

## Danske virksomheders brug af it 2001

Adgangen til internet har nået et nyt højdepunkt i 2001 med 9 ud af 10 virksomheder mod 8 ud af 10 i 2000. Tilsvarende har 6 ud af 10 egen hjemmeside i 2001 mod 5 ud af 10 i 2000. Internetsalget udgjorde ca. 13 mia kr. i 2001, hvilket svarer til lidt under 1 pct. af virksomhedernes samlede omsætning.

Statistikken beskriver Danske virksomheders brug af it i 2001. Følgende områder er dækket: Udbredelse og anvendelse af it generelt, internet og EDI. Elektronisk handel og dens omfang opgøres i forhold til bl.a. brancher og kundegrupper. Endelig indgår barrierer for anvendelse af it, internet og elektronisk handel.

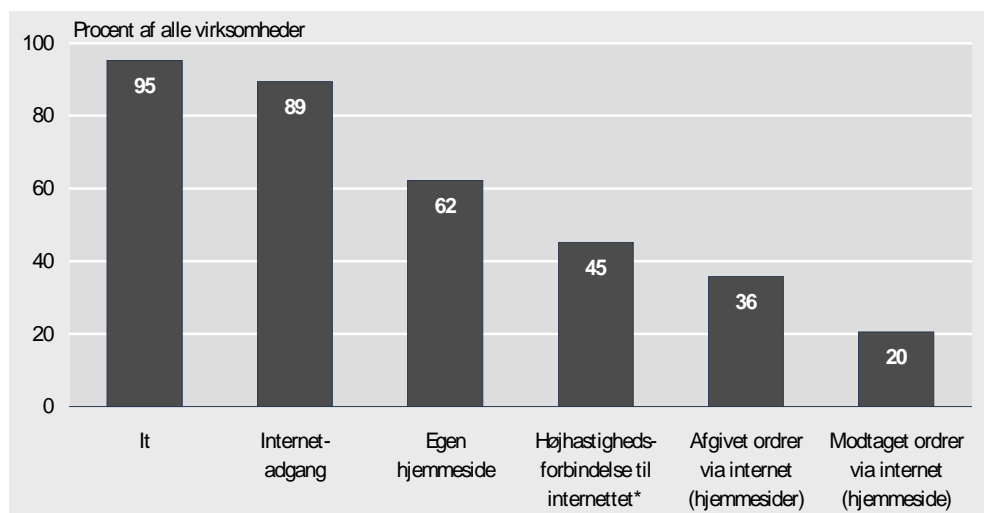
Virksomhedernes besvarelser er indsamlet november 2001 i en frivillig, spørgeskemabaseret undersøgelse. Spørgeskemaet blev besvaret af 3.327 firmaer med mindst 5 ansatte inden for hovedparten af de private byerhverv.

### 1. Indledning

*Nyt højdepunkt i udbredelsen af internet og hjemmesider*

9 ud af 10 virksomheder med mindst 5 ansatte havde internetadgang med udgangen af 2001, og 6 ud af 10 virksomheder havde egen hjemmeside (figur 1). Udbredelsen af internet såvel som hjemmeside er steget i forhold til 2000, hvor 8 ud af 10 havde internetadgang og 5 ud af 10 hjemmeside. Virksomhederne forventer ikke mærkbar vækst i 2002 mht. internetadgang, hvorimod 7 ud af 10 forventer at have hjemmeside med udgangen af 2002.

Figur 1 Virksomhedernes brug af it. 2001



\* Fast bredbånd, ADSL o.l. eller trådløs forbindelse

Anm. 2001 refererer til udgangen af året. Virksomheder med mindst 5 fuldtidsansatte.

*Næsten halvdelen af virksomhederne har højhastighedsforbindelse*

Hurtige forbindelser til internettet findes hos næsten hver anden virksomhed i form af bredbånd, ADSL o.l. eller trådløs forbindelse. Udbredelsen stiger kraftigt med virksomhedernes størrelse - blandt virksomheder med mindst 100 ansatte har hele 85 pct. højhastighedsforbindelse.



*Hver femte har modtaget  
ordrer via internet*

Mere end hver tredje har købt via internettet og omtrent hver femte har solgt via hjemmeside, jf. figur 1. Det er dog typisk en begrænset del af omsætningen, der hentes via internet. Hver tredje virksomhed med internetsalg har integreret salget med et eller flere af virksomhedens it-systemer. De store virksomheder er generelt mere aktive mht. brugen af hjemmesider og elektronisk handel. Salg via EDI er mere end fem gange så stort som internetsalget.

*Baggrund for  
undersøgelsen*

Ovenstående er hovedkonklusionerne i den fjerde undersøgelse af danske virksomheders brug af informationsteknologi, gennemført af Danmarks Statistik i november 2001. Undersøgelsen er foretaget i samarbejde med Ministeriet for Videnskab, Teknologi og Udvikling og EU's statistiske kontor Eurostat.

## **1.1. Indhold**

	Side
1. Indledning .....	1
2. Brug af it .....	3
3. Internetadgang .....	5
4. Hjemmesider .....	8
5. Intranet og ekstranet .....	10
6. Anvendelse af internet .....	11
7. Elektronisk handel via internettet .....	15
8. EDI og EDI-handel .....	20
9. Om undersøgelsen .....	22
10. Yderligere oplysninger .....	23
11. Supplerende tabeller .....	24

## 2. Brug af it

### 2.1 Virksomheder med it

*Stort set alle virksomheder bruger it*

Flere end 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 96 pct. af virksomhederne med 10-19 ansatte og 93 pct. i gruppen med 5-9 ansatte.

Oversigtstabel 1.

#### Virksomheder med it, fordelt efter antal fuldtidsansatte. 2001

	Alle	5-9	10-19	20-49	50-99	100+
Virksomheder med it	95	93	96	99	100	100

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

*Udbredelsen af it falder med antallet af ansatte*

Undersøgelsen omfatter ikke it i virksomheder med under 5 ansatte. Imidlertid ses en svagt faldende tendens jo færre ansatte, inden for gruppen af virksomheder med 5-9 ansatte. Det må derfor antages, at udbredelsen af it, falder lidt yderligere blandt virksomheder med under 5 ansatte - i det mindste for en del af branchernes vedkommende.

*Næsten alle medarbejdere arbejder i virksomheder med it*

Antallet af virksomheder uden it svarer til ca. 5 pct. af alle virksomheder, men disse virksomheder repræsenterer imidlertid kun 1-2 pct. af den samlede beskæftigelse blandt virksomheder med mindst 5 ansatte.

