

ANALIZA RYNKU ISP W POLSCE. OUTSOURCING USŁUG INTERNETOWYCH

Przygotowane dla CRN Polska www.crn.pl

Autorzy : Sylwester Kołodyński, Przemysław Strzelecki www.eISP.pl

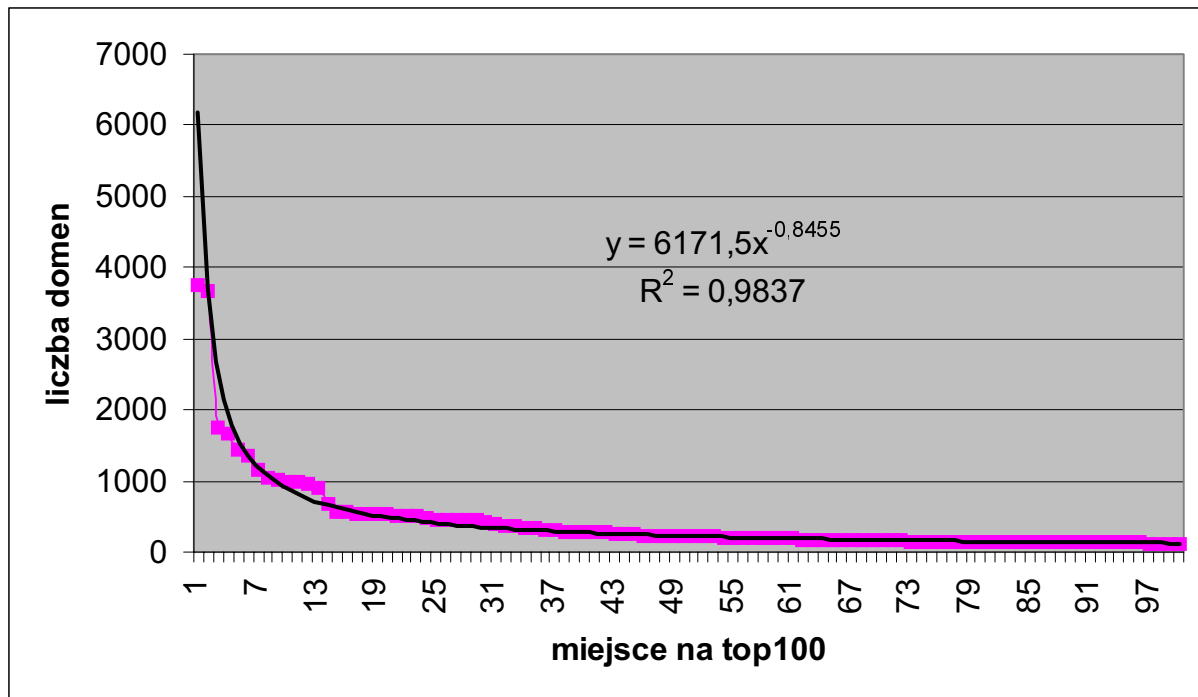
Wrocław 2001

Polska do Internetu podłączyła się na początku lat 90-tych. Pierwsze zaczęły to wykorzystywać ośrodki akademickie. Później dostrzegły korzyści firmy podłączane przez komercyjnych ISP (Internet Service Provider – Dostawca usług internetowych). Rozkwit Internetu komercyjnego zaczął się w roku 95 i 96 i trwa do dziś. Pierwsze koncesje dla ISP zostały wydane w 1996 roku i według spisu Ministerstwa Łączności do tej pory koncesje na świadczenie usług teleinformatycznych oraz dostępu do Internetu otrzymało około 700 firm (<http://www.ml.gov.pl/polski/zezkon/teleinformatyczne.doc>). Trzeba pamiętać o tym że do świadczenia usług hostingu (czyli wynajmowania przestrzeni dyskowej na serwerze pod strony WWW i konta pocztowe) oraz ASP (Application Service Provider) nie trzeba koncesji ministerstwa. Świadczenie usług internetowych wydaje się być sprawą bardzo prostą. Wystarczy przecież kupić dobre serwery, podłączyć go do sieci stałym łączem (2 Mb/s na początek), zatrudnić administratora. Potem zaczynają się schody: okazuje się że klientów wcale nie tak łatwo zdobyć, dobry administrator kosztuje sporo, konkurencja narzuca tak niskie ceny, że o szybkim uzyskaniu rentowności można zapomnieć, serwer nie jest wykorzystany nawet w 30%. Chyba nie o tym marzyliśmy.

