

STATISTIKENS FRAMSTÄLLNING

It-användning i företag

Ämnesområde

Näringsverksamhet

Statistikområde

Näringslivets struktur

Produktkod

NV0116

Referenstid

Januari 2025 och kalenderåret 2024

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	3
2.2.1	Urvalsförfarande	5
2.2.2	Uteslutning från insamling (cut-off)	7
2.3	Insamlingsförfarande	7
2.3.1	Datainsamling	7
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	15
	Bilaga 2. Påminnelsebrev	18
	Bilaga 3. Frågeformulär för företag med 10 eller fler anställda	21

1 Statistikens sammanhang

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

Undersökningen är reglerad av EU enligt Europaparlamentets och rådets förordning (EC) nr 2019/2152 vilken förbinder alla medlemsländer att 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 målstorheter finns i dokumentationen om statistikens kvalitet (kvalitetsdeklarationen) på undersökningen hemsida³.

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

2.2 Ramförfarande

Undersökningens ram avgränsas till näringsgrenar inom SNI koderna 10–82 (exklusive 64–66) samt 95.1 enligt SNI 2007⁴ (se tabell 1). För att kunna dra ett urval skapas två urvalsramar. Företag i dessa urvalsramar kategoriserades efter företagsstorlek, 0–9 anställda

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.

³ Produkthemsida för [It användning i företag \(scb.se\)](#).

⁴ [Standard för svensk näringsgrensindelning \(SNI\) \(scb.se\)](#)

respektive 10 eller fler anställda. SCB:s företagsregister, Företagsdatabasen (FDB) ligger till grund för att skapa ramen för undersökningen. För framställning av ramen används SCB:s system för samordnad urvalsdragning (SAMU).

Tabell 1: Branschtillhörighet i mål- respektive rampopulation för It-användning i företag 2025.

SNI 2007 – Svensk näringsgrensindelning

Branschgrupp	Benämning
10–33	Tillverkning
35–39	Försörjning av el, gas, värme och kyla. Vattenförsörjning; avloppsrening, avfallshantering och sanering.
41–43	Byggverksamhet
45–47	Handel; reparation av motorfordon och motorcyklar
49–53	Transport- och magasineringsföretag
55–56	Hotell- och restaurangverksamhet
58–63	Informations- och kommunikationsverksamhet
68	Fastighetsverksamhet
69–75, 77–82 samt 95.1	Andra tjänsteföretag
26.1–26.4, 26.8, 46.5, 58.2, 61–62, 63.1, 95.1	IKT-sektorn

Urvalsramen bestod av 35 855 företag med 10 eller fler anställda och 472 289 företag med 0–9 anställda. Tabell 2 och 3 redovisar vilka kriterier ett företag ska uppfylla för att ingå i urvalsramen.

Tabell 2: 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 2024.
Geografisk plats	Företag med svensk adress
/ SNI2007 10–63, 68–75, 77–82 och 95.1: företag i sektorerna ⁵ 111000, 112000 och 113000	Kan sammanfattas som icke-finansiella bolag.

⁵ [MIS 2014:1 Standard för institutionell sektorindelning \(INSEKT2014\)](#), [Standard för indelning efter ägarkontroll \(ÄGAR 2000\)](#) samt [Indelning efter juridisk form \(JURFORM\)](#).

Tabell 3: Kriterier för inkludering i ramen för företag med 0–9 anställda

Kriterium	Kommentar
Aktivt företag	Endast verksamma företag undersöks. Företagen var aktiva i november 2024.
Geografisk plats	Företag med svensk adress
<i>I SNI2007 10-63, 68-75, 77-82 och 95.1: företag i sektorerna 111000, 112000, 113000 och med 1-9 anställda.</i>	Kan sammanfattas som icke-finansiella bolag.
<i>I SNI2007 10-63, 68-75, 77-82 och 95.1: företag i sektor 142000, 0 anställda och med jurform=10</i>	Hushåll med företagarkomst från rörelse utan anställda. Hushållens juridiska form är <i>fysiska personer</i> .
Omsättning	Företag med 0 anställda måste ha en omsättning större än 0 kronor.

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 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). Stratifieringen görs för att möjliggöra skattningar med god precision inom önskade redovisningsgrupper. Genom att dela in rampopulationen i homogena strata (grupper) baserade på relevanta variabler säkerställs att urvalsstorlekarna inom varje grupp är tillräckliga för att producera tillförlitliga skattningar.

Urvalsramen stratifieras efter storleksklass (antal anställda), näringsgren (SNI 2007) och region (NUTS1). Totalt bildades 362 strata för urvalsramen för företag med 10 eller fler anställda och 81 strata för 0–9 anställda.

Alla företag med minst 200 anställda totalundersöks. I övriga strata, bestående av företag med 0–199 anställda, dras ett stratifierat

obundet slumpmässigt urval med Neyman allokering. Detta innebär att alla observationsobjekt inom ett stratum har samma sannolikhet att komma med i urvalet.

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:

$$n_h = \frac{n W_h S_h}{\sum_{h=1}^H W_h S_h}$$

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. För företag med 0–9 anställda är stratifieringen inte lika fin och där tillämpas kriteriet att n_h ska vara minst 7.

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, s.k. sammansatta företag, väljs en juridisk enhet ut som representant utifrån på förhand uppsatta kriterier (se tabell 4).

Tabell 4. 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 enheten med störst omsättning.

Urvalet är positivt samordnat med undersökningen Innovation i företagssektorn för att öka jämförbarheten mellan undersökningarna.

Urvalet uppgår till totalt 4 800 företag med 10 eller fler anställda och 3 092 företag för 0–9 anställda.

2.2.2 Uteslutning från insamling (cut-off)

Ingen del av målpopulationen utesluts från direktinsamlingen.

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 skickas till uppgiftslämnarna i samband med att insamlingen påbörjas (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 "it-ansvarig" på företaget.

