

Πανεπιστήμιο Πειραιώς
Τμήμα Διοίκησης και Οργάνωσης Επιχειρήσεων

Ευρωπαϊκό Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα
Στη Διοίκηση Ολικής Ποιότητας



00135673

Διπλωματική Εργασία
Ιωακείμ Αν. Σαπουνάς

Μέτρηση της Ποιότητας Υπηρεσιών
του Κλάδου της Κινητής Τηλεφωνίας
στη Σάμο

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ	
ΑΡ.ΕΙΣ	35673
COMP.	456 ÷ 22362
ΤΑΞΙΝ.	384,6 ΣΑ
ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ	

Μάιος, 2000

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΠΕΡΙ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ, ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

3.1 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΚΑΙ ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

3.2 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΚΥΚΛΟΥ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΤΗΣ
ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ

3.3 ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

3.4 ΜΕΘΟΔΟΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

3.5 ΜΕΘΟΔΟΙ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ
ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η εμπειρική αυτή έρευνα πραγματοποιήθηκε με σκοπό:

1. Να μετρήσει την ποιότητα των υπηρεσιών του κλάδου της κινητής τηλεφωνίας στη νήσο Σάμο και
2. Να διερευνήσει τις σχέσεις μεταξύ της ποιότητας των υπηρεσιών του κλάδου της κινητής τηλεφωνίας και της ικανοποίησης του πελάτη αφ' ενός και της μελλοντικής χρήσης του κινητού τηλεφώνου απ' αυτόν, σε σχέση με την ικανοποίησή του αυτή, αφ' ετέρου.

Η μέτρηση της ποιότητας έγινε με Μονομεταβλητή Ανάλυση (Μέσοι όροι & Τυπικές Αποκλίσεις), οι θεωρητικές υποθέσεις εξετάστηκαν με Διμεταβλητή Ανάλυση (Ανάλυση Συσχέτισης) και έγινε Παραγοντική Ανάλυση.

Τα αποτελέσματα της έρευνας φαίνεται να τεκμηριώνουν τις υποθέσεις της ως προς τη θετική συσχέτιση τόσο της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας με την ικανοποίηση του πελάτη, όσο και της ικανοποίησης του πελάτη με τη μελλοντική χρήση του κινητού τηλεφώνου από τον ίδιο. Τούτο αποδεικνύεται εμπράκτως και από την εκφρασθείσα πρόθεση των συμμετασχόντων στην έρευνα σχετικά με τη μετακίνηση των χρηστών της κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο από μία προς άλλη εταιρεία κινητής τηλεφωνίας.

Τέλος επισημαίνεται ότι η έρευνα αυτή αποτελεί μικρή συμβολή για τη βελτίωση των προσφερομένων γενικά υπηρεσιών από την κινητή τηλεφωνία στον πελάτη στα πλαίσια μιας συνεχούς βελτίωσης της ποιότητας, η οποία αποτελεί τον βασικό άξονα της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας.

Κεφάλαιο 1: ΠΕΡΙ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Πράγματι είναι πολλοί αυτοί σήμερα που θα σας πουν ότι δεν διανοούνται πώς θα ήταν ο τρόπος ζωής και εργασίας τους, χωρίς ένα κινητό τηλέφωνο να τους ακολουθεί παντού. Άνθρωποι κάθε κοινωνικής τάξης, ποικίλων πεποιθήσεων και πολλών επαγγελμάτων, το χρησιμοποιούν σαν εργαλείο για τη δουλειά τους ή σαν επέκταση του ίδιου τους του γραφείου, όταν βρίσκονται εν κινήσει, ενώ παράλληλα υπηρετούν κάθε λογής προσωπικές υποθέσεις.

Σαν νέα τεχνολογία, η Κινητή Τηλεφωνία στην αρχή ήταν ακριβή και απρόσιτη, πράγμα που την περιορίζει για χρήση από λίγους, ενώ δεν έλειπαν οι υπερβολές που έφταναν μέχρι την επίδειξη. Όλα αυτά, πλέον, έχουν ξεπεραστεί. Η σταθερή πτώση του κατασκευαστικού και λειτουργικού κόστους και ο έντονος ανταγωνισμός μεταξύ των δικτύων κινητής τηλεφωνίας, έφεραν τα κινητά τηλέφωνα να μοιράζονται σχεδόν δωρεάν και τις τιμές των προσφερομένων υπηρεσιών σε επίπεδα προσιτά για το μεγαλύτερο μέρος του κοινού. Σε αρκετές περιπτώσεις, η ανεπάρκεια κάλυψη του σταθερού δικτύου τηλεφωνίας του ΟΤΕ στάθηκε η αφορμή για τη στροφή του κοινού στην κινητή τηλεφωνία.

Ωστόσο, η κινητή τηλεφωνία δεν έρχεται για να ανταγωνιστεί τη σταθερή, αλλά για να προσφέρει έναν εναλλακτικό τρόπο επικοινωνίας που σε συνδυασμό με τη σταθερή τηλεφωνία και τις νέες μορφές επικοινωνίας, όπως το Internet, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, τα έξυπνα δίκτυα ISDN και τις δορυφορικές επικοινωνίες θα αποτελέσουν την αιχμή του δόρατος για τις επικοινωνίες του 21ου αιώνα. Στο μέλλον η ενοποίηση όλων αυτών των τεχνολογιών κάτω από ένα ενιαίο παγκόσμιο ψηφιακό στάνταρτ είναι ίσως το ζητούμενο και η πρόκληση όλων όσων δουλεύουν στη βιομηχανία των τηλεπικοινωνιών.

Η προσπάθεια για κινητή τηλεφωνία δεν είναι κάτι το νέο. Ξεκινάει από τα μέσα της δεκαετίας του '70 στις ΗΠΑ και λίγο αργότερα στις αρχές τις δεκαετίας του '80 στην Ευρώπη, ειδικά στις Σκανδιναβικές χώρες, την Αγγλία, τη Γαλλία και τη Γερμανία. Η κάθε χώρα ανέπτυξε το δικό της στάνταρτ, το οποίο ήταν μη συμβατό με τα συστήματα, τον εξοπλισμό και τα δίκτυα των άλλων χωρών. Έτσι γρήγορα δημιουργήθηκε μια ανεπιθύμητη κατάσταση όπου τα κινητά τηλέφωνα ήταν περιορισμένα για χρήση μόνο μέσα στα εθνικά όρια της κάθε χώρας, πράγμα που ειδικά για την ενωμένη Ευρώπη ήταν ανεπίτρεπτο και άνευ σημασίας. Η αναγκαιότητα λοιπόν για ένα κοινό στάνταρτ στην Ευρωπαϊκή Ένωση οδήγησε το 1982 στη δημιουργία ενός οργανισμού για τη μελέτη και τον σχεδιασμό ενός πανευρωπαϊκού συστήματος επίγειας κινητής τηλεφωνίας. Ήταν η γέννηση του γνωστού μας σήμερα συστήματος GSM (Global System for Mobile Communications), του οποίου την ευθύνη αναλαμβάνει το 1989 ο οργανισμός European Telecommunications Standards Institute (ETSI).

Η εμπορική του εκμετάλλευση ξεκινάει από τα μέσα του 1991 και μέχρι το 1993 έχουν εγκατασταθεί 36 δίκτυα GSM σε περισσότερες από 22 χώρες. Ανάμεσά τους και η χώρα μας όπου αναπτύσσονται το 1993 δύο δίκτυα με εταιρείες παροχής υπηρεσιών την Panafon και Telestet. Η επιτυχία του GSM δεν είναι όμως μόνο ευρωπαϊκή υπόθεση. Σήμερα έχουν εγκατασταθεί δίκτυα GSM σε πάνω από 80 χώρες ανά τον κόσμο. Ενώ παρακλάδια του GSM, το DCS 1800 και το PCS 1900 (τα ίδια με το GSM μόνο που λειτουργούν στη συχνότητα των 1800MHz και 1900MHz αντίστοιχα, έναντι των 900MHz του GSM), κάνουν την εμφάνισή τους παγκοσμίως.

ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ GSM

Στη βάση της η κινητή τηλεφωνία δεν διαφέρει από τους παλιούς καλούς ασυρμάτους του στρατού ή της αστυνομίας. Το κινητό μας τηλέφωνο είναι ένας μικροσκοπικός ασύρματος, που ωστόσο δουλεύει πολύ πιο απλά και με πολλές τρομερές δυνατότητες, χάρη στο συνδυασμό του με ένα σύστημα σταθερών σταθμών, που λέγονται σταθμοί βάσης, και έξυπνων υπολογιστών που κάνουν εκατομμύρια διεργασίες χωρίς εμείς να καταλαβαίνουμε τίποτε. Έτσι, όλοι οι σταθμοί βάσης συνδέονται μεταξύ τους με πολλούς τρόπους (καλώδια, ραδιοκύματα, δορυφορικές ζεύξεις), και αρκεί να "πιάνει" το κινητό μας τηλέφωνο ένα οποιοδήποτε σταθμό για να βρεθεί μέσα στο δίκτυο και να μας δώσει όλες τις δυνατότητες επικοινωνίας.

Σε περίπτωση που κινούμαστε, μπορεί να απομακρυνθούμε από ένα σταθμό και να πλησιάσουμε κάποιον άλλο, οπότε, αυτόματα και χωρίς εμείς να καταλάβουμε το παραμικρό, το τηλέφωνό μας θα αποσυνδεθεί από τον παλιό σταθμό βάσης και θα συνδεθεί με τον νέο. Ας δούμε όμως όλα αυτά πιο αναλυτικά.

Το σύστημα κινητής τηλεφωνίας GSM αποτελείται από αρκετές μικρές λειτουργικές μονάδες με αυστηρά προκαθορισμένα χαρακτηριστικά, τα οποία συνοψίζονται σε τρία μεγάλα υποσυστήματα: τον Κινητό Σταθμό, τον Σταθμό Βάσης και το Υποσύστημα Δικτύου και Μεταγωγής.

Ο Κινητός Σταθμός (ΚΣ) αποτελείται από το κινητό τηλέφωνο που έχει κάθε συνδρομητής. Το τηλέφωνο αυτό έχει μέσα του και την έξυπνη κάρτα SIM. Χάρη σ' αυτή, το κινητό μας τηλέφωνο αναγνωρίζεται μονοσήμαντα από τη Διεθνή Ταυτότητα Κινητής Συσκευής ή IMEI (International Mobile Equipment Identity). Σε περίπτωση κλοπής ο αριθμός αυτός χρησιμεύει για την αναγνώριση της κλεμμένης συσκευής και αποτρέπει τη χρήση της. Ο έλεγχος των συσκευών γίνεται μέσω μιας βάσης δεδομένων που καταγράφει τα κινητά τηλέφωνα (EIR ή Equipment Identity Register) και θα πρέπει να τηρείται από τις εταιρείες παροχής υπηρεσιών.

Ο Σταθμός Βάσης (ΣΒ) ελέγχει τη ραδιοζεύξη και τα απαραίτητα πρωτόκολλα επικοινωνίας με τον Κινητό Σταθμό, αλλά και μεταξύ άλλων Σταθμών Βάσης. Για τον λόγο αυτό χωρίζεται σε δύο μέρη: στον Πομποδέκτη Σταθμού Βάσης (Base Transceiver Station, BTS) και τον Σταθμό Ελέγχου Βάσεων (Base Station Controller, BSC). Μια περιοχή καλύπτεται από έναν ή περισσότερους Σταθμούς Βάσης με μια κυψελωτή διάταξη. Ο Πομποδέκτης Σταθμού Βάσης αποτελεί το κύτταρο κάθε κυψέλης και είναι αυτός που ανταλλάσσει συνεχώς πληροφορίες με τον Κινητό Σταθμό.

Το Υποσύστημα Δικτύου και Μεταγωγής χειρίζεται τη μεταγωγή των κλήσεων μέσω του Κέντρου Μεταγωγής Κινητών (Mobile Switching Center, MSC) και εκτελεί τη σύνδεση με τα σταθερά δίκτυα του ΟΤΕ και ISDN. Επιπλέον, αναλαμβάνει τον έλεγχο των βάσεων δεδομένων για τους τοπικούς χρήστες (Home Location Register, HLR) ή χρήστες περιαγωγής (Visitor Location Register, VLR), και επικοινωνεί με το Κέντρο Εξακρίβωσης Στοιχείων (Authentication Users Center, AUC) και τη βάση δεδομένων καταγραφής κινητών (Equipment Identity Registry EIR).

Όταν ανοίγουμε για πρώτη φορά το κινητό μας τηλέφωνο, αυτόματα αρχίζει να ανταλλάσσει πληροφορίες με τον κοντινότερο Σταθμό Βάσης και αυτός με τη σειρά του εντοπίζει το Κέντρο Μεταγωγής Κινητών. Έτσι δρομολογείται η κλήση προς τη βάση που μας εξυπηρετεί. Αν βρισκόμαστε εκτός του δικού μας δικτύου κάλυψης, η βάση αντλεί τις απαραίτητες πληροφορίες από τον κινητό σταθμό, και μας καταγράφει σαν επισκέπτες, ενώ παράλληλα ειδοποιεί την εταιρεία μας ότι μας εξυπηρετεί. Έτσι είναι γνωστή η Θέση του Κινητού Σταθμού ανά πάσα στιγμή και δρομολογούνται προς αυτόν όλες οι κλήσεις χωρίς να χάνουμε καμία. Κατά τη διάρκεια μιας κλήσης το κινητό δεν σταματάει να ανταλλάσσει συνεχώς πληροφορίες με τη βάση και ρυθμίζει ανάλογα τη λειτουργία ώστε να έχει όσο το δυνατόν καλύτερη ζεύξη.

Στην περίπτωση που η ποιότητα της ζεύξης πέσει κάτω από κάποια επιτρεπτά όρια αμέσως γίνεται εναλλαγή σε κάποια άλλη βάση που μπορεί να προσφέρει καλύτερες συνθήκες ραδιοζεύξης.

Η όλη διαδικασία είναι απολύτως διαφανής, από την άποψη ότι το Κέντρο Μεταγωγής Κινητών αναλαμβάνει όλες τις εναλλαγές χωρίς να παρουσιάζεται η παραμικρή διακοπή στη συνομιλία των χρηστών και χωρίς ο χρήστης να μπορεί να αντιληφθεί τις όποιες αλλαγές γίνονται από το σύστημα. Στην περίπτωση που η κλήση γίνει από το σταθερό δίκτυο τηλεφωνίας τον ΟΤΕ, αμέσως αυτή δρομολογείται μέσω του Υποσυστήματος Δικτύου και Μεταγωγής στο Σταθμό Βάσης της κυψέλης με την οποία είναι συνδεδεμένο το κινητό μας. Αν κάνουμε περιαγωγή η κλήση περνάει στο δίκτυο εκείνο που μας εξυπηρετεί την παρούσα στιγμή.

Κύτταρο: το δομικό στοιχείο του δικτύου

Η φιλοσοφία στην αρχιτεκτονική ενός δικτύου κινητής τηλεφωνίας είτε αυτή είναι αναλογική είτε ψηφιακή στηρίζεται στην ιδέα του κυττάρου ή κυψέλης, εξ ου και η ονομασία κυτταρική ή κυψελωτή τηλεφωνία (cellular telephony). Ο κάθε γεωγραφικός τόπος που θέλουμε να καλύψουμε χωρίζεται σε μικρά τμήματα ή κύτταρα (cells), όπως έχει επικρατήσει να τα λέμε και κάθε κύτταρο καλύπτεται από ένα ραδιοσταθμό που είναι μέρος του σταθμού βάσης. Το πλεονέκτημα αυτής της σχεδίασης είναι η αύξηση της χωρητικότητας του συστήματος λόγω της δυνατότητας επαναχρησιμοποίησης των ίδιων συχνοτήτων.

Επιπλέον, ανά πάσα στιγμή, εάν κριθεί αναγκαίο, μπορούμε να έχουμε διάσπαση ενός κυττάρου σε άλλα μικρότερα και έτσι να καλύπτουμε τις αυξημένες ανάγκες μιας περιοχής, εύκολα και γρήγορα. Ο αριθμός των κυττάρων που καλύπτουν μια περιοχή είναι ανάλογος με το μέγεθος της περιοχής και το πλήθος των συνδρομητών. Το κινητό τηλέφωνο συνδέεται με την πιο κοντινή κυψέλη με την προϋπόθεση ότι υπάρχουν διαθέσιμα κανάλια. Όταν κινούμαστε από μια περιοχή σε άλλη, το σύστημα αξιολογεί συνεχώς την ποιότητα της κλήσης και αναλόγως μας μεταβιβάζει στην κυψέλη με την καλύτερη δυνατή λήψη. Η επικοινωνία μεταξύ κινητού τηλεφώνου και κυψέλης (Σταθμός Βάσης) γίνεται μέσω μιας ραδιοκυματικής εκπομπής που στην περίπτωση του GSM είναι ψηφιακή.

Η ραδιοζεύξη στο GSM

Η Διεθνής Ένωση Τηλεπικοινωνιών (International Telecommunication Union, ITU), η οποία διαχειρίζεται διεθνώς την κατανομή των ραδιοσυχνοτήτων, έχει δώσει για χρήση στο GSM τις συχνότητες γύρω από τους 900MHz. Οι συχνότητες από 890 έως 915MHz χρησιμοποιούν για την εκπομπή πληροφοριών από τον κινητό σταθμό προς τον σταθμό βάσης, ενώ οι συχνότητες από 935 έως 960MHz για τη λήψη πληροφοριών από τον σταθμό βάσης προς το κινητό. Μιας και το διαθέσιμο φάσμα συχνοτήτων είναι αρκετά περιορισμένο έπρεπε να εφευρεθεί μια τεχνική για τη διαίρεση του εύρους ανάμεσα σε όσο το δυνατόν περισσότερους χρήστες.

Η μέθοδος που επιλέχθηκε για το GSM είναι ένας συνδυασμός πρωτοκόλλων πολλαπλής πρόσβασης με χρονισμό (Time Division Multiple Access, TDMA) και διαίρεσης των συχνοτήτων του διαθέσιμου φάσματος (Frequency Division Multiple Access, FDMA). Βάση του πρωτοκόλλου FDMA το εύρος ζώνης που είναι 25MHz για την εκπομπή και 25MHz για τη λήψη διαιρείται αντίστοιχα σε 125 κανάλια με εύρος ζώνης 200kHz για το κάθε κανάλι. Κατόπιν με την εφαρμογή του πρωτοκόλλου TDMA κάθε κανάλι διαιρείται ακόμη περισσότερο σε βασικές χρονικές περιόδους διάρκειας 15/26ms. Οκτώ τέτοιες χρονικές μονάδες μας κάνουν ένα κανάλι με συνολικό πλαίσιο διάρκειας 120/26ms. Αυτά έχει ως αποτέλεσμα να εξυπηρετούνται μέχρι 8 συνδρομητές ταυτόχρονα από το ίδιο κανάλι, χωρίς καμία επίπτωση στη συνομιλία.

Στην εξοικονόμηση του φάσματος συμβάλλει και η ψηφιακή διαμόρφωση του σήματος που επιπλέον εξασφαλίζει και την καλύτερη δυνατή ποιότητα στις επικοινωνίες.

Η φωνή ψηφιοποιείται βάση του γνωστού μας PCM (Pulse Code Modulation) και κρυπτογραφείται (η ασφάλεια κατά των υποκλοπών είναι ένα ακόμα από τα πλεονεκτήματα του συστήματος), τέλος αφού διαμορφωθεί βάση του ψηφιακού αλγορίθμου GMSK (Gaussian Minimum Shift Key) εκπέμπεται από το κινητό τηλέφωνο.

Βέβαια όλα αυτά ακούγονται πολύ ωραία αλλά στην πράξη ο απλός χρήστης αντιμετωπίζει διάφορα παράδοξα που κάθε άλλο παρά κολακευτικά είναι για το σύστημα. Τί συμβαίνει λοιπόν όταν μιλάμε στο κινητό και ξαφνικά διακόπτεται απότομα η συνομιλία μας ή ενώ η ένδειξη στο κινητό μας δείχνει ισχυρό σήμα εμείς δεν μπορούμε να κάνουμε καμία κλήση; Η εξήγηση βρίσκεται στην ψηφιακή μορφή του συστήματος που εν αντιθέσει με το αναλογικό θα λέγαμε πολύ απλά ότι είναι ή του ύψους ή του βάθους. Στην αναλογική ραδιοζεύξη καθώς απομακρυνόμαστε από την πηγή του σήματος έχουμε μια σταδιακή εξασθένηση μέχρι του σημείου τα παράσιτα να καλύψουν πλήρως τη φωνή μας.

Στο ψηφιακό σύστημα η για οποιαδήποτε λόγο εξασθένηση τον σήματος, όπως απομάκρυνση από τον σταθμό βάσης πέραν των επιτρεπτών ορίων ή εξασθένηση λόγω πολλών ανακλάσεων και ισχυρών παρεμβολών, έχει ως αποτέλεσμα την αδυναμία των αλγορίθμων διόρθωσης σφάλματος (error correction) να επιδιορθώσουν την κατάσταση και οδηγούμαστε στην απότομη διακοπή της συνομιλίας αντί της δύσκολης επικοινωνίας με θόρυβο. Πέραν αυτού, η ποιότητα της ζεύξης μεταξύ του κινητού και του σταθμού βάσης αξιολογείται συνεχώς και όταν σημειωθεί πτώση κάτω από τα προκαθορισμένα από τα στάνταρτ επίπεδα, το σύστημα ψάχνει να βρει κάποιο ελεύθερο κανάλι σε γειτονική κυψέλη και αν κι αυτό είναι αδύνατον τότε έχουμε και πάλι την απότομη διακοπή του σήματος. Στις περισσότερες των περιπτώσεων δεν έχουμε παρά να αλλάξουμε θέση, όπως να κινηθούμε κοννότερα σε ένα παράθυρο ή μπαλκονόπορτα, για να διορθωθεί το πρόβλημα.

Το σύστημα DCS 1800

Το DCS 1800 είναι ένα ψηφιακό σύστημα κινητής τηλεφωνίας που στην ουσία διατηρεί την ίδια δομή του συστήματος GSM, με τη διαφορά ότι λειτουργεί 1800MHz έναντι των 900MHz του GSM. Το μεγαλύτερο εύρος φάσματος του DCS (150MHz έναντι 50MHz) προσφέρει αυτομάτως τη δυνατότητα εξυπηρέτησης περισσότερων συνδρομητών και του δίνει ένα καθαρό προβάδισμα έναντι του GSM σε περιοχές πυκνοκατοικημένες με μεγάλη ζήτηση κινητής τηλεφωνίας. Ωστόσο οι κυψέλες του DCS έχουν πολύ μικρότερη εμβέλεια (μέχρι 5km έναντι 35km του GSM) και τα κινητά τηλέφωνα χαμηλότερη ισχύ (250mW- 1W έναντι 20mW-2W των GSM). Εάν λάβουμε υπ' όψη μας και τα εγγενή προβλήματα μετάδοσης που παρουσιάζονται στις υψηλές συχνότητες, όπου ο διπλασιασμός της συχνότητας σημαίνει και διπλασιασμό της εξασθένησης ενώ το σήμα είναι τώρα πιο επιρρεπές στις παρεμβολές και στη διασπορά λόγω ανακλάσεων, αυτομάτως βγάζουμε το συμπέρασμα ότι ο σχεδιασμός και η ανάπτυξη του συστήματος αυτού είναι πιο δύσκολη υπόθεση. Από την άλλη, η μικρή εμβέλεια των κυψελών και η χαμηλή ισχύς το καθιστούν ιδανικό για τη δημιουργία μικροκυψελών που θα προσφέρουν αποκλειστική κάλυψη σε κτίρια, οργανισμούς, σταθμούς μετρό, υπόγειες εγκαταστάσεις και όπου αλλού απαιτείται πιο εξειδικευμένη κάλυψη.

Όσον αφορά τις διάφορες τηλε-υπηρεσίες, το DCS 1800 υπακούει στο ίδιο στάνταρτ με το GSM οπότε δεν υπάρχει καμία διαφορά σε εξυπηρέτηση. Ωστόσο οι μελλοντικές βελτιώσεις στην ταχύτητα της μετάδοσης πληροφοριών είναι πιο εύκολο να υλοποιηθούν στο DCS εξαιτίας του μεγαλύτερου εύρους ζώνης που διαθέτει.

Στο εξωτερικό τα δύο συστήματα συνυπάρχουν αρμονικά, ενώ υπάρχουν και εταιρείες παροχής υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας που εκμεταλλεύονται τα πλεονεκτήματα και των δύο συστημάτων. Έχουν δε στην αγορά κυκλοφορήσει κινητά τηλέφωνα που υποστηρίζουν και τα δύο συστήματα ώστε για τον απλό χρήστη η περιαγωγή μεταξύ δικτύων GSM και DCS είναι μια απλή υπόθεση.

Η έξυπνη κάρτα SIM

Όταν εγγραφούμε για πρώτη φορά σε κάποιο δίκτυο κινητής τηλεφωνίας μας αποστέλλεται μια μικρή κάρτα την οποία πρέπει να τοποθετήσουμε στην ειδική υποδοχή που υπάρχει στο κινητό μας τηλέφωνο για να ολοκληρωθεί η σύνδεση μας με το δίκτυο και για να μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε την κινητή μας συσκευή. Η κάρτα αυτή ονομάζεται SIM (Subscriber Identity Module) και αποτελεί την προσωπική ταυτότητα του κινητού μας. Επάνω της υπάρχει ένας μικροεπεξεργαστής και η απαραίτητη μνήμη, γι' αυτό και τη λέμε "έξυπνη", που συντάσσουν τον ηλεκτρονικό εγκέφαλο της κινητής μας συσκευής. Εκεί είναι αποθηκευμένες διάφορες πληροφορίες σχετικές με τη συνδρομή και τα προσωπικά στοιχεία του κατόχου, όπως ο διεθνής αριθμός συνδρομητή (IMSI) καθώς και ο προσωπικός κωδικός αναγνώρισης (PIN), αλλά και διάφορες άλλες πληροφορίες όπως ευρετήρια και προσωπικοί αριθμοί κλήσης που καλούμε συχνά. Ο διεθνής αριθμός είναι αυτός που καθορίζει μονοσήμαντα τον κάθε συνδρομητή του δικτύου και έτσι μπορεί να τον «παρακολουθεί» όπου κι αν κινείται και να καθορίζει τις χρεώσεις του.

Ο τετραψήφιος κωδικός PIN είναι μυστικός, τον γνωρίζει μόνο ο κάτοχος του κινητού, και πρέπει να τον εισάγει κάθε φορά που ενεργοποιεί το κινητό πριν συνδεθεί με το δίκτυο, προστατεύοντας έτσι τον λογαριασμό του από μη εξουσιοδοτημένη χρήση. Εάν δώσουμε λάθος για τρεις συνεχείς φορές τον αριθμό PIN τότε η κάρτα κλειδώνει και θα πρέπει να πληκτρολογήσουμε τον οκταψήφιο αριθμό ξεμπλοκαρίσματος (PUK), που είναι κι αυτός αποθηκευμένος μέσα στην κάρτα, για να την ξεκλειδώσουμε. Ακόμα μια μικρά μηνύματα (SMS) που λαμβάνονται από το δίκτυο μπορούν να αποθηκευτούν προσωρινά στην κάρτα και βέβαια όσο μεγαλύτερη είναι η χωρητικότητα στη μνήμη της κάρτας τόσο πιο ευέλικτη είναι η χρήση της.

Σήμερα συναντάμε δύο τύπους καρτών SIM που έχουν σχέση με τις φάσεις ολοκλήρωσης του GSM. Κάρτες από τη Φάση 1 έχει μόνο 3Κ μνήμης για αποθήκευση αλφανουμερικών στοιχείων, ενώ κάρτες από τη Φάση 2 έχουν 8Κ μνήμης για αποθήκευση αλφανουμερικών χαρακτήρων και μηνυμάτων SMS. Βλέπουμε λοιπόν ότι το κινητό μας τηλέφωνο αποκτά τον προσωπικό του χαρακτήρα χάρη στην έξυπνη κάρτα SIM και αυτό σημαίνει ότι δεν είμαστε δέσμιοι σε μια μόνο συσκευή, αλλά μπορούμε να αλλάξουμε συσκευή μεταφέροντας την χάρτα SIM σε κάποια άλλη. Έτσι είναι δυνατόν να ταξιδέψουμε στο εξωτερικό παίρνοντας μόνο την χάρτα SIM, να νοικιάσουμε ένα κινητό τηλέφωνο από εκεί και να το χρησιμοποιήσουμε (αφού έχουμε πρώτα τοποθετήσει την κάρτα μέσα) όπως θα χρησιμοποιούσαμε το κινητό μας τηλέφωνο στη χώρα μας.

Η κάρτα SIM τοποθετείται σε μια ειδική υποδοχή ανάγνωσης που υπάρχει στην κινητή συσκευή. Η υποδοχή είναι τυποποιημένη και ανάλογα με το μοντέλο του κινητού μπορεί να έχουμε κάρτες SIM μεγάλες στο μέγεθος όσο και μια πιστωτική κάρτα, αλλά και μικρότερες για χρήση με τις πολύ μικρές συσκευές παλάμης. Πέραν του μεγέθους, λοιπόν, δεν υπάρχει καμιά ουσιαστική διαφορά μεταξύ μεγάλων και μικρών καρτών. Η μικρή είναι πανομοιότυπη με τη μεγάλη εκτός από το ότι δεν έχει το επιπλέον πλαστικό γύρω της.

Η Περιαγωγή (Roaming)

Περιαγωγή είναι η δυνατότητα να χρησιμοποιούμε το κινητό μας τηλέφωνο - στην πραγματικότητα τον προσωπικό μας τηλεφωνικό αριθμό του δικτύου μας GSM - σε κάποιο άλλο δίκτυο GSM. Για παράδειγμα, θα θέλαμε ταξιδεύοντας από την Ελλάδα σε κάποια άλλη χώρα της Ευρώπης να μεταφέρουμε το κινητό τηλέφωνο μαζί μας, όπου όχι μόνο θα μπορούμε εμείς να κάνουμε τηλεφωνήματα, αλλά και που θα μπορεί να μας καλέσει ο οποιοσδήποτε πάρει τον προσωπικό μας τηλεφωνικό αριθμό GSM. Αυστηρή προϋπόθεση για να έχουμε περιαγωγή από το δίκτυο μας σε κάποιο άλλο, είναι το δίκτυο με το οποίο είμαστε συνδεδεμένοι να έχει συνάψει συμφωνία με κάποιο από τα δίκτυα που καλύπτουν τη συγκεκριμένη περιοχή ή χώρα στην οποία σκοπεύουμε να ταξιδέψουμε. "Η συμφωνία περιαγωγής", όπως αποκαλείται, στην ουσία είναι μια εμπορική συμφωνία μεταξύ των δικτύων η οποία επιτρέπει τη μεταφορά πληροφοριών, όπως τηλεφωνικές εγγραφές και χρεώσεις τηλεφωνικών κλήσεων από το ένα δίκτυο στο άλλο.

SMS (Short Message Service)

Η αποστολή μικρών μηνυμάτων είναι ένας εναλλακτικός τρόπος επικοινωνίας που επιτρέπει την αποστολή και λήψη μικρών μηνυμάτων μέχρι 160 χαρακτήρων από το κινητό μας σε κάποιον άλλο χρήστη του δικτύου. Το σημαντικό είναι ότι η μεταφορά των μηνυμάτων είναι σίγουρη ακόμα και όταν το κινητό τηλέφωνο του παραλήπτη είναι κλειστό.

Συμπληρωματικές υπηρεσίες φωνητικής τηλεφωνίας

Οι υπηρεσίες αυτές έρχονται ως συμπλήρωμα της φωνητικής τηλεφωνίας και βεβαιώνουν τον χρήστη ότι σε καμιά περίπτωση ένα τηλεφώνημά του δεν θα πάει χαμένο, αλλά και τον προφυλάσσουν από ανεπιθύμητες συνομιλίες.

