



**Statistiska centralbyrån**  
Statistics Sweden

# **Företagens användning av datorer och Internet 2001**

Rapport 2002-01-29  
Alexandra Kopf

Avdelningen för ekonomisk statistik  
Programmet för forskning och informationsteknik

## **Innehållsförteckning**

<b><u>INLEDNING</u></b>	<b>2</b>
<b><u>TILLGÅNG TILL INFORMATIONSTEKNIK HOS FÖRETAG</u></b>	<b>3</b>
ANVÄNDNING AV DATORER	3
FÖRETAG MED TILLGÅNG TILL INTERNET	4
FÖRETAG MED EDI	5
FÖRETAG MED HEMSIDA	6
FÖRETAG MED INTRANÄT	7
<b><u>ANVÄNDNING AV INTERNET I FÖRETAG</u></b>	<b>8</b>
GENERELLA ANVÄNDNINGSOMRÅDEN	8
ANVÄNDNING AV INTERNET I FÖRETAGETS ROLL SOM KUND	10
TJÄNSTER SOM ERBJUDS VIA FÖRETAGENS HEMSIDOR	11
HINDER FÖR ANVÄNDNING AV INFORMATIONSTEKNIK OCH INTERNET	12
<b><u>E-HANDEL</u></b>	<b>15</b>
FÖRSÄLJNING VIA INTERNET	15
INTERNETFÖRSÄLJNING B2B OCH B2C	18
INTERNETFÖRSÄLJNING TILL SVERIGE RESPEKTIVE UTLANDET	19
FÖRSÄLJNING VIA EDI	19
SPECIALISERADE B2B MARKNADSPLATSER	20
MOTIV OCH HINDER FÖR FÖRSÄLJNING VIA INTERNET	20
<b><u>KVALITETSDEKLARATION</u></b>	<b>22</b>
STATISTIKENS INNEHÅLL	22
STATISTIKENS TILLFÖRLITLIGHET	24
STATISTIKENS AKTUALITET	27
JÄMFÖRBARHET OCH SAMANVÄNDBARHET	27
TILLGÄNGLIGHET OCH FÖRSTÅELIGHET	28
<b><u>TABELLBILAGA</u></b>	<b>29</b>

## Inledning

För andra året i rad undersöker SCB användningen av IT i svenska företag. Syftet med undersökningen är att visa hur god tillgången till informationsteknik är och hur den används. Fokus ligger på användning av Internet, med betoning på e-handel i en vid bemärkelse. Åsikterna om e-handels potential är många. Förhoppningsvis kan resultaten från den här undersökningen fungera som underlag för den fortsatta diskussionen. Undersökningen tar också upp en del hinder och motiv för att använda datorer, Internet och e-handel.

Vid förra undersökningstillfället fanns jämförbara undersökningar i de andra nordiska länderna. Den här undersökningsomgången har 13 av 15 EU länder, samt Norge, genomfört undersökningen. En första redovisning av gemensamma resultat har skett i publikationen ”Information Society Statistics Pocketbook” framtagen av Eurostat, EU:s statistikorgan.

De minsta företagen är inte inkluderade i undersökningen, som täcker företag med 10 anställda eller fler i tillverkningsindustrin, energi- och tjänstesektorn.

Studien är en urvalsundersökning vilket innebär att alla resultat som redovisas i rapporten är skattningar som innehåller en viss osäkerhet. Vid jämförelser har hänsyn tagits till osäkerheten, men den redovisas inte i övrigt i texten. Tabellerna innehåller däremot 95 procentiga konfidenslängder för den som vill göra egna jämförelser. Osäkerheten i undersökningen beskrivs vidare i rapportens kvalitetsdeklaration.

## Tillgång till informationsteknik hos företag

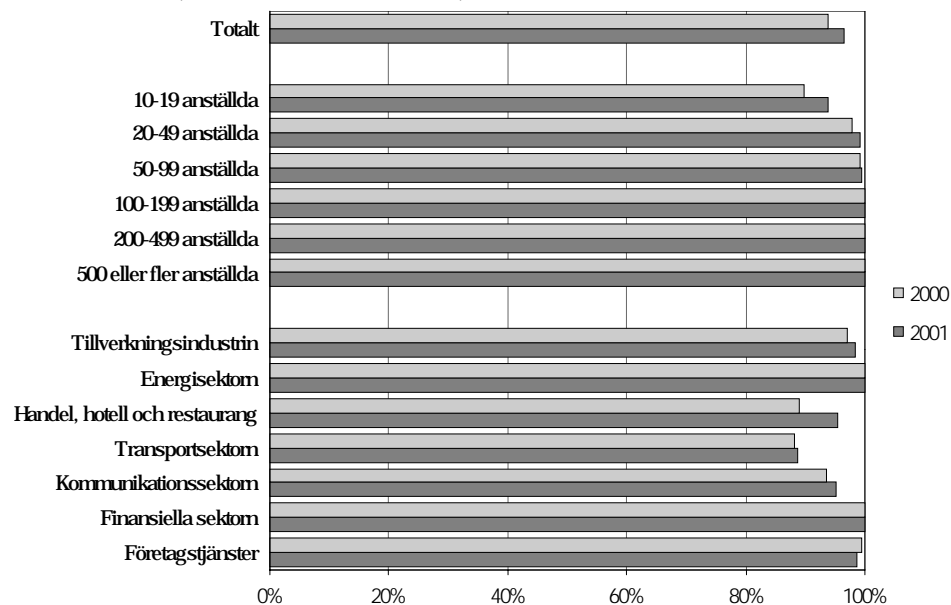
Tillgången till informationsteknik är mycket hög bland svenska företag idag, nästan alla företag med 10 anställda eller fler använder t.ex. datorer. Det finns dock skillnader mellan små och stora företag och mellan branscher. Alla stora företag har datorer och tillgång till Internet, många har också en hemsida och ett Intranät. Bland de minsta företagen i undersökningen använder 6 procent inte datorer alls. Om man skulle inkludera företag med färre än 10 anställda i undersökningen skulle säkert andelen företag som inte använder datorer vara högre. Det finns också skillnader mellan branscher. Tillgången till informationsteknik är mycket god i finans- och energisektor men den är inte fullt lika god i transportsektorn.

## Användning av datorer

Det är mycket vanligt att använda datorer bland företag i Sverige idag. Av företag med 10 anställda eller fler använder så många som 97 procent datorer. Med datorer menas här persondatorer, arbetsstationer eller terminaler. Våren 2000, vid förra undersökningstillfället, använde 94 procent av dessa företag datorer. Bland företag med 100 anställda eller fler uppskattas samtliga använda datorer. Endast bland de minsta företagen i undersökningen, de med 10-19 anställda, avviker datoranvändandet från 100 procent på ett märkbart sätt. 94 procent av dessa använder datorer. Redan i storleksklassen 20-49 anställda använder hela 99 procent datorer. Det är också bland företag med 10-19 anställda som förändringen är störst sedan förra året, då 90 procent av dem använde datorer.

Andelen företag som använder datorer är något högre i tillverkningsindustrin än i tjänstesektorn. Särskilt låg är datoranvändningen i transportsektorn där endast 89 procent av företagen skattas använda datorer. I energisektorn, som här varken räknats till industrin eller tjänstesektorn, använder samtliga företag datorer. Detsamma gäller finanssektorn, som dock ingår i tjänstesektorn.

**Diagram 1**  
**Andel företag som använder datorer fördelat på bransch och storleksklass, 10 anställda eller fler, år 2000 och 2001**



### Företag med tillgång till Internet

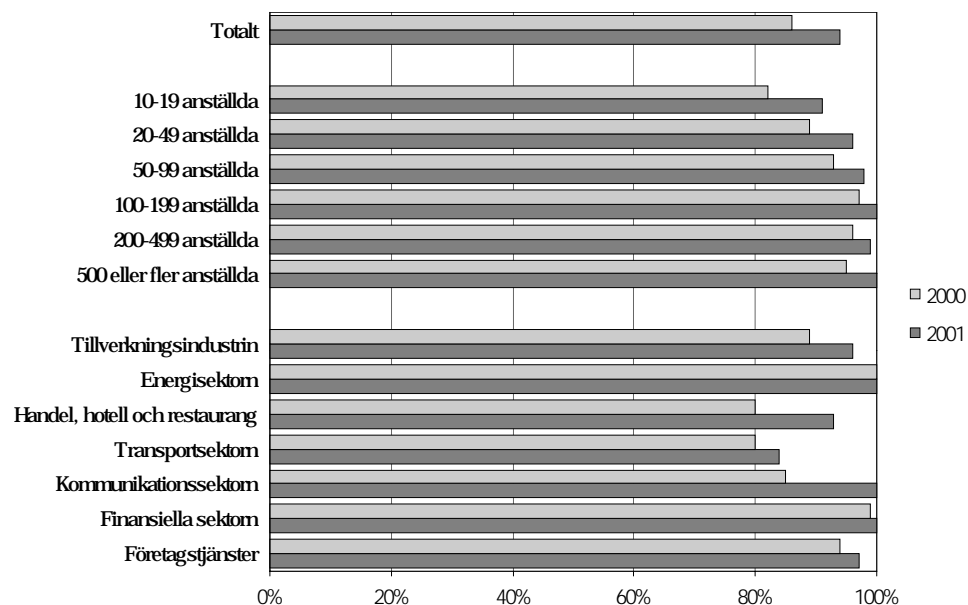
Även tillgång till Internet är idag hög bland de svenska företagen. Vid förra undersökningstillfället hade 86 procent av företagen med 10 anställda eller fler tillgång till Internet, vid årsskiftet 1999/2000 var siffran 91 procent och då undersökningen genomfördes i april och maj 2001 hade hela 94 procent tillgång till Internet. Alla företag med 500 anställda eller fler skattades ha tillgång till Internet vid undersökningstillfället, medan 91 procent av företagen med 10-19 anställda hade Internetuppkoppling.

Förra året var tillgången till Internet lägst bland handels-, hotell- och restaurangföretagen samt i transportsektorn, där endast 80 procent av företagen hade Internetuppkoppling. I år ligger transportsektorn kvar på en jämförelsevis mycket låg nivå, 84 procent, medan 93 procent av handels-, hotell- och restaurangföretagen har Internet.

Alla företag i energi-, finans-, och kommunikationssektorn skattas ha Internetuppkoppling. Generellt så har industrin tillgång till Internet i något högre grad än tjänstesektorn.

**Diagram 2**

**Andel företag som har tillgång till Internet fördelat på bransch och storleksklass, 10 anställda eller fler, år 2000 och 2001**



## Företag med EDI

Electronic Data Exchange, EDI, är standardiserade elektroniska affärsdokument baserade på EDIFACT-standard, som gör att företag kan kommunicera direkt med varandra. Exempel på processer och information som kan förmedlas med hjälp av EDI är beställningar, fakturor, betalningsuppdrag till banken, prislistor och varubeskrivningar. Mycket av det som görs med hjälp av EDI skulle också kunna göras över Internet, därför är det något förvånande att det verkar vara fler företag som har EDI i år än förra året. Skillnaden mellan åren är dock inte signifikant<sup>1</sup>. 17 procent av alla företag med 10 anställda eller fler hade infört EDI i något syfte vid undersökningstillfället, förra året var det 14 procent. EDI förutsätter stora investeringar, relativt Internetlösningar, och används därför huvudsakligen av stora företag. Av företag med 500 anställda eller fler har 54 procent infört EDI. Någon ökning återfinns dock inte hos de största företagen, utan främst bland företag med 100-199 anställda. År 2000 hade ungefär en femtedel av företagen med 100-199 anställda EDI, medan motsvarande siffra för 2001 var 34 procent.

