

Digitaliserings- barometer 2018

Hvor digitale er de syddanske virksomheder?


Region
Syddanmark


VÆKSTHUS
SYDDANMARK



-- / **Redaktion og analyse:**
Region Syddanmark
Regional Udvikling, Strategi & Analyse
Damhaven 12
7100 Vejle

-- / **Datakilder:**
Jysk Analyse og
Danmarks Statistik

-- / **Foto:**
Lasse Hylidager Fotografi og Colourbox.dk

Maj 2018

Baggrund

Vi bevæger os ind i den digitale økonomi med raket fart. En økonomi hvor IT berører næsten alle aspekter af samfundslivet. Udviklingen vil fortsætte, og de digitale teknologier og anvendelsen af dem bliver helt afgørende for virksomhedernes konkurrenceevne. Det vil påvirke stort set alle brancher, og det vil gælde for både små og store virksomheder.

Digitaliseringsbarometer 2018 tager temperaturen på digitaliseringen blandt de små og mellemstore virksom-

heder med 3-250 ansatte i Syddanmark. Barometeret er baseret på en spørge-skemaundersøgelse af digitaliseringen hos mere end 1.000 syddanske virksomheder .

Barometeret viser, hvor digitale de syddanske virksomheder er, og på hvilke områder de er mest og mindst digitale. Desuden beskriver barometeret gevinsten ved at digitalisere, hvilke formål virksomhederne har med at digitalisere, og hvilke barrierer der er forbundet med at indføre digitale teknologier og

løsninger. Endelig ses på, hvor stærk strategisk funderet virksomhederne er i forhold til deres digitale udvikling, og hvorvidt virksomhederne har planer om investering i digitale teknologier.

Region Syddanmark og Væksthus Syddanmark har udviklet Digitaliseringsbarometer 2018, og det er den første måling af digitaliseringen blandt de små og mellemstore virksomheder i Syddanmark.

Indhold

Side 3
Digitalisering i lavt gear

Side 4
Hvor digitale er virksomhederne?

Side 7
Hvad digitaliserer virksomhederne?

Side 11
Formål med digitalisering

Side 12
Barrierer for digitalisering

Side 13
Effekten af digitalisering

Side 15
Digital strategi som platform for digitalisering

Side 17
Forventninger til investering i digitalisering

Side 19
Metode



Digitalisering i lavt gear hos mange syddanske virksomheder

Digitale teknologier kan ændre små og store virksomheders tilgang til markedet: Hvordan de producerer, markedsfører sig, styrer deres forsyningskæde og meget mere. Teknologierne er tilgængelige, de udvikler sig med svimlende fart, og potentialet for vækst er stort for de, der formår at gribe mulighederne.

Samlet set viser Digitaliseringsbarometer 2018 en lav grad af digitalisering hos mange små og mellemstore syddanske virksomheder. Samtidig tyder resultaterne på, at der er store gevinster at høste ved at digitalisere produktions- eller serviceprocesser. Digitaliseringsbarometeret bygger dermed videre på andre undersøgelsesresultater, fx Erhvervsministeriets "Digitalisering og produktivitet - Vækstpotentiale i danske virksomheder" fra 2017, som konstaterer, at digitalisering skaber produktivitet og værditilvækst i danske virksomheder.

Der er et stort forbedringspotentiale hos de små og mellemstore virksomheder i Region Syddanmark, når det gælder om at tage digitale teknologier og processer til sig. En tredjedel (33 pct.) betegnes i barometeret som lavt digitaliserede, mens lidt under en femtedel (18 pct.) er højt digitaliserede.

Digitaliseringsniveauet afhænger af, hvilke funktioner og processer der er tale om. Mere end fire ud af ti virksomheder udnytter i høj grad onlinekanaler til markedsføring og kundekontakt/oplevelse, og digitaliseringen er også relativ høj, når det gælder effektivisering af økonomi og administration. Til gengæld er der kun en lille del af virksomhederne, der i høj grad udnytter data og analyser i arbejdet eller optimerer logistik, distribution eller lager med elektronisk deling mellem kunderne.

De større virksomheder er mere digitaliserede end de mindre virksomheder. Brancherne handel og transport samt service er i front, mens digitaliseringen er mere begrænset i bygge- og anlægsbranchen. Desuden er digitaliseringen højere blandt de eksporterende virksomheder end virksomheder uden eksport.

Syv ud af ti af de virksomheder, der har digitaliseret, oplever de har fået gevinst af investering i digitale teknologier. Andelen er størst blandt de højt digitaliserede virksomheder. Det er særligt højt digitaliserede virksomheder, der forventer vækst i digitale investeringer.

Der er en mindre beskæftigelsesmæssig effekt af digitalisering. Det giver sig udslag i, at der er blevet ansat lidt flere højtuddannede og faglærte som følge af brug eller indføring af digitale teknologier.

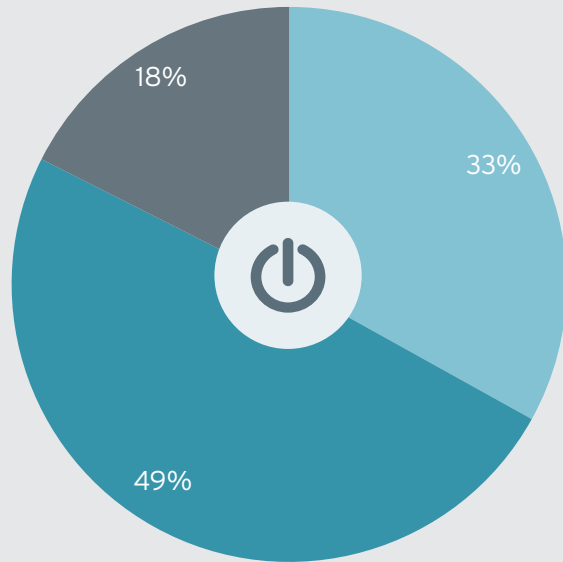
Virksomhederne digitaliserer især for at forbedre deres effektivitet og for at yde en bedre og hurtigere service over for deres kunder.

Den forholdsvis lave digitalisering kan bl.a. forklares ved mangel på ressourcer, kompetencer og viden, der er de faktorer, flest virksomheder oplever som barrierer for digitalisering.

Blot hver femte virksomhed har en nedskrevet digital strategi, som kan være et redskab til at øge digitaliseringen. 60 pct. af virksomhederne med en nedskrevet og omfattende digital strategi er højt digitaliserede, mens det samme kun gælder for 13 pct. uden en nedskrevet strategi.

Hvor digitale er virksomhederne?

Digitaliseringen er lav i hver tredje virksomhed



■ Lav digitalisering ■ Medium digitalisering ■ Høj digitalisering

Kilde: Region Syddanmark og Væksthus Syddanmark

Note: Figuren viser virksomhedernes digitalisering opdelt på lav, medium og høj digitalisering. Antal svar: 858

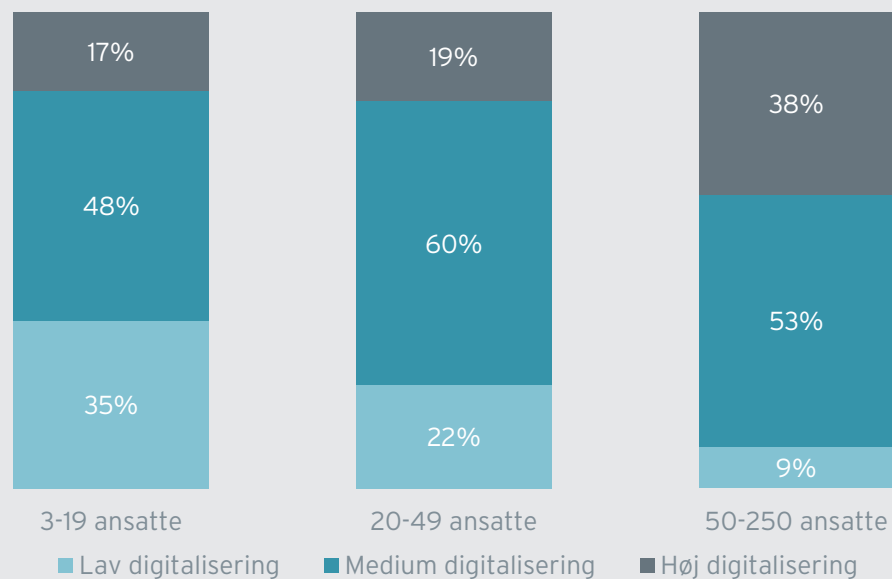
En tredjedel af de små og mellemstore virksomheder i Syddanmark er lavt digitaliserede, mens ca. hver femte (18 pct.) er højt digitaliserede. Godt halvdelen er medium digitaliserede. Digitaliseringsbarometeret viser dermed, at der er et stort forbedringspotentiale hos de små og mellemstore virksomheder i Region Syddanmark, når det gælder digitalisering.

