

# Potrzeby telekomunikacyjne polskich przedsiębiorstw 2011



Badanie zrealizowane wśród przedstawicieli MŚP

Przedstawiają:  
Robert Sababady  
Piotr Żochowski

# Wstęp



- Niniejszy raport stanowi podsumowanie projektu, jaki PMR Research zrealizował we współpracy z ComPress na zlecenie ASTER BIZNES.
- Celem projektu była diagnoza potrzeb małych i średnich przedsiębiorstw.
- Główne części raportu to:
  - Zakres korzystania z usług telekomunikacyjnych (profil telekomunikacyjny przedsiębiorstwa)
  - Preferencje w zakresie wyboru dostawcy usług telekomunikacyjnych
  - Poziom zadowolenia z obecnego dostawcy

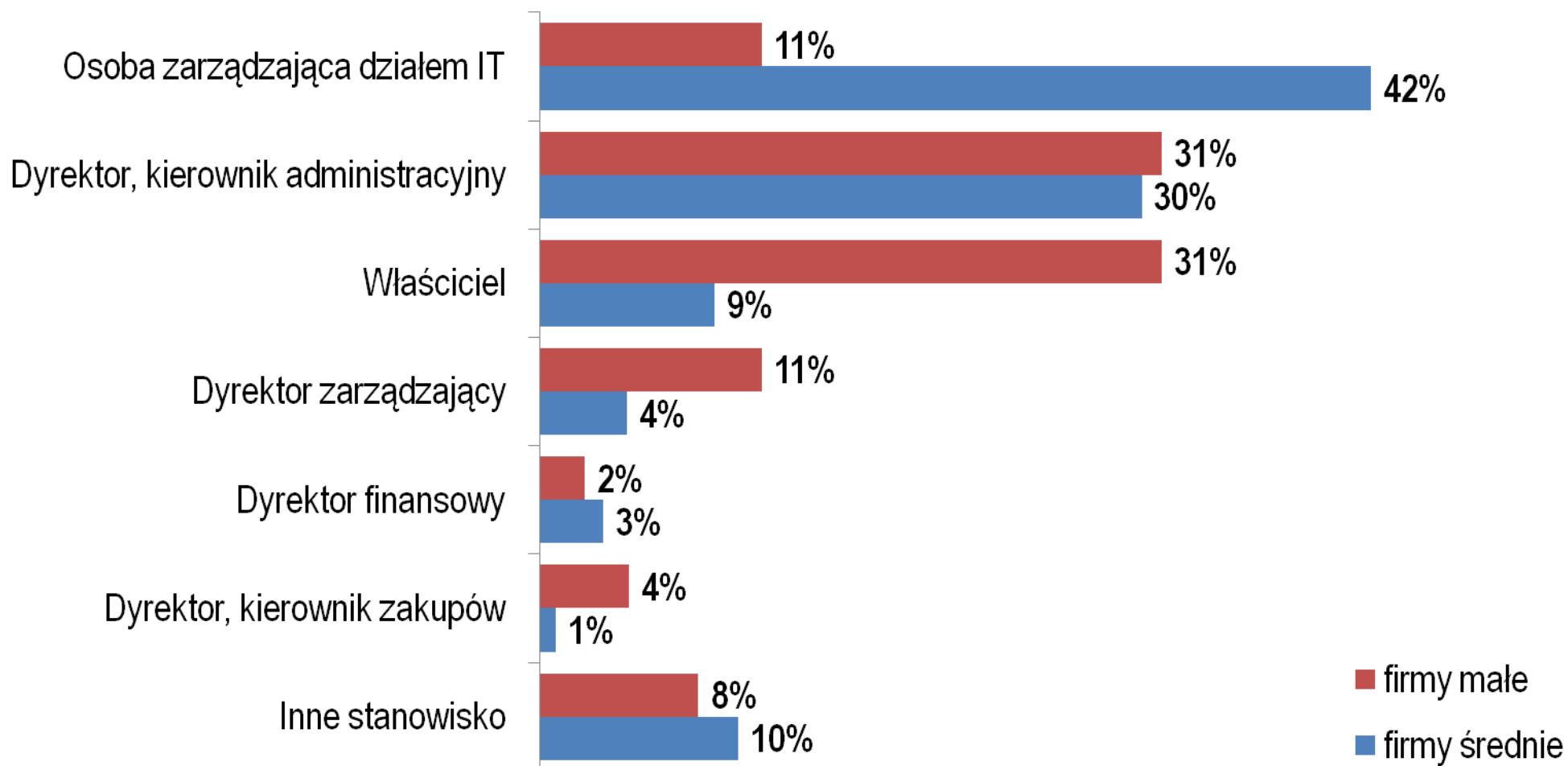
# Badana populacja



Badaniem zostało objętych 600 małych i średnich firm dobieranych według kryteriów zdefiniowanych na potrzeby projektu.

- Firmy małe
  - Zatrudnienie od 5 do 49 osób
  - Wydatki na telekomunikację: min. 200 PLN miesięcznie
- Firmy średnie
  - Zatrudnienie od 50 do 249 osób
  - Wydatki na telekomunikację: min. 200 PLN miesięcznie

# Respondenci osoby analizujące oferty, podejmujące decyzje





# PODSUMOWANIE

# Podsumowanie



- Potrzeby małych i średnich firm są raczej zaspokojone i trudno jest im wymienić oczekiwania w stosunku do nowych usług.
- Brak niezaspokojonych potrzeb wynika z braku planowania ich zakupu – firmy działają w oparciu o zaspokajanie bieżących potrzeb.
- Cena i serwis są podstawowymi czynnikami wyboru i oceny jakości świadczonych usług.
- Umowy na poszczególne usługi telekomunikacyjne są podpisywane sukcesywnie, często w ramach jednej usługi funkcjonuje w firmie kilka umów tworzy to istotną barierę migracji między operatorami.
- Lokalizacja, wygoda korzystania stają się często czynnikami ograniczającymi wybór według kryteriów ceny i jakości serwisu.
- Czym większa firma tym lepsza, bardziej precyzyjna strategia działania a przez to i szansa na skorzystanie z kompleksowej oferty, która jako czynnik atrakcyjności operatora jest wymieniana przez firmy niezależnie od ich wielkości.