Missivbrevet innehåller information om undersökningen samt inloggningsuppgifter för att besvara frågeformuläret i SCB:s elektroniska insamlingsverktyg (SIV) som nås via SCB:s webbplats. Det finns inte möjlighet att besvara enkäten på papper, men visningsexemplar finns tillgängliga på undersökningens uppgiftslämnarsida.

Till företag som inte inkommit senast sista svarsdag skickads påminnelser (se Bilaga 2) ut med post. Totalt görs två påminnelseutskick per post. Påminnelser görs även via e-post som en del i bortfallsuppföljningen (se [avsnitt 2.3.3](#)).

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 s.k. modellblankett som alla medlemsländer utgår ifrån vid konstruktion av frågeformuläret som sedan 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 blanketten. 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 uppgiftslämnaren har missat att svara på en fråga eller om uppgiftslämnaren lämnar ett värde som anses vara avvikande jämfört med tidigare års svar.

2.3.3 Bortfallsuppföljning

Saknade svar i undersökningen delas in i två kategorier: objektsbortfall, där företag inte besvarar frågeformuläret alls, och partiellt bortfall, där enstaka frågor lämnas obesvarade. I den aktuella undersökningen förekommer inte partiellt bortfall under normala förhållanden, men ett enstaka fall uppstod till följd av ett tekniskt fel i formuläret (se avsnitt 2.4 Bearbetningar).

Objektsbortfall hanteras genom uppföljning med riktade påminnelser till företag som inte inkommit med svar. Uppgiftslämnarplikt råder för alla företag i urvalet och SCB har rätt att vitesförelägga företag som utan giltigt skäl inte inkommer med svar. Två påminnelser skickades ut med några veckors mellanrum efter sista svarsdagen passerat, till företag som ännu inte svarat. En ytterligare påminnelse gick ut till vissa stora företag som bedömts ha stor betydelse för statistikens tillförlitlighet. De två första påminnelserna skickades med post medan den tredje skickades via e-post.

Imputering av objektsbortfall förekommer inte. Objektsbortfall kompenseras i stället genom uppräkningsdesign med designvikter som justerats för att spegla antal svarande objekt, vilket betyder att skattningsförfarandet (se avsnitt 2.6) ska kompensera bortfall av denna typ.

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 härleds e-handelsomsättning i tusental kronor, som sedan används för att skatta andelen e-handel i respektive redovisningsgrupp.

I samband med skattningsförfarandet görs imputeringar eller logiska rättningar för att kompensera partiellt bortfall. Imputeringar för objektbortfall görs som regel inte utan ersätts med viktjustering (se [avsnitt 2.6](#)).

Under 2025 års undersökning upptäcktes ett tekniskt fel i ett filter i frågeformuläret, vilket ledde till partiellt bortfall för ett mindre antal företag. För att korrigera detta tillämpades imputering med hjälp av metoden *nearest neighbour*. Metoden innebär att ett företag med liknande egenskaper (donator) identifieras, och att dess svar används för att fylla i de saknade uppgifterna hos det företag som drabbats av bortfallet. Urvalet av donator baseras på relevanta variabler såsom bransch, storlek och region.

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.

Inför varje ny omgång utvärderas kontrollerna med avseende på träffsäkerhet och relevans. Vid behov justeras kontrollfunktionerna för att förbättra kvaliteten i insamlingen.

Utöver automatiska kontroller har uppgifterna granskats manuellt utifrån logiska samband mellan svaren. Vid ologiska svar eller bortfall på viktiga frågor kan företagen kontaktats för att ges möjlighet att komplettera de i frågeformuläret angivna svaren. I ett enstaka fall under 2025 års undersökning uppstod partiellt bortfall till följd av ett tekniskt fel i formuläret. Detta hanterades i efterföljande bearbetning (se avsnitt 2.4 Bearbetningar).

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 2.6](#)). Selektiv granskning av kvalitativa variabler tillämpas inte.

2.5.3 Granskning av makrodata

Inför varje publicering och leverans till Eurostat granskas uppgifterna på makronivå. Syftet med denna makrogranskning är att analysera skattningsarna, både totalt och per redovisningsgrupp för referensåret, och jämföra dessa med resultaten från, i huvudsak, det närmast föregående året - men också i ett längre tidsperspektiv. Granskningen syftar till att identifiera eventuella fel i mikrodata som inte upptäckts i tidigare granskningssteg, samt fel i bearbetningen, såsom felaktig tillämpning av filter. Ett annat mål med granskningen är att förklara betydande förändringar mellan åren och avvikande värden inom de olika redovisningsgrupperna.

2.5.4 Granskning av redovisning

Inför publicering granskas samtliga delar av materialet i SCB:s webbpubliceringsverktyg, vilket bl.a. omfattar SSD (Statistikdatabasen). Granskningen syftar till att kontrollera att alla tabeller och diagram finns med och att inga av dem är tomma 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 2.6.2 och 2.6.3) styrs av den valda urvalsdesignen (se avsnitt 2.2.1) 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 vissa variabler kalibreras vikterna för att förbättra skattningarnas träffsäkerhet. Detta gäller variabler relaterade till omsättning och antal anställda:

- Den kalibrerade vikten för omsättningsvariablerna 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). Ett exempel på variabler som använder denna kalibrering är frågorna om e-handelsomsättning, där företag anger andelen av sin omsättning som sker via e-handel.
- Den kalibrerade vikten för antal anställda är Z_{dh}/z_{dh} , där Z_{dh} är antal anställda för populationen i stratum (d,h) och z_{dh} är antal anställda för de svarande i stratum (d,h). Ett exempel på en variabel som använder denna kalibrering är andelen anställda med tillgång till internet.

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 undertäckning. 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 för 2025 identifierades ett objekt som övertäckning.

Ett fåtal företag som har en e-handel som avviker kraftigt från övriga objekt i samma stratum har klassificerats som outliers, dvs. de har lämnat svar som är korrekta men som inte rimligtvis är representativa för andra företag i stratumet. 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 vikterna $\frac{N_{dh}}{n_{dh}}$, $\frac{X_{dh}}{x_{dh}}$ samt $\frac{Z_{dh}}{z_{dh}}$ till 1. För övriga företag i berörda strata justeras värdena på N_{dh} , n_{dh} ,

X_{dh} , x_{dh} , Z_{dh} och z_{dh} genom att minska dem med antalet outliers, deras omsättning samt antal anställda i respektive stratum.

