



Tillväxtverket
Ank 2016 -02- 03
Dnr RR 2016-000031

Caroline
17/2

Regelrådet Regelrådet <regelradet@regelradet.se>

Konsekvensutredning Företagens utgifter för it och marknadsföring 2015

1 meddelande

Jonas.Valdringer@scb.se <Jonas.Valdringer@scb.se>

3 februari 2016 15:17

Till: regelradet@regelradet.se

Kopia: helena.fredin@scb.se, Registrator@scb.se

Hej!

Se bifogat förslag på föreskrift för undersökningen Företagens utgifter för it och marknadsföring 2015. Bifogat finns också blankett, missiv och konsekvensutredning (Dnr 2016/126).

SCB är tacksamma om ärendet kan behandlas vid nästa sammanträde den 17 februari.

Med vänlig hälsning

Jonas Valdringer

Jonas Valdringer | Enheten för investeringar, FoU och IT

Avdelningen för ekonomisk statistik

Statistiska centralbyrån

Box 24300, 104 51 STOCKHOLM

Besöksadress: Karlavägen 100

08-506 941 73

www.scb.se

4 bilagor

NV0802_2016A01_Företagens utgifter för it och marknadsföring 2015_pappersenkät.pdf
132K

SCB-FS Föreskrift Företagens utgifter för it och marknadsföring 2015.docx
36K

NV0802_2016A01 Missiv ordinarie utskick Företagens utgifter för it och marknadsföring 2015.docx
165K

NV0802_2016A01 Konsekvensutredning Företagens utgifter för it och marknadsföring 2015.docx
38K

+

Här lämnade uppgifter är sekretesskyddade enligt 24 kap. 8 § offentlighets- och sekretesslagen (2009:400)

Uppgiftsskyldighet föreligger enligt lagen (2001:99) om den officiella statistiken.

Samråd har skett med Näringslivets Regelnämnd (NNR)

Företagens utgifter för it och marknadsföring 2015

DFO/IF

Företagens utgifter för it och marknadsföring

+

Organisationsnr

UtsOmg

Period

FUFIM

FUFIM2015A

Skicka in efterfrågade uppgifter

Logga in på www.scb.se/itutgifter eller skicka in blanketten i bifogat svarskuvert.

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.
- Frågorna om reklam och tillväxt ingår i ett regeringsuppdrag för att främja innovationer och tillväxt.
- **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 2015) har som främsta syfte att förenkla uppgiftslämnandet.

A Bakgrundsfrågor

<p>1 Redovisningsperiod Undersökningen gäller kalenderåret 2015 (1 januari – 31 december 2015). Om ert svar avser annan period p.g.a. brutet räkenskapsår, var vänlig ange detta.</p>	<p><input type="checkbox"/> Kalenderåret 2015</p> <p><input type="checkbox"/> Annan period:</p> <p>År Mån År Mån</p> <p>_____ _____ T.o.m. _____ _____</p>
<p>2 Ingår företaget i en koncern och/eller är företaget franchisetagare?</p>	<p><input type="checkbox"/> Ja</p> <p><input type="checkbox"/> Nej → Gå till fråga 4</p>
<p>3a Förser företaget andra bolag inom koncernen /franchisekedjan med it-resurser? Ta inte med hård- och mjukvara som sålts vidare direkt i oförändrat skick inom koncernen/franchisekedjan.</p>	<p><input type="checkbox"/> Ja</p> <p><input type="checkbox"/> Nej</p>
<p>3b Köper eller utnyttjar företaget koncern-gemensamma it-resurser av annat bolag inom koncernen/franchisekedjan? 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.</p>	<p><input type="checkbox"/> Ja</p> <p><input type="checkbox"/> Nej</p>

SCB ES/IF 531, 2016



Statistiska centralbyrån
Statistics Sweden

Enheten för investeringar, FoU och IT

Postadress

Box 24300
104 51 STOCKHOLM

Telefon

08-506 940 50

E-post

itutgifter@scb.se

+

B Utgifter för it 2015

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 2015** 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.

4 Hur stora utgifter (exkl. leasing) hade företaget under 2015 för...	Kontohänvisningar (BAS 2015) 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

5 Hur stora utgifter hade företaget under 2015 för...	Kontohänvisningar (BAS 2015) 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, scanners, 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), telefonväxlar, 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 leaseta garen mot en avgift. Leasingbolaget står bland annat för service, underhåll och försäkringar.

⑤ **Finansiell leasing** innebär att de ekonomiska risker och fördelar som förknippas med ägandet av ett objekt i allt väsentligt överförs från lease givaren till leaseta garen. Det är inköpspriset för leasingobjektet som ska redovisas. Detta finns ofta angivet i leasingavtalet.

