

УДК 33

Е.И. Красникова, Е.С. Рычкова

**МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ  
ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ УСЛУГ АМУРСКОГО ФИЛИАЛА ОАО «РОСТЕЛЕКОМ»**

*Представлены результаты маркетингового исследования удовлетворенности потребителей телекоммуникационных услуг на примере Амурского филиала ОАО «Ростелеком». На основании анализа определена важность характеристик услуги Интернета при выборе Интернет-провайдера, произведена оценка уровня удовлетворенности потребителей услугой предоставления доступа в Интернет.*

*Ключевые слова: услуги телекоммуникационные проводные в информационно-коммуникационной сети Интернета, удовлетворенность потребителя, качество услуги, маркетинговые исследования.*

**MARKET RESEARCH OF CONSUMERS' SATISFACTION  
WITH TELECOMMUNICATION SERVICES PROVIDED  
BY THE AMUR BRANCH OF JSC «ROSTELECOM»**

*The article presents the results of a market research of consumers' satisfaction with telecommunication services on the example of the Amur branch of JSC «Rostelecom». The author defined the importance of Internet service characteristics for choosing the provider. The analysis made possible to assess the level of consumers' satisfaction with the Internet access.*

*Key words: wired telecommunication services in the Internet, customer satisfaction, quality of services, marketing research.*

Потребитель – важнейший эксперт, оценивающий качество продукта или услуги. Понимание настоящих и будущих нужд потребителей, владение информацией о рыночных изменениях, мониторинг удовлетворенности потребителей и оценка ее уровня по сравнению с конкурентами, выстраивание системы управления взаимоотношениями с потребителями – все это основа современной эффективной стратегии развития организации. Информация о состоянии удовлетворенности потребителей чрезвычайно важна, так как позволяет определить те направления совершенствования деятельности, следование которым ведет к повышению лояльности потребителей и улучшению результатов бизнеса [1].

Объем платных услуг населению Амурской области в 2015 г. по сравнению с 2014 г. увеличился на 15%. На долю организаций, оказывающих транспортные услуги и услуги связи, приходится 5,4%, в том числе услуги связи составляют 0,9%. Общий объем услуг связи, оказанный всеми организациями связи, возрос в 2015 г. на 3,4%, в том числе услуг связи населению – на 5,2 % [2].

Актуальны исследования, посвященные измерению и оценке удовлетворенности потребителей сферы услуг. А в связи с тем, насколько стремительно развивается в России рынок телекоммуникационных услуг в условиях ужесточения конкуренции, можно констатировать необходимость исследований такого рода в телекоммуникационной отрасли.

ОАО «Ростелеком» – динамично развивающаяся, крупнейшая в России телекоммуникационная группа, предоставляющая услуги во всех сегментах отраслевого рынка на всей территории страны. Дальневосточный филиал ОАО «Ростелеком» представляет интересы компании «Ростелеком» на территории Дальневосточного федерального округа. В зоне ответственности филиала действуют центры продаж и обслуживания клиентов, один из которых расположен в Благовещенске [3].

Компанией накоплен огромный опыт обслуживания потребителей. Налажена система консультаций в офисах продаж. Каждый потребитель может обратиться к обслуживающему персоналу компании и получить подробную консультацию. Используются для этого и специальные порталы с дополнительной, постоянно обновляющейся информацией. Амурский филиал (АФ) ОАО «Ростелеком» публикует информацию об изменениях расценок на услуги, о новых тарифных опциях и пакетных предложениях, об акциях, а также о предстоящих ремонтных работах или других мероприятиях, способных повлиять на процесс предоставления услуги.

Предприятие внедряет новые технологии и постоянно стремится повысить уровень удовлетворенности потребителей, для этого построена система обратной связи. На официальном сайте компании используется система «личного кабинета», что позволяет потребителям направлять свои жалобы, замечания, предложения напрямую к операторам «Ростелеком».

Одним из наиболее востребованных является предоставление услуг телекоммуникационных проводных в информационно-коммуникационной сети Интернета (DSL, FTTH).

С целью определить уровень удовлетворенности потребителей услугой Интернета АФ ОАО «Ростелеком» было проведено исследование среди физических лиц – пользователей услуги данной компании.

Задачи исследования:

определить целевую аудиторию пользователей услуги Интернета Амурского филиала ОАО «Ростелеком» и ее основные характеристики (пол, возраст, уровень дохода, социально-профессиональный статус);

определить важность критериев выбора потребителями того или иного Интернет-провайдера;

определить уровень удовлетворенности потребителей услугой Интернета Амурского филиала ОАО «Ростелеком» по различным критериям.

Маркетинговое исследование проводилось с 8.04.13 по 18.04.2013 г. Объект исследования – физические лица, потребители услуги Интернета АФ ОАО «Ростелеком». Предмет исследования – удовлетворенность потребителей этой услугой.

