

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПОДОБАНЬ КЛІЄНТІВ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті проведено опитування респондентів для розуміння вимог клієнтів до товарів та послуг мобільних операторів.

Ключові слова респондент, мобільний оператор, телекомунікації, переваги клієнтів, вимоги, тарифні плани, найвигідніший мобільний оператор, Київстар.

Abstract

The article surveyed respondents to understand customer requirements for goods and services of mobile operators.

Keywords respondent, mobile operator, telecommunications, transportation of clients, services, tariff plans, best mobile operator, Kyivstar.

Вступ

Дослідження думок абонентів телекомунікаційних послуг залишається актуальним завданням для компаній у цьому секторі з двох основних причин: забезпечення задоволення клієнтів та розуміння змісту та наслідків конкурентної боротьби. Мобільні тарифи, які обирають клієнти компаній зв'язку, змінюються з ряду причин, в тому числі технічних, економічних та стратегічних причин. Важливо розуміти, як ці причини впливають на купівельне рішення споживачів. Тому авторами було проведено анкетування абонентів мобільного зв'язку щодо їхніх вподобань.

Результати дослідження

Анкетування абонентів мобільного зв'язку було проведено для розуміння того, якому мобільному оператору надає перевагу клієнт. Важливість розуміння клієнтів необхідна для стратегічного розвитку підприємства. Проведено перше опитування у 164 респондентів. Учасниками другого опитування було 183 осіб (табл. 1). Анкетування проводилося виключно на Заході України, тому велика частина людей інших областей була відсіяна.

Таблиця 1. Результати тесту двох опитувань респондентів

Питання	Варіанти відповідей	Кількість відповідей 1 опитування	Відсоток відповідей 1 опитування, %	Кількість відповідей 2 опитування	Відсоток відповідей 2 опитування, %
Чи користуєтеся Ви мобільним зв'язком?	Так	164	100	164	100
	Ні	0	0	0	0
Який оператор мобільного зв'язку Ви надаєте перевагу?	Київстар	126	76,8	118	72
	Lifecell	34	20,7	44	26,8
	Vodafone	44	26,8	40	24,4
Через що Ви надаєте перевагу цьому мобільному оператору?	Цінова політика	62	37,8	62	37,8
	Тарифні плани	88	53,7	92	56,1
	Бонусна система	20	12,2	20	12,2
	Покриття	60	36,6	74	45,1
	Інше	20	12,2	22	13,4
Який аспект тарифного плану є найважливішим?	Кількість хв. На дзвінки на інші мережі	88	53,7	82	50
	Кількість смс	2	1,2	10	6,1

	Кількість мб інтернету	116	70,7	134	81,7
	Безкоштовний доступ до соц. мереж та ігор	28	17,1	32	19,5
	Вартість тарифу	110	67,1	106	64,6
	Бонусна програма	12	7,3	18	11
Щоб Ви хотіли покращити чи змінити, Вашого оператора мобільного зв'язку?	Зменшити ціну	104	63,4	106	64,6
	Додати кількість мб	62	37,8	52	31,7
	Збільшити кіл-ть смс	6	3,7	4	2,4
	Кращий звор. зв'язок	32	19,5	28	17,1
	Збільшити кількість хв на дзвінки на інші мережі	52	31,7	46	28
	Покриття	74	45,1	70	42,7
	Інше	4	2,4	8	4,8

Отже, ми бачимо з таблиці 1, що відповіді учасників у випадку 1 та 2 дещо відрізняються. Це свідчить про те, що висунута раніше гіпотеза про те, що дані з двох анкет відрізняються, підтверджується. Це пов'язано з тим, що результати тестування (за винятком двох питань) значно менші за одиницю або близькі до нуля. Усі респонденти користуються мобільним зв'язком. Кількість абонентів Київстар та Vodafone зменшилася, тоді як у Lifecell зросла. З точки зору послуг, Київстар лише на 12 осіб більше отримав кращі оцінки, ніж Лайфселл та Водафон.

Сучасні користувачі мобільного зв'язку більше переймаються питаннями найкращих тарифних планів та покриття. Це свідчить про те, що вони надають більшого значення тарифним планам та покриттю. Цікаво, що відсоток респондентів, які "задоволені" своїми поточними тарифними планами та покриттям, виглядає наступним чином: 73,2% задоволені своїми поточними тарифними планами, тоді як 26,8% не задоволені. Чисельність користувачів мобільного зв'язку які "незадоволені" своїми тарифними планами, зросла на 18%.

Щодо потреб споживачів, були зроблені наступні висновки. Інтерес до хвилин, тарифних планів, кількості SMS та інтернет-мегабайтів є низьким; більш важливим є вільний доступ до соціальних мереж, ігор та бонусних програм. Щодо покращень, більшість респондентів погодилися з тим, що цінова політика тарифних планів має бути зменшена.

Висновки

За допомогою проведеного опитування абонентів зазначених вище компаній підприємства зрозуміють, на що треба орієнтуватися для покращення задоволення потреб свого споживача та потенційно залученого споживача; на які критерії більше розраховують клієнти для користування послугами того чи іншого мобільного оператора. Отже, опитування дало багато висновків для всіх учасників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Маргіта Н.О., Карпій О.П. Оцінка сучасного стану розвитку ринку мобільного зв'язку в Україні. Львів, 2016. С. 385-387. URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/06/Ekonomika-i-suspilstvo-7-2016.pdf#page=385>
2. Дрокіна Н.І. Потенціал розвитку ринку телекомунікаційних послуг України. 2020. С. 17 URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2469/2369>
3. Телекомунікаційний простір XXI сторіччя: ринок, держава, бізнес. 2020, С. 118-1290. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_2153_96569369.pdf

Оксана Владиславівна Безмертна - канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри підприємництва, логістики та менеджменту, Вінницький національний технічний університет, e-mail: bezsmertnaoksana@gmail.com

Гієнко Дмитро Петрович - студент групи МБА-22м, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет

Oksana V. Bezsmertna - Cand. Sc. (Econ.), Assistant Professor, Assistant Professor of the Department of Entrepreneurship, Logistics and Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Hienko D. Petrovych - student of MBA-22m group, faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University