

Filip LIEBERT
Politechnika Śląska
Wydział Organizacji i Zarządzania
Instytut Zarządzania i Administracji

USŁUGA WCZESNEGO DOSTĘPU DO PRODUKTU W DYSTRYBUCJI CYFROWEJ Z PERSPEKTYWY KLIENTA NA PRZYKŁADZIE PLATFORMY INTERNETOWEJ STEAM

Streszczenie. Celem artykułu jest wykazanie potencjału i korzyści, wynikających z korzystania z usługi wczesnego dostępu do produktu za pośrednictwem dystrybucji cyfrowej na platformie internetowej Steam. Platforma internetowa Steam oferuje sprzedaż oprogramowania i aplikacji z branży gier wideo. Usługa wczesnego dostępu do produktu umożliwia klientom nabycie praw do użytkowania oprogramowania, znajdującego się jeszcze w fazie produkcyjnej. Metodyka badawcza objęła badania ankietowe skierowane do użytkowników platformy internetowej. Wczesny dostęp do produktu może przyczynić się do budowy nowych sieci powiązań między producentami i klientami, a także zaspokoić dodatkowe, indywidualne potrzeby klientów.

Słowa kluczowe: dystrybucja cyfrowa, usługa wczesnego dostępu, e-działalność

EARLY ACCESS SERVICE FOR PRODUCT IN DIGITAL DISTRIBUTION FROM CUSTOMER PERSPECTIVE BASED ON STEAM PLATFORM

Summary. The main goal of this article is to indicate potential and advantages emerging from use of early access service for product, which is offered within digital distribution services available on internet platform called Steam. Steam platform offers sale of software and applications related with video gaming industry. Early access services for product provide customers with rights of ownership of specified software and applications, which are still in the phase of early production process. Selected research method was a survey, specifically designed for Steam platform users. In summary, early access service may contribute to development of new social networks between customers and producers and also it may fulfill additional, individual needs of customers.

Keywords: digital distribution, early access service, e-commerce

1. Wstęp

Wraz z rozwojem wirtualnego biznesu i wykorzystania sieci internetowej tradycyjna przestrzeń rynkowa uległa poszerzeniu. Powstała wirtualna przestrzeń: komunikacji, transakcji, informacji i dystrybucji¹. Rynek internetowy przechodzi renesans za pośrednictwem dystrybucji cyfrowej. Wirtualna przestrzeń dystrybucji stanowi nowy, internetowy kanał rozpowszechniania i udostępniania dóbr oraz usług, które można zapisać w postaci cyfrowej na odpowiednich nośnikach danych. Dystrybucja cyfrowa staje się coraz popularniejszą i uniwersalną formą sprzedaży oprogramowania. W przeciwieństwie do dystrybucji tradycyjnej, klienci otrzymują swój produkt natychmiast po dokonaniu zakupu i pobraniu go z sieci. Czas, w jakim klient otrzyma zakupiony produkt zależy wyłącznie od prędkości jego łącza internetowego. Istnieją obustronne korzyści, wynikające ze stosowania wirtualnych kanałów dystrybucji, zarówno dla klientów, jak i producentów². Klienci mogą w szybki i skuteczny sposób otrzymać swój produkt, a także aktualizować go za pośrednictwem specjalnego oprogramowania. Równie znaczące korzyści otrzymują producenci, którzy mogą wyeliminować koszty logistyczne. Dzięki dystrybucji cyfrowej producent może zredukować koszty transportu produktu, a także wyeliminować koszty związane z logistyką opakowania³.

Zarządzanie produkcją i logistyka w branży IT przechodzą gwałtowny rozwój za pośrednictwem stosowania coraz nowszych rozwiązań informatycznych, wspomagających przebieg poszczególnych procesów. Klienci korzystający z e-działalności przedsiębiorstw podnoszą ich wartość, a także przyczyniają się do ciągłego wzrostu jakości produktów i usług oferowanych w trybie online. Dzięki sprzężeniom zwrotnym wynikającym z komunikacji internetowej, przedsiębiorstwa są w stanie spełnić dodatkowe potrzeby swoich klientów. Jak wykazuje literatura, klienci kupują oferowane produkty bądź usługi w sieci wtedy, gdy stanowią one dla nich pewną wartość, dzięki której dany klient osiąga swój poziom satysfakcji. Przez te wartości rozumie się: łatwość użycia, lepsze dostępność i niezawodność produktu oraz zbiór indywidualnych potrzeb, unikalnych dla każdego, potencjalnego klienta. W celu budowania wartości producenci dokonali przeniesienia klienta z końca łańcucha dostaw do jego początku⁴. Systemy e-działalności mogą umożliwić przedstawienie klientom różnorodnych produktów i dostosować je do ich potrzeb za pośrednictwem kont użytkowników, w których zapisywane są preferencje każdego klienta w bazach danych.

¹ Szapiro T., Ciemniak R.: Internet – nowa strategia firmy. Difin sp. z o.o., Warszawa 1999, s. 62-65.

² Jelonek D.: Wybrane źródła konkurencyjnej przewagi przedsiębiorstwa w przestrzeni internetowej, [w:] Januszewski A. (red.): Studia i materiały polskiego stowarzyszenia zarządzania wiedzą. Polskie Stowarzyszenie Zarządzania Wiedzą, Bydgoszcz 2004, s. 22.

³ Szajna A., Piecuch T.: E-biznes jako forma prowadzenia działalności gospodarczej przez współczesne przedsiębiorstwa. Zeszyty Naukowe, nr 285. Politechnika Rzeszowska, Rzeszów 2012.

⁴ Starostka-Patyk M.: Rola klienta w e-działalności firmy, [w:] Januszewski A. (red.): Studia..., op.cit., s. 57.

