

Wpływ BYOD na finanse przedsiębiorstwa

10 najważniejszych ogólnych wniosków z badania programu Horizons grupy IBSG Cisco

Jeff Loucks / Richard Medcalf
Lauren Buckalew / Fabio Faria



Wprowadzenie

Przynoszenie do pracy własnych urządzeń (Bring your own device – BYOD) to trend rosnący w większości regionów świata. Zostało to udokumentowane w raporcie „Trend BYOD – ujęcie globalne” z szeroko zakrojonego badania przeprowadzonego przez grupę Cisco® Internet Business Solutions Group (IBSG). W kolejnym badaniu w celu poznania pełnego obrazu korzyści i strat jakie niesie ze sobą BYOD, grupa IBSG Cisco przeprowadziła złożoną analizę finansową. Aby stworzyć nasz model finansowy, przeprowadziliśmy ankietę wśród ponad 2400 użytkowników mobilnych¹ z 18 branż w sześciu krajach: Stanach Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii, Niemczech, Indiach, Chinach i Brazylii.² Respondenci byli pracownikami zarówno średnich przedsiębiorstw (500–999 zatrudnionych), jak i korporacji.³ W naszym modelu finansowym wykorzystaliśmy również dane z ankiety grupy IBSG Cisco przeprowadzonej wśród 135 kierowników działów IT,⁴ dane z szeroko zakrojonych badań wtórnych, a także dane dotyczące własnych doświadczeń z BYOD pracowników firmy Cisco. Łącznie przeprowadzone przez nas ankiety i dane z badań dodatkowych pozwolą na uzyskanie jasnego obrazu wpływu BYOD na finanse „typowej” firmy⁵ w sześciu analizowanych krajach.

W tym artykule omówiono 10 najważniejszych ogólnych wniosków naszej analizy.

Wniosek nr 1: Pracownicy zaczynają po prostu przynosić własne urządzenia do pracy

W latach 2013–2016 w sześciu ujętych w badaniu krajach liczba urządzeń BYOD wzrosła o 105% ze 198 do 405 milionów. Największy obecnie rynek BYOD obejmujący 71 milionów urządzeń, czyli Stany Zjednoczone, do 2016 r. powiększy się do 108 milionów urządzeń. Lecz w 2016 roku palma pierwszeństwa w tej dziedzinie przypadnie Chinom, w których przewidywana liczba urządzeń wyniesie 166 milionów w porównaniu z 63 milionami obecnie.⁶ Tempo wzrostu modelu BYOD będzie wysokie na wszystkich analizowanych przez nas rynkach. Mówiąc krótko: BYOD to już dziś bardzo znaczący trend, który wciąż przybiera na sile.

W latach 2013–2016
w sześciu ujętych
w badaniu krajach liczba
urządzeń BYOD wzrosła
o 105% – ze 198 do
405 milionów.

Chęć wydawania swoich pieniędzy na sprzęt oznacza, że pracownicy BYOD dostrzegają wartość w korzystaniu z własnych technologii.

Wniosek nr 2:

Niecała 1/3 respondentów woli używać urządzeń firmowych

30% użytkowników mobilnych stwierdza, że wolałaby pracować w miejscu, gdzie jako narzędzie pracy udostępnia się im urządzenia firmowe, zaś 49% woli korzystać z BYOD. Preferencje w korzystaniu z urządzeń BYOD są w szczególności widoczne w Chinach, gdzie zaledwie 16% użytkowników mobilnych wolało by wykorzystywać urządzenia udostępniane przez firmę. Niemcy to jedyny kraj, w którym użytkownicy mobilni preferują używanie urządzeń firmowych (37% w porównaniu z 32% zwolenników BYOD i 31% osób bez jakichkolwiek preferencji).

Wniosek nr 3:

Użytkownicy mobilni chętnie inwestują w BYOD

Użytkownicy mobilni korzystający z urządzeń BYOD na swój sprzęt wydają 965 USD i wykorzystują do pracy średnio 1,7 własnego urządzenia. Dodatkowo na taryfy obejmujące transmisję głosu i danych przy użyciu urządzeń BYOD rocznie wydają 734 USD. Chęć wydawania swoich pieniędzy na sprzęt oznacza, że pracownicy ci dostrzegają wartość w korzystaniu z własnych technologii.