I undersökningen för 2025 klassades fem objekt som outlier (två objekt tillhörande 10 eller fler anställda och tre objekt för 0–9 anställda).

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 2.6.1 och ser ut som följande:

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

Där

r_{dh} står för de företag som svarat,

m_{dh} är 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 estimatorn:

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

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 urvalsosäkerhet och bortfallsosäkerhet. 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 offentlighet och sekretess (OSL). För att skydda uppgifterna i statistiken görs en så kallad röjandekontroll. Syftet med röjandekontrollen är att minimera risken för att företag kan drabbas av skada eller olägenhet genom att uppgifter om dem kan utläsas från den redovisade

statistiken eller relaterad information. Som riskmått 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 för 10 eller fler anställda bestod av 35 855 företag exklusive övertäckning. Urvalet bestod av 4 800 företag exklusive övertäckning. Antalet svarande var 3 852, vilket ger en svarsfrekvens på 80 procent. Rampopulationen för 0–9 anställda bestod av 472 289 företag exklusive övertäckning. Urvalet bestod av 3 092 företag exklusive övertäckning. Antalet svarande var 2 242, vilket ger en svarsfrekvens på 73 procent. I undersökningen för 2025 identifierades ett objekt som övertäckning för 10 eller fler anställda, ingen konstaterad övertäckningen förekom för 0–9 anställda.

3.2 Avvikelser från undersökningsdesignen

Inga avvikelser från undersökningsdesignen förekom.

⁶ [Handbok i statistisk röjandekontroll](#).

Bilaga 1. Introduktionsbrev

It-användning i företag 2025

**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-en

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.

Statistikmyndigheten 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 26 februari 2025

Uppgifterna ska avse organisationsnummer:

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

Användarnamn:

Lösenord:

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 2024:27).

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 2025 på www.scb.se/NV0116.

Bilaga 2. Påminnelsebrev

Era uppgifter saknas!

It-användning i företag 2025

**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-en

Hej! Vi saknar svar från ert företag i undersökningen **It-användning i företag**. Den 3 februari skickade SCB ett brev där vi bad er lämna de efterfrågade uppgifterna senast den 26:e februari.

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

Statistikmyndigheten 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:

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

Användarnamn:

Lösenord:

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 2024:27).

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 2025 på www.scb.se/NV0116.

Bilaga 3. Frågeformulär för företag med 10 eller fler anställda

A. Internetanvändning (2025)

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

Inkludera även anställda som har tillgång till internet men som aldrig använder internet eller anställda som delar på en gemensam dator, telefon eller liknande.

Om exakt uppgift saknas kan en uppskattning göras.

Andel av företagets anställda	%
-------------------------------	---

Om 0 %, gå till fråga 25.

Annars gå till fråga 2.

Användning av fast anslutning till Internet (2025)

Avser anslutningen från arbetsplatsen (eller från fastigheten) till internet som går via:

- 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

Om "Nej", gå till fråga 4.

Annars gå till fråga 3.

3. Vilken hastighet kan företagets *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 fasta internetanslutningen. Den avtalade hastigheten kan även framgå av fakturan.

Under 30 Mbit/s

30 - 99 Mbit/s

100 - 499 Mbit/s

500 – 999 Mbit/s

1 Gbit/s eller över

Användning av webbplats (2025)

4. Har företaget en webbplats?

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

Avser **inte** konto på sociala medier.

Ja

Nej

Om "Nej", gå till fråga 6.

Annars gå till fråga 5.

5. Finns följande funktioner på webbplatsen?

Inkludera även webbplatser 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.

Funktioner	Ja	Nej
a) Beskrivning av varor, tjänster eller prisinformation		
b) Möjlighet att beställa eller boka direkt på webbplatsen via t.ex. en varukorgsfunktion eller ett bokningssystem <i>Avser inte manuellt skriven e-post.</i>		
c) Möjlighet för besökare att anpassa eller designa varor eller tjänster på webbplatsen <i>Avser förekomsten av ett interaktivt gränssnitt på webbplatsen där användare kan välja mellan flera möjliga egenskaper för varor (t.ex. färg, storlek) eller tjänster (t.ex. rummets storlek) och kontrollera priset online.</i>		
d) Funktion för kunden att spåra sin beställning		
e) Webbplatsen känner igen kunder via deras inloggning och personanpassar innehållet efter kunden		
f) En chatttjänst för kundsupport (en chattbot, virtuell assistent eller en person som svarar på frågor från kunder)		
g) Annonsering av lediga jobb eller möjlighet att söka lediga tjänster på webbplatsen		

h) Funktion för att visa webbplatsens innehåll på minst två olika språk	
---	--

Inkludera även flerspråkiga webbplatser inom en enskild domän (t.ex. ".com") eller flera domäner på olika språk (t.ex. ".se", ".uk").

Användning av sociala medier (2025)

6. Har företaget konton på sociala medier?

T.ex. Facebook, Instagram, X (f.d. Twitter), Snapchat, YouTube, LinkedIn, Xing.

Ja

Nej

B. Försäljning via e-handel under 2024

E-handel innebär att kunder beställer eller bokar direkt på en webbplats, app, eller meddelanden av EDI-typ (Electronic Data Interchange) med hjälp av metoder specifikt utformade för att ta emot beställningar. Betalningen behöver inte ske elektroniskt.

Exkludera beställningar eller bokningar som kommer in via manuellt skickad e-post, telefon, sms eller via meddelanden på sociala medier.

Vänligen, rapportera webbförsäljning och EDI-försäljning separat. De definieras av sättet som kunden gör beställningen på:

- Webbförsäljning – beställning på en webbplats eller via en app
- EDI-försäljning – beställningsmeddelande av EDI-typ skapat från kundens affärssystem.