### 2.2 Pc-brugere blandt medarbejderne

*Mere end hver anden ansat bruger pc*

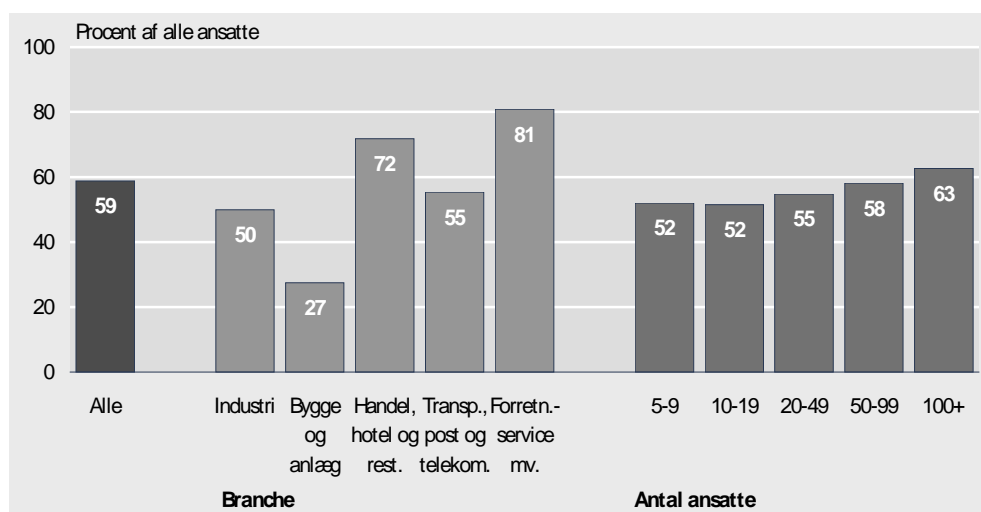
Pc-brugere udgør ca. 59 pct. af alle ansatte i de undersøgte brancher (figur 2). Selv om næsten alle virksomheder bruger it, er der forskel på hvor stor en del af medarbejderne, der bruger it.

*8 ud af 10 ansatte i Forretningsservice mv. bruger pc*

Topscoreren blandt branchegrupperne er Forretningsservice mv., hvor 8 ud af 10 medarbejdere bruger pc. Derefter kommer Handel, hotel og restaurant samt Industri med ca. 5 ud af 10 og endelig Bygge og anlæg, hvor lidt mere end hver fjerde ansat bruger pc.

Figur 2

#### Andel pc-brugere blandt alle ansatte. 2001



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

*Lidt flere pc-brugere i de store virksomheder*

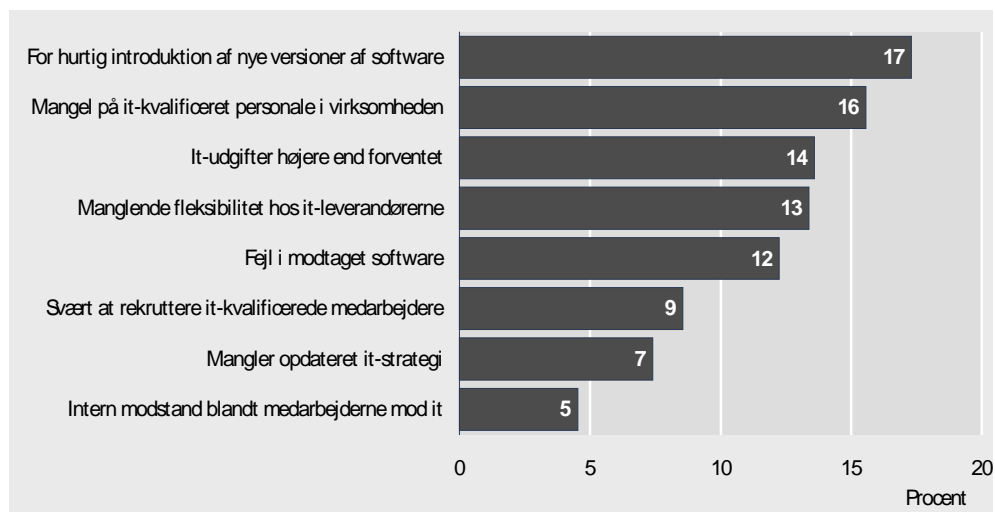
Der er en tendens til, at andelen af pc-brugere falder jo mindre virksomhederne er. Således er det ca. 52 pct. af medarbejderne i virksomhederne med under 20 ansatte, der anvender pc mod 63 pct. blandt virksomheder med mindst 100 ansatte.

## 2.3 Barrierer for brug af it

*For hurtig introduktion af ny software stort problem*

Den vigtigste barriere for brug af it er ifølge virksomhederne for hurtig introduktion af ny software - 17 pct. vurderer dette til at være af stor betydning (figur 3). På andenpladsen kommer mangel på it-kvalificeret personale i virksomheden, som er af stor betydning for 16 pct.

Figur 3 **Barrierer med stor betydning for brug af it. 2001**



*Problemer med it-leverancer*

It-udgifter, der er højere end forventet, er et stort problem for 14 pct. af virksomhederne. Dernæst kommer manglende fleksibilitet hos it-leverandørerne - 13 pct. - samt fejl i modtaget software med 12 pct. 4 af de 5 vigtigste it-barrierer berører således it-produkter og -leverancer i modsætning til de mere interne årsager i virksomhederne.

*Hver tiende virksomhed har svært ved at rekruttere it-medarbejdere*

9 pct. mener, at det er svært at rekruttere it-kvalificerede medarbejdere. Lidt færre, 7 pct., mener, at mangel på opdateret it-strategi er et stort problem for virksomheden. Den mindste barriere er intern modstand blandt medarbejderne mod it, som kun 5 pct. anser for at være af stor betydning.

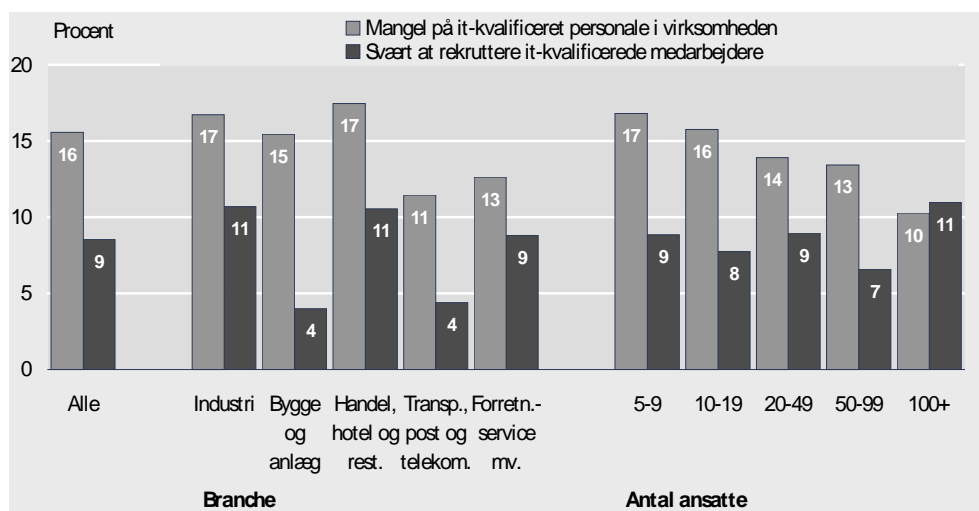
## 2.4 Mangel på it-kvalifikationer

To af de førnævnte it-barrierer vedrører mangel på it-kvalifikationer, nemlig

- Mangel på it-kvalificeret personale i virksomheden
- Svært at rekruttere it-kvalificerede medarbejdere

Mangel på it-kvalificeret personale i virksomheden vurderes generelt noget højere af virksomhederne end rekrutteringsproblemer, jf. figur 4. Det gør sig især gældende i brancher som Bygge og anlæg samt Transport, post og telekommunikation, hvor rekrutteringsproblemer har en mindre betydning.

