

STATISTIKENS FRAMSTÄLLNING

It-användning i företag

Ämnesområde

Näringsverksamhet

Statistikområde

Näringslivets struktur

Produktkod

NV0116

Referenstid

Januari 2023 och kalenderår 2022

Kontaktuppgifter

Statistikansvarig myndighet	Statistiska centralbyrån
Kontaktinformation	Sektionen för Innovation, Näringslivets produktion och Forskning
E-post	it-statistik@scb.se
Telefon	010-479 50 00 (Statistikservice)

Innehåll

1	Statistikens sammanhang	3
2	Undersökningsdesign	3
2.1	Målstorheter	3
2.2	Ramförfarande	4
2.2.1	Urvalsförfarande	5
2.2.2	Uteslutning från insamling (cut-off)	6
2.3	Insamlingsförfarande	6
2.3.1	Datainsamling	6
2.3.2	Mätning	7
2.3.3	Bortfallsuppföljning	8
2.4	Bearbetningar	8
2.5	Granskning	9
2.5.1	Granskning under direktinsamlingen	9
2.5.2	Granskning av mikrodata och insamlade statistikvärden	9
2.5.3	Granskning av makrodata	10
2.5.4	Granskning av redovisning	10
2.6	Skattningsförfarande	10
2.6.1	Principer och antaganden	10
2.6.2	Skattningsförfarande för målstorheter	12
2.6.3	Skattningsförfarande för tillförlitlighet	13
2.6.4	Röjandekontroll	13
3	Genomförande	14
3.1	Kvantitativ information	14
3.2	Avvikelser från undersökningsdesignen	14
	Bilaga 1. Introduktionsbrev	16
	Bilaga 2. Påminnelsebrev	19
	Bilaga 3. Frågeformulär för företag med 10 eller fler anställda	22

1 Statistikens sammanhang

Statistiken avser belysa tillgången till och användningen av informations- och kommunikationsteknik (IKT) samt e-handel i svenska företag. Undersökningen genomförs årligen på uppdrag av Eurostat (EU:s statistikbyrå) samt Finansdepartementet.

Statistikens huvudsakliga användare är Eurostat och Finansdepartementet. Post- och telestyrelsen (PTS), Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser (Tillväxtanalys) och Tillväxtverket nyttjar statistiken för att exempelvis följa upp utvecklingen inom it-området. Statistiken används även av media, branschorganisationer, enskilda företag och allmänheten.

Undersökningen är reglerad av EU enligt Europaparlamentets och rådets förordning (EC) nr 2019/2152 vilken förbinder alla medlemsländer producera och leverera harmoniserad statistik om användning av informations- och kommunikationsteknik i företagssektorn¹. Undersökningen följer även OECD:s riktlinjer med avseende på definitionen av IKT-sektorn.

SCB tar även fram it-relaterad statistik inom ramen för flera andra produkter som [Befolkningens it-användning](#), [Företagens utgifter för it](#) samt [Innovation i företagssektorn](#).

I detta dokument beskrivs design och genomförande av undersökningen. Dokumentet kompletterar *Kvalitetsdeklarationen för It-användning i företag* som finns tillgänglig på www.scb.se/NV0116 under rubriken *Dokumentation*.

2 Undersökningsdesign

2.1 Målstorheter

Målstorheter² är användningen av olika typer av it-system och it-relaterade tekniker som andelar av hela målpopulationen eller olika delpopulationer samt omsättning från e-handel som andel av den totala omsättningen. Mer detaljer kring undersökningens

¹ [EUR-Lex - 32019R2152 - EN - EUR-Lex \(europa.eu\)](#)

² Se [SCB:s handbok för den officiella statistiken](#), för definitioner av de statistiska begrepp som används genomgående i detta dokument.

målstorheter finns i dokumentationen *Kvalitetsdeklaration* på produktsidan³.

2.2 Ramförfarande

Intressepopulationen utgörs av samtliga företag som bedrivit verksamhet i Sverige under delar av eller hela referensperioden. Målpopulationen avgränsas till företag med minst 10 anställda. SCB:s företagsdatabas (FDB) ligger till grund för att skapa ramen för undersökningen. För framställning av ramen används SCB:s system för samordnad urvalsdragning (SAMU). Urvalsramen utgörs av svenska företag inom näringsgrenarna 10–82 (exklusive SNI 64–66) samt 95.1 enligt SNI 2007 som var registrerade som aktiva i FDB i november 2022.

Urvalsramen bestod av 36 855 företagsenheter med 10 eller fler anställda. Tabell 1 redovisar vilka kriterier ett företag ska uppfylla för att ingå i urvalsramen.

Tabell 1: Kriterier för inkludering i ramen för företag med 10 eller fler anställda

Kriterium	Kommentar
Aktivt företag	Endast verksamma företag undersöks. Företagen var aktiva i november 2022.
I SNI2007 10–63, 68–75, 77–82 och 95.1: företag i sektorerna ⁴ 111000, 112000 och 113000	Kan sammanfattas som icke-finansiella bolag.
Företag exkluderas om: * FE med utländska adresser	Företag med utländsk adress

Undersökningens observationsobjekt är juridiska enheter. Det är även den juridiska enheten som är uppgiftskälla för majoriteten av undersökningens variabler. För ett mindre antal variabler inhämtas information direkt från FDB. Det är även FDB som används för att få fram adressuppgifter till uppgiftskällorna. I de fall ett företag ingick i

³ Produkthemsida för [It användning i företag \(scb.se\)](https://www.scb.se/it-anvandning-i-foretag).

⁴ [MIS 2014:1 Standard för institutionell sektorindelning \(INSEKT2014\)](#), [Standard för indelning efter ägarkontroll \(ÄGAR 2000\)](#) samt [Indelning efter juridisk form \(JURFORM\)](#).

urvalet vid den föregående undersökningsomgången hämtas uppgifter om kontaktperson från de tidigare insamlade uppgifterna.

2.2.1 Urvalsförfarande

I undersökningen tillämpas stratifierat obundet slumpmässigt urval (OSU). Vid stratifieringen skapas homogena strata (grupper) av objekt i rampopulationen i syfte att erhålla bättre precision i skattningarna. Stratifiering görs även för att kunna skatta målstorheter för olika redovisningsgrupper. Genom att stratifiera med avseende på viktiga redovisningsgrupper kan man se till att urvalsstorlekarna i dessa är tillräckligt stora.

I den senaste undersökningsomgången stratifierades urvalsramen efter storleksklass (antal anställda) och näringsgren (SNI 2007).⁵ Totalt bildades 242 strata för urvalsramen.

Alla företag med minst 200 anställda totalundersöktes. I övriga strata, bestående av företag med 10–199 anställda, drogs ett stratifierat obundet slumpmässigt urval med optimal allokering. Detta innebär att alla observationsobjekt inom ett stratum har samma sannolikhet att komma med i urvalet.

Ett observationsobjekt identifieras för varje företag i urvalet. Observationsobjektet, juridisk enhet, är likställt med målobjektet företag i de fall företaget består av en juridisk enhet. För företag som består av fler än en juridisk enhet, sammansatta företag, väljs en juridisk enhet ut som representant utifrån på förhand uppsatta kriterier (se tabell 2).

Tabell 2. Kriterier för val av representant

Kriterier för val av representant	Beskrivning
1. Branschtillhörighet (SNI)	I första hand baseras urval av representant på de juridiska enheter vars branschtillhörighet ligger närmast företagets branschtillhörighet.
2. Antal anställda	I andra hand väljs representant baserat på personalintensitet. Den juridiska enhet med flest antal anställda väljs ut.
3. Omsättning	I tredje hand väljs representant baserat på den juridiska enhet med störst omsättning.

