

أثر العوامل الشخصية على اتجاهات العملاء نحو خدمة 4GLTE

دراسة استطلاعية

The impact of personal factors on the attitudes of private customers towards 4GLTE service. Exploratory study

احمد مادني

جامعة الجلفة (الجزائر)

madni.med@gmail.com

المعلومات المقال	الملخص:
تاريخ الارسال: 2023/08/12 تاريخ القبول: 2023/09/13 الكلمات المفتاحية: ✓ اتجاهات العملاء نحو ✓ مؤسسة اتصالات الجزائر ✓ خدمة 4GLTE.	يهدف هذا البحث إلى دراسة اثر العوامل الشخصية على اتجاهات العملاء نحو خدمة 4GLTE لمؤسسة اتصالات الجزائر، ولتحقيق أهداف الدراسة، قمنا بتطوير استبانة لجمع البيانات المطلوبة من المشتركين في خدمة 4GLTE، تم توزيعها عليهم يدويا، حيث تم توزيع 60 استبانة تلقينا منها 41 إجابة صالحة للمعالجة. وقد توصلت الدراسة إلى عدم وجود اثر للعوامل الشخصية (الجنس، السن، المستوى الدراسي، المهنة، الدخل) على اتجاهات العملاء نحو خدمة 4GLTE مع اتجاهات سلبية.
Article info	Abstract :
Received 12/08/2023. Accepted 13/09/2023 Keywords: ✓ private customers, ✓ Algeria Telecom Company, ✓ 4GLTE service public budget.	<i>This research aims to study the impact of personal factors on the attitudes of private customers towards the 4GLTE service of Algeria Telecom Corporation. .</i> <i>The study concluded that there is no effect of personal factors (gender, age, educational level, profession, income) on private customers' attitudes towards 4GLTE service with negative trends.</i>

1. مقدمة:

يعد قطاع الاتصالات في الجزائر من بين القطاعات الخدمية الحيوية، حيث عرف تطورا سريعا منذ اصدار قانون 03-2000 الذي سمح بفتح القطاع أمام المنافسة بشكل جزئي لصالح ثلاثة متعاملين بالنسبة لخدمة الهاتف النقال، وبقيت خدمات الاتصالات الأخرى حكرا في يد مؤسسة اتصالات الجزائر ومنها خدمة Idoom 4G LTE التي دخلت إلى الجزائر سنة 2014 في الوضع الثابت لعملائها المقيمين ، وكانت بداية استغلالها عن طريق مؤسسة اتصالات الجزائر، وفي 31 يوليو 2016 أعلنت شركة الاتصالات الجزائرية عن تسويق خدمة أول صوت عبر ال تي أي (VoLTE) ، تليها عروض جديدة خاصة بالجيل الرابع Idoom 4G LTE باحجام أنترنت تصل إلى 1 تيرا تم إطلاقها في 17 أكتوبر 2022 ، وقد بلغ عدد المشتركين في هذه الخدمة في الثلاثي الأول لسنة 2023 1.493.117 مشترك حسب تقرير سلطة الضبط الثلاثي الأول من سنة 2023.

وتعتبر خدمة Idoom 4G LTE ذات أهمية كبيرة لما توفره من إشباعات لحاجات ورغبات المشتركين في مختلف مجالات الحياة الاجتماعية وسياسية وثقافية واقتصادية، والذي بدوره قد يؤثر في سلوكيات المستهلك الجزائري من خلال مجموعة من العوامل الداخلية والخارجية، ومنها الاتجاهات التي تعتبر من أهم هذه العوامل، حيث ان فهم وتحليل اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة Idoom 4G LTE قد يساعد المؤسسة على تطوير هذه الخدمة وتقديمها بالمواصفات والخصائص التي تحضى بقبولهم واستحسانهم من خلال قدرتها على إشباع حاجاتهم ورغباتهم المختلفة.

وهذا ما أدى بنا إلى محاولة تسليط الضوء على دراسة موضوع الاتجاهات نحو خدمة Idoom 4G LTE لمؤسسة اتصالات الجزائر.

مشكلة الدراسة:

على ضوء ما سبق يمكن صياغة الإشكالية في التساؤل الرئيسي التالي :

هل توجد فروق في اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE تعزى للعوامل الشخصية (الجنس، السن، المستوى الدراسي، المهنة، الدخل) ؟

وعلى ضوء الإشكالية السابقة يمكن طرح التساؤلات الفرعية التالية:

01. هل توجد فروق في اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير الجنس ؟
02. هل توجد فروق في اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير السن ؟
03. هل توجد فروق في اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير المستوى الدراسي ؟
04. هل توجد فروق في اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير المهنة ؟
05. هل توجد فروق في اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير الدخل ؟

الفرضيات:

1. توجد فروق في اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير الجنس.
2. توجد فروق في اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير السن.
3. توجد فروق في اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير المستوى الدراسي.
4. توجد فروق في اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير المهنة.
5. توجد فروق في اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير الدخل.

