

## Företagens utgifter för IT och marknadsföring 2015

NV0802

*I denna beskrivning redovisas först allmänna och legala uppgifter om undersökningen samt dess syfte och historik. Därefter redovisas undersökningens innehåll och tillförlitlighet samt hur den genomförs och hur man kan ta del av resultaten. Genom att klicka på en rubrik i innehållsförteckningen kommer man direkt till aktuellt avsnitt.*

### Innehållsförteckning

<b>A</b>	<b>Administrativa och legala uppgifter .....</b>	<b>2</b>
A.1	Ämnesområde .....	2
A.2	Statistikområde .....	2
A.3	SOS-klassificering .....	2
A.4	Statistikansvarig .....	2
A.5	Statistikproducent .....	3
A.6	Uppgiftsskyldighet .....	3
A.7	Sekretess och regler för behandling av personuppgifter .....	3
A.8	Gallringsföreskrifter .....	3
A.9	EU-reglering .....	3
A.10	Syfte och historik .....	3
A.11	Statistikanvändning .....	3
A.12	Uppläggning och genomförande .....	4
A.13	Internationell rapportering .....	4
A.14	Planerade förändringar i kommande undersökningar .....	4
<b>B</b>	<b>Kvalitetsdeklaration .....</b>	<b>4</b>
B.0	Inledning .....	4
B.1	Innehåll .....	4
1.1	Statistiska målstorheter .....	4
1.1.1	Objekt och population .....	5
1.1.2	Variabler .....	5
1.1.3	Statistiska mått .....	6
1.1.4	Redovisningsgrupper .....	6
1.1.5	Referenstider .....	6
1.2	Fullständighet .....	6
B.2	Tillförlitlighet .....	6
2.1	Tillförlitlighet totalt .....	6
2.2	Osäkerhetskällor .....	7
2.2.1	Urval .....	7
2.2.2	Ramtäckning .....	7
2.2.3	Mätning .....	7
2.2.4	Svarsbortfall .....	7
2.2.5	Bearbetning .....	8

2.2.6	Modellantaganden.....	8
2.3	Redovisning av osäkerhetsmått.....	9
B.3	<i>Aktualitet</i> .....	9
3.1	Frekvens.....	9
3.2	Framställningstid.....	9
3.3	Punktlighet.....	9
B.4	<i>Jämförbarhet och sammanvändbarhet</i> .....	9
4.1	Jämförbarhet över tiden.....	9
4.2	Jämförbarhet mellan grupper.....	10
4.3	Sammanvändbarhet med annan statistik.....	10
B.5	<i>Tillgänglighet och förståelighet</i> .....	10
5.1	Spridningsformer.....	10
5.2	Presentation.....	10
5.3	Dokumentation.....	10
5.4	Tillgång till primärmaterial.....	10
5.5	Upplýsingstjänster.....	10

## **A Administrativa och legala uppgifter**

### **A.1 Ämnesområde**

*Ämnesområde:* Näringsverksamhet

### **A.2 Statistikområde**

*Statistikområde:* Näringslivets investeringar

### **A.3 SOS-klassificering**

*Tillhör (SOS)*



För undersökningar som ingår i Sveriges officiella statistik gäller särskilda regler när det gäller kvalitet och tillgänglighet, se Förordningen om den officiella statistiken (2001:100).

### **A.4 Statistikansvarig**

*Myndighet/organisation:* Statistiska centralbyrån  
*Postadress:* Box 24 300  
104 51 Stockholm  
*Besöksadress:* Karlavägen 100, 115 26 Stockholm  
*Kontaktperson:* Sven Silvander  
*Telefon:* 010-479 48 87  
*E-post:* Sven.Silvander@scb.se

## A.5 Statistikproducent

<i>Myndighet/organisation:</i>	Statistiska centralbyrån (SCB)
<i>Postadress:</i>	Box 24 300 104 51 Stockholm
<i>Besöksadress:</i>	Karlavägen 100, 115 26 Stockholm
<i>Kontaktperson:</i>	Sven Silvander
<i>Telefon:</i>	010-479 48 87
<i>E-post:</i>	Sven.Silvander@scb.se

## A.6 Uppgiftsskyldighet

Uppgiftsskyldighet föreligger enligt lagen (2001:99) om den officiella statistiken, förordningen (2001:100) om den officiella statistiken samt SCBs föreskrifter SCB-FS 2013:7.

