

# KVALITETSDEKLARATION

## Företagens utgifter för IT och marknadsföring

**Ämnesområde**  
Näringsverksamhet

**Statistikområde**  
Näringslivets investeringar

**Produktkod**  
NV0802

**Referenstid**  
2016

<b>Statistikens kvalitet .....</b>	<b>3</b>
1 Relevans .....	3
1.1 Ändamål och informationsbehov .....	3
1.1.1 Statistikens ändamål .....	3
1.1.2 Statistikanvändares informationsbehov .....	3
1.2 Statistikens innehåll .....	3
1.2.1 Objekt och population .....	3
1.2.2 Variabler .....	4
1.2.3 Statistiska mått .....	5
1.2.4 Redovisningsgrupper .....	5
1.2.5 Referenstider .....	5
2 Tillförlitlighet .....	6
2.1 Tillförlitlighet totalt .....	6
2.2 Osäkerhetskällor .....	6
2.2.1 Urval .....	6
2.2.2 Ramtäckning .....	7
2.2.3 Mätning .....	7
2.2.4 Bortfall .....	8
2.2.5 Bearbetning .....	8
2.2.6 Modellantaganden .....	9
2.3 Preliminär statistik jämförd med slutlig .....	9
3 Aktualitet och punktlighet .....	9
3.1 Framställningstid .....	9
3.2 Frekvens .....	9
3.3 Punktlighet .....	9
4 Tillgänglighet och tydlighet .....	9
4.1 Tillgång till statistiken .....	9
4.2 Möjlighet till ytterligare statistik .....	9
4.3 Presentation .....	10
4.4 Dokumentation .....	10
5 Jämförbarhet och sam användbarhet .....	10
5.1 Jämförbarhet över tid .....	10
5.2 Jämförbarhet mellan grupper .....	10
5.3 Sam användbarhet i övrigt .....	10
5.4 Numerisk överensstämmelse .....	10
<b>Allmänna uppgifter .....</b>	<b>11</b>
A Klassificeringen Sveriges officiella statistik .....	11
B Sekretess och personuppgiftsbehandling .....	11
C Bevarande och gallring .....	11
D Uppgiftsskyldighet .....	11
E EU-reglering och internationell rapportering .....	11
F Historik .....	11
G Kontaktuppgifter .....	11

## Statistikens kvalitet

### 1 Relevans

Det som beräknas och redovisas i statistiken är totalsummor, andelar och antal. Alla mått redovisas efter storleksklass/bransch. Variablerna som undersöks och redovisas är främst utgifter och investeringar gällande olika IT-komponenter (exempelvis datautrustning, mjukvara och it-tjänster.) Målobjekten liksom observationsobjekten är företag. Uppgifterna avser år 2016.

#### 1.1 Ändamål och informationsbehov

##### 1.1.1 Statistikens ändamål

Statistiken skall belysa svenska företags utgifter och investeringar i it-utrustning samt reklam och marknadsföring. En av de insamlade variablerna används vid beräkningarna av BNP. Det gäller frågan om hur många personår (årsverken) som utfördes 2016 av egen personal gällande arbete med reklam och marknadsföring.

##### 1.1.2 Statistikanvändares informationsbehov

Statistiken används av departement, myndigheter och svenskt näringsliv, bland annat i deras uppföljning och prioriteringar gällande it-utvecklingen i Sverige.

Utredare och forskare är en annan grupp som kan nyttja uppgifterna som samlas in (gällande mikrodata liksom den redovisade statistiken).

#### 1.2 Statistikens innehåll

Statistiken redovisar totalsummor för olika näringsgrenar och storleksklasser. Storleksklass redovisas efter antal anställda. Statistiken beskriver även utvecklingen över tid.

##### 1.2.1 Objekt och population

Målobjekten liksom observationsobjekten är företag. I denna undersökning sker urvalet på så kallade företagsenheter.

En företagsenhet är en organisatorisk enhet som producerar varor eller tjänster. Enheten har själv beslutanderätt, särskilt för hur den fördelar sina produktionsresurser. En företagsenhet bedriver en eller flera verksamheter vid en eller flera platser. Dessutom har företagsenheten fullständig bokföring, om inte ska det vara möjligt och meningsfullt, både från ekonomisk som juridisk synpunkt, att sammanställa en fullständig bokföring om så krävs.