أهمية الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى معرفة الفروق في اتجاهات العملاء نحو خدمة 4G LTE التي تعزى للعوامل الشخصية (الجنس، السن، المستوى الدراسي، المهنة، الدخل)

الدراسات السابقة:

1- دراسة (احمد، 2020) أطروحة دكتوراه بعنوان " قياس اتجاهات المستهلكين النهائيين نحو خدمة ADSL لمؤسسة اتصالات الجزائر)، ولقد قام الباحثان بتوزيع على 800 مستهلك نهائي من المشتركين الأفراد في خدمة ADSL بولايي الجلفة وبومرداس، حيث تم إسترداد 730 إستبانة، منها 700 صالحة للدراسة.

وقد توصلت الدراسة إلى إيجابية اتجاهات المستهلكين النهائيين نحو خدمة ADSL بالنسبة لكل من (المكون المعرفي، المكون العاطفي، المكون السلوكي)، وخلصت الى وجود فروق (ذات دلالة إحصائية) في الإتجاهات تعزى للخصائص الديمغرافية (الجنس، المستوى الدراسي، المهنة، الدخل الشهري)، وأخرى تعزى لخصائص الخدمة (العرض المشترك فيه، فترات ضعف سرعة التدفق، عدد مرات الانقطاع، فترات التعبئة المسبقة)، وعدم وجود فروق في الاتجاهات تعزى لمتغيرات (السن، مدة الاشتراك، وسائل تعبئة الحساب).

2- دراسة : (سعيد، 2015) رسالة ماجستير تحت عنوان " قياس اتجاهات مستخدمي الأنترنت حول الإعلان عبر شبكة التواصل الإجتماعي الفيس بوك دراسة عينة من طلبة جامعة المسيلة". وقد قام الباحث بدراسة ميدانية من خلال إستمارة إستبيان وزعت على عينة عشوائية حجمها (341) مفردة، ومن بين النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة، نذكر:

- مفردات العينة يتميزون باتجاهات إيجابية نحو الإعلانات عبر شبكة التواصل الإجتماعي الفيس بوك عند مستوى الدلالة (0.05).

3. دراسة (ليلى، 2016): مقال بعنوان: اتجاهات المستهلكين الجزائريين نحو التسوق عبر الأنترنت دراسة ميدانية، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد السادس، ديسمبر 2016، حيث قامت الباحثة بدراسة ميدانية من خلال تصميم استبيان الكتروني موجه لمستخدمي الأنترنت في الجزائر وتضمنت عينة الدراسة (530) مفردة، وكانت من أهم النتائج التي تم التوصل إليها، مايلي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تبني الأفراد للتسوق عبر الأنترنت تعود الى المتغيرات الديمغرافية (السن، الجنس، المستوى التعليمي).

حدود الدراسة:

1. الحدود الزمنية:

تمت الدراسة خلال الفترة الممتدة من 2023/03/03 الى 2023/04/29

2. الحدود المكانية:

اقتصرت الدراسة على عينة من العملاء الخواص المشتركين في خدمة 4G LTE لمؤسسة اتصالات الجزائر بمدينة الجلفة ، من خلال استبيان تم إعداده لهذا الغرض.

المنهج المستخدم في الدراسة:

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وذلك للاستدلال على مضامين الأدبيات التي تطرقت إلى أهم المفاهيم والأسس النظرية ذات الصلة بالموضوع، إضافة إلى استخدام منهج دراسة الحالة بهدف إسقاط مضامين الدراسة النظرية على دراسة اثر العوامل الشخصية على اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4G LTE لمؤسسة اتصالات الجزائر محل الدراسة الميدانية .

ولتوضيح بعض الجوانب الفكرية الخاصة بالموضوع سوف نتطرق الى عرض وجيز لمفهوم ،الاتجاهات النفسية ، سلوك المستهلك النهائي، خدمة 4GLTE ، مؤسسة اتصالات الجزائر

1- سلوك المستهلك النهائي:

يعد موضوع سلوك المستهلك على الانترنت من الموضوعات الحديثة والمهمة.ومراجعة الدراسات في هذا المجال نجد أن الباحثين كانوا مهتمين بتحديد وتحليل العوامل التي تؤثر بطريقة او بأخرى على سلوك المستهلك على الانترنت ومنها (Wilson & 1996 Cockburn) وقدمت دراسة (Cheung al et 2003). تقيما للعوامل التي تؤثر على سلوك المستهلك ويتكون من العوامل التي لا يمكن السيطرة عليها مثل (خصائص المستهلك، والتأثيرات البيئية)، والعوامل التي يمكن السيطرة عليها مثل (التسويق التقليدي). هذا التقييم أسهم في إرساء فكرة انه لا يوجد اختلافات جوهرية في تشكيل سلوك المستهلك سواء كان ذلك في الأسواق الافتراضية أو في الأسواق التقليدية. ويمكن القول بأن النشاطات التسويقية التقليدية والافتراضية مثل (الإعلان المكثف، والترويج للمبيعات وغيرها) يمكن أن تؤثر في قرار الشراء عبر الانترنت. مثل هذه الأنشطة يمكن عدها تقليديا أدوات فعالة لعدة أسباب منها بناء الصورة الذهنية للعلامة التجارية او المنتج وخلق سمعة جيدة وجذب عملاء محتملين (Constantinides,2004) (محمد، 2015)

