

**RAPPORT:**

**KONKURRENTANALYSE  
IKT-NORGE, 2006**

Utarbeidet for:  
**IKT-Norge**

Utarbeidet av:  
Nina Berg

Oslo, 12.01.2007.

# INNHOILDSFORTEGNELSE

PROSJEKTINFORMASJON.....	3
INNLEDNING .....	4
HOVEDKONKLUSJONER.....	5
GRAFIKK OG KOMMENTARER TIL RESULTATENE .....	8

## VEDLEGG:

- TABELLER
- SPØRRESKJEMA
- UTLISTING AV ÅPNE SVAR

**Dato:** 03.01.07

<b>Formål:</b>	Måle kjennskap og holdning til interesseorganisasjonene innen IKT-næringen i Norge.
<b>Målgruppe/ utvalg:</b>	Undersøkelsen ble gjennomført blant et totalutvalg. Dette er IKT-Norges kontakter blant ledere innen aktuelle interesseorganisasjoner og embetsverk.
<b>Tidsperiode (feltarbeid):</b>	Uke 49-51, 2006
<b>Datainnsamlingsmetode:</b>	Ad hoc telefon intervju: Dag tid. Gjennomsnittlig intervjutid 10 minutter.
<b>Antall intervju:</b>	43 av 80 personer ble intervjuet, dvs 54 % av totalutvalget
<b>Veiemetode:</b>	Tallene er ikke veiet.
<b>Tolkning av tabellverket:</b>	Resultatene som fremkommer i tabellverket er gjengitt i prosentandeler.
<b>Feilmarginer/ signifikanstester:</b>	Ikke relevant i en totalundersøkelse.
<b>Offentliggjøring:</b>	Resultater fra undersøkelsen kan kun offentliggjøres i samråd med Synovate MMI.

### Prosjektdeltakere

<b>Oppdragsgiver:</b>	IKT-Norge
<b>Kontaktperson hos oppdragsgiver:</b>	Per Morten Hoff
<b>Prosjektansvarlig: Konsulent(er):</b>	Nina Berg
<b>Ansvarlig edb:</b>	Morten Kaldal
<b>Ansvarlig feltarbeid:</b>	Arild Sæle
<b>Prosjektnavn:</b>	<b>Konkurrentanalyse IKT-Norge</b>
<b>Prosjektnummer:</b>	<b>79645</b>

## INNLEDNING

Etter oppdrag fra IKT-Norge har Synovate MMI (tidligere Markeds- og Mediainstituttet) gjentatt en spørreundersøkelse fra 2002 om kjennskap og holdninger til interesseorganisasjonene for næring innen informasjons- og kommunikasjonsteknologi (IKT) i Norge blant sentrale premissleverandører for bransjen. Hensikten med undersøkelsen er å avdekke konkurranseforholdet mellom de ulike interesseorganisasjonene innen dette feltet. Spørsmålene som ble stilt fremgår av vedlagte spørreskjema.

Undersøkelsen ble gjennomført som en ad hoc telefonundersøkelse i uke 49-51, 2006. Vi intervjuet et totalutvalg av IKT-Norges kontaktnett bestående av brutto 80 navn. Dette er personer med sentrale posisjoner innen embetsverk, forvaltning, politisk valgte og politiske representanter, samt virkemiddelapparatet. Netto antall gjennomførte intervju var 43. Det vil si en svarprosent på 54 %.

I og med at dette er en totalundersøkelse, der vi har henvendt oss til alle aktuelle kontakter, men deltakelsen har vært frivillig, er resultatene i liten grad beheftet med usikkerhet utover den som knytter seg til det faktum at ikke alle har svart. Bortfallet skyldes først og fremst at ikke alle intervjuobjekter har vært tilgjengelig i undersøkelsesperioden og i mindre grad reservasjon mot å delta. Det er først og fremst blant politisk valgte og politiske representanter og virkemiddelapparatet vi støter på problemer med å nå respondentene i undersøkelsesperioden. Dette gjelder spesielt representanter for sist nevnte gruppe. For øvrig kan vi ikke se at bortfallet kan ha skapt uheldige skjevheter.

Tabellverket presenterer svarfordelingene i prosent. Tabellhodene viser antall intervju de respektive prosentberegningene bygger på. Tabellverket inneholder svarfordelingene på spørsmålene i utvalget som helhet, samt krysset mot kjennskap til og inntrykk av interesseorganisasjonene. Beregningsgrunnlaget for hver kolonne fremgår i linjen for "Antall intervju" som viser netto antall gjennomførte intervju.

Når det gjelder bruk av datamaterialet fraråder vi sterkt å trekke konklusjoner basert på forskjeller under 10-15%, men understreker at dette er en skjønnsmessig antydning og at det ikke er mulig å gi generelle beskrivelser av feilmarginer som resultatene er beheftet med.

Kontaktperson hos IKT-Norge har vært generalsekretær Per Morten Hoff. Ansvarlig for planlegging, analyse og rapportering i Synovate MMI er konsulent Nina Berg.

## HOVEDKONKLUSJONER

Den følgende gjennomgangen gir grunnlag for å trekke følgende konklusjoner:

### Hovedkonklusjoner:

- De spurte har godt kjennskap til og inntrykk av IKT-Norge, og opplever samarbeidet som positivt, og har få bemerkninger til forbedringer.
- IKT-Norges høye grad av kjennskap og utvilsomt sterke posisjon befestes i årets måling. Abelia er uten tvil fortsatt den sterkeste konkurrenten, mens Den Norske Dataforening og HSH Arena ikke har den samme posisjonen.

### Oppsummering:

#### **Kjennskap**

Det er klart at IKT-Norge har en unik posisjon blant de spurte når alle nevner dem uhjulpel. Dette er ikke så overraskende siden alle uttrukne er definert som sentrale realasjoner for IKT-Norges arbeid. De spurte har også meget godt kjennskap til Abelia og Den Norske Dataforening, mens HSH Arena ikke i samme grad er kjent. Både Den Norske Dataforening og HSH Arena nevnes først hjulpel hvilket signaliserer at de ikke er i det man kaller evoked set for kategorien på samme måte som IKT-Norge og Abelia.

Når vi sammenligner med resultatene fra 2002 er rangeringen den sammen. HSH Arena forstyrer ikke det eksisterende styrkeforholdet. Vi ser en klar reduksjon fra 2002 av andelen som ikke har hørt om noen av organisasjonene tidligere. Vi vil derfor anta at kjennskap og bevissthet i forhold til interesseorganisasjoner for IKT-næringen har økt generelt. Vi noterer at flere nevner andre organisasjoner enn de vi spør om, og at uhjulpel kjennskap for Abelia synes å ha gått noe tilbake.

Ser vi på grad av kjennskap, er denne meget høy både for IKT-Norge, Abelia og Den Norske Dataforening, og få svarer at disse er fullstendig ukjent. For HSH Arena derimot er det mange som svarer at de har dårlig kjennskap til dem (hele 63 % svarer at HSH Arena er fullstendig ukjente).

IKT-Norge har økt sin andel som svarer at de kjenner dem meget godt fra 2002. Det synes også som at Den Norske Dataforening har økt sin grad av kjennskap fra 2002, uten at målingen kan sies å være signifikant. Abelia har imidlertid stått mer eller mindre stille.

#### **Profil**

Når det gjelder den delen av undersøkelsen som skulle måle organisasjonenes profil er det tydelig at flest har en mening om IKT-Norge og Abelia, som er de organisasjonene de har best kjennskap til.

#### IKT-Norge

IKT-Norge forbindes klart med å være en bransje- eller interesseorganisasjon, at organisasjonen er politisk aktiv, at de er aktive lobbyister og sterke på

fagkompetanse og innovasjon. Ikke så ulikt hva man så i 2002.

Gjennomundersøkelsen tegnes et tydelig bilde av IKT-Norge som en seriøs aktør som er synlig, aktiv, pågående. Imidlertid synes det å være et forbedringspotensiale når det gjelder serviceinnstilling og informasjonsarbeid. Og vi noterer en nedgang i evaluering av informasjonsarbeidet fra 2002. IKT-Norge er sterkest på områdene programvare/ software, hardware/ utstyr og innhold. På samme måte som vi så 2002.

### Abelia

Abelia forbindes først og fremst med NHO og med organisasjonens leder, Pål Schaffey. Også Abelia har en seriøs profil som interesseorganisasjon for bransjen og er synlige i mediabildet. Abelia har styrket sine resultat fra 2002 på flere av områdene som måles. De er sterkest på innhold, elektronikk og teleoperatører på samme måte som i 2002

### Den Norske Dataforeningen

Den Norske Dataforening forbindes med fag og kurs for datainteresserte. Resultatene er svakere enn for IKT-Norge og Abelia. Vi ser imidlertid at organisasjonen oppnår en tydelig profil på at de er politisk nøytrale og seriøse. Det er klart at det er langt flere i år enn i 2002 som mener at nøytralitet er en sentral egenskap knyttet til Den Norske Dataforeningen. De spurte mener at Den Norske Dataforening er sterkest på programvare / software, hardware/ utstyr på samme måte som i 2002, i tillegg skårer de noe høyere på konsulentvirksomhet enn i 2002.

### HSH Arena

HSH Arena forbindes med Handels- og Servicenæringens Hovedorganisasjon. Mange kjenner dem kun av navn og har hatt lite kontakt med dem. De skårer dermed lavt på profilspørsmålene. Likevel ser vi en profil som består av at de blir oppfattet som en seriøs interesseorganisasjon, som er politisk nøytral og representerer tariffpartene i arbeidslivet.

### **Totalinntrykk**

De spurte har et meget godt totalinntrykk av de organisasjonene de kjenner. IKT-Norge utklasser sine konkurrenter også her. Det skal ikke underslås at Abelia også oppnår meget positive resultat, men som en følge av lavt kjennskap ser vi en høy andel som ikke tar stilling til totalinntrykk for Den Norske Dataforening og HSH Arena. Vi antar videre at lav grad av kjennskap også gir seg utslag i fravære av dårlig inntrykk.

Andelen som har et meget godt inntrykk av IKT-Norge har klart økt fra 2002.

For Abelia ser vi at resultatene er rimelig stabile fra 2002, kanskje med en positiv tendens. Imidlertid har noen flere en mening om Abelia (mest positivt men også negativt) nå enn 2002, hvilket vi tror skyldes en sterkere profil.

Også evalueringen av Den Norske Dataforening ligger stabilt, færre er uten mening og flere har et godt eller litt dårlig inntrykk av dem, uten at vi vil si at dette er signifikante forskjeller.

**Samarbeid**

Også her skårer IKT-Norge meget godt! De øvrige organisasjonene sliter med at mange ikke kan svare. Spesielt gjelder dette resultatene for HSH Arena og Den Norske Dataforening hvor vi vet at de spurte i mange tilfeller har lite kontakt og kjennskap.

**Holdning til IKT-politikk**

Ikke overraskende mener alle de spurte at IKT-politikk er viktig for fornying av privat og offentlig sektor.

**God innsats for næringen**

De spurte er i stor grad fornøyd med IKT-Norges innsats, og oppfatter IKT-Norge som aktiv, synlig og seriøs. De har få forslag til forbedring av kontakten/ samarbeidet bortsett fra hyppigere kontakt, organisering av flere konferanser/ møter og generelt være aktive og komme med konkrete forslag.

## GRAFIKK OG KOMMENTARER TIL RESULTATENE

I det følgende skal vi kommentere resultatene fra undersøkelsen, slik at man kan tilegne seg resultatene uten å gå til tabellene. Vi vil legge vekt på å presentere alle hovedtall av interesse med grafikk og trekke hovedkonklusjoner. Tabellverket er velegnet for mer inngående studier av de enkelte spørsmål, og bør selvfølgelig studeres for dypere analyser av f eks forskjeller i svar mellom ulike grupper.

### **Kjennskap Uhjulpet, hjulpet og totalt**

Det første spørsmålet i undersøkelsen gjaldt kjennskap til interesseorganisasjoner for IKT-næringen. Spørsmålet ble stilt slik at de spurte skulle nevne de navnene de kom på i farten, uten noen form for hukommelseshjelp. Vi vil understreke hvor sentralt begrepet kjennskap står i markedsføring og opinionsdannelse. Når vi spør Hvilke interesseorganisasjon for IKT-næringen, dvs næring innen informasjons og kommunikasjonsteknologi, kjenner du til i Norge? , er det slett ikke bare objektiv kjennskap til organisasjonenes eksistens som måles, men også det faktum at de navn som blir nevnt befinner seg så langt fremme i de spurtes bevissthet at de tenker på dem når de tenker på produktgruppen. En rekke undersøkelser har vist at dette er helt sentralt dersom man skal komme med i det sett av organisasjoner som blir tatt opp på dagsorden og benyttet som referansegrupper ell. I internasjonal faglitteratur er dette omtalt som evoked set . Å tilhøre evoked set er høyt korrelert med positive holdninger som stort sett skapes av eksponeringer som er fordelaktige, dog i noen tilfeller det motsatte.

De sentrale aktørene vi har målt i undersøkelsen er:

**Abelia** som er NHOs forening for kunnskaps- og teknologibedrifter. De har 550 medlemsbedrifter med ca 25.000 ansatte over hele landet.

