

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

Katedra statistiky



Teze bakalářské práce

**Statistická analýza preferencí vybrané skupiny
zákazníků v oblasti služeb mobilních operátorů**

Autor práce: David Kadlec

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Tomáš Hlavsa, Ph.D.

© 2015 ČZU v Praze

Souhrn

Předmětem bakalářské práce je zhodnocení preferencí vybrané skupiny zákazníků se službami mobilních operátorů působících na území České republiky. Teoretická část je zaměřena na proces marketingového výzkumu a techniky sběru dat. Prostor je také věnován faktorům ovlivňujícím chování spotřebitele a představení trhu mobilních operátorů v České republice, kde jsou zařazeny 3 dominantní společnosti Telefónica O2, T - Mobile a Vodafone. Pro praktickou část byl vytvořen vlastní dotazník, který byl formulován na předem daných hypotézách. K vyhodnocení dotazníku byl použit statistický software SPSS Statistics 22, kde byly ověřovány hypotézy z oblasti statistické analýzy kategoriálních dat, týkajících se spokojenosti vybrané skupiny zákazníků.

Klíčová slova

Dotazníkové šetření, preference, respondent, hypotéza, mobilní operátor, spokojenost, závislost.

Cíl práce

Hlavním cílem bakalářské práce je vyhodnocení preferencí vybrané skupiny zákazníků se službami, které nám nabízejí vybraní mobilní operátoři České republiky. Průzkum byl proveden s využitím dotazníkového šetření, které bylo sestaveno na předem daných hypotézách. V průzkumu jsou zahrnuty tři dominantní společnosti působící na trhu České republiky, a to Telefónica O2, T - Mobile a mobilní operátor Vodafone. Smyslem práce je také nalézt a vyhodnotit různé faktory, kterou mohou výrazně ovlivňovat chování zákazníka.

Metodika práce

Při zpracování bakalářské práce bylo čerpáno ze zdrojů uvedených v seznamu použité literatury. Průzkum spokojenosti vybrané skupiny zákazníků v oblasti služeb mobilních operátorů byl proveden pomocí dotazníkového šetření. Dotazník byl v elektronické podobě a zúčastnilo se ho celkem 210 respondentů různého pohlaví a věku od 19 do 26 let, kteří jsou v současné době studující. Vytvořený dotazník obsahoval

23 otázek a jeho vypracování předcházela příprava hypotéz. Ke zpracování získaných dat a ověření hypotéz byl použit statistický software SPSS Statistics 22, kde byly využity metody z oblasti statistické analýzy kategoriálních dat.

Úvod

Trh se službami mobilních operátorů se v České republice začal vyvíjet počátkem 90. let 20. století. Z počátku se jednalo o velmi drahé služby, které si mohl dovolit jen nepatrný zlomek populace. Pořízení mobilního přístroje s tarifem se mohlo vyšplhat do řádů desítek tisíc korun, a proto bylo využíváno spíše jen manažery na vyšších pracovních pozicích. Postupem času rostla kvalita mobilních služeb a ceny se stávaly přijatelnými pro běžnou klientelu. V dnešní době si již nikdo nedokáže představit den bez mobilního telefonu. Není zde ani výjimkou používání dvou mobilních zařízení, a to pro soukromé a pracovní účely.

Díky cenové dostupnosti se z mobilních telefonů stal nejrozšířenější prostředek sloužící k rychlé komunikaci se vzdálenými lidmi, a to pomocí SMS zpráv, nebo hlasového volání. S příchodí vlnou tzv. smartphonů, neboli chytrých telefonů došlo k významnému rozšíření komunikace pomocí datových služeb a různých aplikací se kterými můžeme být ve spojení s domácími uživateli, nebo s uživateli po celém světě.

V současnosti na trhu telekomunikačních služeb v České republice dominují tři operátoři. Všichni se snaží o získání co největšího počtu potencionálních klientů, čehož lze dosáhnout co nejkvalitnějšími službami, ale je zde i velice důležité pokrytí území a výhodné ceny paušálních tarifů pro běžnou populaci, nebo zvýhodněné tarify pro studenty a seniory. Jen klient, který je spokojený se službami stávajícího operátora nebude přemýšlet nad přechodem k jinému poskytovateli těchto služeb.

Závěr

Cílem bakalářské práce byla statistická analýza preferencí vybrané skupiny zákazníků v oblasti služeb mobilních operátorů a zhodnocení faktorů, které mohou výrazně ovlivňovat chování zákazníků. Data byla získána pomocí dotazníkového šetření, kterému předcházelo sestavení vlastního dotazníku. Navržený dotazník byl v elektronické podobě a obsahoval 23 otázek otevřeného i uzavřeného typu zkoumajících nejen spokojenost vybrané skupiny se službami mobilních operátorů, ale také počet poslaných SMS zpráv,

počet odchozích minut či dobu setrvání studentů u mobilního operátora. Získaná data byla zpracována za použití statistického softwaru IBM SPSS Statistics 22.

Celkem se dotazníkového šetření zúčastnilo 210 studentů ve věku od 19 – 26 let. Zastoupení pohlaví bylo velmi nerovnoměrné, v průzkumu převládaly ženy, které tvořily 72,5 % všech dotázaných. Zbýlých 27,5 % tvořili muži. Mezi studenty jsou nejoblíbenějšími společnostmi Telefónica O2 (38 %) a T - Mobile (37 %), které získaly téměř totožné hodnoty. Na třetím místě se s menším odstupem umístila společnost Vodafone. Většina klientů používá u svého mobilního operátora paušální služby, a to v 86 % případů. Průměrná doba setrvání studentů u zvoleného operátora je téměř 8 let.