⁵ Ingen stratifiering på region genomfördes som en konsekvens av att de statistiska enheterna som mätts i undersökningen omarbetades inför 2023. Se: [Det ekonomisk-statistiska systemet \(scb.se\)](https://www.scb.se/ekonomisk-statistiska-systemet)

Antal anställda, omsättning och antal företag används som allokeringsvariabler. Variansen för dessa beräknas per stratum. Utifrån en given total urvalsstorlek eller önskad precisionsnivå beräknas optimal urvalsstorlek per stratum enligt formeln:

$$n_h = \frac{nW_hS_h}{\sum_{h=1}^H W_hS_h}$$

Där n_h är antal i urvalet i stratum h , n är total urvalsstorlek, W_h är stratum h :s andel av populationen (dvs N_h/N) och S_h är allokeringsvariabelns varians i stratum h . I praktiken sätter man för var och en av allokeringsvariablerna en önskad precision för skattningen på total nivå, och i varje stratum väljs n_h enligt den variabel som ger det högsta resultatet. Precisionerna justeras så att den totala urvalsstorleken blir ungefär lika år efter år. Det krävs också ett minsta antal per stratum, men eftersom antalet strata är stort i förhållande till urvalets totala storlek har detta minsta antal satts till 1 för företag med minst 10 anställda.

Urvalet är samordnat över tid samt positivt samordnat med undersökningarna Innovation i företagssektorn och Forskning och utveckling i Sverige för att öka jämförbarheten mellan undersökningarna. Urvalet för den senaste referensperioden uppgick till totalt 5 103 företag med 10 eller fler anställda.

2.2.2 Uteslutning från insamling (cut-off)

Företag med färre än 10 anställda ingår inte i rampopulationen och kan inte ingå i urvalet.

2.3 Insamlingsförfarande

2.3.1 Datainsamling

Data samlas främst in via direktinsamling genom frågeformulär eftersom majoriteten av uppgifterna inte finns att tillgå i något befintligt register. Uppgifter om företagets omsättning, antal anställda och koncerntillhörighet hämtas i samband med urvalsdragningen från SAMU.

Ett missivbrev med information om undersökningen skickades till uppgiftslämnarna i samband med insamlingens påbörjan den 21

februari (se Bilaga 1). Brevet skickas i första hand till kontaktpersoner som besvarade undersökningen vid det föregående insamlingstillfället. Ifall dessa uppgifter inte finns tillgängliga (exempelvis för att företaget inte ingick i urvalet vid föregående insamlingstillfälle) adresseras utskicken till de it-ansvariga på företagen.

Missivbrevet innehåller information om undersökningen samt inloggningsuppgifter för att besvara frågeformuläret via webb i SCB:s system för elektronisk insamling (SIV) som nås via SCB:s webbplats. Insamlingen sker elektroniskt. Det finns inte möjlighet att besvara enkäten på papper, men visningsexemplar finns tillgängliga på undersökningens uppgiftslämnarsida. Alla företag i urvalet omfattas av uppgiftslämnarskyldighet.

Om svar från uppgiftslämnare inte hade inkommit senast sista svarsdag, som i den senaste undersökningsomgången var den 23 mars, skickades påminnelser (se Bilaga 2) ut med post till de företag som inte hade svarat. Totalt två påminnelseutskick har gjorts som innehåller inloggningsuppgifter till SIV. Påminnelser har även gjorts via epost och telefon som en del i bortfallsuppföljningen (se [avsnitt 2.4.3](#)).

2.3.2 Mätning

Inför varje undersökningsomgång utformar EU:s medlemsländer och Eurostat tillsammans de frågor och definitioner som ska ingå i undersökningen. Frågor och definitioner sammanställs i en modellblankett som alla medlemsländer utgår ifrån vid konstruktion av frågeformuläret som skickas ut till uppgiftslämnare nationellt.

Vid översättning av modellblanketten till svenska tas stor hänsyn till att bibehålla frågeformuleringarnas syfte och den exakta innebörden i alla definitioner. Efter att modellblanketten har översatts granskas den av mättekniker på SCB. Om uppgiftslämnaren missuppfattar frågorna finns risk för mätfel. Stor vikt läggs därför vid att formulera enkla och tydliga frågor som ska vara lätta att besvara.

För att underlätta för uppgiftslämnare har kontroller och synlighetsvillkor inkluderats i SIV. Synlighetsvillkor innebär att uppgiftslämnarens svar på frågorna styr flödet genom blanketten. Beroende på hur uppgiftslämnaren svarar kan vissa frågor hoppas över vilket minskar risken för att svaren innehåller logiska fel. Kontroller aktiveras exempelvis om svaren skiljer sig markant från

tidigare år, om uppgiftslämnaren har missat att fylla i någon obligatorisk fråga eller om uppgiftslämnaren lämnar ett värde som anses vara avvikande jämfört med tidigare års svar eller i relation till registervariabler såsom exempelvis företages omsättning.

Detaljerat innehåll av statistiken beskrivs i SCB:s mikrodataregister (MetaPlus) som finns tillgängligt via www.scb.se/NV0116.

2.3.3 Bortfallsuppföljning

Saknade svar kan indelas i objektsbortfall respektive partiellt bortfall. Objektsbortfall utgörs av de företag som inte svarar på frågeformuläret, medan partiellt bortfall innebär att ett företag svarar på frågeformuläret, men hoppar över en eller flera frågor.

Metoderna för bortfallshantering är dels fasta, dels adaptiva. Den fasta delen består av att påminnelser går ut till samtliga objekt som inte svarat vid sista svarsdatum. Den adaptiva bortfallshanteringen består av att följa upp bortfallet per storleksklass och näringsgren under insamlingens gång för att minska osäkerheten i skattningarna. Därmed har vissa företag i olika storleksklass och näringsgren kontaktats under själva insamlingen. Vidare följs specifika observationsobjekt som bedöms vara viktiga för statistiken upp.

Imputering av objektsbortfall förekommer inte. Objektsbortfall kompenseras istället genom uppräkningsdesigner med designvikter som justerats för att spegla faktiskt antal svarande objekt, vilket betyder att skattningsförfarandet (se avsnitt 2.7) ska kompensera bortfall av denna typ.

Partiellt bortfall kompenseras generellt inte. I de fall där det har funnits möjlighet att dra slutsatser om svaret med hänsyn till andra svar i kombination, har dock imputeringar gjorts utifrån logiska samband. Vid inkonsekventa svar eller partiellt bortfall på viktiga frågor har företagen kontaktats via epost för att ges möjlighet att komplettera sina uppgifter.

Objektsbortfallet mäts som en ovägd andel av det totala antalet objekt i urvalet. Vid den senaste insamlingsomgången uppgick bortfallet till 18 procent.

2.4 Bearbetningar

Bearbetning förekommer i vissa fall i undersökningen. Frågorna om e-handel är formulerade så att företagen ska ange hur stor andel av deras omsättning i procent som utgörs av den aktuella typen av

handel. Utifrån dessa observationsvariabler i kombination med uppgifter om omsättning som hämtas från registret för regional omsättning härleddes e-handel i kronor, som sedan används för att skatta andelen e-handel i respektive redovisningsgrupp (se [avsnitt 2.7](#)).

Imputering görs som regel inte (se [avsnitt 2.4](#)) och aldrig för att kompensera objektbortfall. I samband med skattningsförfarandet görs dock vissa logiska rättningar för att kompensera partiellt bortfall. Det gäller främst frågor med flera delfrågor där var och en har alternativen ja och nej. Om minst en av delfrågorna besvarats med ja imputeras eventuellt partiellt bortfall på övriga delfrågor med nej. Ett annat exempel är om ett företag inte svarat på frågan om tillgång till internet, men samtidigt svarat ja på andra frågor om internetanvändning. Då imputeras frågan om tillgång till internet med ja för dessa företag.

