



HVOR DIGITALE ER DE FYSKE VIRKSOMHEDER?

Digitaliserings- barometer 2022



Erhvervshus
FYN



Kenneth Muhs
Bestyrelsesformand
Erhvervshus Fyn

Redaktion:

Erhvervshus Fyn
Munkebjergvænget 1
5230 Odense M



Analyse og design:

AM Research

AM RESEARCH

Januar 2023

Forside foto: Dan Christian Paduret (pexels.com)

Forord

Digitalisering er fortsat en udfordring for mange fynske virksomheder. Det viser Erhvervshus Fyns digitaliseringsbarometer for 2022. Halvdelen af de fynske virksomheder kan karakteriseres som lavt digitaliserede, og det er kun en smule bedre end i 2018. Meget tyder desuden på, at corona har øget digitaliseringskløften mellem de virksomheder, der rider på digitaliseringsbølgen, og de, der ikke er hoppet med.

I Erhvervshus Fyn har vi altså fortsat en stor opgave med at hjælpe fynske virksomheder til at identificere, hvor de kan lette og forbedre deres processer med digitale værktøjer. Og ifølge barometeret er hjælpen efterspurgt. Virksomhederne fremhæver nemlig manglende tid, ressourcer, kompetencer og overblik som de tungeste barrierer for ikke at arbejde med webshop, online markedsføring, kunstig intelligens og andre digitale processer.

Heldigvis er der også positive digitale tendenser i 2022. Andelen af virksomheder, der boner ud med det svært opnåelige højeste digitaliseringsniveau, er således steget til mere end en femtedel.

Polariseringen skal naturligvis ses med pandemien som bagtæppe. Den har været med til at skubbe nogle virksomheder højere op ad digitaliseringsstigen, da nedlukninger drev dem til at omlægge deres forretning helt. På den anden side er der ingen tvivl om, at en årrække præget af usikkerhed og uforudsigelighed – først med corona og senest med energikrise og inflation – har bremset mange udviklingsprojekter i fynske virksomheder.

Det gælder også planer om at udvide forretningen med en webshop, drømme om at optimere forsyningskæden med digitale teknologier, intentioner om at udnytte onlinekanaler til markedsføring osv. Meget tyder på, at den slags digitale opdagelsesrejser mange steder er blevet sat på pause til fordel for et fast blik rettet på driften.

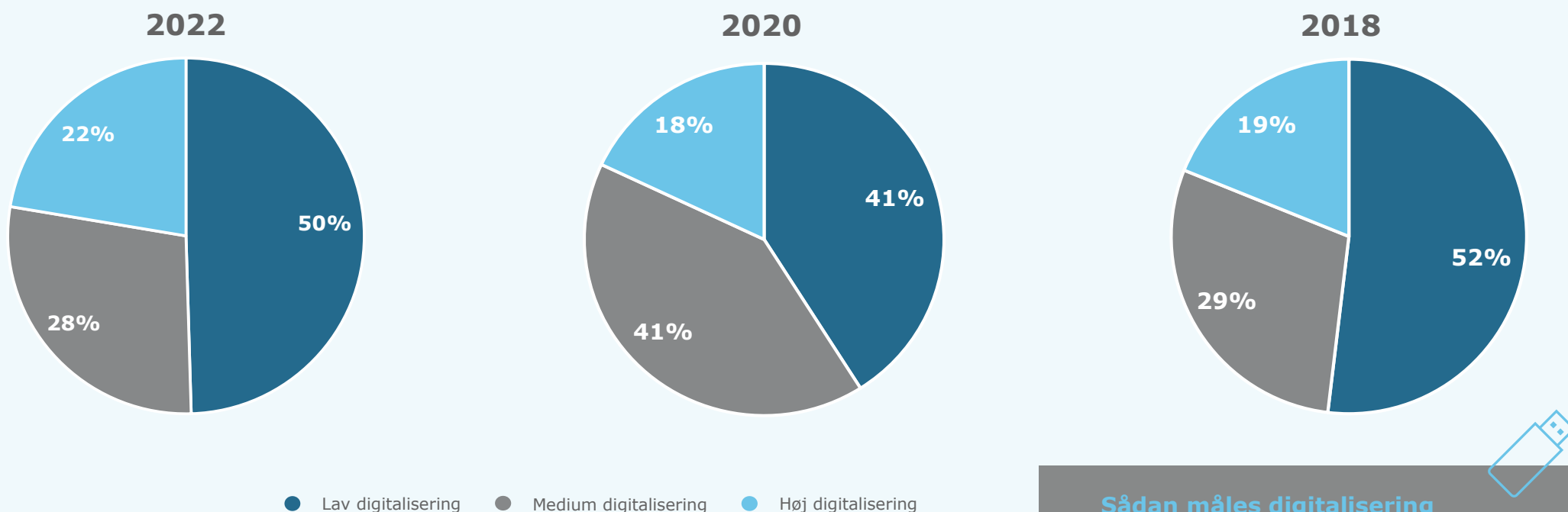
Et kig i krystalkuglen afslører dog, at virksomhederne imødeser mere digitalisering de kommende år. Næsten to tredjedele forventer at øge deres investering i digitale projekter de næste 1-2 år. I 2018 og 2020 var det under halvdelen.

Heldigvis ser det også ud til, at de digitale tiltag har en positiv effekt på beskæftigelsen. Digitaliseringen har ført til ansættelse af flere medarbejdere for en større del af virksomhederne i 2022, end det var tilfældet både i 2018 og 2020. F.eks. fortæller 15 pct. af virksomhederne, at de har ansat flere højtuddannede som følge af deres digitalisering. Jobskabelsen bekræftes i de effekter, Erhvervshuset for nyligt har opgjort af tre digitale udviklingsprogrammer. De 137 deltagende virksomheder her forventer således at skabe 240 jobs de kommende 3 år.

Digitaliseringsbarometer 2022 bekræfter, at corona årene kun har været med til at øge behovet for de erhvervsfremmende aktiviteter på det her felt, og jeg vil derfor benytte anledningen til at sende en stærk opfordring til de fynske virksomheder om at benytte sig af de tilbud Erhvervshus Fyn stiller til rådighed helt uden beregning.



Hvor digitale er de fynske virksomheder?



Kilde: Erhvervshus Fyn og AM Research

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

Antal svar: 300 (2020: 314; 2018: 312)

Digitaliseringsbarometeret viser, at Fyn er i fremgang, når det kommer til andelen af højt digitaliserede virksomheder. I 2022 er andelen af højt digitaliserede virksomheder steget med fire procentpoint siden 2020. Især perioden med nedlukninger under coronapandemien har dels presset, men også åbnet op for en acceleration af digitale forretningsløsninger i nogle virksomheder.

Til gengæld øges andelen af lavt digitaliserede virksomheder med ni procentpoint sammenlignet med 2020. Det vidner om en øget spredning i de fynske virksomheders digitaliseringsniveau under og efter coronapandemien fra 2020 til 2022.

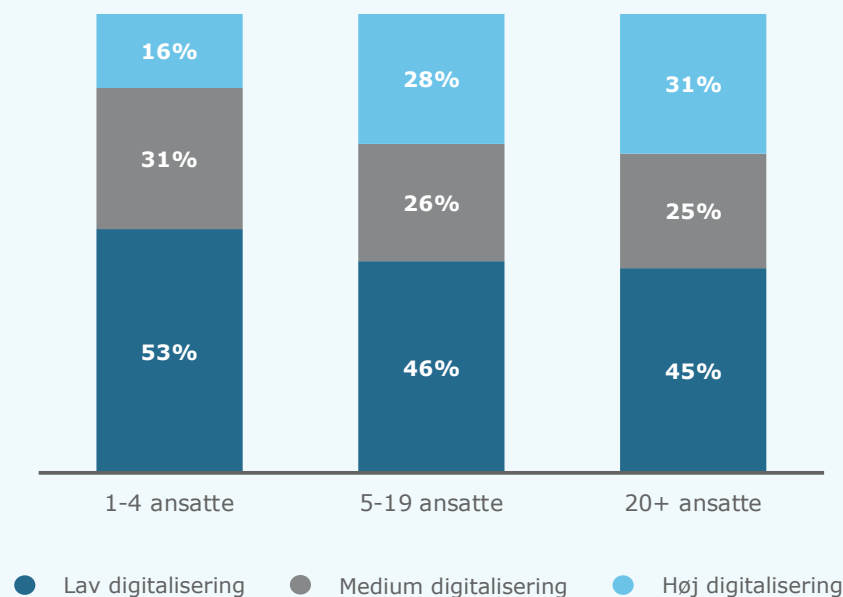
Sådan måles digitalisering

Digitalisering indebærer, at en virksomhed tager digitale systemer og værktøjer i anvendelse.

