

DEN UPPKOPPLADE VERKLIGHETEN



Sammanfattning

I denna undersökning som belyser hur digitaliseringsarbetet drivs bland nordiska bolag så står det klart att behovet av att effektivisera verksamheten är den viktigaste drivkraften för digitaliseringen följt av behovet att automatisera processer. Trenden har också förstärkts under året. Detta tyder på att etablerade bolag fokuserar inåt mot möjligheter men inte tillräckligt utåt där företag snabbt utnyttjar den nya digitala teknikens "disrupta" kvalitéer för att konkurrera ut de som inte lyfter blicken tillräckligt snabbt.

Det IT område som 2017 anses absolut väsentligast för att förverkliga digitaliseringen är liksom 2016 API:er följt av automatisering och BI samt molntjänster. Såväl API:er som automatisering och BI har också blivit än viktigare under året som gått. Undersökningen visar också att installerade system ofta uppfattas som ett hinder för digitalisering snarare än en möjliggörare för den nya digitala affären.

Digital transformation är på agendan hos 80 % av organisationerna och i likhet med 2016 kan vi konstatera att 10 % av de allra största bolagen fortfarande inte har det på agendan. Samtidigt ser vi att andelen som satsar på ökad digitalisering av verksamheten tydligt ökar under året, från 50 % till 75 %.

Intressant är att mer än en tredjedel av alla respondenter upplever att kraven från verksamheten är den största utmaningen/prioriteten när det gäller integration. Tydligt är att den allt snabbare digitaliseringen ökar trycket på verksamheten att följa efter för att inte förlora konkurrensfördelar, vilket leder till ökade krav på IT sidan. Undersökningen visar också att en viktig faktor vid val av integrationsplattform är att den är transparent mot verksamheten, vilket ytterligare understryker att integration är en angelägenhet för hela organisationen, inte bara IT.

I kölvattnet av digitaliseringen finner vi ett annat hett område, IoT. Många nya affärsidéer och modeller möjliggörs för närvarande genom intelligenta tillämpningar av IoT. Här har dock inte den stora massan av företag hunnit med. Endast 20 % har en strategi för IoT området. Noterbart är att det innebär en fördubbling från föregående år, så helt klart är att området är växande. De vanligaste drivkrafterna för IoT är att förbättra kundupplevelsen och att skapa nya tjänster och produkter. I de fall IoT inte är en del av digitaliseringsstrategin så är det hög tid för svenska organisationer att studera dessa möjligheter närmare. Nya bolag med disruptiva affärsmodeller kommer sannolikt att utmana i de flesta branscher. När det gäller Microservices så går åsikterna starkt isär. En tredjedel tycker att de är ett viktigt inslag i arkitekturen, en tredjedel ser dem som mindre viktiga och en tredjedel vet inte. Det går också en skiljelinje mellan de som föredrar att lösa integrationsproblemen via traditionella integrationsmönster (t.ex. SOA) och de som hellre ser Microservices som lösningen vilket förklarar polariseringen i resultatet.

Möjligheten att integrera andra aktörer i sin värdekedja är det tyngst vägande värdet som API:er möjliggör följt av "Innovation i ekosystemet och information tillgänglig för andra aktörer". Förvånande nog så kunde vi inte se att de sistnämnda områdena ökade under året. Vi kan också se ett begränsat intresse för att skapa nya intäkter av de informationslager man har, knappt 20 % anger att man planerar detta.

Ett område som är i stark tillväxt är DevOps som organisationsmodell. I dagsläget har 30 % anammat arbetssättet vilket är en 50 % ökning från 2016.

Innehållsförteckning

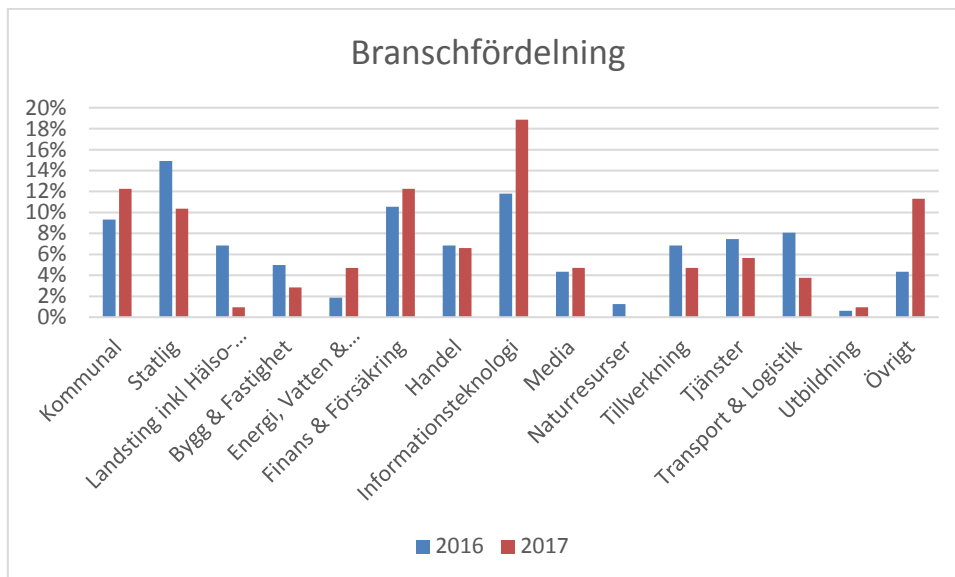
Sammanfattning	2
Innehållsförteckning	3
Förteckning över bilder.....	4
1. Om undersökningen.....	5
2. Strategisk inriktning för digitaliseringsarbetet	7
3. Aspekter av integration.....	10
4. IoT, API:er, DevOps	13
5. Om Radar Ecosystem Specialists	18

