

PROGRAMVARU- INDUSTRIBAROMETERN 2012

Detta frågeformulär är en del av den årliga nationella Programvaruindustribarometern. Resultaten publiceras som statistik och tabeller, men enskilda företag kommer inte att redovisas. Genom att svara på denna undersökning, hjälper ni oss att samla in värdefull information om det nuvarande läget i programvaruindustrin i Finland.

Resultatet av undersökningen och företagsspecifik analys kommer att sändas till medverkande företag när resultaten offentliggörs.

Undersökningen stöds av:



INSTRUKTIONER: Fyll i formuläret med hänsyn till det nuvarande förhållandet i ert företag. Om svaret på en fråga kräver information som är svår att få tillgång till, v.v. uppskatta svaret så gott det går.

Efter att ni fyllt i enkäten, vänligen returnera blanketten till oss genom att använda det bifogade frankerade returkuvertet. Om ni inte vill delta i undersökningen, sänd in det tomma formuläret. Alternativt kan ni fylla i enkäten på nätet på <http://www.softwareindustrysurvey.fi/>. Om du svarar på nätet, använd svarskod [CODE].

ALLA ERA SVAR ÄR KONFIDENTIELLA.

Denna undersökning utförs av Aalto-universitetet och Tekes. Vår kontaktperson är forskningschef Mikko Rönkkö, e-post: mikko.ronkko@aalto.fi. Mer information finns på nätet på adressen <http://www.softwareindustrysurvey.fi/>.

BÖRJA BESVARA:

1. Vilket av följande alternativ beskriver bäst ert företag? (Välj endast ett alternativ)

Varuproducerande företag

- Programvaruföretag
 Företag som tillverkar maskinvara som innehåller programvara

Tjänsteföretag

- Företag som levererar programvaruprojekt eller därmed förknippade tjänster
 Konsultföretag inom programvarubranschen eller nära anknutna till den

Andra företag än programvaruföretag

- Programvaruåterförsäljare
 Företag som inte på något sätt är relaterade till programvaruindustrin

V.v. återsänd tomt formulär

2. Vänligen uppskatta följande siffror för företagets förra resp. innevarande räkenskapsår.

Intäkter under 2011 _____ €
Beräknade intäkter för 2012 _____ €
Personal i slutet av 2011 _____ personer
Personalprognos för slutet av 2012 _____ personer
FoU utgifter under 2011 _____ €
Vinst för 2011 (rörelseresultat) _____ €

3. Vad kommer den önskvärda storleken på ert företag att vara om fem år enligt ledningsgruppen?

Antal anställda _____ personer
Intäkter _____ €

4. Hur väl beskriver följande påståenden ert företags tillväxt?

	Helt annan åsikt	Annan åsikt	Ingen åsikt	Samma åsikt	Helt samma åsikt
Tillväxten är det viktigaste målet för vårt företag	1	2	3	4	5
För tillfället är storleken på vårt företag perfekt, och vårt företag ser inget behov av en stark tillväxt	1	2	3	4	5
Vårt företags tillväxt är det viktigaste personliga målet för flera medlemmar av vår ledningsgrupp	1	2	3	4	5
Vårt företags tillväxt får inte ske på bekostnad av lönsamheten	1	2	3	4	5
Vårt företag måste växa även om det innebär att vi skulle behöva ta större risker	1	2	3	4	5
Vårt mål är en stark tillväxt på internationella marknader	1	2	3	4	5
Vår ledningsgrupp anser att vårt företag är eller kommer att bli en viktig aktör på den internationella marknaden	1	2	3	4	5
Vårt företag har riktat in sig på internationella marknader sedan det grundades ...	1	2	3	4	5

AFFÄRSMODELL

5. Gör en uppskattning av följande siffror om ditt företag.

Mindre än 10%
10%-30%
30-50%
50-80%
Över 80%

Andel av intäkter som det tre största kunder degenererar.....	1	2	3	4	5
Intäkter från varor eller tjänster som är specifika för en viss bransch (t.ex. banktjänster, tillverkning, medicinsk)	1	2	3	4	5
Marknadsandel för din huvudsakliga produkt/tjänst på huvudmarknaden.....	1	2	3	4	5

