

Danske virksomheders brug af informationsteknologi 2000

Virksomhedernes samlede internetsalg udgjorde 12 mia. kr. i 2000, hvilket svarer til lidt under 1 pct. af virksomhedernes samlede omsætning. Adgangen til internet synes at have nået et mætningspunkt med lidt over 8 ud af 10 virksomheder i 2000. Mere end halvdelen har hjemmeside, med en forventet stigning til 2 ud af 3 virksomheder i 2001.

Statistikken beskriver Danske virksomheders brug af IT i 2000 samt forventninger til 2001. Følgende områder er dækket: Udbredelse og anvendelse af IT, internet og EDI. Elektronisk handel og dens omfang opgøres i forhold til bla. brancher og kundegrupper. Endelig indgår barrierer for anvendelse af IT, internet og elektronisk handel.

Virksomhedernes besvarelser er indsamlet november 2000 i en frivillig, spørgeskemabaseret undersøgelse. Undersøgelsen blev besvaret af 3.357 firmaer med mindst fem ansatte inden for hovedparten af de private byerhverv.

1. Indledning

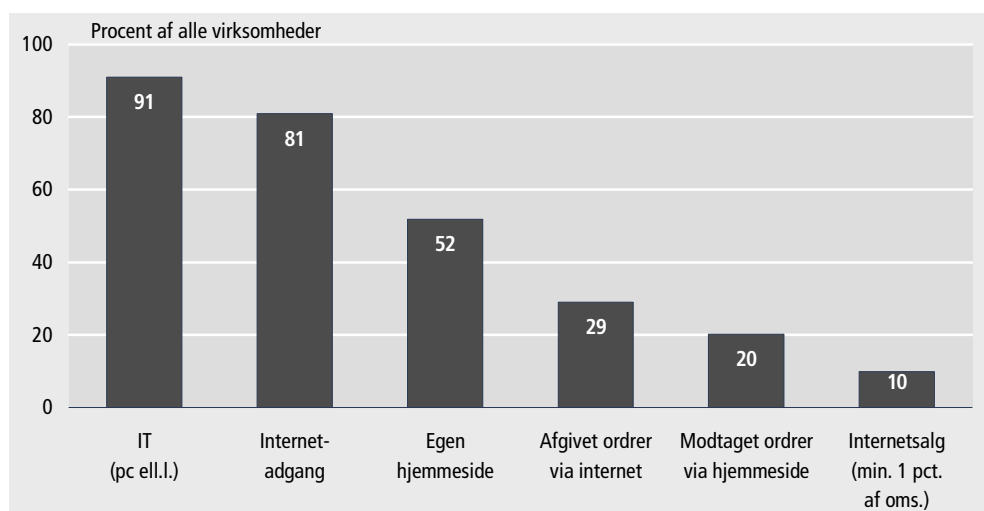
Adgang til Internet ved at være mættet

Omtrent 9 ud af 10 virksomheder med mindst 5 ansatte har IT, jf. figur 1. Adgangen til internet synes at have nået et mætningspunkt med lidt over 8 ud af 10 virksomheder i 2000. Mere end halvdelen har hjemmeside, med en forventet stigning til 2 ud af 3 virksomheder i 2001.

Små virksomheder godt med på internettet

De mindste virksomheder med 5-9 ansatte har internetadgang i 3 ud af 4 tilfælde og er således ikke langt bagefter de større virksomheder, hvad angår den generelle brug af Internet. Hvad angår elektronisk handel, er de større virksomheder imidlertid en del mere aktive.

Figur 1. Virksomhedernes brug af IT. 2000



Anm. Virksomheder med mindst 5 ansatte.

Hver tredje virksomhed har afgivet ordrer via internet Omtrent 1 ud af 3 virksomheder med mindst 5 ansatte har afgivet ordrer via internet og 1 ud af 5 har modtaget ordrer via hjemmeside, jf. figur 1. 1 ud af 10 virksomheder har egentligt internetsalg, dvs. svarende til min. 1 pct. af den samlede omsætning.

Internetsalg på 12 mia. kr. i 2000 Virksomhedernes samlede internetsalg udgjorde 12 mia. kr. i 2000, hvilket svarer til lidt under 1 pct. af virksomhedernes samlede omsætning. 87 pct. af internetsalget foregik mellem virksomheder indbyrdes. Salg via EDI udgør skønmæssigt 60 mia. kr. og er dermed 5 gange så stort som internetsalget.

Ovenstående er hovedkonklusionerne i den 3. undersøgelse af danske virksomheders brug af informationsteknologi, gennemført af Danmarks Statistik i november 2000. Undersøgelsen er foretaget i samarbejde med IT- og Forskningsministeriet og EU's statistiske kontor, Eurostat.

Udvidet undersøgelse Stikprøven er i 2000 udvidet til også at omfatte virksomheder med 5-9 fuldtidsansatte. Tallene kan derfor ikke uden videre sammenlignes med forrige års undersøgelser, der ikke havde de mindste virksomheder med. Hvor intet andet er nævnt er IT-anvendelsen i de forskellige områder sat i forhold til 'alle virksomheder', dvs. inklusive de, der ikke anvender IT.

1.1 Indhold

	Side
1. Indledning	1
2. PC og lokalnet	3
3. Internetadgang	7
4. Hjemmesider	9
5. Intranet og ekstranet.....	11
6. Anvendelse af internet	12
7. Elektronisk handel via internettet	16
8. EDI og EDI-handel	22
9. Om undersøgelsen	24
10. Supplerende tabeller.....	26

2. PC og lokalnet

2.1 Antal virksomheder med IT

Virksomheder med IT Omkring 9 ud af 10 virksomheder med mindst 5 ansatte anvender IT i form af pc eller anden arbejdsstation. Hvor så godt som alle virksomheder med mindst 20 ansatte anvender IT, drejer det sig om 93 pct. af virksomhederne med 10-19 ansatte og 86 pct. i gruppen med 5-9 ansatte som det laveste, jf. nedenstående tabel.

Oversigtstabel 1. Virksomheder med IT efter antal fuldtidsansatte. 2000

	5-9	10-19	20-49	50-99	100+	Alle
	procent					
Virksomheder med IT	86	93	97	100	100	91

Anm. Andelen af virksomheder uden IT er forbundet med nogen usikkerhed, da opregningen baserer sig på en lille del af stikprøven.

Udbredelsen af pc falder med antallet af ansatte

Ser man på de mindste af virksomhederne med 5-9 ansatte, dvs. med 5-6 ansatte, er andelen endnu lavere, nemlig 81 pct. Der er derfor grund til at antage, at den faldende tendens fortsætter et stykke, blandt virksomheder med *under* 5 ansatte - i det mindste for en del af branchernes vedkommende.

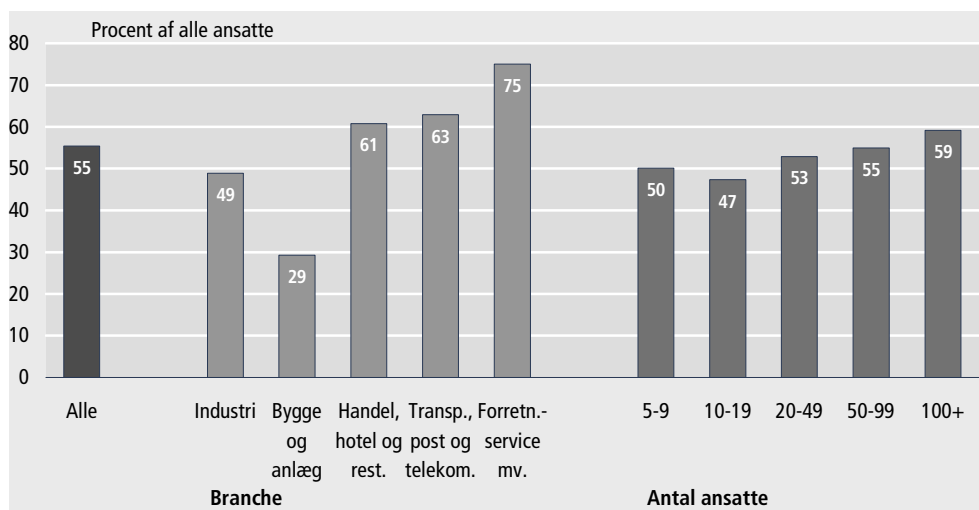
97 pct. af medarbejderne arbejder i virksomheder med IT

Selv om antallet af virksomheder uden IT svarer til 9 pct. af alle virksomheder, så tegner disse virksomheder sig kun for lidt under 3 pct. af den samlede beskæftigelse i virksomheder med mindst 5 ansatte. Således er 97 pct. af alle ansatte i de undersøgte grupper beskæftiget i virksomheder, der anvender IT.

2.2 Medarbejdere med pc

Selv om næsten alle ansatte er beskæftiget i virksomheder med IT, er det kun en del af medarbejderne, der arbejder med pc. Blandt alle ansatte i de undersøgte brancher udgør pc-brugerne 55 pct. (figur 2). Ser man bort fra virksomheder helt uden pc/IT, er andelen lidt højere, nemlig 57 pct.

Figur 2. Andel pc-brugere blandt alle ansatte. 2000



Anm. Der er spurgt til antal pc-brugere og ikke til antal pc'er i virksomheden. Der er vægтет i forhold til antal ansatte i virksomhederne.

Serviceerhvervene har flest pc-brugere

Topscoreren blandt branchegrupperne er Forretningservice mv., hvor 3 ud af 4 af branchens medarbejdere bruger pc. I de øvrige serviceerhverv - Handel, hotel og restauration mv. samt Transport, post og telekommunikation - er ca. 6 ud af 10 ansatte

pc-brugere. I Industrien arbejder lidt under halvdelen med pc, og lavest ligger Bygge og anlæg hvor lidt under hver tredje medarbejder anvender pc.

Lidt flere pc-brugere i de store virksomheder

Der er en tendens til, at andelen af pc-brugere blandt medarbejderne falder, jo mindre virksomhederne er. Når virksomhederne med 5-9 ansatte ligger højere end virksomheder med 10-19 ansatte, er en medvirkende årsag, at en del virksomheder i begge disse to størrelsesgrupper har netop én pc-medarbejder, hvorfor andelen automatisk bliver større i virksomheder med 5-9 ansatte.

2.3 Virksomheder med lokalnet

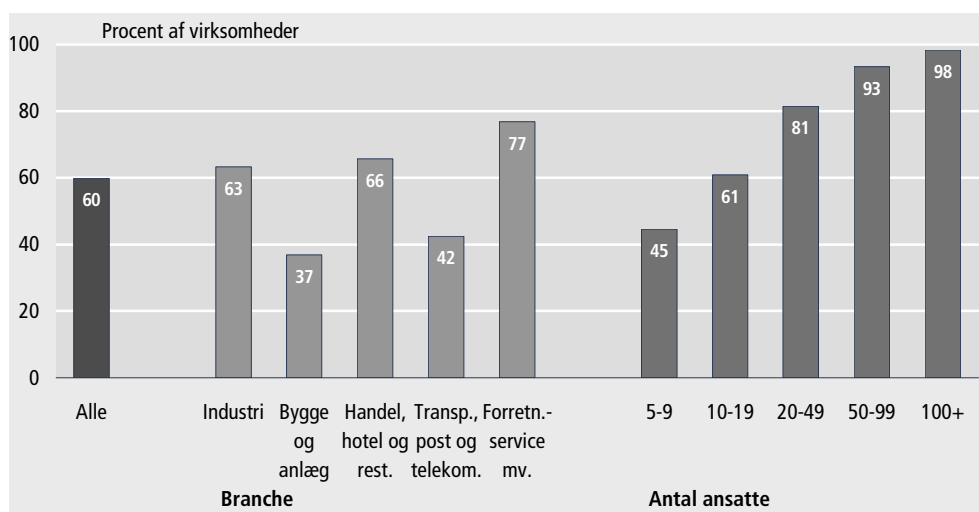
6 ud af 10 virksomheder har lokalnet ...

Omtrent 60 pct. af alle virksomheder har installeret lokalnet. Flest inden for Forretningsservice mv., hvor mere end 3 ud af 4 virksomheder har lokalnet og færrest inden for Bygge og anlæg, hvor lidt mere end hver tredje har lokalnet.

... og næsten alle større virksomheder

Det er dog først og fremmest virksomhedens størrelse og antallet af pc-brugere, der der er afgørende for brugen af lokalnet. Under halvdelen af virksomhederne med 5-9 ansatte har lokalnet mod næsten 100 pct. af virksomhederne med mindst 50 ansatte. Forskellene mellem branchegrupperne er indirekte et udtryk for variende koncentration af store virksomheder.

Figur 3. Virksomheder med lokalnet. 2000



Lokalnettenne omfatter de langt de fleste pc-brugere

Hvis en virksomhed har lokalnet, er mere end 8 ud af 10 af dens pc-brugere typisk opkoblet dette. Set i forhold til den samlede mængde af pc-brugere i de undersøgte brancher, er 9 ud af 10 af disse opkoblet lokalnet¹.