**Den Norske Dataforeningen** er en (fag-)forening for IT-profesjonelle og har i dag over 14.500 medlemmer.

**HSH Arena** er et nystartet kunnskapsnettverk for kunnskapsbedrifter. De er uavhengige av tradisjonelle arbeidsgiverorganisasjoner, landsorganisering eller tariffspørsmål. De jobber med å påvirke næringspolitiske beslutninger innen kunnskap, teknologi og innovasjon.

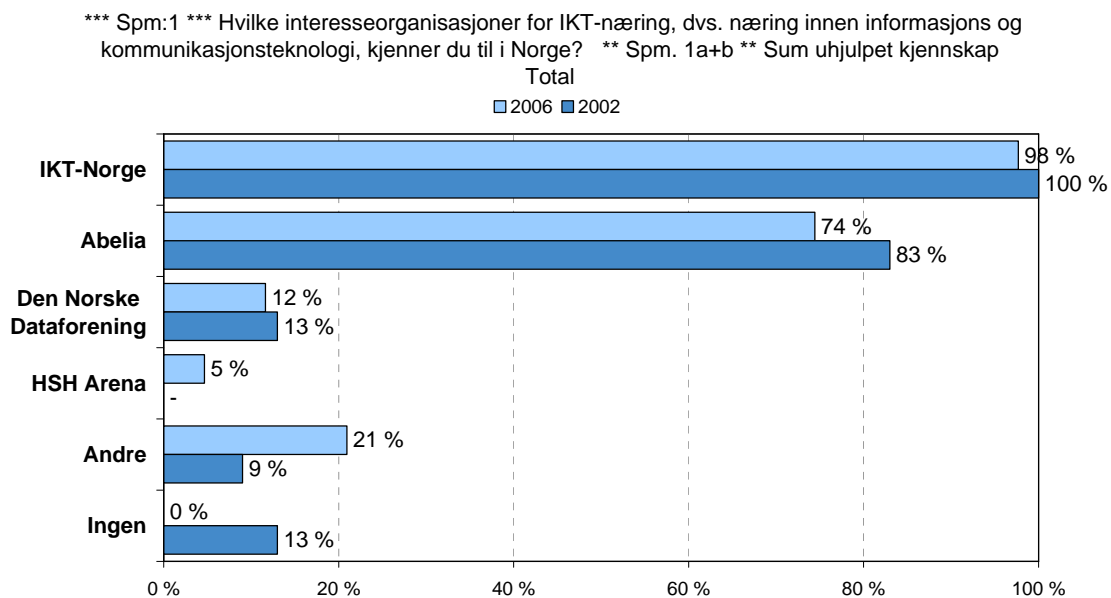
Og til slutt **IKT-Norge** som er en frittstående interesseorganisasjon for IKT-bedrifter som arbeider for å utvikle bransjens forretningsmuligheter, påvirke næringspolitiske rammevilkår samt fremme muligheten for å få FoU-midler for medlemmene.



## Uhjulpet kjennskap

I nedenforstående graf kan vi se at blant de spurte er IKT-Norge (100 %) klart ledende når det gjelder *uhjulp*et kjennskap, og klart foran Abelia (74 %). Vi nevner også at hele 74 % nevnte IKT-Norge først i uhjulp et spørsmål om kjennskap. Den Norske Dataforening (12 %) ligger på et helt annet nivå enn de to først nevnte sammen med HSH Arena (5 %) som er ny aktør som måles denne gangen. Det er naturlig å tror at mange i utvalget har personlig kontakt med IKT-Norge, og derfor ikke trenger stimuli for å nevne organisasjonen i denne sammenhengen. Dette er nok også tilfelle for Abelia, mens Den Norske Dataforening tvert i mot først gjenkjennes når navnet leses opp. Når det gjelder HSH Arena er kjennskapet lav. Vi vil tro at både det at de er en ny aktør og kanskje også tilhørighet til kategorien kan forklare dette.

Når vi sammenligner med resultatene fra 2002 er rangeringen den samme. HSH Arena forstyrrer ikke det eksisterende styrkeforholdet foreløpig. Imidlertid noterer vi at flere nevner andre organisasjoner enn de vi spør om, og at Abelia kan synes å ha en viss tilbakegang.

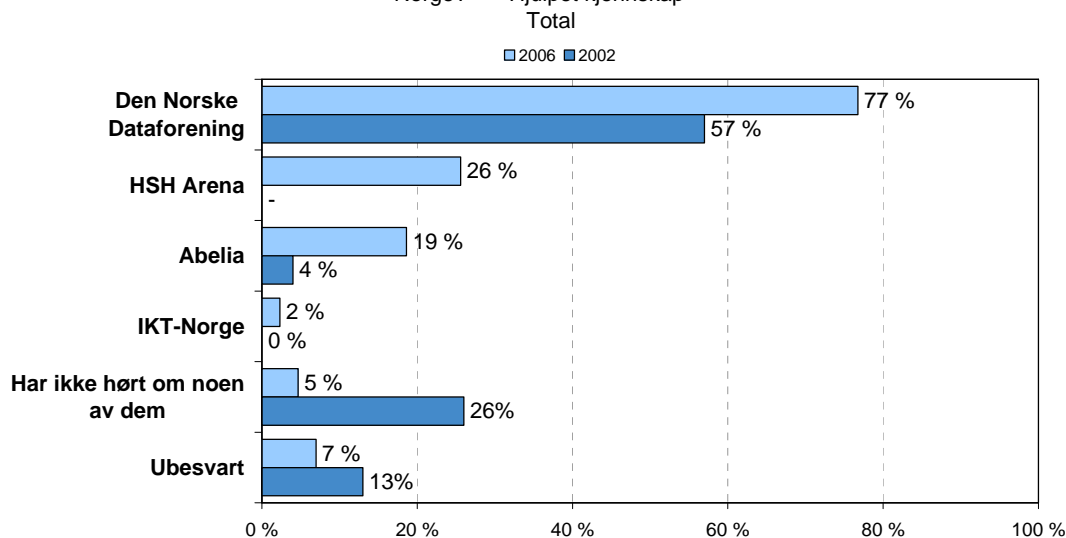


## Hjulp et kjennskap

I tillegg til uhjulp et kjennskap til interesseorganisasjonene for IKT-næringen målte vi *hjulp* et kjennskap ved å lese opp navnene på de aktuelle organisasjonene, og spørre om man noen gang hadde hørt om dem. På denne måten måler vi bevissthet på et lavere nivå som ikke har den samme betydning som uhjulp et kjennskap, men som representerer en vesensforskjell fra å være fullstendig ukjent. Hjulp et kjennskap er tilstrekkelig til identifikasjon og gjenkjennelse, betingelser som er svært viktige for registrering, forståelse og aksept av markedskommunikasjon.

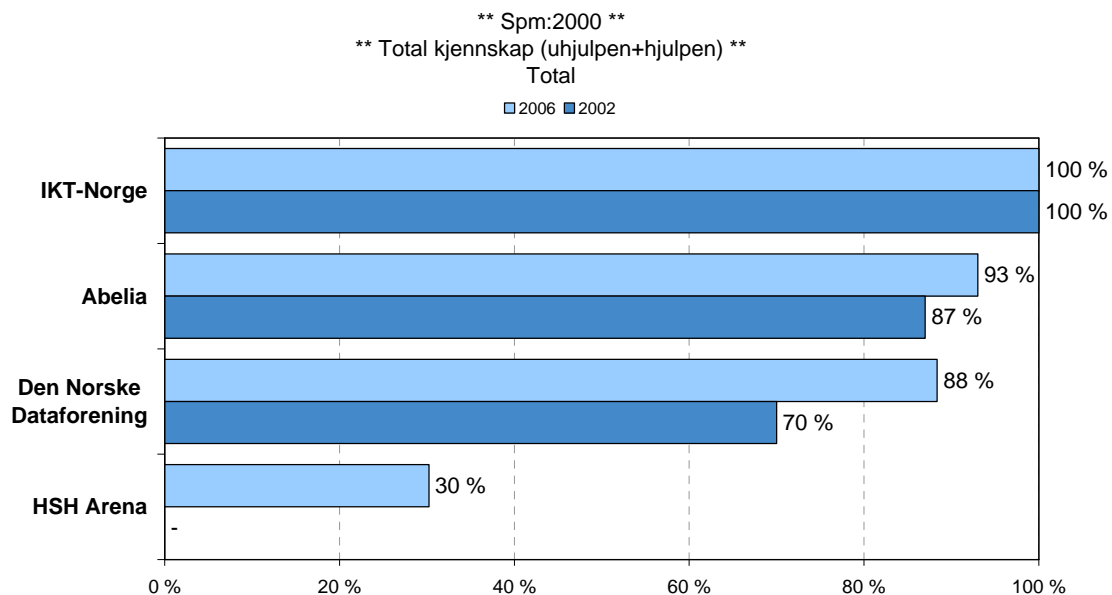
Som det fremgår av grafen under nevnte ytterligere 19 % Abelia, 77 % Den Norske Dataforening og 26 % HSH Arena, når navnene ble lest opp for dem. Når vi sammenligner med målingen i 2002, er det en klar reduksjon av andelen som ikke har hørt om noen av organisasjonene tidligere.

\*\* Spm:2 \*\* Har du noen gang hørt om følgende interesseorganisasjoner for IKT-næringen i Norge? \*\* Hjulpet kjennskap \*\*



### Kjennskap totalt

*Totalt*, når vi slår sammen uhjulpet og hjulpet kjennskap, er alle interesseorganisasjonene meget godt kjent i målgruppen som er undersøkt. Alle i totalutvalget svarer som nevnt IKT-Norge *uhjulpet*. Abelia har en total kjennskap på hele 93 %, Den Norske Dataforening 88 % og HSH Arena 30 %.



Det er klart at IKT-Norge har en unik posisjon i utvalget når alle nevner dem uhjulpet. For øvrig vil vi nevne at det sterke resultatet muligens kan skyldes at utvalget er IKT-Norges målgruppe for sitt arbeid og derfor bør ha hørt om dem. Utvalget har også meget godt kjennskap til Abelia og Den Norske Dataforening, mens HSH Arena ikke i samme grad er kjent i utvalget. Både Den Norske Dataforening og HSH Arena

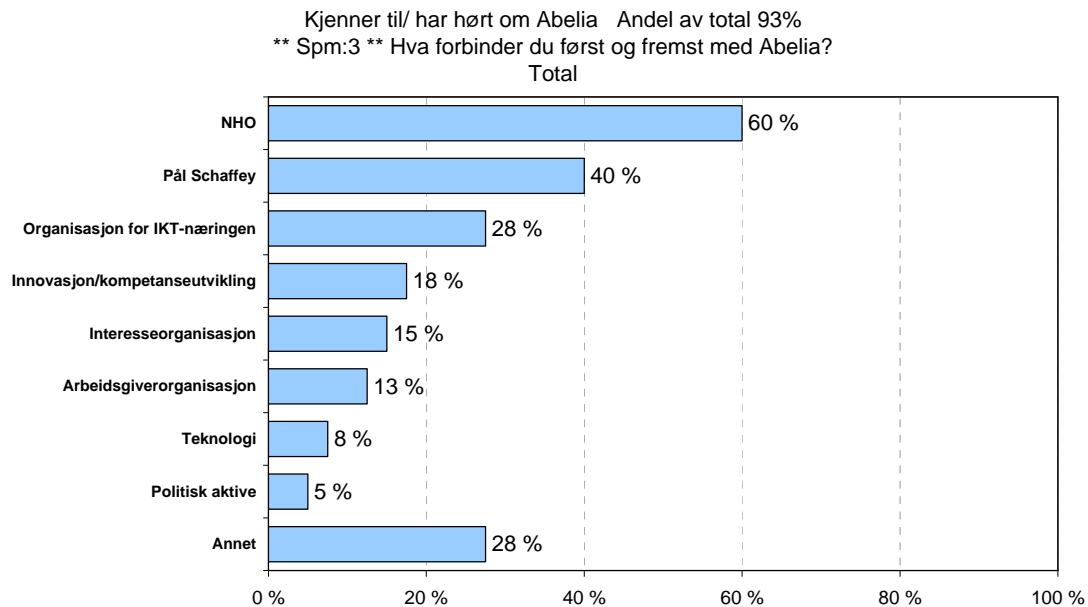
nevnes først hjulpet hvilket signaliserer at de ikke er evoked set for kategorien det spørres om på samme måte som IKT-Norge og Abelia.

Sammenligner vi med 2002 vil vi ut fra resultatene anta at kjennskap og bevissthet generelt har økt for organisasjonene, men i og med at utvalget er så lite er det vanskelig å slå denne konklusjonen fast.

