
Företagens användning av datorer och Internet 2002

Avdelningen för Ekonomisk statistik
Programmet för Forskning och informationsteknik
29 januari, 2003



Företagens användning av datorer och Internet 2002

Inledning	4
Tillgång till IT hos företag	5
Användning av datorer	5
Företag med tillgång till Internet	5
Anslutningsalternativ till Internet	6
Företag med EDI	7
Företag med hemsida	7
Företag med intranät	8
Användning av Internet i företag	9
Generella användningsområden	9
Användning av Internet i företagets roll som kund	10
Tjänster som erbjuds via företagets hemsidor	11
Hinder för användning av informationsteknik och Internet	12
E-handel	14
Försäljning via Internet	14
Internetförsäljningen i ett urval av branscher	14
Internetförsäljning B2B och B2C	17
Internetförsäljning till Sverige respektive utlandet	17
Försäljning via EDI	17
Hinder för försäljning via Internet	19
Tabeller	20
Kvalitetsdeklaration	36
Statistikens innehåll	36
Statistiska målstorheter	36
Objekt och population	36
Variabler	36
Statistiska mått	37
Redovisningsgrupper	37

Referenstider	37
Statistikens tillförlitlighet	37
Tillförlitlighet totalt	37
Osäkerhetskällor	38
Redovisning av osäkerhetsmått	39
Statistikens aktualitet	39
Frekvens	39
Framställningstid	39
Jämförbarhet och Samanvändbarhet	40
Jämförbarhet över tiden	40
Jämförbarhet mellan grupper	40
Tillgänglighet och förståelighet	40
Spridningsformer	40
Dokumentation	40
Tillgång till primärmaterial	40
Upplysningstjänster	40
Bilaga 1. Enkäten	41

Vid förfrågningar kontakta: Eric Helsing, SCB	08-506 943 16	eric.helsing@scb.se
--	---------------	---------------------

Inledning

För tredje året i rad undersöker SCB användningen av informationsteknik (IT) i svenska företag. Syftet med undersökningen är att visa hur god tillgången till IT är och hur den används. Fokus ligger på användning av Internet, med betoning på e-handel i en vid bemärkelse. Undersökningen tar också upp en del hinder för att använda datorer, Internet och e-handel.

Alla EU-länder samt Norge och Island har genomfört undersökningen. För de nordiska länderna har resultaten för denna undersökning presenterats i rapporten *Nordic Information Society Statistics 2002* som är framtagen i samarbete mellan Nordiska Ministerrådet och de nationella statistikbyråerna. Rapporten finns bl.a. tillgänglig på SCB:s webbplats. Resultatredovisning på europeisk nivå kommer att ske i publikationer från EU:s statistikmyndighet Eurostat.

Undersökningen täcker företag med tio anställda eller fler inom tillverkningsindustrin, energi-, bygg- 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, som återfinns i tabellbilagan, innehåller däremot 95-procentiga konfidenslängder för den som vill göra egna jämförelser. Osäkerheten i undersökningen beskrivs vidare i rapportens kvalitetsdeklaration.

Tillgång till IT hos företag

Tillgången till IT är mycket hög bland svenska företag idag. Nästan alla företag med tio anställda eller fler använder t.ex. datorer. Det finns dock skillnader mellan små och stora företag samt 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, de med 10-19 anställda, använder tre procent inte datorer alls. Om man skulle inkludera företag med färre än tio anställda i undersökningen skulle förmodligen andelen företag som inte använder datorer vara högre. Det finns också skillnader mellan branscher. Tillgången till informationsteknik är mycket god i de flesta sektorer, med undantag för bygg- och transportsektorn där tillgången är relativt sett låg.

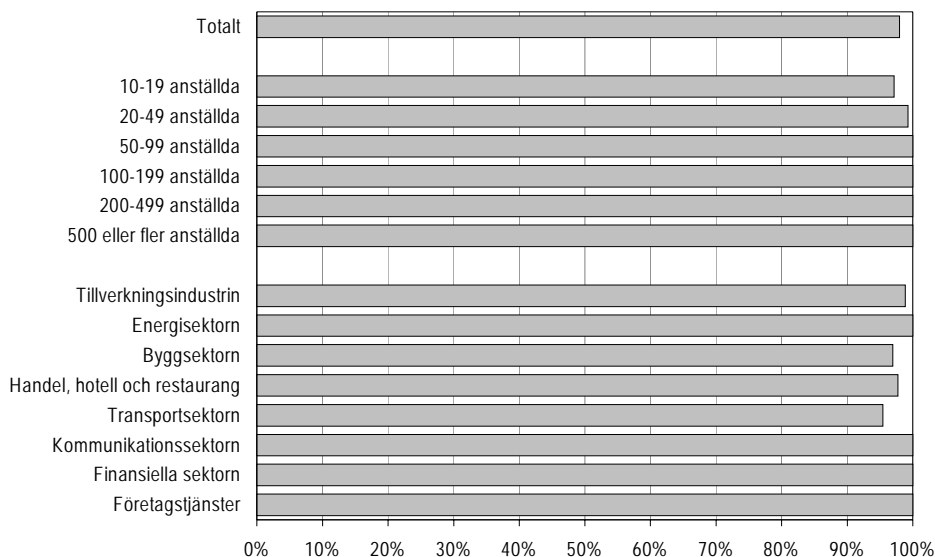
Användning av datorer

Det är mycket vanligt att använda datorer bland företag i Sverige idag. Av företag med tio anställda eller fler använder så många som 98 procent datorer. Med datorer menas här persondatorer, arbetsstationer eller terminaler. Bland företag med 50 anställda eller fler uppskattas samtliga använda datorer.

Andelen företag som använder datorer är genomgående mycket hög i samtliga branscher. Datoranvändningen är något lägre i transportsektorn där cirka 95 procent av företagen använder datorer. I energisektorn, som här varken räknats till industrin eller tjänstesektorn, använder samtliga företag datorer. Detsamma gäller kommunikationssektorn, den finansiella sektorn samt företagstjänstesektorn. Datoranvändningen inom de olika storleksklasserna och branscherna illustreras i *diagram 1* nedan samt i *tabell 1* i tabellbilagan.

Diagram 1

Andel företag som använder datorer fördelat på bransch och storleksklass, år 2002, 10 anställda eller fler



Företag med tillgång till Internet

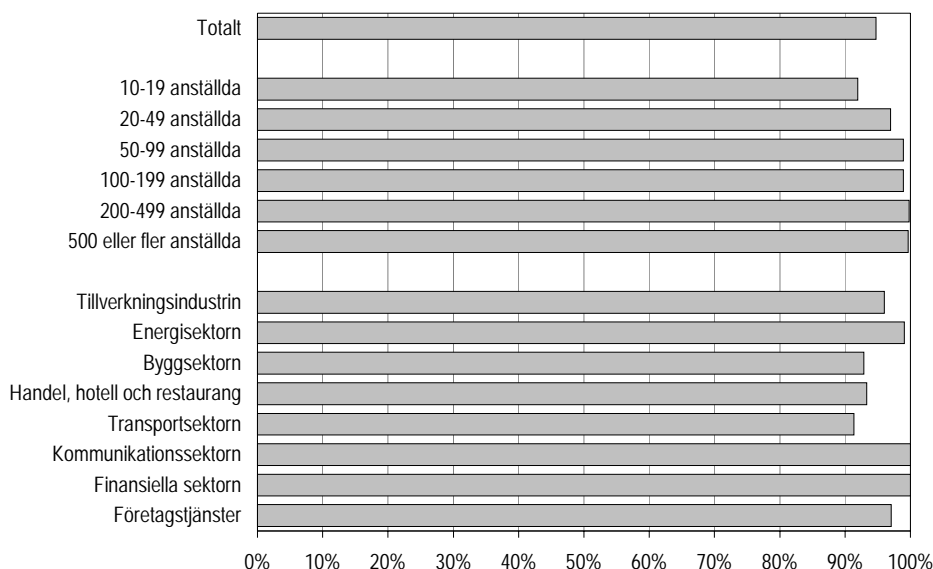
Även tillgången till Internet är idag hög bland de svenska företagen. Under år 2001 hade hela 95 procent tillgång till Internet. Alla företag med 200 anställda eller fler har enligt denna undersökning tillgång till Internet, medan 92 procent av företagen med 10-19 anställda har en Internetuppkoppling. I undersökningen har företagen tillfrågats om planerna att införa Internet under 2002. Cirka 98 procent av företagen har antingen infört Internet under 2001 eller planerar att införa det under 2002.

Internettillgången är generellt mycket hög i de olika branscherna. Transportsektorn ligger på en jämförelsevis låg nivå, med 91 procent av företagen som har en Internetuppkoppling.

Alla företag inom kommunikationssektorn och den finansiella sektorn har en Internetuppkoppling. Se *diagram 2* nedan samt *tabell 2* i tabellbilagan.

Diagram 2

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



Anslutningsalternativ till Internet

Företagen har i undersökningen även tillfrågats om vilka anslutningsalternativ de har till Internet. 48 procent av samtliga företag med tio anställda eller fler hade under år 2001 tillgång till modem och vanlig telefonlinje, 47 procent av företagen hade tillgång till en ISDN-anslutning, 44 procent av företagen hade en höghastighetsanslutning¹ och 10 procent hade en anslutning via mobiltelefonnätet². Observera att företagen har kunnat ange flera anslutningsalternativ till Internet.

Skillnaderna mellan branscher och storleksklasser är mycket stor. De mindre företagen tenderar att i större utsträckning ha tillgång till långsammare anslutningsalternativ medan de större företagen oftare har infört höghastighetsanslutningar. 51 procent av företagen med 10-19 anställda hade under år 2001 tillgång till modem och vanlig telefonlinje medan 34 procent infört höghastighetsanslutningar. Bland företag med 500 anställda eller fler hade 39 procent modem och vanlig telefonlinje medan hela 94 procent hade infört de snabbaste anslutningarna. Att så förhållandevis många företag med 500 anställda eller fler fortfarande har tillgång till modem och vanlig telefonlinje tyder på att många företag väljer att behålla sina traditionella modemuppkopplingar även sedan de infört snabbare anslutningsalternativ. Se *tabell 3* i tabellbilagan.

Genom att undersöka hur stor andel av företagen som endast har tillgång till modem och vanlig telefonlinje får vi en mer kontrasterad bild av situationen. 26 procent av företagen med 10-19 anställda hade enbart modem och vanlig telefonlinje som anslutningsalternativ till Internet under 2001, medan detta endast var fallet för cirka en procent av företagen med 100 eller fler anställda. Situationen skiljer sig även åt avsevärt mellan branscherna. Två procent av företagen inom den finansiella sektorn har endast tillgång till modem och vanlig telefonlinje samtidigt

¹ Med höghastighetsanslutning menas ADSL, SDSL eller liknande + annan fast anslutning med kapacitet under 2 Mb/sekund + annan fast anslutning med kapacitet på 2 Mb/sekund eller mer.

² Exempel på mobiltelefonnätanslutningar är GPRS och HSCSD.

som 35 procent av företagen inom byggsektorn har det. Skillnaden mellan branscherna i detta avseende kan delvis förklaras av att företagen inom byggsektorn vanligtvis är mindre än företagen inom den finansiella sektorn.

Företag med EDI

Electronic Data Interchange, EDI, är standardiserade elektroniska affärsdokument baserade på EDIFACT-standard, som gör att företag kan kommunicera direkt med varandra. Exempel på användningsområden för EDI är beställningar, fakturor, betalningsuppdrag till banken, prisuppgifter och varubeskrivningar. 17 procent av alla företag med tio anställda eller fler använde sig av EDI i något syfte under 2001. EDI förutsätter stora investeringar, relativt Internetlösningar, och används därför huvudsakligen av stora företag. Av företag med 500 anställda eller fler använde sig 57 procent av EDI medan endast tolv procent av företagen med 10-19 anställda gjorde det.

I en jämförelse mellan branscher sticker energisektorn ut. 49 procent av företagen i energisektorn använder sig av EDI. Byggsektorn är den sektor där lägst andel företag använder EDI, endast sex procent av byggföretagen använde sig av EDI under 2001. I *tabell 4* i tabellbilagan återfinns data över EDI-användningen uppdelat på storleksklass och bransch.