6. Hur stor andel av driftkostnaderna läggs på följande poster?

Löner och övriga personalkostnader.....	1	2	3	4	5
Produkter eller tjänster som köpts från tredje part (t.ex. licenser, underleverantörer)	1	2	3	4	5
Produkter eller tjänster som köps från de tre viktigaste tredje parterna.....	1	2	3	4	5

7. Hur fördelar sig ert företags intäkter på följande områden (det senaste räkenskapsåret)?

Produktförsäljning	Försäljning av programvarulicenser.....	_____ %	} Totalt 100 %
	Försäljning av mjukvarulicenser från tredje part	_____ %	
	Tillhandahållande av applikationer såsom internetjänster	_____ %	
	Försäljning av maskinvara med inbäddad programvara	_____ %	
Tjänsteförsäljning	Kundanpassade programvaruutvecklingsprojekt	_____ %	
	Underhållskontrakt förknippade med programvaruprodukter	_____ %	
	Lanseringsprojekt förknippade med programvaruprodukter	_____ %	
Övrig försäljning	Andra tjänster, direkt förknippade med programvara	_____ %	
	Reklam- eller försäljningsinnehåll, förknippat med programvara	_____ %	
	Intäkter som inte är direkt förknippade med programvara	_____ %	

8. För vilka programplattformar från tredje-part har ditt företag utvecklat program under 2011 eller vilka planerar man att utveckla program för under 2013? (Välj allt som stämmer in)

Mobila plattformar	2011	2013	Serverprogram	2011	2013
Android.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Allmän webb- eller applikationsserver (t.ex. Linux webbserver, Microsoft IIS) ..	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
iOS (iPhone / iPod touch)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Microsoft serverproduct (t.ex. Sharepoint) ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
iOS (skräddarsydd för iPad)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Serverprodukt, andra än Microsoft.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MeeGo / Maemo / Moblin.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Plattformar för webbpublisering och innehållshanteringssystem.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Symbian	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Övrigt: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Windows Mobile/Windows Phone.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Plattformar för sociala media	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Övrigt: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Cloud computing plattformar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stationära eller bärbara datorer			Spelkonsoler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Linux eller annan Unix	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Inbäddade system	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mac OS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Windows.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Övrigt: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

9. Vilket av följande beskriver bättre dina produkter eller tjänster?

Vi erbjuder en enda produkt eller tjänst.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Vi erbjuder en bred portfölj av urskiljbara produkter och tjänster.
Våra produkter/tjänster är starkt besläktade.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Våra produkter/tjänster är helt obesläktade med varandra.

10. Vilket av följande beskriver bäst ditt företags huvudprodukt? (Välj det som passar bäst.)

- Dataspel eller annan underhållning
 Konsumentapplikation
 Affärsapplikation
 Portal eller annan webbtjänst
 Produkt av annan typ
 Vi har inga produkter

11. Vilket av följande alternativ beskriver bäst den verksamhet som ditt företag för tillfället driver? (Välj en på varje rad.)	Flera företag erbjuder mycket liknande produkter och tjänster	Många konkurrerande produkter/tjänster finns, men vi är väl differentierade	Vår produkt/tjänst är unik i vår målgrupp	Vår produkt/tjänst är unik i världen
Produktens eller tjänstens unikheter:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nyhet för huvudsakliga kundsegment:	Många företag har tjänat våra kunder före oss med liknande produkter och tjänster <input type="checkbox"/>	Vi är inte det första företaget som tjänar vårt segment, men erbjuder något nytt <input type="checkbox"/>	Vi är de första som är särskilt inriktade i detta kundsegment <input type="checkbox"/>	Vår produkt/tjänst är helt ny för vårt kundsegment <input type="checkbox"/>
De typiska kunderna:	Privatpersoner <input type="checkbox"/>	Företag, under 100 anställda <input type="checkbox"/>	Företag, över 100 anställda <input type="checkbox"/>	Offentlig sektor <input type="checkbox"/>
Geografisk marknad:	Lokal <input type="checkbox"/>	Hela Finland <input type="checkbox"/>	Internationell <input type="checkbox"/>	Global <input type="checkbox"/>
Total storlek av marknaden:	Under 1 miljon € <input type="checkbox"/>	1-50 miljoner € <input type="checkbox"/>	50 miljoner– 1 miljard € <input type="checkbox"/>	Över 1 miljard € <input type="checkbox"/>
Om allt går bra, vad är det mest sannolika utfallet för ert företag:	Ett livskraftigt litet företag, som ger en levande tillägarna <input type="checkbox"/>	Ett företag som erbjuder ägarna en mycket bättre inkomst än att arbeta för andra <input type="checkbox"/>	Tillväxt företag som kan göra ägarna rika <input type="checkbox"/>	En mycket lukrativt framgångssaga som är högt ansedd åtminstone i Finland <input type="checkbox"/>