# **ZAKRES KORZYSTANIA Z USŁUG TELEKOMUNIKACYJNYCH**

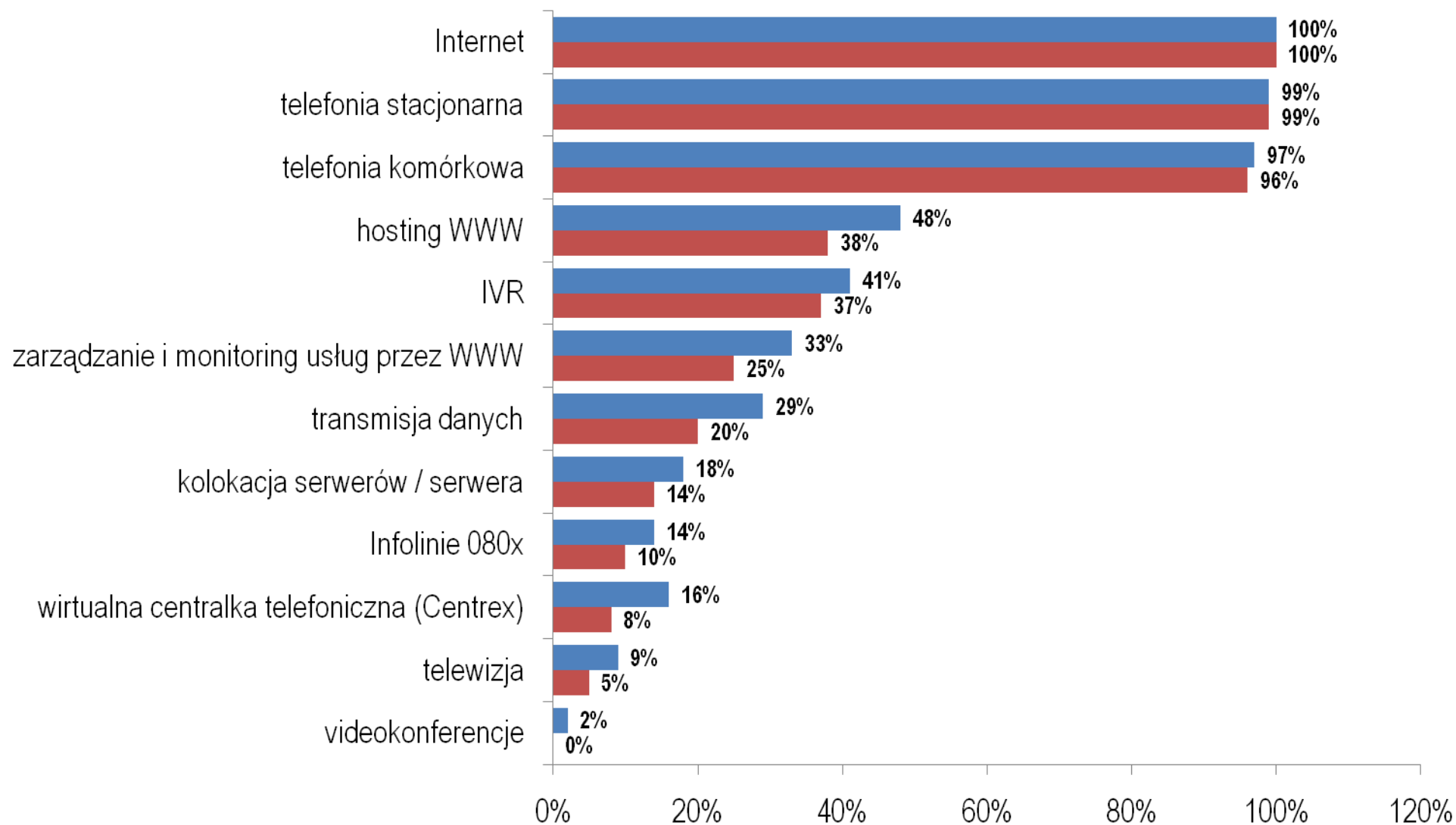
# Korzystanie z usług telekomunikacyjnych



- Do grupy najpowszechniej wykorzystywanych przez małe i średnie firmy usług telekomunikacyjnych należą: dostęp do Internetu, telefonia stacjonarna i telefonia komórkowa. Poziom korzystania z tych dwóch usług wynosi praktycznie 100%.
- Nieliczne wyjątki – firmy nie korzystające z telefonii stacjonarnej lub telefonii komórkowej – funkcjonują w oparciu o zasadę komplementarności tych dwóch sposobów komunikowania się. Użyteczność jednego z nich jest dla nich wystarczająco wysoka więc blokuje korzystanie z drugiej – lub inaczej, nie generuje konieczności korzystania z rozwiązania komplementarnego.
- Wykorzystanie wszystkich usług poza telefonią stacjonarną i komórkową jest istotnie wyższe w firmach średnich niż w firmach małych.



# Korzystanie z usług



• Potrzeby telekomunikacyjne polskich przedsiębiorstw

■ firmy średnie ■ firmy małe



# DOSTAWCY USŁUG

# Dostawcy usług



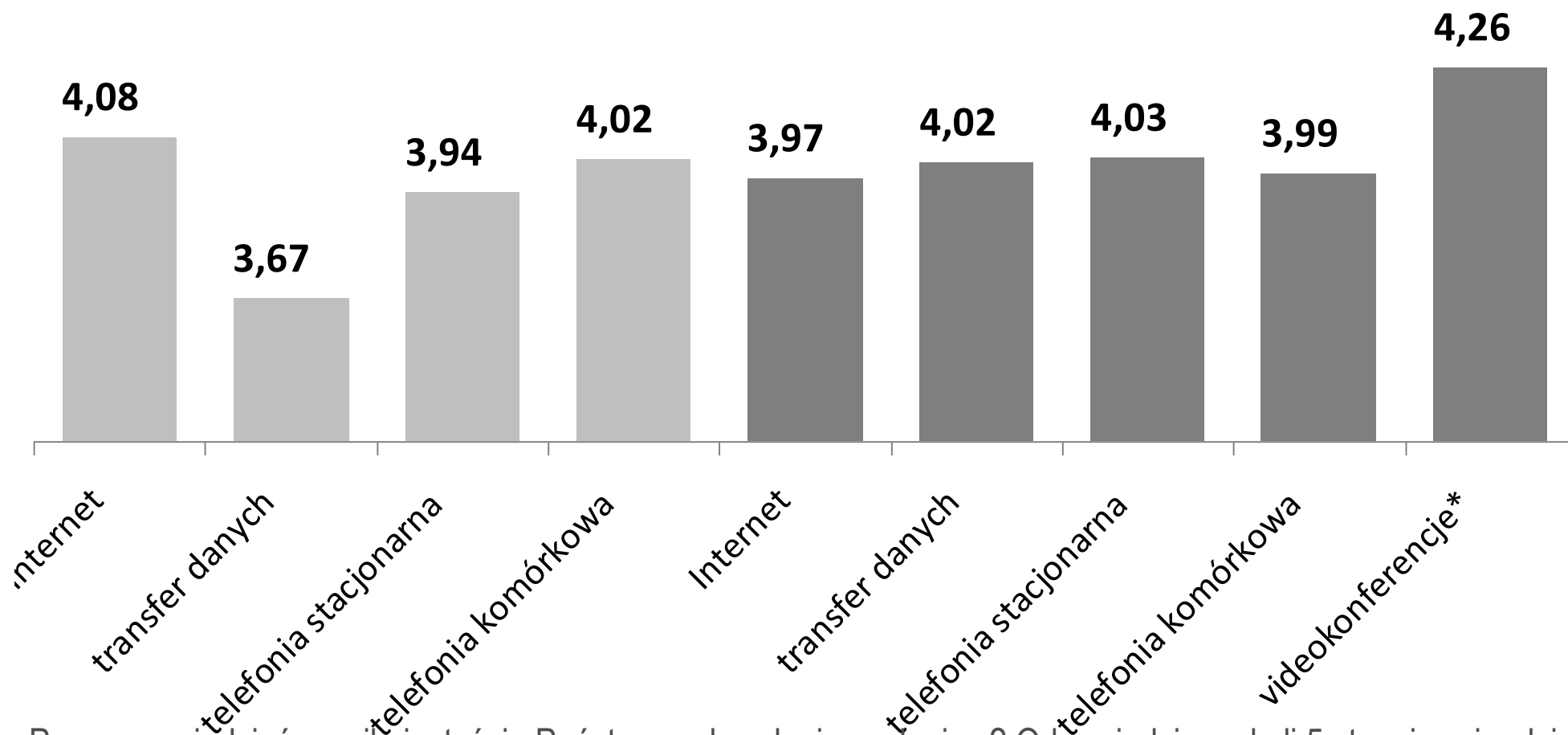
- Kolejne rozdziały prezentują podsumowania analogicznych bloków pytań, które zostały zadane firmom korzystającym z następujących usług telekomunikacyjnych:
  - Stały dostęp do Internetu N=600
  - Telefonia stacjonarna N=596
  - Telefonia komórkowa N=580

# Porównanie poziomu zadowolenia dla badanych usług



- Poziom zadowolenia z korzystania z poszczególnych usług wśród małych i średnich firm jest praktycznie taki sam wśród małych i średnich firm.
- Patrząc na kryteria wyboru oferty zauważamy istotną zbieżność między małymi a średnimi firmami. Większe potrzeby i oczekiwania firm średnich przekładają się na większe oczekiwania w zakresie kompleksowości oferty.
- Wśród innych kryteriów dominowały pewność działania, stabilność, bezpieczeństwo.

