

STATISTIKENS FRAMSTÄLLNING

Företagens utgifter för it (FUF)

Ämnesområde

Näringsverksamhet

Statistikområde

Näringslivets investeringar

Produktkod

NV0802

Referenstid

2017

Kontaktuppgifter

Statistikansvarig myndighet	SCB
Kontaktinformation	<i>Box 24300, 104 51 STOCKHOLM</i>
E-post	it-statistik@scb.se
Telefon	010 - 479 50 00

Innehåll

	Ämnesområde	1
	Statistikområde.....	1
	Produktkod	1
	Referenstid	1
	Kontaktuppgifter.....	1
1	Statistikens sammanhang.....	3
2	Undersökningsdesign	3
2.1	Målstorheter	3
2.2	Ramförfarande.....	4
2.3	Förfaranden för urval och uteslutning.....	5
2.3.2	Uteslutning från insamling (cut-off).....	5
2.4	Insamlingsförfarande	5
2.5	Bearbetningar.....	6
2.6	Granskning.....	8
2.7	Skattningsförfarande	9
3	Genomförande.....	11
3.1	Kvantitativ information.....	11
	Tabell 1 Urval och inflöde fördelad efter näringsgren	11
	Tabell 2 Rampopulation, urval och inflöde efter storleksgrupp	12
3.2	Avvikelser från undersökningsdesignen.....	12
	Bilaga 1 Introduktionsbrev till företag.....	10
	Bilaga 2 Frågeformulär	12

1 Statistikens sammanhang

Statistiken syftar till att belysa utgifter och investeringar i hård och mjukvara inom företagssektorn. Undersökningen beskriver nivåer och utveckling av företagets utgifter för IT över tid. Informationen behövs för att departement, myndigheter, och Svenskt näringsliv bättre ska kunna följa och främja IT-utvecklingen. Tillsammans med andra undersökningar ska FUFU ge en bild av näringslivets immateriella investeringar. Undersökningen är finansierad av SCB:s ordinarie ramanslag. Statistiken används bland annat av avdelningen för nationalräkenskaper på SCB som använder uppgifterna vid beräkningen av BNP.

År 2006 genomfördes undersökningen för första gången, med referensåret 2005. Dessförinnan (årsskiftet 2005/2006) genomfördes en pilotundersökning.

Statistiken är inte EU-reglerad.

I detta dokument beskrivs översiktligt design och genomförande av Företagens utgifter för IT och marknadsföring. Dokumentet kompletterar *kvalitetsdeklarationen* för Företagens utgifter för IT och marknadsföring som finns tillgänglig på www.scb.se/NV0802 under rubriken *Dokumentation*.

2 Undersökningsdesign

2.1 Målstorheter

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

Målpopulation	Indelning i redovisningsgrupper	Redovisad storhet	Redovisad storhetsreferensår	Statistiskt mått	Måttenhet
Svenska företag med fler än 10 anställda	Branschgrupp	Utgifter och investeringar i datautrustning	2017	Summa	Miljoner kronor
		Utgifter och investeringar för telekommunikationsutrustning			
		Utgifter och investeringar i mjukvara			

Målpopulation	Indelning i redovisningsgrupper	Redovisad storhet	Redovisad storhets referenstid	Statistiskt mått	Måttenhet
Svenska företag med fler än 10 anställda	Branschgrupp	Utgifter för (finansiell och operationell) leasing av data-, och teleutrustning	2017	Summa	Miljoner kronor
		Utgifter för (interna och externa) köp av it- tjänster			

Målpopulation	Indelning i redovisningsgrupper	Redovisad storhet	Redovisad storhets referenstid	Statistiskt mått	Måttenhet
Svenska företag med fler än 10 anställda	Storleksgrupp (antal anställda)	Utgifter och investeringar för datautrustning	2017	Summa	Miljoner kronor
		Utgifter och investeringar för telekommunikationsutrustning			
		Utgifter och investeringar för mjukvara			
		Utgifter för (finansiell och operationell) leasing av data-, och teleutrustning			
		Utgifter för (interna och externa) köp av it- tjänster			

2.2 Ramförfarande

Urvalsramen tas fram från novemberversionen av SCB:s Företagsdatabas (FDB) för aktuellt referensår, då den bedöms ha bäst täckning avseende undersökningens referensperiod. Observationsobjekten, såväl som uppgiftskällorna, är företagsenheter (FE). Uppgiftskällorna är de juridiska enheter (JE) som utpekats som huvudenhet inom respektive företagsenhet. I de flesta fall motsvarar en JE en FE. Rampopulationen omfattar företag med minst 10 anställda med adress i Sverige.