Wniosek nr 4:

BYOD przyczynia się do zwiększania wydajności pracy na całym świecie

Nawet połączenie różnych metod obsługi BYOD w typowej firmie nie niweluje oszczędności, a zarazem zwiększa wydajność pracowników. Niemniej jednak nie we wszystkich badanych krajach firmy czerpią z BYOD jednakowe zyski. Dzięki korzystaniu z własnego urządzenia pojedynczy pracownik we wszystkich sześciu analizowanych krajach oszczędza tygodniowo przeciętnie 37 minut, przy czym w Stanach Zjednoczonych wartość ta jest wysoka, bo wynosi 81 minut, zaś w Niemczech niska, gdyż jest to zaledwie 4 minuty.

Wniosek nr 5:

We wdrażaniu BYOD większość firm działa na zasadzie bodziec-reakcja, a nie przyjęcia podejścia strategicznego

Większość przedsiębiorstw zareagowała na potrzeby zarówno pracowników wyższego, jak i niższego szczebla, oferując zaledwie częściowe możliwości i strategię, które nie pozwalają na kapitalizację potencjalnych korzyści wynikających z BYOD. Firmy mogłyby uzyskać znaczny wzrost wydajności, gdyby skutecznie wdrożyły zestaw ośmiu podstawowych możliwości nazwany przez grupę IBSG „kompleksową polityką BYOD”. W zaledwie 26% firm respondentów wdrożono rozwiązania zbliżone do tej wzorcowej polityki. Reszta w zakresie BYOD oferowała – można powiedzieć – niekompletny „zlepek” możliwości. Za terminem „podstawowej polityki BYOD” kryje się wdrożona już przez firmy przeciętna oferta wspomnianych możliwości, która znacząco odbiega od kompleksowej polityki BYOD.

Typowe przedsiębiorstwo w każdym z analizowanych państw mogłoby, bez wyjątku, zyskać wyraźne korzyści finansowe przez wprowadzenie pełnej obsługi BYOD.

Wniosek nr 6:

Dzięki kompleksowej polityce BYOD firmy mogą rocznie uzyskać dodatkowe 1300 USD na każdego użytkownika mobilnego

Działając w sposób impulsywny, a nie strategiczny jeśli chodzi o wdrażanie możliwości BYOD, firmy tracą średnio 1300 USD rocznie na jednym pracowniku mobilnym. O ile podstawowa polityka BYOD przynosi rocznie średnio 350 USD zysku na pojedynczym użytkowniku mobilnym (użytkowniku urządzeń BYOD lub firmowych), o tyle przyjęcie kompleksowej polityki BYOD zwiększa tę kwotę do 1650 USD. W niektórych krajach, np. Chinach czy Niemczech, gdzie obecnie z podstawowej polityki BYOD czerpie się niewielkie korzyści albo nie czerpie się ich wcale, roczne zyski na jednego użytkownika mobilnego mogłyby wynieść nawet do 900 USD. To przeważnie firmy ze Stanów Zjednoczonych uzyskują największe dodatkowe środki dzięki wdrożeniu kompleksowej polityki BYOD. Roczna kwota uzyskiwana w przypadku pojedynczego użytkownika mobilnego waha się w amerykańskich firmach między 950 USD a 3150 USD. Typowe przedsiębiorstwo w każdym z analizowanych państw mogłoby, bez wyjątku, zyskać wyraźne korzyści finansowe przez przejście na pełne rozwiązanie BYOD. Co równie ważne kompleksowa polityka BYOD zwiększa wydajność zarówno w środowiskach, gdzie już czerpano korzyści z wdrożenia jej podstawowej odmiany, jak i w tych, gdzie dopiero próbowano jej podstawową wersję wprowadzić w życie.

Wniosek nr 7:

W krajach rozwiniętych kompleksowa polityka BYOD pobudza innowacje pracownicze, a w krajach rozwijających się neutralizuje straty wydajności

Wdrażając kompleksową politykę BYOD, firmy są w stanie dokonać optymalizacji korzyści w zakresie wydajności, które niesie ze sobą BYOD. Na rynkach w krajach rozwiniętych (Stany Zjednoczone, Wielka Brytania i Niemcy) nowe sposoby pracy (innowacje pracownicze dotyczące ról w pracy) w wyniku przejścia z podstawowej na kompleksową politykę BYOD stanowią największą część zysku wydajności (21%). W krajach rozwijających się (Indie, Chiny i Brazylia) niektóre z najbardziej znaczących korzyści występują na obszarach, w których podstawowa polityka BYOD miała nieistotny, a nawet negatywny wpływ na wydajność, mianowicie w zakresie dostępności (20% lub więcej zysku w każdym z krajów) oraz przestojów i administracji (razem na tych obszarach uzyskano zysk rządu: 28% w Indiach, 22% w Chinach oraz 38% w Brazylii).