Webbförsäljning av varor eller tjänster under 2024

Webbförsäljning avser beställningar, bokningar och reservationer gjorda av kunder via:

- Företagets egen webbplats eller app
 - Onlinebutik (webbshop)
 - Webbformulär
 - Extranät (webbshop eller webbformulär)
 - Bokningssystem, reservationssystem för tjänster
 - Appar för mobila enheter eller datorer
- E-handelsplatser 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.

Exkludera beställningar/bokningar som kommer in via manuellt skickad e-post, telefon, sms eller via meddelanden på sociala medier.

7. Under 2024, hade företaget webbförsäljning av varor eller tjänster via:

a) företagets egen webbplats/app eller gemensam webbplats/app i den koncern, franchise- eller företagskedja som företaget hör till?

Ja

Nej

b) en e-handelsplats där flera företag säljer, t.ex. Amazon, Booking, Bookatable, Bokadirekt, Foodora?

Ja

Nej

*Om "Nej" på både 7a) och 7b), gå till fråga 12.
Annars gå till fråga 8.*

8. Under 2024, vad var företagets nettoomsättning?

Nettoomsättning avser intäkter från företagets huvudsakliga rörelse för sålda varor och utförda tjänster.

Om exakta uppgifter saknas kan en uppskattning göras.

Uppgifterna ska skrivas i tusental kronor, t.ex. 100 000 SEK skrivs 100.

Nettoomsättning	000 SEK
-----------------	---------

9. Under 2024, hur stor andel av företagets nettoomsättning kom från webbförsäljning av varor eller tjänster?

Webbförsäljning avser beställningar, bokningar och reservationer gjorda 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.

Om exakt uppgift saknas kan en uppskattning göras.

Andel av företagets nettoomsättning	%
-------------------------------------	---

10. Under 2024, hur stor andel av företagets webbförsäljning av varor eller tjänster kom från följande typer av webbplatser eller appar?

Svara utifrån svaret på fråga 9. Om exakt uppgift saknas kan en uppskattning göras.

Typ av webbplats/ app	Andel
a) Företagets egen webbplats/app eller gemensam webbplats/app i den koncern, franchise- eller företagskedja som företaget hör till	%
b) En e-handelsplats där flera företag säljer, t.ex. Amazon, Booking, Booktable, Bokadirekt, Foodora	%
Obs. Summan av (a) och (b) ska vara 100%	%

11. Under 2024, hur stor andel av företagets webbförsäljning av varor eller tjänster kom från försäljning till följande kundtyper?

Svara utifrån svaret på fråga 9. Om exakt uppgift saknas kan en uppskattning göras.

Kundtyp	Andel
a) Försäljning till privatpersoner (B2C)	%
b) Försäljning till företag (B2B) och offentlig sektor (B2G)	%
Obs. Summan av (a) och (b) ska vara 100%	%

EDI-försäljning under 2024

Försäljning av EDI-typ avser beställningar gjorda av kunder via EDI-meddelanden, skapat från kundens affärssystem. Beställningen skapas i ett överenskommet eller standardiserat format lämplig för automatiserad bearbetning. Exempel på EDI är EDIFACT och XML/EDI (t.ex. UBL och Rosettanet).

Inkluderar:

- Beställningar som överförs via en EDI-tjänsteleverantör
- Automatiskt genererade beställningar baserade på efterfrågan
- Beställningar som tas emot direkt via ERP-system.

12. Under 2024, sålde företaget varor eller tjänster via meddelanden av EDI-typ?

Ja

Nej

Om "Nej", gå till fråga 14.

Annars gå till fråga 13.

13. Under 2024, hur stor andel av företagets nettoomsättning kom från EDI-försäljning av varor eller tjänster?

Om exakt uppgift saknas kan en uppskattning göras.

Andel av företagets nettoomsättning	%
-------------------------------------	---

C. Dataanvändning, delning och analys (2025)

14. Använder företaget följande programvaror?

Programvaror	Ja	Nej
a) ERP (Enterprise Resource Planning) <i>ERP-programvara används för att dela information mellan olika funktioner inom företaget, t.ex. bokföring, planering, produktion och marknadsföring.</i> <i>ERP-programvara kan vara standardprogramvara, programvara anpassad efter företagets behov eller egenutvecklad programvara.</i>		
b) CRM (Customer Relationship Management) <i>CRM hanterar kundinformation och ger stöd för kundkontakter och för att följa deras köpvanor, intressen m.m.</i>		
c) BI (Business Intelligence) <i>BI-programvara kan bl.a.:</i> • <i>Analysera företagets data och ge stöd för beslut och planering</i> • <i>Hämta data från ett eller flera system, eller externa källor</i> • <i>Visa resultat grafiskt (diagram, grafer, kartor osv.).</i>		

Dataanalys (2025)

Dataanalys innebär användning av teknologier, tekniker eller programvara för att analysera data. Data kan hämtas från företagets egna datakällor eller externa källor (t.ex. leverantörer, kunder, offentlig sektor).

Syftet är att:

- Identifiera mönster, trender och insikter
- Möjliggöra slutsatser, förutsägelser och beslutsfattande
- Förbättra prestanda (t.ex. öka produktionen, minska kostnader).

15. Utför företagets anställda dataanalys?

Data kan komma från både företagets **egen verksamhet** eller från **externa aktörer** (t.ex. från leverantörer, kunder och offentlig sektor).

Ja

Nej

Om "Nej", gå till fråga 17.

Annars gå till fråga 16.

16. Utför företagets anställda dataanalys på någon av följande datakällor?

Data kan komma från både företagets **egen verksamhet** eller från **externa aktörer** (t.ex. från leverantörer, kunder och offentlig sektor).