Figur 4 Virksomheder hvor mangel på it-kvalifikationer har stor betydning. 2001



Små virksomheder har størst mangel på interne it-kvalifikationer

Omvendt mindskes forskellen mellem de to barrierer hos de store virksomheder, der sjældnere har problemer med mangel på it-kvalificeret personale i virksomheden. De største virksomheder med mindst 100 ansatte, er den eneste gruppe, hvor rekrutteringsproblemer vurderes højere end mangel på it-personale.

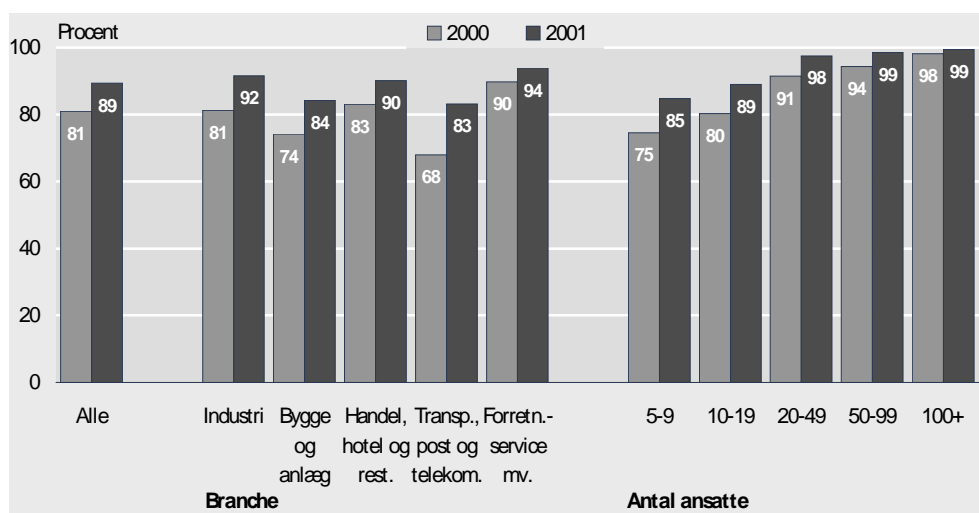
### 3. Internetadgang

#### 3.1 Virksomheder med internetadgang

Forsat stigning i internetadgangen

Næsten 9 ud af 10 virksomheder med mindst 5 ansatte havde adgang til internettet med udgangen af 2001 mod 8 ud af 10 i 2000 (se figur 5). Der er tale om en stigning i alle branchegrupper, men størst i Transport, post og telekommunikation, der steg fra 68 pct. i 2000 til 83 pct. i 2001.

Figur 5 Virksomheder med adgang til internettet. 2000 og 2001



Så godt som alle større virksomheder har internetadgang

Stigningen i internetadgangen har først og fremmest fundet sted blandt de mindre virksomheder med under 50 ansatte. Blandt virksomheder med mindst 50 ansatte har næsten 100 pct. internetadgang. Disse virksomheder tegner sig for mere end halvdelen af beskæftigelsen i de private byerhverv.

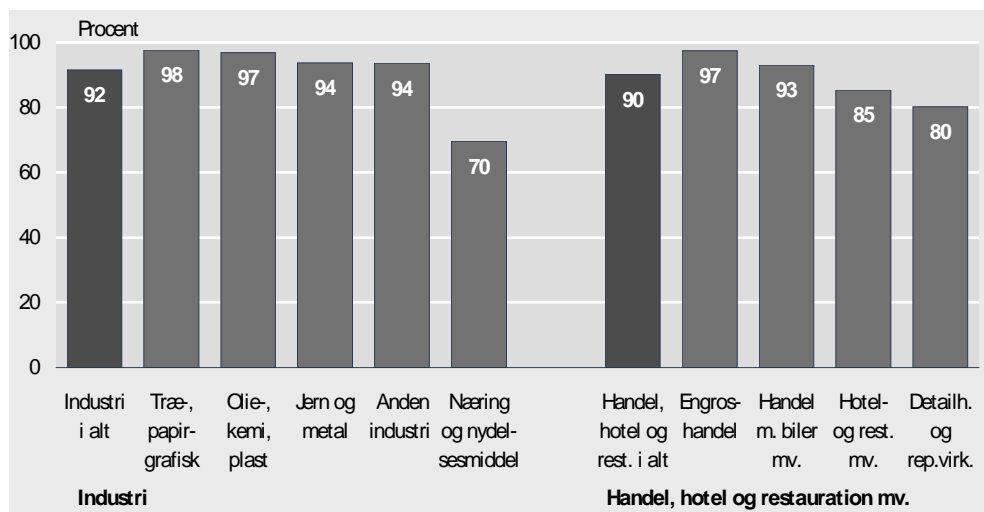
Kun forventning om beskedne stigning i 2002

Virksomhederne forventer kun en beskedne stigning i internetudbredelsen fra 89 pct. i 2001 til 91 pct. med udgangen af 2002. Der forventes stort set ingen stigning blandt virksomheder med mindst 20 ansatte.

*Detaljerede branchetal*

Såvel industri som Handel, hotel og restauration mv. ligger tæt på gennemsnittet hvad angår adgang til internet, men går man ned på mere detaljeret brancheniveau, dukker nye forskelle op, jf. figur 6.

Figur 6 **Virksomheder med adgang til internettet 2001, udvalgte brancher**



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

*Spredning i Nærings- og nytelsesmiddelindustri*

Hvad angår brancherne inden for Industri, ligger *Nærings- og nytelsesmiddelindustri* en del under gennemsnittet med 70 pct. adgang til internettet. Ser man bort fra *Bagerforretninger*<sup>1</sup>, har lidt mere end 80 pct. i branchen adgang til internet, og mindsker dermed forskellen til de øvrige industribrancher.

*Engroshandel samt Handel med biler i spidsen*

Inden for Handel, hotel og restauration mv. ligger *Engroshandel* noget over gennemsnittet med 97 pct., fulgt af *Handel m. biler mv.* med internetadgang hos 93 pct. *Hotel og restauration* ligger lidt under gennemsnittet med 85 pct. fulgt af *Detailhandel og reparationsvirksomhed* med 80 pct.

