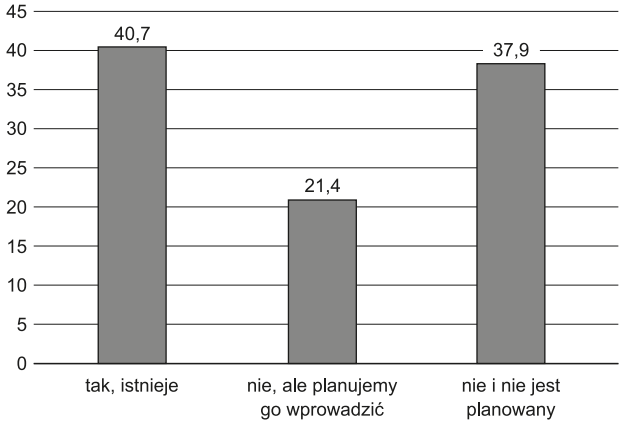
Tabela 7.7. Korzystanie z usług jednostek zewnętrznych w zakresie przetwarzania informacji dotyczących otoczenia biznesowego organizacji w ramach systemu Market Intelligence

Odpowiedzi badanych	Liczba	% badanych
Wykorzystanie usług jednostek zewnętrznych w zakresie przetwarzania informacji		
Nie	106	73,1
Tak	39	26,9
% przetwarzania informacji odbywający się poza firmą		
0–10%	3	7,7
11–20%	20	51,3
21–40%	7	18,0
41–60%	4	10,3
61–80%	3	7,7
81–100%	2	5,1
Ogółem	39	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

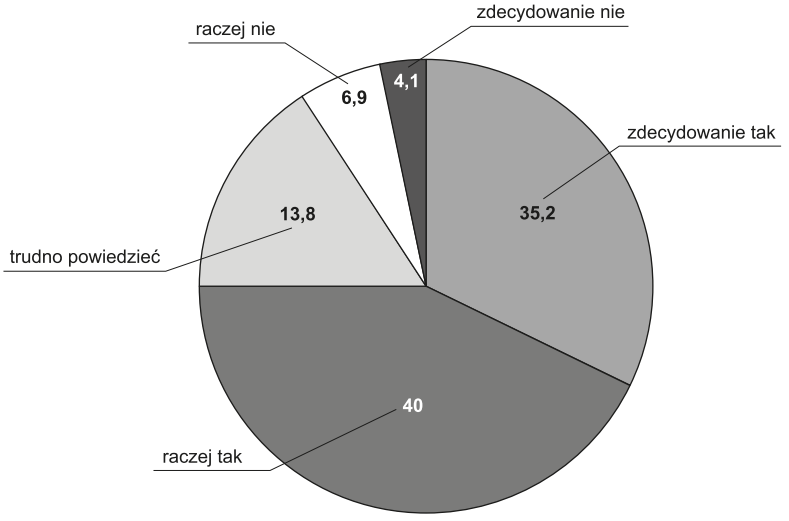


Wykres 7.2. System przetwarzania danych (narzędzia IT) w ramach Market Intelligence w badanych przedsiębiorstwach (w %)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

W co trzecim przedsiębiorstwie, w którym nie ma takiego systemu, planuje się jego wdrożenie w najbliższych 1–2 latach.

Istotnym elementem Market Intelligence jest eksplorowanie zasobów wiedzy znajdujących się wewnątrz organizacji. W toku prowadzonych pomiarów respondentów zapytano, czy informacje na temat otoczenia biznesowego organizacji pozyskiwane są w firmie także od pracowników. Trzy czwarte badanych przedsiębiorstw odpowiedziały twierdząco, choć nie zawsze respondenci byli co do tego w pełni przekonani. Jedynie w przypadku nieco ponad jednej trzeciej podmiotów padła zdecydowana odpowiedź twierdząca, a dwóch na pięciu badanych odpowiedziało „raczej tak", co nasuwa wątpliwość dotyczącą funkcjonowania w tych firmach formalnego systemu gromadzenia danych wewnątrz organizacji (wykres 7.3).



Wykres 7.3. Pozyskiwanie informacji od pracowników w ramach systemu Market Intelligence (w %)
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Badane organizacje poproszono o wskazanie, jakie koszty ponoszone są w skali roku przez przedsiębiorstwo w ramach prowadzonych działań Market Intelligence, wliczając w to zarówno koszty prowadzonych badań, zakupu informacji, jak i zakupu lub wykorzystania oprogramowania i narzędzi analitycznych oraz usług specjalistów i analityków (wykres 7.4). Przeszło jedna trzecia respondentów podawała kwoty do 10 000 zł, nieco ponad 15% wskazało na wydatki rzędu 10 000–50 000 zł, a ponad jedna dziesiąta badanych – od 50 000 do 100 000 zł. Zdecydowanie rzadziej podawano wyższe kwoty, tzn. od 100 000 do 250 000 zł (5,5% badanych), 250 000–500 000 zł (9,7), 500 000 – 1 mln zł (3,4%) oraz powyżej 1 mln zł (0,7%). Blisko jedna piąta badanych odmówiła udzielenia odpowiedzi na to pytanie.