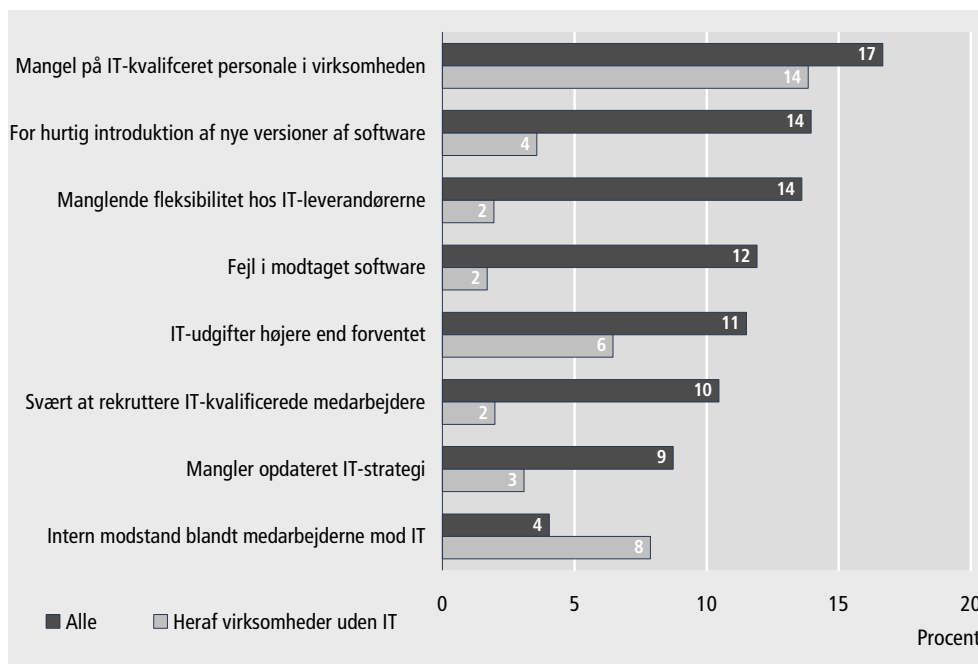
2.4 Barrierer for brug af IT

Mangel på IT-kvalificeret personale i virksomheden

Alle virksomheder i undersøgelsen blev bedt om at angive betydningen af en række barrierer for den nuværende og fremtidige anvendelse af IT. Den største barriere for brug af IT er mangel på IT-kvalificeret personale i virksomheden. Det betragtes som en stor barriere af 17 pct. af virksomhederne, jf. figur 4.

¹ Den højere andel, når der måles på medarbejdere, skyldes de større virksomheder, der er hyppigere brugere af lokalnet.

Figur 4. Barrierer med stor betydning for brug af informationsteknologi. 2000



Problemer med IT-leverancer

Barrierer i forhold til produkter og leverandører har samlet set stor betydning for virksomhederne. Det drejer sig hhv. om for hurtig introduktion af ny software og manglende fleksibilitet hos IT-leverandørerne, som 14 pct. af virksomhederne i begge tilfælde ser som store problemer. Dernæst kommer fejl i modtaget software, som er et stort problem for 12 pct. af virksomhederne. Der er en tendens til, at problemerne med leverandørsiden fornemmes stærkere, jo større virksomhederne er.

Hver 10. virksomhed mangler opdateret IT-strategi

IT-udgifter, der er højere end forventet er et stort problem for 11 pct. af virksomhederne, og 10 pct. har store problemer med at rekruttere IT-kvalificerede medarbejdere. Næsten samme andel, 9 pct., mangler en opdateret IT-strategi, hvorimod kun 4 pct. anser intern modstand blandt medarbejderne mod IT som et stort problem.

Virksomheder uden IT i tvivl om de fleste barrierer ...

Virksomheder uden IT er karakteriseret ved i langt de fleste tilfælde ikke at tage stilling til barrierernes betydning, formentlig fordi barriererne ikke føles relevante på nuværende tidspunkt. Når enkelte barrierer alligevel fremhæves af disse virksomheder, kan man derfor tage det som et udtryk for at de har væsentlig betydning.

... men fremhæver mangel på IT-kvalificeret personale

Blandt virksomhederne uden IT kan mangel på IT-kvalificeret personale i virksomheden således betragtes som en helt grundlæggende barriere. Den tildeles stor betydning af 14 pct. af disse virksomheder, jf. figur 4. For denne gruppes vedkommende er der formentlig tale om mangel på medarbejdere med mere grundlæggende pc-kvalifikationer.

Modstand mod IT blandt medarbejdere i virksomheder uden IT

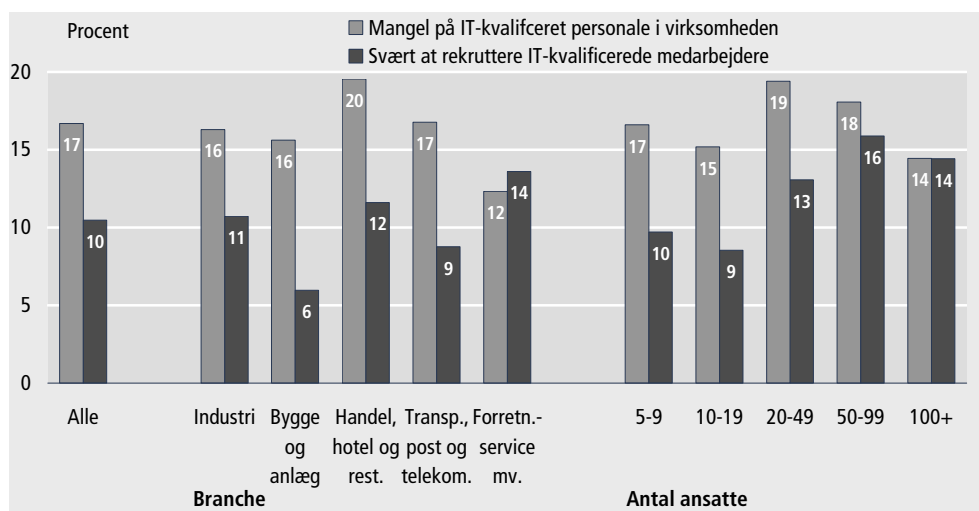
Intern modstand blandt medarbejderne mod IT er et stort problem for 8 pct. af virksomhederne uden IT, og synes dermed at være en barriere af særlig betydning i denne gruppe. Virksomheder uden IT består overvejende af små virksomheder, hvor det administrative arbejde foretages af få personer. Evt. modstand mod IT hos disse medarbejdere kan tænkes at hænge sammen med førnævnte mangel på IT-kvalifikationer. Endelig er uventede høje IT-udgifter den 3. vigtigste barriere for virksomheder uden IT.

2.5 Mangel på IT-kvalifikationer

Mangel på IT-kvalificeret personale i virksomheden det største problem ...

Som det fremgår af figur 5., hører de to barrierer vedrørende mangel på IT-kvalifikationer til blandt de væsentligste for virksomhederne. Blandt alle virksomheder vægtes mangel på IT-kvalificeret personale i virksomheden noget højere end rekrutteringsproblemer, jf. figur 5. Det antyder, at der er flere virksomheder, der finder det vigtigere at få udviklet IT-kompetencen hos det bestående personale end at rekruttere sig til nye IT-kvalifikationer.

Figur 5. Virksomheder hvor mangel på IT-kvalifikationer har stor betydning. 2000



... men rekruttering spiller størst rolle hos de store arbejdsgivere

Denne forskel gør sig i særlig grad gældende i mindre virksomheder med under 50 ansatte. Hos de større virksomheder med mindst 50 ansatte udgør rekrutteringen af IT-kvalificerede medarbejdere et lige så stort problem som medarbejderudviklingen. Da virksomheder med mindst 50 ansatte tegner sig for mere end halvdelen af beskæftigelsen, kan barriererne siges at have omtrent samme betydning, hvis man ser på det samlede antal beskæftigede i de undersøgte brancher.

Mellemstore virksomheder hårdest belastet

De mellemstore virksomheder med 20-99 ansatte ser ud til i højest grad at være belastet af begge barrierer samtidig. Det er i samme gruppe, at IT-systemerne begynder at blive mere komplekse, jf. udbredelse af fx intranet, ekstranet, lokalnet og hjemmesider. Blandt branchegrupperne synes Handel, hotel og restauration mv. totalt set, at have de største problemer.

Største rekrutteringsproblemer i Forretningsservice mv.

Forretningsservice mv. er den eneste branchegruppe, hvor virksomhederne vurderer problemer med at rekruttere IT-kvalificerede medarbejdere højest. Forretningsservice mv. indeholder bl.a. branchen *IT-konsulentfirmaer*, som hører til de absolut største aftagere af arbejdskraft med længerevarende uddannelse².

² Informationssamfundet Danmark - en statistisk mosaik, Danmarks Statistik 2000.

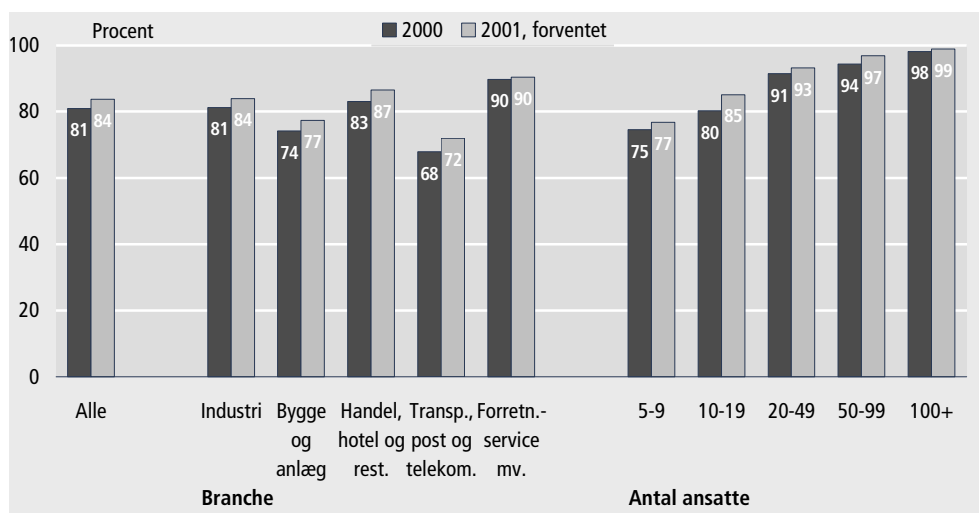
3. Internetadgang

3.1 Virksomheder med internetadgang

Udbredelsen af internet har nået et mætningspunkt

Udbredelsen af internet synes i 2000 at have nået et mætningspunkt blandt virksomhederne med mindst 5 ansatte, jf. figur 6. Omkring 8 ud af 10 virksomheder - 81 pct. - havde adgang til internettet i 2000. Kun en begrænset del, yderligere 3 pct., regner med at få adgang i løbet af 2001, således at 84 pct. forventets at have adgang til internettet med udgangen af 2001.

Figur 6. Virksomheder med adgang til internettet



Anm. Tal for 2001 er baseret på virksomhedernes forventninger november 2000

Moderate brancheforskel i internetadgangen

Internet er mest udbredt i Forretningsservice mv., hvor 9 ud af 10 virksomheder har adgang. Industri og Handel, hotel og restaurant mv. ligger tæt på gennemsnittet med ca. 8 ud af 10 virksomheder med internet-adgang. Lidt under gennemsnittet finder man Bygge og anlæg samt Transport, post og telekommunikation, hvor omkring 7 ud af 10 virksomheder har adgang til internettet³.

Internet også populært blandt små virksomheder

Adgangen til internettet er mest hyppig blandt de store virksomheder, men selv blandt de mindste virksomheder med 5-9 fuldtidsansatte har ca. 75 pct. adgang til internettet. Virksomheder med mindst 100 ansatte har i næsten alle tilfælde adgang til internettet.

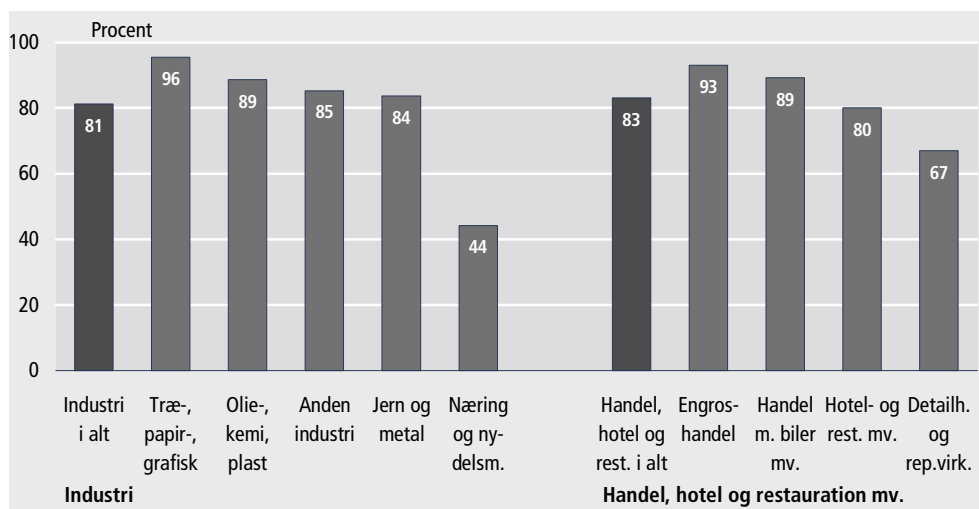
Mange små virksomheder påvirker tallene

Virksomheder med 5-9 ansatte har stor indflydelse på gennemsnittet, da de antalmæssigt udgør næsten halvdelen af de undersøgte virksomheder i populationen. Imidlertid er det kun en tiendedel af de ansatte i undersøgelsespopulationen, der er beskæftiget i disse virksomheder.

Såvel Industri som Handel, hotel og restaurant mv. ligger tæt på gennemsnittet hvad angår adgang til internet, men går man ned på mere detaljeret brancheniveau, dukker nye forskelle op, jf. figur 7.

³ Netop disse to branchegrupper har relativt flere små virksomheder end de øvrige branchegrupper.

Figur 7. Virksomheder med adgang til internettet 2000, udvalgte brancher



Anm. Anden industri består af *Tekstil-, beklædnings- og læderindustri, Sten-, ler og glasindustri mv.* samt *Møbelindustri og anden industri.*

Træ-, papir- og grafisk industri oftest på internettet blandt industribrancherne

Inden for Industri er det især *Træ, papir- og grafisk industri*, der skiller sig ud, men også *Mineralolie-, kemisk og plastindustri* ligger lidt over gennemsnittet sammen med *Jern- og metalindustrien*. Det skal nævnes, at *Træ, papir- og grafisk industri* bla. består af en række virksomheder inden for fx *Forlagsvirksomhed* og fremstilling af dagblade, hvor informationsbehandling er en central aktivitet. Markant under gennemsnittet ligger *Nærings- og nydelsmiddelindustrien*, hvor under hver anden virksomhed er opkoblet internet. Ser man bort fra *Bagerforretninger*⁴ har 62 pct. af virksomhederne i denne branchegruppe adgang til internettet.

