**Badanie Brother Polska: jak drukują i kupują małe i średnie firmy**

**Warszawa, 30 stycznia 2020 r. – Firma Brother Polska opublikowała wyniki badania poświęconego drukowi w polskich małych i średnich przedsiębiorstwach. Analiza pokazuje, że firmy powszechnie wykorzystują urządzenia drukujące, przy czym największą wagę przywiązują do kosztów związanych z ich zakupem i eksploatacją.**

**Drukarki powszechne w biurach**

Jak wynika z badania przeprowadzonego w 2019 r. w Polsce na zlecenie Brother Polska, sprzętem drukującym najczęściej wykorzystywanym przez małe i średnie przedsiębiorstwa działające w Polsce są urządzenia wielofunkcyjne (87 proc.). Korzystanie z monochromatycznych drukarek laserowych deklaruje 60 proc. firm, a z kolorowych – 52 proc. Mniejszą popularnością cieszą się urządzenia atramentowe. W najmniejszym stopniu ankietowane MŚP korzysta z drukarek mobilnych (tylko 5 proc. wskazań).

W zdecydowanej większości firm (90 proc.) liczba poszczególnych wykorzystywanych urządzeń drukujących nie przekracza 10 sztuk. Wyjątek stanowią tutaj monochromatyczne drukarki laserowe: 1/3 firm deklaruje posiadanie więcej niż 10 sztuk tych urządzeń. Duże firmy są na ogół w posiadaniu większej liczby sztuk sprzętu niż małe przedsiębiorstwa.

Najczęstszy rodzaj zastosowania sprzętu drukującego w badanych firmach to modele sieciowe dla grup roboczych udostępniane kilku komputerom (40 proc.). Przy tym sposób eksploatacji różni się jednak w zależności od typu urządzeń. Modele atramentowe, urządzenia specjalistyczne, mobilne drukarki oraz skanery wykorzystuje się głównie jako sprzęt podłączony do jednego komputera. Drukarki laserowe udostępnia się najczęściej grupom roboczym, a urządzenia wielofunkcyjne – działom lub departamentom w ramach jednego przedsiębiorstwa. Wśród dużych firm bardziej powszechne jest wykorzystanie urządzeń wielofunkcyjnych oraz monochromatycznych drukarek laserowych jako sprzętu sieciowego, który udostępniany jest działom, a rzadsze – korzystanie z urządzeń specjalistycznych.

Polskie MŚP zapytane o najczęściej występujące problemy ze sprzętem drukującym wskazywały na zacięcia papieru, usterki bębnów drukujących oraz problemy z różnymi formatami nośników.

**Co kupują MŚP?**

Zarówno małe, jak i duże firmy najczęściej nabywają urządzenia wielofunkcyjne (61 proc. wskazań). Blisko 60 proc. firm planujących zakup chce przeznaczyć budżet nie większy niż 10 tysięcy zł. Ponad 50 proc. firm nie planuje zakupu lub nie wie kiedy dokona zakupu urządzeń drukujących, niemal 30 proc. zamierza zainwestować w sprzęt w dalszej przyszłości, a 18 proc. chce nabyć nowe modele niebawem.

50 proc. firm przeznacza na zakup materiałów eksploatacyjnych do urządzeń drukujących poniżej 5 tys. zł rocznie, a drugie tyle dysponuje w tym zakresie budżetem rocznym w wysokości powyżej 5 tys. zł. Wraz ze wzrostem rozmiarów firmy zmienia się struktura wydatków na materiały eksploatacyjne: budżet dużych firm na ich zakup częściej niż w przypadku małych firm przekracza 10 tys. zł.

**Kryteria i priorytety zakupowe**

Najważniejsze źródła informacji przy wyborze sprzętu to wcześniejsze doświadczenia w eksploatacji przez firmę (58 proc.) oraz rekomendacje i opinie innych użytkowników, partnerów i ekspertów (58 proc.). Najmniej istotne są dla badanych firm reklamy w Internecie, prasie i telewizji oraz ulotki reklamowe (tylko 3 proc. wskazań).

