

أثر نظام الاشتراك الجديد لمجموعة SPORT beIN على زيادة أو تراجع مبيعاتها في تشاد
The impact of the new subscription system of the SPORT beIN group on the increase or decline of its sales in Chad.

محمد بشر الكاتب¹

جامعة تشاد

bacharalkatibmahamat@gmail.com

تاريخ النشر: 2024/06/30

تاريخ القبول: 2024/03/07

تاريخ الاستلام: 2024/02/02

ملخص:

هدفت الدراسة في التعرف على مدى تأثير وكيل بي ان اسبرت بنظام الاشتراكات خلال فترة الدراسة، وقد اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وكانت أهم فرضيات الدراسة، ركزت على ان هناك رضى للعملاء تجاه الخدمات الجديدة لمجموعة beIN، و يعتبر نظام الاشتراكات لمجموعة beIN مناسبة مع دخل العملاء. وقد قسمت الدراسة إلى ثلاثة محاور، حيث اشتمل المحور الأول الاطار العام للدراسة، كما اشتمل المحور الثاني على ادارة المبيعات، وكان المحور الأخير الدراسة الميدانية لمجموعة beIN ويتكون مجتمع الدراسة الأصلي من كل مشترك شركة بي ان اسبرت بدولة تشاد (2000) فرداً بتاريخ فترة الدراسة وقد اختار الباحث عدد 220 مشتركاً بطريقة عشوائية من مجتمع الدراسة بنسبة (11%) من العينة الكلية، وبلغ عدد العينة الفعلية بعد استلام الاستبيانات (200) فرداً أي بنسبة (90.90%) من المستهدفين.

وقد توصلت الدراسة الى نتائج اهمها ان هناك عدم رضى من مشتركى مجموعة beIN SPORT تجاه الخدمات الجديدة التي تقدمها المجموعة. لا تتصف خدمات beIN بالبساطة والحداثة مقارنة مع خدمات CANAL+. وقد اوصت الدراسة بان على ادارة مجموعة beIN SPORT العمل على اعادة النظر في الخدمات الجديدة التي تقدمها المجموعة في الفترة من (2018-2021م). تعزيز قوة البرنامج التقني لخدمات beIN الذي يتميز بالتعقيد مقارنة مع CANAL+ نظراً للتعقيدات الفنية التي تصاحب تفعيل اشتراك المجموعة. العمل على اجراء اصلاحات لخدمات beIN حتى تكون اكثر بساطة لتكون قادرة على منافسة خدمات CANAL+.

الكلمات المفتاحية: اثر . نظام . الاشتراكات . SPORT beIN. مبيعات ..

Abstract:

The aim is the sales policies of companies of the most important rules of Nahjha as it is considered the easiest entrance to incur losses, and the importance of sales policies in companies, we find that they conduct periodic reviews in order to ensure the safety of the method used in selling, which is one of the most prominent areas of competition between companies, where it expresses the strengths in the case of updating and reviewing it and an indicator of weakness in the opposite case. The study aimed to identify the extent to which the agent of beIN Espert was affected by the subscription system during the study period. The study followed the descriptive analytical approach, and the most important hypotheses of the study focused on the fact that there is customer

satisfaction towards the new services of the beIN group, and the subscription system for beIN group is suitable with customer income. The study was divided into three axes, where the first axis included the general framework of the study, and the second axis included sales management, and the last axis was the field study of beIN Group. The original study community consists of all beIN Espert subscribers in Chad (2000). Individually on the date of the study period, the researcher has chosen 220 participants randomly from the study population by (11%) of the total sample. The actual sample number after receiving the questionnaires reached 200 individuals, i.e. 90.90% of the targeted. The study found the most important results that there is dissatisfaction from beIN SPORT group subscribers towards the new services provided by the group. beIN services are not as simple and modern as CANAL+ services. The study recommended that the management of beIN SPORT Group should work to reconsider the new services provided by the group in the period from 2018 to 2021. Enhancing the strength of the beIN technical programme, which is complex compared to CANAL+ due to the technical complexities that accompany the activation of the group subscription.

Keywords: Impact. System. Contributions. SPORT beIN. Sales.

مقدمة:

تعتبر السياسات البيعية للشركات من أهم قواعد نجاحها كما تعتبر المدخل الأسهل لتكبيدها الخسائر، ولاهمية السياسات البيعية في الشركات نجد أنها تجري مراجعات دورية بغرض التأكد من سلامة الأسلوب المتبع في البيع وهو واحد من أبرز مجالات المنافسة بين الشركات حيث يعبر عن جوانب القوة في حالة تحديثه ومراجعته ومؤشر ضعف في الحالة المعاكسة.

تتمثل مشكلة الدراسة في التراجع المستمر في حصة اشتراكات شركة بي إن اسبرت لصالح شركة كانال بلس (canal +).