Sådan måles digitalisering

Digitalisering indebærer, at en virksomhed tager digitale systemer og værktøjer i anvendelse. Digitaliseringsbarometeret opdeler virksomheder i tre grader af digitalisering, afhængig af hvor mange processer/funktioner den enkelte virksomhed har digitaliseret i høj og meget høj grad. Der måles på i alt otte processer/funktioner, som respondenterne har bedømt i forhold til den grad, de er indført i virksomheden.

En nærmere beskrivelse af hvordan digitaliseringsgraden måles kan ses side 19.

De store virksomheder er mere digitale

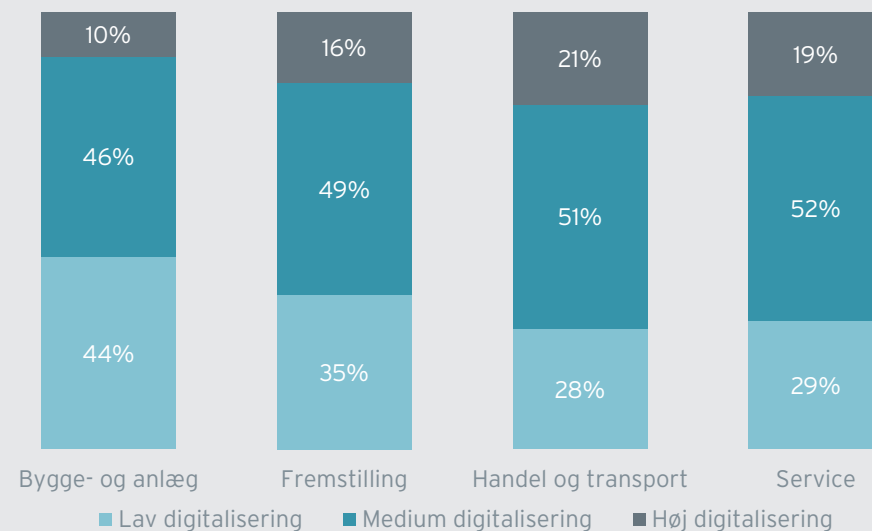


Kilde: Region Syddanmark og Væksthus Syddanmark

Note: Figuren viser virksomhedernes digitaliseringsgrad opdelt på størrelse. Opdelingen af virksomheder i størrelsesgrupper er baseret på CVR-oplysninger. Antal svar: 858

Jo større en virksomhed er, desto mere digitaliseret er den. Blandt de mindste virksomheder med færre end 20 ansatte er blot 17 pct. højt digitaliserede, mens 35 pct. er lavt digitaliserede. Blandt de største virksomheder er 38 pct. af virksomhederne højt digitaliserede, hvorimod 9 pct. er lavt digitaliserede.

Handel og transport samt service i front

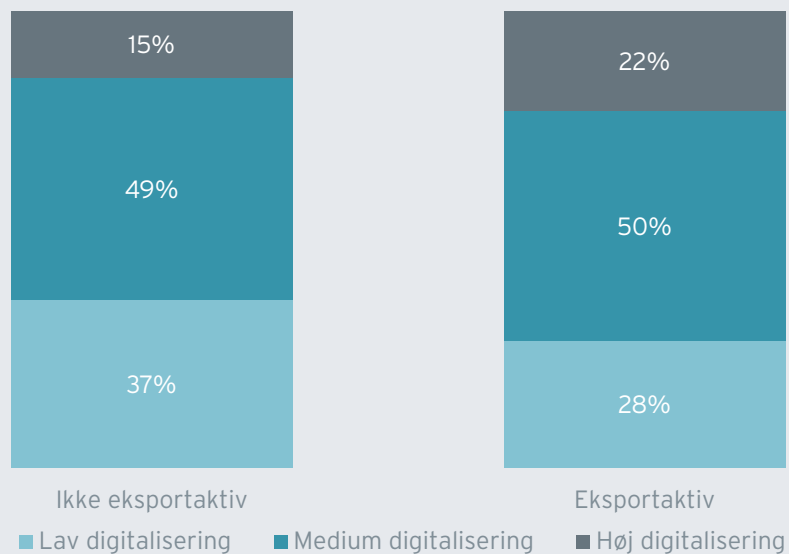


Kilde: Region Syddanmark og Væksthus Syddanmark

Note: Figuren viser virksomhedernes digitaliseringsgrad opdelt på branche. Opdelingen af virksomheder i branchegrupper er baseret på CVR-oplysninger, og der ses bort fra virksomheder i forsyning (14 virksomheder) og primære erhverv (91 virksomheder). Antal svar: 858

Digitaliseringsniveauet varierer på tværs af brancher. Handel og transport samt service er mest digitaliserede, mens bygge- og anlæg er mindst digitaliserede. Inden for bygge- og anlæg er mere end 4 ud af 10 (44 pct.) lavt digitaliserede.

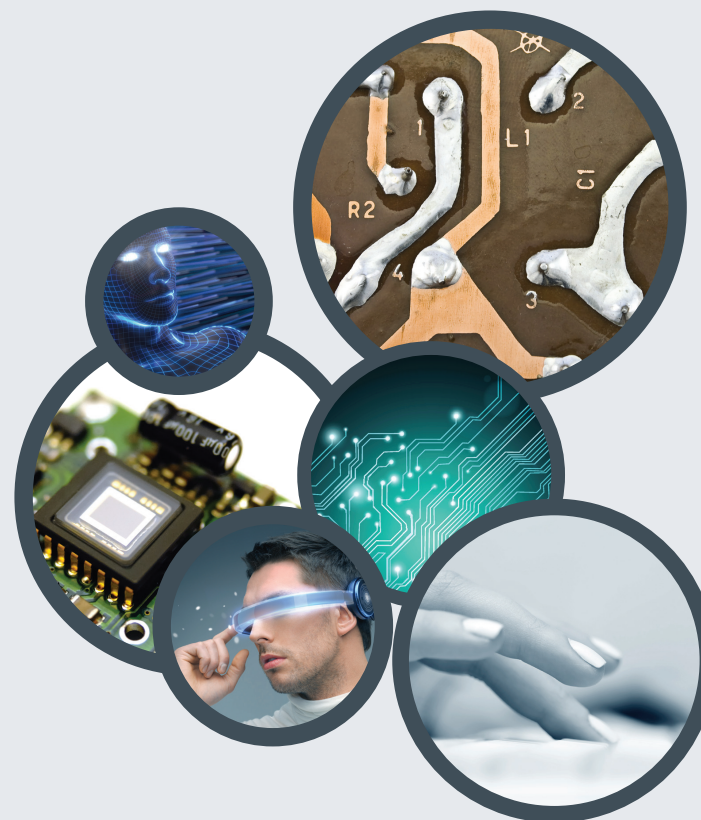
De eksportaktive er mere digitale



Kilde: Region Syddanmark og Væksthus Syddanmark

Note: Figuren viser virksomhedernes digitaliseringsgrad opdelt på eksportaktivitet. Opdelingen af virksomheder efter eksportaktivitet er baseret på selvrapporterede oplysninger. Andel "ved ikke" er 4 pct. Antal svar: 827

Eksportvirksomhederne er mere digitaliserede end virksomheder, der ikke eksporterer. 22 pct. af eksportvirksomhederne er højt digitaliserede mod 15 pct. af virksomhederne uden eksport. 28 pct. af de eksporterende virksomheder er lavt digitaliserede, hvilket gælder for 37 pct. af virksomhederne uden eksport.