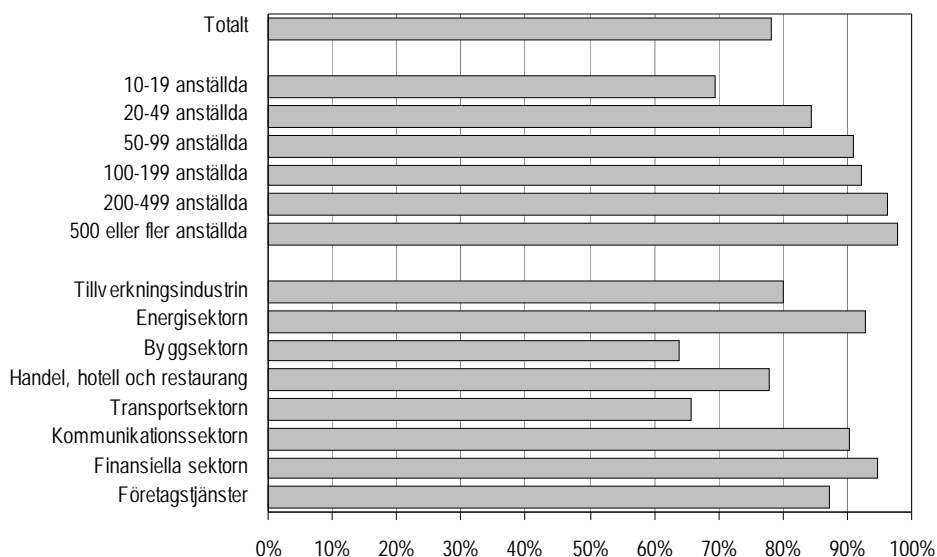
Företag med hemsida

Hemsidan är företagets fönster ut mot Internet. Ett enskilt företag kan antingen ha en egen hemsida eller, om företaget tillhör en koncern eller företagsgrupp, finnas representerat på dennas hemsida. I resultaten ingår både hemsidor på företagens egna servrar och hemsidor på webbhotell. 78 procent av alla företag med tio anställda eller fler hade en hemsida vid undersökningstillfället under våren 2002. Av företag med 10-19 anställda hade 69 procent en hemsida, medan hela 98 procent av företagen med 500 anställda eller fler hade det.

Det finns stora skillnader vad gäller förekomsten av hemsidor i de undersökta branscherna. Byggsektorn och transportsektorn är de branscher där lägst andel företag har tillgång till hemsidor, endast ca 65 procent av företagen i dessa branscher har en hemsida. Inom kommunikationssektorn, energisektorn samt den finansiella sektorn har däremot mellan 90 till 95 procent av företagen tillgång till en hemsida. Se *diagram 3* samt *tabell 5* i tabellbilagan.

Diagram 3

Andel företag som har en hemsida fördelat på bransch och storleksklass, år 2002, 10 anställda eller fler



Företag med intranät

Intranät är ett nätverk för distribution av information inom företaget. 41 procent av företagen har infört något sådant system år 2001 eller tidigare. Här är skillnaderna mycket stora mellan stora och små företag. 31 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 94 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 inom tjänstesektorn än inom industrin. Detta trots att intranät är vanligare bland stora företag och att tjänstesektorn består av en större andel små företag än industrin. Inom tjänstesektorn har 47 procent av företagen ett intranät, medan motsvarande andel för industrin är 35 procent. Inom tjänstesektorn är intranät vanligast hos de finansiella företagen. Se *tabell 6* i tabellbilagan.

En del företag som har ett intranät har även tillgång till ett extranät. Ett extranät är en del av företagets intranät som är tillgängligt endast för en avgränsad grupp av användare utanför företaget, via lösenord eller liknande tekniska lösningar. 17 procent av alla företag med tio anställda eller fler har infört ett extranät under 2001 eller tidigare. Ju större företagen är, desto vanligare är det att de har tillgång till ett extranät. Endast elva procent av företagen med 10-19 anställda har tillgång till ett extranät medan hela 57 procent av företagen med 500 anställda eller fler har ett extranät. Vid 2002 års utgång planerar 71 procent av dessa stora företag att ha infört ett extranät. Se *tabell 7* i tabellbilagan (planerna presenteras dock inte i tabellen).

Användning av Internet i företag

Det här avsnittet syftar till att belysa hur integrerad informationstekniken, framförallt Internet, är i affärsprocessen.

Några enkla och vanliga sätt att använda Internet på är generell informations-sökning samt informationssökning på leverantörers hemsida. Även vad gäller företagens egna hemsidor är det vanligast att använda dessa till enkla tillämpningar såsom marknadsföring.

Generella användningsområden

I *diagram 5* nedan illustreras hur företagen använder Internet till olika generella användningsområden.

Generell informationssökning är det som företag använder Internet till i störst utsträckning, vilket 90 procent av alla företag med tio anställda eller fler gjorde vid undersökningstillfället under våren 2002. Se *tabell 8* i tabellbilagan för en uppdelning efter storleksklass och bransch.

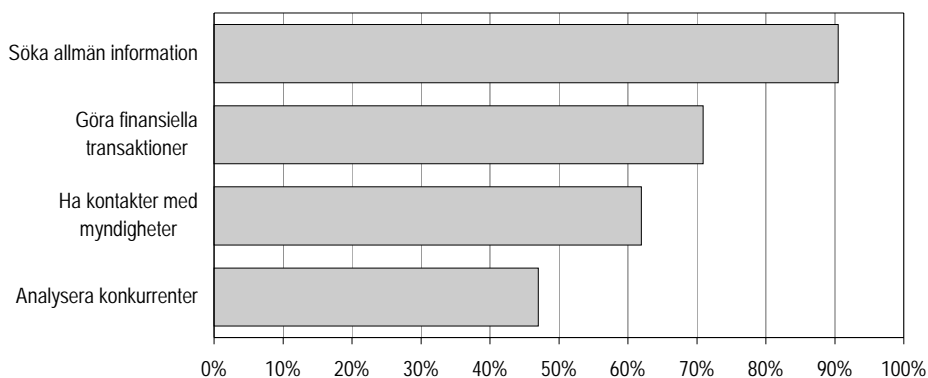
71 procent av företagen med tio anställda eller fler använder Internet för finansiella transaktioner i vid bemärkelse, begreppet inkluderar här t.ex. lönebesked och betalning av fakturor. De små företagen har infört finansiella transaktioner via Internet i högre grad än de stora. Bland företag med 10-19 anställda använder 72 procent detta, medan endast 42 procent av de största företagen gör det. Se *tabell 9* i tabellbilagan.

Över 60 procent av företagen använder sig av Internet för att ha kontakter med myndigheter. Företag inom den finansiella sektorn och inom energisektorn använder sig oftast av Internet för detta ändamål. De stora företagen tenderar i större utsträckning än de små att använda Internet för kontakter med myndigheter. Av frågan framgår det dock inte vilken typ av myndigheter som företagen har kontakt med. Se *tabell 10* i tabellbilagan för en uppdelning efter storleksklass och bransch.

Närmare hälften av företagen använder Internet för analys av konkurrenter. Bland de större företagen är det mycket utbrett, ungefär sju av tio företag med 200 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. En uppdelning efter storleksklass och bransch återfinns i *tabell 11* i tabellbilagan.

Diagram 5

Andel företag som använder Internet till olika generella användningsområden, år 2002, 10 anställda eller fler



Användning av Internet i företagets roll som kund

I *diagram 6* på nästa sida illustreras hur företag använder Internet i rollen som kund.

Efter generell informationssökning är sökande efter information på leverantörers hemsidor det näst vanligaste användningsområdet av Internet, vilket 80 procent av alla företag med tio anställda eller fler gör. Små företag tenderar att i mindre utsträckning använda sig av Internet för detta ändamål än större företag. Det finns skillnader även mellan branscherna. Inom transportsektorn använder sig 67 procent av företagen av Internet för att söka information på leverantörers hemsidor medan hela 96 procent av företagen inom energisektorn gör det. Se *tabell 12* i tabellbilagan.

Närmare 70 procent av företagen med tio anställda eller fler använder sig av Internet för att göra elektroniska betalningar. Det är vanligast bland företag med färre än 200 anställda att betala elektroniskt. Cirka 70 procent av företagen mellan 10 och 199 anställda gör elektroniska betalningar via Internet medan 59 procent av företagen mellan 200 till 499 anställda och 45 procent av företagen med 500 anställda eller fler gör det. Företag inom tjänstesektorn är de som i störst utsträckning använder sig av Internet för att göra elektroniska betalningar. Cirka 72 procent av företagen inom tjänstesektorn gör det jämfört med 51 procent inom energisektorn och cirka 65 procent inom tillverkningsindustrin och byggsektorn. Se *tabell 13* i tabellbilagan.

Ett annat vanligt användningsområde för Internet är att få service och support. Två av tre företag med tio anställda eller fler använder sig av Internet för detta ändamål. Ju större företagen är desto vanligare är det att de använder Internet för att få service och support. Se *tabell 14* i tabellbilagan.

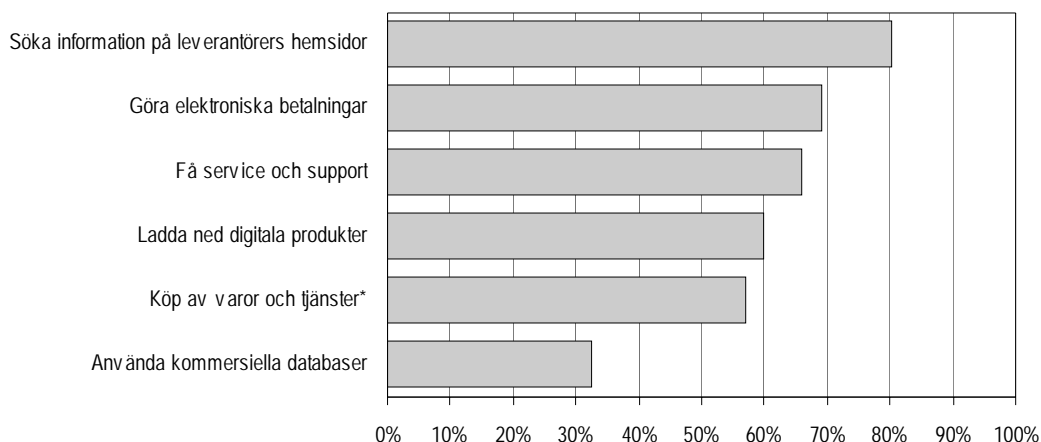
Många företag laddar också ner digitala produkter, t.ex. programvara, digitala böcker eller tidskrifter. Årets undersökning visar att 60 procent av alla företag med tio anställda eller fler gör det. De stora företagen gör det i större utsträckning än de små. Jämförs istället olika branscher är det vanligast att ladda ner digitala produkter i energisektorn, där 87 procent av företagen gör det. Även i kommunikationssektorn, den finansiella sektorn samt i sektorn för företagstjänster är detta vanligt. Inom transportsektorn är det däremot endast cirka 43 procent av företagen som laddar ner digitala produkter från Internet. Se *tabell 15* i tabellbilagan.

57 procent av alla företag med tio anställda eller fler köpte varor eller tjänster via Internet under år 2001. Det är vanligare bland de stora företagen att köpa varor och tjänster över Internet än bland de små. Det förekommer stora skillnader mellan branscherna. Inom transportsektorn och byggsektorn är det endast 43 respektive 45 procent av företagen som gjort inköp via Internet. Även inom handel, hotell och restaurang är det relativt ovanligt. Inom sektorn för företagstjänster och energisektorn gjorde 76 respektive 82 procent av företagen inköp via Internet under 2001. Även inom kommunikationssektorn och den finansiella sektorn är inköp via Internet relativt vanliga. Se *tabell 16* i tabellbilagan.

Utav de undersökta användningsområdena för företaget som kund var det minst vanligt att använda Internet till att använda kommersiella databaser. Med kommersiella databaser menas databaser som är avgiftsbelagda via abonnemang eller uttagsavgifter. Närmare en tredjedel av företagen med tio anställda eller fler använder kommersiella databaser på Internet. Större företag använder sig i större utsträckning av Internet för att söka information i kommersiella databaser än mindre företag. Särskilt två branscher sticker ut, i energisektorn och i den finansiella sektorn använder 57 respektive 64 procent av företagen Internet för att söka i kommersiella databaser. Se *tabell 17* i tabellbilagan.