Выборка респондентов была сформирована простым случайным методом. Каждый элемент генеральной совокупности – базы данных абонентов Амурского филиала «Ростелеком» – имел одну и ту же вероятность попадания в число исследуемых. Всего в базе данных находился 14751 телефонный номер. Путем деления количества единиц генеральной совокупности на количество единиц выборки был определен шаг, равный 73, поэтому опрашивался каждый 73-й абонент. Если не удавалось его опросить, то звонили следующему за ним респонденту. Объем выборки составляет 200 респондентов (согласно рекомендациям Хилла Найджела [4]).

Опрос проводился среди потребителей услуги Интернета от компании «Ростелеком» по стационарному телефону. Телефонные номера были взяты из базы данных абонентов Амурского филиала компании «Ростелеком».

Типичный потребитель услуги Интернета Амурского филиала ОАО «Ростелеком» – женщина в возрасте 35,5 лет, с высшим образованием, специалист, с доходом на одного члена семьи в месяц 7001 – 15000 руб.

В ходе исследования респондентами была оценена важность характеристик услуги Интернета при выборе Интернет-провайдера. Средние оценки по каждой характеристике представлены в табл. 1.

Таблица 1

## Оценка важности характеристик услуги Интернета

Характеристика	Средняя оценка, балл.
Цена услуги	4,59
Качество услуги (скорость и отсутствие перебоев в предоставлении услуги)	4,97
Компетентность персонала	4,56
Доступность офисов продаж	3,92
Техническая оснащенность офисов	3,74
Справка 069	4,16
Консультации в офисах продаж	4,18
Подключение дополнительных услуг	4,01
Доступность и полнота информации о тарифах	4,48
Доступность и полнота информации об акциях	4,38
Ежемесячные счета	4,74
Способы оплаты услуги	4,51
Ассортимент дополнительных опций	4,4
Ассортимент тарифных пакетов	4,5

Таким образом, можно сделать вывод, что наиболее важным для респондентов при выборе Интернет-провайдера является качество предоставляемой услуги (4,97), а наименее важными – такие параметры как доступность и техническая оснащенность офисов продаж (3,92 и 3,74 балла соответственно).

По результатам анализа удовлетворенности потребителей услугой Интернета АФ ОАО «Ростелеком» выявлено, что в наибольшей степени респонденты удовлетворены способами оплаты услуги – 4,81 балла, технической оснащенностью офисов продаж – 4,71 балла и рассылкой ежемесячных счетов – 4,7 балла (табл. 2).

Таблица 2

## Оценка удовлетворенности потребителей услугой Интернет АФ ОАО «Ростелеком»

Характеристика	Средняя оценка, балл.
Цена услуги	3,8
Качество услуги (скорость и отсутствие перебоев в предоставлении услуги)	3,44
Компетентность персонала	4,36
Доступность офисов продаж	4,64
Техническая оснащенность офисов	4,71
Справка 069	3,87
Консультации в офисах продаж	4,29
Подключение дополнительных услуг	4,34
Доступность и полнота информации о тарифах	3,75
Доступность и полнота информации об акциях	3,69
Ежемесячные счета	4,7
Способы оплаты услуги	4,81
Ассортимент дополнительных опций	4,45
Ассортимент тарифных пакетов	4,49

Менее всего респонденты удовлетворены доступностью и полнотой информации о тарифах (3,75 балла), доступностью и полнотой информации об акциях (3,69 балла) и качеством услуги (3,44 балла).

Для наглядности построена матрица «важность/удовлетворенность», где отображена важность характеристик услуги Интернета и степень удовлетворенности ею потребителей (рис. 1).

Таким образом, цена услуги, ее качество, работа справочной службы, доступность и полнота информации о тарифах и акциях – характеристики, подлежащие улучшению в краткосрочной перспективе, находящиеся в зоне принятия срочных корректирующих действий. Если не повысить удовлетворенность по ним, будет отток потребителей. Остальные характеристики услуги Интернет находятся в области, не требующей корректирующих действий.



Рис. 1. Матрица важность/удовлетворенность потребителей характеристиками услуги Интернет АФ ОАО «Ростелеком».

По результатам полученных оценок важности и удовлетворенности потребителей характеристиками услуги Интернета АФ ОАО «Ростелеком» был определен интегральный показатель удовлетворенности потребителей (табл. 3).

Таблица 3

**Анализ интегрального показателя удовлетворенности потребителей услугой Интернета АФ ОАО «Ростелеком»**

Характеристика	Средняя оценка важности, балл.	Вес	Средняя оценка удовлетворенности, балл.	Взвешенная оценка удовлетворенности, балл.
Цена услуги	4,59	0,075	3,8	0,28
Качество услуги	4,97	0,077	3,44	0,26
Компетентность персонала	4,56	0,075	4,36	0,33
Доступность офисов продаж	3,92	0,069	4,64	0,32
Техническая оснащённость офисов	3,74	0,068	4,71	0,32
Справка 069	4,16	0,071	3,87	0,27
Консультации в офисах продаж	4,18	0,071	4,29	0,3
Подключение дополнительных услуг	4,01	0,07	4,34	0,3
Доступность и полнота информации о тарифах	4,48	0,073	3,75	0,27
Доступность и полнота информации об акциях	4,38	0,072	3,69	0,26
Ежемесячные счета	4,74	0,076	4,7	0,36
Способы оплаты услуги	4,51	0,074	4,81	0,35
Ассортимент дополнительных опций	4,4	0,073	4,45	0,32
Ассортимент тарифных пакетов	4,5	0,074	4,49	0,33
Итого:	-	1	-	4,31

Таким образом, интегральный показатель удовлетворенности потребителей услугой Интернета Амурского филиала ОАО «Ростелеком» равен 4,31 балла. В ходе исследования выявлено, что качество услуги Интернет АФ ОАО «Ростелеком» по сравнению с другими Интернет-провайдерами, по мнению респондентов, не хуже или даже лучше, – так считают 70,58% респондентов, когда-либо пользовавшихся услугами других Интернет-провайдеров (табл. 4).

