

Manglende kompetencer hos ledelsen er en bremse for anvendelse af kundedata

En undersøgelse blandt IDAs virksomhedsledere viser, at brugen af big data og kundedata endnu ikke har vundet indpas ved flertallet af de adspurgte virksomheder.

Analysen viser, at:

- Kun hver sjette af de adspurgte virksomhedsledere angiver, at deres virksomhed i høj grad anvender dataanalyse til for eksempel markedsføring eller udvikling af nye produkter.
- Den lave grad af dataanvendelse står i kontrast til, at dobbelt så mange angiver, at der i høj eller meget høj grad er forretningsmuligheder ved større brug af dataanalyse.
- Det især er de store virksomheder, der har fået øjnene op for forretningsmulighederne ved at bruge big data og kundedata. Blandt de store virksomheder med over 250 ansatte anvender 56 pct. i høj eller meget høj grad data, mens det samme kun gør sig gældende for 8 pct. af de små virksomheder med under 50 ansatte.
- Højere krav til dataetik i form af GDPR hæmmer ikke virksomhedernes dataanvendelse i en grad, hvor det begrænser forretningsmulighederne. Tre fjerdedele af virksomhedslederne (76 pct.) angiver, at GDPR i lav grad eller slet ikke stiller virksomheden ringere, mens kun 7 pct. mener det modsatte.
- Manglen på kompetencer i virksomhedsledelsen til at bruge data til strategisk forretningsudvikling kan være en bremse for bedre brug af big data og kundedata. 42 pct. mener, at virksomhedsledelsen i mindre grad eller slet ikke har kompetencerne til strategisk dataanvendelse.
- Virksomhedsledelsens kompetencer har stor betydning for, hvorvidt virksomheden anvender dataanalyse i forretningsmæssigt øjemed: i 41 pct. af de virksomheder, hvor ledelsen i høj eller meget høj grad har kompetencerne til strategisk dataanvendelse, bruger virksomhederne også dataanalyse – mens ingen af virksomhederne anvender big data og kundedata, når virksomhedsledelsen kun i lav grad har kompetencer til brug af data i forretningsudviklingen.

Kun hver sjette virksomhed anvender dataanalyse, selvom data vurderes til at være en forretningsmulighed

Analyse af big data og kundedata har endnu ikke vundet indpas ved flertallet af de virksomheder, som indgår i undersøgelsen. Kun hver sjette virksomhed (16 pct.) anvender i høj eller meget høj grad dataanalyse til for eksempel markedsføring eller udvikling af nye produkter. Det viser Tabel 1. To tredjedele af de adspurgte virksomhedsledere (66 pct.) angiver, at deres virksomhed kun i mindre grad eller slet ikke anvender dataanalyse.

