

24 октября 2011 год  
За дополнительной информацией  
и комментариями по проекту обращаться к  
Александрю Кособокову, +7 (499) 504 43 54  
[aksoobokov@epsi-rating.ru](mailto:aksoobokov@epsi-rating.ru)

*EPSI Rating 2011, Сектор Мобильных Телекоммуникаций,*

*[мобильные операторы], Россия, B2C.*

**Абоненты устали ждать: с 2005 года ожидания потребителя намного превосходили уровень удовлетворенности качеством (услуг мобильной связи). Ситуация меняется в 2011 году.**

По сложившейся традиции компания EPSI Rating начала публикацию результатов своего ежегодного рейтингового проекта. В этом году мы уже опубликовали результаты исследования и основные индексы 2011 года в банковском секторе и продолжаем наш обзор сектором мобильных телекоммуникаций.

Телефонные интервью проходили в сентябре октябре 2011 года. За период полевых работ было опрошено 1000 респондентов, иными словами абоненты основных мобильных операторов России – Билайн, Мегафон, МТС и Теле2 - могли оценить качество работы своих провайдеров (мобильной связи).

В этом году по оценкам Общей Удовлетворенности (EPSI) лидирует Мегафон (82.5 балла из 100). Стоит сказать, что за год до этого – в 2010 году – в отрасли было два лидера, Мегафон и Билайн. Клиенты МТС и Tele2 остаются менее довольны сотрудничеством с операторами. Однако индексы (индекс Удовлетворенности EPSI для МТС и Билайн) все же остаются на неплохом уровне - 75.3 балла и 76.4 балла соответственно.