2.5 Granskning

2.5.1 Granskning under direktinsamlingen

Granskning under insamling görs primärt genom uppgiftslämnarkontroller i webblanketten. Dessa kontrollerar logiska samband samt jämför de angivna värdena med svar företaget har lämnat vid föregående undersökningsomgång. Syftet med kontrollerna är att uppgiftslämnaren redan vid insamlingstillfället ska göras uppmärksam på eventuella fel innan frågeformuläret skickas in.

Kontrollerna i uppgiftslämnargranskningen utvärderas inför varje ny undersökningsomgång med avseende på sin träffsäkerhet. Vid behov görs justeringar av kontrollerna.

Uppgifterna har även granskats utifrån hur svaren på de olika frågorna hänger ihop logiskt. Vid ologiska svar eller bortfall på viktiga frågor har företagen kontaktats för att ges möjlighet att komplettera de i frågeformuläret angivna svaren.

2.5.2 Granskning av mikrodata och insamlade statistikvärden

Vid granskning av mikrodata sammanförs direktinsamlade data och administrativa data från FDB. Detta görs i syfte att underlätta granskning av de härledda e-handelsvariablerna i monetära värden för att hitta eventuella fel men främst i syfte att identifiera outliers (se

[avsnitt 2.7](#)). Selektiv granskning av kvalitativa variabler tillämpas inte.

2.5.3 Granskning av makrodata

Inför varje publicering och leverans till Eurostat granskas uppgifterna på makronivå. Makrogranskningen går ut på att analysera skattningar, både totalt och per redovisningsgrupp, för referensåret och jämföra dessa med i första hand resultat från närmast föregående årgång men också i ett längre tidsperspektiv. I granskningen är målet att upptäcka eventuella fel i mikrodata som inte har fångats i tidigare granskningssteg men också fel i bearbetningen t.ex. felaktig tillämpning av filter. Målet med granskningen är även att ge förklaringar till betydande förändringar mellan åren och avvikande värden i de olika redovisningsgrupperna.

2.5.4 Granskning av redovisning

Inför publicering granskas samtliga delar av materialet efter laddning i SCB:s webbpubliceringsintyg och efter laddning i SSD (Statistikdatabasen). Granskningen syftar till att kontrollera att alla tabeller och diagram finns med och att ingen av dem är tom eller innehåller obegripliga värden, till exempel interna koder. Rubriker och förklaringar till tabeller och diagram granskas så att de är korrekta. Vidare kontrolleras också att överensstämmelse råder där samma siffervärde eller text används på flera ställen.

2.6 Skattningsförfarande

2.6.1 Principer och antaganden

Utformningen av estimat och tillhörande beräkningar av tillförlitlighet (se avsnitt 2.7.2 och 2.7.3) styrs av den valda urvalsdesignen (se avsnitt 2.3) och de därtill hörande urvalssannolikheterna. För varje svarande objekt har en vikt, även kallat uppräkningsstal, beräknats. Syftet med detta är att kunna redovisa resultat för hela populationen och inte bara för de svarande.

Den första vikten för ett objekt k kan beskrivas med formeln:

$$W_k = \frac{N_{dh}}{n_{dh}} \times \frac{n_{dh}}{m_{dh}} = \frac{N_{dh}}{m_{dh}}$$

där

W_k är vikt/uppräkningsstal för företag k ,

$\frac{N_{dh}}{n_{dh}}$ är designvikt,
 N_{dh} är antal företag i rampopulationen i stratum (d,h) ,
 n_{dh} är antal företag i urvalet i stratum (d,h) ,
 m_{dh} är antal företag som svarat i stratum (d,h) .

Designvikten är den vikt som beror på urvalsdesignen. Designvikten multipliceras med en faktor n/m för att justera för objektsbortfall enligt formeln ovan.

För variabler som berör omsättning kalibreras vikten. Den kalibrerade vikten är X_{dh}/x_{dh} , där X_{dh} är den totala omsättningen för populationen i stratum (d,h) och x_{dh} är den totala omsättningen för de svarande i stratum (d,h) .

Vid bortfall kan vissa grupper i urvalet svara i större utsträckning än andra. Om de grupper som svarat i högre grad har en annan fördelning med avseende på undersökningsvariablerna än andra kan detta ha en snedvridande effekt på resultaten. Det tillämpade skattningsförfarandet bygger på antagandet att objekten som tillhör bortfallet inom ett stratum inte avviker systematiskt från de svarande objekten inom samma stratum vad gäller målstorheterna.

Ingen kompensation görs för övertäckning. Objekt som i samband med insamlingen konstateras vara övertäckning hanteras som svarande med värdet noll på alla variabler. Detta motsvarar ett antagande om att graden av övertäckning är lika stor i ramen som i urvalet. I undersökningen 2023 identifierades 6 objekt som övertäckning.

Ett fåtal företag som har en e-handel som avviker kraftigt från övriga objekt i samma stratum klassificeras som outliers, dvs. de har lämnat svar som är korrekta men som inte rimligtvis är representativa för andra företag i stratomet. Detta är endast aktuellt för kvantitativa variabler, i detta fall e-handelsvariablerna. Vad som utgör en ett avvikande värde bestäms genom jämförelser med andra företag inom samma redovisningsgrupp (alternativt stratum). För de företag som klassificeras som outliers sätts vikten, $\frac{N_{dh}}{n_{dh}}$ samt $\frac{X_{dh}}{x_{dh}}$ till 1. För övriga företag i berörda strata minskas värdena på N_{dh} , n_{dh} , X_{dh} och x_{dh} med antalet outliers respektive omsättningen för de outliers i respektive stratum.

2.6.2 Skattningsförfarande för målstorheter

Vikterna multipliceras med företagens variabelvärden för att skapa statistikvärden gällande för populationen.

Skattning av andelar

Låt $I_A(k) = 1$ om företag k har egenskap A, $I_A(k) = 0$ annars.

Andelen företag med egenskap A (till exempel andel företag som har tillgång till internet) kan skrivas som:

$$P_d = \frac{1}{N_d} \sum_{k \in U_d} I_A(k)$$

där

U_d är redovisningsgruppen,

N_d är antal företag i populationen i redovisningsgrupp d .

För att skatta totalt antal företag med en viss egenskap $I_A(k)$ används Horwitz-Thompson estimatorn som ser ut som följande:

$$\hat{I}_A(k)_d = \sum_{h=1}^H \frac{N_{dh}}{n_{dh}} \sum_{k \in S_{dh}} I_A(k)$$

där

$I_A(k)$ är variabelvärde för företag k ,

S_{dh} är urvalet i stratum (d,h) .

Vid objektsbortfall justeras estimatorn enligt principen som beskrivs i avsnitt 2.7.1 och ser ut som följande:

$$\hat{I}_A(k) = \sum_{h=1}^H \frac{N_{dh}}{m_{dh}} \sum_{k \in r_{dh}} I_A(k)$$

Där

r_{dh} står för de företag som svarat,

m_{dh} = antalet svarande objekt i stratum dh .

En skattning av P_d erhålls genom följande estimator:

$$\hat{p}_d = \frac{1}{N_d} \hat{I}_A(k)_d$$

Skattning av e-handel i kronor

Total e-handel i kronor (i redovisningsgrupp d) kan skrivas som:

$$t_d = \sum_{k \in U_d} y_k$$

där

U_d är redovisningsgrupp,

y_k är e-handeln i SEK för företag k (dvs. angiven andel omsättning från e-handel*omsättning från register)

För att skatta t_d används Horwitz-Thompson estimatoren:

$$\hat{t}_d = \sum_{h=1}^H \frac{X_{dh}}{x_{dh}} \sum_{k \in S_{dh}} y_k$$

2.6.3 Skattningsförfarande för tillförlitlighet

Variansen för punktskattningen \hat{p}_d skattas med formeln:

$$\hat{V}(\hat{p}_d) = \frac{1}{N_d^2} \sum_{h=1}^H \frac{N_{dh}^2}{n_{dh}} \left(1 - \frac{n_{dh}}{N_{dh}}\right) \hat{S}_{dh}^2$$

$$\text{där } \hat{S}_{dh}^2 = \frac{N_{dh}}{N_{dh}-1} \hat{p}_{dh}(1 - \hat{p}_{dh})$$

Statistikens osäkerhet i form av urvalsosäkerhet redovisas som ett 95%-igt konfidensintervall för alla skattningar enligt:

$$\hat{p}_d = \pm 1.96 \times \sqrt{\hat{V}(\hat{p}_d)}$$

Det redovisade konfidensintervallet avser endast urvalsosäkerhet. Det görs inte någon kvantitativ skattning av övriga osäkerhetskällor, till exempel mätfel.