Dzięki nowoczesnym platformom sprzedaży internetowej producenci oprogramowania mogą udostępnić swoje produkty w fazie produkcyjnej i stworzyć sieć powiązań z grupą swoich potencjalnych klientów. Tak powstałe interakcje i kanały komunikacyjne mogą efektywnie wspomóc proces rozwoju nowego produktu. Jak dotychczas nie przeprowadzono żadnych badań nad usługą wczesnego dostępu do produktu w dystrybucji cyfrowej. Jedną z platform internetowych mających taką usługę jest platforma internetowa Steam.

2. Dystrybucja cyfrowa na platformie internetowej Steam

Zarządzanie dystrybucją rzeczywistych, fizycznych produktów polega na działaniach związanych z magazynowaniem i transportowaniem odpowiednich dóbr do klientów, a także na kontrolowaniu procesów i skutecznym przekazywaniu informacji. Celem dystrybucji jest dostarczenie odpowiednich dóbr we właściwym czasie do klienta, z uwzględnieniem właściwej ilości i jakości dóbr, a także z uzyskaniem optymalnej równowagi pomiędzy jakością a kosztami usług dostarczenia. Dystrybucja cyfrowa oparta na protokole internetowym IP (Internet Protocol) odnosi się do dostarczenia dóbr informacyjnych, a w tym produktów i usług przez sieci wykorzystujące technologię IP, do których zalicza się Internet oraz inne sieci dedykowane. Sieci dedykowane mogą zostać dostosowane do dystrybucji specyficznych usług i produktów⁵. Dystrybucja za pośrednictwem Internetu ma ogromny potencjał i kluczowe znaczenie dla wielu nowoczesnych przedsiębiorstw. Istnieją dwa klasyczne rodzaje kanałów dystrybuowania produktów i usług z wykorzystaniem Internetu: za pośrednictwem serwerów centralnych, z których użytkownicy pobierają dane, oraz przy użyciu sieci typu Peer-to-Peer, w których transfer danych (w tym usług lub produktów) zachodzi z udziałem wielu użytkowników obustronnie, tzn. użytkownicy udostępniają i pobierają dane między sobą w tym samym czasie⁶.

W Polsce rynek e-działalności drastycznie wzrasta. W 2010 roku wartość rynku internetowego oszacowano na ponad 15,5 mld złotych⁷. Znaczny wzrost transakcji internetowych obserwowany jest również na całym świecie. Coraz większy wzrost wartości rynku internetowego jest zawdzięczany dystrybucji cyfrowej. Według najnowszych badań użytkownicy Internetu, wyszukujący informacje o produktach w sieci, coraz częściej

⁵ Wulf J.: Analysis and design of Value production strategies and business models in the telecommunications industry. Technischen Universitat Berlin, Berlin 2012, p. 125-128.

⁶ Gayer A., Shy O.: Internet and Peer-to-Peer Distributions in Markets for Digital Products. "Economics Letters", Vol. 81(2), Elsevier 2003, p. 51-52.

⁷ De Pourbaix P.: Internet jako kanał dystrybucji. Handel Wewnętrzny. Rynek, przedsiębiorstwo, konsumpcja, marketing. Instytut Badań, Rynku, Konsumpcji i Koniunktur. Tom 2. Maj-Czerwiec, Warszawa 2013.

skłaniają się do ich kupna za pośrednictwem sklepów internetowych⁸. Wzrost zainteresowania sprzedażą internetową przyczynił się również do dynamicznego rozwoju platformy Steam, oferującej produkty z branży gier wideo.

Platforma internetowa Steam stanowi aplikację oferującą tysiące produktów za pośrednictwem dystrybucji cyfrowej⁹. Serwis został utworzony przez amerykańskie przedsiębiorstwo Valve Software. Przedsiębiorstwo specjalizuje się w produkcji oprogramowania w postaci gier komputerowych, silników graficznych oraz dodatkowego oprogramowania edytorskiego, związanego z branżą gier wideo. Początki platformy sięgają 2002 roku, gdy słynna gra komputerowa Counter-Strike otrzymała nowe narzędzia do jej aktualizowania. Narzędzie okazało się tak skuteczne, że w szybkim czasie ewoluowało do poziomu samodzielnej, kompleksowej aplikacji, umożliwiającej kupno i sprzedaż oprogramowania z zastosowaniem indywidualnych kont użytkowników. Obecnie w ofercie sklepu platformy Steam znajduje się ponad 6000 gier komputerowych i programów, które oferowane są społeczności, wynoszącej ponad 125 milionów aktywnych użytkowników. Aplikacja jest dostępna w 137 krajach na świecie oraz 21 różnych językach. Platforma Steam stanowi samodzielną aplikację, która realizuje usługi z zakresu:

- dystrybucji cyfrowej oprogramowania,
- kupna gier komputerowych i innych form oprogramowania od strony klienta,
- sprzedaży gier komputerowych oraz innych form oprogramowania od strony producenta,
- gromadzenia i przechowywania wirtualnej biblioteki gier użytkownika w sposób indywidualny,
- wczesnego dostępu do wybranej grupy produktów,
- prowadzenia usług społecznościowych w postaci wbudowanych komunikatorów, for internetowych oraz systemów ocen i komentarzy dla poszczególnych tytułów gier,
- możliwości dzielenia własnej biblioteki gier z innymi użytkownikami,
- stworzenia szansy dla producentów niezależnych do zaistnienia na rynku za pośrednictwem usługi Steam Greenlight.

Usługa Steam Greenlight została wprowadzona w 2012 roku, a jej głównym zadaniem jest umożliwienie dokonania oceny przez użytkowników, które z proponowanych produkcji niezależnych powinny znaleźć się w sklepie platformy Steam. Twórcy niezależni mogą dodawać informacje na temat swoich gier w postaci materiałów wideo oraz wczesnych wersji testowych, by zainteresować użytkowników swoim pomysłem. Jeśli koncepcyjny produkt producenta niezależnego otrzyma określoną liczbę pozytywnych komentarzy od

⁸ Bhatnagar A., Papatla P.: Increasing online sales by facilitating spillover shopping. "Journal of Retailing and Consumer Services", No. 29, Elsevier 2015, p. 65-69.