Digitaliseringsbarometeret opdeler virksomheder i tre grader af digitalisering. Den enkelte virksomheds niveau af digitalisering er bestemt af, hvor ofte de har angivet, at de i høj eller meget høj grad har digitaliseret en proces eller funktion. Der måles på otte processer/funktioner i alt, som virksomhederne har bedømt i forhold til den grad, de er indført eller benyttes i virksomhedens forretningsløsninger.

En nærmere beskrivelse af hvordan digitaliseringsgraden måles kan ses side 18.

Store virksomheder er de mest digitale

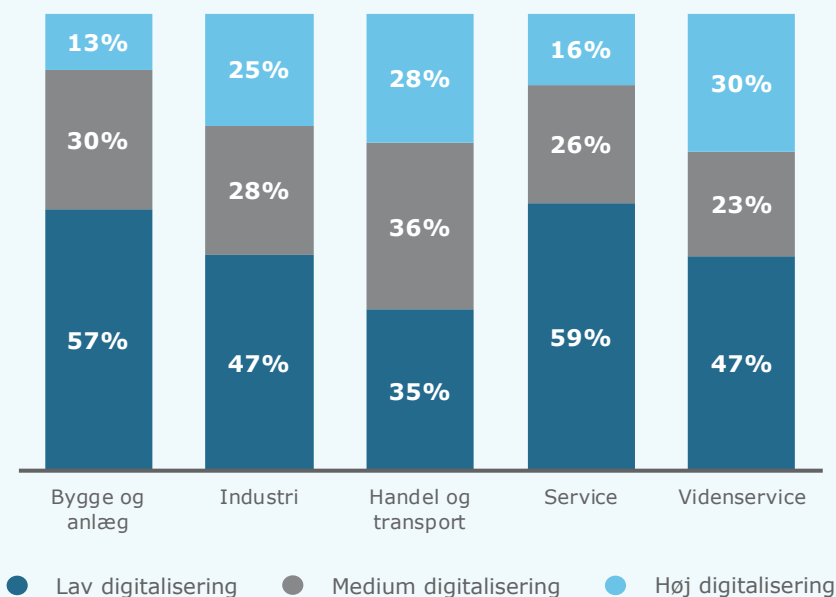


Kilde: Erhvervshus Fyn og AM Research

Note: Figuren viser virksomhedernes grad af digitalisering opdelt på størrelse.
Antal svar: 300

Graden af digitalisering i de fynske virksomheder stiger markant med virksomhedernes størrelse. I virksomheder med 20+ ansatte har 31 pct. høj digitalisering i deres forretning. Tilsvarende ligger andelen på 28 pct. hos de mellemstore virksomheder og blot 16 pct. hos de små virksomheder med 1-4 ansatte.

De mest digitale brancher er Videnservice samt Handel og transport



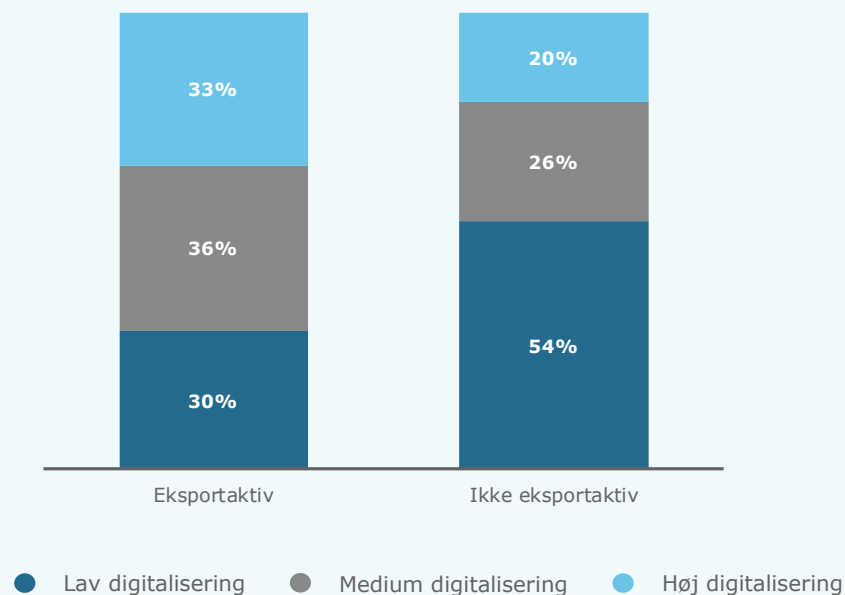
Kilde: Erhvervshus Fyn og AM Research

Note: Figuren viser virksomhedernes grad af digitalisering opdelt på branche.
Brancheoplysning stammer fra CVR-registeret.
Antal svar: 300

Graden af digitalisering varierer på tværs af brancher. I Videnservice har knap én ud af tre virksomheder (30 pct.) en høj digitaliseringsgrad, efterfulgt af Handel og transport (28 pct.), samt Industri (25 pct.). Mindre digitaliserede er Bygge og anlæg samt Service, hvor blot omkring én ud af seks virksomheder (13 og 16 pct.) har en høj digitaliseringsgrad.

Digitalisering og eksport

går hånd i hånd



Kilde: Erhvervshus Fyn og AM Research

Note: Figuren viser virksomhedernes grad af digitalisering opdelt på eksportaktivitet.

Eksportaktive virksomheder har oplyst, at de har mindst ti pct. direkte eksport.

Virksomheder, der har mindre end ti pct. eksport eller er underleverandører til virksomheder med direkte eksport defineres ikke som eksportaktive.

Antal svar: 300

Eksportaktive virksomheder arbejder i højere grad

med digitale forretningsløsninger end ikke eksportaktive virksomheder. Hver tredje eksportaktive virksomhed (33 pct.) har i høj grad integreret digitalisering i deres forretning. Det har kun hver femte (20 pct.) af de ikke eksportaktive. Modsat er over halvdelen (54 pct.) af virksomhederne uden eksport også lavt digitaliserede. Det tal er kun 30 pct. hos eksporterende virksomheder.

Foto: Andras Vas (Unsplash)

Hvad digitaliserer virksomhederne mest?