<sup>1</sup> Om konfidensgraden är vald till 95% innebär det att konfidensintervallet omfattar det vi vill mäta med 95% säkerhet. Ett 95% konfidensintervall har tagits fram för skillnaden mellan de båda åren. Om en skillnad kvarstår sedan hänsyn tagits till konfidensintervallet, det vill säga till osäkerheten i skillnaden, är skillnaden signifikant. Om skillnaden inte är signifikant kan vi inte säga att det finns en skillnad mellan de båda åren.

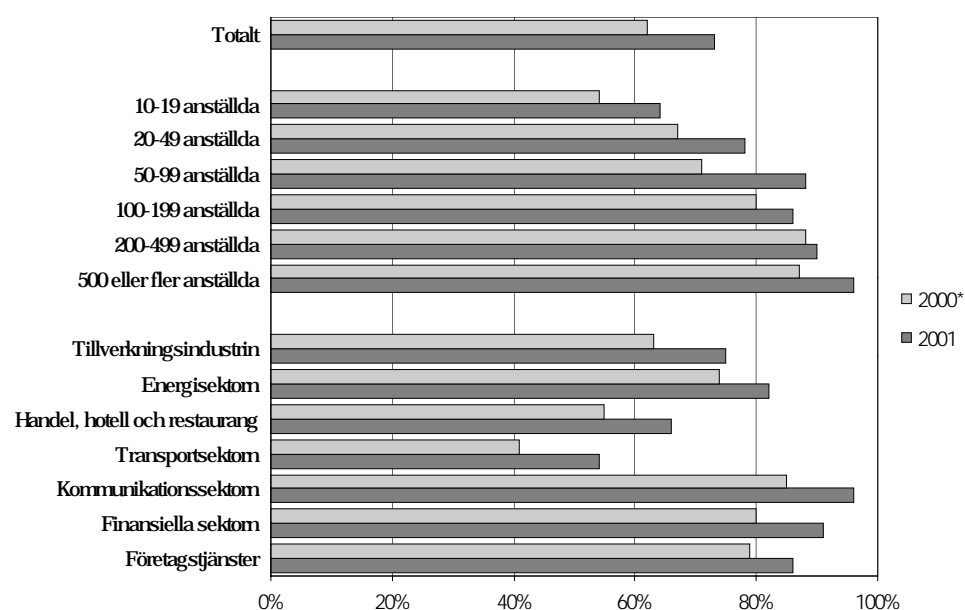
I en jämförelse mellan branscher sticker energisektorn ut. 36 procent av företagen i energisektorn har EDI. En finare redovisning av tillverkningsindustrin skulle eventuellt visa andra branscher som infört EDI i lika hög grad.

### Företag med hemsida

Hemsidan är företagets fönster ut mot Internet. Ett enskilt företag kan antingen ha en egen hemsida eller om företaget tillhör en koncern finnas representerat på dennas hemsida. I resultaten ingår både hemsidor på företagens egna servrar och hemsidor på webb-hotell. 73 procent av alla företag med 10 anställda eller fler har en hemsida, vid millenniumskiftet hade 62 procent det. Ytterligare 11 procent av företagen planerade vid årets undersökningstillfälle att skaffa en hemsida under senare delen av 2001 eller 2002. Av företag med 10-19 anställda har 64 procent en hemsida, medan hela 96 procent av företagen med 500 anställda eller fler har det.

Andelen företag med hemsida är något högre än genomsnittet i industrin, men något lägre i tjänstesektorn. Detta beror antagligen på att det finns fler små företag i tjänstesektorn än i industrin. I energisektorn har 82 procent av företagen en hemsida, men företagen i kommunikations- och finanssektorerna har hemsida i ännu högre grad. I transportsektorn har endast drygt hälften av företagen en egen hemsida.

**Diagram 3**  
**Andel företag, som har hemsida årsskiftet 1999/2000 och undersökningstillfället 2001, 10 anställda eller fler**



\* Uppgifterna för år 2000 gäller årsskiftet 1999/2000, inte undersökningstillfället år 2000 som uppgifterna i de övriga diagrammen.

## **Företag med intranät**

Intranät är ett nätverk för distribution av information inom företaget. 47 procent av företagen uppger att man infört något sådant system, medan motsvarande siffra 2000 var 42 procent. Här är skillnaderna mycket stora mellan stora och små företag. 38 procent av företagen med 10-19 anställda har ett Intranät, medan 89 procent av företagen med 500 anställda eller fler har det. Vid 2002 års utgång avser 99 procent av alla företag med 500 anställda eller fler att ha ett intranät. I små företag är behovet av sådan teknik antagligen inte lika stort, eftersom information lätt kan spridas på andra sätt.

Intranät är något vanligare i tjänstesektorn än i industrin. Detta trots att Intranät är vanligare bland stora företag och tjänstesektorn består av en större andel små företag än industrin. I tjänstesektorn har 50 procent av företagen ett Intranät, medan motsvarande andel för industrin är 42 procent. Inom tjänstesektorn är intranät vanligast hos de finansiella företagen.

## Användning av Internet i företag

Informationsteknik är en möjliggörande teknik, men den måste användas på rätt sätt för att vara till nytta för företagen. Det här avsnittet syftar till att belysa hur integrerad informationstekniken, framförallt Internet, är i affärsprocessen.

Några enkla sätt att använda Internet är vanliga, såsom generell informationssökning och informationssökning på leverantörers hemsida. Även vad gäller företagens egna hemsidor är det vanligast att använda den till marknadsföring.

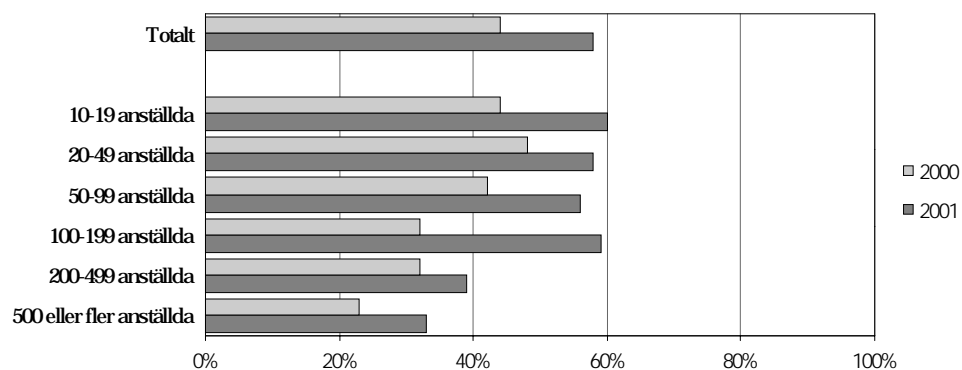
Företagen har generellt ökat sin användning av Internet, däremot har inte funktionaliteten på de egna hemsidorna ökat. I förra årets undersökning angav många att man planerade att införa fler funktioner på hemsidan, men det har alltså inte skett.

### Generella användningsområden

Generell informationssökning är det som företag använder Internet till i störst utsträckning, vilket 85 procent av alla företag med 10 anställda eller fler gjorde. Förra året skattades 79 procent av företagen använda Internet för generell informationssökning.

58 procent av företagen med 10 anställda eller fler använder Internet för finansiella transaktioner i vid bemärkelse, begreppet inkluderar här t.ex. lönebesked och betalning av fakturor. Det är en kraftig ökning sedan förra året då endast 44 procent av företagen använde det. De små företagen har infört finansiella transaktioner via Internet i högre grad än de stora. Bland företag med 10-19 anställda använder hela 60 procent detta, medan endast en tredjedel av de största företagen gör detsamma. Ökningen sedan förra året har varit störst i storleksklassen 100-199, där 32 procent av företagen använde Internet för finansiella transaktioner år 2000 medan hela 59 procent använde Internet för detta ändamål år 2001. 12 procent av företagen planerade redan år 2000 att börja använda Internet för finansiella transaktioner, vilket alltså också inträffade.

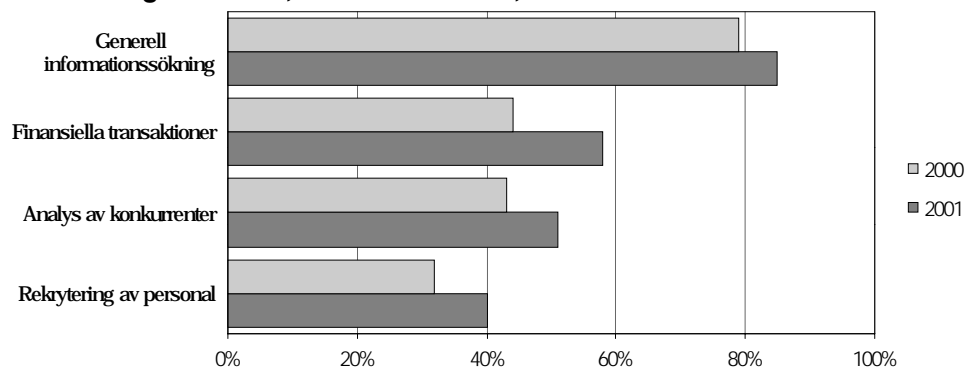
**Diagram 4**  
**Andel företag som använder Internet för att utföra finansiella transaktioner fördelat på storleksklass, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler**



Hälften av företagen använder Internet för analys av konkurrenter. Bland de största företagen är det mycket utbrett; tre fjärdedelar av företagen med 500 anställda eller fler analyserar sina konkurrenter med hjälp av information från Internet. Det är särskilt vanligt bland företagen i kommunikations- och finanssektorn samt bland företag som tillhandahåller företagstjänster. År 2000 använde 41 procent av företagen med 10 anställda eller fler Internet för analys av konkurrenter.

Av företag med 10 anställda eller fler är det 40 procent som använder Internet för rekrytering. Det går inte att i denna undersökning urskilja hur mycket av det som är annonser på den egna hemsidan respektive andras hemsidor, t.ex. rekryteringsföretag. De stora företagen använder denna rekryteringsväg mer än de små och företag i kommunikationssektorn är flitigast. Även rekrytering via Internet används i större utsträckning i år än förra året, då 31 procent av företagen använde detta.

**Diagram 5**  
**Andel företag som använder Internet till olika generella användningsområden, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler**



## Användning av Internet i företagets roll som kund

Efter generell informationssökning är sökande efter information på leverantörers hemsida den näst vanligaste användningen av Internet, vilket 80 procent av alla företag med 10 anställda eller fler gör. Det går inte att urskilja några direkta skillnader med avseende på företagens storlek, mellan branscherna går det däremot att se vissa skillnader. Internet används bl.a. mer för informationssökning på leverantörers hemsida inom tillverkningsindustrin än i tjänstesektorn. År 2000 använde 69 procent av företagen Internet för informationssökning på leverantörers hemsida.