Diagram 6

Andel företag som använder Internet till olika användningsområden i sin roll som kund, år 2002, 10 anställda eller fler



*: Avser år 2001

Tjänster som erbjuds via företagets hemsidor

I *diagram 7* på nästa sida illustreras hur vanligt det är för företag att använda sig av en hemsida till olika tillämpningsområden.

Företagens främsta syfte med att ha en hemsida är att marknadsföra sig. 76 procent av alla företag, med tio anställda eller fler, marknadsför sig med hjälp av en hemsida. Detta motsvarar nästan 97 procent av alla företag som har en hemsida.

32 procent av alla företag med tio anställda eller fler använder en hemsida för att ge kunder tillgång till databaser, t.ex. produktspecifikationer. Detta är mycket vanligare bland större företag än bland mindre. 28 procent av företagen med 10-19 anställda erbjuder kunder tillgång till databaser via en hemsida medan hela 61 procent av företagen med 500 eller fler anställda gör det. Byggsektorn och transportsektorn är de branscher där lägst andel företag erbjuder tillgång till databaser via en hemsida, medan detta är vanligast inom kommunikationssektorn och den finansiella sektorn. Se *tabell 19* i tabellbilagan.

Uppskattningsvis 29 procent av samtliga företag med tio eller fler anställda erbjuder information på främmande språk via en hemsida. Förekomsten av information på utländska språk via en hemsida varierar i stor grad med företagsstorleken. Endast lite drygt en femtedel av företagen med 10-19 anställda har sådan information medan sju av tio företag med 500 anställda eller fler informerar på främmande språk via en hemsida. Det finns även en stor skillnad mellan de olika branscherna. Endast fem procent av företagen inom byggsektorn skattas ha information på främmande språk via en hemsida medan 44 procent av företag inom företagstjänstesektorn erbjuder motsvarande information. Se *tabell 20* i tabellbilagan.

28 procent av företagen annonserar efter personal via en hemsida. Annonsering efter personal via en hemsida är, även den, betydligt vanligare i större företag än bland mindre. 20 procent av samtliga företag med 10-19 anställda annonserar efter personal via en hemsida medan 76 procent av företagen med 500 anställda eller fler uppskattas göra det. Det är vanligare för företag inom tjänstesektorn att annonsera efter personal via en hemsida än vad det är för företag inom tillverkningsindustrin. Se *tabell 21* i tabellbilagan.

En fjärdedel av företagen erbjuder service och support via en hemsida. En lika stor andel företag säger sig ta emot order via en hemsida. Det är vanligare att företag inom tjänstesektorn har möjlighet till ordermottagning via hemsidan än företag inom industrin. Finansiella sektorn är den enskilda sektor där störst andel företag,

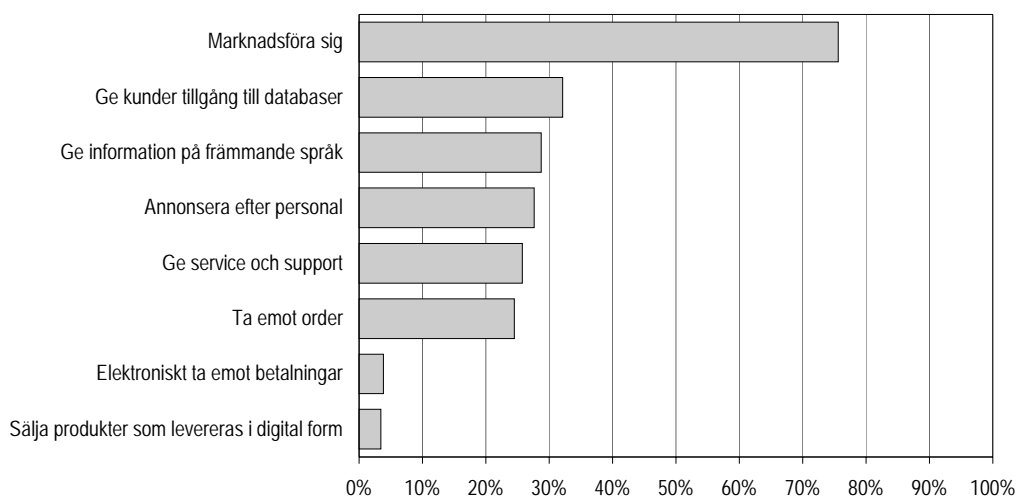
50 procent, erbjuder denna möjlighet. Även kommunikationssektorn erbjuder i stor utsträckning ordermottagning via hemsida. Inom byggsektorn erbjuder endast 13 procent av företagen detta. Se *tabell 22* och *tabell 23* i tabellbilagan.

Endast fyra procent av företagen erbjuder möjligheten att ta emot elektroniska betalningar för varor eller tjänster via en hemsida. Det är främst de stora företagen som erbjuder den möjligheten, men andelen överstiger inte tolv procent ens för företag med 500 anställda eller fler. Kommunikationssektorn och den finansiella sektorn är de branscher där elektroniska betalningar är vanligast. Se *tabell 24* i tabellbilagan.

Inte heller försäljning av digitala produkter såsom programvara, digitala böcker eller tidskrifter är särskilt vanligt via Internet. Detta erbjuds endast av uppskattningsvis tre procent av företagen. Se *tabell 25* i tabellbilagan.

Diagram 7

Andel av alla företag som erbjuder olika tjänster via sin hemsida, år 2002, 10 anställda eller fler



Hinder för användning av informationsteknik och Internet

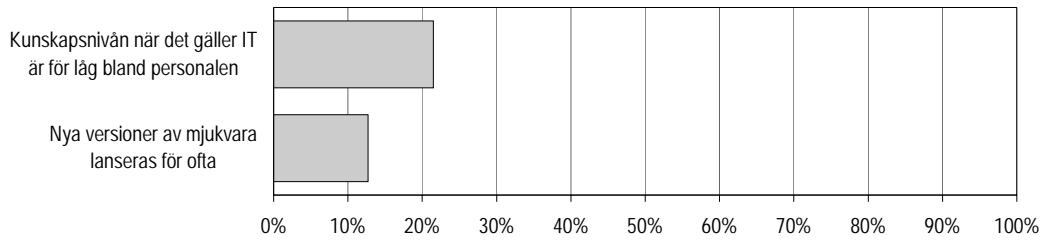
Två olika hinder för generell användning av informationsteknik har undersökts. Se *diagram 8*.

Det ena hindret avser huruvida personalens kunskapsnivå när det gäller IT är för låg. 21 procent av samtliga företag med tio anställda eller fler ser detta som ett hinder av stor betydelse. Det föreligger inga statistiskt säkerställda skillnader mellan branscherna och storleksklasserna i detta hänseende.

Det andra hindret gäller om nya versioner av mjukvara lanseras för ofta. 13 procent av samtliga företag ser detta som ett hinder av stor betydelse. Det finns inte några större skillnader i synen på detta hinder mellan storleksklasserna och branscherna. Transportsektorn är den enda bransch där skillnaden är statistiskt säkerställd. Inom denna sektor anser nio procent av företagen att detta hinder har stor betydelse.

Diagram 8

Andel företag som upplever att respektive hinder är av stor betydelse för företagets användning av IT, år 2002, 10 anställda eller fler



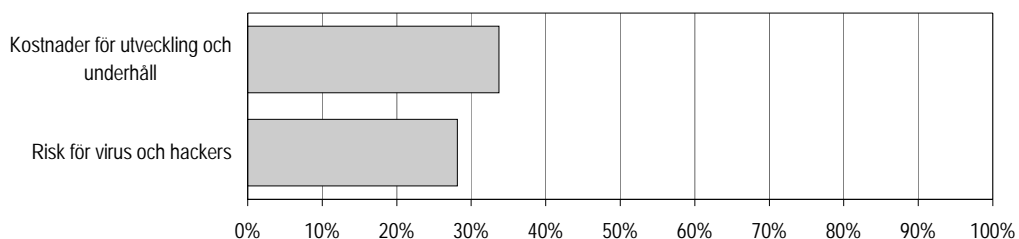
Även när det gäller hinder för företagens generella Internetanvändning har två hinder undersökts. Användningen av Internet tycks vara något mer problematisk än användning av IT i allmänhet, i alla fall utifrån de hinder som undersökts. Se *diagram 9*.

Cirka 34 procent av de tillfrågade företagen anser att kostnader för att utveckla och underhålla Internetbaserade system och tjänster utgör ett hinder av stor betydelse. Det finns inget tydligt mönster mellan branscher och storleksklasser när det gäller detta hinder.

28 procent av alla företag med tio anställda eller fler ser risken för virus eller att "hackers" får tillgång till hemlig företagsinformation som ett hinder av stor betydelse för företagets generella Internetanvändning. De större företagen upplever i större utsträckning att detta hinder har stor betydelse, vilket inte är särskilt förvånande då dessa förmodligen är mest utsatta för sådana problem. 37 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 26 procent. Företagen inom den finansiella sektorn upplever i störst utsträckning att detta hinder är av stor betydelse, hela 46 procent av företagen inom sektorn gör denna bedömning.

Diagram 9

Andel företag som upplever att respektive hinder är av stor betydelse för företagets användning av Internet, år 2002, 10 anställda eller fler



E-handel

Begreppet e-handel innefattar både försäljning av varor och tjänster via Internet och via EDI. Försäljning via Internet är ännu en relativt ovanlig företeelse. Försäljning med hjälp av EDI är ännu så länge en ekonomiskt sett mycket viktigare form av elektronisk handel.

Försäljning via Internet

Som tidigare nämnts erbjuder 25 procent av företagen med tio anställda eller fler ordermottagning via sin hemsida. Det var däremot endast cirka tolv procent av företagen som faktiskt sålde något via Internet under år 2001. Som Internethandel räknas handel som sker genom att varan eller tjänsten beställs via ett formulär på en webbsida eller via så kallad browser-EDI. Beställningar mottagna via e-post inkluderas inte.

Bland de stora företagen är det en större andel än bland de små som har någon försäljning över Internet. Elva procent av företagen med 10-19 anställda har sålt varor eller tjänster via Internet under år 2001, medan 31 procent av företagen med 500 anställda eller fler gjort det. Kommunikationssektorn och den finansiella sektorn är de branscher där störst andel företag angett att de haft någon försäljning via Internet. Inom dessa branscher har 30 respektive 33 procent av företagen sålt varor eller tjänster via Internet. Se *tabell 26* i tabellbilagan.

Internetförsäljningen i ett urval av branscher

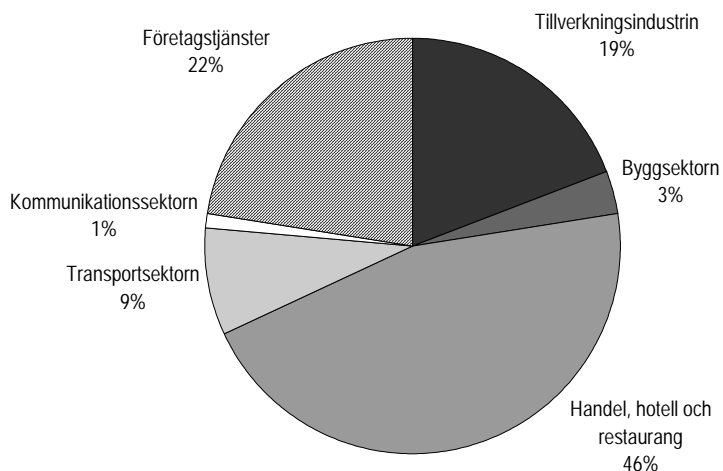
I detta avsnitt inkluderas inte energisektorn och den finansiella sektorn eftersom osäkerheten i skattningarna för dessa sektorer är alltför stor. Vi bortser även från de företag vars Internetförsäljning understiger en procent av omsättningen eftersom dessa företag endast i mycket begränsad utsträckning har någon Internetförsäljning.