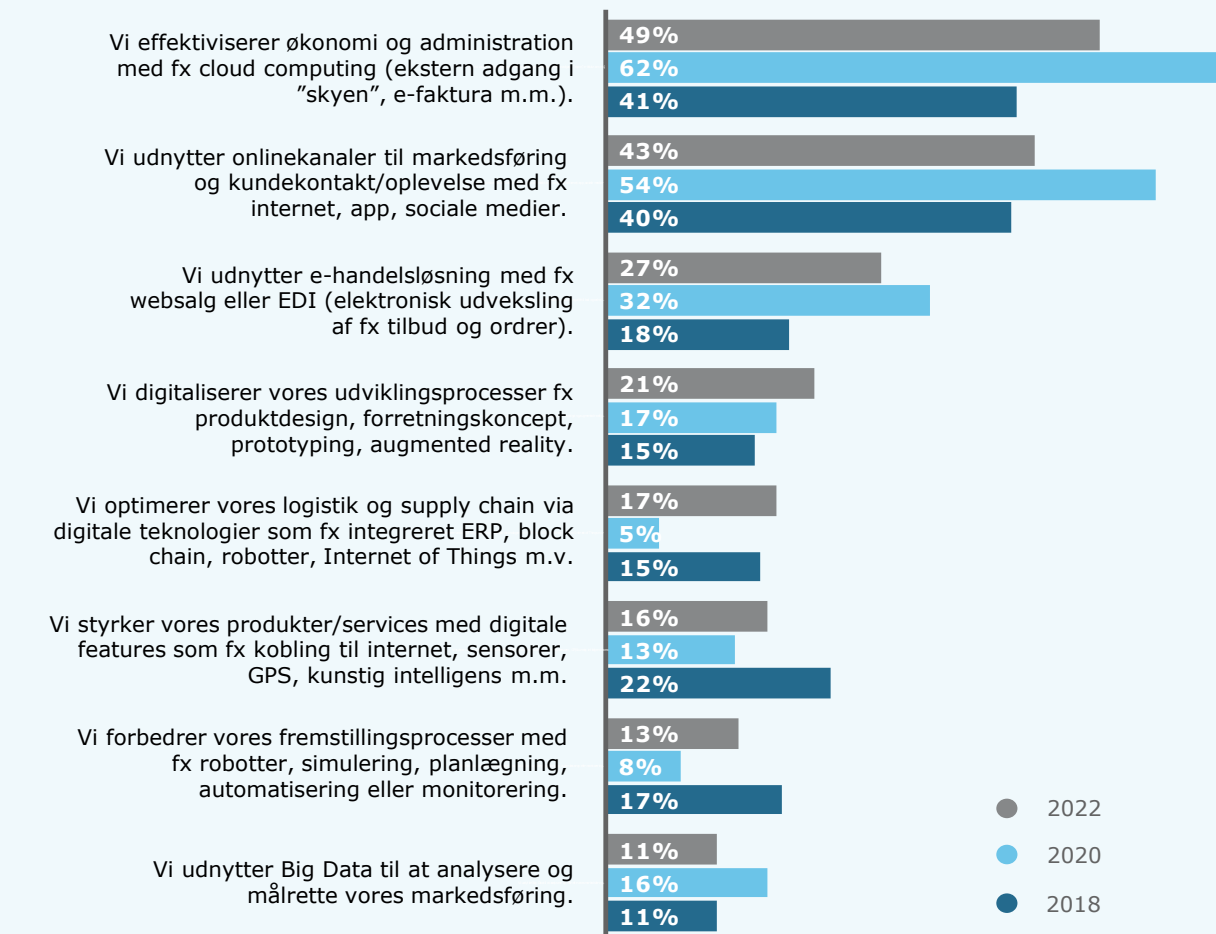
Opdelt på otte processer/funktioner

Når man kigger på, hvad virksomhederne hovedsageligt digitaliserer, så er det i 2018, 2020 og 2022 de samme områder, som ligger i top.

Det er konsekvent effektivisering af økonomi og administration, onlinemarkedsføring og e-handels-løsninger, som er de tre toneangivende digitaliseringsområder. Det er således i mindre grad fx Big Data, robotter og kunstig intelligens, som trækker den samlede digitale udvikling hos bredden af fynske virksomheder.

Det kan dels være et udtryk for, at økonomi, markedsføring og salg faktisk er der, hvor virksomhederne ser størst behov for at digitalisere. Det kan også skyldes, at det er "nemmere" at digitalisere sine økonomiprocesser, sin markedsføring og etablere en e-handelsløsning, end det er at gå ind i robot- og automatiseringsløsninger. Eller i arbejdet med Big Data og kunstig intelligens for den sags skyld.

Selvom optimering af logistik og forsyningskæder ikke er et stort område, så er det et område, som er steget voldsomt siden 2020. Det udspringer sandsynligvis af den forsyningskrise, som opstod under coronapandemien og som for tiden presser et stigende antal virksomheder til at øge fokus på forsyningsikkerhed. Her er digitale processer værdifulde.



Kilde: Erhvervshus Fyn og AM Research

Note: Figuren viser andelen af virksomheder, der på en fempunkts skala har svaret fire (i høj grad) eller fem (i meget høj grad) til de otte udsagn om anvendelse af digitale processer/funktioner.

Antal svar: 300 (2020: 314; 2018: 312)

Store og små virksomheder digitaliserer forskelligt

Opdelt på otte processer/funktioner efter størrelse

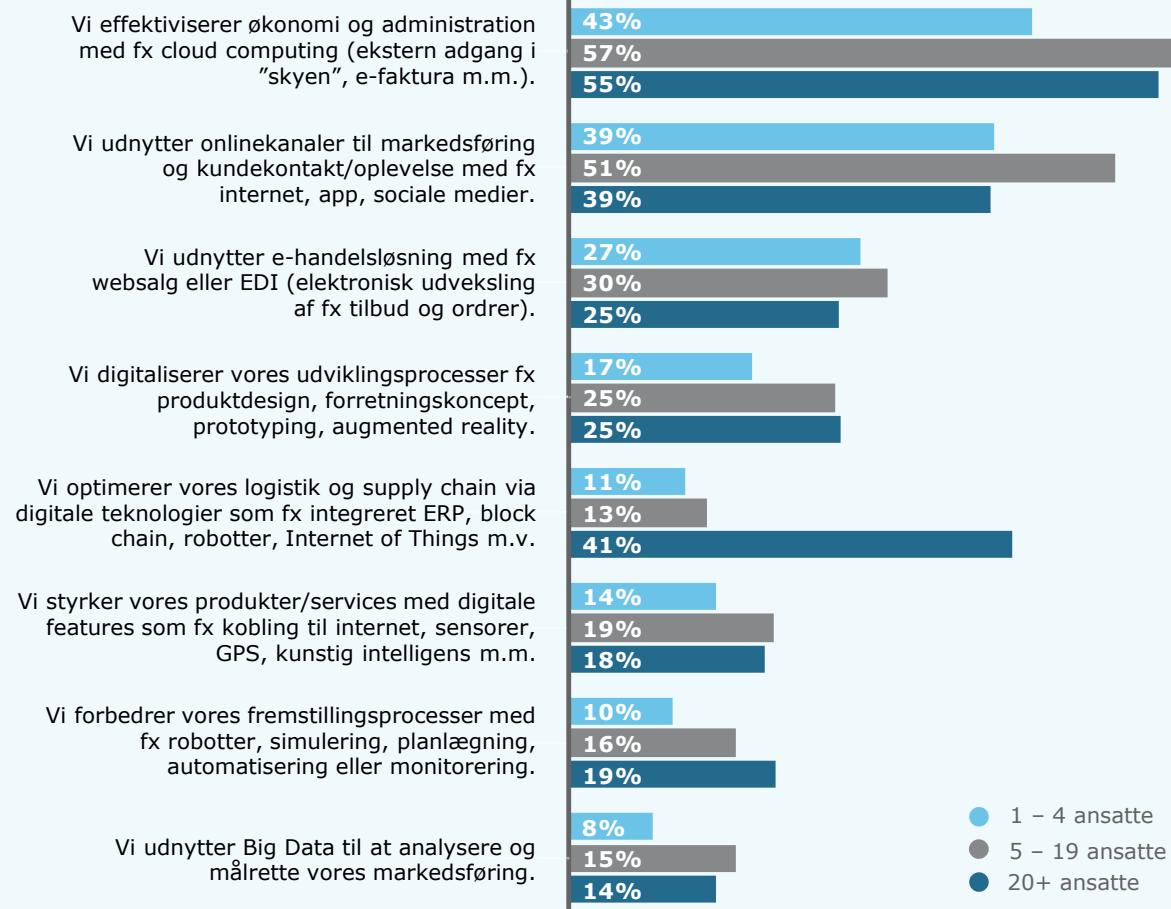
Virksomhedernes størrelse har flere steder betydning for, i hvilken udstrækning de benytter sig af de otte processer og funktioner, som er formuleret i Digitaliseringsbarometeret.

Generelt set benytter de mellemstore virksomheder med 5-19 ansatte og store virksomheder med 20+ sig mere af de forskellige processer og funktioner sammenlignet med små virksomheder under 5 ansatte.

De små virksomheder ligger dog ét sted på niveau med de mellemstore og store. E-handelsløsninger appellerer således bredt uanset størrelse.

De store virksomheder adskiller sig også på især ét område. Hele 41 pct. af dem bruger nemlig digitale teknologier til at optimere deres logistik og forsyningskæder. Det har ikke vundet indpas i nær så høj grad hos de mindre virksomheder.