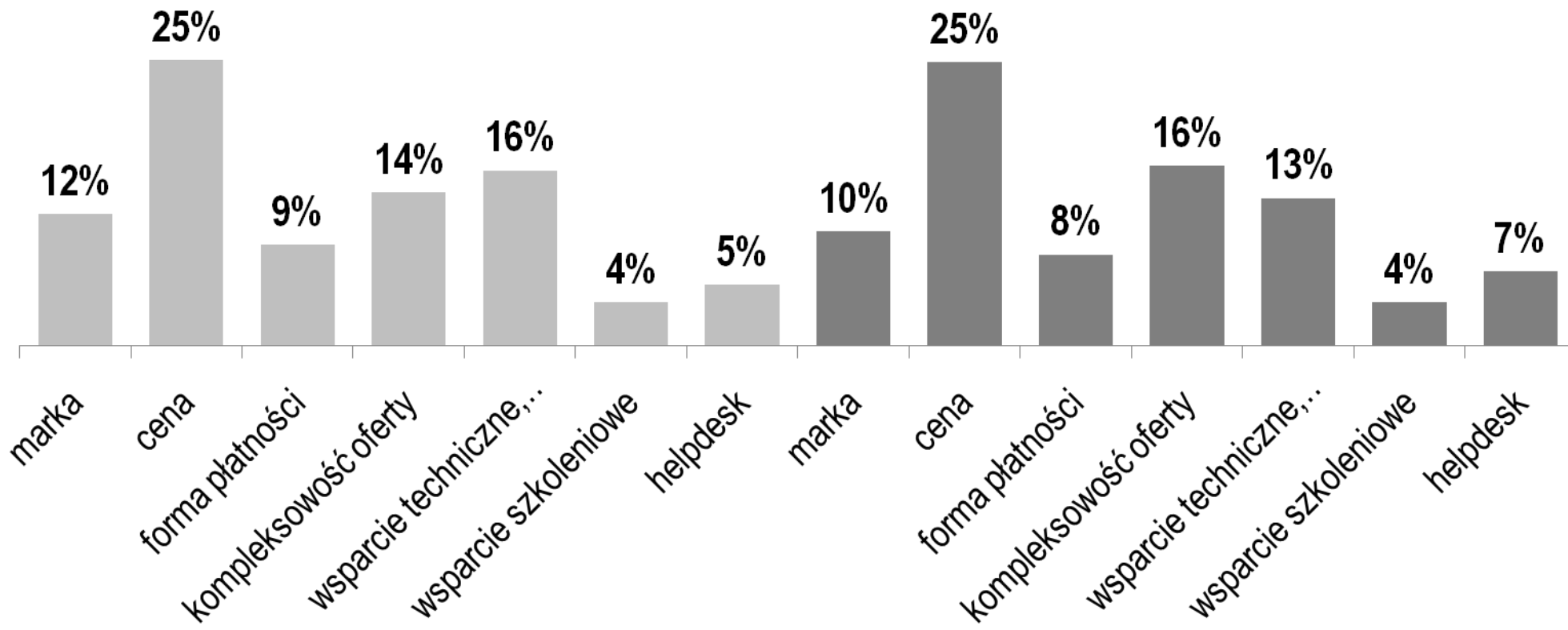
# Porównanie poziomu zadowolenia dla badanych usług



Proszę powiedzieć, na ile jesteście Państwo zadowoleni z usługi ...? Odpowiedzi na skali 5 stopniowej, gdzie 1 oznacza „w ogóle niezadowolony” a 5 „bardzo zadowolony”.

•Potrzeby telekomunikacyjne polskich przedsiębiorstw

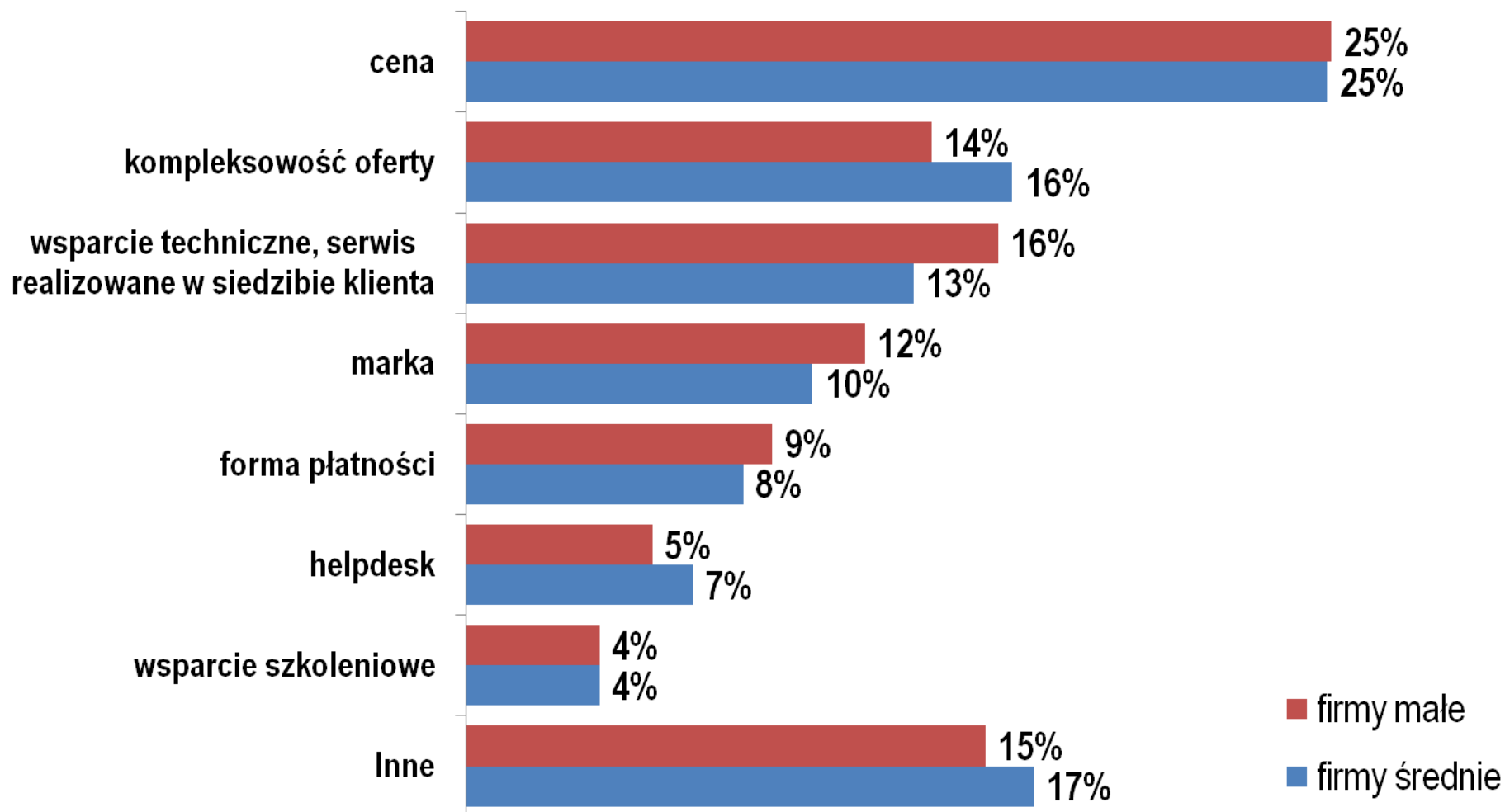
# Kryteria wyboru dostawcy – ogólne



Proszę wskazać wszystkie powody wyboru głównego dostawcy usługi, które były istotne w Państwa sytuacji.