Προώθηση κλήσεων (call forwarding). Πόσες φορές δεν σας έχει τύχει να χάσετε σημαντικά τηλεφωνήματα γιατί βρισκόσασταν εκτός δικτύου ή η μπαταρία του κινητού σας είχε ξεφορτιστεί; Με την ενεργοποίηση της υπηρεσίας αυτής κανένα από αυτά δεν χρειάζεται να μας συμβεί αφού έτσι εκτρέπουμε όλες τις κλήσεις που έρχονται στο κινητό μας σε κάποιο άλλο διαθέσιμο τηλέφωνο του τοπικού ή διεθνούς δικτύου.

Προσωπικός τηλεφωνητής. Στην ίδια φιλοσοφία με την προηγούμενη υπηρεσία, η υπηρεσία αυτή λειτουργεί ακριβώς όπως και μια σταθερή συσκευή τηλεφωνητή. Εάν για κάποιο λόγο δεν μπορούμε να απαντήσουμε την κλήση αναλαμβάνει το δίκτυο να καταγράψει και να αποθηκεύσει στον server του τα μηνύματα που θα μας αφήσουν. Και βέβαια υπάρχουν όλες οι ανέσεις που συναντάμε σε έναν σύγχρονο τηλεφωνητή όπως ηχητική ή γραπτή ενημέρωση κάθε φορά που υπάρχει ένα νέο μήνυμα, καταγραφή ημέρας και ώρας που λάβαμε το μήνυμα και αποθήκευση των μηνυμάτων για κάποιο χρονικό διάστημα.

Αναμονή και συγκράτηση κλήσης (call waiting/hold). Εάν η γραμμή σας είναι ήδη απασχολημένη με κάποιο τηλεφώνημα και δεν θέλετε να χάσετε μια ιδιαίτερη κλήση που σας έρχεται την ίδια στιγμή τότε ενεργοποιώντας την υπηρεσία αυτή μπορείτε να εναλλάσσετε μεταξύ των δύο κλήσεων βάζοντας τη μία ή την άλλη γραμμή σε αναμονή. Επιπλέον σας επιτρέπει να καλέσετε κάποιον δεύτερο αριθμό βάζοντας τον πρώτο στην αναμονή.

Φραγή κλήσεων (call barring). Εάν για κάποιο λόγο δεν επιθυμείτε να λάβετε κάποια κλήση ή θέλετε να παρεμποδίσετε κάποιες εξερχόμενες κλήσεις, με την υπηρεσία αυτή σας δίνεται η δυνατότητα ελέγχου διαφόρων κατηγοριών κλήσεων. Έτσι μπορείτε να έχετε φραγή εισερχόμενης κλήσης, απερχόμενης διεθνούς, υπεραστικής, προς συγκεκριμένη κατεύθυνση και όλες τις περιπτώσεις περιαγωγής.

Αναγνώριση κλήσεων (Calling Line Identification ή CLI). Είναι ίσως αρκετές οι φορές που σας έχουν παρενοχλήσει τηλεφωνικά, αλλά και φορές που θα θέλατε να γνωρίζετε ποιος σας καλεί πριν απαντήσετε. Με την υπηρεσία αυτή σας δίνεται η δυνατότητα να εμφανίζεται στην οθόνη του κινητού σας ο αριθμός που σας καλεί.

Η Ελληνική αγορά

Η Ελλάδα έχει μία ιστορία λίγων ετών στο χώρο της κινητής τηλεφωνίας. Με τον νόμο 2075 της 31-7-1992 δόθηκαν άδειες κινητής τηλεφωνίας σε δύο εταιρείες, την Telestet και την Panafon. Από τον Ιούλιο του 1993 τα δύο δίκτυα άρχισαν την εμπορική λειτουργία στο δίκτυο GSM.

Στις 5-12-1995 το Κράτος έδωσε στον ΟΤΕ ειδική άδεια για την οργάνωση του δικτύου κινητής τηλεφωνίας DCS-1800.

Οι εταιρείες αυτές έχουν σημειώσει σημαντική πρόοδο τόσο στην εξυπηρέτηση του πελάτη, όσο και στην εξυπηρέτηση μετά την πώληση.

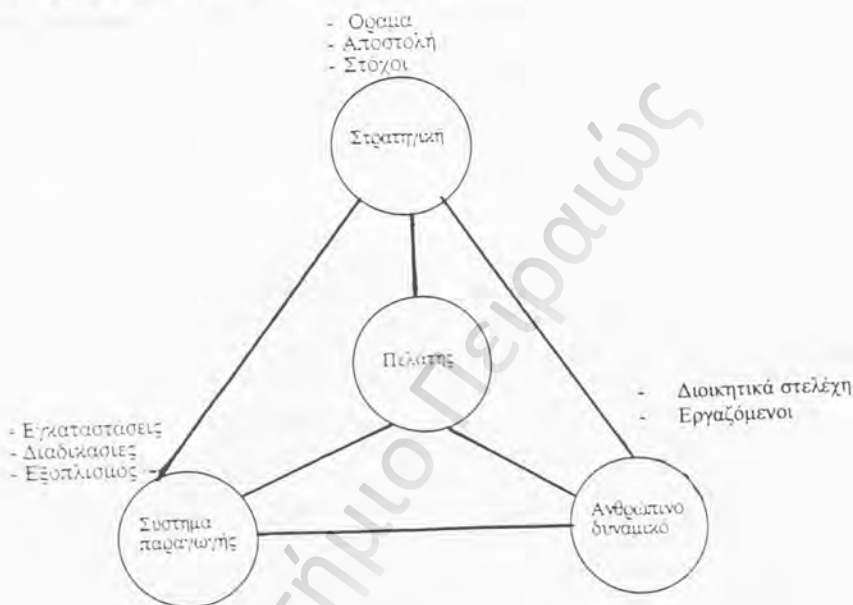
Φαίνεται ότι έχουν συμπεράνει ότι αυτό που φαίνεται ότι θα κρίνει το «παιχνίδι» στην κινητή τηλεφωνία στην Ελλάδα τα επόμενα χρόνια είναι η ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών. Πάνω στην ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών θα πρέπει οι εταιρείες κινητής τηλεφωνίας, που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, να παρουσιάσουν τα προγράμματά τους, διότι συνεχώς αυξάνεται ο αριθμός των συνδρομητών και οι απαιτήσεις τους για υψηλότερου επιπέδου προσφερόμενες υπηρεσίες.

Λαμβάνοντας υπόψη ότι η ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών θα παίξει καθοριστικό ρόλο τα επόμενα χρόνια στο χώρο της κινητής τηλεφωνίας στην Ελλάδα, η εμπειρική αυτή έρευνα πραγματοποιήθηκε με σκοπό:

1. Να μετρήσει την ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών του κλάδου της κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο και
2. Να διερευνήσει τις σχέσεις μεταξύ της ποιότητας των υπηρεσιών του κλάδου της κινητής τηλεφωνίας και της ικανοποίησης του πελάτη αφ' ενός και της μελλοντικής χρήσης του κινητού τηλεφώνου απ' αυτόν, σε σχέση με την ικανοποίησή του αυτή, αφ' ετέρου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

Στο προτεινόμενο από τους Albrecht και Zemke πλαίσιο ανάλυσης έχουμε στο επίκεντρο τον πελάτη και στις κορυφές ενός τριγώνου τη στρατηγική, το ανθρώπινο δυναμικό, και το σύστημα παραγωγής (βλ. Διάγραμμα 1).



Διάγραμμα 1: Βασικά στοιχεία συστήματος παροχής υπηρεσιών

(Πηγή: Aibrecht K. and R. Zemke, Service America, Warner Book 1985)

Ο πελάτης: Στο παραπάνω πλαίσιο ανάλυσης, είναι ο αποδέκτης των Υπηρεσιών που παρέχει το σύστημα. Για να είναι το σύστημα αποτελεσματικό θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη ο πελάτης και οι ανάγκες του.

Η στρατηγική: Είναι απαραίτητο για τη διοίκηση να προσδιορίζει με σαφήνεια το όραμα, την αποστολή και τους στόχους της επιχείρησης.

Το ανθρώπινο δυναμικό: Το βασικό ρόλο για την επιτυχή λειτουργία ενός συστήματος παροχής υπηρεσιών έχει συνήθως το προσωπικό της επιχείρησης σε όλες τις βαθμίδες και όλες τις δραστηριότητες.

Το σύστημα παραγωγής: Αυτό αναφέρεται στις εγκαταστάσεις τις παραγωγικές διαδικασίες και τον εξοπλισμό της επιχείρησης για την εύρυθμη λειτουργία της επιχείρησης.

Βασικές σχέσεις μεταξύ των παραπάνω στοιχείων

Οι γραμμές που συνδέουν τα βασικά στοιχεία στο παραπάνω πλαίσιο ανάλυσης αντιπροσωπεύουν τους τρόπους αλληλεπίδρασης που υπάρχουν.

Η γραμμή μεταξύ της στρατηγικής και του πελάτη αναφέρεται στη σημασία που παίρνει ο πελάτης στη στρατηγική μιας επιχείρησης.

Η γραμμή μεταξύ της στρατηγικής και του ανθρώπινου δυναμικού προσδιορίζει τη βαρύτητα που δίνει η επιχειρησιακή στρατηγική στην προσέλκυση, εκπαίδευση και ικανή υποκίνηση των εργαζομένων για την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης.

Η γραμμή μεταξύ του συστήματος παραγωγής και των πελατών αναφέρεται στα φυσικά μέσα και τις διαδικασίες για την εξυπηρέτηση του πελάτη.

Η γραμμή μεταξύ του συστήματος παραγωγής και του προσωπικού αναφέρεται στα μέσα και τις διαδικασίες που η επιχείρηση διαθέτει στους εργαζόμενους για την αποτελεσματική κάλυψη των αναγκών των εργαζομένων.

Η πιο κρίσιμη ίσως σχέση είναι αυτή μεταξύ του προσωπικού και του πελάτη. Η εικόνα που έχει ο πελάτης για την επιχείρηση είναι αυτή που διαμορφώνει από τις επαφές του με διάφορα άτομα στο προσωπικό της επιχείρησης. Αυτές οι επαφές είναι τόσο κρίσιμες για την ικανοποίηση του πελάτη που αποκαλούνται «στιγμές αλήθειας» και αθροιστικά προσδιορίζουν την ποιότητα της παρεχόμενης εξυπηρέτησης και κατ' επέκταση την ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης.

Προσδιορισμός βαθμού ικανοποίησης πελάτη

Στην αξιολόγηση της ποιότητας υπηρεσιών ο δείκτης που προσδιορίζει το επίπεδο της παρεχόμενης ποιότητας από την επιχείρηση είναι ο βαθμός ικανοποίησης των πελατών της.

Ο βαθμός ικανοποίησης ενός πελάτη προσδιορίζεται από τη διαφορά της ίδιας αντίληψης που σχηματίζει ο ίδιος για την ποιότητα της εξυπηρέτησης που του παρασχέθηκε και του επιπέδου των προσδοκιών που είχε για την αναμενόμενη εξυπηρέτησή του από πριν.

Όσο καλύτερη είναι η πραγματική ποιότητα εξυπηρέτησης σε σχέση με αυτή που περίμενε ο πελάτης, τόσο πιο ικανοποιημένος αισθάνεται από την επιχείρηση.

Διαμορφωτές ίδιας αντίληψης του πελάτη για ποιότητα εξυπηρέτησης

Μετά την ολοκλήρωση της εξυπηρέτησης που προσφέρεται από μια επιχείρηση, ο πελάτης διαμορφώνει τη δική του αντίληψη για την ποιότητα των υπηρεσιών που του παρασχέθηκαν με γνώμονα πέντε διαφορετικές διαστάσεις που προτείνονται από την ερευνητική ομάδα Parasuraman οι οποίες είναι οι ακόλουθες:

1. Η Αξιοπιστία

Η αξιοπιστία στην εξυπηρέτηση αναφέρεται στην ικανότητα της επιχείρησης παρέχει την αναμενόμενη ποιότητα εξυπηρέτησης με τρόπο ακριβή και αξιόπιστο. Η διάσταση αυτή περιγράφει κατά πόσο είναι σε θέση να ικανοποιήσει η επιχείρηση τις βασικές ανάγκες του πελάτη για τον σκοπό που ήλθε στο σύστημα.

2. Τα Υλικά ή Εμπράγματα Στοιχεία

Τα Υλικά ή Εμπράγματα Στοιχεία αναφέρονται στο προσωπικό που παρέχει την εξυπηρέτηση, στις εγκαταστάσεις, τον εξοπλισμό και στα διάφορα μέσα που χρησιμοποιούνται για την επικοινωνία του πελάτη.

3. Ο Βαθμός Ανταπόκρισης

Ο Βαθμός Ανταπόκρισης αναφέρεται κυρίως στην προθυμία του προσωπικού να προσφέρει με ευγένεια και ταχύτητα την αναμενόμενη από τον πελάτη εξυπηρέτηση.

4. Η Αίσθηση Αυτοπεποίθησης

Η αυτοπεποίθηση αναφέρεται στις γνώσεις, την αυτοπεποίθηση και την ικανότητα του προσωπικού να εμπνέει εμπιστοσύνη στους πελάτες.

5. Η Κατανόηση και η Συναισθηματική Συμμετοχή

Η Κατανόηση και η Συναισθηματική Συμμετοχή αναφέρεται στην ικανότητα που αναπτύσσει μία επιχείρηση μέσω του προσωπικού της για εξατομικευμένη προσοχή και φροντίδα του πελάτη.

Από πλευράς σημασίας, οι εμπειρικές μελέτες συγκλίνουν στο συμπέρασμα ότι η αξιοπιστία, ως διαμορφωτής της ίδιας αντίληψης του πελάτη για την ποιότητα της παρεχόμενης υπηρεσίας, έχει τη μεγαλύτερη σημασία για την ικανοποίηση του πελάτη από κάθε άλλο διαμορφωτή. Για την ενίσχυση του ανταγωνιστικού της πλεονεκτήματος μία επιχείρηση είναι σκόπιμο να δώσει έμφαση και στους άλλους διαμορφωτές της αντίληψης που σχηματίζει ο ίδιος ο πελάτης για την ποιότητα της παρεχόμενης εξυπηρέτησης.

Διαμορφωτές προσδοκιών πελάτη για ποιότητα εξυπηρέτησης

Το επίπεδο προσδοκιών ενός πελάτη για την αναμενόμενη ποιότητα εξυπηρέτησης διαμορφώνεται με τα παρακάτω τέσσερα κριτήρια:

1. Την Τιμή που Πληρώνει ο Πελάτης

Είναι φυσικό, το επίπεδο προσδοκιών ενός πελάτη για την αναμενόμενη ποιότητα εξυπηρέτησης, να επηρεάζεται από την τιμή που πληρώνει ο πελάτης για τη συγκεκριμένη υπηρεσία.

2. Την Πείρα του Πελάτη

Πελάτες με μεγάλη πείρα στη χρήση ορισμένων υπηρεσιών έχουν μεγαλύτερη και καλύτερη πληροφόρηση για τα διαθέσιμα επίπεδα ποιότητας στη εξυπηρέτησή τους, ώστε για δεδομένη τιμή να περιμένουν το καλύτερο που προσφέρεται.

3. Τις Πληροφορίες του Πελάτη από Τρίτους

Ιδιαίτερα σημαντική στη διαμόρφωση προσδοκιών για την ποιότητα εξυπηρέτησης είναι και η πληροφόρηση που έχει προφορικά ο πελάτης από το άμεσο περιβάλλον του.

4. Τις Προσδοκίες του Πελάτη από Διαφημίσεις

Ο τρόπος με τον οποίο μία επιχείρηση διαφημίζει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της και το τι υπόσχεται έμμεσα ή άμεσα στον πελάτη για τα είδη που προσφέρει διαμορφώνουν μία εικόνα που επηρεάζει καθοριστικά τις προσδοκίες του για την αναμενόμενη ποιότητα.

Αν ανατρέξουμε στη σχετική με το θέμα βιβλιογραφία, θα διαπιστώσουμε ότι η ποιότητα υπηρεσιών έχει περιγραφεί ως μία μορφή στάσης, η οποία σχετίζεται με την ικανοποίηση του πελάτη, χωρίς όμως να ταυτίζεται μ' αυτή. Οι μετρήσεις της προέρχονται από τη σύγκριση των προσδοκιών του πελάτη πριν από την εξυπηρέτηση με την αντιλαμβανόμενη ποιότητα των προσφερομένων στον ίδιο υπηρεσιών κατά την εξυπηρέτηση (**Boston and Drew 1991, Parasuraman, Zeithalm and Berry 1988**).

Εξετάζοντας πιο βαθιά το παραπάνω θέμα, οδηγούμαστε σε μία σύγχυση απόψεων σχετικά με τον τρόπο μέτρησης της ποιότητας υπηρεσιών.

Οι **Churchill και Surprenant (1982)**, καθώς και οι **Woodruff, Cadotte και Jenkins(1983)** υποστηρίζουν ότι οι μετρήσεις της ποιότητας προέρχονται από την ίδια αντίληψη που διαμορφώνει ο πελάτης για την προσφερόμενη υπηρεσία, και προτείνουν το εξής μοντέλο για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών:

SERVPERF=PERCEPTIONS

Οι **Parasuraman, Zeithaml και Berry (1988)** υποστηρίζουν ότι οι μετρήσεις της ποιότητας προέρχονται από την σύγκριση των προσδοκιών του πελάτη για αναμενόμενη ποιότητα με την ίδια αντίληψή του για την ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών και προτείνουν το εξής μοντέλο για τη μέτρησή της:

SERVQUAL=PERCEPTIONS-EXPECTATIONS

Πολλοί ερευνητές δέχονται ότι η ποιότητα υπηρεσιών και η ικανοποίηση του πελάτη δεν ταυτίζονται ως έννοιες (Bitner 1990, Bolton and Drew 1991, Parasuraman, Zeithaml και Berry 1985, 1988).

Η πιο κοινή εξήγηση της διαφοράς των παραπάνω δύο εννοιών είναι ότι η αντιλαμβανόμενη από τον πελάτη ποιότητα υπηρεσιών είναι ένα είδος στάσης, μία μακροχρόνια συνολική εκτίμηση, ενώ η ικανοποίησή του μία συγκεκριμένη μέτρηση, που αναφέρεται περισσότερο στην ίδια την εξυπηρέτηση.

Στην περίπτωση της ποιότητας υπηρεσιών, το μέτρο σύγκρισης είναι το τί ο καταναλωτής θα έπρεπε να περιμένει, ενώ για την ικανοποίησή του, το μέτρο σύγκρισης είναι το τί ο καταναλωτής περιμένει.

Παρ' όλα αυτά, μια τέτοια διαφοροποίηση φαίνεται να μην υφίσταται σύμφωνα με τους Woodruff, Cadotte και Jenkins (1983), διότι υποστηρίζουν ότι αυτό που περιμένει ο πελάτης θα έπρεπε να βασίζεται στην προηγούμενη εμπειρία του, σχετικά με τις προσφερόμενες υπηρεσίες.

Αρχικά οι Parasuraman, Zeithaml και Berry 1985, 1988 υποστήριξαν ότι υψηλότερο επίπεδο αντιλαμβανόμενης από τον πελάτη ποιότητας υπηρεσιών οδηγεί σε υψηλότερο επίπεδο ικανοποίησης του πελάτη, ενώ πρόσφατες έρευνες δείχνουν ότι η ικανοποίηση προηγείται της ποιότητας υπηρεσιών Bitner 1990, Bolton and Drew 1991.

Ειδικότερα, ο Bitner (1990) έχει παρουσιάσει ένα εμπειρικό μοντέλο, που συσχετίζει την ικανοποίηση του πελάτη με την ποιότητα των προσφερομένων σ' αυτόν υπηρεσιών.

Επιπροσθέτως, οι Bolton and Drew (1991) υποστηρίζουν ότι η αντιλαμβανόμενη από τον πελάτη ποιότητα υπηρεσιών είναι μία στάση στο χρόνο t (Στάση t) και υπάρχει μια συναρτησιακή σχέση μεταξύ της ποιότητας και της αντιλαμβανόμενης από τον πελάτη ποιότητας στο χρόνο $t-1$ (Στάση $t-1$) και του επιπέδου ικανοποίησης του (IK) προς τη δυσαρέσκειά του από την εξυπηρέτηση (Δ). Δηλαδή ισχύει η παρακάτω σχέση:

Στάση $t=g$ (Στάση $t-1$, IK/ Δ)

Σύμφωνα με την παραπάνω σχέση, οι Bolton and Drew (1991) υποστηρίζουν ότι η δυσαρέσκεια, οι προσδοκίες του πελάτη για την εξυπηρέτηση πριν από την παροχή της υπηρεσίας και η παροχή της προσφερόμενης υπηρεσίας προς τον πελάτη πρέπει να έχουν μία σημαντική επίδραση στην ίδια αντίληψη του πελάτη για την προσφερόμενη σ' αυτόν υπηρεσία.

Επιπροσθέτως, τα αποτελέσματα της έρευνάς τους έδειξαν ότι η επίδραση της δυσαρέσκειας του πελάτη από την προσφερόμενη υπηρεσία σ' αυτόν είναι σχετικά ασθενής και εφήμερη.

Τελικά, πρότειναν την εξής συνάρτηση, για να ερμηνεύσουν τη σχέση μεταξύ της ικανοποίησης και της ποιότητας υπηρεσιών:

Ποιότητα Υπηρεσιών = f (Δυσαρέσκεια, Προσδοκίες, Εκτέλεση)

Ο Oliver (1980) υποστηρίζει ότι οι καταναλωτές διαμορφώνουν μία γνώμη (θετική ή αρνητική) για την επιχείρηση που τους παρέχει την υπηρεσία, η οποία βασίζεται στις προηγούμενες προσδοκίες για την εκτέλεση της υπηρεσίας από την επιχείρηση και αυτή η γνώμη έχει επίδραση στη μελλοντική χρήση της υπηρεσίας από τους ίδιους.

Ο ίδιος υποστηρίζει στην έρευνά του τα εξής:

- Όταν δεν υπάρχει προηγούμενη εμπειρία με την επιχείρηση που παρέχει την υπηρεσία, οι προσδοκίες του καταναλωτή, αρχικά, προσδιορίζουν το επίπεδο της ποιότητας της προσφερόμενης υπηρεσίας.
- Μετά την πρώτη εμπειρία με την επιχείρηση που παρέχει την υπηρεσία, οι καταναλωτές διαμορφώνουν μία γνώμη για την ποιότητα υπηρεσιών της επιχείρησης που τους προσφέρει την υπηρεσία.
- Επόμενες επαφές με την επιχείρηση που παρέχει την υπηρεσία, θα οδηγήσουν σε νέες απόψεις για την επιχείρηση, οι οποίες θα μεταβάλουν το επίπεδο ποιότητας της προσφερομένης υπηρεσίας της.
- Αυτή η μεταβολή στο επίπεδο ποιότητας υπηρεσιών της επιχείρησης θα έχει επίδραση στη μελλοντική χρήση της υπηρεσίας από τους καταναλωτές.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ, ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

3.1 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΚΑΙ ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

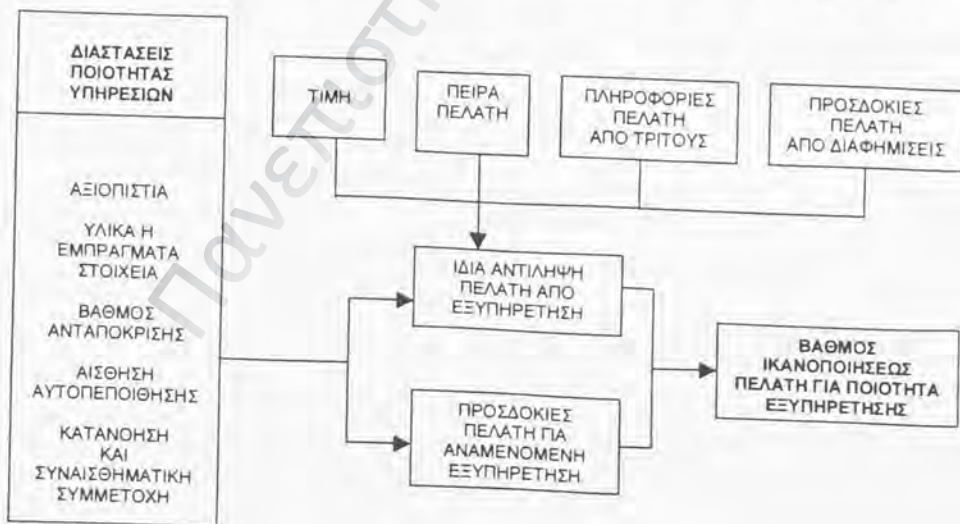
Αν ανατρέξουμε στην βιβλιογραφία, σχετικά με τη μέτρηση της προσφερόμενης στον πελάτη ποιότητας υπηρεσιών, όπως είδαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο της παρούσας μελέτης, θα παρατηρήσουμε ότι υπάρχει μία σύγχυση. Από τη μια πλευρά, οι Parasuraman, Zeithaml και Berry 1985, 1988 υποστηρίζουν το μοντέλο SERVQUAL για τη μέτρηση της προσφερόμενης στον πελάτη ποιότητας υπηρεσιών, ενώ οι Churchill και Surprenant (1982), καθώς και οι Woodruff, Cadotte και Jenkins (1983) το SERVPERF.

Οι πρώτοι ερευνητές ανέπτυξαν το εξής μοντέλο.

SERVQUAL=PERCEPTIONS-EXPECTATIONS

Δηλαδή οι μετρήσεις της προσφερόμενης στον πελάτη ποιότητας προέρχονται από την ίδια αντίληψη που διαμορφώνει ο πελάτης για την προσφερόμενη υπηρεσία (τι προσφέρει στον πελάτη), μετά την ολοκλήρωση της εξυπηρέτησής του μείον τις προσδοκίες του πελάτη πριν την εξυπηρέτησή του (τι περίμενε ο πελάτης να του προσφέρει).

Σύμφωνα μ' αυτό το μοντέλο έχουμε τους εξής πέντε διαμορφωτές της αντίληψης του πελάτη για την ποιότητα εξυπηρέτησης: Την Αξιοπιστία, τα Υλικά ή Εμπράγματα στοιχεία, το Βαθμό Ανταπόκρισης, την Αίσθηση Αυτοπεποίθησης και την Κατανόηση και τη Συναισθηματική Συμμετοχή, καθώς και τους διαμορφωτές προσδοκιών του πελάτη για την ποιότητα εξυπηρέτησης, που είναι οι ακόλουθοι: Η Τιμή που πληρώνει ο πελάτης, η Πείρα του πελάτη, οι Πληροφορίες του πελάτη από τρίτους και οι Προσδοκίες του από Διαφημίσεις. Αυτό το μοντέλο περιγράφεται στο Διάγραμμα 2.



Διάγραμμα 2: Το Μοντέλο μέτρησης ποιότητας υπηρεσιών των Parasuraman, Zeithaml και Berry

Οι Churchill και Surprenant (1982), καθώς και οι Woodruff, Cadotte και Jenkins (1983) ανέπτυξαν το εξής μοντέλο:

SERVPERF=PERCEPTIONS

Δηλαδή σύμφωνα με το μοντέλο αυτό, οι μετρήσεις της προσφερόμενης στον πελάτη ποιότητας προέρχονται από την ίδια αντίληψη που διαμορφώνει ο πελάτης για την προσφερόμενη υπηρεσία (τι προσφέρει στον πελάτη), μετά την ολοκλήρωση της εξυπηρέτησής του.

Στην παρούσα εργασία θα έχουμε ως πλαίσιο αναφοράς τις μετρήσεις της ποιότητας, που προέρχονται από την ίδια αντίληψη που διαμορφώνει ο πελάτης για την προσφερόμενη υπηρεσία μετά την ολοκλήρωση της εξυπηρέτησής του (μοντέλο SERVPERF) σύμφωνα με τους Churchill και Surprenant (1982), καθώς και τους Woodruff, Cadotte και Jenkins (1983).

Επίσης, θα διερευνηθεί η σχέση της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας με την ικανοποίηση του πελάτη και της τελευταίας με τη μελλοντική χρήση του κινητού τηλεφώνου από τον ίδιο, που απεικονίζονται στο Διάγραμμα 3.



Διάγραμμα 3: Σχέση ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας, ικανοποίησης του πελάτη και μελλοντικής χρήσης του κινητού τηλεφώνου από τον ίδιο

Οι υποθέσεις της μελέτης είναι οι ακόλουθες :

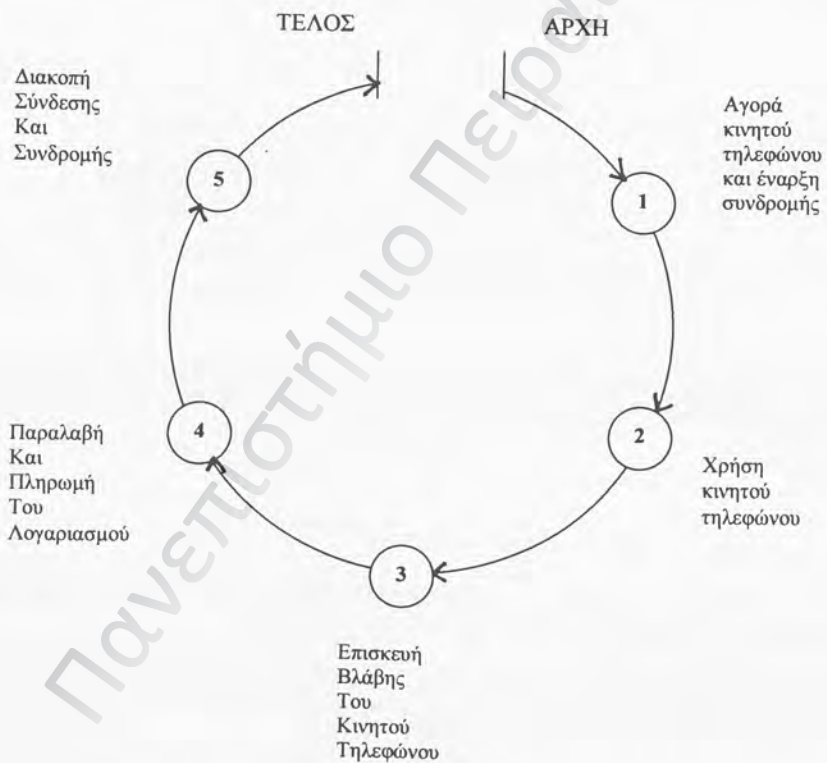
H1: Η Ποιότητα υπηρεσιών του κλάδου της κινητής τηλεφωνίας έχει σημαντική επίδραση στην ικανοποίηση του πελάτη.

H2: Η ικανοποίηση του πελάτη από τις υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας έχει σημαντική επίδραση στη μελλοντική χρήση του κινητού τηλεφώνου από τον ίδιο.