2.3 Förfaranden för urval och uteslutning

2.3.1 Urvalsförfarande

Undersökningen är en årlig urvalsundersökning som omfattar drygt 4 300 företag. Urvalsramen delas in i strata efter näringsgren och storleksklass. Urvalet är ett direkturval vilket innebär att det dras i ett steg. Samtliga företag med minst 200 anställda ingår i urvalet. Bland företag med mellan 10 och 199 anställda dras ett stratifierat obundet slumpmässigt urval (OSU).

Urvalet är samordnat över tid samt positivt samordnat med undersökningarna IT-användning i företag och Innovationsverksamhet i Sverige för att öka jämförbarheten mellan de tre undersökningarna.

2.3.2 Uteslutning från insamling (cut-off)

Uteslutning från insamling (cut-off) tillämpas inte.

2.4 Insamlingsförfarande

2.4.1 Datainsamlingsmetoder

Undersökningen genomförs genom direktinsamling i huvudsak som ett webbaserat frågeformulär i SIV (SCB:s webbinsamlingsverktyg). För respondenter som föredrar att svara på pappersenkät skickas en sådan ut. Vid datainsamlingens slut granskas och kompletteras svaren via mail och/eller telefonsamtal med företagens kontaktpersoner.

2.4.2 Mätning

Ett introduktionsbrev med inloggningsuppgifter skickas ut i mars för att kunna besvara enkäten via det webbaserade frågeformuläret. Brevet är adresserat till ekonomiansvariga på företagen alternativt till den kontaktperson som angetts vid föregående års insamling.

Om svar inte inkommit innan sista svarsdag, som i detta års undersökning var 3 april skickas därefter två skriftliga påminnelser ut till de företag som inte har svarat. Därefter utförs påminnelsearbete via telefon och/eller mail. Vid behov sker även viss komplettering av svar via telefon och/eller mail.

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. 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.

Frågeformuleringar och förklaringstexter är identiska i frågeformulär respektive pappersenkäten. De respondenter som lämnar vissa svarsfält tomma uppmanas ange ett belopp men har ändå möjlighet att lämna fältet tomt. I pappersenkäten finns inga kontroller alls.

Det främsta problemet för uppgiftslämnarna tycks vara att särskilja utgifterna för it och telekommunikation från andra utgifter i bokföringen. För företag är dessa utgifter ofta grupperade tillsammans med andra och det blir därmed en krävande uppgift att besvara frågan.

Det vanligaste fel som kontrollerna påvisar är så kallade enhetsfel, att företaget har angett utgifter i kronor istället för tusental kronor. Av denna anledning kontrolleras även företag vars utgifter ökat väldigt mycket sedan föregående undersökningsår.

Detaljerat innehållet i statistiken beskrivs i SCB:s mikrodataregister (MetaPlus) samt i Kvalitetsdeklarationen på undersökningens hemsida: <https://www.scb.se/NV0802>

2.4.3 Bortfallsuppföljning

Objektsbortfallets omfattning mäts ovägt samt vägt efter omsättning och antal anställda. Se kvalitetsdeklarationen. Vid inkonsekventa svar eller partiellt bortfall på viktiga frågor har företagen återkontaktats så att de får möjlighet att komplettera svaren. Detta minskar det partiella bortfallet i undersökningen.

2.5 Bearbetningar

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

Kodning förekommer inte eftersom alla observationsvariabler är kontinuerliga och imputering för partiellt bortfall görs inte. Däremot förekommer imputering i form av korrigerande av uppenbara enhetsfel, se nästa avsnitt om granskning.

2.6 Granskning

2.6.1 Granskning under insamling

I samband med insamlingen genomförs maskinella kontroller av logiska samband.

2.6.2 Granskning av mikrodata

Inför varje ny produktionsomgång sammanställs de erfarenheter som uppkommit under insamlingen samt granskningen av mikrodata. Vid behov justeras både de manuella och maskinella kontrollerna för att höja kvaliteten på både de administrativa och det insamlade uppgifterna.

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. Om det är möjligt kan uppenbart felaktiga uppgifter revideras utan kontakt med uppgiftslämnaren.

