

## المزيج التسويقي في شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال وعلاقته برضا العملاء في مدينة الخليل

هدفت هذه الدراسة الى بيان المزيج التسويقي في شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية \_جوال\_ ودرجة رضا عملاء مدينة الخليل عن هذا المزيج التسويقي واعتمدت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي ولتحقيق هدف الدراسة قام فريق البحث بباختيار عينة عشوائية بسيطة وتصميم استبانة شملت 60 فقرة وذلك لجمع المعلومات الاولية من عينة الدراسة وفي ضوء ذلك تم توزيع الاستبانة وجمعها وتحليلها واختبار الفرضيات باستخدام برنامج SPSS ولقد شملت الدراسة استجابات 413 عميل و عميلة من عملاء شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية \_جوال\_ وصلت الدراسة الى عدد من النتائج تتلخص كالتالي: ان درجة رض 11 العملاء كانت عن عناصر المزيج التسويقي \_الخدمة، التسعير، الترويج، التوزيع، البيئة المادية، كفاءة العاملين، كفاءة العمليات، والانتاجية والجودة) درجة كبيرة، كذلك وجود العوامل الديموغرافية(العمر،الجنس، الحالة الاجتماعية) والعوامل السلوكية(نوع الاشتراك، ومدة الاشتراك) يؤثر على درجة رضا عملاء مدينة الخليل عن المزيج التسويقي المقدم في مراكز الشركة بينما نجد المؤهل العلمي من العوامل الديموغرافية لا يؤثر على درجة رضا العملاء عن المزيج التسويقي المقدم في مراكز شركة جوال كما تم بناء عدد من التوصيات كان اهمها ان تقوم شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية \_جوال\_ على تقديم وتطوير الخدمات المميزة لكافة فئات المجتمع لجذب اكبر عدد من العملاء وزيادة حصتهم السوقية في مدينة الخليل وان تقوم شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية \_جوال\_ بدراسة حاجات ورغبات العملاء بشكل دوري يؤدي الى تلبية حاجات ورغبات جميع فئات المجتمع وان تعمل شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية \_جوال\_ على تخفيض اسعار خدماتها ومنتجاتها المقدمة للعملاء في مدينة الخليل بناء على التغيرات الاقتصادية والتنافسية الجديدة في المجتمع وان تعمل شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية \_جوال\_ على تحسين نظام الاستجابة للعملاء وخاصة فيما يتعلق بالشكاوى والاقتراحات وقسم الصيانة كما يوصى فريق البحث الطلبة الخريجين والباحثين المهتمين بضرورة اجراء ابحاث مكملة لهذا البحث تختص بأي جزء من المزيج التسويقي في شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية \_جوال\_ او في قطاعات وشركات اخرى