. وضوح أحكام الخدمة وشروطها

طلب من المستطلعين تقييم مستوى رضاهم عن أحكام وشروط الخدمات المقدمة لهم. أجاب معظم مستخدمي الخدمات الصوتية الثابتة (90%) وخدمة الإنترنت الثابت (87%) إما "راضٍ تماماً" أو "راضٍ" عن أحكام الخدمة وشروطها. وسجل مستخدمو خدمات الجوال الصوتية وخدمات الانترنت الجوال مستويات رضا متساوية، حيث قال نحو ثلاثة أرباع المستطلعين إنهم راضون عن أحكام الخدمة وشروطها (78% و74% على التوالي). وأجاب أكثر من نصف مستخدمي الخطوط المؤجرة (59%) إما "راضٍ تماماً" أو "راضٍ" عن أحكام الخدمة وشروطها (انظر الشكل 27).

الشكل 27: الرضا عن وضوح أحكام الخدمة وشروطها



سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من قبل مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن أحكام الخدمة وشروطها على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الجوال الصوتية = 1548؛ مستخدمو خدمات الانترنت الجوال = 1530؛ مستخدمو خدمات الثابتة الصوتية = 1107؛ مستخدمو الإنترنت الثابت = 895؛ مستخدمو الخطوط المؤجرة = 74).

عموماً، كانت مستخدمو الشركات الكبيرة أكثر رضا عن أحكام الخدمة وشروطها من مستخدمي الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة. ولكن مستخدمي الشركات الكبيرة كانوا أقل رضا عن خدمات الإنترنت الجوال من رضاهم عن بقية الخدمات. وسجلت الشركات المتناهية الصغر والشركات الصغيرة مستويات رضا متساوية عن الخدمات الصوتية الثابتة والإنترنت الثابت و الخطوط المؤجرة (انظر الجدول 44).

الجدول 44: الرضا عن وضوح أحكام الخدمة وشروطها حسب حجم الشركة (نسبة الراضين)

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الإنترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
%50	%87	%89	%70	%73	الشركات المتناهية الصغر
%52	%87	%92	%83	%88	الشركات الصغيرة
%67	%83	%84	%80	%87	الشركات المتوسطة
%100	%92	%97	%83	%93	الشركات الكبيرة

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن أحكام الخدمة وشروطها على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (متناهية الصغر: 1015؛ صغيرة: 438؛ متوسطة: 141؛ كبيرة: 41).

عموماً، أظهر مشتركو أوريدو مستويات رضا مساوية لمستويات رضا مشتركي فودافون قطر ولا سيما في خدمات الجوال الصوتية و خدمات الإنترنت الجوال. وأظهر مشتركو الخطوط المؤجرة في أوريدو مستويات رضا أعلى عن أحكام الخدمة وشروطها (انظر الجدول 45).

الجدول 45: الرضا عن وضوح أحكام الخدمة وشروطها حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الإنترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
%68	%88	%92	%86	%91	أوريدو
%31	%82	%83	%86	%89	فودافون قطر

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن أحكام الخدمة وشروطها على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

سجلت مستويات الرضا عن أحكام الخدمة وشروطها في جميع خدمات أوريديو وفودافون قطر في عام 2019 زيادة عن مستويات عام 2015. وسجلت أعلى زيادة في الرضا عن الخدمات الصوتية الثابتة (من 70% في عام 2015 إلى 90% في عام 2019) (انظر الجدول 46).

الجدول 46: الرضا عن وضوح أحكام الخدمة وشروطها (2019 مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)

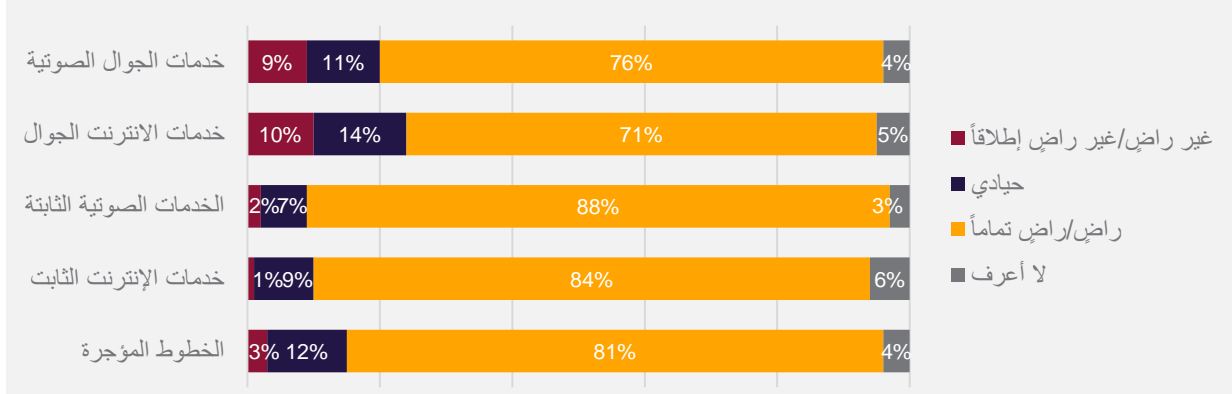
2019	2015	العينة
1635	1096	خدمات الجوال الصوتية
78%	72%	خدمات الإنترنت الجوال
74%	50%	الخدمات الصوتية الثابتة
90%	70%	خدمات الإنترنت الثابت
87%	66%	الخطوط المؤجرة

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن أحكام الخدمة وشروطها على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راض إطلاقاً؛ 2 = غير راض؛ 3 = حيادي؛ 4 = راض؛ 5 = راض تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

3.6.3. شفافية الأسعار

من الجوانب الأخرى لرضا المستخدمين عن الخدمات المقدمة لهم رضاهم عن شفافية الأسعار. طلب من المستطلعين تحديد مستوى رضاهم عن شفافية أسعار مختلف خدمات الاتصالات المقدمة لهم. أجاب أكثر من أربعة من كل خمسة مستخدمي الخدمات الصوتية الثابتة (88%) والإنترنت الثابت (84%) و الخطوط المؤجرة (81%) بأنهم إما راضون أو راضون تماماً عن شفافية الأسعار. وأبدى 76% من مستخدمي خدمات الجوال الصوتية و71% من مستخدمي خدمات الإنترنت الجوال رضاهم عن شفافية الأسعار (انظر الشكل 28).

الشكل 28: الرضا عن شفافية الأسعار



سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من قبل مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن شفافية الأسعار على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الجوال الصوتية = 1548؛ مستخدمو خدمات الإنترنت الجوال = 1530؛ مستخدمو خدمات الثابت الصوتية = 1107؛ مستخدمو الإنترنت الثابت = 895؛ مستخدمو الخطوط المؤجرة = 74).

وعند مقارنة مستويات الرضا عن شفافية الأسعار بحسب حجم الشركة، فإن جميع المستخدمين في الشركات الكبيرة راضون على الأرجح. وفي الشركات المتناهية الصغر، سجل مستخدمو خدمات الجوال الصوتية وخدمات الإنترنت الجوال أدنى مستويات الرضا (71% و66% على التوالي). ومستخدمو الخدمات الصوتية الثابتة في الشركات المتوسطة هم الأقل رضا عن شفافية الأسعار بينما مستخدمو الإنترنت الثابت في الشركات الصغيرة هم الأقل رضا (انظر الجدول 47).

الجدول 47: الرضا عن شفافية الأسعار حسب حجم الشركة (نسبة الراضين)

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الإنترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
%78	%85	%89	%66	%71	الشركات المتناهية الصغر
%84	%81	%88	%80	%83	الشركات الصغيرة
%78	%82	%83	%76	%82	الشركات المتوسطة
%89	%97	%92	%85	%88	الشركات الكبيرة

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من قبل مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن شفافية الأسعار على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (متناهية الصغر: 1015؛ صغيرة: 438؛ متوسطة: 141؛ كبيرة: 41).

على غرار نتائج الجوانب الأخرى المقاسة، سجل مشتركو أوريدو في جميع الخدمات مستوى أعلى من الرضا عن شفافية الأسعار من مشتركي فودافون قطر. ولوحظ الاختلاف الأكثر أهمية في مستخدمي الخدمات الصوتية الثابتة حيث بلغ معدل الرضا 91% بين مشتركي أوريدو، مقابل 75% لمشاركي فودافون (انظر الجدول 48).

الجدول 48: الرضا عن شفافية الأسعار حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الإنترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
%86	%85	%91	%82	%88	أوريدو
%79	%75	%75	%80	%83	فودافون قطر

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن شفافية الأسعار على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راض إطلاقاً؛ 2 = غير راض؛ 3 = حيادي؛ 4 = راض؛ 5 = راض تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

وعلى العموم، زادت مستويات الرضا عن شفافية الأسعار بين 2015 و2019. وسجلت أعلى زيادة بين مستخدمي خدمات الإنترنت الجوال وبلغت 15 نقطة مئوية (من 56% في عام 2015 إلى 71% في عام 2019)، يليها مستخدمو الخدمات الصوتية الثابتة والإنترنت الثابت بزيادة 13 نقطة مئوية لكل منهما (انظر الجدول 49).

الجدول 49: الرضا عن شفافية الأسعار (2019 مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)

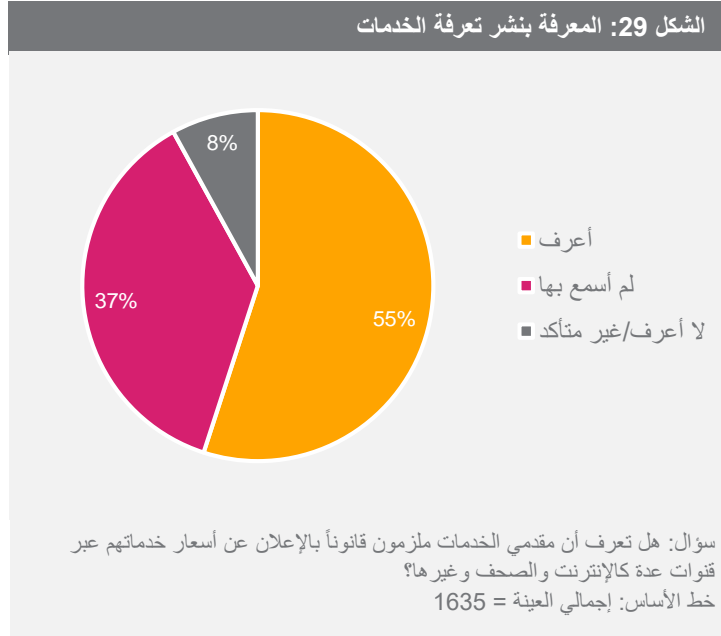
العينة	2015	2019
الخطوط المؤجرة	%76	%81
خدمات الإنترنت الثابت	%71	%84
الخدمات الصوتية الثابتة	%75	%88
خدمات الإنترنت الجوال	%56	%71
خدمات الجوال الصوتية	%73	%76

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن شفافية الأسعار على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راض إطلاقاً؛ 2 = غير راض؛ 3 = حيادي؛ 4 = راض؛ 5 = راض تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

3.6.4. نشر التعرفة

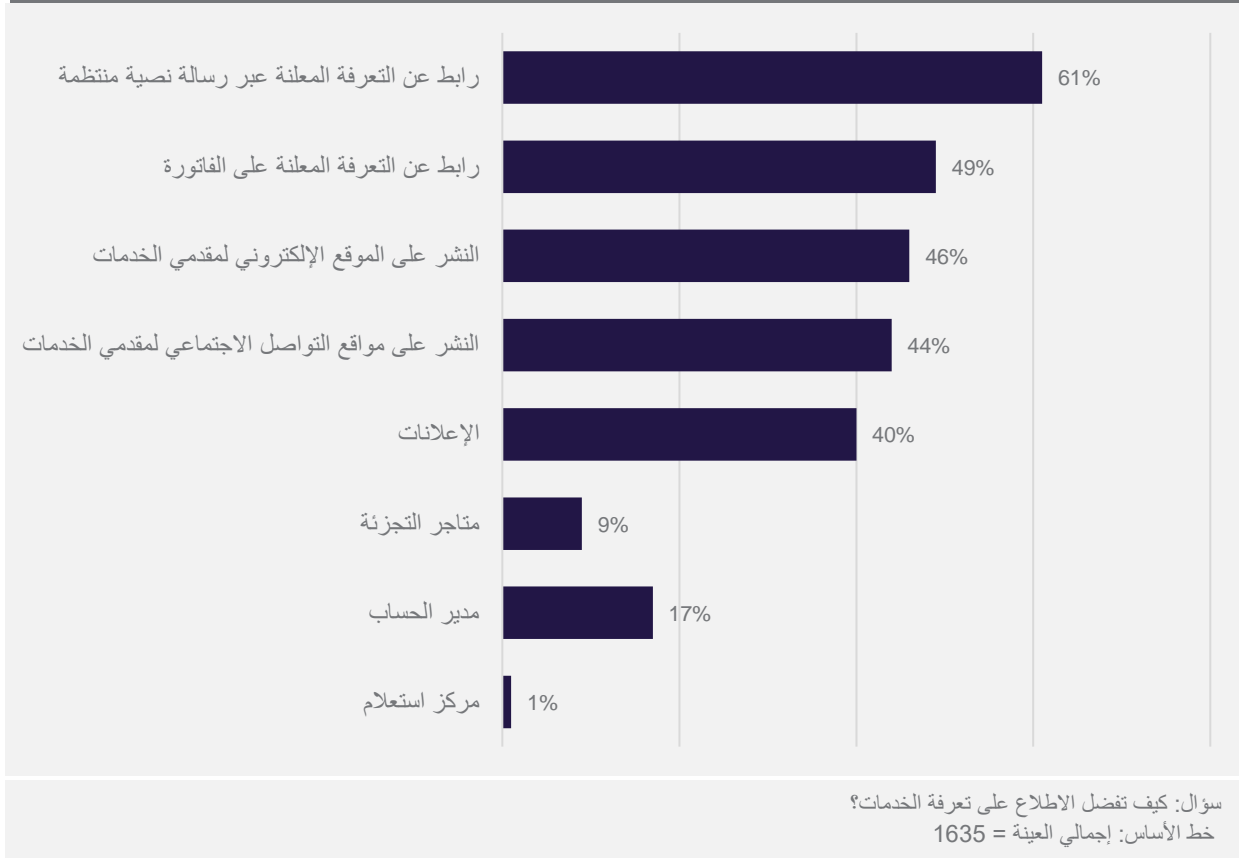
سئل المستطلعون إن كانوا يعرفون أن هيئة تنظيم الاتصالات تفرض على مقدمي الخدمات نشر التعرفة الخاصة بخدماتهم، وأي القنوات يفضلون للوصول إلى المعلومات الخاصة بخطط التعرفة. ذكر أكثر من نصف المستطلعين (55%) أنهم يعرفون أن مقدمي الخدمات مطالبون بنشر التعرفة عبر قنوات متعددة، وهو ما يمثل زيادة كبيرة عن عام 2015 حيث كانت النسبة 30% فقط (انظر الشكل 29).

الشكل 29: المعرفة بنشر تعرفه الخدمات



أكثر طريقة مفضلة لمعرفة خطط التعرفة هي عبر رابط يرسل برسالة نصية قصيرة بشكل دوري (ذكر ذلك 61% من المستطلعين). ومن الطرق المعروفة الأخرى التي ذكرها قرابة نصف المستطلعين هي إدراج رابط التعرفة في الفاتورة (49%) أو الموقع الإلكتروني لمقدمي الخدمات (46%) أو وسائل التواصل الاجتماعي (44%). وذكر بعض المستطلعين طرقاً أخرى للاطلاع على خطط الأسعار مثل مديري الحسابات (17%) ومحلات التجزئة (9%) (انظر الشكل 30).

الشكل 30: الحصول على معلومات التعرف

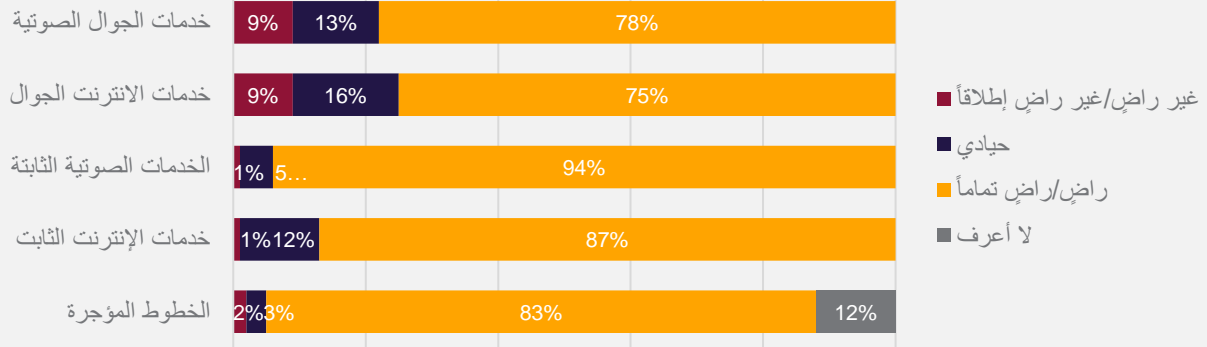


3.7. تصورات مستهلكي قطاع الأعمال عن تقديم الخدمات

3.7.1. سهولة شراء الخدمات

لفهم تصورات عملاء قطاع الأعمال عن تقديم الخدمات، طُلب من المستطلعين تقييم مستوى رضاهم عن سهولة شراء كل خدمة من الخدمات التي تستخدمها شركتهم. جميع مستخدمي الخدمات الصوتية الثابتة تقريباً (94%) راضون عن سهولة شراء الخدمات، يليهم مستخدمو الإنترنت الثابت (87%) ومستخدمو الخطوط المؤجرة (83%). وأجاب قرابة ثلاثة أرباع مستخدمي خدمات الجوال الصوتية وخدمات الإنترنت الجوال (78% و75% على التوالي) إما "راضٍ" أو "راضٍ تماماً" عن سهولة شراء خدماتهم (انظر الشكل 31).

الشكل 31: الرضا عن سهولة شراء الخدمات



سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من قبل مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن سهولة شراء الخدمات على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الجوال الصوتية = 1548؛ مستخدمو خدمات الانترنت الجوال = 1530؛ مستخدمو خدمات الثابتة الصوتية = 1107؛ مستخدمو الإنترنت الثابت = 895؛ مستخدمو الخطوط المؤجرة = 74).

على غرار التصورات الأخرى، عند المقارنة حسب حجم الشركة، كان مستخدمو جميع الخدمات في الشركات الكبيرة عموماً أكثر رضا عن الخدمات المقدمة لهم. أما مستخدمو خدمات الجوال الصوتية وخدمات الانترنت الجوال و الخدمات الصوتية الثابتة والإنترنت الثابت في الشركات المتناهية الصغر فهم أقل رضا بالمقارنة مع الشركات الأكبر حجماً، حيث قال 70% و68% و92% و84% على التوالي إنهم "راضون" أو "راضون تماماً". أما مستخدمو الخطوط المؤجرة في الشركات الصغيرة فهم الأقل رضا، حيث سجلوا 67% (انظر الجدول 50).

الجدول 50: الرضا عن سهولة شراء الخدمات حسب حجم الشركة (نسبة الراضين)

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الانترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
73%	84%	92%	68%	70%	الشركات المتناهية الصغر
67%	87%	94%	87%	90%	الشركات الصغيرة
72%	91%	93%	80%	90%	الشركات المتوسطة
78%	97%	97%	98%	95%	الشركات الكبيرة

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن سهولة شراء الخدمات على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (متناهية الصغر: 1015؛ صغيرة: 438؛ متوسطة: 141؛ كبيرة: 41).

تختلف مستويات الرضا عن الخدمات المتنوعة تبعاً لاختلاف مقدم الخدمة كما يبين الجدول 51. على سبيل المثال، مشتركو فودافون قطر في خدمات الجوال الصوتية والإنترنت الثابت على الأرجح أكثر رضا عن سهولة شراء الخدمات من مشتركي أوريدو. من جهة أخرى، كان مستخدمو خدمات الإنترنت الجوال و الخدمات الصوتية الثابتة و الخطوط المؤجرة من مشتركي أوريدو أكثر رضا عن سهولة شراء الخدمات.

الجدول 51: الرضا عن سهولة شراء الخدمات حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الإنترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
%79	%87	%95	%87	%89	أوريدو
%50	%95	%93	%83	%90	فودافون قطر

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن سهولة شراء الخدمات على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راض إطلاقاً؛ 2 = غير راض؛ 3 = حيادي؛ 4 = راض؛ 5 = راض تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

وعلى العموم، زادت مستويات الرضا عن سهولة شراء جميع الخدمات بين 2015 و2019. وسجلت أعلى زيادة بين مستخدمي خدمات الإنترنت الجوال وبلغت 21 نقطة مئوية (من 54% في عام 2015 إلى 75% في عام 2019) (انظر الجدول 52).

الجدول 52: الرضا عن سهولة شراء الخدمات (2019 مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)

العينة	2015	2019
العينة	1096	1635
خدمات الجوال الصوتية	%75	%78
خدمات الإنترنت الجوال	%54	%75
الخدمات الصوتية الثابتة	%74	%94
خدمات الإنترنت الثابت	%71	%87
الخطوط المؤجرة	%67	%83

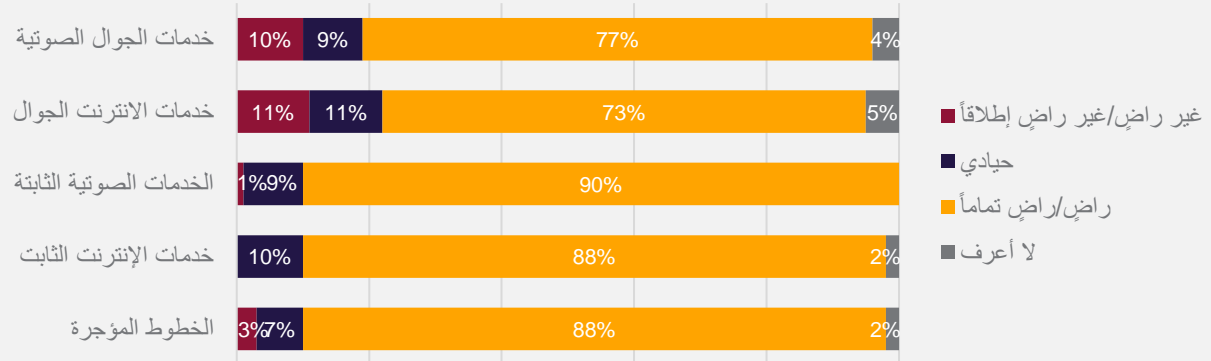
سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن سهولة شراء الخدمات على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راض إطلاقاً؛ 2 = غير راض؛ 3 = حيادي؛ 4 = راض؛ 5 = راض تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

3.7.2. الزمن اللازم لتفعيل الخدمة

هناك خاصية أخرى مستخدمة في قياس تصورات عملاء قطاع الأعمال عن تقديم الخدمات وهي رضاهم عن الزمن اللازم لتفعيل الخدمة. ومستويات الرضا عن هذه الخاصية مشابهة عموماً لمستويات الرضا عن سهولة شراء الخدمات. هناك نسبة عالية من مستخدمي الخدمات الصوتية الثابتة (90%) راضون عن الزمن اللازم لتفعيل الخدمات، يليهم مستخدمو الإنترنت

الثابت ومستخدمو الخطوط المؤجرة (88%). وأجاب قرابة ثلاثة أرباع مستخدمي خدمات الجوال الصوتية وخدمات الإنترنت الجوال (77% و73% على التوالي) إما "راضون" أو "راضون تماماً" عن الزمن اللازم لتفعيل خدمات الجوال (انظر الشكل 32).

الشكل 32: الرضا عن الزمن اللازم لتفعيل الخدمة



سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من قبل مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن الزمن اللازم لتفعيل الخدمة على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الجوال الصوتية = 1548؛ مستخدمو خدمات الإنترنت الجوال = 1530؛ مستخدمو الخدمات الصوتية الثابتة = 1107؛ مستخدمو إنترنت الهاتف الثابت = 895؛ مستخدمو الخطوط المؤجرة = 74).

تختلف مستويات الرضا عن الزمن اللازم لتفعيل الخدمة اختلافاً كبيراً في جميع الخدمات عند المقارنة حسب حجم الشركة (انظر الجدول 53). فمثلاً، مستخدمو خدمات الجوال الصوتية في الشركات المتوسطة أو الكبيرة يكونون غالباً أكثر رضا عن الزمن اللازم لتفعيل الخدمة من مستخدمي هذه الخدمة في الشركات المتناهية الصغر. ولكن مستخدمي خدمات الإنترنت الثابت في الشركات الصغيرة أو المتناهية الصغر يكونون غالباً أكثر رضا عن الزمن اللازم لتفعيل الخدمة من مستخدمي هذه الخدمة في الشركات المتوسطة أو الكبيرة (88% مقابل 84% للشركات المتوسطة و86% للشركات الكبيرة).

الجدول 53: الرضا عن الزمن اللازم لتفعيل الخدمة حسب حجم الشركة (نسبة الراضين)

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الإنترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
91%	88%	88%	69%	72%	الشركات المتناهية الصغر
88%	88%	92%	78%	83%	الشركات الصغيرة
94%	84%	89%	83%	87%	الشركات المتوسطة
75%	86%	97%	85%	87%	الشركات الكبيرة

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن الزمن اللازم لتفعيل الخدمة على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (متناهية الصغر: 1015؛ صغيرة: 438؛ متوسطة: 141؛ كبيرة: 41).

مع أن الاختلافات ليست كبيرة، فإن مستخدمي جميع الخدمات ما عدا الإنترنت الثابت و الخطوط المؤجرة هم أكثر رضا عن الزمن اللازم لتفعيل الخدمة إذا كان مقدم الخدمات هو أوريدو (انظر الجدول 54).

الجدول 54: الرضا عن الزمن اللازم لتفعيل الخدمة حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الإنترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
%87	%88	%91	%85	%88	أوريدو
%100	%89	%88	%80	%87	فودافون قطر

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن الزمن اللازم لتفعيل الخدمة على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راض إطلاقاً؛ 2 = غير راض؛ 3 = حيادي؛ 4 = راض؛ 5 = راض تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

وعلى العموم، زادت مستويات الرضا عن الزمن اللازم لتفعيل جميع الخدمات بين 2015 و2019. وسجلت أعلى زيادة بين مستخدمي الخطوط المؤجرة وبلغت 36 نقطة مئوية (من 52% في عام 2015 إلى 88% في عام 2019) (انظر الجدول 55).