Datakällor	Ja	Nej
a) Transaktionsdata Inkludera data som genereras både online och offline. <i>T.ex. från affärssystem eller webbutik. Transaktionsdata är data som genereras av fakturor, betalningsordrar eller leveranskvitton. Exempel på sådan data inkluderar tidpunkter för transaktioner, priser och betalningsmetoder.</i>		
b) Kunddata <i>T.ex. köphistorik, recensioner, sökhistorik från CRM-system eller webbplats.</i>		
c) Sociala medier <i>Omfattar även data från företages kanaler, t.ex. personlig information, kommentarer, video, ljud eller bilder.</i>		
d) Publika webbsidor <i>T.ex. sökningar/trender i sökmotorer, webbskrapning, kundfeedback från sociala kanaler. Med webbskrapning avses användning av datorprogram för att extrahera stora mängder data från webbplatser på kort tid.</i>		
e) Platsdata från fordon eller bärbara enheter Inkludera platsdata via GPS från fordon eller bärbara enheter. <i>T.ex. via GPS, mobilnät, trådlösa nätverk.</i>		
f) Smarta enheter eller sensorer <i>Avser 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. T.ex. maskin-till-maskinkommunikation (M2M), sensorer för maskiner eller tillverkning, smarta mätare, RFID-taggar. En radiofrekvensidentifieringskod (RFID) är en enhet som kan appliceras på eller integreras i en produkt eller ett objekt och som överför data via radiovågor.</i>		
g) Öppna data från den offentliga sektorn <i>T.ex. data om företag, väder, topografi, transporter, bostäder, byggnader.</i>		
h) Satellitdata Exkludera platsdata via GPS från fordon eller bärbara enheter. <i>T.ex. satellitbilder, navigations- eller positionssignaler, data från externa tjänster så som AWS Ground Station.</i>		

17. Utför ett externt företag eller en extern organisation dataanalys åt företaget?

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

Exempel på externa organisationer är företag, universitet eller institut.

Anledningar att köpa in tjänsten externt kan vara att företaget valt att inte investera i infrastruktur, kompetens eller programvara för att genomföra analysen internt.

Ja

Nej

D. Användning av molntjänster (2025)

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

Dessa tjänster uppfyller samtliga villkor nedan:

- Erbjuds via servrar som tjänsteleverantören tillhandahåller
- Kan enkelt upp- eller nedgraderas, t.ex. med hänsyn till antal användare eller lagringsutrymme
- Kan användas på begäran av användaren, åtminstone efter initial registrering (utan mänsklig interaktion med tjänsteleverantören)
- Tjänsten tillhandahålls mot betalning per användare, efter använd kapacitet eller mot förskottsbetalning.

Anslutning kan ske via Virtual Private Networks (VPN).

18. Använder företaget någon molntjänst mot betalning?

Exkludera gratistjänster.

Ja

Nej

Om "Nej", gå till fråga 20.

Annars gå till fråga 19.

19. Använder företaget någon av följande molntjänster mot betalning?

Exkludera gratistjänster.

Molntjänster	Ja	Nej
a) E-post (som molntjänst)		
b) Kontorsprogramvara (som molntjänst), t.ex. ordbehandlingsprogram eller kalkylprogram		
c) Finans- eller redovisningsprogram (som molntjänst)		
d) ERP (Enterprise Resource Planning) (som molntjänst)		
e) CRM (Customer Relationship Management) , t.ex. hantering av kundinformation (som molntjänst)		
f) Säkerhetsprogram , (som molntjänst) t.ex. antivirusprogram och nätverkskontroll.		
g) Databastjänster (som molntjänst)		
h) Fillagring (som molntjänst)		
i) Datorkraft för att köra programvara som används av företaget (som molntjänst)		
j) Datorplattform som tillhandahåller en värdmiljö (host environment) för applikationsutveckling, testning eller distribution (som molntjänst) <i>T.ex. återanvändbara programvarumoduler, applikationsprogrammeringsgränssnitt (API).</i>		

E. Artificiell intelligens (2025)

Artificiell intelligens (AI) avser system som använder teknologier såsom: textanalys, datorseende, taligenkänning, natural language generation, maskininläring och djupinläring för att samla in, använda eller producera data. Det kan t.ex. vara för att göra förutsägelser, rekommendationer eller beslut, med varierande grad av autonomi.

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

- System som skapar innehåll (generativ AI)
- Chattbotar och virtuella företagsassistenter baserade på natural language processing
- System för ansiktsigenkänning baserat på system för datorseende eller taligenkänning
- Dataanalys baserad på maskininläring.

eller inbäddade i enheter t.ex.:

- Autonoma robotar för lagerautomation eller produktionsmontering
- Autonoma drönare för produktionsövervakning eller pakethantering.

20. Använder företaget AI-baserad programvara eller AI-system för något av följande ändamål?

Ändamål	Ja	Nej
a) Användning av AI för marknadsföring eller försäljning <i>T.ex.:</i> <i>Kundprofilering, prisoptimering, personliga marknadsföringserbjudanden, marknadsanalyser baserat på maskininlärning</i> <i>Chattbotar baserade på natural language processing för kundsupport</i> <i>Autonoma robotar för orderhantering.</i>		
b) Användning av AI för produktions- eller serviceprocesser <i>T.ex.:</i> <i>Prediktivt underhåll baserad på maskininlärning</i> <i>Verktyg för att klassificera produkter eller upptäcka defekter i produkter baserad på datorseende.</i> <i>Autonoma drönare för produktionsövervakning, säkerhets- eller inspektionsuppgifter</i> <i>Monteringsarbeten utförda av autonoma robotar.</i>		
c) Användning av AI för organisering av företagsadministrativa processer eller företagsledning <i>T.ex.:</i> <i>Virtuella företagsassistenter baserade på maskininlärning eller natural language processing t.ex. dokumentutkast</i> <i>Dataanalys eller strategiskt beslutsfattande baserat på maskininlärning t.ex. riskbedömning baserad på maskininlärning</i> <i>Planering eller affärsprognoiser baserade på maskininlärning</i> <i>Personalhantering baserad på maskininlärning eller natural language processing, t.ex. förvalsscreening av kandidater, profilering av anställda eller analys av arbetsprestationer.</i>		
d) Användning av AI för logistik <i>T.ex.:</i> <i>Autonoma robotar för plock och pack-lösningar i lager</i> <i>Ruttoptimering baserat på maskininlärning</i> <i>Autonoma robotar för paketfrakt, spårning, distribution och sortering</i> <i>Autonoma drönare för paketleveranser.</i>		
e) Användning av AI för it-säkerhet <i>T.ex.:</i> <i>Ansiktsgenkänning baserat på datorseende för autentisering av IKT-användare</i> <i>Upptäckande och förebyggande av cyberattacker baserat på maskininlärning.</i>		
f) Användning av AI för redovisning, controlling eller finansiell ledning <i>T.ex.:</i> <i>Maskininlärning för att analysera data som hjälpmedel för att ta finansiella beslut</i> <i>Fakturahantering baserad på maskininlärning</i> <i>Maskininlärning eller natural language processing för bokföring.</i>		
g) Användning av AI för forskning och utveckling (FoU) eller innovationsverksamhet <i>T.ex. genom analys av data för att bedriva forskning, lösa forskningsrelaterade problem, utveckla en ny eller väsentligt förbättrad vara eller tjänst baserad på maskininlärning.</i>		