Engroshandel samt Handel med biler i spidsen

Inden for Handel, hotel og restauration mv. er det først og fremmest *Engros- og agenturhandel*, der ligger i spidsen, fulgt af *Handel m. biler m.m.* Hotel- og restaurationsvirksomhed mv. ligger tæt på gennemsnittet, hvorimod *Detailhandel og reparationsvirksomhed* ligger et stykke under med ca. 2 ud af 3 virksomheder på internettet.

3.2 Medarbejdere med internetadgang

4 ud af 10 medarbejdere bruger internet

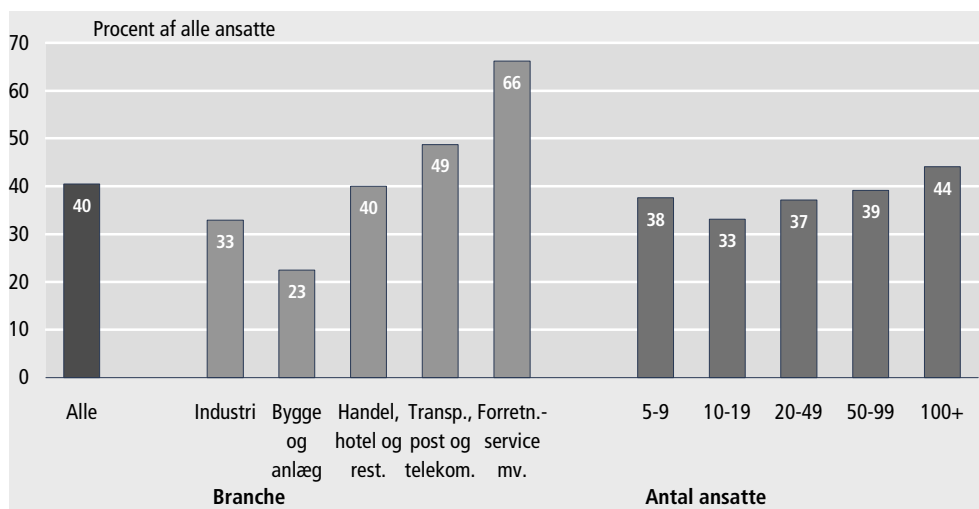
I gennemsnit anvender 4 ud af 10 ansatte pc med internetopkobling, jf. figur 8. Andelen af internetbrugere kan betragtes som et mål for udbredelsen af internettet i den enkelte branche eller virksomhed.

Markante brancheforskelle på andelen af internetbrugere

Forskellene mellem brancher og størrelse svarer til mønstret fra andelen af pc-brugere, dog med lidt større forskelle mellem brancherne. 2 ud af 3 ansatte i *Forretnings-service mv.* kan karakteriseres som internetbrugere, hvilket bringer denne branchegruppe markant over gennemsnittet. Derefter kommer *Transport, post og telekommunikation* hvor ca. hver anden ansat bruger internet, lidt mindre i *Handel, Hotel og restauration mv.* med ca. 4 ud af 10, i *Industri* ca. hver tredje og i *Bygge og anlæg* er lidt under hver fjerde ansat internetbruger.

⁴ *Bagerforretninger*, som i mindre grad er opkoblet internet, dominerer antalmæssigt *Nærings- og nydelsmiddelindustrien*.

Figur 8. Andel internetbrugere blandt alle ansatte. 2000



Anm. Ved internet-brugere forstås udelukkende medarbejdere, der anvender pc med internetopkobling. Adgang via såkaldte internet-caféer er således ikke medregnet.

Lidt flere internet-brugere i de store virksomheder

Der er en tendens til, at andelen af internetbrugere falder lidt, jo mindre virksomhederne er. En undtagelse er gruppen med 5-9 ansatte, der ligger højere end gruppen med 10-19 ansatte. Dette mønster svarer til andelen af pc-brugere (figur 2.), hvor netop én internet-medarbejder vil udgøre en større andel af de ansatte i de allerminste virksomheder.

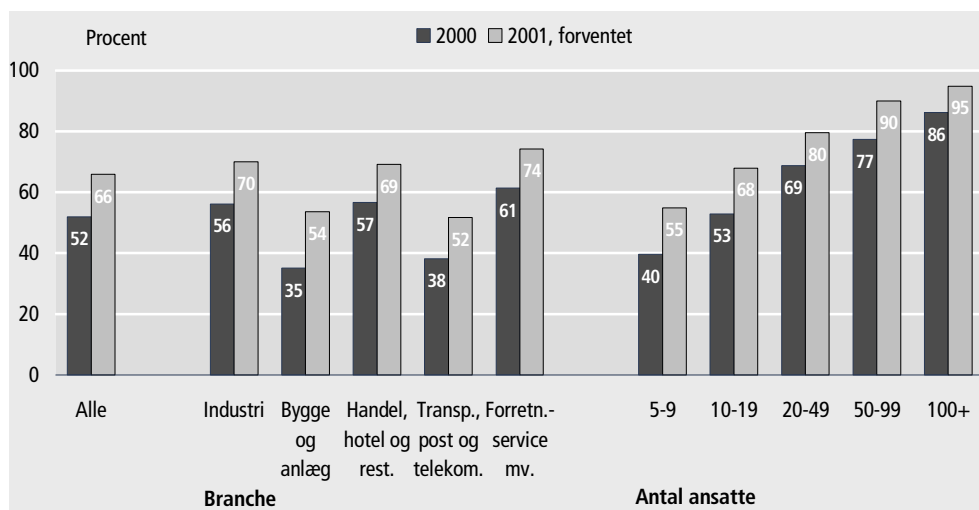
Det er først og fremmest andelen af pc-brugere, der bestemmer andelen af internetbrugere i virksomhederne. Typisk kan 7 ud af 10 pc-brugere også betegnes som internetbrugere.

4. Hjemmesider

Hver anden virksomhed har hjemmeside

En virksomheds hjemmeside kan ses som en grundlæggende forudsætning for salg, markedsføring og andre aktiviteter på udbudssiden af internethandelen. Ca. halvdel - 52 pct. - af virksomhederne med mindst 5 ansatte havde hjemmeside i 2000, jf. figur 9.

Figur 9. Virksomheder med hjemmeside



Flest hjemmesider hos store virksomheder

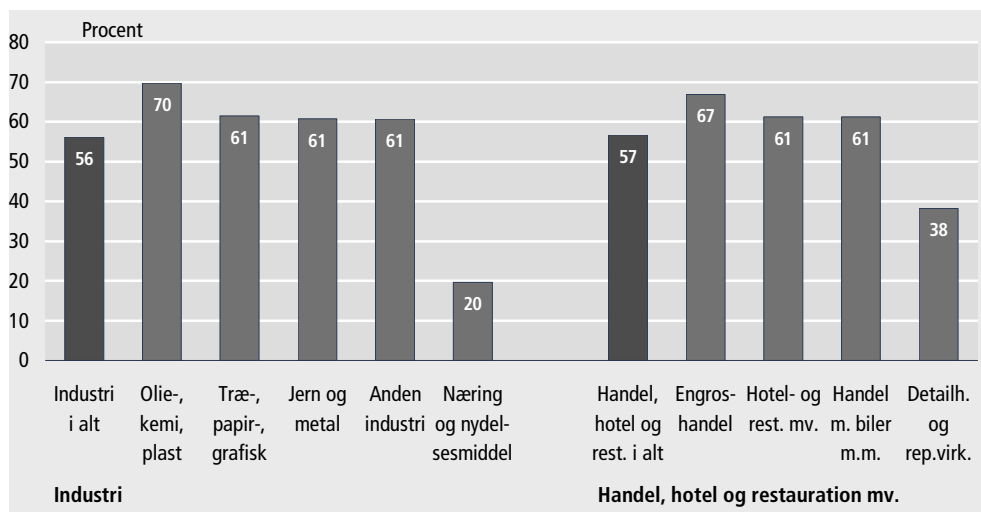
Inden for Forretningsservice mv. har ca. 6 ud af 10 hjemmeside og en næsten tilsvarende andel finder man i Handel, hotel og restauration mv. samt Industri. Lavest ligger Transport, post og telekommunikation, hvor 38 pct. har hjemmeside samt Bygge og anlæg, hvor 35 pct. har hjemmeside. Andelen stiger mærkbart med virksomhedernes størrelse; fra 40 pct. med hjemmesider blandt virksomheder med 5-9 ansatte til 86 pct. blandt virksomheder med mindst 100 ansatte.

2 ud af 3 forventer at have hjemmeside i 2001

Virksomhederne forventer en vis vækst, således at 2 ud af 3 virksomheder med mindst 5 ansatte har hjemmeside ved udgangen af 2001. Væksten forventes at være mest markant i de brancher og størrelsesgrupper, der i dag har den laveste udbredelse.

Både Industri og Handel, hotel og restauration mv. ligger ganske tæt på gennemsnittet, men på et mere detaljeret brancheniveau nuanceres billedet jf. figur 10.

Figur 10. Virksomheder med hjemmesider 2000, udvalgte brancher



Anm. Anden industri består af *Tekstil-, beklædnings- og læderindustri, Sten-, ler og glasindustri mv.* samt *Møbelindustri og anden industri.*

Færrest hjemmesider i Nærings- og nydelsesmiddelindustrien

Inden for industri ligger *Mineralolie-, kemisk og plastindustri* over gennemsnittet med hjemmesider hos 7 ud af 10 virksomheder. Denne branche er præget af en højere koncentration af store virksomheder. I modsatte ende ligger *Nærings- og nydelsesmiddelindustrien*, hvor kun hver femte virksomhed har hjemmeside. Denne branches andel af virksomheder med hjemmeside stiger dog til 36 pct., hvis man ser bort fra *Bagerforretninger*.

2/3 har hjemmesider hos Engros- og agenturhandel

Inden for Handel, hotel og restauration mv. ligger *Engros- og agenturhandel* over gennemsnittet med hjemmesider hos 2 ud af 3 virksomheder. Lavest ligger *Detailhandel og reparationsvirksomhed*, hvor lidt under 40 pct. har hjemmesider. Det står i kontrast til den store fokus, der har været på den forbrugerrettede internethandel.

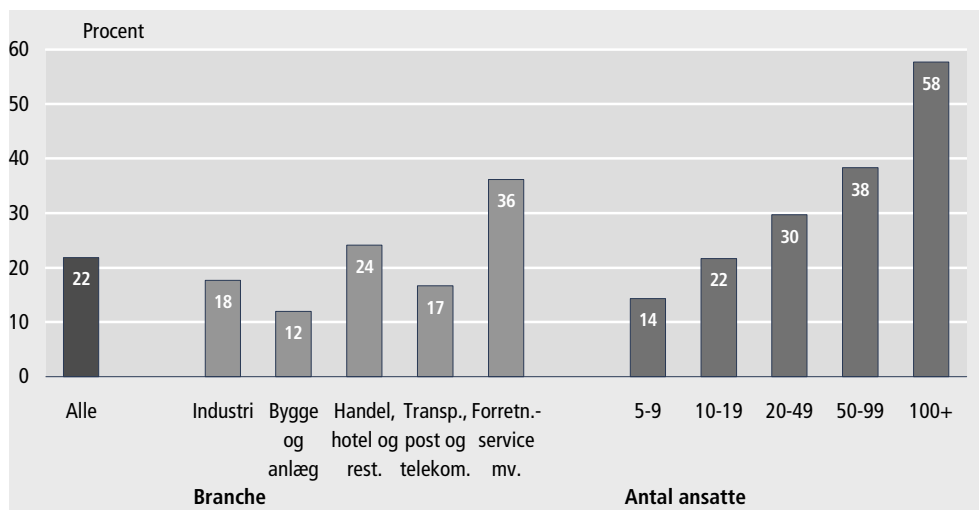
5. Intranet og ekstranet

5.1 Intranet

Hver femte virksomhed har intranet

Lidt mere end hver femte virksomhed med mindst 5 ansatte havde intranet i 2000⁵, jf. figur 11. Intranet er mest udbredt i Forretningsservice mv., hvor 36 pct. havde intranet og mindst i Bygge og anlæg, hvor 12 pct. havde intranet.

Figur 11. Virksomheder med intranet 2000



Intranet dominerende hos de største virksomheder

Udbredelsen stiger markant med virksomhedernes størrelse, idet næsten 60 pct. af virksomhederne med mindst 100 ansatte havde intranet. Omvendt havde kun 14 pct. af virksomhederne med 5-9 ansatte intranet. Tallene bekræfter dermed den antagelse, at store virksomheder har det største behov for intranet som et kommunikationsmiddel til et stort antal medarbejdere.

5.2 Ekstranet

Hver 7. virksomhed har ekstranet

15 pct. af virksomhederne havde ekstranet⁶ i 2000, jf. figur 12. Det er først og fremmest Forretningsservice mv., der afviger fra gennemsnittet, da hver fjerde virksomhed i denne branchegruppe har ekstranet. Ca. hver tiende virksomhed i Bygge og anlæg samt Transport, post og telekommunikation har ekstranet og ligger dermed noget under gennemsnittet.