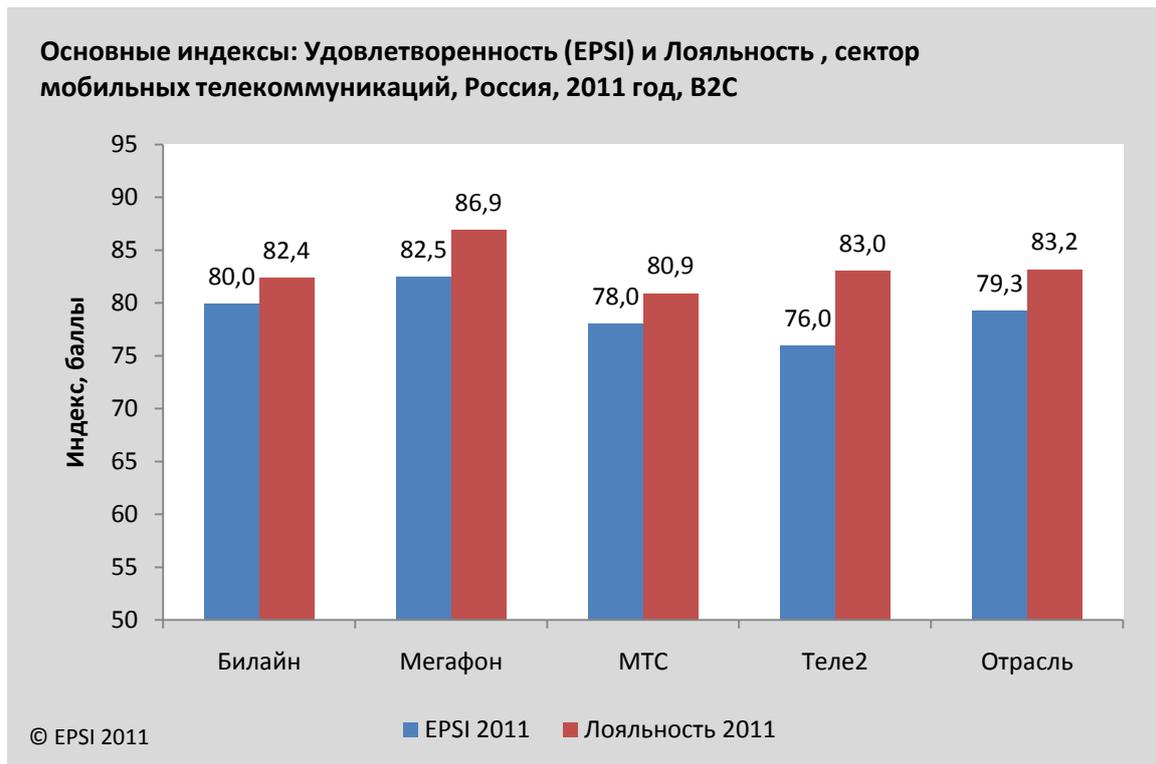


Рис.1 "Индексы Удовлетворенности (EPSI) и Лояльности, 2011 год".

Итак, ожидания потребителей заметно снизились после сильного скачка в 2009 году – почти на 6% по отношению к 2005 году и на 11% к 2010 году.

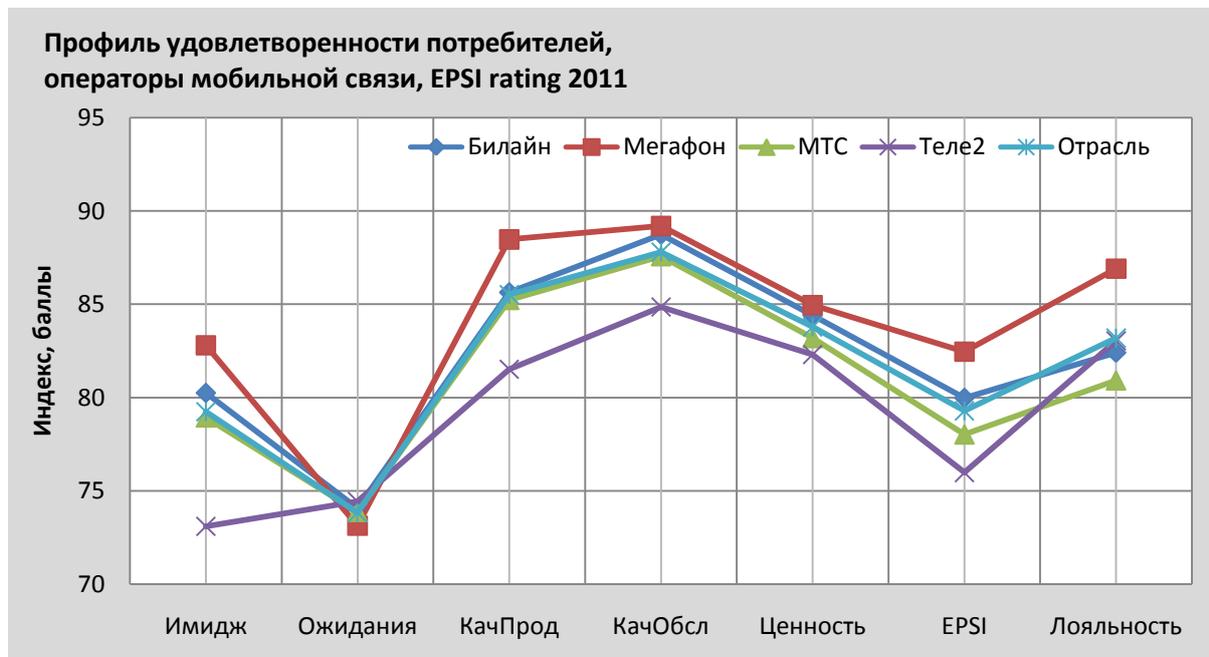


Рис.2 "EPSI Rating 2011, Профиль удовлетворенности потребителя".

Из графика видно, насколько велик разрыв между ожиданиями и оценками качества (особенно для Мегафона). Таким образом, высокое качество продукта (услуги связи) и сервиса (например, уровень обслуживания в фирменных салонах связи) становится неожиданностью для клиента. Тем не

менее, мы отмечаем достаточно высокий уровень оценок по всем аспектам и, в частности, оценки по аспекту Ожидания превышают 70 баллов (в среднем по рынку оценка достигает 73.8 балла из 100). Вместе с тем, если потребители не ждут высокого качества, то это негативно сказывается на уровне удовлетворенности и потреблении дополнительных, новых услуг в будущем. Операторы тратят огромные деньги на повышение качества и различные акции, но их старания просто не будут по достоинству оценены. Падение ожиданий также связано часто с тем, что компании просто продолжают заниматься тем, что легче всего им, не учитывая реальные приоритеты потребителей.