## Assosiasjoner

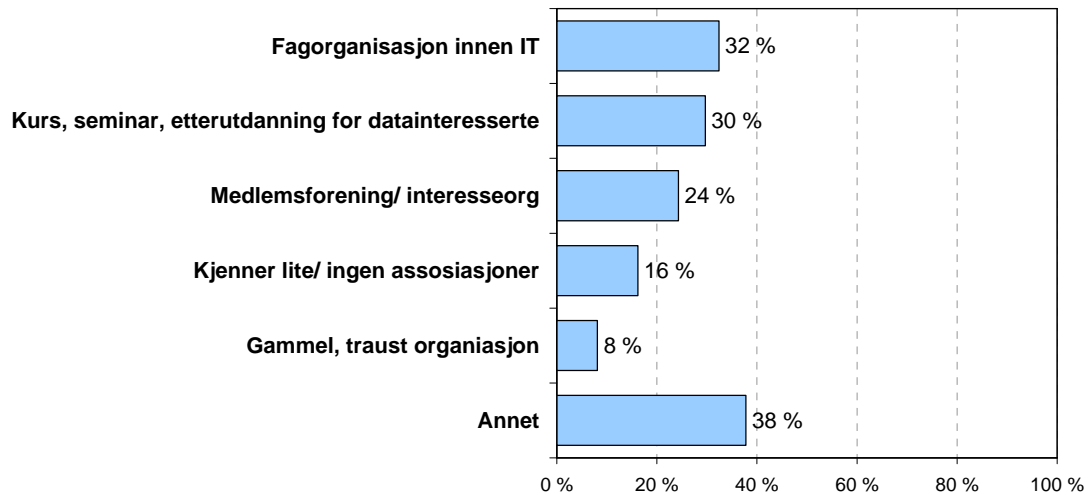
Når det gjelder hva respondentene *forbinder* med de fire interesseorganisasjonene spurte vi om dette i åpne spørsmål som vi kodet i ettertid. Resultatene fremgår av grafikken nedenfor:

Blant de spurte blir Abelia først og fremst dem med NHO og med organisasjonens leder, Pål Schaffey. Sammenlignet med 2002 er det først og fremst den klare personassosiasjonen til Schaffey som er forskjellen. Vi gjør oppmerksom på at de åpne svarene som er kodet som annet kan studeres nærmere i en utlistering vedlagt.



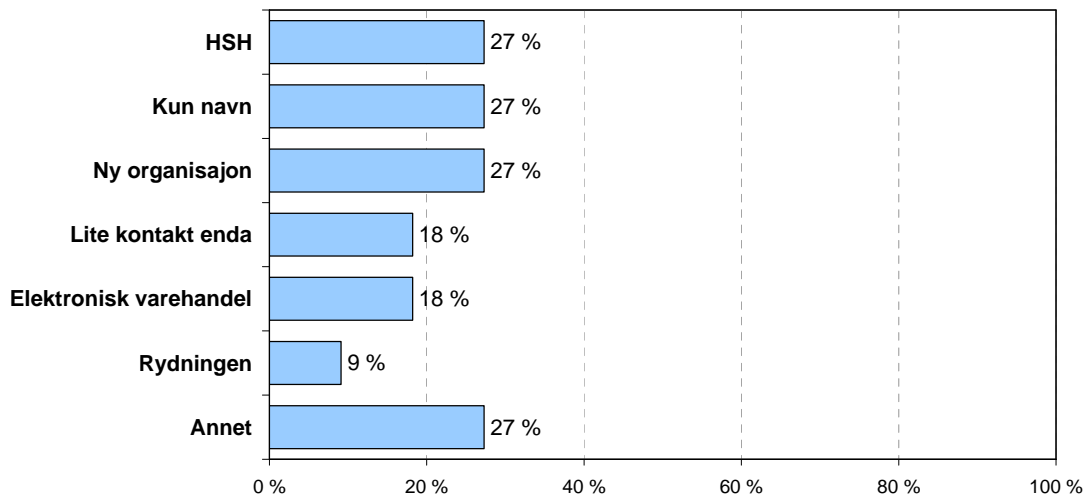
Når det gjelder Den Norske Dataforening forbindes de først og fremst med fag og kurs for datainteresserte, svært likt det vi så ved sist måling.

Kjenner til/ har hørt om Den Norske Dataforening Andel av total 86%  
 \*\* Spm:4 \*\* Hva forbinder du først og fremst med Den Norske Dataforeningen?  
 Total



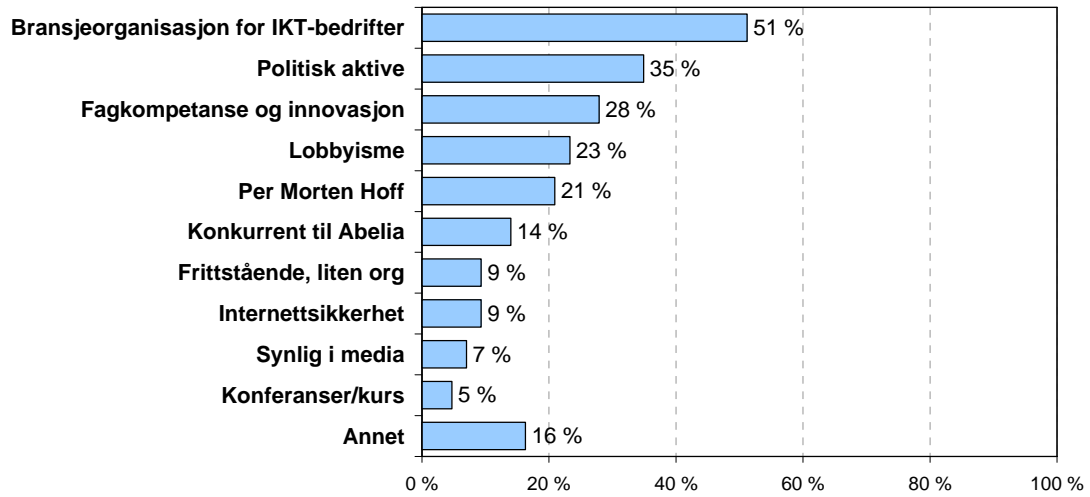
HSH Arena forbindes med Handels- og Servicenæringens Hovedorganisasjon og forøvrig at de er nye. Mange kjenner dem kun av navn og har hatt lite kontakt.

Kjenner til/ har hørt om HSH Arena Andel av total 26%  
 \*\* Spm:5 \*\* Hva forbinder du først og fremst med HSH Arena?  
 Total



Tilslutt ser vi IKT-Norge. Halvparten av de spurte forbinder IKT-Norge med bransje- eller interesseorganisasjon. Foreningen forbindes også med å være politisk aktive, aktive lobbyister og sterke på fagkompetanse og innovasjon. Heller ikke dette så ulikt hva vi så i 2002.

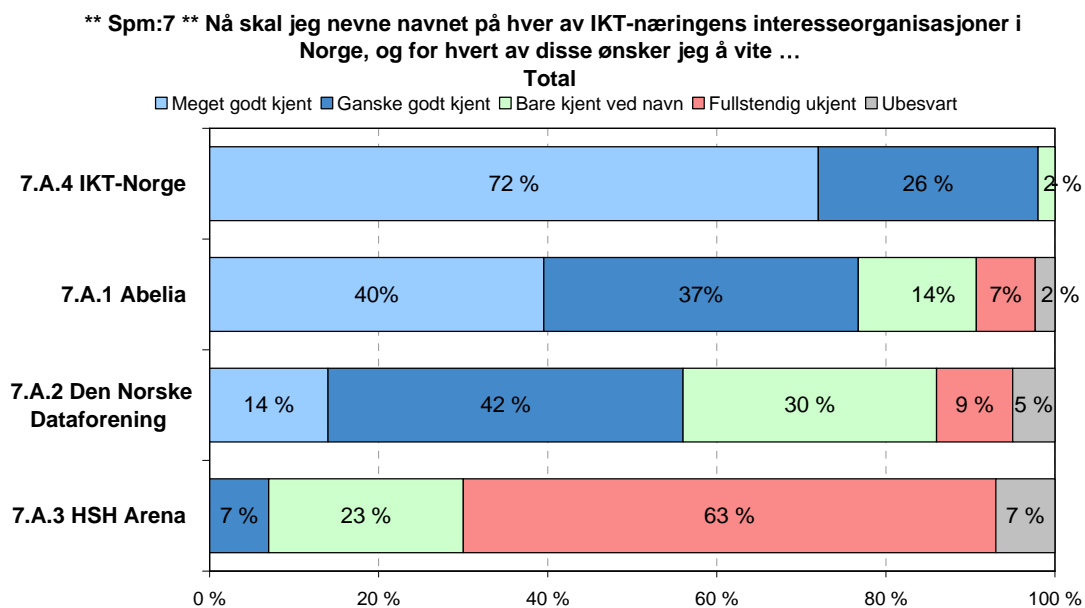
Kjenner til/ har hørt om IKT-Norge Andel av total 100%  
\*\* Spm:6 \*\* Hva forbinder du først og fremst med IKT-Norge?  
Total



## Grad av kjennskap

I spørsmål 7 har vi spurt om grad av kjennskap for å få et kvalifisert mål av kjennskap . Vi vil påpeke at nivåene i grad av kjennskap sannsynligvis ikke bare skyldes hvem som faktisk har hatt kontakt med de ulike interesseorganisasjonene den siste tiden, men også påvirkes av organisasjonenes aktualitet og oppmerksomhet i samfunnet generelt, og at det kan finnes en viss glemsel og sammenblanding mellom interesseorganisasjonene underveis.

I grafen nedenfor ser vi at IKT-Norge er meget eller ganske godt kjent blant 98 %, Abelia blant 77 % og Den Norske Dataforening 56 % av utvalget. Kun 2 % kjenner IKT-Norge kun ved navn, 14 % Abelia, 30 % Den Norske Dataforening og HSH 23 %. IKT-Norge er ikke ukjent for noen i utvalget, 7 % Abelia, 9 % Den Norske Dataforening og hele 63 % svarer at HSH Arena er fullstendig ukjente.

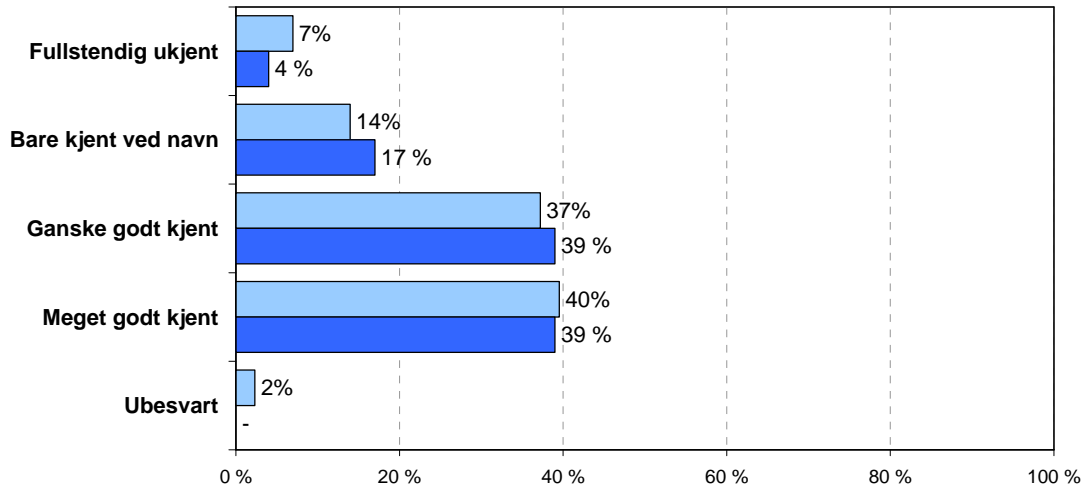


For å sammenligne resultatene med 2002 presenterer vi disse i egne grafer for hver organisasjon. Som det fremgår av diagrammet under er resultatene for Abelia svært likt måling fra 2002.

**\*\* Spm:7 \*\* Nå skal jeg nevne navnet på hver av IKT-næringens interesseorganisasjoner i Norge, og for hvert av disse ønsker jeg å vite ...**

**\*\*Abelia\*\***

2006 2002

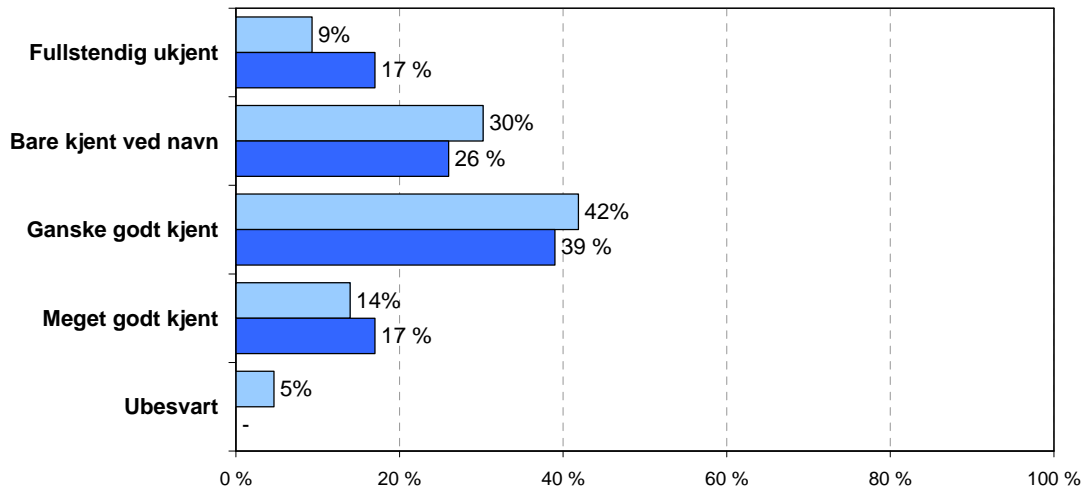


Det kan synes om Den Norske Dataforening har økt sin grad av kjennskap noe fra 2002, uten at vi kan si at dette er signifikant.