Företagsenheter är i de flesta fall desamma som en juridisk enhet, men i vissa fall bedöms flera juridiska enheter ha så integrerad verksamhet att de av SCB bedöms vara en företagsenhet. Med juridisk enhet avses en juridisk eller fysisk person som bedriver eller avser att bedriva något slag av affärsmässig verksamhet.

Målpopulationen utgörs av företag med 10 eller fler anställda 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 företags databas FDB. Ramen som används är från november det aktuella referensåret.

Intressepopulationen är egentligen hela det svenska näringslivet, det vill säga alla företag. Från början dikterades vilka branscher som skulle ingå i undersökningen av Eurostat. Efter det har antalet branscher utökats något, men inte fullt ut. De företag som verkar i de icke-undersökta branscherna tros ha mindre betydande utgifter för it och marknadsföring, och därför ett lägre policyintresse.

Att företag med färre än 10 anställda inte ingår i målpopulationen beror bland annat på uppgiftslämnarbördan skulle bli mycket hög samt att kostnadseffektiviteten skulle vara mycket låg.

### 1.2.2 Variabler

Målvariablerna är:

- utgifter och investeringar i **datautrustning**
- utgifter och investeringar i **telekommunikationsutrustning**
- utgifter och investeringar i **mjukvara**
- utgifter och investeringar för **leasing av data-, och telekommunikationsutrustning**
- interna och externa utgifter för **it-tjänster**
- utgifter och investeringar i **reklam och marknadsföring**
- antal årsverken i arbetet med **reklam och marknadsföring av egen personal**
- **varaktigheten av effekten av reklam och marknadsföring**

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

**Telekommunikationsutrustning** är telefonväxlar, telefoner inkl. mobiltelefoner, inbrotts- och brandlarm.

**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 hårdvara, ingår denna endast i köp av hårdvara.

**Operationell-**, (hyra) respektive **finansiell leasing** innebär att man, med varierande grad av finansiell risk, låter ett annat företag tillhandahålla och serva ens it-park, både data-, och telekommunikationsutrustning.

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

**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.

**Ett årsverke** är det samma som tiden som en person hinner arbeta på ett år, i detta fall med reklam och marknadsföring.

**Varaktigheten** hos den reklam och marknadsföring som företaget har haft utgifter för mäts som andelen reklam och marknadsföring som respondenten tror kommer att ha effekt under längre tid än ett år.

Generellt bedöms samstämmigheten mellan

### 1.2.3 Statistiska mått

Det som beräknas och redovisas i statistiken är totalsummor, andelar och antal. Alla mått redovisas efter storleksklass/bransch.

### 1.2.4 Redovisningsgrupper

Följande näringsgrenar/SNI-grupper redovisas:

- 05-09
- 10-33
- 25-39
- 41-43
- 45-47
- 49-53
- 55-56
- 58-63
- 64-66 (delmängd; 64.19, 64.92, 65.1, 65.2)
- 68
- 69-82
- 90-93
- 95.1
- Ikt-sektorn (26.1-26.4, 26.8, 46.5, 58.2, 61-62, 63.1, 95.1)

På scb.se finns mer information näringsgrensindelningen och vad koderna för [SNI 2007](#) innehåller.

Följande storleksklasser redovisas:

- 10-49 anställda
- 50-249 anställda
- 250+ anställda

### 1.2.5 Referenstider

Uppgifterna avser år 2016. I vissa fall rapporterar företagen data för delar av referensåret (då de har delat räkenskapsår). I sådana fall räknas uppgifter upp så att de representerar ett helt år.

## 2 Tillförlitlighet

### 2.1 Tillförlitlighet totalt

Undersökningen är en urvalsundersökning, vilket innebär att det alltid föreligger en viss osäkerhet i form av urvalsfel alltid föreligger. Urvalsfelet är slumpmässigt. Dessutom kan icke-urvalsfel förekomma, framför allt mätfel och bortfallsfel. Dessa kan vara såväl slumpmässiga som systematiska. Endast urvalsfelet skattas och redovisas kvantitativt. Eftersom även andra typer av fel kan förekomma, är den totala osäkerheten något större än den redovisade urvalsosäkerheten. Tillförlitligheten bedöms dock sammantaget vara god för de flesta variablerna. För vissa variabler kan dock mätfelet vara betydande, se avsnitt 2.2.3. Framtagningen av statistik rörande företagens utgifter och investeringar för reklam och marknadsföring är av experimentell karaktär och skattningarna för dessa variabler bör därför tolkas och användas med försiktighet.