Абоненты Мегафон, кроме того, более всего относят своего оператора к идеальному образу. Т.е. Мегафон, согласно полученным оценкам потребителей, является наиболее близкой к идеалу компанией (образ идеальной компании опять же определялся теми же респондентами). Этот факт лишней раз подтверждает факт лидерства компании Мегафон в своем секторе.

В подтверждение своих слов на следующих далее графиках мы приводим статистику, демонстрирующую изменение индексов с 2005 года.

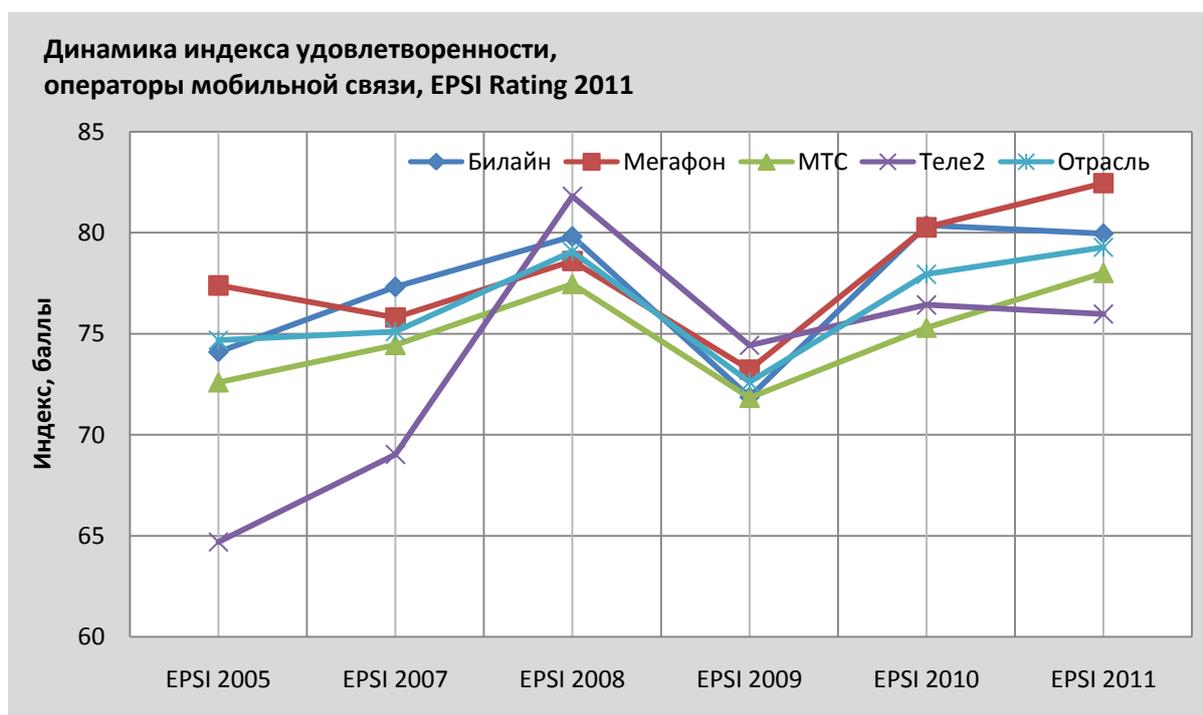


Рис.3 "Динамика индекса Удовлетворенности (EPSI) 2005-2011гг."