**\*\* Spm:7 \*\* Nå skal jeg nevne navnet på hver av IKT-næringens interesseorganisasjoner i Norge, og for hvert av disse ønsker jeg å vite ...**

**\*\*Den Norske Dataforening\*\***

2006 2002

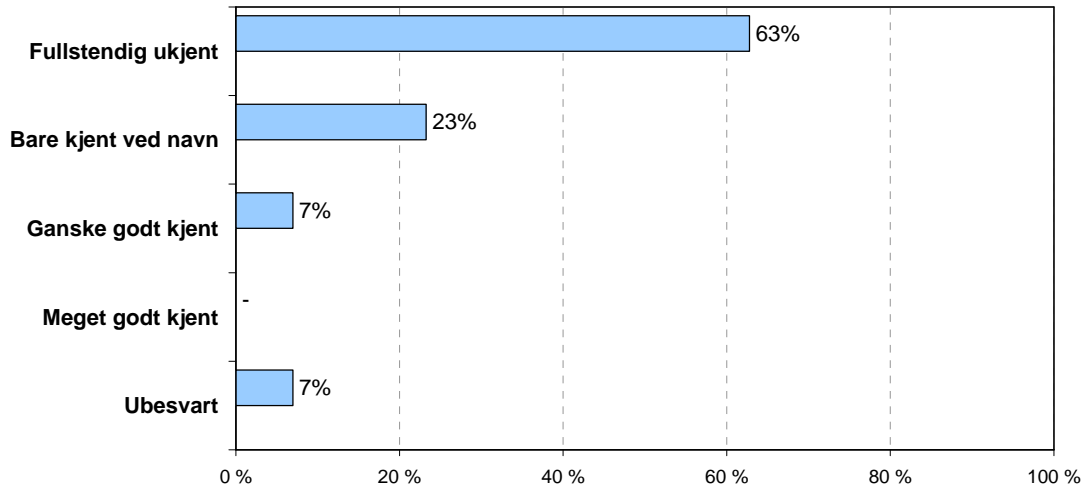


Vi tar med HSH Arena for ordensskyld. Siden de er nye har vi ingen endringsdata.

**\*\* Spm:7 \*\* Nå skal jeg nevne navnet på hver av IKT-næringens interesseorganisasjoner i Norge, og for hvert av disse ønsker jeg å vite ...**

**\*\*HSH Arena\*\***

2006 2002

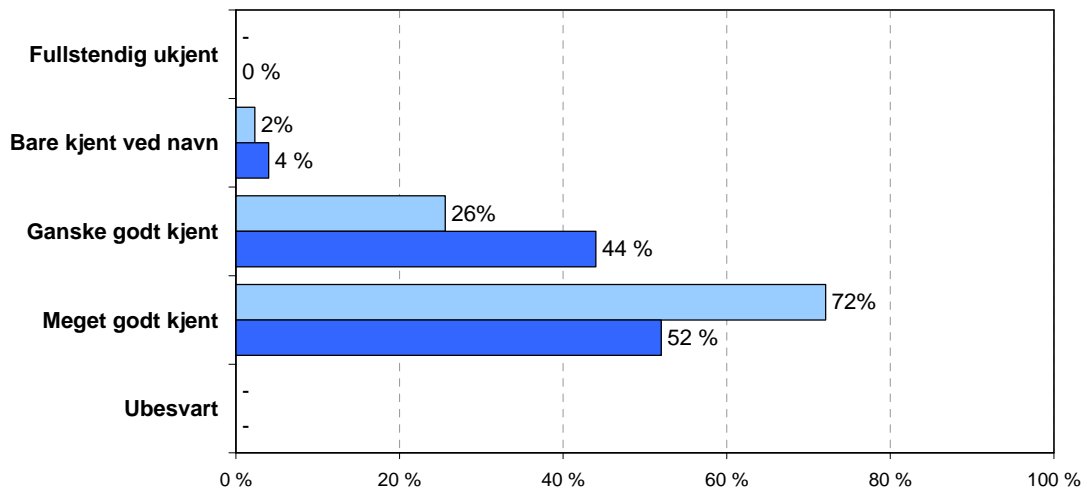


Tilsatt kan vi slå fast at IKT-Norge har klart flere blant de spurte som svarer at de kjenner organisasjonen meget godt sammenlignet med 2002.

**\*\* Spm:7 \*\* Nå skal jeg nevne navnet på hver av IKT-næringens interesseorganisasjoner i Norge, og for hvert av disse ønsker jeg å vite ...**

**\*\*IKT-Norge\*\***

2006 2002



I

IKT-Norges høye grad av kjennskap og utvilsomt sterke posisjon befestes i årets måling. Abelia er uten tvil fortsatt den sterkeste konkurrenten, mens den Norske Dataforening og HSH ikke har den samme posisjonen i denne målgruppen.

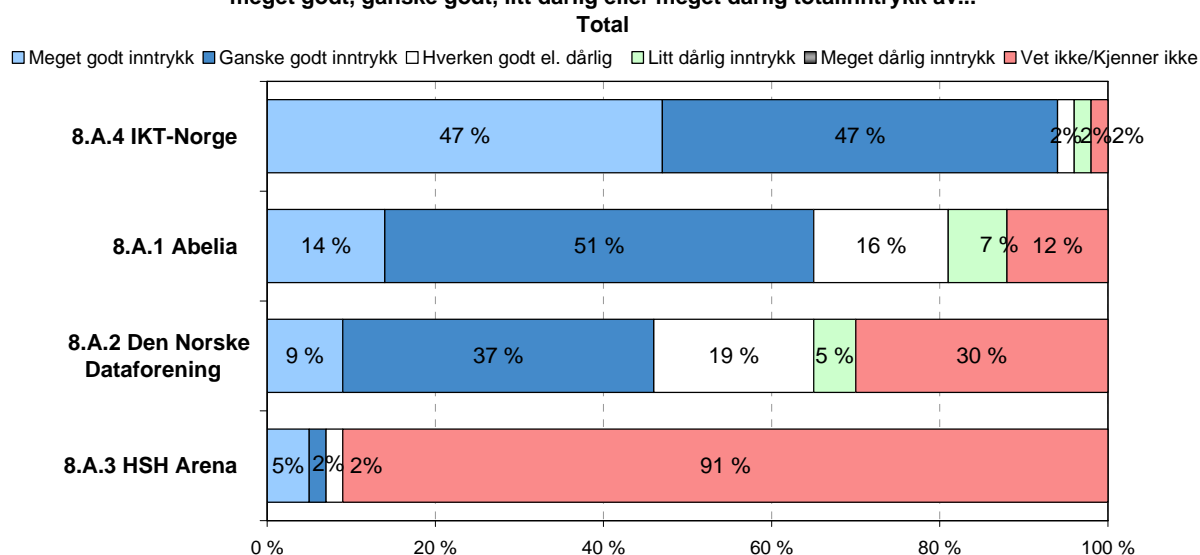


## Totalinntrykk

Spørsmål 7 tar sikte på å måle generelt inntrykk av organisasjonene. Måten vi har gjort dette på, er å spørre om hvilket totalinntrykk man har av den enkelte interesseorganisasjonen, om inntrykket er meget godt, ganske godt, litt dårlig eller meget dårlig. På den måten gir vi de spurte mulighet til å utale seg om hver enkelt organisasjon. Dette mener vi gir en meget god evaluering for den enkelte interesseorganisasjonen.

Nedenfor presenterer vi resultatene for totalinntrykk 2006 samlet for alle organisasjonene, og hver for seg sammenlignet med 2002.

**\*\* Spm:8 \*\* Nå ønsker jeg å vite totalinntrykket du har av disse organisasjonene. Har du meget godt, ganske godt, litt dårlig eller meget dårlig totalinntrykk av...**



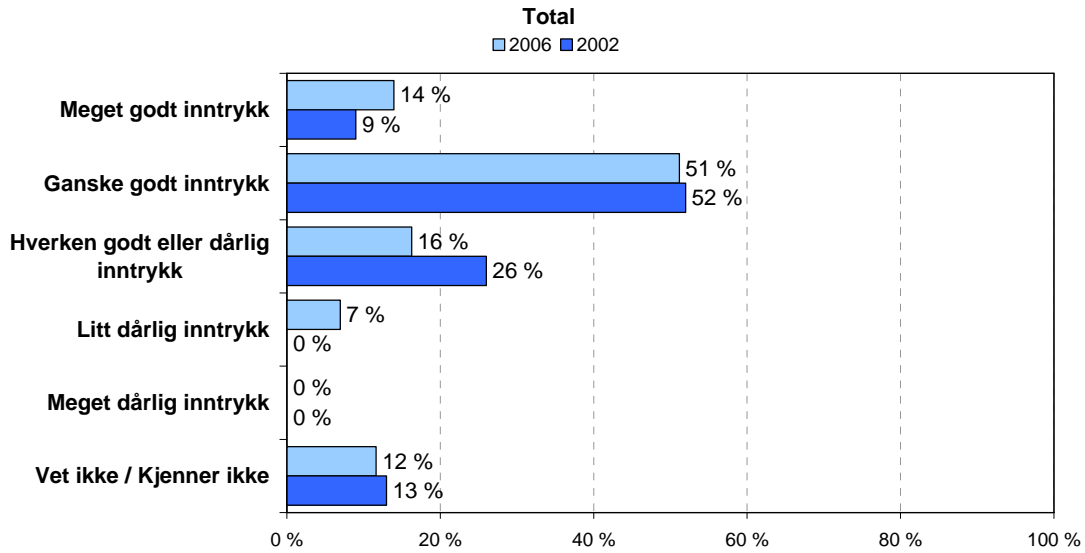
Av grafen ser vi at 94 % har et meget eller ganske godt inntrykk av IKT-Norge, tilsvarende 65 % for Abelia, 46 % for Den Norske Dataforening og 7 % for HSH Arena. 6 % har et litt dårlig inntrykk av IKT-Norge, tilsvarende 7 % for Abelia, 5 % for Den Norske Dataforening og 0 % for HSH Arena. Vi noterer svært høye andeler som ikke kan svare, spesielt for HSH Arena og Den Norske Dataforening.

IKT-Norge utklasser sine konkurrenter også her. Det skal ikke underslås at Abelia også oppnår positive resultat. Som en følge av lav kjennskap ser vi som nevnt en høy andel som ikke tar stilling til Den Norske Dataforening og HSH Arena. Den lave graden av kjennskap gir også utslag i fraværet av dårlig inntrykk

Under tar vi også med grafikk som illustrerer utvikling fra 2002 til 2006 for den enkelte organisasjon.

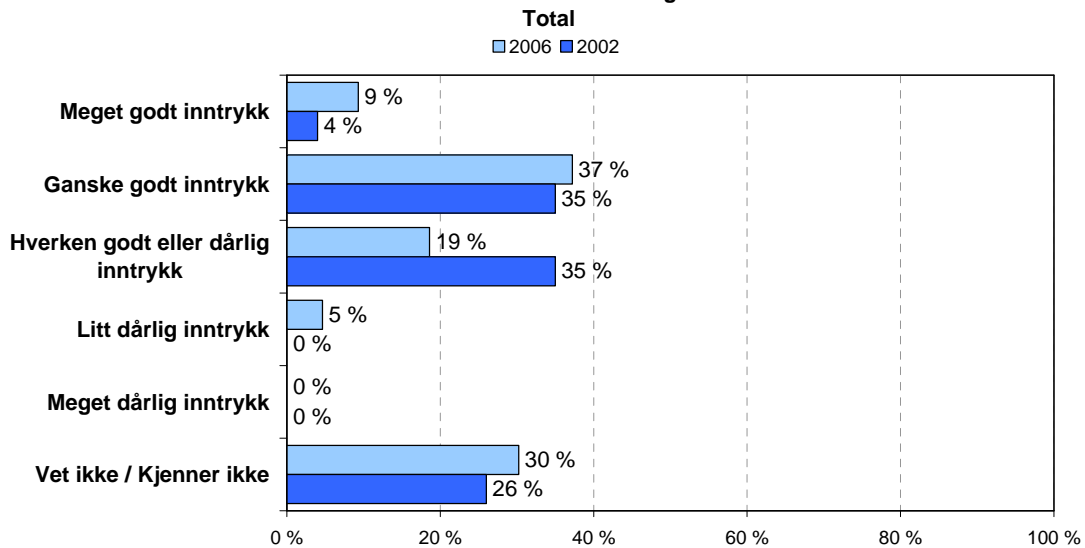
For Abelia ser vi at resultatene er rimelig stabile fra 2002, kanskje med en positiv tendens. Imidlertid har noen flere en mening, mest positivt men også negativt, om Abelia nå enn 2002, hvilket vi vil tro skyldes en sterkere profil.