3.2 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΚΥΚΛΟΥ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΤΗΣ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ

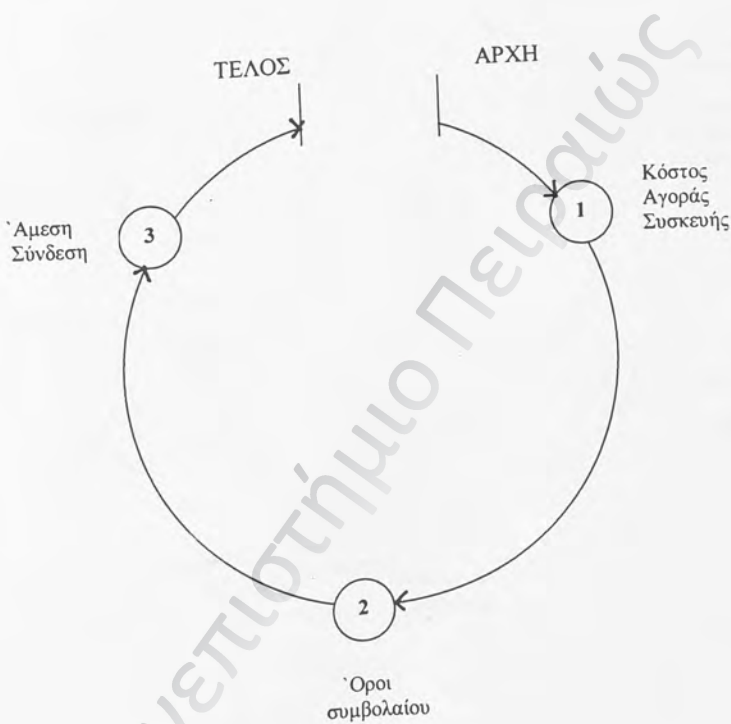
Ο βασικός κύκλος εξυπηρέτησης χρηστών κινητής τηλεφωνίας, που απαρτίζεται από τις «στιγμές αλήθειας», οι οποίες είναι τα κρίσιμα σημεία επαφής που ο πελάτης διαμορφώνει ίδια αντίληψη για την ποιότητα της παρεχόμενης σε αυτόν υπηρεσίας, είναι ο ακόλουθος:

Διάγραμμα 4: Βασικός κύκλος εξυπηρέτησης χρηστών κινητής τηλεφωνίας

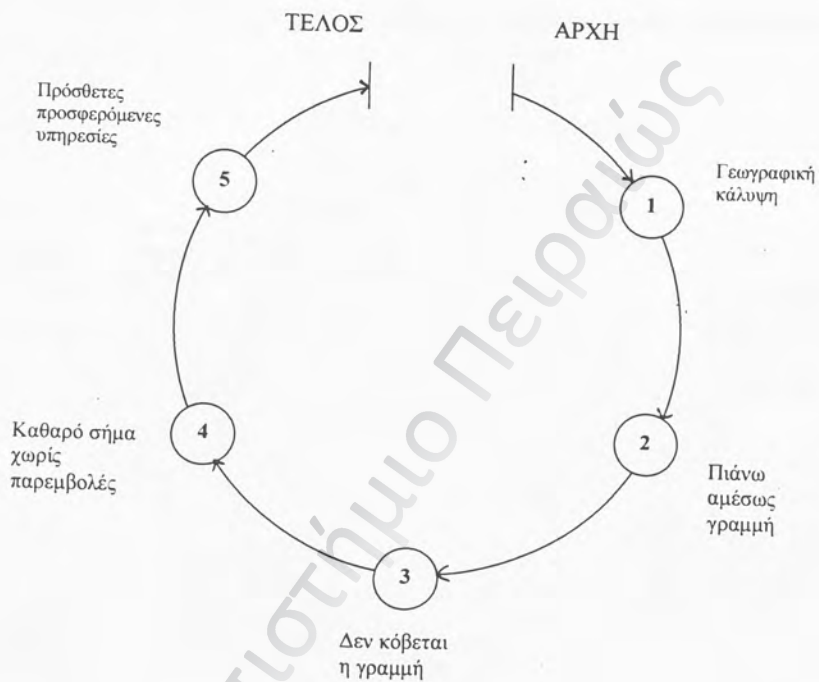


Στη συνέχεια, οι επι μέρους κύκλοι εξυπηρέτησης χρηστών κινητής τηλεφωνίας παρουσιάζονται στα **Διαγράμματα 5-9**.

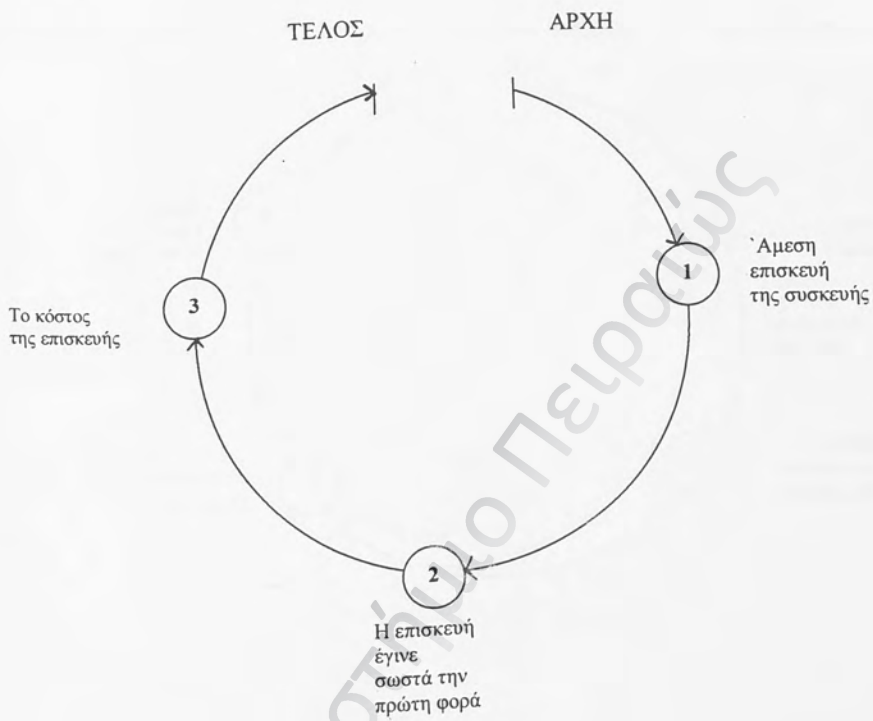
Διάγραμμα 5: Κύκλος αγοράς κινητού τηλεφώνου και έναρξης συνδρομής



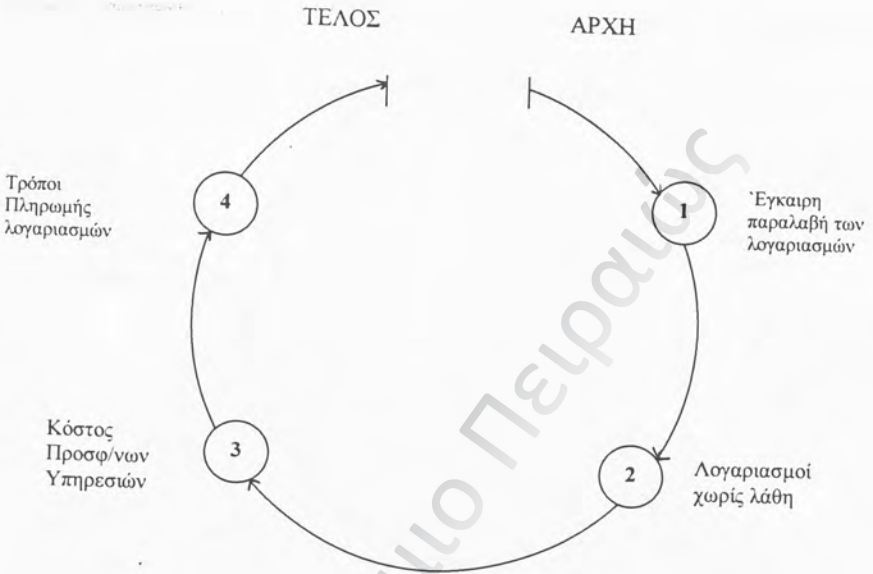
Διάγραμμα 6: Κύκλος χρήσης κινητού τηλεφώνου



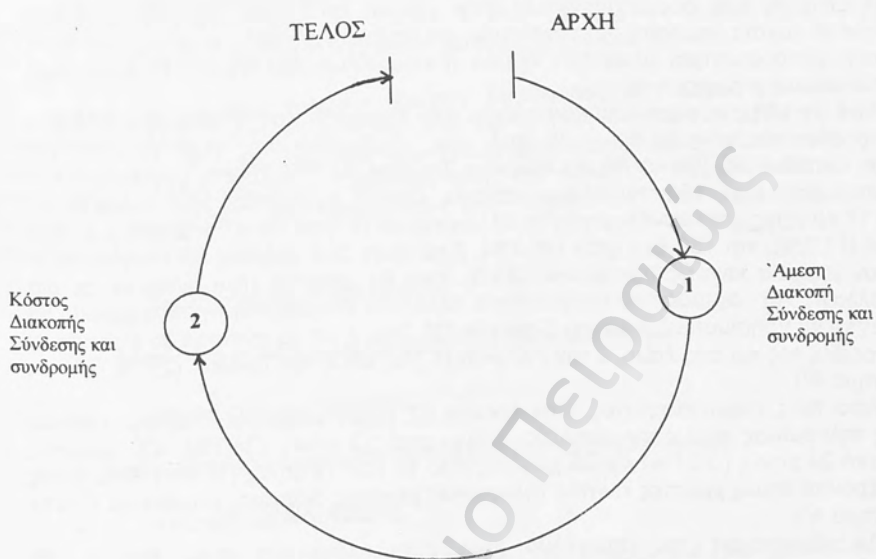
Διάγραμμα 7: Κύκλος βλάβης της συσκευής



Διάγραμμα 8: Κύκλος παραλαβής και πληρωμής του λογαριασμού



Διάγραμμα 9 : Κύκλος διακοπής σύνδεσης και συνδρομής



3.3 ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

Η συλλογή των δεδομένων πραγματοποιήθηκε στους τρεις δήμους της Σάμου (Σαμίων, Καρλοβασιών και Πυθαγορείου), καθώς επίσης στις δέκα μεγαλύτερες κοινότητες της (Βαθέος, Μυτιληνίων, Μαραθοκάμπου, Παγώνδα, Χώρας, Κοκκαρίου, Πύργου, Κοντακείων, Παλαιοκάστρου, Σπαθαραίων).

Η επιλογή των συμμετασχόντων στην έρευνα από κάθε δήμο ή κοινότητα βασίστηκε σε τυχαία (random) δειγματοληψία, για να διασφαλισθεί – κατά το δυνατόν – η επαρκής εκπροσώπηση όλων των δήμων ή κοινοτήτων του νησιού. Η συμμετοχή στην έρευνα ήταν προαιρετική.

Από τα 170 ανώνυμα ερωτηματολόγια που διανεμήθηκαν, επιστράφηκαν 150 - ποσοστό ανταπόκρισης 88,3% - 85 από τους συμμετασχόντες είναι χρήστες της εταιρείας Panafon (56,7%) και 65 της εταιρείας Telestet (43,3%), (βλέπε παράρτημα Α').

στην Από τους 150 παλαιότερα χρήστες κινητής τηλεφωνίας που συμμετείχαν έρευνα 17 χρήστες ήταν συνδρομητές σε άλλη εταιρεία (8 ήταν στην Panafon και 9 στην Telestet (11,3%), και 133 δεν ήταν (88,7%). Από τους 150 χρήστες 59 σκέφτονται ν' αλλάξουν εταιρεία κινητής τηλεφωνίας (39,3), ενώ 91 χρήστες είναι αντίθετοι σε μια τέτοια αλλαγή. Από αυτούς που σκέφτονται ν' αλλάξουν εταιρεία κινητής τηλεφωνίας 53 προτίθενται να χρησιμοποιήσουν την Cosmote (35,3%), η οποία σύντομα θα προσφέρει τις υπηρεσίες της και στη Σάμο, 2 την Panafon (1,3%) και 4 την Telestet (2,7%), (βλέπε παράρτημα Α').

Από τους συμμετασχόντες στην έρευνα 52 έχουν συμβόλαιο, με την εταιρεία κινητής τηλεφωνίας που έχουν επιλέξει, πάνω από 12 μήνες (34,7%), 43 χρήστες πάνω από 24 μήνες (28,7%) και 25 χρήστες από 10 έως 12 μήνες (16,7%). Επομένως προσφέρονται στους χρήστες κινητής τηλεφωνίας μεγάλης διάρκειας συμβόλαια (βλέπε παράρτημα Α').

Αν εξετάσουμε το επάγγελμα των συμμετασχόντων στην έρευνα, θα διαπιστώσουμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό (38,7% ή 58 χρήστες) είναι ελεύθεροι επαγγελματίες, το ποσοστό 7,3% (11 χρήστες) συγκεντρώνουν οι δημόσιοι υπάλληλοι, οι ιδιωτικοί υπάλληλοι, οι οδηγοί ταξί και οι στρατιωτικοί, ενώ σε μικρότερα ποσοστά εμφανίζονται να χρησιμοποιούν κινητό τηλέφωνο στη Σάμο οι καθηγητές (6,7% ή 10 χρήστες), οι ιατροί (6,0% ή 9).

Αν εξετάσουμε το φύλο των συμμετασχόντων στην έρευνα, θα διαπιστώσουμε ότι το 82,7% είναι άνδρες, ενώ το 17,3% είναι γυναίκες.

Οι νεαρές ηλικίες, όπως προκύπτει από τα στοιχεία της έρευνας, χρησιμοποιούν το κινητό τηλέφωνο. Το 32,7% των χρηστών είναι μεταξύ 25 έως 34 ετών ενώ μόνο το 16% είναι ηλικίας πάνω από 55 έτη.

Από τους συμμετασχόντες στην έρευνα το 67,3% είναι έγγαμοι, το 28% άγαμοι το 3,3% διαζευγμένοι και τέλος το 1,3% χήροι.

Τέλος μπορούμε να συμπεράνουμε από τα δεδομένα της έρευνας ότι οι χρήστες χρησιμοποιούν το κινητό τηλέφωνο στη Σάμο συχνότερα για οικογενειακούς λόγους και λιγότερο για επαγγελματικούς (βλέπε παράρτημα Α').

3.4 ΜΕΘΟΔΟΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

Η μέθοδος που έχει χρησιμοποιηθεί για τη συλλογή των στοιχείων είναι η γνωστή του προκατασκευασμένου ερωτηματολογίου.

Για την κατασκευή του ακολούθησαν οι εξής φάσεις εργασίας:

- Προπαρασκευαστική έρευνα με τη χρήση Focus Groups

Εξετάσαμε ομάδες χρηστών κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο, με σκοπό να εξαγάγουμε πολλά χρήσιμα συμπεράσματα για το πώς βλέπουν οι χρήστες κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο την ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών του κλάδου της στα διάφορα στάδια του κύκλου εξυπηρέτησης του πελάτη (τι θεωρούν θετικό και τι αρνητικό), τα οποία μας βοήθησαν στο σχεδιασμό των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου.

- Προσχέδιο ερωτηματολογίου

Στη φάση αυτή φτιάξαμε ένα δοκιμαστικό ερωτηματολόγιο.

- Δοκιμή ερωτηματολογίου

Δόθηκαν και συμπληρώθηκαν 20 δοκιμαστικά ερωτηματολόγια.

- Αλλαγές και διορθώσεις

Στο στάδιο αυτό έγιναν κάποιες διορθώσεις στο δοκιμαστικό ερωτηματολόγιο.

- Τελικό σχέδιο προκατασκευασμένου ερωτηματολογίου

Δημιουργία τελικού ερωτηματολογίου (βλέπε παράρτημα Δ').

3.5 ΜΕΘΟΔΟΙ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Α) ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ

Στο πρώτο στάδιο, μετρήθηκε η ποιότητα υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας με τη χρήση 26 ερωτημάτων, σχετικών με την ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας, με βάση μία κλίμακα αξιολόγησης τύπου Likert με πέντε διαβαθμίσεις: (min) 1 2 3 4 5 (max) (βλέπε ερωτηματολόγιο στο παράρτημα Δ'). Τα αποτελέσματα της Μονομεταβλητής Ανάλυσης των δεδομένων (Συχνότητες, Μέσοι όροι και Τυπικές αποκλίσεις) προκύπτουν από πίνακες και διαγράμματα που βρίσκονται στο παράρτημα Β'.

Στο δεύτερο, εξετάστηκαν οι πίνακες μετακινήσεων των χρηστών της κινητής τηλεφωνίας από εταιρεία σε εταιρεία κατά το παρελθόν προς το παρόν και προς το μέλλον.

Στο ίδιο στάδιο, η ποιότητα υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας μετρήθηκε με βάση μία κλίμακα αξιολόγησης τύπου Likert με πέντε διαβαθμίσεις: (min) 1 2 3 4 5 (max). Ζητήθηκε από όσους συμπλήρωσαν το προκατασκευασμένο ερωτηματολόγιο να εκφράσουν την άποψή τους σχετικά με την ποιότητα των προσφερομένων σ' αυτούς υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας, απαντώντας σε σχετικό ερώτημα (βλέπε ερωτηματολόγιο στο παράρτημα Δ').

Στο τρίτο στάδιο εφαρμόστηκε η παραγοντική ανάλυση (Factor analysis). Προέκυψαν 8 παράγοντες οι οποίοι εκφράζουν την ποιότητα υπηρεσιών του κλάδου της κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο. Τα αποτελέσματα της Παραγοντικής Ανάλυσης των δεδομένων προκύπτουν από πίνακες και διαγράμματα που βρίσκονται στο παράρτημα Γ'.

Β) ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΠΕΛΑΤΗ

Η ικανοποίηση του πελάτη από τις προσφερόμενες υπηρεσίες του κλάδου της κινητής τηλεφωνίας μετρήθηκε με βάση μία κλίμακα αξιολόγησης τύπου Likert με πέντε διαβαθμίσεις: (min) 1 2 3 4 5 (max).

Ζητήθηκε από όσους συμπλήρωσαν το προκατασκευασμένο ερωτηματολόγιο να εκφράσουν την άποψή τους σχετικά με την ικανοποίησή τους από την ποιότητα των προσφερομένων σ' αυτούς υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας, απαντώντας σε σχετικό ερώτημα (βλέπε ερωτηματολόγιο στο παράρτημα Δ').

Γ) ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ ΤΗΛΕΦΩΝΟΥ

Η μελλοντική χρήση του κινητού τηλεφώνου από τον πελάτη μετρήθηκε με βάση μία κλίμακα αξιολόγησης τύπου Likert με πέντε διαβαθμίσεις: (min) 1 2 3 4 5 (max). Ζητήθηκε από όσους συμπλήρωσαν το προκατασκευασμένο ερωτηματολόγιο να εκφράσουν την άποψή τους σχετικά με τη μελλοντική χρήση του κινητού τηλεφώνου από τους ίδιους, απαντώντας σε σχετικό ερώτημα (βλέπε ερωτηματολόγιο στο παράρτημα Δ').

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Από τα 170 ανώνυμα ερωτηματολόγια που διανεμήθηκαν, επιστράφηκαν 150 - ποσοστό ανταπόκρισης 88,3% - 85 από τους συμμετασχόντες είναι χρήστες της εταιρείας Panafon (56,7%) και 65 της εταιρείας Telestet (43,3%), (βλέπε παράρτημα Α').

Από τους 150 παλαιότερα χρήστες κινητής τηλεφωνίας που συμμετείχαν στην έρευνα 17 χρήστες ήταν συνδρομητές σε άλλη εταιρεία (8 ήταν στην Panafon και 9 στην Telestet (11,3%), και 133 δεν ήταν (88,7%). Από τους 150 χρήστες 59 σκέφτονται ν' αλλάξουν εταιρεία κινητής τηλεφωνίας (39,3), ενώ 91 χρήστες είναι αντίθετοι σε μια τέτοια αλλαγή. Απ' αυτούς που σκέφτονται ν' αλλάξουν εταιρεία κινητής τηλεφωνίας 53 προτίθενται να χρησιμοποιήσουν την Cosmote (35,3%), η οποία σύντομα θα προσφέρει τις υπηρεσίες της και στη Σάμο, 2 την Panafon (1,3%) και 4 την Telestet (2,7%), (βλέπε παράρτημα Α').

Από τους συμμετασχόντες στην έρευνα 52 έχουν συμβόλαιο, με την εταιρεία κινητής τηλεφωνίας που έχουν επιλέξει, πάνω από 12 μήνες (34,7%), 43 χρήστες πάνω από 24 μήνες (28,7%) και 25 χρήστες από 10 έως 12 μήνες (16,7%). Επομένως προσφέρονται στους χρήστες κινητής τηλεφωνίας μεγάλης διάρκειας συμβόλαια (βλέπε παράρτημα Α').

Αν εξετάσουμε το επάγγελμα των συμμετασχόντων στην έρευνα, θα διαπιστώσουμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό (38,7% ή 58 χρήστες) είναι ελεύθεροι επαγγελματίες, το ποσοστό 7,3% (11 χρήστες) συγκεντρώνουν οι δημόσιοι υπάλληλοι, οι ιδιωτικοί υπάλληλοι, οι οδηγοί ταξί και οι στρατιωτικοί, ενώ σε μικρότερα ποσοστά εμφανίζονται να χρησιμοποιούν κινητό τηλέφωνο στη Σάμο οι καθηγητές (6,7% ή 10 χρήστες), οι ιατροί (6,0% ή 9).

Αν εξετάσουμε το φύλλο των συμμετασχόντων στην έρευνα, θα διαπιστώσουμε ότι το 82,7% είναι άνδρες, ενώ το 17,3% είναι γυναίκες.

Οι νεαρές ηλικίες, όπως προκύπτει από τα στοιχεία της έρευνας, χρησιμοποιούν το κινητό τηλέφωνο. Το 32,7% των χρηστών είναι μεταξύ 25 έως 34 ετών ενώ μόνο το 16% είναι ηλικίας πάνω από 55 έτη.

Από τους συμμετασχόντες στην έρευνα το 67,3% είναι έγγαμοι, το 28% άγαμοι το 3,3% διαζευγμένοι και τέλος το 1,3% χήροι.

Τέλος μπορούμε να συμπεράνουμε από τα δεδομένα της έρευνας ότι οι χρήστες χρησιμοποιούν το κινητό τηλέφωνο στη Σάμο συχνότερα για οικογενειακούς λόγους και λιγότερο για επαγγελματικούς (βλέπε παράρτημα Α').

Η στατιστική ανάλυση των δεδομένων της έρευνας πραγματοποιήθηκε σε τρία βασικά στάδια.

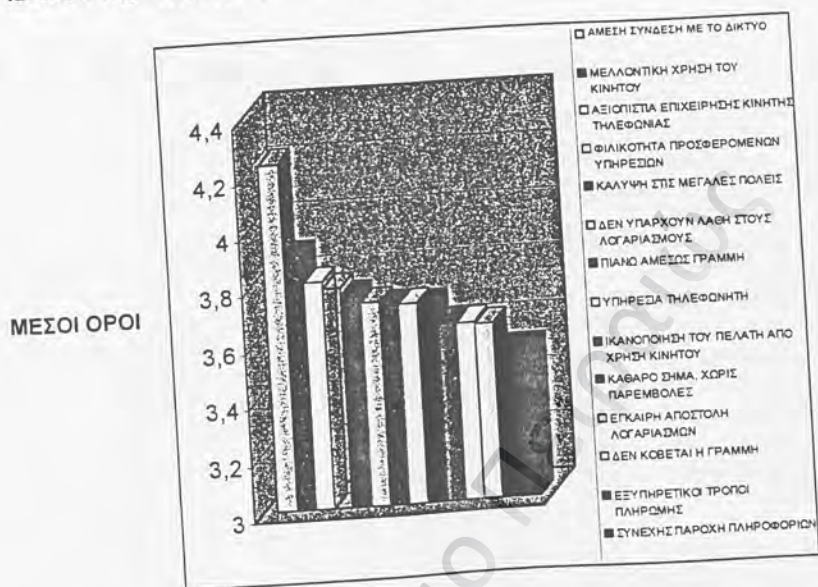
Στο πρώτο στάδιο χρησιμοποιήθηκε **Μονομεταβλητή Ανάλυση** και υπολογίστηκαν **οι συχνότητες** (Frequencies), **οι μέσοι όροι** (Means) και **οι τυπικές αποκλίσεις** (Std. Deviations) των μεταβλητών του ερωτηματολογίου που περιγράφουν την ποιότητα προσφερομένων υπηρεσιών του κλάδου της κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο.

Οι μέσοι όροι και οι τυπικές αποκλίσεις των μεταβλητών του ερωτηματολογίου που περιγράφουν την ποιότητα προσφερομένων υπηρεσιών του κλάδου της κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο περιλαμβάνονται στους παρακάτω πίνακες και διαγράμματα:

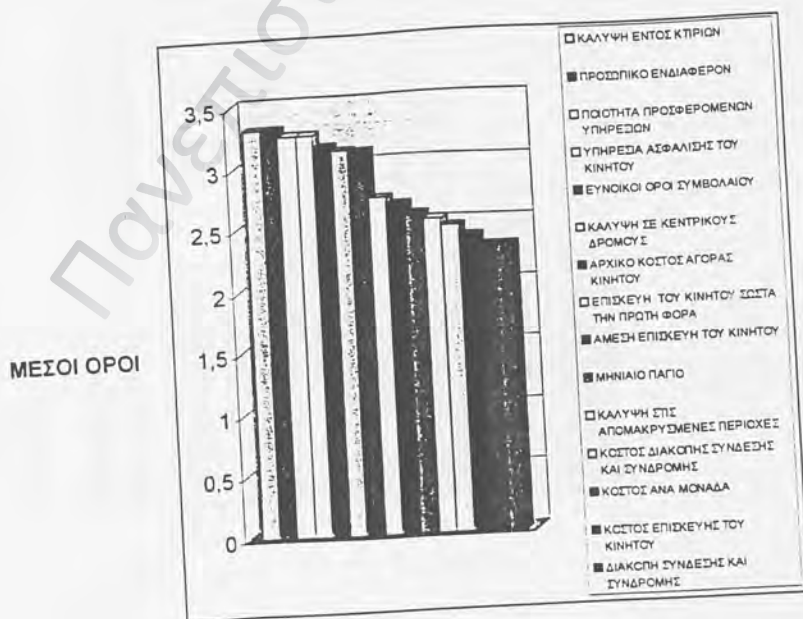
	ΜΕΣΟΙ ΟΡΟΙ	ΤΥΠΙΚΕΣ ΑΠΟΚΛΙΣΕΙΣ
ΑΜΕΣΗ ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ	4,23	0,77
ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ	3,9	0,93
ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ	3,8	0,79
ΦΙΛΙΚΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	3,78	0,89
ΚΑΛΥΨΗ ΣΤΙΣ ΜΕΓΑΛΕΣ ΠΟΛΕΙΣ	3,75	1,04
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΛΑΘΗ ΣΤΟΥΣ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥΣ	3,72	1,33
ΠΙΑΝΩ ΑΜΕΣΩΣ ΓΡΑΜΜΗ	3,71	1,01
ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΗΛΕΦΩΝΗΤΗ	3,71	1,18
ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΠΕΛΑΤΗ ΑΠΟ ΧΡΗΣΗ ΚΙΝΗΤΟΥ	3,7	0,72
ΚΑΘΑΡΟ ΣΗΜΑ, ΧΩΡΙΣ ΠΑΡΕΜΒΟΛΕΣ	3,63	1,06
ΕΓΚΑΙΡΗ ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΩΝ	3,63	1,31
ΔΕΝ ΚΟΒΕΤΑΙ Η ΓΡΑΜΜΗ	3,62	1,1
ΕΞΥΠΗΡΕΤΙΚΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΠΛΗΡΩΜΗΣ	3,53	1,19
ΣΥΝΕΧΗΣ ΠΑΡΟΧΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ	3,53	1,17
ΚΑΛΥΨΗ ΕΝΤΟΣ ΚΤΙΡΙΩΝ	3,31	1,03
ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ	3,3	1,03
ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	3,25	1,03
ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ	3,25	1,45
ΕΥΝΟΪΚΟΙ ΟΡΟΙ ΣΥΜΒΟΛΑΙΟΥ	3,15	1,11
ΚΑΛΥΨΗ ΣΕ ΚΕΝΤΡΙΚΟΥΣ ΔΡΟΜΟΥΣ	3,11	1,29
ΑΡΧΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΙΝΗΤΟΥ	3,09	1,24
ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ ΣΩΣΤΑ ΤΗΝ ΠΡΩΤΗ ΦΟΡΑ	2,71	1,53
ΑΜΕΣΗ ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ	2,65	1,55
ΜΗΝΙΑΙΟ ΠΑΓΙΟ	2,57	1,32
ΚΑΛΥΨΗ ΣΤΙΣ ΑΠΟΜΑΚΡΥΣΜΕΝΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	2,53	1,16
ΚΟΣΤΟΣ ΔΙΑΚΟΠΗΣ ΣΥΝΔΕΣΗΣ ΚΑΙ ΣΥΝΔΡΟΜΗΣ	2,47	1,55
ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΑ ΜΟΝΑΔΑ	2,39	1,11
ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΙΣΚΕΥΗΣ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ	2,31	1,51
ΔΙΑΚΟΠΗ ΣΥΝΔΕΣΗΣ ΚΑΙ ΣΥΝΔΡΟΜΗΣ	2,31	1,41

ΠΙΝΑΚΑΣ 1: Μετρήσεις της ποιότητας προσφερομένων υπηρεσιών του κλάδου της κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο

Διάγραμμα 10: Μετρήσεις της ποιότητας προσφερομένων υπηρεσιών του κλάδου της κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο



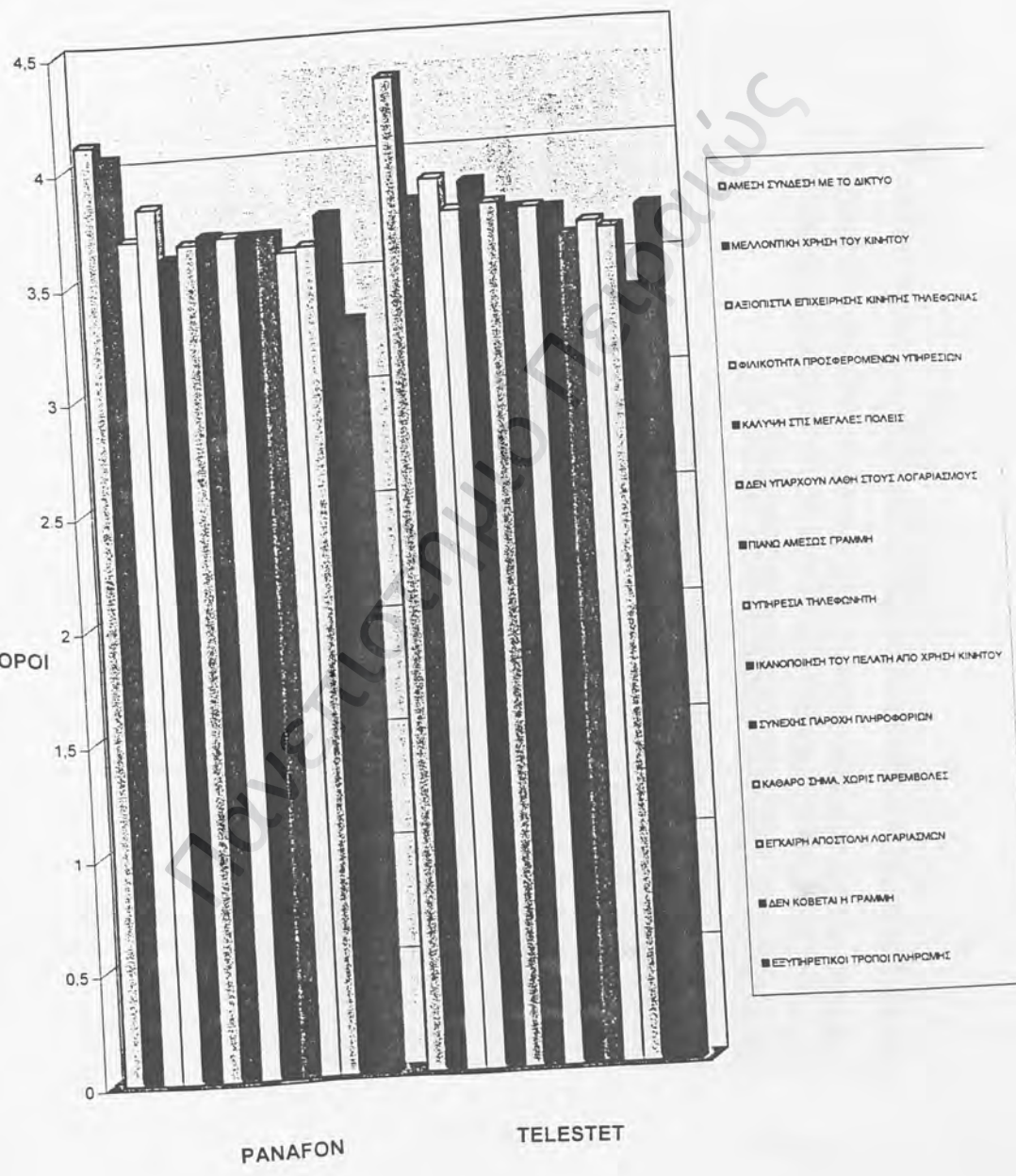
Διάγραμμα 11: Μετρήσεις της ποιότητας προσφερομένων υπηρεσιών του κλάδου της κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο



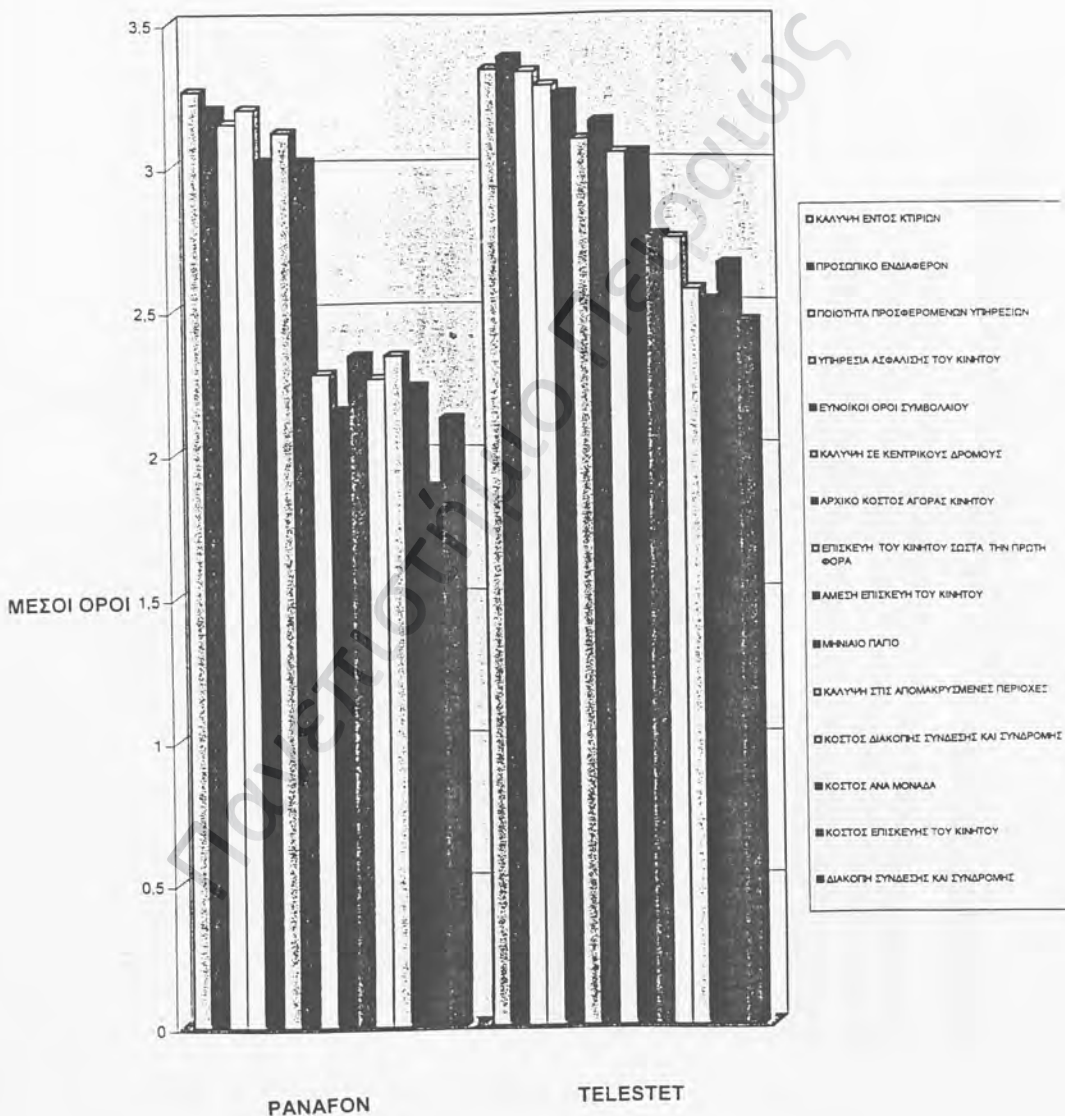
	ΜΕΣΟΙ ΟΡΟΙ		ΤΥΠΙΚΕΣ ΑΠΟΚΛΙΣΕΙΣ	
	ΠΑΝΑΦΟΝ	TELESTET	ΠΑΝΑΦΟΝ	TELESTET
ΑΜΕΣΗ ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ	4,11	4,33	0,83	0,71
ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ	4,05	3,79	0,84	0,98
ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ	3,69	3,88	0,88	0,71
ΦΙΛΙΚΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	3,83	3,74	0,84	0,93
ΚΑΛΥΨΗ ΣΤΙΣ ΜΕΓΑΛΕΣ ΠΟΛΕΙΣ	3,6	3,86	1,14	0,95
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΛΑΘΗ ΣΤΟΥΣ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥΣ	3,66	3,76	1,35	1,32
ΠΙΑΝΩ ΑΜΕΣΩΣ ΓΡΑΜΜΗ	3,69	3,73	1,03	1
ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΗΛΕΦΩΝΗΤΗ	3,68	3,73	1,19	1,18
ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΠΕΛΑΤΗ ΑΠΟ ΧΡΗΣΗ ΚΙΝΗΤΟΥ	3,68	3,72	0,64	0,78
ΚΑΘΑΡΟ ΣΗΜΑ, ΧΩΡΙΣ ΠΑΡΕΜΒΟΛΕΣ	3,68	3,6	1,02	1,1
ΕΓΚΑΙΡΗ ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΩΝ	3,6	3,65	1,26	1,35
ΔΕΝ ΚΟΒΕΤΑΙ Η ΓΡΑΜΜΗ	3,62	3,62	1,13	1,08
ΕΞΥΠΗΡΕΤΙΚΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΠΛΗΡΩΜΗΣ	3,75	3,35	1,12	1,21
ΣΥΝΕΧΗΣ ΠΑΡΟΧΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ	3,29	3,71	1,35	0,99
ΚΑΛΥΨΗ ΕΝΤΟΣ ΚΤΙΡΙΩΝ	3,26	3,34	1,03	1,03
ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ	3,2	3,38	1,08	0,99
ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	3,15	3,33	1,02	1,04
ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ	3,2	3,28	1,46	1,45
ΕΥΝΟΙΚΟΙ ΟΡΟΙ ΣΥΜΒΟΛΑΙΟΥ	3,02	3,25	1,1	1,11
ΚΑΛΥΨΗ ΣΕ ΚΕΝΤΡΙΚΟΥΣ ΔΡΟΜΟΥΣ	3,12	3,09	1,36	1,23
ΑΡΧΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΙΝΗΤΟΥ	3,02	3,15	1,43	1,07
ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ ΣΩΣΤΑ ΤΗΝ ΠΡΩΤΗ ΦΟΡΑ	2,28	3,04	1,55	1,43
ΑΜΕΣΗ ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ	2,15	3,04	1,5	1,48
ΜΗΝΙΑΙΟ ΠΑΓΙΟ	2,34	2,75	1,18	1,4
ΚΑΛΥΨΗ ΣΤΙΣ ΑΠΟΜΑΚΡΥΣΜΕΝΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	2,26	2,74	1,09	1,18
ΚΟΣΤΟΣ ΔΙΑΚΟΠΗΣ ΣΥΝΔΕΣΗΣ ΚΑΙ ΣΥΝΔΡΟΜΗΣ	2,34	2,56	1,55	1,55
ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΑ ΜΟΝΑΔΑ	2,23	2,52	1,09	1,12
ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΙΣΚΕΥΗΣ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ	1,88	2,65	1,38	1,53
ΔΙΑΚΟΠΗ ΣΥΝΔΕΣΗΣ ΚΑΙ ΣΥΝΔΡΟΜΗΣ	2,12	2,45	1,34	1,46

ΠΙΝΑΚΑΣ 2: Συγκριτική μελέτη της ποιότητας προσφερομένων υπηρεσιών στις εταιρείες του κλάδου της κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο

Διάγραμμα 12: Συγκριτική μελέτη της ποιότητας προσφερομένων υπηρεσιών στις εταιρείες του κλάδου της κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο



Διάγραμμα 13: Συγκριτική μελέτη της ποιότητας προσφερομένων υπηρεσιών στις εταιρείες του κλάδου της κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο



Εξετάζοντας τους παραπάνω πίνακες και τα διαγράμματα έχουμε τα ακόλουθα συμπεράσματα, για τις παρακάτω απόψεις του ερωτηματολογίου, που περιγράφουν την ποιότητα προσφερομένων υπηρεσιών του κλάδου της κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο, το οποίο συμπληρώθηκε από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα:

- **Το κόστος αγοράς κινητού**

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα, 40 χρήστες (30 από την Telestet και 10 από την Panafon) συμφωνούν ότι το κόστος αγοράς κινητού τηλεφώνου ήταν χαμηλό γι' αυτούς (26,7%), ενώ το ίδιο περίπου ποσοστό (26%) διαφωνεί μ' αυτή την άποψη και το 24,7% δηλώνει αδιαφορία για το ύψος του κόστους αγοράς του κινητού τηλεφώνου. Επίσης, 14 χρήστες από την Panafon συμφωνούν απολύτως με την άποψη του ερωτηματολογίου. Επίσης είναι αξιοσημείωτο ότι ένα ποσοστό 2% δεν έδωσε απάντηση.

Ο μέσος όρος της πρώτης μεταβλητής για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο είναι 3,09 με τυπική απόκλιση 1,24. Για την ίδια μεταβλητή οι χρήστες της Telestet εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο (3,15) και μικρότερη τυπική απόκλιση (1,07), δηλαδή συμφωνούν περισσότερο με την άποψη του ερωτηματολογίου, από τους αντίστοιχους της Panafon με μέσο όρο 3,02 και τυπική απόκλιση 1,43.

- **Οι όροι του συμβολαίου**

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα, 43 χρήστες (27 από την Telestet και 16 από την Panafon) συμφωνούν ότι οι όροι του συμβολαίου που υπέγραψαν είναι ευνοϊκοί γι' αυτούς (28,7%), ενώ μικρότερο ποσοστό (16,7%) διαφωνεί μ' αυτή την άποψη και το 36,7 δηλώνει αδιαφορία για την παραπάνω άποψη του ερωτηματολογίου. Επίσης είναι αξιοσημείωτο ότι ένα ποσοστό 2% δεν έδωσε απάντηση.

Ο μέσος όρος της παραπάνω μεταβλητής για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο είναι 3,15 με τυπική απόκλιση 1,11. Για την ίδια μεταβλητή οι χρήστες της Telestet εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο (3,25) και τυπική απόκλιση 1,11, δηλαδή συμφωνούν περισσότερο με την άποψη του ερωτηματολογίου, από τους αντίστοιχους της Panafon με μέσο όρο 3,02 και τυπική απόκλιση 1,10.

- **Η σύνδεση με το δίκτυο κινητής τηλεφωνίας**

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα, 60 χρήστες (39 από την Telestet και 21 από την Panafon) συμφωνούν απολύτως ότι η σύνδεση με το δίκτυο κινητής τηλεφωνίας μετά την αγορά κινητού τηλεφώνου ήταν άμεση γι' αυτούς (40%), ενώ μεγαλύτερο ποσοστό (46,7%) συμφωνεί μ' αυτή την άποψη και μικρότερο ποσοστό (10,7%) δηλώνει αδιαφορία για την παραπάνω άποψη του ερωτηματολογίου.

Ο μέσος όρος της μεταβλητής αυτής για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο είναι 4,23 με τυπική απόκλιση 0,77. Για την ίδια μεταβλητή οι χρήστες της Telestet εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο (4,33) και μικρότερη τυπική απόκλιση (0,71), δηλαδή συμφωνούν περισσότερο με την άποψη του ερωτηματολογίου, από τους αντίστοιχους της Panafon με μέσο όρο 4,11 και τυπική απόκλιση 0,83.

- **Η κάλυψη του κινητού τηλεφώνου στους κεντρικούς δρόμους**

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα, 38 χρήστες (22 από την Telestet και 16 από την Panafon) συμφωνούν ότι το κινητό τους τηλέφωνο καλύπτει τις ανάγκες τους στους κεντρικούς δρόμους της νήσου Σάμου (25,3%), ενώ το 26% δηλώνει αδιαφορία για την παραπάνω άποψη του ερωτηματολογίου. Το 12,7% διαφωνεί απολύτως με την άποψη του ερωτηματολογίου, ενώ το 16% συμφωνεί απολύτως.

Ο μέσος όρος της μεταβλητής αυτής για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο (της κάλυψης του κινητού στους κεντρικούς δρόμους) είναι 3,11 με τυπική απόκλιση 1,29. Για την ίδια μεταβλητή οι χρήστες της Panafon εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο (3,12) και μεγαλύτερη τυπική απόκλιση (1,36), δηλαδή συμφωνούν περισσότερο με την άποψη του ερωτηματολογίου, από τους αντίστοιχους της Telestet με μέσο όρο 3,09 και τυπική απόκλιση 1,23.

- **Η κάλυψη του κινητού τηλεφώνου στις μεγάλες πόλεις**

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα, 65 χρήστες (39 από την Telestet και 26 από την Panafon) συμφωνούν ότι το κινητό τους τηλέφωνο καλύπτει τις ανάγκες τους στις μεγάλες πόλεις της νήσου Σάμου (43,3%), ενώ μικρότερο ποσοστό (24%) συμφωνεί απολύτως. Το 19,3% δηλώνει αδιαφορία για την παραπάνω άποψη του ερωτηματολογίου, ενώ το 10,7% διαφωνεί με την άποψη αυτή.

Ο μέσος όρος της μεταβλητής αυτής για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο είναι 3,75 με τυπική απόκλιση 1,04. Για την ίδια μεταβλητή οι χρήστες της Telestet εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο (3,86) και μικρότερη τυπική απόκλιση (0,95), δηλαδή συμφωνούν περισσότερο με την άποψη του ερωτηματολογίου, από τους αντίστοιχους της Panafon με μέσο όρο 3,60 και τυπική απόκλιση 1,14.

- **Η κάλυψη του κινητού τηλεφώνου στις απομακρυσμένες περιοχές**

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα, 49 χρήστες (28 από την Telestet και 21 από την Panafon) συμφωνούν ότι το κινητό τους τηλέφωνο καλύπτει τις ανάγκες τους στις απομακρυσμένες περιοχές της νήσου Σάμου (32,7%), ενώ μικρότερο ποσοστό (19,3%) διαφωνεί απολύτως. Το 27,3% δηλώνει αδιαφορία για την παραπάνω άποψη του ερωτηματολογίου, ενώ το 13,3% συμφωνεί με την άποψη αυτή.

Ο μέσος όρος της μεταβλητής αυτής για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο είναι χαμηλός (2,53) με τυπική απόκλιση 1,16. Για την ίδια μεταβλητή οι χρήστες της Telestet εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο (2,74) και μικρότερη τυπική απόκλιση (1,18), δηλαδή συμφωνούν περισσότερο με την άποψη του ερωτηματολογίου, από τους αντίστοιχους της Panafon με μέσο όρο 2,26 και τυπική απόκλιση 1,09.

- **Η κάλυψη του κινητού τηλεφώνου εντός κτιρίων**

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα, 59 χρήστες (30 από την Telestet και 29 από την Panafon) συμφωνούν ότι το κινητό τους τηλέφωνο καλύπτει τις ανάγκες τους εντός κτιρίων (39,3%), ενώ μικρότερο ποσοστό (16,7%) διαφωνεί. Το 29,3% δηλώνει αδιαφορία για την παραπάνω άποψη του ερωτηματολογίου, ενώ μόλις το 9,3% συμφωνεί απολύτως με την άποψη αυτή.

Ο μέσος όρος της μεταβλητής αυτής για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο (της κάλυψης του κινητού τηλεφώνου εντός κτιρίων) είναι 3,31 με τυπική απόκλιση 1,03. Για την ίδια μεταβλητή οι χρήστες της Telestet εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο (3,34) και μικρότερη τυπική απόκλιση (1,03), δηλαδή συμφωνούν περισσότερο με την άποψη του ερωτηματολογίου, από τους αντίστοιχους της Panafon με μέσο όρο 3,26 και την ίδια τυπική απόκλιση (1,09).

- **Το κινητό πιάνει αμέσως γραμμή**

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα, 67 χρήστες (36 από την Telestet και 31 από την Panafon) συμφωνούν ότι το κινητό τους τηλέφωνο πιάνει αμέσως γραμμή (44,7%), ενώ μικρότερο ποσοστό συμφωνεί απολύτως (20%). Το 27,3% δηλώνει αδιαφορία για την παραπάνω άποψη του ερωτηματολογίου, ενώ μόλις το 4,7% διαφωνεί με την άποψη αυτή. Επίσης είναι αξιοσημείωτο ότι ένα ποσοστό 2% δεν έδωσε απάντηση.

Ο μέσος όρος της μεταβλητής αυτής για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο είναι 3,71 με τυπική απόκλιση 1,01. Για την ίδια μεταβλητή οι χρήστες της Telestet εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο (3,73) και μικρότερη τυπική απόκλιση (1,00), δηλαδή συμφωνούν περισσότερο με την άποψη του ερωτηματολογίου, από τους αντίστοιχους της Panafon με μέσο όρο 3,69 και μεγαλύτερη τυπική απόκλιση (1,03).

- **Το κινητό έχει καθαρό σήμα, χωρίς παρεμβολές**

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα, 62 χρήστες (32 από την Telestet και 30 από την Panafon) συμφωνούν ότι το κινητό τους τηλέφωνο έχει καθαρό σήμα, χωρίς παρεμβολές (41,3%), ενώ μικρότερο ποσοστό συμφωνεί απολύτως (20%). Το 25,3% δηλώνει αδιαφορία για την παραπάνω άποψη του ερωτηματολογίου, ενώ μόλις το 10,7% διαφωνεί με την άποψη αυτή. Επίσης είναι αξιοσημείωτο ότι ένα ποσοστό 2% δεν έδωσε απάντηση.

Ο μέσος όρος της μεταβλητής αυτής για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο είναι 3,63 με τυπική απόκλιση 1,06. Για την ίδια μεταβλητή οι χρήστες της Panafon εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο (3,68) και μικρότερη τυπική απόκλιση (1,02), δηλαδή συμφωνούν περισσότερο με την άποψη του ερωτηματολογίου, από τους αντίστοιχους της Telestet με μέσο όρο 3,60 και μεγαλύτερη τυπική απόκλιση (1,10).

- **Δεν κόβεται η γραμμή την ώρα που μιλάμε**

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα, 69 χρήστες (45 από την Telestet και 25 από την Panafon) συμφωνούν ότι δεν κόβεται η γραμμή την ώρα που μιλάμε στο κινητό τηλέφωνο (46%), ενώ μικρότερο ποσοστό συμφωνεί απολύτως (18,7%). Το 20,7% δηλώνει αδιαφορία για την παραπάνω άποψη του ερωτηματολογίου, ενώ μόλις το 9,3% διαφωνεί με την άποψη αυτή. Επίσης είναι αξιοσημείωτο ότι ένα ποσοστό 1,3% δεν έδωσε απάντηση.

Ο μέσος όρος της μεταβλητής αυτής για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο είναι 3,62 με τυπική απόκλιση 1,10. Για την ίδια μεταβλητή οι χρήστες της Telestet εμφανίζουν τον ίδιο μέσο όρο (3,62) με τους αντίστοιχους της Panafon, αλλά μικρότερη τυπική απόκλιση (1,08), δηλαδή συμφωνούν περισσότερο με την άποψη του ερωτηματολογίου, από τους αντίστοιχους της Panafon με τυπική απόκλιση 1,13.

- **Η ικανοποίηση του πελάτη από τη χρήση της υπηρεσίας προσωπικού τηλεφωνητή**

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα, 71 χρήστες (38 από την Telestet και 33 από την Panafon) συμφωνούν ότι είναι ικανοποιημένοι από τη χρήση της υπηρεσίας προσωπικού τηλεφωνητή της κινητής τηλεφωνίας (47,3%), ενώ μικρότερο ποσοστό συμφωνεί απολύτως (22%). Το 21,3% δηλώνει αδιαφορία για την παραπάνω άποψη του ερωτηματολογίου, ενώ μόλις το 2,7% διαφωνεί με την άποψη αυτή. Επίσης είναι αξιοσημείωτο ότι ένα ποσοστό 4,7% δεν έδωσε απάντηση.

Ο μέσος όρος της μεταβλητής αυτής για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο είναι 3,71 με τυπική απόκλιση 1,18. Για την ίδια μεταβλητή οι χρήστες της Telestet εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο (3,73) και μικρότερη τυπική απόκλιση (1,18), δηλαδή συμφωνούν περισσότερο με την άποψη του ερωτηματολογίου, από τους αντίστοιχους της Panafon με μέσο όρο 3,68 και μεγαλύτερη τυπική απόκλιση (1,19).

- **Η ικανοποίηση του πελάτη από τη χρήση της υπηρεσίας ασφάλισης του κινητού τηλεφώνου**

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα, 50 χρήστες (29 από την Telestet και 21 από την Panafon) συμφωνούν ότι είναι ικανοποιημένοι από τη χρήση της υπηρεσίας ασφάλισης του κινητού τηλεφώνου (33,3%), ενώ μικρότερο ποσοστό συμφωνεί απολύτως (17,3%). Το 30,7% δηλώνει αδιαφορία για την παραπάνω άποψη του ερωτηματολογίου, ενώ μόλις το 4% διαφωνεί με την άποψη αυτή. Επίσης είναι αξιοσημείωτο ότι ένα ποσοστό 10% δεν έδωσε απάντηση.

Ο μέσος όρος της μεταβλητής αυτής για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο είναι 3,25 με τυπική απόκλιση 1,45. Για την ίδια μεταβλητή οι χρήστες της Telestet εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο (3,28) και μικρότερη τυπική απόκλιση (1,45), δηλαδή συμφωνούν περισσότερο με την άποψη του ερωτηματολογίου, από τους αντίστοιχους της Panafon με μέσο όρο 3,20 και μεγαλύτερη τυπική απόκλιση (1,46).

- **Η άμεση επίσκεψη του κινητού τηλεφώνου**

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα, 48 χρήστες (30 από την Telestet και 18 από την Panafon) δηλώνουν αδιαφορία για την παραπάνω άποψη του ερωτηματολογίου, ενώ το 21,3% συμφωνεί με την άποψη αυτή και το 14% διαφωνεί. Μικρότερο ποσοστό συμφωνεί απολύτως (10%). Επίσης είναι αξιοσημείωτο ότι ένα ποσοστό 16,7 δεν έδωσε απάντηση.

Ο μέσος όρος της μεταβλητής αυτής για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο είναι χαμηλός 2,65 με τυπική απόκλιση 1,55. Για την ίδια μεταβλητή οι χρήστες της Telestet εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο (3,04) και μικρότερη τυπική απόκλιση (1,48), δηλαδή συμφωνούν περισσότερο με την άποψη του ερωτηματολογίου, από τους αντίστοιχους της Panafon με μέσο όρο 2,15 και μεγαλύτερη τυπική απόκλιση (1,50).

- **Η σωστή την πρώτη φορά επισκευή του κινητού τηλεφώνου**

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα, 59 χρήστες (34 από την Telestet και 25 από την Panafon) δηλώνουν αδιαφορία για την παραπάνω άποψη του ερωτηματολογίου, ενώ το 20% συμφωνεί με την άποψη αυτή και το 8,7% διαφωνεί. Μικρότερο ποσοστό συμφωνεί απολύτως (10%). Επίσης είναι αξιοσημείωτο ότι ένα ποσοστό 16,7% δεν έδωσε απάντηση.

Ο μέσος όρος της μεταβλητής αυτής για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο είναι χαμηλός 2,71 με τυπική απόκλιση 1,53. Για την ίδια μεταβλητή οι χρήστες της Telestet εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο (3,04) και μικρότερη τυπική απόκλιση (1,43), δηλαδή συμφωνούν περισσότερο με την άποψη του ερωτηματολογίου, από τους αντίστοιχους της Panafon με μέσο όρο 2,28 και μεγαλύτερη τυπική απόκλιση (1,55).

- **Το κόστος επισκευής του κινητού τηλεφώνου**

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα, 56 χρήστες (35 από την Telestet και 21 από την Panafon) δηλώνουν αδιαφορία για την παραπάνω άποψη του ερωτηματολογίου, ενώ το 15,3% συμφωνεί με την άποψη αυτή και το 14,7% διαφωνεί. Επίσης είναι αξιοσημείωτο ότι ένα ποσοστό 22,7% δεν έδωσε απάντηση.

Ο μέσος όρος της μεταβλητής αυτής για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο είναι χαμηλός 2,31 με τυπική απόκλιση 1,51. Για την ίδια μεταβλητή οι χρήστες της Telestet εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο (2,65) και μεγαλύτερη τυπική απόκλιση (1,53), δηλαδή συμφωνούν περισσότερο με την άποψη του ερωτηματολογίου, από τους αντίστοιχους της Panafon με μέσο όρο πολύ μικρό 1,88 και μικρότερη τυπική απόκλιση (1,38).

- **Η έγκαιρη αποστολή των λογαριασμών πληρωμής**

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα, 71 χρήστες (41 από την Telestet και 30 από την Panafon) συμφωνούν ότι είναι ικανοποιημένοι από την έγκαιρη αποστολή των λογαριασμών πληρωμής στους ίδιους (47,3%), ενώ μικρότερο ποσοστό συμφωνεί απολύτως (23,3%). Το 11,3% δηλώνει αδιαφορία για την παραπάνω άποψη του ερωτηματολογίου, ενώ το 18% διαφωνεί με την άποψη αυτή. Επίσης είναι αξιοσημείωτο ότι ένα ποσοστό 5,3% δεν έδωσε απάντηση.

Ο μέσος όρος της μεταβλητής αυτής για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο είναι 3,63 με τυπική απόκλιση 1,31. Για την ίδια μεταβλητή οι χρήστες της Telestet εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο (3,65) και μεγαλύτερη τυπική απόκλιση (1,35), δηλαδή συμφωνούν περισσότερο με την άποψη του ερωτηματολογίου, από τους αντίστοιχους της Panafon με μέσο όρο 3,60 και μικρότερη τυπική απόκλιση (1,26).

- **Δεν παρατηρήθηκαν λάθη στους λογαριασμούς πληρωμής**

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα, 48 χρήστες (30 από την Telestet και 18 από την Panafon) συμφωνούν απολύτως με το ότι δεν παρατηρήθηκαν λάθη στους λογαριασμούς πληρωμής από τους ίδιους (32%), ενώ μεγαλύτερο ποσοστό συμφωνεί με την άποψη αυτή (34,7%). Το 20% δηλώνει αδιαφορία για την παραπάνω άποψη του ερωτηματολογίου, ενώ μόλις το 5,3% διαφωνεί με την άποψη αυτή. Επίσης είναι αξιοσημείωτο ότι ένα ποσοστό 5,3% δεν έδωσε απάντηση.

Ο μέσος όρος της μεταβλητής αυτής για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο είναι υψηλός (3,72) με τυπική απόκλιση 1,33. Για την ίδια μεταβλητή οι χρήστες της Telestet εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο (3,76) και μικρότερη τυπική απόκλιση (1,32), δηλαδή συμφωνούν περισσότερο με την άποψη του ερωτηματολογίου, από τους αντίστοιχους της Panafon με μέσο όρο 3,66 και μεγαλύτερη τυπική απόκλιση (1,35).

- **Το ύψος του μηνιαίου πάγιου κόστους**

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα, 46 χρήστες (25 από την Telestet και 21 από την Panafon) διαφωνούν με το ύψος του μηνιαίου πάγιου κόστους, που καταβάλλουν οι χρήστες για τις προσφερόμενες υπηρεσίες από τις εταιρείες κινητής τηλεφωνίας στους ίδιους (30,7%), ενώ μικρότερο ποσοστό διαφωνεί απολύτως με την άποψη αυτή (15,3%). Το 22,7% δηλώνει αδιαφορία για την παραπάνω άποψη του ερωτηματολογίου, ενώ το 17,3% υποστηρίζει ότι το μηνιαίο κόστος που καταβάλλει είναι χαμηλό. Επίσης είναι αξιοσημείωτο ότι ένα ποσοστό 5,3% δεν έδωσε απάντηση.

Ο μέσος όρος της μεταβλητής αυτής για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο είναι αρκετά χαμηλός (2,53) με τυπική απόκλιση 1,16. Για την ίδια μεταβλητή οι χρήστες της Telestet εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο (2,74) και μεγαλύτερη τυπική απόκλιση (1,18), δηλαδή συμφωνούν περισσότερο με την άποψη του ερωτηματολογίου, από τους αντίστοιχους της Panafon με μέσο όρο 2,26 και μικρότερη τυπική απόκλιση (1,09).

- **Το ύψος του κόστους ανά μονάδα**

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα, 53 χρήστες (28 από την Telestet και 25 από την Panafon) διαφωνούν με το ύψος του κόστους ανά μονάδα, που καταβάλλουν οι χρήστες για τις προσφερόμενες υπηρεσίες από τις εταιρείες κινητής τηλεφωνίας στους ίδιους (35,3%), ενώ μικρότερο ποσοστό διαφωνεί απολύτως με την άποψη αυτή (18,7%). Το 26% δηλώνει αδιαφορία για την παραπάνω άποψη του ερωτηματολογίου, ενώ το 14,7% υποστηρίζει ότι το μηνιαίο κόστος που καταβάλλει είναι χαμηλό. Επίσης είναι αξιοσημείωτο ότι ένα ποσοστό 2,7% δεν έδωσε απάντηση.

Ο μέσος όρος της μεταβλητής αυτής για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο είναι αρκετά χαμηλός (2,39) με τυπική απόκλιση 1,11. Για την ίδια μεταβλητή οι χρήστες της Telestet εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο (2,52) και μεγαλύτερη τυπική απόκλιση (1,12), δηλαδή συμφωνούν περισσότερο με την άποψη του ερωτηματολογίου, από τους αντίστοιχους της Panafon με μέσο όρο 2,23 και μικρότερη τυπική απόκλιση (1,09).

- **Οι τρόποι πληρωμής των λογαριασμών**

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα, 69 χρήστες (33 από την Telestet και 36 από την Panafon) συμφωνούν με το ότι οι τρόποι πληρωμής των λογαριασμών είναι εξυπηρετικοί για τους ίδιους (46%), ενώ μικρότερο ποσοστό συμφωνεί απολύτως με την άποψη αυτή (16,7%). Το 21,3% δηλώνει αδιαφορία για την παραπάνω άποψη του ερωτηματολογίου, ενώ το 8,7% διαφωνεί με την άποψη αυτή. Επίσης είναι αξιοσημείωτο ότι ένα ποσοστό 3,3% δεν έδωσε απάντηση.

Ο μέσος όρος της μεταβλητής αυτής για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο είναι υψηλός (3,53) με τυπική απόκλιση 1,19 (βλέπε παράρτημα Γ'). Για την ίδια μεταβλητή οι χρήστες της Panafon εμφανίζουν μεγαλύτερο

μέσο όρο (3,75) και μικρότερη τυπική απόκλιση (1,12), δηλαδή συμφωνούν περισσότερο με την άποψη του ερωτηματολογίου, από τους αντίστοιχους της Telestet με μέσο όρο 3,35 και μεγαλύτερη τυπική απόκλιση (1,21).