⁹ Opis Platformy Steam: <http://store.steampowered.com/about/>, 16.12.2015.

użytkowników platformy Steam, to zostanie przeniesiony i włączony do głównej biblioteki oprogramowania.

Platforma Steam, zwana również serwisem Steam, stanowi zatem masowy kanał dystrybucji internetowej dla ogromnej liczby producentów oprogramowania. Jako aplikacja może być rozumiana w formie zaawansowanej e-działalności, którą zarządza i nadzoruje przedsiębiorstwo Valve Software.

3. Wczesny dostęp do produktu na platformie internetowej Steam

Wczesny dostęp do produktu to usługa skierowana do wszystkich użytkowników platformy internetowej Steam. Na oficjalnej witrynie serwisu Steam usługę wczesnego dostępu definiuje się jako natychmiastowy dostęp do gier, tworzony we współpracy ze społecznością graczy¹⁰. Wczesny dostęp opiera się na prostych zasadach, które można przedstawić w kilku, kolejno następujących po sobie krokach:

1. Producent oferuje swoją grę w ramach usługi wczesnego dostępu – gra jest w wersji użytkowej, lecz we wczesnej fazie produkcyjnej.
2. Klienci dokonują zakupu produktu dostępnego w usłudze wczesnego dostępu.
3. Klienci testują dostępną część oprogramowania, wysyłają swoje oceny i uwagi bezpośrednio do producenta za pomocą platformy Steam.
4. Producent aktualizuje produkt według uwag i spostrzeżeń od klientów.

Celem usługi wczesnego dostępu jest nowoczesne rozwijanie produktu, polegające na ścisłej współpracy klientów i producentów. Ważnym elementem jest budowanie trwałych relacji pomiędzy produkującym a kupującym, które mają przyczynić się do zwiększenia jakości tworzonego oprogramowania.

Po zalogowaniu do serwisu Steam można otworzyć specjalną listę produktów, które są oferowane we wczesnym dostępie. Zdarza się, że niektóre produkty są oferowane za darmo, co ma zachęcić użytkowników do większego zainteresowania oprogramowaniem w przyszłości. Producenci różnie podchodzą do ceny produktów oferowanych we wczesnym dostępie. Zazwyczaj ceny tego typu oprogramowania są niższe, chociaż zdarzają się przypadki, w których producenci proszą o uiszczenie o wiele wyższej opłaty za nieukończony program w stosunku do jego finalnej wersji. Producenci argumentują ten proceder korzyściami wynikającymi z łatwego i szybkiego dostępu do produktu przed jego premierą na rynku.

¹⁰ Usługa Wczesnego Dostępu – Early Access FAQ, <http://store.steampowered.com/earlyaccessfaq/>, 16.12.2015.

Nie należy również mylić usługi wczesnego dostępu z przedsprzedażą. Przesprzedaż zapewnia nam prawa do otrzymania finalnego produktu w dniu jego premiery. Natomiast usługa wczesnego dostępu to pełnoprawny zakup całego produktu. Po uiszczeniu płatności można natychmiast pobrać oprogramowanie za pośrednictwem serwisu Steam i korzystać z jego poszczególnych wersji rozwojowych. Po wydaniu oprogramowania na rynek użytkownik, który ma wykupioną usługę wczesnego dostępu na dany produkt nie musi dokonywać jakichkolwiek opłat i może w pełni korzystać z finalnej wersji produktu. Raz kupiony produkt we wczesnym dostępie jest równoważny z finalnym produktem dostępnym w standardowej usłudze sprzedaży, ponieważ po dokonaniu opłaty klient nabiera prawa do posiadania wszystkich przyszłych wersji danego produktu. W tabeli 1 przedstawiono korzyści z korzystania z usługi wczesnego dostępu do produktu z punktu widzenia klienta i producenta oprogramowania.

Tabela 1

Podział korzyści płynących z zastosowania usługi wczesnego dostępu

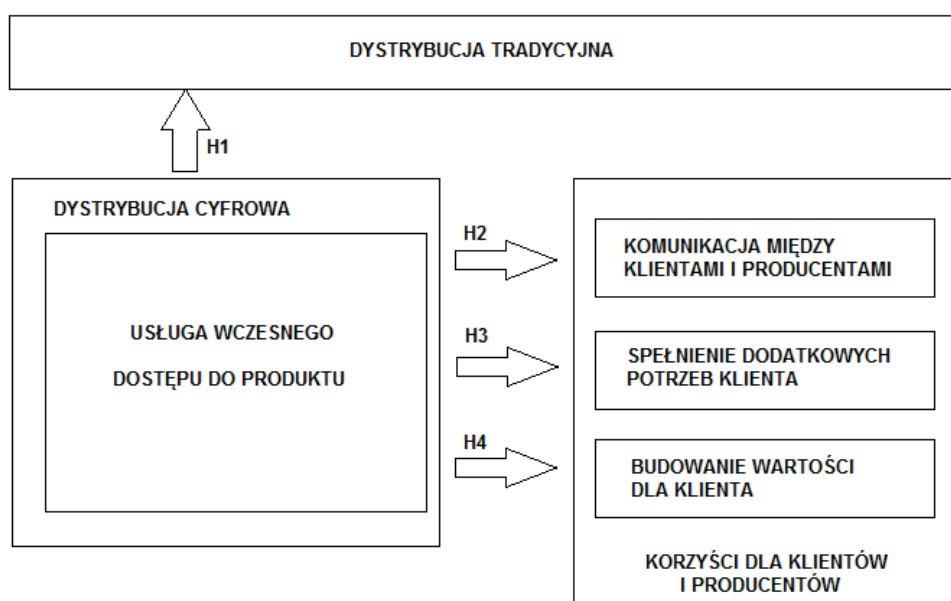
Korzyści wynikające z wykorzystania usługi wczesnego dostępu na platformie Steam	
Z perspektywy klienta	Z perspektywy producenta
Możliwość bycia jednym z pierwszych użytkowników oprogramowania	Możliwość kontaktowania się z klientami i prowadzenia dyskusji o produkcie
Możliwość kontaktowania się z producentem i dyskusowania o oprogramowaniu	Aktualizowanie oprogramowania w trybie dobrowolnym według indywidualnych potrzeb
Wpływ na jakość produktu w wyniku zgłaszania jego błędów do producenta	Wzrost jakości produktu za pośrednictwem błędów i pomysłów zgłaszanych od klientów
Pośrednie lub bezpośrednie uczestnictwo w rozwoju oprogramowania	Walory i aspekty marketingowe

Źródło: opracowanie własne.