و يضم سلوك المستهلك مصطلحين هما:السلوك والمستهلك

1-1. مفهوم المستهلك :

يطلق مفهوم المستهلك على "الشخص الذي يشتري أو لديه القدرة على شراء السلع والخدمات المعروضة للبيع، والذي يهدف من ذلك إلى إشباع الحاجات والرغبات الشخصية أو العائلية" (احمد، 2020، صفحة 17) و تستخدم كلمة مستهلك عادة لوصف نوعين من المستهلكين:

1-1-1.المستهلك الفردي:

ويمكن تعريف المستهلك الفردي أو النهائي بأنه " الشخص الذي يقوم بشراء السلع والخدمات من السوق بهدف إشباع حاجاته مباشرة أو للاستهلاك العائلي" (بلال، 2009، صفحة 3)

1-1-2.المستهلك الصناعي :

" المستهلك الصناعي هو "من يعيد استخدام السلعة أو أحد الأجزاء الصناعية التي تم تصنيعها في منطقة أخرى أو أجزاء أخرى للحصول على منتج آخر يتم بيعه و يحقق الربح " (الهام و احمد، 2016)

3- تعريف سلوك المستهلك:

وقد عرف Berko witz سلوك المستهلك بأنه "الفعل المتحقق من قبل الفرد في شراء أو استخدام أو الانتفاع من منتج أو خدمة متضمنة عدد من العمليات الذهنية والاجتماعية التي تقود إلى تحقيق ذلك الفعل " (احمد، 2020، صفحة 38)

ويعرف سلوك المستهلك على انه : هو مجموعة الأنشطة والتصرفات التي يقدم عليها المستهلكون أثناء بحثهم عن السلع والخدمات التي يحتاجون إليها بهدف إشباع حاجاتهم لها ورغباتهم فيها، وأثناء تقييمهم لها والحصول عليها واستعمالها والتخلص منها وما يصاحب ذلك من عمليات واتخاذ القرارات (احمد، 2020، صفحة 38).1.

اما (Engel) يعرف سلوك المستهلك بأنه " الافعال والتصرفات المباشرة للأفراد من أجل الحصول على المنتج (سلعة أو خدمة) ويتضمن اجراءات اتخاذ قرار الشراء" (احمد، 2020، صفحة 19)

مما سبق يمكن تعريف سلوك المستهلك على انه " مجموعة من الرغبات والميول والتفضيلات التي تتحول الى طلب حقيقي فعال اتجاه سلعة أو خدمة معينة .

2- تعريف الاتجاهات :

يعتبر تعريف جوردين البورت **G.W ALLPORT** أكثر التعاريف الشائعة للاتجاهات ، والذي يعرفها على أنها " حالة من الاستعداد النفسي والعصبي، والتي تشكل تأثيرا مباشر على استجابات الفرد نحو جميع المواضيع والحالات التي ترتبط بها " (ليلى، 2016)

ومن هنا يتضح ان للاتجاهات مكونات أساسية ثلاثة هي: (ليلى، 2016)

2-1. **البعد أو المكون المعرفي:** ويقصد بهذا البعد المعلومات التي يدرك من خلالها الفرد موضوعا أو قضية أو شخصا ما ...

2-2. **البعد أو المكون الوجداني:** ويقصد بالبعد الوجداني الميل بالإيجاب أو السلب تجاه موضوع أو قضية أو شخصا أو منظمة أو شعب أو دولة ويتشكل الجانب الوجداني نتيجة الجانب المعرفي، حيث تتلاشى مع مرور الوقت المعلومات والمعارف التي كونها الأفراد وتبقى الجوانب الوجدانية التي تمثل اتجاهات الأفراد نحو مواضيع و قضايا و موضوعات معينة .ويتدرج البعد الوجداني بين الإيجابية والسلبية متأثراً بمجموعة من العوامل أهمها حدود توافر مصادر المعرفة،...

2-3. **البعد أو المكون السلوكي:** هو المكون الناتج عن المكونين السابقين اللذين يوجهان سلوك المستهلك نحو فعل معين، ويعبر الاتجاه عن متوسط هذه المكونات الثلاثة و يتعلق هذا المكون بميل الفرد للتصرف بشكل معين تجاه موقف معين فبعد أن يتوفر للفرد معرفة بالموضوع، و يتكون لديه شعور إيجابي أو سلبي عندئذ يصبح الفرد أكثر ميلا لان يسلك سلوكا معيناً اتجاه هذا الموقف...

3- تعريف خدمة 4GTLE :

تعرف 4GTLE بأنها " الجيل الرابع، المعروف بـ **LTE** اختصارا لجملة **Long Term Evolution** أو "التطور طويل الأمد"، هو أحدث معيار حالي في شجرة تقنيات شبكات الهاتف الجوال، والتي لاحقت تقنيات شبكات **GSM/EDGE** و **UMTS/HSPA**، بحسب تعريف الموسوعة ويكيبيديا الحرة. (محمد م.، 2016)

وبتعريف أكثر بساطة، هي تقنية اتصالات حديثة توفر لمستخدمي الهاتف الجوال قدرة مضاعفة للاتصال بالإنترنت فائق السرعة، وجودة أعلى في نقل الصوت، إضافة إلى مجال أوسع للتغطية والترددات (محمد م.، 2016)

3-1. - مزايا الـ 3G LTE (محمد م.، 2016)

تتركز مزايا الجيل الرابع للاتصالات مقارنة بالجيل الحالي في السرعات الفائقة للإنترنت التي يوفرها، والتي تصل في أقل تقدير لها لمقدار 10 أضعاف السرعة المتوفرة حاليا.