### 2.2 Osäkerhetskällor

Mätfel och urvalsfel bedöms bidra mest till den totala osäkerheten.

Utgifter för samma datautrustning redovisas av många fler företag.

Trots BAS-kontohänvisningar har företagen svårt att svara på frågorna.

#### 2.2.1 Urval

Undersökningen är en urvalsundersökning. Stratifierat obundet slumpmässigt urval (OSU) tillämpas.

Rampopulationen utgörs av företagsenheter i SCB:s företagsdatabas (FDB) i november 2016.

Stratifiering sker efter företagets näringsgren 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 obundet slumpmässigt urval gjorts.

För att bestämma hur många företag som dras i varje stratum har Neyman-allokering använts. Neyman-allokering är en form av optimal allokering för HT-estimatorn (Horvitz-Thompson-estimatorn, även kallad  $\pi$ -estimatorn). Neyman-allokering syftar till att minimera estimatorvariansen vid en given total urvalsstorlek. Med hjälp av HT-estimatorn skattas totalen med summan av produkten av de observerade värdena för utvalda objekt och objektens designvikter.

För att erhålla positiv urvalssamordning med föregående års undersökning används SAMU-systemet, *SAM*ordnad *Urvals*dragning. Syftet med att använda systemet är att: få jämförbar statistik, få hög precision på estimaten vid jämförelse över tid, sprida uppgiftslämnarbördan mellan företag och minska företagens administrationstid (genom att så långt det är möjligt ge enskilda företag samma undersökning flera år i följd).

Mekanismen i SAMU medför att ett företag som kommit med i urvalet normalt medverkar i undersökningen under en femårsperiod. Under 2014 inleddes ett byte av de så kallade SAMU-blocken. Anledning till detta är att man ville säkerställa så stor positiv samordning mellan denna undersökning och andra som liknar den som möjligt,

detta för att förbättra jämförbarheten mellan olika värden. Bland de andra undersökningarna ingår It-användning i företag (NV0116) och CIS (UF0315). För mer om urvalsförfarandet och SAMU, se Lindblom (2003)<sup>1</sup>.

För urvalsundersökta strata samt strata där bortfall förekommer representerar företagen som svarat andra företag utöver sig själv. Exempel: Ett stratum innehåller 500 företag, varav vilka 100 är med i vårt urval. Om 50 av dessa svarar kommer varje sådant företags värden att viktas upp 10 gånger för att alla 500 företag ( $50 * 100$ ) ska representeras.

För att inte snedvrída resultatet, dvs. orsaka systematiska fel, har ett fåtal objekt med extremt avvikande värden, så kallade outliers identifierats. Dessa antas inte vara representativa för urvalet. Stratum med extrema observationer delas in i två substratum, där det outlierförklarade företaget får vikten 1 (det representerar bara sig själv). Övriga företags vikter räknas om för att kompensera för att det företaget nu inte representerar några andra. I årets undersökning klassades 6 objekt som outliers.

### 2.2.2 Ramtäckning

Urvalet har viss undertäckning av nystartade företag och av "växande" företag. Övertäckningen består av nedlagda och fusionerade företag. Under- och övertäckningen uppstår på grund av viss eftersläpning i inrapporteringen till Skatteverket av förändringar i företagspopulationen..

Generellt upplevs under-, och övertäckning inte vara ett stort problem.

### 2.2.3 Mätning

Mätfel uppkommer på grund av att frågor och definitioner missuppfattas och att alltför grova uppskattningar lämnas. Om det finns systematik i mätfelen uppkommer skevhet i materialet, exempelvis om många företag missuppfattar en fråga på samma sätt eller om företag, som inte har en viss egenskap, uteblir med svar på en fråga som inte upplevs som aktuell.