•Potrzeby telekomunikacyjne polskich przedsiębiorstw

# Kryteria wyboru dostawcy – ogólne



Proszę wskazać wszystkie powody wyboru głównego dostawcy usługi, które były istotne w Państwa sytuacji.

•Potrzeby telekomunikacyjne polskich przedsiębiorstw



# DOSTAWCY USŁUG INTERNET

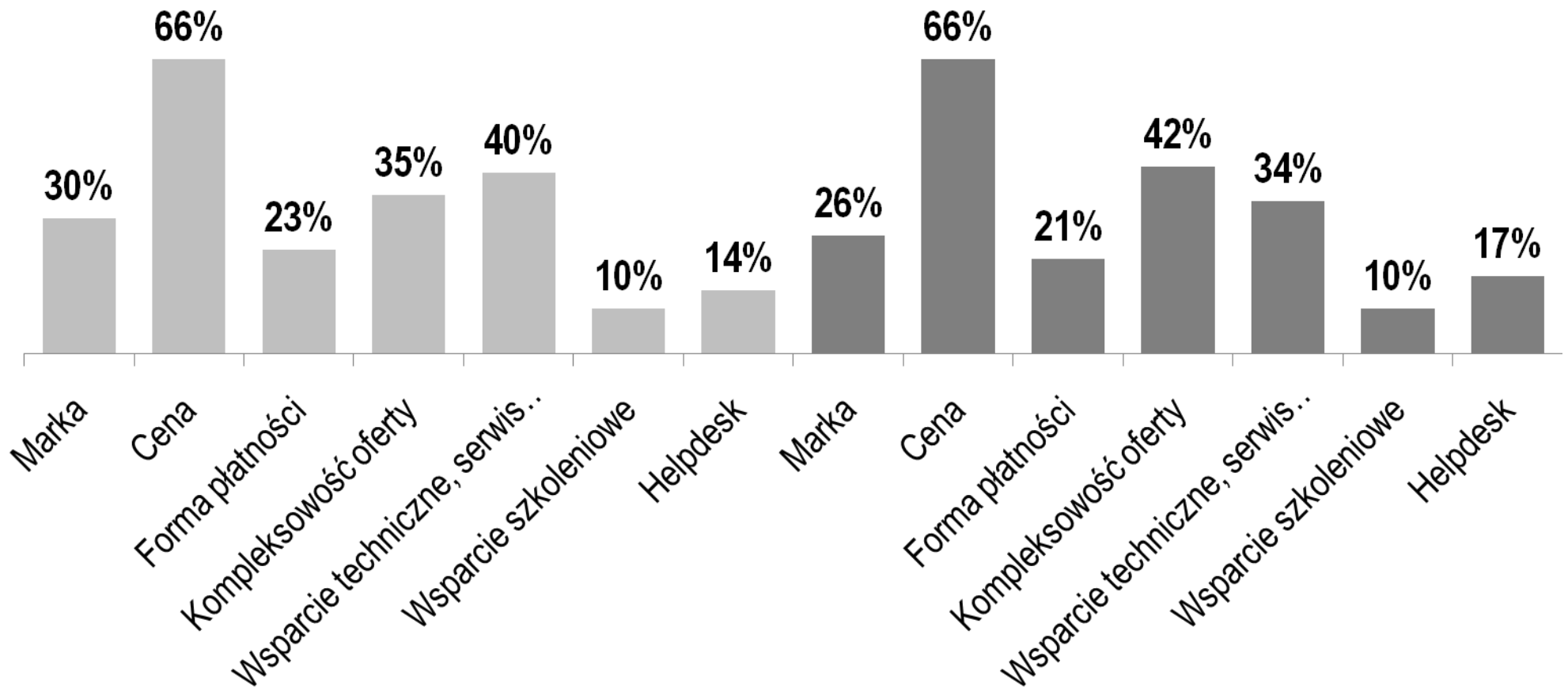


## Dostawcy usług – Internet



- Czynniki, które badani biorą pod uwagę w sytuacji wyboru dostawcy Internetu, są według badanych, przede wszystkim:
  - cena (wskazana przez 66% badanych)
  - kompleksowość oferty
  - wsparcie techniczne, serwis realizowane w siedzibie klienta
- Nieznaczne różnice między małymi a średnimi firmami nie są istotne statystycznie. Oznacza to, że model decyzyjny – przynajmniej ten deklarowany – jest w przypadku obu kategorii firm dokładnie taki sam.
- **Interpretując ten wynik należałoby stwierdzić, iż najważniejszym czynnikiem wyboru dostawcy Internetu jest „percepcja ceny”.**

# Ważność czynników przy wyborze dostawcy – Internet stacjonarny



Na ile ważna przy wyborze dostawcy Internetu jest dla Pana/i: ...? Odpowiedzi na skali 5 stopniowej, gdzie 1 oznacza „w ogóle nieważna a 5 „bardzo ważna”.

## Kilku dostawców

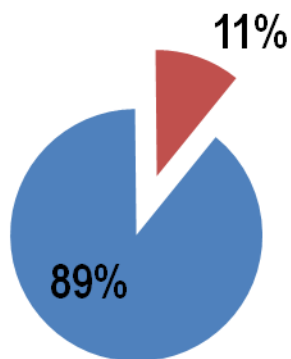


- Podstawowym powodem korzystania z usług kilku dostawców jest fakt zlokalizowania biur, oddziałów firmy w kilku lokalizacjach. Powód ten współgra z doбором uzupełniających dostawców Internetu, którymi są najczęściej mali, lokalni gracze.
- Kolejnym argumentem na jaki zwracali uwagę badani są wygoda i możliwości techniczne, które najczęściej wynikają z lokalizacji. Firmy ulokowane w jednym mieście, kiedy decydują się na kolejną lokalizację, to najczęściej stanowi ona formę zaplecza dla głównej siedziby, magazyn, etc.
- Czynniki odgrywające istotną rolę przy wyborze dostawcy takie jak cena, jakość, nie decydują w istotny sposób o podjęciu decyzji o korzystaniu z dwóch lub więcej dostawców Internetu.