Krótką analiza rynku

Podzielmy rynek na dużych i małych dostawców. Duży dostawca dzięki efektowi skali może zaoferować szeroki dostęp, zaawansowany hosting w konkurencyjnych cenach, projektowanie zaawansowanych serwisów, duże wydatki na reklamę i promocje. Mały ISP rzadko oferuje dostęp (jeśli już to w niewielkim zakresie), tani i zazwyczaj prosty hosting, projektowanie serwisów. Wydawało by się że pożarcie drobnicy przez rekiny rynkowe to tylko kwestia czasu. Tymczasem analiza danych ze strony www.top100.pl prowadzi do zaskakujących wyników. Okazuje się że poza zasięgiem 100 największych providerów znajduje się prawie połowa domen (46%). Co więcej, jeżeli przyjrzeć się bliżej rozkładowi liczby domen między górne 100, wnioski są jeszcze ciekawsze. Pierwszych 14 providerów z top100 obsługuje połowę i widać tu wyraźne skoki. Dalszy przebieg jest niemal idealnie gładki. Widać wyraźnie, że liczba obsługiwanych domen bardzo powoli, asymptotycznie dąży do 0 (Przybliżenie funkcją

$y = 6171,5 * x^{-0,8455}$ objaśnia 98% przypadków – patrz wykres).. Pytanie brzmi: Co tak fantastycznie wyrównuje ten przebieg? Dlaczego zasada Pareto nie sprawdza się w tym przypadku i 80% rynku nie jest kontrolowane przez 20 % firm?



Wygląda na to, że trzeba być po prostu blisko klienta. Ludzie wolą zadzwonić w razie kłopotów na lokalny numer telefonu i mieć pewność że pomoc jest w pobliżu. Duża rola bezpośrednich kontaktów także sprzyja małym, elastycznym firmom. Duże przedsiębiorstwa mogą sobie pozwolić na tworzenie oddziałów w innych miastach, jednak rozpoznanie i zdobycie nowego rynku jest procesem długotrwałym. Opowieści o tym że Internet nie zna granic włożyłbym raczej do futurologii. Szeroko zakrojona propaganda „społeczeństwa informacyjnego” została skierowana do ludzi, którzy nie bardzo wiedzą co to Internet i jak go wykorzystać do pracy. W efekcie osoba odpowiedzialna w firmie za wizerunek i kontakty handlowe nie jest skłonna do wydawania pieniędzy na rzeczy na których się nie zna, ale jednocześnie nie wypada jej przyznać się do niewiedzy. Duża luka popytu pierwotnego zablokowana jest brakiem skłonności do zakupu usługi praktycznie nieznannej. Kampanie reklamowe dużych ISP w postaci np. billboard’ów czy klipów reklamowych nie spełniają roli informacyjnej. Dlatego nawet niewielki ISP, jeżeli jest znany na lokalnym rynku i prowadzi odpowiednią kampanię informacyjną, może uszczknąć kawałek tortu. Z drugiej strony tworzenie konkurencyjnych rozwiązań, utrzymanie serwerów i zapewnienie szerokiego

dostępu do świata są warunkiem rozwoju małych ISP. Wysoka kapitałochłonność tych działań jest głównym czynnikiem ograniczającym i spowalniającym ich rozwój. Wszyscy podążają mniej więcej tą samą ścieżką rozwoju i trudno liczyć na to że można łatwo wyprzedzić kogoś kto zaczął wcześniej.