Det största antalet företag som har någon försäljning via Internet återfinns inom handels-, hotell- och restaurangbranschen. Där återfinns uppskattningsvis 46 procent av alla företag med försäljning via Internet. Handeln, inklusive hotell- och restaurangbranschen, står också för en mycket stor del av värdet av Internetförsäljningen, hela 39 procent.

Trots att endast en procent av företagen med Internetförsäljning hör hemma i transportsektorn svarar dessa för nio procent av det totala värdet av Internetförsäljningen. Företagstjänstesektorn däremot står för cirka 22 procent av företagen med Internetförsäljning, men bara för tio procent av värdet. Se *diagram 10* och *diagram 11*.

Diagram 10

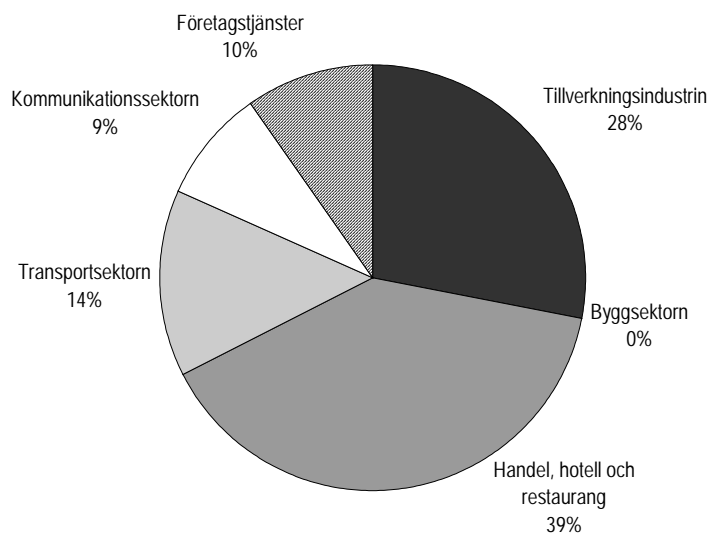
Företag som har Internetförsäljning, fördelat på sektor i procent, år 2001, 10 anställda eller fler*



* Osäkerheten i dessa skattningar är stor. Diagrammet syftar endast till att ge grov en bild av fördelningen. Energisektorn och den finansiella sektorn är inte inkluderade.

Diagram 11

Värdet av Internetförsäljningen hos företag fördelat på sektor i procent, år 2001, 10 anställda eller fler*

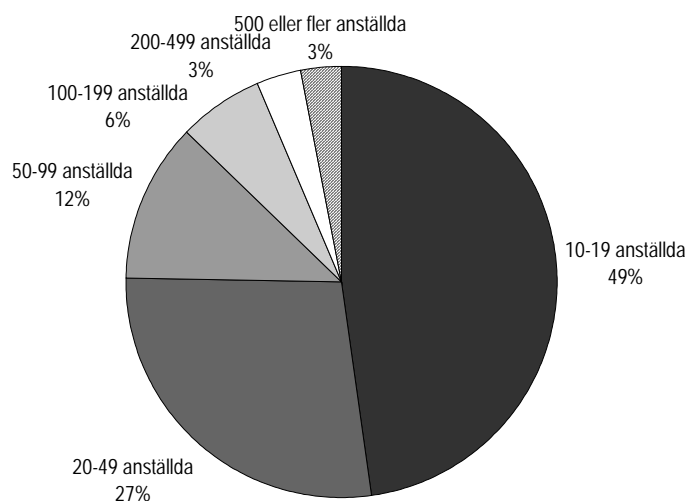


* Osäkerheten i dessa skattningar är stor. Diagrammet syftar endast till att ge grov en bild av fördelningen. Energisektorn och den finansiella sektorn är inte inkluderade.

Närmare hälften av de företag som har någon Internetförsäljning återfinns i undersökningens minsta storleksklass, den med 10-19 anställda. Dessa företag står dock endast för en liten del, sex procent, av det totala försäljningsvärdet. Företagen med 500 anställda eller fler som har Internetförsäljning är få, men de svarar för 41 procent av Internetförsäljningens värde. Se *diagram 12* samt *diagram 13*.

Diagram 12

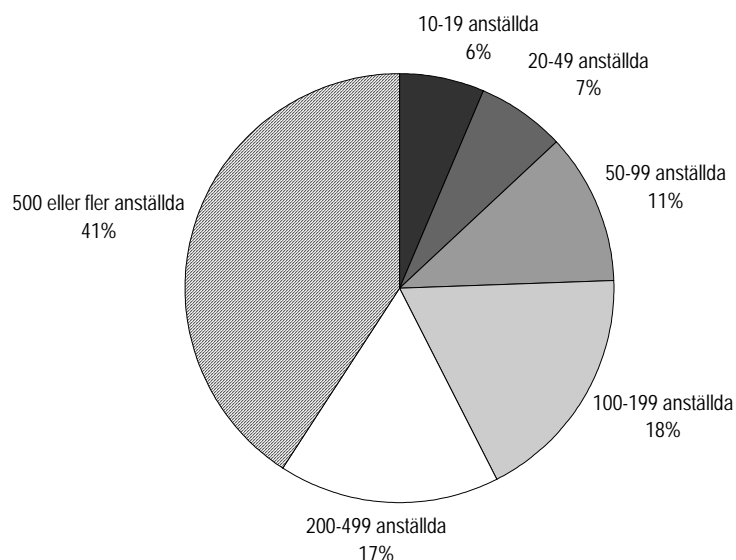
Företag som har Internetförsäljning, fördelat på storleksklass i procent, år 2001, 10 anställda eller fler*



* Osäkerheten i dessa skattningar är stor. Diagrammet syftar endast till att ge grov en bild av fördelningen. Energisektorn och den finansiella sektorn är inte inkluderade.

Diagram 13

Värdet av Internetförsäljningen hos företag fördelat på storleksklass i procent, år 2001, 10 anställda eller fler*

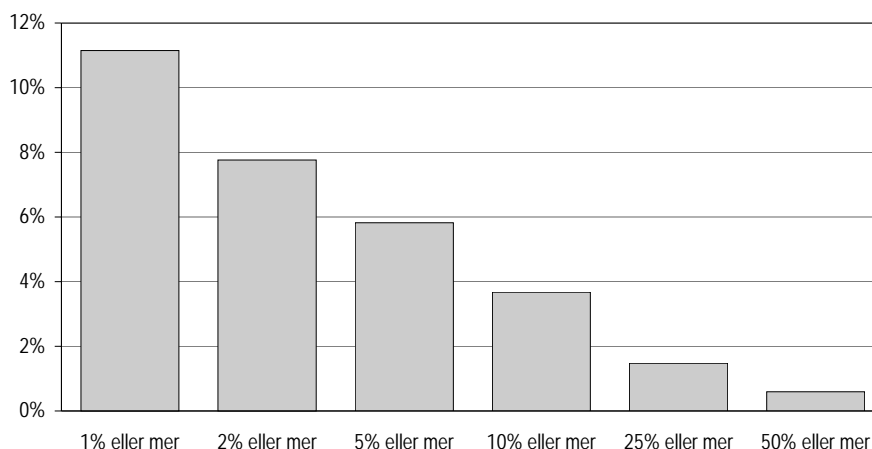


* Osäkerheten i dessa skattningar är stor. Diagrammet syftar endast till att ge grov en bild av fördelningen. Energisektorn och den finansiella sektorn är inte inkluderade.

Företagen som har Internetförsäljning har det ofta i en relativt begränsad utsträckning. Elva procent av företagen med tio anställda eller fler uppskattas sälja varor eller tjänster via Internet för ett värde som överstiger en procent av dess omsättning medan knappt fyra procent av företagen har en försäljning via Internet som överstiger tio procent av omsättningen. Se *diagram 14*.

Diagram 14

Andel företag som har omsättning från försäljning via Internet, fördelat efter Internetförsäljningens andel av omsättningen, år 2001, 10 anställda eller fler*



* Osäkerheten i dessa skattningar är stor. Diagrammet syftar endast till att ge grov en bild av fördelningen. Energisektorn och den finansiella sektorn är inte inkluderade.

Ungefär två procent av den totala omsättningen i de undersökta sektorerna kommer från försäljning via Internet. Det motsvarar ett värde på ca 70 miljarder kronor. På grund av osäkerhet i datamaterialet är det svårt att uttala sig om skillnader mellan branscher och storleksklasser.

Internetförsäljning B2B och B2C

Huvuddelen av försäljningen via Internet sker mellan företag. 78 procent, eller ca 55 miljarder, av den uppmätta totala Internetförsäljningen är transaktioner mellan företag, eller så kallad Business to Business (B2B) handel. Endast 22 procent av handeln, ca 15 miljarder, går till konsumenter (B2C). I industrin går ungefär 97 procent av försäljningen till andra företag, medan ca 72 procent av tjänstesektorns Internetförsäljning gör det.

Internetförsäljning till Sverige respektive utlandet

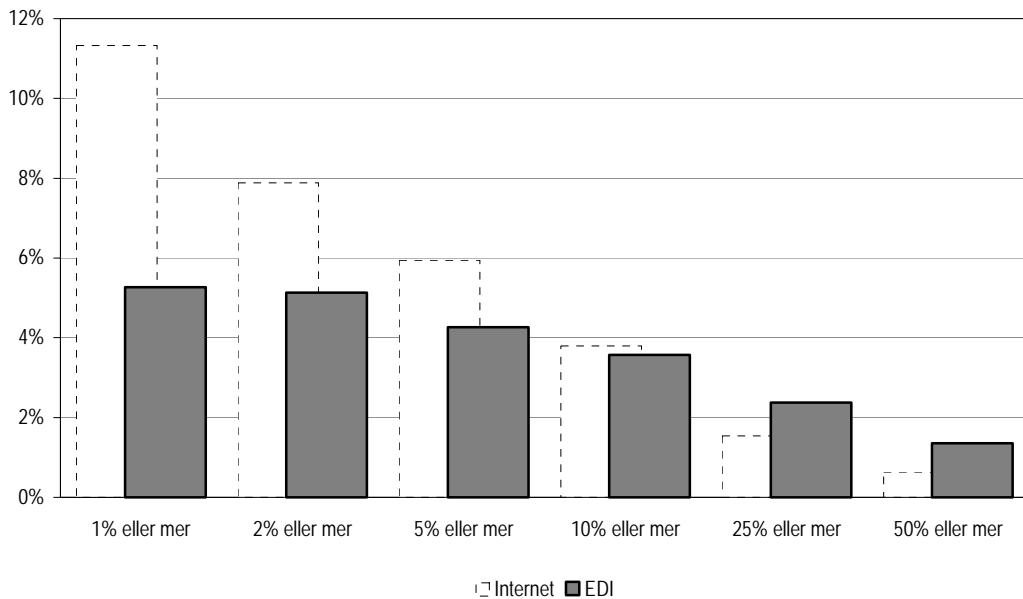
Företagen med Internetförsäljning har uppgivit att 78 procent av försäljningen sker till kunder i Sverige, tolv procent till övriga EU och tio procent till resten av världen.

Försäljning via EDI

I begreppet e-handel kan även försäljning via EDI ingå. Som EDI-försäljning räknas försäljning baserad på EDIFACT-standard. Lite drygt fem procent av företagen med tio anställda eller fler har åtminstone en procent av omsättningen som kommer från 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 67 procent mer än tio procent av sin omsättning via EDI-försäljning. Se *diagram 15* där även staplar över Internetförsäljningen ingår i syfte att underlätta en jämförelse mellan EDI-handel och Internethandel.

Diagram 15

Andel företag som har omsättning från försäljning via EDI respektive Internet, fördelat efter försäljningens andel av omsättningen, år 2001, 10 anställda eller fler*

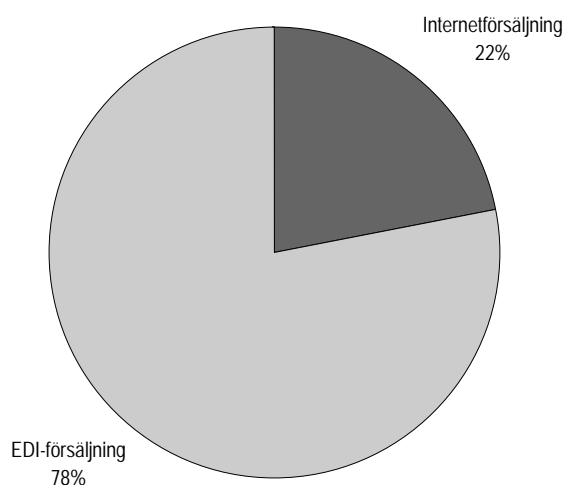


* Osäkerheten i dessa skattningar är stor. Diagrammet syftar endast till att ge grov en bild av fördelningen. Energisektorn och den finansiella sektorn är inte inkluderade.