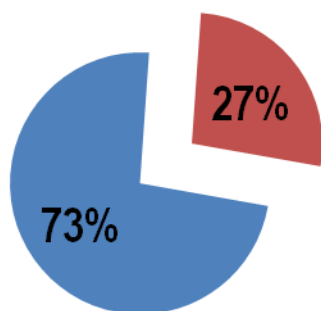
# Kilku dostawców – Internet



## firmy małe

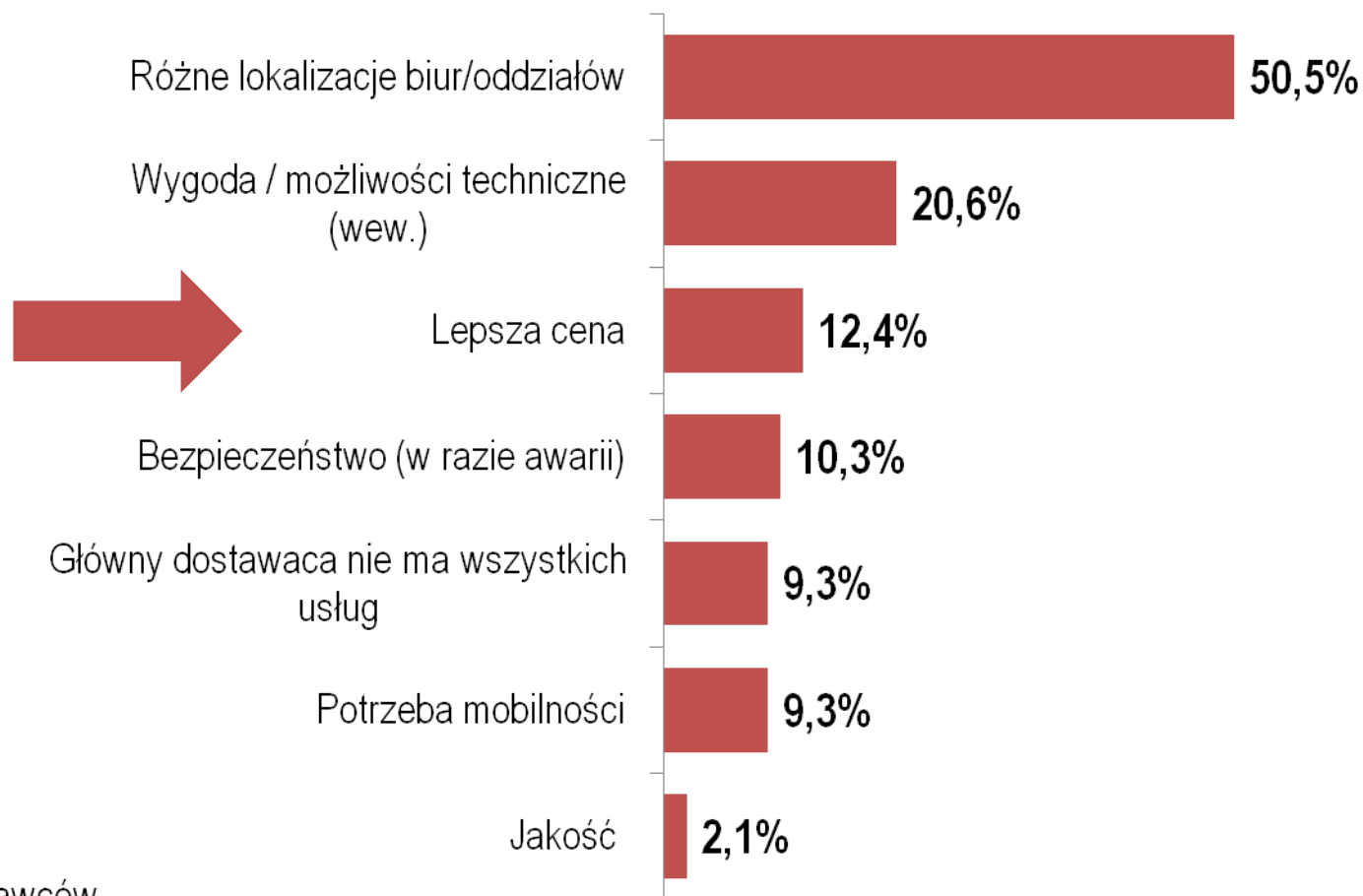


## firmy średnie



■ jeden dostawca ■ wielu dostawców

## Powody korzystania z kilku dostawców



## Powody zmiany dostawcy – Internet



- 13% badanych firm chciałoby zmienić dostawcę Internetu.

word cloud containing the following terms: **większa przepustowość**, **cena**, **problemy techniczne**, **kompleksowa oferta**, **światłowód**, **jakość**, **zmiana siedziby**

- Badani myślący o zmianie dostawcy Internetu jako główny powód planowanej zmiany wskazują chęć uzyskania większej przepustowości, co pośrednio wiąże się z również wskazywanymi problemami technicznymi wynikającymi z niewystarczającej przepustowości (choć nie są one z nią tożsame).
- Innym istotnym motywatorem zmiany jest oczywiście cena.

Dlaczego chcecie Państwo zmienić głównego dostawcę Internetu?



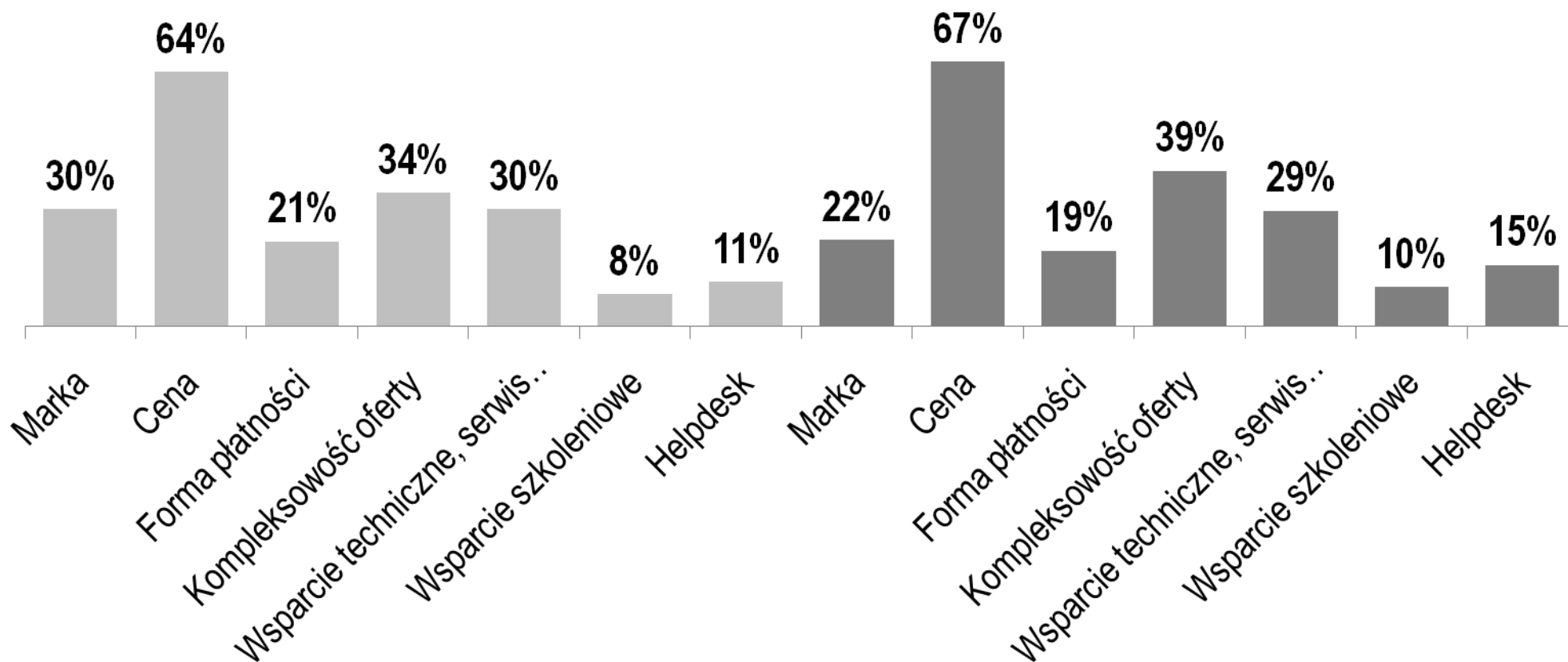
# DOSTAWCY USŁUG TELEFONIA STACJONARNA

## Dostawcy usług – telefonia stacjonarna



- Czynnikiem, które badani biorą pod uwagę w sytuacji wyboru dostawcy telefonii stacjonarnej, są według badanych, przede wszystkim:
  - cena (wskazana przez 66% badanych)
  - kompleksowość oferty
  - wsparcie techniczne, serwis realizowane w siedzibie klienta
- Nieznaczące różnice między małymi a średnimi firmami nie są istotne statystycznie. Oznacza to, że model decyzyjny – przynajmniej ten deklarowany – jest w przypadku obu kategorii firm dokładnie taki sam.
- Interpretując ten wynik należałoby stwierdzić, iż najważniejszym czynnikiem wyboru dostawcy Internetu jest „percepcja ceny”.