الجدول 55: الرضا عن الزمن اللازم لتفعيل الخدمة (2019 مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)

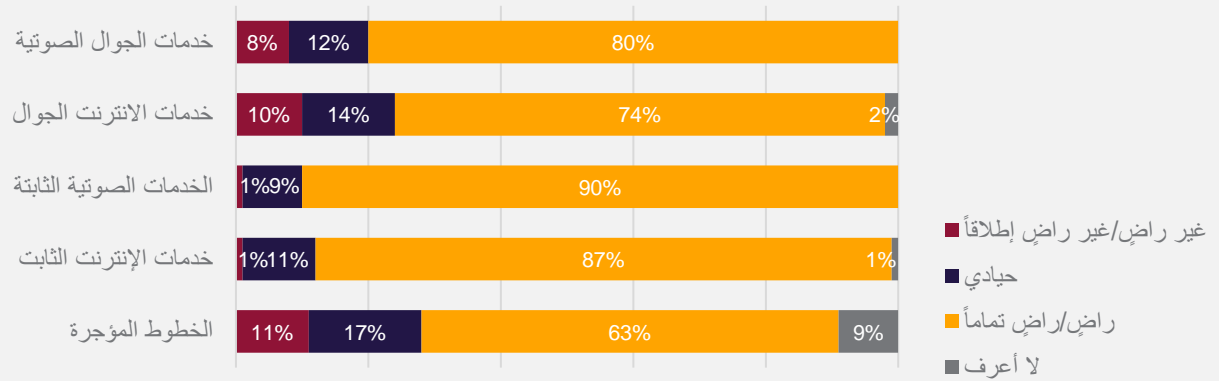
2019	2015	
1635	1096	العينة
%77	%69	خدمات الجوال الصوتية
%73	%61	خدمات الإنترنت الجوال
%90	%65	الخدمات الصوتية الثابتة
%88	%63	خدمات الإنترنت الثابت
%88	%52	الخطوط المؤجرة

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن الزمن اللازم لتفعيل الخدمة على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راض إطلاقاً؛ 2 = غير راض؛ 3 = حيادي؛ 4 = راض؛ 5 = راض تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

3.7.3. خيارات مدة العقد

طلب من المستطلعين أيضاً تقييم مستويات رضاهم عن خيارات مدة العقد. واختلفت مستويات الرضا عن خيارات مدة العقد تبعاً لنوع الخدمة، حيث سجل مستخدمو الخدمات الصوتية الثابتة أعلى المستويات (90%)، تلاهم مستخدمو الإنترنت الثابت (87%). وأجاب قرابة ثلاثة أرباع مستخدمي خدمات الجوال الصوتية وخدمات الإنترنت الجوال إما "راضٍ تماماً" أو "راضٍ" عن خيارات مدة العقد (80% و74% على التوالي). والخدمة التي نالت أدنى مستويات الرضا هي الخطوط المؤجرة حيث قال أقل من ثلثي المستطلعين إنهم إما راضون تماماً أو راضون (انظر الشكل 33).

الشكل 33: الرضا عن خيارات العقود ومدتها



سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من قبل مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن خيارات العقود ومدتها على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الجوال الصوتية = 1548؛ مستخدمو خدمات الإنترنت الجوال = 1530؛ مستخدمو الخدمات الصوتية الثابتة = 1107؛ مستخدمو إنترنت الهاتف الثابت = 895؛ مستخدمو الخطوط المؤجرة = 74).

وكما في مستويات الرضا عن سهولة شراء الخدمات والزمن اللازم لتفعيل الخدمة، كانت الشركات الكبيرة هي الأكثر رضا عن خيارات مدة العقد مقارنة بالشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة. وفي الخدمات الصوتية الثابتة، كان مستخدمو الشركات المتناهية الصغر هم الأقل رضا عن الخيارات المتاحة لمدة العقد بينما في الخطوط المؤجرة كان مستخدمو الشركات الصغيرة هم الأقل رضا. أما في خدمة الإنترنت الثابت فكان مستخدمو الشركات المتوسطة هم الأقل رضا (86%) (انظر الجدول 56).

الجدول 56: الرضا عن خيارات العقود ومدتها حسب حجم الشركة (نسبة الراضين)

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الإنترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
%57	%86	%85	%68	%74	الشركات المتناهية الصغر
%56	%89	%94	%83	%89	الشركات الصغيرة
%67	%85	%96	%78	%86	الشركات المتوسطة
%100	%97	%97	%85	%95	الشركات الكبيرة

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن خيارات العقود ومدتها على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راض إطلاقاً؛ 2 = غير راض؛ 3 = حيادي؛ 4 = راض؛ 5 = راض تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (متناهية الصغر: 1015؛ صغيرة: 438؛ متوسطة: 141؛ كبيرة: 41).

أبدى مشتركو أوريدو وفودافون قطر مستويات متقاربة من الرضا عن خيارات العقود ومدتها. ولكن في خدمات الجوال و الخطوط المؤجرة كان مشتركو أوريدو أكثر رضا من مشتركي فودافون قطر. بينما في الخدمات الصوتية الثابتة كان مشتركو فودافون أكثر رضا عن خيارات العقود ومدتها (انظر الجدول 57).

الجدول 57: الرضا عن خيارات العقود ومدتها حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الإنترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
%68	%88	%91	%86	%91	أوريدو
%54	%88	%93	%81	%86	فودافون قطر

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن خيارات العقود ومدتها على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راض إطلاقاً؛ 2 = غير راض؛ 3 = حيادي؛ 4 = راض؛ 5 = راض تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

عند مقارنة مستويات الرضا عن خيارات العقود ومدتها بين 2015 و2019، نجد أن رضا مستخدمي الخطوط المؤجرة انخفض بشكل كبير (من 85% إلى 63%)، بينما ازداد الرضا بين مستخدمي جميع الخدمات الأخرى (انظر الجدول 58).

الجدول 58: الرضا عن خيارات العقود ومدتها (مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)

2019	2015	
1635	1096	العينة
80%	69%	خدمات الجوال الصوتية
74%	53%	خدمات الإنترنت الجوال
90%	72%	الخدمات الصوتية الثابتة
87%	65%	خدمات الإنترنت الثابت
63%	85%	الخطوط المؤجرة

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن خيارات العقود ومدتها على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

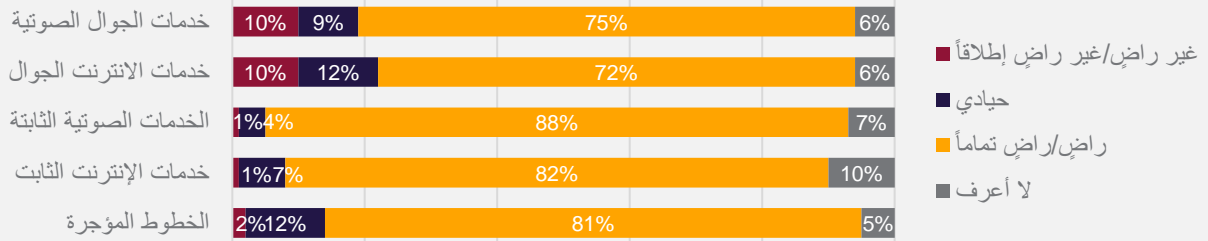
3.8. تصورات عملاء قطاع الأعمال عن الفواتير وتسديدها

3.8.1. الخيارات المتاحة لتسديد الفواتير

سئل المستطلعون عن تصوراتهم بشأن خيارات تسديد الفواتير المتاحة في شركات الاتصالات. لوحظ أعلى مستوى من الرضا عن خيارات تسديد الفواتير في الخدمات الصوتية الثابتة (88%)، تلتها خدمة الإنترنت الثابت (82%) ثم الخطوط المؤجرة (81%).

وسجلت مستويات رضا أقل في خدمات الجوال الصوتية وخدمات الإنترنت الجوال (75% و72% على التوالي). وكانت نسبة عدم الرضا الإجمالي عن خيارات تسديد الفواتير في كل واحدة من هذه الخدمات 10%. وسجل 12% من المستطلعين موقفاً حيادياً نحو خيارات تسديد فواتير خدمات الإنترنت الجوال و الخطوط المؤجرة (انظر الشكل 34).

الشكل 34: الرضا عن الخيارات المتاحة لتسديد الفواتير



سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من قبل مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن الخيارات المتاحة لتسديد الفواتير على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الجوال الصوتية = 1548؛ مستخدمو خدمات الانترنت الجوال = 1530؛ مستخدمو الخدمات الصوتية الثابتة = 1107؛ مستخدمو إنترنت الهاتف الثابت = 895؛ مستخدمو الخطوط المؤجرة = 74).

بحسب حجم الشركات، سجلت الشركات المتناهية الصغر أدنى مستويات الرضا عن خيارات تسديد فواتير خدمات الجوال الصوتية (71%)، بينما سجلت أعلى مستويات الرضا بين الشركات الكبيرة (85%) تليها الشركات المتوسطة (84%) والصغيرة (82%). وبالمثل، سجلت أدنى مستويات الرضا عن تسديد فواتير خدمات الانترنت الجوال بين الشركات الصغيرة (68%) وأعلى المستويات بين الشركات الكبيرة (88%). بالمقابل، سجلت جميع فئات الشركات درجات متقاربة من الرضا على خيارات تسديد فواتير الخدمات الصوتية الثابتة والانترنت الثابت و الخطوط المؤجرة باستثناء رضا الشركات الكبيرة عن فواتير الخطوط المؤجرة حيث انخفض إلى 79% (انظر الجدول 59).

الجدول 59: الرضا عن الخيارات المتاحة لتسديد الفواتير حسب حجم الشركة (نسبة الراضين)

الخطوط المؤجرة	خدمات الانترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الانترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
%83	%83	%89	%68	%71	الشركات المتناهية الصغر
%83	%80	%86	%79	%82	الشركات الصغيرة
%82	%84	%88	%77	%84	الشركات المتوسطة
%75	%86	%89	%88	%85	الشركات الكبيرة

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن الخيارات المتاحة لتسديد الفواتير على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (متناهية الصغر: 1015؛ صغيرة: 438؛ متوسطة: 141؛ كبيرة: 41).

يظهر الجدول 60 مستويات الرضا عن الخيارات المتاحة لتسديد الفواتير حسب مقدم الخدمة. لوحظ أعلى مستوى من الرضا بين مشتركين أوريدو في الخدمات الصوتية الثابتة (90%) يليه خدمات الجوال الصوتية (86%) ثم خدمات الانترنت الجوال

والإنترنت الثابت (84%) على التوالي. ولكن مشتركى أوريديو لم يظهروا نفس مستويات الرضا عن خيارات تسديد فواتير الخطوط المؤجرة (100%) وعلى العكس، سجل مشتركى فودافون قطر أعلى مستويات الرضا عن الخطوط المؤجرة (80%) ولكن رضاهم كان أقل عن الخدمات الصوتية الثابتة (68%) والإنترنت الثابت (66%). كما أن مستويات الرضا عن خدمات الجوال الصوتية (84%) وخدمات الإنترنت الجوال (82%) لدى فودافون كانت أقل منها لدى أوريديو.

الجدول 60: الرضا عن الخيارات المتاحة لتسديد الفواتير حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الإنترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
80%	84%	90%	84%	86%	أوريديو
100%	66%	68%	82%	84%	فودافون قطر

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن الخيارات المتاحة لتسديد الفواتير على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

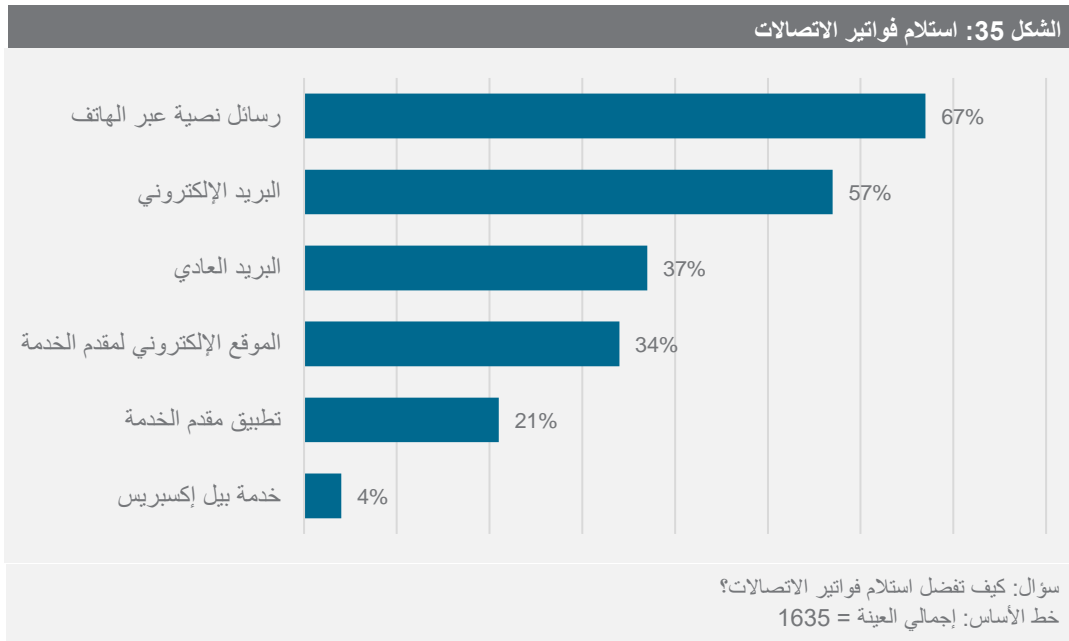
وبالمقارنة مع 2015، فإن مستويات الرضا عن خيارات تسديد الفواتير في عام 2019 كانت أعلى في جميع الخدمات. وسجلت أعلى زيادة في الخدمات الصوتية الثابتة (88% أي بزيادة 12 نقطة مئوية عن عام 2015)، والإنترنت الثابت (82% أي بزيادة 10 نقاط مئوية عن عام 2015)، و الخطوط المؤجرة (81% أي بزيادة 9 نقاط مئوية عن عام 2015) (انظر الجدول 61).

الجدول 61: الرضا عن الخيارات المتاحة لتسديد الفواتير (مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)

2019	2015	
1635	1096	العينة
75%	70%	خدمات الجوال الصوتية
72%	64%	خدمات الإنترنت الجوال
88%	72%	الخدمات الصوتية الثابتة
82%	72%	خدمات الإنترنت الثابت
81%	72%	الخطوط المؤجرة

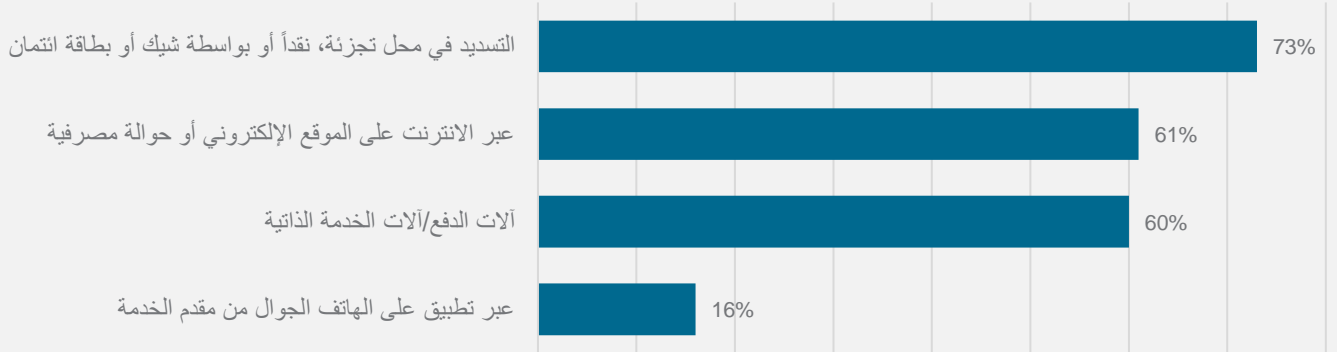
سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن الخيارات المتاحة لتسديد الفواتير على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

سئل المستطلعون عن أفضل طريقة لاستلام فواتير الاتصالات وأفضل طريقة لتسديدها. يفضل غالبية عملاء قطاع الأعمال استلام الفواتير إلكترونياً عبر رسائل نصية قصيرة (67%) أو البريد الإلكتروني (57%). ولكن أكثر من الثلث يفضلون البريد العادي (37%) أو عبر الموقع الإلكتروني لمقدم الخدمة (34%). ويفضل 21% استلام الفواتير عبر تطبيقات مقدم الخدمة بينما 4% فقط يفضلون استلامها عبر خدمة بيل إكسبريس من أوريديو (انظر الشكل 35).



الطريقة الأكثر انتشاراً بين عملاء قطاع الأعمال لتسديد فواتير الاتصالات هي الدفع نقداً أو بواسطة شبك أو بطاقة ائتمان في محلات التجزئة (73% يستخدمون هذه الطريقة). بينما يسدد 61% فواتيرهم عبر الإنترنت و60% من خلال آلات الدفع أو آلات الخدمة الذاتية. و فقط 16% يسددونها عبر تطبيقات مقدم الخدمة (انظر الشكل 36).

الشكل 36: تسديد فواتير الاتصالات

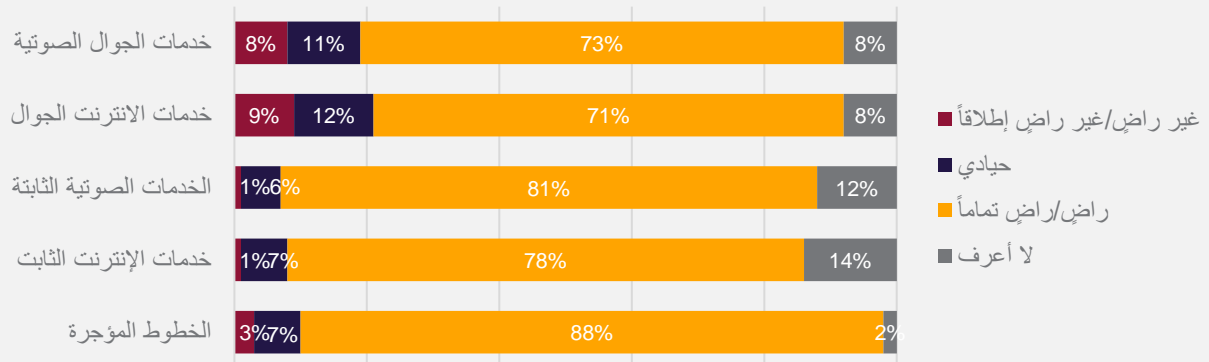


سؤال ما الطريقة المفضلة لتسديد الفواتير؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

3.8.2. انتظام استلام الفواتير

طلب من المستطلعين تحديد مستويات رضاهم عن انتظام استلام فواتير الاتصالات. ويظهر الشكل 37 هذه المستويات. لوحظت مستويات عالية من الرضا عن الخطوط المؤجرة (88%) يليها الخدمات الصوتية الثابتة والإنترنت الثابت (81% و78% على التوالي). وسُجّلت أدنى مستويات الرضا عن خدمات الجوال الصوتية (73%) وخدمات الإنترنت الجوال (71%). ولوحظت مستويات أعلى من عدم الرضا أيضاً في خدمات الجوال الصوتية (8%) وخدمات الإنترنت الجوال (9%).

الشكل 37: الرضا عن انتظام استلام الفواتير



سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من قبل مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن انتظام استلام فواتير الاتصالات على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الجوال الصوتية = 1548؛ مستخدمو خدمات الإنترنت الجوال = 1530؛ مستخدمو الخدمات الصوتية الثابتة = 1107؛ مستخدمو الإنترنت الثابت = 895؛ مستخدمو الخطوط المؤجرة = 74).

من ناحية انتظام استلام الفواتير، أظهرت الشركات المتناهية الصغر أدنى درجات الرضا في معظم الخدمات وسجل 65% فقط من المستطلعين رضاهم عن انتظام فواتير خدمات الانترنت الجوال. تلاها فواتير خدمات الجوال الصوتية (67%)، والإنترنت الثابت (77%)، و الخدمات الصوتية الثابتة (78%) و الخطوط المؤجرة (82%). وأبدت الشركات الصغيرة مستويات عالية من الرضا عن انتظام استلام الفواتير (92%). في حين سجلت مستويات أقل من الرضا في الخدمات الصوتية الثابتة (84%)، وخدمات الجوال الصوتية (83%)، و خدمات الانترنت الجوال (80%)، والإنترنت الثابت (77%). في الشركات المتوسطة، سجلت أعلى مستويات الرضا عن الخطوط المؤجرة (89%) تلاها الخدمات الصوتية الثابتة (87%) و خدمات الانترنت الجوال (84%) والإنترنت الثابت (84%) وخدمات الجوال الصوتية (82%). وسجلت الشركات الكبيرة 100% من الرضا عن انتظام استلام فواتير الخطوط المؤجرة. ولكنها سجلت مستويات رضا أقل عن الخدمات الصوتية الثابتة (86%) و خدمات الانترنت الجوال (83%) وخدمات الجوال الصوتية (83%) والإنترنت الثابت (76%) (انظر الجدول 62).

الجدول 62: الرضا عن انتظام استلام الفواتير حسب حجم الشركة (نسبة الراضين)

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الانترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
82%	77%	78%	65%	67%	الشركات المتناهية الصغر
92%	77%	84%	80%	83%	الشركات الصغيرة
89%	84%	87%	84%	82%	الشركات المتوسطة
100%	76%	86%	83%	83%	الشركات الكبيرة

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن انتظام استلام فواتير الاتصالات على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (متناهية الصغر: 1015؛ صغيرة: 438؛ متوسطة: 141؛ كبيرة: 41).

من حيث مقدمي الخدمات، سجلت أوريدو مستويات رضا عن انتظام استلام الفواتير أعلى من فودافون قطر في الخدمات الصوتية الثابتة (85% مقابل 53%) والإنترنت الثابت (80% مقابل 57%). بينما تفوقت فودافون قطر على أوريدو في الخطوط المؤجرة (100% مقابل 91%). بالمقابل، سجلت أوريدو وفودافون قطر مستويات رضا متقاربة في خدمات الجوال الصوتية (83% مقابل 84%) و خدمات الانترنت الجوال (82% مقابل 81%) (انظر الجدول 63).

الجدول 63: الرضا عن انتظام استلام الفواتير حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الانترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
91%	80%	85%	82%	83%	أوريدو
100%	57%	53%	81%	84%	فودافون قطر

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن انتظام استلام فواتير الاتصالات على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

شهدت مستويات الرضا عن انتظام استلام الفواتير تحسناً في عام 2019 في الخطوط المؤجرة (88% في 2019 مقابل 72% في 2015) و الخدمات الصوتية الثابتة (81% في 2019 مقابل 76% في 2015). ولكن لوحظ تراجع بسيط في خدمات الإنترنت الثابت (78% في 2019 مقابل 79% في 2015)، وخدمات الجوال الصوتية (73% في 2019 مقابل 74% في 2015) و خدمات الإنترنت الجوال (71% في 2019 مقابل 72% في 2015) (انظر الجدول 64).

الجدول 64: الرضا عن انتظام استلام الفواتير (2019 مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)

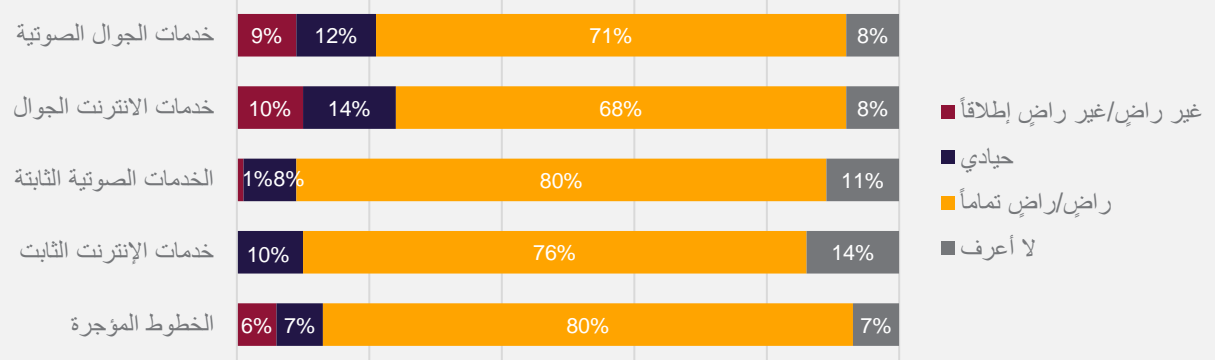
2019	2015	العينة
1635	1096	الخطوط المؤجرة
73%	74%	خدمات الجوال الصوتية
71%	72%	خدمات الإنترنت الجوال
81%	76%	الخدمات الصوتية الثابتة
78%	79%	خدمات الإنترنت الثابت
88%	72%	الخطوط المؤجرة

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن انتظام استلام فواتير الاتصالات على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

3.8.3. دقة الفواتير

طلب من المستطلعين أيضاً تحديد مستوى رضاهم عن دقة فواتير الاتصالات. لوحظ أعلى مستوى رضا في الخدمات الصوتية الثابتة (80%) و الخطوط المؤجرة (80%). تلاهما خدمات الإنترنت الثابت (76%) وخدمات الجوال الصوتية (71%). بينما سجلت أدنى معدلات الرضا عن دقة الفواتير في خدمات الإنترنت الجوال (68%). وبقي البعض على الحياد في خدمات خدمات الإنترنت الجوال (14%) وخدمات الجوال الصوتية (12%) والإنترنت الثابت (10%). وسجلت أعلى مستويات عدم الرضا في خدمات الإنترنت الجوال (10%) وخدمات الجوال الصوتية (9%) (انظر الشكل 38).

الشكل 38: الرضا عن دقة الفواتير



سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من قبل مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن دقة الفواتير على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الجوال الصوتية = 1548؛ مستخدمو خدمات الإنترنت الجوال = 1530؛ مستخدمو الخدمات الصوتية الثابتة = 1107؛ مستخدمو إنترنت الهاتف الثابت = 895؛ مستخدمو الخطوط المؤجرة = 74).

سجلت أعلى مستويات الرضا عن دقة الفواتير في الخطوط المؤجرة (100%)، ولاسيما بين الشركات الكبيرة. وعموماً، أظهرت الشركات الكبيرة أعلى مستويات الرضا بين الفئات الأخرى من الشركات. وسجلت أدنى مستويات الرضا من قبل الشركات المتناهية الصغر وذلك في خدمات الإنترنت الجوال (64%) وخدمات الجوال الصوتية (68%). سجلت الشركات الصغيرة أعلى مستويات رضاها عن الخدمات الصوتية الثابتة (79%) وأدناها عن الإنترنت الثابت (74%). فيما سجلت الشركات المتوسطة أعلى مستويات رضاها عن الخطوط المؤجرة (83%) وأدناها عن خدمات الإنترنت الجوال (70%) (انظر الجدول 65).