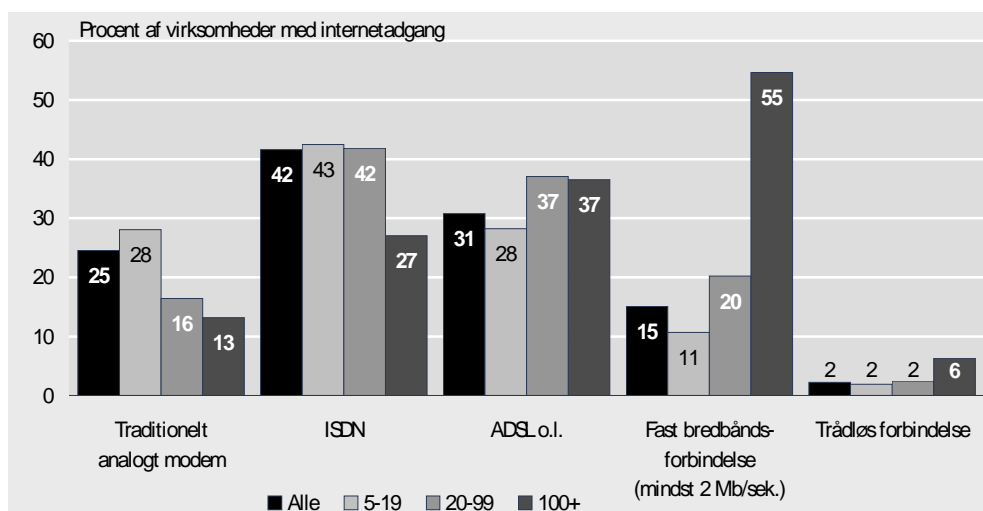
### 3.2 Adgangsveje til internet

*ISDN og ADSL er de mest udbredte adgangsveje*

4 ud af 10 virksomheder med internetadgang anvender ISDN som adgangsvej og 3 ud af 10 bruger ADSL o.l. (se figur 7). Omtrent hver fjerde virksomhed anvender traditionelt, analogt modem, og ca. 15 pct. har en fast bredbåndsforbindelse til internettet. Kun omkring 2 pct. benytter sig af trådløs adgang til internettet.

<sup>1</sup> Bagerforretninger, hvoraf ca. 60 pct. er opkoblet internet, dominerer antalmæssigt Nærings- og nytelsesmiddelindustrien.

Figur 7 **Virksomhedernes adgangsveje til internettet 2001, fordelt efter antal ansatte**



Anm. Totalerne overstiger 100 pct., da nogle virksomheder anvender flere adgangsveje. Analogt modem: Traditionel telefonlinie, hastighed op til 56 kbit/s. ADSL o.l.: Modem-teknologier baseret på de traditionelle telefonlinier, hastigheder på op til 2 Mbit/s. Fast bredbåndsforbindelse: Fx kabelmodem, faste kredsløb, fiber-teknologi, kapacitet på mindst 2Mb/sek. Trådløs forbindelse: Fixed Wireless Access (FWA), radiokæder, mobile kommunikationsnet m.m. Ved Mb/sek forstås det maksimale antal millioner bits, der kan modtages pr. sekund.

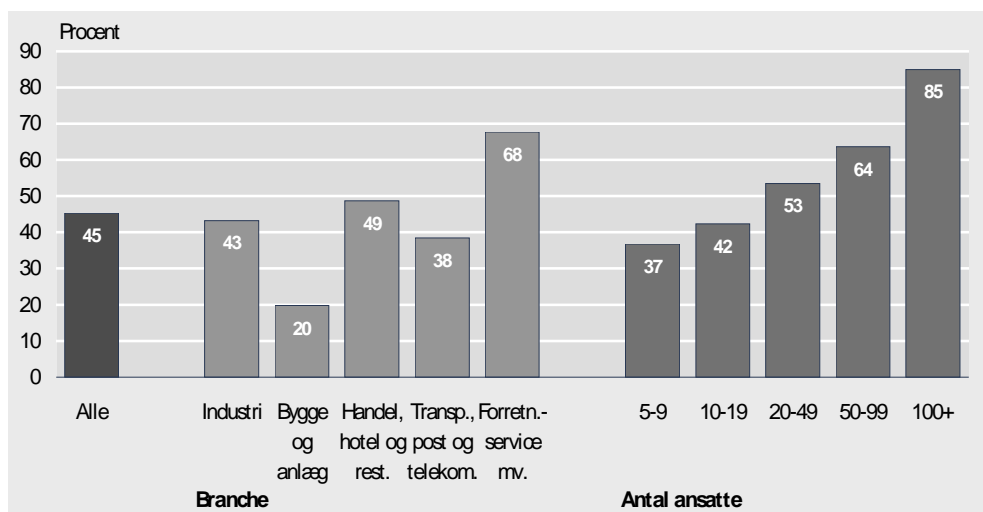
*Bredbånd mest udbredt hos de største virksomheder*

De mindre virksomheder bruger i højere grad ISDN og traditionelt modem som adgangsveje i modsætning til de større virksomheder, hvor fast bredbåndsforbindelse og ADSL er mere udbredt. Over halvdelen af virksomhederne med mindst 100 ansatte har en fast bredbåndsforbindelse til internettet.

*Næste halvdelen af virksomhederne har højhastighedsforbindelse*

Ca. 45 pct. af virksomhederne har mindst én højhastighedsforbindelse, forstået som alle adgangsveje, der er hurtigere end analogt modem samt ISDN. Højhastighedsforbindelser er især udbredte inden for Forretningsservice mv., hvor 7 ud af 10 virksomheder har ADSL o.l., fast bredbånd eller trådløs forbindelse (se figur 8). Bygge og anlæg har med 20 pct. af sine virksomheder den laveste udbredelse af højhastighedsforbindelser.

Figur 8 **Virksomheder med højhastighedsforbindelse<sup>1</sup> til internettet. 2001**



<sup>1</sup> Ved højhastighedsforbindelse forstås ADSL o.l., fast bredbånd eller trådløs forbindelse (dvs. alle adgangsveje, der er hurtigere end analogt modem eller ISDN). Andelen med højhastighedsforbindelse er lidt lavere en summen af de enkelte adgangsveje, da nogle virksomheder benytter sig af flere adgangsveje samtidigt.

*85 pct. af de største virksomheder har højhastighedsforbindelse*

Udbredelsen hænger tæt sammen med virksomhedernes størrelse. Blandt virksomheder med 5-9 ansatte havde 37 pct. højhastighedsforbindelse mod 85 pct. hos virksomheder med mindst 100 ansatte.

