

Gandrīz 40% kabeļtelevīzijas abonentu būtu gatavi mainīt savu operatoru konkurentu atlaīžu vai akciju dēļ.

Kā vēsta preču un pakalpojumu cenu salīdzināšanas portāla Gudriem.lv veiktā aptauja, patērētāji televīzijas un interneta pakešu piedāvājumu un operatoru izvēlē ir visai konservatīvi. 63,5% lietotāju jau ilgāku laiku nav mainījuši savu operatoru, turklāt no šiem lietotājiem 27,2% nekad nav mainījuši savu operatoru, bet 36,3% lieto viena operatora pakalpojumus vairāk kā 2 gadus. Pats populārākais no iemesliem, kuri liktu lietotājiem mainīt operatoru, bija jauna un izdevīga piedāvājuma parādīšanās tirgū (39,8%), kā arī pašreizējā operatora pakalpojuma kvalitātes samazināšanās (38,3%).

Telekanālu daudzums nosaka izvēli

Pēc portāla Gudriem.lv veiktā pētījuma, tikai katram piektajam mājas komplekta „TV un internets” (vai „TV, internets un tālrunis”) klientam (20,1%) pirmajā vietā pakalpojuma izvēlē ir tā kvalitāte un augsts servisa līmenis, nevis pakalpojuma cena. Katrs trešais respondents (29,6%) izvēlas to operatoru, kurš piedāvā viszemāko cenu, bet 45,4% - to operatoru, kurš piedāvā vislielāko kanālu skaitu paketē (vai vislielāko interneta ātrumu) par pieņemamu cenu.

Balticom jauno projektu vadītājs Iļja Šnaiders apgalvo, ka neskatoties uz aptaujas datiem par to, ka vairumam cilvēku cena ir svarīgāka par kvalitāti, realitātē situācija ir atšķirīga un klienti patiesībā ir prasīgāki. „Saņemot sliktu interneta un TV kvalitāti, klients ātrāk vai vēlāk tomēr nomainīs operatoru. Es nezinu nevienu operatoru kurš saviem klientiem sludinātu: „Nāciet pie mums, mums ir lēti, bet sliktā kvalitāte!”. Cena ir atkarīga no tā, cik godīgi operatori veido savu biznesu attiecībā pret klientiem, piedāvājot kanālu skaitu, formulējot televīzijas paketi, kā arī kāda tehnoloģija tiek pielietota (ciparu televīzijai), kāda ir abonenta maksa par pakalpojumu, kā tiek organizēts tehniskais nodrošinājums un daudzi citi aspekti.”

Pēc Lattelecom televīzijas nodaļas vadītājas Ingas Alikas domām, mājas televīzijas pakalpojuma klienti nemīl mainīt operatorus arī tad, ja saņem sliktas kvalitātes pakalpojumus. „Mūsu pētījumu dati rāda, ka tikai katrs trešais Latvijas iedzīvotājs nekavējoties informē savu operatoru par sliktu pakalpojuma kvalitāti. 40% klientu par problēmām runā tikai pārejot pie jauna operatora”.

IZZI valdes locekle Sandra Kraujiņa apgalvo, ka pašlaik klienti nav gatavi mainīt operatoru tikai tādēļ, ka konkurenti piedāvā analogu pakalpojumu par nedaudz lētāku maksu. „Mūsu novērojumi rāda, ka klienti galvenokārt maina operatorus, ja konkurenti piedāvā mūsdienīgākas tehnoloģijas, kaut vai par nedaudz lielāku samaksu nekā līdzšinējais. Piemēram, 70% mūsu klientu, kuri pie mums no citiem operatoriem pārnāca šī gada septembrī un oktobrī, izvēlējās IZZI HD kanālu paketi.”

Kas grauj tirgu?