At forsyningskæden er et af de mest udbredte områder at digitalisere blandt virksomheder med mere end 20 ansatte giver god mening i en tid med forsyningskrise, der især påvirker de større virksomheder.



Kilde: Erhvervshus Fyn og AM Research

Note: Figuren viser andelen af virksomheder, der på en fempunkts skala har svaret fire (i høj grad) eller fem (i meget høj grad) til de otte udsagn om anvendelse af digitale processer/funktioner. Opdelt på størrelse.

Antal svar: 300

Brancherne digitaliserer forskelligt

Opdelt på otte processer/funktioner efter branche

De forskellige brancher adskiller sig meget fra hinanden, hvad angår deres fokus inden for digitalisering.

Handel og transport ligger højest på onlinemarkedsføring med 53 pct. og højest på e-handelsløsninger med 34 pct. Industri ligger lavest på de samme to områder med henholdsvis 32 pct. og 15 pct.

Omvendt ligger Industri højest på optimering af logistik og forsyningskæder med 40 pct. og på robot- og automatiseringsprocesser med 36 pct. Her ligger Service lavest på netop de to områder med henholdsvis 6 pct. og 7 pct. Service har som den eneste af de fem angivne brancheområder ikke en eneste digital proces eller funktion, hvor branchen ligger højest. Det er også den mindst digitaliserede branche sammen med Bygge og anlæg.

Bygge og anlæg ligger som den eneste branche kun over 20 pct. på to af de otte processer og funktioner. Der vil naturligvis være områder, hvor det ikke giver så meget mening for bygge- og anlægsvirksomheder at digitalisere. Omvendt vidner det om et uudnyttet potentiale for at øge digitaliseringsgraden hos Bygge og anlæg.

Videnservice ligger til gengæld højt på adskillige områder. Især ét skiller sig ud fra de øvrige brancher. Når det gælder udviklingsprocesser, som dybest set handler om innovation, scorer Videnservice med 36 pct. højt digitaliserede virksomheder nemlig højere, end de øvrige brancher.

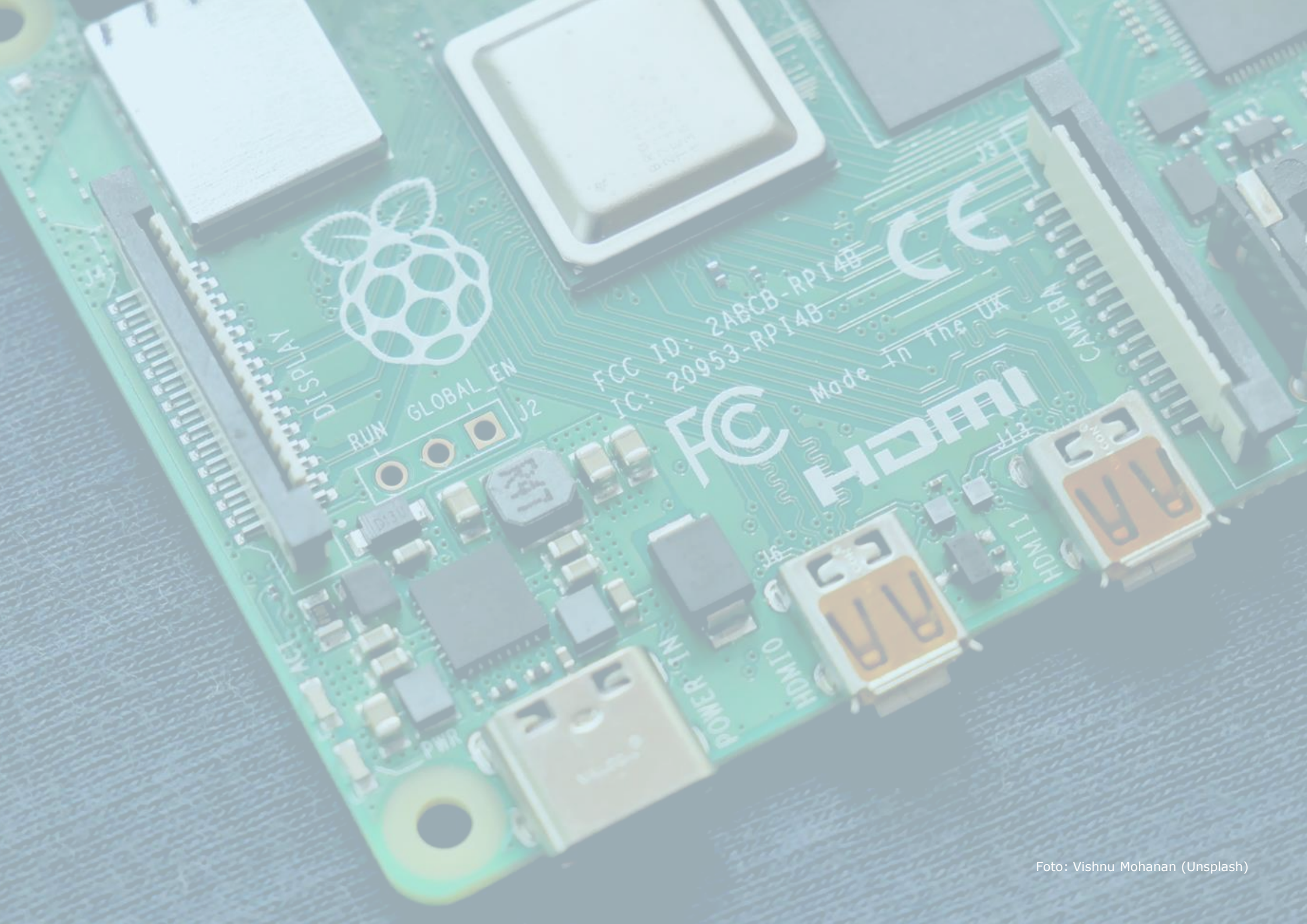
Fælles for alle fem brancheområder er, at de i stort omfang har implementeret digitale løsninger i økonomi og administration.

	Bygge og anlæg	Industri	Handel og transport	Service	Videnservice
Vi effektiviserer økonomi og administration med fx cloud computing (ekstern adgang i skyen, e faktura m.m.).	55%	55%	55%	38%	53%
Vi udnytter onlinekanaler til markedsføring og kundekontakt/oplevelse med fx internet, app, sociale medier.	36%	32%	53%	43%	39%
Vi udnytter e handelsløsning med fx websalg eller EDI (elektronisk udveksling af fx tilbud og ordrer).	21%	15%	34%	27%	29%
Vi styrker vores produkter/services med digitale features som fx kobling til internet, sensorer, GPS, kunstig intelligens m.m.	13%	13%	22%	13%	18%
Vi digitaliserer vores udviklingsprocesser fx produkt design, forretningskoncept, prototyping, augmented reality.	9%	26%	16%	15%	36%
Vi udnytter Big Data til at analysere og målrette vores markedsføring.	7%	13%	16%	6%	15%
Vi optimerer vores logistik og supply chain via digitale teknologier som fx integreret ERP, block chain, robotter, Internet of Things m.v.	9%	40%	27%	6%	20%
Vi forbedrer vores fremstillingsprocesser med fx robotter, simulering, planlægning, automatisering eller monitorering.	14%	36%	11%	7%	15%

Kilde: Erhvervshus Fyn og AM Research

Note: Figuren viser andelen af virksomheder, der på en fempunkts skala har svaret fire (i høj grad) eller fem (i meget høj grad) til de otte udsagn om anvendelse af digitale processer/funktioner. Opdelt på branche.

Antal svar: 300



Virksomhederne vil øge effektiviteten/optimere forretningen.

Det er en af de primære årsager til at digitalisere.