Förteckning över bilder

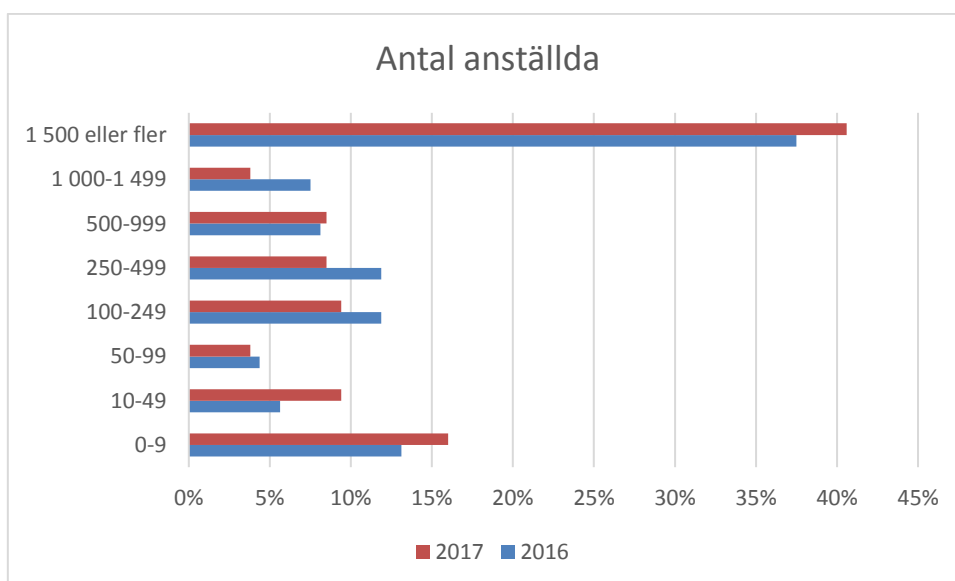
Bild 1: Verksamhetsrelaterade drivkrafter	7
Bild 2; Väsentliga IT områden för digitaliseringen	8
Bild 3: Är digital transformation på agendan?	8
Bild 4: Har ni en strategi för ökad digitalisering?	9
Bild 5: Största integrationsutmaningen/prioriteten?.....	10
Bild 6: Antal integrationer?	11
Bild 7: Har ni en integrationsplattform?.....	11
Bild 8: Vilken integrationsplattform använder ni?	12
Bild 9: Integration on-premise eller i molnet?	12
Bild 10: Strategi för IoT?	13
Bild 11: Hur viktiga är Microservices i er arkitektur?	14
Bild 12: Har ni en API-strategi?.....	14
Bild 13: Vad är det viktigaste värdet API:er tillför?	15
Bild 14: Viktigaste egenskaperna för en framtida plattform för integration och API:er?	16
Bild 15: Ambition att tjäna pengar på API:er?.....	17
Bild 16: Arbetar ni enligt ett "Dev Ops" tänk?.....	17

1. Om undersökningen

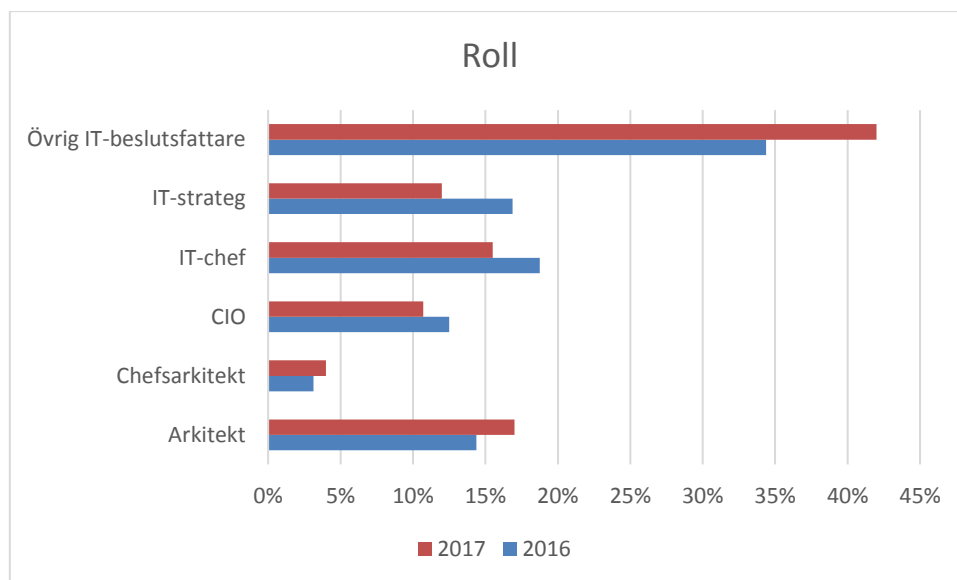
Denna undersökning har gjorts i samarbete med Dataföreningen, Redpill Linpro AB och Red Hat. Undersökningen har genomförts både 2016 och 2017. 2016 hade 161 svar och 2017 110 svar.



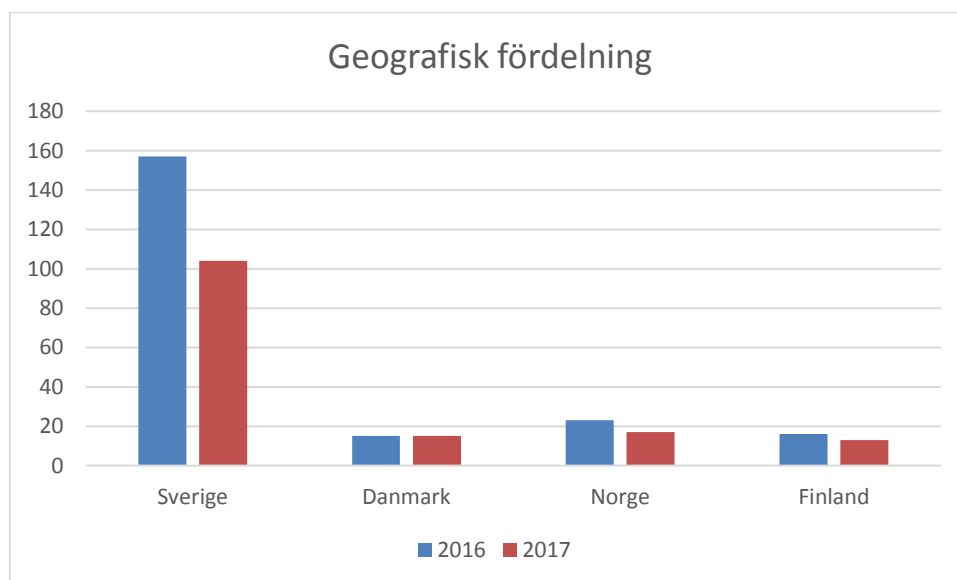
Samtliga branscher finns representerade och en god representation finns inom kommunal, statlig, finans samt informationsteknologi. Skillnaderna mellan åren är dels en starkare representation inom gruppen informationsteknologi, kommuner och övrigt samt en svagare inom stat och landsting. Den konsekvens det får är att för gruppen landsting kan det inte dras några slutsatser 2017. Svaren är dels genererade från generella utskick till målgruppen och dels via riktade utskick till de som deltog i Radars integrationskonferens "Digital transformation, integration och innovation" i april 2016. Det kan därför antas att svarspopulationen har större kunskap och insikt i integrationsproblematiken än en genomsnittlig population.