Mezi nejvíce využívanou službu patří využívání datových služeb. Ze všech dotázaných používá službu internet ve svém zařízení téměř 74 % studentů. S cenou datového balíčku je spokojeno více než 69 % klientů a s kvalitou datových služeb 80 %. Ve zbylých 20% byli studenti nespokojeni, a jako nejčastější důvod nespokojenosti označili nízkou přenosovou rychlost dat následovanou špatným pokrytím území. Na druhé místo lze zařadit posílání SMS, kde studenti pošlou v průměru 212 zpráv měsíčně. Nejméně využívanou službou jsou odchozí hovory, kterých každý student uskuteční v průměru 105 minut měsíčně. Ohledně pohlaví jsou ženy více utrácující než muži. Většina mužů platí částku za služby do 300 Kč, na rozdíl od žen, které nejčastěji utrácí mezi 301 Kč až 500 Kč. Z pohledu celkové spokojenosti je více než 77 % studentů spokojeno se službami svého mobilního operátora a 83 % neuvažuje o přechodu k jinému poskytovateli. Klienti uvažující o přestupu uvedli jako nejčastější důvod výhodnější nabídku u jiného mobilního operátora, dále pak vysokou cenu služeb, a nespokojenost s přístupem k zákazníkovi.

Následně proběhlo statistické testování kategoriálních dat předem stanovených hypotéz, které byly zkoumající závislosti mezi jednotlivými proměnnými, a to například vztahy týkající se volby mobilního operátora, výše měsíční útraty studentů za poskytované služby mobilním operátorem, výše měsíčních příjmů, spokojenosti se službami apod.

Z testování bylo zjištěno, že proměnná měsíční útrata má největší vliv v oblasti služeb nabízených mobilním operátorem. Vliv měsíční útraty byl prokázán u využívání paušálních, nebo přeplacených služeb, nejvíce využívanou službou a spokojeností se

službami mobilního operátora. Bylo zjištěno, že paušální služby nejvíce využívají studenti s měsíční útratou v intervalu od 301 Kč do 500 Kč. Klienti utrácející tuto částku jsou i nejvíce spokojeni se službami svého mobilního operátora. Předplacené služby u mobilního operátora nejvíce využívají studenti s měsíční útratou za služby do 300 Kč. Respondenti, kteří platí částku do 300 Kč, jsou naopak nejméně spokojeni se službami, které nabízí vybraní mobilní operátoři.

Dále byla prokázána závislost mezi mobilním operátorem a cenou datového balíčku, kde bylo zjištěno, že nejvíce jsou zákazníci spokojeni s cenou internetu u společnosti Vodafone. U společností T - Mobile a Telefónica O2 jsou zákazníci spíše spokojeni s cenou datového balíčku.

Mezi další prokázanou závislost můžeme uvést vztah mezi příjmem a využíváním datových služeb. Lze dokázat, že nejvíce studentů využívajících datové služby mají měsíční příjem v rozmezí od 6001 Kč do 10000 Kč. Naopak nejméně využívající internet jsou studenti mající příjmy od 3001 Kč do 6000 Kč měsíčně.

Na závěr bakalářské práce byly zjištěné výsledky porovnány s průzkumem spokojenosti, který si nechal roku 2014 vyhotovit Český telekomunikační úřad. Výsledky vlastního výzkumu dopadly téměř shodně jako výsledky studie, a to v celkovém zastoupení, kde společnosti Telefónica O2 a T - Mobile využívalo přibližně stejné procento zákazníků a s menším odstupem se umístila společnost Vodafone. V oblasti spokojenosti uvedl Český telekomunikační úřad 78% spokojenost klientů se službami svého mobilního operátora. V otázce využívání paušálních, nebo předplacených služeb byla zjištěna odlišnost výsledků. Úřad uvedl, že tři čtvrtiny respondentů využívají paušálních služeb, což je o 11 % méně, než bylo zjištěno ve vlastním šetření.

Seznam použité literatury

FORET, Miroslav. *Marketing: základy a principy*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2003, vii, 199 s. ISBN 80-722-6888-0.

FORET, Miroslav. *Marketingový průzkum: poznáváme svoje zákazníky*. 2. aktualiz. vyd. Brno: BizBooks, 2012, iv, 116 s. ISBN 978-80-265-0038-4.

HENDL, Jan. *Přehled statistických metod zpracování dat: analýza a metaanalýza dat*. Vyd. 2., opr. Praha: Portál, 2006, 583 s. ISBN 80-736-7123-9.

KÁBA, Bohumil a Libuše SVATOŠOVÁ. *Statistické nástroje ekonomického výzkumu*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2012, 176 s. ISBN 978-80-7380-359-9.

KOTLER, Philip. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.

PŘIBOVÁ, Marie. *Marketingový výzkum v praxi*. Vyd. 1. Praha: Grada, 1996, 238 s. ISBN 8071692999.

ŘEZANKOVÁ, Hana. *Analýza dat z dotazníkových šetření*. 3. aktualiz. vyd. Praha: Professional Publishing, 2011, 223 s. ISBN 9788074310621.

VYSEKALOVÁ, Jitka. *Marketing: pro střední školy a vyšší odborné školy*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2006, 247 s. ISBN 80-716-8979-3.