أسئلة الدراسة:

للتوصل إلى حل لمشكلة البحث، نطرح الأسئلة الآتية:

هل فعلاً أن اشتراكات شركة بي إن اسبرت في تراجع؟

هل تواجه الشركة تحدي ومنافسة من قبل شركة كانال بلس؟

هل تقدم شركة بي إن اسبرت خدمات جيدة ومناسبة مع دخل المشتركين؟

هل أجهزة اشتراكات شركة بي إن اسبرت جيدة وسهلة التركيب؟

فرضيات الدراسة:

للتوصل إلى إجابات لأسئلة الدراسة نفترض الآتي:-

الفرضية الأولى : هناك رضى للعملاء تجاه الخدمات الجديدة لمجموعة beIN (2018-2021 م)

الفرضية الثانية : يعتبر نظام الاشتراكات لمجموعة beIN مناسبة مع دخل العملاء

أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف الدراسة في الآتي:-

معرفة الأسباب الرئيسية وراء تراجع اشتراكات شركة بي إن اسبورت.

معرفة مدى رضا المشتركين من الخدمات التي تقدمها الشركة.

معرفة مدى جودة الخدمات التي تقدمها الشركة.

تحديد نقاط قوة وضعف الشركة أما منافسها الرئيسي (شركة كنال بلس).

التوصل إلى نتائج علمية يستفاد منها في تقوية المركز التنافسي للشركة.

منهج الدراسة:

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لتحليل بيانات الاستبيان.

I . مدخل لدراسة ادارة المبيعات

مفهوم ادارة المبيعات :

تعددت مفاهيم ادارة المبيعات كغيرها من المصطلحات التي يتم تكييفها وفقا للاهمية والمكانة التي توليها ادارة المؤسسة لاي وحدة ادارية داخل الهيكل التنظيمي وقد بات من الاهمية بمكان ان الواقع العملي للمؤسسات يفرض تحديد مهام وصلاحيات هذه الادارة لعلاقتها بالنشاط اليومي للمؤسسة فهي جهاز يربط المؤسسة بمحيطها وهي النافذة التي تطل عبرها المؤسسة للتعامل والتعاون مع زبائنهم فلا يمكن للمؤسسة ان تعرف مكانها الطبيعي في السوق الا من خلال نشاط ادارة المبيعات وهي التي تقرر ما اذا كان للمؤسسة امكانية الاستمرار في نشاطها من عدمه .

- هي عملية التخطيط والتوظيف والتدريب والتنظيم والاشراف وتنسيق فريق المبيعات في المؤسسة.

- هي عملية تطوير وتخطيط ومراقبة عملية بيع المنتجات وخدمات الشركات والتحكم فيها بالكامل وذلك من خلال القيام بتوظيف وتدريب فريق كامل متخصص في المبيعات تبدأ مهمته من مرحلة ما قبل البيع واثناءه وكذلك خدمات ما بعد البيع لتحقيق افضل ارباح للشركة .

من خلال ما سبق يمكن تعريف ادارة المبيعات بانها الجهاز الذي يتولى عرض المنتجات من خلال النوافذ المختلفة للمؤسسات وعبر سياساتها البيعية المتعددة التي تمكن من زيادة الارباح وتعظيم الفوائد .

خطة ادارة المبيعات :

يقصد بخطة ادارة المبيعات هي التنبؤ خلال فترة زمنية محددة سواء يومية او الشهرية او السنوية لمستوى المبيعات المتوقع تحقيقه خلالها وهي تشمل الرؤى والاهداف والشرحية المستهدفة خلال هذه الفترة

قنوات البيع :

تتخذ المؤسسات طرق كثيرة للتواصل مع زبائنهم سواء لعرض منتجاتها وخدماتها او او للتعرف على وجهات نظرهم فيما تقدم وتاتي هذه القنوات على راس اولويات ادارة المبيعات سواء اكانت في شكل عملاء او وكالات او منافذ فردية عاية مستقرة او متجولة او عبر النوافذ الالكترونية .

وقد كان لقنوات الجزيرة الرياضية سابقا (beIN SPORT) حاليا حضورا في تشاد بشكل تقليدي حيث كان التجار الذين يسافرون الى دول الخليج ياخذون كمية من بطاقات الاشتراك ويبيعونها في تشاد من خلال محلات تجارية غير متخصصة واستمر الوضع على هذه الحال الى ان بدأت شركة الحمدان في الحصول على توكيل من مجموعة الجزيرة الرياضية كوكيل حصري في تشاد . ومن ثم بدأت الشركة باخذ التصاريح اللازمة من الجهات المختصة وبدأت بفتح مكتبها وفتح وكالات في العاصمة وفي الاقاليم .

اعتراضات العملاء

تواجه المؤسسات اعتراضات متكررة من عملائها وهي تسعى بكل الوسائل من اجل التعامل مع هذه الاعتراضات . والاعتراضات واحدة من اهم المؤشرات الايائية في ان العميل يشتري وليست شكوى كما يظن البعض بل ان عدم كفاءة التعامل معها ينتج عنه شكوى.