- **Η δυνατότητα άμεσης διακοπής της σύνδεσης και συνδρομής**

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα, 34 χρήστες (17 από την Telestet και 17 από την Panafon) διαφωνούν με το ότι υπάρχει δυνατότητα άμεσης διακοπής της σύνδεσης και συνδρομής, όταν το ζητήσουν οι ίδιοι (22,7%), ενώ μικρότερο ποσοστό διαφωνεί απολύτως με την άποψη αυτή (20,7%). Το 22% δηλώνει αδιαφορία για την παραπάνω άποψη του ερωτηματολογίου, ενώ το 18% υποστηρίζει ότι υπάρχει δυνατότητα άμεσης διακοπής της σύνδεσης και συνδρομής, όταν το ζητήσουν οι ίδιοι. Επίσης είναι αξιοσημείωτο ότι ένα ποσοστό 11,3% δεν έδωσε απάντηση.

Ο μέσος όρος της μεταβλητής αυτής για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο είναι αρκετά χαμηλός (2,31) με τυπική απόκλιση 1,19. Για την ίδια μεταβλητή οι χρήστες της Telestet εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο (2,45) και μεγαλύτερη τυπική απόκλιση (1,46), δηλαδή συμφωνούν περισσότερο με την άποψη του ερωτηματολογίου, από τους αντίστοιχους της Panafon με μέσο όρο 2,12 και μικρότερη τυπική απόκλιση (1,34).

- **Το κόστος που θα επιβαρυνθεί ο χρήστης για τη διακοπή της σύνδεσης και συνδρομής**

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα, 19 χρήστες (9 από την Telestet και 10 από την Panafon) διαφωνούν με το ότι η διακοπή της σύνδεσης και συνδρομής, όταν το ζητήσουν οι χρήστες, γίνεται χωρίς καμία επιβάρυνση για τους ίδιους (12,7%), ενώ μικρότερο ποσοστό διαφωνεί απολύτως με την άποψη αυτή (12%). Το 30,7% δηλώνει αδιαφορία για την παραπάνω άποψη του ερωτηματολογίου, ενώ το 19,3% υποστηρίζει ότι η διακοπή της σύνδεσης και συνδρομής, όταν το ζητήσουν οι χρήστες, γίνεται χωρίς καμία επιβάρυνση για τους ίδιους. Επίσης είναι αξιοσημείωτο ότι ένα ποσοστό 17,3% δεν έδωσε απάντηση.

Ο μέσος όρος της μεταβλητής αυτής για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο είναι αρκετά χαμηλός (2,47) με τυπική απόκλιση 1,55. Για την ίδια μεταβλητή οι χρήστες της Telestet εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο (2,45) και την ίδια τυπική απόκλιση (1,55), δηλαδή συμφωνούν περισσότερο με την άποψη του ερωτηματολογίου, από τους αντίστοιχους της Panafon με μέσο όρο 2,34.

- **Η συχνή και διαρκής ενημέρωση και παροχή πληροφοριών προς τους χρήστες από την εταιρεία κινητής τηλεφωνίας που έχουν επιλέξει**

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα, 76 χρήστες (47 από την Telestet και 29 από την Panafon) συμφωνούν με την παραπάνω άποψη (50,7%), ενώ μικρότερο ποσοστό συμφωνεί απολύτως (14%). Το 21,3% δηλώνει αδιαφορία για την παραπάνω άποψη του ερωτηματολογίου, ενώ μόλις το 6% διαφωνεί με την άποψη του ερωτηματολογίου. Επίσης είναι αξιοσημείωτο ότι ένα ποσοστό 4% δεν έδωσε απάντηση.

Ο μέσος όρος της μεταβλητής αυτής για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο είναι υψηλός (3,53) με τυπική απόκλιση 1,17. Για την ίδια μεταβλητή οι χρήστες της Panafon εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο (3,71) και μικρότερη τυπική απόκλιση (0,99), δηλαδή συμφωνούν περισσότερο με την άποψη του

ερωτηματολογίου, από τους αντίστοιχους της Telestet με μέσο όρο 3,29 και μεγαλύτερη τυπική απόκλιση (1,35).

- **Η εταιρεία κινητής τηλεφωνίας, που έχουν επιλέξει οι χρήστες, πιστεύουν ότι παρέχει φιλικές υπηρεσίες**

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα, 82 χρήστες (52 από την Telestet και 30 από την Panafon) συμφωνούν με την παραπάνω άποψη (54,7%), ενώ μικρότερο ποσοστό συμφωνεί απολύτως (16%). Το 24,7% δηλώνει αδιαφορία για την παραπάνω άποψη του ερωτηματολογίου, ενώ μόλις το 2,7% διαφωνεί με την άποψη του ερωτηματολογίου.

Ο μέσος όρος της μεταβλητής αυτής για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο είναι αρκετά υψηλός (3,78) με τυπική απόκλιση 0,89. Για την ίδια μεταβλητή οι χρήστες της Panafon εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο (3,83) και μικρότερη τυπική απόκλιση (0,84), δηλαδή συμφωνούν περισσότερο με την άποψη του ερωτηματολογίου, από τους αντίστοιχους της Telestet με μέσο όρο 3,74 και μεγαλύτερη τυπική απόκλιση (0,93).

- **Η εταιρεία κινητής τηλεφωνίας, που έχουν επιλέξει οι χρήστες, πιστεύουν ότι είναι μια αξιόπιστη με εμπειρία στο χώρο της κινητής τηλεφωνίας επιχείρηση**

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα, 88 χρήστες (52 από την Telestet και 36 από την Panafon) συμφωνούν με την παραπάνω άποψη (58,7%), ενώ μικρότερο ποσοστό συμφωνεί απολύτως (14%). Το 22,7% δηλώνει αδιαφορία για την παραπάνω άποψη του ερωτηματολογίου, ενώ μόλις το 3,3% διαφωνεί με την άποψη του ερωτηματολογίου.

Ο μέσος όρος της μεταβλητής αυτής για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο είναι αρκετά υψηλός (3,80) με τυπική απόκλιση 0,79. Για την ίδια μεταβλητή οι χρήστες της Panafon εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο (3,88) και μικρότερη τυπική απόκλιση (0,71), δηλαδή συμφωνούν περισσότερο με την άποψη του ερωτηματολογίου, από τους αντίστοιχους της Telestet με μέσο όρο 3,69 και μεγαλύτερη τυπική απόκλιση (0,88).

- **Η εταιρεία κινητής τηλεφωνίας, που έχουν επιλέξει οι χρήστες, πιστεύουν ότι δείχνει προσωπικό ενδιαφέρον στο χρήστη**

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα, 57 χρήστες (33 από την Telestet και 24 από την Panafon) συμφωνούν με την παραπάνω άποψη (38%), ενώ μικρότερο ποσοστό συμφωνεί απολύτως (8%). Το 38% δηλώνει αδιαφορία για την παραπάνω άποψη του ερωτηματολογίου, ενώ το 10% διαφωνεί με την άποψη του ερωτηματολογίου.

Ο μέσος όρος της μεταβλητής αυτής για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο είναι υψηλός (3,30) με τυπική απόκλιση 1,03. Για την ίδια μεταβλητή οι χρήστες της Telestet εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο (3,38) και μικρότερη τυπική απόκλιση (0,99), δηλαδή συμφωνούν περισσότερο με την άποψη του ερωτηματολογίου, από τους αντίστοιχους της Panafon με μέσο όρο 3,20 και μεγαλύτερη τυπική απόκλιση (1,08).

- **Η ικανοποίηση των χρηστών από την ποιότητα υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας που τους προσφέρει η εταιρεία κινητής τηλεφωνίας που έχουν επιλέξει**

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα, 91 χρήστες (53 από την Telestet και 38 από την Panafon) συμφωνούν με την παραπάνω άποψη (60,7%), ενώ μικρότερο ποσοστό συμφωνεί απολύτως (7,3%). Το 28,7% δηλώνει αδιαφορία για την παραπάνω άποψη του ερωτηματολογίου, ενώ μόλις το 2% διαφωνεί με την άποψη του ερωτηματολογίου.

Ο μέσος όρος της μεταβλητής αυτής είναι αρκετά υψηλός (3,70) με τυπική απόκλιση 0,72. Για την ίδια μεταβλητή οι χρήστες της Telestet εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο (3,72) και μεγαλύτερη τυπική απόκλιση (0,78), δηλαδή συμφωνούν περισσότερο με την άποψη του ερωτηματολογίου, από τους αντίστοιχους της Panafon με μέσο όρο 3,68 και μικρότερη τυπική απόκλιση (0,64).

- **Η ποιότητα των υπηρεσιών της εταιρείας κινητής τηλεφωνίας, που οι χρήστες έχουν επιλέξει**

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα, 54 χρήστες (30 από την Telestet και 24 από την Panafon) συμφωνούν με την παραπάνω άποψη (36%), ενώ μικρότερο ποσοστό συμφωνεί απολύτως (6%). Το 45,3% δηλώνει αδιαφορία για την παραπάνω άποψη του ερωτηματολογίου, ενώ μόλις το 7,3% διαφωνεί με την άποψη του ερωτηματολογίου. Επίσης είναι αξιοσημείωτο ότι ένα ποσοστό 4,7% δεν έδωσε απάντηση.

Ο μέσος όρος της μεταβλητής αυτής είναι υψηλός (3,25) με τυπική απόκλιση 1,03. Για την ίδια μεταβλητή οι χρήστες της Telestet εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο (3,33) και μεγαλύτερη τυπική απόκλιση (1,04), δηλαδή συμφωνούν περισσότερο με την άποψη του ερωτηματολογίου, από τους αντίστοιχους της Panafon με μέσο όρο 3,15 και μικρότερη τυπική απόκλιση (1,02).

- **Η μελλοντική χρήση του κινητού τηλεφώνου**

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας, που συμμετείχαν στην έρευνα, 73 χρήστες (45 από την Telestet και 28 από την Panafon) συμφωνούν με την παραπάνω άποψη (48,7%), ενώ μικρότερο ποσοστό συμφωνεί απολύτως (24,7%). Το 22,7% δηλώνει αδιαφορία για την παραπάνω άποψη του ερωτηματολογίου, ενώ μόλις το 1,3% διαφωνεί με την άποψη του ερωτηματολογίου. Επίσης είναι αξιοσημείωτο ότι ένα ποσοστό 1,3% δεν έδωσε απάντηση.

Ο μέσος όρος της μεταβλητής είναι αρκετά υψηλός (3,90) με τυπική απόκλιση 0,93. Για την ίδια μεταβλητή οι χρήστες της Telestet εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο (3,79) και μεγαλύτερη τυπική απόκλιση (0,98), δηλαδή συμφωνούν περισσότερο με την άποψη του ερωτηματολογίου, από τους αντίστοιχους της Panafon με μέσο όρο 4,05 και μικρότερη τυπική απόκλιση (0,84).

Στο δεύτερο στάδιο ανάλυσης με αντικείμενο τις μετακινήσεις των χρηστών της κινητής τηλεφωνίας από εταιρεία σε εταιρεία κατά παρελθόν προς το παρόν και προς το μέλλον από τους παρακάτω πίνακες προκύπτουν τα ακόλουθα συμπεράσματα:

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: Μετακινήσεις χρηστών κινητής τηλεφωνίας από την εταιρεία που ήταν συνδρομητές στο παρελθόν στην εταιρεία που είναι συνδρομητές σήμερα

		ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΣΤΟ ΠΑΡΕΛΘΟΝ			ΣΥΝΟΛΟ
		ΚΑΜΙΑ	Panafon	Telestet	
ΕΤΑΙΡΕΙΑ	Panafon	56		9	65
ΣΤΟ ΠΑΡΟΝ	Telestet	77	8		85
ΣΥΝΟΛΟ		133	8	9	150

ΠΙΝΑΚΑΣ 4: Μετακινήσεις χρηστών κινητής τηλεφωνίας από την εταιρεία που είναι συνδρομητές σήμερα σε άλλη εταιρεία στο μέλλον

		ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ				ΣΥΝΟΛΟ
		ΚΑΜΙΑ	Panafon	Telestet	Cosmote	
ΕΤΑΙΡΕΙΑ	Panafon	38		4	23	65
ΣΤΟ ΠΑΡΟΝ	Telestet	53	2		30	85
ΣΥΝΟΛΟ		91	2	4	53	150

Από τους 150 χρήστες κινητής τηλεφωνίας που συμμετείχαν στην έρευνα 17 χρήστες ήταν συνδρομητές σε άλλη εταιρεία στο παρελθόν (8 ήταν στην Panafon και 9 στην Telestet (11,3%), και 133 χρήστες δεν ήταν σε άλλη εταιρεία (88,7%). Από τους 150 χρήστες 59 σκέφτονται ν' αλλάξουν εταιρεία κινητής τηλεφωνίας (39,3), ενώ 91 χρήστες είναι αντίθετοι σε μια τέτοια αλλαγή. Απ' αυτούς που σκέφτονται ν' αλλάξουν εταιρεία κινητής τηλεφωνίας 53 προτιμούνται να χρησιμοποιήσουν την Cosmote (35,3%, 30 χρήστες από την Telestet και 23 από την Panafon), η οποία σύντομα θα προσφέρει τις υπηρεσίες της και στη Σάμο, 2 την Panafon (1,3%) και 4 την Telestet (2,7%).

Στο δεύτερο στάδιο της ανάλυσης των δεδομένων, επίσης, χρησιμοποιήθηκε και η συσχέτιση των εξής τριών μεταβλητών: Της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας, της ικανοποίησης του πελάτη από αυτή και της μελλοντικής χρήσης του κινητού τηλεφώνου από τον ίδιο, για να διαπιστωθούν οι μεταξύ τους σχέσεις. Εξετάζοντας τους παρακάτω πίνακες της συσχέτισης των παραπάνω μεταβλητών έχουμε τα ακόλουθα συμπεράσματα:

ΠΙΝΑΚΑΣ 5: Συσχέτιση της ποιότητας παρεχομένων υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας με την ικανοποίηση του πελάτη από αυτές και της ικανοποίησής του με τη μελλοντική χρήση του κινητού από τον ίδιο

	ΠΟΙΟΤΗΤΑ	ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ	ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΧΡΗΣΗ
Pearson ΠΟΙΟΤΗΤΑ	1,000	,473**	,266**
Correlation ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ	,473**	1,000	,357**
ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΧΡΗΣΗ	,266**	,357**	1,000

- Υπάρχει **θετική συσχέτιση** (0.473) μεταξύ της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας και της ικανοποίησης του πελάτη από αυτή και λιγότερο **θετική συσχέτιση** (0,266) μεταξύ της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας και της μελλοντικής χρήσης του κινητού τηλεφώνου από τον ίδιο. τεκμηριώνοντας τη σχετική επιχειρηματολογία (Parasuraman, Zeithaml και Berry 1985, 1988, Eitner 1990, Bolton and Drew 1991).
- Επίσης, υπάρχει **θετική συσχέτιση** (0.357) μεταξύ της ικανοποίησης του πελάτη και της μελλοντικής χρήσης του κινητού τηλεφώνου από τον ίδιο. τεκμηριώνοντας τη σχετική επιχειρηματολογία (Oliver 1980).

Στο τρίτο στάδιο της ανάλυσης των δεδομένων εφαρμόστηκε η Παραγοντική Ανάλυση (Factor analysis). Σύμφωνα με την ανάλυση αυτή, που παρουσιάζεται στους πίνακες που βρίσκονται στο παράρτημα Δ', προκύπτουν οι ακόλουθοι παράγοντες, οι οποίοι προσδιορίζουν την ποιότητα υπηρεσιών του κλάδου κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο:

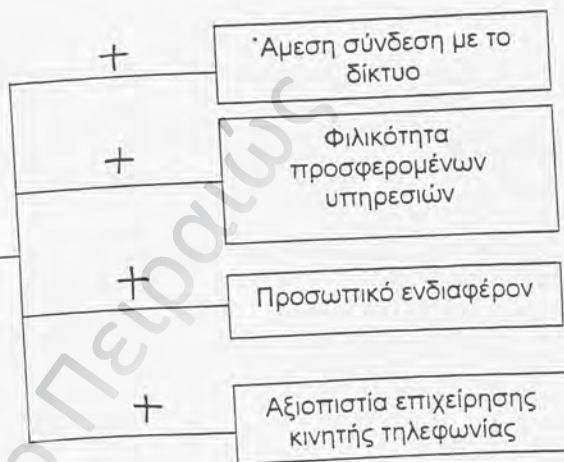
- Τεχνικές υπηρεσίες υποστήριξης
- Προσανατολισμός προς την εξυπηρέτηση των πελατών
- Ποιότητα τεχνικής υποδομής
- Έκταση και αποτελεσματικότητα κάλυψης δικτύου
- Αποτελεσματικότητα διαδικασιών οικονομικών συναλλαγών
- Κόστος υπηρεσιών
- Κόστος διακοπής και υπηρεσία ασφάλισης
- Όροι του συμβολαίου

Οι παραπάνω παράγοντες, που προκύπτουν από την Παραγοντική Ανάλυση, έχουν τις ακόλουθες σχέσεις με τις απόψεις των συμμετασχόντων στην έρευνα, (οι έντονα εκτυπωμένες δηλώνουν χαμηλή ποιότητα (-) κάτω από το μέσο όρο=3 , ενώ οι υπόλοιπες υψηλή (+) πάνω από το μέσο όρο=3) σχετικά με την ποιότητα υπηρεσιών του κλάδου κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο:

Διάγραμμα 14: Σχέσεις των τεχνικών υπηρεσιών υποστήριξης (Παράγοντας 1) με τις απόψεις των συμμετασχόντων στην έρευνα που προέκυψαν από την Παραγοντική Ανάλυση

ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ 1

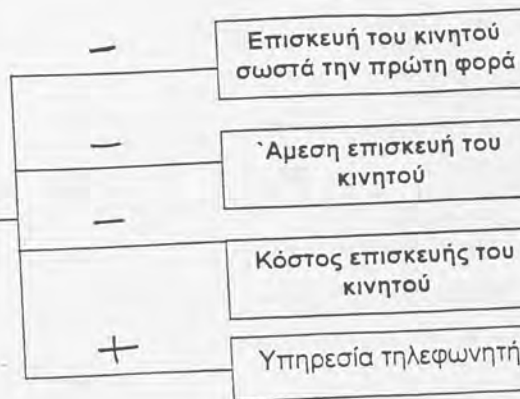
Προσανατολισμός προς την εξυπηρέτηση των πελατών



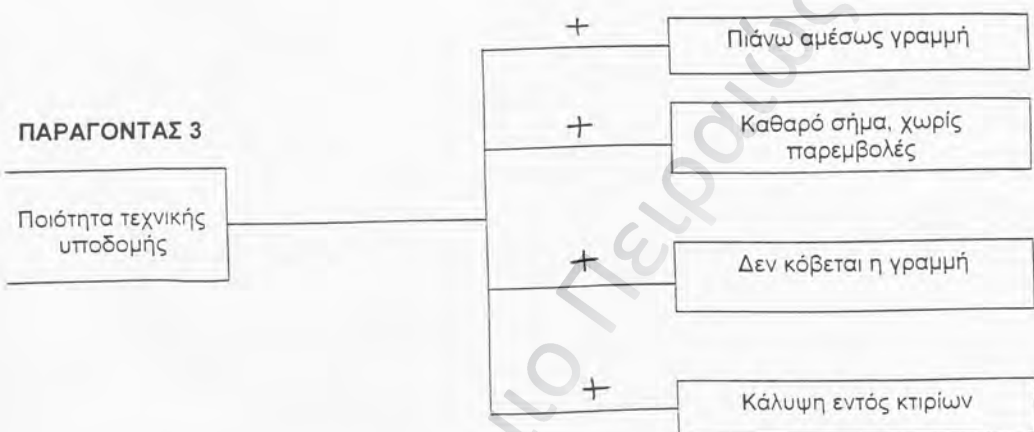
Διάγραμμα 15: Σχέσεις του προσανατολισμού προς την εξυπηρέτηση των πελατών (Παράγοντας 2) με τις απόψεις των συμμετασχόντων στην έρευνα που προέκυψαν από την Παραγοντική Ανάλυση

ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ 2

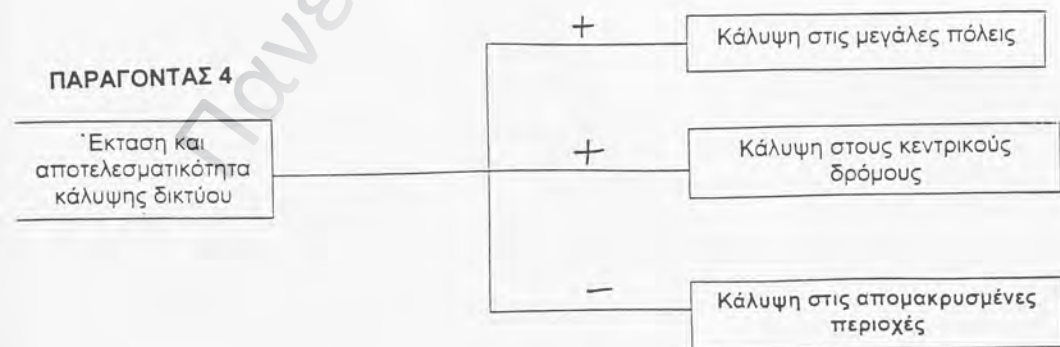
Τεχνικές υπηρεσίες υποστήριξης



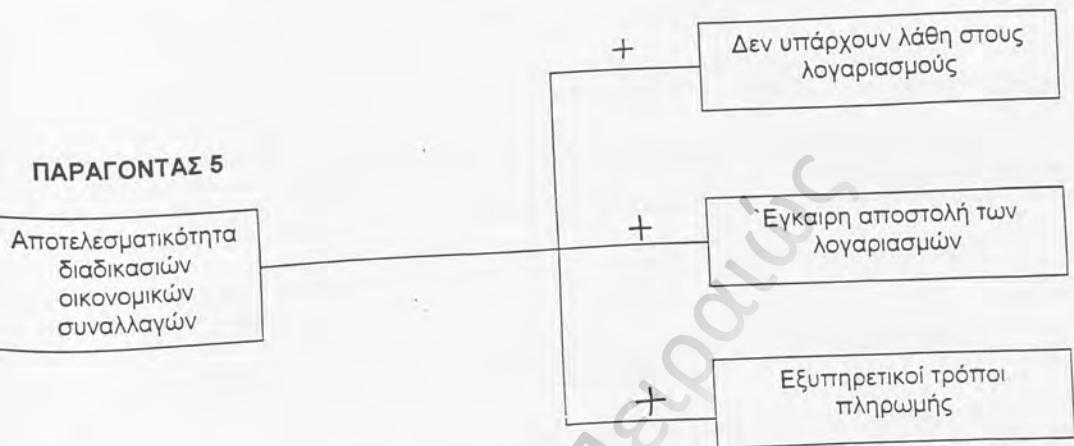
Διάγραμμα 16: Σχέσεις της ποιότητας τεχνικής υποδομής (Παράγοντας 3) με τις απόψεις των συμμετασχόντων στην έρευνα που προέκυψαν από την Παραγοντική Ανάλυση



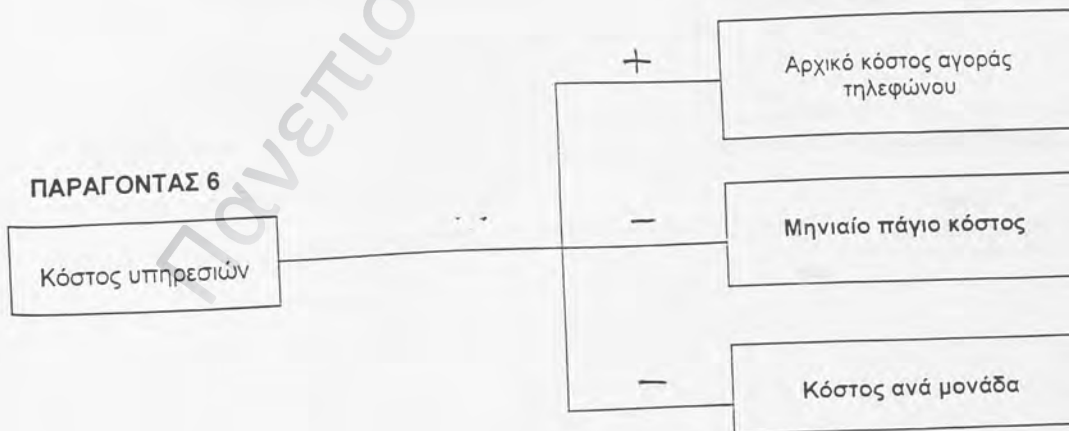
Διάγραμμα 17: Σχέσεις της έκτασης και αποτελεσματικότητας κάλυψης δικτύου (Παράγοντας 4) με τις απόψεις των συμμετασχόντων στην έρευνα που προέκυψαν από την Παραγοντική Ανάλυση



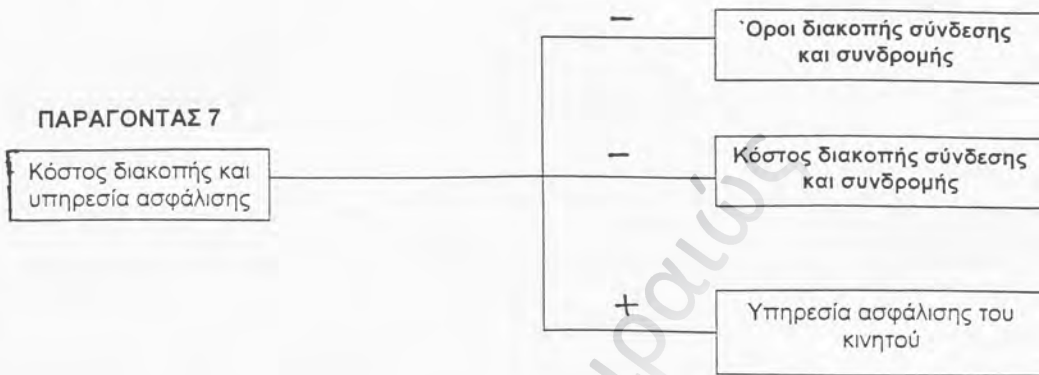
Διάγραμμα 18: Σχέσεις της αποτελεσματικότητας διαδικασιών οικονομικών συναλλαγών (Παράγοντας 5) με τις απόψεις των συμμετασχόντων στην έρευνα που προέκυψαν από την Παραγοντική Ανάλυση



Διάγραμμα 19: Σχέσεις του κόστους υπηρεσιών (Παράγοντας 6) με τις απόψεις των συμμετασχόντων στην έρευνα που προέκυψαν από την Παραγοντική Ανάλυση



Διάγραμμα 20: Σχέσεις του κόστους διακοπής και της υπηρεσίας ασφάλισης (Παράγοντας 7) με τις απόψεις των συμμετασχόντων στην έρευνα που προέκυψαν από την Παραγοντική Ανάλυση



Διάγραμμα 21: Σχέσεις των όρων του συμβολαίου (Παράγοντας 8) με τις απόψεις των συμμετασχόντων στην έρευνα που προέκυψαν από την Παραγοντική Ανάλυση



Κεφάλαιο 5: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Η παρούσα εργασία πραγματοποιήθηκε για τους εξής σκοπούς:

Να μετρηθεί η ποιότητα προσφερομένων υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας, με πλαίσιο αναφοράς την ίδια αντίληψη που διαμορφώνει ο ίδιος ο πελάτης για την προσφερόμενη υπηρεσία.

Να προσδιορισθεί η επίδραση που έχει η ποιότητα υπηρεσιών του κλάδου της κινητής τηλεφωνίας στην ικανοποίηση του πελάτη και η τελευταία στη μελλοντική χρήση του κινητού τηλεφώνου από τον ίδιο.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, καταλήγουμε στα εξής συμπεράσματα:

1. Η ποιότητα προσφερομένων υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο από τις εταιρείες Telestet και Panafon χαρακτηρίζεται ως:

α) **Υψηλού βαθμού (πάνω από μέσο όρο=3)** ως προς άμεση σύνδεση του χρήστη με το δίκτυο κινητής τηλεφωνίας, ως προς τη φιλικότητα των προσφερομένων υπηρεσιών, ως προς την αξιοπιστία της επιχείρησης κινητής τηλεφωνίας, ως προς το προσωπικό ενδιαφέρον προς το χρήστη, ως προς την κάλυψη στις μεγάλες πόλεις της νήσου, την έλλειψη λαθών στους λογαριασμούς πληρωμής, το να πιάνει αμέσως γραμμή ο χρήστης κινητού τηλεφώνου, το καθαρό σήμα, χωρίς παρεμβολές, την έγκαιρη αποστολή των λογαριασμών πληρωμής, το να μην κόβεται η γραμμή την ώρα της συνομιλίας, τους τρόπους πληρωμής, την κάλυψη εντός κτιρίων, τους ευνοϊκούς όρους του συμβολαίου, την κάλυψη στους κεντρικούς δρόμους της νήσου, το αρχικό κόστος αγοράς κινητού και ως προς την υπηρεσία ασφάλισης του κινητού.

β) **Χαμηλού βαθμού (κάτω από μέσο όρο=3)** ως προς τη σωστή επισκευή του κινητού τηλεφώνου την πρώτη φορά, την άμεση επισκευή και το κόστος επισκευής της συσκευής, το μηνιαίο πάγιο κόστος και το κόστος ανά μονάδα, την κάλυψη στις απομακρυσμένες περιοχές του νησιού, την διακοπή σύνδεσης και συνδρομής και το κόστος διακοπής. Τα παραπάνω συμπεράσματα παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα:

ΠΙΝΑΚΑΣ 6: Μετρήσεις της ποιότητας προσφερομένων υπηρεσιών του κλάδου της κινητής τηλεφωνίας στη Σάμο

ΥΨΗΛΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ (πάνω από μέσο όρο=3)	ΧΑΜΗΛΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ (κάτω από μέσο όρο=3)
ΑΜΕΣΗ ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ (4,23)	ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ ΣΩΣΤΑ ΤΗΝ ΠΡΩΤΗ ΦΟΡΑ (2,71)
ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ (3,80)	ΑΜΕΣΗ ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ (2,65)
ΦΙΛΙΚΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ (3,78)	ΜΗΝΙΑΙΟ ΠΑΓΙΟ (2,57)
ΚΑΛΥΨΗ ΣΤΙΣ ΜΕΓΑΛΕΣ ΠΟΛΕΙΣ (3,75)	ΚΑΛΥΨΗ ΣΤΙΣ ΑΠΟΜΑΚΡΥΣΜΕΝΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ (2,53)
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΛΑΘΗ ΣΤΟΥΣ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥΣ (3,72)	ΚΟΣΤΟΣ ΔΙΑΚΟΠΗΣ ΣΥΝΔΕΣΗΣ ΚΑΙ ΣΥΝΔΡΟΜΗΣ (2,47)
ΠΙΑΝΩ ΑΜΕΣΩΣ ΓΡΑΜΜΗ (3,71)	ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΑ ΜΟΝΑΔΑ (2,39)
ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΗΛΕΦΩΝΗΤΗ (3,71)	ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΙΣΚΕΥΗΣ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ (2,31)
ΚΑΘΑΡΟ ΣΗΜΑ, ΧΩΡΙΣ ΠΑΡΕΜΒΟΛΕΣ (3,63)	ΔΙΑΚΟΠΗ ΣΥΝΔΕΣΗΣ ΚΑΙ ΣΥΝΔΡΟΜΗΣ (2,31)
ΕΓΚΑΙΡΗ ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΩΝ (3,63)	
ΔΕΝ ΚΟΒΕΤΑΙ Η ΓΡΑΜΜΗ (3,62)	
ΕΞΥΠΗΡΕΤΙΚΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΠΛΗΡΩΜΗΣ (3,53)	
ΣΥΝΕΧΗΣ ΠΑΡΟΧΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ (3,53)	
ΚΑΛΥΨΗ ΕΝΤΟΣ ΚΤΙΡΙΩΝ (3,31)	
ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ (3,30)	
ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ (3,25)	
ΕΥΝΟΪΚΟΙ ΟΡΟΙ ΣΥΜΒΟΛΑΙΟΥ (3,15)	
ΚΑΛΥΨΗ ΣΕ ΚΕΝΤΡΙΚΟΥΣ ΔΡΟΜΟΥΣ (3,11)	
ΑΡΧΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΙΝΗΤΟΥ (3,09)	

2. Ειδικότερα, η Telestet υπερτερεί της Panafon σε όλα τα χαρακτηριστικά της ποιότητας, εκτός από τα ακόλουθα:

- το καθαρό σήμα, χωρίς παρεμβολές
- τη φιλικότητα των προσφερομένων υπηρεσιών
- τους τρόπους πληρωμής των λογαριασμών
- την κάλυψη στους κεντρικούς δρόμους

3. Εξετάζοντας την ανάλυση των πινάκων μετακινήσεων χρηστών από εταιρεία σε εταιρεία κατά το παρελθόν προς το παρόν, συμπεραίνουμε ότι :

A) Μεγαλύτερη αφοσίωση προς την εταιρεία τους εμφανίζουν οι χρήστες της Telestet σε σχέση με την Panafon.