Największym problemem i kontrowersją usługi wczesnego dostępu jest jej aspekt etyczny. Zazwyczaj producenci informują o harmonogramie prac i dacie premiery finalnego produktu podczas oferowania oprogramowania we wczesnym dostępie. Zdarzają się jednak przypadki, w których niedokończony produkt okazuje się słaby, a użytkownicy podchodzą skrajnie krytycznie do jego dalszej produkcji. Istnieje zatem ryzyko nieukończenia produktu i niewydania go na rynek. Każdy użytkownik musi liczyć się z poniesieniem tego ryzyka, ponieważ kupuje oprogramowanie na swoje indywidualne konto i na swoją własną odpowiedzialność. Dlatego też na oficjalnej stronie wczesnego dostępu istnieje ważny zapis, w którym użytkownicy są informowani, że powinni kupować wyłącznie takie produkty we wczesnym dostępie, które rzeczywiście mogą ich interesować w aktualnej fazie produkcji.

4. Problematyka badawcza – model badawczy i hipotezy badawcze

Na potrzeby przeprowadzenia badań nad usługą wczesnego dostępu opracowano model badawczy, który przedstawiono na rys. 1.



Rys. 1. Utworzony model badawczy do badań nad usługą wczesnego dostępu

Fig. 1. Research model created for study of early access service

Źródło: Opracowanie własne.

Usługa wczesnego dostępu ma za zadanie przynosić określone korzyści dla klientów i producentów. Przez korzyści dla klientów i producentów rozumie się: komunikację między klientami i producentami (tutaj rozumiane jako liczbę zachodzących interakcji pomiędzy nimi)¹¹, spełnienie dodatkowych potrzeb klienta, budowanie wartości dla klienta¹². Oprócz tego w modelu badawczym zawarto odniesienie dystrybucji cyfrowej do dystrybucji tradycyjnej, która nie jest w stanie zapewnić wyróżnionych korzyści dla klientów i producentów, co wykazały wcześniejsze badania z 2010 roku¹³. Wcześniejsze badania wykazały również, że mimo szybszej i prostszej dystrybucji cyfrowej istnieje grupa klientów, która wciąż preferuje produkty w rzeczywistej, fizycznej formie. Warto zatem zweryfikować czy dystrybucja tradycyjna jest wypierana z procesów rynkowych (w przypadku produktów w postaci oprogramowania) czy też ma pewne walory, które są doceniane przez określoną

¹¹ Steam Greenlight, <http://store.steampowered.com/news/10189/>, 16.12.2015.

¹² Haile N., Altmann J.: Value creation in software service platforms. "Future Generation Computer Systems", No. 55, Elsevier 2015, p. 496.

¹³ Toivonen S., Sotamaa O.: Digital distribution of games: The players' perspective, Proceeding Futureplay '10 Proceedings of the International Academic Conference on the Future of Game Design and Technology. New York 2010, p. 202.

grupę klientów. Należy zaznaczyć, że w proponowanym modelu badawczym będą dokonywane pomiary z perspektywy klienta, a nie producenta. Elementy składowe modelu zostały opracowane na podstawie literatury z zakresu dystrybucji cyfrowej oraz definicji usługi wczesnego dostępu z oficjalnych danych, zawartych na stronach internetowych platformy Steam.

Celem badań jest sprawdzenie czy usługa wczesnego dostępu spełnia określone korzyści, z punktu widzenia klienta. Do modelu badawczego opracowano następujące hipotezy badawcze:

1. **Hipoteza 1:** Klienci preferują dystrybucję cyfrową zamiast klasycznej dystrybucji pudełkowej w przypadku produktów w postaci oprogramowania.
2. **Hipoteza 2:** Usługa wczesnego dostępu do produktu wpływa pozytywnie na relacje pomiędzy klientem a producentem, z punktu widzenia klientów.
3. **Hipoteza 3:** Usługa wczesnego dostępu do produktu wpływa pozytywnie na zaspokajanie dodatkowych potrzeb klienta, związanych z danym produktem.
4. **Hipoteza 4:** Usługa wczesnego dostępu wpływa pozytywnie na budowanie wartości dla klientów.

Zaproponowany model ma za zadanie sprawdzić poprawność wymienionych hipotez badawczych, a tym samym zweryfikować prawdziwość korzyści i ogólnego potencjału usługi wczesnego dostępu, z punktu widzenia klienta. W związku z tym grupę badawczą muszą tworzyć aktywni klienci platformy Steam, którzy rozpoznają usługę wczesnego dostępu do produktu.

5. Analiza wyników badań

Badania przeprowadzono za pośrednictwem ankiety internetowej dostępnej w okresie listopada i grudnia 2015 roku. Grupę docelową stanowili polscy użytkownicy internetowej platformy Steam, oferującej usługi w zakresie sprzedaży gier komputerowych i oprogramowania. Grupa badawcza wyniosła 170 respondentów, którzy odpowiedzieli na 24 pytania, z czego 5 pytań stanowiły metryczka i charakterystyka grupy, a część to pytania pomocnicze, weryfikujące poprawność pozostałych odpowiedzi. Zdecydowana większość ankietowanych (ponad 70%) gra w gry komputerowe codziennie, a pozostała część deklaruje swoją częstość grania na poziomie dwóch, trzech dni. Większość ankietowanych stanowili mężczyźni (92%) w wieku z przedziału od 18 do 24 lat.