انواع الاعتراضات:

- 1- الاعتراضات الحقيقية وهي تقوم في الاساس على نقص المعلومات مثل عدم القدرة على الوفاء وهي اعتراضات صادقة بالالتزامات المستقبلية .
 - 2- الاعتراضات الغير حقيقية : تعني توفر معلومات لدى العميل عن البائع او المؤسسة وهي ناتجة عن شعور البائع ان هناك تفضيل عملاء عن عملاء اخرين .
 - 3- الاعتراضات المعلنة وغير المعلنة : و فيها يبوح اولا العميل باعتراضاته والاعتراضات غير المعلنة هي من اصعب الاعتراضات وقد يكون العميل في هذه الحالة في صدد اخبار البائع في قوة صبره وصموده وقد يكون العميل من الاعتراضات الغير معلنة الاستفادة من خدمات ما بعد البيع .
- بالاضافة الى انواع الاعراضات المذكورة آنفا هناك الاعتراضات المنطقية والاعتراضات العاطفية (قرار الشراء المشترك) والاعتراضات الموجهة للخدمة او المنتج او طريقة البيع .
- وللتعامل مع هذه الاعتراضات تعمل المؤسسات في اتباع سياسات تسهم في الحد من الآثار السلبية لهذه الاعتراضات والتعامل معها كوجهة نظر يجب الرد عليها وبكل شفافية وهي في ذلك تقوم بالاتي:
- يجب التنبؤ بالاعتراض المتوقع من العميل .
 - التدريب المسبق على كيفية التعامل مع الاعتراض المتوقع .

- تناول الاعتراض من وجهة نظر العميل مع عدم التضخيم وتجنب الجدل .
 - تحديد وقت التعامل مع الاعتراض (الرد الفوري او التأجيل)
 - اظهار الاهتمام في التعامل مع الاعتراض والاصغاء الجيد.
- عادة ما تحاول المؤسسات اتباع سياسات تمكنها من اكتساب الرضاء المستمر للعميل وهذا ما لا يتأتى الا بتوفير بيئة صالحة للعميل. وقد قال تابلون في بداية التسعينات (لقد كبرنا من ان اضاء العميل لابد ان يبدأ بارضاء العاملين وهذا سبب آخر في ان تنشأ مكانا يستجيب للرغبات البشرية وان يكون جزءا من مهمة كبرى وهي اتاحة السبيل امام كل فرد في المساهمة و احداث التغيير)
- ومن الاساسيات في ارضاء وتحفيز العاملين داخل المؤسسة على الاداء الجيد ، ان يكون تعامل الرؤساء مع المسؤولين قائم على اساس انهم ناضجون لديهم القدرة على التصرف ومواجهة الامور .
- ومن وجهة اخرى يمكن القول ان الخدمة ينلغي ان تعكس وجهة نظر العميل وليس من يقدم الخدمة فعلى رجل البيع ان ينظر الى ما يراه العميل وليس الى ما يراه هو جيدا وهذا كله من اجل كسب ثقة العميل.
- ومن الأساليب في ارضا المؤسسة على الأداء الجيد، أن يكون تعامل الرؤساء مع ء وتحفيز العاملين لدخل مرؤوسيههم مبني على أساس أنهم أشخاص ناضجون لديهم القدرة على التصرف ومواجهة الأمور . ومن جهة أخرى يمكن القول أن الخدمة الحقيقية يجب أن تعكس منظور العميل وليس منظور من يقدم الخدمة فعلى رجع ما يتصوره أنه جيد للعميل، بل ما يجب أن ينظر إلى ما ال البيع أن لا يقف عند مستوى ياره العميل جيدا، وكل ذلك في سبيل كسب ثقة العميل وولائه .

تحديات ادارة المبيعات

- تواجه ادارة المبيعات تحديات جمة مع اختلاف طبيعة الشركات وتتمثل هذه التحديات في عموم النقاط التالية:
- اولا: التحديات الداخلية : وتتمثل هذه في ان بعض الادارات العليا لا تولي الاهمية المطلوبة لادارة المبيعات سواء فيما يتعلق بتخصيص الميزانيات اللازمة للقيام بنشاطها او فيما يتعلق بتوفير العناصر البشرية اللازمة لاداء المهمة سواءا من حيث الكم او الكيف .
- ثانيا : التحديات الخارجية : وتتمثل هذه في امور كثيرة من اهمها :
- صعوبة توقع مزاج الزبون والعوامل اللازمة في تغييره .
 - عوامل السوق وتأثيرات على المبيعات دائما ما تكون متغيرة .
 - عدم قدرة منافذ البيع في التوازن بين متطلبات السوق وامكانيات الشركة .

III الدراسة الميدانية

أولاً: نبذة عن شركة ال حمدان الوكيل الحصري لمجموعة beIN SPORT في تشاد

تم انشاء شركة ال حمدان بتاريخ 2009 تحت الرقم التجاري RCC M TC / NDJ 12A 804 كشركة تجارية تعمل في مجالات التجارة العامة والاستيراد والتصدير وقد حصلت على التوكيل من مجموعة الجزيرة الرياضية وقتها بتاريخ 07-2009 والموافقة القانونية من الجهات التشادية المختصة بمزاولة النشاط الخاص بالبحث وقد سمح لها ذلك بفتح مراكز توزيع داخل العاصمة و الاقاليم وتمارس نشاطها من مكتبها بالعاصمة في شارع ملدم بدا ولها هيكل اداري يتراسه مدير وعدد من المعاونين وهي تبشر عملها وفق الاجراءات المعمول بها في وزارة المالية في الجزء الخاص بالضرائب ويشرف عليها مكتب السلطة العليا للاعلام السمعي والبصري . وهي تقدم خدماتها للأفراد والمؤسسات كالسفارات والمنظمات والنوادي والفنادق والافراد وغيرها.