Det finns god representation i alla storleksklasser av bolag. Stora bolag är överrepresenterade bland respondenterna vilket bör hållas i minnet vid tolkningen av resultatet. Undersökningen speglar i detta hänseende mer fördelningen av IT budgetar än antal anställda. Det är små skillnader mellan åren varför resultaten är jämförbara inom respektive storleksgrupp.



Ca 1/3 del av respondenterna är IT chefer eller CIO:s, 1/3 strateger eller arkitekter och resterande övrig IT beslutsfattare. De skillnader som kan observeras mellan åren bedöms inte påverka den fortsatta analysen.



Antalet svar är något mindre 2017 än 2016 och det "drabbar" framför allt den största gruppen "Sverige". Då svarsfrekvensen fortsatt är mycket hög för den gruppen så är undersökningarna jämförbara ur geografisk synvinkel.

2. Strategisk inriktning för digitaliseringsarbetet

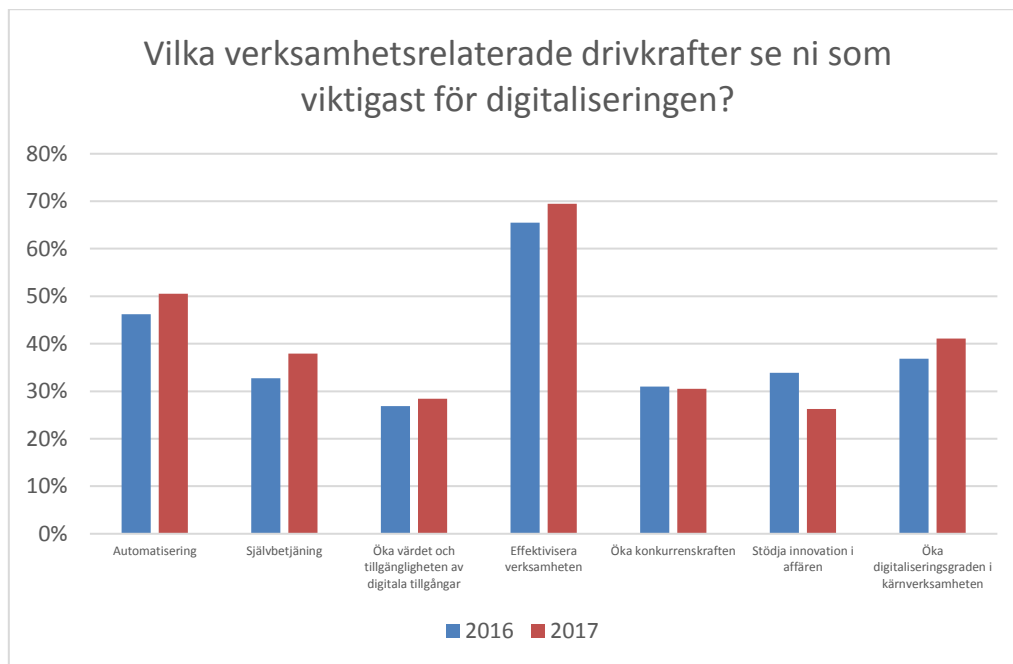


Bild 1: Verksamhetsrelaterade drivkrafter

Behovet av att effektivisera verksamheten är den klart viktigaste drivkraften för digitaliseringen följt av Automatisering. Det pekar på att man i första hand ser internt i bolagen och inte primärt fokuserar på konkurrenter eller kundkrav. Hade så varit fallet hade vi sett "Öka konkurrenskraften" och "Självbetjäning" som de främsta drivkrafterna. En närmare analys av branschspecifika svar ger ytterligare belysning till detta, då den offentliga sektorn har en högre rating på alla variabler förutom "öka konkurrenskraften" och "stödja innovation" än snittet (vilket är helt rimligt då man ofta befinner sig i en regelstyrd miljö inom offentlig verksamhet).

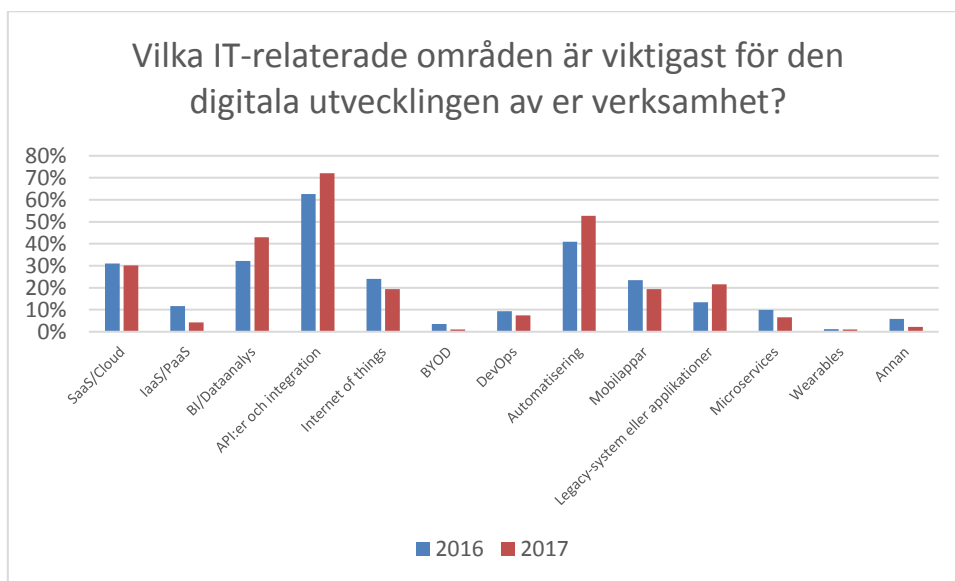


Bild 2; Väsentliga IT områden för digitaliseringen

Det IT område som anses absolut väsentligast för respondenterna är API:er och Integration med över 60% som anger detta område. Automatisering är också ett väsentligt område med 40 % följt av BI och molntjänster. Det är värt att notera att både API:er och Automatisering stärkt sina positioner med ca 10% under året!

Legacysystemen hamnar långt ner i prioritetsordningen vilket tyder på att de inte i tillräcklig omfattning stödjer den nya digitala affären eller anses viktiga för utvecklingen av densamma.