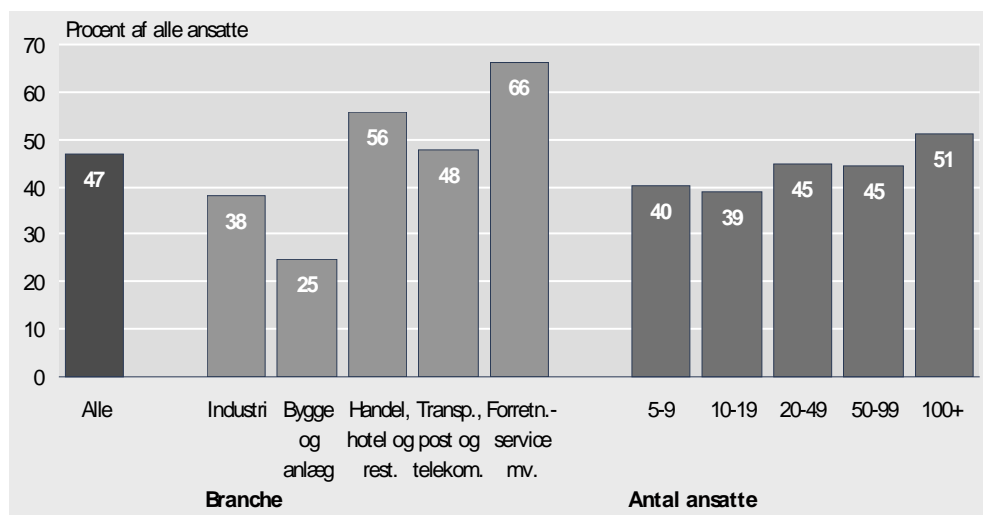
### 3.3 Internetbrugere blandt medarbejderne

*Næsten hver anden medarbejder bruger internet*

I gennemsnit anvender næsten hver anden medarbejder pc med internetopkobling (figur 9). Andelen af internetbrugere kan betragtes som et mål for udbredelsen af internettet i den enkelte branche eller virksomhed.

Figur 9

#### Andel internetbrugere blandt alle ansatte. 2001



Anm. Ved internetbrugere forstås udelukkende medarbejdere, der anvender pc med internetopkobling. Adgang via såkaldte internet-caféer i virksomhederne er således ikke medregnet. Der er vægtes i forhold til antal ansatte i virksomhederne.

*Tydelige brancheforskelle på andelen af internetbrugere*

Forskellene mellem brancher svarer til mønstret fra andelen af pc-brugere (figur 2). 2 ud af 3 medarbejdere i Forretningsservice mv. kan karakteriseres som internetbrugere, hvilket bringer denne branche markant over gennemsnittet. Derefter kommer Handel, hotel og restauration hvor lidt over halvdelen er internetbrugere, tæt fulgt af Transport, post og telekommunikation. I Industri bruger næsten 4 ud af 10 ansatte internet, og i Bygge og anlæg er hver fjerde ansat internetbruger.

*8 ud af 10 pc-brugere er samtidigt internetbrugere*

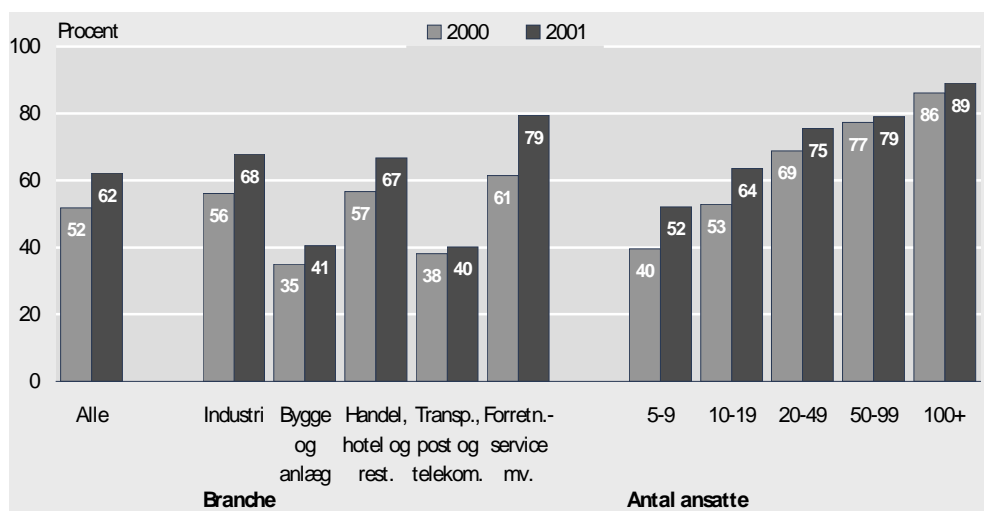
Der er en tendens til, at andelen af internetbrugere stiger lidt i de større virksomheder med mindst 20 ansatte. Det er ikke mindst andelen af pc-brugere, der bestemmer andelen af internet-brugere i virksomhederne. Typisk kan 8 ud af 10 pc-brugere også betegnes som internetbrugere.

### 4. Hjemmesider

*Pæn stigning i antallet af hjemmesider*

Mere end 6 ud af 10 virksomheder med mindst 5 ansatte havde egen hjemmeside med udgangen af 2001 (figur 10). Det er en pæn stigning i forhold til 2000, hvor lidt mere end hver anden virksomhed havde hjemmeside. Udviklingen har omtrent levet op til virksomhedernes forventninger i 2000.

Figur 10 Virksomheder med hjemmeside. 2000 og 2001



Flest hjemmesider inden for Forretningservice mv.

Inden for Forretningservice mv. har næsten 8 ud af 10 virksomheder egen hjemmeside. Derefter kommer Industri samt Handel, hotel og restaurant, hvor omtrent 7 ud af 10 har hjemmeside. I Bygge og anlæg samt Transport, post og telekommunikation har 4 ud af 10 virksomheder hjemmeside.

Størst vækst i udbredelsen hos mindre virksomheder

Udbredelsen af hjemmesider stiger mærkbart med virksomhedernes størrelse: Fra 52 pct. med hjemmeside blandt virksomheder med 5-9 ansatte til 89 pct. blandt virksomheder med mindst 100 ansatte. Virksomhederne med under 20 ansatte har bidraget mest til væksten i antallet af hjemmesider med en stigning på mere end 10 procentpoint i modsætning til de større virksomheder, der har haft en stigning på 3-6 procentpoint.

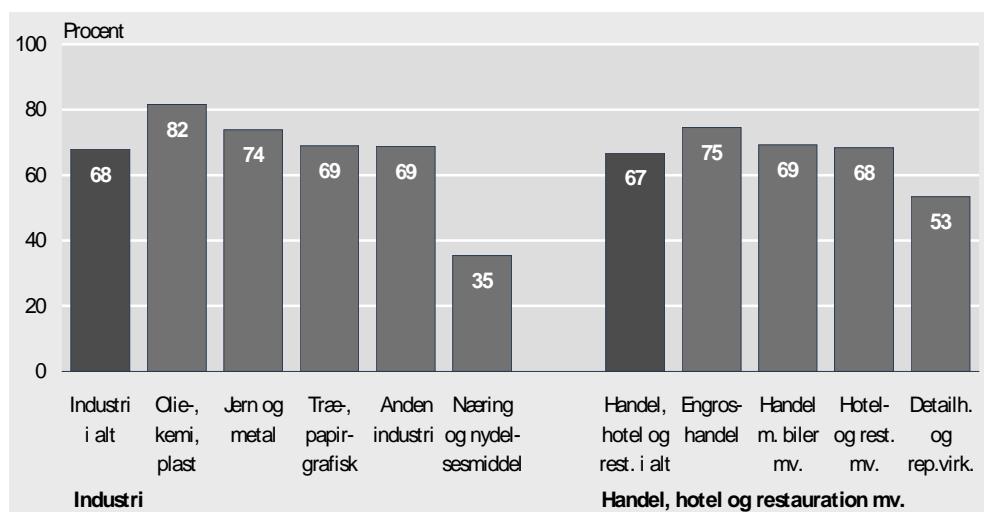
7 ud af 10 forventer at have hjemmeside med udgangen af 2002

Virksomhederne forventer fortsat vækst i antallet af hjemmesider, således at 72 pct. har egen hjemmeside med udgangen af 2002. Væksten forventes at være mest markant i de brancher og størrelsesgrupper, der i dag har den laveste udbredelse.