AFFÄRSOMGIVNINGEN

12. Hur har Nokias allians med Microsoft påverkat ditt företag?

	Helt annan åsikt	Annan åsikt	Ingen åsikt	Samma åsikt	Helt samma åsikt
Nokias strategibeslut har ingen direkt inverkan på vår verksamhet	1	2	3	4	5
Vår försäljning har sjunkit på grund av Nokias strategiförändring	1	2	3	4	5
Nokias ändrade strategi hotar livskraften hos vår kärnverksamhet	1	2	3	4	5
Vi måste förändra vår strategi på grund av Nokias nya strategi	1	2	3	4	5
Nokias ändrade strategi ger oss nya affärsmöjligheter	1	2	3	4	5
Vi har redan realiserat nya affärsmöjligheter på grund av Nokias strategin förändring	1	2	3	4	5
Vi planerar att rekrytera personer som Nokia eller dess underleverantörer avskeda	1	2	3	4	5
Vårt företag skulle ha nytta av specialkunskaper som tidigare Nokia-anställda har	1	2	3	4	5
Generellt sett tror vi att Nokias ändrade strategi har en positiv effekt på den finska programvaruindustrin	1	2	3	4	5

13. Har du rekryterat någon som har lämnat sitt jobb på Nokia eller dess underleverantörer p.g.a. nedskärningar?

Antal personer rekryterade från Nokia _____ personer
 Antal personer rekryterade från Nokias underleverantörer..... _____ personer

14. Jämför produktutveckling förmågan av ditt företag med dina närmaste konkurrenter.

	Vi är ...	Mycket sämre	Sämre	Lika bra	Bättre	Mycket bättre
Kostnadsnivå för produktutveckling.....	1	2	3	4	5	
Effektiviteten hos investeringarna inom produktutveckling.....	1	2	3	4	5	
Den tid det tar att utveckla en ny produkt eller produktens funktion.....	1	2	3	4	5	
Beaktande av kommersialiseringen potentialen i produktutveckling.....	1	2	3	4	5	
Produktens livslängdskostnader för kund.....	1	2	3	4	5	
Förbättring av produkternas funktionalitet och kvalitet.....	1	2	3	4	5	
Hastigheten på den tekniska utvecklingen av produkten.....	1	2	3	4	5	
Mängden av betydande tekniska innovationer i produkten.....	1	2	3	4	5	
Mängden av betydande produktinnovationer.....	1	2	3	4	5	
Utvecklingen av nya produktkoncept.....	1	2	3	4	5	

15. Jämför marknadsförings förmågan av ditt företag till närmaste konkurrenter.

Skapning och hantering av långvariga kundrelationer.....	1	2	3	4	5
Förutsägning av förändringar i marknader och kundernas önskemål.....	1	2	3	4	5
Upprättning av bestående relationer med föresäljningspartner.....	1	2	3	4	5

16. Jämför ditt företag med dina närmaste konkurrenter inom följande allmänna områden

Industrispecifik expertis.....	1	2	3	4	5
Kapital och finansiering.....	1	2	3	4	5
Den operativa lednings förmågan.....	1	2	3	4	5
Företagets rykte.....	1	2	3	4	5
Erfarenhet i samarbete med andra företag.....	1	2	3	4	5
Företagets tillväxttakt.....	1	2	3	4	5

