



research &
marketing
consultants

ИССЛЕДОВАНИЕ УРОВНЯ ЛОЯЛЬНОСТИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СОТОВОЙ СВЯЗИ В БИШКЕКЕ

Кыргызстан 2005

ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Оценка уровня лояльности существующих пользователей к своим сотовым операторам.



ГЛАВНЫЕ ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Выявить общий уровень удовлетворенности пользователей сотовой связью

Определить основные факторы, усиливающие или снижающие лояльность пользователей к своим сотовым операторам

Оценить уровни технологической, ценовой, эмоциональной и сервисной лояльности пользователей сотовой связи

ГЛАВНЫЕ ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Провести сравнительный анализ отношения к своим сотовым операторам различных групп пользователей

Оценить вероятность смены существующими пользователями своего оператора в случае прихода на рынок новой сотовой компании

МЕТОДОЛОГИЯ

- ① Место проведения исследования – Бишкек.
- ① Объект исследования - частные пользователи сотовой связи, имеющие статус пользователя более одного года, за исключением пользователей «Фонекс» и «К-ПЛУС».
- ① Предметом исследования явились мнения, оценки и суждения пользователей сотовой связи в Бишкеке.

ВЫБОРКА

Всего было опрошено 410 респондентов

- ① Бител – 89 (22% от N= 410) пользователей сотовой связи, стаж пользования - более одного года
- ① Мобикард – 134 (32% от N= 410) пользователей сотовой связи, стаж - более одного года
- ① Кател – 78 (19% от N= 410) пользователей сотовой связи, стаж - более одного года
- ① К-Плюс – 45 (11% от N= 410) пользователей сотовой связи, стаж - не менее одного месяца
- ① Фонекс – 64 (16% от N= 410) пользователей сотовой связи, стаж не менее одного месяца

КРАТКИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Главный фактор, формирующий лояльность абонентов к своим операторам –
выгодный тариф!

Лидер рынка компания «Бител» имеет самый высокий уровень доверия своих абонентов, как в общем так и по различным видам лояльности (технологической, ценовой т.д.)

КРАТКИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

В сложившихся условиях, подавляющее большинство пользователей в Бишкеке не склонны менять операторов. Основной ареной конкуренции для сотовых компаний пока остается рынок потенциальных пользователей

Ситуация может резко измениться с появлением в Кыргызстане новой сотовой компании и ожиданием пользователями более низких тарифов на услуги

ЖЕЛАНИЕ АБОНЕНТОВ СМЕНИТЬ СОТОВОГО ОПЕРАТОРА В НЫНЕШНИХ УСЛОВИЯХ

Хотели бы Вы сменить сотового оператора?

(N=410)



ПОЧЕМУ АБОНЕНТЫ ХОТЯТ ПЕРЕЙТИ К ДРУГОМУ ОПЕРАТОРУ

2 основные причины, по которым абоненты хотят перейти к другим сотовым операторам



Более низкий тариф

Лучшее качество связи

ПОЧЕМУ АБОНЕНТЫ НЕ СМЕНИЛИ СВОЕГО ОПЕРАТОРА СВЯЗИ

59% респондентов (N=72) до сих пор не сменили своего нынешнего сотового оператора по простой причине – отсутствия денег на покупку сотового телефона другого стандарта.

Среди других причин были также названы:

- ① Занятость, отсутствие времени
- ① Недостаточная зона охвата перспективного оператора
- ① маленький ассортимент предлагаемых