وتأتي هذه الدراسة لمناقشة مدى فاعلية الاساليب التي تستخدمها beIN SPORT عبر وكيلها الحصري في تشاد شركة آل حمدان حيث استخدمت المجموعة سياسات جديدة في اشتراك الزبائن مما احدث نوعاً من الاشكال في تعامل الزبائن مع هذه السياسة مما يتطلب إيجاد نوع اخر للتعامل مع الزبائن في ظل المنافسة الشديدة مع CANAL+ حيث استطاعت الاخيرة جذب العديد من زبائن beIN SPORT في الاونة الاخيرة بسبب تغيير سياسة beIN SPORT في الفترة التي اجريت فيها الدراسة .

إجراءات الدراسة الميدانية والبيانات الأساسية

تناولت الدراسة وصفاً للطريقة والإجراءات التي اتبعها الباحث بمعمل الدراسات والبحوث الاقتصادية التطبيقية والإدارية في تنفيذ هذه الدراسة، ويشمل ذلك وصفاً لمجتمع الدراسة وعينته، وطريقة إعداد أبحاثها، والإجراءات، والطريقة التي اتبعت لتطبيقها، والمعالجة الإحصائية التي تم بموجبها تحليل البيانات واستخراج النتائج، كما شملت الدراسة تحديداً ووصفاً لمنهج الدراسة.

أولاً: مجتمع وعينة الدراسة

يقصد بمجتمع الدراسة المجموعة الكلية من العناصر التي سعى الباحث أن تعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة، ويتكون مجتمع الدراسة الأصلي من كل مشترك في شركة بينا سيرت بدولة تشاد والذين بلغ عددهم (2000) فرداً بتاريخ / نوفمبر 2021م.

وقد اختار الباحث عدد 220 مشتركاً بطريقة عشوائية من مجتمع الدراسة ونسبة (11%) من العينة الكلية، وبلغ عدد العينة الفعلية بعد استلام الاستبيانات (200) فرداً أي بنسبة (90.90%) من المستهدفين، واحتوت استمارة الاستبانة على فرضيتين رئيسيتين و 9 عبارة، طلب فيها من أفراد العينة، على أن يحددوا إجاباتهم على الأسئلة لمعرفة أسباب تراجع مبيعات الشركة في الفترة من 2018م-2021م ووفقاً لمقياس ليكرت الثلاثي المتدرج والذي يتكون من ثلاث مستويات (لا أوافق - محايد - أوافق).

وللخروج بنتائج دقيقة قدر الإمكان حرص الباحث على تنوع عينة الدراسة من حيث شمولها على الآتي:

1- الأفراد من الجنسين (ذكور، إناث).

2- الأفراد من مختلف صفة الاشتراك (منتظم، وغير منتظم).

3- الأفراد من مختلف صفة مدد الاشتراك المفضلة (شهر، 3 شهور، 6 شهور، 12 شهور).

ثانياً: أداة الدراسة:

وهي عبارة عن الوسيلة التي استخدمها الباحث في المعمل لجمع المعلومات اللازمة عن الظاهرة وذات الصلة بموضوع الدراسة.

وصف الاستبانة:

أرفق مع الاستبيان خطاب للمبحوث تم فيه التنوير بموضوع الدراسة وهدفها والغرض من الاستبانة، واحتوت الاستبانة على قسمين رئيسين:

القسم الأول: تضمن على عبارات عن البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة.

القسم الثاني: يحتوي هذا القسم على عدد (9) عبارة، طلب من أفراد عينة الدراسة أن يحددوا إجاباتهم عن ما تصفه كل عبارة وفق مقياس ليكتر وتم توزيع هذه العبارات على فرضيتي الدراسة بطريقة غير متساوية.

ثالثاً: الأساليب الإحصائية المستخدمة

وللحصول على نتائج دقيقة قدر الإمكان، تم استخدام البرنامج الإحصائي **SPSS v23** والذي يشير اختصاراً إلى الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية **Statistical Package for Social Sciences**، وذلك بهدف معرفة، هل التكرارات والنسب المئوية لإجابات المبحوثين في الاتجاه السلبي أم في الاتجاه الإيجابي؟ كما استخدم مربع كاي لجودة التطابق، وباختبارنا لمربع كاي نحصل على قيمته المحسوبة ومن ثم مقارنتها مع قيمته الجدولية. كما أن القيم الاحتمالية هي التي تحدد ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين التكرارات المتوقعة والتكرارات المشاهدة، وذلك بمقارنة القيمة الحالية بمستوى معنوية (0.05)، فإذا كانت هذه القيمة (كاي الاحتمالية α sig) أقل من 0.05 فهذا دليل على أنه توجد فروق بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة.

رابعاً: تطبيق أداة الدراسة:

تم توزيع الاستبيانات على عينة الدراسة البالغة (220) فرداً، وقد استجاب فعلاً عليها (200) فرداً من عينة الدراسة، كما قد تم تفرغ البيانات والمعلومات في الجداول التي أعدها الباحث لهذا الغرض، حيث تم تحويل المتغيرات الاسمية (لا أوافق، محايد، أوافق) إلى متغيرات كمية (1، 2، 3) على الترتيب، وتم تفرغ البيانات في الجداول الآتية، كما تم إعداد الأشكال البيانية اللازمة.