Kontroller som genomförs:

- Kontroll om utgifter är större än företagets totala omsättning.
- Kontroll om årets lämnade uppgift om utgifter är betydligt större än föregående år.
- Kontroll om finansiell leasing = operationell leasing.
- Kontroll om företaget ingår i en koncern men inte angett vilken typ.
- Kontroll om företaget inte ingår i en koncern men har angett koncerntyp.
- Kontroll om företaget har lämnat en kommentar.
- Kontroll om ett svarsfält lämnats tomt.

Ingående uppgifter och slutgiltiga uppgifter granskas mot historik och varandra för att minimera osäkerheter. Ingen samgranskning med andra undersökningar görs.

2.6.3 Granskning av makrodata

Inför publicering görs en makrogranskning på aggregerad nivå. Makrogranskningen går ut på att analysera resultat på branschnivå för referensåret och jämföra dessa med i första hand resultat från närmast föregående årgång men också i ett lite längre tidsperspektiv. Vid behov återkontaktas företag även i samband med denna granskning. Resultatet granskas på flera nivåer.

2.5.4 Granskning av redovisning

Inför publicering granskas samtliga delar av materialet efter laddning i SCB:s webbpubliceringsverktyg och efter laddning i Statistikdatabasen.

SCB kontrollerar att alla tabeller och diagram finns med och att ingen av dem är tom eller innehåller obegripliga värden, till exempel interna koder. Rubriker och förklaringar till tabeller och diagram granskas så att de är korrekta. SCB kontrollerar också att överensstämmelse råder där samma siffervärde eller text används på flera ställen.

2.7 Skattningsförfarande

För samtliga variabler har man skattat summor, delsummor och totaler och i vissa fall har man skattat andelar efter bransch eller storleksklass (ej skärning). För samtliga mått beräknas och redovisas 95 % konfidensintervall.

2.7.1 Principer och antaganden

För varje svarande företag (kallas objekt i fortsättningen) har en vikt beräknats. Syftet är att kunna redovisa resultat för hela populationen och inte bara för de svarande. Vikten kallas därför även för uppräkningsstal. Vikterna har beräknats utifrån urvalsdesignen samt antaganden om objektsbortfall och täckningsfel. Beräkningen gjordes med hjälp av ett SAS-makro (ETOS), som är utvecklat av SCB.

Vikterna för objekt k i denna undersökning kan beskrivas med formeln:

$$W_k = \frac{N_h}{n_h} * \frac{n_h}{m_h} = \frac{N_h}{m_h}$$

där

- W_k = vikt/uppräkningsstal för objekt k
- N_h = antal objekt i urvalsramen i stratum h
- n_h = antal objekt i urvalet i stratum h
- m_h = antal objekt som svarat i stratum h

Vikterna bygger på antagandet att ramen återspeglar populationen väl. Därmed anses att över- och undertäckningen är försumbar. De konfidensintervall som redovisas avser endast urvalsfelet, vilket innebär att eventuella skevheter till följd av täcknings- eller mätfel inte beaktas. Dessutom antas att bortfallet inte skiljer sig från de svarande gällande undersökningsvariablerna, dvs. att inga skevheter uppkommer i skattningarna till följd av bortfallet. Det finns visst fog för att hävda att detta antagande är svagt, framförallt vid jämförelser med år 2015. Ett antal företag som tidigare redovisat stora utgifter besvarade inte undersökningen detta år, vilket möjligen har skapat en negativ snedvridning i vissa variabler.

2.7.2 Skattningsförfarande för målstorheter

För att skatta variablernas storlek i hela populationen tillämpas rak uppräknings inom strata, vilket innebär att objektens variabelvärden multipliceras med vikterna.

För beräkning av skattningen av totaler används följande formel:

$$Y = \sum_r w_k y_k$$

Där:

w_k = vikt/uppräkningsstal för objekt k

y_k = variabelvärde för objekt k

Y = total

summering sker över de svarande (r).

Vikterna kompenserar för objektsbortfallet men inte för det partiella bortfallet. Ingen imputering görs för partiellt bortfall, vilket innebär att partiellt bortfall hanteras som 0 i skattningarna. Detta innebär att resultaten med stor sannolikhet underskattas, eftersom många av dessa företag antagligen har haft utgifter för it.