الجدول 65: الرضا عن دقة الفواتير حسب حجم الشركة (نسبة الراضين)

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الإنترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
77%	77%	81%	64%	68%	الشركات المتناهية الصغر
76%	74%	79%	75%	78%	الشركات الصغيرة
83%	76%	80%	70%	77%	الشركات المتوسطة
100%	83%	81%	80%	83%	الشركات الكبيرة

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن دقة الفواتير على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (متناهية الصغر: 1015؛ صغيرة: 438؛ متوسطة: 141؛ كبيرة: 41).

من جهة أخرى، سجلت أوريديو مستويات رضا أعلى من فودافون قطر في معظم الخدمات: في الخطوط المؤجرة (86% مقابل 77%)، و الخدمات الصوتية الثابتة (82% مقابل 52%)، و خدمات الانترنت الجوال (79% مقابل 73%) والانترنت الثابت (78% مقابل 53%). وشوهد أعلى فارق بين أوريديو وفودافون قطر في الخدمات الصوتية الثابتة (+30%) والانترنت الثابت (+25%) (انظر الجدول 66).

الجدول 66: الرضا عن دقة الفواتير حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الإنترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
86%	78%	82%	79%	81%	أوريديو
77%	53%	52%	73%	81%	فودافون قطر

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن دقة الفواتير على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راض إطلاقاً؛ 2 = غير راض؛ 3 = حيادي؛ 4 = راض؛ 5 = راض تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

سجل الرضا عن دقة الفواتير في عام 2019 تحسناً كبيراً عن عام 2015 في جميع الخدمات. ولوحظت أعلى زيادة في خدمات الانترنت الثابت (76% مقابل 60%) و الخدمات الصوتية الثابتة (80% مقابل 65%) وخدمات الجوال الصوتية (71% مقابل 59%) و خدمات الانترنت الجوال (68% مقابل 58%) (انظر الجدول 67).

الجدول 67: الرضا عن دقة الفواتير (2019 مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)

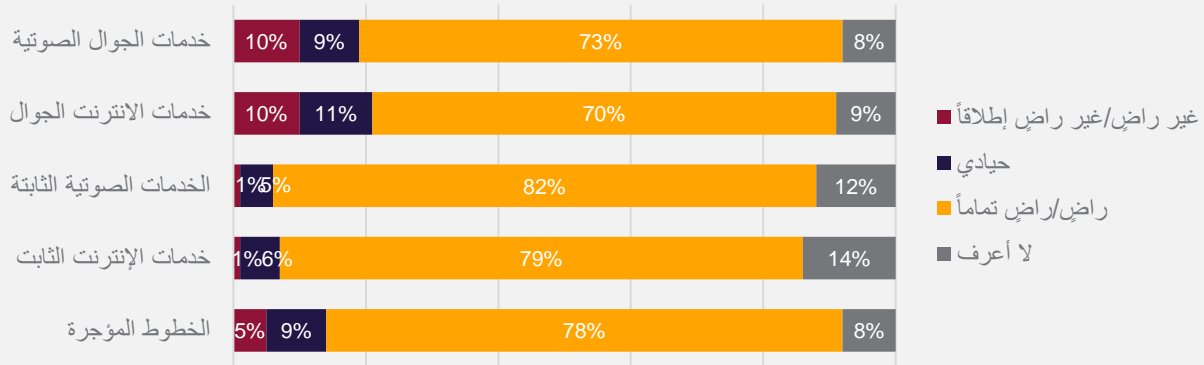
2019	2015	العينة
1635	1096	
71%	59%	خدمات الجوال الصوتية
68%	58%	خدمات الانترنت الجوال
80%	65%	الخدمات الصوتية الثابتة
76%	60%	خدمات الانترنت الثابت
80%	78%	الخطوط المؤجرة

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن دقة الفواتير على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راض إطلاقاً؛ 2 = غير راض؛ 3 = حيادي؛ 4 = راض؛ 5 = راض تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

3.8.4. سهولة فهم الفواتير

طلب من المستطلعين أيضاً تحديد مستوى رضاهم عن سهولة فهم فواتير كل خدمة من خدمات الاتصالات. أجاب 82% أما "راضٍ تماماً" أو راضٍ" عن سهولة فهم فواتير الخدمات الصوتية الثابتة. تلاها فواتير الإنترنت الثابت (79%) و الخطوط المؤجرة (78%). في حين سجلت مستويات رضا أقل بقليل عن خدمات الجوال الصوتية (73%) و خدمات الإنترنت الجوال (70%). كما سجلت خدمات الجوال الصوتية و خدمات الإنترنت الجوال أعلى درجات عدم الرضا (10% غير راضين لكل منهما) (انظر الشكل 39).

الشكل 39: الرضا عن سهولة فهم الفواتير



سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من قبل مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن سهولة فهم الفواتير على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (مستخدمو خدمات الجوال الصوتية = 1548؛ مستخدمو خدمات الإنترنت الجوال = 1530؛ مستخدمو الخدمات الصوتية الثابتة = 1107؛ مستخدمو الإنترنت الثابت = 895؛ مستخدمو الخطوط المؤجرة = 74).

أظهرت الشركات الكبيرة هنا أيضاً مستويات أعلى من الرضا عن معظم الخدمات. وسجلت أعلى مستويات الرضا عن سهولة فهم فواتير الخطوط المؤجرة (100%) تلاها فواتير خدمات الجوال الصوتية (87%). وسجلت الشركات المتوسطة هي الأخرى أعلى مستويات الرضا عن الخطوط المؤجرة (89%) والإنترنت الثابت (86%). بينما سجلت الشركات الصغيرة أعلى مستويات الرضا عن خدمات الجوال الصوتية (83%) وأدناها عن الخطوط المؤجرة (69%). وسجلت الشركات المتناهية الصغر أعلى مستويات الرضا عن الخدمات الصوتية الثابتة (81%) وأدناها عن خدمات الإنترنت الجوال (65%) (انظر الجدول 68).

الجدول 68: الرضا عن سهولة فهم الفواتير حسب حجم الشركة (نسبة الراضين)

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الإنترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
%74	%77	%81	%65	%67	الشركات المتناهية الصغر
%69	%78	%81	%78	%83	الشركات الصغيرة
%89	%86	%83	%79	%81	الشركات المتوسطة
%100	%84	%83	%83	%87	الشركات الكبيرة

سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن سهولة فهم الفواتير على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راض إطلاقاً؛ 2 = غير راض؛ 3 = حيادي؛ 4 = راض؛ 5 = راض تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (متناهية الصغر: 1015؛ صغيرة: 438؛ متوسطة: 141؛ كبيرة: 41).

حظيت أوريدو بمستويات رضا أعلى من فودافون قطر في معظم الخدمات باستثناء الخطوط المؤجرة (81% مقابل 85%).
وسجلت أوريدو تفوقاً على فودافون في الخدمات الصوتية الثابتة (85% مقابل 53%) والإنترنت الثابت (81% مقابل 55%)
(انظر الجدول 69).

الجدول 69: الرضا عن سهولة فهم الفواتير حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)

الخطوط المؤجرة	خدمات الإنترنت الثابت	الخدمات الصوتية الثابتة	خدمات الإنترنت الجوال	خدمات الجوال الصوتية	
%81	%81	%85	%81	%84	أوريدو
%85	%55	%53	%78	%83	فودافون قطر

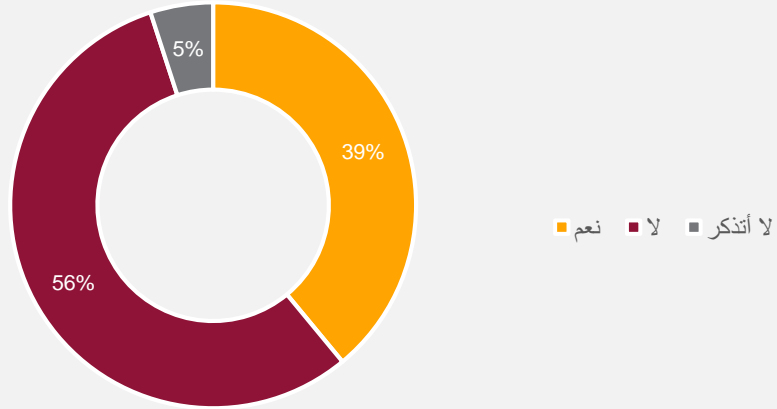
سؤال: بخصوص الخدمات المقدمة لشركتكم من مقدم خدمات الاتصالات، كيف تقيم مستوى رضاك عن سهولة فهم الفواتير على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راض إطلاقاً؛ 2 = غير راض؛ 3 = حيادي؛ 4 = راض؛ 5 = راض تماماً)؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

3.9. تصورات مستهلكي قطاع الأعمال عن خدمات العملاء

3.9.1. فريق خدمة العملاء

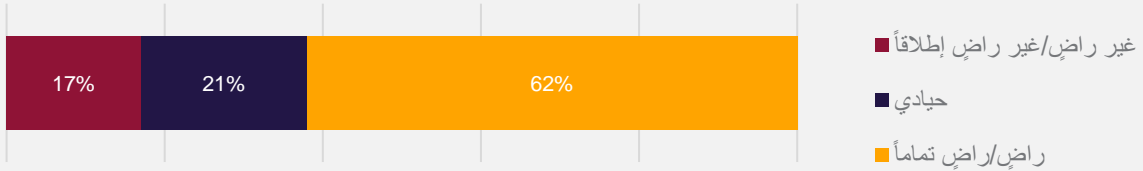
تواصل 39% من المستطلعين مع فريق خدمة العملاء لدى مقدم خدمات الاتصالات لشركتهم خلال الأشهر الثلاثة الأخيرة للاستعلام عن قضية تخص الشركة (انظر الشكل 40). عموماً، أجابت غالبية من تواصلوا مع فريق خدمة العملاء (62%) إما "راضٍ" أو "راضٍ تماماً" عن الخدمات التي قدمها الفريق. وقال 17% فقط إنهم غير راضين عن تلك الخدمات (انظر الشكل 41).

الشكل 40: التعامل مع فريق خدمة العملاء



سؤال: هل تواصلت مع خدمة العملاء لدى مقدم خدمات الاتصالات لشركتك خلال الأشهر الثلاثة الأخيرة للاستعلام عن قضية تخص الشركة؟ قد يكون الاتصال عبر الهاتف أو الإنترنت أو في محل تجزئة؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

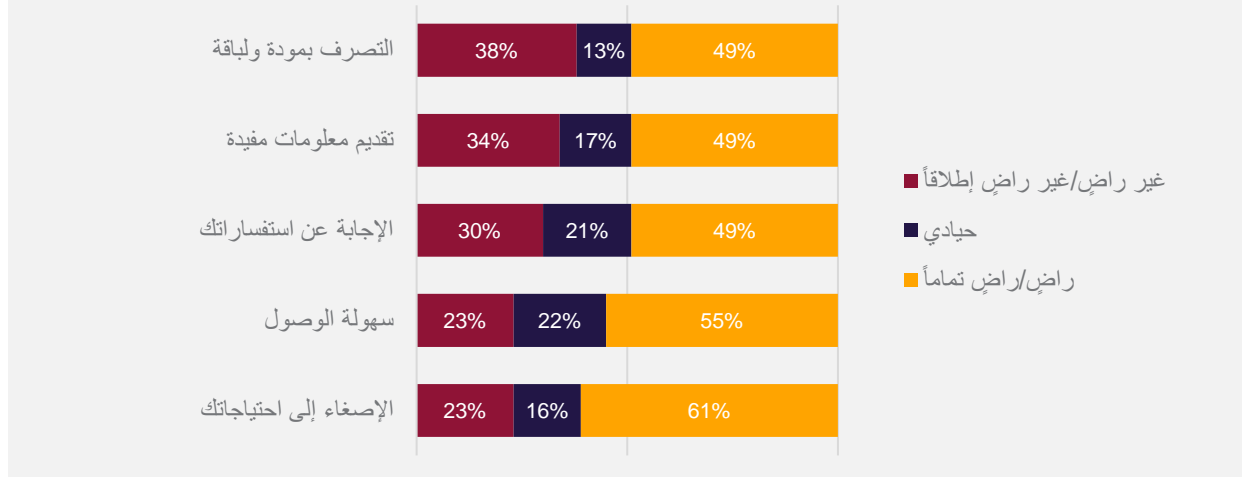
الشكل 41: الرضى العام عن فريق خدمة العملاء



سؤال: في ضوء الخدمات التي قدمها فريق خدمة العملاء، كيف تقيم عموماً مستوى رضاك عن أداء الفريق؟ يرجى الإجابة باستخدام المقياس السابق نفسه (1 إلى 5)
خط الأساس: عدد المستطلعين الذين تواصلوا مع فريق خدمة العملاء = 639

معظم المستطلعين الذين تواصلوا مع فريق خدمة العملاء راضون عن الإصغاء إلى احتياجاتهم (61%) وعن سهولة الوصول (55%) ونصفهم تقريباً (49%) راضون عن تصرف الفريق معهم بمودة ولباقة، وعن تقديم معلومات مفيدة، والإجابة عن الاستفسارات. وقال أربعة تقريباً من كل عشرة مستطلعين إنهم غير راضين عن مودة ولباقة الفريق، وتلثهم غير راضين عن تقديم معلومات مفيدة. وثلاثة من كل عشرة غير راضين عن طريقة إجابة الفريق عن استفساراتهم (انظر الشكل 42).

الشكل 42: الرضا عن أداء فريق خدمة العملاء



سؤال: في ضوء اتصالك الأخير مع فريق خدمة العملاء، كيف تقيم مستوى رضاك عن الفريق (باستخدام المقياس 1-5 نفسه) في مجال...؟
خط الأساس: عدد المستطلعين الذين تواصلوا مع فريق خدمة العملاء = 639

قالت غالبية المستطلعين الذين تواصلوا مع فريق خدمة العملاء في أوريديو (89%) إنهم إما راضون تماماً أو راضون عن الخدمات التي قدمها الفريق لشركاتهم. بينما كانت نسبة الراضين عن فريق خدمة العملاء في فودافون قطر أقل (34%). يُظهر الجدول 70 نسب المستطلعين الراضين عن خدمات فريق خدمة العملاء لدى مقدم الخدمة الرئيسي. فقد وجد أن غالبية مشتركي أوريديو راضون عن جميع جوانب خدمة العملاء. وعلى النقيض، كان مستوى الرضا بين مشتركي فودافون قطر ضعيفاً جداً عن بعض الجوانب مثل التعامل بمودة ولباقة (12%) والإجابة عن الاستفسارات (12%) وتقديم معلومات مفيدة (13%).

الجدول 70: الرضا عن أداء فريق خدمة العملاء (نسبة الراضين)

فودافون قطر	أوريديو	الإجمالي
34%	89%	التصرف بمودة ولباقة
12%	82%	تقديم معلومات مفيدة
13%	84%	الإجابة عن استفساراتك
12%	84%	سهولة الوصول
24%	82%	الإصغاء إلى احتياجاتك
34%	82%	

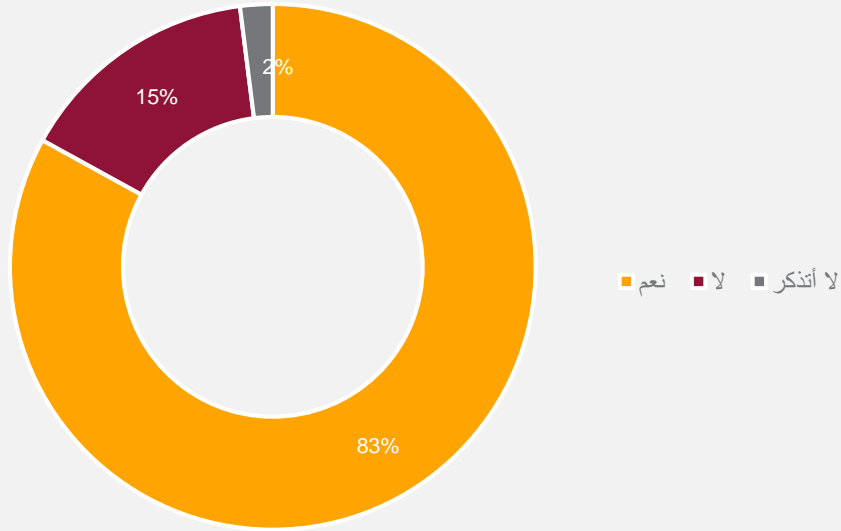
سؤال: في ضوء الخدمات التي قدمها فريق خدمة العملاء، كيف تقيم عموماً مستوى رضاك عن أداء الفريق؟ يرجى الإجابة باستخدام المقياس السابق نفسه (1 إلى 5)
سؤال: في ضوء اتصالك الأخير مع فريق خدمة العملاء، كيف تقيم مستوى رضاك عن الفريق (باستخدام المقياس 1-5 نفسه) في مجال...؟

خط الأساس: عدد المستطلعين الذين تواصلوا مع فريق خدمة العملاء = 639

3.9.2. الفريق الفني

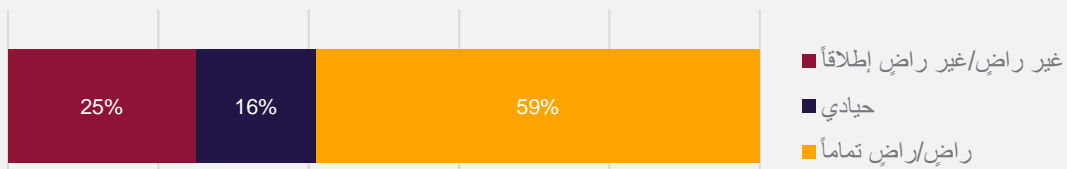
سئل المستطلعون الذين تواصلوا مع فريق خدمة العملاء إن كانوا قد تلقوا زيارة من الفريق الفني لحل أي مشاكل فنية. فأجاب 83% منهم بأن أحد الفنيين زار شركتهم إثر الاستفسار الذي قدموه (انظر الشكل 43). وكان أكثر من نصف المستطلعين (59%) إما راضين أو راضين تماماً عن الخدمات التي قدمها الفريق الفني لشركاتهم. وقال ربعهم إنهم إما غير راضين أو غير راضين إطلاقاً (انظر الشكل 44).

الشكل 43: التعامل مع الفريق الفني



سؤال: هل زاركم فريق فني بعد تواصلكم مع فريق خدمة العملاء؟
خط الأساس: عدد المستطلعين الذين تواصلوا مع فريق خدمة العملاء = 639

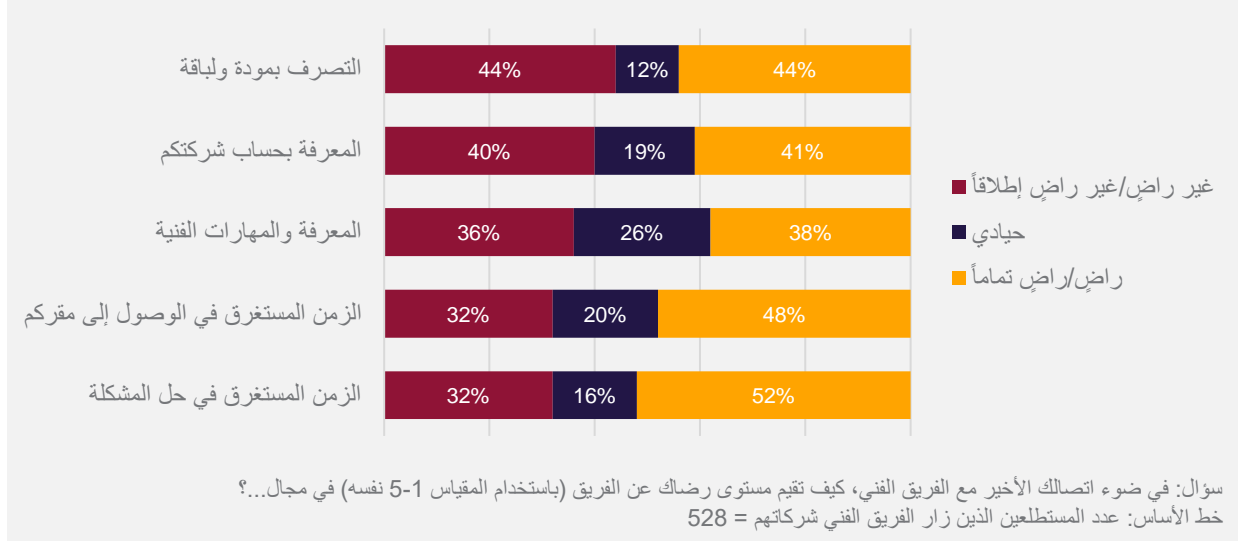
الشكل 44: الرضا العام عن الفريق الفني



سؤال: في ضوء الخدمات التي قدمها الفريق الفني، كيف تقيم عموماً مستوى رضاك عن أداء الفريق؟ يرجى الإجابة باستخدام المقياس السابق نفسه (1 إلى 5)
خط الأساس: عدد المستطلعين الذين زار الفريق الفني شركاتهم = 528

وأبدى نصف المستطلعين (52%) رضاهم عن الزمن المستغرق في حل المشكلة الفنية فيما أعرب ثلاثة من كل عشرة عن عدم الرضا. وقال ثلاثة من كل عشرة مستطلعين أيضاً إنهم غير راضين عن المعرفة والمهارات الفنية للفريق (36%) وعن الزمن المستغرق في الوصول إلى مقر شركتهم (32%). وتساوت نسبة الراضين وغير الراضين عن تصرف الفريق الفني بمودة ولباقة وعن معرفته بحساب شركتهم (انظر الشكل 45).

الشكل 45: الرضا عن أداء الفريق الفني



أعرب 94% من مشتركي أوريدو كمقدم رئيسي لخدمات الاتصالات عن رضاهم عن خدمة فريقها الفني مقارنة مع 39% لفريق فودافون قطر. وسجل مشتركو أوريدو أعلى مستوى رضا عن الفريق الفني من حيث الزمن المستغرق في الوصول إلى مقر الشركة (91%)، وعن تصرف الفريق بمودة ولباقة (88%) وامتلاكه المعرفة والمهارات الفنية (85%). بينما كانوا أقل رضا عن الزمن المستغرق في حل المشكلة (78%)، في حين سجل مشتركو فودافون قطر أعلى مستوى رضا عن هذا الجانب، على الرغم من أن مستوى الرضا يبقى ضعيفاً (31%) (انظر الجدول 71).

الجدول 71: الرضا عن أداء الفريق الفني (نسبة الراضين)

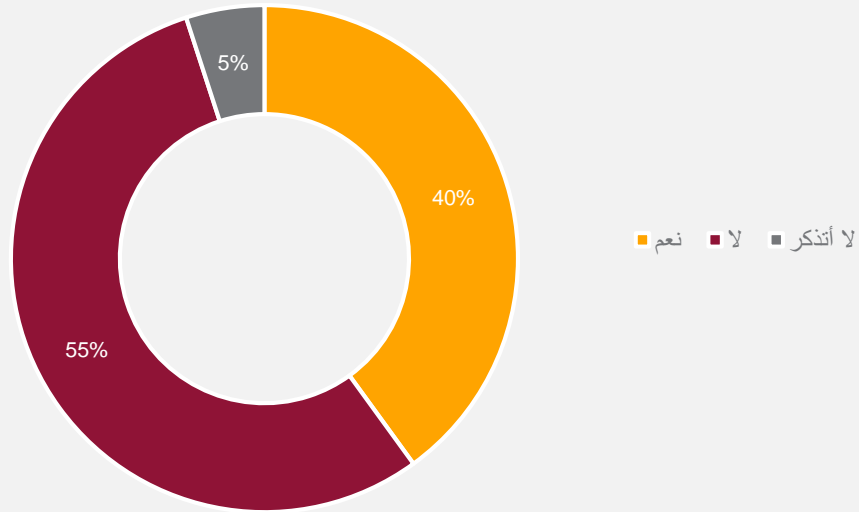
فودافون قطر	أوريدو	الإجمالي
39%	94%	التصرف بمودة ولباقة
17%	88%	المعرفة بحساب شركتكم
13%	81%	المعرفة والمهارات الفنية
8%	85%	الزمن المستغرق في الوصول إلى مقركم
22%	91%	الزمن المستغرق في حل المشكلة
31%	78%	

سؤال: في ضوء الخدمات التي قدمها الفريق الفني، كيف تقيم عموماً مستوى رضاك عن أداء الفريق؟ يرجى الإجابة باستخدام المقياس السابق نفسه (1 إلى 5)
سؤال: في ضوء اتصالك الأخير مع الفريق الفني، كيف تقيم مستوى رضاك عن الفريق (باستخدام المقياس 1-5 نفسه) في مجال...؟
خط الأساس: عدد المستطلعين الذين زار الفريق الفني شركتهم = 528

3.9.3. مديرو الحسابات

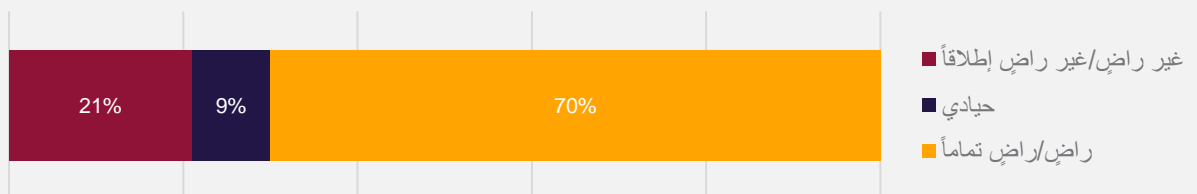
أفاد أربعة من كل عشرة مستطلعين أن لديهم مدير حساب خاص بشركتهم لدى مقدم الخدمة الرئيسي (انظر الشكل 46). عموماً، أجاب معظم المستطلعين الذين لديهم مدير حساب (70%) أما "راضٍ تماماً" أو "راضٍ" عن الخدمات المقدمة بينما أجاب اثنان من كل عشرة إما "غير راضٍ إطلاقاً" أو "غير راضٍ" (انظر الشكل 47).