ثانيا: عرض ومناقشة نتائج الدراسة وإثبات صحة الفرضيات

1/ عرض ومناقشة نتائج فرضيات الدراسة:

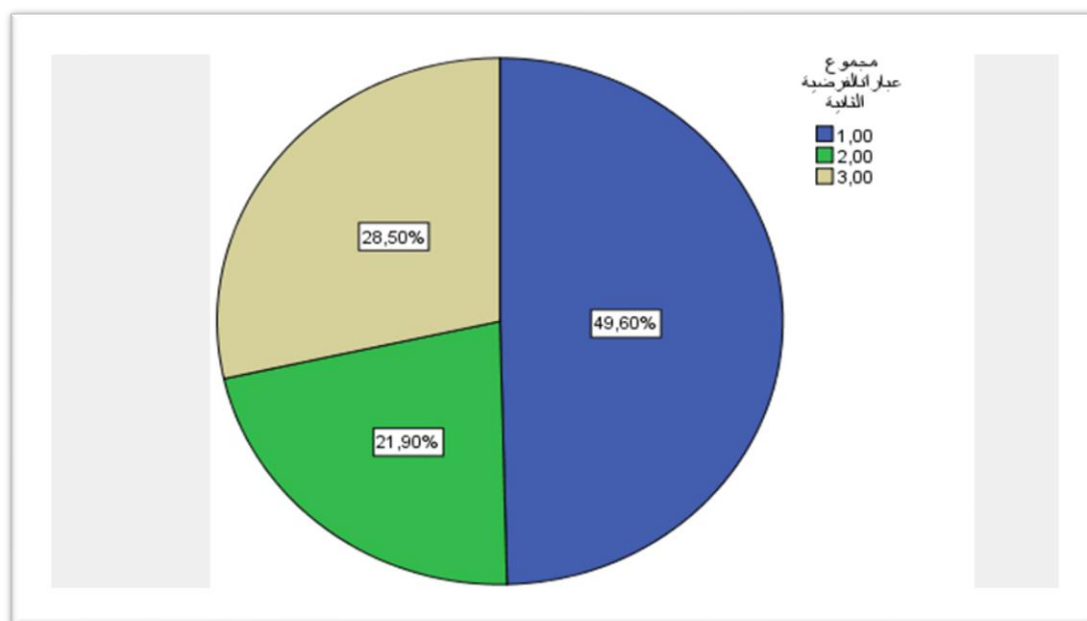
أ- مناقشة نتائج عبارات الفرضية الأولى التي تنص على: هناك رضى للعملاء تجاه الخدمات الجديدة لمجموعة beIN (2018-2021م)

جدول رقم (1) والشكل رقم (1): (التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على جميع عبارات الفرضية الأولى)

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
لا أوافق	791	79.1%
محايد	180	18%
أوافق	29	2.9%
المجموع	1000	100%

المرجع: إعداد معمل الدراسات والبحوث الاقتصادية التطبيقية والإدارية، بجامعة أنجمينا/ تشاد، من واقع الدراسة الميدانية، باستخدام spss v23، 2021م.

شكل رقم (1) والشكل رقم (1): (التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على جميع عبارات الفرضية الأولى)



المرجع: إعداد معمل الدراسات والبحوث الاقتصادية التطبيقية والإدارية، بجامعة أنجمينا/ تشاد، من واقع الدراسة الميدانية، باستخدام spss v23، 2021م.

يتبين من الجدول رقم (1) والشكل رقم (1) أن غالبية أفراد عينة الدراسة (791) فرداً غير موافقين على جميع ما جاء في عبارات الفرضية الأولى وبنسبة (791.9%)، وكان هناك (180) فرداً وبنسبة (18%) محايدون بخصوص ذلك، بينما وافق على ذلك (29) فرداً وبنسبة (2.9%).

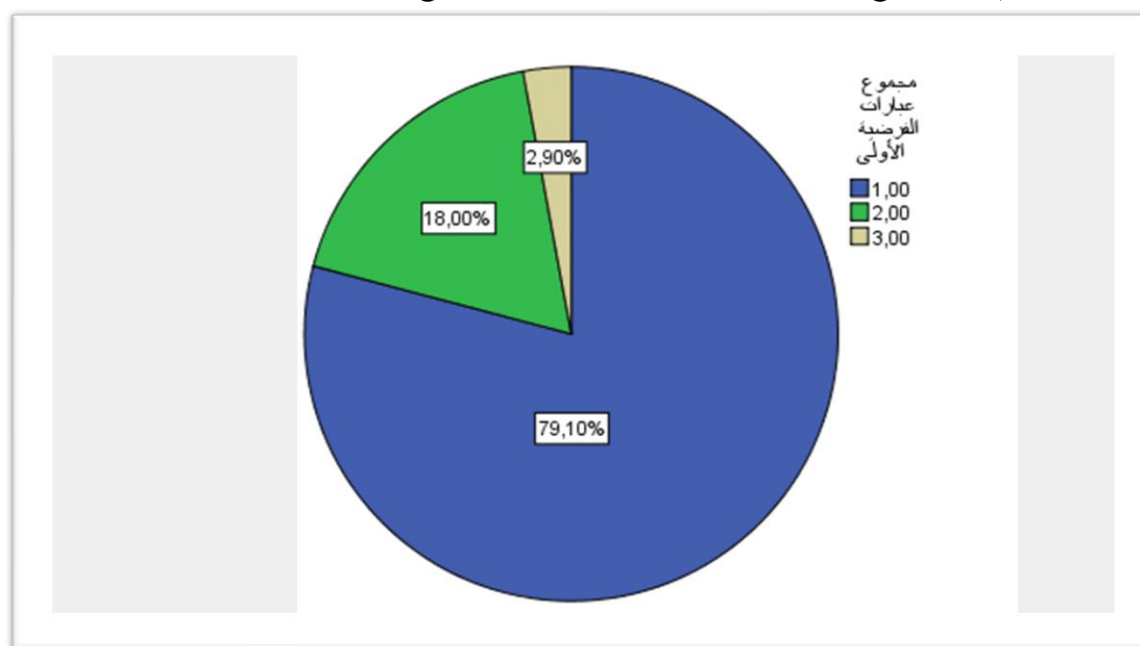
ب- مناقشة نتائج عبارات الفرضية الثانية التي تنص على: يعتبر نظام الاشتراكات لمجموعة beIN مناسب مع دخل العملاء