2.7.3 Skattningsförfarande för tillförlitlighet

Variansen för punktskattningen \hat{t}_z skattas med formeln

$$\hat{V}(\hat{t}_z) = \sum_{h=1}^H \frac{N_h^2}{m_h} \left(1 - \frac{m_h}{N_h}\right) \frac{1}{m_h - 1} \left[\sum_{r_h} z_k^2 - \frac{(\sum_{r_h} z_k)^2}{m_h} \right]$$

Urvalosäkerheten redovisas som 95-procentigt konfidensintervall dvs $\pm 1,96 * \sqrt{\hat{V}(\hat{t}_z)}$

Övriga bidrag till osäkerheten har inte kvantifierats.

2.7.4 Röjandekontroll

För att skydda enstaka företags sekretessbelagda uppgifter i statistiken, görs en så kallad röjandekontroll. Röjandekontrollen säkerställer att de sekretessbelagda uppgifterna inte kan röjas varken direkt eller indirekt. Som riskmått tillämpas p% -regeln, vilket 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. Sekundär undertryckning av ytterligare skattningar görs för att det inte ska vara möjligt att härleda de värden som måste skyddas.

3 Genomförande

3.1 Kvantitativ information

Rampopulation: 38027 företag

Total urvalsstorlek: 4321 företag

Tabellerna nedan visar antal företag i rampopulation samt antal utvalda företag fördelat efter näringsgren samt efter storleksklass.

Tabell 1 Urval och inflöde fördelat efter näringsgren

Näringsgren	Rampop	Antal utvalda företag	Inkomna inklusive övertäckning	
			Antal	Andel, %
Gruvor och mineralutvinning (SNI 05-09)	50	24	22	91,67
Tillverkningsindustri (SNI 10-33)	6147	627	537	85,65
Energi och återvinning (SNI 35-39)	472	100	92	92,00
Byggverksamhet (SNI 41-43)	6191	390	339	86,92
Handel; serviceverkstäder för motorfordon (SNI 45-47)	8094	631	555	87,96
Transport- och magasineringsföretag (SNI 49-53)	2811	397	331	83,38
Hotell och restauranger (SNI 55-56)	3628	355	272	76,62
Informations- och kommunikationsföretag (SNI 58-63)	2386	311	267	85,85
Finans- och försäkringsverksamhet (SNI 64-66)	385	132	128	96,97
Fastighetsverksamhet (SNI 68)	986	324	290	89,51
Andra tjänsteföretag (SNI 69-82)	6341	882	776	87,98
Kultur, nöje och fritid (SNI 90-93)	512	124	105	84,68

Reparation av datorer och kommunikationsutrustning (SNI 95.1)	24	24	16	66,67
Totalt	38027	4321	3730	86,32

1 Företag klassade som övertäckning betraktas som svarande

Tabell 2 Rampopulation, urval och inflöde efter storleksgrupp

Storleksgrupp	Rampop	Urval	Inkomna svar inklusive övertäckning	
			Antal	Andel, %
0	20015	756	589	77,91
1	11661	865	712	82,31
2	3460	622	547	87,94
3	1581	768	691	89,97
4	818	818	741	90,59
5	492	492	450	91,46
Totalt	38027	4321	3730	86,32

3.2 Avvikelser från undersökningsdesignen

Frågorna om reklam och marknadsföring lades till referensår 2014. I juni 2018 beslutades att ta bort hela modul C om "Utgifter för reklam och marknadsföring" från publiceringen 2018. Denna modul finns med i årets enkät men resultaten kommer inte att publiceras eftersom svaren inte är tillräckligt tillförlitliga och anses ej att vara representativa för populationen.

Bilaga 1 Introduktionsbrev till företag



FÖRETAGETS NAMN

ATT

COADDRESS

ADDRESS

POSTORT

Mars 2018

Företagens utgifter för it 2017 och marknadsföring

Ni får det här brevet eftersom ert företag har kommit med i urvalet för undersökningen *Företagens utgifter för it 2017 och marknadsföring*.

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

Undersökningen är en urvalsundersökning och avser företag som i november 2017 hade 10 anställda eller fler. Alla företag som får detta brev är en del av undersökningen och alla svar är viktiga för undersökningens kvalitet. Även de företag som inte haft några utgifter för it ska svara.

Det är obligatoriskt att delta

De företag som blir utvalda till undersökningen *Företagens utgifter för it och marknadsföring* är enligt lag skyldiga att lämna uppgifter. Mer information om detta finns på nästa sida. För att kunna bedriva en god näringslivspolitik och stimulera ekonomisk tillväxt behövs ett bra underlag.