الشكل 46: التعامل مع مدير الحساب



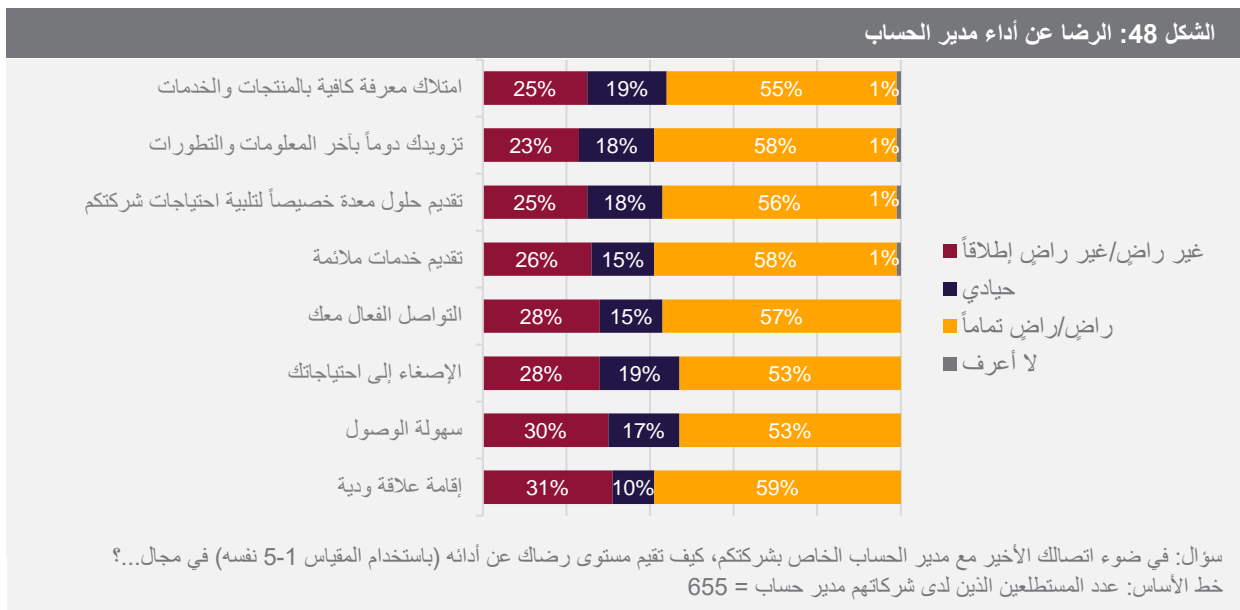
سؤال: هل يخصص مقدم خدمات الاتصالات الرئيسي لشركتكم مدير حساب خاص بالشركة؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

الشكل 47: الرضا العام عن مدير الحساب



سؤال: في ضوء كل ما سبق، كيف تقيم عموماً مستوى رضاك عن أداء مدير الحساب المخصص لشركتكم؟ يرجى الإجابة باستخدام المقياس السابق نفسه (1 إلى 5)
خط الأساس: عدد المستطلعين الذين لدى شركاتهم مدير حساب = 655

معظم المستطلعين راضون عن الخدمة المقدمة لهم من قبل مدير حساباتهم في الجوانب التالية: إقامة علاقة ودية (59%)؛ سهولة الوصول (53%)؛ الإصغاء إلى الاحتياجات (53%)؛ التواصل الفعال (57%)؛ تقديم خدمة ملائمة (58%)؛ تقديم حلول معدة خصيصاً لتلبية احتياجات العميل (56%)؛ تزويد العميل دوماً بأخر المعلومات والتطورات (58%)؛ امتلاك معرفة كافية بالمنتجات والخدمات (55%) . وقال قرابة ثلاثة من كل عشرة مستطلعين إنهم غير راضين عن بعض الجوانب مثل: إقامة علاقة ودية (31%)؛ وسهولة الوصول (30%)؛ والإصغاء إلى الاحتياجات (28%)؛ والتواصل الفعال (28%) (انظر الشكل 48).



قال 95% من المشتركين أساساً مع أوريديو إنهم إما راضون تماماً أو راضون عن خدمات مدير حسابهم، بينما هناك 46% فقط من مشتركي فودافون قطر راضون عن أداء مديري حساباتهم (انظر الجدول 72). وتظهر نتائج الدراسة أن مشتركي أوريديو راضون عن جميع جوانب الخدمة التي يقدمها مديرو حساباتهم. أما نسبة الراضين عن خدمات مدير الحساب بين مشتركي فودافون قطر فتختلف بين جانب وآخر. فمستويات الرضا عن سهولة الوصول والإصغاء إلى الاحتياجات متدنية تماماً مقارنة بالرضا عن بقية الجوانب مثل تزويد العميل دوماً بأخر المعلومات والتطورات.

الجدول 72: الرضا عن أداء مدير الحساب (نسبة الراضين)

فودافون قطر	أوريدو	الإجمالي
%46	%95	إقامة علاقة ودية
%26	%97	سهولة الوصول
%17	%90	الإصغاء إلى احتياجاتك
%17	%90	التواصل الفعال معك
%24	%90	تقديم خدمات ملائمة
%25	%91	تقديم حلول معدة خصيصاً لتلبية احتياجات شركتكم
%25	%88	تزويدك دوماً بأخر المعلومات والتطورات
%29	%81	امتلاك معرفة كافية بالمنتجات والخدمات
%22	%88	

سؤال: في ضوء كل ما سبق، كيف تقيم عموماً مستوى رضاك عن أداء مدير الحساب المخصص لشركتكم؟ يرجى الإجابة باستخدام المقياس السابق نفسه (1 إلى 5)

سؤال: في ضوء اتصالك الأخير مع مدير الحساب الخاص بشركتكم، كيف تقيم مستوى رضاك عن أدائه (باستخدام المقياس 1-5 نفسه) في مجال...؟

خط الأساس: عدد المستطلعين الذين لدى شركاتهم مدير حساب = 655

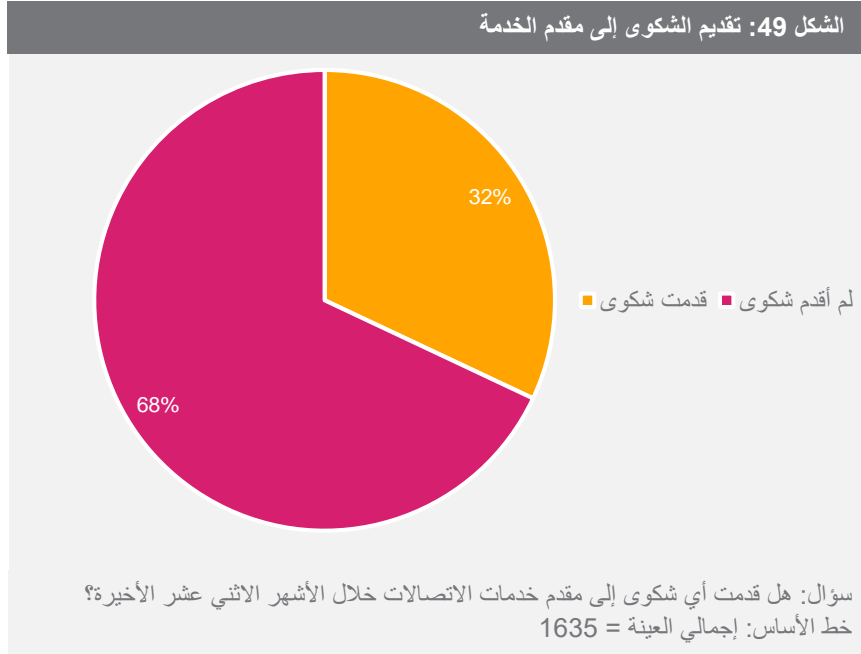
بشكل عام، كانت الشركات التي تستخدم خدمات أوريدو بشكل رئيسي أكثر رضا عن خدمات مدير الحساب والفريق الفني من رضاهم عن خدمات فريق خدمة العملاء. بينما كانت الشركات التي تستخدم خدمات فودافون قطر بشكل رئيسي أكثر رضا عن خدمات مدير الحساب من رضاهم عن خدمات فريق خدمة العملاء أو الفريق الفني.

3.10. آلية إحالة الشكاوى

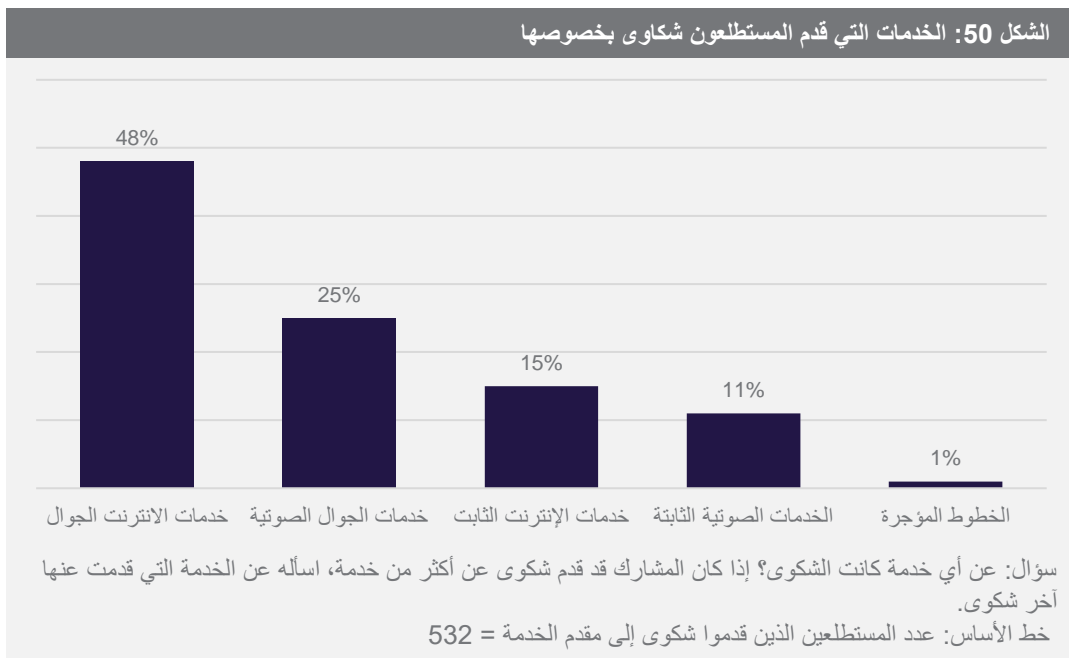
3.10.1. الشكاوى إلى مقدم الخدمة

ذكر ثلاثة من كل عشرة مستطلعين أنهم قدموا شكوى إلى مقدم الخدمة خلال الأشهر الاثني عشر الأخيرة (انظر الشكل 49). وتركزت معظم الشكاوى على خدمات الجوال (48% للإنترنت، و25% للمكالمات)، وبدرجة أقل على الخدمات الثابتة (15% للإنترنت و11% للمكالمات و1% للخطوط المؤجرة) (انظر الشكل 50).

الشكل 49: تقديم الشكوى إلى مقدم الخدمة



الشكل 50: الخدمات التي قدم المستطلعون شكاوى بخصوصها



تظهر نتائج الدراسة أن نسبة الشكاوى المتعلقة بخدمات الجوال ازدادت من 13% في عام 2015 إلى 25% في عام 2019. بينما تراجع نسبة لخدمات الجوال الصوتية ومن 41% في عام 2015 إلى 48% في عام 2019 لخدمات الإنترنت الجوال. بينما تراجع نسبة الشركات التي قدمت شكوى على الخدمات الثابتة و الخطوط المؤجرة في عام 2019 عما كانت عليه في عام 2015. وتراجعت الشكاوى على الخدمات الصوتية الثابتة من 16% في عام 2015 إلى 11% في عام 2019 وعلى الإنترنت الثابت من 33% إلى 15% وعلى الخطوط المؤجرة من 31% إلى 1% (انظر الجدول 73).

الجدول 73: الخدمات التي قدم المستطلعون شكاوى بخصوصها (2019 مقارنة مع 2015)

2019	2015	
%25	%13	خدمات الجوال الصوتية
%48	%41	خدمات الإنترنت الجوال
%11	%16	الخدمات الصوتية الثابتة
%15	%33	خدمات الإنترنت الثابت
%1	%31	الخطوط المؤجرة

سؤال: عن أي خدمة كانت الشكوى؟ إذا كان المشارك قد قدم شكوى عن أكثر من خدمة، أسأله عن الخدمة التي قدمت عنها آخر شكوى.
خط الأساس: عدد المستطلعين الذين قدموا شكوى إلى مقدم الخدمة = 532 (خدمات الجوال الصوتية: 135؛ خدمات الإنترنت الجوال: 255؛ الخدمات الصوتية الثابتة: 60؛ خدمات الإنترنت الثابت: 79؛ الخطوط المؤجرة: 4).

يظهر الجدول 74 نسب الشكاوى لكل فئة من الخدمات حسب مقدم الخدمة. من الشركات التي قدمت شكوى بخصوص خدمات الجوال الصوتية كان 60% مشتركين في أوريدو وفودافون قطر معاً والتلت مشتركين في أوريدو فقط. وكان معظم مقدمي الشكاوى على خدمات خدمات الإنترنت الجوال من المشتركين في أوريدو وفودافون قطر معاً (82%). وكان نصف مقدمي الشكاوى على الخدمات الصوتية الثابتة من مشتركين في أوريدو بينما 42% يستخدمون كلا الشركتين. وكان مقدمو الشكاوى على خدمات الإنترنت الثابت و الخطوط المؤجرة من مشتركين في أوريدو.

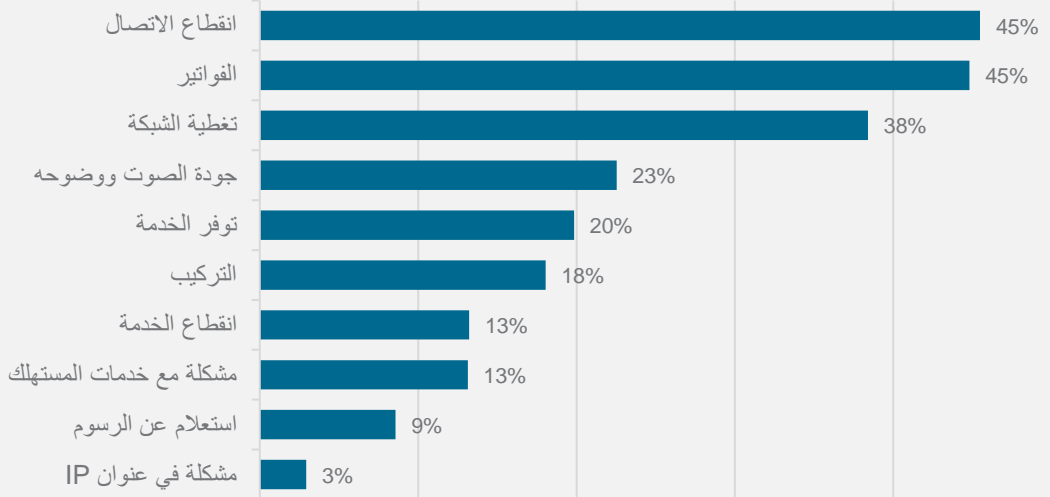
الجدول 74: الخدمات التي قدم المستطلعون شكاوى بخصوصها، حسب مقدم الخدمة

أوريدو وفودافون معاً	فودافون	أوريدو	
%60	%7	%33	خدمات الجوال الصوتية
%82	%4	%15	خدمات الإنترنت الجوال
%42	%0	%58	الخدمات الصوتية الثابتة
%0	%0	%100	خدمات الإنترنت الثابت
%0	%0	%100	الخطوط المؤجرة

سؤال: عن أي خدمة كانت الشكوى؟ إذا كان المشارك قد قدم شكوى عن أكثر من خدمة، أسأله عن الخدمة التي قدمت عنها آخر شكوى.
خط الأساس: عدد المستطلعين الذين قدموا شكوى إلى مقدم الخدمة = 532 (خدمات الجوال الصوتية: 135؛ خدمات الإنترنت الجوال: 255؛ الخدمات الصوتية الثابتة: 60؛ خدمات الإنترنت الثابت: 79؛ الخطوط المؤجرة: 4).

سئل المستطلعون الذين قدموا شكوى إلى مقدم الخدمة خلال الأشهر الاثني عشر الأخيرة عن سبب الشكوى. ذكر مقدمو الشكاوى بشأن خدمات الجوال الصوتية الأسباب التالية: انقطاع الاتصال (45%)؛ مشكلة في الفواتير (45%)؛ تغطية الشبكة (38%)؛ جودة الصوت ووضوحه (23%)؛ توفر الخدمة (20%)؛ التركيب (18%)؛ انقطاع الخدمة (13%)؛ مشكلة مع خدمات المستهلك (13%)؛ الاستعلام عن التعرفة (9%)؛ مشكلة في عنوان IP (3%) (انظر الشكل 51).

الشكل 51: أسباب تقديم شكاوى بشأن خدمات الجوال الصوتية

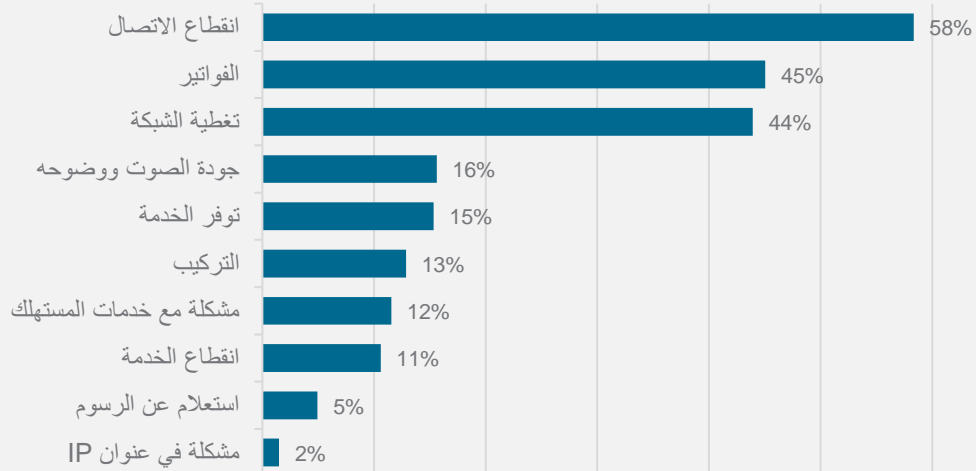


سؤال: ماذا كان سبب الشكاوى؟

خط الأساس: عدد المستطلعين الذين قدموا شكاوى إلى مقدم الخدمة عن خدمات الجوال الصوتية = 135 (خدمات الجوال الصوتية):

نصف مقدمي الشكاوى بشأن خدمات خدمات الانترنت الجوال فعلوا ذلك بسبب انقطاع الخدمة. ومن الأسباب الأخرى التي ذكرها هؤلاء: انقطاع الاتصال (45%)؛ مشكلة في الفواتير (45%)؛ تغطية الشبكة (44%)؛ جودة الصوت ووضوحه (16%)؛ توفر الخدمة (15%)؛ التركيب (13%)؛ انقطاع الخدمة (13%)؛ مشكلة مع خدمات المستهلك (11%)؛ الاستعلام عن التعرفة (5%)؛ مشكلة في عنوان IP (2%) (انظر الشكل 52).

الشكل 52: أسباب تقديم شكاوى بشأن خدمات الانترنت الجوال

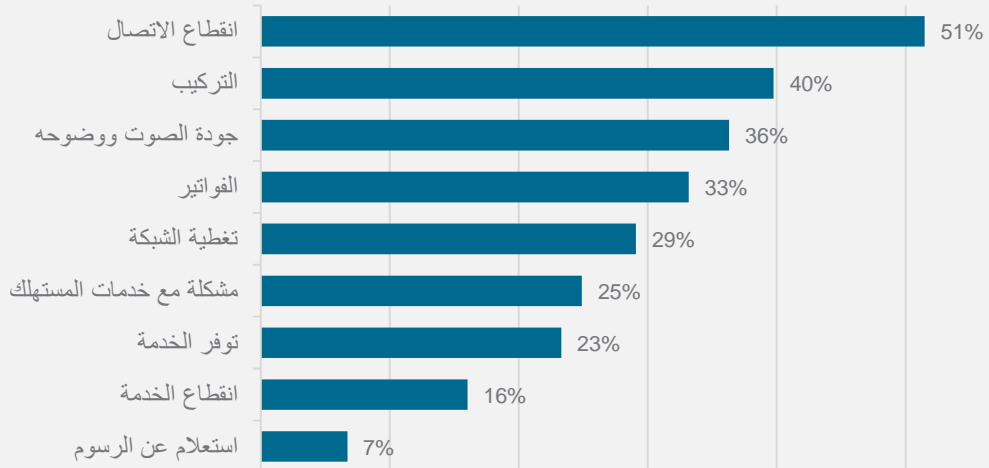


سؤال: ماذا كان سبب الشكاوى؟

خط الأساس: عدد المستطلعين الذين قدموا شكاوى إلى مقدم الخدمة عن خدمات الانترنت الجوال = 255

ذكر المستطلعون الذين قدموا شكوى بشأن الخدمات الصوتية الثابتة خلال الأشهر الاثني عشر الأخيرة الأسباب التالية لشكواهم: انقطاع الاتصال (51%)؛ التركيب (40%)؛ جودة الصوت ووضوحه (36%)؛ الفواتير (33%)؛ تغطية الشبكة (29%)؛ مشكلة مع خدمات المستهلك (25%)؛ توفر الخدمة (23%)؛ انقطاع الخدمة (16%)؛ الاستعلام عن التعرفة (7%) (انظر الشكل 53).

الشكل 53: أسباب تقديم شكوى بشأن الخدمات الصوتية الثابتة

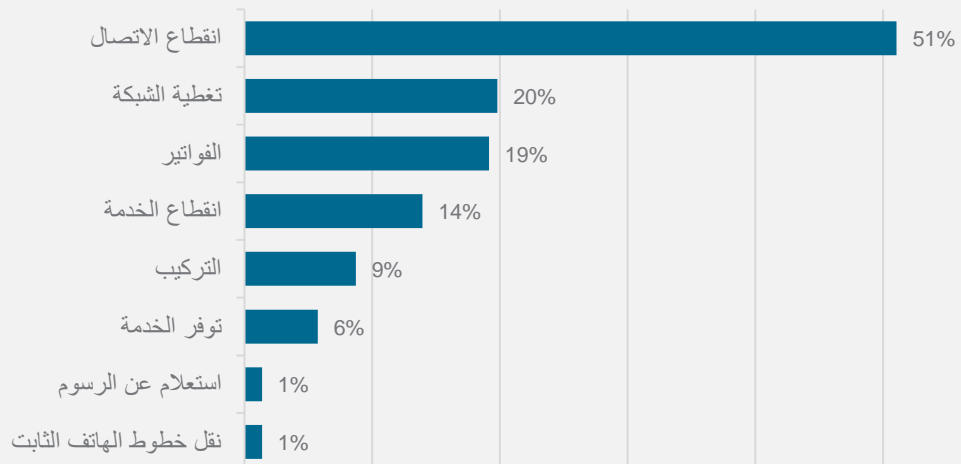


سؤال: ماذا كان سبب الشكوى؟

خط الأساس: عدد المستطلعين الذين قدموا شكوى إلى مقدمي الخدمة عن الخدمات الصوتية الثابتة = 60

يُظهر الشكل 54 أسباب تقديم مستهلكي قطاع الأعمال شكوى بشأن خدمات الإنترنت الثابت.

الشكل 54: أسباب تقديم شكوى بشأن خدمات الإنترنت الثابت

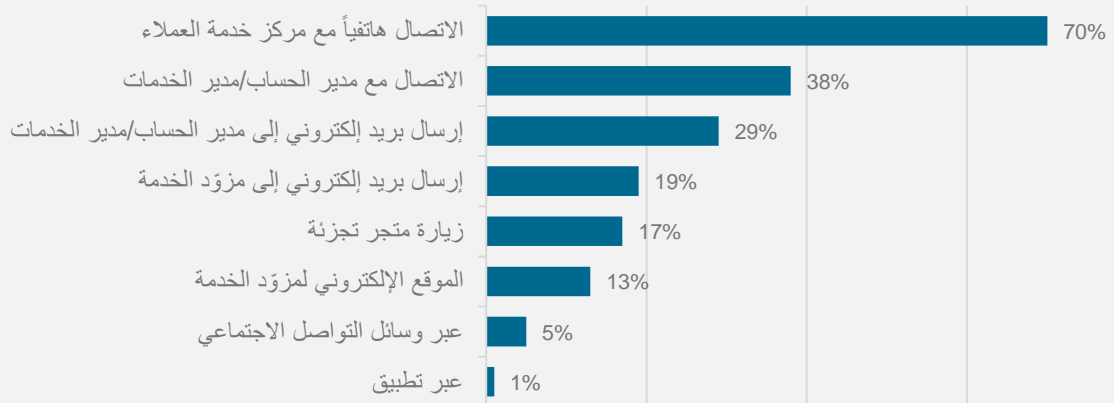


سؤال: ماذا كان سبب الشكوى؟

خط الأساس: عدد المستطلعين الذين قدموا شكوى إلى مقدمي الخدمة عن خدمات الإنترنت الثابت = 79

فضل معظم مقدمي الشكاوى إلى مقدم الخدمة فعل ذلك عبر مركز خدمة العملاء (70%). وفضل أربعة من كل عشرة تقريباً (38%) الاتصال مع مدير الحساب واثنان تقريباً من كل عشرة (29%) إرسال بريد إلكتروني إلى مدير الحساب. وفضل مستطلعون آخرون إرسال بريد إلكتروني إلى مقدم الخدمة (19%)، أو زيارة محل تجزئة (17%)، أو تقديم الشكاوى عبر الموقع الإلكتروني لمقدم الخدمة (13%)، أو عبر وسائل التواصل الاجتماعي (5%) أو عبر تطبيقات الهاتف الجوال (1%) (انظر الشكل 55).

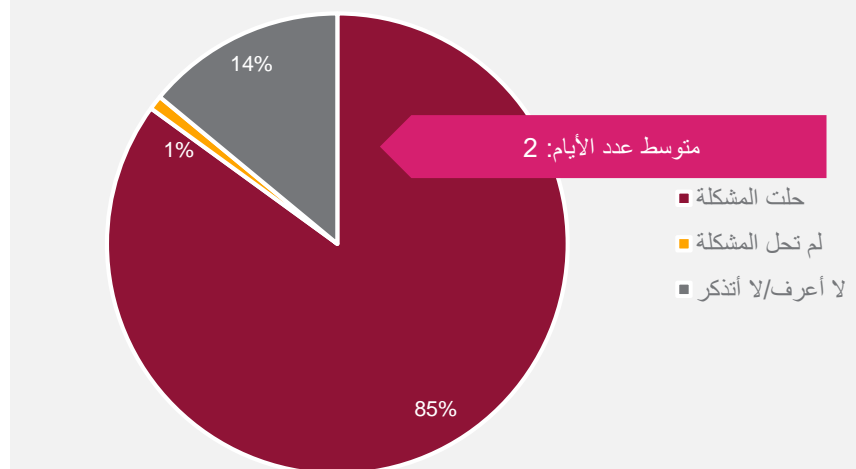
الشكل 55: طرق تقديم الشكاوى إلى مقدم الخدمة



سؤال: كيف تفضل تقديم الشكاوى أو الاستفسار إلى مقدم الخدمة؟
خط الأساس: عدد المستطلعين الذين قدموا شكاوى إلى مقدم الخدمة = 532

ذكر 85% من المستطلعين الذين قدموا شكاوى أن مشكلتهم انحلت خلال يومي عمل في المتوسط. وكان بعض المستطلعين غير متأكدين هل عولجت الشكاوى أم لا لأنهم أساساً غير مسؤولين عن متابعتها مع مقدم الخدمة، فيما ذكر عدد قليل أن مقدم الخدمة لم يحل المشكلة (انظر الشكل 56).