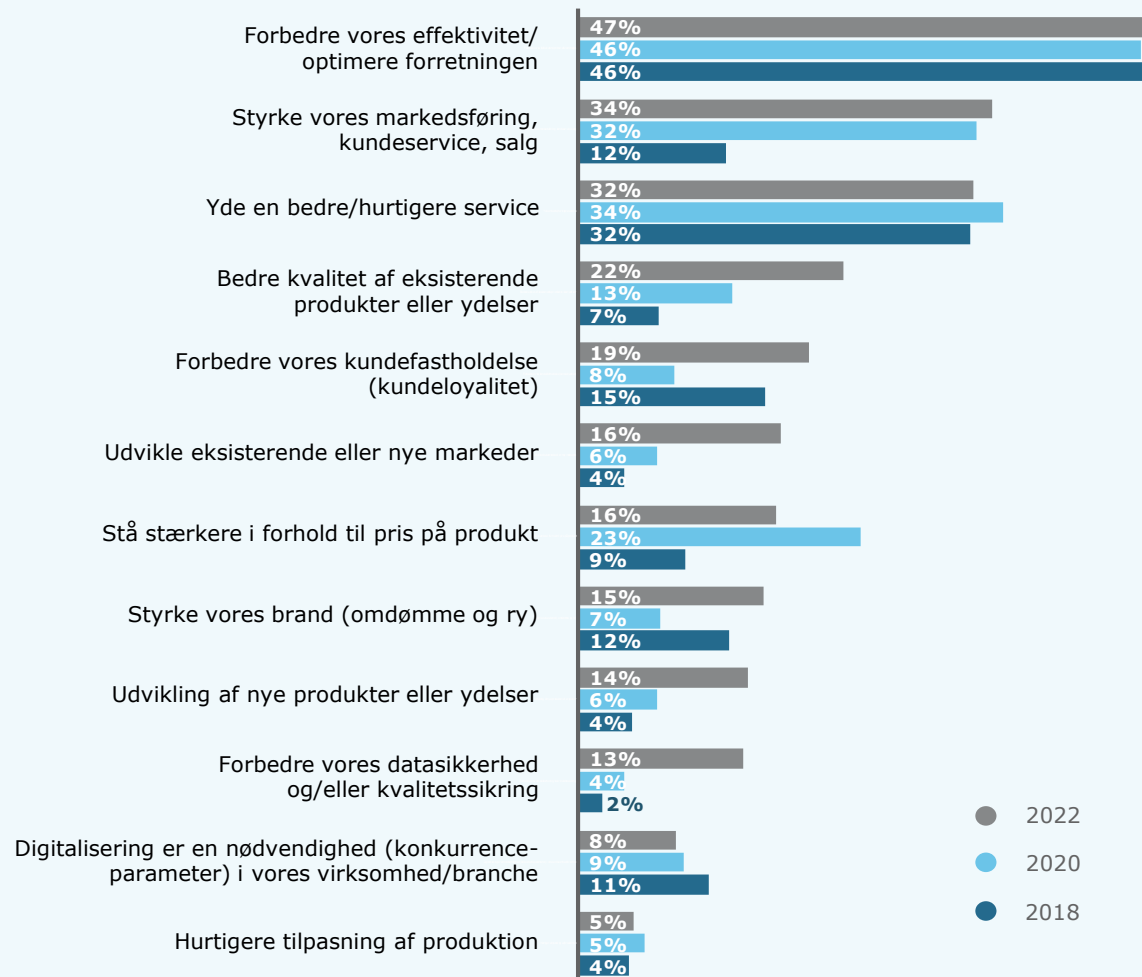
Virksomhedernes tre vigtigste begrundelser for at digitalisere, har stort set ikke ændret sig på tværs af de tre målinger siden 2018.

Som i de tidligere målinger er de primære formål også nu at forbedre effektivitet og optimere forretningen, styrke markedsføring, kundeservice og salg samt yde en bedre og hurtigere service.

Ud over top tre har virksomhedernes fokus i 2022 dog ændret sig. Der er især fokus på at forbedre kvalitet af eksisterende produkter og ydelser, og der er tale om en støt stigning siden første måling i 2018.

Dernæst følger kundefastholdelse samt ønsket om at udvikle eksisterende eller nye markeder. Begge disse motiver er steget betragteligt i 2022.

Et nævneværdigt område stiger ligeledes markant igennem de tre målinger. Øget datasikkerhed og kvalitetssikring virker til at være kommet væsentligt mere i fokus, hvilket sikkert er en konsekvens af den stigende digitale kriminalitet på internettet.



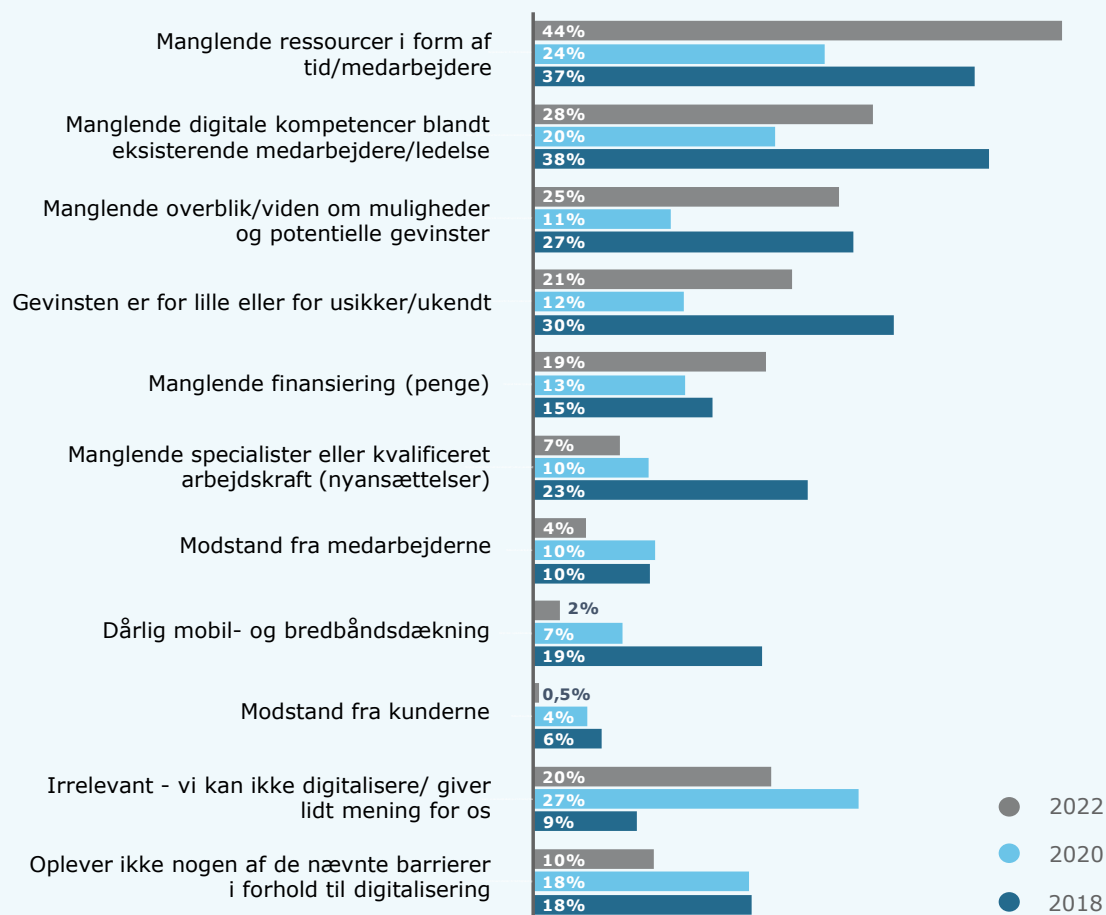
Kilde: Erhvervshus Fyn og AM Research

Note: Figuren viser andelen af virksomheder, der har angivet én af ovenstående udsagn, blandt de tre vigtigste begrundelser for at digitalisere. Figuren indeholder kun virksomheder, der har svaret bekræftende på, at de digitaliserer inden for mindst én af de otte processer/funktioner.

Antal svar: 283 (2020: 300; 2018: 297)

Manglende ressourcer, kompetencer og overblik

er de største barrierer for ikke at digitalisere mere



Virksomhederne oplever stadig en række barrierer for at kunne digitalisere deres forretning yderligere. Barriererne varierer dog mellem målingerne og meget tyder derfor på, at de har ændret sig over tid.