نظريا يمكن لشبكات **4G LTE** نقل بيانات الإنترنت بسرعة تصل إلى 1000 ميجابايت في الثانية للاستقبال، ونصف السرعة ذاتها للإرسال، لكنها لا تتاح بنفس السرعة مع كل الشبكات، وإنما بحسب مستوى البنية التحتية لشبكتها، في وقت يمكن أن تصل فيه السرعة القصوى لشبكات الجيل الثالث **3.75G** إلى 100 ميجابايت في الثانية، وعمليا لا تتعدى سرعتها في مصر 20.1 ميجابايت في الثانية، ومن مزايا الجيل الرابع أيضا أنها تغطي مجالا أوسع لشبكتها.

3-2. تاريخ الـ 4G LTE (محمد م.، 2016)

عرف العالم شبكات الجيل الرابع للمرة الأولى في عام 2004، عندما اقترحت شركة الاتصالات اليابانية "إن تي تي دوكومو" اعتماد هذا الجيل كمعيار عالمي جديد للاتصالات.

بدأت بعدها مراكز الأبحاث بشركات اتصالات عالمية أخرى في العمل على اختبار شبكات هذا الجيل، ففي سبتمبر 2006 بدأت شركة "سيمنز نيتوركس" -التي أصبحت نوكيا نيتوركس فيما بعد- في تنفيذ محاكاة كاملة لشبكات LTE استعرضتها في مؤتمر خاص أمام المستثمرين ووسائل الإعلام المختلفة، تلتها تجربة أخرى لشركة "إريكسون" في فبراير 2007 عندما شرحت في مؤتمر آخر كيفية نقل بيانات بتردد 144 ميجابايت في الثانية باستخدام شبكات LTE ، وفي سبتمبر من العام نفسه استعرضت شركة "إن تي تي دوكومو" تجربة لنقل البيانات بسرعة 200 ميجابايت في الثانية بطاقة أقل من 100 ميجابايت. وفي أوائل 2008، بدأت العديد من الشركات المزودة لخدمات الاتصالات في العالم باستعراض خطواتها الناجحة مع الجيل الرابع، وذلك خلال معرض ومؤتمر برشلونة الدولي للهواتف MWC 2008 ، كان أبرزها التجربة التي استعرضتها "إريكسون"، إذ تمكنت من إجراء أول مكالمات بتشفير end-to-end الكامل عبر شبكات LTE ، ثم كشفت وقتها "موتورولا" عن أول شريحة رقمية لاتصالات LTE ، كما استعرضت شركة "فريسكالي سيمي كونديكتور" أول بث لمقطع فيديو بسرعة استقبال بلغت 96 ميجابايت في الثانية، وسرعة إرسال 86 ميجابايت في الثانية خلال المعرض نفسه.

3-3. دول تستخدم 4G LTE (محمد م.، 2016)

في أغسطس 2009 اختارت شركة "تليفونيكا" 6 دول كحقل تجارب لشبكات الجيل الرابع، هي ألمانيا وبريطانيا وإسبانيا والتشيك، إضافة إلى البرازيل والأرجنتين، وفي ديسمبر من العام نفسه كان التدشين التجاري الأول عالميا لشبكات هذا الجيل في مدينتي ستوكهولم وأوسلو، ثم وصل لاحقا لبلدان أخرى مثل الولايات المتحدة في سبتمبر 2010، بينما تعتبر بلدان أخرى مثل كوريا الجنوبية من أكثر الدول استخداما لتلك الشبكات، إذ تغطي ما يفوق 96% من شبكات المحمول بها. وفي الوطن العربي كانت المملكة السعودية الأولى في إدخال هذا الجيل من الشبكات في سبتمبر 2011، تلتها الإمارات ثم باقي دول الخليج العربي، إضافة إلى بلدان عربية أخرى منها الأردن وتونس والسودان.

الطريقة :

وهي المتعلقة بالإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية وذلك من خلال ما يلي:

1- منهج الدراسة:

تم الاعتماد على المنهج الوصفي الذي يتضمن استخدام الأسلوب الميداني في جمع البيانات بواسطة الاستبيان وتحليلها إحصائيا بواسطة برنامج الخدمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss 20) لاختبار صحة فرضيات الدراسة

2- مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من العملاء الخواص المشتركين في خدمة 4G LTE لمؤسسة اتصالات الجزائر.

3- عينة الدراسة:

عينة الدراسة اقتصر على مجموعة من العملاء الخواص المشتركين في خدمة 4G LTE لمؤسسة اتصالات الجزائر من مجتمع الدراسة تم اختيارهم بطريقة غير عشوائية من مدينة الجلفة، حيث تم إعداد استبانة تم توزيعها يدويا على 60 شخص، تم الإجابة على : 41 استبانة قابلة للمعالجة

4- اداة جمع البيانات :

استخدم الباحث استبانة معدة لجمع البيانات ، للتحقق من وجود اثر للعوامل الشخصية على اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE من وجهة نظر مجموعة من العملاء الخواص بمدينة الجلفة، وقد تضمنت الاستبانة محورين الأول يتكون من 13 عبارة خاصة باتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE ، والمحور الثاني خاص بالعوامل الشخصية.