Många företag laddar också ner digitala produkter, t.ex. programvara, digitala böcker eller tidskrifter. Årets undersökning visar att 72 procent av alla företag med 10 anställda eller fler gör det. År 2000 var motsvarande andel 64 procent. De stora företagen gör det i större utsträckning än de små. Jämförs istället olika branscher är det vanligast att ladda ner digitala produkter i sektorn för företagstjänster, där 90 procent av företagen gör det. Även i energisektorn och i kommunikationssektorn är det vanligt. I transportsektorn, däremot, är det endast drygt hälften av företagen som laddar ner digitala produkter från Internet.

63 procent av alla företag med 10 anställda eller fler använder Internet för beställning av varor och tjänster. År 2000 var det 52 procent av företagen som gjorde detta. Det är vanligare bland de stora företagen att beställa varor och tjänster över Internet än bland de små. Mellan branscherna är det stora skillnader. I transportsektorn är det endast 42 procent som beställer via Internet, även inom handeln är det relativt ovanligt. Däremot beställer runt 80 procent av företagen i energi-, kommunikations- och finanssektorn samt sektorn för företagstjänster via Internet. De senare har dessutom ökat med ca 10 procentenheter sedan förra året, medan nivån är oförändrad i transportsektorn.

Förra året var det 42 procent av företagen som använde sig av elektroniska betalningar och ytterligare 10 procentenheter som planerade att införa detta under resten av året eller 2001. Till år 2001 hade andelen företag ökat till 55 procent, alltså ungefär så som företagen förväntade. Ytterligare dryga 10 procent av företagen med 10 anställda eller fler anger att man planerar att börja med elektroniska betalningar via Internet. Det är vanligast bland företag med färre än 200 anställda att betala elektroniskt, men bland de större företagen är det fler som planerar att införa det innan utgången av 2002. Bland företag med 500 anställda eller fler är det 35 procent som betalar elektroniskt men ytterligare ca 25 procent som planerar att börja med det 2001 eller 2002.

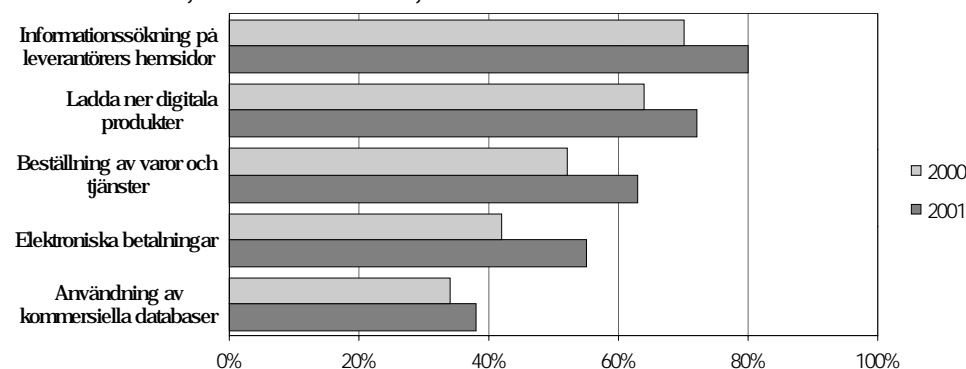
De branscher som planerar att införa elektroniska betalningar är de som använder det i minst utsträckning idag. I energisektorn är det endast en

tedjedel av företagen som använder elektroniska betalningar, men ytterligare 18 procent av företagen planerar att börja. Det är intressant att notera att branscher och storleksklasser som i övrigt har en avancerad IT-användning i så låg grad har infört elektroniska betalningar.

Utav de undersökta användningsområdena för företaget som kund var det minst vanligt att använda Internet till att söka i kommersiella databaser. Användningen av dessa har emellertid ökat sedan förra undersökningen. 38 procent av företagen med 10 anställda eller fler använder kommersiella databaser på Internet. Två branscher sticker ut, i energi-sektorn och i finanssektorn använder 72 respektive 75 procent av företagen Internet för att söka i kommersiella databaser.

### Diagram 6

**Andel företag som använder Internet till olika användningsområden i sin roll som kund, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler**



### Tjänster som erbjuds via företagets hemsidor

Till skillnad från de tidigare nämnda användningsområdena så har inte de tjänster företagen erbjuder på sina hemsidor ökat. På aggregerad nivå går det inte att finna några signifikanta skillnader, trots att många företag uppgav i förra undersökningen att de planerade att införa de undersökta tjänsterna på sin hemsida.

Det främsta syftet med att ha en hemsida för företagen är att marknadsföra sig. 67 procent av alla företag, med 10 anställda eller fler, marknadsför sig med hjälp av en hemsida. Det motsvarar 92 procent av alla företag som har en hemsida. Det går inte att påvisa någon förändring från förra året.

30 procent av alla företag med 10 anställda eller fler använder en hemsida för att ge kunder tillgång till databaser, t.ex. produktspecifikationer. Det är ingen förändring sedan förra året, trots att 15 procent av företagen planerade att införa detta år 2000. År 2001 planerar hela 21 procent att ge motparter tillgång till databaser innan utgången av 2002.

En fjärdedel av företagen i populationen erbjuder kundservice och support via hemsidan. Inte heller det är någon förändring sedan förra

undersökningen och motsvarar 34 procent av de företag som har en hemsida.

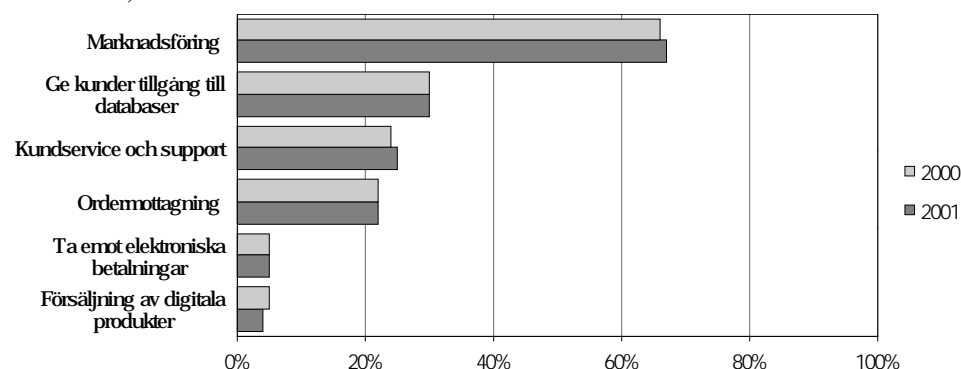
Vad det gäller att ge kunder tillgång till databaser samt kundservice och support är det intressant att notera att andelen av de riktigt stora företagen, med 500 anställda eller fler, som har den tjänsten på sin hemsida har minskat med ungefär 10 procentenheter i båda fallen. Enligt dessa resultat hade alltså de stora företagens hemsidor mindre funktionalitet våren 2001 än våren 2000.

För företag som erbjuder ordermottagning via hemsida går det inte att urskilja några skillnader mellan undersökningarna, varken bland branscher eller storleksklasser. Både 2000 och 2001 erbjöd 22 procent av alla företag med 10 anställda eller fler ordermottagning via en hemsida. Det är vanligare att företagen har möjlighet till ordermottagning via hemsidan i tjänstesektorn än i industrin. Finansiella sektorn är den sektor där flest företag, 48 procent, erbjuder denna möjlighet.

Endast 5 procent av företagen med 10 anställda eller fler erbjuder möjligheten att ta emot elektroniska betalningar via sin hemsida. Det är främst de stora företagen som erbjuder den möjligheten. Det är vanligast i kommunikationssektorn och i finansiella sektorn.

Inte heller försäljning av digitala produkter är särskilt vanligt. Det erbjuds bara av 4 procent av företagen.

**Diagram 7**  
**Andel av alla företag som erbjuder olika tjänster via sin hemsida, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler**



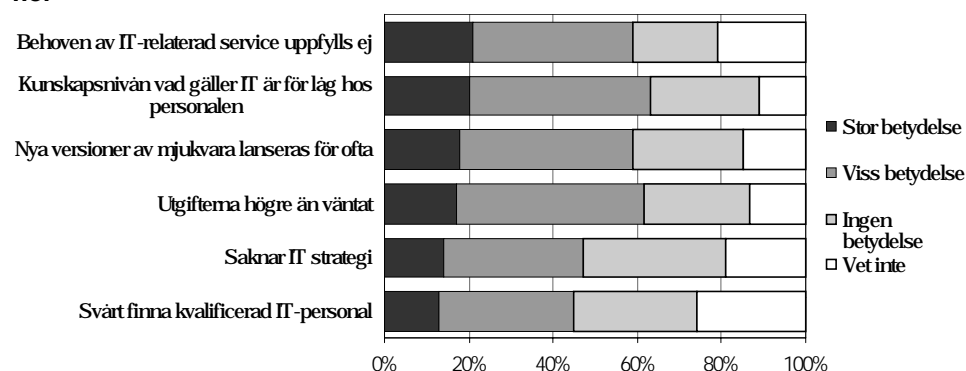
### Hinder för användning av informationsteknik och Internet

Sex olika hinder för generell användning av informationsteknik har undersökts. Det hinder som flest företag angav hade stor betydelse var att behoven av IT relaterad service inte uppfylls av leverantörerna, vilket en femtedel av företagen angivit. Lika många företag angav också att det är ett hinder i deras IT-användning att kunskapsnivån hos den befintliga personalen är för låg. Få av de undersökta hindren är signifikant skilda från varandra och endast för ett av dem har attityden förändrats

signifikant sedan förra undersökningen: Förra året upplevde endast 8 procent av företagen att det var ett stort problem att man saknade en IT-strategi, medan 14 procent av företagen angivit det i den senare undersökningen.

#### Diagram 8

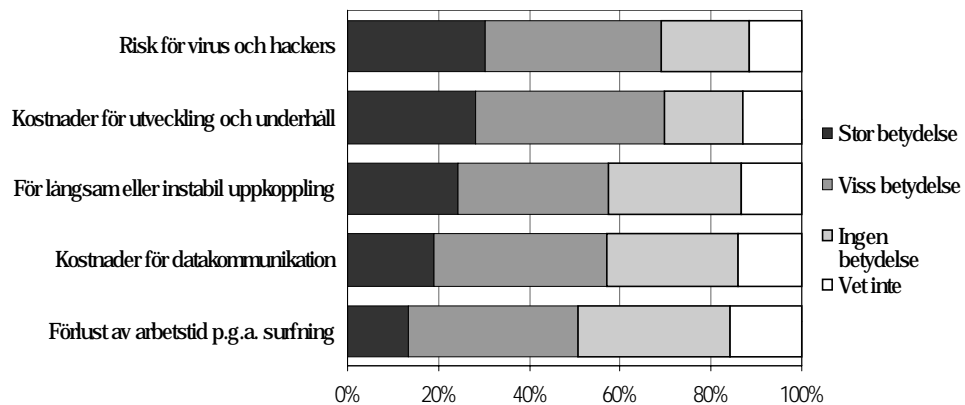
**Andel företag som upplever att respektive hinder är av stor, viss eller ingen betydelse för företagets användning av IT, år 2001, 10 anställda eller fler**



Användningen av Internet tycks vara mer problematisk än användning av IT i allmänhet. Fler av de undersökta alternativen här tillmäts stor betydelse. Utav de hinder för Internetanvändning som undersökts är det risken för virus eller att hacker får tillgång till konfidentiell företagsinformation som flest företag anser ha stor betydelse. Det är inte särskilt förvånande att de större företagen i högre grad upplever att detta är ett problem som har stor betydelse. 42 procent av företagen med 500 anställda eller fler tillmäter detta problem stor betydelse, medan motsvarande siffra för de minsta företagen i undersökningen, de med 10-19 anställda, är 27 procent. På branschnivå är det branscher med stor användning av datorer, så som finanssektorn och kommunikationssektorn, som tillmäter virus- och hackersproblem störst betydelse.