Hvad digitaliserer virksomhederne?

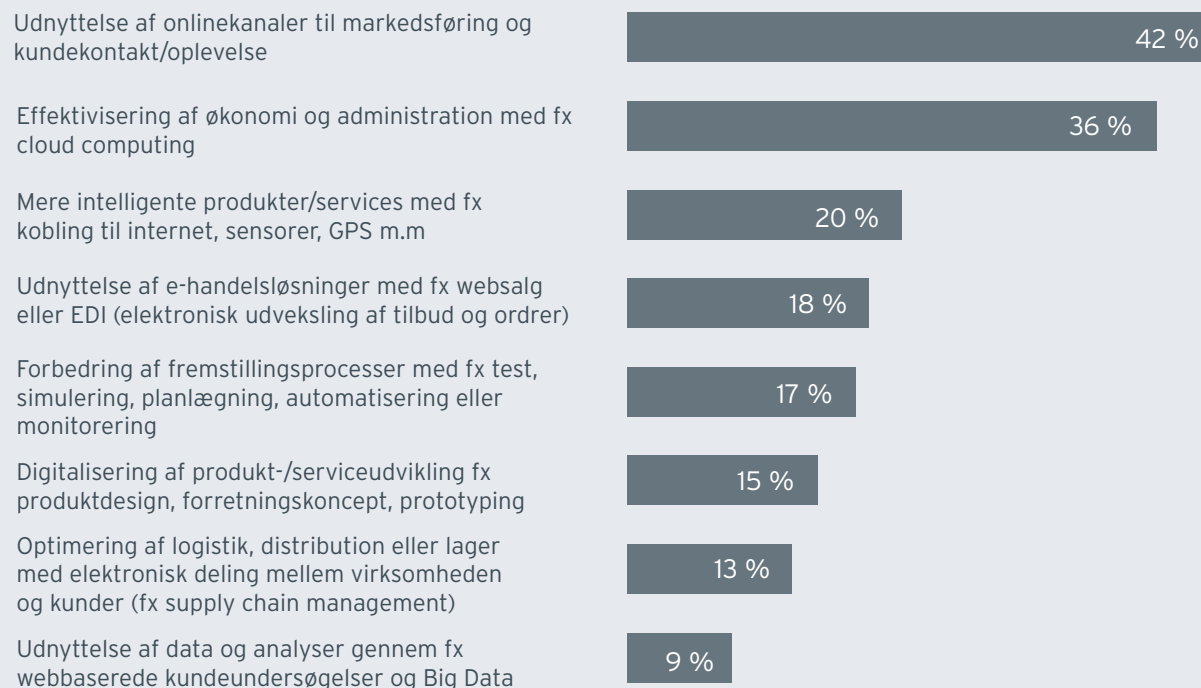
Digitaliseringsniveauet varierer alt efter hvilken funktion eller proces, der er tale om. Figuren til højre viser hvor stor en andel af virksomhederne, der er højt digitaliseret inden for forskellige digitale funktioner/processer.

Digitaliseringen er højest, når det gælder udnyttelse af onlinekanaler til kundekontakt/oplevelse og effektivisering af økonomi og administration. Her er henholdsvis 42 pct. og 36 pct. af virksomhederne højt digitaliserede.

I top tre ligger også digitalisering, der indebærer at gøre produkter/services intelligente med kobling til internettet o.a. På det område er 20 pct. af virksomhederne højt digitaliserede.

Virksomhederne udnytter sjældent data og analyser gennem bl.a. webbaserede kundeundersøgelser og Big Data. Her er kun 9 pct. højt digitaliserede.

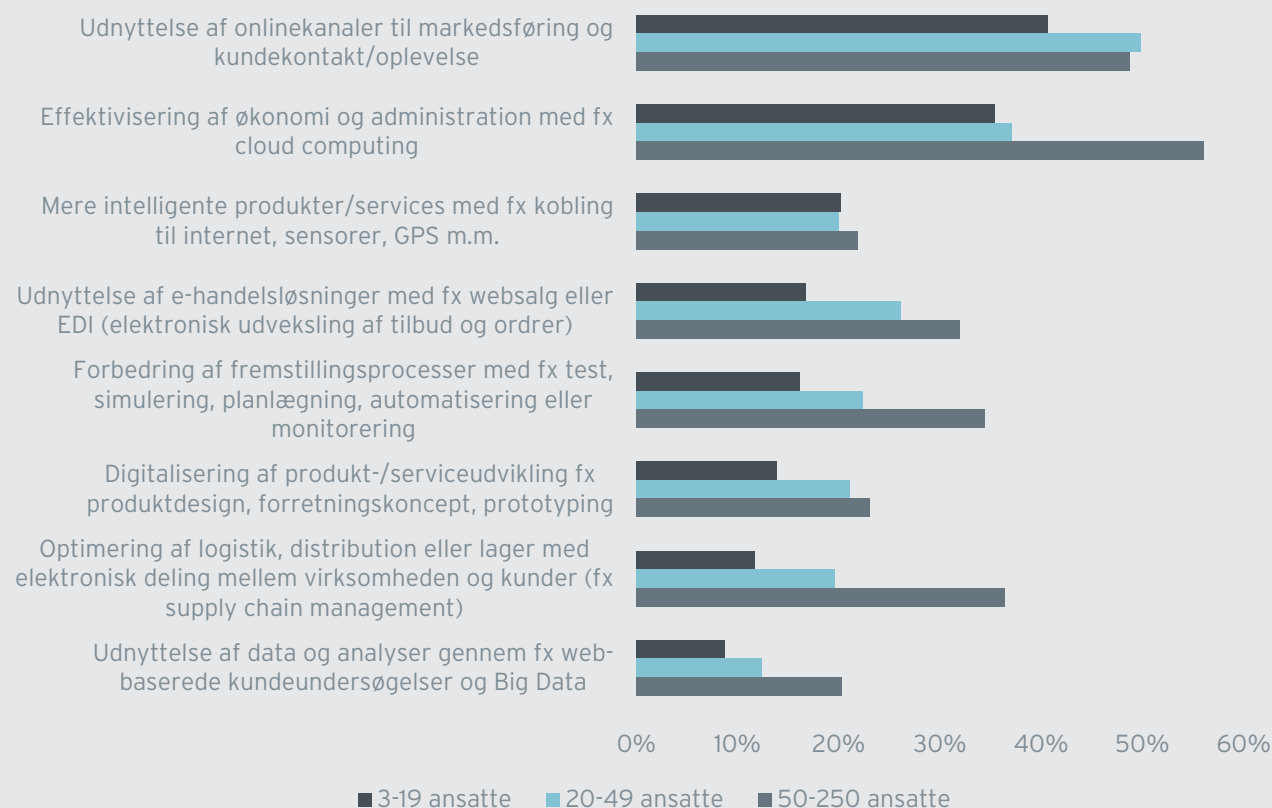
Andel højt digitaliserede virksomheder opdelt på 8 processer/funktioner



Kilde: Region Syddanmark og Væksthus Syddanmark

Note: Figuren viser hvor stor en andel, af virksomhederne, der på en 5-punkts skala har svaret 4 (i høj grad) eller 5 (i meget høj grad) til 8 udsagn om anvendelse af digitale funktioner/processer.
Antal svar: 964 - 1.002

Andel højt digitaliserede virksomheder opdelt på 8 processer/funktioner og størrelse



Kilde: Region Syddanmark og Væksthus Syddanmark

Note: Figuren viser, hvor stor en andel, af virksomhederne der på en 5-punkts skala har svaret 4 (i høj grad) eller 5 (i meget høj grad) til 8 udsagn om anvendelse af digitale funktioner/processer. Opdelt på størrelse.
Antal svar: 964 - 1.002

Størrelse

Mellemstore virksomheder (50-250 ansatte) er oftere højt digitaliserede end de mindre virksomheder (20-49 og 3-19 ansatte). Forskellen afhænger dog af hvilken funktion eller proces, der digitaliseres.