ПЕРЕЙДУТ ЛИ АБОНЕНТЫ К НОВОМУ ОПЕРАТОРУ СВЯЗИ

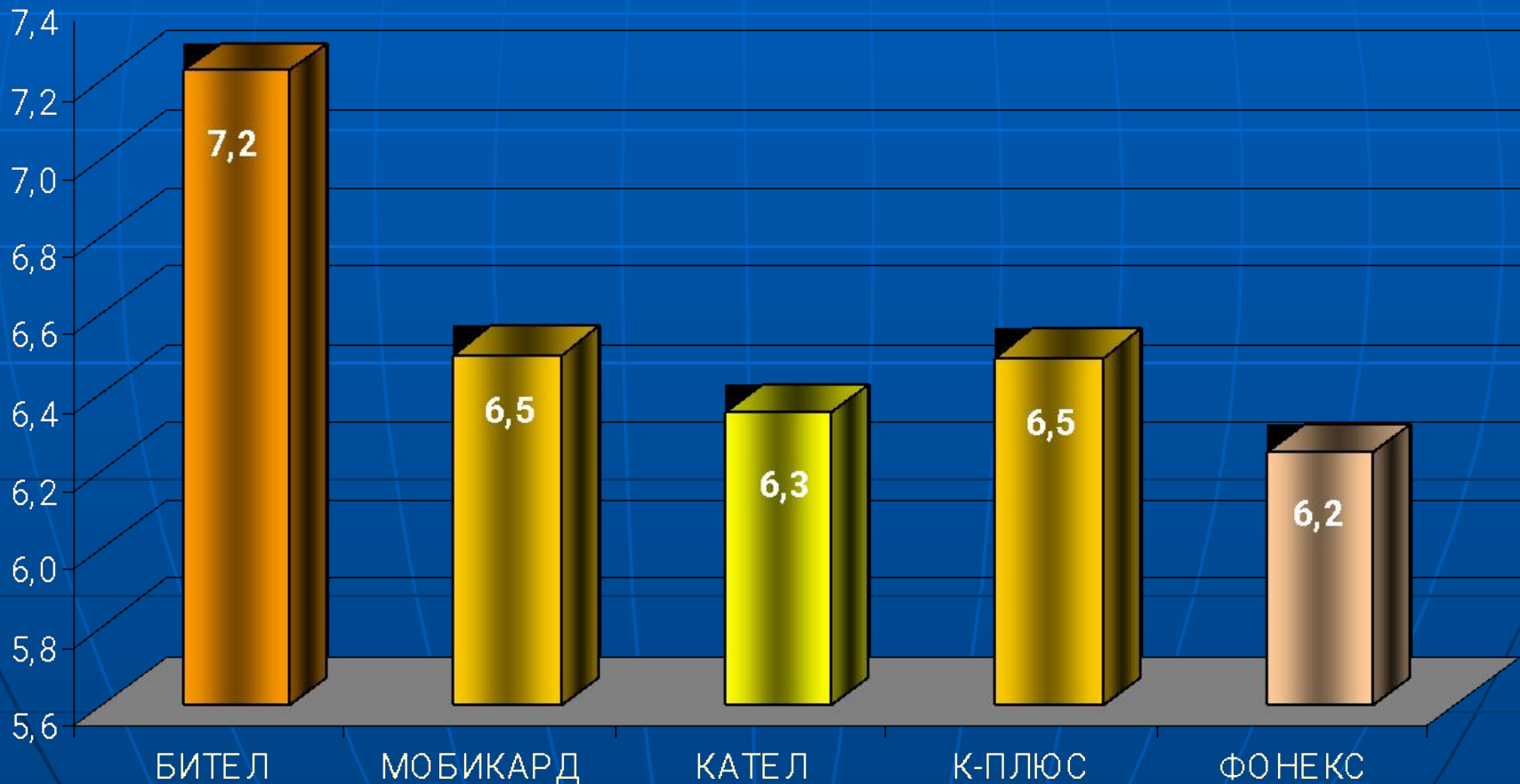
Перейдете ли Вы в иностранную сотовую компанию того же стандарта, что и у Вашего нынешнего сотового оператора?

(N=410, в %)



ОБЩИЙ УРОВЕНЬ ЛОЯЛЬНОСТИ

Уровень лояльности
(N=410, средний балл)



По вопросам приобретения полной версии
отчета, Вы можете обратиться в
исследовательско-консалтинговое агентство
«M-Vector»

г.Бишкек, ул. Ибраимова 181\303

Тел: 627130; 627131; 627132

Эл. почта: office@m-vector.com

Менеджер проекта: Самат Саятчинов