Av de hinder för Internetanvändning som undersökts i båda undersökningarna, är kostnader för att utveckla och underhålla Internetbaserade system och tjänster det enda som har ökat signifikant i betydelse sedan förra året; från 22 till 28 procent. Det är inte lika lätt att se ett tydligt mönster bland branscher och storleksklasser, de mindre företagen tycker dock i något större utsträckning att detta är ett problem av stor betydelse.

**Diagram 9**  
**Andel företag som upplever att respektive hinder är av stor, viss eller ingen betydelse för företagets användning av Internet, år 2001, 10 anställda eller fler**



## E-handel

Begreppet e-handel kan tillskrivas många olika betydelser. Det förra kapitlet tog bl.a. upp användningen av Internet i olika affärsprocesser, medan detta kapitel är mer fokuserat på försäljning. Försäljning via Internet är ännu en relativt ovanlig företeelse. Försäljning med hjälp av EDI är ännu så länge en ekonomisk sett mycket viktigare form av elektronisk handel.

### Försäljning via Internet

Som nämnts tidigare erbjuder 22 procent av företagen med 10 anställda eller fler ordermottagning via sin hemsida. Det är däremot endast 11 procent av företagen som faktiskt säljer något via Internet. Då har en snäv definition av försäljning via Internet använts, där varan eller tjänsten beställs via ett formulär på en webbsida eller via så kallad browser-EDI.

Bland de stora företagen är det en större andel än bland de små som har någon försäljning över Internet. Kommunikationssektorn och den finansiella sektorn är de branscher där störst andel företag har någon försäljning via Internet.

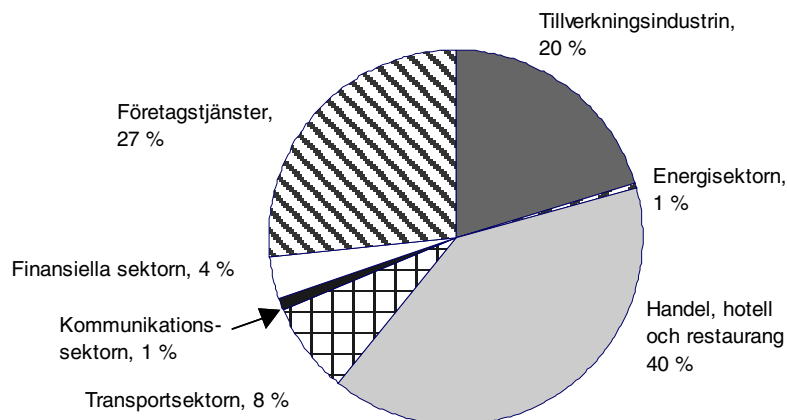
Det största antalet företag som har någon försäljning via Internet finns i handels-, hotell- och restaurangbranschen. Där återfinns två femtedelar av alla företag med försäljning via Internet. Handeln, inklusive hotell- och restaurangbranschen, står också för en mycket stor del av värdet av Internetförsäljningen, hela 45 procent.

Trots att bara 8 procent av företagen hör hemma i transportsektorn svarar dessa för 19 procent av det totala värdet av Internetförsäljningen.

Företagstjänstesektorn däremot står visserligen för knappt 30 procent av företagen med Internetförsäljning, men bara 11 procent av värdet.

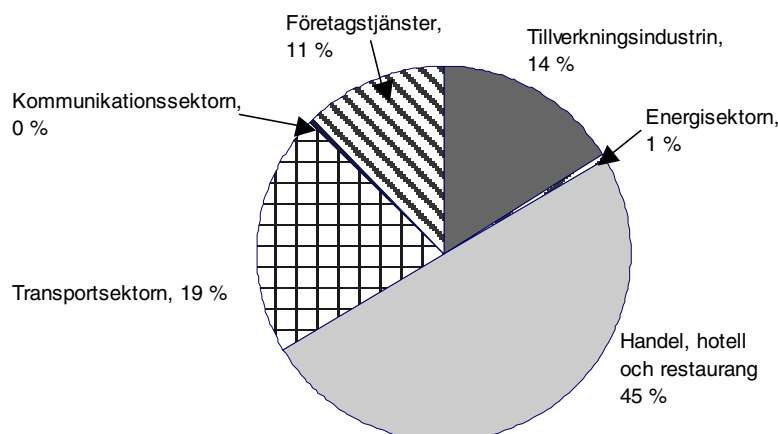
*Observera att den finansiella sektorn är inkluderad i diagrammet som beskriver andelen företag, men inte i det som beskriver värdet. Detta "blåser upp" de övrigas respektive andelarna något i det senare diagrammet.*

**Diagram 10**  
**Företag som har Internetförsäljning, fördelat på sektor i procent, år 2000, 10 anställda eller fler**



\* Osäkerheten i dessa skattningar är stor. Diagrammet syftar endast till att ge grov en bild av fördelningen.

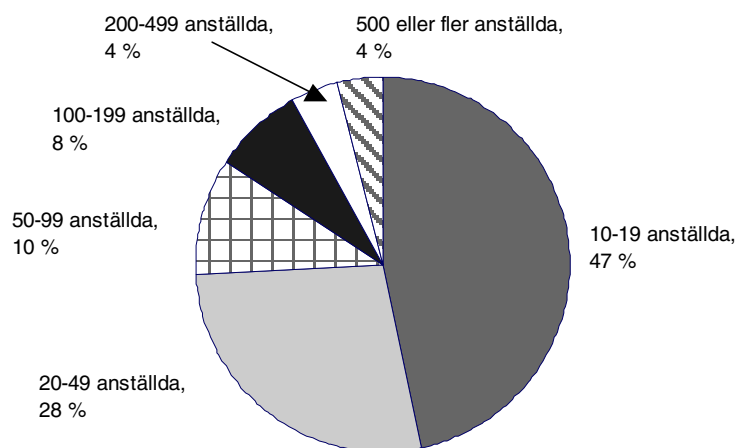
**Diagram 11**  
**Värdet av Internetförsäljningen hos företag fördelat på sektorn i procent, år 2000, med 10 anställda eller fler**



\* Osäkerheten i dessa skattningar är stor. Diagrammet syftar endast till att ge grov en bild av fördelningen. Diagrammet inkluderar inte företag i den finansiella sektorn.

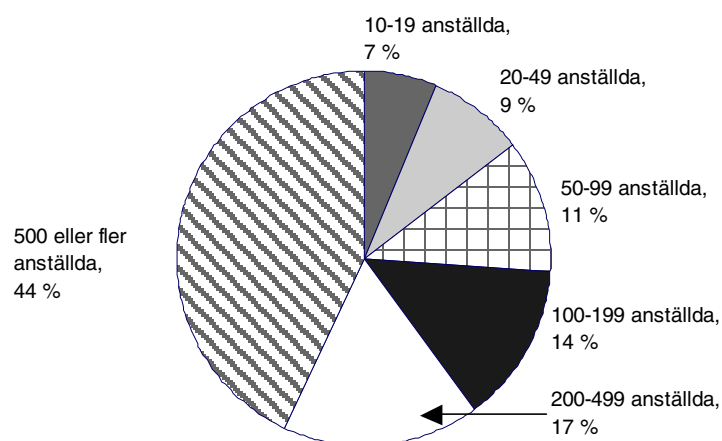
Nästan hälften av de företag som har någon Internetförsäljning återfinns i undersökningens minsta storleksklass. Dessa företag står dock för en liten del, 7 procent, av det totala försäljningsvärdet. Företagen med 500 anställda eller fler som har Internetförsäljning är få, men de svarar för 44 procent av Internetförsäljningens värde. *Observera att den finansiella sektorn är inkluderad i diagrammet som beskriver andelen företag, men inte i det som beskriver värdet. Detta "blåser upp" de övrigas respektive andelarna något i det senare diagrammet.*

**Diagram 12**  
**Företag som har Internetförsäljning, fördelat på storleksklass i procent, år 2000, 10 anställda eller fler**



\* Osäkerheten i dessa skattningar är stor. Diagrammet syftar endast till att ge grov en bild av fördelningen.

**Diagram 13**  
**Värdet av Internetförsäljningen hos företag fördelat på storleksklass i procent, år 2000, 10 anställda eller fler**

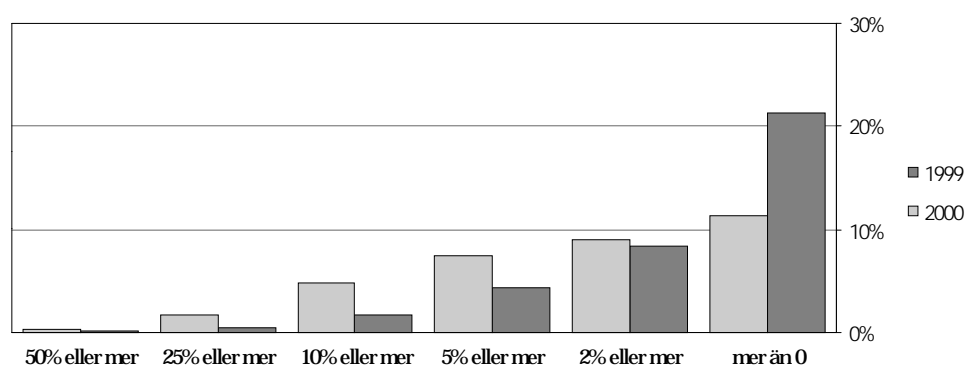


\* Osäkerheten i dessa skattningar är stor. Diagrammet syftar endast till att ge grov en bild av fördelningen. Diagrammet inkluderar inte företag i den finansiella sektorn.

Både andelen såväl som antalet företag som har någon försäljning över Internet har minskat sedan förra året, från 21 till 11 procent. *Frågans utformning har emellertid ändrats något sedan förra året vilket kan ha påverkat resultatet.* I förra årets undersökning efterfrågades vilket intervall av omsättningen Internetförsäljningen låg i och ett av alternativen var ”1 procent eller mindre”, dock inte noll. I årets

undersökning var svarsalternativet öppet, vilket kan ha medfört att företag med mycket liten försäljning över Internet avrundat till noll eller ingen andel. Trots att antalet företag som säljer över Internet har minskat, har Internetförsäljningen utgjort en något större andel av omsättningen hos dem som faktiskt säljer. Diagram 14 nedan visar hur fördelningen har ändrats mellan åren 1999 och 2000.