Detaljerede branchetal

Både Industri samt Handel, hotel og restaurant mv. ligger som branchegrupper tæt på gennemsnittet, dog nuanceres billedet på et mere detaljeret brancheniveau jf. figur 11.

Figur 11 Virksomheder med hjemmeside 2001, 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 noget over gennemsnittet med hjemmesider hos 8 ud af 10 virksomheder. Denne branche er præget af en højere koncentration af store virksomheder. I den modsatte ende ligger Nærings- og nydelsesmiddelindustrien, hvor lidt mere end hver tredje virksomhed har hjemmeside. Denne

branches andel af hjemmesider stiger dog til ca. 46 pct., hvis man ser bort fra *Bagerforretninger*, hvor mindre end hver tredje har hjemmeside.

*3/4 har hjemmeside hos Engros og agenturhandel*

Inden for Handel, hotel og restauration ligger *Engros- og agenturhandel* over gennemsnittet med hjemmesider hos 3 ud af 4 virksomheder. Lavest ligger *Detailhandel og reparationsvirksomhed*, hvor lidt over halvdelen har hjemmesider.

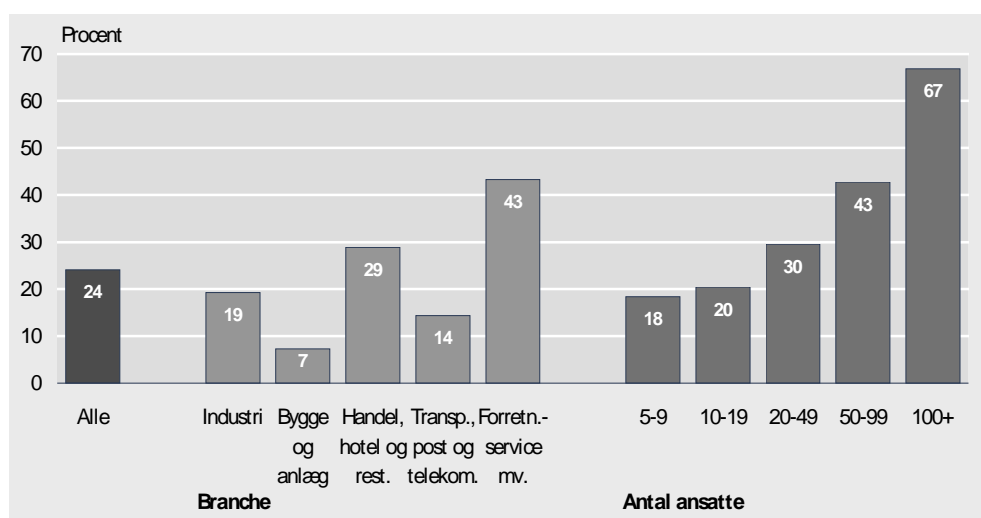
## 5. Intranet og ekstranet

### 5.1 Intranet

*Næste hver fjerde virksomhed har intranet*

Næsten hver fjerde virksomhed med mindst 5 ansatte havde intranet<sup>2</sup> i 2001, jf. figur 12. Intranet er mest udbredt i Forretningsservice mv., hvor mere end 4 ud af 10 virksomheder havde intranet. Derefter kommer Handel, hotel og restauration, hvor 3 ud af 10 virksomheder havde intranet.

Figur 12 Virksomheder med intranet. 2001



*Intranet dominerende hos de største virksomheder*

Udbredelsen af intranet stiger markant med virksomhedernes størrelse, idet 2/3 af virksomhederne med mindst 100 ansatte havde intranet. Omvendt havde under hver femte virksomhed med 5-9 ansatte intranet. Tallene bekræfter den antagelse, at store virksomheder har særlige fordele af intranet som et kommunikationsmiddel til et stort antal medarbejdere.

### 5.2 Ekstranet

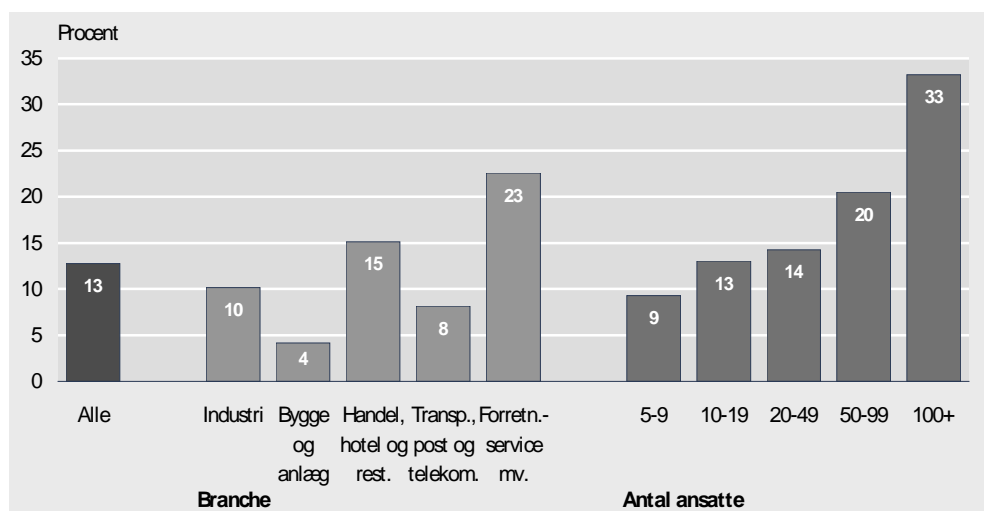
*Hver fjerde virksomhed i Forretningsservice mv. har ekstranet*

Ca. 13 pct. af virksomhederne havde ekstranet<sup>3</sup> i 2001, jf. figur 13. Det er først og fremmest Forretningsservice mv., der afviger fra gennemsnittet, da hver fjerde virksomhed i denne branchegruppe har ekstranet. Derefter kommer Handel, hotel og restauration, hvor ca. 15 pct. havde ekstranet i 2001.

<sup>2</sup> Ved intranet forstås hjemmesider, der kun er tilgængelige internt i den enkelte virksomhed

<sup>3</sup> Ved ekstranet forstås hjemmesider, der uden for virksomheden alene er gjort tilgængelige for en afgrænset gruppe - fx via tildeling af adgangskode.

Figur 13 **Virksomheder med ekstranet. 2001**



*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.

*Virksomheder med avancerede hjemmesider bruger hyppigst ekstranet*

De virksomheder, der er mest tilbøjelige til at have ekstranet, er de virksomheder, der tilbyder særlige faciliteter på hjemmesiden. Det drejer sig især om hjemmesider med individuel tilpasset indhold, salg af varer/ydelser i digital form samt sikker forbindelse.