الشكل 56: معالجة الشكاوى

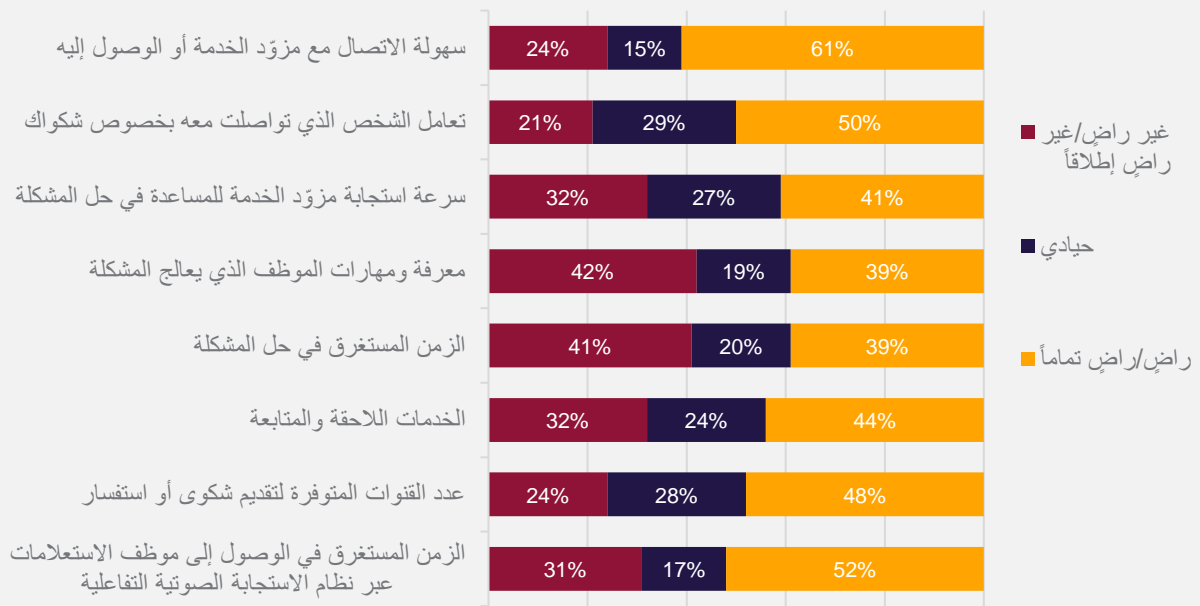


سؤال: كم يوم عمل استغرق مقدم الخدمة لحل المشكلة موضوع الشكاوى؟ إذا لم تكن متأكداً يرجى إعطاء أقرب تقدير ممكن

خط الأساس: عدد المستطلعين الذين قدموا شكاوى إلى مقدم الخدمة = 532

طُلب من المستطلعين تحديد مستوى رضاهم عن مختلف الجوانب المتعلقة بخدمات معالجة الشكاوى. سجلت أعلى مستويات الرضا عن سهولة الاتصال بمقدم الخدمة (61%)، وعن الزمن المستغرق في الوصول إلى موظف الاستعلامات عبر نظام الاستجابة الصوتية التفاعلية (52%) وعن تعامل الموظفين (50%). وكان أربعة من كل عشرة مستطلعين إما غير راضين إطلاقاً أو غير راضين عن معرفة ومهارات الموظف الذي يعالج المشكلة (42%) وعن الزمن المستغرق لحلها (41%) (انظر الشكل 57).

الشكل 57: الرضا عن الجوانب المتعلقة بخدمات إحالة الشكاوى

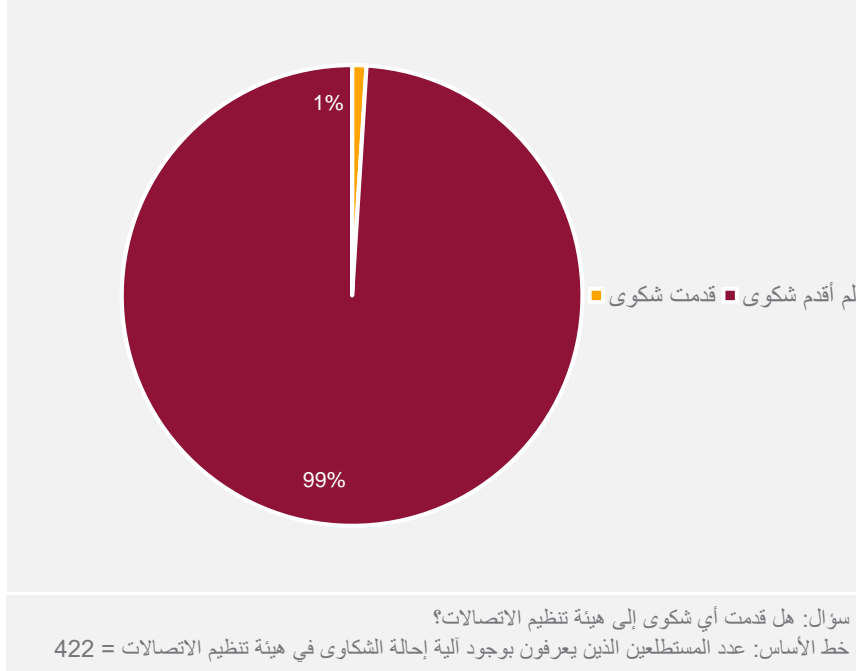


سؤال: بخصوص شكاؤك الأخيرة، كيف تقيم مستوى رضاك عن خدمات حل المشكلة في مجال... على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)؟
خط الأساس: عدد المستطلعين الذين قدموا شكوى إلى مقدم الخدمة = 532

3.10.2. الشكاوى إلى هيئة تنظيم الاتصالات

تساعد هيئة تنظيم الاتصالات مستهلكي قطاع الأعمال الذين لا يستطيعون التوصل إلى حل مقبول لشكاويهم من خلال إيجاد حل مقبول للطرفين. عند إحالة الشكاوى إلى هيئة تنظيم الاتصالات، يجرى عادة تحقيق من أجل حل المشكلة. سئل المستطلعون الذين يعرفون بوجود إجراءات إحالة الشكاوى لهيئة تنظيم الاتصالات إن كانوا قد أحالوا شكاويهم إليها. ذكر 1% فقط (ثلاثة مستطلعين) من الذين يعرفون بوجود إجراءات لإحالة الشكاوى لهيئة تنظيم الاتصالات أنهم أحالوا الشكاوى إليها وكانت بشأن فواتير أوريديو (انظر الشكل 58). وقال الثلاثة جميعهم إنهم راضون عن خدمات معالجة الشكاوى التي قدمتها الهيئة.

الشكل 58: تقديم الشكوى إلى هيئة تنظيم الاتصالات

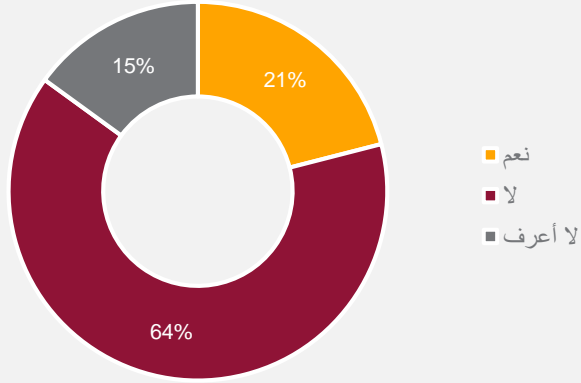


3.11. حماية حقوق المستهلك

يعتقد ثلثا المستطلعين (64%) أنه لا يوجد أي إعلانات مضللة عن خدمات الاتصالات في قطر. ولكن خمسه (21%) يعتقدون بوجود مثل هذه الإعلانات المضللة (انظر الشكل 59).

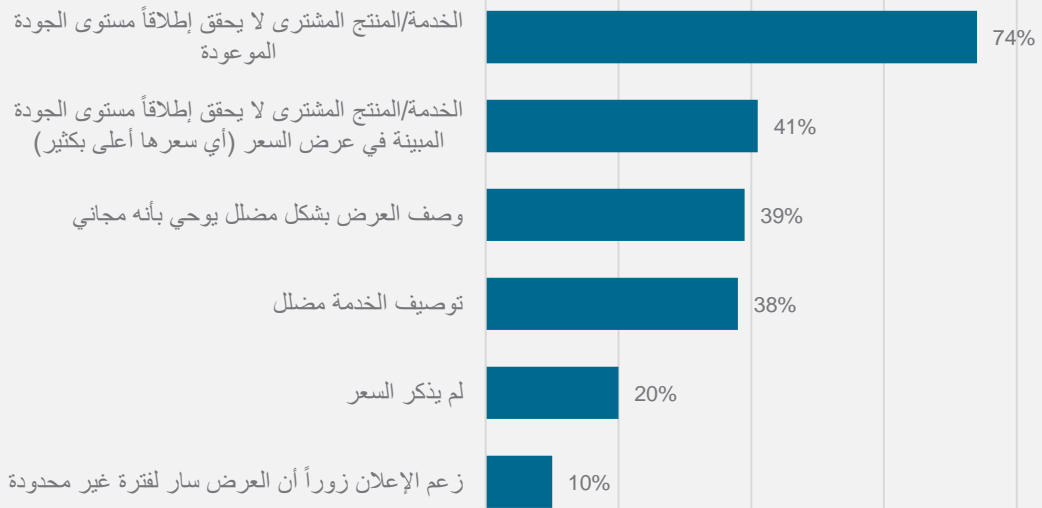
ومن الذين يعتقدون بوجود إعلانات مضللة تتعلق بخدمات الاتصالات، ذكر 74% أن الخدمة أو المنتج الذي اشتروه لا يمتلك مطلقاً الجودة الموعودة، بينما قال 41% إن الخدمة أو المنتج الذي اشتروه لا يمتلك مطلقاً الجودة المفترضة في مثل هذا السعر، وذكر 39% أن العرض أوحى بشكل مضلل أن الخدمة مجانية، وقال 38% إن وصف الخدمة في الإعلان مضلل، وأشار 20% إلى أن السعر لم يظهر في الإعلان وأفاد 10% أن الإعلان زعم أن العرض سيبقى متاحاً لفترة غير محدودة (انظر الشكل 60).

الشكل 59: الإعلانات المضللة



سؤال: هل تعتقد بوجود إعلانات مضللة تتعلق بخدمات الاتصالات؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

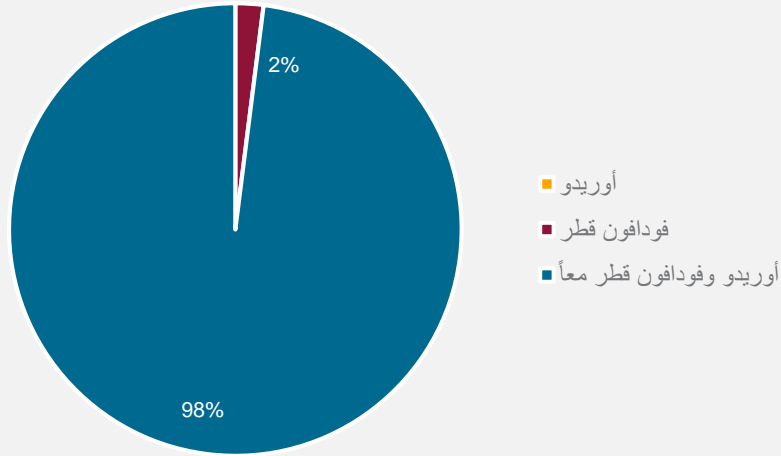
الشكل 60: أسباب الاعتقاد بوجود إعلانات مضللة



سؤال: لما تعتقد ذلك؟
خط الأساس: عدد الذين يعتقدون بوجود إعلانات مضللة تتعلق بخدمات الاتصالات = 346

ذكر تقريباً جميع الذين يعتقدون بوجود إعلانات مضللة تتعلق بخدمات الاتصالات (98%) أن لدى أوريدو وفودافون قطر كليهما إعلانات مضللة (انظر الشكل 61). ولدى سؤالهم عن آخر إعلان يعتقدون أنه مضلل، امتنع جميع المستطلعين تقريباً عن الإجابة.

الشكل 61: مقدمو الخدمات الذين ينشرون إعلانات مضللة

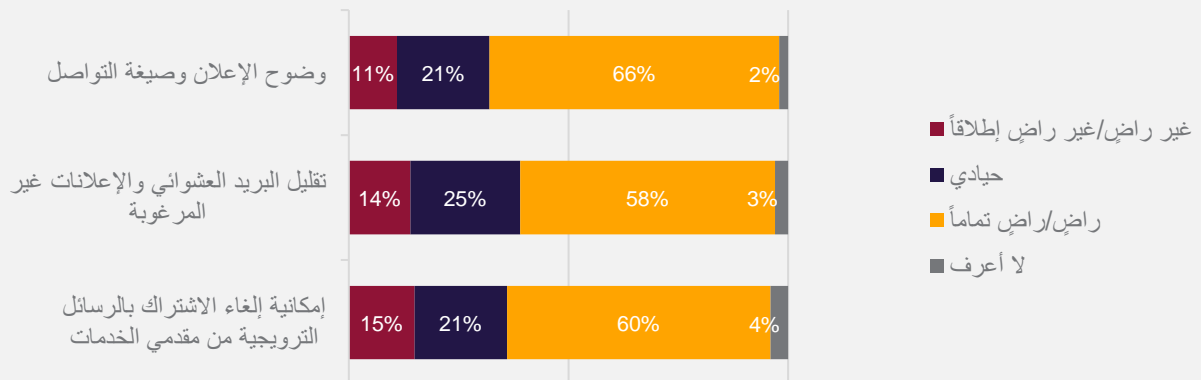


سؤال: أي مقدم خدمة لديه إعلانات مضللة؟

خط الأساس: عدد الذين يعتقدون بوجود إعلانات مضللة تتعلق بخدمات الاتصالات = 346

طلب من المستطلعين تحديد مستوى رضاهم عن العوامل المتعلقة بإعلانات الاتصالات. فقال ثلثهم إنهم راضون أو راضون تماماً عن وضوح الإعلان وصيغة التواصل، وهناك ستة من كل عشرة راضون عن إمكانية إلغاء الاشتراك في الرسائل الترويجية من مقدمي الخدمات و58% راضون عن تقليل الرسائل والعروض الترويجية غير المرغوب فيها (انظر الشكل 62).

الشكل 62: الرضا عن العوامل المتعلقة بإعلانات الاتصالات



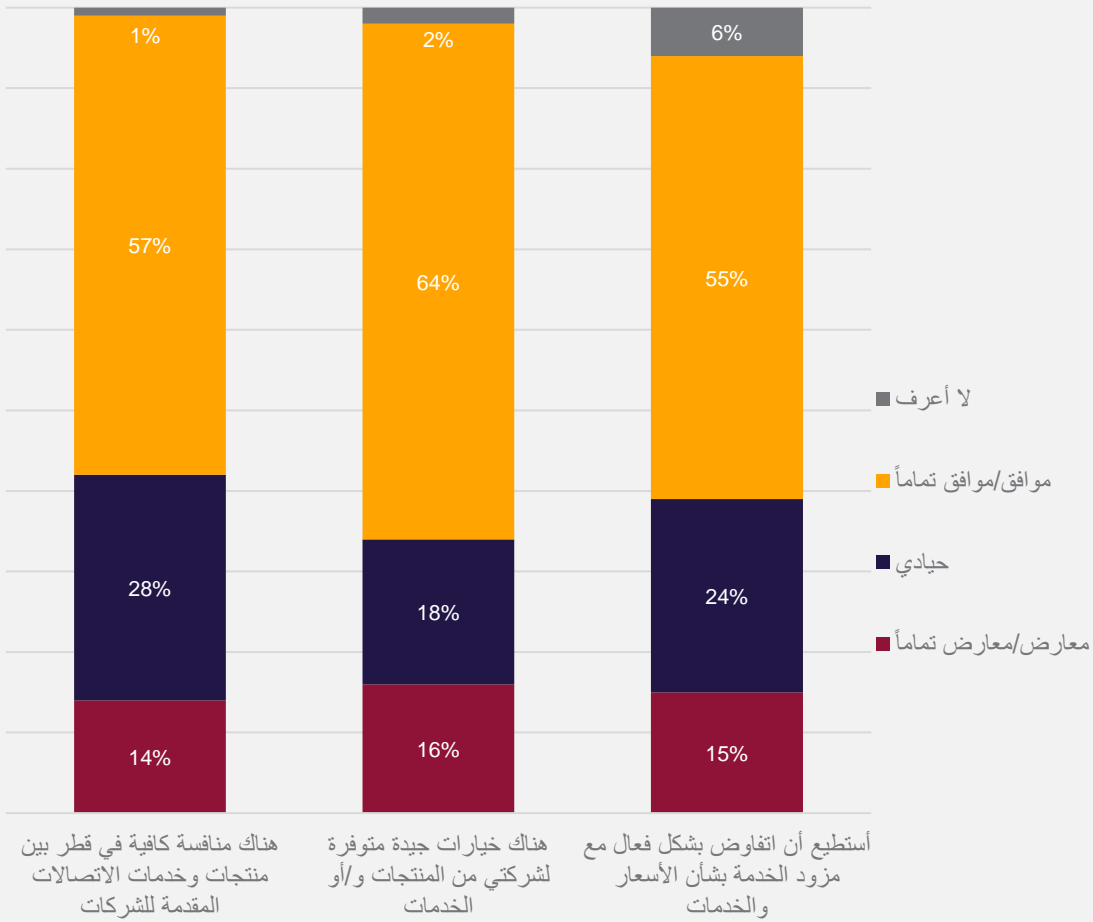
سؤال: ما مستوى رضاك عن كل من العوامل التالية المتعلقة بإعلانات الاتصالات؟ يرجى إعطاء الجواب على مقياس من 1 إلى 5 (حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً؛ 2 = غير راضٍ؛ 3 = حيادي؛ 4 = راضٍ؛ 5 = راضٍ تماماً)

خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

3.12. تنافسية السوق

يعتقد ثلثا المستطلعين (64%) أن لشركاتهم حرية واسعة جداً في اختيار المنتجات و/أو الخدمات المتاحة، ويعتقد نصفهم أن هناك تنافساً كافياً في قطر على منتجات وخدمات الاتصالات للشركات (57%) وأنهم قادرين على التفاوض بفعالية مع مقدمي خدمات الاتصالات بشأن التعرفة والخدمات (55%) (انظر الشكل 63).

الشكل 63: المنافسة في سوق الاتصالات في قطر



سؤال: سأقرأ بضع عبارات وأود أن تخبرني هل أنت موافق تماماً، أو موافق، أو حيادي، أو معارض، أو معارض تماماً على كل منها.
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

الشركات التي تعمل في خدمات الإقامة والطعام وقطاعات الزراعة والحراجه والصيد أقل اعتقاداً بوجود منافسة كافية في قطر على منتجات وخدمات الاتصالات للشركات (44% و45% على التوالي) وأنهم قادرون على التفاوض بفعالية مع مقدمي الخدمات بشأن التعرفه والخدمات (43% و48% على التوالي). والشركات العاملة في قطاع البناء أكثر اعتقاداً من غيرها بأن هناك خيارات واسعة للمنتجات والخدمات المتاحة لشركاتهم (72%) (انظر الجدول 75).

الجدول 75: المنافسة في سوق الاتصالات في قطر حسب القطاع الصناعي (نسبة الموافقين)

القدرة على التفاوض بشكل فعال بشأن الأسعار والخدمات	هناك خيارات جيدة من المنتجات و/أو الخدمات	هناك منافسة كافية بين منتجات وخدمات الاتصالات	
48%	61%	45%	الزراعة والحراجه والصيد
100%	75%	75%	الصناعات الاستخراجية
56%	62%	55%	التصنيع
100%	100%	100%	الكهرباء، الغاز، البخار، التكييف
100%	50%	50%	إمدادات المياه، الصرف الصحي، إدارة النفايات ومعالجتها
64%	72%	65%	البناء
50%	60%	57%	تجارة الجملة والتجزئة، صيانة السيارات والدراجات
57%	71%	67%	المعلومات والاتصالات
67%	87%	58%	النقل والتخزين
43%	46%	44%	خدمات الإقامة والطعام
61%	83%	72%	المصارف والتأمين
83%	84%	100%	النشاطات العقارية
76%	76%	63%	النشاطات المهنية والعلمية والفنية
39%	35%	30%	التعليم
38%	75%	50%	الفنون والترفيه والاستجمام
54%	64%	69%	الصحة والعمل الاجتماعي
68%	67%	55%	نشاطات خدمية أخرى

سؤال: ساقراً بضع عبارات وأود أن تخبرني هل أنت موافق تماماً، أو موافق، أو حيادي، أو معارض، أو معارض تماماً على كل منها.

خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (الزراعة والحراجه والصيد: 258؛ الصناعات التحويلية: 132؛ البناء والتشييد: 165؛ تجارة الجملة والتجزئة وصيانة السيارات: 598؛ خدمات الإقامة والطعام: 112).

خط الأساس: الذين يستخدمون أوريديو أو فودافون مورداً رئيسياً لخدمات الاتصالات (الزراعة والحراجه والصيد: 81؛ الصناعات التحويلية: 65؛ البناء والتشييد: 45؛ تجارة الجملة والتجزئة وصيانة السيارات: 261؛ خدمات الإقامة والطعام: 70)

وتعترف الشركات الكبيرة أكثر من غيرها بوجود منافسة كافية في قطر على منتجات وخدمات الاتصالات للشركات، وبوجود خيارات واسعة للمنتجات و/أو الخدمات المتاحة لشركاتهم، وأنهم يستطيعون التفاوض بفعالية مع مقدمي الخدمات بشأن التعرفة والخدمات. أما الشركات المتناهية الصغر فتوافق أقل من غيرها على هذه العبارات (انظر الجدول 76).

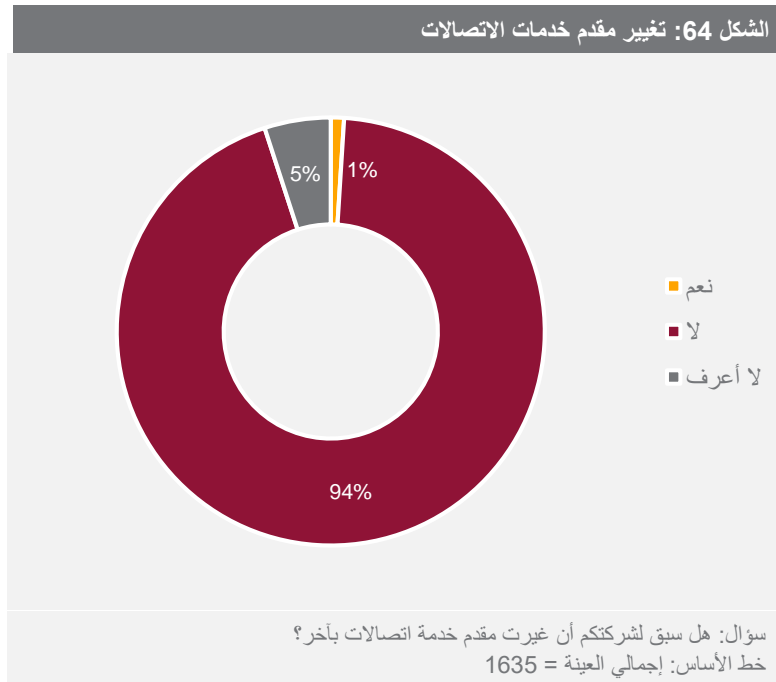
الجدول 76: المنافسة في سوق الاتصالات في قطر حسب حجم الشركة (نسبة الموافقين)

القدرة على التفاوض بشكل فعال بشأن الأسعار والخدمات	هناك خيارات جيدة من المنتجات و/أو الخدمات	هناك منافسة كافية بين منتجات وخدمات الاتصالات	
%47	%56	%47	الشركات المتناهية الصغر
%67	%77	%71	الشركات الصغيرة
%70	%72	%68	الشركات المتوسطة
%85	%88	%90	الشركات الكبيرة

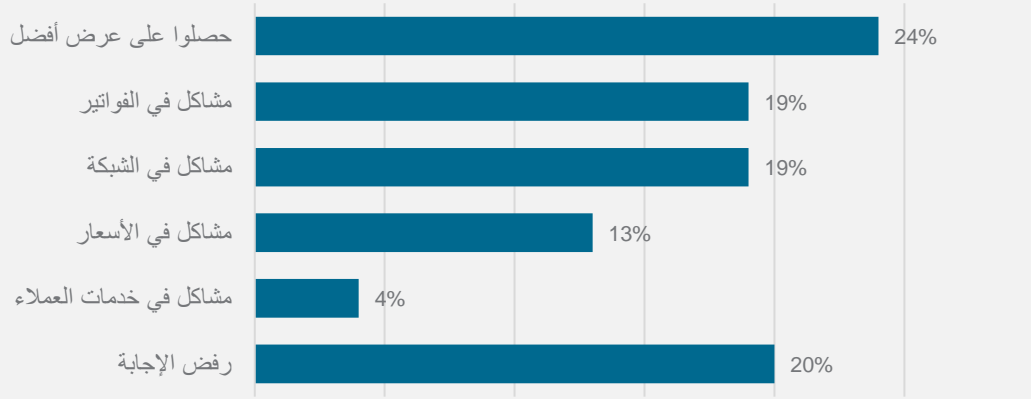
سؤال: سأقرأ بضع عبارات وأود أن تخبرني هل أنت موافق تماماً، أو موافق، أو حيادي، أو معارض، أو معارض تماماً على كل منها.
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635 (متناهية الصغر : 1015؛ صغيرة: 438؛ متوسطة: 141؛ كبيرة: 41).

أفاد 1% فقط من المستطلعين أن شركتهم سبق أن غيرت مقدم خدمات الاتصالات للأسباب التالية: تلقت الشركة عرضاً أفضل (24%)؛ وجود مشكلات في الفواتير (19%)؛ مشكلات في الشبكة (19%)؛ مشكلات في التعرفة (13%)؛ مشكلات تتعلق بخدمة العملاء (انظر الشكلين 64 و65).