De større virksomheder er betydelig mere digitaliserede, når det gælder effektivisering af økonomi og administration, forbedring af fremstillingsprocesser, optimering af logistik, distribution eller lager og udnyttelse af kundeundersøgelser og Big Data.

Derimod er forskellen kun marginal mellem virksomhedsstørrelser i forhold til at gøre produkter/services mere intelligente. Digitaliseringen er høj blandt alle tre virksomhedsstørrelser i udnyttelse af onlinekanaler til markedsføring og kundekontakt/oplevelse.

Andel højt digitaliserede virksomheder opdelt på 8 processer/funktioner og brancher

Branche

Digitalisering er mere udbredt inden for handel- og transport samt service, end den er inden for bygge- og anlæg og fremstilling.

Forskellen er særlig tydelig ved udnyttelse af onlinekanaler til markedsføring og kundekontakt/oplevelse. Her er mere end halvdelen af virksomhederne hos handel og transport og service højt digitaliserede, mens det kun gælder for ca. en fjerdedel af bygge- og anlæg og fremstilling.

Servicevirksomhederne er i front med digitalisering af produkt- og serviceudvikling.

Handel og transport er bedre til at udnytte e-handelsløsninger end de øvrige brancher, mens fremstillingsvirksomhederne er bedst til at forbedre fremstillingsprocesser digitalt.

	Bygge- og anlæg	Fremstilling	Handel og transport	Service
Udnyttelse af onlinekanaler til markedsføring og kundekontakt/oplevelse	23%	27%	53%	52%
Effektivisering af økonomi og administration med fx cloud computing	36%	42%	37%	35%
Mere intelligente produkter/services med fx kobling til internet, sensorer, GPS m.m	12%	11%	24%	22%
Udnyttelse af e-handelsløsninger med fx websalg eller EDI (elektronisk udveksling af tilbud og ordrer)	17%	15%	25%	17%
Forbedring af fremstillingsprocesser med fx test, simulering, planlægning, automatisering eller monitorering	11%	24%	17%	17%
Digitalisering af produkt-/serviceudvikling fx produktdesign, forretningskoncept, prototyping	9%	14%	13%	20%
Optimering af logistik, distribution eller lager med elektronisk deling mellem virksomheden og kunder (fx supply chain management)	8%	16%	19%	11%
Udnyttelse af data og analyser gennem fx webbaserede kundeundersøgelser og Big Data	6%	9%	10%	10%

Kilde: Region Syddanmark og Væksthus Syddanmark

Note: Figuren viser, hvor stor en andel, af virksomhederne der på en 5-punkts skala har svaret 4 (i høj grad) eller 5 (i meget høj grad) til 8 udsagn om anvendelse af digitale funktioner/processer. Opdelt på branche.

Antal svar: 860-894



X 2

1

1

R2

1

4

L1

2

C1

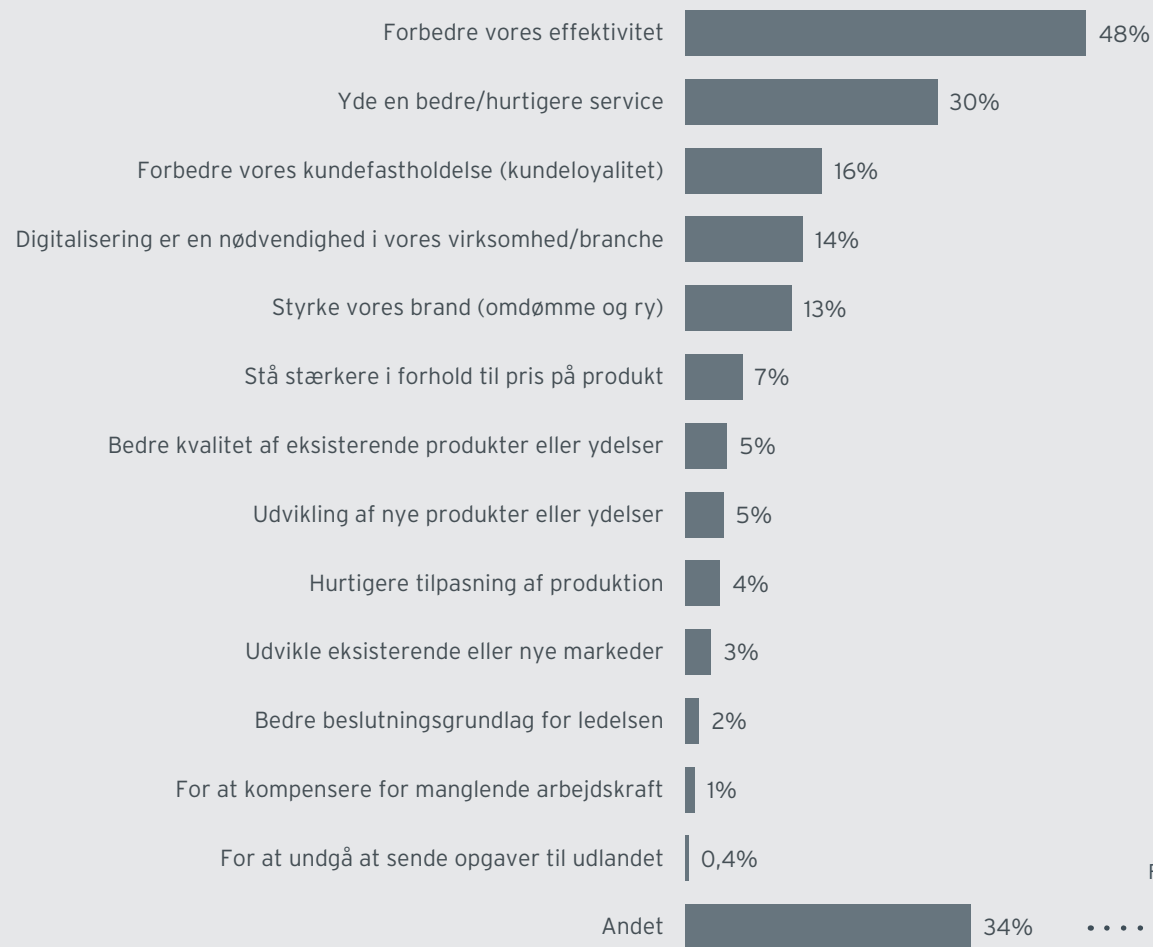
3

C3



Formål med digitalisering

Virksomhederne digitaliserer primært for at forbedre effektiviteten og yde en bedre og hurtigere service



Virksomhederne peger især på forbedring af effektiviteten som begrundelse for at digitalisere. 48 pct. peger på dette formål med at digitalisere, og det er særlig medium og højt digitaliserede virksomheder, der har fokus på effektivisering. Forbedring af service ligger også højt (30 pct.).

Lidt færre virksomheder angiver kundefastholdelse (16 pct.) og styrkelse af virksomhedens brand som væsentlige formål (13 pct.), mens 14 pct. digitaliserer, fordi de mener, det er en nødvendighed i branchen. Det er særligt servicevirksomheder, der anser digitalisering som en nødvendighed.

En større andel (34 pct.) har peget på andre grunde til digitalisering. Størstedelen af disse svar kan relateres til effektivisering og optimering.