Na pytanie dotyczące dystrybucji cyfrowej 39% ankietowanych odpowiedziało, że dystrybucja oprogramowania drogą cyfrową jest lepszym rozwiązaniem od tradycyjnej dystrybucji pudełkowej (rys. 2). Za pośrednictwem otwartej części pytania swoją decyzję uzasadnili przede wszystkim:

- łatwą i szybką dostępnością do produktu,
- walorami ekologicznymi tego rozwiązania, ze względu na oszczędność materiałów wymaganych do produkcji opakowań i nośników w postaci płyt DVD,
- oszczędnością związaną z brakiem dodatkowych kosztów dystrybucji klasycznej,
- mniejszą awaryjnością (zanika ryzyko uszkodzonego nośnika),
- większą wygodą zakupu,
- natychmiastowym dostępem do oprogramowania, praktycznie z każdego miejsca na świecie,
- oprogramowanie instalowane jest od razu z najnowszymi aktualizacjami.



Rys. 2. Odpowiedź ankietowanych na pytanie czy dystrybucja gier komputerowych drogą cyfrową jest lepszym rozwiązaniem od tradycyjnej dystrybucji pudełkowej

Fig. 2. Answers of respondents to question if digital distribution of computer games is better solution than traditional distribution with packaging

Źródło: Opracowanie własne na podstawie zebranych wyników badań.

Kolejna część respondentów, którą stanowiło 40% grupy badawczej, uważa, że dystrybucja gier komputerowych drogą cyfrową może mieć zarówno zalety, jak i wady. Swój wybór uzasadnili w następujących stwierdzeniach:

- szybkość dystrybucji cyfrowej jest świetną zaletą, przy czym pudełko potrafi spełnić pewne potrzeby związane z rzeczywistym posiadaniem produktu,
- pudełka stanowią ważny element poczucia posiadania produktu, szczególnie dla kolekcjonerów,

- wersje pudełkowe często mają instrukcje w wielu językach, czego często brakuje w wersji cyfrowej lub instrukcja w wersji cyfrowej jest trudno dostępna,
- wersja pudełkowa oprogramowania zazwyczaj nie wymaga połączenia internetowego do zainstalowania gry,
- platforma Steam daje możliwość posiadania biblioteki oprogramowania w formie cyfrowej, chociaż fizyczne wersje pudełkowe mogą dać możliwość zaspokojenia potrzeby prestiżu i własności.

Jedynie 7% ankietowanych opowiedziało się negatywnie za dystrybucją cyfrową, a ich uzasadnieniem były następujące stwierdzenia:

- korzystanie z platformy internetowej Steam grozi utratą danych do konta i tym samym utratą całej biblioteki oprogramowania tam kupionej,
- nie można odsprzedać oprogramowania komuś innemu,
- wersja fizyczna jest lepsza od wersji cyfrowej i spełnia potrzeby fizycznego posiadania gry.

Pozostała liczba ankietowanych, stanowiąca 14% grupy badawczej stwierdziła, że nie ma zdania odnośnie do przewagi dystrybucji cyfrowej nad klasyczną, pudełkową. Na podstawie otrzymanego wyniku można potwierdzić hipotezę nr 1, w której założono, że klienci preferują dystrybucję cyfrową zamiast tradycyjnej formy dystrybucji. Trzeba jednak zaznaczyć, że część klientów platformy Steam, która krytycznie odnosi się do dystrybucji cyfrowej, mimo to dostrzega jej zalety w postaci: szybkości, łatwości dostępu, ekologiczności i oszczędności. Istnieje określona grupa klientów, którzy preferują dystrybucję tradycyjną ze względu na fizyczną chęć posiadania produktu, jego opakowania i dodatkowych zawartości z nim związanych, jak np. instrukcje, plakaty, specjalne dodatki edycji kolekcjonerskich.

W celu lepszego zrozumienia stosunku ankietowanych do usługi wczesnego dostępu zapytano ich czym kierują się w pierwszej kolejności przy kupnie nowego oprogramowania w postaci gier komputerowych. Wyniki przedstawiono w tabeli 2. Im mniejsza wartość średniej pozycji (otrzymanej na podstawie średniej pozycji z poszczególnych ankiet), tym większe znaczenie ma dany czynnik, ze względu na hierarchię pozycjonowania. Można zauważyć, że dostępność produktu uwzględniająca wczesny dostęp do produktu pojawiła się dopiero na 8. miejscu. Klienci platformy Steam największą uwagę przywiązują do tematyki produktu, wartości nierzeczywistych oprogramowania, a także jakości i ceny danego produktu.