الشكل 64: تغيير مقدم خدمات الاتصالات



الشكل 65: أسباب تغيير مقدم خدمة بآخر



سؤال: لماذا حدث ذلك؟

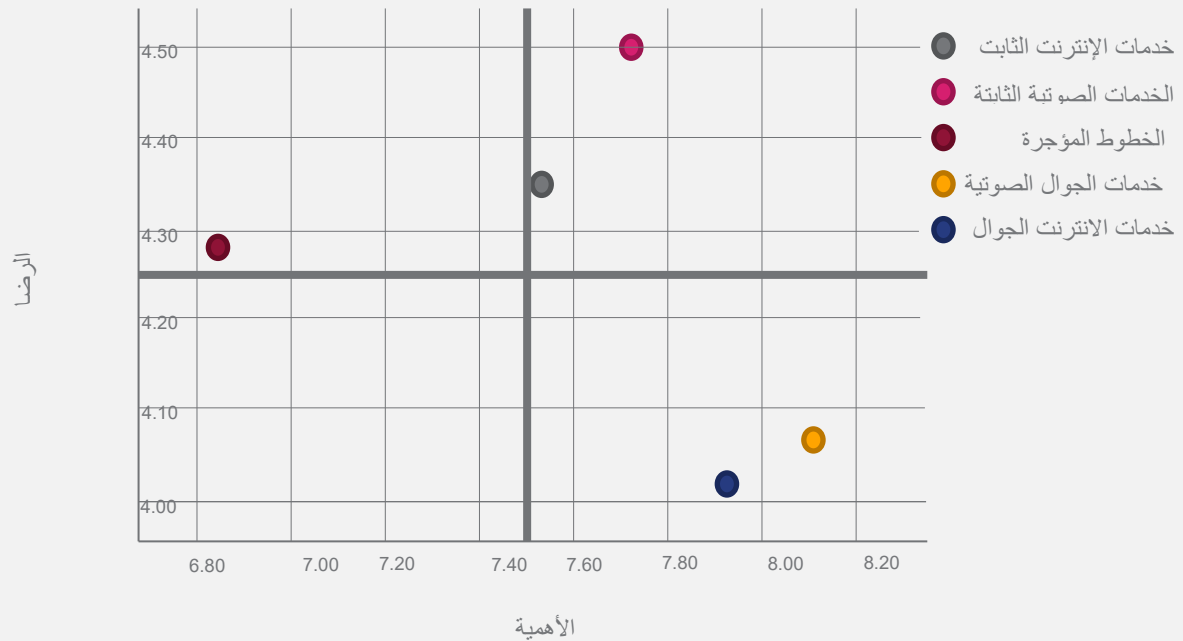
خط الأساس: عدد المستطلعين الذين غيروا مقدم خدمة الاتصالات = 15

4. الدروس الرئيسية بالنسبة لهيئة تنظيم الاتصالات

4.1. تحليل الأهمية-الرضا

تم إجراء تحليل للأهمية-الرضا لقياس مستويات رضا العملاء عن مختلف خدمات الاتصالات المقدمة للشركات. توضح المصفوفة أدناه أهمية كل خدمة من الخدمات الخمس ومستوى رضا المستطلعين عنها. على الرغم من أن خدمات الجوال الصوتية وخدمات الإنترنت الجوال هما من أهم الخدمات للمستخدمين، فإنهما حظيا بأدنى درجات الرضا، مما يعني وجود فرصة أمام مقدمي الخدمات لتحسين عروضهم من أجل زيادة رضا المستخدمين. حظيت الخطوط المؤجرة والهاتف الثابت (مكالمات وإنترنت) بمستوى مناسب من الرضا مقارنة بأهميتهما في تصورات المستطلعين.

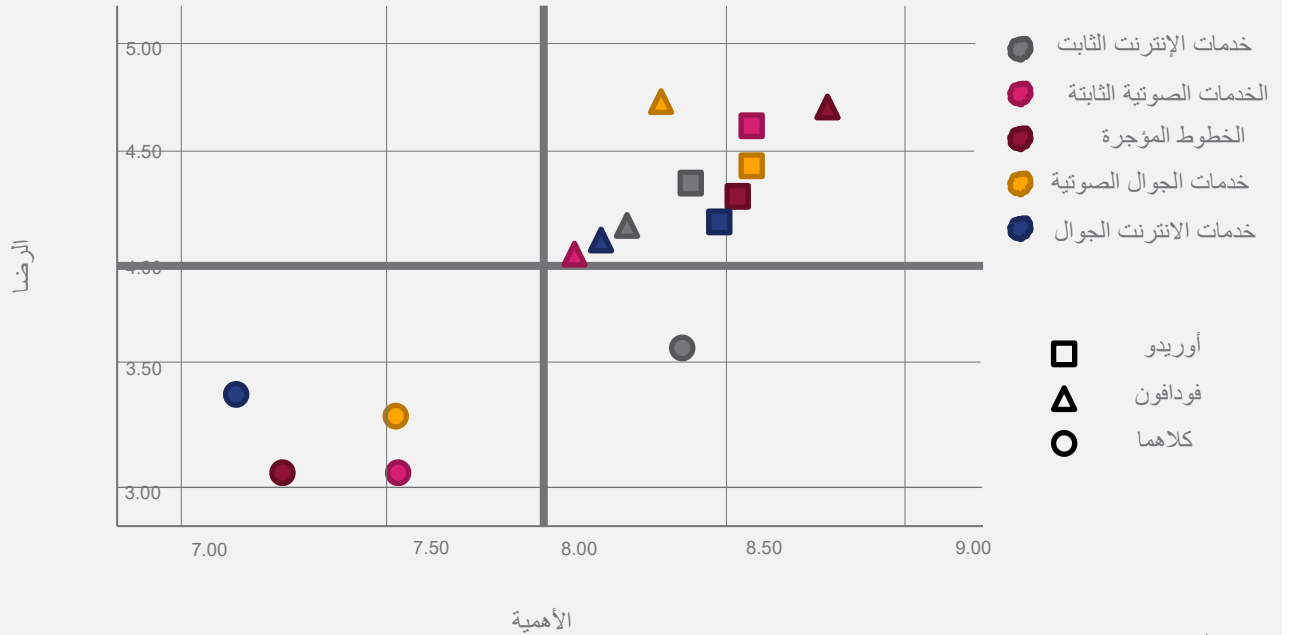
الشكل 66: مصفوفة الأهمية*الرضا لكل خدمة من خدمات الاتصالات



خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

يوضح الشكل أدناه مصفوفة الأهمية-الرضا مقارنة حسب مقدم الخدمة، مما يساعد في فهم أي اختلافات في مستويات الرضا بحسب مقدم الخدمة. اعتبر مشتركو أوريدو والخدمات الصوتية الثابتة وخدمات الجوال الصوتية ذات أهمية كبيرة. مع ذلك، كانوا راضين عن الخدمات الصوتية الثابتة أكثر من خدمات الجوال الصوتية. وعلى الرغم من أن خدمات الخطوط المؤجرة وخدمات الإنترنت الجوال ليست مهمة بالنسبة لمستخدمي أوريدو، فقد كان المستعملون أقل رضا عن هذه الخدمات من رضاءهم عن خدمات الإنترنت الثابت. أما مستخدمي فودافون قطر، فقد اعتبروا خدمات الخطوط المؤجرة ذات أهمية قصوى، تليها خدمات الجوال الصوتية، وسجلت كلتا الخدمتين مستويات رضا متساوية. وكانت بقية الخدمات أقل أهمية لمستخدمي فودافون قطر وتراجع الرضا عنها مع تراجع أهميتها.

الشكل 67: مصفوفة الأهمية*الرضا لكل خدمة من الخدمات حسب مقدم الخدمة



سجل المستطلعون المشتركون في أوريديو وفودافون قطر معاً في جميع الخدمات درجات رضا أقل من المشتركين في واحدة فقط من الشركتين. ولكن المشتركين في كلا الشركتين لم يعطوا أهمية كبيرة لخدمات الإنترنت الجوال و الخطوط المؤجرة وخدمات الجوال الصوتية و الخدمات الصوتية الثابتة. وأعطى المستطلعون أهمية أكبر نسبياً لخدمات الإنترنت الثابت من فودافون قطر وأوريديو، ولكن رضاهم عن الخدمات المقدمة بقي أقل من رضا المشتركين في إحدى الشركتين فقط.

4.2. النتائج الرئيسية والآثار المترتبة عليها

عموماً، تخلص نتائج الدراسة إلى ثلاث ملاحظات رئيسية كما هو مبين أدناه:

- 1) الخدمات الثابتة أفضل عموماً من خدمات الجوال: أبدى مستهلكو قطاع الأعمال عموماً مستويات رضا عن تقديم الخدمات الثابتة أعلى من رضاهم عن خدمات الجوال خصوصاً في الجوانب المهمة مثل جودة الصوت ووضوحه وسرعة البيانات وجودة مقاطع الفيديو وسرعتها.
- 2) أهمية خدمات الجوال تفوق أهمية الخدمات الثابتة: على الرغم من الفرق في مستوى جودة الخدمات، هناك عدد أكبر من مستهلكي قطاع الأعمال يعتبرون خدمات الجوال أكثر أهمية بقليل من الخدمات الثابتة. وهذا يستدعي ضرورة التمييز أكثر من الخدمتين لإغناء المنافسة في السوق ومنع أي انتهاكات محتملة لها في المستقبل.
- 3) الشركات المتناهية الصغر غير قادرة بطبيعتها على زيادة الاستفادة من الخدمات المتاحة: معظم الشركات المتناهية الصغر لا تعمل على مستوى منشآت لأنها تضم أقل من عشرة عاملين. لذلك، من الضروري تعميق فهم آلية عمل هذه الشركات وكيف يمكن لمقدمي خدمات الاتصالات تصميم خدمات ومنتجات مخصصة لتلبية احتياجات عملياتها ذات النطاق الضيق.

يعرض الجدول 77 النتائج الرئيسية للدراسة وآثارها المحتملة.

الجدول 77: النتائج الرئيسية والآثار المترتبة عليها

الآثار المترتبة	النتائج
سوق الاتصالات للشركات في قطر	
تمتلك قطر سوقاً ثابتاً ملائم لقطاع الأعمال حيث تحقق مؤشرات اقتصادية إيجابية وقوية.	تمتلك قطر سوقاً ثابتاً ملائم لقطاع الأعمال حيث تحقق مؤشرات اقتصادية إيجابية وقوية.
- فهي تحتل المرتبة الخامسة في نصيب الفرد من الدخل القومي الإجمالي.	- فهي تحتل المرتبة الخامسة في نصيب الفرد من الدخل القومي الإجمالي.
- وتحتل المرتبة الأولى بين جميع بلدان المقارنة من حيث الادخار القومي الإجمالي الذي يصل إلى 50.2% من الناتج المحلي الإجمالي.	- وتحتل المرتبة الأولى بين جميع بلدان المقارنة من حيث الادخار القومي الإجمالي الذي يصل إلى 50.2% من الناتج المحلي الإجمالي.
- وبحسب تقرير التنافسية العالمي لعام 2019، احتلت قطر المرتبة 30 في الأداء الاقتصادي.	- وبحسب تقرير التنافسية العالمي لعام 2019، احتلت قطر المرتبة 30 في الأداء الاقتصادي.
- فالشركات تنمو بوتيرة غير مسبوقه تصل إلى 13.4% بين 2016 و2017.	- فالشركات تنمو بوتيرة غير مسبوقه تصل إلى 13.4% بين 2016 و2017.
- ويبلغ معدل النمو الاقتصادي 3% في عام 2019 وكذلك هي تقديرات عام 2020.	- ويبلغ معدل النمو الاقتصادي 3% في عام 2019 وكذلك هي تقديرات عام 2020.
وقطاع الاتصالات من أكبر المرشحين للاستفادة من هذه التطورات.	وقطاع الاتصالات من أكبر المرشحين للاستفادة من هذه التطورات.
المعرفة بوجود هيئة تنظيم الاتصالات والتصورات عنها	
<p>➤ لا تزال هيئة تنظيم الاتصالات نسبياً غير معروفة لأغلبية مستهلكي قطاع الأعمال (54%). ويوصفها جهة منظمة تستطيع تمكين مستهلكي قطاع الأعمال، على هيئة تنظيم الاتصالات زيادة التعريف بعلامتها التجارية أكثر من مقدمي الخدمات في قطر: أوريدو وفودافون قطر.</p> <p>➤ ولا يزال الاعتراف بأهمية الهيئة متمحوراً بدرجة كبيرة حول وظائفها الأساسية. ولكن يتعين أيضاً على مستهلكي قطاع الأعمال التعرف أكثر على وظائف الهيئة، وبالتحديد:</p> <p>1. ضمان امتلاك قطر سوق اتصالات تنافسي ومتطور تكنولوجياً (67%)، بزيادة 38% عن عام 2015).</p> <p>2. وضع معايير الجودة ومراقبة الامتثال (67%)، بزيادة 38% عن عام 2015).</p> <p>3. إجراءات إحالة الشكاوى (57%)، بزيادة 33% عن عام 2015).</p> <p>إن امتلاك معرفة وفهم أفضل بالهيئة ووظائفها الرئيسية عامل حاسم في حماية مستهلكي قطاع الأعمال من الممارسات غير العادلة في قطاع الاتصالات.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • شهدت المعرفة بوجود هيئة تنظيم الاتصالات زيادة طفيفة (من 41% في عام 2015 إلى 46% في عام 2019). • وبسبب تزايد الوعي، ازدادت المعرفة بمهام الهيئة: <p>1. حماية المستهلكين من الممارسات المضللة وغير العادلة (81%)، بزيادة 40% عن عام 2015).</p> <p>2. تنظيم سوق الاتصالات وقطاع الاتصالات (76%)، بزيادة 39% عن عام 2015).</p> <p>3. ضمان الإدارة والتوزيع الفعالين لخدمات الاتصالات (69%)، بزيادة 39% عن عام 2015).</p>

استخدامات عملاء قطاع الأعمال

- ويرتبط تنوع الخدمات ارتباطاً مباشراً بحجم الشركة. كما يتوقف استخدام الخدمات وملاءمتها على فئة الشركة والقطاع الذي تعمل فيه.
- ولذلك، لا يزال استخدام الخدمات محدوداً تماماً ويندر فيه التعامل مع المنتجات والخدمات الأكثر ابتكاراً على مستوى الشركات.
- ويبدو أن سوق الشركات مقسم بشكل جيد بين شركتي الاتصالات الوحيدتين في البلاد - فودافون قطر التي تتميز أكثر بأنها أكثر ملائمة للشركات المتناهية الصغر بينما أوريدو هي العلامة التجارية المفضلة لحلول الأعمال الأكثر تخصصاً وتستطيع تلبية احتياجات الصناعات المستقرة والشركات الكبرى.
- ونتيجة لذلك، نرى المنافسة بينهما محدودة غالباً في مختلف أحجام الشركات، خاصةً لأن الاشتراك مع كلا مقدمي الخدمات معاً لا يزال أقل شيوعاً لدى أغلبية الشركات. وهذا قد يقلل نقاط المقارنة بين مستخدمي قطاع الأعمال، خاصة في الجوانب التي تخدم شركاتهم بشكل أفضل أو أقل.
- إن تعزيز المنافسة بين أوريدو وفودافون قطر عنصر بالغ الأهمية لضمان حصول عملاء قطاع الأعمال على خيارات أوسع وأفضل في جميع الخدمات.
- يستفيد مستهلكو قطاع الأعمال من منصات الإنترنت المجانية مثل تطبيقات OTT في تلبية احتياجات التواصل البسيطة في شركاتهم. وتركز تطبيقات OTT على الملاءمة التي تعتبر عاملاً مهماً للشركات وخاصة المتناهية الصغر منها. ولكن مع تصاعد شعبية تطبيقات OTT، تزايد أيضاً الفرص والتحديات التي يتعين على هيئة تنظيم الاتصالات مراقبتها بعناية في المستقبل لتجنب أي شكل محتمل من أشكال سوء التعامل من قبل مقدمي الخدمات والمستهلكين على السواء.
- لا يزال سوق الشركات بدرجة كبيرة خاضعاً لسيطرة أوريدو (92%)، بينما فقط 47% يستخدمون حالياً فودافون قطر. هناك 39% من مستخدمي قطاع الأعمال مشتركون في أوريدو وفودافون قطر معاً.
- و55% من هؤلاء يعتبرون فودافون قطر مقدم الخدمات الرئيسي لديهم. الفئة التي تفضل فودافون أغلبها من الشركات المتناهية الصغر في قطاعات مثل الفنون والترفيه والاستجمام (100%)، والصحة والعمل الاجتماعي (100%)، والزراعة والحراجه والصيد (75%) وخدمات الإقامة والطعام (69%).
- من جهة أخرى، تعتبر أوريدو مقدم الخدمات الرئيسي للشركات العاملة في قطاعات الكهرباء (100%)، والنقل (92%)، والعقارات (90%)، النشاطات المهنية والفنية (75%)، النشاطات الإدارية وخدمات الدعم (73%) والنشاطات المالية (57%).
- لا يزال استخدام الشركات للخدمات مقتصر على الأساسيات ويركز على خدمات الجوال الصوتية (95%)، وخدمات الإنترنت الجوال (94%)، وخدمات الصوتية الثابتة (68%) والإنترنت الثابت (55%). أما الخدمات الأخرى مثل خدمات الأمن (14%) و الخطوط المؤجرة (5%) فهي أقل شعبية.
- وربما كان سبب عدم تفضيل خدمات الأمن عن طريق مقدمي خدمات الاتصالات هو أن عملاء قطاع الأعمال قد يتعاملون مع شركات متخصصة في هذا الشأن. ولكن هناك احتمال كبير أيضاً بأن لا تكون الشركات مشتركة بأي نوع من خدمات الأمن.
- خدمات أوريدو أكثر استخداماً في الخدمات الصوتية الثابتة (85%)، والإنترنت الثابت (90%) و الخطوط المؤجرة (61%) بينما خدمات فودافون أكثر استخداماً في خدمات الجوال الصوتية (67%) و خدمات الإنترنت الجوال (69%).
- وإضافة إلى هذه الخدمات، أشارت الدراسة إلى شعبية تطبيقات OTT (72%) مثل واتساب (99%) التي تعتبر أكثر تطبيقات OTT استخداماً تليها إيمو (50%)، وسكايب (40%) وفايبر (33%).
- ويفضل عملاء قطاع الأعمال تطبيقات OTT لأنها تمكنهم من التواصل مع فريق العاملين ومع الموردين والعملاء (71%)، ومشاركة المعلومات بكفاءة (12%)، وزيادة التنسيق وتخطيط

أهمية الخدمات	
العمل (7%) وتوفر لهم قنوات لترويج الخدمات والمنتجات (5%).	
<ul style="list-style-type: none"> - لا يزال مستهلكو قطاع الأعمال يعملون بناء على الاحتياجات الأساسية لشركاتهم وحسب القطاع الذي ينتمون إليه. - ونظراً لاختلاف الاحتياجات تبعاً لاختلاف حجم الشركة ونوع القطاع، من الضروري جداً فهم أنواع الخدمات الأكثر فائدة للشركات. يساعد هذا في تحديد عروض مقدمي الخدمات لتجنب أي انطباع بأن الخدمات لا تلائم شركاتهم وأن مقدمي الخدمات لا يلبون متطلبات عملهم. - يمكن لهيئة تنظيم الاتصالات أن تشجع مقدمي الخدمات على تقديم حزم خدمات متنوعة أكثر فائدة وملاءمة لشركات معينة. - ومع زيادة توجه مستهلكي قطاع الأعمال نحو التكنولوجيات الجديدة، فإن أهمية خدمات الجوال تتراجع أمام أهمية الخدمات الثابتة، مما يشكل تحدياً هو ضمان تقديم خدمات الجوال بنفس مستوى جودة الخدمات الثابتة. 	<ul style="list-style-type: none"> • سجلت درجات أعلى من الأهمية في الخدمات الأساسية مثل خدمات الجوال الصوتية (89%)، وخدمات الإنترنت الجوال (86%)، والخدمات الصوتية الثابتة (81%) والإنترنت الثابت (76%). • مع ذلك، تستخدم بعض القطاعات خدمات أقل من قطاعات أخرى، مثلاً: <ul style="list-style-type: none"> - المصارف والتأمين تستخدم خدمات الجوال الصوتية بدرجة أقل (83%) - الصناعات التحويلية تستخدم خدمات الإنترنت الجوال بدرجة أقل (83%) - تجارة الجملة/التجزئة تستخدم الخدمات الصوتية الثابتة بدرجة أقل (72%) - الزراعة (66%) وتجارة الجملة/التجزئة (68%) أقل استخداماً للإنترنت الثابت - الكهرباء (0%) والتعليم (35%) أقل استخداماً للخطوط المؤجرة • بالمقابل فإن القطاعات الأكثر استخداماً للخدمات التالية هي: <ul style="list-style-type: none"> - خدمات الجوال الصوتية: التعدين، والكهرباء، وإمدادات المياه وإدارة النفايات، وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والعقارات، والفنون والترفيه - خدمات الإنترنت الجوال: التعدين، وإمدادات المياه وإدارة النفايات، وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات - الخدمات الصوتية الثابتة: التعدين، والكهرباء، وإمدادات المياه وإدارة النفايات، وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات - خدمات الإنترنت الثابت: التعدين، والكهرباء، وإمدادات المياه وإدارة النفايات - الخطوط المؤجرة: التعدين (78%)، والصحة والعمل الاجتماعي (77%) - وعموماً، هناك تحول نحو إعطاء أهمية أكبر لخدمات الجوال: خدمات الجوال الصوتية (زيادة 37% عن عام 2015)، وخدمات الإنترنت الجوال (زيادة 34% عن عام 2015) عن الخدمات الثابتة: الخدمات الصوتية الثابتة (بتراجع 8% عن عام 2015)، والإنترنت الثابت (بتراجع 10%) والخطوط المؤجرة (بتراجع 14%).

الرضا العام

- تراجع الرضا العام بدرجة طفيفة قدرها 1% (من 91% في عام 2015 إلى 90% في عام 2019). ولكن مستوى الرضا ازداد في معظم الخدمات: خدمات الانترنت الجوال (+14%)، والخدمات الصوتية الثابتة (+7%)، والانترنت الثابت (+7%)، و الخطوط المؤجرة (+8%).
- بقيت مستويات الرضا العام ثابتة عموماً. ولأن الرضا العام مرتفع أساساً، من الضروري أن تواصل هيئة تنظيم الاتصالات مراقبة العروض الجديدة لمقدمي الخدمات في السوق.
- ثمة مجال أوسع لتحسين الرضا عن خدمات الجوال ولاسيما في قضايا مثل موثوقية الشبكة والتصورات تجاه قيمة رسوم المكالمات الدولية. انظر القسم اللاحق وبالمثل، لا يزال يتعين على خدمات الجوال أن تجاري الخدمات الثابتة التي يقارن معها معظم عملاء قطاع الأعمال.

خدمات الجوال الصوتية

- هو ثاني أكثر خدمة تلقياً للشكاوى بعد خدمات الانترنت الجوال. وقد سجلت أدنى مستويات الرضا عن هذه الخدمة في موثوقية الشبكة، وبالتحديد في الشحانية (21%).
- أيضاً سجلت هذه الجوانب في خدمات الجوال الصوتية مستويات متدنية من الرضا:
 - التصورات عن القيمة مقابل رسوم التجوال الدولي (48%)
 - التصورات عن القيمة مقابل رسوم المكالمات الدولية (58%)
- ولوحظت معظم المستويات الضعيفة من الرضا في صفوف الشركات المتناهية الصغر: التصورات حيال رسوم المكالمات الدولية (53%) ورسوم التجوال الدولي (46%).
- عموماً، ورغم أن خدمات الجوال الصوتية شهدت تحسناً في معظم جوانب الأداء مقارنة بالخدمات الأخرى، فإنها معدلات تحسنها عن عام 2015 لا تزال أضعف.
 - تغطية الشبكة (+0%)
 - شفافية الأسعار (+3%)
 - سهولة شراء الخدمات (+3%)
 - الخيارات المتاحة لتسديد الفواتير (+5%)
 - وضوح أحكام الخدمة وشروطها (+6%)
 - الزمن اللازم لتفعيل الخدمة (+8%)
 - موثوقية الشبكة (+12%)
 - جودة الصوت ووضوحه (+13%)
- ومع ذلك، لم يتراجع سوى الرضا عن انتظام استلام فواتير خدمات الجوال الصوتية (-1%) عن عام 2015.
- لا تزال موثوقية شبكة خدمات الجوال الصوتية تمثل مشكلة لمعظم عملاء قطاع الأعمال، وهذا يؤثر بطريقة أو بأخرى على تصوراتهم حيال قيمة رسوم المكالمات الدولية.
- وبالمثل، لا يزال العديد من جوانب خدمات الجوال الصوتية بحاجة إلى تطوير لتلبية متطلبات عملاء قطاع الأعمال مثل تغطية الشبكة، وشفافية الأسعار، ووضوح الشروط والأحكام وغيرها.
- إصلاحات أساسية: انخفاض مستوى الرضا إلى أقل من 80%
 - التصورات عن القيمة مقابل رسوم المكالمات الدولية
 - موثوقية الشبكة
 - جودة الصوت ووضوحه
 - وضوح أحكام الخدمة وشروطها

خدمات الإنترنت الجوال

- تعد خدمات الإنترنت الجوال أحد المصادر الرئيسية لعدم رضا عملاء قطاع الأعمال مقارنةً بالخدمات الأخرى.
- والجوانب التي سجلت أدنى مستويات الرضا عن خدمات الإنترنت الجوال هي تلك المتعلقة بالقيمة والدفع.
- من المرجح أن يؤدي التركيز على تبسيط الفواتير وزيادة شفافية الرسوم إلى تحسين الرضا العام عن خدمات الإنترنت الجوال.
- عند مقارنة خدمات الإنترنت الجوال حسب المنطقة، يمكننا ملاحظة مشكلات محددة في بعض البلديات في قطر. فالعملاء في منطقة الشحانية مثلاً هم الأقل رضا عن موثوقية الشبكة.
- ومقدمو الخدمات يركزون في تلك المنطقة على موثوقية الشبكة وسرعة البيانات لتحسين رضا عملاء قطاع الأعمال عن خدماتهم لإنترنت الجوال.
- أبدى عملاء قطاع الأعمال لدى فودافون قطر مستويات رضا أقل من عملاء أوريديو عن خدمات الجوال. ولتحسين مستويات رضا عملاء قطاع الأعمال، يجب على فودافون قطر معالجة المشاكل المتعلقة بالدفع مثل الفواتير ورسوم البيانات، وزيادة خيارات خطط الأسعار.
- ليس هناك فرق كبير في الرضا بين الشركات الصغيرة والكبيرة. ولكن لدى الشركات المتناهية الصغر احتياجات تتعلق أساساً بالفواتير والأسعار.
- ولهذا السبب نجد أن رضاها عن خدمات الإنترنت الجوال ضعيف عموماً وكذلك عن عملية الشراء. وهذا مؤشر على إمكانية اتباع منهجية خاصة مع الشركات الأصغر حجماً في مسائل رسوم البيانات والفواتير تختلف عن تلك المتبعة مع الشركات الكبيرة.
- هو الخدمة الأكثر تلقياً للشكاوى (48%). فمقارنة بالخدمات الأخرى، سجلت خدمات الإنترنت الجوال أدنى درجات الرضا في الجوانب التالية:
 - التصورات عن القيمة مقابل رسوم البيانات (57%)
 - دقة الفواتير (68%)
 - سهولة فهم الفواتير (70%)
 - شفافية الأسعار (71%)
 - انتظام استلام الفواتير (71%)
 - الخيارات المتاحة لتسديد الفواتير (72%)
 - الزمن اللازم لتفعيل الخدمة (73%)
 - سرعة البيانات (74%)
 - موثوقية الشبكة (75%)
 - جودة مقاطع الفيديو وسرعتها (75%)
 - سهولة شراء الخدمات (75%)
- كانت مشاكل الرضا المتعلقة بموثوقية الشبكة وسرعة البيانات أكثر وضوحاً في الشحانية.
- بالمقابل، تعاني فودافون قطر أيضاً من انخفاض درجات الرضا عن خدمات الإنترنت الجوال، خاصة في موثوقية الشبكة وتصورات القيمة مقابل الرسوم الشهرية ورسوم البيانات وتنوع خطط الأسعار المعروضة ووضوح الشروط والأحكام والزمن اللازم لتفعيل الخدمة.
- من ناحية حجم الشركة، كان مستوى الرضا منخفضاً عموماً بين الشركات المتناهية الصغر في مجالات مثل التصورات حيال قيمة الرسوم الشهرية (65%) ورسوم البيانات (52%) وشفافية الأسعار (66%) وسهولة شراء الخدمات (68%) والزمن اللازم لتفعيل الخدمة (69%) والخيارات المتاحة لتسديد الفواتير (68%) وانتظام استلام الفواتير (65%) ودقة الفواتير (64%) وسهولة فهم الفواتير (65%).