Таблица 4

**Анализ качества услуги Интернета компании «Ростелеком»  
по сравнению с другими интернет-провайдерами**

Качество услуги Интернета от компании «Ростелеком» по сравнению с качеством услуги Интернета других Интернет-провайдеров	Ответы респондентов, ед.	Удельный вес, %
Выше	19	37,25
Равнозначно	17	33,33
Ниже	15	29,42
Всего ответов	51	100

По результатам анализа выявлено, что 29,42% опрошенных оценивают качество услуги Интернета АФ ОАО «Ростелеком» ниже, чем других Интернет-провайдеров.

Для определения уровня удовлетворенности потребителей услугой Интернета АФ ОАО «Ростелеком» был проведен анализ готовности респондентов в дальнейшем пользоваться услугой (табл. 5).

Таблица 5

**Оценка потребителями готовности в дальнейшем пользоваться услугой  
Интернета Амурского филиала ОАО «Ростелеком»**

Уровень готовности, балл.	Количество ответов респондентов, ед.	Удельный вес, %
1	6	3
2	4	2
3	22	11
4	126	63
5	42	21
Всего ответов	200	100

Средняя оценка готовности потребителей в дальнейшем пользоваться услугой Интернета АФ ОАО «Ростелеком» составляет 3,97 балла. На 4 и 5 баллов готовность пользоваться услугой оценило большинство – 168 респондентов, что составляет 84% общего количества опрошенных.

По результатам оценки готовности потребителей рекомендовать услугу Интернет АФ ОАО «Ростелеком» другим потребителям был рассчитан индекс NPS (табл. 6).

Таблица 6

**Оценка готовности потребителей рекомендовать услугу Интернета  
Амурского филиала ОАО «Ростелеком»**

Уровень готовности, балл.	Количество ответов респондентов, ед.	Удельный вес, %
1	13	6,5
2	7	3,5
3	23	11,5
4	46	23
5	111	55,5
Всего	200	100

Средняя оценка готовности потребителей рекомендовать услугу Интернета АФ ОАО «Ростелеком» другим потребителям составляет 4,17. На 4 и 5 баллов готовность пользоваться услугой оценило большинство – 157 респондентов, что составляет 78,5% общего количества опрошенных.

Для расчета индекса NPS респонденты были разделены на промоутеров – 157 ед. (оценка готовности рекомендовать услугу другим потребителям 4 – 5 баллов) и нейтралов – 20 ед. (оценка готовности рекомендовать услугу другим потребителям 3 балла) (табл. 7).

Таблица 7

## Данные для расчета индекса NPS

Респонденты	Количество ответов, ед.	Удельный вес, %
Промоутеры	157	78,5
Нейтралы	20	10
Всего, ед.	200	

NPS был найден путем определения разницы между удельным весом промоутеров и нейтралов», он равен 68,5%.

Таким образом, по результатам проведенного маркетингового исследования можно сделать вывод, что наиболее важным для потребителей при выборе Интернет-провайдера является качество предоставляемой услуги. При оценке услуги Интернета, предоставляемой АФ ОАО «Ростелеком», выявлено, что в большей степени потребители удовлетворены способами оплаты услуги, технической оснащённостью офисов продаж и рассылкой ежемесячных счетов, менее всего – такими характеристиками как доступность и полнота информации о тарифах и акциях, качество услуги. В целом же качество услуги Интернета АФ ОАО «Ростелеком», по мнению потребителей, по сравнению с другими Интернет-провайдерами не хуже или даже лучше. Наибольшее количество потребителей готово в дальнейшем пользоваться услугой Интернета АФ ОАО «Ростелеком» и рекомендовать данную услугу. Чистый индекс промоутера NPS показал, что 68,5% потребителей удовлетворены услугой Интернета Амурского филиала ОАО «Ростелеком».

- 
1. Селезнева, А.В., Аникина, Я.А. Разработка методики оценки удовлетворенности потребителей // Журнал магистров. – 2014. – № 2. – С. 94-103.
  2. Амурская область в цифрах: Краткий статистический сборник / Г.А. Давыдова. – Благовещенск: Амурстат, 2016. – 322 с.
  3. «Ростелеком – Дальний Восток» [Электронный ресурс]. – URL:<http://www.dsv.ru> (дата обращения 11.03.2016).
  4. Хилл, Найджел. Как измерить удовлетворенность клиентов. – М.: Инфра-М, 2010. – С. 51.