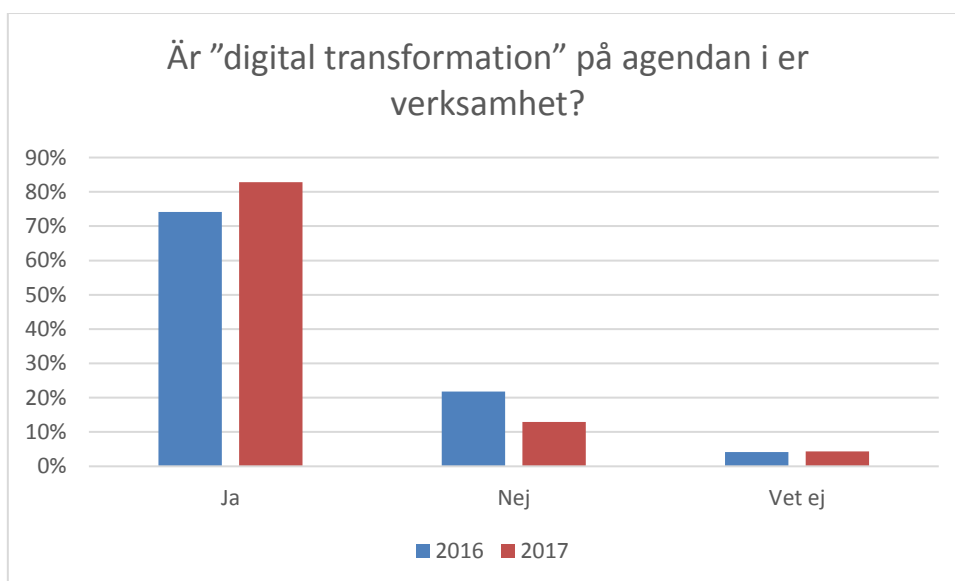


Bild 3: Är digital transformation på agendan?

I ett läge där "alla" pratar om den digitala transformationen, kan man tänka att det skulle vara på agendan i "alla" företag. Något förvånande är det att se att så är fallet endast i 80 % av respondenterna. Positivt är att andelen "Ja" ökat under året. Fördelningen är relativt jämn över storleksgrupperna 2017 och i likhet med 2016 har ca 10 % av de allra största bolagen inte digital transformation på agendan!

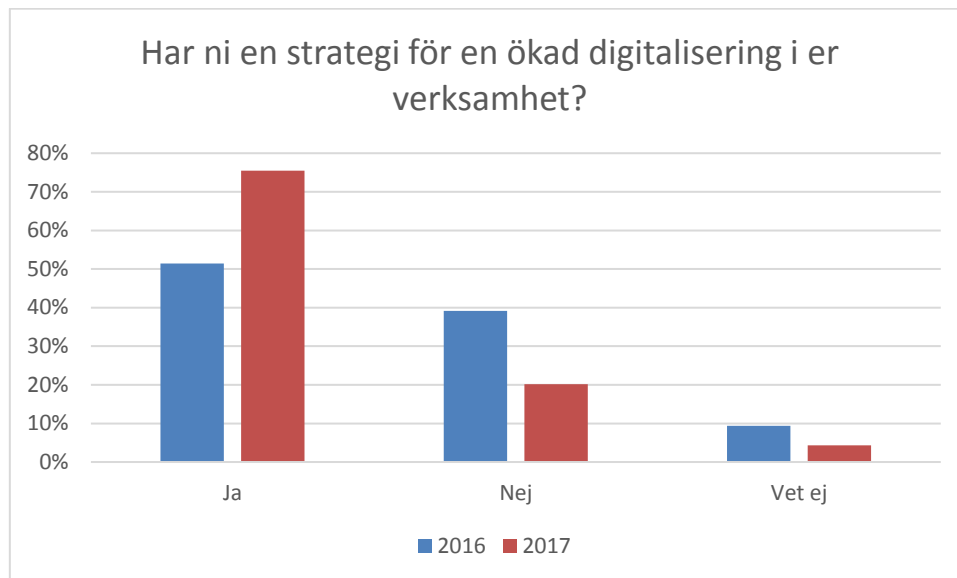


Bild 4: Har ni en strategi för ökad digitalisering?

Undersökningen visar tydligt att man satsar hårt på ökad digitalisering av verksamheten då 3 av 4 respondenter uppger detta 2017. Det är också en mycket stark ökning från 2016 vilket indikerar att verksamheterna ser starka fördelar alternativt är rädda att bli frånsprungna av konkurrenterna om man inte driver digitaliseringsfrågan. Vi skall för fullständighetens skull också nämna att det bland ledarskapsgurus och analytiker/kollegor blivit allt vanligare att framhärda att bolagen inte behöver någon speciell "digital" strategi. Tanken är att man inte längre pratar om "digitala" kameror, analogt så skulle alla strategier vara "digitala". Radars tolkning av resultaten är dock att vi har långt kvar till ett sådant läge och att inte beakta digitaliseringens möjligheter i ett strategiarbete kan med stor sannolikhet vara ett svårt misstag.

3. Aspekter av integration

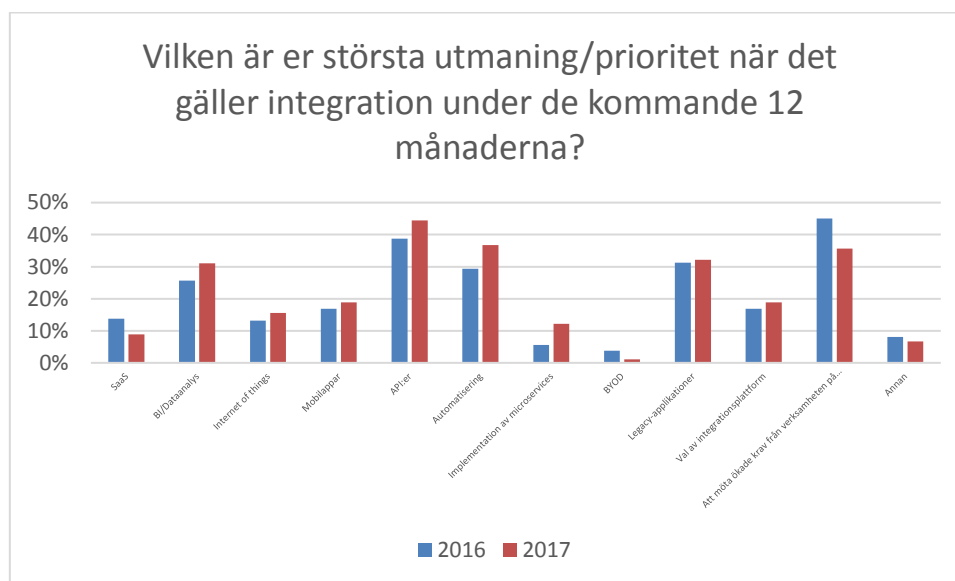


Bild 5: Största integrationsutmaningen/prioriteten?