الخدمات الصوتية الثابتة

- ورغم وجود مستويات عالية من الرضا عن الخدمات الصوتية الثابتة فإن التصورات عن القيمة مقابل المال لا تزال مشكلة رئيسية في هذه الخدمة. ولذلك يحتاج عملاء قطاع الأعمال لمزيد من التوعية بشأن آلية تحديد الرسوم.
- ويتعين على هيئة تنظيم الاتصالات أيضاً مراقبة كيف يحدد مقدمو الخدمات أسعارهم المعروضة على مستهلكي قطاع الأعمال للتأكد من التزامها بالمعايير والمحافظة عليها.
- يمكن أن تدرس الهيئة حزمياً أكثر تنافسية في تحديد رسوم المكالمات الدولية.

- سجلت مستويات عالية من الرضا عن الخدمات الصوتية الثابتة في جميع جوانب الأداء. ولوحظت أعلى المستويات في الجوانب التالية:
 - التصورات عن القيمة مقابل الرسوم (79%)
 - دقة الفواتير (80%)
 - سهولة فهم الفواتير (82%)
 - تنوع خطط الأسعار المعروضة (87%)
 - شفافية الأسعار (88%)
 - الخيارات المتاحة لتسديد الفواتير (88%)
 - وضوح أحكام الخدمة وشروطها (90%)
 - الزمن اللازم لتفعيل الخدمة (90%)
 - خيارات مدة العقد (90%)
 - جودة الصوت ووضوحه (94%)
 - سهولة شراء الخدمات (94%)
 - توفر الخدمة (95%)
- لوحظت مستويات أعلى من الرضا عن أوريدو خاصة في التصورات عن القيمة مقابل أسعار التركيب، والرسوم الشهرية، ورسوم المكالمات الدولية، وتنوع خطط الأسعار المعروضة، ووضوح أحكام الخدمة وشروطها، وشفافية الأسعار، وسهولة شراء الخدمات، والزمن اللازم لتفعيل الخدمة، وخيارات مدة العقد، والخيارات المتاحة لتسديد الفواتير، وسهولة فهم الفواتير.
- ولكن الخدمات الصوتية الثابتة سجلت درجات أقل قليلاً من الرضا عن الجوانب التالية:
 - التصورات عن القيمة مقابل رسوم المكالمات الدولية (54%)
 - التصورات عن القيمة مقابل أسعار التركيب (67%)
- وكانت المشاكل المتعلقة بهذه الجوانب أكثر وضوحاً بين الشركات المتناهية الصغر والشركات الصغيرة والمتوسطة.

خدمات الإنترنت الثابت

<p>➤ سجلت خدمات الإنترنت الثابت أداء ممتازاً مقارنة بأداء خدمات الإنترنت الجوال ولاسيما في جودة مقاطع الفيديو وسرعتها، وسرعة البيانات، وتوفر الخدمة.</p> <p>➤ يمكن لهيئة تنظيم الاتصالات إجبار مقدمي الخدمات على تقديم مستوى الجودة نفسه في خدمات الجوال. فهذا من شأنه ضمان منافسة عادلة بين هذه الفئات من خدمات الإنترنت.</p> <p>➤ إصلاحات أساسية:</p> <ul style="list-style-type: none"> - انخفاض مستوى الرضا إلى أقل من 80% - التصورات عن القيمة مقابل أسعار التركيب - التصورات عن القيمة مقابل رسوم البيانات 	<ul style="list-style-type: none"> ● ومثل الخدمات الصوتية الثابتة، سجلت خدمات الإنترنت الثابت مستويات عالية من الرضا ولاسيما في الجوانب التالية: <ul style="list-style-type: none"> - جودة مقاطع الفيديو وسرعتها (91%) - سرعة البيانات (92%) - توفر الخدمة (93%) ● ولكن لوحظت درجات أقل من الرضا عن: <ul style="list-style-type: none"> - التصورات عن أسعار التركيب (58%) - التصورات عن القيمة مقابل رسوم البيانات (61%) - دقة الفواتير (76%) - الخيارات المتاحة لتسديد الفواتير (82%)
---	---

الخطوط المؤجرة

<p>➤ كان رضا مستهلكي قطاع الأعمال عن خدمات الخطوط المؤجرة أعلى نسبياً ولم تسجل شكاوى كثيرة عن هذه الخدمة. مع ذلك، ثمة فرصة أمام مقدمي الخدمات لتحسين الرضا أكثر إذا ركزوا على تقديم خطط أسعار تفصيلية وخيارات أكثر لمدة العقد.</p> <p>➤ وكما هو متوقع، سجلت الشركات الأصغر حجماً مستويات أقل من الرضا عن الجوانب المتعلقة بأسعار التركيب، والرسوم الشهرية، وتنوع خطط الأسعار المعروضة.</p> <p>➤ إن تقديم مجموعة مبسطة وتفصيلية من خطط الأسعار إلى الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة يزيد مستوى رضاها عن خدمات الخطوط المؤجرة.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● الخطوط المؤجرة هي الخدمة الأقل تلقياً للشكاوى. وقد سجلت درجات عالية من الرضا عن توفر الخدمة، وموثوقية الشبكة، وسرعة البيانات، وانتظام استلام الفواتير، ودقة الفواتير. ● ولكن مستويات الرضا عن هذه الخدمة ضعيفة تماماً في الجوانب التالية: <ul style="list-style-type: none"> - خيارات مدة العقد (63%) - التصورات عن القيمة مقابل أسعار التركيب (60%) - وضوح أحكام الخدمة وشروطها (59%) - تنوع خطط الأسعار المعروضة (58%) ● وتختلف درجات الرضا تبعاً لاختلاف حجم الشركة. فقد سجلت درجات متدنية في: <ul style="list-style-type: none"> - التصورات عن القيمة مقابل أسعار التركيب (صغيرة: 56%؛ كبيرة: 44%) - التصورات عن القيمة مقابل الرسوم الشهرية (صغيرة: 71%؛ كبيرة: 61%) - تنوع خطط الأسعار المعروضة (متناهية الصغر: 48%؛ صغيرة: 50%) - وضوح أحكام الخدمة وشروطها (متناهية الصغر: 50%؛ صغيرة: 72%) - سهولة شراء الخدمات (صغيرة: 67%؛ متوسطة: 72%) - خيارات مدة العقد (متناهية الصغر: 57%؛ صغيرة: 56%) - سهولة الفهم (صغيرة: 69%)
--	--

الملاحق

الملحق (أ): تفاصيل البحث

1) إطار العينة

بحسب آخر تعداد (أبريل 2015)، كان يوجد في دولة قطر 44,439 شركة عاملة في وقت إجراء التعداد. والمقصود بعاملة أن الشركة كانت تعمل بشكل يومي وعمالها يقومون بعملهم كالمعتاد.

وبناء على هذا العدد من مؤسسات الأعمال، تم إجراء المسح باستخدام عينة إجمالية قدرها 1635 شركة.

وبحسب عدد الشركات الكلي البالغ 44,439، فإن حجم العينة (1,635) يسمح بهامش خطأ يبلغ $\pm 3\%$ مع مستوى ثقة 99% وهامش خطأ يبلغ $\pm 2\%$ مع مستوى ثقة 95%. وكلا الهامشين من الخطأ يحققان معايير أفضل الممارسات وهي $\pm 5\%$.

استهدف الاستبيان شريحتين أساسيتين:

- أصحاب قرار شراء خدمات الاتصالات و/أو تنفيذها ضمن الشركة.
 - مستخدمون نهائيون لخدمات الاتصالات ليسوا من أصحاب قرار شراء هذه الخدمات و/أو استخدامها ضمن الشركة.
- وتم تحديد من يحققون معايير المشاركة عبر توجيه سؤال اختبار موجود في القسم الأول من استبيان الدراسة الاستطلاعية. فالمشارك المؤهل هو الذي يختار أحد العبارات التالية:

- أنا على اطلاع كامل على استخدام خدمة الاتصالات ضمن الشركة، وأنا صاحب قرار في شراء هذه الخدمات و/أو استخدامها.
- أنا على اطلاع كامل على استخدام خدمات الاتصالات ضمن القسم المعني في الشركة ولكنني لست صاحب قرار في شراء هذه الخدمات و/أو استخدامها.
- أنا على اطلاع جزئي على استخدام خدمات الاتصالات ضمن الشركة ولكنني صاحب قرار في شراء هذه الخدمات و/أو استخدامها.

تم تطبيق سقف ميسرة أثناء جمع البيانات بناءً على بيانات تعداد مؤسسات الأعمال لعام 2015. وطُبقت هذه السقف بناءً على ما يلي:

- قطاع الصناعة
- قطاع الأعمال
- حجم الشركة (عدد الموظفين)

- الموقع الجغرافي (البلدية)

(2) منهجية الدراسة الاستطلاعية

بعد الموافقة على الاستبيان، تم إجراء اختبار تجريبي للتحقق من صلاحيته. أجري الاختبار على 10 مستطلعين وتم تضمين نتائجهم في البيانات النهائية الكاملة بعد التحقق منها.

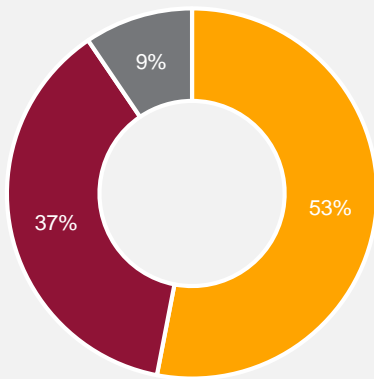
أجري الاستبيان في أماكن عمل المستطلعين وفي الموعد الملائم لهم. وفي معظم الحالات تم الاتفاق مسبقاً مع المستطلع على يوم وتوقيت إجراء المقابلة. وتعين على منظم المقابلة الحصول من الشركة على أي دليل على حصول المقابلة لاستخدامه كطريقة في تتبع استكمال الاستبيان. وكان الدليل إما بطاقة عمل الشخص المستطلع أو وثيقة أخرى تحمل ختم الشركة.

وقدمت هيئة تنظيم الاتصالات خطاباً رسمياً يخول إنتلجنس قطر بإجراء الدراسة نيابة عن الهيئة ويطلب من مستهلكي قطاع الأعمال المشاركة في هذه الدراسة المهمة استراتيجياً.

(3) توزيع العينة

أجريت مقابلات مع 1635 شخصاً. كان 62% من المقابلات مع أصحاب قرار شراء خدمات الاتصالات و/أو تنفيذها ضمن الشركة و37% منها مع مستخدمين نهائيين ليسوا أصحاب قرار شراء خدمات الاتصالات و/أو تنفيذها ضمن الشركة (انظر الشكل 68).

الشكل 68: نبذة عن المشاركين حسب مستوى اطلاعهم على خدمات الاتصالات في شركاتهم وعلاقتهم باتخاذ قرار شرائها

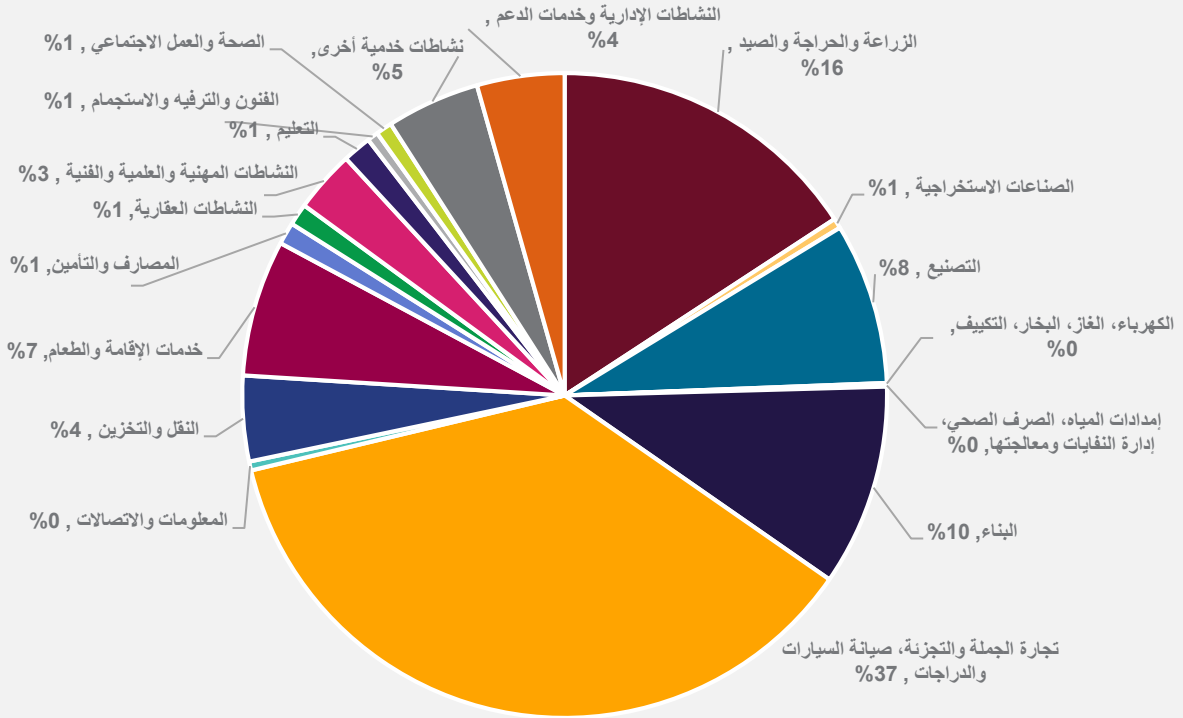


- أنا على اطلاع كامل على استخدام خدمة الاتصالات ضمن الشركة، وأنا صاحب القرار في شراء هذه الخدمات و/أو استخدامها
- أنا على اطلاع كامل على استخدام خدمات الاتصالات ضمن القسم المعني في الشركة ولكنني لست صاحب القرار في شراء هذه الخدمات و/أو استخدامها
- أنا على اطلاع جزئي على استخدام خدمات الاتصالات ضمن الشركة ولكنني أنا صاحب القرار في شراء هذه الخدمات و/أو استخدامها

سؤال: سأقرأ الآن بعض العبارات، وأرجو أن تخبرني عن العبارة الأكثر تعبيراً عن موقفك؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

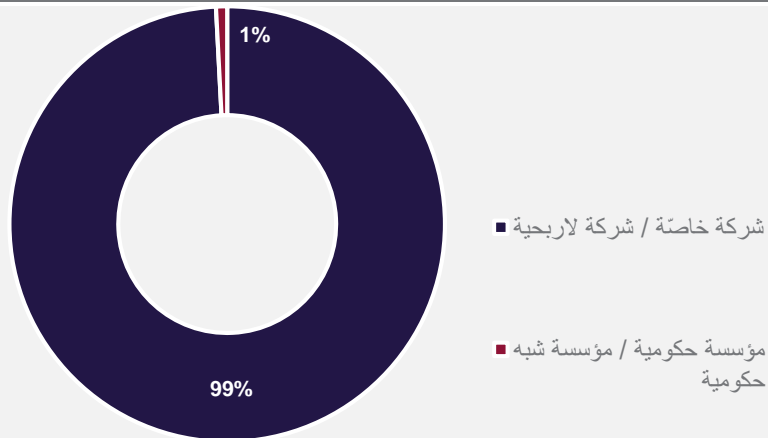
تُظهر الأشكال 69-72 معلومات عن المستطلعين حسب القطاع الصناعي وقطاع الأعمال وحجم الشركة والموقع الجغرافي. وكما ذكر آنفاً، تم تطبيق سقوف لجعل العينة تمثيلية للفئة المستهدفة من مستهلكي قطاع الأعمال في قطر.

الشكل 69: معلومات عن المستطلعين حسب القطاع الصناعي



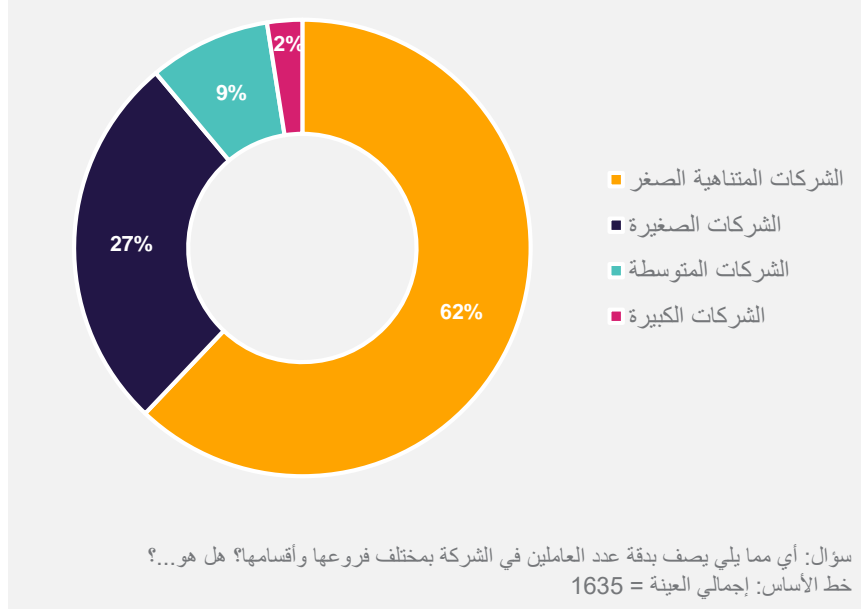
سؤال: ما القطاع الذي تعمل فيه شركتكم؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

الشكل 70: معلومات عن المستطلعين حسب قطاع الأعمال

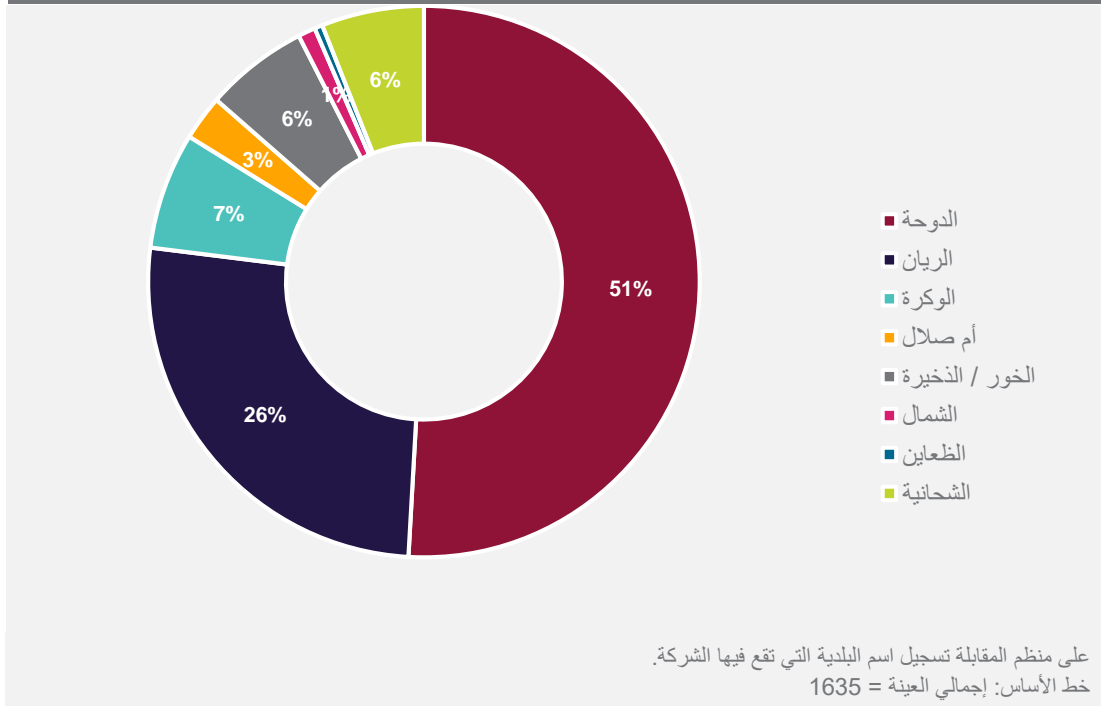


سؤال: أي مما يلي يصف شركتكم بدقة؟ هل هي...؟
خط الأساس: إجمالي العينة = 1635

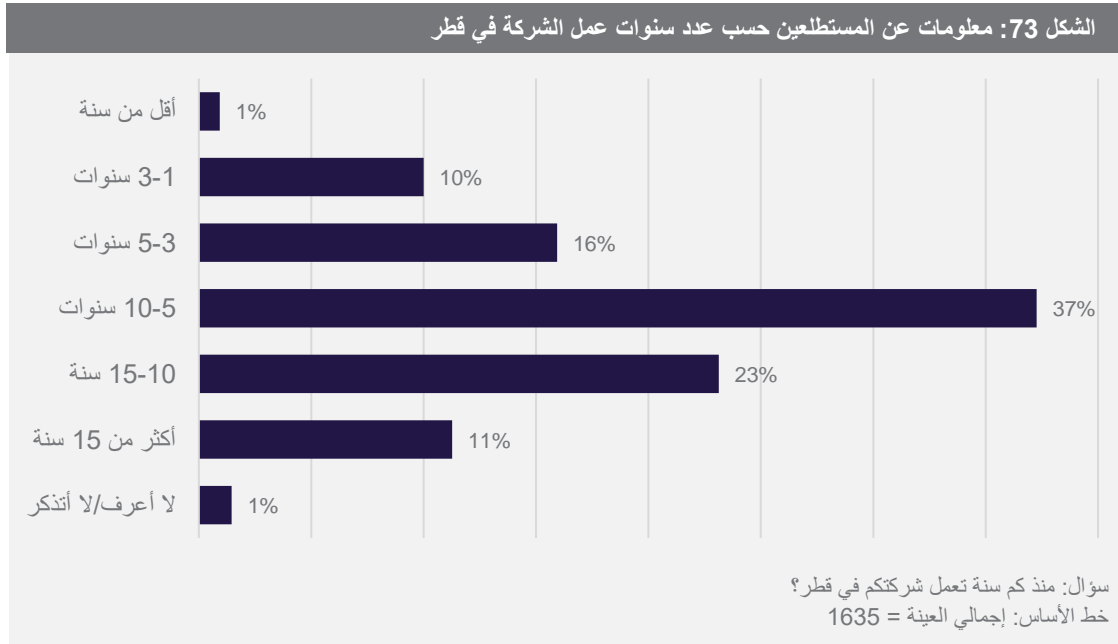
الشكل 71: معلومات عن المستطلعين حسب حجم الشركة



الشكل 72: معلومات عن المستطلعين حسب الموقع الجغرافي



يعمل أكثر من ثلث المستطلعين (37%) في شركة تعمل في قطر منذ أكثر من خمس سنوات وحتى عشر سنوات. ويعمل ثلث آخر (34%) في شركة تعمل في قطر منذ أكثر من عشر سنوات.



يُظهر الجدول 78 وسطي عدد الفروع التي تملكها الشركات المستطلعة داخل قطر وخارجها.