21. Använder företaget någon av följande AI-teknologier?

AI-teknologier	Ja	Nej
a) AI-teknologier som analyserar skrivet språk (text mining)		
b) AI-teknologier som konverterar tal till maskinläsbart format (taligenkänning)		
c) AI-teknologier som genererar skrivet, talat språk eller kodprogrammering (natural language generation, talsyntes)		
d) AI-teknologier som genererar bilder, video eller ljud		
e) AI-teknologier som identifierar föremål eller personer baserat på bilder eller video (bildigenkänning, bildbehandling)		
f) Maskininlärning (t.ex. djupinlärning) för dataanalys		
g) AI-teknologier som automatiserar olika arbetsflöden eller assisterar i beslutsfattande (AI-baserad programautomatisering av robotprocesser)		
h) AI-teknologier som möjliggör fysisk förflyttning av maskiner genom autonoma beslut baserat på observation av omgivningen (autonoma robotar, självkörande fordon, autonoma drönare)		

Om "Nej" på samtliga AI-teknologier, gå till fråga 23.
Annars gå till fråga 22.

22. På vilka sätt förvärvade företaget de AI-programvaror eller system som företaget använder?

Förvärvningssätt	Ja	Nej
a) De utvecklades av egen personal (inkluderat anställda i moder- eller dotterbolag)		
b) Kommersiell programvara eller system modifierad av egen personal (inkluderat anställda i moder- eller dotterbolag)		
c) Open-source programvara eller system modifierad av egen personal (inkluderat anställda i moder- eller dotterbolag)		
d) Kommersiell programvara eller system redo att användas köptes in (inkluderat exempel där det redan var inbyggt i ett inköpt föremål eller system)		
e) Externt utförare kontrakterades för att utveckla eller modifiera dem		

Gå till fråga 25.

23. Har företaget övervägt att använda någon av följande AI-teknologier?

Att ha övervägt omfattar även att ha utvärderat företagets behov av AI generellt sett.

AI-teknologier:

- Text mining
- Taligenkänning
- Natural language generation eller talsyntes
- Generering av bilder, video eller ljud
- Bildigenkänning eller bildbehandling
- Maskininlärning (t.ex. djupinlärning)
- AI-baserad programvara av robotautomatisering
- Autonoma robotar, självkörande fordon, autonoma drönare.

Ja

Nej

Om "Nej", gå till fråga 25.

Annars gå till fråga 24.

24. Vilka av följande faktorer är anledningen till att företaget avstått från att använda följande AI-teknologier?

AI-teknologier:

- Text mining
- Taligenkänning
- Natural language generation eller talsyntes
- Generering av bilder, video eller ljud
- Bildigenkänning eller bildbehandling
- Maskininlärning (t.ex. djupinlärning)
- AI-baserad programvara av robotautomatisering
- Autonoma robotar, självkörande fordon, autonoma drönare.

Anledningar	Ja	Nej
a) Kostnaderna upplevs för höga		
b) Det saknas relevant expertis i företaget		
c) Inkompatibilitet med existerande utrustning, programvara eller system		
d) Svårigheter med tillgången till eller kvaliteten i nödvändiga data		
e) Farhågor gällande överträdelser av dataskydd och integritet		
f) Brist på tydlighet om de rättsliga konsekvenserna (t.ex. ansvar vid skada orsakad av användningen av AI)		
g) Etiska överväganden		
h) AI-teknologier är inte användbara för företaget		

F. It och miljö (2025)

25. Använder företaget it-system eller it-lösningar för att minska energiförbrukningen?

Exkludera inställningar i it-utrustningen, t.ex. viloläge eller inställningar som reducerar skärmens ljusstyrka.

T.ex.:

- *Automatiserade system som förbättrar maskiners energieffektivitet*
- *Smarta termostater för att övervaka, styra och optimera energiförbrukningen*
- *Smarta belysningssystem*
- *Fjärrövervakning eller kontrollsystem för att hantera energiförbrukningen*
- *System för att upptäcka onormal förbrukning, spänningstoppar eller andra avvikelser.*

Ja

Nej

Om "Nej, gå till fråga 27.

Annars gå till fråga 26.

26. Övervakar och kvantifierar företaget effekten av de it-system eller it-lösningar som används för att minska energiförbrukningen?

Att kvantifiera effekten av att använda it-system eller it-lösningar innebär att beräkna vilka energibesparingar eller effektiviseringar dessa system eller lösningar ger.

Effekten kan kvantifieras genom att t.ex.:

- *Jämföra energiförbrukningen med och utan den digitala energibesparande lösningen*
- *Titta på leverantörsfakturer för energi och beräkna andelen av besparingarna som kan tillskrivas it-systemen/it-lösningarna.*

Ja

Nej

27. Använder företaget it-system eller it-lösningar för att minska materialanvändningen eller för att öka användningen av återvunna material?

Inkludera även förbrukningsvaror men exkludera pappersförbrukning såsom mängden papper som används för utskrift och kopiering.