2017 dominerar API:er som prioritet följt av automatisering, ökade krav från verksamheten på integration samt BI/Dataanalys. API:er ökar dessutom i betydelse under året. Vi tolkar detta som att API:er identifierats som ett effektivt sätt att lösa integrationsutmaningar på och tillgängliggöra resurser i verksamhetens IT system för att kunna möjliggöra en digital affär och utveckling utan att uppdatera eller byta ut legacysystemen.

Många respondenter upplever att kraven från verksamheten är den största utmaningen/prioriteten när det gäller integration. Tydligt är att den allt snabbare digitaliseringen ökar trycket på verksamheten att följa efter för att inte förlora konkurrensfördelar vilket leder till ökade krav på IT sidan.

Legacy-applikationer kommer också högt upp, och här tror vi att det är ett uttryck för att nuvarande applikationer är allt för sköra för att medge snabba förändringar. Installerade system är snarare ett hinder än ett hjälpmedel för att hänga med i konkurrensen. Samtidigt är informationen i kärnsystemen en förutsättning för den digitala affären, lösningen blir att ta ut dem till nya system via smarta integrationslösningar eller API:er.

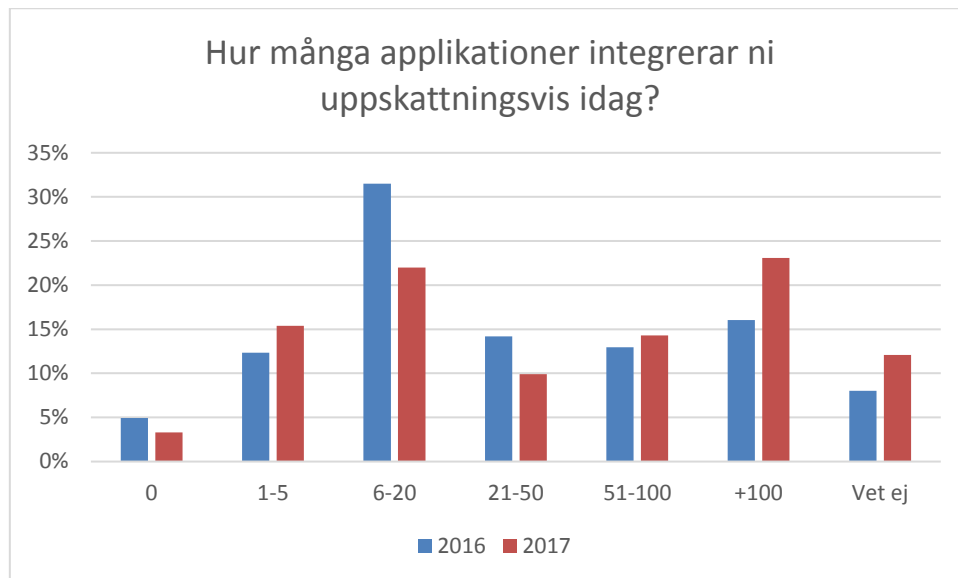


Bild 6: Antal integrationer?

Antalet integrationer har ett tydligt samband med bolagsstorleken, de största bolagen är de som har flest integrationer. Samtidigt så är spridningen stor, många av de största bolagen integrerar exempelvis endast mellan 6-20 applikationer.

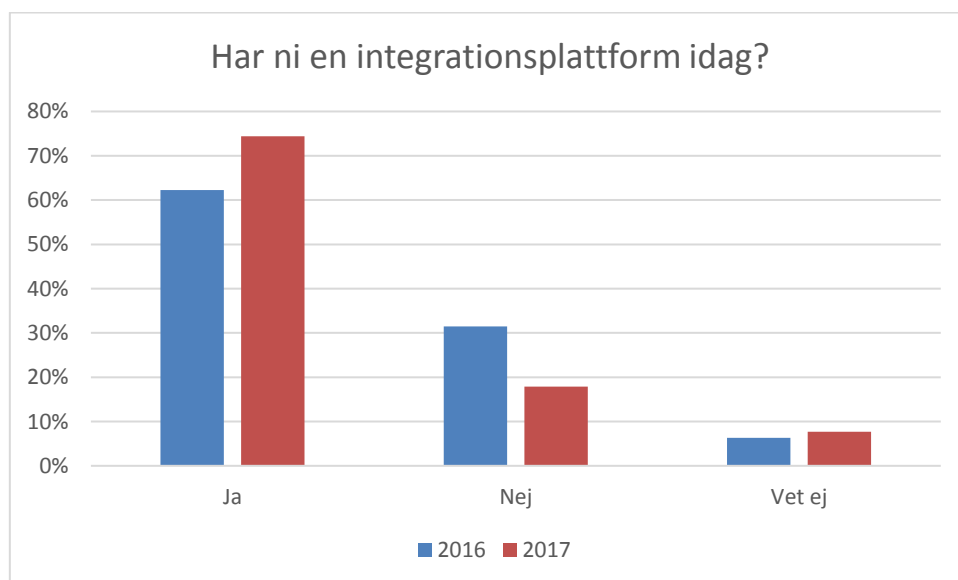


Bild 7: Har ni en integrationsplattform?

Nära 75% har en integrationsplattform installerad 2017 och vi ser en stark ökning från 2016. Hos de allra största bolagen, +1500 anställda är penetrationen över 90% 2017. Då integration är en förutsättning för

digitalisering av verksamheten så faller det sig naturligt att man har en stark integrationsmotor för att hantera det ökande antalet flöden.

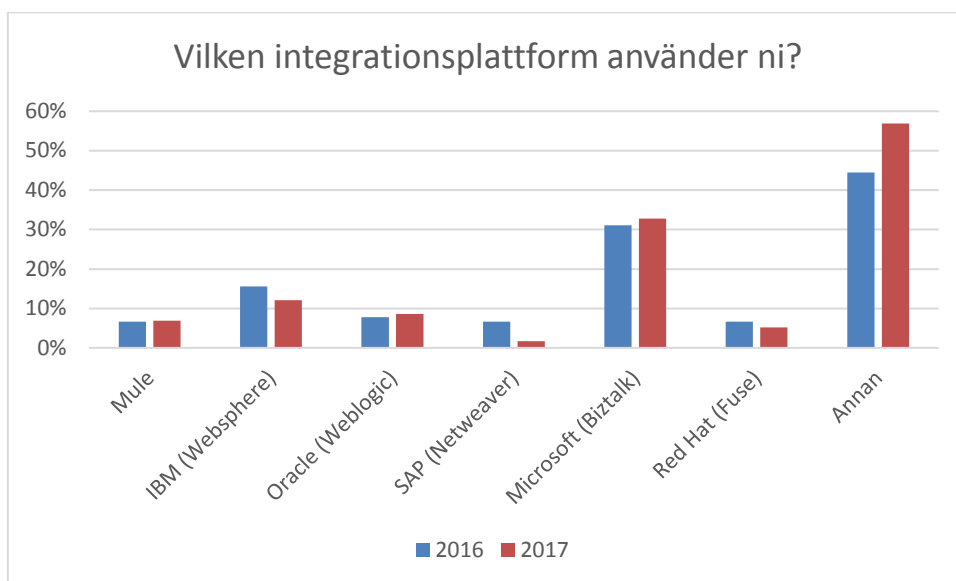


Bild 8: Vilken integrationsplattform använder ni?