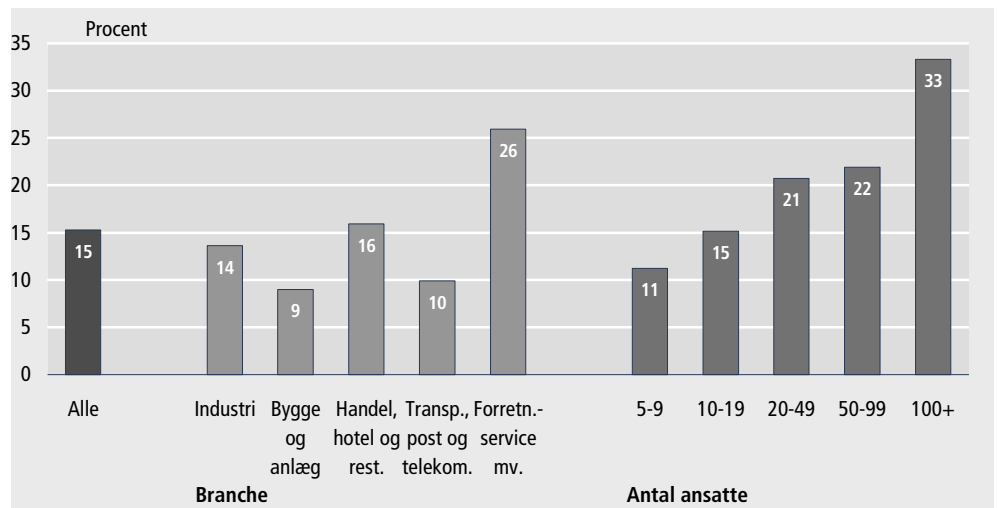
1/3 af de største virksomheder har ekstranet

Ekstranet er noget mere udbredt blandt de største virksomheder, men forskellene opstår først for alvor, når man ser på virksomheder med mindst 100 ansatte, hvor 1/3 har ekstranet.

⁵ Ved intranet forstås hjemmesider, der kun er tilgængelige internt i den enkelte virksomhed.

⁶ Ved ekstranet forstås hjemmesider, der uden for virksomheden alene er gjort tilgængelige for en afgrænset gruppe - fx via tildeling af adgangskode

Figur 12. Virksomheder med ekstranet 2000



Ekstranet bruges til formidling og salg af digitale varer

Virksomheder, der sælger over internettet, er dobbelt så tilbøjelige til at etablere ekstranet som øvrige virksomheder med internetadgang. De virksomheder, der har ekstranet, er i nogen grad identiske med de virksomheder, der giver adgang til database for kunder mv. samt de, der sælger varer/ydelser i digital form. Tildeling af adgang til ekstranettet kan, ud over at være en ydelse i sig selv, tænkes at løse nogle virksomheders sikkerhedsproblemer i forbindelse med ordremodtagelse.

6. Anvendelse af internet

Anvendelsesområder

De virksomheder, der bruger eller forventer at bruge internet senest 2001, blev spurgt om, hvad de brugte internettet til. Anvendelsesområderne er delt op i tre grupper:

- Generel anvendelse
- Virksomheden som kunde
- Virksomheden som leverandør

Elektronisk handel er behandlet under afsnittene '7. Elektronisk handel via internettet' samt '8. EDI og EDI-handel'.

Anvendelse sat i forhold til virksomheder med internet

Andelene af virksomheder, der er aktive mht. de forskellige anvendelser, er sat i forhold til virksomheder med internetadgang med udgangen af 2001. Disse virksomheder udgør 84 pct. af alle virksomheder med mindst 5 ansatte.

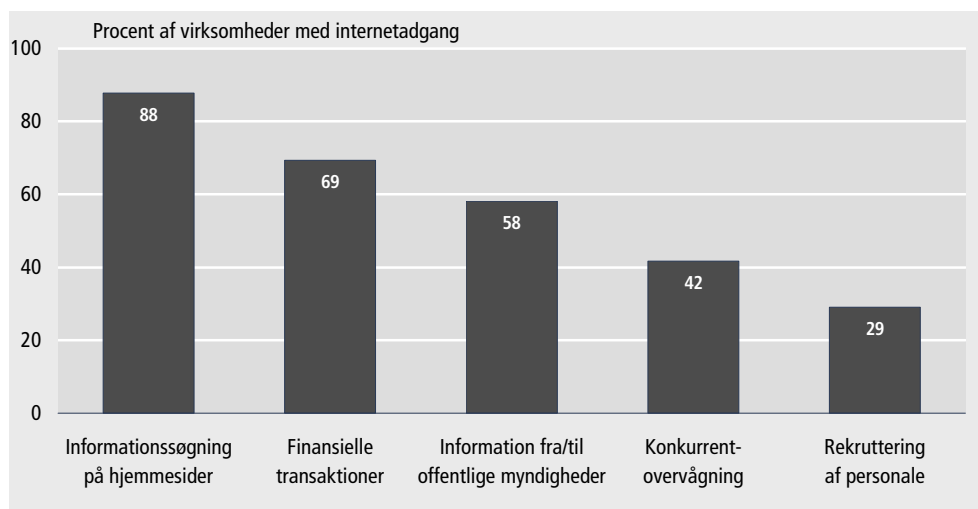
6.1 Internetanvendelse - generelt

De generelle anvendelsesområder er de mest dominerende blandt virksomhedernes internet-aktiviteter. Så godt som alle virksomheder med internetadgang brugte internettet til informationssøgning på hjemmesider, jf. figur 13.

7 ud af 10 foretager bankforretninger m.m.

En meget stor andel - ca. 7 ud af 10 bruger internettet til finansielle transaktioner, dvs. lønanvisning, betaling af regninger o.l. Finansielle transaktioner er et af de anvendelsesområder, hvor selv de helt små virksomheder er omtrent lige så aktive som de større.

Figur 13. Internet - generel anvendelse. 2000



6 ud af 10 kommunikerer med det offentlige

En næsten lige så stor andel - næsten 6 ud af 10 - bruger internettet til at kommunikere med offentlige myndigheder. Dette er endnu et område, hvor udbredelsen hos de mindste virksomheder er tæt på at være lige så høj som hos de større.

Rekruttering af personale udbredt hos de større virksomheder

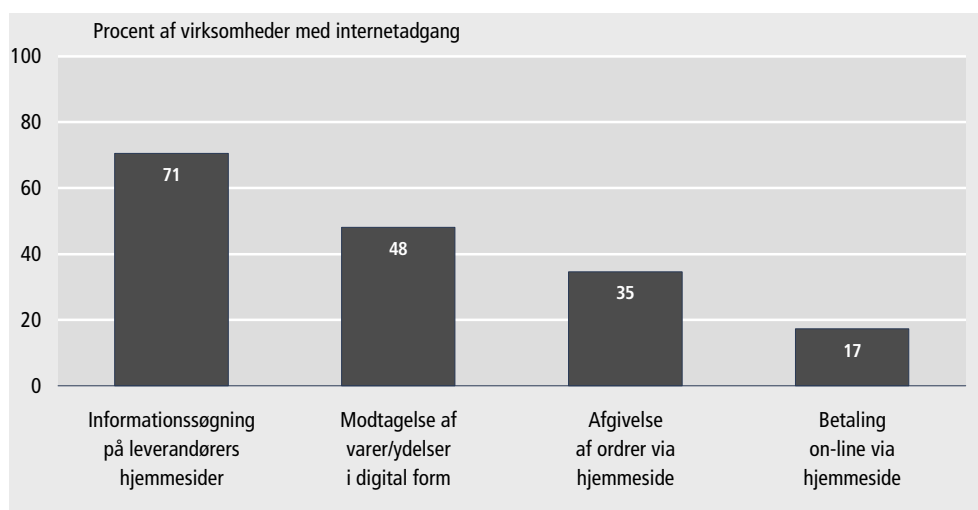
Overvågning af konkurrenternes hjemmesider bruges af 42 pct. og noget færre - 29 pct. - bruger internettet til at rekruttere personale. Det er overvejende de lidt større virksomheder, som bruger internettet til rekruttering; blandt virksomheder med mindst 50 ansatte, er det mere end halvdelen, der rekrutterer via internettet.

6.2 Internetanvendelse - virksomheden som kunde

7 ud af 10 søger informationer hos leverandører

Den brede informationssøgning præger også virksomhedernes internetanvendelse på efterspørgselsiden. Mere end 7 ud af 10 bruger således internettet til informationssøgning hos leverandører, jf. figur 14.

Figur 14. Internetanvendelse - virksomheden som kunde. 2000



Lidt mere end 1/3 har afgivet ordrer via internet ...

35 pct. af virksomhederne med internetadgang har afgivet ordrer på internettet, dvs. via hjemmesider. En del flere, 48 pct. har modtaget varer/ydelser i digital form. Det viser, at internettet i højere grad bruges til at distribuere end til at bestille varer. Downloading af gratis software og lignende serviceydelser kan forklare noget af forskellen. Hos virksomheder med mindst 50 ansatte er det imidlertid ca. hver anden,

der har afgivet ordrer via internet. Afgivelse af ordrer beskrives mere detaljeret i afsnit 7.4. Internetkøb.

... men kun hver anden af disse har foretaget on-line betaling

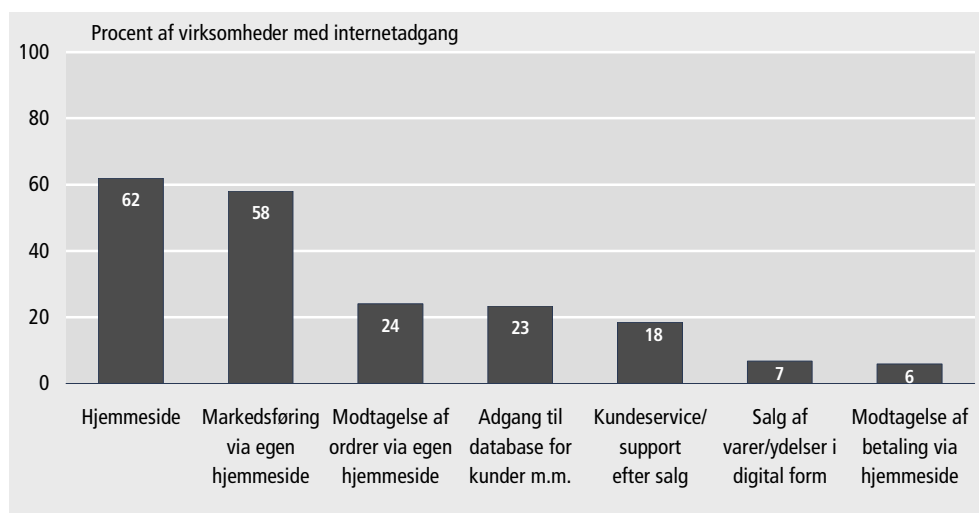
Under hver femte - 17 pct. - har foretaget on-line betaling via hjemmeside, hvilket svarer til hver anden af de virksomheder, der har afgivet ordrer via internettet. Det viser, at en del virksomheder får faktureret deres internetkøb på mere traditionel vis - evt. med pc-bank som mellemed. Blandt virksomheder med mindst 50 ansatte er det mere end hver fjerde - 28 pct. - der har foretaget on-line betaling via hjemmeside.

6.3 Internetanvendelse - virksomheden som leverandør

Markedsføring er drivkraften bag hjemmesider

Mere end 6 ud af 10 virksomheder med internetadgang har hjemmeside og en næsten tilsvarende andel bruger hjemmesiden til markedsføring af virksomheden, jf. figur 15. Målt i forhold til alle virksomheder har ca. halvdelen hjemmeside, jf. afsnit 4. Hjemmesider.

Figur 15. Internetanvendelse - virksomheden som leverandør. 2000



Hver fjerde virksomhed har modtaget ordrer

Omtrent hver fjerde virksomhed med internetadgang har modtaget ordrer via egen hjemmeside. Disse tal siger imidlertid ikke noget om intensiteten af den elektroniske handel i den enkelte virksomhed. Fx er det under halvdelen af de virksomheder, der har modtaget ordrer via internet, der har en egentlig omsætning ved dette salg (jf. afsnit 7.1 Internetsalg).

Hver fjerde giver adgang til databaser ...

Lidt under hver fjerde - 23 pct. - giver adgang til database for kunder, underleverandører m.m. Det kunne eksempelvis dreje sig om varekataloger eller lignende serviceydelser. Lidt under hver femte virksomhed - 18 pct. - bruger internettet til kundeservice efter salg.

... men under hver tiende sælger digitale varer

Salg af varer/ytelser i digital form (fx dokumenter, lyd, billeder) er forholdsvis sjældent - kun 7 pct. med internetadgang har haft et sådant salg. Det er langt under det noget større antal virksomheder, der giver adgang til databaser eller bruger internettet til kundeservice. M.a.o. fungerer den viden og de informationer, virksomhederne stiller til rådighed på internettet, kun i et begrænset omfang som salgsvare i sig selv. Der er i højere grad tale om gratis ydelser som supplement til salget af fysiske varer.

Elektronisk betaling sjældent blandt virksomhederne

Kun en lille andel - 7 pct. - har modtaget betaling for varer/ytelser via internettet. Denne andel synes ikke at stige væsentligt blandt større virksomheder. Det er muligt at modtage ordrer elektronisk uafhængigt af, om betalingen foregår elektronisk eller på mere traditionel vis.