Cirka sex procent av omsättningen i alla företag med tio anställda eller fler kommer från försäljning via EDI. Det motsvarar ungefär 250 miljarder kronor. Trots att det är färre företag som har försäljning via EDI än via Internet står den alltså för 3,5 gånger mer av värdet av e-handeln i Sverige än Internetförsäljningen. Se *diagram 16* där fördelningen av e-handeln mellan Internetförsäljning och EDI-försäljning presenteras.

Diagram 16

Värdet av e-handel hos företag fördelat på försäljning via Internet och EDI i procent, år 2001, 10 anställda eller fler*



* Osäkerheten i dessa skattningar är stor. Diagrammet syftar endast till att ge grov en bild av fördelningen. Energisektorn och den finansiella sektorn är inte inkluderade.

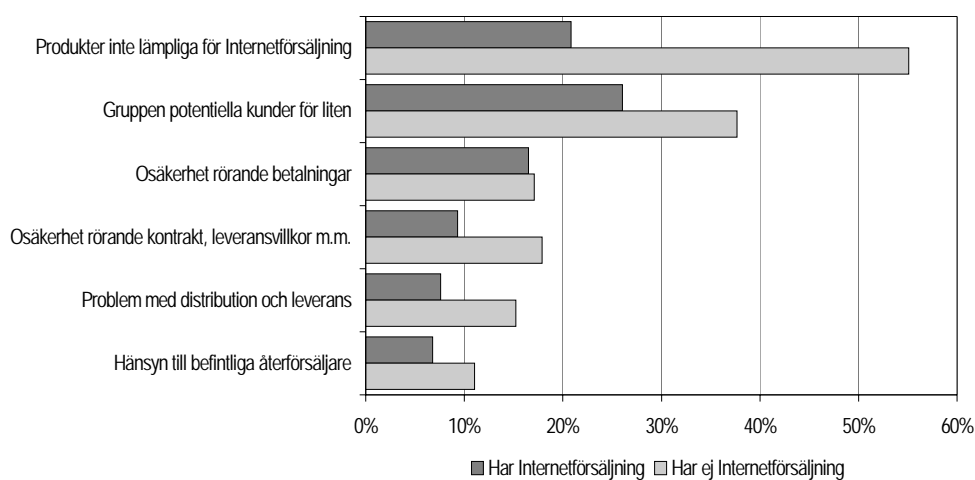
Hinder för försäljning via Internet

Företagen har tillfrågats om de hinder som de upplever för försäljning av sina varor och tjänster via Internet. Det hinder som tillmäts störst betydelse för de företag som inte har någon handel via Internet är att produkterna inte är lämpliga för Internetförsäljning. Hela 55 procent av företagen utan Internetförsäljning har angett att detta hinder är av stor betydelse jämfört med 21 procent av företagen som har Internetförsäljning. Ett annat hinder som tillmäts stor betydelse är att gruppen potentiella kunder är för liten. 38 procent av företagen utan Internetförsäljning och 26 procent av de med Internethandel anger att detta hinder är av stor betydelse.

Generellt sett upplever de företag som inte har någon försäljning av varor och tjänster via Internet att de olika hindrena är av stor betydelse än vad övriga företag gör. Se *diagram 17*.

Diagram 17

Andel företag som upplever att respektive hinder är av stor betydelse för försäljning via Internet för företaget, år 2002, 10 anställda eller fler



Tabeller

Tabell 1 Andel företag som använder datorer efter storleksklass och bransch, år 2002, 10 anställda eller fler	22
Tabell 2 Andel företag som har tillgång till Internet efter storleksklass och bransch, år 2001, 10 anställda eller fler	22
Tabell 3 Andel företag som använder olika anslutningsalternativ till Internet efter storleksklass och bransch, år 2001, 10 anställda eller fler	23
Tabell 4 Andel företag som använder sig av EDI efter storleksklass och bransch, år 2001, 10 anställda eller fler	24
Tabell 5 Andel företag som har en hemsida efter storleksklass och bransch, år 2002, 10 anställda eller fler	24
Tabell 6 Andel företag som har infört ett intranät efter storleksklass och bransch, år 2001, 10 anställda eller fler	25
Tabell 7 Andel företag som har infört ett extranät efter storleksklass och bransch, år 2001, 10 anställda eller fler	25
Tabell 8 Andel företag som använder Internet för att söka allmän information, år 2002, 10 anställda eller fler	26
Tabell 9 Andel företag som använder Internet för att göra finansiella transaktioner, år 2002, 10 anställda eller fler	26
Tabell 10 Andel företag som använder Internet för att ha kontakter med myndigheter, år 2002, 10 anställda eller fler	27
Tabell 11 Andel företag som använder Internet för att analysera konkurrenter, år 2002, 10 anställda eller fler	27
Tabell 12 Andel företag som använder Internet för att söka information på leverantörers hemsida, år 2002, 10 anställda eller fler	28
Tabell 13 Andel företag som använder Internet för att göra elektroniska betalningar, år 2002, 10 anställda eller fler	28
Tabell 14 Andel företag som använder Internet för att få service och support, år 2002, 10 anställda eller fler	29
Tabell 15 Andel företag som använder Internet för att ladda ned digitala produkter, år 2002, 10 anställda eller fler	29
Tabell 16 Andel företag som köpt varor eller tjänster via Internet under år 2001, 10 anställda eller fler	30
Tabell 17 Andel företag som använder kommersiella databaser på Internet, år 2002, 10 anställda eller fler	30

Tabell 18 Andel företag som använder en hemsida för att marknadsföra sig, år 2002, 10 anställda eller fler	31
Tabell 19 Andel företag som använder en hemsida för att ge kunder tillgång till databaser, år 2002, 10 anställda eller fler	31
Tabell 20 Andel företag som använder en hemsida för att ge information på främmande språk, år 2002, 10 anställda eller fler	32
Tabell 21 Andel företag som använder en hemsida för att annonsera efter personal, år 2002, 10 anställda eller fler	32
Tabell 22 Andel företag som använder en hemsida för att ge service och support, år 2002, 10 anställda eller fler	33
Tabell 23 Andel företag, som tar emot order via en hemsida, år 2002, 10 anställda eller fler	33
Tabell 24 Andel företag som använder en hemsida för att elektroniskt ta emot betalningar för varor eller tjänster, år 2002, 10 anställda eller fler	34
Tabell 25 Andel företag som använder en hemsida för att sälja produkter som levereras i digital form via Internet, år 2002, 10 anställda eller fler	34
Tabell 26 Andel företag som sålt varor eller tjänster via Internet under år 2001, 10 anställda eller fler	35

Tabell 1
Andel företag som använder datorer efter storleksklass och bransch, år 2002, 10 anställda eller fler

	2002	kl*
Totalt	98 % ±	1 %
Storleksklasser		
10-19 anställda	97 % ±	1 %
20-49 anställda	99 % ±	1 %
50-99 anställda	100 % ±	0 %
100-199 anställda	100 % ±	0 %
200-499 anställda	100 % ±	0 %
500 eller fler anställda	100 % ±	0 %
Branscher		
Tillverkningsindustrin	99 % ±	1 %
Energisektorn	100 % ±	0 %
Byggsektorn	97 % ±	3 %
Tjänstesektorn (totalt)	98 % ±	1 %
Handel, hotell och restaurang	98 % ±	1 %
Transportsektorn	95 % ±	2 %
Kommunikationssektorn	100 % ±	0 %
Finansiella sektorn	100 % ±	0 %
Företagstjänster	100 % ±	0 %

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

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

	2001	kl*
Totalt	95 % ±	1 %
Storleksklasser		
10-19 anställda	92 % ±	2 %
20-49 anställda	97 % ±	2 %
50-99 anställda	99 % ±	1 %
100-199 anställda	99 % ±	2 %
200-499 anställda	100 % ±	0 %
500 eller fler anställda	100 % ±	0 %
Branscher		
Tillverkningsindustrin	96 % ±	2 %
Energisektorn	99 % ±	1 %
Byggsektorn	93 % ±	4 %
Tjänstesektorn (totalt)	94 % ±	2 %
Handel, hotell och restaurang	93 % ±	3 %
Transportsektorn	91 % ±	3 %
Kommunikationssektorn	100 % ±	0 %
Finansiella sektorn	100 % ±	0 %
Företagstjänster	97 % ±	2 %

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

Tabell 3
Andel företag som använder olika anslutningsalternativ till Internet efter storleksklass och bransch, år 2001, 10 anställda eller fler

	Modem och vanlig telefonlinje		Mobiltelefonnätet	
	2001	kl*	2001	kl*
Totalt	48 % ±	3 %	10 % ±	2 %
Storleksklasser				
10-19 anställda	51 % ±	4 %	9 % ±	2 %
20-49 anställda	49 % ±	5 %	11 % ±	3 %
50-99 anställda	41 % ±	8 %	11 % ±	6 %
100-199 anställda	.. ±	..	13 % ±	8 %
200-499 anställda	36 % ±	2 %	18 % ±	2 %
500 eller fler anställda	39 % ±	3 %	23 % ±	3 %
Branscher				
Tillverkningsindustrin	48 % ±	4 %	8 % ±	2 %
Energisektorn	28 % ±	6 %	7 % ±	3 %
Byggsektorn	61 % ±	7 %	6 % ±	3 %
Tjänstesektorn (totalt)	46 % ±	4 %	12 % ±	3 %
Handel, hotell och restaurang	51 % ±	6 %	11 % ±	4 %
Transportsektorn	54 % ±	6 %	8 % ±	3 %
Kommunikationssektorn	48 % ±	10 %	25 % ±	9 %
Finansiella sektorn	28 % ±	5 %	11 % ±	3 %
Företagstjänster	39 % ±	6 %	15 % ±	4 %
	ISDN		Höghastighetsanslutningar	
	2001	kl*	2001	kl*
Totalt	47 % ±	3 %	44 % ±	2 %
Storleksklasser				
10-19 anställda	41 % ±	4 %	34 % ±	3 %
20-49 anställda	55 % ±	5 %	44 % ±	5 %
50-99 anställda	55 % ±	8 %	59 % ±	8 %
100-199 anställda	.. ± ±	..
200-499 anställda	39 % ±	2 %	90 % ±	1 %
500 eller fler anställda	45 % ±	3 %	94 % ±	1 %
Branscher				
Tillverkningsindustrin	48 % ±	4 %	38 % ±	3 %
Energisektorn	32 % ±	7 %	91 % ±	4 %
Byggsektorn	43 % ±	7 %	22 % ±	6 %
Tjänstesektorn (totalt)	48 % ±	4 %	49 % ±	4 %
Handel, hotell och restaurang	53 % ±	6 %	38 % ±	6 %
Transportsektorn	36 % ±	5 %	31 % ±	4 %
Kommunikationssektorn	40 % ±	9 %	88 % ±	7 %
Finansiella sektorn	30 % ±	5 %	88 % ±	4 %
Företagstjänster	45 % ±	6 %	72 % ±	6 %

..= Skattningarna är alltför osäkra för att redovisas

*kl = Konfidenslängd med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

Tabell 4
Andel företag som använder sig av EDI efter storleksklass
och bransch, år 2001, 10 anställda eller fler

	2001	kl*
Totalt	17 % ±	2 %
Storleksklasser		
10-19 anställda	12 % ±	3 %
20-49 anställda	18 % ±	4 %
50-99 anställda	18 % ±	6 %
100-199 anställda	.. ±	..
200-499 anställda	41 % ±	2 %
500 eller fler anställda	57 % ±	3 %
Branscher		
Tillverkningsindustrin	21 % ±	3 %
Energisektorn	49 % ±	7 %
Byggsektorn	6 % ±	3 %
Tjänstesektorn (totalt)	16 % ±	3 %
Handel, hotell och restaurang	20 % ±	5 %
Transportsektorn	13 % ±	3 %
Kommunikationssektorn	18 % ±	7 %
Finansiella sektorn	16 % ±	4 %
Företagstjänster	11 % ±	4 %