Lämna uppgifterna senast den 3 april 2018

Uppgifterna ska avse organisationsnummer: **PEORGNR**

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

Användarnamn:	AnvId
Lösenord:	Lösenord

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

Stort tack för er medverkan!

Med vänlig hälsning

	Namnteckning	
Alicja Markiewicz		Jerry Rausk
<i>Undersökningsansvarig</i>		<i>Produktionsansvarig</i>

Mer information finns på nästa sida

Kontakta oss gärna:

Frågor om att lämna uppgifter

Telefonnummer: 010-479 62 30

E-postadress: itutgifter@scb.se

Postadress: DFO/FU2, 701 89 Örebro

www.scb.se



Så används de lämnade uppgifterna

Resultatet från undersökningen används bl.a. som policyunderlag av departement och myndigheter, för att studera företagens produktivitetsutveckling samt för att beräkna bruttonationalprodukten (BNP). Lämnade uppgifter sambearbetas med uppgifter i SCB:s olika register t.ex. uppgifter om innovationer, anställda, ägarförhållanden och andra ekonomiska uppgifter.

Förutom vid SCB kan uppgifterna som hör till undersökningen komma att användas av forskare och andra som tar fram statistik. Sådan forskning och statistikverksamhet omfattas också av statistiksekretess (se nedan).

Uppgiftsskyldighet

Uppgiftsskyldighet gäller enligt lagen (2001:99) om den officiella statistiken. Statistiken regleras även av förordningen (2001:100) om den officiella statistiken och SCB:s föreskrifter (SCB-FS 2018:4).

Samråd

Samråd har skett med Näringslivets Regelnämnd (NNR)

De lämnade uppgifterna skyddas

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.

Information om personuppgifter

För att underlätta eventuella återkontakter med företaget sparar vi uppgiften om vem hos er som är kontaktperson för undersökningen. Uppgifter om kontaktpersoner lämnas aldrig vidare.

Resultat

Resultatet av den här undersökningen kommer att publiceras den 19 oktober 2018 på www.scb.se/irv0802

Bilaga 2 Frågeformulär

- + Här lämnade uppgifter är sekretesskyddade enligt 24 kap. 8 § offentlighets- och sekretesslagen (2009:400)
Uppgiftsskyddighet föreligger enligt lagen (2001:99) om den officiella statistiken.
Samråd har skett med Näringslivets Regelnämnd (NNR)

Företagens utgifter för it och marknadsföring 2017

DFO/FU2

Företagens utgifter för it och marknadsföring

Organisationsnr

UtsOmg

Period

FUF12017A

FUF12017AINS01

Skicka in efterfrågade uppgifter

senast 3 april 2018

Logga in på www.scb.se/itutgifter

Användarnamn:

Lösenord:

- Uppgifterna som lämnas ska endast avse den företagsenhet vars namn och organisationsnummer angivits ovan. För företag som har verksamhet i flera länder ska svaren endast avse den svenska delen av verksamheten.
- Besvara blanketten även om företaget inte haft några utgifter för it eller marknadsföring. Om företaget inte haft några utgifter eller investeringar, vänligen skriv 0. Alla svar är viktiga för undersökningens kvalitet.
- BAS-kontohänvisningar finns med även i årets enkät. Observera att transaktioner för utrustning/mjukvara kan finnas bokförda under flera olika konton och att det kan röra sig om endast delar av det konto vi hänvisar till. Hänvisning till ett konto kan återkomma flera gånger.
Hänvisningarna till BAS-kontoplanen (BAS 2017) har som främsta syfte att förenkla uppgiftslämnandet.

A Bakgrundsfrågor

1 Ingår företaget i en koncern och/eller är företaget franchisetagare?

Ja

Nej → *Gå till fråga 3*

2a Förser företaget andra bolag inom koncernen/franchisekedjan med it-resurser?

Ja

Nej

Ta inte med hård- och mjukvara som sålts vidare direkt i oförändrat skick inom koncernen/franchisekedjan.

2b Köper eller utnyttjar företaget koncern-gemensamma it-resurser av annat bolag inom koncernen/franchisekedjan?

Ja

Nej

Svara Ja endast om företaget har betalat avgifter till en koncerngemensam it-enhet eller moderbolag för t.ex. gemensamma it-system, service, datadrift, it-tjänster m.m.