وصف عبارات الاستبيان :

لقد قمنا بتصميم استبيان يتكون من محورين محاور الأول خاص باتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE ، المحور الثاني لوصف أفراد عينة البحث من حيث الجنس، السن، المستوى الثقافي، المهنة، الدخل.

5- الأساليب الإحصائية المستعملة:

لقد تم الاعتماد على الأساليب الإحصائية المناسبة لهذا النوع من الدراسات والتي تضم التكرارات والنسب المئوية، بالإضافة إلى اختبار ألفا كرونباخ ، معامل ارتباط بيرسون ، اختبار (One sample T test) ، اختبار ANOVA(One Way) . ، وقد تم تحديد ثلاث مستويات للمحور الاول بقسمة المجالات الخمسة على ثلاثة كما يلي: مستوى منخفض (1 - اقل من 2.67) ، مستوى متوسط (2.67 - اقل من 3.4) مستوى عالي (3.4 - 5)

6- قياس مستوى صدق وثبات الاستبيان:

1-6- قياس الصدق: باستخدام مقياس " ألفا كرونباخ " لقياس مستوى ثبات العناصر المكونة لمحور اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE ، حيث كان متوسط نتائج المحور الاول هو: 95 % ، حيث يعبر على مستوى الاتساق الداخلي لعبارات الاتجاهات ، إذ يعتبر مقبول لأنه أعلى من 60 % وهي النسبة المسموح بها في مثل هذه الدراسات.

III- النتائج ومناقشتها :

سوف نتطرق إلى مناقشة النتائج ومحاولة تفسيرها وصولا في الأخير إلى اختبار فرضيات الدراسة.

1. التعرف على بعض خصائص البيانات الشخصية لأفراد العينة المبحوثة :

1-1. توزيع أفراد العينة حسب الجنس:

يتضح من الجدول رقم 01 أن نسبة الذكور تقدر بـ: 71% أما نسبة الإناث فتقدر بـ: 29% وهي اقل من نسبة الذكور ، وهذا معروف في المجتمع الجزائري بان الذكور هم الأكثر استعمالا لتكنولوجيات الإعلام والاتصال وخاصة الانترنت وما توفره من خدمات متنوعة سواء التواصل الاجتماعي أو التجارة الإلكترونية.

1-2. توزيع أفراد العينة حسب السن:

نلاحظ من خلال الجدول رقم 01 أن أكبر نسبة كانت لأفراد الفئة التي تقع أعمارهم بين (30-41 سنة) والتي تقدر بـ 34%، يليها في المرتبة الثانية أفراد الفئة التي تقع أعمارهم بين (18-29 سنة) والمقدرة بـ 29% ، ثم يأتي أفراد العينة التي تقع أعمارهم بين (42-53 سنة) والمقدرة بـ: 22 % وفي الأخير الفئة العمرية لأكثر من 53 سنة.

، وهذا يدل على ان فئة الشباب هي الفئة العمرية الأكثر اهتماما بالبحث عن الجديد في ميدان التكنولوجيات الحديثة .

1-3. توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي:

من خلال الجدول رقم 01 فان أكبر نسبة كانت للأفراد ذوي المستوى الجامعي والتي تقدر بـ 56% يليها أفراد العينة ذوي المستوى دراسات عليا ومستوى ثانوي ، حيث تقدر النسبة لكل منهما بـ 17%، يأتي في المرتبة الاخيرة أفراد العينة ذوي المستوى

ابتدائي ومتوسط حيث تقدر النسبة لكل منهما ب 5%، مما يدل على ان الأفراد الأكثر استعمالا لخدمة 4GLTE لمؤسسة اتصالات الجزائر أكثرهم من الفئات المثقفة ذوى مستوى الدراسات العليا والجامعية ومستوى ثانوي التي تتحكم في استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال .

1-4. توزيع أفراد العينة حسب المهنة:

من خلال الجدول رقم 01 فان أكبر نسبة كانت للأفراد الموظفين لدى القطاع العام والتي تقدر ب 46% يليها أفراد العينة الموظفين لدى القطاع الخاص، حيث تقدر نسبتهم بـ: 20% الطلبة الجامعيين ، يأتي في المرتبة الثالثة أفراد العينة العاملين في الأعمال الحرة بنسبة تقدر ب 17% ، وفي المرتبة الرابعة يأتي البطالين بنسبة 10% ، وفي المرتبة الأخيرة يأتي المتقاعدين بنسبة 5%، والطلبة الجامعيين بنسبة 2%

1-5. توزيع أفراد العينة حسب الدخل:

نلاحظ من خلال الجدول رقم 01 أن أكبر نسبة كانت لأفراد الفئة ذوي الدخل " 41الف دج - 60الف دج " والتي تقدر ب 51%، يليها في المرتبة الثانية أفراد الفئة ذوي الدخل من " 18الف دج - 40الف دج " والمقدرة ب 30% ، ثم يأتي أفراد الفئة ذوي الدخل لاقل من 18الف دج والمقدرة بـ: 12% وفي الأخير الفئة ذوي الدخل امثر من 60 الف دج والمقدرة بـ: 7% .