## A.7 Sekretess och regler för behandling av personuppgifter

*I myndigheternas särskilda verksamhet för framställning av statistik gäller sekretess enligt 24 kap. 8 § offentlighets- och sekretesslagen (2009:400). Vid automatiserad behandling av personuppgifter gäller reglerna i personuppgiftslagen (1998:204). På statistikområdet finns dessutom särskilda regler för personuppgiftsbehandling i lagen (2001:99) och förordningen (2001:100) om den officiella statistiken.*

## A.8 Gallringsföreskrifter

Gallring regleras enligt beslut från Riksarkivet, RA-MS 1998:7 samt RA-MS2006:57.

## A.9 EU-reglering

Årets undersökning är inte EU-reglerad.

## A.10 Syfte och historik

Statistiken skall belysa företagens utgifter och investeringar i IT-utrustning samt reklam och marknadsföring. Information behövs för att departement, myndigheter, och svenskt näringsliv bättre ska kunna följa och främja IT-utvecklingen. Sedan 2006 genomförs en årlig undersökning om företagens utgifter för IT. Undersökningen gjordes första gången 2006 med referensåret 2005. Dessförinnan (årsskiftet 2005/2006) genomfördes en pilotundersökning. Samarbete har skett med Eurostat i syfte att harmonisera statistiken i EU-länderna.

## A.11 Statistikanvändning

Statistiken kommer att användas av nationalräkenskaperna inom SCB för beräkning av BNP från användarsidan. Uppgifterna kan även användas i utrednings- och forskningssyfte.

## **A.12 Uppläggning och genomförande**

Undersökningen är en årlig urvalsundersökning. Populationen hämtas från SCB:s företagsregister (FDB). Insamlingen görs året efter det år som undersöks. Insamlingen för denna upplaga (2015) utfördes således 2016. Uppgiftslämnarplikt råder. Undersökningen genomförs i huvudsak som en webbenkät, i vilken alla företag besvarar samma frågor.

Första utskicket innehåller ett missivbrev med inloggningsuppgifter för att kunna besvara enkäten via webben. Därefter skickas två skriftliga påminnelser ut till de företag som inte har svarat. Den första består enbart av ett missivbrev med inloggningsuppgifter, i den andra medföljer även en pappersenkät. Därefter utförs påminnelsearbete via telefon och/eller mail. Vid behov sker även viss komplettering av enkäter via telefon och/eller mail.

Undersökningen frågar respondenterna om hur stora utgifter samt investeringar de under 2015 hade för datautrustning, telekommunikationsutrustning, köp av mjukvara, köp av IT-tjänster samt utgifter och investeringar i reklam och marknadsföring. Vidare får respondenterna uppge hur stora utgifter de under 2015 hade för finansiell- respektive och operationell leasing av data- och/eller telekommunikationsutrustning.

## **A.13 Internationell rapportering**

Rapportering till Eurostat har skett under tidigare undersökningsår. Resultat från aktuell undersökning kommer inte att rapporteras.

## **A.14 Planerade förändringar i kommande undersökningar**

Inga ändringar finns planerade i kommande undersökningar.

# **B Kvalitetsdeklaration**

## **B.0 Inledning**

Syftet med undersökningen är att beskriva nivåer och även utveckling av företagens utgifter för it och marknadsföring över tid. Skattningar tas fram efter redovisningsgrupper, näringsgrenar samt storleksklasser.

## **B.1 Innehåll**

### **1.1 Statistiska målstorheter**

Statistiken redovisar totalsummor för olika branscher och storleksklasser.

### *1.1.1 Objekt och population*

Populationen utgörs av företag med verksamhet, enligt SNI 2007, inom utvinning av mineral (B), tillverkning (C), försörjning av el, gas, värme och kyla (D), vattenförsörjning (E) byggverksamhet (F), handel; reparation av motorfordon och motorcyklar (G), transport och magasinering (H), hotell- och restaurangverksamhet (I), informations- och kommunikationsverksamhet (J), finansiell verksamhet (K), fastighetsverksamhet (L), företagstjänster (M), uthyrning, fastighetservice, resetjänster och andra stödtjänster (N), kultur, nöje och fritid (R) och annan serviceverksamhet (S).