# Ważność czynników przy wyborze dostawcy – telefonia stacjonarna



Na ile ważna przy wyborze dostawcy telefonii stacjonarnej jest dla Pana/i: ...? Odpowiedzi na skali 5 stopniowej, gdzie 1 oznacza „w ogóle nieważna a 5 „bardzo ważna”.



## Kilku dostawców – powody – telefonia stacjonarna



- Podstawowym powodem korzystania z usług kilku dostawców jest fakt zlokalizowania biur, oddziałów firmy w kilku lokalizacjach. Jest to sytuacja praktycznie taka sama jak w przypadku Internetu. Różnica polega na tym, że w przypadku Internetu lokalizacja zwykle skłaniała do korzystania z małych dostawców, w przypadku telefonii stacjonarnej lokalizacja skłania do wyboru dużego dostawcy obecnego na danym terenie.
- Kolejnym argumentem na jaki zwracali uwagę badani jest cena. Cena rozumiana w kontekście koszt minuty połączenia lub koszt pakietu rozmów.
- Na podobnym poziomie kształtuje się ważność wygody korzystania, możliwości technicznych po stronie odbiorcy jak również możliwości techniczne, zakres oferty po stronie dostawcy. W komunikacji należy zwracać uwagę na jasne definiowanie zakresów odpowiedzialności i możliwości realnego wpływu na funkcjonowanie usługi.

## Kilku dostawców – powody – telefonia stacjonarna

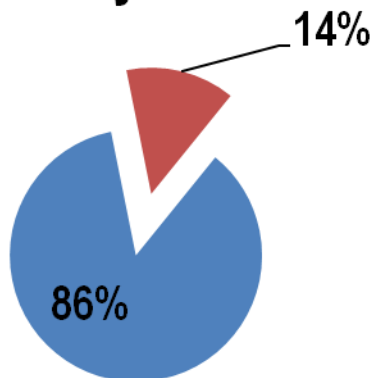


- Podobnie jak w przypadku Internetu jakość nie odgrywa kluczowej roli w porównaniu z ceną jeśli chodzi o podjęcie decyzji o korzystaniu z drugiego dostawcy. Pomimo, iż elementy związane z jakością nie są wyrażane wprost, należy zwrócić uwagę, iż kwestie bezpieczeństwa, stabilności dostarczania usługi są bardzo wyraźnie eksponowane. Oznacza to, że w przypadku komunikowania wysokiej jakości usług i obsługi należy się skupić na obszarze bezawaryjności, wsparcia, a nie jakości jako wartości samej w sobie. Usługa wysokiej jakości czy też obsługa na wysokim poziomie, w świetle tego badania, wydają się być pojęciami pustymi – nie posiadającymi odzwierciedlenia w realnym świecie.

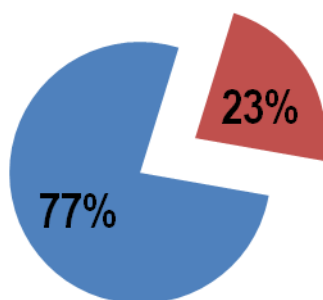
# Kilku dostawców – telefonia stacjonarna



firmy małe

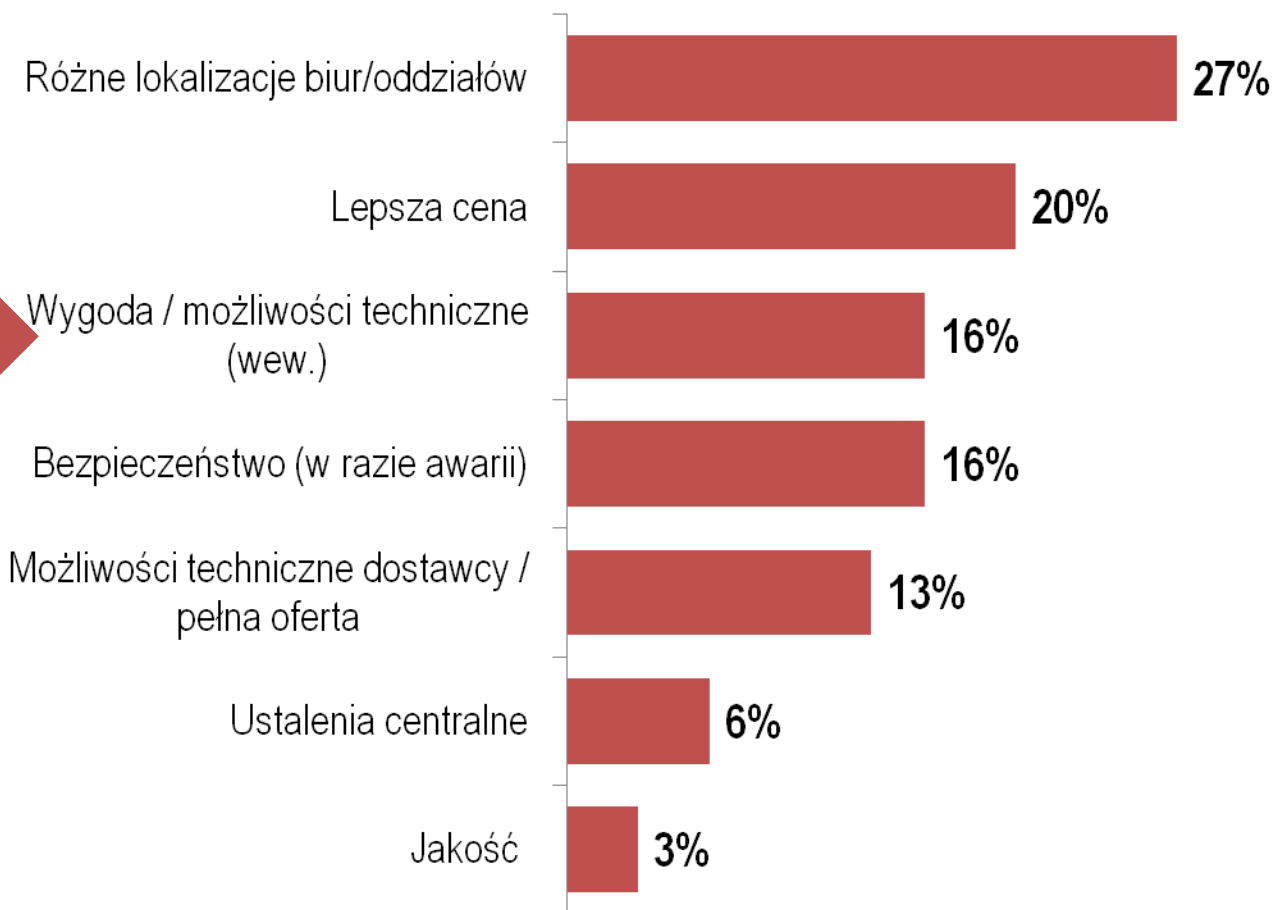


firmy średnie



■ jeden dostawca ■ wielu dostawców

## Powody korzystania z kilku dostawców



## Powody zmiany dostawcy – telefonia stacjonarna



**8% badanych z małych firm i 9% z średnich chciałoby zmienić dostawcę usług telefonii stacjonarnej.**

Powody przemawiające za zmianą operatora to przede wszystkim różne lokalizacje, które z czasem zostają objęte siecią operatorów alternatywnych, lub nowe lokalizacje oddziałów, biur, punktów obsługi, etc.