Kilde: Region Syddanmark og Væksthus Syddanmark

Note: Figuren viser andelen af virksomheder, der har angivet, at et givet motiv, fx "forbedre vores effektivitet", er blandt de tre vigtigste begrundelser for at digitalisere. 12 pct. har svaret "ved ikke". Gælder kun virksomheder, der har svaret bekræftende på, at de digitaliserer inden for én af de 8 processer/funktioner

Antal svar: 925

Barrierer for digitalisering

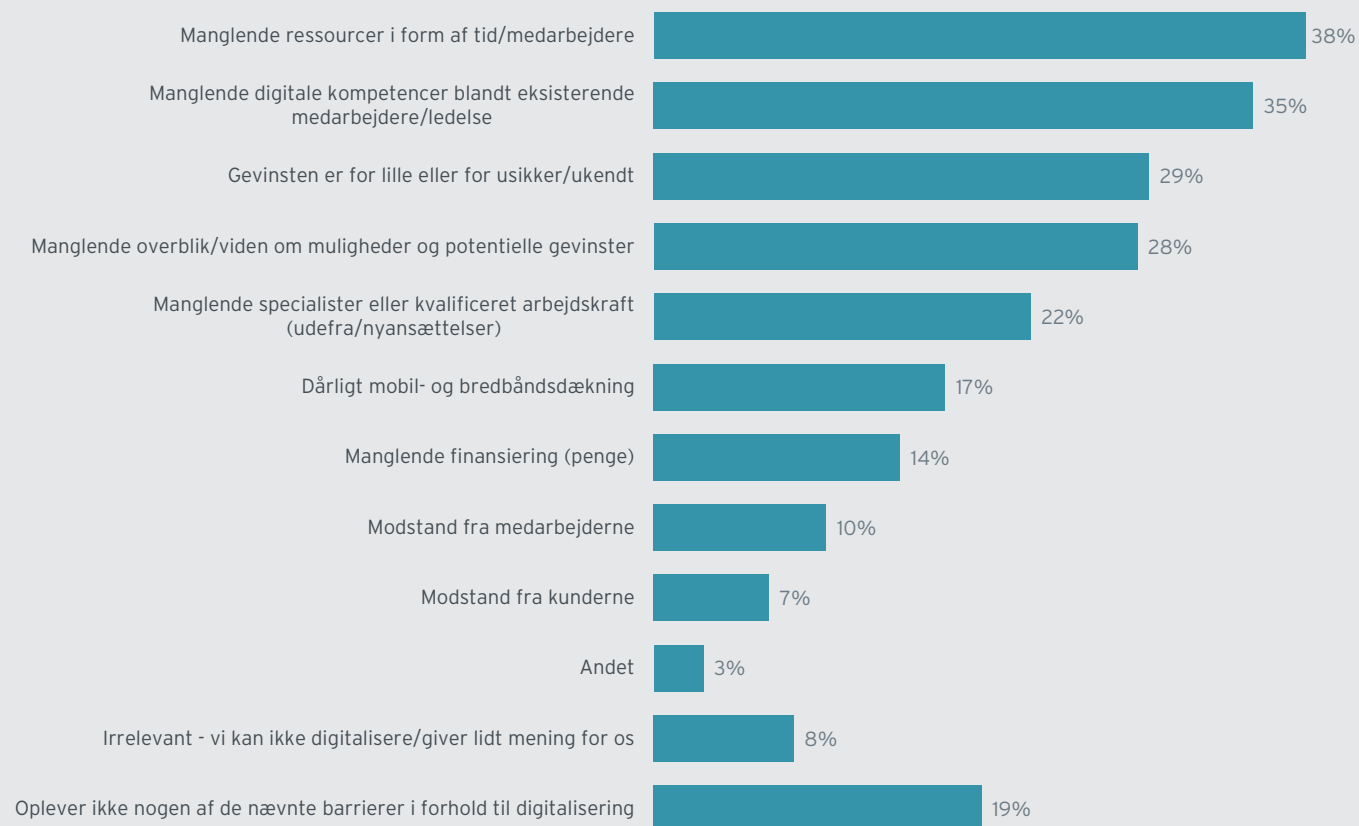
Virksomhederne mangler især ressourcer og kompetencer

Mangel på ressourcer, kompetencer og viden er sammen med usikkerhed om gevinsten ved digitalisering de væsentligste barrierer i forhold til digitalisering i virksomhederne.

Bl.a. peger næsten fire ud af ti (38 pct.) på manglende ressourcer i form af tid/medarbejdere som en begrænsning, og mere end en tredjedel (35 pct.) ser manglende kompetencer blandt eksisterende medarbejdere og ledelse som en barriere. 29 pct. angiver, at gevinsten er for lille eller for usikker.

49 pct. af virksomhederne med 20-49 ansatte oplever manglende ressourcer i form af tid/medarbejdere som en barriere for digitalisering mod 31 pct. af virksomhederne med 3-20 ansatte og 36 pct. af virksomhederne med 50-250 ansatte.

Hos en lidt mindre del af virksomhederne fremstår dårlig mobildækning (17 pct.) og manglende finansiering (14 pct.) som barrierer.

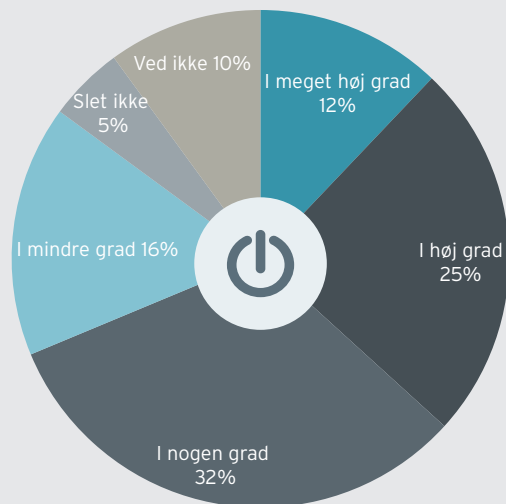


Kilde: Region Syddanmark og Væksthus Syddanmark.

Note: Figuren viser hvor stor andel af virksomheder, der har angivet en given faktor som en barriere for digitalisering i virksomheden. 4 pct. har svaret "ved ikke"
Antal svar: 1.031

Effekten af digitalisering

69 pct. oplever gevinst af deres digitale investering



Kilde: Region Syddanmark og Væksthus Syddanmark
Antal svar: 925

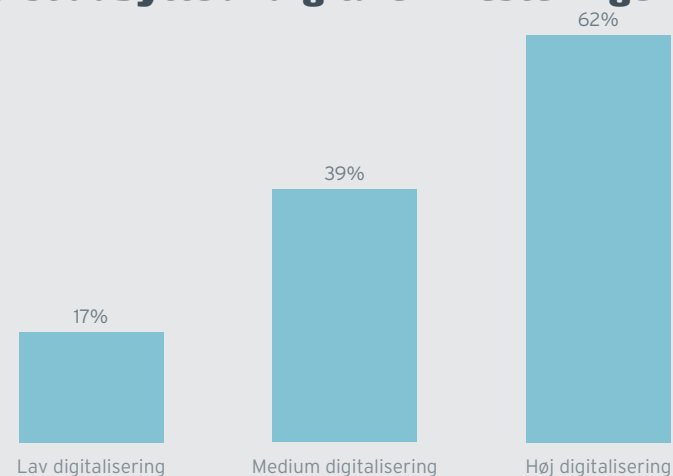
Note: Figuren viser fordelingen af virksomhedernes svar på spørgsmålet: "I hvilken grad har I fået gevinst af investeringen i digitale teknologier?"
Gælder kun virksomheder, der har svaret bekræftende på, at de digitaliserer inden for én af de 8 processer/funktioner.
Antal svar: 925

7 ud af 10 virksomheder oplever, at de får gevinst af deres digitale investering. 37 pct. opnår et højt eller meget højt udbytte af deres digitale investering, mens 5 pct. angiver, at de i mindre grad eller slet ikke opnår et udbytte.

Det er særligt blandt de højt digitaliserede virksomheder, hvor investeringen giver effekt. Her angiver 62 pct., at de i høj grad eller i meget høj grad har fået gevinst af investering i digitale teknologier. Det samme gælder for blot 17 pct. af de lavt digitaliserede virksomheder.