I 2022 er det især manglende ressourcer (44 pct.) og kompetencer (28 pct.), som fylder mest hos virksomhederne. På tværs af områderne har adskillige af barriererne været stigende siden 2020.

Modsat kan det tydelige fald i mangel på specialister eller kvalificeret arbejdskraft tolkes som et tegn på, at virksomhederne i højere grad erkender, at det er svært at skaffe ny arbejdskraft, og at man må købe sig til ekstern hjælp fra konsulenter og bureauer.

Det er positivt, at både modstand fra kunder (0,5 pct.) og medarbejdere (4 pct.) er aftagende. Et tegn på, at der er en bred forståelse (og accept) i samfundet af, at digitalisering er en nødvendighed for virksomhedernes forretning.

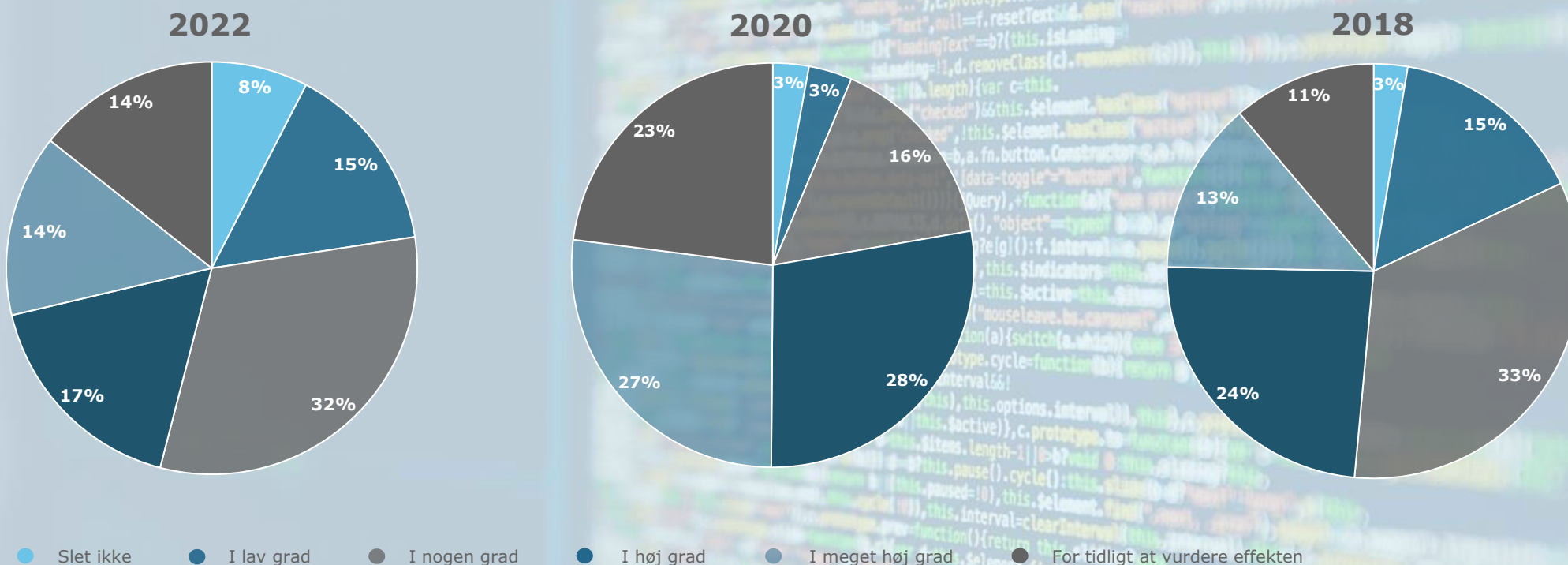
Den digitale nødvendighed i dag gør sig også gældende idet dårlig mobil- og bredbåndsdækning kun opfattes af 2 pct. som en barriere. IT-infrastrukturen er ganske enkelt blevet markant bedre, hvilket muliggør digitalisering på et mere avanceret plan end tilbage i 2018.

Kilde: Erhvervshus Fyn og AM Research

Note: Figuren viser andelen af virksomheder, der har angivet de respektive udsagn som en barriere for at digitalisere yderligere i virksomheden.

Antal svar: 300 (2020: 314; 2018: 312)

Effekten af digitalisering



Kilde: Erhvervshus Fyn og AM Research

Note: Figuren viser fordelingen af virksomhedernes svar på spørgsmålet: "I hvilken grad har I fået gevinst af investeringen i digitale teknologier?"

Gælder kun for virksomheder, der har svaret bekræftende på, at de digitaliserer inden for mindst én af de otte processer/funktioner.

Antal svar: 283 (2020: 300; 2018: 297)

I 2022 oplever 63 pct. af virksomhederne, at de får gevinst af deres digitale investeringer, hvilket er knapt så mange, som tidligere havde den oplevelse.

Det er især virksomhederne med højt digitaliseringsniveau, som oplever gevinst af deres digitale investeringer. Her er det 81 pct. mod blot 42 pct. hos virksomheder med lav digitalisering. Det er en helt naturlig sammenhæng, men dog en enorm forskel.

Andelen af virksomheder, som mener, at det er for tidligt at vurdere effekten af deres digitalisering, er tilbage på næsten samme niveau som i 2018. Det sker efter et markant hop op i 2020, hvor næsten en fjerdedel af virksomhederne følte sig ude af stand til at bedømme gevinsten endnu. Måske på grund af nedlukningsperioderne og stor uro på markederne.

Konsekvenser for beskæftigelse

År	Uddannelsesniveau	Flere ansatte	Færre ansatte	Uændret antal ansatte
2022	Højtuddannede	15%	4%	80%
	Faglærte	12%	6%	82%
	Ufaglærte	10%	5%	85%
2020	Højtuddannede	7%	3%	90%
	Faglærte	11%	2%	87%
	Ufaglærte	4%	2%	94%
2018	Højtuddannede	8%	1%	91%
	Faglærte	11%	2%	86%
	Ufaglærte	4%	3%	93%

Kilde: Erhvervshus Fyn og AM Research

Note: Tabellen viser, hvorvidt brug eller indføring af digitale teknologier har ført til flere, færre eller uændret antal ansatte for den enkelte virksomhed. Tabellerne er opdelt på uddannelsesniveau.

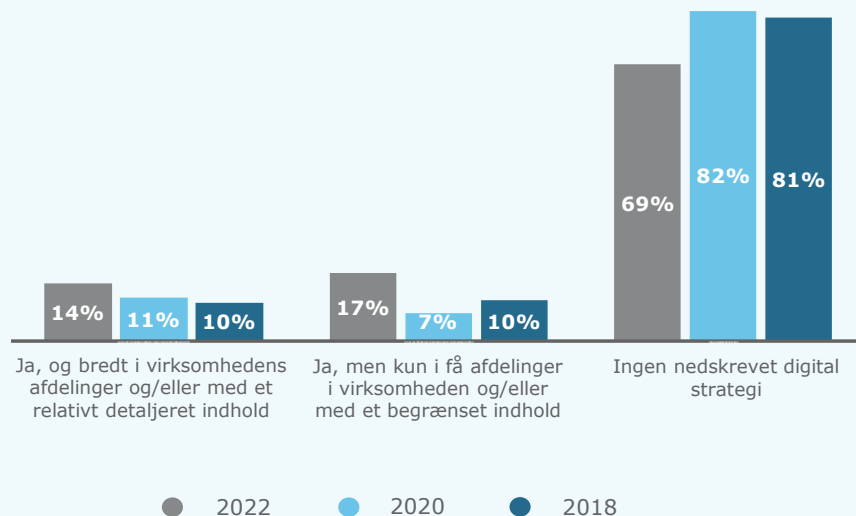
Antal svar: 300 (2020: 314; 2018: 312)

I 2022 har der på tværs af alle tre uddannelsesniveauer været tydelige stigninger i antal ansatte som følge af brug eller indføring af digitale teknologier i virksomheden sammenlignet med 2020 og 2018. Den største stigning er sket i forhold til højtuddannede, som 15 pct. af virksomhederne har ansat flere af.