*Virksomheder med ekstranet giver hyppigt adgang til produktkataloger m.m.*

Selv om disse virksomheder hyppigt har ekstranet, bidrager de antalmæssigt ikke meget til udbredelsen. Det først og fremmest virksomheder der giver adgang til produktkataloger m.m. via hjemmeside, der bidrager til den samlede mængde af virksomheder med ekstranet. Disse og andre anvendelser af internet er beskrevet i det følgende afsnit.

## 6. Anvendelse af internet

*Anvendelseområder*

De virksomheder, der havde adgang til internet ved udgangen af 2001, blev spurgt om, hvad de brugte det til. Anvendelsesområderne er delt op i tre grupper:

- Generel anvendelse
- Virksomheden som kunde
- Virksomheden som leverandør

Elektronisk handel er behandlet særskilt 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 2001. Disse virksomheder udgør 89 pct. af alle virksomheder med mindst 5 ansatte.

### 6.1 Internetanvendelse - generelt

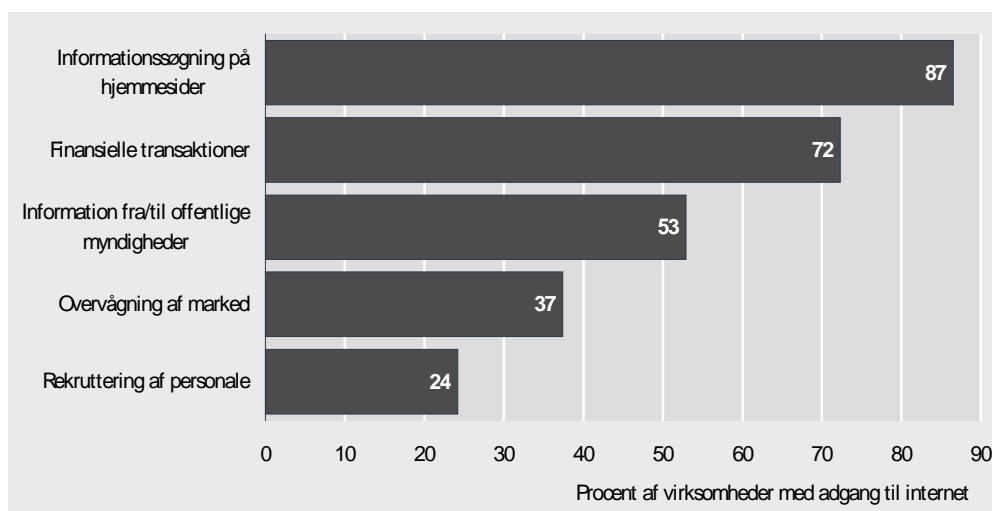
*Informationssøgning er den hyppigste anvendelse*

De generelle anvendelsesområder er de mest dominerende blandt virksomhedernes internetaktiviteter. Så godt som alle virksomheder med internetadgang brugte internettet til informationssøgning på hjemmesider, jf. figur 14.

*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 lige så aktive som de større.

Figur 14 **Internet - generel anvendelse. 2001**



5 ud af 10 kommunikerer med det offentlige

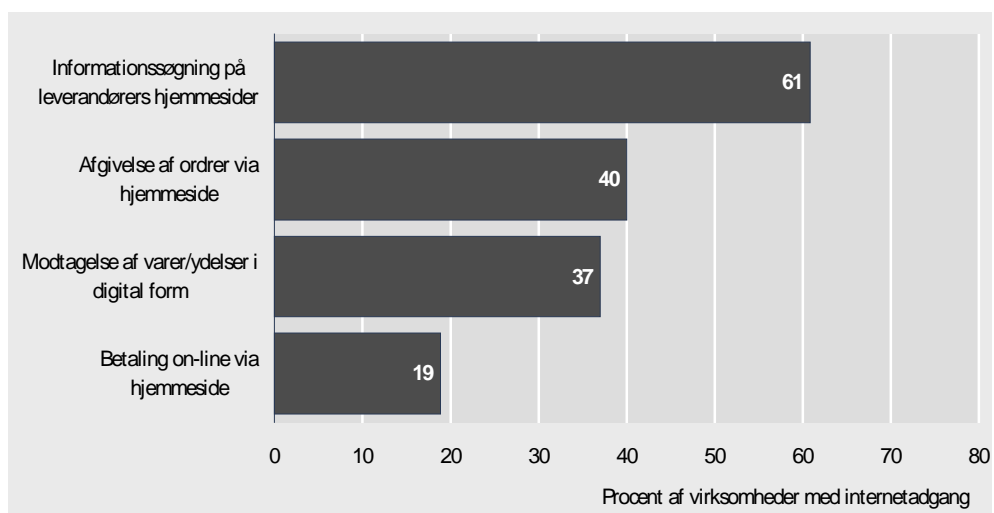
Lidt over halvdelen bruger internettet til at kommunikere med offentlige myndigheder. Overvågning af markedet (fx priser, konkurrenter m.m.) bruges af 37 pct. og noget færre - 24 pct. - bruger internettet til at rekruttere personale. Det er overvejende de lidt større virksomheder, som bruger internettet til rekruttering; blandt virksomheder med mindst 50 ansatte, er det mere end halvdelen, der rekrutterer via internettet.

## 6.2 Internetanvendelse - virksomheden som kunde

6 ud af 10 søger informationer hos leverandører

Den brede informationssøgning præger også virksomhedernes internetanvendelse på efterspørgselssiden. Mere end 6 ud af 10 bruger således internettet til informationssøgning hos leverandører, jf. figur 15.

Figur 15 **Internet - virksomheden som kunde. 2001**



4 ud af 10 virksomheder har afgivet ordrer via internet ...

40 pct. af virksomhederne med internetadgang har afgivet ordrer på internettet, dvs. via hjemmesider. Næsten samme andel, 37 pct., har modtaget varer/ytelser i digital form. Det viser, at internettet i lige så stor grad bruges til at distribuere varer som til at bestille dem. Downloading af gratis software og lignende serviceydelser tegner sig formentlig for en pæn del af denne trafik. Afgivelse af ordrer via internet beskrives mere detaljeret i afsnit 7.5 Internethandel.