**Diagram 14**  
**Andel företag som har omsättning från försäljning via Internet, fördelat efter Internetförsäljningens del av omsättningen, år 1999 och 2000, 10 anställda eller fler**



\* Osäkerheten i dessa skattningar är stor. Diagrammet syftar endast till att ge grov en bild av fördelningen.

Ungefär två procent av den totala omsättningen i de undersökta sektorerna, förutom finanssektorn, kommer från försäljning via Internet. Det motsvarar ett värde på ca 64 miljarder kronor. På grund av att det är så pass få företag som har någon försäljning via Internet är det svårt att finna signifikanta skillnader mellan branscher och storleksklasser. Internetförsäljningen står dock för en något större del av omsättningen hos företagen i tjänstesektorn än i industrin.

### Internetförsäljning B2B och B2C

Huvuddelen av försäljningen via Internet sker mellan företag. 83 procent, eller ca 53 miljarder, av den uppmätta Internetförsäljningen är transaktioner mellan företag, eller så kallad Business to Business (B2B) handel. Endast 17 procent av handeln, ca 11 miljarder, går till konsumenter (B2C). I industrin går ungefär 95 procent av försäljningen till andra företag, medan fyra femtedelar av tjänstesektorns Internetförsäljning gör det. *Då det är relativt få företag som har försäljning via Internet är dessa skattningar mycket osäkra.*

## Internetförsäljning till Sverige respektive utlandet

Företagen med Internetförsäljning har uppgivit att 80 procent av försäljningen sker till kunder i Sverige, 9 procent till EU och 11 procent till resten av världen. Trots att även dessa skattningar är mycket osäkra visar de på en stor skillnad mellan industrin och tjänstesektorn. I industrin går knappt hälften av all försäljning till Sverige, medan över fyra femtedelar av tjänstesektorns försäljning gör detsamma. I energisektorn, som varken räknats med i industrin eller tjänstesektorn, så skattas all Internetförsäljning gå till Sverige.

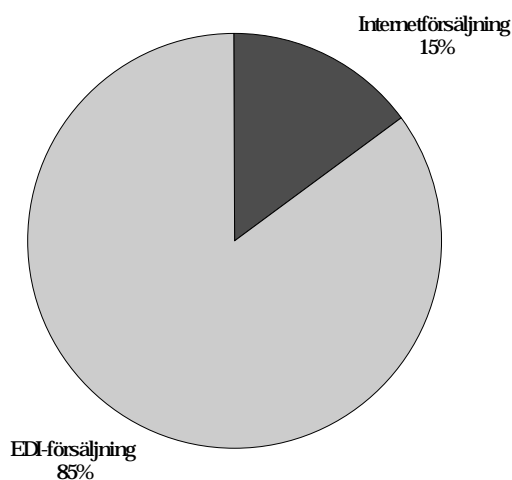
## Försäljning via EDI

I begreppet e-handel kan även försäljning via så kallad EDI ingå. Ungefär 7 procent av företagen med 10 anställda eller fler har någon försäljning via EDI. Det är ovanligt att endast ha en mycket liten del av försäljningen via EDI, vilket ju är fallet med Internetförsäljningen. Utav de företag som har försäljning via EDI får tre fjärdedelar mer än 10 procent av sin omsättning via EDI försäljning.

Drygt en tiondel av omsättningen i alla företag skattas komma från försäljning via EDI. Det motsvarar ungefär 363 miljarder kronor. Trots att det är färre företag som har försäljning via EDI än Internet står det alltså för sex gånger mer av värdet av e-handeln i Sverige än Internetförsäljningen.

### Diagram 15

Värdet av e-handel hos företag fördelat på försäljning via Internet och EDI i procent, år 2000, 10 anställda eller fler



## Specialiserade B2B marknadsplatser

Specialiserade Business to Business (B2B) marknadsplatser erbjuder samlad information på Internet från kunder eller leverantörer inom ett visst område riktat till andra företag. Det förekommer till exempel i bilbranschen, där underleverantörer finns representerade på hemsidor med information till köpande företag.

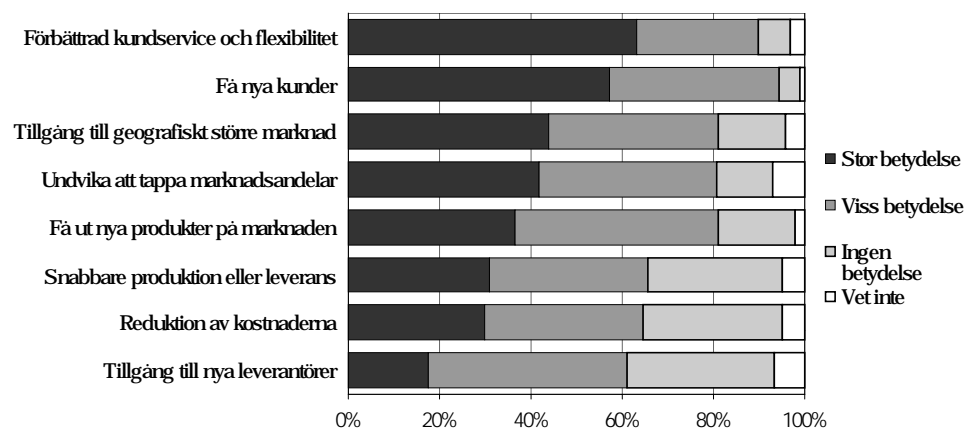
Det är en avsevärt större andel företag, med 10 anställda eller fler, som köper varor och tjänster via dessa marknadsplatser än som säljer via dem. 20 procent av företagen anger att de börjat med köp senast under våren 2001, medan endast 4 procent angivit att de har försäljning via sådana marknadsplatser. Det är vanligare bland stora företag att använda specialiserade B2B marknadsplatser än bland små, detta gäller både för köp och försäljning.

## Motiv och hinder för försäljning via Internet

De företag som angivit att de har någon försäljning via Internet har ombetts att också svara på frågor om motiven till varför de har Internetförsäljning. Över 60 procent av företagen med Internetförsäljning uppgav att ett motiv av stor betydelse är att det ger förbättrad kundservice och flexibilitet. Nästan 60 procent av företagen tror också att det ska ge nya kunder och 44 procent att Internetförsäljningen ska ge tillgång till nya marknader. Det går inte att urskilja några signifikanta skillnader sedan förra året och inte heller rangordningen av vilka alternativ som tillmätts stor betydelse har förändrats nämnvärt.

### Diagram 16

**Andel företag som har försäljning via Internet och upplever att respektive motiv är av stor, viss eller ingen betydelse för företagets Internetförsäljning, år 2001, 10 anställda eller fler**

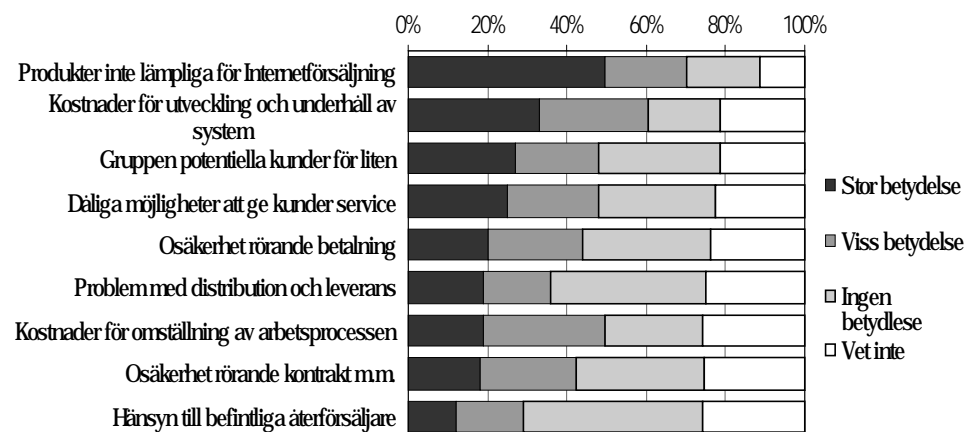


Alla företag svarade dessutom på frågor om vilka hinder de ser för att sälja sina varor och tjänster via Internet. Utav de hinder som nämndes i enkäten tillmättes ett "stor betydelse" i mycket stor utsträckning. Hälften av alla företag med 10 anställda eller fler uppgav att alternativet

”företagets produkter är inte lämpliga för Internetsförsäljning” var ett hinder av stor betydelse. Förvånande nog är det betydligt fler än som svarade samma sak förra året, då knappt en tredjedel tillmätte det stor betydelse. Fler av hindren ges större betydelse i år än förra året: ”Kostnader för att utveckla och underhålla ett system för elektronisk handel”, ”Gruppen potentiella kunder är för liten” samt ”Dåliga möjligheter att ge kunder service”. Diagram 18 beskriver hur svaren fördelade sig år 2001.

#### Diagram 17

**Andel företag som upplever att respektive hinder är av stor, viss eller ingen betydelse för försäljning via Internet för företaget, år 2001, 10 anställda eller fler**



## Kvalitetsdeklaration

Undersökningen avser att belysa användningen av informationsteknik i svenska företag. Den har genomförts två gånger, 2000 och 2001. Modellen för undersökningen togs fram i ett nordiskt samarbete 1999 och liknande undersökningar har genomförts flera gånger i alla nordiska länder utom Island. År 2001 har en vidareutveckling av den nordiska modellen käten använts av Eurostat som delfinansierat denna undersökning och liknande undersökningar i 13 europeiska länder. Data har samlats in med hjälp av enkäter som i Sverige skickades ut i april 2001.

## Statistikens innehåll

De definitioner som använts i undersökningen har främst sitt ursprung i det nordiska och europeiska samarbetet som beskrivits ovan. Detta möjliggör internationella jämförelser, både inom Norden och Europa.

## Statistiska storheter

Undersökningen belyser när företag infört eller planerar att införa olika former av informationsteknik. För vissa viktiga tekniker beskrivs även hur stor del av de sysselsatta i företagen som har tillgång till dem. Användningsområden av Internet beskrivs utifrån när de började användas och e-handel beskrivs dessutom med ekonomiska variabler. Därutöver ingår en grupp variabler som beskriver motiv och hinder för att använda informationsteknik och Internet.

### *Objekt och population*

Undersökningsenheten är företaget. För att identifiera företag har s.k. företagsenheter använts. Företagsenheter är i de flesta fall detsamma som en juridisk enhet, men i vissa fall bedöms flera juridiska enheter ha så integrerad verksamhet att de av SCB bedöms vara en företagsenhet. Rampopulationen utgörs av företag med SNI-koderna 15-37, 40-41, 50-52, 55, 60-67 samt 70-74. Se tabell 1 nästa sida. Endast företag med 10 anställda eller fler ingår i undersökningen.

### *Variabler*

Undersökningen tar fram 5 typer av variabler; teknikvariabler, andel sysselsatta med tillgång till vissa tekniker, användningsområden av Internet, ekonomiska uppgifter för e-handel samt hinder- och motivfrågor.

- Teknikvariabler beskriver om företaget använder/har tillgång till följande tekniker; datorer, personaldatorer, Internet, intranät, extranät, e-post, hemsida och EDI.