Najczęstszy schemat zakupu modeli drukujących to wybór urządzenia z oferty producentów i poszukiwanie najkorzystniejszego sposobu ich zakupu (36 proc.). 24 proc. firm sprawdza aktualne promocje u dystrybutorów i wybiera najkorzystniejszą ofertę. Tylko 10 proc. ma umowę ramową z jednym dystrybutorem i korzysta wyłącznie z jego oferty.

„Druk to dla polskich małych i średnich przedsiębiorstw obszar nadal ważny i stale obecny w ich codziennej działalności. Jest on przy tym często postrzegany przez pryzmat kosztów, a rzadziej w ujęciu wydajności czy nowoczesnych technologii, takich jak zaawansowane systemy informatyczne czy chmura. Firmy chcą drukować oszczędnie, co jest zupełnie zrozumiałe, ale warto, aby spojrzały na ten proces z perspektywy zarządzania danymi, bo to pozwoli im zoptymalizować biznes i zapewnić wyższy poziom informacji” – powiedział Piotr Baca, Country Manager w Brother Polska.

Najważniejszym (79 proc. wskazań) czynnikiem przy wyborze marki jest cena, przy czym najbardziej liczą się dla firm koszty kartridży i tonerów (68 proc.) oraz samego sprzętu (47 proc.). Z kolei najmniej istotnymi kryteriami są możliwość przetestowania sprzętu w firmie oraz kwestie oprogramowania umożliwiającego kontrolę i optymalizację druku w firmie (obie pozycje uzyskały 18 proc. wskazań). Firmy zapytane o pożądane cechy sprzętu, najczęściej brane pod uwagę w procesie zakupowym, wskazują na możliwości drukowania przez sieć (68 proc.), niezawodność sprzętu potwierdzoną opiniami użytkowników (65 proc.), automatyczny druk dwustronny (59 proc.) oraz szybkość drukowania (55 proc.). W kontekście eksploatacji przedsiębiorstwa planujące zakup urządzeń drukujących zwracają uwagę na wydajność materiałów eksploatacyjnych (76 proc.) oraz ich jakość (49 proc.). W zakresie serwisu i gwarancji ważne są dla polskich MŚP: szybki i bezpośredni kontakt z serwisem (60 proc.) oraz możliwość serwisu on-site (52 proc.).

**O badaniu**

Badanie zostało przeprowadzone w lipcu i sierpniu 2019 r. na zlecenie firmy Brother przez agencję badawczą ARC Rynek i Opinia przy użyciu techniki CATI. Kwestionariusz, analizy i raport z badania przygotowała agencja Data Science Publicis Media/Zenith. Grupa badawcza objęła 400 osób odpowiedzialnych za wybór i zamówienia drukarek/urządzeń wielofunkcyjnych w małych i średnich firmach w Polsce.

###

# Informacje o firmie Brother

# Firma Brother należy do grupy wiodących na świecie producentów wyspecjalizowanych w dziedzinie urządzeń drukujących i technologii komunikacyjnych, posiadająca od dłuższego czasu pozycję światowego lidera w segmencie monochromatycznych wielofunkcyjnych urządzeń laserowych. Swoją działalność rozpoczęła w 1908 r. w Japonii, a w 2018 r. obchodziła 60-lecie działalności w Europie. Brother zatrudnia na całym świecie 25 000 pracowników. Firma Brother zbudowała swój sukces w Europie w oparciu o wysoką jakość, wyjątkowo korzystny wskaźnik cena/wartość, marketing, lokalną sieć dystrybucji i serwisu, wysoki poziom zaangażowania na rzecz ochrony środowiska oraz dostępność dla klienta. Brother oferuje zastrzeżone technologie, opracowywane, wytwarzane i dystrybuowane w stu procentach we własnym zakresie. Firma Brother posiada certyfikat ISO14001 i otrzymała prestiżowe międzynarodowe certyfikaty „der Blaue Engel” i „Eco Mark”. Brother Polska jest częścią Brother International Ltd. Więcej informacji o firmie znajduje się na stronie www.brother.com.

**Dodatkowych informacji udzielają:**

Katarzyna Idzkiewicz | Brother | + 48 22 44 16 321 | katarzyna.idzkiewicz@brother.pl

Adrianna Dzienis-Rudzińska| ITBC Communication | adrianna\_dzienis@itbc.pl