Tabela 2

Czynniki wpływające na zakup oprogramowania według użytkowników platformy Steam

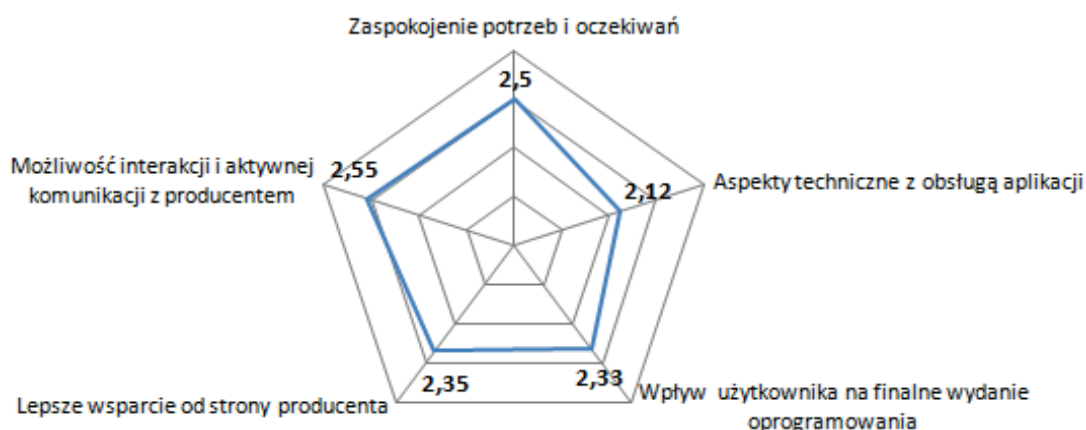
Lp.	Odpowiedzi ankietowanych	Śr. pozycja
1	Tematyką produktu (np. ulubiona seria gier)	2,33
2	Wartościami nierzeczywistymi produktu (czerpanie indywidualnej, unikalnej satysfakcji z użytkowania)	3,00
3	Jakością produktu (oprawa audiowizualna)	3,24
4	Ceną produktu	4,55
5	Wsparciem dla produktu (aktualizacje i dodatki)	5,17
6	Walorami sieciowymi produktu (gra sieciowa, społecznościowa itp.)	5,48
7	Trwałością produktu (oprogramowanie na wiele lat)	6,14
8	Dostępnością produktu (możliwość wczesnego dostępu, łatwość obsługi)	7,38
9	Trendem marketingowym (moda na dany produkt)	7,56

Zródło: Opracowanie własne na podstawie zgromadzonych wyników badań.

W pytaniu o dokonanie pozytywnej lub negatywnej, ogólnej oceny jakości usług świadczonych przez platformę Steam aż 90% respondentów wyraziło swoją pozytywną opinię dotyczącą całego serwisu. Mając zgromadzone podstawowe dane w postaci opinii użytkowników o dystrybucji cyfrowej i jakości usług świadczonych na platformie internetowej Steam można przejść do części badawczej, poświęconej wyłącznie usłudze wczesnego dostępu.

W badaniach sprawdzono znajomość użytkowników z usługą wczesnego dostępu do oprogramowania. Z odpowiedzi wynika, że ponad połowa (53%) ankietowanych korzystała z usługi wczesnego dostępu do produktu, a pozostała część (43%) jedynie słyszała o jej istnieniu.

W przeprowadzonym badaniu użytkownicy platformy Steam mieli zaznaczyć i określić, które z wymienionych czynników mają największe znaczenie podczas korzystania z usługi wczesnego dostępu. Do wyboru ankietowani otrzymali wiele czynników, które można uznać za pozytywne aspekty usługi, wynikające z jej świadczenia przy użyciu serwisu internetowego. Klienci mieli za zadanie wybrać, w jakim stopniu dany czynnik ma dla nich znaczenie w usłudze wczesnego dostępu za pośrednictwem skali punktowej (rys. 3). Jak się okazuje kluczowe znaczenie ma czynnik zdefiniowany jako możliwość interakcji i aktywnej komunikacji z producentem (najwyższy wynik o wartości 2,55 punktów), dzięki czemu można potwierdzić prawdziwość hipotezy nr 2, w której założono, że usługa wczesnego dostępu do produktu wpływa pozytywnie na komunikację między klientami i producentami, z perspektywy klienta.



Rys. 3. Kluczowe czynniki mające znaczenie w usłudze wczesnego dostępu (według respondentów)
 Fig. 3. Key factors which have important meaning in early access services (pointed out by respondents)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie zgromadzonych wyników badań.

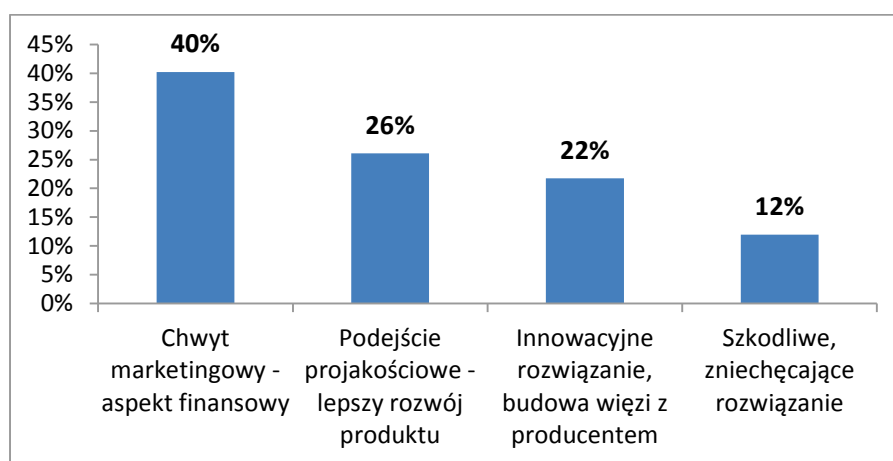
Dodatkową weryfikacją do potwierdzenia hipotezy nr 2 było bezpośrednie pytanie skierowane do respondentów, w którym mieli wyrazić pozytywne lub negatywne zdanie odnośnie do budowania więzi pomiędzy klientami a producentami oprogramowania przez wykorzystanie usługi wczesnego dostępu do produktu. Jak się okazuje, aż 80% ankietowanych dostrzega potencjał budowania więzi z producentami. Pozostała część (20%) użytkowników nie widzi zalet w komunikacji między klientami a producentami przy zastosowaniu usługi wczesnego dostępu. Hipotezę nr 2 potwierdza również inne pytanie ankietowe, w którym respondenci mieli za zadanie określić zalety usługi wczesnego dostępu. Do największych zalet usługi wczesnego dostępu zaliczono (kolejność czynników została ułożona według największej liczby wskazań, malejąco):

- zaspokojenie potrzeby posiadania produktu przed jego wydaniem (54%),
- poczucie współtworzenia produktu z producentem (50%),
- niższy koszt zakupu w przypadku wczesnej wersji produktu (50%),
- zapewnienie wyższej jakości wyrobu finalnego w wyniku testowania wczesnych wersji produktu (24%),
- możliwość komunikacji z programistami i twórcami aplikacji za pośrednictwem usług społecznościowych platformy Steam w postaci for tematycznych, komentarzy i prywatnych wiadomości (18%).