.. = Skattningarna är alltför osäkra för att redovisas

*kl = Konfidenslängd, med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

Tabell 5
Andel företag som har en hemsida efter storleksklass och
bransch, år 2002, 10 anställda eller fler

	2002	kl*
Totalt	78 % ±	2 %
Storleksklasser		
10-19 anställda	69 % ±	3 %
20-49 anställda	84 % ±	3 %
50-99 anställda	91 % ±	5 %
100-199 anställda	92 % ±	5 %
200-499 anställda	96 % ±	1 %
500 eller fler anställda	98 % ±	1 %
Branscher		
Tillverkningsindustrin	80 % ±	3 %
Energisektorn	93 % ±	3 %
Byggsektorn	64 % ±	7 %
Tjänstesektorn (totalt)	80 % ±	3 %
Handel, hotell och restaurang	78 % ±	5 %
Transportsektorn	66 % ±	5 %
Kommunikationssektorn	90 % ±	5 %
Finansiella sektorn	95 % ±	3 %
Företagstjänster	87 % ±	4 %

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

Tabell 6
Andel företag som har infört ett intranät efter storleksklass
och bransch, år 2001, 10 anställda eller fler

	2001	kl*
Totalt	41 % ±	2 %
Storleksklasser		
10-19 anställda	31 % ±	4 %
20-49 anställda	43 % ±	5 %
50-99 anställda	64 % ±	7 %
100-199 anställda	.. ±	..
200-499 anställda	77 % ±	2 %
500 eller fler anställda	89 % ±	2 %
Branscher		
Tillverkningsindustrin	35 % ±	3 %
Energisektorn	76 % ±	6 %
Byggsektorn	21 % ±	6 %
Tjänstesektorn (totalt)	47 % ±	4 %
Handel, hotell och restaurang	42 % ±	6 %
Transportsektorn	25 % ±	4 %
Kommunikationssektorn	66 % ±	9 %
Finansiella sektorn	77 % ±	5 %
Företagstjänster	62 % ±	6 %

.. = Skattningarna är alltför osäkra för att redovisas

*kl = Konfidenslängd, med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

Tabell 7
Andel företag som har infört ett extranät efter storleksklass
och bransch, år 2001, 10 anställda eller fler

	2001	kl*
Totalt	17 % ±	2 %
Storleksklasser		
10-19 anställda	11 % ±	2 %
20-49 anställda	17 % ±	4 %
50-99 anställda	26 % ±	7 %
100-199 anställda	.. ±	..
200-499 anställda	43 % ±	2 %
500 eller fler anställda	57 % ±	3 %
Branscher		
Tillverkningsindustrin	12 % ±	2 %
Energisektorn	26 % ±	6 %
Byggsektorn	4 % ±	3 %
Tjänstesektorn (totalt)	21 % ±	3 %
Handel, hotell och restaurang	15 % ±	4 %
Transportsektorn	10 % ±	3 %
Kommunikationssektorn	50 % ±	10 %
Finansiella sektorn	34 % ±	6 %
Företagstjänster	33 % ±	5 %

.. = Skattningarna är alltför osäkra för att redovisas

*kl = Konfidenslängd, med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

Tabell 8

Andel företag som använder Internet för att söka allmän information, år 2002, 10 anställda eller fler

	2002	kl*
Totalt	90 % ±	2 %
Storleksklasser		
10-19 anställda	86 % ±	3 %
20-49 anställda	94 % ±	2 %
50-99 anställda	98 % ±	2 %
100-199 anställda	95 % ±	7 %
200-499 anställda	99 % ±	0 %
500 eller fler anställda	99 % ±	1 %
Branscher		
Tillverkningsindustrin	92 % ±	2 %
Energisektorn	98 % ±	2 %
Byggsektorn	89 % ±	5 %
Tjänstesektorn (totalt)	90 % ±	2 %
Handel, hotell och restaurang	87 % ±	4 %
Transportsektorn	84 % ±	4 %
Kommunikationssektorn	93 % ±	6 %
Finansiella sektorn	98 % ±	2 %
Företagstjänster	96 % ±	2 %

*kl = Konfidenslängd med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

Tabell 9

Andel företag som använder Internet för att göra finansiella transaktioner, år 2002, 10 anställda eller fler

	2002	kl*
Totalt	71 % ±	2 %
Storleksklasser		
10-19 anställda	72 % ±	3 %
20-49 anställda	73 % ±	4 %
50-99 anställda	72 % ±	7 %
100-199 anställda	.. ±	..
200-499 anställda	57 % ±	2 %
500 eller fler anställda	42 % ±	3 %
Branscher		
Tillverkningsindustrin	66 % ±	3 %
Energisektorn	45 % ±	7 %
Byggsektorn	72 % ±	7 %
Tjänstesektorn (totalt)	73 % ±	3 %
Handel, hotell och restaurang	70 % ±	6 %
Transportsektorn	72 % ±	5 %
Kommunikationssektorn	68 % ±	8 %
Finansiella sektorn	65 % ±	6 %
Företagstjänster	79 % ±	5 %

..= Skattningarna är alltför osäkra för att redovisas

*kl = Konfidenslängd med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

Tabell 10

Andel företag som använder Internet för att ha kontakter med myndigheter, år 2002, 10 anställda eller fler

	2002	kl*
Totalt	62 % ±	3 %
Storleksklasser		
10-19 anställda	56 % ±	4 %
20-49 anställda	65 % ±	5 %
50-99 anställda	69 % ±	8 %
100-199 anställda	87 % ±	8 %
200-499 anställda	82 % ±	2 %
500 eller fler anställda	75 % ±	3 %
Branscher		
Tillverkningsindustrin	63 % ±	4 %
Energisektorn	89 % ±	4 %
Byggsektorn	58 % ±	7 %
Tjänstesektorn (totalt)	62 % ±	4 %
Handel, hotell och restaurang	56 % ±	6 %
Transportsektorn	56 % ±	6 %
Kommunikationssektorn	71 % ±	9 %
Finansiella sektorn	84 % ±	4 %
Företagstjänster	72 % ±	5 %

*kl = Konfidenslängd med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

Tabell 11

Andel företag som använder Internet för att analysera konkurrenter, år 2002, 10 anställda eller fler

	2002	kl*
Totalt	47 % ±	3 %
Storleksklasser		
10-19 anställda	41 % ±	4 %
20-49 anställda	50 % ±	5 %
50-99 anställda	56 % ±	8 %
100-199 anställda	.. ±	..
200-499 anställda	72 % ±	2 %
500 eller fler anställda	69 % ±	3 %
Branscher		
Tillverkningsindustrin	49 % ±	4 %
Energisektorn	51 % ±	7 %
Byggsektorn	28 % ±	6 %
Tjänstesektorn (totalt)	50 % ±	4 %
Handel, hotell och restaurang	46 % ±	6 %
Transportsektorn	30 % ±	5 %
Kommunikationssektorn	66 % ±	9 %
Finansiella sektorn	71 % ±	5 %
Företagstjänster	62 % ±	6 %

..= Skattningarna är alltför osäkra för att redovisas

*kl = Konfidenslängd med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

Tabell 12

Andel företag som använder Internet för att söka information på leverantörers hemsida, år 2002, 10 anställda eller fler

	2002	kl*
Totalt	80 % ±	2 %
Storleksklasser		
10-19 anställda	74 % ±	3 %
20-49 anställda	84 % ±	4 %
50-99 anställda	90 % ±	5 %
100-199 anställda	90 % ±	9 %
200-499 anställda	97 % ±	1 %
500 eller fler anställda	97 % ±	1 %
Branscher		
Tillverkningsindustrin	83 % ±	3 %
Energisektorn	96 % ±	3 %
Byggsektorn	78 % ±	6 %
Tjänstesektorn (totalt)	79 % ±	3 %
Handel, hotell och restaurang	75 % ±	5 %
Transportsektorn	67 % ±	5 %
Kommunikationssektorn	94 % ±	5 %
Finansiella sektorn	89 % ±	4 %
Företagstjänster	89 % ±	4 %

*kl = Konfidenslängd med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

Tabell 13

Andel företag som använder Internet för att göra elektroniska betalningar, år 2002, 10 anställda eller fler

	2002	kl*
Totalt	69 % ±	2 %
Storleksklasser		
10-19 anställda	69 % ±	4 %
20-49 anställda	69 % ±	4 %
50-99 anställda	74 % ±	6 %
100-199 anställda	70 % ±	9 %
200-499 anställda	59 % ±	2 %
500 eller fler anställda	45 % ±	3 %
Branscher		
Tillverkningsindustrin	65 % ±	4 %
Energisektorn	51 % ±	7 %
Byggsektorn	66 % ±	7 %
Tjänstesektorn (totalt)	72 % ±	3 %
Handel, hotell och restaurang	69 % ±	6 %
Transportsektorn	68 % ±	5 %
Kommunikationssektorn	67 % ±	9 %
Finansiella sektorn	64 % ±	6 %
Företagstjänster	77 % ±	5 %

*kl = Konfidenslängd med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

Tabell 14

Andel företag som använder Internet för att få service och support, år 2002, 10 anställda eller fler

	2002	kl*
Totalt	66 % ±	3 %
Storleksklasser		
10-19 anställda	62 % ±	4 %
20-49 anställda	66 % ±	5 %
50-99 anställda	77 % ±	7 %
100-199 anställda	.. ±	..
200-499 anställda	85 % ±	2 %
500 eller fler anställda	86 % ±	2 %
Branscher		
Tillverkningsindustrin	71 % ±	3 %
Energisektorn	83 % ±	5 %
Byggsektorn	61 % ±	7 %
Tjänstesektorn (totalt)	64 % ±	4 %
Handel, hotell och restaurang	60 % ±	6 %
Transportsektorn	53 % ±	6 %
Kommunikationssektorn	76 % ±	9 %
Finansiella sektorn	76 % ±	5 %
Företagstjänster	75 % ±	5 %

..= Skattningarna är alltför osäkra för att redovisas

*kl = Konfidenslängd med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

Tabell 15

Andel företag som använder Internet för att ladda ned digitala produkter, år 2002, 10 anställda eller fler

	2002	kl*
Totalt	60% ±	3%
Storleksklasser		
10-19 anställda	54% ±	4%
20-49 anställda	60% ±	5%
50-99 anställda	67% ±	8%
100-199 anställda	84% ±	9%
200-499 anställda	86% ±	2%
500 eller fler anställda	89% ±	2%
Branscher		
Tillverkningsindustrin	63% ±	4%
Energisektorn	87% ±	4%
Byggsektorn	50% ±	7%
Tjänstesektorn (totalt)	60% ±	4%
Handel, hotell och restaurang	53% ±	6%
Transportsektorn	43% ±	5%
Kommunikationssektorn	73% ±	9%
Finansiella sektorn	73% ±	5%
Företagstjänster	76% ±	5%

*kl = Konfidenslängd med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

Tabell 16
Andel företag som köpt varor eller tjänster via Internet under
år 2001, 10 anställda eller fler

	2001	kl*
Totalt	57 % ±	3 %
Storleksklasser		
10-19 anställda	51 % ±	4 %
20-49 anställda	57 % ±	5 %
50-99 anställda	73 % ±	7 %
100-199 anställda	.. ±	..
200-499 anställda	81 % ±	2 %
500 eller fler anställda	84 % ±	2 %
Branscher		
Tillverkningsindustrin	57 % ±	4 %
Energisektorn	82 % ±	5 %
Byggsektorn	45 % ±	7 %
Tjänstesektorn (totalt)	59 % ±	4 %
Handel, hotell och restaurang	52 % ±	6 %
Transportsektorn	43 % ±	5 %
Kommunikationssektorn	72 % ±	9 %
Finansiella sektorn	68 % ±	6 %
Företagstjänster	76 % ±	5 %

..= Skattningarna är alltför osäkra för att redovisas

*kl = Konfidenslängd med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

Tabell 17
Andel företag som använder kommersiella databaser på
Internet, år 2002, 10 anställda eller fler