2.6.4 Röjandekontroll

De uppgifter som företagen lämnar skyddas av lagen om statistiksekretess. För att skydda uppgifterna i statistiken görs en så kallad röjandekontroll. Röjandekontrollerna syftar till att minimera risken för att företag kan lida skada eller men till följd av att uppgifter om dessa kan utläsas i redovisningen av statistiken eller relaterad information. Som mått för risk tillämpas p% -regeln, vilken

innebär att det utifrån de publicerade skattningarna inte får vara möjligt att härleda ett specifikt objekts bidrag med större noggrannhet än p procent. Tabellerna skyddas genom undertryckning, vilket innebär att skattningar med röjanderisk inte redovisas. Sekundärundertryckning av ytterligare skattningar görs för att det inte ska vara möjligt att härleda de värden som måste skyddas. Röjandekontrollen för undersökningen följer de riktlinjer som beskrivs i *Handbok i statistik röjandekontroll*⁶.

3 Genomförande

3.1 Kvantitativ information

Rampopulationen bestod av 36 855 företag exklusive övertäckning. Urvalet bestod av 4 640 företag exklusive övertäckning. Antalet svarande var 3 795, vilket ger en svarsfrekvens på 82 procent. Den konstaterade övertäckningen uppgick till 6 företag.

3.2 Avvikelser från undersökningsdesignen

Inför undersökningsomgången avseende referensåret 2023 fattades beslut om implementering av den statistiska enheten företag genom konsolidering. Vid tidpunkten för beslutet var detta också den rådande rekommendationen från Eurostat. Under statistikproduktionens gång utvärderades vägvalet i takt med att ny kunskap blev tillgänglig och de metodologiska rekommendationerna från Eurostat utvecklades inför den designmässigt lika undersökningen CIS2024. Utifrån SCB:s egna erfarenheter och kommande EU-gemensamma rekommendationer kring hanteringen av sammansatta företag i innovationsundersökningen beslutades att använda en juridisk enhet som representant för dessa företag istället för att konsolidera uppgifter från flera uppgiftskällor även i it-användningsundersökningen. Genom att införa förfarandet med representanter redan i årets undersökning undviks tidsseriebrott i två på varandra följande undersökningsomgångar.

Detta medför att uppgifter som samlats in från observationsobjekt som inte utpekats som representanter inte använts i skattningsförfarandet. Dock kommer alla insamlade data att finnas tillgänglig för forskningsändamål genom SCB:s mikrodataplattform MONA.

⁶ [Handbok i statistisk röjandekontroll](#).

Bilaga 1. Introduktionsbrev

It-användning i företag 2023

Undrar du över något? Kontakta oss gärna!

Frågor om att lämna uppgifter
Telefon: 010-479 60 65
Mejl: itanvandning@scb.se
www.scb.se/it-foretag

Öppettider
Måndag-fredag: 09.00 – 16:00
Lunchstängt: 12.00 – 13.00

Resultat
www.scb.se/nv0116

SCB beskriver Sverige
Statistikmyndigheten SCB förser samhället med statistik för beslutsfattande, debatt och forskning. Vi gör det på uppdrag av regeringen, myndigheter, forskare och näringsliv. Vår statistik bidrar till en faktabaserad samhällsdebatt och väl underbyggda beslut.

English
For information in English please visit
www.scb.se/nv0116

Ni får det här brevet eftersom ert företag har kommit med i urvalet för undersökningen **It-användning i företag**. Ert företag kommer därför att behöva lämna uppgifter till oss på statistikmyndigheten SCB. Syftet med undersökningen är att mäta och belysa användningen av informations- och kommunikationsteknik (IKT) samt e-handel i svenska företag.

Statistiska centralbyrån (SCB) har fått i uppgift av riksdag och regering att beskriva näringsverksamheten i Sverige och resultatet av den här undersökningen är en del av den beskrivningen.

Alla företag som får detta brev är en del av undersökningen och alla svar är viktiga för undersökningens kvalitet. Även de företag som inte använder sig av it ska svara.

Det är obligatoriskt att delta

Ert företag är enligt lag skyldigt att lämna uppgifter till den här undersökningen, se nästa sida.

Har ni några frågor om uppgiftslämnandet? Kontakta oss så hjälper vi er!

Lämna uppgifterna senast den 23 mars 2023

Uppgifterna ska avse organisationsnummer: **PeOrgNr**

Gå in på www.scb.se/it-foretag för att lämna de efterfrågade uppgifterna. Era inloggningsuppgifter är:

Användarnamn:	Namn
Lösenord:	Lösen

Här finns inloggning och all information som ni behöver för att lämna uppgifterna, inklusive information och frågeblankett på engelska.

Det går bra att logga in flera gånger och spara emellan.

Stort tack för er medverkan!

Med vänlig hälsning

Joakim Stymne
Generaldirektör, SCB

Vem använder svaren och hur?

Resultatet av undersökningen används av EU:s Generaldirektorat och aggregerade uppgifter kommer att skickas till EU:s statistikbyrå Eurostat för att kunna göra jämförelser mellan länder som tar fram liknande statistik.

Näringsdepartementet, Finansdepartementet, Post- och telestyrelsen (PTS), Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser (Tillväxtanalys) och Tillväxtverket använder statistiken för att exempelvis följa upp utvecklingen inom Sveriges digitalisering.

Varför måste vi delta?

Det är obligatoriskt att delta eftersom uppgiftsskyldighet gäller enligt lagen (2001:99) om den officiella statistiken. Regler om uppgiftsskyldigheten finns även i förordningen (2001:100) om den officiella statistiken och SCB:s föreskrifter (SCB-FS 2022:30).

Om SCB inte får in uppgifterna kan företaget föreläggas med vite, vilket innebär att företaget riskerar att behöva betala ett visst belopp. Observera att skyldigheten att lämna uppgifterna ändå finns kvar.

Samråd

Samråd har skett Näringslivets Regelnämnd (NNR) och Regelrådet.

Hur skyddas de lämnade svaren?

Uppgifterna som ni lämnar skyddas av sekretess enligt 24 kap. 8 § offentlighets- och sekretesslagen (2009:400). När uppgifterna redovisas kommer inga enskilda företag att kunna identifieras.

Det kommer inte att framgå vad just ert företag har svarat när undersökningens resultat redovisas.

Regler för personuppgiftsbehandling finns i EU:s dataskyddsförordning samt i lagen (2001:99) och förordningen (2001:100) om den officiella statistiken. Därutöver finns även regler i lagen (2018:218) om kompletterande bestämmelser till EU:s dataskyddsförordning och de föreskrifter som har meddelats i anslutning till den lagen.

Mer information om hur SCB behandlar dina personuppgifter hittar du på www.scb.se/personuppgifter

Hur behandlar SCB personuppgifter?

SCB är personuppgiftsansvarig för den behandling av personuppgifter som SCB gör.

Var och en har rätt att gratis få en kopia, i form av ett så kallat registerutdrag, av de personuppgifter som behandlas av SCB i egenskap av personuppgiftsansvarig. Om begäran görs i elektronisk form, har man rätt att få utdraget i elektronisk form. Om någon skulle anse att SCB har behandlat personuppgifter på ett sätt som bryter mot EU:s dataskyddsförordning, har man under vissa förutsättningar rätt att få uppgifterna raderade.