T.ex.:

- *Datorstödd design som optimerar materialanvändningen*
- *3D-utskrift för materialeffektivitet*
- *Automatisk sortering för bättre sortering och återvinningsbarhet av avfall*
- *Övervakningssystem som stöder prediktivt underhåll av tillgångar*
- *Flödessensorer för att minska vattenförbrukning*
- *ERP-system för att minimera överlagring och minska materialspill.*

Ja

Nej

28. Övervakar och kvantifierar företaget effekten av de it-system eller it-lösningar som används för att minska materialförbrukningen eller för att öka användningen av återvunna material?

Att kvantifiera effekten av att använda it-system eller it-lösningar innebär att beräkna vilka materialbesparingar som beror på de it-system eller it-lösningar som används av företaget.

Effekten kan kvantifieras genom att t.ex. jämföra mängden produktionsavfall med och utan en datorstödd designoptimeringslösning.

Ja

Nej

29. Hur behandlar företaget it-utrustning som inte längre används?

Avser t.ex. datorer, mobiltelefoner och skärmar.

Åtgärder	Ja	Nej
a) Kasserar i elektronikåtervinning eller lämnas tillbaka till återförsäljaren för kassering		
b) Förvaras på företaget i syfte att användas som reservdelar eller för inte riskera att konfidentiell information avslöjas		
c) Säljs vidare, returneras till ett leasingföretag eller doneras		

Bilaga 4. Frågeformulär för företag med 0–9 anställda

A. Internetanvändning (2025)

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

Inkludera även anställda som har tillgång till internet men som aldrig använder internet eller anställda som delar på en gemensam dator, telefon eller liknande.

Om exakt uppgift saknas kan en uppskattning göras.

Andel av företagets anställda	%
-------------------------------	---

Om 0 %, gå till fråga 16.

Annars gå till fråga 2.

Användning av fast anslutning till Internet (2025)

Avser anslutningen från arbetsplatsen (eller från fastigheten) till internet som går via:

- 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

Om "Nej", gå till fråga 4.

Annars gå till fråga 3.

3. Vilken hastighet kan företagets *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 fasta internetanslutningen. Den avtalade hastigheten kan även framgå av fakturan.

Under 30 Mbit/s

30 - 99 Mbit/s

100 - 499 Mbit/s

500 – 999 Mbit/s

1 Gbit/s eller över

Användning av webbplats (2025)

4. Har företaget en webbplats?

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

Avser **inte** konto på sociala medier.

Ja

Nej

Om "Nej", gå till fråga 6.

Annars gå till fråga 5.

5. Finns följande funktioner på webbplatsen?

Inkludera även webbplatser 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.

Funktioner	Ja	Nej
a) Beskrivning av varor, tjänster eller prisinformation		
b) Möjlighet att beställa eller boka direkt på webbplatsen via t.ex. en varukorgsfunktion eller ett bokningssystem <i>Avser inte manuellt skriven e-post.</i>		
c) Möjlighet för besökare att anpassa eller designa varor eller tjänster på webbplatsen <i>Avser förekomsten av ett interaktivt gränssnitt på webbplatsen där användare kan välja mellan flera möjliga egenskaper för varor (t.ex. färg, storlek) eller tjänster (t.ex. rummets storlek) och kontrollera priset online.</i>		
d) Funktion för kunden att spåra sin beställning		
e) Webbplatsen känner igen kunder via deras inloggning och personanpassar innehållet efter kunden		
f) En chatttjänst för kundsupport (en chattbot, virtuell assistent eller en person som svarar på frågor från kunder)		
g) Annonsering av lediga jobb eller möjlighet att söka lediga tjänster på webbplatsen		
h) Funktion för att visa webbplatsens innehåll på minst två olika språk <i>Inkludera även flerspråkiga webbplatser inom en enskild domän (t.ex. ".com") eller flera domäner på olika språk (t.ex. ".se", ".uk").</i>		

Användning av sociala medier (2025)

6. Har företaget konton på sociala medier?

T.ex. Facebook, Instagram, X (f.d. Twitter), Snapchat, YouTube, LinkedIn, Xing.

Ja

Nej

B. Försäljning via e-handel under 2024

E-handel innebär att kunder beställer eller bokar direkt på en webbplats, app, eller meddelanden av EDI-typ (Electronic Data Interchange) med hjälp av metoder specifikt utformade för att ta emot beställningar. Betalningen behöver inte ske elektroniskt.

Exkludera beställningar eller bokningar som kommer in via manuellt skickad e-post, telefon, sms eller via meddelanden på sociala medier.

Vänligen, rapportera webbförsäljning och EDI-försäljning separat. De definieras av sättet som kunden gör beställningen på:

- Webbförsäljning – beställning på en webbplats eller via en app
- EDI-försäljning – beställningsmeddelande av EDI-typ skapat från kundens affärssystem.

Webbförsäljning av varor eller tjänster under 2024

Webbförsäljning avser beställningar, bokningar och reservationer gjorda av kunder via:

- Företagets egen webbplats eller app
 - Onlinebutik (webbshop)
 - Webbformulär
 - Extranät (webbshop eller webbformulär)
 - Bokningssystem, reservationssystem för tjänster
 - Appar för mobila enheter eller datorer
- E-handelsplatser 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.

Exkludera beställningar/bokningar som kommer in via manuellt skickad e-post, telefon, sms eller via meddelanden på sociala medier.

7. Under 2024, hade företaget webbförsäljning av varor eller tjänster via:

a) företagets egen webbplats/app eller gemensam webbplats/app i den koncern, franchise- eller företagskedja som företaget hör till?

Ja

Nej

b) en e-handelsplats där flera företag säljer, t.ex. Amazon, Booking, Booktable, Bokadirekt, Foodora?

Ja

Nej

*Om "Nej" på både 7a) och 7b), gå till fråga 11.
Annars gå till fråga 8.*

8. Under 2024, vad var företagets nettoomsättning?

Nettoomsättning avser intäkter från företagets huvudsakliga rörelse för sålda varor och utförda tjänster.

