

Сухонда А. В.

студент кафедри промислового маркетингу

КПІ ім. Ігоря Сікорського,

Кофанов О. Є.

к.е.н., к.т.н., доц., доцент кафедри промислового маркетингу

КПІ ім. Ігоря Сікорського

СПОЖИВЧЕ СПРИЙНЯТТЯ БРЕНДУ ТА ІМІДЖУ МОБІЛЬНОГО ОПЕРАТОРА: ФАКТОРИ ВПЛИВУ ТА МЕТОДИ ОЦІНКИ

На сучасному динамічному ринку мобільного зв'язку України споживче сприйняття бренду та іміджу оператора відіграє ключову роль у формуванні лояльності клієнтів та конкурентоспроможності компанії. Згідно з дослідженням, проведеним у першому півріччі 2024 року, дохід від надання послуг електронних комунікацій зріс на 11,7 %, досягнувши 52,4 млрд грн, що свідчить про активний розвиток галузі [1].

Фактори, що впливають на сприйняття бренду та формування позитивного іміджу найбільше:

1. Якість послуг. Згідно з рейтингом мобільного інтернету в Україні, у 2024 році Vodafone отримав найвищий підсумковий бал nPerf (60 573 nPoints), що вказує на високу якість послуг [2].

2. Цінова політика. Дослідження конкурентоспроможності мобільних операторів України показало, що lifecell пропонує найбільш вигідні тарифи для споживачів, тоді як Vodafone має найбільший вибір тарифів [3].

Розглянемо результати опитування кінцевих споживачів, проведеного з метою визначення критеріїв вибору ними оператора мобільного зв'язку (рис. 1). У проведеному опитуванні брали участь 500 респондентів: за статтю – 50/50 %, похибка 10 %, за віком – від 18 до 25 років – 40 %; від 26 до 35 років – 30 %; від 36 до 45 років – 30 %; 200, 150 та 150 респондентів відповідно. За характером споживання послуг – 100 % респондентів, що станом на сьогодні, повсякденно користуються послугами мобільного зв'язку на території України. Отже, на рис. 1 наводяться відповідні результати щодо критеріїв вибору оператора мобільного зв'язку, тоді як на рис. 2 – відомості щодо того, через що споживачі можуть почати негативно ставитися до свого оператора. Опитування проведено протягом листопада та грудня 2024 року.



Рисунок 1 – Критерії вибору оператора мобільного зв'язку.

З візуалізації рис. 1, видно що головними критеріями вибору, за даними опитування, є доступна ціна й надійний та якісний сервіс.



Рисунок 2 – Причини, через які споживачі можуть почати негативно ставитися до свого оператора мобільного зв'язку.

Відповідно до візуалізації, головними причинами є різка зміна ціни, вплив думок оточення і зміна умов тарифного плану (відключення безкоштовних послуг, зменшення хвилин на інших операторах, обсягу інтернету тощо).

Окрім того, за даними аналізу ринкової частки та фінансових показників доходимо висновку, що компанія Київстар має частку ринку 48,73 %, Vodafone Україна – 35,1 %, а lifecell Україна – 14,6 %, що відображає їх позицію на ринку [4].

Отже, формування споживчого сприйняття бренду мобільного оператора залежить від цінової політики, якості послуг та рівня задоволеності клієнтів сервісом. Аналіз показує, що Київстар зберігає лідерські позиції на ринку, тоді як Vodafone і lifecell конкурують, пропонуючи різні стратегії залучення клієнтів. Для зміцнення іміджу операторам рекомендується покращувати якість зв'язку, впроваджувати прозору тарифну політику та посилювати комунікацію зі споживачами.

Література

1. Дохід операторів електронних комунікацій зріс на 11 % у першому півріччі 2024 р. *MediaSapiens* : веб-сайт. URL: <https://ms.detector.media/internet/post/36236/2024-09-23-dokhid-operatoriv-elektronnykh-komunikatsiy-zris-na-11-u-pershomu-pivrichchi-2024-roku> (дата звернення: 29.03.2025).
2. Статистичне дослідження «Оновлений рейтинг мобільного інтернету в Україні 2024: хто попереду?» *Pingvin.Pro* : веб-сайт. URL: <https://pingvin.pro/gadgets/news-gadgets/onovlenyj-rejtyng-mobilnogo-internetu-v-ukrayini-2024-hto-poperedu.html> (дата звернення: 30.03.2025).
3. Подзігун С. М., Білошкурська Н. В., Омеляненко В. А., Корнєєва О. О. Аналіз конкурентоспроможності мобільних операторів України на основі бенчмаркінгу: оцінка ринку та формування інноваційного бізнес-середовища. Здобутки економіки: перспективи та інновації. 2024. 11. URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13937048>
4. Українська аналітична онлайн-система для бізнесової аналітики. *YouControl* : веб-сайт. URL: <https://youcontrol.com.ua> (дата звернення: 27.03.2025).