	2002	kl*
Totalt	32 % ±	2 %
Storleksklasser		
10-19 anställda	28 % ±	3 %
20-49 anställda	33 % ±	4 %
50-99 anställda	42 % ±	8 %
100-199 anställda	.. ±	..
200-499 anställda	56 % ±	2 %
500 eller fler anställda	55 % ±	3 %
Branscher		
Tillverkningsindustrin	28 % ±	3 %
Energisektorn	57 % ±	7 %
Byggsektorn	21 % ±	6 %
Tjänstesektorn (totalt)	36 % ±	4 %
Handel, hotell och restaurang	27 % ±	6 %
Transportsektorn	23 % ±	4 %
Kommunikationssektorn	49 % ±	10 %
Finansiella sektorn	64 % ±	6 %
Företagstjänster	54 % ±	6 %

..= Skattningarna är alltför osäkra för att redovisas

*kl = Konfidenslängd med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

Tabell 18

Andel företag som använder en hemsida för att marknadsföra sig, år 2002, 10 anställda eller fler

	2002	kl*
Totalt	76 % ±	2 %
Storleksklasser		
10-19 anställda	67 % ±	4 %
20-49 anställda	82 % ±	4 %
50-99 anställda	89 % ±	5 %
100-199 anställda	89 % ±	6 %
200-499 anställda	93 % ±	1 %
500 eller fler anställda	93 % ±	2 %
Branscher		
Tillverkningsindustrin	77 % ±	3 %
Energisektorn	86 % ±	4 %
Byggsektorn	60 % ±	7 %
Tjänstesektorn (totalt)	77 % ±	3 %
Handel, hotell och restaurang	75 % ±	5 %
Transportsektorn	63 % ±	5 %
Kommunikationssektorn	83 % ±	7 %
Finansiella sektorn	92 % ±	3 %
Företagstjänster	86 % ±	4 %

*kl = Konfidenslängd med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

Tabell 19

Andel företag som använder en hemsida för att ge kunder tillgång till databaser, år 2002, 10 anställda eller fler

	2002	kl*
Totalt	32 % ±	2 %
Storleksklasser		
10-19 anställda	28 % ±	3 %
20-49 anställda	33 % ±	5 %
50-99 anställda	39 % ±	8 %
100-199 anställda	.. ±	..
200-499 anställda	54 % ±	2 %
500 eller fler anställda	61 % ±	3 %
Branscher		
Tillverkningsindustrin	28 % ±	3 %
Energisektorn	28 % ±	6 %
Byggsektorn	17 % ±	5 %
Tjänstesektorn (totalt)	37 % ±	4 %
Handel, hotell och restaurang	40 % ±	6 %
Transportsektorn	19 % ±	4 %
Kommunikationssektorn	46 % ±	10 %
Finansiella sektorn	47 % ±	6 %
Företagstjänster	37 % ±	6 %

.. = Skattningarna är alltför osäkra för att redovisas

*kl = Konfidenslängd med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

Tabell 20

Andel företag som använder en hemsida för att ge information på främmande språk, år 2002, 10 anställda eller fler

	2002	kl*
Totalt	29 % ±	2 %
Storleksklasser		
10-19 anställda	21 % ±	3 %
20-49 anställda	32 % ±	5 %
50-99 anställda	37 % ±	7 %
100-199 anställda	.. ±	..
200-499 anställda	58 % ±	2 %
500 eller fler anställda	70 % ±	3 %
Branscher		
Tillverkningsindustrin	33 % ±	3 %
Energisektorn	19 % ±	4 %
Byggsektorn	5 % ±	3 %
Tjänstesektorn (totalt)	31 % ±	3 %
Handel, hotell och restaurang	27 % ±	5 %
Transportsektorn	17 % ±	3 %
Kommunikationssektorn	55 % ±	10 %
Finansiella sektorn	39 % ±	6 %
Företagstjänster	44 % ±	6 %

..= Skattningarna är alltför osäkra för att redovisas

*kl = Konfidenslängd med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

Tabell 21

Andel företag som använder en hemsida för att annonsera efter personal, år 2002, 10 anställda eller fler

	2002	kl*
Totalt	28 % ±	2 %
Storleksklasser		
10-19 anställda	20 % ±	3 %
20-49 anställda	30 % ±	4 %
50-99 anställda	39 % ±	8 %
100-199 anställda	.. ±	..
200-499 anställda	62 % ±	2 %
500 eller fler anställda	76 % ±	3 %
Branscher		
Tillverkningsindustrin	20 % ±	3 %
Energisektorn	51 % ±	6 %
Byggsektorn	17 % ±	5 %
Tjänstesektorn (totalt)	33 % ±	3 %
Handel, hotell och restaurang	23 % ±	5 %
Transportsektorn	17 % ±	4 %
Kommunikationssektorn	70 % ±	10 %
Finansiella sektorn	49 % ±	6 %
Företagstjänster	52 % ±	6 %

..= Skattningarna är alltför osäkra för att redovisas

*kl = Konfidenslängd med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

Tabell 22

Andel företag som använder en hemsida för att ge service och support, år 2002, 10 anställda eller fler

	2002	kl*
Totalt	26 % ±	2 %
Storleksklasser		
10-19 anställda	20 % ±	3 %
20-49 anställda	29 % ±	5 %
50-99 anställda	37 % ±	8 %
100-199 anställda	.. ±	..
200-499 anställda	39 % ±	2 %
500 eller fler anställda	48 % ±	3 %
Branscher		
Tillverkningsindustrin	21 % ±	3 %
Energisektorn	49 % ±	7 %
Byggsektorn	8 % ±	4 %
Tjänstesektorn (totalt)	31 % ±	3 %
Handel, hotell och restaurang	31 % ±	6 %
Transportsektorn	15 % ±	3 %
Kommunikationssektorn	53 % ±	10 %
Finansiella sektorn	50 % ±	6 %
Företagstjänster	35 % ±	5 %

..= Skattningsarna är alltför osäkra för att redovisas

*kl = Konfidenslängd med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

Tabell 23

Andel företag, som tar emot order via en hemsida, år 2002, 10 anställda eller fler

	2002	kl*
Totalt	25% ±	2%
Storleksklasser		
10-19 anställda	21% ±	3%
20-49 anställda	27% ±	4%
50-99 anställda	28% ±	8%
100-199 anställda	.. ±	..
200-499 anställda	32% ±	2%
500 eller fler anställda	39% ±	3%
Branscher		
Tillverkningsindustrin	20% ±	3%
Energisektorn	30% ±	6%
Byggsektorn	13% ±	5%
Tjänstesektorn (totalt)	28% ±	3%
Handel, hotell och restaurang	31% ±	5%
Transportsektorn	22% ±	4%
Kommunikationssektorn	41% ±	9%
Finansiella sektorn	50% ±	6%
Företagstjänster	26% ±	5%

..= Skattningsarna är alltför osäkra för att redovisas

*kl = Konfidenslängd med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

Tabell 24

Andel företag som använder en hemsida för att elektroniskt ta emot betalningar för varor eller tjänster, år 2002, 10 anställda eller fler

	2002	kl*
Totalt	4 % ±	1 %
Storleksklasser		
10-19 anställda	3 % ±	1 %
20-49 anställda	4 % ±	2 %
50-99 anställda	6 % ±	4 %
100-199 anställda	4 % ±	3 %
200-499 anställda	7 % ±	1 %
500 eller fler anställda	12 % ±	2 %
Branscher		
Tillverkningsindustrin	3 % ±	1 %
Energisektorn	5 % ±	3 %
Byggsektorn	2 % ±	2 %
Tjänstesektorn (totalt)	5 % ±	1 %
Handel, hotell och restaurang	4 % ±	2 %
Transportsektorn	5 % ±	2 %
Kommunikationssektorn	14 % ±	7 %
Finansiella sektorn	14 % ±	4 %
Företagstjänster	5 % ±	2 %

*kl = Konfidenslängd med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

Tabell 25

Andel företag som använder en hemsida för att sälja produkter som levereras i digital form via Internet, år 2002, 10 anställda eller fler

	2002	kl*
Totalt	3 % ±	1 %
Storleksklasser		
10-19 anställda	3 % ±	1 %
20-49 anställda	3 % ±	1 %
50-99 anställda	4 % ±	2 %
100-199 anställda	3 % ±	3 %
200-499 anställda	9 % ±	1 %
500 eller fler anställda	12 % ±	2 %
Branscher		
Tillverkningsindustrin	4 % ±	1 %
Energisektorn	6 % ±	3 %
Byggsektorn	2 % ±	2 %
Tjänstesektorn (totalt)	3 % ±	1 %
Handel, hotell och restaurang	1 % ±	1 %
Transportsektorn	1 % ±	1 %
Kommunikationssektorn	18 % ±	8 %
Finansiella sektorn	11 % ±	4 %
Företagstjänster	7 % ±	2 %

*kl = Konfidenslängd med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

Tabell 26
Andel företag som sålt varor eller tjänster via Internet under
år 2001, 10 anställda eller fler

	2001	kl*
Totalt	12 % ±	2 %
Storleksklasser		
10-19 anställda	11 % ±	2 %
20-49 anställda	11 % ±	3 %
50-99 anställda	17 % ±	6 %
100-199 anställda	.. ±	..
200-499 anställda	19 % ±	2 %
500 eller fler anställda	31 % ±	3 %
Branscher		
Tillverkningsindustrin	9 % ±	2 %
Energisektorn	10 % ±	4 %
Byggsektorn	.. ±	..
Tjänstesektorn (totalt)	16 % ±	3 %
Handel, hotell och restaurang	17 % ±	4 %
Transportsektorn	13 % ±	3 %
Kommunikationssektorn	30 % ±	9 %
Finansiella sektorn	33 % ±	5 %
Företagstjänster	13 % ±	4 %

..= Skattningarna är alltför osäkra för att redovisas

*kl = Konfidenslängd med 95 procents konfidensgrad, se kvalitetsdeklarationen

Tabellen inkluderar samtliga företag som haft någon försäljning av varor eller tjänster via Internet under år 2001, oavsett omfattningen av denna försäljning.

Kvalitetsdeklaration

Undersökningen avser att belysa användningen av informationsteknik i svenska företag. Den har genomförts tre gånger: 2000, 2001 och 2002. Modellen för undersökningen togs fram i ett nordiskt samarbete 1999 och liknande undersökningar har genomförts flera gånger i alla nordiska länder utom Island där undersökningen genomfördes för första gången under 2002. År 2001 har en vidareutveckling av den nordiska modellenkäten använts av Eurostat som delfinansierat denna undersökning och liknande undersökningar i 13 europeiska länder. Samtliga EU-länder har deltagit i 2002 års undersökning. Data för årets undersökning har samlats in med hjälp av enkäter som i Sverige skickades ut i mitten på mars 2002.

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 EU.

Statistiska målstorheter

Undersökningen belyser när företag infört eller planerar att införa olika former av informationsteknik. För vissa viktiga tekniker beskrivs även hur stor andel av de sysselsatta i företagen som har tillgång till dem respektive använder dem. E-handeln beskrivs med hjälp av ekonomiska variabler. Därutöver ingår en grupp variabler som beskriver hinder för att använda informationsteknik och Internet.

Objekt och population

Undersökningsenheten är företagsenheten. 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 företagsenheter med SNI-koderna 15-37, 40-41, 45, 50-52, 55, 60-67 samt 70-74. Se *tabell 1* på nästa sida. Endast företag med tio anställda eller fler ingår i undersökningen.

Variabler

Undersökningen tar fram fem typer av variabler: teknikvariabler, andel sysselsatta med tillgång till vissa tekniker, användningsområden av Internet, ekonomiska uppgifter för e-handel samt hinderfrågor.

- 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 kunder och dels på om kunder befinner sig i Sverige, övriga EU eller resten av världen. Även försäljning via EDI tas fram.
- Hinderfrågor tar upp följande områden: hinder för användning av IT i allmänhet, hinder för generell Internetanvändning och hinder för försäljning via Internet. 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 standard för svensk näringsgrensindelning 1992 (SNI 92) använts. På tvåsiffernivå, som använts här, är denna nomenklatur identisk med den europeiska nomenklaturen NACE och resultaten är därför internationellt jämförbara. De branscher som ingår i undersökningen beskrivs i *tabell 1* nedan. Tjänstesektorn består av branscherna inom SNI 50-74.