Populationen bestäms med utgångspunkt från informationen i SCBs företagsdatabas FDB. Ramen som används är från november det aktuella referensåret.

### *1.1.2 Variabler*

#### **Utgifter för datautrustning (förbrukning inom ett år)**

#### **Investeringar i datautrustning (förbrukning på längre sikt än ett år)**

Datautrustning är t ex datorer och kringutrustning, servrar och multikopiatorer.

#### **Utgifter för telekommunikationsutrustning (förbrukning inom ett år)**

#### **Investeringar i telekommunikationsutrustning (förbrukning på längre sikt än ett år)**

Telekommunikation är telefonväxlar, telefoner inkl. mobiltelefoner, inbrotts- och brandlarm.

#### **Utgifter för mjukvara (förbrukning inom ett år)**

#### **Investeringar i mjukvara (förbrukning på längre sikt än ett år)**

Mjukvara är köpt standardprogramvara eller programvara speciellt utvecklad för företagets behov av extern leverantör. Om köp av programvara inte går att särskilja från köp av hårdvaran, ingår denna endast i köp av hårdvara.

#### **Utgifter för IT-tjänster**

IT-tjänster är funktionsleveranser av it där man köper it-funktionen utan att själv behöva investera i IT-utrustning, IT-serviceavtal, applikationshyrning, serverhostning mm.

#### **Utgifter för reklam och marknadsföring (förbrukning inom ett år)**

#### **Investeringar i reklam och marknadsföring (förbrukning på längre sikt än ett år)**

Reklam och marknadsföring är sådant som syftar till att uppmärksamma företagets varor och tjänster, film-, radio, TV- och internetreklam, annonsering, marknadsundersökningar, segmenteringar mm. Även företagens egen personal

som arbetar med reklam och marknadsföring ingår, i form av antal årsverken för arbete med reklam och marknadsföring.

### **Utgifter för finansiell leasing av data- och/eller telekommunikationsutrustning.**

### **Utgifter för hyra/operationell leasing av data- och/eller telekommunikationsutrustning.**

#### *1.1.3 Statistiska mått*

Totalsummor beräknas.

#### *1.1.4 Redovisningsgrupper*

Samtliga uppgifter redovisas fördelade efter näringsgrenar och storleksklasser. Se tabell under avsnitt 2.2.3.

#### *1.1.5 Referenstider*

Uppgifterna avser år 2015. Urvalsramen som använts är från november 2015.

## **1.2. Fullständighet**

Undersökningen mäter näringsgrenar klassificerade enligt Standard för svensk näringsgrensindelning (SNI). Samtliga näringsgrenar i privat sektor utom jordbruk, skogsbruk och fiske (A), utbildning (P) och hushållens verksamhet (T) ingår. Rampopulationen utgörs av företagsenheter med 10 eller fler anställda.

## **B.2 Tillförlitlighet**

### **2.1 Tillförlitlighet totalt**

Undersökningen är en urvalsundersökning och kan därmed antas vara behäftad med tre sorters fel: *urvalsfel* (som beror på att endast ett urval av företag har undersökts och att dessa inte riktigt är representativa för samtliga företag), *bortfallsfel* (som beror på att svar saknas helt eller delvis från utvalda företag) och *mätfel* (som framför allt uppkommer på grund av att frågor och definitioner missuppfattas och att alltför grova uppskattningar lämnas). Om det finns systematik i mätfelen, t.ex. om många företag missuppfattar en fråga på samma sätt, uppkommer skevhet i materialet. Även i bortfallet kan det finnas systematik som leder till skevhet i materialet, t.ex. att företag som inte har en viss egenskap uteblir med svar då frågan inte upplevs som aktuell.

Företagen lämnar från och med insamlingen avseende år 2014 uppgifter om externa utgifter och investeringar för reklam marknadsföring. Interna utgifter och investeringar för reklam och marknadsföring modellberäknas, då denna variabel antas vara svår för företagen att lämna. Modellen för att skatta interna utgifter och investeringar baseras på företagens uppgift om antal årsverken för arbete med reklam och marknadsföring hos egen personal. Dessa årsverken

multiplikeras sedan med förädlingsvärde per antal anställda för respektive bransch. Uppgifterna viktas sedan upp enligt urvalsmetoden och ordinarie rutin för undersökningen och publiceras för samma aggregat. Framtagningen av statistik rörande företagens utgifter och investeringar för reklam och marknadsföring är av experimentell karaktär och statistiken bör därför tolkas och användas med försiktighet.