SCB ES/INF 531, 2018



Statistiska centralbyrån
Statistics Sweden

Datainsamling företag och organisationer

Postadress

701 89 Örebro

Telefon

010-479 62 30

E-post

itutgifter@scb.se

B Utgifter för it 2017

Uppgifterna avser företagets utgifter samt investeringar för hård- och mjukvara.

Beloppen anges exkl. moms och i tusental kronor, t.ex. 120 000 kr skrivs 120 tkr.
Om företaget inte har haft några utgifter, vänligen skriv 0.

Hänvisningarna till BAS 2017 är menade att vara en vägledning. Observera att det kan röra sig om delar av de konton vi hänvisar till. Hänvisning till ett konto kan förekomma flera gånger.

Utgifter (exkl. leasing) för data- och telekomutrustning samt mjukvara

- Ta inte med kostnader för utrustning/programvara som ska säljas vidare direkt i oförändrat skick.
- Ta inte med avskrivningar och förskottsbetalningar eller utgifter för service och driftkostnader av utrustning. Om dessa utgifter inte går att särskilja från utgiften för utrustningen ska de dock ingå.

3 Hur stora utgifter (exkl. leasing) hade företaget under 2017 för...	Kontohänvisningar (BAS 2017) Hela eller delar av.	Tusental kronor
a) ... datautrustning? ①	Utgiftskonton (5410, 5490)	<input type="text"/> tkr
	Tillgångskonton (1210, 1250, 1220)	<input type="text"/> tkr
b) ... telekommunikationsutrustning? ②	Utgiftskonton (5410, 5490)	<input type="text"/> tkr
	Tillgångskonton (1230, 1220)	<input type="text"/> tkr
c) ... mjukvara? ③	Utgiftskonton (5420, 6540, 6910)	<input type="text"/> tkr
	Tillgångskonton (1010)	<input type="text"/> tkr

Utgifter för finansiell leasing och hyra/operationell leasing av data- och telekomutrustning och mjukvara

4 Hur stora utgifter hade företaget under 2017 för...	Kontohänvisningar (BAS 2017) Hela eller delar av.	Totala utgifter Tusental kronor
a) ... hyra/operationell leasing av data-och/ eller telekommunikationsutrustning? ④	Utgiftskonton (5250, 5220, 5210)	<input type="text"/> tkr
b) ... finansiell leasing av data- och/eller telekommunikationsutrustning? ⑤	Tillgångskonton (1260, 1210, 1220, 1230, 1250)	<input type="text"/> tkr

① Datautrustning inkluderar

- alla typer av datorer och servrar
- datorskärmar, projektorer, skannare, skrivare, multifunktionsenheter och andra enheter som kan kopplas till en dator
- datalagringsenheter
- kassaterminaler och bankomater
- andra enheter som behandlar data

② Telekommunikationsutrustning inkluderar

- telefoner (fasta och mobila), telefonvärdar, basstationer och annan utrustning för att sända och ta emot ljud, data och bilder
- modem, routrar, omkopplare, hubbar och annan utrustning för kommunikation i fasta och trådlösa nätverk
- TV- och professionella videokameror
- inbrottslarm, brandlarm och andra typer av larm

③ Mjukvara inkluderar

- köpt standardprogramvara
 - utgifter för licenser
 - molntjänster
 - mjukvara speciellt utvecklad för företagets behov av extern leverantör. Ta med utvecklingsarbete från kravspecifikation till test och vidareutveckling. Ta inte med drift av systemet eller företagets arbete med att definiera verksamhetsbehov eller utbildning för den personal som ska använda systemet.
- Om mjukvara ingår vid köp eller leasing av hårdvara och det inte går att särskilja utgifterna ber vi er uppskatta respektive andel.*

④ Operationell leasing kan liknas vid en vanlig hyressituation. Leasingbolaget förvärvar utrustning som sedan hyrs ut till leasetagaren mot en avgift. Leasingbolaget står bland annat för service, underhåll och försäkringar.

⑤ Finansiell leasing innebär att de ekonomiska riskerna och fördelarna som förknippas med ägandet av ett objekt i allt väsentligt överförs från leasegivaren till leasetagaren. Det är inköpspriset för leasingobjektet som ska redovisas. Detta finns ofta angivet i leasingavtalet.