Utgifter för köp av it-tjänster

+ 6 Hur stora utgifter hade företaget under 2015 för köp av it-tjänster... 6	Kontohänvisningar (BAS 2015) Hela eller delar av.	Tusental kronor +
	a) ... från extern leverantör?	<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 själva 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 2015

I de fyra följande frågorna ber vi er att redovisa externa och interna utgifter och investeringar för reklam och marknadsföring under 2015. Vi ber er även att på ett ungefär uppskatta hur länge 2015 års reklam och marknadsföring förväntas ge positiva effekter på intäkterna.

Externa utgifter

7a Hur stora utgifter hade företaget under 2015 för reklam och marknadsföring? 7	Kontohänvisningar (BAS 2015) 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

7b Ungefär hur många personår (årsverken) för arbete med reklam och marknadsföring utfördes under 2015 av egen personal? 8	Antal <input type="text"/> personår
<i>Personår (årsverken) är det arbete en heltidsanställd person utför under ett år.</i>	

Varaktighet

7c Ungefär hur stor andel av 2015 års reklam och marknadsföring tror du kommer att generera intäkter under längre tid än ett år?	<input type="text"/> %
<i>Den reklam och marknadsföring som ni redovisat i fråga 7a och 7b. Redovisa i procent.</i>	
7d Ungefär hur länge tror du att 2015 års reklam och marknadsföring kommer att generera intäkter som ni annars inte skulle ha haft?	<input type="checkbox"/> 1-2 år <input type="checkbox"/> 3-5 år <input type="checkbox"/> Mer än 5 år
<i>Den reklam och marknadsföring som ni redovisat i fråga 7c. Markera ett alternativ.</i>	

- 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!



Statistiska centralbyråns föreskrifter om skyldighet för företag att lämna uppgifter till it-statistik;

beslutade den xx xx 2016.

Statistiska centralbyrån (SCB) föreskriver följande med stöd av 5 § förordningen (2001:100) om den officiella statistiken.

1 § Uppgifter till statistik om it enligt 2 och 3 §§ ska på begäran lämnas en gång per år till SCB. Uppgifterna ska lämnas av företag som valts ut med statistiska metoder.

2 § Uppgifter om företagets utgifter för it och marknadsföring 2015 ska på begäran lämnas till SCB senast den 15 april eller vid den senare tidpunkt som SCB beslutar om och avse förhållandena under närmast föregående kalenderår. De uppgifter som ska lämnas framgår av blanketten med benämning Företagens utgifter för it och marknadsföring 2015 (bilaga 1).

3 § Finns särskilda skäl kan SCB besluta att uppgifter får lämnas vid senare tidpunkt än vad som anges i 2 och 3 §§.

Denna författning träder i kraft den xx xx 2016 då SCB:s föreskrifter (SCB-FS 2011:8) om företags skyldighet att lämna uppgifter till it-statistik upphör att gälla.

STATISTISKA CENTRALBYRÅN

STEFAN LUNDGREN

Helena Fredin
(Ekonomisk statistik)



(2.1.2) FÖRETAGETS NAMN (*motsv.*)

Ev. precisering, en eller två rader

ADRESS

POSTORT

Mars 2016

Företagens utgifter för it och marknadsföring 2015

Med det här brevet vill vi meddela att ert företag har kommit med i urvalet för undersökningen *Företagens utgifter för it och marknadsföring 2015*. 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 2015 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 eller marknadsföring 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 15 april

Användarnamn: Verdana 11

Lösenord: Verdana 11

Gå in på www.scb.se/itutgifter

Där finns inloggning och all information som ni behöver för att lämna uppgifterna.

Stort tack för er medverkan!

Med vänlig hälsning

Jonas Valdringer
Undersökningsansvarig

Edvin Sildén
Insamlingsansvarig

Mer information finns på nästa sida

Kontakta oss gärna:

Frågor om att lämna uppgifter

Telefonnummer: 08-506 940 50,

Epost: itutgifter@scb.se

Postadress: Box 24300 10451 Stockholm

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).

Frågorna om reklam och marknadsföring används för att få en mer heltäckande kartläggning av företagens immateriella tillgångar, som får en allt större betydelse för produktivitet och tillväxt.

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 2013:7).

Urvalet är slumpmässigt och förnyas successivt. Ett företag är vanligen med i flera år. De största företagen i branschen är alltid med.

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.

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 2016 på www.scb.se/nv0802



Statistiska centralbyrån (SCB) är en statlig myndighet med uppgift att framställa och sprida statistik till bland andra beslutsfattare, forskare och allmänheten. All officiell statistik finns på www.scb.se.