## 2.2 Osäkerhetskällor

### 2.2.1 *Urval*

Undersökningen är en urvalsundersökning. Populationen hämtas från FDB, SCBs företagsdatabas. Urvalet för undersökningsåret 2015 drogs i november 2015. Stratifiering sker efter företagets bransch och storlek med avseende på antal anställda i strata bestående av företag med 200 anställda eller fler ingår samtliga företag i urvalet. För strata bestående av företag med 10-199 anställda har ett stratifierat slumpmässigt urval gjorts. Den nedre gränsen för antal anställda, den så kallade cut-off gränsen, är 10 anställda.

### 2.2.2 *Ramtäckning*

Enkätens urval har viss undertäckning av nystartade företag. Viss undertäckning av "växande" företag förekommer också, då rampopulationens uppgifter om bransch och sysselsatta avser drygt ett halvår gammal information i förhållande till den aktuella populationen. Övertäckningen består av nedlagda och fusionerade företag.

### 2.2.3 *Mätning*

Mätfel uppstår när felaktiga uppgifter lämnats och inte rättats i granskningen. Felen kan bero på misstolkningar av blankettanvisningar eller på att uppgiftslämnarna gör alltför grova eller felaktiga uppskattningar. Mätfelens omfattning och inverkan på osäkerheten är svåra att bedöma storleksmässigt.

I SCBDOK återges missiv, frågeformulär och påminnelser i sin helhet.

### 2.2.4 *Svarsbortfall*

Det finns två typer av bortfall: *objektsbortfall* och *partiellt bortfall*. Objektsbortfall utgörs av de företag som inte svarar på enkäten medan partiellt bortfall innebär att ett företag svarar på enkäten, men hoppar över en eller flera frågor. Svarefrekvensen i denna undersökning är 79 procent, vilket innebär att objektsbortfallet är 21 procent. Rak uppräknings inom stratum används för att kompensera för både urvals- och bortfallsfel. De företag som inte ingår i urvalet alternativt de som ingår i urvalet men inte svarat antas vid skattning kunna representeras av de svarande i samma stratum.

För att reducera svarsbortfallet används skriftliga påminnelser och telefonpåminnelser. Företag med många anställda och stor omsättning var prioriterade i påminnelsearbetet, vilket kan ha genererat överskattning inom denna grupp.

Tabellen nedan visar objektsbortfallet uppdelat på redovisningsgrupper.

Redovisningsgrupp	Objektsbortfall, %
<b>Totalt</b>	<b>21</b>
<i>Storleksklasser</i>	
10-49 anställda	23
50-249 anställda	14
250	12
<i>Branscher (SNI 2007)</i>	
05-09	12
10-33	15
35-39	14
41-43	21
45-47	15
49-53	19
55-56	26
58-63	13
64-66 (delmängd)	6
68	11
69-82	16
90-93	20
95.1	30

Det partiella bortfallet i undersökningen redovisas inte.

### 2.2.5 *Bearbetning*

Mikrogranskning genomförs genom att vissa kontroller görs maskinellt av t ex extremt höga värden och ologiska värden. De företag med värden som faller ut på kontrollerna återkontakts eller uppdateras utan kontakt om så är möjligt. Makrogranskning sker sedan även på aggregerad nivå. Vid behov återkontakts företag.

För urvalsundersökta stratum samt stratum där bortfall förekommer representerar företagen som kommer med i urvalet eller som svarat andra företag utöver sig själv. För att inte snedvrída skattningarna som publiceras har ett fåtal extremt avvikande värden, så kallade *outliers*, som inte kan antas vara representativa för stratumet identifierats. Stratum med extrema observationer delas in i två substratum. Det extremt avvikande företagets vikt (uppräkningsstal) ersätts med vikten ett, vilket innebär att det inte representerar något annat företag utöver det egna. För övriga enheter i samma stratum räknas uppräkningsstalet om genom att både antalet som hör till stratumet och antalet svarande enheter har subtraherats med antalet extrema observationer. Detta har endast gjorts för ett mycket litet antal enheter då sådan hantering riskerar att införa bias i skattningarna. I årets undersökning klassades 5 observationer som outliers.