17. Hur många företag erbjuder konkurrerande produkter/tjänster till din huvudsakliga produkt/tjänst?

Ingen 1-3 4-9 10 eller mer

INTERNATIONELL VERKSAMHET

18. Har ert företag intäkter från andra länder än Finland? (Välj det mest passande svaret.)

- Ja, vi har omfattande och regelbundna internationella intäkter. Nej, men vi har övervägt internationalisering.
 Ja, men de är blygsamma och mycket oregelbundna. Nej, ingen internationell verksamhet är aktuell för oss.
 Ja, men de är blygsamma och mycket oregelbundna. Nej, men vi har tidigare haft internationella intäkter.

19. Hur har företagets intäkter fördelats mellan följande geografiska områden?

Finland.....	_____ %	} Totalt 100 %
Övriga nordiska länder.....	_____ %	
Västeuropa (andra än föregående).....	_____ %	
Östeuropa (inklusive Ryssland).....	_____ %	
Nordamerika.....	_____ %	
Syd- och Centralamerika.....	_____ %	
Östasien (t.ex. Japan, Kina).....	_____ %	
Sydasien (t.ex. Indien).....	_____ %	
Mellanöstern.....	_____ %	
Oceanien (t.ex. Australien).....	_____ %	
Afrika.....	_____ %	

20. Hur stor del av din programvara utvecklingsarbete sker i lågkostnadsländer utanför Finland?

Intern eller läggs ut mjukvaruutveckling inom nearshore länder
(t.ex. Baltikum, Ryssland, övriga östeuropeiska stater) %

Intern eller läggs ut mjukvaruutveckling inom offshore länder
(t.ex. Indien eller Kina) %

FÖRETAGSLEDNING OCH STRATEGI

21. Hur gör ditt företag strategi och strategiska beslut?

	Helt annan åsikt	Annan åsikt	Ingen åsikt	Samma åsikt	Helt samma åsikt
Vårt företag gör en skriftlig strategisk plan varje år för att styra våra löpande verksamheten.....	1	2	3	4	5
I vårt företag strategisk planering är en formellt process som förekommer i en regelbunden cykel.....	1	2	3	4	5
Vi har ett skriftligt verksamhetsmål (mission) som kommuniceras till personalen	1	2	3	4	5
Formell analys av företagsklimatet och våra konkurrenter utgör grunden för vårt företags strategiska plan.....	1	2	3	4	5
Företagets strategi bestäms främst av verkställande direktören och några av hans eller hennes direkta underordnade.....	1	2	3	4	5
Vårt företags 'vision' – det grundläggande syftet och allmänna riktningen – bestäms huvudsakligen av verkställande direktören	1	2	3	4	5
Verkställande direktören för vårt företag bestämmer och utför strategin på basis av sina analyser av affärsläget	1	2	3	4	5
Strategin görs rå iterativ basis, som omfattar ledningsgruppen och personalen i kontinuerlig dialog.....	1	2	3	4	5
Affärsplaneringen i vårt företag är kontinuerligt och inkluderar alla på något sätt	1	2	3	4	5
De flesta människor i detta bolag bidrar till beslut som berör dem.....	1	2	3	4	5
Vårt företag anpassar kontinuerligt sin strategi enligt respons från marknaden....	1	2	3	4	5
Strategi är viktigt för vårt företag.....	1	2	3	4	5
Alla medlemmar i vår organisation tycker att strategi är viktigt.....	1	2	3	4	5
Vår förflutna och framtida framgång är till stor del beroende av vår strategi.....	1	2	3	4	5
De flesta beslut som har strategisk betydelse har gjorts under strategiska planeringsmöten som en del av strategiprocessen	1	2	3	4	5
Informella vardagliga diskussioner spelar en stor roll i att forma strategiska beslut.....	1	2	3	4	5
Funktionen av strategi workshops och -möten är oftast att dokumentera eller planera genomföra det av beslut som har gjorts tidigare.....	1	2	3	4	5
Vår högsta ledning diskuterar strategi kontinuerligt.....	1	2	3	4	5
Vi planerar strategi på ett mycket informellt sätt.....	1	2	3	4	5