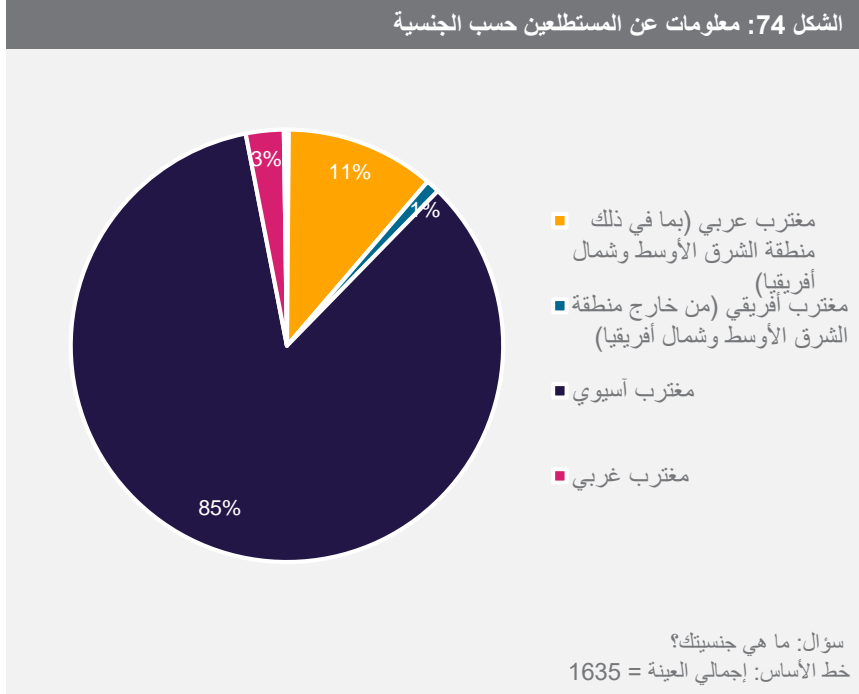
الجدول 78: متوسط عدد الفروع

متوسط	
1.37	عدد الفروع في قطر
1.09	عدد الفروع خارج قطر
2.46	إجمالي عدد الفروع

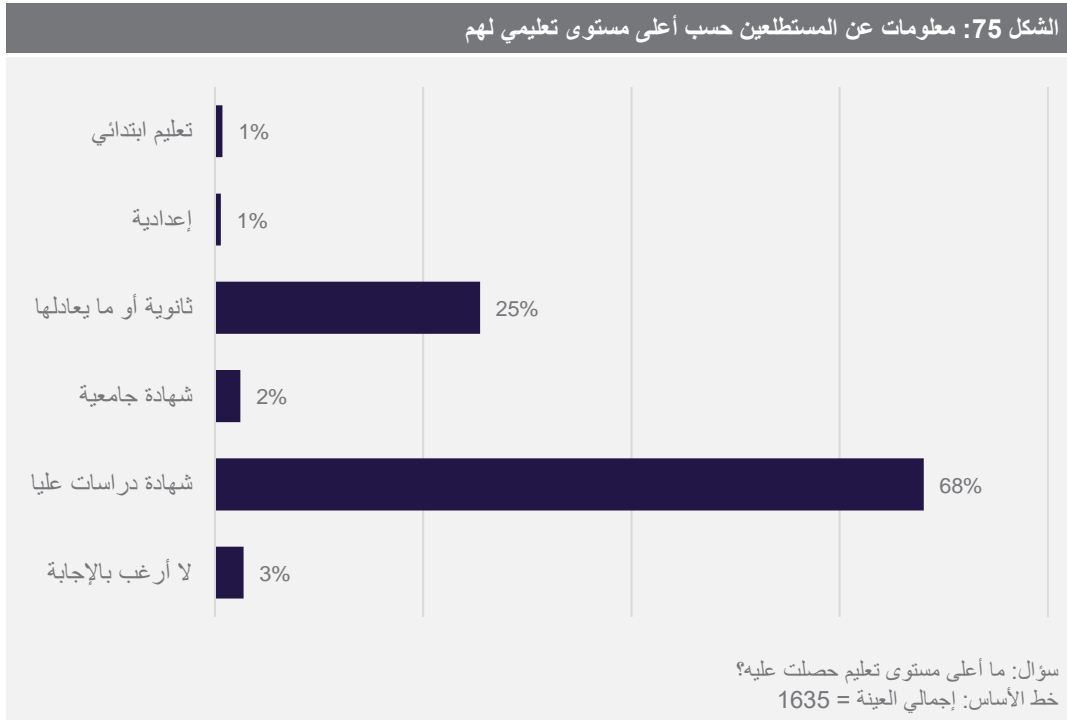
سؤال: كم فرع تملك شركتكم (مع هذا الفرع)، داخل قطر وخارجها؟
خط الأساس: عدد المستطلعين الذين ذكروا عدد الفروع في شركاتهم = 1635

الأشخاص الذين شاركوا في الاستبيان هم بشكل رئيسي من المغتربين الآسيويين (86%) وأفراد حاصلين على شهادة دراسات عليا (68%). يُظهر الشكلان 74 و75 معلومات عن المستطلعين حسب الجنسية وحسب أعلى مستوى تعليمي لهم.

الشكل 74: معلومات عن المستطلعين حسب الجنسية



الشكل 75: معلومات عن المستطلعين حسب أعلى مستوى تعليمي لهم



(4) طريقة التوزيع (الوزن)

لضمان تمثيل دقيق لشريحة الشركات في قطر، تم توزيع (وزن) عينة الدراسة وفق المقاييس المعتمدة في القطاعات. وحسبت الأوزان بتقسيم الأوزان النظرية أو المثالية (النسب ضمن الشريحة المستهدفة) على الأوزان الفعلية المسجلة (النسب ضمن عينة الدراسة). يُظهر الجدول 79 الأوزان المستخدمة لتعديل العينة المجمعة.

الجدول 79: الأوزان وتعديل العينة				
قطاع الصناعة	إجمالي الشريحة	العينة المحققة	الوزن	العينة المعدلة
الزراعة والحراثة والصيد	%16	%10	1.6131	%16
الصناعات الاستخراجية	%1	%0	1.6409	%1
التصنيع	%8	%8	1.0503	%8
الكهرباء، الغاز، البخار، التكييف	%0	%0	0.3679	%0
إمدادات المياه، الصرف الصحي، إدارة النفايات ومعالجتها	%0	%0	0.9382	%0
البناء	%10	%9	1.0868	%10
تجارة الجملة والتجزئة، صيانة السيارات والدراجات	%37	%38	0.9574	%37
المعلومات والاتصالات	%0	%2	0.2929	%0
النقل والتخزين	%4	%4	0.9861	%4
خدمات الإقامة والطعام	%7	%6	1.0855	%7
المصارف والتأمين	%1	%2	0.6242	%1
النشاطات العقارية	%1	%1	0.8532	%1
النشاطات المهنية والعلمية والفنية	%3	%5	0.6676	%3
التعليم	%1	%1	1.0206	%1
الفنون والترفيه والاستجمام	%1	%0	1.1222	%1
الصحة والعمل الاجتماعي	%1	%1	0.8278	%1
نشاطات خدمية أخرى	%5	%5	0.9687	%5
النشاطات الإدارية وخدمات الدعم	%4	%7	0.646	%4
إجمالي	%100	%100	-	%100

الملحق (ب): قائمة الاختصارات

هيئة تنظيم الاتصالات	CRA
الدخل القومي الإجمالي	GNI
الناتج المحلي الإجمالي	GDP
إنترنت الأشياء	IoT
تطبيقات ال Over-The Top	OTT
مقابلات شخصية بمساعدة الكمبيوتر	CAPI
الاتصال الدولي المباشر	IDD
تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	ICT
التبديل متعدد البروتوكولات	MPLS
الشبكة الافتراضية الخاصة في بروتوكول الإنترنت	IPVPN
تواصل جهاز إلى جهاز	M2M
الاستجابة الصوتية التفاعلية	IVR
الشركات الصغيرة والمتوسطة	SME

الملحق (ج): قائمة الأشكال

صفحة	
19	الشكل 1: نصيب الفرد من الدخل القومي الإجمالي (دولار أمريكي)
26	الشكل 2: المعرفة بوجود هيئة تنظيم الاتصالات
27	الشكل 3: نطاق عمل هيئة تنظيم الاتصالات
29	الشكل 4: مقدمو خدمات الاتصالات
29	الشكل 5: مقدم خدمات الاتصالات الرئيسي
32	الشكل 6: استخدام خدمات الاتصالات
32	الشكل 7: الدخول إلى الإنترنت الثابت
34	الشكل 8: مقدم خدمات الاتصالات
36	الشكل 9: استخدام تطبيقات OTT
37	الشكل 10: تطبيقات OTT المستخدمة في الشركات
37	الشكل 11: أسباب استخدام تطبيقات OTT
38	الشكل 12: أهمية خدمات الاتصالات
41	الشكل 13: الرضا العام عن خدمات الاتصالات
42	الشكل 14: الرضا عن خدمات الاتصالات حسب نوع الخدمة
44	الشكل 15: الرضا عن تغطية الشبكة
46	الشكل 16: الرضا عن توفر الخدمات
48	الشكل 17: الرضا عن موثوقية الشبكة
50	الشكل 18: الرضا عن جودة الصوت ووضوحه
52	الشكل 19: الرضا عن سرعة البيانات
54	الشكل 20: الرضا عن جودة مقاطع الفيديو وسرعتها
56	الشكل 21: التصورات عن القيمة مقابل أسعار التركيب
57	الشكل 22: التصورات عن القيمة مقابل الرسوم الشهرية
59	الشكل 23: التصورات عن القيمة مقابل رسوم المكالمات الدولية
60	الشكل 24: التصورات عن القيمة مقابل رسوم التجوال الدولي
62	الشكل 25: التصورات عن القيمة مقابل رسوم البيانات
63	الشكل 26: الرضا عن خطط الأسعار المعروضة
65	الشكل 27: الرضا عن وضوح أحكام الخدمة وشروطها
68	الشكل 28: الرضا عن شفافية الأسعار
70	الشكل 29: المعرفة بنشر تعرفه الخدمات
71	الشكل 30: الحصول على معلومات التعرف
72	الشكل 31: الرضا عن سهولة شراء الخدمات
74	الشكل 32: الرضا عن الزمن اللازم لتفعيل الخدمة
76	الشكل 33: الرضا عن خيارات العقود ومدتها
79	الشكل 34: الرضا عن الخيارات المتاحة لتسديد الفواتير
81	الشكل 35: استلام فواتير الاتصالات
82	الشكل 36: تسديد فواتير الاتصالات
82	الشكل 37: الرضا عن انتظام استلام الفواتير
85	الشكل 38: الرضا عن دقة الفواتير
87	الشكل 39: الرضا عن سهولة فهم الفواتير
89	الشكل 40: التعامل مع فريق خدمة العملاء
89	الشكل 41: الرضا العام عن فريق خدمة العملاء
90	الشكل 42: الرضا عن أداء فريق خدمة العملاء
91	الشكل 43: التعامل مع الفريق الفني
91	الشكل 44: الرضا العام عن الفريق الفني
92	الشكل 45: الرضا عن أداء الفريق الفني
93	الشكل 46: التعامل مع مدير الحساب
93	الشكل 47: الرضا العام عن مدير الحساب
94	الشكل 48: الرضا عن أداء مدير الحساب
96	الشكل 49: تقديم الشكوى إلى مقدم الخدمة
96	الشكل 50: الخدمات التي قدم المستطعون شكوى بخصوصها
98	الشكل 51: أسباب تقديم شكوى بشأن خدمات الجوال الصوتية

98	الشكل 52: أسباب تقديم شكوى بشأن خدمات الإنترنت الجوال
99	الشكل 53: أسباب تقديم شكوى بشأن الخدمات الصوتية الثابتة
99	الشكل 54: أسباب تقديم شكوى بشأن خدمات الإنترنت الثابت
100	الشكل 55: طرق تقديم الشكوى إلى مقدم الخدمة
100	الشكل 56: معالجة الشكوى
101	الشكل 57: الرضا عن الجوانب المتعلقة بخدمات إحالة الشكاوى
102	الشكل 58: تقديم الشكوى إلى هيئة تنظيم الاتصالات
103	الشكل 59: الإعلانات المضللة
103	الشكل 60: أسباب الاعتقاد بوجود إعلانات مضللة
104	الشكل 61: مقدمو الخدمات الذين ينشرون إعلانات مضللة
104	الشكل 62: الرضا عن العوامل المتعلقة بإعلانات الاتصالات
105	الشكل 63: المنافسة في سوق الاتصالات في قطر
107	الشكل 64: تغيير مقدم خدمات الاتصالات
108	الشكل 65: أسباب تغيير مقدم خدمة بآخر
109	الشكل 66: مصفوفة الأهمية*الرضا لكل خدمة من خدمات الاتصالات
110	الشكل 67: مصفوفة الأهمية*الرضا لكل خدمة من الخدمات حسب مقدم الخدمة
120	الشكل 68: نبذة عن المشاركين حسب مستوى اطلاعهم على خدمات الاتصالات في شركاتهم وعلاقتهم باتخاذ قرار شرائها
121	الشكل 69: معلومات عن المستطلعين حسب القطاع الصناعي
121	الشكل 70: معلومات عن المستطلعين حسب قطاع الأعمال
122	الشكل 71: معلومات عن المستطلعين حسب حجم الشركة
122	الشكل 72: معلومات عن المستطلعين حسب الموقع الجغرافي
123	الشكل 73: معلومات عن المستطلعين حسب عدد سنوات عمل الشركة في قطر
124	الشكل 74: معلومات عن المستطلعين حسب الجنسية
124	الشكل 75: معلومات عن المستطلعين حسب أعلى مستوى تعليمي لهم

الملحق (د): قائمة الجداول

صفحة

28	الجدول 1: المعرفة بمهام ومسؤوليات هيئة تنظيم الاتصالات (2019 مقارنة مع 2015)
30	الجدول 2: مقدم خدمات الاتصالات الرئيسي، حسب القطاع الصناعي
31	الجدول 3: مقدم خدمات الاتصالات الرئيسي حسب حجم الشركة
33	الجدول 4: استخدام خدمات الاتصالات، حسب القطاع الصناعي
34	الجدول 5: استخدام خدمات الاتصالات حسب حجم الشركة
35	الجدول 6: استخدام خدمات الاتصالات حسب مقدم الخدمة
36	الجدول 7: استخدام خدمات الاتصالات حسب الموقع الجغرافي
39	الجدول 8: أهمية خدمات الاتصالات (2019 مقارنة مع 2015) (نسبة المجيبين الذين قالوا "أهمية كبيرة")
40	الجدول 9: أهمية خدمات الاتصالات، حسب القطاع الصناعي (نسبة المجيبين الذين قالوا "أهمية كبيرة")
41	الجدول 10: أهمية خدمات الاتصالات حسب حجم الشركة (نسبة المجيبين الذين قالوا "أهمية كبيرة")
42	الجدول 11: الرضا عن خدمات الاتصالات (2019 مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)
43	الجدول 12: الرضا عن خدمات الاتصالات حسب النشاط الاقتصادي الرئيسي (% الراضين)
44	الجدول 13: الرضا عن خدمات الاتصالات حسب الحجم الشركة (% الراضين)
45	الجدول 14: الرضا عن تغطية الشبكة (2019 مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)
45	الجدول 15: الرضا عن تغطية الشبكة حسب المنطقة (نسبة الراضين)
46	الجدول 16: الرضا عن توفر الخدمات (2019 مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)
47	الجدول 17: الرضا عن توفر الخدمات حسب المنطقة (نسبة الراضين)
47	الجدول 18: الرضا عن توفر الخدمات حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)
48	الجدول 19: الرضا عن موثوقية الشبكة (2019 مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)
49	الجدول 20: الرضا عن موثوقية الشبكة حسب المنطقة (نسبة الراضين)
49	الجدول 21: الرضا عن موثوقية الشبكة حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)
50	الجدول 22: الرضا عن جودة الصوت ووضوحه (2019 مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)
51	الجدول 23: الرضا عن جودة الصوت ووضوحه حسب المنطقة (نسبة الراضين)
51	الجدول 24: الرضا عن جودة الصوت ووضوحه حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)
52	الجدول 25: الرضا عن سرعة البيانات (2019 مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)
53	الجدول 26: الرضا عن سرعة البيانات حسب المنطقة (نسبة الراضين)
53	الجدول 27: الرضا عن سرعة البيانات حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)
54	الجدول 28: الرضا عن جودة مقاطع الفيديو وسرعتها (2019 مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)
55	الجدول 29: الرضا عن جودة مقاطع الفيديو وسرعتها حسب المنطقة (نسبة الراضين)
55	الجدول 30: الرضا عن جودة مقاطع الفيديو وسرعتها حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)
56	الجدول 31: التصورات عن القيمة مقابل أسعار التركيب حسب حجم الشركة (نسبة الذين أجابوا "قيمة جيدة")
57	الجدول 32: التصورات عن القيمة مقابل أسعار التركيب حسب مقدم الخدمة (نسبة الذين أجابوا "قيمة جيدة")
58	الجدول 33: التصورات عن القيمة مقابل الرسوم الشهرية حسب حجم الشركة (نسبة الذين أجابوا "قيمة جيدة")
58	الجدول 34: التصورات عن القيمة مقابل الرسوم الشهرية حسب مقدم الخدمة (نسبة الذين أجابوا "قيمة جيدة")
59	الجدول 35: التصورات عن القيمة مقابل رسوم المكالمات الدولية حسب حجم الشركة (نسبة الذين أجابوا "قيمة جيدة")
60	الجدول 36: التصورات عن القيمة مقابل رسوم المكالمات الدولية حسب مقدم الخدمة (نسبة الذين أجابوا "قيمة جيدة")
61	الجدول 37: التصورات عن القيمة مقابل رسوم التجوال الدولي حسب حجم الشركة (نسبة الذين أجابوا "قيمة جيدة")
61	الجدول 38: التصورات عن القيمة مقابل رسوم التجوال الدولي حسب مقدم الخدمة (نسبة الذين أجابوا "قيمة جيدة")
62	الجدول 39: التصورات عن القيمة مقابل رسوم حسب حجم الشركة (نسبة الذين أجابوا "قيمة جيدة")
62	الجدول 40: التصورات عن القيمة مقابل رسوم البيانات حسب مقدم الخدمة (نسبة الذين أجابوا "قيمة جيدة")
64	الجدول 41: الرضا عن خطط الأسعار المعروضة حسب حجم الشركة (نسبة الراضين)
64	الجدول 42: الرضا عن خطط الأسعار المعروضة حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)
65	الجدول 43: الرضا عن خطط الأسعار المعروضة (2019 مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)
66	الجدول 44: الرضا عن وضوح أحكام الخدمة وشروطها حسب حجم الشركة (نسبة الراضين)
66	الجدول 45: الرضا عن وضوح أحكام الخدمة وشروطها حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)
67	الجدول 46: الرضا عن وضوح أحكام الخدمة وشروطها (2019 مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)
68	الجدول 47: الرضا عن شفافية الأسعار حسب حجم الشركة (نسبة الراضين)

69	الجدول 48: الرضا عن شفافية الأسعار حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)
69	الجدول 49: الرضا عن شفافية الأسعار (2019 مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)
72	الجدول 50: الرضا عن سهولة شراء الخدمات حسب حجم الشركة (نسبة الراضين)
73	الجدول 51: الرضا عن سهولة شراء الخدمات حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)
73	الجدول 52: الرضا عن سهولة شراء الخدمات (2019 مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)
74	الجدول 53: الرضا عن الزمن اللازم لتفعيل الخدمة حسب حجم الشركة (نسبة الراضين)
75	الجدول 54: الرضا عن الزمن اللازم لتفعيل الخدمة حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)
75	الجدول 55: الرضا عن الزمن اللازم لتفعيل الخدمة (2019 مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)
77	الجدول 56: الرضا عن خيارات العقود ومدتها حسب حجم الشركة (نسبة الراضين)
77	الجدول 57: الرضا عن خيارات العقود ومدتها حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)
78	الجدول 58: الرضا عن خيارات العقود ومدتها (2019 مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)
79	الجدول 59: الرضا عن الخيارات المتاحة لتسديد الفواتير حسب حجم الشركة (نسبة الراضين)
80	الجدول 60: الرضا عن الخيارات المتاحة لتسديد الفواتير حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)
80	الجدول 61: الرضا عن الخيارات المتاحة لتسديد الفواتير (2019 مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)
83	الجدول 62: الرضا عن انتظام استلام الفواتير حسب حجم الشركة (نسبة الراضين)
83	الجدول 63: الرضا عن انتظام استلام الفواتير حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)
84	الجدول 64: الرضا عن انتظام استلام الفواتير (2019 مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)
85	الجدول 65: الرضا عن دقة الفواتير حسب حجم الشركة (نسبة الراضين)
86	الجدول 66: الرضا عن دقة الفواتير حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)
86	الجدول 67: الرضا عن دقة الفواتير (2019 مقارنة مع 2015) (نسبة الراضين)
88	الجدول 68: الرضا عن سهولة فهم الفواتير حسب حجم الشركة (نسبة الراضين)
88	الجدول 69: الرضا عن سهولة فهم الفواتير حسب مقدم الخدمة (نسبة الراضين)
90	الجدول 70: الرضا عن أداء فريق خدمة العملاء (نسبة الراضين)
92	الجدول 71: الرضا عن أداء الفريق الفني (نسبة الراضين)
95	الجدول 72: الرضا عن أداء مدير الحساب (نسبة الراضين)
97	الجدول 73: الخدمات التي قدم المستطلعون شكاوى بخصوصها (2019 مقارنة مع 2015)
97	الجدول 74: الخدمات التي قدم المستطلعون شكاوى بخصوصها، حسب مقدم الخدمة
106	الجدول 75: المنافسة في سوق الاتصالات في قطر حسب القطاع الصناعي (نسبة الموافقين)
107	الجدول 76: المنافسة في سوق الاتصالات في قطر حسب حجم الشركة (نسبة الموافقين)
112	الجدول 77: النتائج الرئيسية والآثار المترتبة عليها
123	الجدول 78: متوسط عدد الفروع
125	الجدول 79: الأوزان وتعديل العينة

الملحق (هـ): المراجع

1. الدخل القومي إجمالي ((GNI)، المعروف سابقاً باسم الناتج القومي الإجمالي ((GNP، هو مجموع الناتج المحلي والناتج الخارجي الذي يحققه المقيمون في بلد ما، أي هو: الناتج المحلي الإجمالي + دخل المواطنين المقيمين في الخارج - دخل الأجانب في الاقتصاد المحلي (2011، Todaro & Smith: 44)
2. الناتج المحلي الإجمالي هو مقياس نقدي للقيمة السوقية لجميع السلع والخدمات النهائية المنتجة في فترة زمنية محددة، وهي سنة واحدة غالباً.
3. <https://www.thepeninsulaqatar.com/article/29/05/2019/Qatar-ranked-third-in-world-economic-performance-for-2019>
4. الأفاق الاقتصادية في دولة قطر (2018-2020)، إصدار هيئة التخطيط والإحصاء في دولة قطر، ديسمبر 2018.
5. تقرير تقييم هيئة تنظيم الاتصالات، 2017.
6. <https://oxfordbusinessgroup.com/overview/plugged-5g-technology-ushers-next-generation-ict-services>
7. <https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/q/qatar/QAT.pdf>
8. <https://www.gulf-times.com/story/577595/Qatar-Economy-in-2018-Advanced-strategies>
9. المرصد العالمي لريادة الأعمال 2019/2018 - التقرير العالمي: <https://www.gemconsortium.org/report>
10. <https://tradingeconomics.com/qatar/ease-of-doing-business>
11. <https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/q/qatar/QAT.pdf>
12. <http://www.qatar-tribune.com/news-details/id/167433>
13. http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2018/country-economy-profiles/?doing_wp_cron=1564550185.6713719367980957031250#economy=QAT
14. https://www.zawya.com/mena/en/story/Qatar_Stimulates_TMT_Sector_Growth-ZAWYA20160726075007/
15. https://www.zawya.com/mena/en/press_releases/story/Qatar_Telecommunications_Law_amendments_aim_to_strengthen_CRAs_executive_powers_and_allow_more_effective_regulation-ZAWYA20180225093530/
16. https://www.zawya.com/mena/en/press-releases/story/CRA_Joins_FRATEL_regulators_network-ZAWYA20180925131704/
17. https://www.zawya.com/mena/en/press-releases/story/CRA_urges_landlords_to_grant_Service_Providers_with_access_to_their_properties_to_deploy_fiber_network-ZAWYA20190618133651/
18. <https://ipfs.io/ipfs/QmXoypizjW3WknFiJnKlWlHCnL72vedxjQkDDP1mXWo6uco/wiki/Ooredoo.html>
19. https://www.ooredoo.com/en/who_we_are/ooredoo_business/
20. <https://en.wikipedia.org/wiki/Vodafone>
21. <https://www.gulf-times.com/story/583093/Vodafone-selling-its-51-stake-Qatar-JV-to-partner>
22. <https://www.gulf-times.com/story/621880/Vodafone-Qatar-posts-net-profit-of-QR118mn-in-2018>
23. https://www.zawya.com/mena/en/business/story/Ooredoo_and_QC_sign_deal_to_boost_business_growth-ZAWYA20160630032043/
24. https://www.zawya.com/mena/en/business/story/Ooredoo_Cisco_build_on_strategic_partnership-ZAWYA20160714034650/
25. https://www.zawya.com/mena/en/story/Vodafone_Qatar_completes_QR1bn_network_modernisation-ZAWYA20160726033704/
26. https://www.zawya.com/mena/en/companies/story/Qatars_Ooredoo_is_worlds_fastest_fibre_operator_Repo-rt-ZAWYA20161123140212/
27. https://www.zawya.com/mena/en/companies/story/qatars_commercial_bank_and_ooredoo_partner_to_offer_unique_bulk_bill_payment_service-zawya20170211094010/
28. https://www.zawya.com/mena/en/press-releases/story/Qatars_Ooredoo_builds_position_as_regional_internet_of_things_leader-ZAWYA20170302104043/
29. https://www.zawya.com/mena/en/business/story/Vodafone_invests_2745mIn_in_2_years_to_boost_network_in_Qatar-ZAWYA20170429051505/
30. https://www.zawya.com/mena/en/business/story/Vodafone_Qatar_supplies_2_areas_with_1Gbps_fibre_network-SNG_116066860/
31. https://www.zawya.com/mena/en/markets/story/BRIEF_Vodafone_Qatar_Deploys_Tetra_And_Mobile_Network_In_Msheireb_Downtown_Doha-TR20180930nFWN1WE14AX3/
32. https://www.zawya.com/mena/en/business/story/Vodafone_Qatar_boosts_5G_network_in_6_key_locations-SNG_128580329/
33. <https://english.mubasher.info/news/3402229/Vodafone-Qatar-signs-mobile-coverage-deal-with-Manateq>
34. <https://english.mubasher.info/news/3405329/MEEZA-Vodafone-Qatar-renew-partnership-deal-for-10-yrs>
35. https://www.zawya.com/mena/en/companies/story/Ooredoo_Group_announces_first_international_5G_call_in_the_Arab_region-ZAWYA20190123081839/
36. <https://english.mubasher.info/news/3409424/Vodafone-Qatar-Group-Securities-ink-deal-to-boost-business-solutions/>

- [https://english.mubasher.info/news/3435298/VODAFONE-COMPLETES-ITS-GIGANET-FIBRE-ROLL-OUT-
IN-AND-AROUND-ASPIRE-ZONE](https://english.mubasher.info/news/3435298/VODAFONE-COMPLETES-ITS-GIGANET-FIBRE-ROLL-OUT-IN-AND-AROUND-ASPIRE-ZONE) .37
- [https://www.vodafone.qa/en/investor-relations/news/vodafone-qatar-continues-investing-in-its-wireless-
network-through-a-strategic-partnership-with-huawei](https://www.vodafone.qa/en/investor-relations/news/vodafone-qatar-continues-investing-in-its-wireless-network-through-a-strategic-partnership-with-huawei) .38
- [https://www.zawya.com/mena/en/press-
releases/story/Vodafone_Qatar_reports_60_growth_in_halfyearly_net_profit-ZAWYA20190729130607/](https://www.zawya.com/mena/en/press-releases/story/Vodafone_Qatar_reports_60_growth_in_halfyearly_net_profit-ZAWYA20190729130607/) .39