Der er omvendt ikke sket lige så markante stigninger i gruppen af virksomheder, der som konsekvens af deres digitalisering har fået færre ansatte. Derfor er nettogevinsten i beskæftigelse klart steget hen over de tre måleperioder.

Foto: Andras Vas (Unsplash)

Flere får en digital strategi nedskrevet i virksomheden



Kilde: Erhvervshus Fyn og AM Research

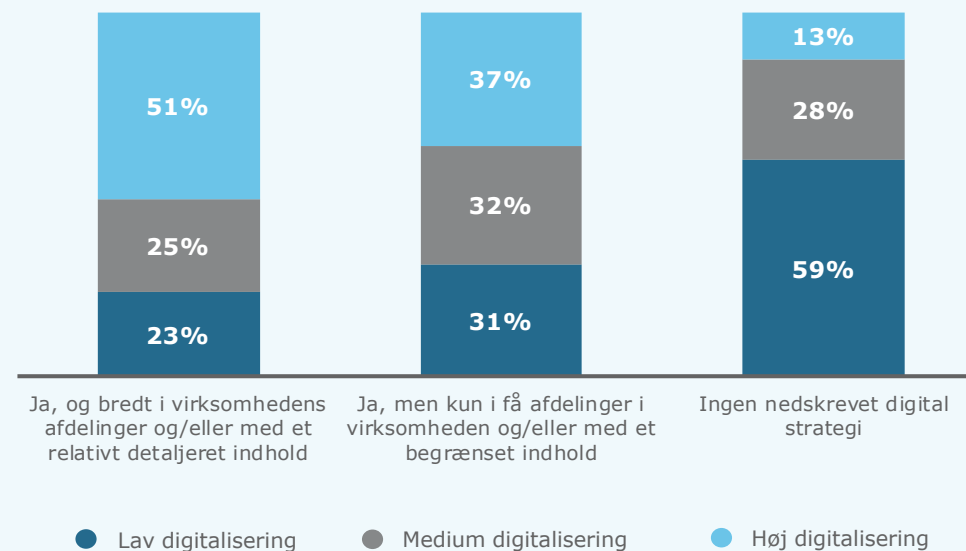
Note: Figuren viser om virksomhederne har en nedskrevet digital strategi og i bekræftende fald, hvor omfattende den er.

Antal svar: 300 (2020: 314; 2018: 312)

31 pct. af virksomhederne har i én eller anden forstand nedskrevet en digital strategi i virksomheden, hvilket er en markant stigning sammenlignet med både 2020 (18 pct.) og 2018 (20 pct.).

Andelen er stigende både for de virksomheder, som har en digital strategi i få afdelinger og/eller med begrænset indhold (17 pct.) samt for de virksomheder, hvor den digitale strategi er bredt integreret i afdelingerne og/eller med detaljeret indhold.

En digital strategi skaber bedre forudsætninger for digitalisering



Kilde: Erhvervshus Fyn og AM Research

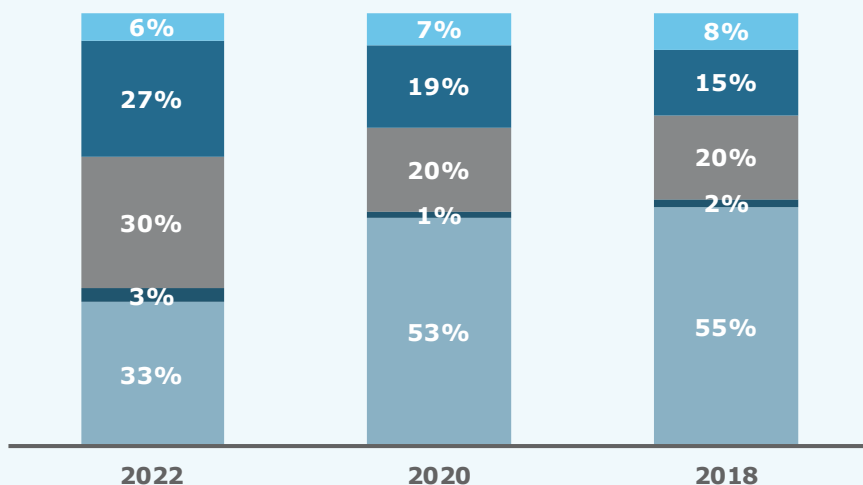
Note: Figuren viser forskellen på virksomheder med og uden en digitale strategi og i hvilken grad de har digitaliseret deres forretningsløsninger.

Antal svar: 300

Virksomhedernes fokus på at formalisere deres digitale strategi har stor indflydelse på, hvor digitale deres forretningsløsninger er. Jo mere en virksomhed formelt går ind i arbejdet med deres digitaliseringsprocesser, jo højere digitaliseringsniveau opnår de.

51 pct. af virksomheder med en bredt forankret digital strategi opnår også høj digitaliseringsgrad. Blandt de virksomheder, som går til digitaliseringen mere tilfældigt uden at skrive det ned i en strategi, opnår kun 13 pct. høj digitaliseringsgrad.

Forventninger til investering i digitalisering stiger



- De er markant stigende
- De er stigende
- De er svagt stigende
- De er faldende
- De er uændret og/eller vi forventer ikke at investere yderligere

Kilde: Erhvervshus Fyn og AM Research

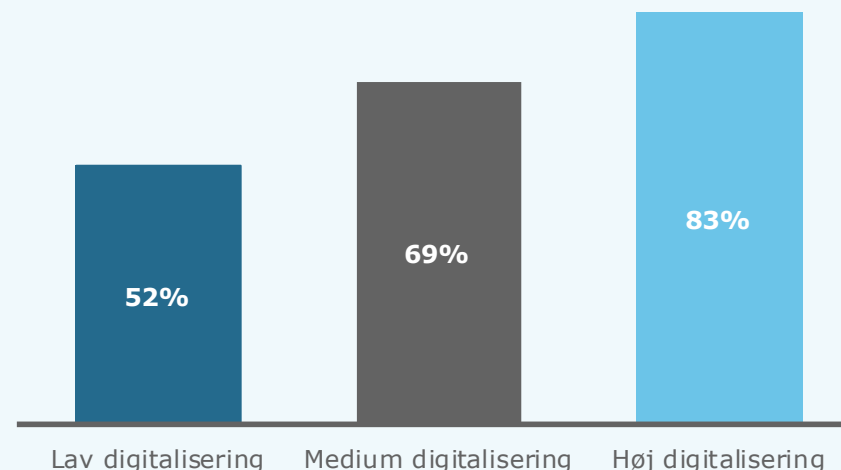
Note: Figuren viser fordelingen af virksomhedernes svar på spørgsmålet: "Hvad er jeres virksomheds investeringsplaner inden for digitalisering de næste et til to år i forhold til tidligere år?".

Antal svar: 300 (2020: 314; 2018: 312)

63 pct. af virksomhederne har i én eller anden grad forventning om stigende digital investering i 2022, hvilket er en markant stigning på henholdsvis 17 og 20 procentpoint i forhold til 2020 og 2018.

Både i 2018 og 2020 var det over halvdelen af virksomhederne, der forventede, at deres investeringer ville være faldende eller uændrede. Men her på bagkant af coronapandemien er der tilsyneladende blevet åbnet op for et mindset, hvor flere ser frem til at investere mere.