Utgifter för köp av it-tjänster

+ 5 Hur stora utgifter hade företaget under 2017 för köp av it-tjänster... 6	Kontohänvisningar (BAS 2017) Hela eller delar av.	Tusental kronor +
	Utgiftskonton (5250, 5420, 6210, 6230, 6540, 6910)	<input type="text"/> tkr
a) ... från extern leverantör?	Utgiftskonton (5250, 5420, 6210, 6230, 6540, 6910)	<input type="text"/> tkr
b) ... från annat bolag inom koncernen?	Utgiftskonton (5250, 5420, 6210, 6230, 6540, 6910)	<input type="text"/> tkr

- 6 It-tjänster inkluderar
- funktionsleveranser av it där man köper it-funktioner utan att själv behöva investera i it-utrustning
 - driftkostnad för it, it-serviceavtal, it on demand eller "it på kran"
 - it-stöd eller it-support
 - applikationshyrning och köp av applikationstjänster
 - serverhosting

C Utgifter för reklam och marknadsföring 2017

I de fyra följande frågorna ber vi er att redovisa externa och interna utgifter och investeringar för reklam och marknadsföring under 2017. Vi ber er även att på ett ungefär uppskatta hur länge 2017 års reklam och marknadsföring förväntas ge positiva effekter på intäkterna.

Externa utgifter

6a Hur stora utgifter hade företaget under 2017 för reklam och marknadsföring? 7	Kontohänvisningar (BAS 2017) Hela eller delar av.	Tusental kronor
	Utgiftskonton (5900, 6550, 6860, 6930, 7210)	<input type="text"/> tkr
	Tillgångskonton (1050, 1070)	<input type="text"/> tkr

Egen personal

6b Ungefär hur många personår (årsverken) för arbete med reklam och marknadsföring utfördes under 2017 av egen personal? 8	Antal <input type="text"/> personår
<i>Personår (årsverken) är det arbete en heltidsanställd person utför under ett år.</i>	

Varaktighet

6c Ungefär hur stor andel av 2017 års reklam och marknadsföring tror du kommer att generera intäkter under längre tid än ett år? <i>Den reklam och marknadsföring som ni redovisat i fråga 6a och 6b. Redovisa i procent.</i>	<input type="text"/> %
6d Ungefär hur länge tror du att 2017 års reklam och marknadsföring kommer att generera intäkter som ni annars inte skulle ha haft? <i>Den reklam och marknadsföring som ni redovisat i fråga 6c. Markera ett alternativ.</i>	<input type="checkbox"/> 1-2 år <input type="checkbox"/> 3-5 år <input type="checkbox"/> Mer än 5 år

- 7 Marknadsföring och reklam inkluderar
- film-, radio, TV- och internetreklam, annonsering, utställningar och mässor, sponsring, varuprover, reklamgåvor och tävlingar
 - utgifter för anskaffande av varumärken, dvs. en bild, ordbehandling eller liknande som gör att en vara kan särskiljas från andra
 - goodwill, dock endast goodwill som avser värdet av varumärket
 - reklam och PR som syftar till att uppmärksamma företagets varor och tjänster eller lämna information om företaget, inkl. marknads- och försäljningspersonal, exempelvis telefonförsäljare och s.k. hemmasäljare
 - marknadsundersökningar, marknadssegmenteringar
 - konsulter för marknadsföring och PR.

- 8 Arbete med reklam och marknadsföring inkluderar
- Marknads- och försäljningspersonal
 - film-, radio, TV- och internetreklam, annonsering, utställningar och mässor, sponsring, varuprover, reklamgåvor och tävlingar
 - arbete med hemsida för att uppmärksamma företagets produkter
 - anskaffande av varumärken, dvs. en bild, ordbehandling eller liknande som gör att en vara kan särskiljas från andra
 - reklam och PR som syftar till att uppmärksamma företagets varor och tjänster eller lämna information om företaget
 - marknadssegmenteringar.

Personår (årsverken) är det arbete en heltidsanställd person utför under ett år.

Vänd!

+

Kommentarer

Lämna gärna synpunkter på blanketten eller kommentarer till dina svar!

--

Hur lång tid tog det att ta fram uppgifterna och besvara blanketten? (Frivillig uppgift)

--	--	--

minuter

Företagets kontaktperson

Namn (TEXTA)	Telefon (även riktnr)	Mobil
E-post		

Tack för din medverkan!

+

+