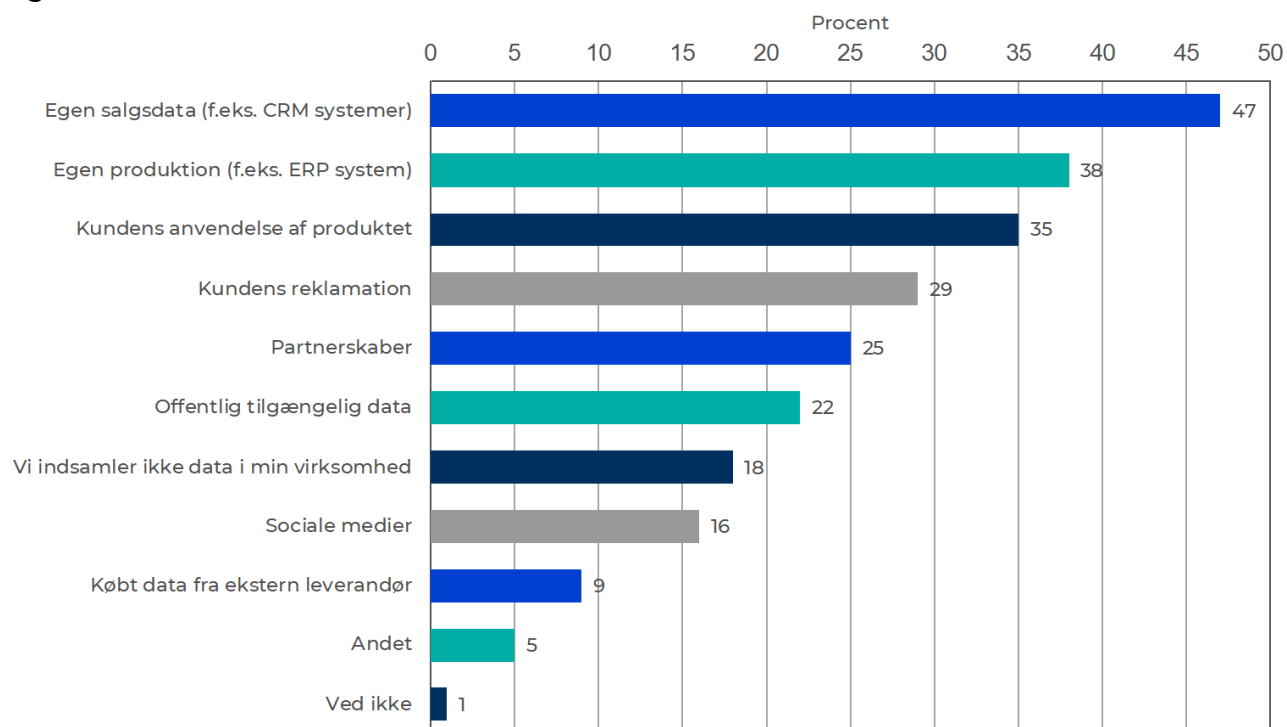
Tabel 1. Virksomheden anvender dataanalyse (big data og kundedata)

Slet ikke	I mindre grad	I nogen grad	I høj grad	I meget høj grad	I alt
39 %	27 %	18 %	10 %	5 %	100 %

Kilde: IDA GDPR-undersøgelse blandt virksomhedsledere 2019 (N=77). Anm.: Kun respondenter fra privat sektor er medtaget og ved ikke-besvarelser er sorteret fra.

Det er primært kundedata, som virksomhederne indsamler (Figur 1). 47 pct. bruger deres egne salgsdata, 35 pct. indsamler data fra kundens anvendelse af produktet og yderligere 29 pct. indsamler data fra kundernes reklamation. Udover data til at undersøge kundefærd, bruger 38 pct. af virksomhederne også egne produktionsdata f.eks. fra ERP-systemer. Derimod er indsamling af data fra sociale medier endnu ikke noget, som virksomhederne i vid udstrækning benytter sig af.

Figur 1. Fra hvilke kilder indsamler virksomhederne data



Kilde: IDA GDPR-undersøgelse blandt virksomhedsledere 2019 (N=91). Anm.: Respondenterne har kunnet vælge flere svarmuligheder, hvorfor tallene ikke summerer til 100 pct. Kun respondenter fra privat sektor er medtaget.

Den lave grad af dataanvendelse står i kontrast til virksomhedsledernes vurdering af forretningsmulighederne ved større brug af dataanalyse (se Tabel 2). 30 pct. af virksomhedslederne angiver, at der i høj eller meget høj grad er forretningsmuligheder ved større brug af dataanalyse – og yderligere 30 pct. angiver, at der i nogen grad er forretningsmuligheder for deres virksomhed ved større brug af big data og kundedata. Det er dobbelt så mange, som anvender dataanalyse. Det er tilsyneladende ikke manglende forretningsmuligheder, der er barrieren for, at virksomhederne i højere grad anvender dataanalyse til markedsføring, salg og produktudvikling.

Tabel 2. Der er forretningsmuligheder for virksomheden ved større brug af dataanalyse

Slet ikke	I mindre grad	I nogen grad	I høj grad	I meget høj grad	I alt
22 %	19 %	30 %	16 %	14 %	100 %

Kilde: IDA GDPR-undersøgelse blandt virksomhedsledere 2019 (N=74). Anm.: Kun respondenter fra privat sektor er medtaget og ved ikke-besvarelser er sorteret fra.