Samlet set vurderer virksomhederne, at der er beskedne, men dog positive beskæftigelsesmæssige konsekvenser af de digitale investeringer. 7 pct. forventer at ansætte flere højtuddannede, mens 1 pct. forventer at ansætte færre. 9 pct. forventer at ansætte flere faglærte, mens 2 pct. forventer at ansætte færre. For beskæftigelsen af ufaglærte er forventningen mere balanceret. 4 pct. forventer at ansætte flere, mens 3 pct. forventer at ansætte færre ufaglærte.

Højt digitale virksomheder oplever størst udbytte af digitale investeringer



Kilde: Region Syddanmark og Væksthus Syddanmark

Note: Figuren viser andelen af virksomheder, der på en 5-punktsskala i høj grad (4) eller i meget høj grad (5) har fået gevinst af investeringen i digitale teknologier opdelt på digitaliseringsgrad.
Antal svar: 810

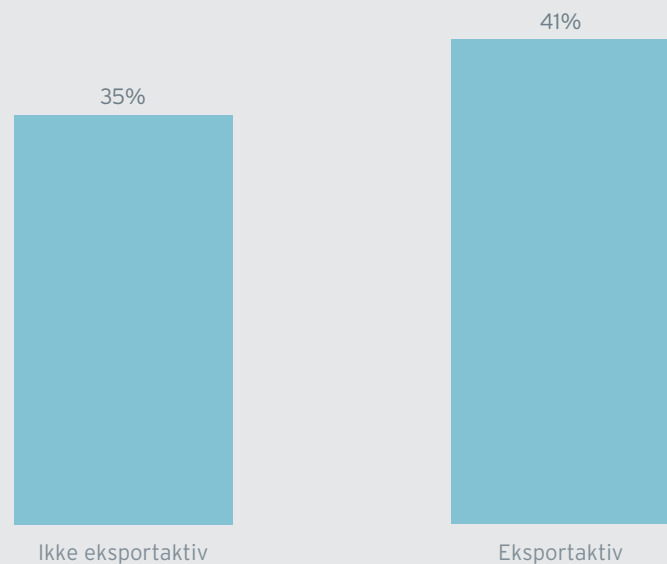
Konsekvenser for beskæftigelse

	Flere ansatte	Færre ansatte	Uændret antal ansatte
Højtuddannede	7%	1%	92%
Faglærte	9%	2%	89%
Ufaglærte	4%	3%	93%

Kilde: Region Syddanmark og Væksthus Syddanmark

Note: Figuren viser, hvorvidt brug eller indføring af digitale teknologier har ført til flere, færre eller uændret antal ansatte for den enkelte virksomhed. Figuren er opdelt på uddannelsesniveau.
Antal svar: 861 - 894

Eksportaktive får størst udbytte af digital investering



Kilde: Region Syddanmark og Væksthus Syddanmark

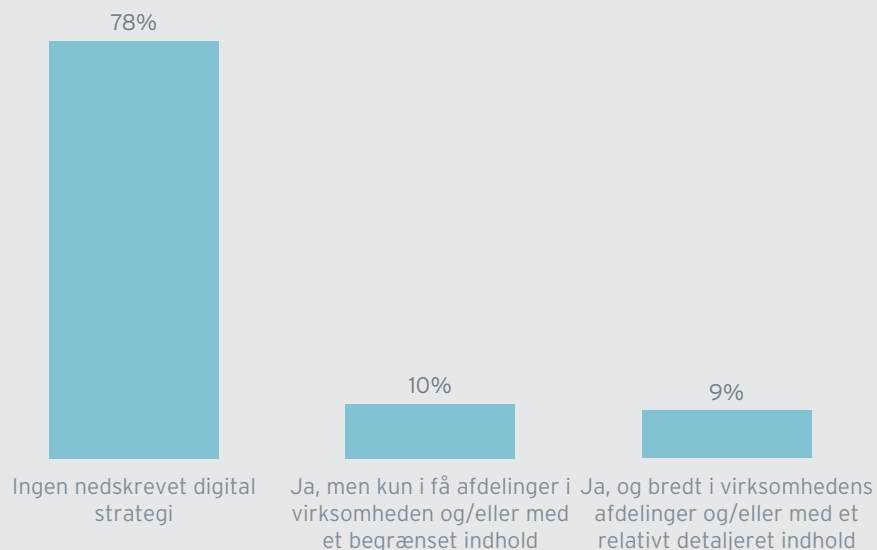
Note: Figuren viser andelen af virksomheder, der på en 5-punktsskala i høj grad (4) eller i meget høj grad (5) oplever, de har fået gevinst af investeringen i digitale teknologier, opdelt på eksportaktivitet. Antal svar: 925

En større andel af virksomheder med eksport oplever, de har større udbytte af deres digitale investeringer end virksomheder uden eksport. 41 pct. af de eksportierende virksomheder oplever et højt udbytte af deres digitale investering mod 35 pct. af virksomhederne uden eksport.



Digital strategi som platform for digitalisering

Har virksomhederne en nedskrevet strategi?

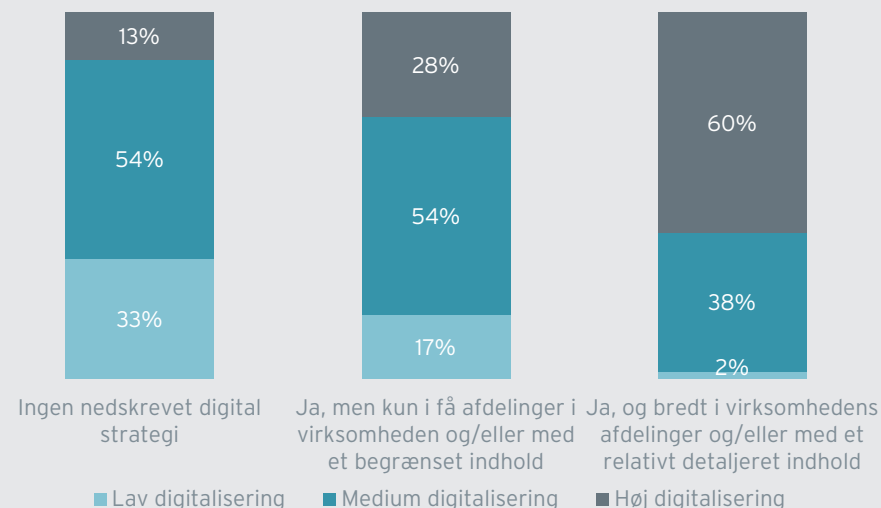


Kilde: Region Syddanmark og Væksthus Syddanmark

Note: Figuren viser, om virksomhederne har en nedskrevet digitale strategi og i bekræftende fald, hvor omfattende den er. Spørgsmål: "Har I en nedskrevet strategi. Hvis ja, er det i alle afdelinger og med detaljeret indhold?" Gælder kun virksomheder, der har svaret bekræftende på, at de digitaliserer inden for én af de 8 processer/funktioner. Antal svar: 925

78 pct. af de syddanske virksomheder har ikke en nedskrevet digital strategi, mens godt hver femte har en digital strategi. Af disse har 10 pct. en begrænset digital strategi, mens 9 pct. har en omfattende digital strategi.

Virksomheder med digital strategi digitaliserer mere

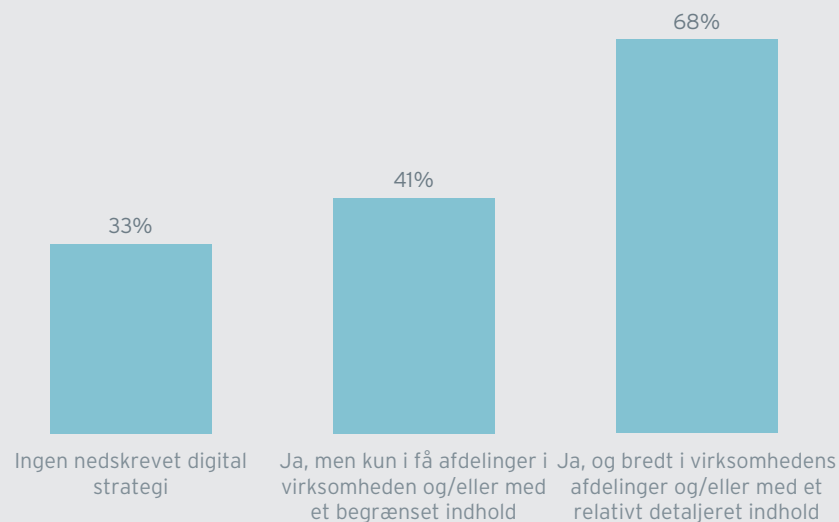


Kilde: Region Syddanmark og Væksthus Syddanmark

Note: Figuren viser fordelingen af virksomhedernes digitale strategi opdelt på digitaliseringsgrad. Antal svar: 810

En digital strategi kan være et redskab til at øge digitaliseringen, og virksomheder, der lægger digitale strategier har også højere digitaliseringsgrad. 60 pct. af virksomhederne med en omfattende digital strategi har en høj digitaliseringsgrad mod 13 pct. af virksomhederne uden en nedskrevet digital strategi.