2- تحليل اتجاهات العملاء نحو خدمة 4GLTE لمؤسسة اتصالات الجزائر.

من خلال الجدول رقم 02 جاء في المرتبة الأولى كل من العبارات على التوالي " 8،11،13" والتي قدر المتوسط المرجح لكل منهم بـ: 2.88 وهي اقل من 3 نقطة الحياد وبالتالي فهي تقع في المجال السلبي، تليها العبارة الثانية والتي قدر المتوسط المرجح لها بـ: 2.83 والواقعة كذلك في المجال السلبي، ثم تليها العبارة رقم 4 والتي قدر المتوسط المرجح لها بـ: 2.71 والواقعة كذلك في المجال السلبي ، ثم العبارة رقم 3 والتي قدر المتوسط المرجح لها بـ: 2.66 والواقعة كذلك في المجال السلبي، في المرتبة الخامسة تأتي كل من العبارات على التوالي " 12،10،7،6" والتي قدر المتوسط المرجح لكل منهم بـ: 2.61 وهي اقل من 3 نقطة الحياد وبالتالي فهي تقع في المجال السلبي وفي الأخير تأتي كل من العبارتين رقم 1 و 5 يقدر المتوسط المرجح لكل منهما على التوالي بـ: 2.59 ، 2.49 وهما اقل من 3 نقطة الحياد وبالتالي يقعن في المجال السلبي.

، وعليه كان متوسط الأوزان الكلي لاتجاهات العملاء نحو خدمة 4GLTE لمؤسسة اتصالات الجزائر يقدر بـ: 2.68 وهو اقل من المتوسط الافتراضي المقدّر بـ: 3 وبالتالي فان اتجاهات العملاء نحو خدمة 4GLTE سلبية مما يدل على أن العملاء الخواص المشتركين في خدمة 4GLTE غير راضيين عن هذه الخدمة ومنه المؤسسة ككل.

4- اختبار الفرضيات:

6. توجد فروق في اتجاهات العملاء نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير الجنس.
7. توجد فروق في اتجاهات العملاء نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير السن.
8. توجد فروق في اتجاهات العملاء نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير المستوى الدراسي.
9. توجد فروق في اتجاهات العملاء نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير المهنة.
10. توجد فروق في اتجاهات العملاء نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير الدخل.

4-1. اختبار الفرضية الأولى القائلة: هناك فروق في اتجاهات المستهلكين النهائيين نحو خدمة ADSL تعزى لمتغير الجنس

H_0 : لا توجد فروق في اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير الجنس.

H_1 : توجد فروق في اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير الجنس.

من النتائج المحصل عليها في الجدول رقم 05 يتبين لنا انه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطي درجات الجنسين ، حيث قدر متوسط الاوزان للذكور ب: 2.54 وبانحراف معياري مقدّر ب 0.96، كما قدر متوسط اوزان الاناث ب 3 بانحراف معياري قدره 0.85 ، وباستخدام اختبار الفروق لعينتين مستقلتين T حصلنا على قيمة الفروق ت قدرها -1.484 عند درجة حرية 39 وهذه القيمة كانت غير دالة احصائيا عند مستوى الدلالة 0.05 لان قيمة Sig كانت مقدرة ب 0.146 وهي اكبر من 0.05 ،وعليه يمكن قبول الفرضية الصفرية و رفض الفرضية البديلة.، ومنه يمكن القول بانه " لا توجد فروق في اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير الجنس"

4-2. اختبار الفرضية الثانية القائلة: هناك فروق اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير السن.

H_0 : لا توجد فروق في اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير السن

H_1 : توجد فروق في اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير السن

من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم 06 والذي يوضح نتائج اختبار تحليل التباين الاحادي ANOVA يتبين لنا انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير السن ،حيث بلغت قيمة F 0.836 وهي غير دالة احصائيا عند مستوى الدلالة 0.05 لان قيمة Sig كانت مقدرة ب 0.483 وهي اكبر من مستوى الدلالة 0.05 ، ومنه يمكن قبول الفرضية الصفرية التي تنص على مايلي: لا توجد فروق في اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير السن

4-3. اختبار الفرضية الثالثة:توجد فروق في اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير المستوى الدراسي

H_0 : لا توجد فروق في اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير المستوى الدراسي

H_1 : توجد فروق في اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير المستوى الدراسي

من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم 07 والذي يوضح نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي ANOVA يتبين لنا انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير المستوى الدراسي ،حيث بلغت قيمة F 0.671 وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.05 لان قيمة Sig كانت مقدرة ب 0.617 وهي اكبر من مستوى الدلالة 0.05 ، ومنه يمكن قبول الفرضية الصفرية التي تنص على ما يلي: لا توجد فروق في اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير المستوى الدراسي

4-4. اختبار الفرضية الرابعة القائلة : توجد فروق في اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير المهنة

H_0 : لا توجد فروق في اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير المهنة.