Små og mellemstore virksomheder halter bagefter

Det er især de store virksomhederne, der har fået øjnene op for forretningsmulighederne ved at bruge big data og kundedata. Tabel 3 viser, at graden af dataanvendelse stiger med virksomhedsstørrelsen. Således anvender 56 pct. af de store virksomheder med over 250 ansatte i høj eller meget høj grad data, mens det samme kun gør sig gældende for 8 pct. af de små virksomheder med under 50 ansatte. Et lidt bedre billede tegner sig ved de mellemstore virksomheder med 51-250 ansatte, hvor 15 pct. i høj eller meget høj grad anvender big data og kundedata.

Tabel 3. Der er forretningsmuligheder for virksomheden ved større brug af dataanalyse (fordelt på virksomhedsstørrelse)

	Slet ikke / I mindre grad	I nogen grad	I høj / meget høj grad	Total
	Procent			
1-50 ansatte	77	15	8	100
51-250 ansatte	60	25	15	100
251+ ansatte	22	22	56	100
I alt	66	18	16	100

Kilde: IDA GDPR-undersøgelse blandt virksomhedsledere 2019 (N=74). Anm.: Kun respondenter fra privat sektor er medtaget og ved ikke-besvarelser er sorteret fra.

At de danske små- og mellemstore virksomheder ikke kører i overhalingsbanen, hvad dataanvendelse angår, bekræftes af data fra Eurostat. Tabel 4 viser, i hvilken grad virksomhederne anvender big data i en række udvalgte europæiske lande, fordelt på virksomhedsstørrelse. Det fremgår tydeligt, at det er en generel europæisk tendens, at der er en stor forskel i dataanvendelse mellem små- og mellemstore virksomheder på den ene side og store virksomheder på den anden side. I EU bruger cirka hver tredje af de store virksomheder big data-analyse (32,7 pct.), mens det samme kun gør sig gældende for hver tiende af de små virksomheder (10,4 pct.). De danske små- og mellemstore virksomheder ligger meget tæt på EU-gennemsnittet, hvad anvendelse af big data-analyse angår.

Tabel 4. Virksomhedernes anvendelse af big data blandt udvalgte europæiske lande (fordelt på virksomhedsstørrelse)

	10-49 ansatte	50-249 ansatte	250+ ansatte
	Procent		
Belgien	16,9	33,3	54,6
Danmark	11,3	19,3	46,2
Finland	17,3	23,8	43,9
Frankrig	14,0	26,2	36,7
Holland	18,5	32,5	52,5
Norge	13,5	24,0	39,3
Sverige	7,4	17,7	34,5
Tyskland	12,9	22,1	33,9
EU28	10,4	19,4	32,7

Kilde: Eurostat 2019. Anm.: Data beskriver alle brancher, ekskl. den finansielle sektor.

Blandt de lande, som vi normalt sammenligner os med, er de danske store virksomheder blandt højdespringerne i forhold anvendelsen af big data-analyse. Til gengæld halter de små- og mellemstore virksomheder bagefter: hvor f.eks. 11,3 pct. af de små virksomheder i Danmark bruger big data-analyse, er det tilsvarende tal i Holland eksempelvis 18,5 pct. Også blandt de mellemstore virksomheder bliver Danmark overhalet af lande som Belgien, Holland, Tyskland og Norge.

Konsekvensen af dette efterslæb bliver forstærket af, at størstedelen af de danske virksomheder er små- og mellemstore. Hvis målsætningen i Den Digitale Vækststrategi om, at "Danmark skal være en digital frontløber" skal realiseres, kræver det et betydeligt løft af dataanvendelsen i især de små- og mellemstore virksomheder.