Wniosek nr 8:

Kompleksowa polityka BYOD „spłaca” zainwestowane w nią środki, przynosząc oszczędności

Kompleksowa polityka BYOD nie tylko pozytywnie wpływa na wydajność, ale także przynosi oszczędności kosztów materialnych. Główne oszczędności występują na trzech obszarach:

- **Koszty sprzętu:** Pracownicy nabywają urządzenia zakupione uprzednio przez firmę.
- **Koszty wsparcia:** Dzięki BYOD firmy mogą, podobnie jak firma Cisco, realnie obniżyć koszty wsparcia poprzez zorganizowanie wsparcia społecznościowego, serwisów wiki, forów i innych skutecznych form pomocy.
- **Koszty usług telekomunikacyjnych:** Migracja niektórych użytkowników mobilnych z firmowych planów transmisji danych do samodzielnie opłacanych planów zmniejsza koszty usług telekomunikacyjnych. Tego rodzaju migracji firmy były w stanie dokonać w odniesieniu do około 20% pracowników.

Jeżeli wdrożenie zostanie przeprowadzone przy zastosowaniu odpowiedniego planu i właściwej obsługi, model BYOD będzie korzystny zarówno dla firmy, jak i pracowników.

Wniosek nr 9:

Większe możliwości wyboru i lepszy dostęp do sieci mogą przekonać użytkowników urządzeń firmowych do przejścia na BYOD

Gdy spytaliśmy użytkowników urządzeń firmowych dlaczego nie wykorzystują w pracy własnych urządzeń BYOD, najczęściej podawanym powodem był wymóg korzystania z urządzeń firmy. W rzeczywistości 36% użytkowników urządzeń firmowych preferowałoby BYOD. Drugim powodem niekorzystania z BYOD jest lepszy dostęp do sieci firmowej (51%). Kolejną ważną przyczyną jest lepszy dostęp do aplikacji firmowych (49%). Odpowiednio wdrażając BYOD firmy mogą z powodzeniem zmienić model pracy swych pracowników i uczynić ich szczęśliwszymi.

Wniosek nr 10:

Możliwość „BYO-Laptop” (Przynies swojego laptopa) powinna stanowić główny element kompleksowej polityki BYOD

Laptop to główne narzędzie pracy większości pracowników umysłowych. Zatem możliwość korzystania z preferowanego laptopa, systemu operacyjnego czy zestawu aplikacji będzie miała znaczące przełożenie na wzrost wydajności pracy użytkowników biznesowych. 37% użytkowników urządzeń BYOD wykorzystuje swojego laptopa do pracy, co sprawia, że możliwość BYO-laptop powinna stanowić główny element każdej kompleksowej polityki BYOD. Grupa IBSG ocenia, że laptop zapewnia wkład rzędu 750 USD w szacunkową kwotę 1650 USD generowaną przez jednego użytkownika mobilnego.

Wnioski

Aby wykorzystać pełny potencjał modelu BYOD firmy muszą opracować skuteczną politykę dotyczącą mobilności, której naczelnymi zasadami będą: możliwość wyboru przez pracownika i wsparcie ze strony pracodawcy. Pracownicy z pewnością będą innowacyjni i chętni do współpracy, gdy nie narzuci się im sztywnych ram, wedle których mają pracować. Jeżeli wdrożenie zostanie przeprowadzone przy zastosowaniu odpowiedniego planu i właściwej obsługi, model BYOD będzie korzystny zarówno dla firmy, jak i pracowników.

Więcej informacji na ten temat znajduje się kompletnej analizie ekonomicznej pt. „Wpływ BYOD na finanse przedsiębiorstwa – model korzyści, które niesie BYOD dla spółek na całym świecie.”

Uwagi końcowe

1. Termin „Użytkownik mobilny” definiuje się następująco: pracownik umysłowy korzystający w pracy z przynajmniej jednego urządzenia mobilnego (laptop, smartfon lub tablet). 29% respondentów należało do wykonawczej kadry kierowniczej (tj. wykonawczej kadry kierowniczej lub starszej kadry zarządzającej), a 71% można sklasyfikować jako pracowników umysłowych (tj. menedżerów średniego szczebla, kierowników, specjalistów, techników, pracowników ds. sprzedaży, pracowników obsługi klienta i pracowników administracyjnych).
2. Badani pracowali dla średnich przedsiębiorstw (500–999 zatrudnionych) i korporacji (1000 lub więcej zatrudnionych) zlokalizowanych w Stanach Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii, Niemczech, Indiach, Chinach i Brazylii. W każdym z krajów przepytano średnio 400 respondentów. Dane obejmują informacje z ankiety przeprowadzonej wśród 322 użytkowników mobilnych ze Stanów Zjednoczonych w sierpniu 2012 r. Pozostali amerykańscy respondenci w liczbie 81 oraz wszyscy respondenci z innych krajów wzięli udział w ankiecie w lutym 2013 r.
3. Rozdział procentowy respondentów według wielkości firmy wynosił 27% w przypadku średnich firm (500–999 pracowników) i 73% w przypadku dużych przedsiębiorstw (ponad 1000 pracowników).
4. Ankietowanie amerykańskich kierowników działów IT – służące w szczególności wygenerowaniu danych wejściowych modelu finansowego IBSG – miało miejsce w sierpniu 2012 r. Biorący udział w badaniu decydenci IT zarządzali w firmach rozwiązaniami mobilnymi.
5. W niniejszym artykule słowo „typowy” odnosi się do firmy, w której możliwości w zakresie BYOD są na poziomie średnim – zarówno dla wyższej kadry kierowniczej, jak i pracowników umysłowych.
6. Źródła: EIU, Strategy Analytics, grupa IBSG, 2013 r.

Informacje o programie Cisco IBSG Horizons

Horizons to wieloaspektowy program badań i analiz mający na celu identyfikowanie możliwości rozwoju firm na bazie innowacji technologicznych. Wieloaspektowy charakter programu Horizons koncentruje się na trzech podstawowych obszarach: (1) badania podstawowe, takie jak ankiety wśród klientów, grup fokusowych i wywiady z ekspertami z danej dziedziny, (2) szczegółowe badania wtórne wśród liderów rynku i jednostek mających na niego wpływ oraz (3) zastosowanie analizy predykcyjnej do gromadzenia wniosków dotyczących innowacji technologicznych i oceny ilościowej ich wpływu.

W celu uzyskania szczegółowych informacji o badaniu pt. „Wpływ BYOD na finanse przedsiębiorstwa” w ramach programu Horizons grupy IBSG prosimy o kontakt:

Richard Medcalf

Cisco IBSG Research & Economics Practice
rmedcalf@cisco.com

Jeff Loucks

Cisco IBSG Research & Economics Practice
jeloucks@cisco.com

Lauren Buckalew

Cisco IBSG Research & Economics Practice
labuckal@cisco.com

Fabio Faria

Cisco IBSG Research & Economics Practice
ffaria@cisco.com

Więcej informacji

Grupa Cisco IBSG (Internet Business Solutions Group) stymuluje kreowanie wartości rynkowej dla naszych klientów, oddziałując na branżę poprzez usługi w zakresie doradztwa i wsparcia dla wyższej kadry kierowniczej oraz tworzenia i rozwijania innowacyjnych rozwiązań. Łącząc strategię, procesy i technologie, Cisco IBSG działa jako zaufany doradca pomagający klientom podejmować decyzje, które zmieniają doskonałe pomysły w wymierną wartość.

Więcej informacji o IBSG można znaleźć na stronie <http://www.cisco.com/ibsg>



Centrala dla krajów Ameryki Północnej i Południowej
Cisco Systems, Inc.
San Jose, CA

Centrala dla krajów Azji i Pacyfiku
Cisco Systems (USA) Pte. Ltd.
Singapur

Centrala europejska
Cisco Systems International BV Amsterdam.
Holandia

Firma Cisco ma ponad 200 biur na całym świecie. Pełną listę adresów, numerów telefonów oraz faksów można znaleźć w witrynie internetowej firmy Cisco pod adresem: www.cisco.com/go/office.

Nazwa i logo Cisco są znakami towarowymi lub zastrzeżonymi znakami towarowymi firmy Cisco i (lub) jej spółek zależnych w Stanach Zjednoczonych i innych krajach. Lista znaków towarowych firmy Cisco znajduje się pod następującym adresem: www.cisco.com/go/trademarks. Znaki towarowe innych producentów wymienione w tym dokumencie są własnością ich prawnych właścicieli. Użycie słowa „partner” nie oznacza stosunku partnerstwa między firmą Cisco a jakąkolwiek inną firmą (1110R).