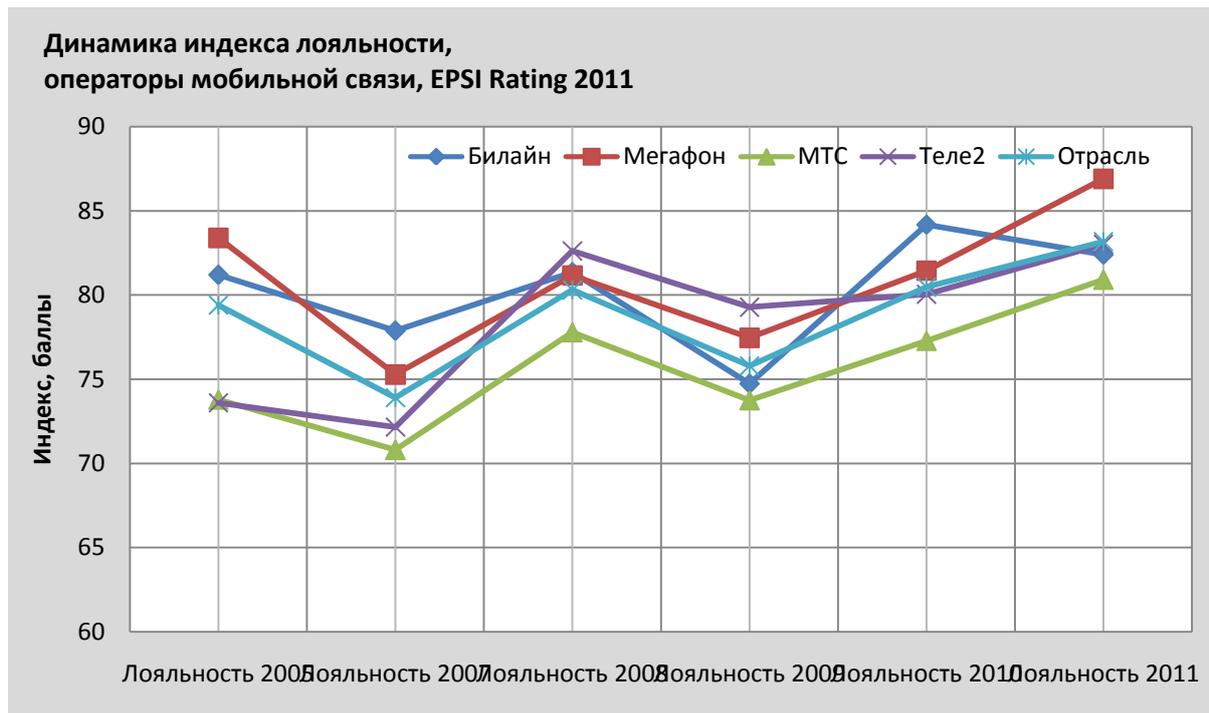


Рис.4 “Динамика индекса Лояльности (Loyalty) 2005-2011гг.”

В 2011 году мы видим, насколько изменился профиль респондентов с 2010 года: EPSI вырос в среднем по рынку до 79.3 балла из 100, и индекс Лояльности уверенно перешагнул отметку в 80 баллов (83.2 балла из 100). Таким образом, мы видим двустороннюю положительную динамику в секторе – рост индексов Удовлетворенности (на 1.7%) и Лояльности (на 3.4%).

Рост удовлетворенности абонентов качеством работы своих мобильных операторов в частности связан с относительно низкими Ожиданиями и высокими оценками по аспектам качества – Качество Продукта, качество Обслуживания. Образовавшийся разрыв (в пользу аспектов Качества) влияет на восприятие продукта потребителем, здесь мы имеем в виду абонента и услугу мобильной связи, что впоследствии влияет на рост Лояльности. Сильная связь между результирующими индексами – Удовлетворенности и Лояльности – выражается в отрасли мобильных телекоммуникаций в следующей пропорции: если индекс EPSI в среднем по рынку увеличится на 5 баллов, то индекс Лояльности вырастет соответственно на 3.4 балла. Такое влияние было установлено в 2011 году в результате расчета моделей взаимоотношений абонент-оператор для каждого провайдера сотовой связи.