Internetsalgets størrelse og sammensætning betyder kun lidt for elektronisk betaling

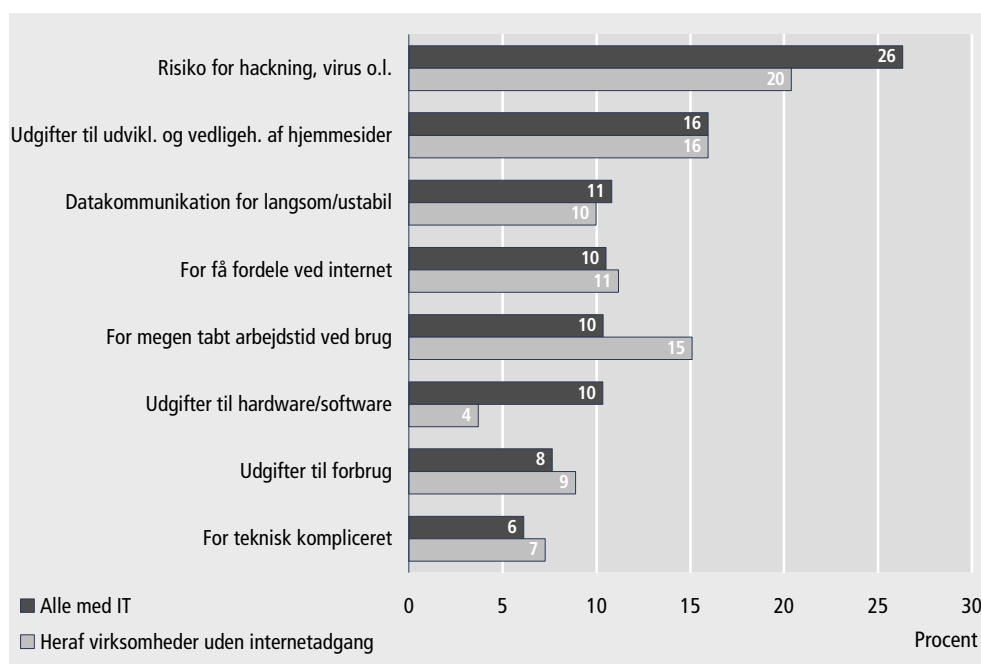
Internetsalgets beløbsmæssige størrelse har kun mindre betydning på tilbøjeligheden til at modtage elektronisk betaling, når man ser på de virksomheder, der har egentligt salg via internet. Heller ikke de virksomheder, der har en overvægt af private forbrugere i internetsalget, synes at være mærkbart mere tilbøjelige til at modtage elektronisk betaling i forhold til de, der overvejende sælger til andre virksomheder⁷.

6.4 Barrierer for internetanvendelse

Manglende datasikkerhed den største barriere

Virksomheder med IT blev spurgt, hvilken betydning forskellige barrierer har for nuværende eller fremtidig anvendelse af internet. Risiko for hacking, virus m.m. er den største barriere for virksomhedernes brug af internet, - ca. hver fjerde virksomhed tillægger denne barriere stor betydning, jf. figur 16.

Figur 16. Barrierer med stor betydning for internetanvendelsen. 2000



Udgifter til udvikling af hjemmesider udbredt barriere

16 pct. af virksomhederne mener, at udgifter til udvikling og vedligeholdelse af hjemmesider er af stor betydning. En hel del flere - 58 pct. - mener, at det er et problem af nogen/stor betydning. 11 pct. tillægger langsom eller ustabil datakommunikation stor betydning. 10 pct. finder, at internettet tilbyder for få fordele, og en tilsvarende andel så tabt arbejdstid ved brug som et stort problem. Ligeledes finder 10 pct., at udgifter til hardware/software er en stor barriere. Lidt færre - 8 pct. - mener, at udgifter til forbrug, dvs. abonnement og trafikafgifter, er af stor betydning. Kun 6 pct. mener, at internet er for teknisk kompliceret.

Mere tvivl om barrierer hos virksomheder uden internet

Hvis man alene ser på virksomheder uden internetadgang, har barriererne stort set den samme rangorden. Risiko for hacking, virus m.m. synes at betyde lidt mindre for denne gruppe. Det skal næppe ses som et udtryk for, at problemet udgør en mindre barriere netop for denne gruppe, men snarere at færre har taget stilling til problemet, fx fordi det endnu ikke virker relevant⁸.

Virksomheder uden internet bekymrede for tabt arbejdstid ved internetbrug

De øvrige barrierer har en forholdsvis mere fremtrædende placering hos virksomheder uden internetadgang. Det gælder først og fremmest barrieren 'tabt arbejdstid ved forbrug', som 15 pct. ser som et stort problem. Også udgifter til forbrug og teknisk kompleksitet ses i højere grad som store problemer hos virksomheder uden internet.

⁷ Internetsalget er opgjort i salg i kr. og ikke i antal handler. Internetsalget er beskrevet nærmere i afsnit 7.1.

⁸ Ca. dobbelt så mange uden internetadgang svarer typisk 'Ved ikke/ikke relevant' i vurderingen af barriererne i forhold til alle IT-virksomheder - men kun halvt så mange uden internet svarer, at barriererne har 'Ingen' betydning.

Omvendt finder en lavere andel, kun 4 pct., at udgifter til software/hardware er et stort problem. Det indikerer, at sådanne udgifter først opstår som et problem i takt med, at internettet tages i brug og udbygges internt i virksomheden.

Virksomheder uden internet i tvivl om mulighederne

Kun 11 pct. af virksomhederne uden internetadgang ser det som et stort problem, at der er for få fordele ved internettet. Imidlertid er der hele 60 pct., der svarer 'Ved ikke/ikke relevant' til samme barriere. Det virker derfor rimeligt at konkludere, at virksomhederne uden internet ikke afviser internettet, men at de snarere er i tvivl om fordelene.

7. Elektronisk handel via internettet

Hvad er elektronisk handel?

Begrebet elektronisk handel bruges ofte med forskellige betydninger. Danmarks Statistik anvender følgende afgrænsning: Modtagelse eller afgivelse af ordrer via computerbaserede netværk⁹. Elektronisk handel omhandler således også køb og salg, der ikke nødvendigvis foregår via internettet, jf. figur 17. Den handel, der ikke er internet-baseret, udgøres i Danmarks tilfælde i overvejende grad af såkaldte EDI-løsninger.

Figur 17.

Internetsalg	+	EDI-salg	=	Elektronisk salg
Internetindkøb	+	EDI-indkøb	=	Elektronisk indkøb
Internethandel	+	EDI-handel	=	Elektronisk handel

De følgende afsnit behandler internethandel. EDI-handel behandles særskilt i kap. 8.2 EDI-handel. I bredere forstand er elektronisk handel tilknyttet andre forretningsprocesser end ordremodtagelse - eksempelvis elektronisk betaling. Disse aktiviteter er beskrevet i afsnit 6.1 Anvendelse af internet.

Nogen usikkerhed i tal for elektronisk handel

På trods af det forholdsvis store antal besvarelser i undersøgelsen, er opgørelse af elektronisk handel forbundet med nogen usikkerhed. Det gør sig især gældende for opgørelser fordelt på kundegrupper, brancher m.m.

7.1 Internetsalg

Hver tiende virksomhed har omsætning fra internet

Omkring hver tiende virksomhed med mindst 5 ansatte solgte over internettet i 2000, jf. figur 18. Det svarer til 12 pct. af virksomhederne med internetadgang. Ved internetsalg forstås, at mindst 1 pct. af virksomhedens omsætning stammer fra ordrer modtaget via hjemmeside. Disse virksomheder udgør halvdelen af alle de virksomheder, der har modtaget ordrer via internettet¹⁰.

Flest med internetsalg i Handel, hotel og restauration mv.

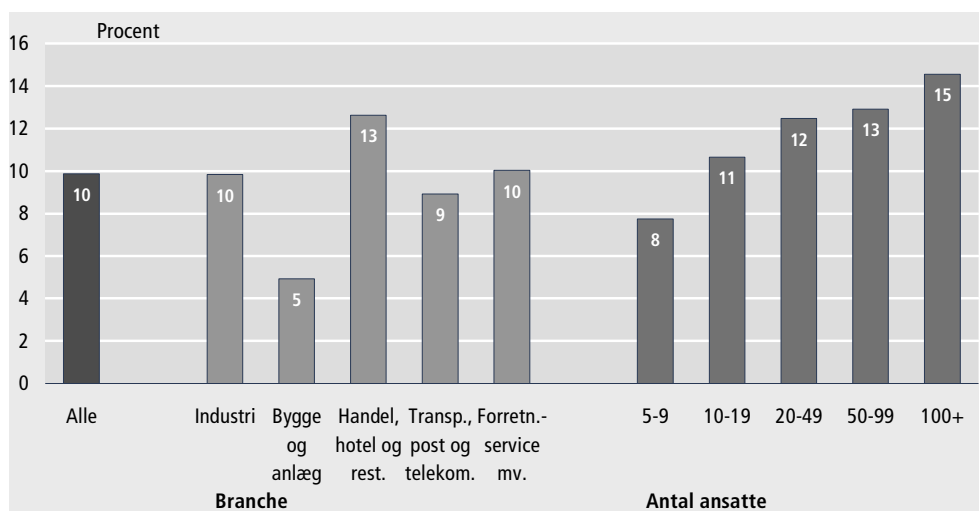
Handel, hotel og restauration mv. synes at være mere aktive end gennemsnittet, hvad angår virksomheder med internetsalg. De øvrige branchegrupper ligger forholdsvis tæt på gennemsnittet på 10 pct., bortset fra Bygge og anlæg, der har omtrent halvt så mange internethandelnde virksomheder som gennemsnittet.

Lidt flere store virksomheder med internetsalg

Der synes at være en tendens til, at lidt flere store end små virksomheder sælger via internettet. Forskellene er mest markante, når man ser på de mindste virksomheder med 5-9 ansatte samt de største med mindst 100 ansatte.

⁹ Denne definition er i overensstemmelse med OECD's anbefalinger, november 2000.

¹⁰ Den resterende halvdel af ordremodtagerne har enten et ukendt eller meget lille internetsalg - svarende til under 1 pct. af den totale omsætning.

Figur 18. Virksomheder med internetsalg¹. 2000

¹ Ved internetsalg forstås at mindst 1 pct. af virksomhedens omsætning stammer fra ordrer modtaget via hjemmeside.

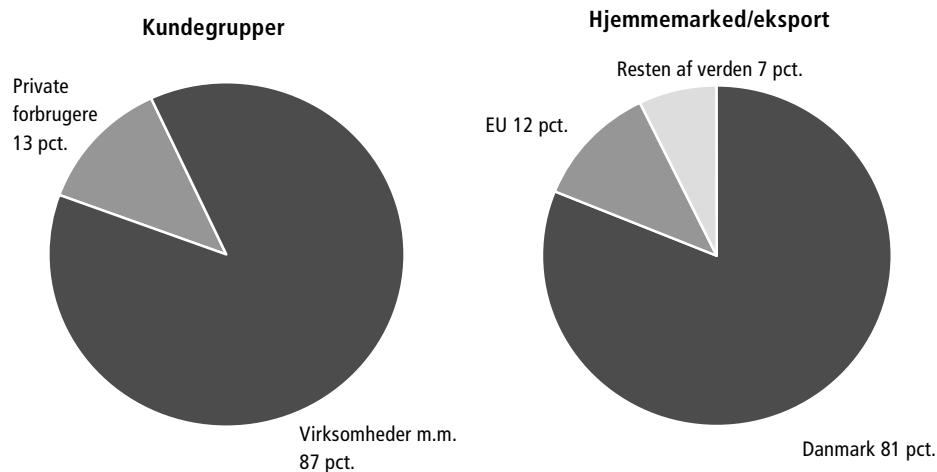
Internetsalg udgjorde under 1 pct. af den samlede omsætning

Virksomhedernes samlede internetsalg udgjorde ca. 12 mia. kr. i 2000, svarende til lidt under 1 pct. af virksomhedernes samlede omsætning. I de virksomheder, der solgte via internettet, udgjorde internetsalget gennemsnitligt 7 pct. af den samlede omsætning.

Salg til virksomheder og hjemmemarked dominerer internetsalget

Ser man nærmere på internetsalgets sammensætning, fremgår det, at kun en mindre del af internetsalget - 13 pct. - sker til private forbrugere; resten er salg til øvrige virksomheder eller den offentlige sektor jf. figur 19. Hjemmemarkedet aftager ca. 81 pct. af internetsalget (figur 19). Eksporten udgør 19 pct., hvoraf EU tegner sig for mere end halvdelen.

Figur 19. Internetsalgets markedsmæssige sammensætning. 2000



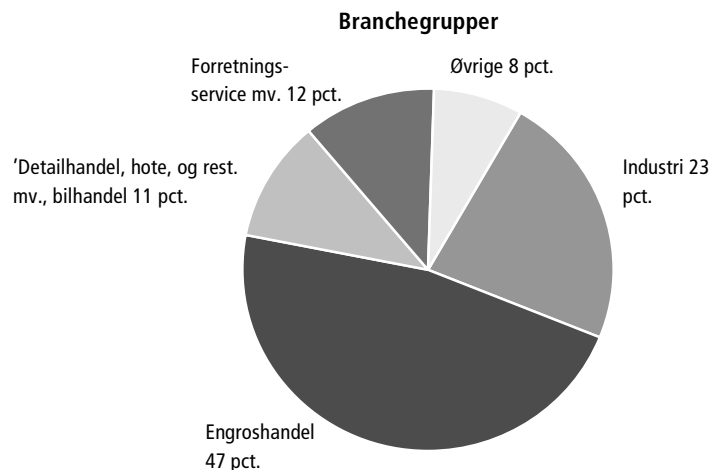
Engros- og agenturhandel står for halvdelen af internetsalget

Fordeler man i stedet det samlede internetsalg på brancher, ser man, at *Engros- og agenturhandel* med 47 pct. tegner sig for næsten halvdelen af det samlede internetsalg, jf. figur 20. Sammenlagt med de 11 pct., der stammer fra den øvrige del af Handel, hotel og restaurant m.v., står hele denne branchegruppe for 58 pct. af internetsalget.

Industri står for 1/4 af internetsalget

Industri står for lidt under 1/4 af internetsalget, Forretningservice mv. for 12 pct. og de øvrige erhverv (Transport, post og telekommunikation samt Bygge og anlæg) for 8 pct.