En detaljeret digital strategi giver størst udbytte af digital investering

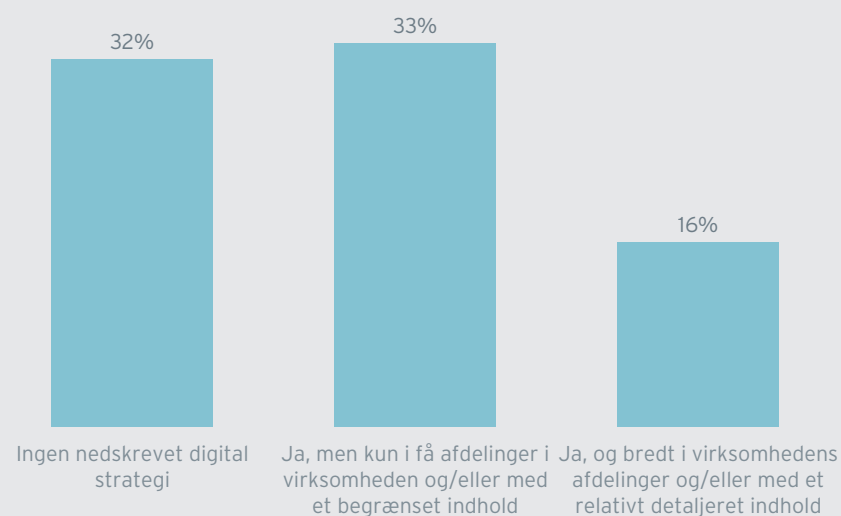


Kilde: Region Syddanmark og Væksthus Syddanmark

Note: Figuren viser andelen af virksomheder, der på en 5-punktsskala i høj grad (4) eller i meget høj grad (5) har fået gevinst af investeringen i digitale teknologier opdelt på, om virksomheden har en nedskrevet digital strategi
Antal svar: 925

Det har stor betydning om en virksomhed formulerer en digital strategi. Blot 33 pct. af de virksomheder, der ikke har formuleret en digital strategi oplever et højt udbytte af deres digitaliseringsinvesteringer, mens hele 68 pct. af de virksomheder, der har formuleret en omfattende digital strategi oplever et højt udbytte.

En omfattende digital strategi giver bedre overblik over de digitale gevinster



Kilde: Region Syddanmark og Væksthus Syddanmark

Note: Figuren viser andelen af virksomheder, der angiver det som en barriere for digitalisering, at gevinsten er for lille eller for usikker/ukendt.
Antal svar: 925

Blandt virksomheder med en omfattende digital strategi vurderer 16 pct., at det er en barriere for digitalisering, at gevinsten er for lille eller for usikker/ukendt. For virksomheder uden en nedskrevet digital strategi eller med en begrænset digital strategi gælder dette en tredjedel af virksomhederne. Den digitale strategi kan altså være med til at give et bedre overblik over mulighederne ved digitalisering.

Forventninger til investering i digitalisering

Næsten halvdelen forventer vækst i digitale investeringer

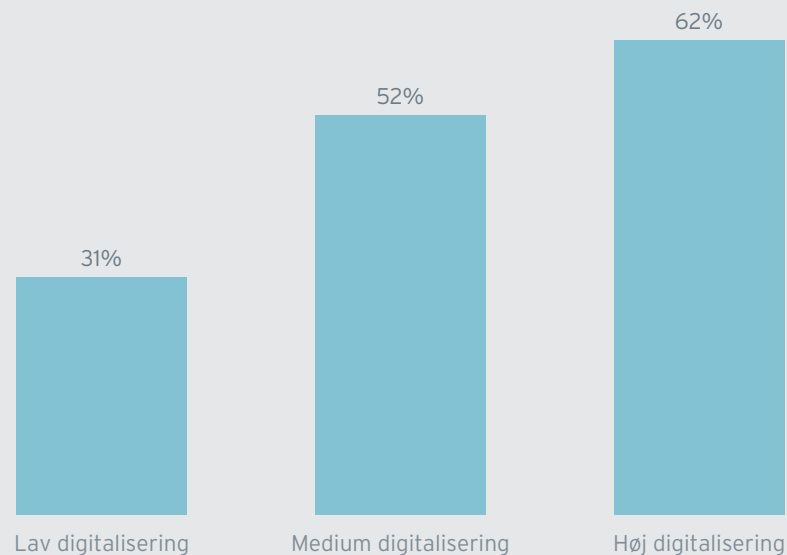


Kilde: Region Syddanmark og Væksthus Syddanmark

Note: Figuren viser fordelingen af virksomhedernes svar på spørgsmålet: "Hvad er jeres virksomheds investeringsplaner inden for digitalisering de næste 1-2 år i forhold til tidligere år?"
Antal svar: 1.031

45 pct af de syddanske virksomheder forventer stigende digitale investeringer de næste 1-2 år, og det er de højest digitaliserede, der oftest forventer stigende digitale investeringer.

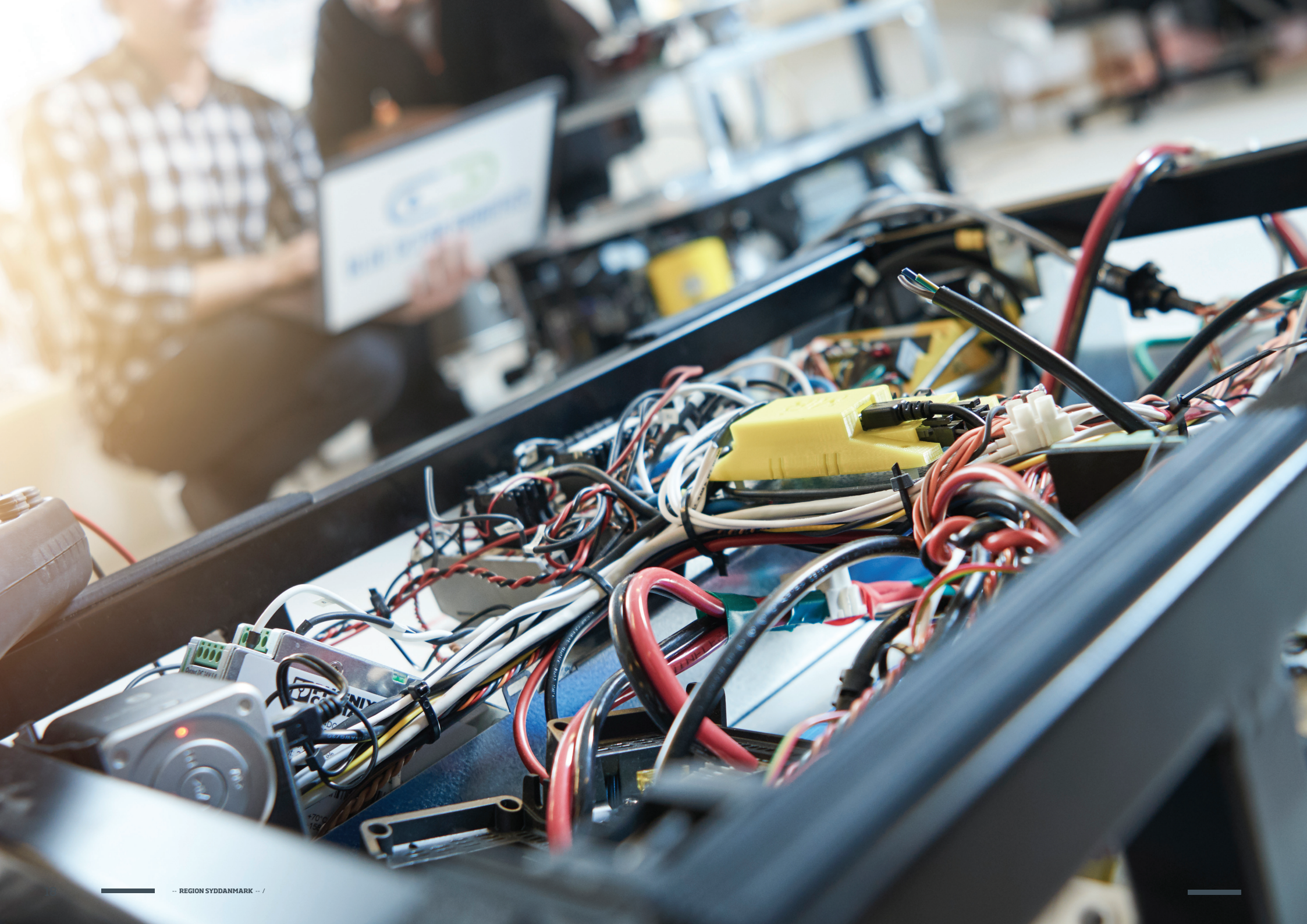
Høj digitalisering giver stigende digital investering