Барьеры перехода в отрасли присутствуют по традиции. Это ограничивает конкуренцию между операторами связи и снижает отток клиентов. Особенно заметно превосходство уровня лояльности над уровнем удовлетворенности среди клиентов Теле2 (барьер более 6 баллов) и Мегафон (более 4 баллов). Относительно невысок барьер переходу у абонентов МТС и Билайн. Это говорит об отсутствии запаса прочности во взаимоотношениях с клиентом у МТС и Билайн.

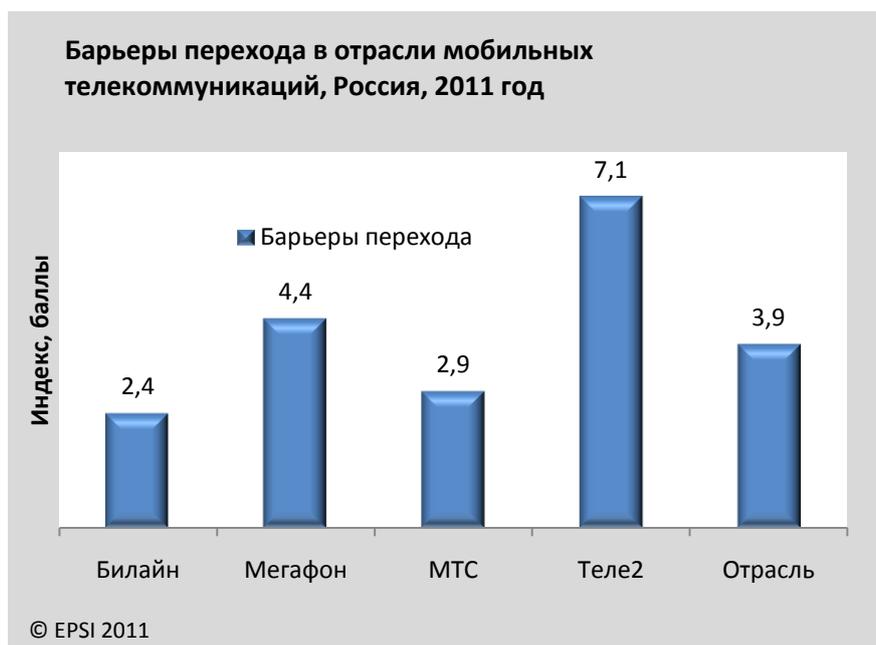


Рис.5 "Барьеры перехода в отрасли, 2011г."

Ввод услуги по переносу мобильного номера (Mobile Number Portability), который так долго обсуждается в России, может изменить картину с оттоком клиентов, прежде всего для МТС. Абоненты Мегафон больше всего защищены от отмены технических барьеров перехода. У абонентов Теле2 наблюдается самый высокий уровень барьеров перехода, но он, прежде всего, связан с психологическими причинами поведения абонентской базы (ощущения низкой стоимости звонков).

За дополнительной информацией, комментариями, организацией интервью об исследовании, а также подписке на полные результаты обращайтесь к Александру Косококову, Евгении Сергеевой (499) 504 43 54, [akosobokov\(at\)epsi-rating.ru](mailto:akosobokov(at)epsi-rating.ru)

### Коротко об EPSI

EPSI в России и странах СНГ – подразделение международной исследовательской компании EPSI Research Services со штаб-квартирой в Великобритании и Центром исследований в Швеции. Мы помогаем ведущим компаниям построить систему мониторинга индексов удовлетворенности и лояльности заинтересованных групп (потребителей, персонала, инвесторов, общества), выявить эффекты, влияющие на прибыльность и рост. EPSI регулярно проводит независимые исследования по единому стандарту в 20 европейских странах и странах Евразии.

Почтовый адрес: 190030 Россия, С-Петербург, наб. реки Фонтанки, д. 113А  
Тел.: +7 (499) 504 43 54 (MSK) +7 (812) 947 45 91 (SPB) \* Факс: +7 (812) 310 0379;  
\* E-mail: [info@epsi-rating.ru](mailto:info@epsi-rating.ru); [www.epsi-rating.ru](http://www.epsi-rating.ru), [www.epsi-rating.com](http://www.epsi-rating.com)