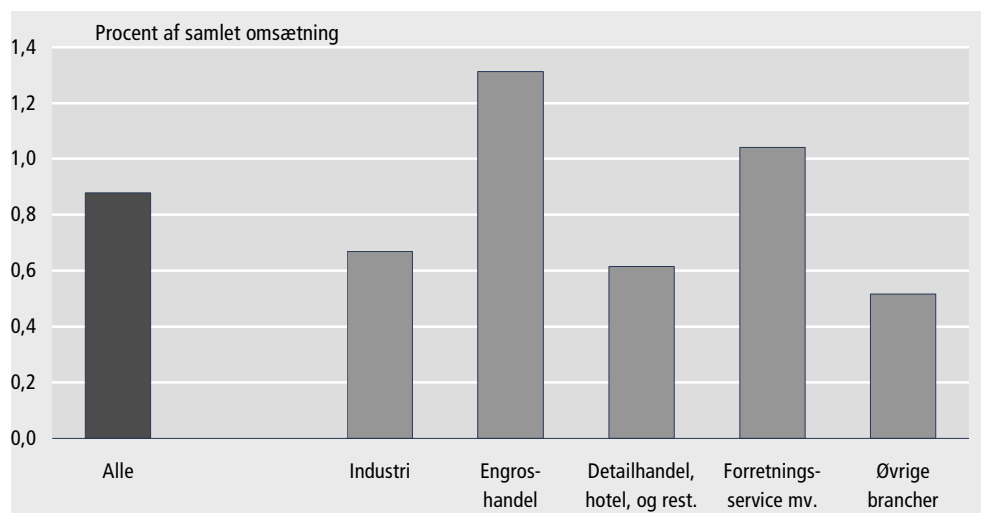
Figur 20. Internetsalgets fordeling på branchegrupper. 2000



Forskelle i intensiviteten i branchernes internetsalg

En anden betragtningssmåde er internetsalgets andel af den samlede omsætning, der, som tidligere nævnt, udgør lidt under 1 pct. for virksomhederne set under ét. Det dækker dog over nogen forskel mellem de enkelte brancher, jf. figur 21. Engros- og agenturhandel ser også hér ud til at ligge i spidsen, mens den øvrige del af Handel, hotel og restauration mv. ligger lidt under gennemsnittet sammen med Industri. Forretningservice mv. ligger lidt over gennemsnittet.

Figur 21. Internetsalgets andel af branchernes samlede omsætning. 2000



Internetsalg udgøres af et forholdsvis lille antal virksomheder og forskellene på brancheniveau kan derfor kan forskyde sig noget fremover.

Ingen forskel i salgets intensitet mellem store og små virksomheder

Der er ingen entydig forskel mellem små og store virksomheder, hvad angår internetsalgets andel af den enkelte virksomheds samlede omsætning. De store virksomheder dominerer dog beløbsmæssigt den samlede internethandel i kraft af deres større omsætning.

Typisk under 10 pct. internetsalg

Blandt virksomheder med internetsalg, udgør salget typisk under 10 pct. af den samlede omsætning, jf. oversigtstabel 2. Blandt disse virksomheder udgjorde det gennemsnitlige internetsalg 7 pct. af den samlede omsætning.

Oversigtstabel 2. Internetsalg i pct. af den enkelte virksomheds samlede omsætning, 2000

	1	2-4	5-9	10-24	25-49	50-100	1-100
	pct.						
Virksomheder med internetsalg ¹	25	23	24	23	4	2	100

¹ Tabellen omfatter virksomheder med mindst 1 pct. internetsalg.

Fordobling af internetsalg i 2001

Virksomhederne forventer kraftig stigning i salget over internet. Et forsigtigt skøn, baseret på virksomhedernes forudsigelser viser, at det samlede internetsalg i 2001 vil udgøre ca. 28 milliarder kr. Det svarer til lidt mere end en fordobling af internetsalget i forhold til 2000. Væksten fremkommer dels ved flere internetsælgerende virksomheder, dels ved et større internetsalg i den enkelte virksomhed.

Usikkert at forudsige internetsalg

Virksomhedernes forventninger til internetsalget bør kun betragtes som overordnet retningsgivende, da markedsudviklingen for elektronisk handel er svær at forudsige for den enkelte virksomhed.

7.2 Barrierer for internetsalg

Varen ikke egnet til internetsalg hos 3 ud af 10 virksomheder

Virksomheder med IT blev spurgt, hvilken betydning forskellige barrierer har for nuværende eller evt. fremtidigt internetsalg. Det forhold, at virksomhedens varer/ytelser ikke er egnet til salg via internet, mener 31 pct. er en stor barriere jf. figur 22.

Figur 22

Barrierer med stor betydning for internetsalg, 2000



Manglende kundepotentiale hos næsten hver femte

En anden grundlæggende forhindring for internetsalg er manglende kundepotentiale, som 18 pct. mener er af stor betydning. 16 pct. ser usikkerhed ved betalingsformidling som et stort problem. Barrierens betydning bekræftes i den lave andel, ca. 6 pct., der har modtaget betaling via hjemmeside. Effekten af nye betalingsløsninger, fx i forhold til Dankort, synes således ikke at være slået igennem i 2000.

Usikkerhed i aftaleindgåelse

14 pct. mener, at usikkerhed i forbindelse med aftaleindgåelse har stor betydning. 11 pct. mente at hensyn til nuværende afsætningskanaler er et stort problem, og næsten samme andel tillægger problemer med distribution/levering af de solgte varer stor betydning. Den mindste barriere synes at være omkostninger ved intern omstilling af arbejdsgange, som nævnes af 8 pct. som et stort problem.

Barrierer af mindre betydning for virksomheder med internetsalg ...

... som dog ser flere problemer med handlens gennemførelse

Hvis man alene ser på virksomheder med internetsalg, så synes de generelt at vurdere barrierernes betydning noget lavere. Det gælder - ikke overraskende - først og fremmest de grundlæggende barrierer i forhold til varernes egnethed samt kundepotentialet.

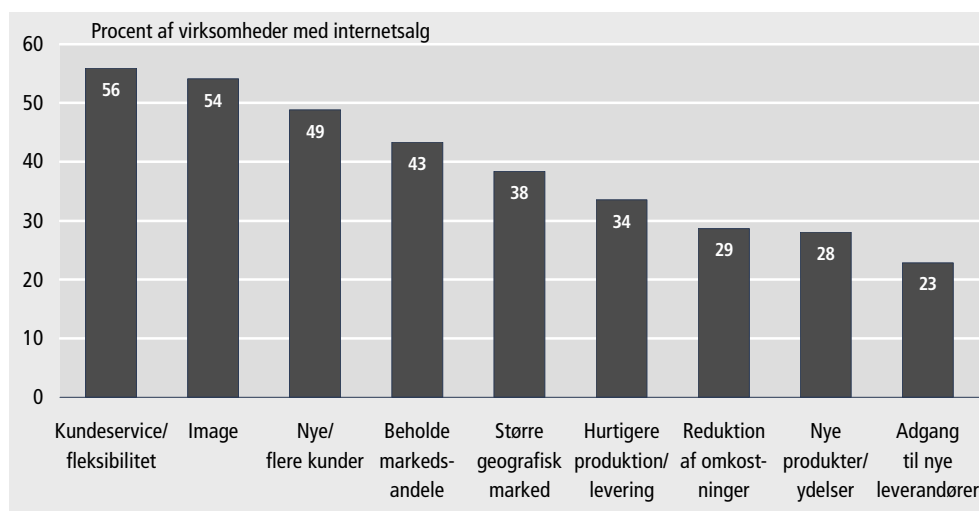
En undtagelse er usikkerhed ved betalingsformidling, som er den vigtigste barriere for virksomheder med internetsalg. En forholdsvis stort problem er også usikkerhed i forbindelse med aftaleindgåelse, som er den 3. vigtigste barriere for disse virksomheder. Virksomhederne med internetsalg lægger således større vægt på problemer i tilknytning til ordrens gennemførelse og betaling, sammenlignet med de øvrige virksomheder.

7.3 Motiver for internetsalg

Kundeservice og image vigtigste begrundelse for internetsalg

De virksomheder, der havde eller forventer at få internetsalg i 2001, blev spurgt, hvilken betydning forskellige faktorer havde for internetsalg. De to vigtigste motiver for virksomhedernes internetsalg er forbedret kundeservice samt virksomhedens image, jf. figur 23. Over halvdelen af virksomhederne tillægger disse faktorer stor betydning.

Figur 23. Motiver med stor betydning for internetsalg, 2000



Udvidelse af marked af betydning for 4 ud af 10 virksomheder

Lidt under halvdelen har nye/flere kunder som væsentligt motiv, og lidt færre, 43 pct., tillægger ønsket om at beholde markedsandele stor betydning. Et større geografisk marked er en vigtig faktor for næsten 4 ud af 10 virksomheder.

Ikke-markeds-mæssige faktorer af mindre betydning

Af de 4 faktorer med mindst betydning vedrører de 3 i mindre grad selve markedet, nemlig hurtige produktion/levering, reduktion af omkostninger samt adgang til nye leverandører. Disse faktorer har stor betydning for mellem hver tredje og fjerde virksomhed. Nye produkter ydelser tillægges stor betydning af 28 pct. af virksomhederne med internethandel.

Ingen klare forskelle på branchernes motiver

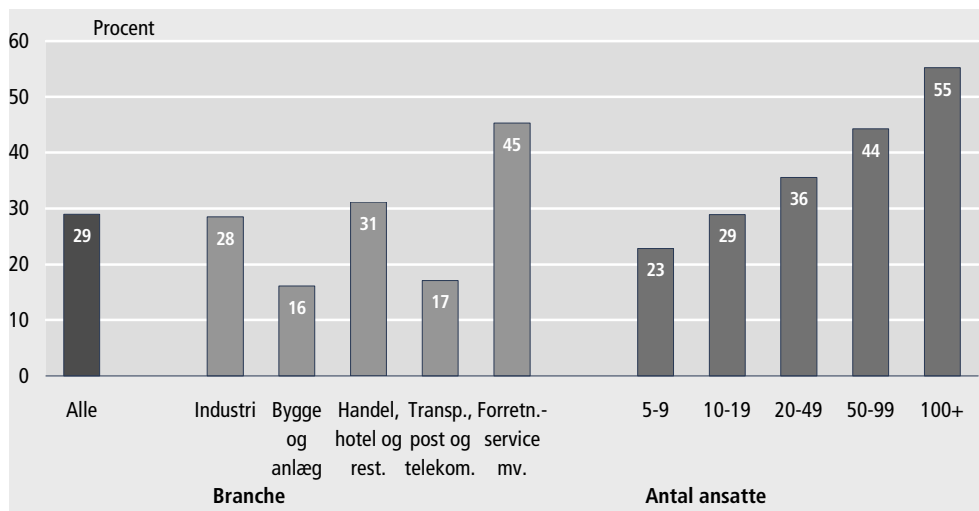
Der er ingen klar forskel på branchernes motiver til internetsalg. Som nævnt ovenfor synes de faktorer, der vedrører effektivisering af forretningsprocesser generelt at betyde mindre. En undtagelse synes at være Transport, post og telekommunikation, hvor reduktion af omkostninger samt hurtigere produktion/levering hyppigere er et vigtigt motiv.

7.4 Internetkøb

Næsten 1/3 har købt via internet

29 pct. af alle virksomheder havde købt via internettet 2000 - dvs. afgivet ordrer på hjemmesider, jf. figur 24. Virksomhederne forventede en beskedent stigning, således at 32 pct. af alle virksomheder har købt via internettet inden udgangen af 2001. Set i forhold til virksomhederne med internetadgang havde 35 pct. afgivet ordrer i 2000 med en forventet stigning til 38 pct. inden udgangen af 2001.

Figur 24. Virksomheder, der har købt via internettet. 2000



Næsten halvdelen i Forretningservice mv. køber via internettet

Det er ikke mindst virksomhederne inden for Forretningservice mv., der er aktive mht. internetkøb, idet op mod halvdelen i denne branchegruppe har købt via internettet. Industri samt Handel, hotel og restauration mv. ligger tættere på gennemsnittet, hvorimod Bygge og anlæg samt Transport, post og telekommunikation kun er halvt så tilbøjelige til internetkøb som gennemsnittet.

Internetkøb dobbelt så udbredt hos store virksomheder

Internetkøb er en del mere udbredt blandt de større virksomheder: Hvor ca. hver fjerde virksomhed med 5-9 ansatte havde købt via internet i 2000, drejede det sig om mere end hver anden virksomhed med mindst 100 ansatte.

Internetkøb typisk på under 1/10 af samlede indkøb

Virksomhederne blev også spurgt om hvor stor en del købene via internet udgør i forhold til virksomhedens samlede indkøb. De virksomheder, der kunne give et skøn, havde typisk internetkøb, der i kr. svarede til under 1/10 af virksomhedens samlede indkøb, jf. oversigtstabel 3. Næsten halvdelen af virksomhederne var ikke i stand til at give et skøn over internetkøbenes størrelse¹¹.

Oversigtstabel 3.

Internetkøb i pct. af den enkelte virksomheds samlede indkøb. 2000

	1	2-4	5-9	10-24	25-49	50-100	1-100
	pct.						
Virksomheder med internetkøb ¹	34	19	16	18	6	7	100

¹ Tabellen omfatter virksomheder med mindst 1 pct. internetkøb.

1 ud af 3 har kun internetkøb for 1 pct.

2 ud af 3 virksomheder havde internet indkøb svarende til under 10 pct. af de totale indkøb - heraf den ene trediedel kun for 1 pct. Næsten en trediedel havde et internetkøb på mindst 10 pct. Kun 13 pct. har et internetkøb svarende til mindst 25 pct. af virksomhedens samlede indkøb.

¹¹ En stor del af virksomheder med internetkøb (42 pct.) var ikke i stand til at opgøre andelen af de samlede indkøb. Når en del virksomheder ikke kan opgøre omfanget af internetkøbene, kan det skyldes decentraliserede indkøb, hvor internetkøbene ikke registreres særskilt i forhold til andre indkøbsformer. Der er ingen entydig forskel mht. branche og størrelse mellem de virksomheder, der har købt via internettet uden at kende omfanget, og de, der kender omfanget.

