



(2.1.2) FÖRETAGETS NAMN (motsv.)

Ev. precisering, en eller två rader

ADRESS

POSTORT

Mars 2017

## Företagens utgifter för it och marknadsföring 2016

Med det här brevet vill vi meddela att ert företag har kommit med i urvalet för undersökningen *Företagens utgifter för it och marknadsföring 2016*. 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 2016 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 3 april

Gå in på [www.scb.se/itutgifter](http://www.scb.se/itutgifter) för att lämna de efterfrågade uppgifterna. Era inloggningsuppgifter är:

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

Användarnamn:	
Lösenord:	

### Stort tack för er medverkan!

Med vänlig hälsning

Martin Löwing  
Undersökningsansvarig

Michael Tijero  
Insamlingsansvarig

Mer information finns på nästa sida

Kontakta oss gärna:

Frågor om att lämna uppgifter

Telefonnummer: 010-479 50 00

Epost: [itutgifter@scb.se](mailto:itutgifter@scb.se)

Postadress: Box 24300 10451 Stockholm

[www.scb.se](http://www.scb.se)



## **Så används de lämnade uppgifterna**

Resultatet från undersökningen används bl.a. som policyunderlag av departement och myndigheter, för att studera företagens produktivitet utveckling 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 förståelsen av ekonomisk 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 (NRR)

## **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 2017 på [www.scb.se/nv0802](http://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](http://www.scb.se).



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



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

...

...

## DFO/IF

Företagens utgifter för it och marknadsföring

Organisationsnr

UtsOmg

Period

FUFIM2016A

FUFIM2016AINS01

Skicka in efterfrågade uppgifter

Logga in på [www.scb.se/itutgifter](http://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 2016) har som främsta syfte att förenkla uppgiftslämnandet.

### A Bakgrundsfrågor

#### 1 Redovisningsperiod

Undersökningen gäller kalenderåret 2016 (1 januari – 31 december 2016).

Om ert svar avser annan period p.g.a. brutet räkenskapsår, var vänlig ange detta.

Kalenderåret 2016

Annan period:

År     Mån   T.o.m. År     Mån

#### 2 Ingår företaget i en koncern och/eller är företaget franchisetagare?

Ja

Nej → **Gå till fråga 4**

#### 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.

Ja

Nej

#### 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.

Ja

Nej

## B Utgifter för it 2016

+

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 2016** 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 2016 för...	Kontohänvisningar (BAS 2016) 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 2016 för...	Kontohänvisningar (BAS 2016) 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

+ <b>6 Hur stora utgifter hade företaget under 2016 för köp av it-tjänster... 6</b>	Kontohänvisningar (BAS 2016) Hela eller delar av.	Tusental kronor	+
	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 2016

I de tre följande frågorna ber vi er att redovisa externa och interna utgifter och investeringar för reklam och marknadsföring under 2016.

### Externa utgifter

<b>7a Hur stora utgifter hade företaget under 2016 för reklam och marknadsföring? 7</b>	Kontohänvisningar (BAS 2016) 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

<b>7b Ungefär hur många personår (årsverken) för arbete med reklam och marknadsföring utfördes under 2016 av egen personal? 8</b>	Antal
<i>Personår (årsverken) är det arbete en heltidsanställd person utför under ett år.</i>	<input type="text"/> personår

### Varaktighet

<b>7c Ungefär hur stor andel av 2016 års reklam och marknadsföring tror du kommer att generera intäkter under lång tid än ett år?</b>	<input type="text"/> %
<i>Den reklam och marknadsföring som ni redovisat i fråga 7a och 7b. Redovisa i procent.</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!**





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.

#### **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 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-kontohänvisningar, vars främsta syfte är att förenkla uppgiftslämnandet.

#### **Borttagen fråga**

I årets undersökning har en fråga tagits bort. Frågan handlade om huruvida företagets marknadsföring hade effekt i 1-2 år, 3-5 år eller i fler än 5 år. Frågan togs bort eftersom respondenterna ansåg att den var alltför svår att svara på.



### **Beräknad uppgiftslämnarkostnad**

Kostnaderna för att besvara enkäten består främst av löner och arvoden. Vid den senaste undersökningen, avseende år 2015 som genomfördes 2016, uppgav respondenterna en genomsnittlig svarstid på 33 minuter. Eftersom en fråga tagits bort antar vi att svarstiden kommer minska med 1 minut.

I undersökningen för år 2016 kommer 4408 företag att få möjlighet att svara på enkäten, vilket ger den totala tidsåtgången:

$4408 * 32/60 = 2351$  timmar.

Detta ger en beräknad uppgiftslämnarkostnad på:

$2351 * 798 \text{ kr/timme} = 1\ 876\ 098$  kronor

Timkostnaden har i beräkningarna ovan antagits vara 798 kr. I beräkningen av timkostnaden ingår lön, sociala avgifter, lokaler osv. Uppgiften är hämtad från SCBs årsredovisning för 2015.





## **Statistiska centralbyråns föreskrifter om skyldighet för företag att lämna uppgifter till statistik om företagens utgifter för it och marknadsföring;**

beslutade den xx månad 2017.

Statistiska centralbyrån (SCB) föreskriver följande med stöd av 15 § förordningen (2001:100) om den officiella statistiken.

1 § Uppgifter till statistik om företagens utgifter för it och marknadsföring ska på begäran lämnas en gång per år till SCB. Uppgifterna ska lämnas av företag som valts ut med statistiska metoder.

2 § Uppgifterna ska på begäran lämnas till SCB senast den xx månad 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 2016 (bilaga 1).

---

Denna författning träder i kraft den xx xx 2017 då SCB:s föreskrifter (SCB-FS 2016:11) om företags skyldighet att lämna uppgifter till it-statistik upphör att gälla.

På Statistiska centralbyråns vägnar

STEFAN LUNDGREN

Oxana Tarassiouk  
(Ekonomisk statistik)