**\*\* Spm:8 \*\* Har du meget godt, ganske godt, litt dårlig eller meget dårlig totalinntrykk av  
**\*\*Abelia\*\*?****



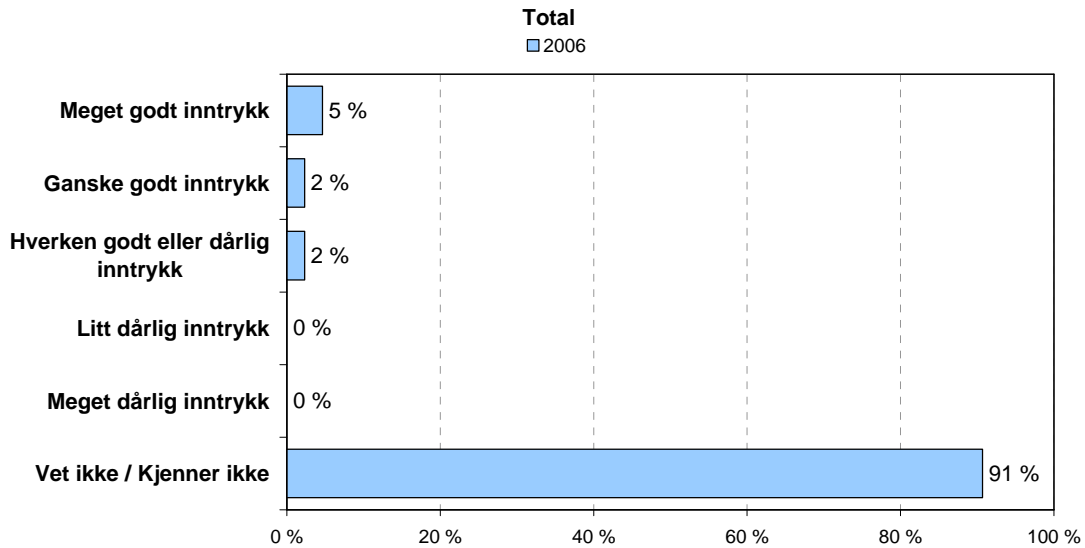
Også Den Norske Dataforening ligger stabilt, men har færre uten mening og flere med et godt og flere er med et litt dårlig inntrykk, uten at vi vil si at dette er signifikante forskjeller.

**\*\* Spm:8 \*\* Har du meget godt, ganske godt, litt dårlig eller meget dårlig totalinntrykk av  
**\*\*Den Norske Dataforening\*\*?****



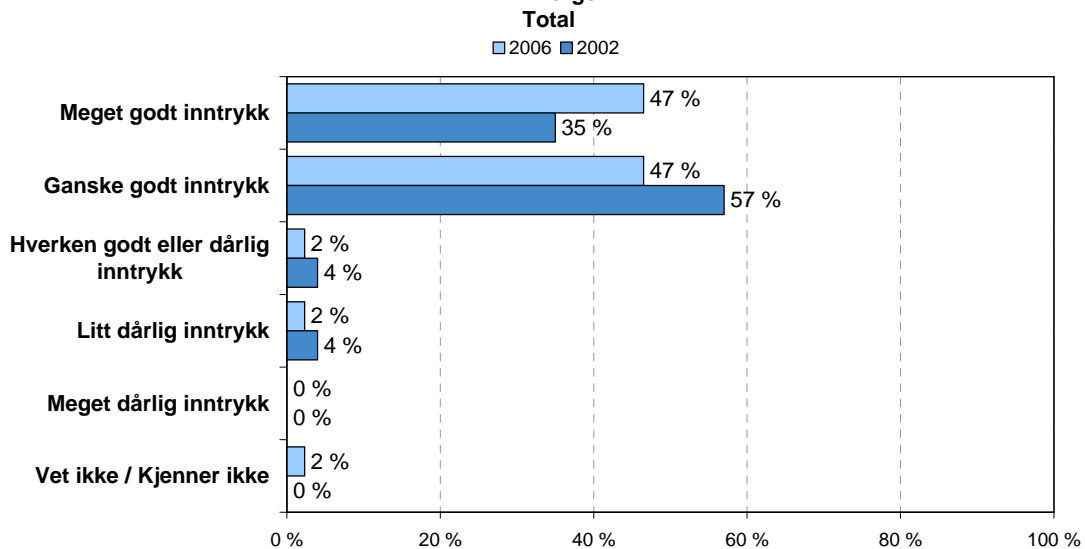
Foreløpig har ikke de spurte et inntrykk av HSH Arena fordi de ikke kjenner organisasjonen.

**\*\* Spm:8 \*\* Har du meget godt, ganske godt, litt dårlig eller meget dårlig totalinntrykk av  
\*\*HSH Arena\*\*?**



Mer eller mindre alle de spurte har en mening om IKT-Norge. Ytterst få tar ikke stilling til spørsmålet, men fordeler seg likt mellom de som har et meget godt eller godt inntrykk av IKT-Norge. Andelen som har et meget godt inntrykk har klart økt fra 2002.

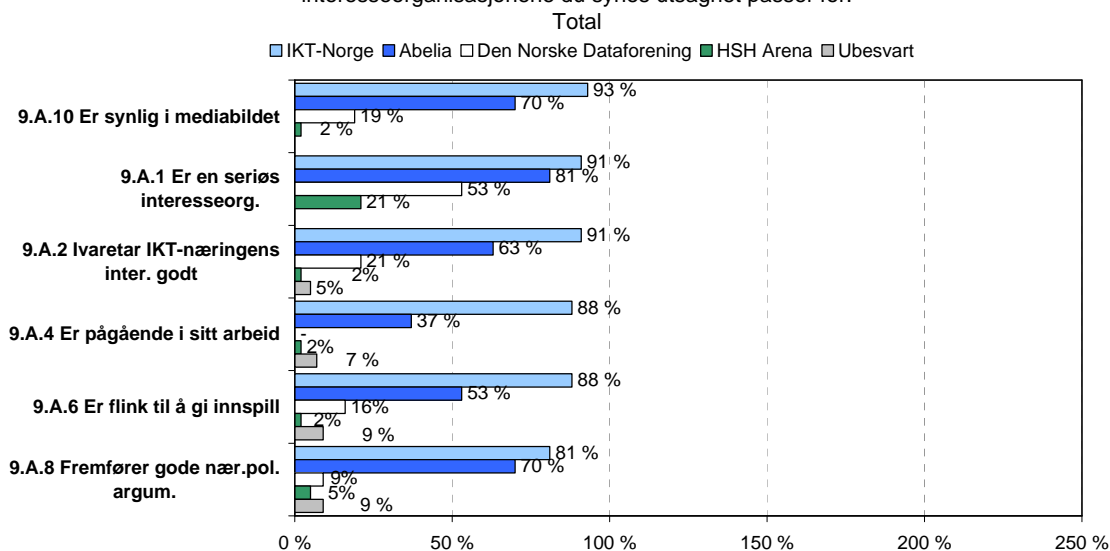
**\*\* Spm:8 \*\* Har du meget godt, ganske godt, litt dårlig eller meget dårlig totalinntrykk av  
\*\*IKT-Norge\*\*?**



## Profil

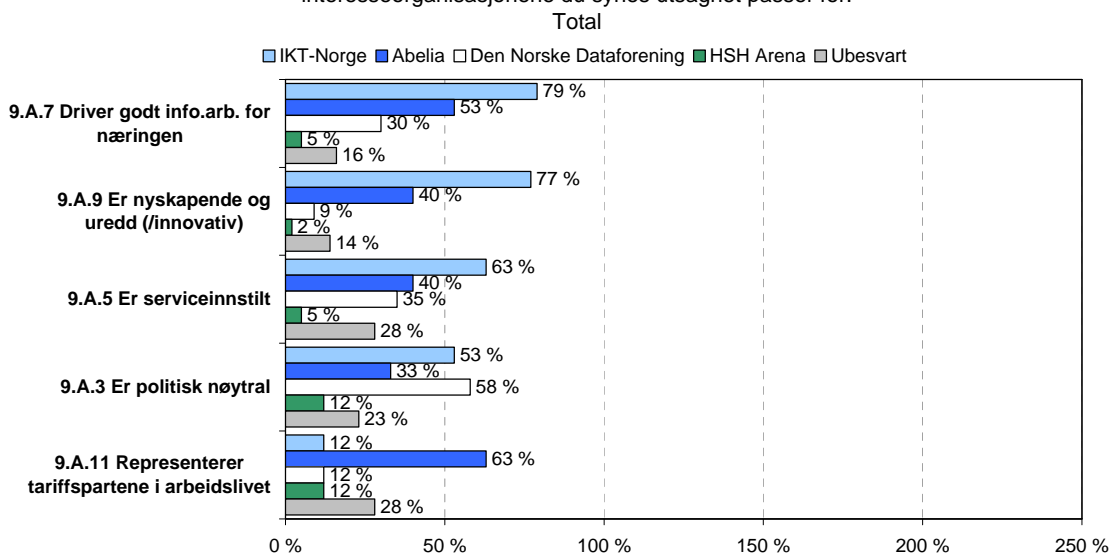
I spørsmål 9 har vi spurt om hvilket utsagn som passer best for hvilken interesseorganisasjon for på den måten å få frem oppfatningene og holdningene til de enkelte organisasjonene. Nedenfor viser de respektive resultatene for alle organisasjonene samlet. Utsagnene rangert er IKT-Norges resultat og illustrert i to grafer av hensyn til lesbarhet.

\*\* Spm:9 \*\* Jeg skal nå lese opp noen utsagn, og for hvert utsagn ønsker jeg å vite hvilken av interesseorganisasjonene du synes utsagnet passer for.



og illustrasjonen fortsetter her:

\*\* Spm:9 \*\* Jeg skal nå lese opp noen utsagn, og for hvert utsagn ønsker jeg å vite hvilken av interesseorganisasjonene du synes utsagnet passer for.

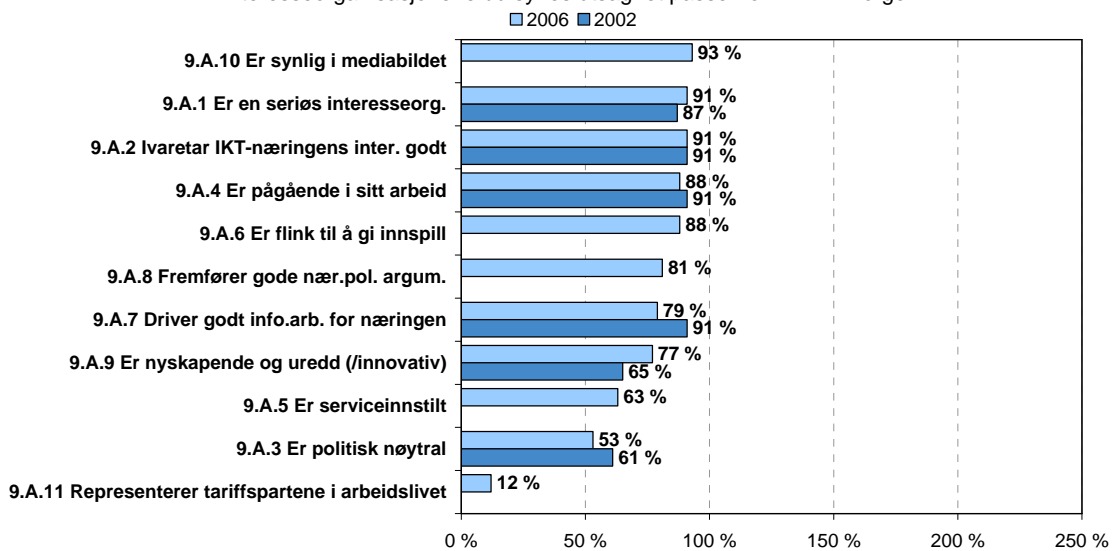


Nivåene er klart forskjellig mellom de foreningene vi har målt, og rangeringen også delvis ulik. Det er tydelig at flest har en mening om IKT-Norge og Abelia, altså de organisasjonene de har best kjennskap til.

I det videre vil vi presentere én graf for hver organisasjon hvor vi også har med resultatene for 2002 for sammenligning. På denne måten vil vi tydeliggjøre den enkeltes profil.