### 2.2.6 *Modellantaganden*

Ett modellantagande görs i undersökningen. Vi beräknar interna marknadsföringsutgifter genom att multiplicera företagets årsverken av marknadsföring med branschens förädlingsvärde.



### **2.3 Redovisning av osäkerhetsmått**

95-procentiga konfidensintervall har använts och återfinns i Statistikdatabasen och kommer även att finnas i rapporten *It i företag* som publiceras i december 2016.

## **B.3 Aktualitet**

### **3.1 Frekvens**

Undersökningen genomförs en gång per år. Skattningar tas fram i september året efter det år som undersöks.

### **3.2 Framställningstid**

Det totala arbetet med undersökningen pågår under hela kalenderåret. Insamlingen påbörjas i april och avslutas i augusti. Skattningarna är klara i oktober.

### **3.3 Punktlighet**

Den ursprungliga publiceringsplanen har hållits.

## **B.4 Jämförbarhet och sammanvändbarhet**

### **4.1 Jämförbarhet över tiden**

Undersökningen har genomförts 11 gånger med referensperioderna 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014 och nu senast 2015. På grund av den låga svarsfrekvensen, 39 respektive 53 procent, i de två första undersökningsomgångarna samt förändrade frågor är dock en jämförelse över alla år inte att rekommendera. I den första undersökningsomgången var cut-off gränsen densamma (10) för samtliga strata. Åren därefter varierar cut-off gränsen mellan strata. Från och med undersökningen avseende 2009 är cut-off gränsen återigen den samma (10) för samtliga strata. Frågorna har varit konstanta sedan 2009 men har i aktuell undersökning (2015) förändrats i samband med att man introducerat hänvisningar till BAS-kontoplanen. Definitionerna av de variabler som efterfrågas är emellertid identiska med föregående år. Skillnaden består istället i att företagen uppmanas rapportera de olika utgiftsposterna enligt utgifts- respektive tillgångskonton. Frågan om IT-tjänster återfinns i undersökningarna med referensperioderna 2005 och 2006. Frågorna om reklam och marknadsföring är med för andra året.

## 4.2 Jämförbarhet mellan grupper

Jämförbarheten mellan uppgifter för olika år påverkas på branschnivå av löpande förändringar i företagens organisation och verksamhet. Varje urvalsbyte innebär en uppdatering av ramen för att fånga in de organisationsförändringar som skett. Branschförändringar försvårar jämförbarheten mellan åren. Sedan 2009 redovisas resultatet enligt näringsgrensindelningen SNI 2007, vilket innebär att dessa kan jämföras. Undersökningarna med referensperioderna 2005, 2006, 2007 och 2008 redovisas dock enligt SNI 2002.

## 4.3 Samanvändbarhet med annan statistik

Undersökningen Näringslivets investeringar innefattar uppgifter om investeringar i maskiner och inventarier och är därför delvis jämförbar med uppgifter om investeringar i utrustning för data- och telekommunikation.

## B.5 Tillgänglighet och förståelighet

### 5.1 Spridningsformer

Undersökningsresultatet publiceras på SCBs webbplats (<http://www.scb.se/NV0802>) och i Statistikdatabasen. En kortfattad gemensam rapport med undersökningen *IT-användning i företag* kommer att publiceras i november 2016.

### 5.2 Presentation

Statistiken publiceras i tabellform.

### 5.3 Dokumentation

Statistiken finns även dokumenterad i SCB:s dokumentationsmall SCBDOK och metaplus.

### 5.4 Tillgång till primärmaterial

SCB utför på beställning specialbearbetningar av primärmaterial. Forskare, utredare m.fl. kan efter prövning få tillgång till avidentifierat uppgiftsmaterial för egen bearbetning. Organisationsnummer lämnas av sekretesskäl dock aldrig ut.

### 5.5 Upplysningstjänster

Vid frågor kring undersökningen, kontakta Sven Silvander, tfn 010-479 48 87, e-post: [sven.silvander@scb.se](mailto:sven.silvander@scb.se) vid enheten för industriindikatorer, FoU och IT vid SCB. Det går även att vända sig till Statistikservice på SCB med telefonnummer 010-479 50 00 eller skriva till [information@scb.se](mailto:information@scb.se).