Jak wynika z odpowiedzi, znowu zwrócono uwagę na możliwość komunikacji z programistami i twórcami aplikacji. Co więcej, najważniejszą zaletą okazuje się być zaspokojenie potrzeby posiadania produktu przed jego wydaniem, co świadczy o poprawności hipotezy nr 3. Hipoteza nr 3 zakłada, że usługa wczesnego dostępu wpływa

pozytywnie na zaspokajanie dodatkowych potrzeb klientów powiązanych z danym produktem. Poczucie współtworzenia produktu z producentem również można uznać jako formę dodatkowej komunikacji z twórcami oprogramowania, a także jako dodatkową potrzebę, którą pragną zaspokoić niektórzy klienci.

W jednym z ostatnich pytań ankiety respondentów poproszono o próbę zdefiniowania usługi wczesnego dostępu ich własnym zdaniem (rys. 4). Aż 40% ankietowanych uważa, że usługa wczesnego dostępu jest chwytem marketingowym, polegającym na gromadzeniu kapitału w celu finansowania dalszej produkcji oprogramowania. Zdaniem 26% respondentów usługa wczesnego dostępu stanowi podejście projakościowe, które zapewni lepsze podłoże do testowania aplikacji wśród użytkowników. Według 22% klientów platformy Steam usługa wczesnego dostępu to innowacyjne rozwiązanie, budujące relacje z klientami i wspomagające proces produkcyjny. Jedynie 12% użytkowników postrzega usługę wczesnego dostępu jako szkodliwe rozwiązanie, które może zniechęcić potencjalnych klientów do kupna finalnej wersji produktu z powodu jego niedokończonych elementów składowych. Pytanie to również potwierdza hipotezę nr 2, a także przedstawia walory usługi wczesnego dostępu do produktu dla producentów. Chwyty marketingowe mogą być rozumiane jako pozytywne lub negatywne zjawisko. W pozytywnym ujęciu można stwierdzić, że jest to narzędzie służące do realizowania kampanii promocyjnej i przyciągania klientów. W negatywnym ujęciu użytkownicy platformy Steam mogą sugerować, że chwyt marketingowy jest tylko próbą wypychania niesfinalizowanego produktu w celu pozyskania określonych korzyści finansowych przez producentów.



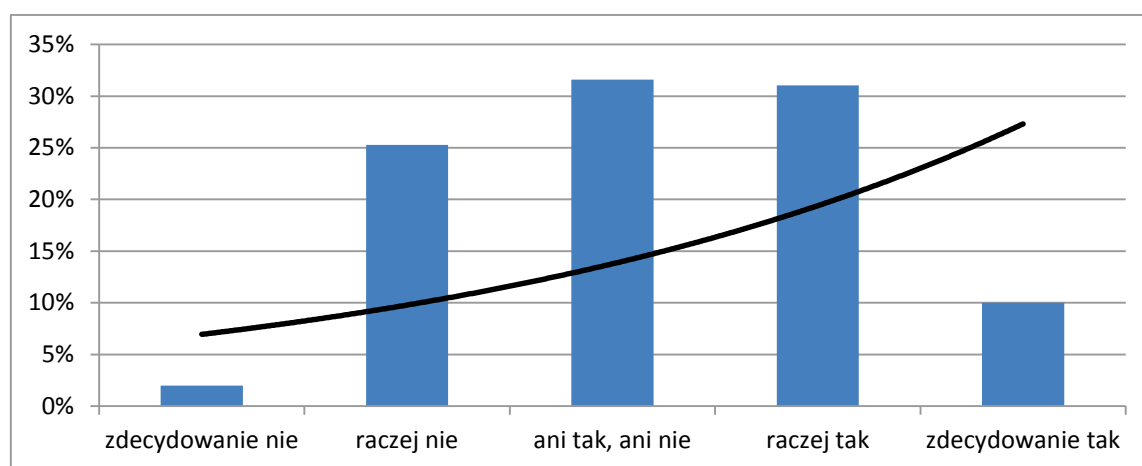
Rys. 4. Próba zdefiniowania usługi wczesnego dostępu przez ankietowanych

Fig. 4. Attempt to define early access service by respondents

Źródło: Opracowanie własne na podstawie zebranych wyników badań.

W celu zweryfikowania hipotezy nr 4 zapytano ankietowanych o ich stosunek do następującego stwierdzenia: „Usługa wczesnego dostępu do produktów pozytywnie wpływa

na budowanie wartości dla klientów”. Należy zaznaczyć, że termin wartości i pojęcie budowania wartości mogą być różnorodnie odbierane przez respondentów. Każdy klient może indywidualnie rozumieć definicję wartości i dostosować ją do swoich określonych, unikalnych potrzeb. W tym badaniu przez wartości dla klienta rozumie się zaspokajanie zbioru potrzeb użytkowników przyczyniających się do zwiększenia ich poziomu satysfakcji z użytkowania produktu i lojalności względem producentów. Jak wynika z odpowiedzi uzyskanych za pomocą skali Likerta, badani akceptują stwierdzenie, że usługa wczesnego dostępu do produktów pozytywnie wpływa na budowanie wartości dla klientów (rys. 5). Potwierdza to również czarna linia trendu w postaci rosnącej funkcji wykładniczej, wyznaczonej na podstawie zgromadzonych wyników badań w postaci zestawienia pozytywnych i negatywnych opinii klientów dotyczących budowania wartości przez usługę wczesnego dostępu. Z tak otrzymanych wyników można przyjąć poprawność hipotezy nr 4, która zakłada, że usługa wczesnego dostępu wpływa pozytywnie na budowanie wartości dla klientów.



Rys. 5. Stosunek klientów do budowania wartości przez usługę wczesnego dostępu

Fig. 5. Attitude of respondents to question related with value building by early access service

Źródło: Opracowanie własne.