B) Ως προς το μέλλον, παρουσιάζεται σημαντική διάθεση μετακίνησης χρηστών προς την Cosmote.

4. Τα αποτελέσματα της έρευνας φαίνεται να τεκμηριώνουν τις υποθέσεις της ως προς τη θετική συσχέτιση τόσο της ποιότητας υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας με την ικανοποίηση του πελάτη, όσο και της ικανοποίησης του πελάτη με τη μελλοντική χρήση του κινητού τηλεφώνου από τον ίδιο. Επομένως επιβεβαιώνεται η αλήθεια των υποθέσεων που τέθηκαν αρχικά στην έρευνά μας.

5. Από την Παραγοντική Ανάλυση που έχει γίνει καταλήγουμε στα παρακάτω συμπεράσματα:

A) Υψηλή ποιότητα προσφερομένων υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας σε σχέση με τις απόψεις των συμμετασχόντων στην έρευνα παρουσιάζουν οι εξής παράγοντες:

- Προσανατολισμός προς την εξυπηρέτηση των πελατών
- Ποιότητα τεχνικής υποδομής
- Έκταση και αποτελεσματικότητα κάλυψης δικτύου
- Αποτελεσματικότητα διαδικασιών οικονομικών συναλλαγών
- Όροι του συμβολαίου

Β) Χαμηλή ποιότητα προσφερομένων υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας σε σχέση με τις απόψεις των συμμετασχόντων στην έρευνα παρουσιάζουν οι εξής παράγοντες:

- Κόστος υπηρεσιών
- Κόστος διακοπής και υπηρεσία ασφάλισης
- Τεχνικές υπηρεσίες υποστήριξης

Για τους Ερευνητές και Ακαδημαϊκούς που ασχολούνται με την Ποιότητα ελπίζεται πως τα αποτελέσματα αυτά θα αποτελέσουν ένα έναυσμα για τη διενέργεια πρόσθετων εμπειρικών ερευνών που θα έχουν τους παρακάτω στόχους:

- I. Να μελετηθούν οι σχέσεις της ποιότητας υπηρεσιών και της ικανοποίησης του πελάτη με την αύξηση του μεριδίου αγοράς και των κερδών των επιχειρήσεων κινητής τηλεφωνίας.
- II. Να συγκριθεί η ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών του φορέα εκμετάλλευσης του δικτύου κινητής τηλεφωνίας προς τους παροχείς υπηρεσιών με την αντίστοιχη ποιότητα υπηρεσιών των τελευταίων προς τους αντιπροσώπους και των αντιπροσώπων με την αντίστοιχη ποιότητα υπηρεσιών που απολαμβάνουν οι τελικοί χρήστες (βλέπε διάγραμμα 1, σελ. 11).
- III. Να συγκριθεί η ποιότητα υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας με την αντίστοιχη ποιότητα υπηρεσιών σταθερής τηλεφωνίας.
- IV. Να συσχετιστούν οι παράγοντες που προέκυψαν από την Παραγοντική Ανάλυση με την ποιότητα προσφερομένων υπηρεσιών, την ικανοποίηση του πελάτη και τη μελλοντική χρήση του κινητού από τον ίδιο.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

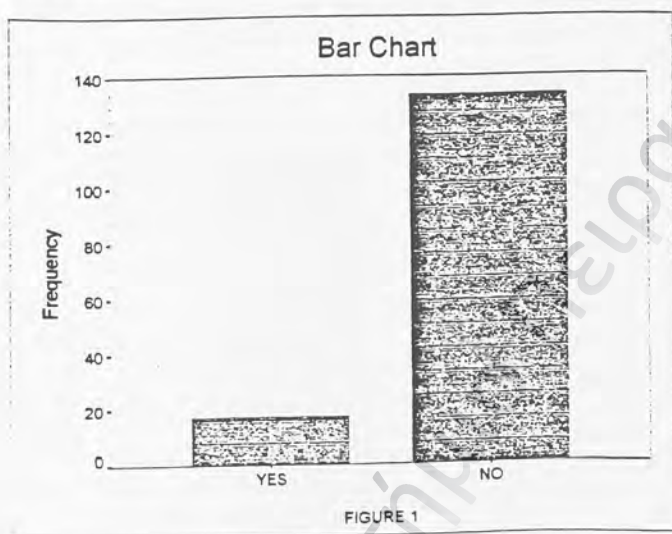
Πανεπιστήμιο Πειραιώς

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α'

Πανεπιστήμιο Πειραιώς

ΗΣΑΣΤΑΝ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΣΕ ΑΛΛΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΣΤΟ ΠΑΡΕΛΘΟΝ;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
YES	17	11,3	11,3	11,3
NO	133	88,7	88,7	100,0
Total	150	100,0	100,0	



ΣΕ ΠΟΙΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΗΣΑΣΤΑΝ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΣΤΟ ΠΑΡΕΛΘΟΝ;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NONE	133	88,7	88,7	88,7
PANAFON	8	5,3	5,3	94,0
TELESTET	9	6,0	6,0	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Bar Chart

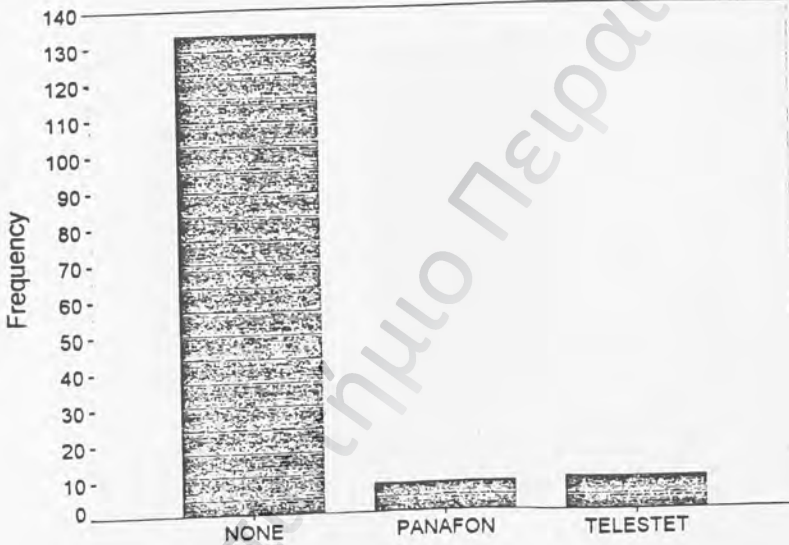


FIGURE 2

ΣΕ ΠΟΙΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΕΙΣΤΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
PANAFON	65	43,3	43,3	43,3
TELESTET	85	56,7	56,7	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Bar Chart

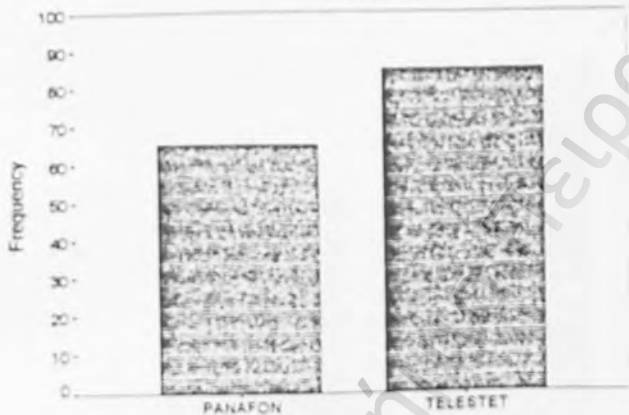
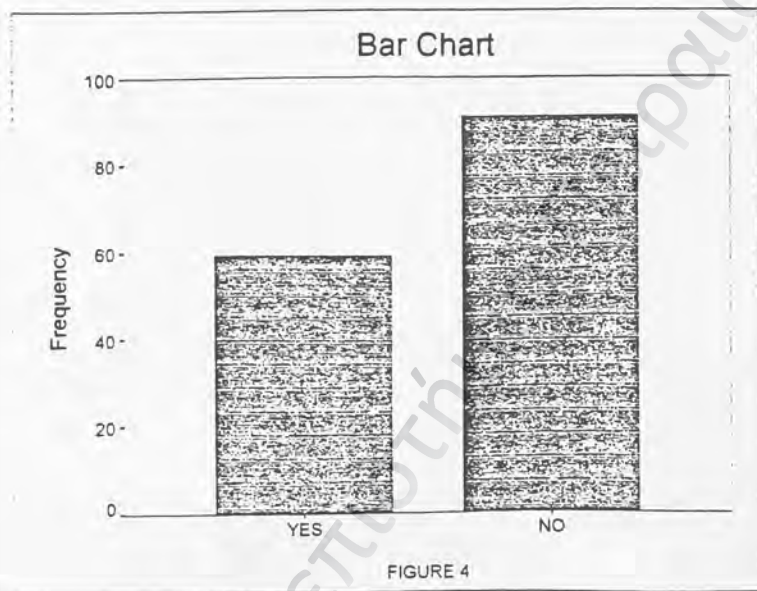


FIGURE 3

ΣΚΕΦΤΕΣΤΕ ΝΑ ΑΛΛΑΞΕΤΕ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
YES	59	39,3	39,3	39,3
NO	91	60,7	60,7	100,0
Total	150	100,0	100,0	
Total	150	100,0		



ΠΟΙΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΡΟΤΙΘΕΣΤΕ ΝΑ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΤΕ;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NONE	91	60,7	60,7	60,7
PANAFON	2	1,3	1,3	62,0
TELESTET	4	2,7	2,7	64,7
COSMOTE	53	35,3	35,3	100,0
Total	150	100,0	100,0	
Total	150	100,0		

Bar Chart

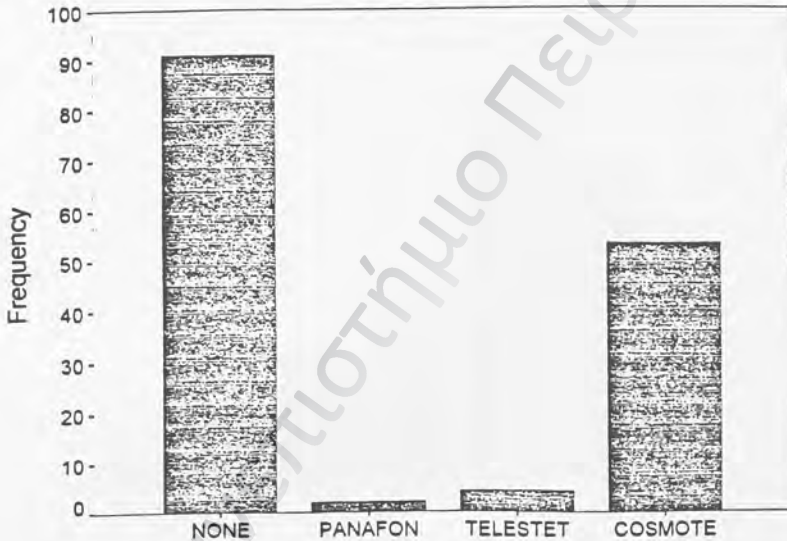
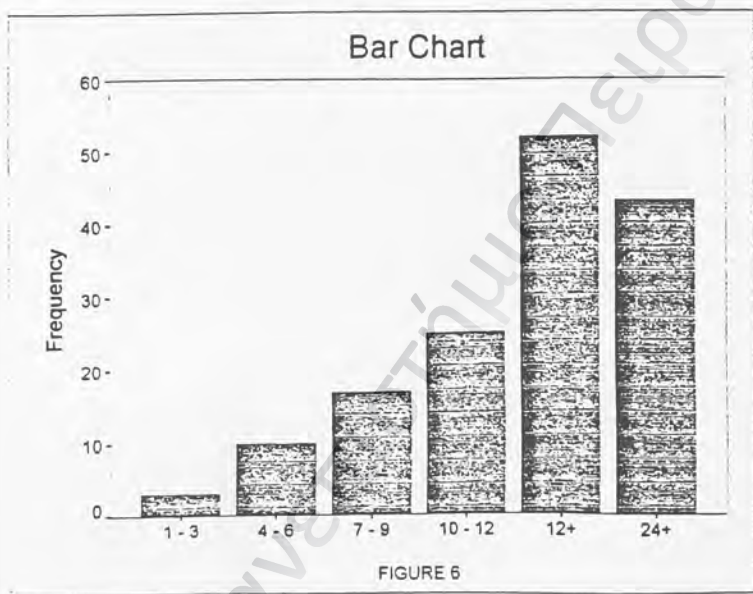


FIGURE 5

ΠΟΣΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΕΙΣΤΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
MONTHS 1 - 3	3	2,0	2,0	2,0
4 - 6	10	6,7	6,7	8,7
7 - 9	17	11,3	11,3	20,0
10 - 12	25	16,7	16,7	36,7
12+	52	34,7	34,7	71,3
24+	43	28,7	28,7	100,0
Total	150	100,0	100,0	



ΠΟΙΟ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ ΣΑΣ;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1. LAWYERS	6	4,0	4,0	4,0
2. DOCTORS	9	6,0	6,0	10,0
3. BUSINESSMEN	58	38,7	38,7	48,7
4. PUBLIC CLERKS	11	7,3	7,3	56,0
5. PRIVATE CLERKS	11	7,3	7,3	63,3
6. TAXI DRIVERS	11	7,3	7,3	70,7
7. PENSIONERS	5	3,3	3,3	74,0
8. JOURNALISTS	1	,7	,7	74,7
9. TEACHERS	10	6,7	6,7	81,3
10. CIVIL ENGINEERS	8	5,3	5,3	86,7
11. CULTIVATORS	2	1,3	1,3	88,0
12. STUDENTS	6	4,0	4,0	92,0
13. HOUSEKEEPERS	1	,7	,7	92,7
14. ARMY	11	7,3	7,3	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Bar Chart

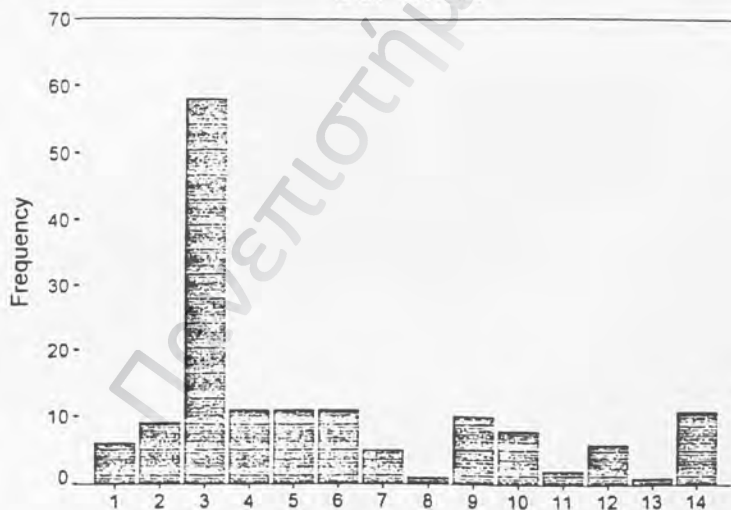


FIGURE 7

ΠΟΙΟ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΦΥΛΟ ΣΑΣ;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
MALE	124	82,7	82,7	82,7
FEMALE	26	17,3	17,3	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Bar Chart

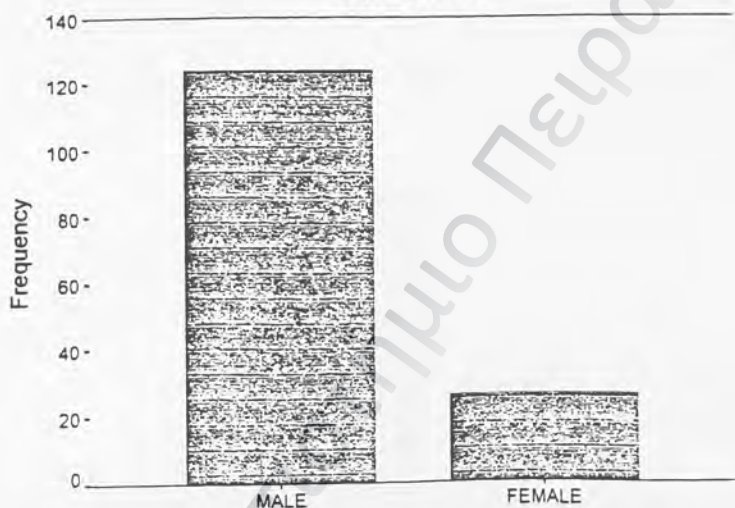


FIGURE 8

ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η ΗΛΙΚΙΑ ΣΑΣ;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
YEARS	18 - 24	12	8,0	8,0	8,0
	25 - 34	55	36,7	36,7	44,7
	35 - 44	49	32,7	32,7	77,3
	45 - 54	24	16,0	16,0	93,3
	55+	10	6,7	6,7	100,0
Total		150	100,0	100,0	

Bar Chart

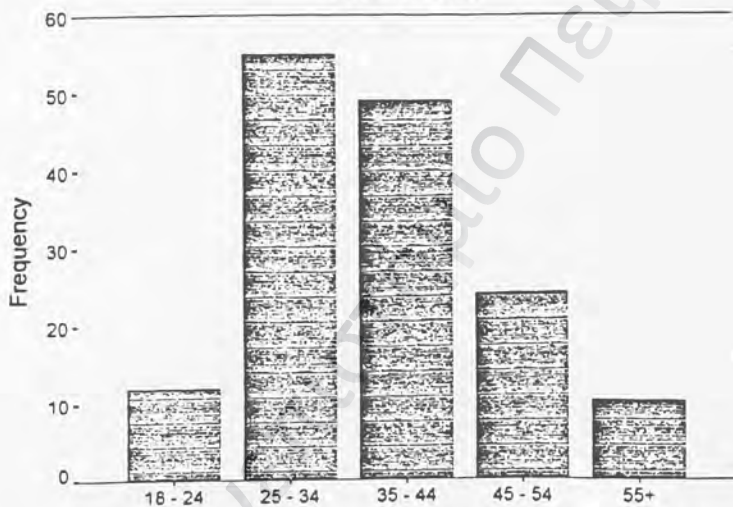


FIGURE 9

ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΣΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SINGLE	42	28,0	28,0	28,0
MARRIED	101	67,3	67,3	95,3
WIDOW	2	1,3	1,3	96,7
DIVORCED	5	3,3	3,3	100,0
Total	150	100,0	100,0	

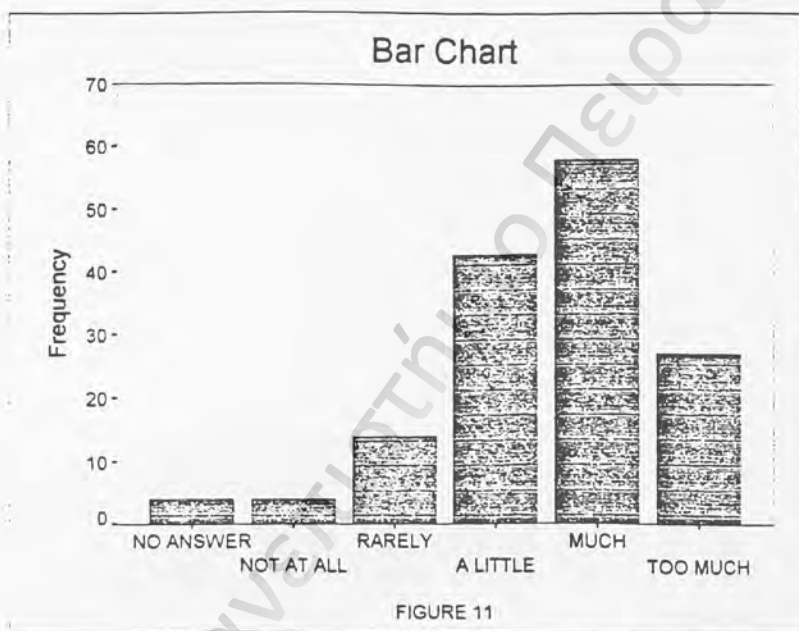
Bar Chart



FIGURE 10

Η ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΧΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ ΓΙΑ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	4	2,7	2,7	2,7
NOT AT ALL	4	2,7	2,7	5,3
RARELY	14	9,3	9,3	14,7
A LITTLE	43	28,7	28,7	43,3
MUCH	58	38,7	38,7	82,0
TOO MUCH	27	18,0	18,0	100,0
Total	150	100,0	100,0	



Η ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΧΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	19	12,7	12,7	12,7
NOT AT ALL	19	12,7	12,7	25,3
RARELY	15	10,0	10,0	35,3
A LITTLE	26	17,3	17,3	52,7
MUCH	49	32,7	32,7	85,3
TOO MUCH	22	14,7	14,7	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Bar Chart

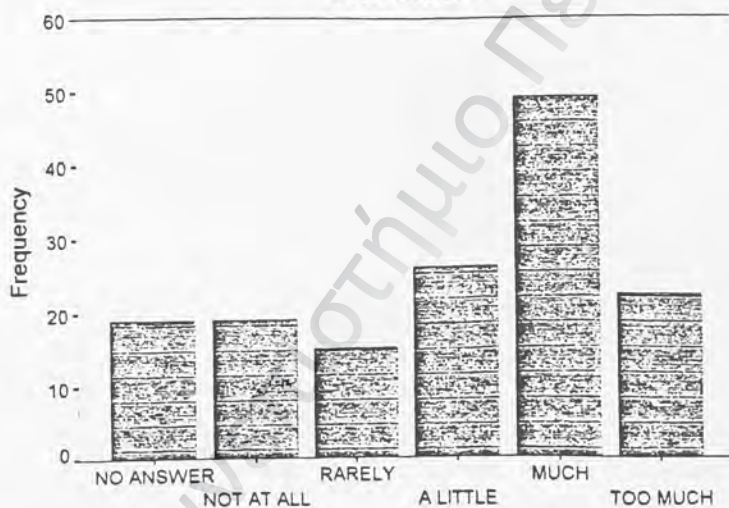


FIGURE 12

Η ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΧΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ ΜΕ ΦΙΛΟΥΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	9	6,0	6,0	6,0
NOT AT ALL	11	7,3	7,3	13,3
RARELY	19	12,7	12,7	26,0
A LITTLE	60	40,0	40,0	66,0
MUCH	36	24,0	24,0	90,0
TOO MUCH	15	10,0	10,0	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Bar Chart

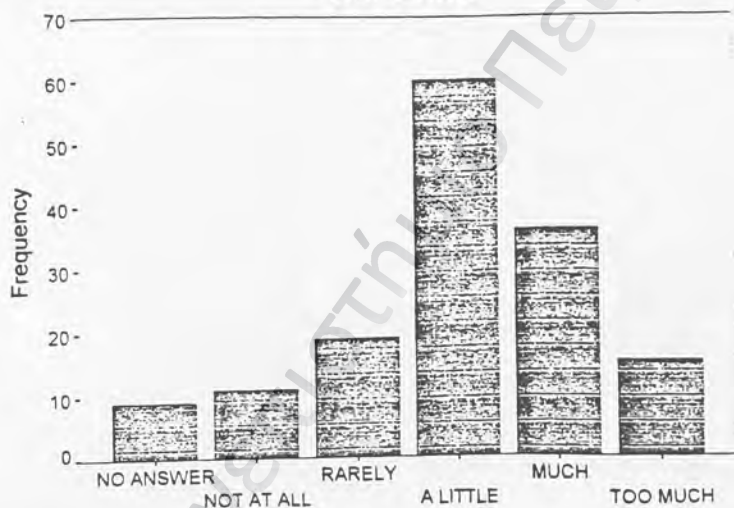


FIGURE 13

Η ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΧΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ ΜΕ ΠΕΛΑΤΕΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	27	18,0	18,0	18,0
NOT AT ALL	39	26,0	26,0	44,0
RARELY	18	12,0	12,0	56,0
A LITTLE	15	10,0	10,0	66,0
MUCH	27	18,0	18,0	84,0
TOO MUCH	24	16,0	16,0	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Bar Chart

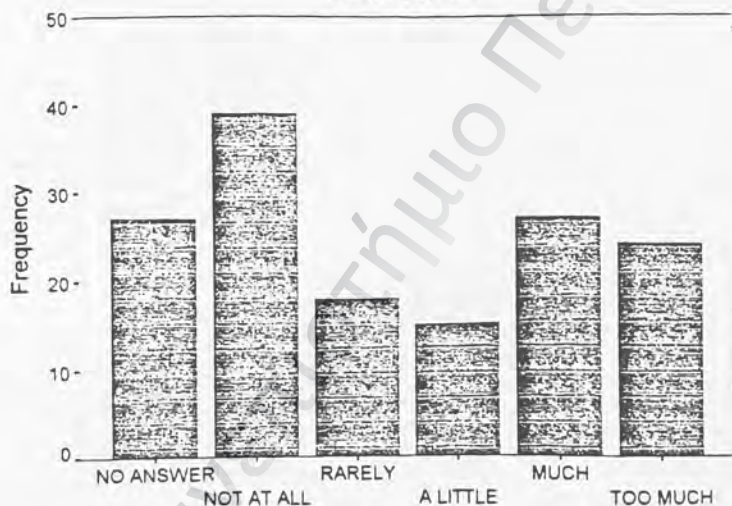
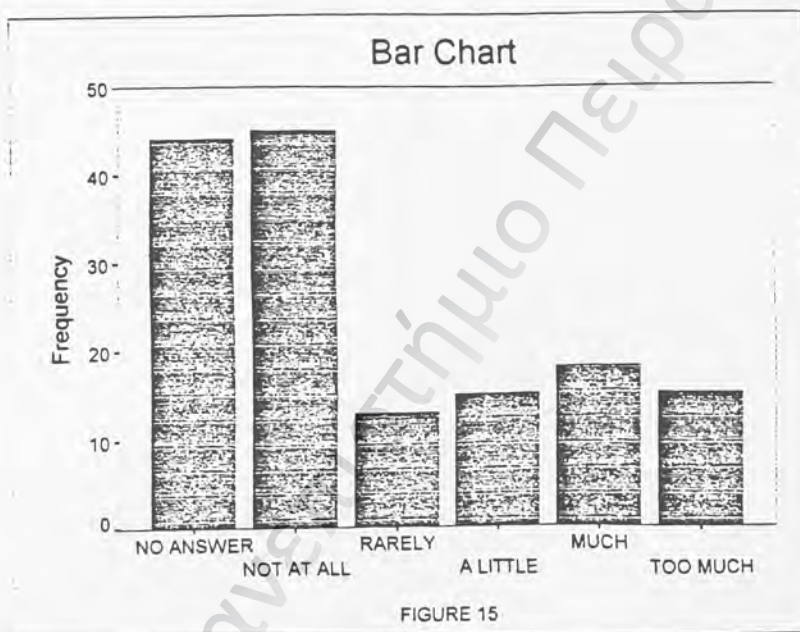


FIGURE 14

Η ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΧΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ ΜΕ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	44	29,3	29,3	29,3
NOT AT ALL	45	30,0	30,0	59,3
RARELY	13	8,7	8,7	68,0
A LITTLE	15	10,0	10,0	78,0
MUCH	18	12,0	12,0	90,0
TOO MUCH	15	10,0	10,0	100,0
Total	150	100,0	100,0	



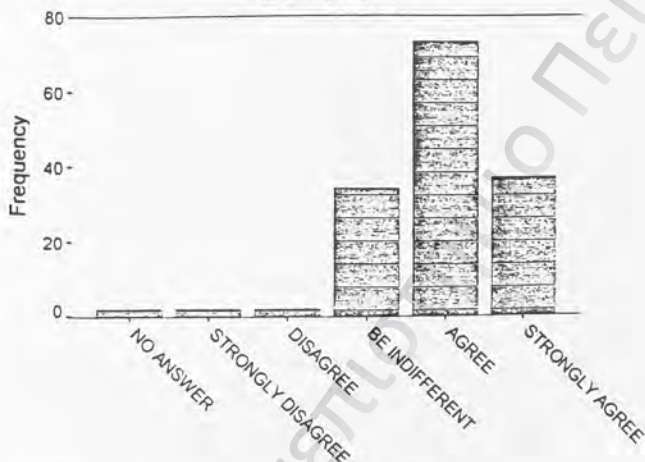
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β'

Πανεπιστήμιο Πειραιώς

ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ ΤΗΛΕΦΩΝΟΥ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	2	1,3	1,3	1,3
STRONGLY DISAGREE	2	1,3	1,3	2,7
DISAGREE	2	1,3	1,3	4,0
BE INDIFFERENT	34	22,7	22,7	26,7
AGREE	73	48,7	48,7	75,3
STRONGLY AGREE	37	24,7	24,7	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Bar Chart



ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ ΤΗΛΕΦΩΝΟΥ

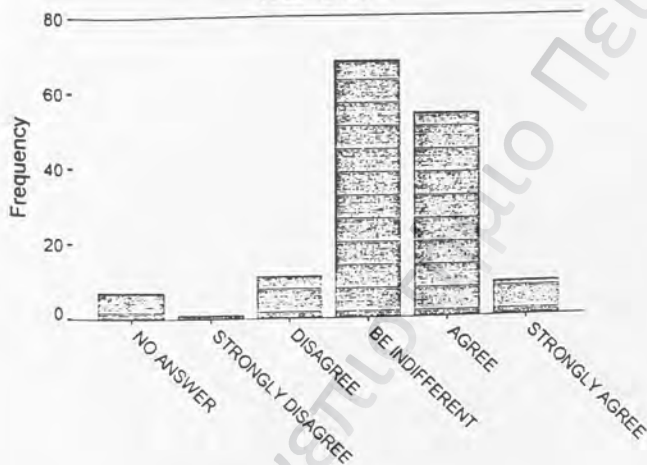
FREQUENCIES

		FUTURE USE						Total
		NO ANSWER	STRONGLY DISAGREE	DISAGREE	BE INDIFFERENT	AGREE	STRONGLY AGREE	
COMPANY	PANAFON		1		15	28	21	65
NOW	TELESTET	2	1	2	19	45	16	85
Total		2	2	2	34	73	37	150

ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	7	4,7	4,7	4,7
STRONGLY DISAGREE	1	,7	,7	5,3
DISAGREE	11	7,3	7,3	12,7
BE INDIFFERENT	68	45,3	45,3	58,0
AGREE	54	36,0	36,0	94,0
STRONGLY AGREE	9	6,0	6,0	100,0
Total	150	100,0	100,0	
Total	150	100,0		