Den vanligaste integrationsplattformen är i dag Microsofts Biztalk med ca 30 % av installationerna. Därutöver är det bara IBMs Websphere som har mer än 15 % (och de allra flesta av dessa installationer är i de största företagen) vilket understryker den fragmentiserade karaktären av marknaden. Fragmentiseringstrenden förstärktes ytterligare under året då "Annan" är det svar som ökat mest.

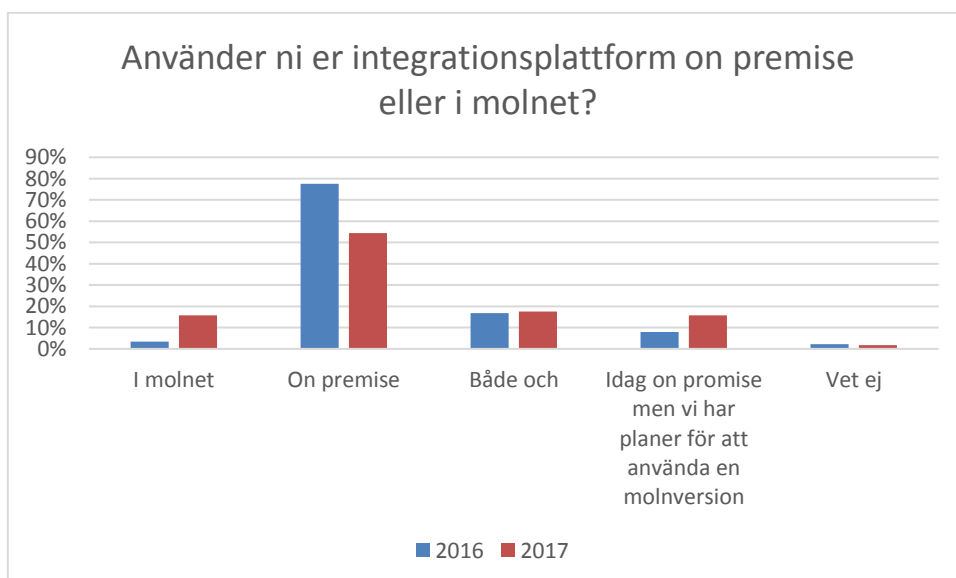


Bild 9: Integration on-premise eller i molnet?

Molnbaserade integrationsplattformar ökar dramatiskt från 3 % 2016 till 16 % 2017 och antalet som planerar att gå över till en moln-version har ökat från 8 % till 16%. Moln-trenden är mycket klar även på integrationsområdet.

4. IoT, API:er, DevOps

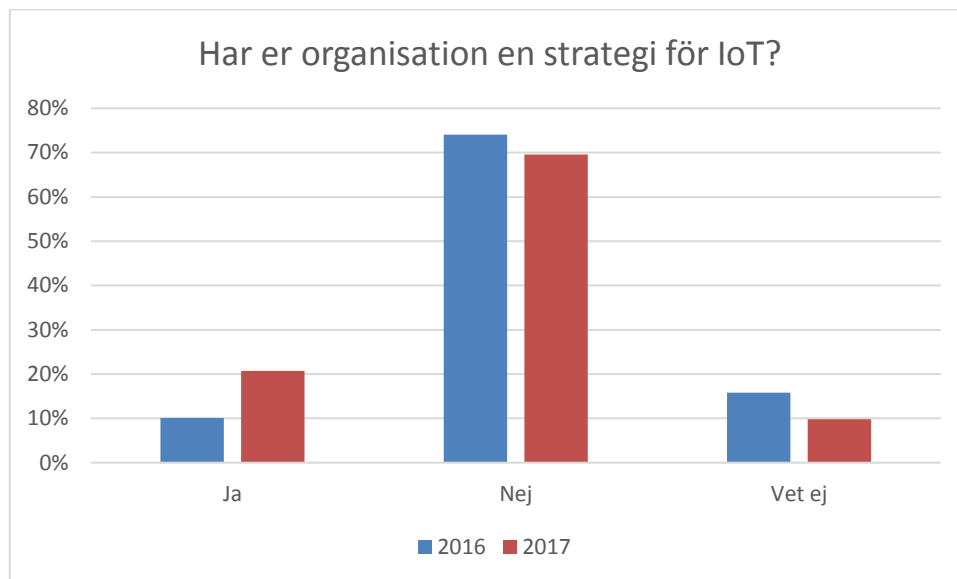


Bild 10: Strategi för IoT?

I kölvattnet av digitaliseringen finner vi ett annat hett område, IoT. Många nya affärsidéer och modeller möjliggörs för närvarande genom intelligenta tillämpningar av IoT. Här har dock inte den stora massan av företag hunnit med. Visserligen har andelen fördubblats under året men endast 20 % har en strategi för IoT området 2017. När vi ser närmare på drivkrafterna ser vi att förbättra kundupplevelsen och att skapa nya tjänster och produkter är viktigast. I de fall IoT inte är en del av digitaliseringsstrategin så är det hög tid för svenska organisationer att studera dessa möjligheter närmare. Nya bolag med disruptiva affärsmodeller kommer sannolikt att utmana i de flesta branscher.

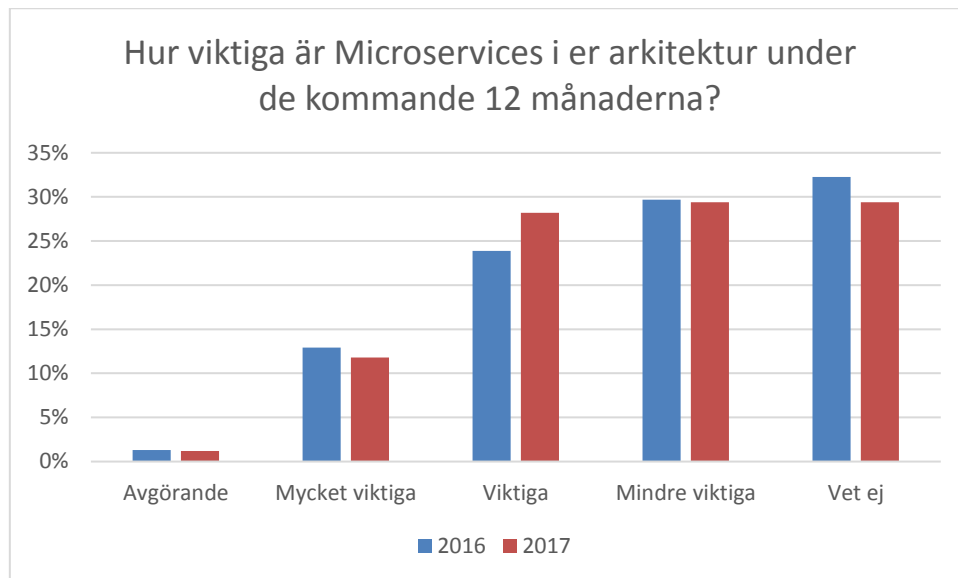


Bild 11: Hur viktiga är Microservices i er arkitektur?