### IKT-Norge:

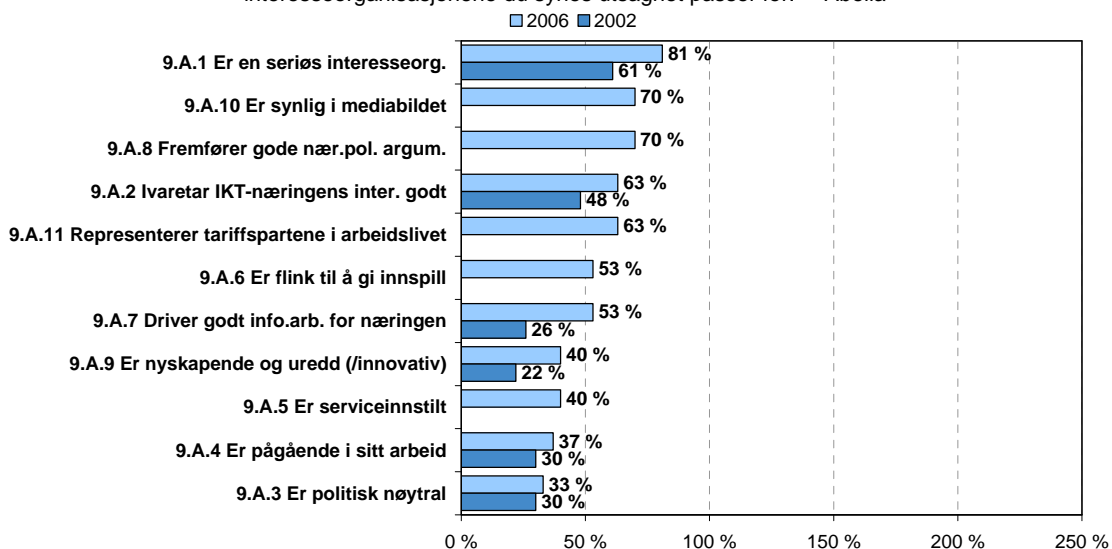
\*\* Spm:9 \*\* Jeg skal nå lese opp noen utsagn, og for hvert utsagn ønsker jeg å vite hvilken av interesseorganisasjonene du synes utsagnet passer for. \*\* IKT-Norge \*\*



Det tegens et tydelig bilde av IKT-Norge som en synlig, aktiv, pågående og seriøs aktør. Imidlertid synes det å være et forbedringspotensiale når det gjelder serviceinnstilling og informasjonsarbeid. Og vi noterer en nedgang i evaluering av informasjonsarbeidet fra 2002.

### Abelia:

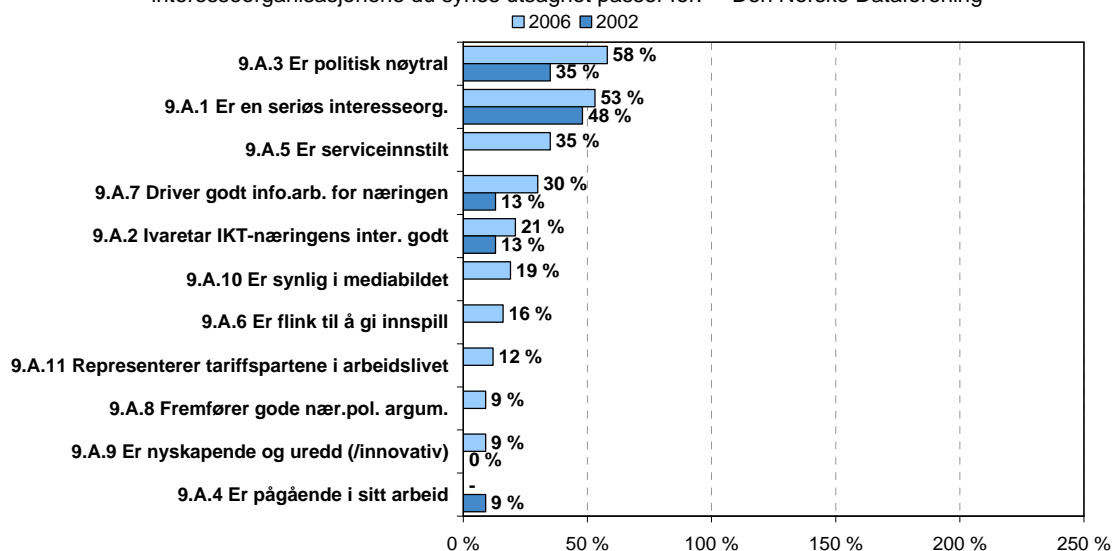
\*\* Spm:9 \*\* Jeg skal nå lese opp noen utsagn, og for hvert utsagn ønsker jeg å vite hvilken av interesseorganisasjonene du synes utsagnet passer for. \*\* Abelia \*\*



Også Abelia oppfattes som en seriøs interesseorganisasjon som er synlige i mediabildet. Abelia har styrket sine skårer fra 2002 på flere av områdene som måles, så som seriøsitet, ivaretar IKT-næringens interesser godt, driver godt informasjonsarbeid og er nyskapende og uredde.

## Den Norske Dataforeningen:

\*\* Spm:9 \*\* Jeg skal nå lese opp noen utsagn, og for hvert utsagn ønsker jeg å vite hvilken av interesseorganisasjonene du synes utsagnet passer for. \*\* Den Norske Dataforening \*\*

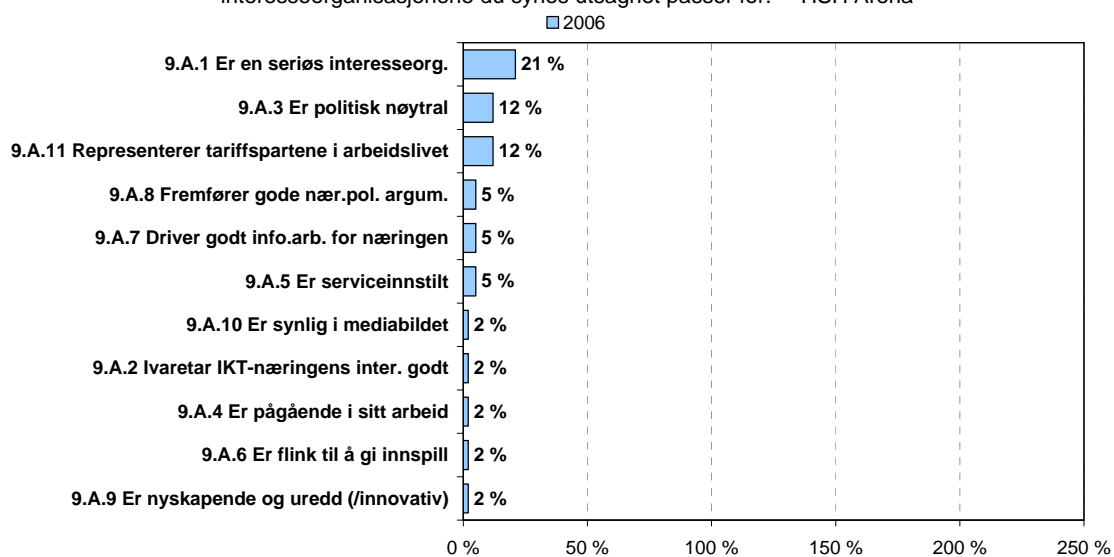


Resultatene for Den Norske Dataforeningen er langt svakere enn for IKT-Norge og Abelia. Vi ser imidlertid at organisasjonen oppnår en tydelig profil på at de er politisk nøytrale og seriøse. Det er klart at det er langt flere i år enn i 2002 som mener at nøytralitet er en sentral egenskap knyttet til Den Norske Dataforeningen.

## HSH Arena:

HSH Arena har som resultat av lavt kjennskap svake skårer. Den profilen som imidlertid tegnes blant de spurte er en seriøs interesseorganisasjon, som er politisk nøytral og representerer tariffpartene i arbeidslivet.

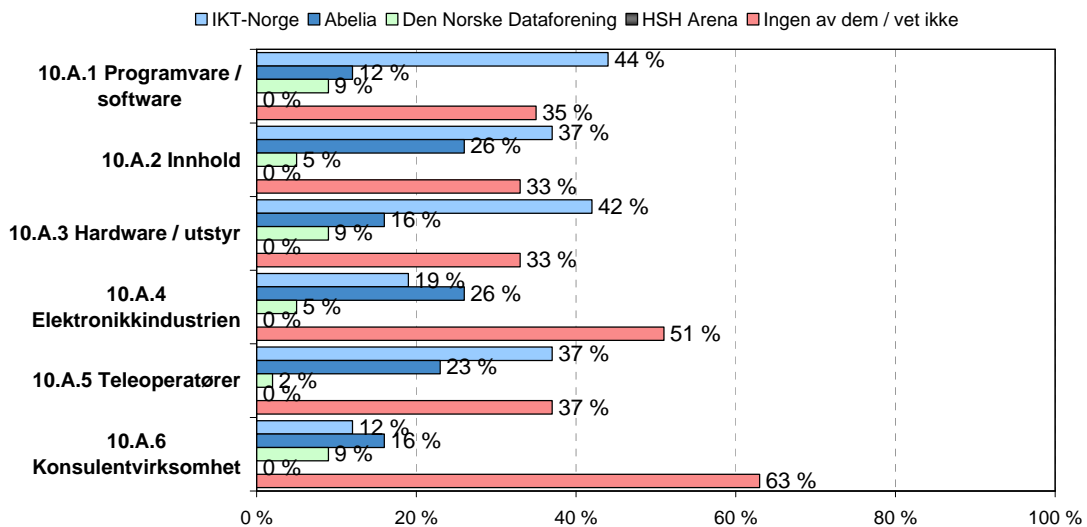
\*\* Spm:9 \*\* Jeg skal nå lese opp noen utsagn, og for hvert utsagn ønsker jeg å vite hvilken av interesseorganisasjonene du synes utsagnet passer for. \*\* HSH Arena \*\*



I spørsmål 10 har vi spurt om hvilke interesseorganisasjon som representerer IKT-næringen best på forskjellige aktuelle områder. Hensikten her er å få frem ulike profiler mellom organisasjonene på et generelt nivå. Først presenterer vi resultatene samlet for sammenligningens skyld, og så separat for hver organisasjon for å illustrere deres profil.

I grafen under, som gir en samlet oversikt over svarene på dette spørsmålet, ser vi igjen at IKT-Norge, som er best kjent, oppnår høyest skår på de områdene det er spurt om. Dette gjelder alle områder, bortsett fra elektronikkindustrien og konsulentvirksomhet, hvor Abelia skårer høyere. Vi noterer også at på disse områdene (hvor IKT-Norge ikke er best) er andelene som svarer ingen av dem svært høye.

**\*\* Spm:10 \*\* Hvilken av de fire interesseorganisasjonene for IKT-næringen mener du representerer IKT-næringen best når det gjelder...? Total**

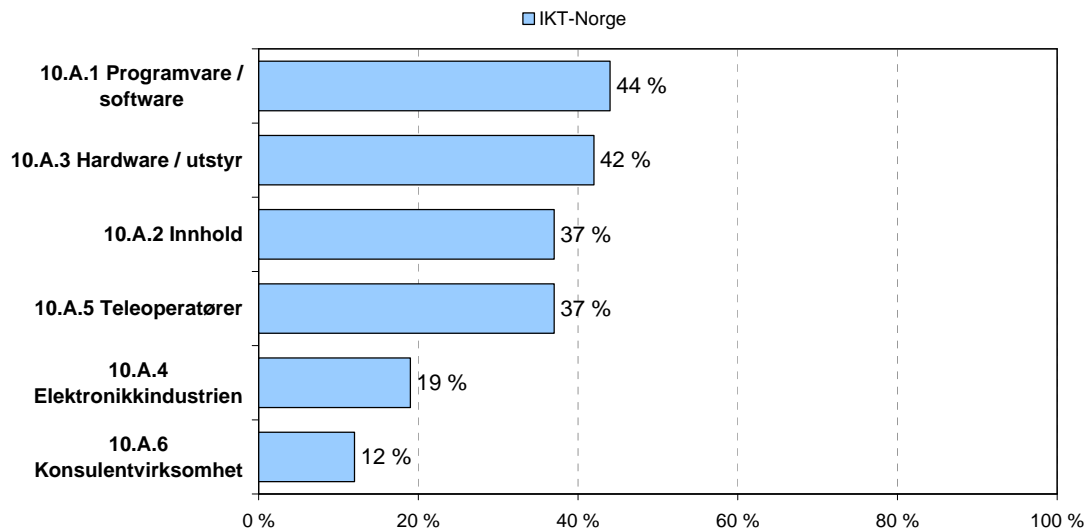




## IKT-Norge

IKT-Norge er sterkest på programvare/ software, hardware/ utstyr og innhold. På samme måte som vi så 2002.