Små virksomheder lægger en større del af deres ordrer på internettet

Som tidligere nævnt (figur 24.) er der relativt færre små virksomheder, der køber ind via internettet. Disse er imidlertid tilbøjelige til at lægge en større del af ordrene på internettet, sammenlignet med større virksomheder. Hvis man blandt virksomheder med internetkøb fx ser på den del, der afgiver mindst 1/10 af ordrene via internettet, så drejer det sig om hele 36 pct. af virksomhederne med 5-49 ansatte mod 20 pct. af virksomhederne med mindst 50 ansatte.

7.5 Køb og salg via specialiserede internetmarkedspladser

I gennem de seneste par år er der opstået specialiserede markedspladser på internettet, hvor virksomheder kan handle indbyrdes. Der kan fx være tale om salgs-portaler eller indkøbsfællesskaber inden for bestemte brancher.

Hver 4. med internetkøb har købt via specialiseret markedsplads

De virksomheder der havde købt via internettet, blev spurgt, om de havde foretaget indkøb hos andre virksomheder gennem sådanne specialiserede internetmarkedspladser¹². 25 pct. af virksomhederne med internetkøb havde foretaget sådanne indkøb¹³. De 25 pct. svarer til 7 pct. af alle virksomheder med mindst 5 ansatte.

Hver 7. med internetsalg har solgt via specialiseret markedsplads

På udbudssiden havde 15 pct. af virksomhederne med internetsalg solgt via specialiserede internetmarkedspladser. Det svarer til 1,5 pct. af alle virksomheder med mindst 5 ansatte. Der er m.a.o. tale om en salgform, der ikke på nuværende tidspunkt er særlig udbredt.

8. EDI og EDI-handel

8.1 Virksomheder med EDI

Hvad er EDI?

EDI - Electronic Data Interchange - er overførsel af blanketlignende forretningsdokumenter m.m. direkte fra et edb-system til et andet¹⁴, fx fakturerer fra leverandør til kunde. Transportvejen for meddelelserne kan være såvel leverandør-specifikke data-net som internettet.

EDI udbredt hos store virksomheder

15 pct. af alle virksomheder med mindst 5 ansatte havde EDI i 2000¹⁵, jf. figur 25. Udbredelsen stiger markant med virksomhedernes størrelse. Således anvender næsten hver anden virksomhed med mindst 100 ansatte EDI.

Engros- og detailhandel samt Nærings- og nydelsesmiddelindustrien i spidsen med EDI

Brancheforskellene er ikke markante, når man ser på alle størrelsesgrupper. Ser man imidlertid bort fra de mindre virksomheder med 5-19 ansatte ligger 3 brancher markant over gennemsnittet, nemlig *Nærings- og nydelsesmiddelindustri*, *Engros- og agenturhandel* samt *Detailhandel og reparationsvirksomhed*. *Handel med biler mv.* og *Transport, post og telekommunikation* ligger noget over gennemsnittet, - stadig blandt virksomheder med mindst 20 ansatte.

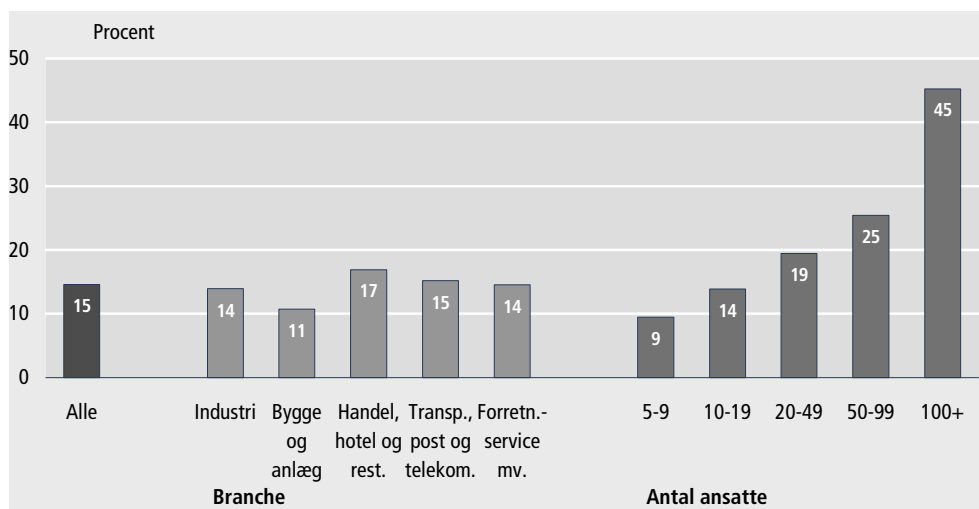
¹² Ved specialiserede internetmarkedspladser forstås, at markedspladsen enten omfatter en bestemt type varer eller retter sig mod afgrænsede kundegrupper. Flere virksomheder skal være repræsenteret på siden.

¹³ 45 pct. havde ikke og 30 pct. var i tvivl.

¹⁴ Af hensyn til den maskinelle behandling baserer dokumenterne sig på aftalte meddelelsesformater. I denne undersøgelse er EDI afgrænset til meddelelser baseret på såkaldte EDIFACT-standarder.

¹⁵ Andelen er noget lavere end forrige års andel (28 pct.) Faldet skyldes først og fremmest, at undersøgelsen er udvidet til at omfatte små virksomheder med 5-9 ansatte.

Figur 25. Virksomheder med EDI

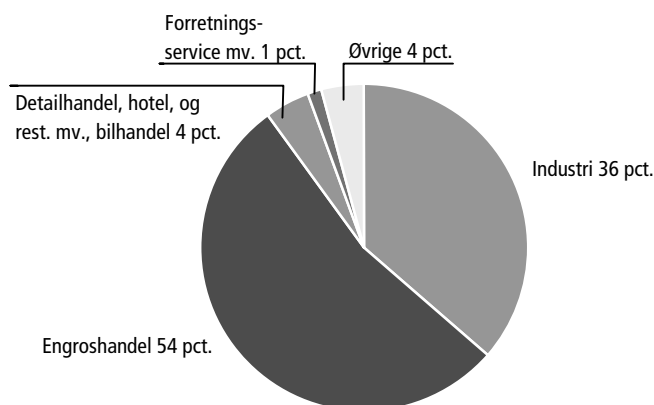


8.2 EDI-handel

EDI-handel Det samlede EDI-salg, udgjorde skønsmæssigt 60 milliarder kr. i 2000. Ved EDI-salg forstås ordrer modtaget via EDI i EDIFACT-formatet¹⁶.

Engroshandel og Industri står for 9/10 af EDI-omsætningen Fordeles det samlede EDI-slag på brancher, ser man, at over halvdelen af omsætningen fra EDI-salg ligger i *Engros- og agenturhandel*, jf. figur 26. Industri-erhvervene tegner sig for mere end en trediedel af EDI-salget, hvilket er noget mere end Industriens andel af internetsalg (jf. afsnit 7.1 Internetsalg).

Figur 26. EDI-salgets fordeling på branchegrupper. 2000



De øvrige handels erhverv ligger lavt Den resterende del af handelserhvervene - *Detailhandel, hotel og restauration mv.* samt *handel med biler* står for en langt mindre andel, nemlig 4 pct. af EDI-salget. Disse branchers relativt lave andel af EDI-salget skyldes at EDI-handelen altovervejende foregår indbyrdes mellem virksomheder. Således finder egentlig detailsalg via EDI formentlig kun sted i et yderst begrænset omfang. De øvrige erhverv, Bygge og anlæg samt Transport, post og telekommunikation har også en lav andel af EDI-omsæt-

¹⁶ Internet-baserede formater, fx såkaldt browser-EDI, er medregnet under internet-salg.

ningen¹⁷. EDI-salg har stort set ingen betydning i Forretningsservice mv., der kun tegner sig for 1 pct. af EDI-salget.

- Få virksomheder med EDI-køb* Virksomhederne blev også bedt om at angive hvor stor en del af deres indkøb, målt i kr., der blev foretaget via EDI. Købsiden af EDI synes at være koncentreret på forholdsvis få virksomheder. Kun ca. 3 pct. af virksomhederne kunne med sikkerhed sige, at de købte ind via EDI i 2000. Til gengæld foretog næsten 40 pct. af disse virksomheder mere end halvdelen af deres indkøb via EDI.
- Flest i Detailhandel med EDI-køb* Virksomhederne i *Detailhandel* synes at være lidt mere tilbøjelige end de øvrige brancher til at foretage EDI-køb, samtidigt med at branchens virksomheder hyppigere foretager mere end halvdelen af indkøbene via EDI. Disse tal er dog forbundet med en del usikkerhed pga. det lille antal virksomheder med EDI-køb.

9. Om undersøgelsen

- Datagrundlag* Virksomhedernes besvarelser er indsamlet november 2000 i en frivillig, spørgeskema-baseret undersøgelse. 3.357 virksomheder indgår i datagrundlaget, svarende til en besvarelsesprocent på 67 pct.¹⁸. Besvarelserne repræsenterer i sig selv 36 pct. af Danmarks samlede beskæftigelse i de private byerhverv.
- Stikprøvens sammensætning* Stikprøven er i 2000 udvidet og består nu af virksomheder med mindst 5 fuldtidsansatte. Hovedparten af brancherne i de private byerhverv er repræsenteret i populationen¹⁹. De udeladte branchegrupper er *Genbrug af affaldsprodukter* samt *El- gas og varmforsyning*. Brancher, der er helt eller delvist fritaget fra moms, er ikke inkluderet i de private byerhverv. Det drejer sig primært om den finansielle sektor samt persontransport.
- Stikprøvens udvælgelse* Der er foretaget en stratificeret tilfældig udvælgelse efter antal fuldtidsansatte og branche. Populationen udgøres af virksomheder i det Erhvervsstatistiske Registersystem, som var aktive på udtrækningstidspunktet. Som tællingsenhed er valgt den juridiske enhed svarende til virksomhedens CVR-nummer.
- Svarprocent fordelt på branche og størrelse* Der er ingen brancher eller størrelsesgrupper, der afviger mærkbart fra den gennemsnitlige svarprocent, jf. oversigtstabel 4.

Oversigtstabel 4.

Svarprocent samt antal besvarelser fordelt på branche- og størrelsesgrupper

	Svarprocent	Antal besvarelser
Alle virksomheder	67	3357
Branchegruppe (DB93, 9-standard)		
Industri (15-36)	68	1109
Bygge og anlæg (45)	65	342
Handel, hotel og restauration mv. (50-55)	67	1068
Transport, post og telekomm. (60-64)	65	196
Forretningsservice mv. (70-93)	66	642
Antal fuldtidsansatte		
5-9	62	652
10-19	67	612
20-49	69	704
50-99	64	519
100 og derover	70	870

¹⁷ Dele af transportsektoren anvender imidlertid EDI i andre forbindelser, fx til udveksling af told- og forsendelsesdokumenter.

¹⁸ Hvis man ser bort fra firmaer, der viste sig at være inaktive ved undersøgelsestidspunktet, er svarprocenten 68.

¹⁹ Det drejer sig om følgende (DB93, to første cifre): 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 45, 50, 51, 52, 55, 60, 61, 63, 64, 70, 71, 72, 74, 93.

<i>Opregning</i>	Undersøgelsens resultater er <i>opregnede</i> ²⁰ til 100% dækning af de undersøgte brancher og størrelsesgrupper. Herved er der bl.a. taget højde for forskelle i antallet af besvarelser fra de enkelte grupper. Et andet formål med opregningen er at kunne give et skøn over antallet af samtlige virksomheder i populationen, der anvender en given teknologi.
<i>Opregnet population</i>	Undersøgelsens population består af 34.550 virksomheder, hvilket svarer til antallet af virksomheder i de undersøgte brancher/størrelsesgrupper. Baseret på opregning af stikprøven, har 31.433 virksomheder IT. 28.930 virksomheder forventes at have internet med udgangen af 2001.
<i>Stikprøve-usikkerhed</i>	Da undersøgelsen er stikprøvebaseret, er alle tal forbundet med en vis usikkerhed i form af tilfældig variation. Det gælder i særlig grad resultater fra de mest detaljerede brancheopgørelser, hvor tallene overvejende skal betragtes som retningsgivende.
<i>Sammenligning med forrige år</i>	Stikprøven er i 2000 udvidet til også at omfatte virksomheder med 5-9 fuldtidsansatte. Disse små virksomheder udgør antalsmæssigt næsten halvdelen af den undersøgte population, hvilket betyder, at tallene for den gennemsnitlige IT-anvendelse umiddelbart er lavere sammenlignet med forrige års undersøgelse. Inden for de enkelte størrelsesgrupper ses imidlertid en stigning i IT-anvendelsen. Endvidere er IT-anvendelsen i de forskellige områder som hovedregel sat i forhold til 'alle virksomheder', dvs. inklusive de, der ikke anvender IT.
<i>Forudsigelser af IT-anvendelse i 2001.</i>	2000 og 2001 refererer til IT-anvendelsen ved udgangen af årene. Alle tal vedrørende 2001 baserer sig på virksomhedernes forudsigelser på undersøgelsestidspunktet ²¹ . Det skal bemærkes at virksomhederne i de tidligere undersøgelser overvurderede IT-væksten på en del områder.
<i>PC-brugere og internetbrugere</i>	Andelene af pc-brugere/internetbrugere er udregnet i forhold til antal fuldtidsansatte. Det er her antaget, at andelen af pc-brugere blandt fuldtidsansatte svarer til andelen af pc-brugere blandt beskæftigede i alt i virksomheden.
<i>Mere information</i>	Der er mulighed for, på servicebasis, at købe mere detaljerede oplysninger om virksomhederernes anvendelse af informationsteknologi.
<i>Henvendelse</i>	Martin Lundø, tlf. 39 17 38 73, mlu@dst.dk.

En lignende opgørelse for 1999 er offentliggjort i indeværende serie 2000:8.