Undersökningen genomförs i huvudsak som en webbenkät i SIV, SCB:s system för elektronisk insamling som nås vi SCB:s hemsida. För respondenter som fördrar att svara på pappersenkät bifogas en sådan i och med den andra påminnelsen.

Det främsta problemet för uppgiftslämnarna tycks vara att särskilja utgifterna för it och telekommunikation från andra utgifter i bokföringen.

För att underlätta för företagen finns både definitioner av begreppen och flera exempel på vilka varor som avses i frågeformuläret. Kontaktar företaget SCB per telefon kan de få ytterligare hjälp med att särskilja vilka utgifter som ska inkluderas samt hur dessa ska klassificeras i frågeformuläret.

<sup>1</sup> The system for co-ordination of frame populations and samples from the Business Register at Statistics Sweden, 2003:3, ISSN 1650-9447. Finns på SCB:s [hemsida](#).

I enkäten finns sedan undersökningen avseende år 2015 hänvisningar till den så kallade BAS-kontoplanen, tillsammans med instruktioner för hur värdena ska hämtas från dessa. Mätstudier indikerar att uppgiftslämnarna har lättare att "gräva fram" it-utgifter ur sina redovisningssystem om de får guidning via dessa.

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 återkontaktas eller uppdateras utan kontakt om så är möjligt. Makrogranskning sker sedan även på aggregerad nivå. Vid behov återkontaktas företag även i samband med denna granskning.

#### **2.2.4 Bortfall**

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.

Svarsfrekvensen i denna undersökning är 83 procent, vilket innebär att objektsbortfallet är 17 procent. Uppgiftslämnarplikt råder för alla objekt i urvalet, och SCB har rätt att vitesförelägga företag som utan giltigt skäl inte inkommer med svar.

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. Det innebär att i stratum där det finns objektsbortfall blir urvalsfelet större än om alla företag hade svarat. Dessutom, och förmodligen mer allvarligt, är att bortfall leder till ett systematiskt fel som svårligen kan bedömas.

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.

Objektsbortfall kan orsaka både slumpmässiga fel (i form av ökad varians), och systematiska fel (ifall objekten i bortfallet systematiskt skiljer sig från de svarande objekten med avseende på de variabler som skattas).

I undersökningen görs ingen imputering för partiellt bortfall. Därmed skulle det kunna uppstå ett systematiskt fel i form av underskattning. Risken för detta bedöms dock som liten.

#### **2.2.5 Bearbetning**

Bearbetningsfel kan uppstå vid dataöverföring, beräkningar, granskning och liknande. Bearbetningsfelets inverkan på tillförlitligheten bedöms som liten jämfört med övriga felkällor.



### **2.2.6 Modellantaganden**

Från och med insamlingen avseende år 2014 lämnar företagen uppgifter om externa utgifter och investeringar för reklam och marknadsföring.

Interna utgifter och investeringar för reklam och marknadsföring modellberäknas, eftersom denna uppgift antas vara svår att lämna. Modellen baseras på företagens uppgift om antal årsverken för arbete med reklam och marknadsföring hos egen personal. Dessa årsverken multipliceras sedan med förädlingsvärde per anställd för respektive näringsgren. Variabelvärdena modellskattas alltså på objektsnivå och därefter tillämpas samma skattningsförfarande som för de övriga variablerna för att framställa statistikvärdena.

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.

### **2.3 Preliminär statistik jämförd med slutlig**

Preliminär statistik tas inte fram för denna statistikprodukt.

## **3 Aktualitet och punktlighet**

### **3.1 Framställningstid**

Statistiken publiceras cirka 2 månader efter avslutad insamling.

Det totala arbetet med undersökningen pågår under hela kalenderåret 2017. Insamlingen påbörjas i april och avslutas i augusti. Skattningar för referensåret 2016 tas fram i september och statistiken redovisas i oktober 2017.

### **3.2 Frekvens**

Undersökningen genomförs en gång per år.

### **3.3 Punktlighet**

Publiceringen följer 2017 års publiceringsplan för den Sveriges officiella statistik.

## **4 Tillgänglighet och tydlighet**

### **4.1 Tillgång till statistiken**

Företagens utgifter för IT och marknadsföring har en egen [produktsida](#) på scb.se där statistiken publiceras.