- Andel av sysselsatta som har tillgång till vissa tekniker berör datorer, personaldatorer och Internet.
- Användningsområden av Internet. De användningsområden som belyses närmare med ett flertal variabler är generell användning, företaget som kund och företaget som leverantör, det senare gäller bara företag som har hemsida.
- Ekonomiska uppgifter för e-handel beskriver köp och försäljning via Internet, det senare delas upp på dels på privatpersoner och övriga och dels på om kunder befinner sig i Sverige, EU eller resten av världen. Även försäljning via EDI tas fram.
- Hinder- och motivfrågor tar upp följande områden; motiv till försäljning via Internet, hinder för försäljning via Internet, hinder för generell Internetanvändning och hinder för IT användning. Samtliga områden beskrivs med ett flertal variabler.

#### *Statistiska mått*

De statistiska måtten är antal eller andel företag med en egenskap, e-handel som andel av omsättningen eller i kronor samt andel sysselsatta med tillgång till en viss teknik.

#### *Redovisningsgrupper*

För indelning av branscher har Svensk Näringslivsindelning (SNI 92) använts. På tvåsiffernivå, som använts här, är denna nomenklatur jämförbar med den europeiska nomenklaturen NACE och resultaten är därför internationellt jämförbara. De branscher som ingår i undersökningen beskrivs i tabell 1.

**Tabell 1**

**Branscher enligt svensk Näringsgrensindelning 92**

SNI 92	Formell beskrivning	Benämning i rapporten
15-37,	Tillverkning	Tillverkningsindustri
40-41,	El-, gas-, värme-, och vattenförsörjning	Energisektorn
50-52,	Parti och detaljhandel	Handel
55	Hotell- och restaurangverksamhet	Hotell och restaurang
60-64,	Transport, magasinering och kommunikation	Transport och kommunikation
65-67	Finansiell verksamhet	Finansiella sektorn
70-74	Fastighets- och uthyrningsverksamhet, företagstjänster	Företagstjänster

Företagen kan alternativt delas in i storleksklasser efter antal anställda, dessa beskrivs av tabell 2.

**Tabell 2**

Storleksklasser	
1	10-19 anställda
2	20-49 anställda
3	50-99 anställda
4	100-199 anställda
5	200-499 anställda
6	500- anställda

### *Referenstider*

Underökningen innehåller två referenstider. För huvuddelen av variablerna är undersökningstillfället, dvs. främst april – maj 2001 referenstid. För de ekonomiska variablerna är dock år 2000 referenstid. Prognoser tas också fram för ett flertal variabler.

## **Statistikens tillförlitlighet**

### **Tillförlitlighet totalt**

Undersökningen är en urvalsundersökning och kan därmed antas vara behäftad med tre sorters fel; urvalsfel (som beror på att endast ett urval företag har undersökts), bortfallsfel (som beror på att svar saknas helt eller delvis från utvalda företag) och mätfel (som uppkommer på grund av att frågor och definitioner missuppfattas). Om det finns systematik i mätfelen, t.ex. om många företag missuppfattar en fråga på samma sätt, uppkommer skevhet i materialet.

### **Osäkerhetskällor**

#### *Urval*

Som urvalsram har Företagsdatabasen (FDB) använts. FDB är ett register som i princip innehåller samtliga företag i Sverige. Alla företag med 200 anställda eller fler var med i urvalet. För företag med 10-199 anställda har ett slumpmässigt urval med optimal allokering gjorts. I stratum med fem företag eller färre har alla företag undersökts. I stratum med fler än fem företag har åtminstone fem företag undersökts. Totalt omfattar urvalet ca 4 000 företag. Positiv urvalssamordning med förra årets undersökning har använts, för att få så jämförbara resultat som möjligt.

För att dra urvalet har Samordnad Urvalsdrawing (SAMU) använts. Syftet med detta system är att samordning SCB:s undersökningar så att företagen belastas så lite som möjligt.

Den osäkerhet som uppkommer på grund av att undersökningen är en urvalsundersökning anges av konfidensintervallens storlek. Konfidensintervall ges av

$$\text{estimat} \pm 1.96 * \text{skattad standardavvikelse}$$

Om konfidensgraden är vald till 95% innebär det att konfidensintervallet omfattar det vi vill mäta med 95% säkerhet. Konfidenslängden är halva konfidensintervallet (1.96 \* skattad standardavvikelse) och ett annat sätt att illustrera samma sak.

### *Ramtäckning*

Problem med ramtäckning kan antingen ta sig uttryck i övertäckning, dvs. att företag som ej borde varit med i urvalet är det, eller undertäckning, dvs. att företag som borde varit med i urvalet inte är det. Företag som minskat i storlek så att det hamnar under cut-off gränsen antas motsvaras av företag som ökat i storlek och därmed hamnat över cut-off gränsen. De har alltså behandlats som svarande och inte som övertäckning. De problem som uppstår då företag slås samman har hanterats efter tabell 3.

**Tabell 3**

<b>Sammanlagning av företag</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sammanlagning av två företag, A och B, som ingår i urvalet. B är det större.</li> </ul>	A övertäckning, B besvarar enkäten (variabelvärden för A+B om möjligt).
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Endast A, det mindre, ingår i urvalet.</li> </ul>	A övertäckning.
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Företag B, det större, ingår i urvalet, men inte A.</li> </ul>	B redovisar variabelvärden för A+B i sin redovisningsgrupp. Uppräkningstalet för den utvalda B används.

### *Mätning*

Undersökningen har genomförts med hjälp av en postenkät. Ett fel i enkäten har antagligen lett till mätfel i frågan om försäljning via EDI. I den enkät som gick ut från början hade årtalet i frågan fallit bort. Det är alltså möjligt att en del företag har angett EDIs andel av försäljningen 2001 istället för 2000. I de enkäter som gick ut med påminnelser hade detta fel rättats till.

På frågan om andel köp via Internet har ett mycket stort antal företag svarat vet inte. Detta kan bero på att information om köp inte finns samlad på ett ställe i företaget.

Ett systematiskt fel leder till skevhet, eller bias, i skattningarna, dvs. skattningarna blir för höga eller för låga. För att få kunskap om storleken på ett sådant fel måste en särskild studie göras, någon sådan har inte gjorts för denna undersökning. En misstanke finns dock att företagen i större utsträckning hoppat över de frågor som berör tekniker eller användningsområden som man inte använder. Det skulle i så fall innebära att resultaten är något överskattade.

#### *Svarsbortfall*

Det finns två typer av bortfall; objektsbortfall och partiellt bortfall. Objektsbortfall är de företag som inte svarar på enkäten, medan partiellt bortfall innebär att ett företag svarar på enkäten, men hoppar över en eller flera frågor. Svarefrekvensen i denna undersökning är 71 procent vilket innebär att objektsbortfallet är 29 procent. I vissa branscher och storleksklasser ser det dock betydligt sämre ut. Den låga svarefrekvensen är ett stort problem i den här undersökningen. Stort bortfall ökar osäkerheten i skattningarna, men detta fel fångas upp genom att varianserna blir större. Det ökar dock även risken för bias i skattningarna, vilket inte går att mäta. Tabell 4 visar objektsbortfallet uppdelat på redovisningsgrupper.

**Tabell 4**  
**Objektsbortfall efter redovisningsgrupp**

		Objektsbortfall
Totalt		29,1 %
Bransch (SNI)	15-37	27,2 %
	40-41	30,1 %
	50-52	32,1 %
	55	39,7 %
	60-64	28,0 %
	65-67	33,0 %
	70-74	29,6 %
Antal anställda	10-19	30,1 %
	20-49	26,6 %
	50-99	27,3 %
	100-199	28,6 %
	200-499	27,6 %
	500-	35,1 %

#### *Bearbetning*

Uppgifterna har granskats utifrån hur svaren på de olika frågorna hänger ihop logiskt. Registeruppgifter från momsregistret har använts för att beräkna e-handel i kronor. I den mån sådana registeruppgifter inte varit tillgängliga har uppgifter från SRU använts. Om inga registeruppgifter funnits har kvoten omsättning per sysselsatt skattats för respektive

stratum och detta värde multiplicerat med antalet anställda för det enskilda har imputerats. Då den finansiella sektorn i stor utsträckning använder andra begrepp än omsättning och inga registeruppgifter finns tillgängliga för den har den finansiella sektorn inte inkluderats i skattningar av e-handel i kronor.

### **Redovisning av osäkerhetsmått**

Skattningarnas konfidenslängd redovisas i tabellerna. 95 procentiga konfidensintervall har använts.

### **Statistikens aktualitet**

#### **Frekvens**

Undersökningen har genomförts årligen i två år och avsikten är att den även i fortsättningen ska genomföras årligen.

#### **Framställningstid**

Undersökningen gick ut i mitten av april 2001 och huvuddelen av svaren kom in under april och maj månad. Resultatet publiceras ca 8 månader efter att huvuddelen av datainsamlingen avslutats. Avsikten är att undersökningen ska genomföras under första kvartalet år 2002, för att få ökad jämförbarhet med andra EU-länder.

### **Jämförbarhet och Samanvändbarhet**

#### **Jämförbarhet över tiden**

Eftersom undersökningen är mycket ny är den i viss mån att betrakta som en pilotstudie. Flera variabler och svarsalternativ har ändrats sedan förra året och även inför nästa år planeras förändringar. Stora förändringar är att:

- alternativet ”vet inte” har tagits bort i frågor som rör tid.
- alternativet ”inte relevant” i samma frågor har ersatts av ”inte aktuellt”.
- alternativet ”inte relevant” i motiv och hinderfrågor har tagits bort och i stället finns alternativet ”vet inte” i dessa frågor.
- Frågorna om storleken på e-handel ändrats från fastställda intervall till öppna procent.

Förändringar i svarsalternativ kan ha stor betydelse, även för de övriga alternativen. Existensen av ett ”vet inte” alternativ gör det till exempel lättare att undvika att faktiskt svara på frågan.

### **Jämförbarhet mellan grupper**

Statistiken är i princip jämförbar med de övriga studier som genomförts av 13 EU länder. Det är dock stora skillnader mellan svarsfrekvenserna i dessa undersökningar och även vissa skillnader i täckning, metodik mm.

### **Samanvändbarhet med annan statistik**

Jämförbarheten med annan företagsstatistik är god.

### **Tillgänglighet och förståelighet**

#### **Spridningsformer**

Utöver denna publikation publiceras även material från undersökningen, och övriga undersökningar utförda av EU länder, av Eurostat. En första redovisning har skett i ”Information Society Statistics Pocketbook”. En nordisk publikation, som innehåller data från Norge, Danmark och Finland tas fram för andra året i rad. Denna publikation finns kommer att finnas tillgänglig på SCB:s och de övriga nordiska ländernas statistikbyråers hemsida.

#### **Dokumentation**

Det finns ingen ytterligare lätt tillgänglig dokumentation av undersökningen utöver denna rapport.

#### **Tillgång till primärmaterial**

Specialbearbetningar kan göras av materialet som aggregeringar efter branscher och storleksklasser, förutsatt att resultatet inte medför att något företag går att identifiera. Aidentifierat material kan göras tillgängligt för forsknings- och statistikändamål, efter särskild prövning.