Har du frågor om personuppgiftsbehandling?

Kontakta dataskyddsombuden:

SCB: 010-479 40 00, dataskyddsombud@scb.se,

701 89 Örebro

Var publiceras resultaten?

Statistiken publiceras på aggregerad nivå i form av statistiknyhet, tabeller i Statistikdatabasen, tabeller och diagram på SCB:s hemsida. Publiceringen kommer att ske i november 2023 på www.scb.se/NV0116.

Bilaga 2. Påminnelsebrev

Era uppgifter saknas

It-användning i företag 2023

Undrar du över något? Kontakta oss gärna!

Frågor om att lämna uppgifter

Telefon: 010-479 60 65
Mejl: itanvandning@scb.se
www.scb.se/it-foretag

Öppettider

Måndag-fredag: 09.00 – 16:00
Lunchstängt: 12.00 – 13.00

Resultat

www.scb.se/nv0116

SCB beskriver Sverige

Statistikmyndigheten SCB förser samhället med statistik för beslutsfattande, debatt och forskning. Vi gör det på uppdrag av regeringen, myndigheter, forskare och näringsliv. Vår statistik bidrar till en faktabaserad samhällsdebatt och väl underbyggda beslut.

English

For information in English please visit
www.scb.se/nv0116

Med det här brevet vill vi uppmärksamma er på att vi saknar svar från ert företag i It-användning i företag 2023. Den 21 februari skickade SCB ett brev där vi bad er lämna de efterfrågade uppgifterna senast den 23:e mars. Om ni har lämnat uppgifterna under de senaste dagarna kan ni bortse från detta brev.

Har ni redan svarat? Tack, bortse då från den här påminnelsen.

Statistiska centralbyrån (SCB) har fått i uppgift av riksdag och regering att beskriva näringsverksamheten i Sverige och resultatet av den här undersökningen är en del av den beskrivningen.

Alla företag som får detta brev är en del av undersökningen och alla svar är viktiga för undersökningens kvalitet. Även de företag som inte använder sig av it ska svara.

Det är obligatoriskt att delta

Ert företag är enligt lag skyldigt att lämna uppgifter till den här undersökningen, se nästa sida.

Har ni några frågor om uppgiftslämnandet? Kontakta oss så hjälper vi er!

Lämna uppgifterna snarast!

Uppgifterna ska avse organisationsnummer: **PeOrgNr**

Gå in på www.scb.se/it-foretag för att lämna de efterfrågade uppgifterna. Era inloggningsuppgifter är:

Användarnamn:	Namn
Lösenord:	Lösen

Här finns inloggning och all information som ni behöver för att lämna uppgifterna, inklusive information och frågeblankett på engelska.

Det går bra att logga in flera gånger och spara emellan.

Stort tack för er medverkan!

Med vänlig hälsning

Joakim Stymne
Generaldirektör, SCB

Vem använder svaren och hur?

Resultatet av undersökningen används av EU:s Generaldirektorat och aggregerade uppgifter kommer att skickas till EU:s statistikbyrå Eurostat för att kunna göra jämförelser mellan länder som tar fram liknande statistik.

Näringsdepartementet, Finansdepartementet, Post- och telestyrelsen (PTS), Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser (Tillväxtanalys) och Tillväxtverket använder statistiken för att exempelvis följa upp utvecklingen inom Sveriges digitalisering.

Varför måste vi delta?

Det är obligatoriskt att delta eftersom uppgiftsskyldighet gäller enligt lagen (2001:99) om den officiella statistiken. Regler om uppgiftsskyldigheten finns även i förordningen (2001:100) om den officiella statistiken och SCB:s föreskrifter (SCB-FS 2022:30).

Om SCB inte får in uppgifterna kan företaget föreläggas med vite, vilket innebär att företaget riskerar att behöva betala ett visst belopp. Observera att skyldigheten att lämna uppgifterna ändå finns kvar.

Samråd

Samråd har skett Näringslivets Regelnämnd (NNR) och Regelrådet.

Hur skyddas de lämnade svaren?

Uppgifterna som ni lämnar skyddas av sekretess enligt 24 kap. 8 § offentlighets- och sekretesslagen (2009:400). När uppgifterna redovisas kommer inga enskilda företag att kunna identifieras.

Det kommer inte att framgå vad just ert företag har svarat när undersökningens resultat redovisas.

Regler för personuppgiftsbehandling finns i EU:s dataskyddsförordning samt i lagen (2001:99) och förordningen (2001:100) om den officiella statistiken. Därutöver finns även regler i lagen (2018:218) om kompletterande bestämmelser till EU:s dataskyddsförordning och de föreskrifter som har meddelats i anslutning till den lagen.

Mer information om hur SCB behandlar dina personuppgifter hittar du på www.scb.se/personuppgifter

Hur behandlar SCB personuppgifter?

SCB är personuppgiftsansvarig för den behandling av personuppgifter som SCB gör.

Var och en har rätt att gratis få en kopia, i form av ett så kallat registerutdrag, av de personuppgifter som behandlas av SCB i egenskap av personuppgiftsansvarig. Om begäran görs i elektronisk form, har man rätt att få utdraget i elektronisk form. Om någon skulle anse att SCB har behandlat personuppgifter på ett sätt som bryter mot EU:s dataskyddsförordning, har man under vissa förutsättningar rätt att få uppgifterna raderade.

Har du frågor om personuppgiftsbehandling?

Kontakta dataskyddsombuden:

SCB: 010-479 40 00, dataskyddsombud@scb.se,


701 89 Örebro

2023-11-30

Bilaga 3. Frågeformulär för företag med 10 eller fler anställda

A. Internetanvändning

1. Ungefär hur stor andel av de anställda använder i arbetet en dator, mobiltelefon, surfplatta eller liknande som ger tillgång till internet?

Räkna även med anställda som har tillgång till internet men som *aldrig använder internet* och/eller anställda som delar på en gemensam dator, telefon eller liknande. 

_____ % av företagets anställda



Förutsatt att de anställda använder en dator, telefon eller liknande som ger tillgång till internet ska de räknas med. De anställda behöver alltså inte använda internet.

A1. Användning av fast anslutning till internet

Vad är fast anslutning till internet?

Anslutningen från arbetsplatsen (eller från fastigheten) till internet går via t.ex.

- telefonnätet för **fast** telefoni t.ex. DSL, ADSL, VDSL och SDSL
- fibernät t.ex. stadsnät
- kabel-tv nätet
- offentliga trådlösa nätverk T.ex. offentligt Wi-Fi, hotspots

Trådlöst nätverk (som Wi-Fi) räknas som fast anslutning **förutsatt att det är kopplat till en fast anslutning.**

2. Använder företaget någon typ av *fast internetanslutning*?

Ja

Nej

3. Vilken hastighet kan er *snabbaste fasta internetanslutning* uppnå för att ta emot data, enligt *avtalet med leverantören*?

Obs. Om ni har fasta anslutningar på flera adresser, markera hastigheten för den snabbaste.

Den avtalade hastigheten kan även framgå av **fakturan**.

Under 30 Mbit/s

Minst 30 men mindre än 100 Mbit/s

Minst 100 men mindre än 500 Mbit/s

Minst 500 men mindre än 1 Gbit/s

Minst 1 Gbit/s

A2. Användning av webbplats

4. Har företaget en webbplats?

Räkna även med webbplats i er koncern eller kedja förutsatt att information om företaget finns på webbplatsen.

Avser **inte** konto på sociala medier.

Ja

Nej

5. Finns följande funktioner på webbplatsen? Om företaget har flera webbplatser, finns funktionen på **någon** av dem?

Räkna även med webbplats i er koncern eller kedja förutsatt att information om företaget finns på webbplatsen.