Rozwiązanie : outsourcing

Wyjściem z tej sytuacji jest outsourcing spraw technicznych i stanie się wirtualnym ISP. Dzięki temu można skupić się na działaniach marketingowych, decydujących o sukcesie oraz rozwijać swoje kluczowe kompetencje, np. tworzenie serwisów www, grafika, szkolenia z obsługi internetu, instalacja i sprzedaż sprzętu. Harvard Business Review określił outsourcing największym odkryciem ostatnich 75 lat. Badania przeprowadzone przez magazyn Fortune jednoznacznie wskazują że wiodące firmy aktywnie wykorzystują w swojej działalności outsourcing w celu osiągnięcia wyników gospodarczych. *W największym skrócie: chodzi o to by każdy robił to na czym zna się najlepiej.* Outsourcing to wykorzystywanie zasobów zewnętrznych, zamiast pozyskiwania i wykorzystywania ich lokalnie. Sprowadza się do powierzenia niektórych elementów organizacji firmy innym firmom do odpłatnego zarządzania i wykonywania za nich określonych funkcjonalnych zadań. Outsourcing stosowany jest zwykle, gdy dostępne są zewnętrzne, tańsze od wewnętrznych, zasoby wysokiej jakości.

Zalet outsourcingu jest wiele, skupmy się na najczęściej wymienianych. Zapewniona jest większa stabilność opieki nad funkcjami organizacyjnymi naszej firmy - nie ma tu uzależnienia od choroby, urlopu, opieki nad dzieckiem. Istnieje również możliwość korzystania z usług ekspertów o dużym doświadczeniu i fachowości, których zatrudnienie byłoby zbyt drogie i nieracjonalne, można również utrzymać pożądany poziom etatów, zapewniając jednocześnie wystarczającą liczbę odpowiednio wykwalifikowanego personelu. Kolejną sprawą jest obniżenie kosztów działalności, ponieważ wydzielone na zewnątrz funkcje nie generują kosztów związanych ze stworzeniem i utrzymaniem stanowiska pracy, kosztów ubezpieczeń zdrowotnych, emerytalnych, szkolenia pracownika, itd. Umowa z firmą outsourcingowa to więcej niż zatrudnienie pojedynczego fachowca. Specjalista skierowany do współpracy z przedsiębiorstwem korzysta z całej wiedzy zgromadzonej w firmie doradczej, z firmowych baz danych oraz z porad innych ekspertów. Zapewnia to

wysoką jakość usług w oparciu o dotychczasowe doświadczenia oraz specjalizację firm świadczących omawiane usługi.

W przypadku usług ISP szczególnie dobrze widać następujące zalety outsourcingu:

1. Nie trzeba w ogóle martwić się o sferę techniczną: serwer, kopie zapasowe, zabezpieczenia, administratorów, programistów itd.
2. Od klientów wpływa co miesiąc abonament za utrzymanie serwisów na serwerze. Koszty związane z serwerem nigdy nie przekroczą przychodów (jest to zawsze część abonamentu)
3. Zapewniony jest łatwy dostęp do najnowszych osiągnięć informatycznych
4. Ryzyko starzenia się technologii i konkurencyjności oferty spada na barki firmy outsourcingowej

Skoro wymienione zalety powodują coraz szersze stosowanie outsourcingu w istniejących przedsiębiorstwach, warto zastanowić się czy jest to opłacalne także przy zakładaniu nowej działalności, ewentualnie jej poszerzaniu. Jedynym czynnikiem ograniczającym jest psychologia. Osoba decydująca o wejściu na nowy rynek często podchodzi do sprawy ambicjonalnie. Propozycja przekazania określonych funkcji na zewnątrz jest odbierana jako podważenie lub wręcz negacja kompetencji pracowników firmy. Względy ekonomiczne przestają się w tym momencie liczyć. Nie ma się jednak co łudzić: outsourcing to powierzenie części organizacji firmy grupie fachowców, którzy wiedzą, umiejętnościami i doświadczeniem przewyższają zwykle naszych pracowników. Firma outsourcingowa wykonując podobne czynności dla wielu firm może zatrudnić lepszych fachowców, ponieważ jest konkurencyjna płacowo. Dodatkowo korzystamy z rozwiązań problemów, jakie firma outsourcingowa już przerobiła z klientami. Wybór pomiędzy większą sprawnością organizacji a poczuciem własnej wartości wcale nie jest prosty i racjonalny. Za stosowaniem outsourcingu od samego początku przemawia przede wszystkim wyraźne zmniejszenie wysokości inwestycji. Całe koszty związane z wydzieloną funkcją sprowadzają się do opłat za usługę, nie ma potrzeby inwestycji w infrastrukturę. W każdym razie nie ma potrzeby natychmiastowego i trwałego angażowania kapitału firmy w sferę obsługiwaną przez outsourcing.

Jak zarobić ?

Jeśli nie przemówiły o opłacalności outsourcingu powyższe stwierdzenia sięgnijmy do wyliczenia założenia kosztów założenia działalności ISP. Koszt 2 serwerów, routera, analizy rynku, stworzenia usług to minimum 40-50 tys. i parę miesięcy straconego czasu. Straconego, bo w tym czasie nasza konkurencja już sprzedaje. Pracownicy, to jak się da zauważyć, to później największy koszt działalności. Zwłaszcza w dziale, jakim są usługi internetowe. Bardzo ważny także jest serwis, on decyduje o utrzymaniu pozycji i rozwoju firmy na ustabilizowanym rynku. Rzeczy te powodują, że stabilność działalności także mocno zależy od osób zatrudnionych. Rozwiązania jakie są na polskim rynku internetowym często są autorskie i odejście autora (administrator, programista) powoduje praktycznie zmianę oferty i jakości świadczonych usług. Zatem aby utrzymać stabilność działania należy utrzymywać znaczną ekipę programistów, co z kolei generuje potężne koszty bieżące na poziomie kilkunastu/kilkudziesięciu tysięcy miesięcznie. Dojście do poziomu przychodów z abonamentu i bieżących wdrożeń do tych kwot to co minimum kilka miesięcy pracy z klientami oraz trafienie z rozwiązaniami w potrzeby rynku. Korzystanie z firmy outsourcingowej powoduje, że dostajemy natychmiast gotową konkurencyjną ofertę oraz stabilność tworzonych rozwiązań. Koszty startu sięgają co najwyżej kilkuset złotych. Utrzymanie miesięczne podobnie kosztuje. Od razu mamy bazę klientów, którzy już korzystają z rozwiązań. Możemy pokazać firmy, które sprawdziły rozwiązanie i są z niego zadowolone. To gwarancja dla potencjalnych klientów, że będą dobrze obsługiwani. Takich argumentów firma startująca samodzielnie nie posiada.. Wzrost kosztów jest proporcjonalny do wzrostu przychodów, czyli jak zarabiamy więcej to płacimy więcej. Pozwala to skupić się na wdrożeniach oraz obsłudze klienta i zapomnieć o kosztach infrastruktury technicznej. Jeśli chcemy się rozwijać przy niskich kosztach to outsourcing jest najtańszym rozwiązaniem, coraz bardziej dostrzeganym i wykorzystywanym na polskim rynku informatycznym.

O eISP.pl

Firma eISP.pl, dostępna także pod adresem e-commerce.pl, jest hurtownią usług internetowych. Specjalizacją firmy jest outsourcing usług oraz tworzenie oprogramowania, wspierającego handel elektroniczny (e-commerce). Sprzedaż i wdrożenia usług realizowane jest wyłącznie przez ogólnopolską sieć partnerów, firma nie sprzedaje swoich usług i produktów detalicznie. Firma skupia się na tworzeniu narzędzi do wdrożeń nowego oprogramowania oraz tworzeniu kanałów promocji w Internecie. Zcentralizowana baza techniczna oraz bliskość serwisu dla klienta daje niskie końcowe koszty produktu dla klienta oraz wysoką jakość i szybkość serwisu. Właścicielem marki eISP.pl jest firma Kasat Sp. z o.o. – <http://www.kasat.net>. Siedziba firmy mieści się we Wrocławiu.

KONTAKT:

Kasat Sp. z o.o.

Sylwester Kołodyński

Tel./fax +48 71 354 42 23

Tel. 0602 759876

ICQ: 3237872

e-mail: S.Kolodynski@kasat.net