22. Uppskatta vikten av följande aspekter för ditt företags strategi.

	Används inte	Inte viktigt	Viss betydelse	Viktigt	Mycket viktigt
Betydelsen och användningen av produkt-eller service-relaterade patent	1	2	3	4	5
Branding och reklam som en del av företagets marknadsföringsstrategi/metod ...	1	2	3	4	5
Att vara unik i vår bransch (t.ex. med avseende på produkten, tillvägagångssätt, eller marknadsföring)	1	2	3	4	5
Erbjuda produkter/tjänster till ett mer konkurrenskraftigt pris än konkurrens	1	2	3	4	5
Minimera produktrelaterade utgifter, särskilt genom processinnovationer.....	1	2	3	4	5
Betona stordriftsfördelar med produkter och tjänster	1	2	3	4	5
Att ha de lägsta kostnaderna i vår bransch.....	1	2	3	4	5

23. Med vår vanliga metod för att använda resurser (t.ex. teknik, personal, kunnande)...

...klarar vi oss med det kunnande och andra resurser som vi har för närvarande, även om de vore begränsade.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	...behöver vi investera fortlöpande i att förbättra kunnandet och andra resurser vi har för att förbli konkurrenskraftiga.
---	--	--

24. Vårt företags teknologier och andra resurser...

...är mera ett resultat av vad vi råkat ackumulera över tid.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	...är mera ett resultat av systematisk utveckling och anskaffning.
...kräver bred och ingående kunskap så nya medarbetare skulle ha mycket svårt att arbeta med dem utan omfattande övervakning.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	...är väldokumenterade och följer allmänt vedertagna principer så att nya medarbetare snabbt kan arbeta med dem utan omfattande övervakning.

25. När vi har att göra med våra kunder...

...har vi mycket informella relationer och involverar ofta kunderna i våra dagliga arbetsuppgifter.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	...har vi alltid en professionell, lite formell hållning i våra kundrelationer.
...hjälpes vi dem ofta att lösa olika sorters problem som andra företag inte ville/kunde hjälpa dem med.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	...är vi medvetna om att våra kunder har många behov som vi inte ska försöka hjälpa till med.
...hjälpes vi även dem som våra konkurrenter anser vara mindre attraktiva.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	...fokuserar vi på väl valda och lönsamma kundsegment.

26. Med vårt sätt att bedriva verksamheten...

...görs saker ofta på "vårt eget sätt" istället för att använda sätt som andra företag skulle betrakta som konventionella.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	...används bara metoder och förlopp som är allmänt accepterade och vanliga inom vår industri.
...överges konventionella industriåtgärder, om det leder till ett bättre resultat.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	...görs saker "enligt reglerna", även om det betyder att man gör kunderna besvikna ibland
...kombineras resurser på ett okonventionellt sätt för ett företag inom vår industri.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	...har vi samma infallsvinkel som andra företag inom vår industri när det gäller att använda resurser.

27. V.v. besvara följande frågor rörande extern finansiering:

Nej

Ja

Planerar ert företag ansöka om extern finansiering inom de kommande två åren?

Har ert företag haft problem med att finna extern finansiering under det senaste året?

INFORMATION OM INFORMATÖREN

28. För att få en företagsspecifik svarsanalys: var vänlig och ange er e-postadress:

E-postadress: _____

Vänligen förse oss med synpunkter så att vi kan förbättra undersökningen

Tack för att ni har tagit er tid!

Returadress:

Ohjelmistoyrityskartoitus 2012
Aalto-yliopiston teknillinen korkeakoulu
Tunnus 5016488
00003 VASTAUSLÄHETYS

Denna undersökning utförs av Aalto-universitetets högskolan för teknikvetenskaper och Tekes. Vår kontaktperson är forskningschef Mikko Rönkkö, e-post: mikko.ronkko@aalto.fi. Mer information om undersökningen finns tillgänglig på nätet: <http://www.softwareindustrysurvey.fi/>