Avser **inte** länk till funktion på extern webbplats, oavsett om kunden lämnar er webbplats eller inte.

	Ja	Nej
a) Beskrivning av varor och/eller tjänster, prisinformation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Möjlighet att beställa eller boka direkt på webbplatsen via t.ex. kundvagn, köpknapp eller ett bokningssystem <i>Avser inte manuellt skriven e-post</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Funktioner för att avgränsa en sökning på webbplatsen iii iii Avser inte traditionell sökfunktion eller att kunden klickar sig fram till rätt sida via webbplatsens menyer.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Funktion för kunden att spåra sin beställning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Webbplatsen känner igen kunder via deras inloggning och personanpassar innehållet efter kunden. Obs. svara Ja endast om både inloggning och personanpassning används på webbplatsen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) En chatttjänst för kundsupport (en chatbot, virtuell assistent eller en person som svarar på frågor från kunder)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Annonsering av lediga jobb eller möjlighet att söka lediga tjänster på webbplatsen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Funktion för att visa webbplatsens innehåll på minst två olika språk iii iii Inkludera även flerspråkiga webbplatser inom en enskild domän (exempelvis ".com") eller flera domäner på olika språk (exempelvis ".se", ".uk" etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

A3. Användning av mobilapplikationer

6. Har företaget en mobilapplikation tillägnat kunder?

Exempelvis i syfte att tillhandahålla ett lojalitetsprogram, e-handel, kundsupport etc.

Ja

Nej

A4. Användning av sociala medier

7. Använder företaget följande typer av sociala medier?

Räkna med sociala medier som används av företaget, **koncernen, kedjan eller franchisen.**

Svara **Nej** om företaget enbart använder sociala medier för **betald annonsering.**

	Ja	Nej
a) Sociala nätverk t.ex. Facebook, LinkedIn, Tripadvisor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Interna eller externa bloggar/mikrobloggar t.ex. Twitter, Yammer, intranätbloggar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Webbplatser för utbyte av multimedia material ⁱⁱⁱ t.ex. Instagram, Youtube, Pinterest, poddradio eller podd-tv där serier av digitala ljud/video-filer publiceras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ⁱⁱⁱ Avser interna eller externa webbplatser för utbyte av presentationer, dokument, eller professionella videor.

B. Försäljning via E-handel

E-handel innebär:

- Kunder beställer/bokar **direkt på en webbplats, app, eller EDI-typer av meddelanden** med hjälp av metoder specifikt utformade för att ta emot beställningar. **Betalningen** behöver *inte* ske elektroniskt.
- **Intern hantering** av beställningarna behöver *inte* vara automatiserad.

Räkna *inte* med beställningar/bokningar som inkommer via manuellt skickad e-post, telefon, sms eller via meddelanden på sociala medier.

Vänligen, rapportera **webbförsäljning i avsnitt B1 och EDI-försäljning i avsnitt B2**. De definieras av sättet som kunden gör beställningen på:

- Webbförsäljning: kunden gör beställningen på en **webbplats eller via en app**;
- EDI typer av beställningar: en EDI-beställning skapas **i kundens affärssystem och beställning görs av företag till företag(B2B)**.

B1. Webbförsäljning av varor eller tjänster

Webbförsäljning täcker beställningar, bokningar och reservationer placerade av kunder via:

- företagets **egen webbplats eller app**
 - onlinebutik (webbshop);
 - webbformulär;
 - extranät (webbshop or webbformulär) ;
 - bokningssystem, reservationssystem för tjänster;
 - appar för mobila enheter eller datorer;
- **e-handelsplats som flera företag använder** för handel med varor eller tjänster t.ex. Amazon, Booking, Bookatable, Bokadirekt, Foodora.

Obs. webbförsäljning avser även digitala bokningar av **tider** för t.ex. hårklippning, bilservice, bord på restaurang.

Räkna *inte* med beställningar/bokningar som inkommer via manuellt skickad e-post, telefon, sms eller via meddelanden på sociala medier.

8. Under 2022, hade företaget webbförsäljning av varor eller tjänster via:

	Ja	Nej
a) företagets egen webbplats/app eller gemensam webbplats/app i den koncern, franchise- eller företagskedja som företaget hör till	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) en e-handelsplats där flera företag säljer , t.ex. Amazon, Booking, Bookatable, Bokadirekt, Foodora	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. Under 2022, hur stor andel av företagets omsättning kom från webbförsäljning **iii** av varor eller tjänster?

Om exakt uppgift saknas är en uppskattning tillräcklig.

_____ % av företagets omsättning

iii Webbförsäljning täcker beställningar, bokningar och reservationer placerade av kunder via:

- företagets **egen webbplats eller app**, t.ex. webbshop, extranät, bokningssystem, appar
- **e-handelsplats som flera företag använder** för handel med varor eller tjänster t.ex. Amazon, Booking, Bookatable, Bokadirekt, Foodora.

10. Under 2022, hur stor andel av företagets webbförsäljning av varor eller tjänster kom från följande webbplatser eller appar?

Svara utifrån svaret på fråga 9. Om exakta uppgifter saknas är en uppskattning tillräcklig.

a) Företagets egen webbplats/app eller gemensam webbplats/app i er koncern, franchise- eller företagskedja	_____ %
b) En e-handelsplats där flera företag säljer , t.ex. Amazon, Booking, Bookatable, Bokadirekt, Foodora	_____ %
	_____ %

Obs. Summan av (a) och (b) ska vara 100 %

11. Under 2022, hur stor andel av företagets webbförsäljning av varor eller tjänster kom från försäljning till följande kundtyper?

Svara utifrån svaret på fråga 9. Om exakta uppgifter saknas är en uppskattning tillräcklig.

a) Försäljning till privatpersoner (**B2C**) _____ %

b) Försäljning till företag (**B2B**) och offentlig sektor (**B2G**) _____ %

Obs. Summan av (a) och (b) ska vara 100 % _____ %

B2 Beställningar företaget tog emot via affärssystem i format som EDI, XML eller liknande

Vad menas med försäljning via meddelanden i EDI-format? (EDI=Electronic Data Interchange)

Avser beställningar från **företagskunder eller offentlig sektor via meddelanden i EDI-format** (filer i EDI, XML eller liknande format):

- Beställningar skickas från **kunders affärssystem i ett avtalat format eller standardformat lämpliga för automatiserad bearbetning.**
- Beställningen är en fil i ett format som en dator kan bearbeta med särskild programvara. Exempel på EDI-format: EDIFACT och på XML-format: UBL.
- Filer bearbetas helt eller delvis **automatiserat**. Filer i XML-format kan även bearbetas manuellt. Inkludera filer som gick direkt in i affärssystemet.

Obs. kunder kan ev. skicka beställningarna via ett annat företag, som **tekniskt anpassar beställningarna** så att ni kan ta emot dem.

12. Under 2022, sålde företaget varor eller tjänster via meddelanden i EDI-format?

Ja, vi tog emot sådana **beställningar** från kunder.

Nej

13. Under 2022, hur stor andel av företagets omsättning kom från försäljning av varor eller tjänster via meddelanden i EDI-format?

Om exakt uppgift saknas är en uppskattning tillräcklig.

_____ % av företagets omsättning

C. Dataanvändning, delning, analys och handel med data

C1 Programvaror

14. Använder företaget följande programvaror?

	Ja	Nej
a) Affärssystem (ex. ERP = Enterprise Resource Planning)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Programvara som används för att dela information mellan olika funktioner inom företaget, exempelvis:		
- bokföring		
- planering		
- produktion		
- marknadsföring		
ERP-programvara kan vara standardprogramvara , programvara anpassad efter företagets behov eller egenutvecklad programvara.		
b) CRM programvara (CRM = Customer Relationship Management)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
CRM hanterar kundinformation och ger stöd för kundkontakter och för att följa deras köpvänor, intressen m.m.		
c) Business intelligence (BI) programvara , t.ex. Microsoft Power BI, SAP BusinessObjects, SAS, Tableau m.m.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- BI analyserar företagets data och ger stöd för beslut och planering.		
- BI kan hämta data från ett eller flera system och ev. externa källor.		
- Resultaten visas ofta grafiskt (diagram, grafer, kartor osv).		