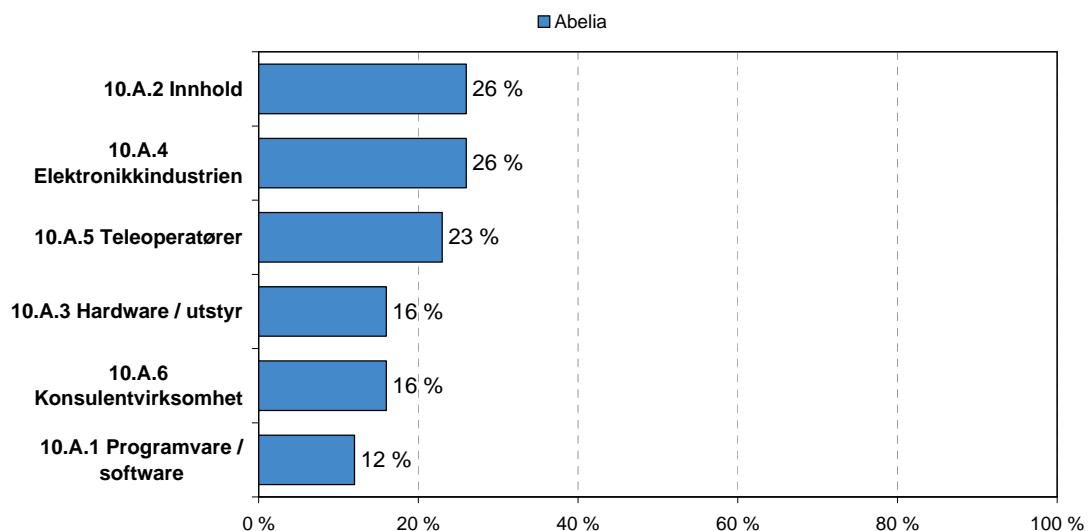
**\*\* Spm:10 \*\* Hvilken av de fire interesseorganisasjonene for IKT-næringen mener du representerer IKT-næringen best når det gjelder...? \*\* Rangert etter IKT-Norge \*\***



## Abelia

De spurte forbinder Abelia først og fremst med innhold, elektronikk og teleoperatører også på samme måte som i 2002.

**\*\* Spm:10 \*\* Hvilken av de fire interesseorganisasjonene for IKT-næringen mener du representerer IKT-næringen best når det gjelder...? \*\* Rangert etter Abelia \*\***

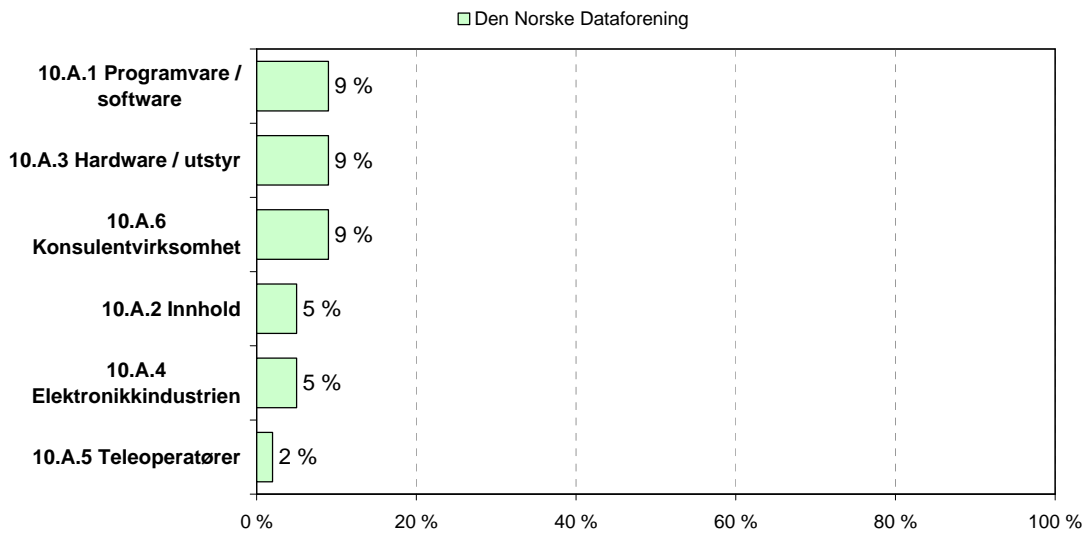


## Den Norske Dataforening

Programvare / software, hardware/ utstyr, konsulentvirksomhet forbindes først og fremst med Den Norske Dataforening. Også i 2002 var software og hardware

sterktest knyttet til Den Norske Dataforening, konsulentvirksomhet har imidlertid gått frem i 2006.

**\*\* Spm:10 \*\* Hvilken av de fire interesseorganisasjonene for IKT-næringen mener du representerer IKT-næringen best ...? \*\* Rangert etter Den Norske Dataforening \*\***

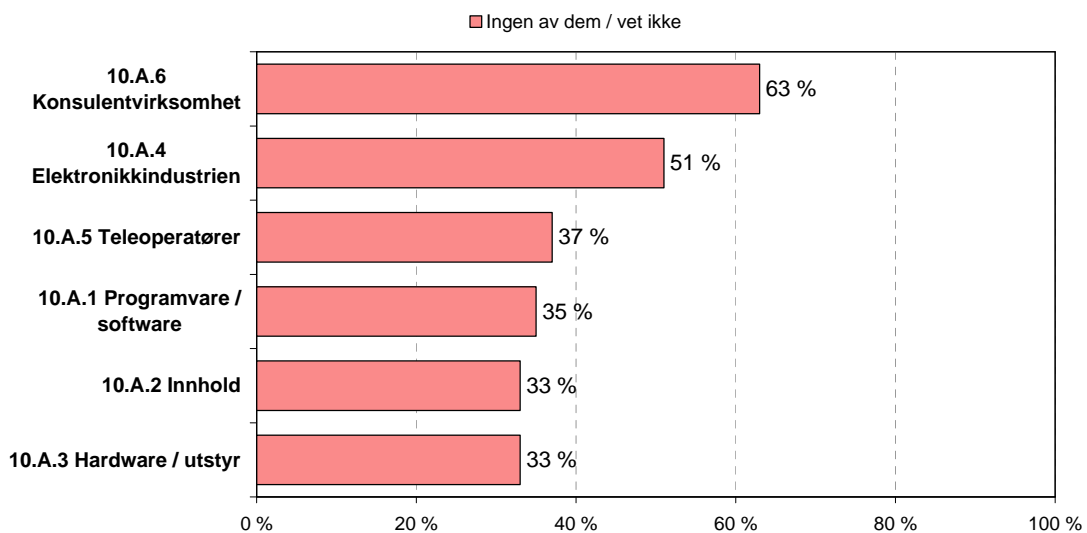


### Ingen av dem

Vi tar også med en graf hvor vi har rangert frekvensdelingen for ingen av dem . Dette vil være områder hvor de undersøkte organisasjonene ikke er sterke, eller ikke ahr en tydelig profil, i dag.

Av illustrasjonen under ser vi at dette først og fremst gjelder områdene konsulentvirksomhet og elektronikkindustrien.

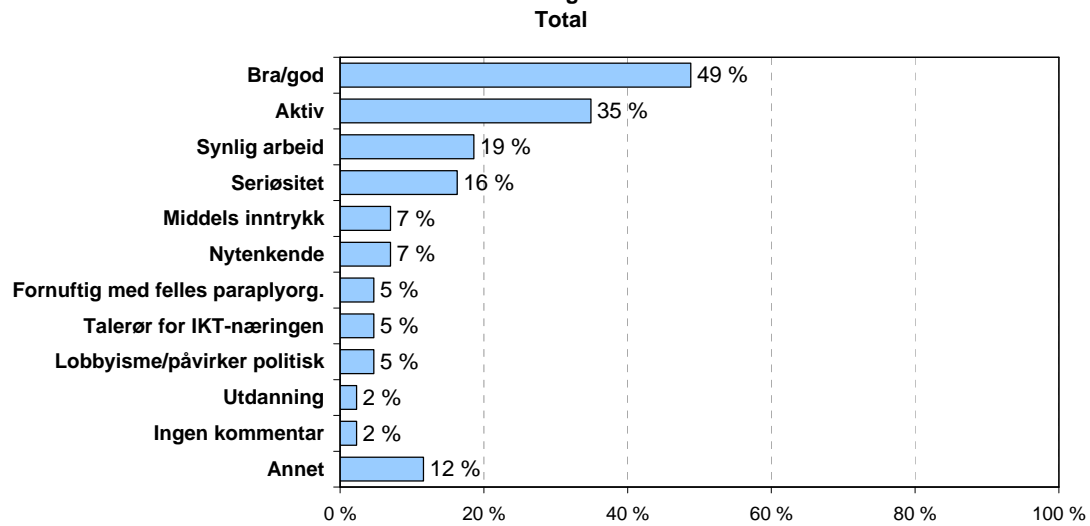
**\*\* Spm:10 \*\* Hvilken av de fire interesseorganisasjonene for IKT-næringen mener du representerer IKT-næringen best når det gjelder...? \*\* Rangert etter "Ingen av dem" \*\***



I spørsmål 11 la vi til et åpent spørsmål om IKT-Norge for å evaluere deres innsats for næringen.

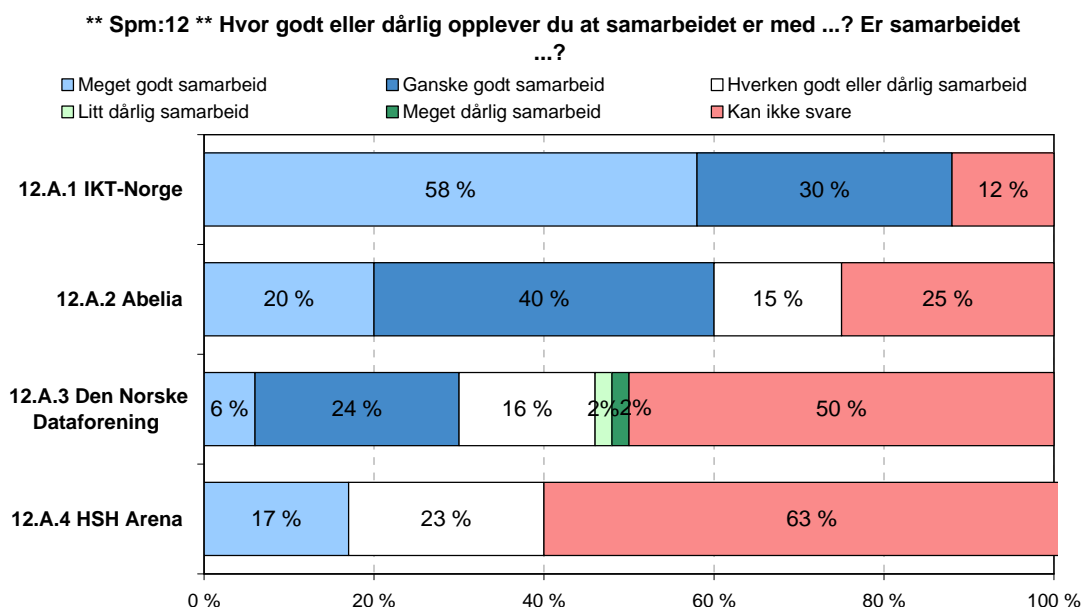
I grafen under har vi kodet responsens (ytterligere utlistning kan studeres vedlagt). Her ser vi at de spurte i stor grad er fornøyd med innsatsen, oppfatter IKT-Norge som aktiv, synlig og seriøs.

**\*\* Spm:11 \*\* Hvordan oppfatter du IKT-Norges innstas når det gjelder arbeid for IKT-næringen?**



## Samarbeid

I spørsmål 12 har vi spurt om hvor godt eller dårlig man opplever samarbeidet med den enkelte interesseorganisasjonen. Nedenfor er resultatene presentert samlet for alle organisasjonene, og i de følgende grafene separat for hver organisasjon med resultatene for både 2002 og 2006.



OBS! Resultatene er her presentert for de som har kjennskap til den enkelte organisasjonen, dvs kjenner IKT-Norge = 100 %, Abelia = 93 %, DND = 88 % og HSH = 30 %. Man må således ikke sammenligne resultatene i grafen over mellom organisasjonene.

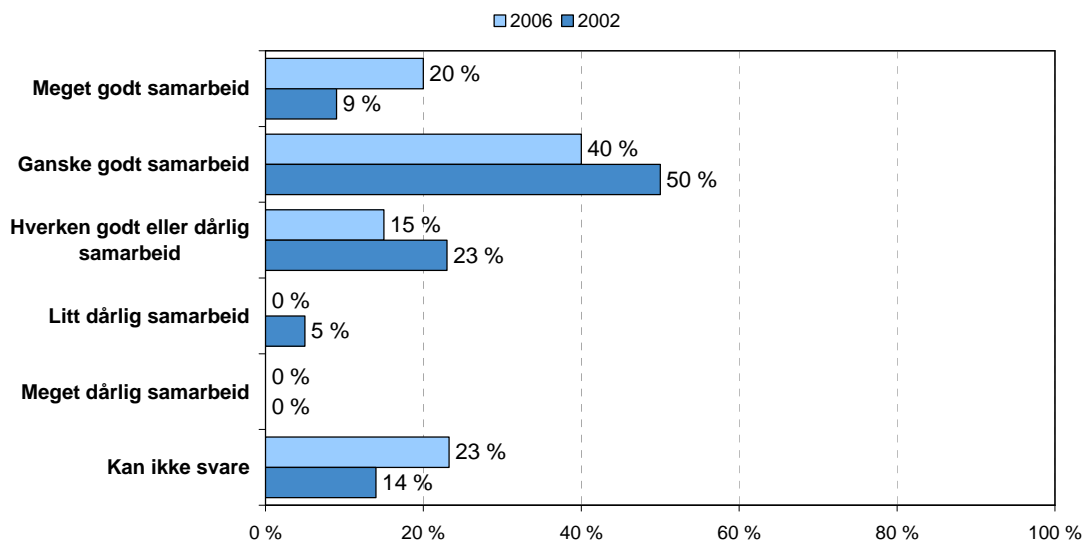
88 % av de spurte som kjenner til IKT-Norge (dvs alle de spurte) svarer at de har et meget eller ganske godt samarbeid med IKT-Norge, 60 % av de som kjenner Abelia har et meget eller ganske godt samarbeid med dem, tilsvarende 30 % har det med dem som kjenner Den Norske Dataforening og 17 % av de som kjenner HSH Arena. 12 % tar ikke stilling til IKT-Norge, ingen har et dårlig samarbeid med dem. 40 % tar ikke stilling til Abelia og heller ikke her har noen et dårlig samarbeid med dem. Tilsvarende er det 16 % som ikke tar stilling og 50 % som ikke kan svare når det gjelder Den Norske Dataforening, 4 % har et dårlig forhold til dem. Igjen ser vi at HSH Arenas resultat er preget av at de spurte ikke har kjennskap og derfor ikke uttaler seg eller tar stilling (dette gjelder i alt 86 %).