Bar Chart



ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

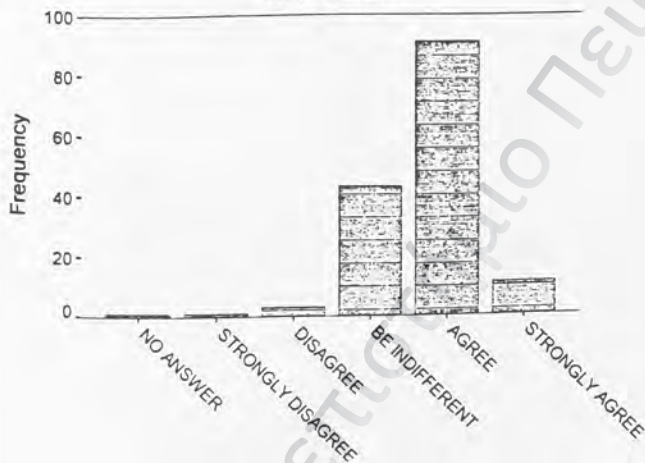
FREQUENCIES

		OVERALL QUALITY						Total
		NO ANSWER	STRONGLY DISAGREE	DISAGREE	BE INDIFFERENT	AGREE	STRONGLY AGREE	
COMPANY	PANAFON	4		4	32	24	1	65
NOW	TELESTET	3	1	7	36	30	8	85
Total		7	1	11	68	54	9	150

ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΠΕΛΑΤΗ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	1	,7	,7	,7
STRONGLY DISAGREE	1	,7	,7	1,3
DISAGREE	3	2,0	2,0	3,3
BE INDIFFERENT	43	28,7	28,7	32,0
AGREE	91	60,7	60,7	92,7
STRONGLY AGREE	11	7,3	7,3	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Bar Chart



ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΠΕΛΑΤΗ

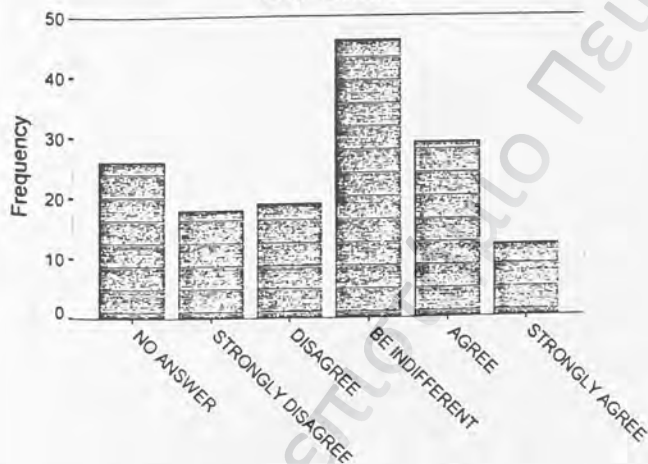
FREQUENCIES

		CUSTOMER SATISFACTION						Total
		NO ANSWER	STRONGLY DISAGREE	DISAGREE	BE INDIFFERENT	AGREE	STRONGLY AGREE	
COMPANY	PANAFON			2	21	38	4	65
NOW	TELESTET	1	1	1	22	53	7	85
Total		1	1	3	43	91	11	150

ΚΟΣΤΟΣ ΔΙΑΚΟΠΗΣ ΣΥΝΔΕΣΗΣ ΚΑΙ ΣΥΝΔΡΟΜΗΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	26	17,3	17,3	17,3
STRONGLY DISAGREE	18	12,0	12,0	29,3
DISAGREE	19	12,7	12,7	42,0
BE INDIFFERENT	46	30,7	30,7	72,7
AGREE	29	19,3	19,3	92,0
STRONGLY AGREE	12	8,0	8,0	100,0
Total	150	100,0	100,0	
Total	150	100,0		

Bar Chart



ΚΟΣΤΟΣ ΔΙΑΚΟΠΗΣ ΣΥΝΔΕΣΗΣ ΚΑΙ ΣΥΝΔΡΟΜΗΣ

FREQUENCIES

		STOP CONNECTION WITHOUT COST						Total
		NO ANSWER	STRONGLY DISAGREE	DISAGREE	BE INDIFFERENT	AGREE	STRONGLY AGREE	
COMPANY	PANAFON	12	9	10	17	13	4	65
NOW	TELESTET	14	9	9	29	16	8	85
Total		26	18	19	46	29	12	150

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	3	2,0	2,0	2,0
STRONGLY DISAGREE	6	4,0	4,0	6,0
DISAGREE	15	10,0	10,0	16,0
BE INDIFFERENT	57	38,0	38,0	54,0
AGREE	57	38,0	38,0	92,0
STRONGLY AGREE	12	8,0	8,0	100,0
Total	150	100,0	100,0	
Total	150	100,0		

Bar Chart



ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ

FREQUENCIES

		PERSONAL INTEREST						Total
		NO ANSWER	STRONGLY DISAGREE	DISAGREE	BE INDIFFERENT	AGREE	STRONGLY AGREE	
COMPANY	PANAFON	1	6	4	26	24	4	65
NOW	TELESTET	2		11	31	33	8	85
Total		3	6	15	57	57	12	150

ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	1	,7	,7	,7
STRONGLY DISAGREE	1	,7	,7	1,3
DISAGREE	5	3,3	3,3	4,7
BE INDIFFERENT	34	22,7	22,7	27,3
AGREE	88	58,7	58,7	86,0
STRONGLY AGREE	21	14,0	14,0	100,0
Total	150	100,0	100,0	
Total	150	100,0		

Bar Chart



ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ

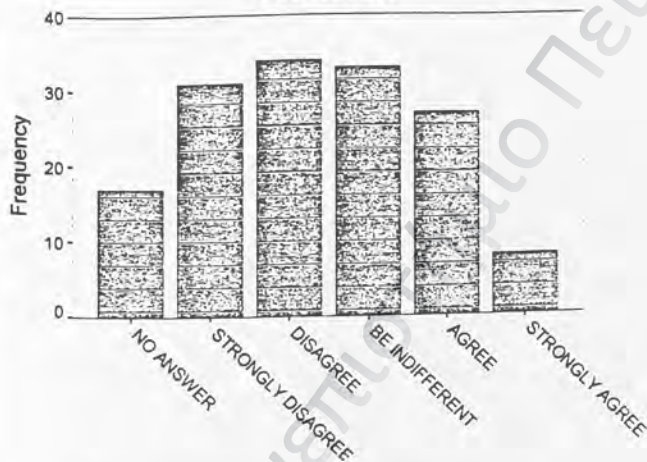
FREQUENCIES

		RELIABLE COMPANY						Total
		NO ANSWER	STRONGLY DISAGREE	DISAGREE	BE INDIFFERENT	AGREE	STRONGLY AGREE	
COMPANY	PANAFON	1		4	16	36	8	65
NOW	TELESTET		1	1	18	52	13	85
Total		1	1	5	34	88	21	150

ΔΙΑΚΟΠΗ ΣΥΝΔΕΣΗΣ ΚΑΙ ΣΥΝΔΡΟΜΗΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	17	11,3	11,3	11,3
STRONGLY DISAGREE	31	20,7	20,7	32,0
DISAGREE	34	22,7	22,7	54,7
BE INDIFFERENT	33	22,0	22,0	76,7
AGREE	27	18,0	18,0	94,7
STRONGLY AGREE	8	5,3	5,3	100,0
Total	150	100,0	100,0	
Total	150	100,0		

Bar Chart



ΔΙΑΚΟΠΗ ΣΥΝΔΕΣΗΣ ΚΑΙ ΣΥΝΔΡΟΜΗΣ

FREQUENCIES

		STOP CONNECTION						Total
		NO ANSWER	STRONGLY DISAGREE	DISAGREE	BE INDIFFERENT	AGREE	STRONGLY AGREE	
COMPANY	PANAFON	7	17	17	10	13	1	65
NOW	TELESTET	10	14	17	23	14	7	85
Total		17	31	34	33	27	8	150

ΣΥΝΕΧΗΣ ΠΑΡΟΧΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	6	4,0	4,0	4,0
STRONGLY DISAGREE	6	4,0	4,0	8,0
DISAGREE	9	6,0	6,0	14,0
BE INDIFFERENT	32	21,3	21,3	35,3
AGREE	76	50,7	50,7	86,0
STRONGLY AGREE	21	14,0	14,0	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Bar Chart



ΣΥΝΕΧΗΣ ΠΑΡΟΧΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ

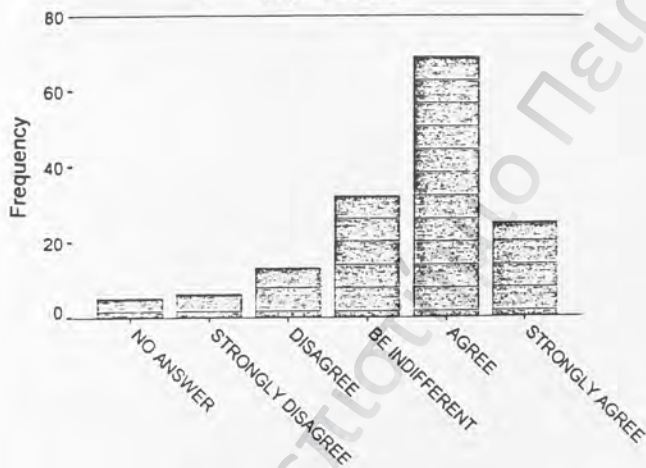
FREQUENCIES

		CONTINUOUS INFORMATION						Total
		NO ANSWER	STRONGLY DISAGREE	DISAGREE	BE INDIFFERENT	AGREE	STRONGLY AGREE	
COMPANY	PANAFON	5	3	5	15	29	8	65
NOW	TELESTET	1	3	4	17	47	13	85
Total		6	6	9	32	76	21	150

ΕΞΥΠΗΡΕΤΙΚΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΠΛΗΡΩΜΗΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	5	3,3	3,3	3,3
STRONGLY DISAGREE	6	4,0	4,0	7,3
DISAGREE	13	8,7	8,7	16,0
BE INDIFFERENT	32	21,3	21,3	37,3
AGREE	69	46,0	46,0	83,3
STRONGLY AGREE	25	16,7	16,7	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Bar Chart



ΕΞΥΠΗΡΕΤΙΚΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΠΛΗΡΩΜΗΣ

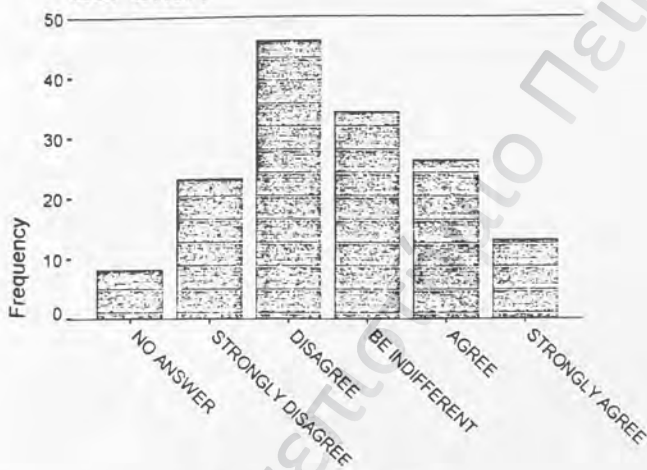
FREQUENCIES

		PAYWAYS						Total
		NO ANSWER	STRONGLY DISAGREE	DISAGREE	BE INDIFFERENT	AGREE	STRONGLY AGREE	
COMPANY	PANAFON	2	2	3	9	36	13	65
NOW	TELESTET	3	4	10	23	33	12	85
Total		5	6	13	32	69	25	150

ΜΗΝΙΑΙΟ ΠΑΓΙΟ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	8	5,3	5,3	5,3
STRONGLY DISAGREE	23	15,3	15,3	20,7
DISAGREE	46	30,7	30,7	51,3
BE INDIFFERENT	34	22,7	22,7	74,0
AGREE	26	17,3	17,3	91,3
STRONGLY AGREE	13	8,7	8,7	100,0
Total	150	100,0	100,0	
Total	150	100,0		

Bar Chart



ΜΗΝΙΑΙΟ ΠΑΓΙΟ

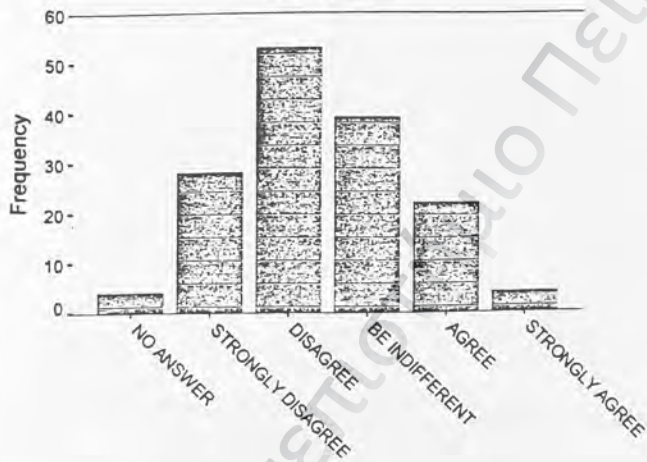
FREQUENCIES

		FIXED COST						Total
		NO ANSWER	STRONGLY DISAGREE	DISAGREE	BE INDIFFERENT	AGREE	STRONGLY AGREE	
COMPANY	PANAFON	4	11	21	19	8	2	65
NOW	TELESTET	4	12	25	15	18	11	85
Total		8	23	46	34	26	13	150

ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΑ ΜΟΝΑΔΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	4	2,7	2,7	2,7
STRONGLY DISAGREE	28	18,7	18,7	21,3
DISAGREE	53	35,3	35,3	56,7
BE INDIFFERENT	39	26,0	26,0	82,7
AGREE	22	14,7	14,7	97,3
STRONGLY AGREE	4	2,7	2,7	100,0
Total	150	100,0	100,0	
Total	150	100,0	100,0	

Bar Chart



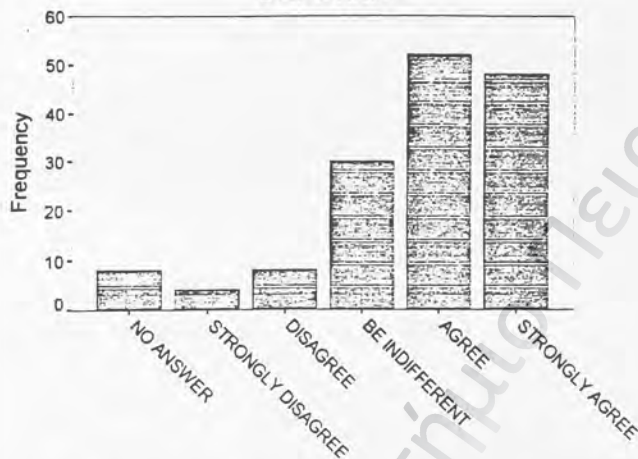
ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΑ ΜΟΝΑΔΑ

FREQUENCIES

		UNIT COST						Total
		NO ANSWER	STRONGLY DISAGREE	DISAGREE	BE INDIFFERENT	AGREE	STRONGLY AGREE	
COMPANY	PANAFON	3	13	25	14	10		65
NOW	TELESTET	1	15	28	25	12	4	85
Total		4	28	53	39	22	4	150

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	8	5,3	5,3	5,3
STRONGLY DISAGREE	4	2,7	2,7	8,0
DISAGREE	8	5,3	5,3	13,3
BE INDIFFERENT	30	20,0	20,0	33,3
AGREE	52	34,7	34,7	68,0
STRONGLY AGREE	48	32,0	32,0	100,0
Total	150	100,0	100,0	
Total	150	100,0		

Bar Chart



ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΛΑΘΗ ΣΤΟΥΣ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥΣ

FREQUENCIES

		BILL MISTAKES						Total
		NO ANSWER	STRONGLY DISAGREE	DISAGREE	BE INDIFFERENT	AGREE	STRONGLY AGREE	
COMPANY	PANAFON	4	2	3	12	26	18	65
NOW	TELESTET	4	2	5	18	26	30	85
Total		8	4	8	30	52	48	150

ΕΓΚΑΙΡΗ ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΩΝ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	8	5,3	5,3	5,3
STRONGLY DISAGREE	4	2,7	2,7	8,0
DISAGREE	15	10,0	10,0	18,0
BE INDIFFERENT	17	11,3	11,3	29,3
AGREE	71	47,3	47,3	76,7
STRONGLY AGREE	35	23,3	23,3	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Bar Chart



ΕΓΚΑΙΡΗ ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΩΝ

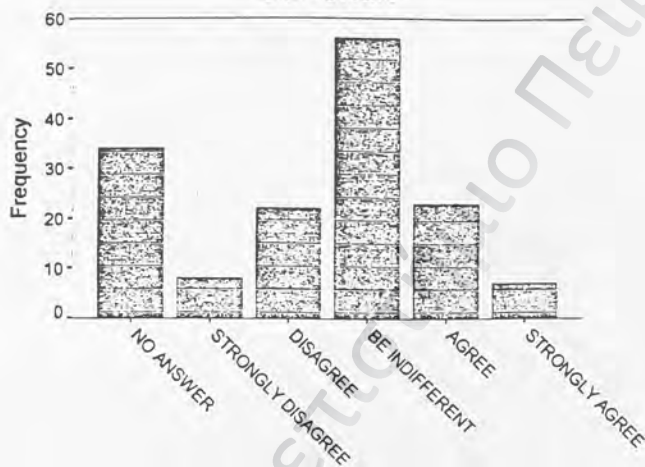
FREQUENCIES

		SEND THE BILL						Total
		NO ANSWER	STRONGLY DISAGREE	DISAGREE	BE INDIFFERENT	AGREE	STRONGLY AGREE	
COMPANY	PANAFON	3	1	8	9	30	14	65
NOW	TELESTET	5	3	7	8	41	21	85
Total		8	4	15	17	71	35	150

ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΙΣΚΕΥΗΣ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	34	22,7	22,7	22,7
STRONGLY DISAGREE	8	5,3	5,3	28,0
DISAGREE	22	14,7	14,7	42,7
BE INDIFFERENT	56	37,3	37,3	80,0
AGREE	23	15,3	15,3	95,3
STRONGLY AGREE	7	4,7	4,7	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Bar Chart



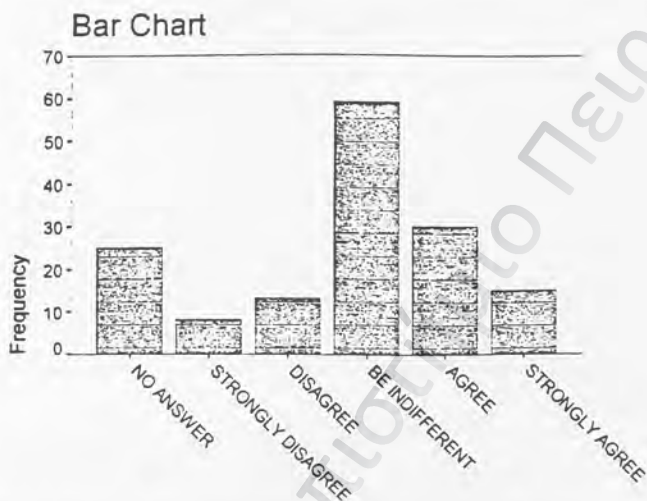
ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΙΣΚΕΥΗΣ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ

FREQUENCIES

		COST OF REPAIR							Total
		NO ANSWER	STRONGLY DISAGREE	DISAGREE	BE INDIFFERENT	AGREE	STRONGLY AGREE		
COMPANY	PANAFON	18	5	15	21	6		65	
NOW	TELESTET	16	3	7	35	17	7	85	
Total		34	8	22	56	23	7	150	

ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ ΣΩΣΤΑ ΤΗΝ ΠΡΩΤΗ ΦΟΡΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	25	16,7	16,7	16,7
STRONGLY DISAGREE	8	5,3	5,3	22,0
DISAGREE	13	8,7	8,7	30,7
BE INDIFFERENT	59	39,3	39,3	70,0
AGREE	30	20,0	20,0	90,0
STRONGLY AGREE	15	10,0	10,0	100,0
Total	150	100,0	100,0	
Total	150	100,0		



ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ ΣΩΣΤΑ ΤΗΝ ΠΡΩΤΗ ΦΟΡΑ

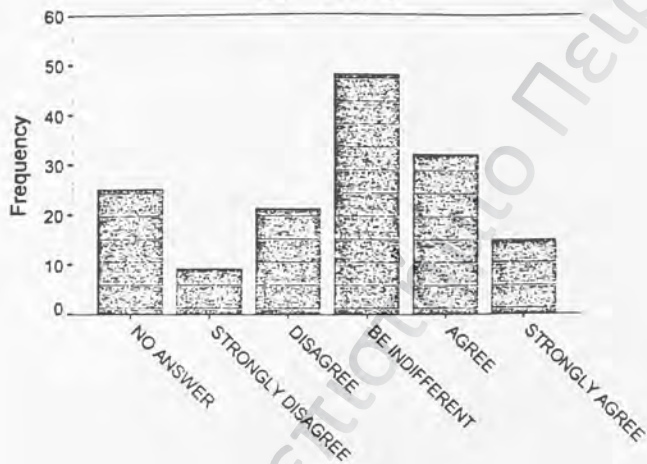
FREQUENCIES

		GOOD FIRST REPAIR						Total
		NO ANSWER	STRONGLY DISAGREE	DISAGREE	BE INDIFFERENT	AGREE	STRONGLY AGREE	
COMPANY	PANAFON	15	5	8	25	8	4	65
NOW	TELESTET	10	3	5	34	22	11	85
Total		25	8	13	59	30	15	150

ΑΜΕΣΗ ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	25	16,7	16,7	16,7
STRONGLY DISAGREE	9	6,0	6,0	22,7
DISAGREE	21	14,0	14,0	36,7
BE INDIFFERENT	48	32,0	32,0	68,7
AGREE	32	21,3	21,3	90,0
STRONGLY AGREE	15	10,0	10,0	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Bar Chart



ΑΜΕΣΗ ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ

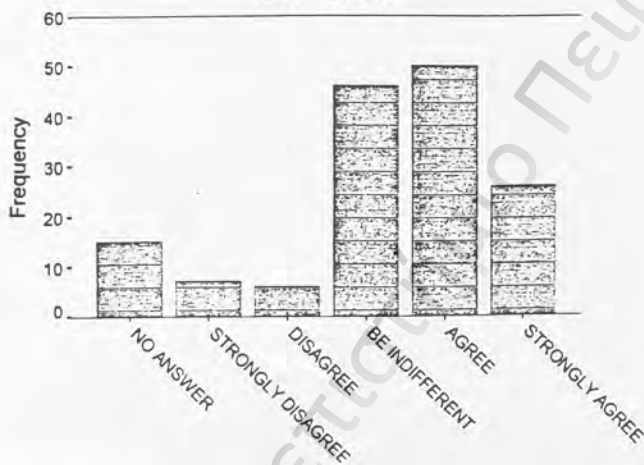
FREQUENCIES

		IMMEDIATE REPAIR						Total
		NO ANSWER	STRONGLY DISAGREE	DISAGREE	BE INDIFFERENT	AGREE	STRONGLY AGREE	
COMPANY	PANAFON	15	5	15	18	9	3	65
NOW	TELESTET	10	4	6	30	23	12	85
Total		25	9	21	48	32	15	150

ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	15	10,0	10,0	10,0
STRONGLY DISAGREE	7	4,7	4,7	14,7
DISAGREE	6	4,0	4,0	18,7
BE INDIFFERENT	46	30,7	30,7	49,3
AGREE	50	33,3	33,3	82,7
STRONGLY AGREE	26	17,3	17,3	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Bar Chart



ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ

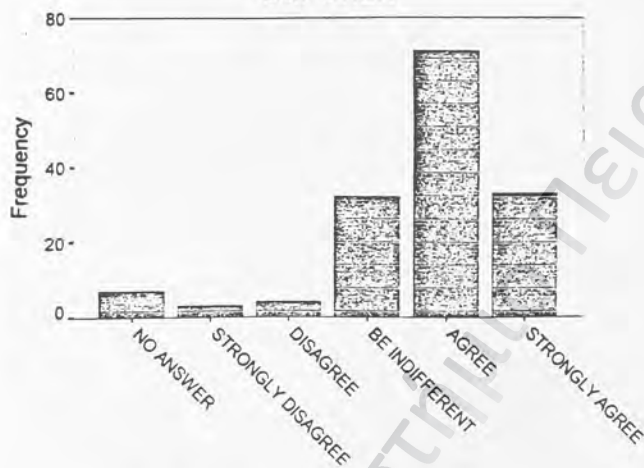
FREQUENCIES

		PHONE INSURANCE						Total
		NO ANSWER	STRONGLY DISAGREE	DISAGREE	BE INDIFFERENT	AGREE	STRONGLY AGREE	
COMPANY	PANAFON	6	4	4	19	21	11	65
NOW	TELESTET	9	3	2	27	29	15	85
Total		15	7	6	46	50	26	150

ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΗΛΕΦΩΝΗΤΗ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	7	4,7	4,7	4,7
STRONGLY DISAGREE	3	2,0	2,0	6,7
DISAGREE	4	2,7	2,7	9,3
BE INDIFFERENT	32	21,3	21,3	30,7
AGREE	71	47,3	47,3	78,0
STRONGLY AGREE	33	22,0	22,0	100,0
Total	150	100,0	100,0	
Total	150	100,0		

Bar Chart



ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΗΛΕΦΩΝΗΤΗ

FREQUENCIES

		ANSWERER						Total
		NO ANSWER	STRONGLY DISAGREE	DISAGREE	BE INDIFFERENT	AGREE	STRONGLY AGREE	
COMPANY	PANAFON	3	1	4	11	33	13	65
NOW	TELESTET	4	2		21	38	20	85
Total		7	3	4	32	71	33	150

ΔΕΝ ΚΟΒΕΤΑΙ Η ΓΡΑΜΜΗ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	2	1,3	1,3	1,3
STRONGLY DISAGREE	6	4,0	4,0	5,3
DISAGREE	14	9,3	9,3	14,7
BE INDIFFERENT	31	20,7	20,7	35,3
AGREE	69	46,0	46,0	81,3
STRONGLY AGREE	28	18,7	18,7	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Bar Chart



ΔΕΝ ΚΟΒΕΤΑΙ Η ΓΡΑΜΜΗ

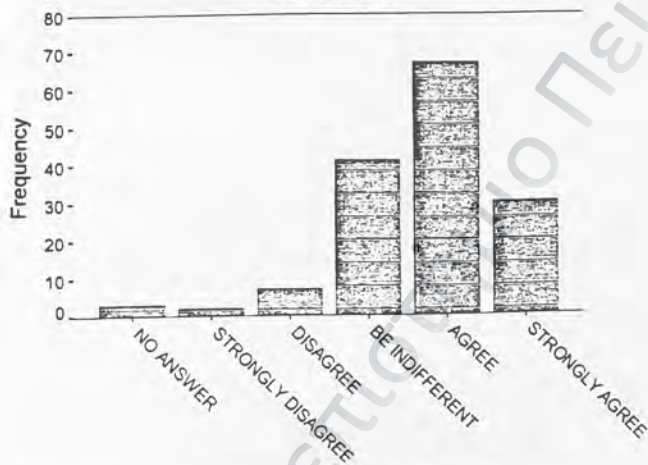
FREQUENCIES

		NO CUT THE LINE						Total
		NO ANSWER	STRONGLY DISAGREE	DISAGREE	BE INDIFFERENT	AGREE	STRONGLY AGREE	
COMPANY	PANAFON		4	6	16	24	15	65
NOW	TELESTET	2	2	8	15	45	13	85
Total		2	6	14	31	69	28	150

ΠΑΝΩ ΑΜΕΣΩΣ ΓΡΑΜΜΗ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	3	2,0	2,0	2,0
STRONGLY DISAGREE	2	1,3	1,3	3,3
DISAGREE	7	4,7	4,7	8,0
BE INDIFFERENT	41	27,3	27,3	35,3
AGREE	67	44,7	44,7	80,0
STRONGLY AGREE	30	20,0	20,0	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Bar Chart



ΠΑΝΩ ΑΜΕΣΩΣ ΓΡΑΜΜΗ

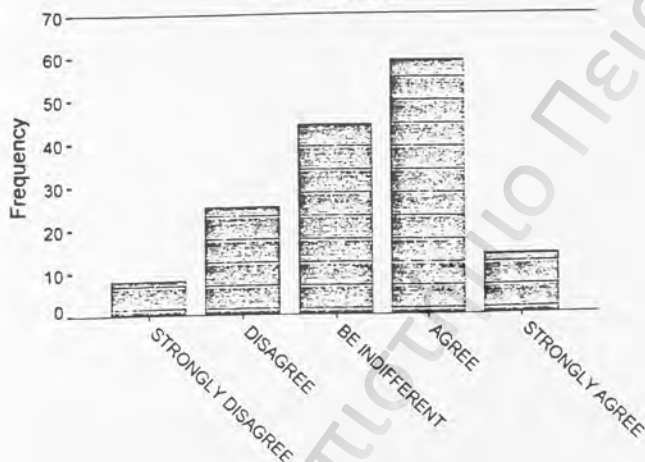
FREQUENCIES

		TO CATCH THE LINE IMMEDIATELY						Total
		NO ANSWER	STRONGLY DISAGREE	DISAGREE	BE INDIFFERENT	AGREE	STRONGLY AGREE	
COMPANY	PANAFON	1	2	3	16	31	12	65
NOW	TELESTET	2		4	25	36	18	85
Total		3	2	7	41	67	30	150

ΚΑΛΥΨΗ ΕΝΤΟΣ ΚΤΙΡΙΩΝ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STRONGLY DISAGREE	8	5,3	5,3	5,3
DISAGREE	25	16,7	16,7	22,0
BE INDIFFERENT	44	29,3	29,3	51,3
AGREE	59	39,3	39,3	90,7
STRONGLY AGREE	14	9,3	9,3	100,0
Total	150	100,0	100,0	
Total	150	100,0		

Bar Chart



ΚΑΛΥΨΗ ΕΝΤΟΣ ΚΤΙΡΙΩΝ

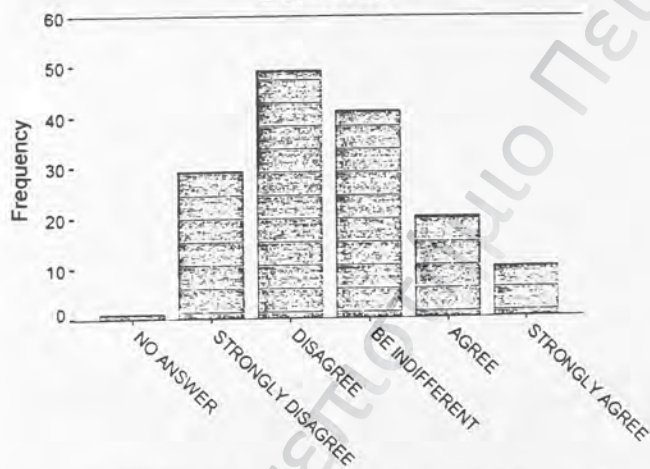
FREQUENCIES

		BUILDINGS					Total
		STRONGLY DISAGREE	DISAGREE	BE INDIFFERENT	AGREE	STRONGLY AGREE	
COMPANY	PANAFON	4	12	16	29	4	65
NOW	TELESTET	4	13	28	30	10	85
Total		8	25	44	59	14	150

ΚΑΛΥΨΗ ΣΤΙΣ ΑΠΟΜΑΚΡΥΣΜΕΝΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	1	,7	,7	,7
STRONGLY DISAGREE	29	19,3	19,3	20,0
DISAGREE	49	32,7	32,7	52,7
BE INDIFFERENT	41	27,3	27,3	80,0
AGREE	20	13,3	13,3	93,3
STRONGLY AGREE	10	6,7	6,7	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Bar Chart



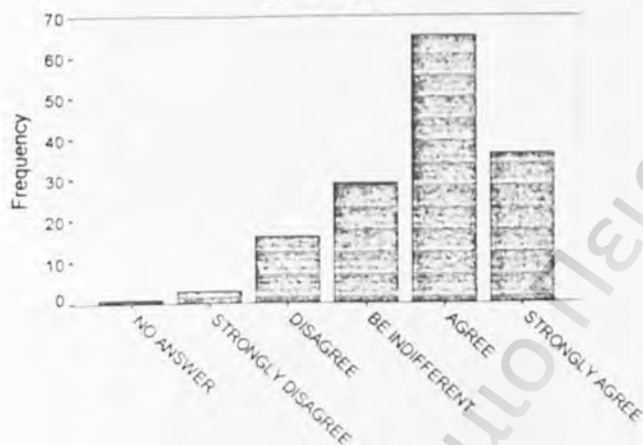
ΚΑΛΥΨΗ ΣΤΙΣ ΑΠΟΜΑΚΡΥΣΜΕΝΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