C2 Delning av data

15. Delar företaget data elektroniskt med leverantörer eller kunder kopplade till SCM?

Vad menas med SCM? (SCM=Supply Chain Management)

Supply chain management kan definieras som design, planering, utförande, kontroll och övervakning av supply chain-aktiviteter med målet att skapa nettovärde, bygga en konkurrenskraftig infrastruktur, utnyttja logistiken, synkronisera utbud med efterfrågan och mäta prestanda.

Data kan delas via webbsidor, nätverk eller andra sätt som tillåter delning av data elektroniskt, exempelvis EDI-system, sensorer eller annan spårning i realtid.

Fler exempel på data som kan delas elektroniskt är:

- information om lagersaldo
- status på leveranser
- framsteg i tillhandahållande av tjänster
- efterfrågeprognoser
- tillgång på produkter
- kundbehov
- e-handelsdata
- information om produktion eller underhåll.

Inkludera *inte* e-postmeddelanden som är olämpliga för automatiserad behandling eller manuellt skriven e-post.

Ja

Nej

C3 Analys av data

Dataanalys avser användningen av programvara, teknologier eller tekniker som används för att:

- analysera data i syfte att se mönster, trender
- få insikter som kan användas för att dra slutsatser
- göra prognoser och ta mer informerade beslut med målsättningen att effektivisera verksamheten.

16. Utför företagets anställda dataanalys?

Räkna även med anställda i er koncern eller kedja som utför dataanalys. Data kan komma från både företagets **egna verksamhet** och/eller från **externa aktörer** (exempelvis från leverantörer, kunder, myndigheter).

Ja

Nej

17. Utför företagets egna anställda dataanalys på någon av följande datakällor?

Räkna även med anställda i er koncern eller kedja som utförde dataanalys. Data kan komma från både företagets **egna verksamhet** och/eller från **externa aktörer** (exempelvis från leverantörer, kunder, myndigheter).

	Ja	Nej
a) Dataanalys på transaktionsdata iii (från t.ex. affärssystem eller webshop) <i>Inkludera data som genereras både offline och online.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
iii Transaktionsdata avser data som genereras från dagliga transaktioner. Transaktionsdata kan t.ex. generas av fakturor, betalningsordrar, leveranskvitton. Exempel på data som kan genereras via dessa är bl.a. tidpunkter för transaktioner, pris, betalningsmetoder		
b) Dataanalys på kunddata t.ex. köphistorik, recensioner, sökhistorik (från t.ex. CRM-system eller webbplats)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Dataanalys på data från sociala medier (inkl. från företages kanaler t.ex. personlig information, kommentarer, video, ljud, bilder)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Dataanalys på data som genereras från publika webbsidor (t.ex. sökningar/trender i sökmotorer, webskrapning iii , kundfeedback från sociala kanaler)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
iii Användning av datorprogram för att extrahera stora mängder data från webbplatser på kort tid.		
e) Dataanalys på platsdata från fordon eller bärbara enheter (via t.ex. GPS, mobilnät eller trådlösa nätverk)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Dataanalys på data från smarta enheter eller sensorer iii (t.ex. maskin-till-maskin kommunikation (M2M), sensorer för maskiner eller tillverkning, smarta mätare, RFID-taggar iii)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
iii Elektroniska enheter som är anslutna till andra enheter eller till ett nätverk som		

till viss del fungerar interaktivt och självständigt. Sensordata kan genereras av smarta elmätare, bilsensorer och elektriska apparater.



En radiofrekvensidentifieringskod (RFID) är en enhet som kan appliceras på eller integreras i en produkt eller ett objekt och som överför data via radiovågor.

- g) Dataanalys på öppna data från **statliga myndigheter** (t.ex. data om företag, väder, topografi, transporter, bostäder, byggnader)
- h) Dataanalys på **satellitdata** t.ex. satellitbilder, navigations- eller positionssignaler (även data från externa tjänster t.ex. AWS Ground Station)
- Exkludera platsdata via GPS från fordon eller bärbara enheter.**

18. Utför ett externt företag eller en extern organisation dataanalys åt er?

Inkludera analys på data från både **interna och externa** källor.

Exempel på externa organisationer är bl.a. andra företag, universitet eller institut. Anledningar att köpa in tjänsten externt kan bl.a. vara att företaget valt att inte investera i infrastruktur, kompetens eller mjukvara för att genomföra analysen internt.

Ja

Nej

C4 Handel med data

19. Under 2022, *sålde* företaget (tillgång till) någon data som kommer från er verksamhet?

T.ex. data om **era** kunder eller data från **era** smarta enheter eller sensorer.

Ja

Nej

20. Under 2022, köpte företaget (tillgång till) någon data?

T.ex. data om **andra** företags kunder eller data från **andras** smarta enheter eller sensorer.

Ja

Nej

D. Användning av molntjänster

Vad menas med molntjänster?

Med molntjänster menas it-tjänster som ger tillgång till mjukvara, datorkraft och lagringsutrymme, etc. över internet.

Dessa tjänster uppfyller samtliga villkor nedan:

- Erbjuds via servrar som tjänsteleverantören tillhandahåller.
- Lätt kan upp- eller nedgraderas, t.ex. med hänsyn till antal användare eller lagrings-utrymme.
- Kan användas på begäran av användaren, åtminstone efter initial registrering.
- Tjänsten tillhandahålls mot betalning per användare, efter använd kapacitet eller mot förskottsbetalning.

Anslutning kan ske via Virtual Private Networks (VPN).

21. Köper företaget någon molntjänst?

Exkludera gratis tjänster.

Ja

Nej

22. Köper företaget någon av följande som molntjänst?

Exkludera gratis tjänster.

	Ja	Nej
a) E-post (som molntjänst)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Kontorsmjukvara (som molntjänst), t.ex. ordbehandlingsprogram eller kalkylprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Mjukvara för ekonomi (som molntjänst) t.ex. bokföring, redovisning eller ekonomistyrning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Enterprise Resource Planning (ERP) mjukvaruapplikationer (som molntjänst)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Mjukvara för hantering av kundinformation, s.k. CRM (som molntjänst)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Mjukvaruapplikationer för säkerhet (som molntjänst) t.ex. antivirusprogram, nätverkskontroll	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Databastjänster (som molntjänst)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Fillagring (som molntjänst)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Datorkraft för att köra programvara som används av företaget (som molntjänst)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) Datorplattform som tillhandahåller en värdmiljö för applikationsutveckling, testning eller distribution (som molntjänst) t.ex. återanvändbara programvarumoduler, applikationsprogrammeringsgränssnitt (API)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

E. Artificiell intelligens

Vad menas med Artificiell intelligens?

Artificiell intelligens syftar på/avser system som använder teknik såsom: **text mining, datorseende, taligenkänning, natural language generation, maskininlärning, djupinlärning** till att samla och/eller använda data för att förutsäga, rekommendera eller besluta, med varierande grad av autonomi, den bästa åtgärden för att nå specifika mål.