Igjen utklasser IKT-Norge sine konkurrenter! Som vi har nevnt tidligere kan en høy kan ikke svare -andel være tegn på dårlig kjennskap / kunnskap. Dette ser vi gjør seg utslag for HSH Arena og Den Norske Dataforening.

## Abelia:

Klart flere svarer at samarbeidet er meget godt sammenlignet med 2002. Ellers svarer flere kan ikke svare, istedenfor verken eller.

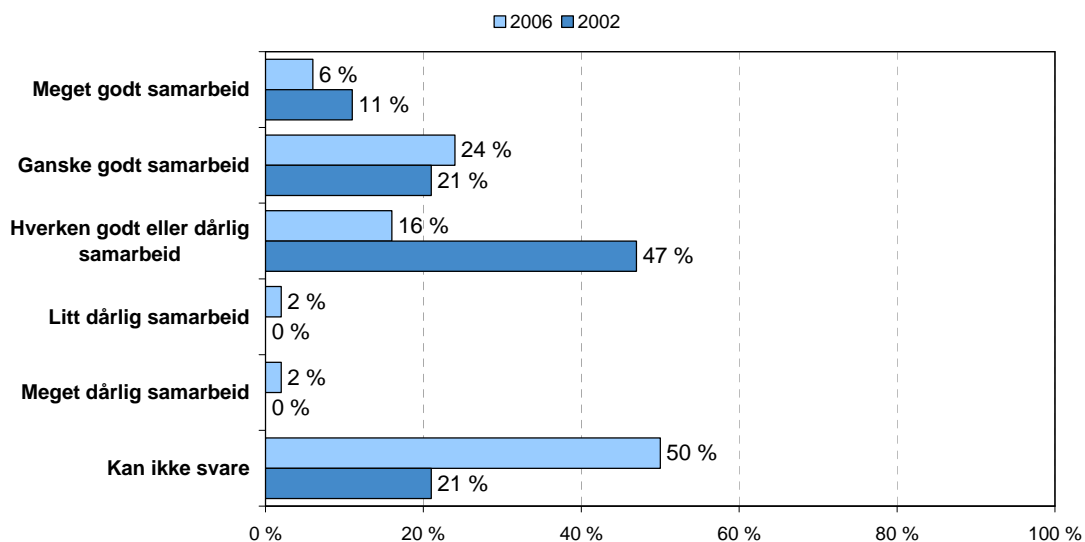
**\*\* Spm:12 \*\* Er samarbeidet med **\*\*Abelia\*\*** meget godt, ganske godt, hverken godt eller dårlig, litt dårlig eller meget dårlig?**



## Den Norske Dataforening:

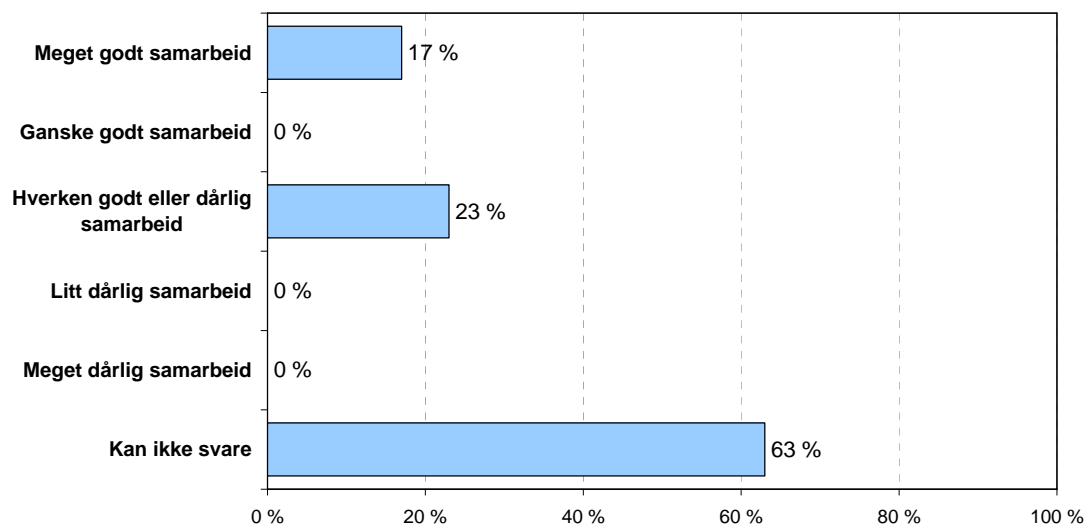
Vi vurderer dette som stabile resultat fra 2002 til 2006. Vi påpeker at svaralternativet kan ikke svare er benyttet oftere enn verken eller, men betyr i praksis det samme. Vi undres om dette, sammen med en viss tilbakegang for skår på meget godt samarbeid kan signalisere en økt distanse.

**\*\* Spm:12 \*\* Er samarbeidet med **\*\*Den Norske Dataforening\*\*** meget godt, ganske godt, hverken godt eller dårlig, litt dårlig eller meget dårlig?**



## HSH Arena:

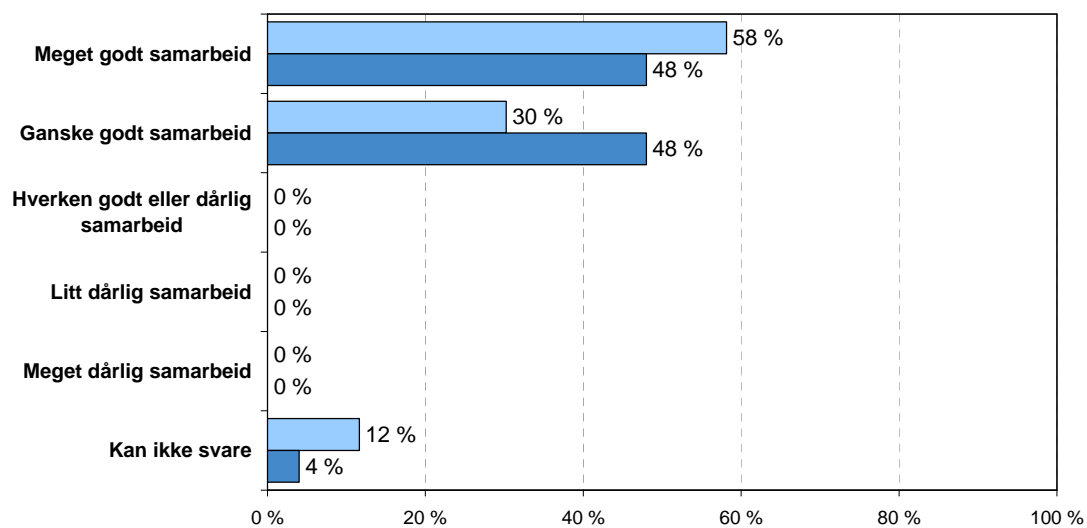
**\*\* Spm:12 \*\* Er samarbeidet med **\*\*HSH Arena\*\*** meget godt, ganske godt, hverken godt eller dårlig, litt dårlig eller meget dårlig?**



## IKT-Norge:

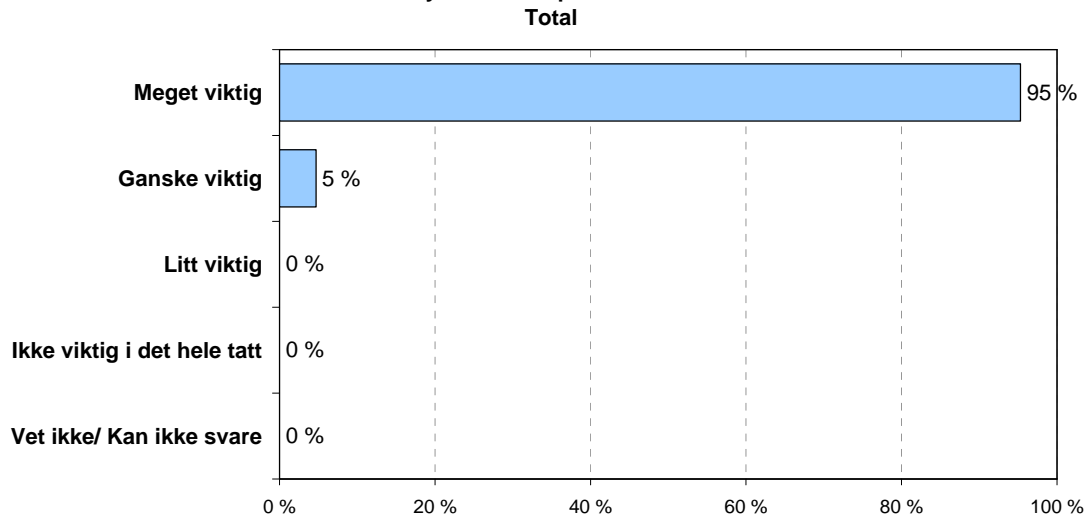
Vi noterer en klar positiv fremgang fra 2002, men noterer også noen flere som ikke svare, hvilket kanskje ikke er så overraskende i og med at mange av de spurte er nye relasjoner.

**\*\* Spm:12 \*\* Er samarbeidet med **\*\*IKT-Norge\*\*** meget godt, ganske godt, hverken godt eller dårlig, litt dårlig eller meget dårlig?**



I spørsmål 13 tok vi med et spørsmål om viktigheten av IKT-politikk for å kvalifisere de spurtes tilknytning til området undersøkelsen spør om. Ikke overraskende viste det seg at mer eller mindre alle oppfatter dette som et meget viktig område.

**\*\* Spm:13 \*\* Hvor viktig er IKT-politikk for fornying av privat og offentlig sektor i Norge.  
Synes du IKT-politikk er ...**

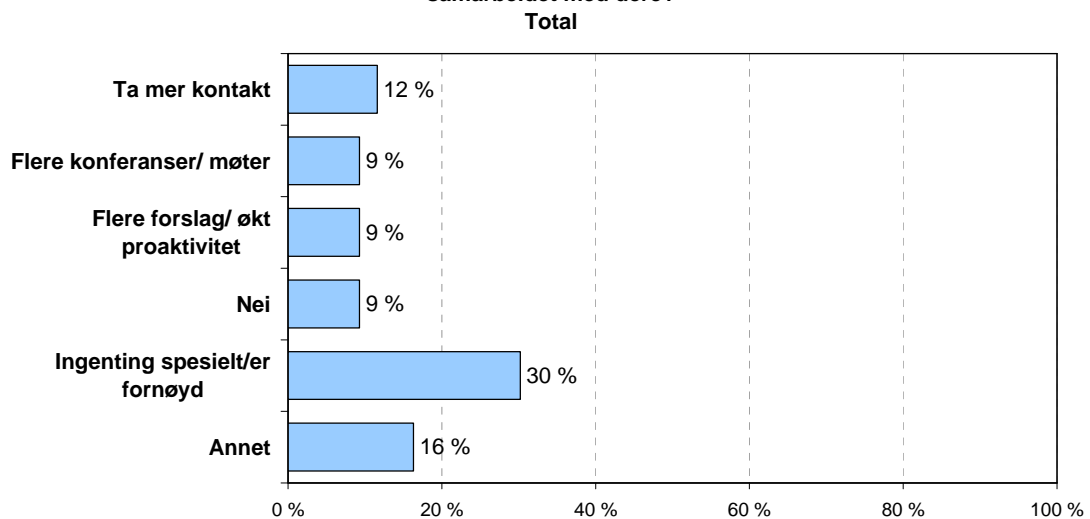


## Forslag til forbedring av kontakt/ samarbeidet

I spørsmål 14 spurte vi i et åpent spørsmål om respondenten hadde forslag til hvordan IKT-Norge kan forbedre kontakten / samarbeidet med dere. Svarene er kodet og presenteres i tabellen nedenfor.

De spurte svarer først og fremst at de er fornøyd og har ingen forslag. De viktigste forslagene som kommer frem er å ta kontakt, organisere flere konferanser/ møter og generelt være aktive og komme med konkrete forslag.

**\*\* Spm:14 \*\* Har du noen forslag til hvordan IKT-Norge kan forbedre kontakten / samarbeidet med dere?**





## VEDLEGG