Gudriem.lv veiktajā aptaujā bija iekļauts jautājums – Kas Jūs pamudinātu mainīt televīzijas un interneta operatoru? 39,8% respondentu ir atbildējuši, ka piekristu mainīt operatoru, ja tirgū parādītos ļoti izdevīgs piedāvājums vai akcija. Otrajā populārākā atbilde (38,3%) uz šo jautājumu bija – ja kritīsies pašreizējā operatora piedāvāto pakalpojumu kvalitāte. 18,1% būtu gatavi mainīt operatoru, ja līdzšinējam operatoram palielinātos pakalpojuma cena. Tomēr šī pati aptauja rāda, ka realitātē tikai 17,3% klientu dažādu iemeslu dēļ ir nomainījuši savu līdzšinējo operatoru. 36,3% to izdarījuši vairāk kā pirms diviem gadiem, bet 27,2% operatoru nekad nav mainījuši.

Pēc Ingas Alikas teiktā, patērētāji bieži vien izvēlas savu operatoru pēc cenas u rezultātā maksā par kanāliem, kurus viņi reāli neskatās. „Pēc mūsu aptaujas, lielākā daļa klientu skatās tikai pusi no maksas

paketēs ietvertajiem kanāliem. Pēc Gudriem.lv datiem var secināt, ka tirgū ir vēl vismaz 30% potenciālo klientu. Šajā skaitlī ietilpst tie, kuri ir nomainījuši savu operatoru – 27,2%, kā arī tie, kuri nolēmuši mainīt operatoru, bet vēl to nav izdarījuši – 2,9%. Ļoti bieži dzirdams viedoklis, ka mazie operatori kaitē tirgum un nodara ļaunumu pakalpojuma kvalitātei, piedāvājot lētas televīzijas un interneta paketes. Kaut gan esmu novērojusi, ka ar dempinga politiku spēcīgi nodarbojas tieši lielie uzņēmumi, kuri kā mērķi uzstādījuši ienākumu gūšanu 2050. gadā un karo, lai iznīcinātu mazos operatoru uzņēmumus.”

Mājas tālruņi neizzudīs

Aptaujas dati rāda, ka tikai 4,9% respondentu aktīvi lieto stacionāro tālruni. 58,8% aptaujas dalībnieku mājās vairs nav stacionārā tālruņa, 15,5% ir stacionārais tālrunis, bet viņi to neizmanto, bet 16,8% to izmanto tikai zvanot radniekiem. Neskatoties uz šiem datiem, komunikāciju uzņēmumu pārstāvji ir pārliecināti, ka fiksētās tālruņa līnijas nepārstās savu darbību. „Mēs redzam, ka šobrīd stacionārā tālruņa pakalpojumu izvēlas ne tikai padzīvojuši cilvēki un pensionāri, bet arī klienti vecumā no 30 līdz 45 gadiem,” saka Sandra Kraujiņa. „Šie klienti izmanto iespēju caur fiksēto līniju par ļoti izdevīgiem tarifiem zvanīt uz ārzemēm, izmantojot savus viedtālruņus”.

„Tā kā mājas tālruņa līnija mūsdienās ir nepieciešama dažādu citu pakalpojumu saņemšanai, ne tikai sarunām, fiksētā līnija noteikti nepazudīs arī nākotnē,” uzskata Ilja Šnaiders. „Operatoru tehniskās uzturēšanas servisi, uzziņu pakalpojumu sniedzēji, bankas, taksometru pakalpojumu sniedzēji un daudzi citi uzņēmumi noteikti turpinās izmantot arī fiksētās līnijas. Iedzīvotāji nevēlas zaudēt savu tālruņa numuru, pie kura ir pieraduši vairāku gadu laikā. Turklāt zvani uz ārzemēm mūsdienās visizdevīgākie ir tieši no mājas tālruņa, nevis izmantojot mobilos pakalpojumus.”

Arī Lattelecom pārstāve Inga Alika atzina. Ka stacionārās telefonlīnijas vēl aizvien ir aktuāls pakalpojums: „Šos pakalpojumus ļoti aktīvi izmanto biznesa klienti, tādēļ tāpat kā agrāk televīzijas ieviešana neiznīcināja radio, arī mobilo sakaru attīstība netraucē fiksētās līnijas attīstībai”.