GDPR begrænser ikke dataanvendelse

Højere krav til dataetik i form af GDPR hæmmer tilsyneladende ikke virksomhedernes brug af data i en grad, så det begrænser forretningsmulighederne eller stiller virksomhederne ringere i konkurrencen med andre. Tabel 5 viser, i hvilken grad virksomhedslederne vurderer, at GDPR begrænser virksomhedens forretningsmuligheder. Tre fjerdedele af virksomhedslederne (76 pct.) angiver, at GDPR i lav grad eller slet ikke stiller virksomheden ringere, mens kun 7 pct. mener det modsatte.

Tabel 5. GDPR begrænser virksomhedens forretningsmuligheder / stiller virksomheden ringere i konkurrence med andre virksomheder

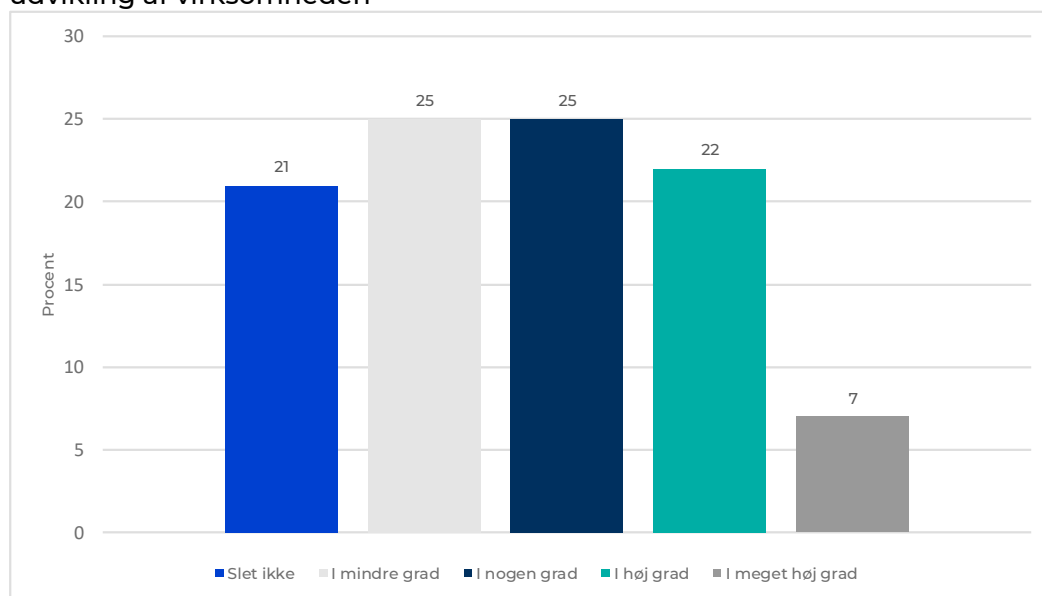
Slet ikke	I mindre grad	I nogen grad	I høj grad	I meget høj grad	I alt
37 %	39 %	17 %	1 %	6 %	100 %

Kilde: IDA GDPR-undersøgelse blandt virksomhedsledere 2019 (N=84). Anm.: Kun respondenter fra privat sektor er medtaget og ved ikke-besvarelser er sorteret fra.

Kompetencemangel er en bremse for dataanvendelse

Undersøgelsen har også afdækket, i hvilken grad virksomhedsledelsen besidder kompetencerne til at bruge data til strategisk forretningsudvikling (se Figur 2). Knap hver tredje angiver, at virksomhedsledelsen i høj eller meget høj grad har kompetencerne til at bruge data til strategisk forretningsudvikling – mens 46 pct. mener, at det i mindre grad eller slet ikke gør sig gældende.

Figur 2. Virksomhedsledelsen har kompetencerne til at bruge data til strategisk forretningsudvikling af virksomheden



Kilde: IDA GDPR-undersøgelse blandt virksomhedsledere 2019 (N=76). Anm.: Kun respondenter fra privat sektor er medtaget og ved ikke-besvarelser er sorteret fra.