#### **Upplysningstjänster**

Vid frågor kontakta Programmet för forskning och informationsteknik via SCB:s växel 08-50 69 40 00 eller skriv till [IT-statistik@scb.se](mailto:IT-statistik@scb.se). Man kan även vända sig till den centrala informationsservicen på SCB med telefonnummer 08-506 948 01 eller skriva till [infoservice@scb.se](mailto:infoservice@scb.se).

## Tabellbilaga

<b>Tabell 1</b>	
<b>Andel företag som använder datorer efter storleksklass och bransch, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler .....</b>	<b>s. 31</b>
<b>Tabell 2</b>	
<b>Andel företag som har tillgång till Internet efter storleksklass och bransch, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler .....</b>	<b>s. 31</b>
<b>Tabell 3</b>	
<b>Andel företag som har infört EDI, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler .....</b>	<b>s. 32</b>
<b>Tabell 4</b>	
<b>Andel företag som har hemsida årsskiftet 1999/2000 och undersökningstillfället 2001, 10 anställda eller fler .....</b>	<b>s. 32</b>
<b>Tabell 5</b>	
<b>Andel företag som har infört ett intranät, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler .....</b>	<b>s. 33</b>
<b>Tabell 6</b>	
<b>Andel företag som har infört ett extranät, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler .....</b>	<b>s. 33</b>
<b>Tabell 7</b>	
<b>Andel företag som använder Internet för generell informationssökning, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler .....</b>	<b>s. 34</b>
<b>Tabell 8</b>	
<b>Andel företag som använder Internet för finansiella transaktioner, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler .....</b>	<b>s. 34</b>
<b>Tabell 9</b>	
<b>Andel företag som använder Internet för analys av konkurrenter, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler .....</b>	<b>s. 35</b>
<b>Tabell 10</b>	
<b>Andel företag som använder Internet för rekrytering av personal, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler .....</b>	<b>s. 35</b>
<b>Tabell 11</b>	
<b>Andel företag som använder Internet för att söka information på leverantörers hemsida, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler .....</b>	<b>s. 36</b>
<b>Tabell 12</b>	
<b>Andel företag som använder Internet för att ladda ner digitala produkter, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler mmm.....</b>	<b>s. 36</b>
<b>Tabell 13</b>	
<b>Andel företag som använder Internet för att beställa varor och tjänster, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler .....</b>	<b>s. 37</b>

- Tabell 14**  
**Andel företag som använder Internet för att göra elektroniska betalningar, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler .....s. 37**
- Tabell 15**  
**Andel företag som använder kommersiella databaser på Internet, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler .....s. 38**
- Tabell 16**  
**Andelen företag som använder en hemsida för marknadsföring, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler .....s. 38**
- Tabell 17**  
**Andel företag som använder en hemsida för att ge kunder tillgång till databaser, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler .....s. 39**
- Tabell 18**  
**Andel företag som via en hemsida erbjuder kundservice och support, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler .....s. 39**
- Tabell 19**  
**Andel företag som tar emot order via en hemsida, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler .....s. 40**
- Tabell 20**  
**Andelen företag som använder specialiserade B2B marknadsplatser för köp respektive försäljning, år 2001, 10 anställda eller fler .....s. 40**

**Tabell 1**  
**Andel företag som använder datorer efter storleksklass och bransch, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler**

	2000	kl	2001	kl
Totalt	94%±	1%	97%±	1%
10-19 anställda	90%±	3%	94%±	2%
20-49 anställda	98%±	1%	99%±	1%
50-99 anställda	99%±	1%	100%±	0%
100-199 anställda	100%±	0%	100%±	0%
200-499 anställda	100%±	0%	100%±	1%
500 eller fler anställda	100%±	0%	100%±	0%
Tillverkningsindustrin	97%±	1%	98%±	1%
Energisektorn	100%±	0%	100%±	0%
Handel, hotell och restaurang	89%±	4%	95%±	2%
Transportsektorn	88%±	6%	89%±	6%
Kommunikationssektorn	94%±	9%	95%±	5%
Finansiella sektorn	100%±	0%	100%±	0%
Företagstjänster	99%±	0%	99%±	1%

\*kl = konfidenslängd, med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

**Tabell 2**  
**Andel företag som har tillgång till Internet efter storleksklass och bransch, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler**

	2000	kl	2001	kl
Totalt	86%±	2%	94%±	1%
10-19 anställda	82%±	4%	91%±	2%
20-49 anställda	89%±	4%	96%±	2%
50-99 anställda	93%±	5%	98%±	2%
100-199 anställda	97%±	3%	100%±	1%
200-499 anställda	96%±	4%	99%±	0%
500 eller fler anställda	95%±	4%	100%±	0%
Tillverkningsindustrin	89%±	2%	96%±	1%
Energisektorn	100%±	0%	100%±	0%
Handel, hotell och restaurang	80%±	5%	93%±	3%
Transportsektorn	80%±	8%	84%±	6%
Kommunikationssektorn	85%±	11%	100%±	0%
Finansiella sektorn	99%±	2%	100%±	0%
Företagstjänster	94%±	3%	97%±	2%

\*kl = konfidenslängd, med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

**Tabell 3**  
**Andel företag som har infört EDI, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler**

	2000	kl	2001	kl
Totalt	14%±	2%	17%±	2%
10-19 anställda	9%±	3%	12%±	3%
20-49 anställda	16%±	4%	17%±	4%
50-99 anställda	..±		..±	
100-199 anställda	..±		34%±	11%
200-499 anställda	38%±	7%	38%±	2%
500 eller fler anställda	62%±	7%	55%±	3%
Tillverkningsindustrin	15%±	2%	15%±	2%
Energisektorn	37%±	10%	39%±	11%
Handel, hotell och restaurang	16%±	5%	23%±	5%
Transportsektorn	..±		10%±	4%
Kommunikationssektorn	..±		..±	
Finansiella sektorn	..±		..±	
Företagstjänster	..±		..±	

.. skattningsarna är allt för osäkra för att redovisa

\*kl = konfidenslängd, med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

**Tabell 4**  
**Andel företag som har hemsida årsskiftet 1999/2000 och undersökningstillfället 2001, 10 anställda eller fler**

	2000	kl	2001	kl
Totalt	62%±	3%	73%±	3%
10-19 anställda	54%±	4%	64%±	4%
20-49 anställda	67%±	5%	78%±	5%
50-99 anställda	71%±	9%	88%±	6%
100-199 anställda	80%±	8%	86%±	7%
200-499 anställda	88%±	4%	90%±	1%
500 eller fler anställda	87%±	6%	96%±	1%
Tillverkningsindustrin	63%±	3%	75%±	3%
Energisektorn	74%±	9%	82%±	9%
Handel, hotell och restaurang	55%±	6%	66%±	6%
Transportsektorn	41%±	8%	54%±	8%
Kommunikationssektorn	85%±	10%	96%±	4%
Finansiella sektorn	80%±	7%	91%±	5%
Företagstjänster	79%±	6%	86%±	5%

\*kl = konfidenslängd, med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

**Tabell 5**  
**Andel företag som har infört ett intranät, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler**

	2000	kl	2001	kl
Totalt	42%±	3%	47%±	3%
10-19 anställda	34%±	4%	38%±	4%
20-49 anställda	39%±	5%	50%±	6%
50-99 anställda	61%±	9%	59%±	8%
100-199 anställda	69%±	9%	77%±	8%
200-499 anställda	76%±	9%	78%±	2%
500 eller fler anställda	88%±	6%	89%±	2%
Tillverkningsindustrin	39%±	3%	42%±	3%
Energisektorn	75%±	9%	75%±	9%
Handel, hotell och restaurang	38%±	6%	46%±	6%
Transportsektorn	26%±	7%	26%±	6%
Kommunikationssektorn	52%±	10%	68%±	10%
Finansiella sektorn	73%±	7%	79%±	6%
Företagstjänster	54%±	7%	61%±	7%

\*kl = konfidenslängd, med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

**Tabell 6**  
**Andel företag som har infört ett extranät, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler**

	2000	kl	2001	kl
Totalt	15%±	2%	21%±	2%
10-19 anställda	11%±	3%	16%±	3%
20-49 anställda	19%±	6%	36%±	12%
50-99 anställda	15%±	4%	20%±	5%
100-199 anställda	41%±	9%	43%±	2%
200-499 anställda	25%±	8%	35%±	9%
500 eller fler anställda	54%±	8%	56%±	4%
Tillverkningsindustrin	13%±	2%	16%±	2%
Energisektorn	..±		±	
Handel, hotell och restaurang	13%±	4%	18%±	5%
Transportsektorn	..±		±	
Kommunikationssektorn	45%±	10%	66%±	12%
Finansiella sektorn	34%±	6%	52%±	7%
Företagstjänster	25%±	5%	36%±	6%

.. skattningsarna är allt för osäkra för att redovisa

\*kl = konfidenslängd, med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

**Tabell 7**  
**Andel företag som använder Internet för generell informationssökning, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler**

	2000	kl	2001	kl
Totalt	79%±	2%	85%±	2%
10-19 anställda	72%±	4%	79%±	3%
20-49 anställda	83%±	4%	88%±	4%
50-99 anställda	91%±	5%	97%±	2%
100-199 anställda	95%±	4%	98%±	1%
200-499 anställda	98%±	2%	96%±	1%
500 eller fler anställda	96%±	3%	96%±	1%
Tillverkningsindustrin	83%±	3%	87%±	2%
Energisektorn	97%±	3%	100%±	0%
Handel, hotell och restaurang	70%±	6%	82%±	5%
Transportsektorn	68%±	8%	69%±	7%
Kommunikationssektorn	87%±	12%	96%±	5%
Finansiella sektorn	99%±	1%	96%±	3%
Företagstjänster	91%±	4%	92%±	3%

\*kl = konfidenslängd, med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

**Tabell 8**  
**Andel företag som använder Internet för finansiella transaktioner, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler**

	2000	kl	2001	kl
Totalt	44%±	3%	58%±	3%
10-19 anställda	44%±	5%	60%±	4%
20-49 anställda	48%±	6%	58%±	6%
50-99 anställda	42%±	8%	56%±	8%
100-199 anställda	32%±	10%	59%±	12%
200-499 anställda	32%±	9%	39%±	2%
500 eller fler anställda	..±		33%±	4%
Tillverkningsindustrin	42%±	4%	58%±	3%
Energisektorn	..±		45%±	12%
Handel, hotell och restaurang	44%±	6%	57%±	6%
Transportsektorn	51%±	9%	53%±	8%
Kommunikationssektorn	45%±	15%	52%±	12%
Finansiella sektorn	42%±	7%	58%±	7%
Företagstjänster	45%±	7%	61%±	7%

.. skattningsarna är allt för osäkra för att redovisa

\*kl = konfidenslängd, med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

**Tabell 9**  
**Andel företag som använder Internet för analys av konkurrenter, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler**