System för artificiell intelligens **kan vara enbart mjukvarubaserad**, t.ex.:

- chatbotar och virtuella företagsassistenter baserade på natural language processing
- system för ansiktsigenkänning baserat på system för datorseende eller taligenkänning
- maskinöversättningssystem
- dataanalys baserat på maskininlärning

eller **inbyggd/inbäddad i enheter** t.ex.:

- autonoma robotar för lagerautomation eller monteringsarbeten inom produktion
- autonoma drönare för produktionsövervakning eller pakethantering

23. Använder företaget någon av följande AI-tekniker?

	Ja	Nej
a) Teknik som analyserar skrivet språk (text mining)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Teknik som konverterar tal till maskinläsbart format (taligenkänning)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Teknik som genererar skrivet eller talat språk (natural language generation)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Teknik som identifierar föremål eller personer baserat på bilder (bildigenkänning, bildbehandling)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Maskininläring (t.ex. djupinläring) för dataanalys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Teknik som automatiserar olika arbetsflöden eller assisterar i beslutsfattande (AI-baserad programautomatisering av robotprocesser)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Teknik som möjliggör fysisk förflyttning av maskiner genom autonoma beslut baserat på observation av omgivningen (autonoma robotar, självkörande fordon, autonoma drönare)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

24. Använder företaget AI-baserad mjukvara eller system för något av följande ändamål?

	Ja	Nej
a) för marknadsföring eller försäljning iii	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
iii		
<ul style="list-style-type: none">• kundprofilering, prisoptimering, personliga marknadsföringserbudanden, marknadsanalyser baserat på maskininläring• chatbotar baserade på natural language processing för kundsupport• autonoma robotar för orderhantering		
b) för produktionsprocesser eller serviceprocesser iii	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
iii		
<ul style="list-style-type: none">• prediktivt underhåll baserad på maskininläring• verktyg för att klassificera produkter eller upptäcka defekter i produkter baserad på datorseende• autonoma drönare för produktionsövervakning, säkerhets- eller inspektionsuppgifter• monteringsarbeten utförda av autonoma robotar		
c) för organisering av företagsadministrativa processer iii	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
iii		
<ul style="list-style-type: none">• virtuella företagsassistenter baserade på maskininläring och/eller natural language processing• dataanalys eller strategiskt beslutsfattande t.ex. riskbedömning baserad på maskininläring• planering eller affärsprognoser baserade på maskininläring• personalhantering baserad på maskininläring eller natural language processing, t.ex. förvalsscreening av kandidater, profilering av anställda eller analys av arbetsprestationer		

d) för logistik iii	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
iii <ul style="list-style-type: none"> • autonoma robotar för plock och pack-lösningar i lager • ruttoptimering baserat på maskininläring • autonoma robotar för paketfrakt, spårning, distribution och sortering • autonoma drönare för paketleveranser 		
e) för it-säkerhet iii	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
iii <ul style="list-style-type: none"> • ansiktsgenkänning baserat på datorseende för autentisering av IKT-användare • upptäckt och förebyggande av cyberattacker baserat på maskininläring 		
f) för redovisning, controller eller finansiell ledning iii	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
iii <ul style="list-style-type: none"> • maskininläring för att analysera data som hjälpmedel för att ta finansiella beslut • fakturahantering baserad på maskininläring • maskininläring eller natural language processing för bokföring 		
g) för forskning och utveckling (FoU) eller innovationsverksamhet iii	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
iii <ul style="list-style-type: none"> • analys av data för att bedriva forskning, lösa forskningsrelaterade problem, utveckla en ny eller förbättrad produkt/tjänst baserad på maskininläring 		

25. På vilket/vilka sätt förvärvade företaget de AI-mjukvaror eller system som ni använder?

	Ja	Nej
a) De utvecklades av egen personal (inkluderat anställda i moder-eller dotterbolag)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Kommersiell mjukvara eller system modifierades av egen personal (inkluderat anställda i moder-eller dotterbolag)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Open-source mjukvara eller system modifierades av egen personal (inkluderat anställda i moder-eller dotterbolag)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Kommersiell mjukvara eller system redo att användas köptes in (inkluderat exempel där det redan var inbyggt i ett inköpt föremål eller system)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Externa utförare kontrakterades för att utveckla eller modifiera dem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

26. Har företaget övervägt att använda någon av de AI-tekniker som listas i fråga 23 **iii?**

Ja

Nej

iii

- Text mining
- Taligenkänning
- Natural language generation
- Bildigenkänning, bildbehandling
- Maskininlärning t.ex. djupinlärning
- AI-baserad automatisering av olika arbetsflöden eller AI-baserad beslutsfattande
- Autonoma robotar, självkörande fordon, autonoma drönare

Fråga 27. Vilken/vilka av följande faktorer är anledningen till att företaget avstått från att använda några av de AI-tekniker som listas i fråga 23 **iii?**

	Ja	Nej
a) Kostnaderna upplevs för höga	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
a) Det saknas relevant expertis i företaget	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Inkompatibilitet med existerande utrustning, mjukvara eller system	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Svårigheter med tillgången till eller kvaliteten i nödvändiga data	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Farhågor gällande överträdelser av dataskydd och integritet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Brist på tydlighet om de rättsliga konsekvenserna (t.ex. ansvar vid skada orsakad av användningen av artificiell intelligens)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Etiska överväganden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) AI-tekniker är inte användbara för företaget	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

iii

- Text mining
- Taligenkänning
- Natural language generation
- Bildigenkänning, bildbehandling
- Maskininlärning t.ex. djupinlärning
- AI-baserad automatisering av olika arbetsflöden eller AI-baserad beslutsfattande
- Autonoma robotar, självkörande fordon, autonoma drönare

F. Fakturering

Vilka typer av fakturor finns det?

Det finns fakturor i pappersform och elektronisk form. Fakturor i elektronisk form är av två typer:

- **E-fakturor i en standardstruktur** som är lämpliga för automatiserad behandling, **exklusive överföring av PDF-filer**. De utbyts antingen direkt, via tjänsteleverantörer eller via ett elektroniskt banksystem, t.ex. Kivra.

- **Fakturor i elektronisk form** som inte är lämpliga för automatiserad behandling, t.ex. överföring av PDF-filer via email, JPEG.

28. Skickade företaget följande typer av fakturor under 2022?

Inkludera även fakturor som skickats via t.ex. revisorer, leverantörer av e-fakturatjänster etc.

	Ja	Nej
a) Elektroniska fakturor som kan processas automatiskt i mottagarens it-system, t.ex. XML, EDIFACT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Elektroniska fakturor som inte kan processas automatiskt i mottagarens it-system, t.ex. fakturor i pdf-format som skickas med e-post, överföringen av PDF-filer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Pappersfakturor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

29. Av alla fakturor som företaget skickade (i elektronisk eller pappersform) till privatkunder, andra företag eller offentliga myndigheter, vilken andel av e-fakturor skickades i en standardstruktur lämplig för automatiserad behandling under 2022?

Om exakta uppgifter saknas är en uppskattning tillräcklig.

_____ %

G. It och miljö

30. Tillämpar företaget några åtgärder för att påverka följande?

	Ja	Nej
a) Mängden papper som används för utskrifter och kopiering	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Energikonsumtion av it-utrustningen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

31. Tar företaget hänsyn till it-tjänsternas eller it-utrustningens miljöpåverkan vid val av tjänster/utrustning?

Exempelvis genom att titta på produkternas energikonsumtion etc.

<input type="checkbox"/> Ja
<input type="checkbox"/> Nej

32. Vad gör ditt företag med it-utrustning (t.ex. datorer, mobiltelefoner, skärmar) som inte längre används?

	Ja	Nej
a) Kasseras i elektronikåtervinning eller lämnas tillbaka till återförsäljaren för kassering	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Förvaras på företaget <i>Exempelvis i syfte att användas som reservdelar eller för inte riskera att konfidentiell information ska avslöjas.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Säljs vidare, returneras till ett leasingföretag eller doneras.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

X. Bakgrundsinformation

X1. Företagets huvudsakliga ekonomiska aktivitet, under 2022

X2. Antalet anställda i genomsnitt, under 2022

X3. Total omsättning (i monetära termer, exklusive moms), för 2022