Større digital investering i virksomheder med allerede høj digitalisering



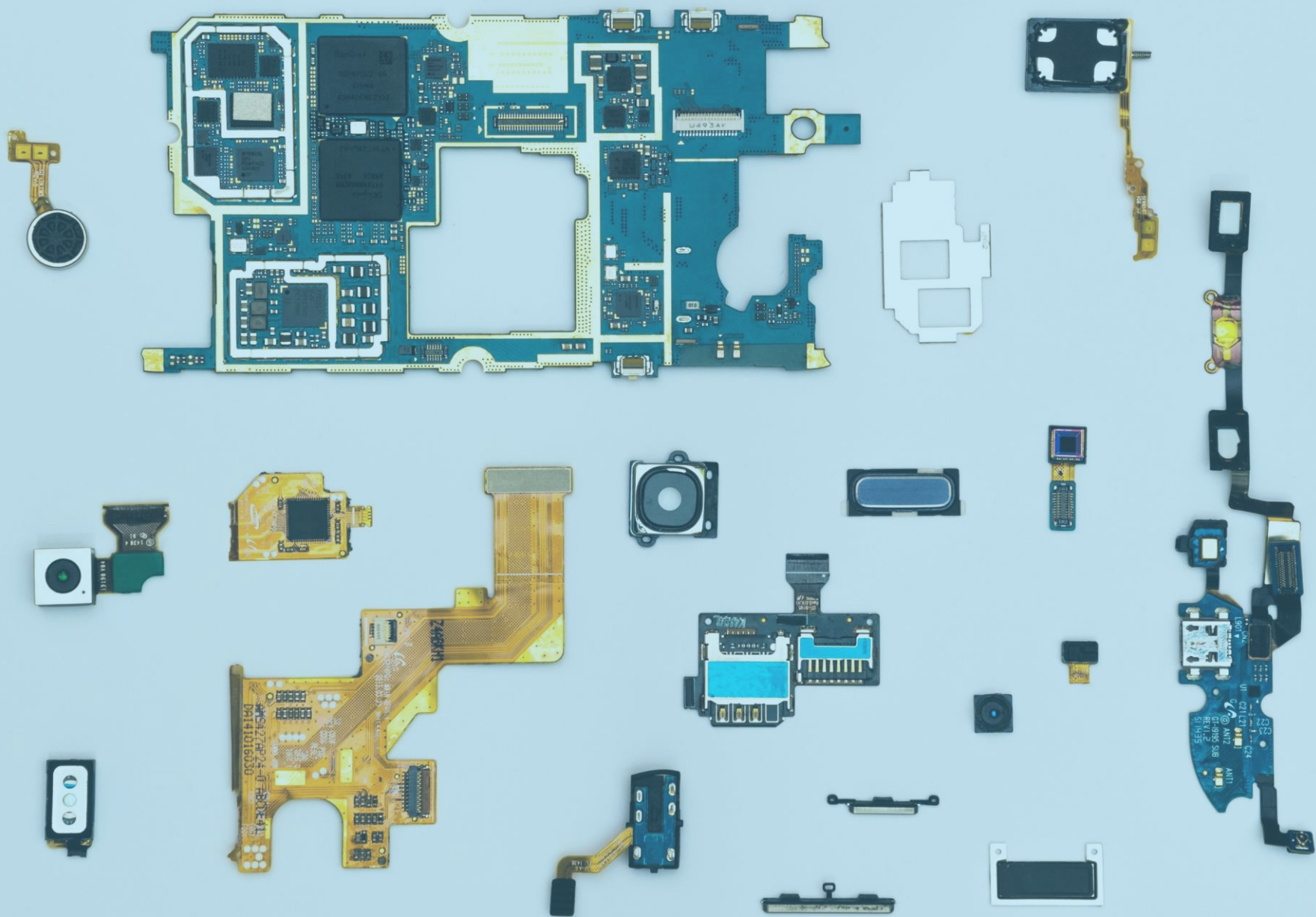
Kilde: Erhvervshus Fyn og AM Research

Note: Figuren viser, hvor stor en andel af virksomhederne, der forventer stigende investering i digitalisering. Opdelt på digitaliseringsgrad.

Antal svar: 300

I takt med virksomhedernes digitale niveau, stiger andelen af virksomheder, som forventer en stigende investering i digitale forretningsløsninger inden for de næste et til to år.

Mere end otte ud af 10 virksomheder med en høj digitaliseringsgrad forventer stigende digitale investeringer, mens det kun er halvdelen blandt virksomheder med lavt digitaliseringsniveau.



Metode

Digitalisering

I Digitaliseringsbarometer Fyn 2022 skal digitalisering forstås 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 helt basale IT-værktøjer som fx e-mail og tekstbehandling og regneark. Disse betragtes ikke som digitalisering i denne sammenhæng.

Metode

Digitaliseringsbarometer Fyn 2022 er udarbejdet på baggrund af en undersøgelse med 300 besvarelser. Statistik usikkerhed er her +/- 5,7 %-point.

Alle Digitaliseringsbarometre er gennemført med små og mellemstore virksomheder på Fyn med 1 – 250 ansatte.

Undersøgelsen er gennemført af AM Research, og spørgerammen er sammen udviklet af AM Research og Erhvervshus Fyn.

Kernen i digitaliseringsbarometeret er beregningen af virksomhedernes digitaliseringsgrad. Modellen tager udgangspunkt i beregningen, som er udviklet i det første digitaliseringsbarometer fra 2018. Således kan udviklingen i digitalisering fra 2018, hen over 2020 til 2022 beskrives.

Dataindsamling

Dataindsamlingen er gennemført ved en *mixed-mode metode*. Det betyder, at svarene fra virksomhederne delvist er indsamlet som webinterview og som telefoninterview, hvor sidstnævnte er gennemført af 5R People i Svendborg.

Dataindsamlingen er foregået i perioden 5. oktober 2022 til 17. november 2022. Respondenterne er stratificeret på brancheniveau. Undersøgelsen og resultaterne er dermed fordelt på størrelsen for den enkelte branche for alle virksomheder på Fyn. Den stratificerede udvælgelse er gennemført for at få et solidt datagrundlag.

Vægtning af data

I forlængelse af stratificeringen er der på baggrund af sammensætningen i det realiserede antal svar og antallet af virksomheder samlet set på Fyn også foretaget en vejning af data.

Vejningen er foretaget på baggrund af den endelige fordeling af virksomhedernes branchetilhørsforhold hos de, som har deltaget i undersøgelsen, holdt op imod hvordan brancherne samlet set fordeler sig på Fyn. Hermed er brancherepræsentativiteten helt præcis.



Graduering af digitalisering

Sådan måles digitaliseringsgraden

Undersøgelsen måler digitaliseringsgraden af otte 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 i randomiseret rækkefølge på følgende otte udsagn om virksomhedernes digitalisering af forskellige processer/funktioner:

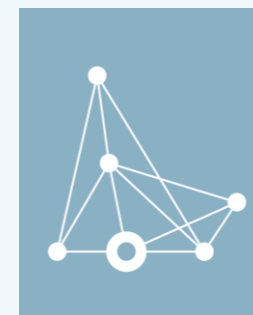
1. Vi styrker vores produkter/services med digitale features som fx kobling til internet, sensorer, GPS, kunstig intelligens m.m.
2. Vi digitaliserer vores udviklingsprocesser fx produktdesign, forretningskoncept, prototyping, augmented reality.
3. Vi forbedrer vores fremstillingsprocesser med fx robotter, simulering, planlægning, automatisering eller monitorering.



4. Vi optimerer vores logistik og supply chain via digitale teknologier som fx integreret ERP, block chain, robotter, Internet of Things m.v.
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 Big Data til at analysere og målrette vores markedsføring.
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 af dens processer og funktioner, der er højt digitaliserede.

- Virksomheder med nul til en højt digitaliserede processer/funktioner betegnes som **lavt digitaliserede**.
- Virksomheder med to eller tre højt digitaliserede processer/funktioner betegnes som **medium digitaliserede**.
- Virksomheder med mindst fire højt digitaliserede processer/funktioner betegnes som **højt digitaliserede**.



Digitaliseringsbarometer Fyn 2022

Digitaliseringsbarometer Fyn 2022 måler graden af de fynske virksomheders brug og anvendelse af digitale forretningsløsninger og sammenligner med 2018 og 2020.

Barometeret stiller skarpt på:

- Hvor digitale er de fynske virksomheder?
- Hvilke områder er virksomhederne mest digitale?
- Hvad er formålet med digitalisering?
- Hvad er barriererne for at øge graden af digitalisering?
- Hvor stor er gevinsten ved digitalisering?
- Hvilke forventninger er der til at øge investering i digitalisering?

Digitaliseringsbarometer Fyn 2022 styrker indsigten og viden om de fynske virksomheders brug og anvendelse af digitale forretningsløsninger og viser udviklingen siden 2018.

Barometeret er gennemført af
Erhvervshus Fyn og
AM Research

AM RESEARCH