²⁰ Ved opregning forstås, at hver virksomhed der deltager i undersøgelsen er tildelt en vægt, som modsvarer forholdet mellem besvarelser og population i en given gruppe. Hver virksomhed i stikprøven repræsenterer således et antal virksomheder i populationen. De opregnede tal er således forbundet med almindelig stikprøveusikkerhed og repræsenterer alene de grupper, der indgår i undersøgelsen (se stikprøvens udvælgelse). Der er foretaget opregning ud fra såvel antal virksomheder som beskæftigelse og omsætning.

²¹ Antallet af virksomheder med eksempelvis internet i 2001 er beregnet ved at sammenlægge virksomheder med internet i 2000 med de, der forventede at indføre internet i 2001. En virksomhed kunne tænkes på undersøgelsestidspunktet 2000 at have adgang til internet, for senere at afskaffe det i 2001. Det er vurderet, at sådanne virksomheder antalsmæssigt ikke udgør nogen væsentlig fejlkilde i beregningen.

10. Supplerende tabeller

Tabel 1. Internetanvendelse generelt

	Branche						Antal ansatte				
	Alle virksomheder ¹	Industri	Bygge og anlæg	Handel, hotel og rest. mv.	Transport, post og telekom.	Forretningsservice mv. ²	5-9	10-19	20-49	50-99	100+
	pct.										
Informationssøgning på hjemmesider											
2000	88	91	79	86	88	95	85	87	92	94	98
2001, forventet	91	94	82	91	90	96	88	92	94	97	99
Konkurrentovervågning											
2000	42	44	24	45	37	51	36	40	45	57	71
2001, forventet	44	46	25	47	41	51	37	43	48	62	72
Information fra/til offentlige myndigheder											
2000	58	58	48	52	67	77	53	56	64	73	77
2001, forventet	63	62	52	57	73	81	56	62	68	79	82
Finansielle transaktioner											
2000	69	72	68	67	69	71	68	69	72	72	67
2001, forventet	75	77	72	75	73	78	74	75	77	80	74
Rekruttering af personale											
2000	29	30	14	29	22	45	20	27	36	48	69
2001, forventet	32	32	17	32	24	48	23	30	39	52	73

¹ n=3.091 (virksomheder med internetadgang inden udgangen af 2001)

² Forretningsservice mv. består af forretningsservice, ejendomsmæglervirksomhed samt anden servicevirksomhed

Tabel 2. Internetanvendelse – virksomheden som kunde

	Branche						Antal ansatte				
	Alle virksomheder ¹	Industri	Bygge og anlæg	Handel, hotel og rest. mv.	Transport, post og telekom.	Forretningsservice mv. ²	5-9	10-19	20-49	50-99	100+
	pct.										
Informationssøgning på leverandøreres hjemmesider											
2000	71	79	60	69	69	74	65	69	77	81	88
2001, forventet	74	84	64	74	72	75	68	76	80	86	91
Modtagelse af varer/ydelser i digital form											
2000	48	53	34	46	33	66	43	50	50	54	67
2001, forventet	52	57	37	51	34	68	46	54	55	62	74
Afgivelse af ordre via hjemmeside											
2000	35	34	21	36	24	50	30	34	38	46	56
2001, forventet	38	36	24	40	27	52	32	37	42	49	60
Betaling on-line via hjemmeside											
2000	17	16	9	16	7	33	15	16	18	24	32
2001, forventet	19	17	10	19	7	34	16	18	20	27	35

¹ Se note 1 til tabel 1.

² Se note 2 til tabel 1.

Tabel 3. Internetanvendelse – virksomheden som leverandør

	Alle virksomheder ¹	Branche					Antal ansatte				
		Industri	Bygge og anlæg	Handel, hotel og rest. mv.	Transport, post og telekom.	Forretnings-service mv. ²	5-9	10-19	20-49	50-99	100+
	pct.										
Hjemmesider											
2000	62	67	45	65	53	68	52	62	74	80	87
2001, forventet	79	83	69	80	72	82	71	80	85	93	96
Markedsføring via egen hjemmeside											
2000	58	62	39	62	50	66	49	58	69	76	84
2001, forventet	74	79	63	76	66	80	67	75	82	89	93
Adgang til database for kunder mv.											
2000	23	22	13	29	16	27	19	25	28	26	33
2001, forventet	37	38	21	43	28	42	29	39	43	48	58
Modtagelse af ordre via egen hjemmeside											
2000	24	18	18	31	23	25	21	26	29	25	25
2001, forventet	37	36	26	44	35	36	32	37	43	46	48
Modtagelse af betaling via hjemmeside											
2000	6	5	2	8	3	7	3	8	8	6	8
2001, forventet	13	14	5	17	13	11	10	14	17	18	20
Salg af varer/ytelser i digital form											
2000	7	6	1	8	3	12	6	7	7	7	12
2001, forventet	12	13	4	14	7	16	10	11	13	19	22
Kundeservice/support efter salg											
2000	18	20	9	21	14	22	16	18	22	20	31
2001, forventet	30	34	16	34	22	32	26	27	33	40	54

¹ Se note 1 til tabel 1.² Se note 2 til tabel 1.

Tabel 4. Barrierer for brug af IT

	Alle virksomheder ¹	Branche					Antal ansatte				
		Industri	Bygge og anlæg	Handel, hotel og rest. mv.	Transport, post og telekom.	Forretningsservice mv. ²	5-9	10-19	20-49	50-99	100+
pct.											
IT-udgifter højere end forventet											
Ingen	21	21	16	19	17	33	20	21	22	25	28
Nogen	40	45	32	43	29	38	35	38	47	54	57
Stor	11	9	9	14	13	11	11	12	14	14	10
Ved ikke/ikke relevant	28	25	42	24	40	18	35	29	18	7	5
For hurtig introduktion af nye versioner af eksisterende software											
Ingen	18	16	16	17	14	27	16	18	20	24	30
Nogen	37	39	28	39	31	40	32	36	43	46	50
Stor	14	15	11	16	11	13	13	14	16	19	13
Ved ikke/ikke relevant	31	30	44	28	44	19	39	32	21	11	6
Fejl i modtaget software											
Ingen	26	24	22	25	20	35	24	25	27	28	33
Nogen	29	30	18	31	26	33	24	27	36	44	44
Stor	12	12	9	14	7	14	9	13	15	16	16
Ved ikke/ikke relevant	34	34	50	30	47	19	42	35	23	13	7
Manglende fleksibilitet hos IT-leverandørerne											
Ingen	20	21	15	20	21	26	18	18	24	26	32
Nogen	30	30	21	34	21	38	26	29	37	43	47
Stor	14	13	11	16	12	15	11	16	16	18	13
Ved ikke/ikke relevant	36	36	54	30	46	22	44	37	23	13	7
Mangel på IT-kvalificeret personale i virksomheden											
Ingen	22	19	19	20	19	34	19	23	23	29	33
Nogen	33	36	23	38	23	35	30	33	39	44	46
Stor	17	16	16	20	17	12	17	15	19	18	14
Ved ikke/ikke relevant	28	29	43	22	41	18	35	29	19	9	6
Svært at rekruttere IT-kvalificerede medarbejdere											
Ingen	21	19	15	20	21	30	18	20	23	28	33
Nogen	21	22	11	25	14	24	15	21	26	35	41
Stor	10	11	6	12	9	14	10	9	13	16	14
Ved ikke/ikke relevant	48	48	68	44	56	32	57	50	38	21	12
Intern modstand blandt medarbejderne mod brug af IT											
Ingen	47	50	31	48	43	59	43	45	53	58	63
Nogen	18	16	16	22	13	19	15	18	24	29	28
Stor	4	4	4	5	3	3	4	5	4	3	3
Ved ikke/ikke relevant	31	30	49	25	41	19	39	33	19	10	5
Mangler opdateret IT-strategi											
Ingen	24	23	14	23	23	39	19	24	29	36	49
Nogen	28	30	25	32	21	26	24	29	34	37	38
Stor	9	10	8	9	8	7	8	9	10	13	6
Ved ikke/ikke relevant	39	37	53	36	48	27	49	38	26	15	8

¹ n=3.357 virksomheder (alle besvarelser).² Se note 2 til tabel 1.

Tabel 5. Barrierer for generel brug af internet

	Alle virksomheder ¹	Branche					Antal ansatte				
		Industri	Bygge og anlæg	Handel, hotel og rest. mv.	Transport, post og telekom.	Forretningsservice mv. ²	5-9	10-19	20-49	50-99	100+
pct.											
For få fordele ved internet											
Ingen	28	26	20	26	28	46	26	26	32	39	46
Nogen	32	32	31	34	30	28	29	33	36	32	34
Stor	10	12	9	12	11	7	10	10	11	11	10
Ved ikke/ikke relevant	30	30	40	29	32	19	35	31	20	18	10
Risiko for hacking, virus o.l.											
Ingen	18	17	16	17	17	23	19	17	16	17	20
Nogen	34	36	30	36	26	35	30	33	41	42	49
Stor	26	27	22	25	35	30	25	26	29	31	26
Ved ikke/ikke relevant	22	21	32	22	21	11	26	25	14	10	5
For teknisk kompliceret											
Ingen	41	41	34	40	34	55	38	37	47	53	63
Nogen	32	32	27	35	37	30	32	32	31	33	28
Stor	6	7	6	6	8	4	6	7	6	5	3
Ved ikke/ikke relevant	21	20	32	19	21	12	24	23	16	10	6
Udgifter til hardware/software											
Ingen	31	30	22	27	28	49	29	28	33	36	44
Nogen	40	42	39	41	39	35	38	41	41	45	43
Stor	10	10	9	13	10	7	10	10	13	11	7
Ved ikke/ikke relevant	19	18	30	19	22	9	23	21	13	8	5
Udgifter til udvikling m.m. af hjemmesider											
Ingen	20	21	15	17	26	29	19	19	23	25	31
Nogen	42	46	32	45	38	43	37	46	45	50	53
Stor	16	14	16	19	9	15	17	13	18	15	11
Ved ikke/ikke relevant	22	19	37	19	27	13	27	22	14	10	6
Udgifter til datakommunikation											
Ingen	37	39	28	35	33	49	32	35	42	45	55
Nogen	36	39	34	38	34	33	36	37	36	39	35
Stor	8	5	6	9	11	9	9	7	7	8	6
Ved ikke/ikke relevant	19	18	32	18	22	9	23	21	14	8	5
For megen tabt arbejdstid ved brug											
Ingen	32	30	24	31	36	46	30	31	37	39	47
Nogen	35	41	34	35	33	31	34	34	37	42	41
Stor	10	8	8	13	12	10	11	11	10	8	6
Ved ikke/ikke relevant	22	21	34	21	20	13	26	24	16	11	6
Datakommunikation for langsom/ustabil											
Ingen	30	31	21	29	26	43	26	29	35	36	50
Nogen	33	30	31	36	29	36	34	30	34	40	36
Stor	11	12	8	12	8	11	10	11	13	11	8
Ved ikke/ikke relevant	26	27	40	23	37	10	30	30	18	13	6

¹ n=3.231 (virksomheder med IT).² Se note 2 til tabel 1.

Tabel 6. Barrierer for elektronisk handel

	Alle virksomheder ¹	Branche					Antal ansatte				
		Industri	Bygge og anlæg	Handel, hotel og rest. mv.	Trans-port, post og telekom.	Forret-nings-service mv. ²	5-9	10-19	20-49	50-99	100+
pct.											
Virksomhedens varer/ytelser ikke egnet til salg via internet											
Ingen	16	14	10	21	20	14	16	17	15	17	19
Nogen	22	25	17	26	22	16	20	23	25	22	30
Stor	31	31	33	26	27	38	29	27	34	43	40
Ved ikke/ikke relevant	31	30	40	27	31	31	35	34	26	17	11
Kundepotentialet er for lille											
Ingen	20	19	12	24	14	25	17	21	24	25	30
Nogen	25	25	20	28	33	20	25	25	23	30	30
Stor	18	21	22	16	14	17	18	15	21	20	21
Ved ikke/ikke relevant	37	35	45	32	39	38	41	39	32	25	18
Usikkerhed ved betalingsformidling											
Ingen	21	23	12	21	17	30	18	20	25	28	34
Nogen	21	20	20	25	23	18	20	21	22	29	27
Stor	16	18	16	16	18	10	16	14	17	16	15
Ved ikke/ikke relevant	42	39	52	38	42	42	46	45	35	27	24
Usikkerhed i forbindelse med aftaleindgåelse, garanti, betingelser osv.											
Ingen	20	19	10	21	23	26	17	19	22	26	32
Nogen	24	26	23	25	24	21	21	25	26	31	32
Stor	14	16	15	14	14	11	15	12	15	16	15
Ved ikke/ikke relevant	42	39	52	39	39	42	47	43	37	27	21
Omkostninger ved intern omstilling af arbejdsgange											
Ingen	28	26	18	29	28	38	28	26	30	30	33
Nogen	25	30	21	29	24	17	21	26	27	36	39
Stor	8	10	10	8	7	6	8	8	10	10	10
Ved ikke/ikke relevant	38	34	51	34	41	39	43	40	33	24	18
Problemer med distribution/ levering af de solgte varer											
Ingen	32	37	16	36	35	32	28	31	36	40	45
Nogen	14	15	12	16	8	11	12	13	14	19	22
Stor	10	10	12	10	7	9	10	9	10	10	11
Ved ikke/ikke relevant	45	39	60	38	50	49	49	46	40	31	23
Hensyn til nuværende afsætningskanaler											
Ingen	29	27	17	30	35	39	27	28	31	33	34
Nogen	16	20	13	18	9	11	12	17	18	21	24
Stor	11	16	9	13	7	5	9	10	13	17	21
Ved ikke/ikke relevant	44	38	61	39	50	45	51	45	38	29	21

¹ n=3.231 (virksomheder med IT).² Se note 2 til tabel 1.