W ostatnim pytaniu użytkownicy platformy Steam określili swoje zdanie odnośnie do przyszłości usługi wczesnego dostępu. Ponad połowa badanych użytkowników (55%) serwisu uważa, że usługa wczesnego dostępu powinna być dalej rozwijana. Część użytkowników (22%) nie ma zdania na ten temat, a pozostała część ankietowanych (23%) podchodzi negatywnie do kontynuowania wsparcia dla tego typu usług.

6. Wnioski

W artykule scharakteryzowano potencjał usługi wczesnego dostępu do produktu, jako nowej formy dystrybucji cyfrowej, prowadzonej na platformie sprzedaży internetowej Steam. Klienci w coraz większym stopniu korzystają z usług dystrybucji cyfrowej, w szczególności w branży gier wideo. Uważają tym samym, że dystrybucja w formie cyfrowej zapewnia szybki i łatwy dostęp do produktu, wpływa pozytywnie na ochronę środowiska, a przede wszystkim jest tańsza, ze względu na brak dodatkowych kosztów, związanych z opakowaniem. Jak wykazały badania, wczesny dostęp do produktów niesie ze sobą wiele korzyści dla klientów i producentów. Z perspektywy klienta wczesny dostęp umożliwia zaspokojenie dodatkowych potrzeb, zarówno indywidualnych, jak i jakościowych, powiązanych z danym produktem. Ponadto dzięki usłudze wczesnego dostępu dochodzi do procesu komunikacji pomiędzy użytkownikami niedokończonego oprogramowania a producentami. Klienci mogą poczuć się związani z procesem produkcyjnym danej gry komputerowej, poznać jego przebieg i wziąć w nim czynny udział za pośrednictwem rozmaitych interakcji, chociażby w postaci dokonywania ocen poszczególnych faz rozwojowych produktu czy też w postaci bezpośredniego kontaktu z producentem za pośrednictwem usług społecznościowych platformy internetowej Steam. Producenci otrzymują również wiele korzyści, o których wiedzą klienci oprogramowania. Klienci postrzegają usługę wczesnego dostępu jako skuteczny chwyt marketingowy oraz podejście projakościowe w tworzeniu danego produktu. Zaspokojenie dodatkowych potrzeb klientów, takich jak otrzymanie produktu przed jego oficjalnym wydaniem i spełnienie określonych wymagań użytkowników, niesie za sobą korzyści dla producentów oferujących usługę wczesnego dostępu. Do korzyści tych z pewnością można zaliczyć budowanie wartości dla klienta, dzięki któremu może nastąpić wzrost poziomu lojalności i satysfakcji klienta.

Należy jednak zaznaczyć, że przeprowadzone badania pokazują jedynie ocenę usługi wczesnego dostępu tylko z perspektywy klientów. W przyszłości należy rozważyć badania nad potencjałem usługi wczesnego dostępu w dystrybucji cyfrowej od strony producenta i dokonać odpowiedniej korelacji wyników.

Bibliografia

1. Bhatnagar A., Papatla P.: Increasing online sales by facilitating spillover shopping. "Journal of Retailing and Consumer Services", No. 29, Elsevier 2015.
2. De Pourbaix P.: Internet jako kanał dystrybucji. Handel Wewnętrzny. Rynek, przedsiębiorstwo, konsumpcja, marketing. Instytut Badań, Rynku, Konsumpcji i Koniunktur. Tom 2, maj-czerwiec, Warszawa 2013.
3. Gayer A., Shy O.: Internet and Peer-to-Peer Distributions in Markets for Digital Products. "Economics Letters", Vol. 81(2), Elsevier 2003.
4. Haile N., Altmann J.: Value creation in software service platforms. "Future Generation Computer Systems", No. 55, Elsevier 2015.
5. Jelonek D.: Wybrane źródła konkurencyjnej przewagi przedsiębiorstwa w przestrzeni internetowej, [w:] Januszewski A. (red.): Studia i materiały polskiego stowarzyszenia zarządzania wiedzą. Polskie Stowarzyszenie Zarządzania Wiedzą, Bydgoszcz 2004.
6. Opis Platformy Steam: <http://store.steampowered.com/about/>, 16.12.2015.
7. Starostka-Patyk M.: Rola klienta w e-działalności firmy, [w:] Januszewski A. (red.): Studia i materiały polskiego stowarzyszenia zarządzania wiedzą. Polskie Stowarzyszenie Zarządzania Wiedzą, Bydgoszcz 2004.
8. Steam Greenlight, <http://store.steampowered.com/news/10189/>, 16.12.2015.
9. Szajna A., Piecuch T.: E-biznes jako forma prowadzenia działalności gospodarczej przez współczesne przedsiębiorstwa. Zeszyty Naukowe, nr 285. Politechnika Rzeszowska, Rzeszów 2012.
10. Szapiro T., Ciemniak R.: Internet – nowa strategia firmy. Difin sp. z o.o., Warszawa 1999.
11. Toivonen S., Sotamaa O.: Digital distribution of games: The players' perspective, Proceeding Futureplay '10 Proceedings of the International Academic Conference on the Future of Game Design and Technology. New York 2010.
12. Usługa Wczesnego Dostępu – Early Access FAQ, <http://store.steampowered.com/earlyaccessfaq/>, 16.12.2015.
13. Wulf J.: Analysis and design of Value production strategies and business models in the telecommunications industry. Technischen Universitat Berlin, Berlin 2012.

Abstract

The article contains information and research about early access service for product within digital distribution provided by e-commerce Internet platform Steam. As shown in the article digital distribution has evolved over the years in cause of significant growth of Internet buyers. The main goal of the article was to check if specified benefits from early access service were in line with customer requirements and expectations. The research showed that most customers were satisfied with use of the early access service. Early access service may provide important advantages for customers and producers related with building customer value and fulfilling additional customer needs.