Den manglende brug af data kan hænge sammen med, at virksomhedsledelsen ikke har kompetencerne til at bruge data til strategisk forretningsudvikling af virksomheden. Tabel 6 viser i hvilken grad virksomhederne bruger dataanalyse afhængigt af om virksomhedsledelsen har kompetencerne til strategisk dataanvendelse. Der er en tydelig sammenhæng mellem, hvorvidt virksomhedsledelsen har kompetencerne til strategisk dataanvendelse på den ene side og virksomhedens brug af big data- og kundedataanalyse på den anden side.

Tabel 6. Virksomheden anvender dataanalyse (big data og kundedata), fordelt på om ledelsen har kompetencer til at bruge data strategisk

		Anvendelse af dataanalyse i virksomheden			I alt
		Slet ikke / I mindre grad	I nogen grad	I høj / meget høj grad	
		Procent			
Ledelseskompetencer	Slet ikke / I mindre grad	100	0	0	100
	I nogen grad	53	32	16	100
	I høj / meget høj grad	23	36	41	100
	Alle virksomheder	65	19	16	100

Kilde: IDA GDPR-undersøgelse blandt virksomhedsledere 2019 (N=75). Anm.: Kun respondenter fra privat sektor er medtaget og ved ikke-besvarelser er sorteret fra.

I 41 pct. af de virksomheder, hvor ledelsen i høj eller meget høj grad har kompetencerne til strategisk dataanvendelse, bruger virksomhederne også dataanalyse. I den modsatte ende bruger ingen af virksomhederne big data og kundedata i de tilfælde, hvor virksomhedsledelsen ikke har kompetencerne til at bruge data til strategisk forretningsudvikling af virksomheden.

Tabel 7. Der er forretningsmuligheder ved større brug af dataanalyse, fordelt på om ledelsen har kompetencer til at bruge data strategisk

		Anvendelse af dataanalyse i virksomheden			I alt
		Slet ikke / I mindre grad	I nogen grad	I høj / meget høj grad	
		Procent			
Ledelseskompetencer	Slet ikke / I mindre grad	70	24	6	100
	I nogen grad	22	56	22	100
	I høj / meget høj grad	9	18	73	100
	Alle virksomheder	40	30	30	100

Kilde: IDA GDPR-undersøgelse blandt virksomhedsledere 2019 (N=73). Anm.: Der er afrundet til nærmeste hele tal. Kun respondenter fra privat sektor er medtaget og ved ikke-besvarelser er sorteret fra.

Et lignende billede gør sig gældende i forhold til forretningsmulighederne ved større brug af dataanalyse. Tabel 6 viser en tydelig sammenhæng, hvor virksomheder med en høj eller meget høj grad af ledelseskompetence inden for dataanvendelse også er dem, der finder, at der er forretningsmuligheder i brugen af kundedata og big data. Hele 73 pct. af virksomhederne, hvor ledelsen i høj eller meget høj grad har kompetencerne til strategisk dataanvendelse, mener også, at der i høj grad er forretningsmuligheder i at bruge dataanalyse. Det tilsvarende tal for de virksomheder, hvor ledelsen kun i ringe grad har kompetencerne til strategisk dataanvendelse, er kun 6 pct.

Det tyder på, at mangel på datakompetencer på ledelsesniveau ikke kun er en bremse for virksomhedernes anvendelse af dataanalyse, men også forhindrer dem i at se forretningsmulighederne i anvendelse af big data og kundedata. Dette er muligvis et større problem, fordi virksomhederne dermed ikke er bevidste om de potentielle forretningsmuligheder, som de går glip af – og dermed ikke har noget incitament til at rette op på situationen.

Om undersøgelsen

Denne undersøgelse er gennemført blandt IDAs Toplederpanel som del af IDAs GDPR-undersøgelse 2019. Toplederpanelet består af ledere med strategisk ansvar i virksomheden/organisationen.

I alt har 123 ledere deltaget i undersøgelsen, hvilket er en svarprocent på 13 pct. Heraf er 91 virksomhedsledere i den private sektor.

Dataindsamlingen er gennemført i april-maj 2019, og analysen er afsluttet i august.