Tabell 1

Branscher enligt standard för svensk näringsgrensindelning 1992 (SNI 92)

SNI 92 Formell beskrivning	Benämning i rapporten
15-37, Tillverkning	Tillverkningsindustri
40-41, El-, gas-, värme-, och vattenförsörjning	Energisektorn
45 Byggverksamhet	Byggsektorn
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

Uppdelning i storleksklasser

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

Referenstider

Undersökningen innehåller två referenstider. För huvuddelen av variablerna är undersökningstillfället, dvs. främst mars – maj 2002 referenstid. För de ekonomiska variablerna är dock år 2001 referenstid. Prognoser avseende 2002 tas också fram för vissa 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. Även bortfallet kan leda till att skevhet uppstår.

Osäkerhetskällor

Urval

Som urvalsram har Företagsdatabasen (FDB) använts. FDB är ett register som i princip innehåller samtliga företag i Sverige. Samtliga företag med 200 anställda eller fler var med i urvalet. För företag med 10-199 anställda har ett slumpmässigt urval 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 4 082 företag. Positiv urvalssamordning med förra årets undersökning har använts, för att få så jämförbara resultat som möjligt.

För att dra urvalet har Samordnad Urvalsdragning (SAMU) använts. Syftet med detta system är bl.a. att samordna 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 längd. Konfidensintervall ges av:

$$\text{Skattning} \pm 1.96 \times \text{medelfel}$$

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

Ramtäckning

Problem med ramtäckning kan antingen ta sig uttryck i övertäckning, dvs. att företag som inte borde ha varit med i ramen är det, eller undertäckning, dvs. att företag som borde ha varit med i ramen inte är det. Företag som minskat i storlek så att de har mindre än tio anställda antas motsvaras av företag som ökat i storlek och därmed har minst tio anställda. De har alltså behandlats som svarande och inte som övertäckning. De problem som uppstår när företag slås samman har hanterats efter riktlinjerna i *tabell 3* nedan.

Tabell 3

Hantering vid sammanslagning av företag

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

Svarsbortfall

Det finns två typer av bortfall: objektsbortfall och partiellt bortfall. Objektsbortfall motsvaras av de företag som inte svarar på enkäten, medan partiellt bortfallet innebär att ett företag svarar på enkäten, men hoppar över en eller flera frågor. Svarsfrekvensen i denna undersökning är 73 procent, vilket innebär att objektsbortfallet är 27 procent. I vissa branscher och storleksklasser ser det dock betydligt sämre ut. Den låga svarsfrekvensen är ett stort problem i den här

undersökningen. Stort bortfall ökar osäkerheten i skattningarna. Det ökar även risken för skevhet i skattningarna. *Tabell 4* visar objektsbortfallet uppdelat på redovisningsgrupper.

Tabell 4
Objektsbortfall efter redovisningsgrupp

Redovisningsgrupp	Objektsbortfall
Totalt	26,9 %
<i>Branscher (SNI)</i>	
15-37	23,8 %
40-41	18,0 %
45	22,4 %
50-55	29,6 %
60-63	28,8 %
64	38,2 %
65-67	30,7 %
70-74	29,4 %
<i>Storleksklasser</i>	
10-19 anställda	25,7 %
20-49 anställda	26,4 %
50-99 anställda	28,3 %
100-199 anställda	29,1 %
200-499 anställda	32,5 %
500 eller fler anställda	26,9 %

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 andra källor använts. Om inga registeruppgifter funnits har kvoten omsättning per sysselsatt skattats för respektive stratum och detta värde har sedan multiplicerats med antalet anställda för det enskilda företaget. Då den finansiella sektorn i stor utsträckning använder andra begrepp än omsättning och inga tillförlitliga registeruppgifter funnits 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 tre år och avsikten är att den även i fortsättningen skall genomföras årligen.

Framställningstid

Undersökningen gick ut i mitten av mars 2002 och huvuddelen av svaren kom in under mars, april och maj månad. Resultatet publiceras cirka åtta månader efter att huvuddelen av datainsamlingen avslutats.

Jämförbarhet och Samanvändbarhet

Jämförbarhet över tiden

En del företag som besvarat enkäten har hoppat över vissa frågor. En misstanke finns att företag i större utsträckning hoppar över de frågor som berör tekniker eller användningsområden som de inte använder. För att undvika en överskattning i resultaten på dessa frågor antas i resultatbearbetningen att ett uteslutet svar innebär att företaget inte använder sig av den teknik eller det användningsområde som frågan gäller. Detta kan i sin tur innebära att resultaten är något underskattade. Detta får även som följd att resultaten inte är direkt jämförbara med tidigare års svenska rapporter kring företagens IT-användning där motsvarande antagande inte gjorts. Syftet med antagandet är att göra resultaten jämförbara med de resultat som presenteras inom det nordiska och det europeiska samarbetet.

Jämförbarhet mellan grupper

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

Tillgänglighet och förståelighet

Spridningsformer

Utöver denna publikation publiceras även material från undersökningen, och övriga undersökningar utförda av EU-länder, av Eurostat. En nordisk publikation, som även innehåller data från Norge, Danmark, Finland och Island har tagits fram för tredje året i rad. I år ingår publikationen i en övergripande nordisk IT-publikation *Nordic Information Society Statistics 2002*. Denna publikation finns 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 såsom 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 08-506 940 00 eller skriv till IT-statistik@scb.se. Det går även att vända sig till den centrala informationsservicen på SCB med telefonnummer 08-506 948 01 eller skriva till infoservice@scb.se.

**Bilaga 1.
Enkäten**

På följande sidor återfinns enkäten till undersökningen om IT-användning i företag 2002.

Statistiska centralbyrån
BV/ENK
701 89 ÖREBRO

Observera!

Uppgifterna som lämnas skall endast avse det
företag vars namn och organisationsnummer
angivits i adressfältet ovan.

A Tillgång till informationsteknik (IT)

1 Använder företaget persondatorer, arbetsstationer eller terminaler?	Ja <input type="checkbox"/> 1	Nej <input type="checkbox"/> 2	
a Uppskatta hur stor andel av företagets anställda som har tillgång till persondatorer, arbetsstationer eller terminaler på arbetsplatsen	Procent %	Ingen andel <input type="checkbox"/> 1	
2 Uppskatta hur stor andel av företagets anställda som har tillgång till persondator i hemmet, stationär eller bärbar, genom att företaget via löneavdrag hyr ut datorn.	Procent %	Ingen andel <input type="checkbox"/> 1	
3 När skaffade eller planerar företaget att skaffa Internetuppkoppling?	2001 eller tidigare <input type="checkbox"/> 1	Infört eller planeras under 2002 <input type="checkbox"/> 2	Inte aktuellt eller planeras efter 2002 <input type="checkbox"/> 3
a Uppskatta hur stor andel av företagets anställda som i arbetet använder Internetanslutna datorer	Procent %	Ingen andel <input type="checkbox"/> 1	Gå till fråga 17
4 Ange, om möjligt, vilken eller vilka slags anslutningar företaget hade till Internet under år 2001.	Ja <input type="checkbox"/> 1	Nej <input type="checkbox"/> 2	Vet inte <input type="checkbox"/> 3
a Modem och vanlig telefonlinje	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
b Mobiltelefonnätet (GPRS, HSCSD etc.)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
c ISDN	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
d ADSL, SDSL eller liknande	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
e Annan fast anslutning med kapacitet under 2Mb/sek	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
f Annan fast anslutning med kapacitet på 2Mb/sek eller mer .	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3



B Användning av Internet

5 Använder företaget Internet för att

- | | Ja | Nej |
|---|----------------------------|----------------------------|
| a Söka allmän information? | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| b Analysera konkurrenter? | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| c Göra finansiella transaktioner, t.ex. lönebesked och betalning av fakturor? | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| d Ha kontakter med myndigheter? | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

■ Företaget som kund

6 Använder företaget Internet för att

- | | Ja | Nej |
|---|----------------------------|----------------------------|
| a Söka information på leverantörers hemsidor? | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| b Använda kommersiella databaser, dvs. databaser som är avgiftsbelagda via abonnemang eller uttagsutgifter? | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| c Göra elektroniska betalningar? | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| d Ta emot, "ladda ned" digitala produkter, t.ex. programvara, digitala böcker eller tidskrifter? | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| e Få service och support? | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

7 Har företaget köpt varor eller tjänster via Internet under år 2001?

- | Ja | Nej |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

8 Har företaget köpt varor eller tjänster via specialiserade B2B-marknadsplatser (Business to Business) på Internet under år 2001?

- | Ja | Nej |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

Med specialiserade B2B-marknadsplatser menas webbplatser där företag eller organisationer i en specifik bransch, t.ex. bilindustrin, erbjuder en avgränsad grupp av underleverantörer att leverera tjänster eller insatsvaror, t.ex. bilkomponenter.

■ Företaget som leverantör

9 Erbjuder företaget information anpassad för läsning på mobiltelefoner (genom WAP eller liknande teknik)?

- | Ja | Nej |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

10 Har företaget en hemsida?

Svara även Ja om information om företaget finns på en gemensam hemsida inom en koncern eller företagsgrupp.

- | Ja | Nej |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

 **Gå till fråga 17**

11 Använder företaget hemsidan för att

- | | Ja | Nej |
|--|----------------------------|----------------------------|
| a Marknadsföra sig? | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| b Ge kunder tillgång till databaser, t.ex. produktspecifikationer för kunder och underleverantörer? | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| c Ta emot order? | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| d Elektroniskt ta emot betalningar för varor eller tjänster? | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| e Sälja produkter som levereras i digital form via Internet, t.ex. programvara, digitala böcker eller tidskrifter? | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| f Ge service och support? | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| g Annonsera efter personal? | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| h Ge information på främmande språk? | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

C Försäljning via Internet

Handel via Internet: handel som sker genom att varan eller tjänsten beställs via ett formulär på en webbsida eller via så kallad browser-EDI (dvs. Internetbaserad EDI, som inte är EDIFACT-baserad).

12 Har företaget sålt varor eller tjänster via Internet under år 2001?

- | Ja | Nej |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

 **Gå till fråga 17**

F Hinder för IT-användning

22 Vilken betydelse har följande hinder för användning av IT i allmänhet i företaget?

- | | Ingen betydelse | Viss betydelse | Stor betydelse | Vet inte |
|---|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| a Nya versioner av mjukvara lanseras för ofta | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 |
| b Kunskapsnivån när det gäller IT är för låg bland personalen . . . | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 |

23 Vilken betydelse har följande hinder för företagets generella Internetanvändning?

- | | Ingen betydelse | Viss betydelse | Stor betydelse | Vet inte |
|---|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| a Risk för virus eller att "hackers" får tillgång till hemlig företagsinformation | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 |
| b Kostnader för att utveckla och underhålla Internetbaserade system och tjänster | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 |

24 Vilken betydelse har följande hinder för försäljning via Internet för företaget?

- | | Ingen betydelse | Viss betydelse | Stor betydelse | Vet inte |
|---|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| a Gruppen potentiella kunder är för liten | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 |
| b Våra produkter lämpar sig inte för Internettförsäljning | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 |
| c Osäkerhet rörande betalningar | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 |
| d Osäkerhet rörande kontrakt, leveransvillkor och garantier | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 |
| e Hänsyn till befintliga återförsäljare | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 |
| f Problem med distribution eller leveranser av sålda varor | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 |

G Företagets omsättning

25 Hur stor var företagets omsättning (exkl. mervärdeskatt) under år 2001?

0 0 0 kr

Banker och andra finansinstitut ska ange rörelsens intäkter (inkl. ränteutgifter och provisjonsintäkter, men med avdrag för räntekostnader och liknande kostnader).

Försäkringsbolag ska ange sina bruttopremieintäkter.

26 Ungefär hur lång tid behövde Ni för att besvara enkäten?

Minuter

Eventuella kommentarer

Företagets kontaktperson

I detta ärende efterfrågas (TEXTA)

Namnteckning

Telefon (riktnr och abonnentnr)