H_1 : توجد فروق في اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير المهنة.

من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم 08 والذي يوضح نتائج اختبار تحليل التباين الاحادي ANOVA يتبين لنا انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العملاء الخواص نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير المهنة ،حيث بلغت قيمة F 0.987 وهي غير دالة احصائيا عند مستوى الدلالة 0.05 لان قيمة Sig كانت مقدرة ب 0.440 وهي اكبر من مستوى الدلالة 0.05 ، ومنه

يمكن قبول الفرضية الصفرية التي تنص على ما يلي: لا توجد فروق في اتجاهات العملاء نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير المهنة.

4-5. اختبار الفرضية الخامسة القائلة: توجد فروق في اتجاهات العملاء نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير الدخل

H_0 : لا توجد فروق في اتجاهات العملاء نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير الدخل.

H_1 : توجد فروق في اتجاهات العملاء نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير الدخل.

من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم 08 والذي يوضح نتائج اختبار تحليل التباين الاحادي ANOVA يتبين لنا انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العملاء نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير الدخل، حيث بلغت قيمة $F_{0.164}$ وهي غير دالة احصائيا عند مستوى الدلالة 0.05 لان قيمة Sig كانت مقدرة ب 0.920 وهي اكبر من مستوى الدلالة 0.05، ومنه يمكن قبول الفرضية الصفرية التي تنص على ما يلي: لا توجد فروق في اتجاهات العملاء نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير الدخل.

IV - الخلاصة:

من خلال التحاليل المذكورة أعلاه للتعرف على اثر العوامل الشخصية على اتجاهات العملاء نحو خدمة 4GLTE سجلنا مجموعة من الاستنتاجات التي نوجزها في النقاط التالية:

1- الاستنتاجات:

- 1-1. اتجاهات العملاء نحو خدمة 4GLTE لمؤسسة اتصالات الجزائر سلبية .
- 1-2. لا توجد فروق في اتجاهات العملاء نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير الجنس.
- 1-3. لا توجد فروق في اتجاهات العملاء نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير السن.
- 1-4. لا توجد فروق في اتجاهات العملاء نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير المستوى الدراسي.
- 1-5. لا توجد فروق في اتجاهات العملاء نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير المهنة.
- 1-6. لا توجد فروق في اتجاهات العملاء نحو خدمة 4GLTE تعزى لمتغير الدخل.

2- الاقتراحات:

من خلال هذه الدراسة الاستطلاعية التي طبقت على عينة من العملاء نحو خدمة 4GLTE لمؤسسة اتصالات الجزائر. نقترح مجموعة من النقاط التي يمكن أن تساعد مؤسسة اتصالات الجزائر في التقليل من المشاكل والصعوبات المسجلة لديها ومن بين هذه النقاط نذكر مايلي:

- 2-1. شرح بنود عقد الاشتراك بدقة للزبائن قبل ابرام العقد بصفة نهائية.
- 2-2. إعادة النظر في الموقع الالكتروني لمؤسسة اتصالات الجزائر من الناحية الجمالية والشكلية وتحسين المعلومات المنشورة به
- 2-3. تدعيم وتطوير البنى التحتية لشبكة الاتصالات الخاصة بخدمة 4GLTE .
- 2-4. على مؤسسة اتصالات الجزائر تبني مفهوم التسويق الحديث مواكبة للتطورات الحاصلة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتغيرات الحاصلة في أذواق ورغبات المستهلكين والاهتمام أكثر بالاتصالات التسويقية

ملحق الجداول والأشكال البيانية:

الجدول رقم 01 : الخصائص الديمغرافية لمفردات العينة:

الرقم	المتغيرات	البيان	التكرار	النسبة (%)
	الجنس	ذكر	29	71
		انثى	12	29
المجموع				
	السن	من 18 الى 29 سنة	12	29
		من 30 الى 41 سنة	14	34
		من 42 الى 53 سنة	9	22
		اكثر من 53 سنة	6	15
المجموع				
	المستوى الدراسي	ابتدائي	2	5
		متوسط	2	5
		ثانوي	7	17
		جامعي	23	56
		دراسات عليا	7	17
		المجموع		
	المهنة	موظف لدى القطاع العام	19	46
		موظف لدى القطاع الخاص	8	20
		اعمال حرة	7	17
		متقاعد	2	5
		بطل	4	10
		طالب جامعي	1	2
		المجموع		
	الدخل الشهري	اقل من 18 الف دج	5	12
		من 18 الف دج - 40 الف دج	12	30
		من 41 الف دج- 60 الف دج	21	51
		اكثر من 60 الف دج	3	7
		المجموع		