### **4.2 Möjlighet till ytterligare statistik**

Förutom statistiken som publiceras årligen kan SCB ta fram statistik på uppdragsbasis. Denna statistik är således skräddarsydd för användare med specifika behov. Innan leverans röjandekontrolleras materialet så att enskilda företag inte röjs.

Forskare, utredare m.fl. kan efter prövning få tillgång till avidentifierat uppgiftsmaterial är det primärmaterial för egen bearbetning. Av sekretesskäl lämnas aldrig organisationsnummer ut.

#### **4.3 Presentation**

Statistiken publiceras i vissa fasta tabeller på [produkt sidan](#), i Statistikdatabasen och i en Statistiknyhet på [scb.se](#).

#### **4.4 Dokumentation**

Statistiken finns även dokumenterad i SCB:s dokumentationsmall SCBDOK och i Statistikens detaljerade innehåll (MetaPlus). Samtliga dokumentationer är tillgängliga på SCB:s [webbplats](#).

### **5 Jämförbarhet och sam användbarhet**

#### **5.1 Jämförbarhet över tid**

Undersökningen har genomförts 12 gånger med referensåren 2005 - 2016.

En jämförelse över alla år är inte att rekommendera, eller ska göras med stor försiktighet - främst av tre anledningar:

- de två första undersökningsomgångarna hade låg svarsfrekvens (39 respektive 53 procent),
- frågorna har förändrats mellan åren och
- SNI-kodningen (som är en näringsgrensindelning) har justerats.

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 oförändrade för undersökningarna med referensår 2009-2014. Sedan undersökningen med referensår 2015 har frågorna 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.

Jämförbarheten på näringsgrensnivån påverkas av löpande förändringar i företagets organisation och verksamhet. Varje urvalsbyte innebär en uppdatering av ramen för att fånga in de organisationsförändringar som skett. Näringsgrensförändringar försvårar jämförbarheten mellan åren.

#### **5.2 Jämförbarhet mellan grupper**

Jämförbarhet mellan delgrupper i populationen är mycket god.

#### **5.3 Sam användbarhet i övrigt**

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.

#### **5.4 Numerisk överensstämmelse**

Den numeriska överensstämmelsen mellan redovisade totalsummor och grupper är allmänt god.

## Allmänna uppgifter

### A Klassificeringen Sveriges officiella statistik

För statistik som ingår i Sveriges officiella statistik (SOS) gäller särskilda regler för kvalitet och tillgänglighet, se lagen ([2001:99](#)) och förordningen ([2001:100](#)) om den officiella statistiken samt Statistiska centralbyråns föreskrifter ([SCB-FS 2016:17](#)) om kvalitet för den officiella statistiken.

### B Sekretess och personuppgiftsbehandling

I myndigheternas särskilda verksamhet för framställning av statistik gäller sekretess enligt 24 kap. 8 § offentlighets- och sekretesslagen ([2009:400](#)).

För att skydda enskilda personers eller företags sekretessreglerade uppgifter säkerställs att de inte kan röjas direkt eller indirekt i den statistik som offentliggörs.

### C Bevarande och gallring

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

### D 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).

### E EU-reglering och internationell rapportering

Undersökningen är inte EU-reglerad.

En pilotstudie genomfördes år 2003 i Eurostats regi. Resultat från aktuell undersökning kommer inte att rapporteras till internationella organisationer.

### F Historik

Sedan 2006 genomförs en årlig undersökning om företagens utgifter för IT. Då avsåg undersökningen referensåret 2005.

Dessförinnan (årsskiftet 2005/2006) genomfördes en pilotundersökning.

Frågorna om reklam och marknadsföring lades till 2014. Statistiken tillsammans med andra undersökningar ska ge en bild av näringslivets immateriella investeringar, vilka man sett har betydelse för produktivitetens utveckling och tillväxt.

### G Kontaktuppgifter

<b>Statistikansvarig myndighet</b>	Statistiska centralbyrån
<b>Kontaktinformation</b>	IKT, Näringslivets konjunktur och FoU

<b>E-post</b>	it-statistik@scb.se
<b>Telefon</b>	010-479 50 00 (Statistikservice)