Om exakta uppgifter saknas kan en uppskattning göras.

Uppgifterna ska skrivas i tusental kronor, t.ex. 100 000 SEK skrivs 100.

Nettoomsättning	000 SEK
-----------------	---------

9. Under 2024, hur stor andel av företagets nettoomsättning kom från webbförsäljning av varor eller tjänster?

Webbförsäljning avser beställningar, bokningar och reservationer gjorda 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.

Om exakt uppgift saknas kan en uppskattning göras.

Andel av företagets nettoomsättning	%
-------------------------------------	---

10. Under 2024, hur stor andel av företagets webbförsäljning av varor eller tjänster kom från följande typer av webbplatser eller appar?

Svara utifrån svaret på fråga 9. Om exakt uppgift saknas kan en uppskattning göras.

Typ av webbplats/ app	Andel
a) Företagets egen webbplats/app eller gemensam webbplats/app i den koncern, franchise- eller företagskedja som företaget hör till	%
b) En e-handelsplats där flera företag säljer, t.ex. Amazon, Booking, Booktable, Bokadirekt, Foodora	%
Obs. Summan av (a) och (b) ska vara 100%	%

C. Dataanvändning, delning och analys (2025)

11. Använder företaget följande programvaror?

Programvaror	Ja	Nej
a) ERP (Enterprise Resource Planning) <i>ERP-programvara används för att dela information mellan olika funktioner inom företaget, t.ex. bokföring, planering, produktion och marknadsföring.</i> <i>ERP-programvara kan vara standardprogramvara, programvara anpassad efter företagets behov eller egenutvecklad programvara.</i>		
b) CRM (Customer Relationship Management) <i>CRM hanterar kundinformation och ger stöd för kundkontakter och för att följa deras köpvanor, intressen m.m.</i>		
c) BI (Business Intelligence) <i>BI-programvara kan bl.a.:</i> • <i>Analysera företagets data och ge stöd för beslut och planering</i> • <i>Hämta data från ett eller flera system, eller externa källor</i> • <i>Visa resultat grafiskt (diagram, grafer, kartor osv.).</i>		

Dataanalys (2025)

Dataanalys innebär användning av teknologier, tekniker eller programvara för att analysera data. Data kan hämtas från företagets egna datakällor eller externa källor (t.ex. leverantörer, kunder, offentlig sektor).

Syftet är att:

- Identifiera mönster, trender och insikter
- Möjliggöra slutsatser, förutsägelser och beslutsfattande
- Förbättra prestanda (t.ex. öka produktionen, minska kostnader).

12. Utför företagets anställda dataanalys?

Data kan komma från både företagets **egen verksamhet** eller från **externa aktörer** (t.ex. från leverantörer, kunder och offentlig sektor).

Ja

Nej

13. Utför ett externt företag eller en extern organisation dataanalys åt företaget?

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

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

Ja

Nej

D. Användning av molntjänster (2025)

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

Dessa tjänster uppfyller samtliga villkor nedan:

- Erbjuds via servrar som tjänsteleverantören tillhandahåller
- Kan enkelt upp- eller nedgraderas, t.ex. med hänsyn till antal användare eller lagringsutrymme
- Kan användas på begäran av användaren, åtminstone efter initial registrering (utan mänsklig interaktion med tjänsteleverantören)
- Tjänsten tillhandahålls mot betalning per användare, efter använd kapacitet eller mot förskottsbetalning.

Anslutning kan ske via Virtual Private Networks (VPN).

14. Använder företaget någon molntjänst mot betalning?

Exkludera gratistjänster.

Ja

Nej

E. Artificiell intelligens (2025)

Artificiell intelligens (AI) avser system som använder teknologier såsom: textanalys, datorseende, taligenkänning, natural language generation, maskininlärning och djupinlärning för att samla in, använda eller producera data. Det kan t.ex. vara för att göra förutsägelser, rekommendationer eller beslut, med varierande grad av autonomi.

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

- System som skapar innehåll (generativ AI)
- Chattbotar och virtuella företagsassistenter baserade på natural language processing
- System för ansiktsigenkänning baserat på system för datorseende eller taligenkänning
- Dataanalys baserad på maskininlärning.

eller inbäddade i enheter t.ex.:

- Autonoma robotar för lagerautomation eller produktionsmontering
- Autonoma drönare för produktionsövervakning eller pakethantering.

15. Använder företaget någon av följande AI-teknologier?

AI-teknologier	Ja	Nej
a) AI-teknologier som analyserar skrivet språk (text mining)		
b) AI-teknologier som konverterar tal till maskinläsbart format (taligenkänning)		
c) AI-teknologier som genererar skrivet, talat språk eller kodprogrammering (natural language generation, talsyntes)		
d) AI-teknologier som genererar bilder, video eller ljud		
e) AI-teknologier som identifierar föremål eller personer baserat på bilder eller video (bildigenkänning, bildbehandling)		
f) Maskininlärning (t.ex. djupinlärning) för dataanalys		
g) AI-teknologier som automatiserar olika arbetsflöden eller assisterar i beslutsfattande (AI-baserad programautomatisering av robotprocesser)		
h) AI-teknologier som möjliggör fysisk förflyttning av maskiner genom autonoma beslut baserat på observation av omgivningen (autonoma robotar, självkörande fordon, autonoma drönare)		

F. It och miljö (2025)

16. Använder företaget it-system eller it-lösningar för att minska energiförbrukningen?

Exkludera inställningar i it-utrustningen, t.ex. viloläge eller inställningar som reducerar skärmens ljusstyrka.

T.ex.:

- *Automatiserade system som förbättrar maskiners energieffektivitet*
- *Smarta termostater för att övervaka, styra och optimera energiförbrukningen*
- *Smarta belysningssystem*
- *Fjärrövervakning eller kontrollsystem för att hantera energiförbrukningen*
- *System för att upptäcka onormal förbrukning, spänningstoppar eller andra avvikelser.*

Ja

Nej