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج SPSS 20

الجدول رقم 02 : اتجاهات العملاء نحو خدمة 4GLTE

الرقم	العبرة	متوسط الأوزان	الترتيب	الأهمية النسبية
01	بنود عقد الاشتراك في IDOOM 4GLTE مفهومة	2.59	6	سلي
02	الإعلانات الخاصة بخدمة IDOOM 4GLTE تتسم بالوضوح	2.83	2	محايد
03	اسعار خدمة IDOOM 4GLTE مناسبة	2.66	4	سلي
04	اعرف جميع العروض الخاصة بخدمة IDOOM 4GLTE	2.71	3	محايد
05	شبكة الاتصالات الخاصة بخدمة IDOOM 4GLTE ذات تغطية جيدة	2.49	8	سلي
06	اشعر بالرضا عن خدمة IDOOM 4GLTE	2.61	5	سلي
07	انا معجب بالعروض الخاصة بخدمة IDOOM 4GLTE	2.61	5	سلي
08	تجذبني الإعلانات الإشهارية لعروض خدمة IDOOM 4GLTE	2.88	1	محايد
09	الموقع الالكتروني لمؤسسة اتصالات الجزائر جذاب	2.54	7	سلي
10	أنصح أصدقائي بالاشتراك في خدمة IDOOM 4GLTE.	2.61	5	سلي
11	أنا مستعد لدفع سعر أعلى مقابل الحصول على خدمة IDOOM 4GLTE	2.88	1	محايد
12	أنا متمسك بخدمة IDOOM 4GLTE في المستقبل.	2.61	5	سلي
13	أعلم أصدقائي بكل التطورات والمستجدات المتعلقة بخدمة IDOOM 4GLTE	2.88	1	محايد
	الاتجاه العام للعملاء نحو	2.68		محايد

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 20

الجدول رقم 03 : حساب الفروق حسب متغير الجنس.

المتغيرات	الجنس	عدد الأفراد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	قيمة SIG
الاتجاه	ذكور	29	5438,2	0,962512	484,1-	39	146,
	إناث	12	01923,	0,854142			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 20

الجدول رقم 04: حساب الفروق حسب متغير السن.

ANOVA متغير السن					
مصدر التباين					
Sig.	F	Mean Square	Df	Sum of Squares	
483,	836,	759,	3	278,2	Between Groups
		908,	37	606,33	Within Groups
			40	848,35	Total

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 20

الجدول رقم 05: حساب الفروق حسب متغير المستوى الدراسي.

ANOVA						
Sig.	F	Mean Square	Df	Sum of Squares		
617,	671,	622,	4	489,2	Between Groups	الاتجاه
		928,	36	395,33	Within Groups	
			40	4,8835	Total	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 20

الجدول رقم 06: حساب الفروق حسب متغير المهنة.

ANOVA						
Sig.	F	Mean Square	Df	Sum of Squares		
440,	987,	886,	5	432,4	Between Groups	الاتجاه
		899,	35	452,31	Within Groups	
			40	4,8835	Total	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 20

الجدول رقم 07: حساب الفروق حسب متغير الدخل.

ANOVA						
Sig.	F	Mean Square	Df	Sum of Squares		
920,	164,	157,	3	472,	Between Groups	الاتجاه
		957,	37	412,35	Within Groups	
			40	4,8835	Total	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 20

قائمة المصادر والمراجع

- بن منصور الهام، و سماحي احمد، . (2016). تأثير ابتكار التعبئة والتغليف على السلوك الشرائي للمستهلك الجزائري. *المجلة الجزائرية للاقتصاد والادارة*، 08.
- بن منصور الهام، و سماحي احمد. (2016). تأثير ابتكار التعبئة والتغليف على السلوك الشرائي للمستهلك الجزائري. *المجلة الجزائرية للاقتصاد والادارة*، 08.
- بن منصور الهام، و سماحي احمد. (2016). تأثير ابتكار التعبئة والتغليف على السلوك الشرائي للمستهلك الجزائري. *المجلة الجزائرية للاقتصاد والادارة*، 08.
- جميل عبد القادر محمد. (2015). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على القرار الشرائي للمستهلك عبر الانترنت :دراسة تحليلية في جامعة القصيم. *المجلة الاردنية في ادارة الاعمال*، 11(01).
- حجال سعيد. (2015). قياس اتجاهات مستخدمي الانترنت حول الإعلان عبر شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك دراسة عينة من طلبة جامعة المسيلة (رسالة ماجستير). (جامعة البليدة2، المحرر) البليدة: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
- مادني احمد. (2020). قياس اتجاهات المستهلكين النهائيين نحو خدمة ADSL لمؤسسة اتصالات الجزائر (اطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، بومرداس: جامعة بومرداس.
- مادني احمد. (2020). قياس اتجاهات المستهلكين النهائيين نحو خدمة ADSL لمؤسسة اتصالات الجزائر. الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة بومرداس، الجزائر.
- محمد غانم محمد. (16 أكتوبر، 2016). كل ما تريد معرفته عن الـ G4 شبكات الجيل الرابع. [doi:https://www.elbalad.news/2448104](https://www.elbalad.news/2448104)
- مطالي ليلي. (2016). اتجاهات المستهلكين الجزائريين نحو التسوق عبر الانترنت دراسة ميدانية، العدد السادس، ديسمبر 2016. *مجلة البحوث الاقتصادية والمالية*، 07.
- نطور بلال. (2009). دوافع الشراء لدى المستهلك الجزائري في تحديد سياسة الاتصال التسويقي. كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، باتنة: جامعة الحاج لخضر.