När det gäller Microservices så går åsikterna starkt isär. En tredjedel tycker att de är ett viktigt inslag i arkitekturen, en tredje del ser dem som mindre viktiga och en tredjedel vet inte. Det går en skiljelinje mellan de som föredrar att lösa integrationsproblemen via traditionella integrationsmönster (t.ex. SOA) och de som hellre ser Microservices som lösningen vilket kan förklara polariseringen i resultatet. En annan tolkning är att vissa ser Microservices som en viktig del i en digital strategi medan andra bara ser det som en alternativ integrationsarkitektur och inte avgörande för utvecklingen av den digitala affären.

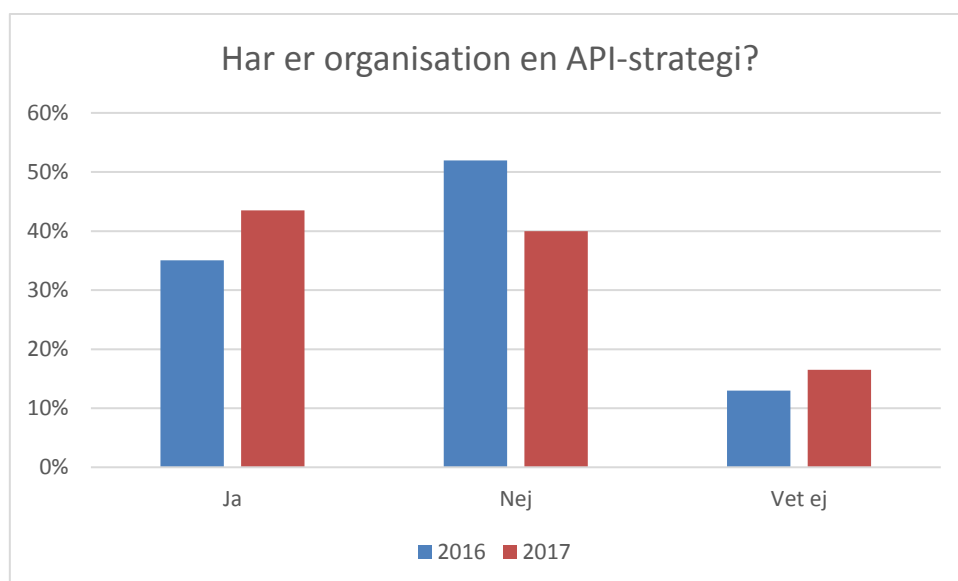


Bild 12: Har ni en API-strategi?

Vi har tidigare sett att just API:er är en av de viktigaste prioriteterna/utmaningarna när det gäller integration. Trots detta så är det endast drygt 40 % som har en strategi för hur man skall arbeta med API:er. Visserligen ökar andelen från 2016 men resultatet tyder på att man i många organisationer har ett behov av att bättre strukturera sitt arbete med API:er.



Bild 13: Vad är det viktigaste värdet API:er tillför?

Tydligt är att möjligheten att integrera andra aktörer i sin värdekedja är de tyngst vägande värdena som API:er möjliggör. Innovation i ekosystemet och information tillgänglig för andra aktörer är områden som fått mycket uppmärksamhet på senaste tiden medan värdet av en integrerad värdekedja betonats under decennier. Något förvånande är att se att innovation och att tillgängliggöra information för externa ändamål *minskar* under året. Förväntan var definitivt den motsatta.

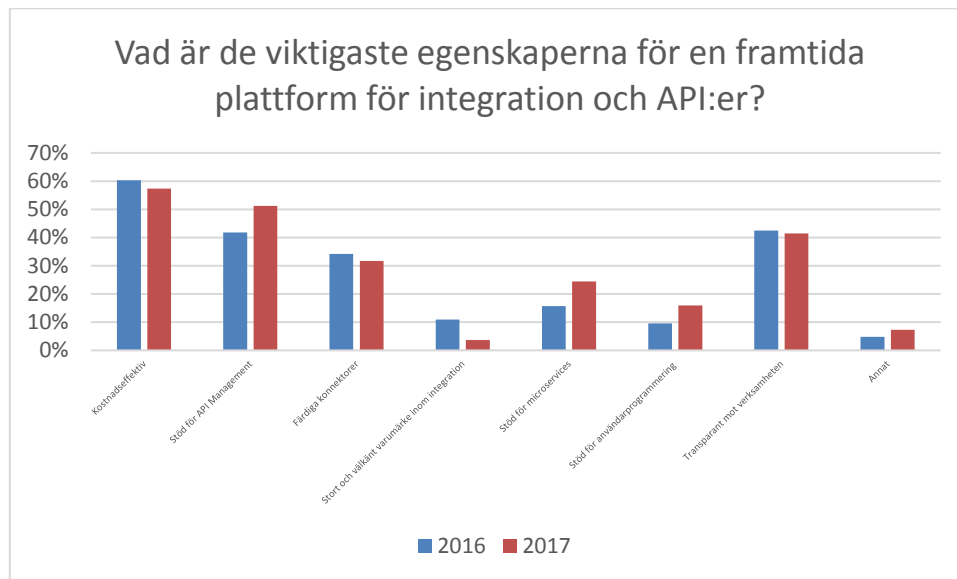


Bild 14: Viktigste egenskaperna för en framtida plattform för integration och API:er?

Kostnadseffektivitet skattas som den viktigaste egenskapen hos en framtida plattform för integration och API:er. Detta är förvånande, då just faktorer som pris och kostnad normalt brukar hamna i skymundan när man ser framåt. Dessa faktorer brukar komma i spel först när man säkerställt önskad funktionalitet. Här ser vi motsatsen, att kostnaden är i fokus. Detta kan bero på att det snabbt växande antalet integrationer gör att kostnaderna för att underhålla den befintliga strukturen skjuter i höjden på ett oroväckande sätt. Då integrationsbehovet hela tiden ökar leder detta till kostnadsaspekten kommer i fokus och sätt att leverera integrationer på ett enklare och mindre kostsamt sätt möter ökat intresse.