FREQUENCIES

		REMOTED AREAS						Total
		NO ANSWER	STRONGLY DISAGREE	DISAGREE	BE INDIFFERENT	AGREE	STRONGLY AGREE	
COMPANY	PANAFON	1	17	21	18	6	2	65
NOW	TELESTET		12	28	23	14	8	85
Total		1	29	49	41	20	10	150

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	1	.7	.7	.7
STRONGLY DISAGREE	3	2.0	2.0	2.7
DISAGREE	16	10.7	10.7	13.3
BE INDIFFERENT	29	19.3	19.3	32.7
AGREE	65	43.3	43.3	76.0
STRONGLY AGREE	36	24.0	24.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	
Total	150	100.0		

Bar Chart



ΚΑΛΥΨΗ ΣΤΙΣ ΜΕΓΑΛΕΣ ΠΟΛΕΙΣ

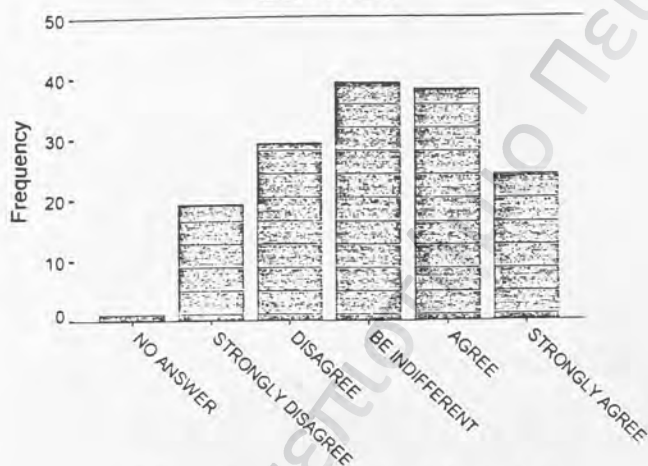
FREQUENCIES

		BIG CITIES						Total
		NO ANSWER	STRONGLY DISAGREE	DISAGREE	BE INDIFFERENT	AGREE	STRONGLY AGREE	
COMPANY NOW	PANAFON	1	2	8	14	26	14	65
	TELESTET		1	8	15	39	22	85
Total		1	3	16	29	65	36	150

ΚΑΛΥΨΗ ΣΕ ΚΕΝΤΡΙΚΟΥΣ ΔΡΟΜΟΥΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	1	,7	,7	,7
STRONGLY DISAGREE	19	12,7	12,7	13,3
DISAGREE	29	19,3	19,3	32,7
BE INDIFFERENT	39	26,0	26,0	58,7
AGREE	38	25,3	25,3	84,0
STRONGLY AGREE	24	16,0	16,0	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Bar Chart



ΚΑΛΥΨΗ ΣΕ ΚΕΝΤΡΙΚΟΥΣ ΔΡΟΜΟΥΣ

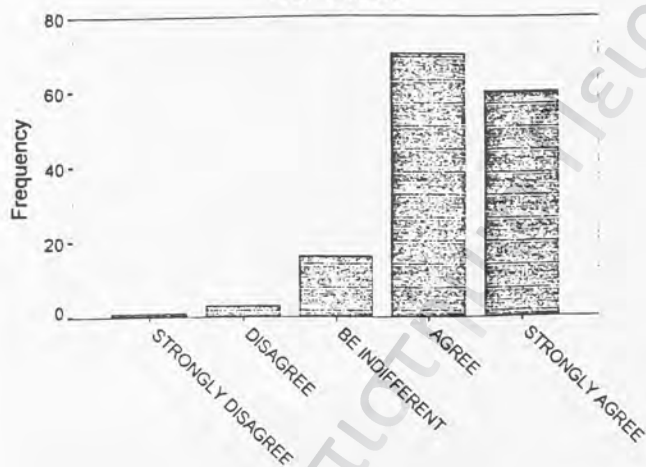
FREQUENCIES

		ROADS						Total
		NO ANSWER	STRONGLY DISAGREE	DISAGREE	BE INDIFFERENT	AGREE	STRONGLY AGREE	
COMPANY	PANAFON	1	9	11	16	16	12	65
NOW	TELESTET		10	18	23	22	12	85
Total		1	19	29	39	38	24	150

ΑΜΕΣΗ ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STRONGLY DISAGREE	1	,7	,7	,7
DISAGREE	3	2,0	2,0	2,7
BE INDIFFERENT	16	10,7	10,7	13,3
AGREE	70	46,7	46,7	60,0
STRONGLY AGREE	60	40,0	40,0	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Bar Chart



ΑΜΕΣΗ ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ

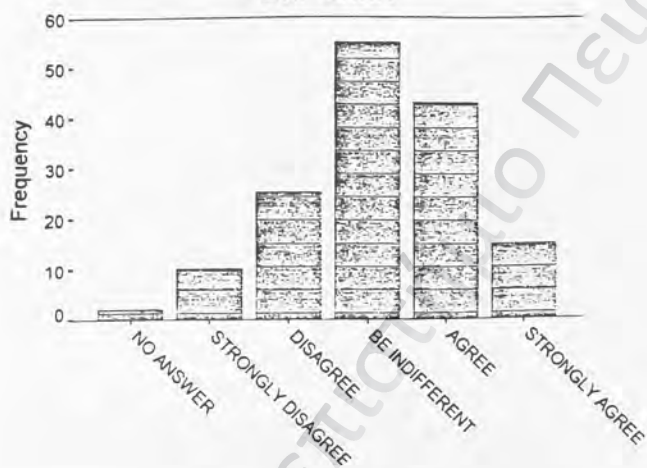
FREQUENCIES

		IMMEDIATE CONNECTION					Total
		STRONGLY DISAGREE	DISAGREE	BE INDIFFERENT	AGREE	STRONGLY AGREE	
COMPANY NOW	PANAFON	1	2	7	34	21	65
	TELESTET		1	9	36	39	85
Total		1	3	16	70	60	150

ΟΡΟΙ ΣΥΜΒΟΛΑΙΟΥ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	2	1,3	1,3	1,3
STRONGLY DISAGREE	10	6,7	6,7	8,0
DISAGREE	25	16,7	16,7	24,7
BE INDIFFERENT	55	36,7	36,7	61,3
AGREE	43	28,7	28,7	90,0
STRONGLY AGREE	15	10,0	10,0	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Bar Chart



ΟΡΟΙ ΣΥΜΒΟΛΑΙΟΥ

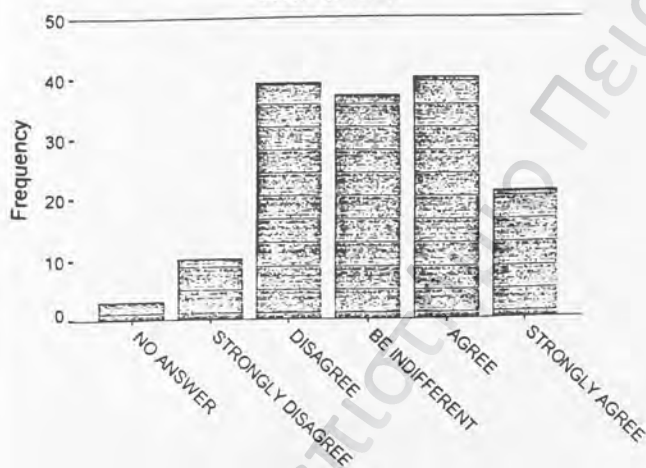
FREQUENCIES

		CONTRACT						Total
		NO ANSWER	STRONGLY DISAGREE	DISAGREE	BE INDIFFERENT	AGREE	STRONGLY AGREE	
COMPANY	PANAFON		5	17	21	16	6	65
NOW	TELESTET	2	5	8	34	27	9	85
Total		2	10	25	55	43	15	150

ΑΡΧΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΙΝΗΤΟΥ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	3	2,0	2,0	2,0
STRONGLY DISAGREE	10	6,7	6,7	8,7
DISAGREE	39	26,0	26,0	34,7
BE INDIFFERENT	37	24,7	24,7	59,3
AGREE	40	26,7	26,7	86,0
STRONGLY AGREE	21	14,0	14,0	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Bar Chart



ΑΡΧΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΙΝΗΤΟΥ

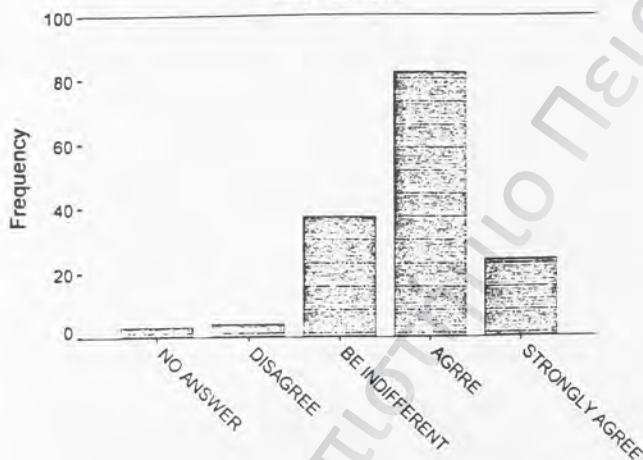
FREQUENCIES

		COST OF PURCHASE						Total
		NO ANSWER	STRONGLY DISAGREE	DISAGREE	BE INDIFFERENT	AGREE	STRONGLY AGREE	
COMPANY NOW	PANAFON	3	5	18	15	10	14	65
	TELESTET		5	21	22	30	7	85
Total		3	10	39	37	40	21	150

ΦΙΛΙΚΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	3	2,0	2,0	2,0
DISAGREE	4	2,7	2,7	4,7
BE INDIFFERENT	37	24,7	24,7	29,3
AGREE	82	54,7	54,7	84,0
STRONGLY AGREE	24	16,0	16,0	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Bar Chart



ΦΙΛΙΚΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

FREQUENCIES

		FRIENDLY SERVICES					Total
		NO ANSWER	DISAGREE	BE INDIFFERENT	AGREE	STRONGLY AGREE	
COMPANY	PANAFON		4	17	30	14	65
NOW	TELESTET	3		20	52	10	85
Total		3	4	37	82	24	150

ΚΑΘΑΡΟ ΣΗΜΑ, ΧΩΡΙΣ ΠΑΡΕΜΒΟΛΕΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NO ANSWER	3	2,0	2,0	2,0
STRONGLY DISAGREE	1	,7	,7	2,7
DISAGREE	16	10,7	10,7	13,3
BE INDIFFERENT	38	25,3	25,3	38,7
AGREE	62	41,3	41,3	80,0
STRONGLY AGREE	30	20,0	20,0	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Bar Chart



ΚΑΘΑΡΟ ΣΗΜΑ, ΧΩΡΙΣ ΠΑΡΕΜΒΟΛΕΣ

FREQUENCIES

		CLEAR SIGNAL					Total	
		NO ANSWER	STRONGLY DISAGREE	DISAGREE	BE INDIFFERENT	AGREE		STRONGLY AGREE
COMPANY	PANAFON	1	1	5	16	30	12	65
NOW	TELESTET	2		11	22	32	18	85
Total		3	1	16	38	62	30	150

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ'

Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Factor

FACTOR ANALYSIS

Analysis number 1 Listwise deletion of cases with missing values

Extraction 1 for analysis 1, Principal Components Analysis (PC)

Initial Statistics:

Variable	Communality	*	Factor	Eigenvalue	Pct of Var	Cum Pct
ANSWERER	1,00000	*	1	6,35280	21,9	21,9
BIGCITY	1,00000	*	2	2,90996	10,0	31,9
BILLMIST	1,00000	*	3	2,16040	7,4	39,4
BILLSEND	1,00000	*	4	1,79675	6,2	45,6
BUILDING	1,00000	*	5	1,56009	5,4	51,0
CLEARSIG	1,00000	*	6	1,40348	4,8	55,8
CONNECT	1,00000	*	7	1,16536	4,0	59,8
CONTINFO	1,00000	*	8	1,08876	3,8	63,6
CONTRACT	1,00000	*	9	,95216	3,3	66,9
COSTBUY	1,00000	*	10	,89561	3,1	69,9
COSTSTOP	1,00000	*	11	,85265	2,9	72,9
CUTLINE	1,00000	*	12	,75745	2,6	75,5
FIRSTREP	1,00000	*	13	,72190	2,5	78,0
FIXCOST	1,00000	*	14	,63870	2,2	80,2
FRIENDLY	1,00000	*	15	,63001	2,2	82,4
FUTURE	1,00000	*	16	,61505	2,1	84,5
IMMLINE	1,00000	*	17	,58506	2,0	86,5
IMREPAIR	1,00000	*	18	,56341	1,9	88,4
INTEREST	1,00000	*	19	,48518	1,7	90,1
PAYWAYS	1,00000	*	20	,44215	1,5	91,6
PHINSUR	1,00000	*	21	,39961	1,4	93,0
QUALITY	1,00000	*	22	,37963	1,3	94,3
RELIABLE	1,00000	*	23	,32163	1,1	95,4
REPCOST	1,00000	*	24	,31349	1,1	96,5
RESTAREA	1,00000	*	25	,29422	1,0	97,5
ROADS	1,00000	*	26	,25264	,9	98,4
SATISFY	1,00000	*	27	,21748	,7	99,2
UNITCOST	1,00000	*	28	,15981	,6	99,7
STOPCON	1,00000	*	29	,08456	,3	100,0

PC extracted 8 factors.

FACTOR ANALYSIS

VARIMAX rotation 1 for extraction 1 in analysis 1 - Kaiser Normalization.

VARIMAX converged in 17 iterations.

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
ANSWERER	,57215	,23380	,14336	,04619	,06040
BIGCITY	,02130	,25736	,18602	,79312	,02343
BILLMIST	,04764	,10087	,21851	,00988	,71931
BILLSSEND	,05753	,00211	-,04339	,05894	,75572
BUILDING	,01906	-,11933	,52491	,44238	,04737
CLEARSIG	-,00813	,14290	,69433	,23385	,01619
CONNECT	,01323	,71318	,01071	,15211	-,07066
CONTINFO	,11799	,45121	,32371	,07851	,39660
CONTRACT	,15266	,09072	,03999	,26485	,10066
COSTBUY	,01952	,20913	,14719	-,02976	-,10144
COSTSTOP	,21546	,07648	,00628	,12590	,20529
CUTLINE	,03207	-,10521	,73236	-,05848	,09255
FIRSTREP	,87862	-,06529	-,00765	,05952	,04155
FIXCOST	,22586	,13688	,05561	,12724	,32332
FRIENDLY	-,10992	,60593	-,00156	-,07651	,15658
FUTURE	,07944	,14944	,27883	,02014	,00572
IMMLINE	,09533	,15836	,69315	,13344	,10177
IMREPAIR	,87957	,01667	,04272	,03522	,08990
INTEREST	,07263	,68894	,12101	,16151	,09651
PAYWAYS	-,04544	,08804	,06636	-,00651	,76800
PHINSUR	,35467	,16356	,26938	,20849	-,15779
QUALITY	,11635	,35624	,33981	,00971	-,00199
RELIABLE	-,01278	,51614	-,17747	,26068	,18124
REPCOST	,78119	-,06719	,03632	-,04498	-,05494
RESTAREA	-,01041	,03278	,11575	,68750	,02042
ROADS	,08017	,18773	,06366	,72990	,02974
SATISFY	,02691	,46619	,18584	,28772	,19056
UNITCOST	,18755	,13936	,25067	,18166	,22260
STOPCON	,11392	,04614	-,19028	,01546	,22195

	Factor 6	Factor 7	Factor 8
ANSWERER	-,30377	-,12746	,20175
BIGCITY	-,10267	-,03428	-,23745
BILLMIST	,18655	,07370	-,05722

----- F A C T O R A N A L Y S I S -----

	Factor 6	Factor 7	Factor 8
BILLSSEND	,14615	,06602	,07517
BUILDING	,10327	,14244	,19349
CLEARSIG	,15596	,01432	,11413
CONNECT	,09781	,00136	-,04916
CONTINFO	,06399	,24721	-,27088
CONTRACT	,43523	-,04522	,55222
COSTBUY	,69683	-,031739	-,03117
COSTSTOP	,02698	,79389	,13364
CUTLINE	,07364	-,00973	,06833
FIRSTREP	,19228	,14961	-,03653
FIXCOST	,63719	,20323	,05442
FRIENDLY	,02655	,18419	,32029
FUTURE	-,24770	,00130	,62111
IMMLINE	,05581	-,09165	,05521
IMREPAIR	,24930	,12728	-,00809
INTEREST	,20140	,02176	,17165
PAYWAYS	-,13923	,09331	,14042
PHINSUR	-,08833	,55348	,00757
QUALITY	,11789	,32312	,42558
RELIABLE	,19637	,04490	,36140
REPCOST	,06594	,34000	,10928
RESTAREA	,11533	,07075	,29310

SATISFY	,08260	,02347	,55633
UNITCOST	,61309	,13092	,02240
STOPCON	,22620	,77314	-,10181

Factor Transformation Matrix:

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
Factor 1	,35458	,43689	,36826	,38638	,31687
Factor 2	,71713	-,34946	-,24991	-,27449	,01591
Factor 3	,35073	-,22990	,49639	,26743	-,64293
Factor 4	-,11759	-,47207	,62742	-,14316	,48997
Factor 5	,19073	,13982	,16043	-,50407	,24469
Factor 6	-,16279	-,16782	-,03556	,49450	,16236
Factor 7	-,13416	,48998	,35081	-,38151	-,30238
Factor 8	,37721	,35143	-,10870	,19796	,26123

	Factor 6	Factor 7	Factor 8
Factor 1	,33306	,31859	,29267

----- F A C T O R A N A L Y S I S -----

	Factor 6	Factor 7	Factor 8
Factor 2	,11739	,38948	-,24512
Factor 3	-,21434	-,19544	,09340
Factor 4	,12220	-,13549	-,27533
Factor 5	-,61934	-,00566	,46984
Factor 6	-,60167	,51566	-,21276
Factor 7	-,03939	,34567	-,51072
Factor 8	-,25938	-,55210	-,49282

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ'

Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Κέντρο Έρευνας
και Ανάπτυξης
στην Οικονομική και Κοινωνική
Επιστήμη
Πειραιώς

Αγαπητοί φίλοι, φίλες

Στα πλαίσια της Διατριβής μου στο Ευρωπαϊκό Μεταπτυχιακό στη Διοίκηση Ολικής Ποιότητας, κάνω μία έρευνα σχετικά με την **μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών του κλάδου της Κινητής Τηλεφωνίας**. Η βοήθειά σας θα ήταν ιδιαίτερα πολύτιμη. Παρακαλώ να συμπληρώσετε το ερωτηματολόγιο που ακολουθεί.

Σας ευχαριστώ που θα διαθέσετε μερικά λεπτά από τον πολύτιμο χρόνο σας.

Ιωακείμ Σαπουνάς
Μεταπτυχιακός φοιτητής στο
Ευρωπαϊκό Μεταπτυχιακό στη Διοίκηση Ολικής Ποιότητας
Πανεπιστημίου Πειραιώς

Σάμος 1999

1. Ποιά είναι η εταιρεία κινητής τηλεφωνίας που είστε συνδρομητής;

Panafon
Telestet

2. Ήσασταν συνδρομητής σε κάποια άλλη εταιρεία κινητής τηλεφωνίας στο παρελθόν;

Ναι
Όχι

Αν ναι, στην:

Panafon
Telestet

3. Πόσο χρονικό διάστημα είστε συνδρομητής στην εταιρεία κινητής τηλεφωνίας που έχετε επιλέξει;

1-3 μήνες
4-6 μήνες
7-9 μήνες
9-12 μήνες
πάνω από 12
πάνω από 24

Διαφωνώ	Ούτε Συμφωνώ	Συμφωνώ		
Απολύτως	Διαφωνώ	Ούτε Διαφωνώ	Συμφωνώ	Απολύτως

4. Το κόστος αγοράς κινητού τηλεφώνου ήταν χαμηλό για σας

1

2

3

4

5

5. Οι όροι του συμβολαίου που υπογράψατε για να γίνετε συνδρομητής κινητής τηλεφωνίας είναι ευνοϊκοί για εσάς

1

2

3

4

5

6. Η σύνδεση με το δίκτυο κινητής τηλεφωνίας, μετά από την αγορά κινητού τηλεφώνου και την έναρξη της συνδρομής σας, ήταν άμεση

1

2

3

4

5

7. Το κινητό σας τηλέφωνο καλύπτει τις ανάγκες σας στους κεντρικούς δρόμους του νησιού σας

1

2

3

4

5

8. Το κινητό σας τηλέφωνο καλύπτει τις ανάγκες σας στις μεγάλες πόλεις του νησιού σας

1

2

3

4

5

9. Το κινητό σας τηλέφωνο καλύπτει τις ανάγκες σας στις απομακρυσμένες περιοχές του νησιού σας

1

2

3

4

5

	Διαφωνώ		Ούτε Συμφωνώ Ούτε Διαφωνώ		Συμφωνώ	Συμφωνώ
	Απολύτως	Διαφωνώ	Ούτε Διαφωνώ	Συμφωνώ	Απολύτως	Απολύτως
10. Το κινητό σας τηλέφωνο καλύπτει τις ανάγκες σας εντός κτιρίων	1	2	3	4	5	
11. Όταν καλείτε με το κινητό σας τηλέφωνο, πάνε αμέσως γραμμή	1	2	3	4	5	
12. Όταν καλείτε με το κινητό σας τηλέφωνο, έχετε καθαρό σήμα, χωρίς παρεμβολές	1	2	3	4	5	
13. Όταν ομιλείτε με το κινητό σας τηλέφωνο, δεν κόβεται η γραμμή την ώρα που μιλάτε	1	2	3	4	5	
14. Είστε ικανοποιημένος από τη χρήση της υπηρεσίας προσωπικού τηλεφωνητή της κινητής τηλεφωνίας	1	2	3	4	5	
15. Είστε ικανοποιημένος από τη χρήση της υπηρεσίας ασφάλισης του κινητού σας τηλεφώνου	1	2	3	4	5	
16. Όταν παρουσιάστηκε βλάβη στο κινητό σας τηλέφωνο, η επισκευή του ήταν άμεση	1	2	3	4	5	
17. Όταν παρουσιάστηκε βλάβη στο κινητό σας τηλέφωνο, η επισκευή του έγινε σωστά την πρώτη φορά που το πήγατε στο κατάστημα	1	2	3	4	5	
18. Όταν παρουσιάστηκε βλάβη στο κινητό σας τηλέφωνο, το κόστος επισκευής της ήταν χαμηλό	1	2	3	4	5	
19. Η αποστολή των λογαριασμών πληρωμής για τις προσφερόμενες υπηρεσίες της κινητής τηλεφωνίας σ' εσάς είναι έγκαιρη	1	2	3	4	5	
20. Δεν παρατηρήσατε ποτέ λάθη σε λογαριασμό πληρωμής	1	2	3	4	5	
21. Το μηνιαίο πάγιο είναι χαμηλό	1	2	3	4	5	
22. Το κόστος ανά μονάδα είναι χαμηλό	1	2	3	4	5	
23. Οι τρόποι πληρωμής των λογαριασμών είναι εξυπηρετικοί για σας	1	2	3	4	5	

	Διαφωνώ		Ούτε Συμφωνώ Ούτε Διαφωνώ		Συμφωνώ	
	Απολύτως	Διαφωνώ			Συμφωνώ	Απολύτως
24. Υπάρχει δυνατότητα άμεσης διακοπής της σύνδεσης και συνδρομής, όταν το ζητήσετε	1	2	3		4	5
25. Η διακοπή σύνδεσης και συνδρομής γίνεται χωρίς καμία επιβάρυνση για σας	1	2	3		4	5
26. Υπάρχει συχνή και διαρκής ενημέρωση και παροχή πληροφοριών σ' εσάς από την εταιρεία κινητής τηλεφωνίας που έχετε επιλέξει	1	2	3		4	5
27. Οι υπηρεσίες που προσφέρει η εταιρεία κινητής τηλεφωνίας που έχετε επιλέξει πιστεύετε ότι είναι φιλικές στο χρήστη	1	2	3		4	5
28. Η εταιρεία κινητής τηλεφωνίας που έχετε επιλέξει πιστεύετε ότι είναι μία αξιόπιστη, με εμπειρία στο χώρο της κινητής τηλεφωνίας επιχείρηση	1	2	3		4	5
29. Η εταιρεία κινητής τηλεφωνίας που έχετε επιλέξει πιστεύετε ότι δείχνει προσωπικό ενδιαφέρον στο χρήστη	1	2	3		4	5
30. Σε γενικές γραμμές, είστε ικανοποιημένος από την ποιότητα υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας που σας προσφέρει η εταιρεία που έχετε επιλέξει	1	2	3		4	5
31. Η ποιότητα των υπηρεσιών της κινητής τηλεφωνίας είναι εξαιρετική	1	2	3		4	5
32. Στο μέλλον, θα εξακολουθείτε να χρησιμοποιείτε κινητό τηλέφωνο	1	2	3		4	5

33. Σκέφτεστε να αλλάξετε εταιρεία κινητής τηλεφωνίας στο μέλλον;

- Ναι
Όχι

Αν ναι θα επιλέξετε την:

- Panafon
Telestet
Cosmote

34. Επιλέξτε το αντίστοιχο τετραγωνάκι, που περιγράφει τη συχνότητα χρήσης του κινητού σας τηλεφώνου, στην καθεμιά από τις παρακάτω περιπτώσεις:

	Καθόλου	Σπάνια	Λίγο	Πολύ	Πάρα πολύ
Οικογένεια	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Φίλοι	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Συνεργάτες	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Προμηθευτές	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Πελάτες	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

35. Ποιό είναι το επάγγελμά σας;

.....

36. Το φύλο σας :

- Άνδρας
Γυναίκα

37. Η ηλικία σας :

- 18-24
25-34
35-44
45-54
πάνω από 55

38. Η οικογενειακή σας κατάσταση :

- Άγαμος
Έγγαμος
Χήρος
Διαζευγμένος

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- A. Parasuraman, L. Berry, V. Zeithaml (1990)
Delivering Quality Service
Balancing Customer Perceptions and Expectations
The Free Press
- Ch. Lovelock (1996)
Services Marketing
Prentice Hall International
- J. Evans, W. Lindsay (1996)
The Management and Control of Quality
West Publishing Company
- B. Bergman, B. Klefsjo (1994)
Quality from Customer Needs to Customer Satisfaction
McGraw-Hill Book Company
- J. J. Dahlgaard, K. Kristensen, G. K. Kanji (1994)
The Quality Journey
A journey without an end
Productivity Press Pvt. Ltd.
- G. K. Kanji, M. Asher (1993)
Total Quality Management Process
A systematic Approach
Productivity Press Pvt. Ltd.
- M. Norusis (1997)
SPSS 7.5
Guide to Data Analysis
Prentice Hall International
- J. Cronin, Jr. & Steven Taylor (1992)
Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension
Journal of Marketing
Vol. 56 (July 1992)/ 55-68
- D. TSE and P. Wilton (1988)
Models of Consumer Satisfaction Formation: An Extension
Journal of Marketing Research
Vol. XXV (May 1988), 204-212
- A. Parasuraman, L. Berry, V. Zeithaml (1988)
SERVQUAL: a Multiple-Item Scale for Measuring Consumer
Perceptions of Service Quality
Journal of Retailing
Vol. 64 Number 1 Spring 1988

Don A. Dillman (1999)
Mail and Internet Surveys: The Tailored Design Method

David Lewis, Darren Bridger (2000)
The Soul of the New Consumer : Authenticity - What We Buy and Why in the New Economy

George Edward Breen (1998)
State of the Art Marketing Research

Priscilla Salant, Don A. Dillman (1994)
How to Conduct Your Own Survey

Robert Duboff, James Spaeth (2000)
Market Research Matters: Tools and Techniques for Aligning Your Business

Edward F. McQuarrie (1996)
The Market Research Toolbox : A Concise Guide for Beginners

Art Weinstein. (1993)
Market Segmentation : Using Demographics, Psychographics and Other Niche Marketing Techniques to Predict and Model Customer Behavior

Frank R., Jr. Bacon, Thomas W., Jr. Butler (1998)
Achieving Planned Innovation : A Proven System for Creating Successful New Products and Services

Richard A. Krueger (1997)
Developing Questions for Focus Groups (Focus Group Kit , Vol 3)

Holly Edmunds (2000)
Focus Group Research Handbook

Alan Dutka. Paperback (1995)
Ama Handbook for Customer Satisfaction : A Complete Guide to Research, Planning, & Implementations

Pamela L. Alreck, Robert B. Settle (1994)
The Survey Research Handbook : Guidelines and Strategies for Conducting a Survey (The Irwin Series in Marketing)

Paul Hague, Peter Jackson (1999)
Market Research : A Guide to Planning, Methodology and Evaluation

Gilbert A. Churchill, Gilbert A. Churchill Jr (1998)
Marketing Research : Methodological Foundations (Dryden Press Series in Marketing)

Raymond E Kordupleski, Rodger W Gallagher (1999)
Customer Value Management - The CVA 2000 Collection

D.A. Schellinck, R.N. Maddox. (1987)
Marketing Research : A Computer-Assisted Approach (Dryden Press Series in Marketing)

William G. Zikmund (1999)
Exploring Marketing Research (The Dryden Press Series in Marketing)

William G. Zikmund (1999)
Essentials of Marketing Research

Gilbert A. Churchill. (1990)
Marketing Research : Methodological Foundations

Roger D. Blackwell (1990)
Contemporary Cases in Consumer Behavior

Thomas C. Kinnear, James R. Taylor (1991)
Marketing Research : An Applied Approach (McGraw-Hill Series in Marketing)

James G. Barnes (1991)
Research for Marketing Decision Making

Seymour Sudman, Edward Blair (1998)
Marketing Research : A Problem-Solving Approach

Len Tiu Wright, Margaret Crimp (2000)
The Marketing Research Process

Bill Creech (1995)
The 5 Pillars of Tqm : How to Make Total Quality Management Work for You

Claude W. Burrill, (1998)
Achieving Quality Through Continual Improvement

Les Porter, Steve Tanner (1998)
Assessing Business Excellence : A Guide to Self-Assessment

Michael J. Spendolini (1994)
The Benchmarking Book

Greg Bounds (1994)
Beyond Total Quality Management: Toward The Emerging Paradigm

William A. Stimson (1998)
Beyond Iso 9000 : How to Sustain Quality in a Dynamic World

Jack L. Huffman (1997)
Beyond Tqm : Tools & Techniques for High Performance Improvement

H. William Dettmer, William H. Dettmer (1998)
Breaking the Constraints to World-Class Performance

Bruce B. Snell. (1997)
Breaking Through the 4 Barriers to Quality : Building Business Infrastructures for the
21st Century

Joe D. Batten, Philip (1993)
Building a Total Quality Culture

H. James Harrington (1991)
Business Process Improvement : The Breakthrough Strategy for Total Quality,
Productivity, and Competitiveness

ΚΟΥΡΕΜΕΝΟΣ ΑΘ. (1991)
Μέθοδοι έρευνας αγοράς – Μάρκετινγκ
Πειραιάς

ΔΕΡΒΙΤΣΙΩΤΗΣ Κ. (1993)
Διοίκηση Ολικής Ποιότητας
Αθήνα

ΣΠΑΝΟΣ Α. (1993)
Ολική Ποιότητα
Αθήνα

ΤΣΑΓΚΛΑΚΑΝΟΥ Α. (1991)
Βασικές αρχές Μάρκετινγκ.

ΚΟΝΔΥΛΗΣ Ε. Κ. (1995)
Στατιστική για Διοίκηση Επιχειρήσεων
Αθήνα