	2000	kl	2001	kl
Totalt	43%±	3%	51%±	3%
10-19 anställda	36%±	4%	44%±	4%
20-49 anställda	44%±	6%	55%±	5%
50-99 anställda	63%±	9%	59%±	9%
100-199 anställda	57%±	10%	64%±	8%
200-499 anställda	64%±	11%	66%±	2%
500 eller fler anställda	79%±	6%	76%±	3%
Tillverkningsindustrin	45%±	4%	51%±	3%
Energisektorn	46%±	10%	60%±	12%
Handel, hotell och restaurang	38%±	6%	44%±	6%
Transportsektorn	31%±	7%	32%±	7%
Kommunikationssektorn	60%±	15%	71%±	11%
Finansiella sektorn	60%±	7%	75%±	7%
Företagstjänster	54%±	7%	68%±	6%

\*kl = konfidenslängd, med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

**Tabell 10**  
**Andel företag som använder Internet för rekrytering av personal, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler**

	2000	kl	2001	kl
Totalt	32%±	3%	40%±	3%
10-19 anställda	25%±	4%	34%±	4%
20-49 anställda	33%±	5%	44%±	5%
50-99 anställda	51%±	9%	43%±	9%
100-199 anställda	45%±	10%	57%±	9%
200-499 anställda	48%±	11%	67%±	2%
500 eller fler anställda	72%±	7%	79%±	3%
Tillverkningsindustrin	27%±	3%	36%±	3%
Energisektorn	32%±	8%	44%±	12%
Handel, hotell och restaurang	26%±	6%	34%±	6%
Transportsektorn	21%±	6%	19%±	5%
Kommunikationssektorn	72%±	14%	89%±	6%
Finansiella sektorn	46%±	7%	64%±	7%
Företagstjänster	52%±	7%	65%±	6%

\*kl = konfidenslängd, med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

**Tabell 11****Andel företag som använder Internet för att söka information på leverantörers hemsida, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler**

	2000	kl	2001	kl
Totalt	70%±	3%	80%±	2%
10-19 anställda	64%±	4%	74%±	4%
20-49 anställda	70%±	5%	85%±	4%
50-99 anställda	83%±	5%	89%±	5%
100-199 anställda	87%±	7%	89%±	8%
200-499 anställda	92%±	6%	95%±	1%
500 eller fler anställda	92%±	6%	95%±	2%
Tillverkningsindustrin	76%±	3%	84%±	2%
Energisektorn	96%±	4%	96%±	4%
Handel, hotell och restaurang	59%±	6%	74%±	5%
Transportsektorn	61%±	9%	63%±	7%
Kommunikationssektorn	78%±	13%	90%±	8%
Finansiella sektorn	86%±	5%	90%±	5%
Företagstjänster	81%±	6%	90%±	4%

\*kl = konfidenslängd, med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

**Tabell 12****Andel företag som använder Internet för att ladda ner digitala produkter, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler**

	2000	kl	2001	kl
Totalt	64%±	3%	72%±	3%
10-19 anställda	56%±	5%	65%±	4%
20-49 anställda	76%±	9%	85%±	8%
50-99 anställda	65%±	6%	77%±	5%
100-199 anställda	92%±	6%	91%±	1%
200-499 anställda	83%±	5%	86%±	6%
500 eller fler anställda	90%±	6%	86%±	3%
Tillverkningsindustrin	67%±	4%	76%±	3%
Energisektorn	82%±	8%	87%±	8%
Handel, hotell och restaurang	54%±	6%	63%±	6%
Transportsektorn	52%±	9%	53%±	8%
Kommunikationssektorn	80%±	11%	85%±	8%
Finansiella sektorn	79%±	6%	70%±	7%
Företagstjänster	79%±	6%	90%±	4%

\*kl = konfidenslängd, med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

**Tabell 13**

**Andel företag som använder Internet för att beställa varor och tjänster, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler**

	2000	kl	2001	kl
Totalt	52%±	3%	63%±	3%
10-19 anställda	46%±	5%	58%±	4%
20-49 anställda	53%±	6%	66%±	5%
50-99 anställda	68%±	9%	71%±	8%
100-199 anställda	67%±	10%	71%±	11%
200-499 anställda	76%±	8%	78%±	2%
500 eller fler anställda	75%±	8%	79%±	3%
Tillverkningsindustrin	52%±	4%	63%±	3%
Energisektorn	63%±	9%	79%±	10%
Handel, hotell och restaurang	45%±	7%	59%±	6%
Transportsektorn	39%±	8%	42%±	7%
Kommunikationssektorn	68%±	14%	82%±	8%
Finansiella sektorn	72%±	7%	79%±	6%
Företagstjänster	70%±	7%	79%±	6%

\*kl = konfidenslängd, med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

**Tabell 14**

**Andel företag som använder Internet för att göra elektroniska betalningar, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler**

	2000	kl	2001	kl
Totalt	42%±	3%	55%±	3%
10-19 anställda	41%±	5%	56%±	4%
20-49 anställda	46%±	6%	56%±	6%
50-99 anställda	46%±	7%	56%±	9%
100-199 anställda	27%±	9%	59%±	12%
200-499 anställda	39%±	10%	45%±	2%
500 eller fler anställda	37%±	8%	35%±	4%
Tillverkningsindustrin	41%±	4%	56%±	3%
Energisektorn	30%±	9%	33%±	11%
Handel, hotell och restaurang	41%±	6%	56%±	6%
Transportsektorn	45%±	9%	48%±	8%
Kommunikationssektorn	46%±	13%	53%±	13%
Finansiella sektorn	54%±	8%	55%±	8%
Företagstjänster	45%±	7%	58%±	7%

\*kl = konfidenslängd, med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

**Tabell 15**  
**Andel företag som använder kommersiella databaser på Internet, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler**

	2000	kl	2001	kl
Totalt	34%±	3%	38%±	3%
10-19 anställda	26%±	4%	32%±	4%
20-49 anställda	38%±	5%	42%±	5%
50-99 anställda	43%±	9%	39%±	8%
100-199 anställda	45%±	10%	55%±	12%
200-499 anställda	60%±	8%	57%±	2%
500 eller fler anställda	71%±	7%	64%±	4%
Tillverkningsindustrin	30%±	3%	32%±	3%
Energisektorn	50%±	10%	72%±	9%
Handel, hotell och restaurang	27%±	6%	32%±	6%
Transportsektorn	30%±	8%	22%±	6%
Kommunikationssektorn	60%±	14%	56%±	12%
Finansiella sektorn	66%±	8%	75%±	7%
Företagstjänster	49%±	7%	59%±	7%

\*kl = konfidenslängd, med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

**Tabell 16**  
**Andel företag som använder en hemsida för marknadsföring, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler**

	2000	kl	2001	kl
Totalt	66%±	3%	67%±	3%
10-19 anställda	57%±	4%	58%±	4%
20-49 anställda	72%±	5%	72%±	5%
50-99 anställda	77%±	7%	82%±	7%
100-199 anställda	80%±	9%	81%±	7%
200-499 anställda	81%±	8%	85%±	2%
500 eller fler anställda	86%±	7%	90%±	2%
Tillverkningsindustrin	69%±	3%	69%±	3%
Energisektorn	75%±	9%	72%±	11%
Handel, hotell och restaurang	58%±	6%	60%±	6%
Transportsektorn	47%±	8%	44%±	7%
Kommunikationssektorn	76%±	12%	90%±	6%
Finansiella sektorn	79%±	7%	84%±	6%
Företagstjänster	82%±	6%	82%±	5%

\*kl = konfidenslängd, med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

Tabell 17

**Andel företag som använder en hemsida för att ge kunder tillgång till databaser, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler**

	2000	kl	2001	kl
Totalt	30%±	3%	30%±	3%
10-19 anställda	23%±	4%	25%±	4%
20-49 anställda	34%±	6%	34%±	5%
50-99 anställda	44%±	9%	36%±	8%
100-199 anställda	38%±	8%	45%±	10%
200-499 anställda	45%±	10%	47%±	2%
500 eller fler anställda	64%±	10%	52%±	4%
Tillverkningsindustrin	33%±	3%	28%±	3%
Energisektorn	21%±	8%	29%±	10%
Handel, hotell och restaurang	28%±	6%	29%±	5%
Transportsektorn	29%±	8%	16%±	4%
Kommunikationssektorn	56%±	16%	64%±	12%
Finansiella sektorn	47%±	7%	54%±	7%
Företagstjänster	30%±	6%	39%±	6%

\*kl = konfidenslängd, med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

Tabell 18

**Andel företag som via en hemsida erbjuder kundservice och support, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler**

	2000	kl	2001	kl
Totalt	24%±	3%	25%±	2%
10-19 anställda	18%±	3%	19%±	3%
20-49 anställda	29%±	5%	28%±	5%
50-99 anställda	32%±	9%	29%±	7%
100-199 anställda	27%±	8%	47%±	9%
200-499 anställda	40%±	7%	37%±	2%
500 eller fler anställda	51%±	10%	44%±	4%
Tillverkningsindustrin	22%±	3%	22%±	3%
Energisektorn	34%±	10%	53%±	12%
Handel, hotell och restaurang	23%±	6%	23%±	5%
Transportsektorn	17%±	5%	14%±	4%
Kommunikationssektorn	48%±	10%	59%±	8%
Finansiella sektorn	48%±	8%	46%±	7%
Företagstjänster	31%±	6%	35%±	6%

\*kl = konfidenslängd, med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

**Tabell 19**  
**Andel företag, som tar emot order via en hemsida, år 2000 och 2001, 10 anställda eller fler**

	2000	kl	2001	kl
Totalt	22%±	3%	22%±	2%
10-19 anställda	19%±	4%	19%±	3%
20-49 anställda	25%±	5%	22%±	5%
50-99 anställda	28%±	8%	30%±	8%
100-199 anställda	30%±	6%	35%±	9%
200-499 anställda	32%±	9%	28%±	2%
500 eller fler anställda	36%±	9%	39%±	4%
Tillverkningsindustrin	17%±	2%	15%±	2%
Energisektorn	..±		25%±	9%
Handel, hotell och restaurang	23%±	5%	26%±	5%
Transportsektorn	21%±	7%	18%±	5%
Kommunikationssektorn	..±		33%±	10%
Finansiella sektorn	44%±	7%	48%±	7%
Företagstjänster	27%±	6%	26%±	5%

.. skattningarna är allt för osäkra för att redovisa

\*kl = konfidenslängd, med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

**Tabell 20**  
**Andel företag som använder specialiserade B2B marknadsplatser för köp respektive försäljning, år 2001, 10 anställda eller fler**

	Köp	kl	Försäljning	kl
Totalt	20%±	2%	4%±	1%
10-19 anställda	17%±	3%	..±	
20-49 anställda	19%±	4%	..±	
50-99 anställda	21%±	7%	..±	
100-199 anställda	..±		..±	
200-499 anställda	34%±	2%	8%±	1%
500 eller fler anställda	42%±	4%	14%±	3%
Tillverkningsindustrin	16%±	2%	..±	
Energisektorn	..±		..±	
Handel, hotell och restaurang	19%±	5%	..±	
Transportsektorn	9%±	3%	..±	
Kommunikationssektorn	47%±	13%	..±	
Finansiella sektorn	29%±	7%	..±	
Företagstjänster	29%±	6%	..±	

.. skattningarna är allt för osäkra för att redovisa

\*kl = konfidenslängd, med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen