



Eindgebruikersonderzoek in zakelijke marktsegmenten

Eindrapport (v1.3)

In opdracht van:

OPTA

Project:

2008.021

Publicatienummer:

2008.021-0806

Datum:

Utrecht, 21 mei 2008

Auteurs:

dr. ir. ing. Rudi Bekkers

ir. Stein Smeets

drs. Robbin te Velde



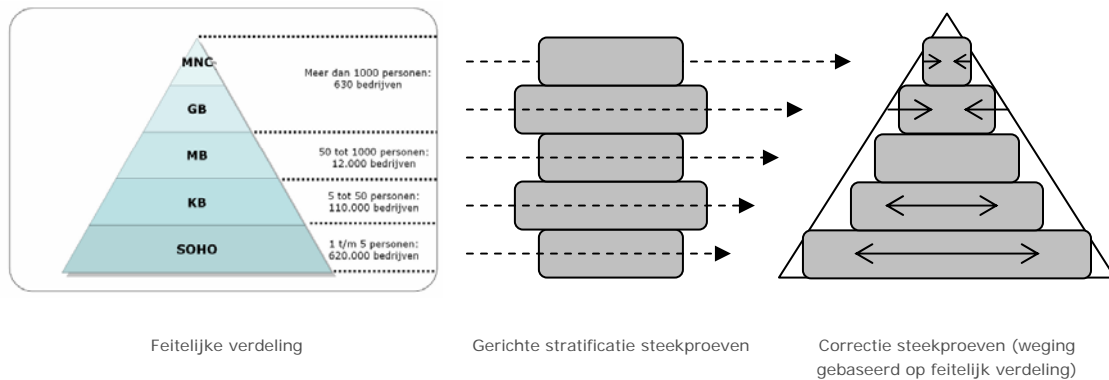
Inhoudsopgave

Inleiding	7
1.1 Achtergrond	7
1.2 Afbakening onderzoek	7
2 Gehanteerde methodologie	10
2.1 Uitvoering onderzoek	10
2.2 De gebruikte steekproeven en de response	11
2.3 Achtergrondgegevens van de populatie	13
2.4 Non-response	14
3 Vaste telefonie	15
3.1 Gebruik van producten	15
3.2 Overstapgedrag naar producten	17
3.3 Overstap bij een hypothetische prijsstijging (SSNIP-test)	20
3.4 Overstapgedrag naar aanbieders	21
4 Internettoegang	24
4.1 Gebruik van producten	24
4.2 Overstapgedrag naar producten	25
4.3 Overstap bij een hypothetische prijsstijging (SSNIP-test)	28
4.4 Overstapgedrag naar aanbieders	30
5 Vaste verbindingen tussen vestigingen en filialen	32
5.1 Gebruik van producten	32
5.2 Overstapgedrag naar producten	35
5.3 Overstap bij een hypothetische prijsstijging (SSNIP-test)	37
5.4 Overstapgedrag en dienstenaanbieders	38
6 Buying power	42
7 Conclusies	47
Annex	49

Lijst van tabellen

Tabel 1: Classificatie van telecomproducten zoals toegepast in dit onderzoek	8
Tabel 2: Overzicht van de steekproeven.....	11
Tabel 3: Voorbeeldtabel voor het verschil tussen het ongewogen totaal en het gewogen totaal.....	12
Tabel 4: Overzicht van bedrijven naar bedrijfsgrootte en branche van herkomst	13
Tabel 5: Overzicht van bedrijven naar bedrijfsgrootte en aantal vestigingen.....	14
Tabel 6: Overzicht van non-response.....	14
Tabel 7: Maakt uw organisatie gebruik van vaste telefonieaansluitingen?.....	15
Tabel 8: Percentage van de telefoniegebruikers dat gebruik maakt van de volgende technologieën, per segment	16
Tabel 9: Bent u de afgelopen drie jaar overgestapt of verwacht u de komende drie jaar over te stappen naar een ander type telefonieaansluiting?.....	17
Tabel 10: Van welke aansluiting voor vaste telefonie naar welke aansluiting?	19
Tabel 11: Redenen om over te stappen naar een ander type telefonieaansluiting	19
Tabel 12: Redenen om niet over te stappen van type telefonieaansluiting	20
Tabel 13: SSNIP-test telefonieaansluitingen	21
Tabel 14: Van welk type telefonieaansluiting naar welk type telefonieaansluiting bij een hypothetische prijsverhoging.....	21
Tabel 15: Daadwerkelijke of geplande overstap van aanbieder van vaste telefonie	22
Tabel 16: Herkomst (soort aanbieder) van bedrijven die van plan zijn van aanbieder te wisselen van vaste telefonie	22
Tabel 17: Huidige aanbieder van de bedrijven die niet van plan zijn om over te stappen van aanbieder van vaste telefonie	23
Tabel 18: Maakt u organisatie gebruik van toegang tot het openbare internet?.....	24
Tabel 19: Percentage van de internetgebruikers dat gebruik maakt van de volgende technologieën, per segment	25
Tabel 20: Bent u de afgelopen drie jaar overgestapt of verwacht u de komende drie jaar over te stappen naar een ander type internettoegang?.....	26
Tabel 21: Van welke aansluiting voor internettoegang naar welke aansluiting?	27
Tabel 22: Redenen om over te stappen naar een ander type internettoegang	28
Tabel 23 Redenen om niet over te stappen van type internettoegang	28
Tabel 24: SSNIP-test internetaansluitingen	29
Tabel 25: Van welk type internetaansluiting naar welk type internetaansluiting bij een hypothetische prijsverhoging.....	29
Tabel 26: Daadwerkelijke of geplande overstap van aanbieder van internettoegang	30
Tabel 27: Herkomst (soort aanbieder) van bedrijven die van plan zijn van aanbieder van internettoegang te wisselen	31
Tabel 28: Huidige aanbieder van de bedrijven die niet van plan zijn om over te stappen van aanbieder van internettoegang	31
Tabel 29: Maakt uw organisatie gebruik van vaste verbindingen tussen vestigingen en filialen?	32
Tabel 30: Percentage van de gebruikers van vaste verbindingen tussen vestigingen en filialen dat gebruik maakt van de typen huurlijnen, per segment	33
Tabel 31: Percentage van de gebruikers van vaste verbindingen tussen vestigingen en filialen dat gebruik maakt van een laag- vs. een hoogcapacitaire huurlijn, per segment ..	34
Tabel 32: Percentage van de gebruikers van vaste verbindingen tussen vestigingen en filialen dat gebruik maakt van de volgende typen VPN's, per segment	35

Tabel 33: Bent u de afgelopen drie jaar overgestapt of verwacht u de komende drie jaar over te stappen naar een ander type vaste verbindingen tussen vestigingen en filialen?..	35
Tabel 34: Van welke type vaste verbindingen tussen vestigingen en filialen naar welk type vaste verbindingen tussen vestigingen en filialen?	36
Tabel 35: Redenen om over te stappen van type vaste verbindingen tussen vestigingen en filialen	36
Tabel 36: Redenen om niet over te stappen van type vaste verbindingen tussen vestigingen en filialen.....	37
Tabel 37: SSNIP-test vaste verbindingen tussen vestigingen en filialen.....	38
Tabel 38: Daadwerkelijke of geplande overstap van aanbieder van vaste verbindingen tussen vestigingen en filialen.....	39
Tabel 39: Herkomst (soort aanbieder) van bedrijven die van plan zijn te wisselen van aanbieder van vaste verbindingen tussen vestigingen en filialen	40
Tabel 40: Huidige aanbieder van de bedrijven die niet van plan te wisselen van aanbieder van vaste verbindingen tussen vestigingen en filialen.....	40
Tabel 41. Als u telecommunicatiediensten inkoopt, vraagt u dan om een offerte van de leverancier?.....	42
Tabel 42: Welke voorwaarden gelden over het algemeen voor het opstellen van het contract?.....	43
Tabel 43: Invloed op contractvoorwaarden versus wel of geen overstap, per marktsegment	44
Tabel 44: Invloed op contractvoorwaarden versus wel of niet klant van KPN, per marktsegment	44
Tabel 45. In welke mate bent u in staat om bij de inkoop van telecommunicatiediensten de contractvoorwaarden te beïnvloeden?.....	45
Tabel 46: Gepercipieerde invloed op contract versus wel of geen overstap, per marktsegment	46
Tabel 47: Gepercipieerde invloed op contract versus wel of niet klant van KPN, per marktsegment	46
Tabel 48: Wordt de inkoop van telecommunicatiediensten en van IT-diensten binnen uw bedrijf door dezelfde afdeling gedaan?.....	49
Tabel 49: Worden de telecommunicatiediensten en IT-diensten van uw bedrijf (voor het overgrote deel) door dezelfde aanbieder geleverd?	50



Figuur 3: Sample design

Als er in een tabel in de volgende hoofdstukken percentages worden genoemd verwijzen deze in principe naar de percentages zoals die in de steekproeven voorkomen. Echter, het totaal van de rijen verwijst naar het gewogen totaal – dus naar de gehele populatie van bedrijven in Nederland. Hierbij is een wegingsfactor gebruikt die gebaseerd is op de cijfers genoemd in figuur 1. Tabel 2 laat zien wat de verschillen tussen de twee soorten percentages zijn. Normaliter wordt alleen kolom [B] getoond en [A] weggelaten. Ter illustratie: voor deze steekproef is het totaal percentage voor 'Ja' 32,2%. Dat is een onderschatting van het totaal voor heel Nederland (57,9%) omdat respondenten uit het ondervertegenwoordigde SOHO-segment juist vaak 'Ja' scoren (67,9%).

Tabel 3: Voorbeeldtabel voor het verschil tussen het ongewogen totaal en het gewogen totaal

	SOHO	KB	MB	GB	[A] Steekproef (ongewogen totaal)	[B] Heel Nederland (gewogen totaal)
Nee	35 32,1%	77 93,9%	87 83,7%	25 59,5%	66,3%	41,9%
Ja	75 67,9%	4 4,9%	15 14,4%	15 35,7%	32,2%	57,9%
Weet ik niet	0 0,0%	1 1,2%	2 1,9%	2 4,8%	1,5%	0,2%
Totalen	110 100,0%	82 100,0%	104 100,0%	42 100,0%	100,0%	100,0%

Een uitzondering op bovenstaande vormen de tabellen in hoofdstuk 5, het hoofdstuk dat ingaat op vaste verbindingen tussen vestigingen en filialen. Zoals aangegeven betreft het daar technologieën die met name door grotere bedrijven worden afgenomen; het gaat immers om bedrijven die meerdere vestigingen hebben. Zouden de totalen worden gewogen dan wordt extra gewicht gegeven aan de antwoorden van SOHO- en KB-bedrijven, terwijl dat juist bedrijven zijn die naar verwachting weinig vaste verbindingen tussen vestigingen en filialen afnemen.⁵ Daarom is er voor gekozen in hoofdstuk 6 de ongewogen totalen (kolom [A] in tabel 3) te laten zien. Dat betekent echter wel dat de totalen in hoofdstuk 5 niet zondermeer representatief zijn voor de gehele Nederlandse populatie.

⁵ Zie hiervoor Tabel 5: slechts 1% van de bedrijven uit het SOHO-segment heeft meer dan een vestiging, tegen 66% en 95% voor respectievelijk het MB- en GB-segment.