Kilde: Region Syddanmark og Væksthus Syddanmark

Note: Figuren viser, hvor stor en andel af virksomheder, der forventer stigende investering i digitalisering opdelt på digitaliseringsgrad.
Antal svar: 858

Knap en tredjedel af de lavt digitaliserede virksomheder forventer stigende investering i digitalisering. Det samme gælder for en betydelig større andel af de medium digitaliserede (52 pct.) og de højt digitaliserede virksomheder (62 pct.)



Metode

Digitalisering

I Digitaliseringsbarometer 2018 forstås digitalisering bredt, fx som brug af digitale teknologier, der indgår i udviklingsfunktioner og produktionsprocesser samt i færdige digitalt understøttede services og produkter.

Digitalisering kan omfatte en lang række områder lige fra at lave hjemmeside, indføre digitalisering i daglig bogføring til e-handel, cloudløsninger; anvendelse af Big Data og analyser; indlejret intelligens såsom sensorer i produkter, så de bliver mere intelligente.

Undersøgelsen måler virksomhedernes anvendelse af digitale processer og funktioner, men måler ikke anvendelse af de helt basale IT-værktøjer som fx e-mail og tekstbehandling. Disse betragtes ikke som digitalisering.

Metode

Digitaliseringsbarometer 2018 er udarbejdet på baggrund af en undersøgelse af 1.031 små og mellemstore virksomheder i Region Syddanmark.

Spørgerammen er udviklet af Region Syddanmark og Væksthus Syddanmark. Beregningen af virksomhedernes digitaliseringsgrad, som er kernen i digitaliseringsbarometeret, tager udgangspunkt i tidligere undersøgelser af erhvervslivets digitalisering, bl.a. GTS-foreningen: "Mere digital damp på kedlerne", 2016 og Erhvervsministeriet: "Digitalisering og produktivitet - Vækstpotentiale i danske virksomheder", 2017. I undersøgelserne beregnes om virksomhederne har digitalisering (svaret ja)

Fakta

- 1.031 Respondenter blandt små og mellemstore virksomheder i Syddanmark
- 88 pct. i 4 hovedbrancher samt 12 pct. i øvrige brancher
- 19 pct. er højt digitaliserede
- 45 pct. forventer stigende digitale investeringer
- 38 pct. er eksportaktive

eller ikke har (svaret nej). Herved siger det ikke noget om intensiteten i digitalisering indenfor forretningsområder eller i hvilket omfang teknologier anvendes. Det er forsøgt opgjort i Digitaliseringsbarometer 2018 ved at benytte skalering i svarmuligheden.

Dataindsamling

Dataindsamlingen er gennemført som telefoninterviews ved hjælp af SOPHI, et CATI-system udviklet af Jysk Analyse.

Dataindsamlingen er foregået i perioden 2. februar til 21. februar 2018. Der er i første omgang interviewet blandt de større virksomheder i populationen.

Der er i alt kontaktet 2.034 virksomheder, hvoraf 1.031 (51%) indvilgede i at deltage og fuldførte interviewet. Af de 2.034 kontaktede var der 73 (3,6%) virksomheder, der oplyste, at de ikke havde nogen form for digitalisering og derfor ikke ønskede at deltage.

Der er udvalgt stratificeret, således at større

virksomheder er overrepræsenteret i det realiserede sample og mindre virksomheder (3-6 ansatte) er underrepræsenterede. Den stratificerede udvælgelse er gennemført for at få et bedre datagrundlag blandt de større virksomheder, end man ville have opnået ved simpel tilfældig udvælgelse.

Vægtning af data

På baggrund af sammensætningen i det realiserede sample og tal for populationen er der foretaget en vægtning af data. Denne vægtning er foretaget på baggrund af fordelingen af virksomhedsstørrelser og brancher.

Sådan måles digitaliseringsgraden

Undersøgelsen måler digitaliseringen af 8 processer og funktioner, som respondenterne skal vurdere på en 5-punkt likert-skala, der går fra "slet ikke" til "i meget høj grad". En proces/funktion, hvor virksomheden svarer i høj grad (4) eller i meget høj grad (5) betegnes som højt digitaliseret.

Respondenterne svarer på følgende 8 udsagn om virksomhedens digitalisering af forskellige processer/funktioner:

1. Vi gør vores produkter/services mere intelligente med fx kobling til internet, sensorer, GPS m.m.
2. Vi digitaliserer vores produkt-/serviceudvikling fx produktdesign, forretningskoncept, prototyping.
3. Vi forbedrer vores fremstillingsprocesser med fx test, simulering, planlægning, automatisering eller monitorering.

4. Vi optimerer vores logistik, distribution eller lager med elektronisk deling mellem virksomheden og kunder (fx supply chain management)

5. Vi effektiviserer økonomi og administration med fx cloud computing (ekstern adgang i "skyen", e-faktura m.m.).

6. Vi udnytter onlinekanaler til markedsføring og kundekontakt/oplevelse med fx internet, app, sociale medier.

7. Vi udnytter data og analyser gennem fx webbaserede kundeundersøgelser og Big Data.

8. Vi udnytter e-handelsløsning med fx websalg eller EDI (elektronisk udveksling af fx tilbud og ordrer).

Virksomhedens samlede digitaliseringsgrad bestemmes ud fra hvor mange dens processer og funktioner, der er højt digitaliserede.

- Virksomheder med 0 højt digitaliserede processer/funktioner betegnes som lavt digitaliserede.
- Virksomheder med 1, 2 eller 3 højt digitaliserede processer/funktioner betegnes som medium digitaliserede.
- Virksomheder med mindst 4 højt digitaliserede processer/funktioner betegnes som højt digitaliserede.

Digitaliseringsbarometer 2018

Digitaliseringsbarometer 2018 tager temperaturen på digitaliseringen blandt mere end 1.000 små og mellemstore virksomheder med 3-250 ansatte i Syddanmark.

Barometeret belyser:

- Hvor digitaliserte er virksomhederne?
- Hvad og hvorfor digitaliserer de?
- Hvad er de vigtigste barrierer for at digitalisere?
- Hvad kommer der ud af at digitalisere?
- Hvilke forventninger er der til fremtidig digitalisering?

Digitaliseringsbarometer 2018 styrker forudsætningerne for syddanske virksomheders digitale udvikling.

Barometeret er udviklet af Væksthus Syddanmark og Region Syddanmark.