Att plattformen är transparent mot verksamheten samt har stöd för API management och färdiga konnektorer ses också som centrala funktioner i en framtida plattform. Återigen ser vi att verksamheten ställer krav och är djupt involverad i integrationsproblematiken.

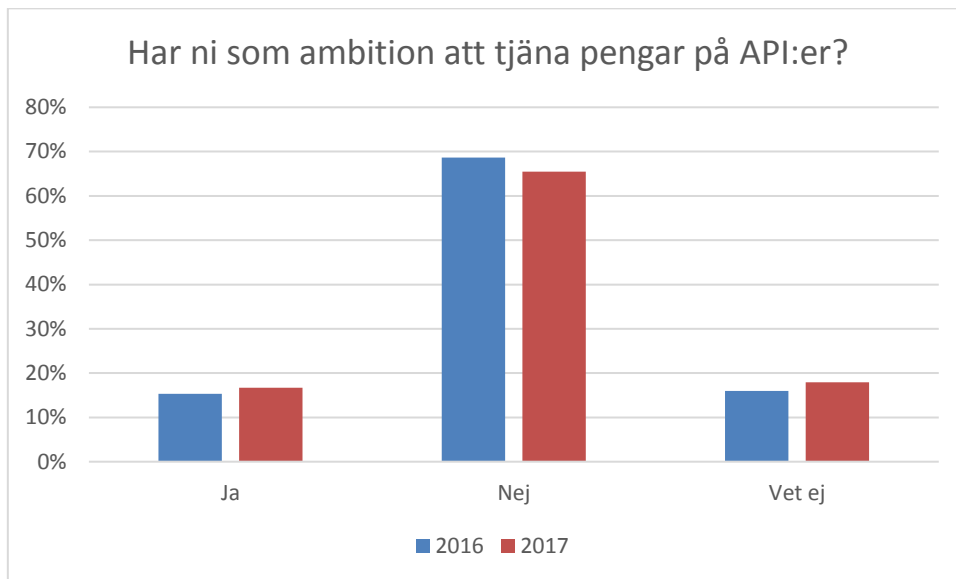


Bild 15: Ambition att tjäna pengar på API:er?

För 17 % ser man möjlighet att skapa nya intäkter via sin API strategi, vilket understryker värdet av information på ett tydligt sätt. I dagsläget så är majoriteten dock inte ute efter detta utan drivs av andra skäl. Det är förvånande att så få företag ser de externa affärsmöjligheterna med sina informationsmängder!

Bland de som ser möjligheterna så ser man också att det är kort tid till att realisera intäktsflödena 80 % tror att intäkterna kommer inom 3-6 månader. Sannolikt kan dessa företag skapa konkurrensfördelar av sitt försprång.

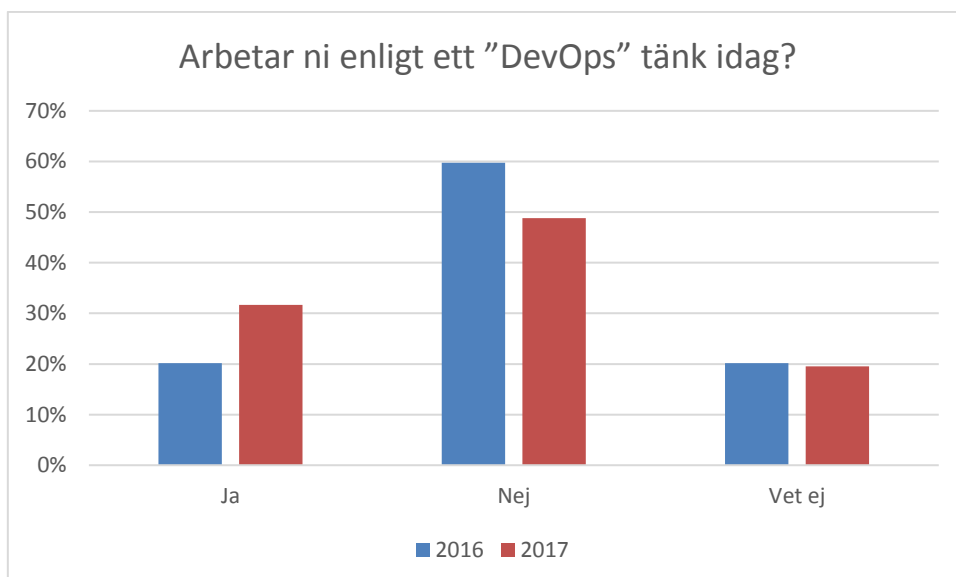


Bild 16: Arbetar ni enligt ett "Dev Ops" tänk?

30 % av respondenterna arbetar enligt "DevOps" i dagsläget, vilket motsvarar en 50 % ökning från 2016. Det är tydligt att arbetssättet vinner fler och fler anhängare. Tanken med ett DevOps orienterat arbetssätt är att korta ledtiderna från utveckling till produktion och få ett tätare samarbete mellan utvecklare och driftsorganisation. I den digitala eran kommer det vara viktigt att snabbt kunna anpassa sig efter marknadens ändrade krav och kunna omsätta dessa i leveranser från IT och verksamhet.

En stor andel, 80 %, av de som har ett DevOps arbetssätt har också en strategi för det vilket tyder på att när man anammar arbetssättet så görs det på ett strukturerat och medvetet sätt.

5. Om Radar Ecosystem Specialists

Radar Ecosystem Specialists är Nordens ledande leverantör av lokal faktabaserad insikt för aktörer i IT-branschens ekosystem. Genom att kunna följa en krona genom ekosystemet erbjuder Radar en unik detaljnivå för såväl IT-verksamhet som IT-leverantör på den lokala marknaden.

Med tusentals datapunkter i ekosystemet, samt närhet och kunskap om den lokala marknaden, levererar Radar ett värdeskapande som är ledande på såväl operativ som strategisk nivå. Våra insikter och tjänster skapar möjligheten att ständigt styra med aktuell information om nuläge, planer och prioriteringar.

Kontakta oss för mer information!

ANSVARIG ANALYTIKER:

Nils Molin



+46 733 996816



nils.molin@radareco.se

radar. ECOSYSTEM
SPECIALISTS

Telefon: +46 8 12 20 80 00
Adress: Hammarby Allé 47, Stockholm
Website: www.radareco.se