[facebook.com/statisticssweden](https://www.facebook.com/statisticssweden)



[@SCB_nyheter](https://twitter.com/SCB_nyheter)



Avdelningen för Ekonomisk statistik
Enheten för Investeringar, FoU och IT

KONSEKVENsutredning Enligt Förordning (2007:1244) Om konsekvensutredning vid Regelgivning

Föreskriften avser uppgiftsinsamling för statistik avseende Företagens utgifter för IT och marknadsföring (företag med 10 anställda eller fler) (NV0802)

Bakgrund

I slutbetänkandet från *Utredningen om översyn av den ekonomiska statistiken* från 2003 konstaterades att väsentliga delar av den statistik som behövs för att analysera betydelsen av it för den ekonomiska utvecklingen saknades. Undersökningen Företagens utgifter för it och marknadsföring utvecklades som en del av SCB:s åtgärdsplan för förbättring av den ekonomiska statistiken och har genomförts sedan 2006.

För att tillgodose informationsbehovet av företagens immateriella tillgångar samlar SCB sedan 2015 in den del av dessa som utgörs av reklam och marknadsföring. Resultaten från denna undersökning används bl. a. som underlag för beräkningar av BNP, för att ta fram och redovisa beräkningar av kapitalstockar för it och immateriella tillgångar samt för att analysera hur investeringar i it och marknadsföring påverkar företagens produktivitetsutveckling och innovationsverksamhet. Möjlighet att utnyttja administrativa källor finns inte. Undersökningen är inte EU-reglerad.

Planerade förändringar

Tidigare undersökningsomgångar har företag med 250 anställda eller mer totalundersökts. Denna gräns för vilka som ska totalundersökas behöver justeras ned till 200 eller fler anställda. Konsekvensen av förändringen förväntas bli att urvalet utökas med cirka 100 företag.

Motivering till förändring

Den föreslagna förändringen har som syfte att skapa bättre kvalitet i mikrodata, för att möjliggöra bättre och mer djupgående analyser. Den föreslagna förändringen hänger samman med förra årets tillägg av frågor om reklam och marknadsföring och är en del av en succesiv samordning av statistiken. Detta tillägg var en del av en större kartläggning av företagens immateriella tillgångar. Tillsammans med b. la. undersökningen om svenska företags innovationsverksamhet (CIS), undersökningen om forskning och utveckling i svenska företag och undersökningen It-användning i företag skapas denna helhetsbild av företagens immateriella tillgångar. Dessa tre undersökningar totalundersöker idag företag med 200 anställda eller fler och det är därför naturligt att även den del av kartläggningen, som berör reklam och marknadsföring, utförs enligt samma principer. Såväl Näringsdepartementet som analysmyndigheter som Vinnova och Tillväxtanalys efterfrågar bättre statistik för immateriella tillgångar, för att bättre kunna belysa Sveriges innovationssystem.

NV0802_2016A01 Konsekvensutredning Företagens utgifter för it och marknadsföring 2015



Konsekvensen av förändringen förväntas bli att urvalet utökas med cirka 100 företag med 200 eller fler anställda.

Täckning

Undersökningen är en urvalsundersökning och täcker huvuddelen av näringslivet. Endast företag med 10 anställda eller fler omfattas av enkäten. Företag med fler än 200 anställda föreslås totalundersöks.

Undersökningens genomförande

Undersökningen går till så att företagen får ett missivbrev innehållande inloggningsuppgifter där de ombeds besvara enkäten elektroniskt. En pappersenkät skickas med i andra påminnelseutskicket där det även är möjligt att få en engelsk version av enkäten. Utskicken adresseras till den som senast besvarade enkäten, i de fall dessa uppgifter finns att tillgå. I annat fall adresseras utskicken till ekonomiansvarig på företaget. Sedan 2014 har enkäten så kallade BAS-kotrehänvisningar, vars främsta syfte är att förenkla uppgiftslämnandet.

Beräknad uppgiftslämnarkostnad

Kostnaderna för att besvara enkäten består främst av löner och arvoden. Vid den senaste undersökningen, avseende år 2014 som genomfördes 2015, uppgav respondenterna en genomsnittlig svarstid på ca 33 minuter.

Under 2014 ombads 4350 företag att svara på huvudenkäten, vilket ger den totala tidsåtgången:

$$4350 * 33 / 60 = 2392 \text{ timmar.}$$

Detta ger en beräknad uppgiftslämnarkostnad på:

$$2392 * 780 \text{ kr/timme} = 1\ 866\ 150 \text{ kronor}$$

Beräknad utökad tidsåtgång på grund av utökat urval:

$$100 * 33 / 60 = 55 \text{ timmar}$$

Utökad uppgiftslämnarkostnad:

$$55 \text{ timmar} * 780 \text{ kr} = 42\ 900 \text{ kr}$$

Beräknad uppgiftslämnarkostnad efter genomförd urvalsutökning:

$$1\ 866\ 150 + 42\ 900 = 1\ 909\ 050 \text{ kr}$$