różne lokalizacje  
bezpieczeństwo  
oferta  
cena  
jakość  
wygoda  
ustalenia centralne



# DOSTAWCY USŁUG TELEFONIA KOMÓRKOWA

- Potrzeby telekomunikacyjne polskich przedsiębiorstw

## Dostawcy telefonii komórkowej



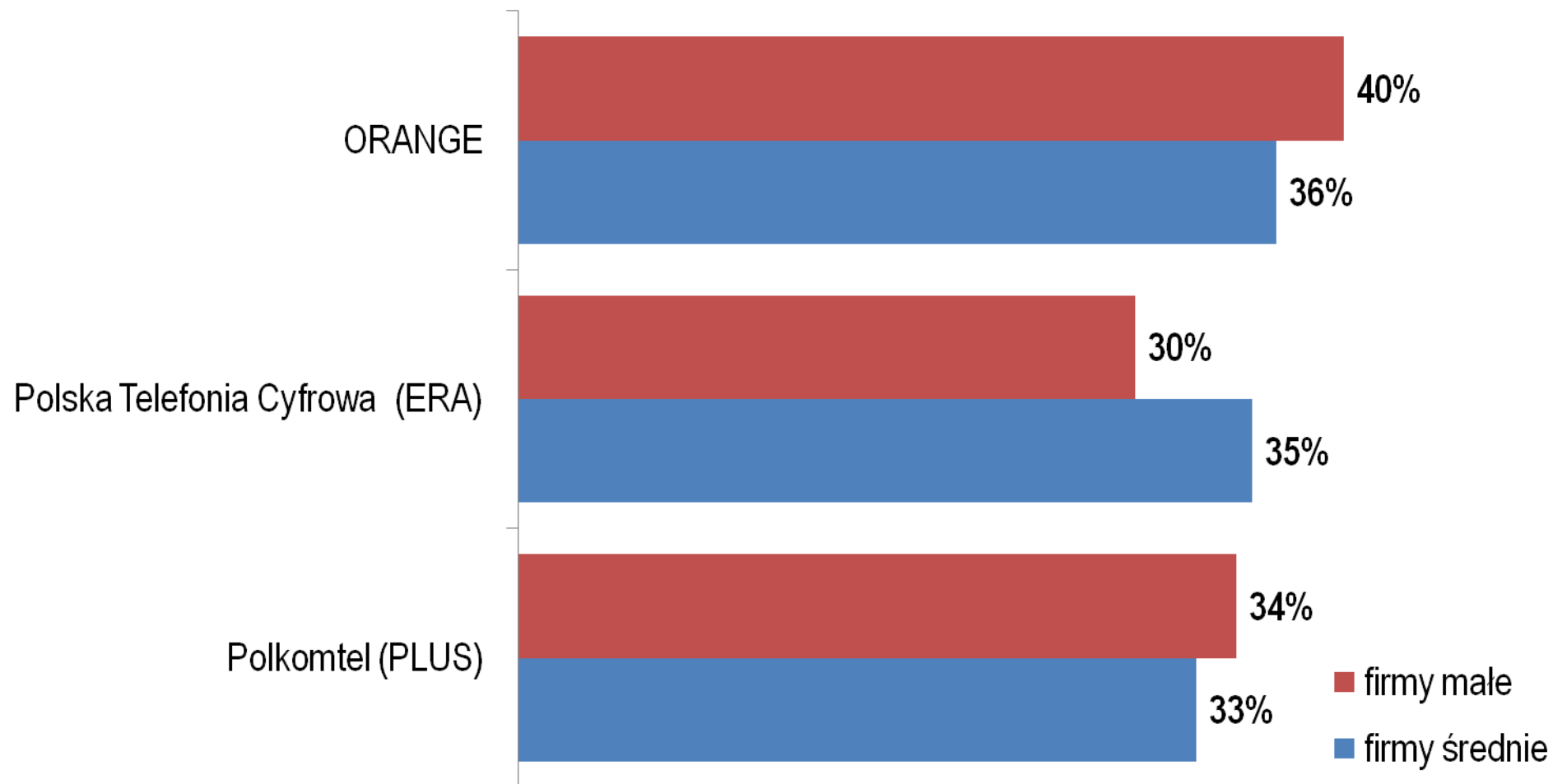
- W obszarze telefonii komórkowej zaobserwowaliśmy bardzo wyrównany udział liderów. Era, Orange, Plus dzielą rynek – jeśli chodzi o liczbę użytkowników – na trzy praktycznie równe części.
- Na korzystanie z innych operatorów wskazało łącznie 6,7% badanych i były to pojedyncze wskazania dotyczące poszczególnych, niszowych, operatorów.
- Również w obszarze telefonii komórkowej uwidacznia się zjawisko jednoczesnego współkorzystania z różnych operatorów telefonii komórkowej.

## Dostawcy usług – telefonia komórkowa



- W świetle wyników niniejszego badania telefonia komórkowa stanowi zupełnie odrębną, wręcz wyizolowaną kategorię usług telekomunikacyjnych.
- Powszechne jest jednoczesne korzystanie z kilku operatorów telefonii komórkowej, najczęściej jest to wynik zaszłości historycznych, wykorzystywania przez pracowników telefonów prywatnych a następnie rozliczania ich (lub przejmowania) jako firmowych.
- Kolejne umowy aktywacyjne podpisywane są w ramach zwiększających się potrzeb, więc nie ma jednej umowy na korzystanie z usług telefonii komórkowej.

# Dostawcy telefonii komórkowej



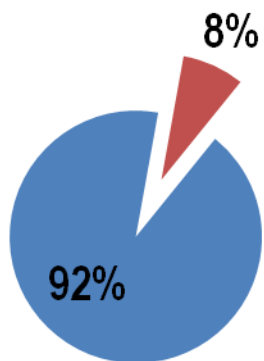
•Potrzeby telekomunikacyjne polskich przedsiębiorstw