جدول رقم (2) والشكل رقم (2): (التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على جميع عبارات الفرضية الثانية)

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
لا أوافق	496	49.6%
محايد	219	21.9%
أوافق	285	28.5%
المجموع	1000	100%

المراجع: إعداد معمل الدراسات والبحوث الاقتصادية التطبيقية والإدارية، بجامعة أنجمينا/ تشاد، من واقع الدراسة الميدانية، باستخدام spss v23، 2021م.

شكل رقم (2) والشكل رقم (2): (التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على جميع عبارات الفرضية الثانية)



المراجع: إعداد معمل الدراسات والبحوث الاقتصادية التطبيقية والإدارية، بجامعة أنجمينا/ تشاد، من واقع الدراسة الميدانية، باستخدام spss v23، 2021م.

يتبين من الجدول رقم (2) والشكل رقم (2) أن غالبية أفراد عينة الدراسة (496) فرداً غير موافقين على جميع ما جاء في عبارات الفرضية الأولى ونسبة (791.9%)، بينما وافق على ذلك (285) فرداً ونسبة (28.5%)، وكان هناك (29) فرداً ونسبة (21.9%) محايدون بخصوص ذلك.

ج- اثبات صحة الفرضيات

للإجابة عن تساؤلات الدراسة والتحقق من فرضياتها تم حساب الوسيط لكل عبارة من عبارات الاستبانة والتي تبين آراء عينة الدراسة بخصوص (أثر نظام الاشتراكات الجديد لشركة بي إن اسبرت على زيادة أو تراجع مبيعات الشركة في تشاد) حيث تم إعطاء الدرجة (3) كوزن لكل إجابة "أوافق"، والدرجة (2) كوزن لكل إجابة "محايد"، والدرجة (1) كوزن لكل إجابة "لا أوافق". إن كل ما سبق ذكره وحسب متطلبات التحليل الإحصائي هو تحويل المتغيرات الاسمية إلى متغيرات كمية، وبعد ذلك سيتم استخدام اختبار مربع كاي والوسيط لمعرفة دلالة الفروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الفرضيتين.

د- ومناقشة نتائج الفرضية الأولى:

تنص الفرضية الأولى من فرضيات الدراسة على الآتي:

هناك رضى للعملاء تجاه الخدمات الجديدة لمجموعة beIN (2018-2021 م)

النتائج أعلاه الواردة في الجدول (1) لا تعني أن جميع المبحوثين متفقين على ما ورد في عبارات الفرضية الأولى، واختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد الأفراد (الموافقين، والمحايدين، والغير موافقين) تم استخدام مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الفرضية الأولى، والجدول (3) يلخص نتائج اختبارات الفرضية الأولى:

جدول رقم (3): الوسيط ونتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين إجابات أفراد العينة على عبارات الفرضية الأولى

العبارات	مربع كاي	القيمة الاحتمالية لمربع كاي	قيمة الوسيط	تفسير قيمة الوسيط
تقدم مجموعة beIN خدمات جيدة منذ 2018-2021	72	0.000	1	لا أوافق
تتصف خدمات beIN بالبساطة والحدثة .	32	0.000	1	لا أوافق
يعتبر نظام طبق الاستقبال لخدمات belN في تشاد جيد	31	0.000	1	لا أوافق
تعتبر خدمات beIN جيدة ومناسبة مقارنة مع CANAL+	76	0.000	1	لا أوافق
تقدم مجموعة beIN خدمات جيدة من حيث الصوت والصورة	76	0.000	1	لا أوافق
المجموع	976	0.000	1	لا أوافق

المراجع: إعداد معمل الدراسات والبحوث الاقتصادية التطبيقية والإدارية، بجامعة أنجمينا/ تشاد، من واقع الدراسة الميدانية، باستخدام spss v23، 2021م.

يمكن تفسير نتائج الجدول أعلاه كالآتي (3):

• بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء في العبارة الأولى (72) و القيمة الاحتمالية لها (0.000) وهذه القيمة الاحتمالية اقل من قيمة مستوى المعنوية (5%) واعتماداً على ما ورد في الجدول (1) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى (5%) بين إجابات أفراد الدراسة ولصالح الغير موافقين على أن مجموعة **beIN** تقدم خدمات جيدة منذ 2018-2021.

• بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء في العبارة الثانية (32) و القيمة الاحتمالية لها (0.000) وهذه القيمة الاحتمالية اقل من قيمة مستوى المعنوية (5%) واعتماداً على ما ورد في الجدول (1) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى (5%) بين إجابات أفراد الدراسة ولصالح الغير موافقين على أن خدمات **beIN** تتصف بالبساطة والحداثة.

• بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء في العبارة الثالثة (31) و القيمة الاحتمالية لها (0.000) وهذه القيمة الاحتمالية اقل من قيمة مستوى المعنوية (5%) واعتماداً على ما ورد في الجدول (1) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى (5%) بين إجابات أفراد الدراسة لصالح الغير موافقين علي أن يعتبر نظام طبق الاستقبال لخدمات **beIN** في تشاد يعتبر جيداً.

• بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء في العبارة الرابعة (76) و القيمة الاحتمالية لها (0.000) وهذه القيمة الاحتمالية أقل من قيمة مستوى المعنوية (5%) واعتماداً على ما ورد في الجدول (1) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى (5%) بين إجابات أفراد الدراسة لصالح الغير موافقين على أن تعتبر خدمات **beIN** تعتبر جيدة ومناسبة مقارنة مع **CANAL**.

• بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء في العبارة الخامسة (76) و القيمة الاحتمالية لها (0.000) وهذه القيمة الاحتمالية أقل من قيمة مستوى المعنوية (5%) واعتماداً على ما ورد في الجدول (1) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى (5%) بين إجابات أفراد الدراسة لصالح الغير موافقين على أن مجموعة **beIN** تقدم خدمات جيدة من حيث الصوت والصورة.

• بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بجميع عبارات الفرضية الأولى (976) والقيمة الاحتمالية لها (0.000) وهذه القيمة الاحتمالية أقل من قيمة مستوى المعنوية (5%) واعتماداً على ما ورد في الجدول (1) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى (5%) بين إجابات أفراد الدراسة ولصالح الغير موافقين علي ما جاء بجميع عبارات الفرضية الأولى.

وعليه فإن الفرضية الأولى التي تنص على " هناك رضى للعملاء تجاه الخدمات الجديدة لمجموعة **beIN** (2018-2021م) " قد تحققت.

2- عرض ومناقشة نتائج الفرضية الثانية:

تنص الفرضية الأولى من فرضيات الدراسة على الآتي:

يعتبر نظام الاشتراكات لمجموعة beIN مناسبة مع دخل العملاء

النتائج أعلاه الواردة في الجدول (2) لا تعني أن جميع المبحوثين متفقين على ما ورد في عبارات الفرضية الثانية، ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد الأفراد (الموافقين، والمحايدين، والغير موافقين) تم استخدام مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الفرضية الثانية، والجدول (4) يلخص نتائج اختبارات الفرضية الثانية:

جدول رقم (4)

الوسيط ونتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين إجابات أفراد العينة على عبارات الفرضية الثانية

العبارات	مربع كاي	القيمة الاحتمالية لمربع كاي	قيمة الوسيط	تفسير قيمة الوسيط
تعتبر مدة الاشتراكات لمجموعة beIN مناسبة مع دخل العملاء	76	0.000	1	لا أوافق
تعتبر مدة الدفع الشهري مناسبة للمشتركين	64	0.000	3	أوافق
تعتبر مدة الدفع 3 شهور مناسبة للمشتركين	16	0.000	2	محايد
تعتبر مدة الدفع 6 شهور مناسبة للمشتركين	124	0.000	1	لا أوافق
تعتبر مدة الدفع 12 شهر مناسبة للمشتركين	32	0.000	1	لا أوافق
المجموع	158	0.000	1	لا أوافق

المرجع: إعداد معمل الدراسات والبحوث الاقتصادية التطبيقية والإدارية، بجامعة أنجينا/ تشاد، من واقع الدراسة الميدانية، باستخدام spss v23، 2021م.

يمكن تفسير نتائج الجدول أعلاه كالاتي (4):

- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء في العبارة الأولى (76) و القيمة الاحتمالية لها (0.000) وهذه القيمة الاحتمالية اقل من قيمة مستوى المعنوية (5%) واعتماداً على ما ورد في الجدول (2) فإن ذلك يشير إلى وجود

فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى (5%) بين إجابات أفراد الدراسة ولصالح الغير موافقين على أن مدة الاشتراكات لمجموعة beIN مناسبة مع دخل العملاء.

- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء في العبارة الثانية (64) و القيمة الاحتمالية لها (0.000) وهذه القيمة الاحتمالية أقل من قيمة مستوى المعنوية (5%) واعتماداً على ما ورد في الجدول (2) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى (5%) بين إجابات أفراد عينة الدراسة ولصالح الموافقين على أن مدة الدفع كل شهر تعتبر مناسبة للمشتركين.

- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء في العبارة الثالثة (16) و القيمة الاحتمالية لها (0.000) وهذه القيمة الاحتمالية أقل من قيمة مستوى المعنوية (5%) واعتماداً على ما ورد في الجدول (2) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى (5%) بين إجابات أفراد عينة الدراسة لصالح المحايدین بخصوص اعتبار أن مدة الدفع كل 3 شهور مناسبة للمشتركين.

- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء في العبارة الرابعة (124) و القيمة الاحتمالية لها (0.000) وهذه القيمة الاحتمالية أقل من قيمة مستوى المعنوية (5%) واعتماداً على ما ورد في الجدول (2) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى (5%) بين إجابات أفراد عينة الدراسة لصالح الغير موافقين علي اعتبار أن مدة الدفع كل 6 شهور مناسبة للمشتركين.

- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء في العبارة الخامسة (32) و القيمة الاحتمالية لها (0.00) وهذه القيمة الاحتمالية أقل من قيمة مستوى المعنوية (5%) واعتماداً على ما ورد في الجدول (2) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى (5%) بين إجابات أفراد عينة الدراسة ولصالح الغير موافقين علي اعتبار أن مدة الدفع كل 12 شهر مناسبة للمشتركين.

- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بجميع عبارات الفرضية الثانية (158) والقيمة الاحتمالية لها (0.000) وهذه القيمة الاحتمالية أقل من قيمة مستوى المعنوية (5%) واعتماداً على ما ورد في الجدول (2) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى (5%) بين إجابات أفراد عينة الدراسة ولصالح المحايدین على ما جاء في جميع عبارات الفرضية الثانية.

وعليه فإن الفرضية الثانية التي تنص على " يعتبر نظام الاشتراكات لمجموعة beIN مناسب مع دخل العملاء " قد تحققت.

الخلاصة

وتحتوي على:

أولاً: النتائج

من خلال الدراسة الميدانية توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:-

- 1- هناك عدم رضى من مشتركي مجموعة **BEIN SPORT** تجاه الخدمات الجديدة التي تقدمها المجموعة في الفترة من (2018-2021م).
- 2- لا تعتبر خدمات **beIN** جيدة ومناسبة مقارنة مع **CANAL+** نظراً للتعقيدات الفنية التي تصاحب تفعيل اشتراك المجموعة.
- 3- لا تتصف خدمات **beIN** بالبساطة والحداثة مقارنةً مع خدمات **CANAL+**.
- 4- نظام طبق الاستقبال لخدمات **beIN** في تشاد غير جيد خلال فترة الدراسة.
- 5- الخدمات التي تقدمها مجموعة **beIN** غير جيدة من حيث الصوت والصورة في الوقت الحالي نظراً للتعقيدات الفنية المصاحبة لتركييب واستخدام الصحن.
- 6- مدد الاشتراكات لمجموعة **beIN** غير مناسبة مع دخل العملاء.
- 7- تعتبر مدة الدفع الشهري مناسبة للمشتركين مع طلبيات وقدرات المشتركين.

ثانياً: التوصيات

من خلال النتائج التي توصلت إليها الدراسة توصي الدراسة بالآتي:-

- 1- على ادارة مجموعة **BEIN SPORT** العمل على اعادة النظر في الخدمات الجديدة التي تقدمها المجموعة في الفترة من (2018-2021م).
- 2- تعزيز قوة البرنامج التقني لخدمات **beIN** الذي يتميز بالتعقيد مقارنة مع **CANAL+** نظراً للتعقيدات الفنية التي تصاحب تفعيل اشتراك المجموعة.
- 3- العمل على اجراء اصلاحات لخدمات **beIN** حتى تكون اكثر بساطة لتكون قادرة على منافسة خدمات **CANAL+**.
- 4- الرجوع الى الناييل سات والذي يعتبر اكثر استخداما في الفضاء التشادي حيث اثبتت الدراسة عدم جودة نظام طبق الاستقبال الجديد لخدمات **beIN** في تشاد خلال فترة الدراسة.
- 5- الخدمات التي تقدمها مجموعة **beIN** غير جيدة من حيث الصوت والصورة في الوقت الحالي نظراً للتعقيدات الفنية المصاحبة لتركييب واستخدام الصحن.

6- استخدام نظام دفع مناسب مع فئات المشتركين في تشاد حيث اثبتت الدراسة ان نظام الدفع الجديد لمدد الاشتراكات في مجموعة beIN غير مناسب مع دخل العملاء.

المصادر والمراجع

اولا: الكتب

- 1- محمد الصيرفي، البيع الشخصي. دار وائل، 2002،
- 2- مصطفى محمود أبو بكر، أخصائي البيع الناجح ، الدار الجامعية الاسكندرية، مصر، بدون نشر.
- 3- لويد دو بيتر وكليز كاروفورد، ادارة الجودة " التقدم والحكمة وفلسفة ديملج " ترجمة : حسين عبدالواحد ، الدار المصرية لنشر المعرفة و الثقافة العالمية.

ثانيا :البحوث والدراسات

- 4- سرار فضيلة ، شيلق رابح ، دور رجال البيع في التأثير على سلوك المستهلك بمؤسسة الحاج الطاهر للتجارة والتسويق بالجلفة ، مجلة البحوث والدراسات التجارية ، مجلد5 العدد1، تاريخ النشر 2021.
- 5- فريق مجلة ادارة المبيعات ، المركز التعليمي ، نشر 2022،.

ثالثا : المقابلات الشخصية

- 6- مقابلة مع رئيس مجلس ادارة شركة آل حمدان الوكيل الحصري لمجموعة beIN في تشاد.
- 7- مقابلة مع المدير الاداري والمالي لشركة آل حمدان الوكيل الحصري لمجموعة beIN في تشاد.
- 8- مقابلة مع مسؤول الوحدة التقنية بالشركة .

الوثائق:

- 9- تصريح مزاولة النشاط .
- 10- تقرير هيئة الاعلام السمعي والبصري 2021 م .