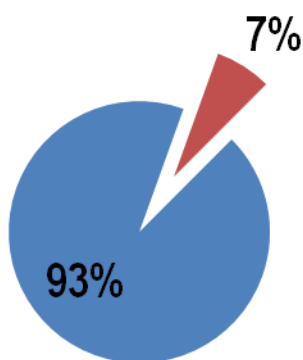
# Kilku dostawców – telefonia komórkowa



## firmy małe

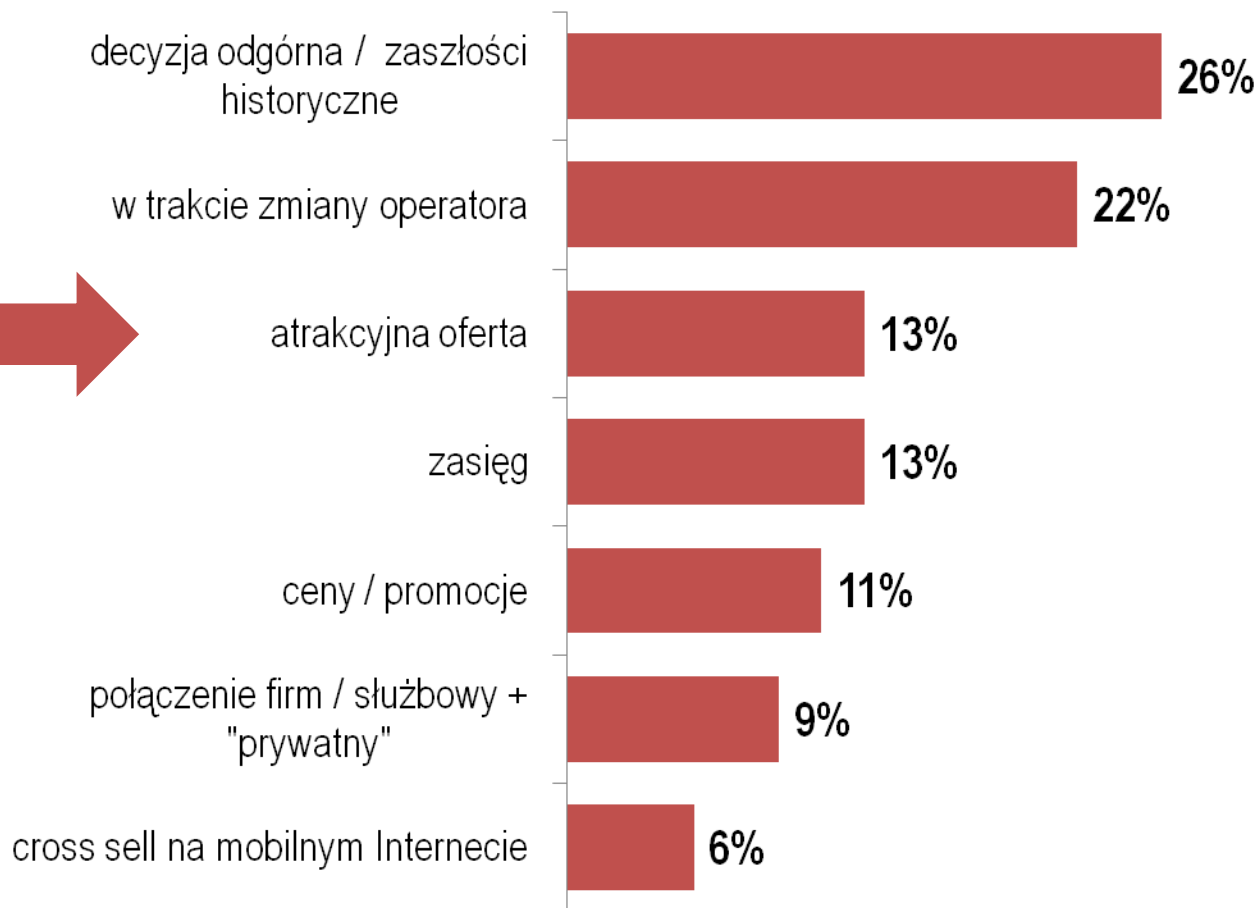


## firmy średnie



■ jeden dostawca ■ wielu dostawców

## Powody korzystania z kilku dostawców

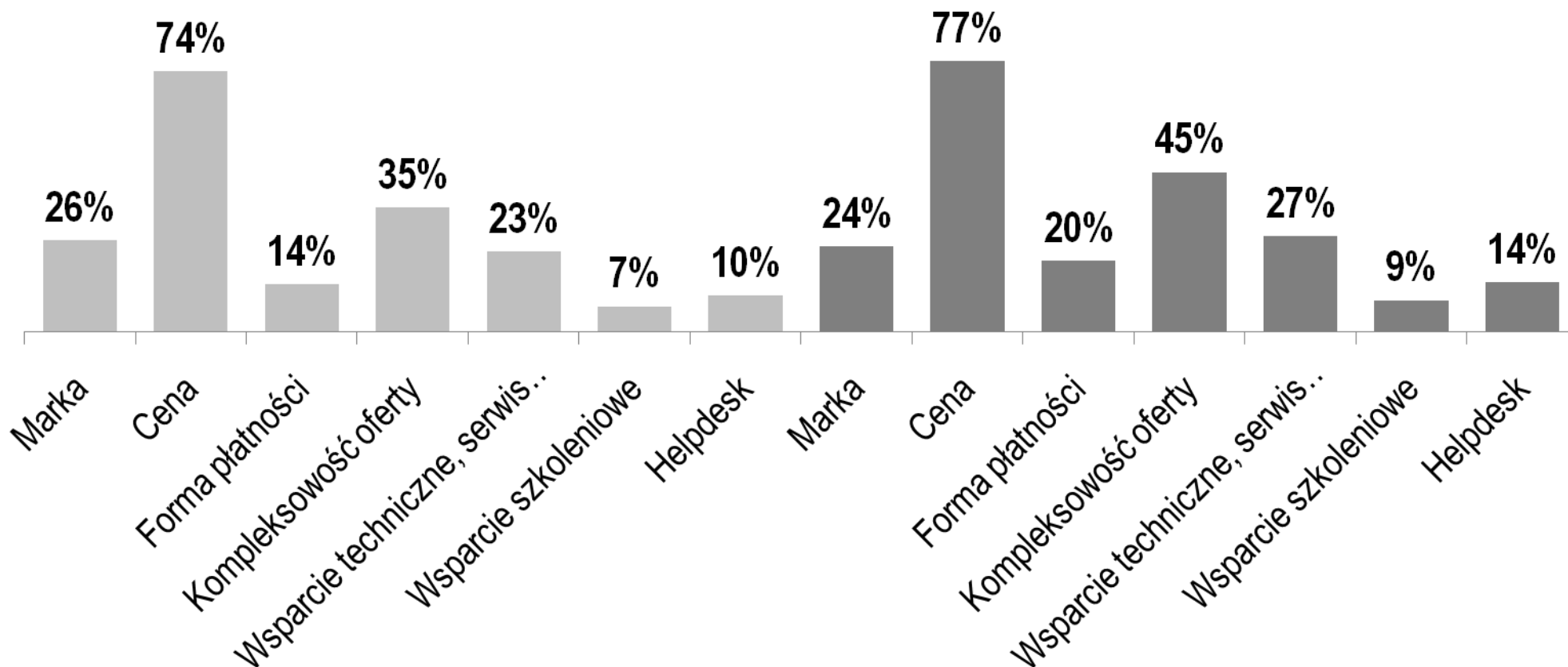


# Czynniki wyboru dostawcy – telefonia komórkowa



- W przypadku telefonii komórkowej cena jest wyjątkowo często wskazywanym czynnikiem decydującym o wyborze oferty.
- Marka, której ważność jest relatywnie wysoka, nie jest aż tak ważna jak kompleksowa oferta.
- Inne badania wskazują, iż emocjonalny stosunek do marki operatora telefonii komórkowej ma istotne znaczenie. W przypadku wywiadów B2B jest on zwykle obniżany.

# Ważność czynników przy wyborze dostawcy – telefonia komórkowa



Na ile ważna przy wyborze dostawcy telefonii komórkowej jest dla Pana/i: ...? Odpowiedzi na skali 5 stopniowej, gdzie 1 oznacza „w ogóle nieważna a 5 „bardzo ważna”.

•Potrzeby telekomunikacyjne polskich przedsiębiorstw

# Podsumowanie



- **Kompleksowość oferty** telekomunikacyjnej
- **Cena** proporcjonalna do poziomu jakości świadczonych usług
- **Serwis**

odgrywają kluczową rolę z perspektywy kryteriów wyboru dostawców usług dla sektora małych i średnich firm w Polsce.

# Dziękujemy za uwagę