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

Under hver femte - 19 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 afregner deres internetkøb på mere traditionel vis - evt. med pc-bank som

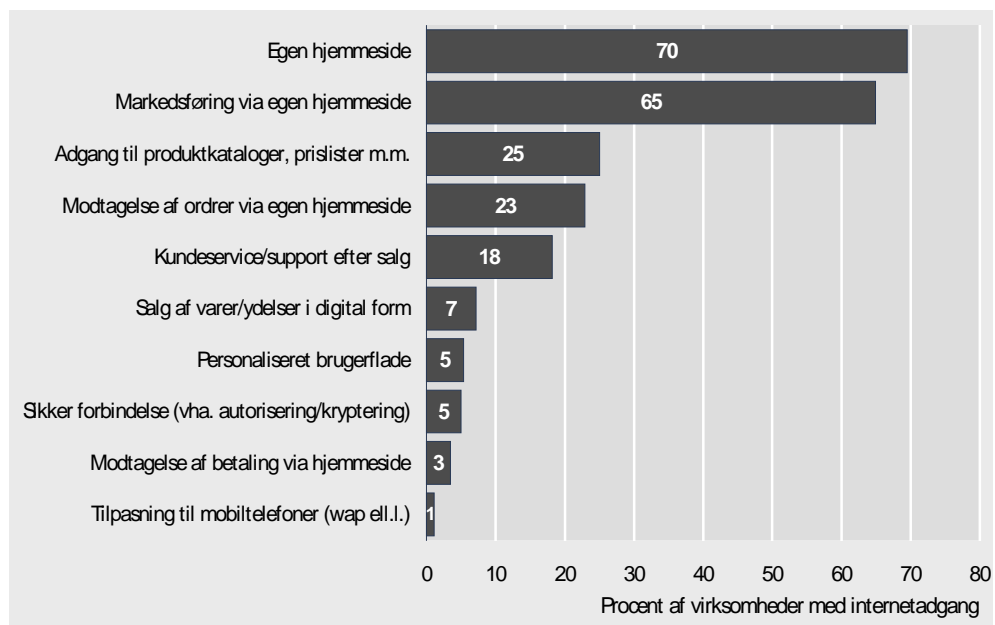
mellemlid. Blandt virksomheder med mindst 5 ansatte er det næsten hver tredje - 32 pct. - der har foretaget on-line betaling via hjemmeside.

### 6.3 Internetanvendelse - virksomheden som leverandør

*Markedsføring er drivkraften bag hjemmesider*

7 ud af 10 virksomheder med internetadgang har hjemmeside og en næsten tilsvarende andel bruger hjemmesiden til markedsføring af virksomheden, jf. figur 16. Målt i forhold til alle virksomheder med mindst 5 ansatte har 6 ud af 10 hjemmeside, jf. afsnit 4. Hjemmesider.

Figur 16 Internet - virksomheden som leverandør. 2001



*Hver fjerde giver adgang til produktkataloger m.m.*

Hver fjerde virksomhed med internetadgang giver adgang til produktkataloger, prislister m.m. Næsten samme andel 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). Lidt under hver femte virksomhed - 18 pct. - bruger internettet til kundeservice efter salg.

*Under hver tiende sælger digitale varer*

Salg af varer/ydelser 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 produktkataloger eller bruger internettet til kundeservice. M.a.o. fungerer 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 gratisydelser i forbindelse med salget af fysiske varer.

*Få hjemmesider tilbyder sikker forbindelse eller anden funktionalitet ...*

Øvrig funktionalitet i på hjemmesiderne er mere sjælden. Således er det højst 5 pct., der kan tilbyde faciliteter som personaliseret brugerflade, sikker forbindelse, modtagelse af betaling samt indhold tilpasset mobiltelefoner (wap ell. l.).

*... dog en vis udbredelse hos de større virksomheder*

Disse muligheder eksisterer dog mere end dobbelt så hyppigt hos de større virksomheder med mindst 50 ansatte. Noget tilsvarende gør sig gældende for Forretningsservic mv., hvor eksempelvis mere end dobbelt så mange virksomheder anvender sikre forbindelser og personaliseret brugerflade.

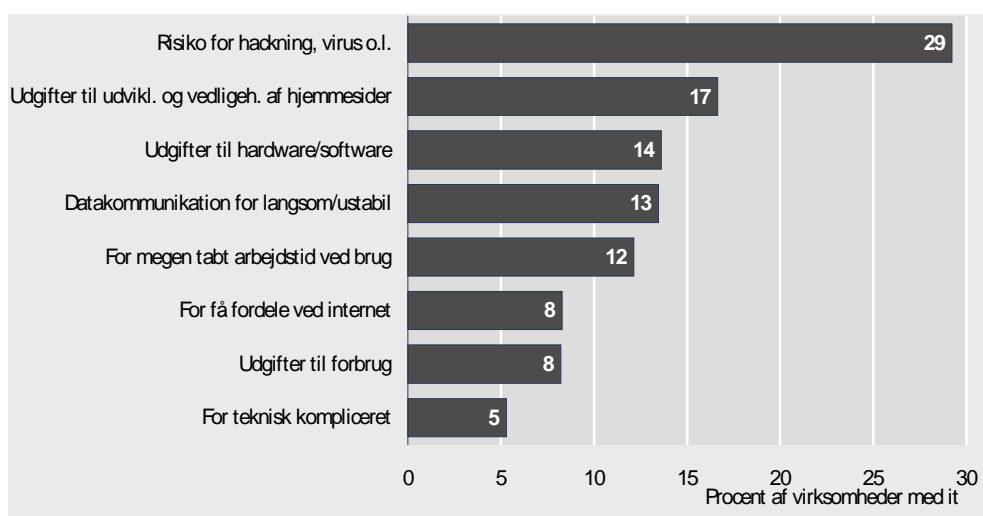
#### 6.4. Barrierer for internetanvendelse

*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, - 3 ud af 10 virksomheder tillægger denne barriere stor betydning (figur 17).

Figur 17

**Barrierer med stor betydning for generel brug af internet. 2001**



*Udgifter til udvikling af hjemmesider udbredt barriere*

17 pct. af virksomhederne mener, at udgifter til udvikling og vedligeholdelse af hjemmesider er af stor betydning. En hel del flere - 60 pct. - mener, at det er et problem af nogen/stor betydning. 14 pct. tillægger udgifter til hardware/software stor betydning og næsten lige så mange ser langsom/ustabil datakommunikation samt for megen tabt arbejdstid som store problemer.

*Få er i tvivl om fordelene ved internet*

Kun 8 pct. mener, at der er for få fordele ved internettet og samme andel mener at udgifter til forbrug (abonnement/trafikafgifter) er et stort problem. Kun 5 pct. mener, at internet er for teknisk kompliceret.

*Mere tvivl om barrierer hos virksomheder uden internet*

Virksomheder uden internetadgang giver stort set samme rangorden til barriererne som virksomheder med internetadgang. Den væsentligste forskel er, at virksomheder uden internetadgang i mindre omfang tager stilling til barrierernes betydning, fx fordi de ikke virker relevante.

## 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 netværk<sup>4</sup>. Elektronisk handel omhandler således også køb og salg, der ikke foregår via internettet, jf. figur 18. Den handel, der ikke er internet-baseret, udgøres i Danmarks tilfælde i overvejende grad af såkaldte EDI-løsninger.

Figur 18.

Internetsalg	+	EDI-salg	=	Elektronisk salg
Internetindkøb	+	EDI-indkøb	=	Elektronisk indkøb
<b>Internethandel</b>	<b>+</b>	<b>EDI-handel</b>	<b>=</b>	<b>Elektronisk handel</b>

EDI-handel og internetaanvendelse

EDI-handel behandles særskilt i afsnit 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. 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

Internethandel på ca. 13 mia. kr. i 2001

Det samlede salg via internet udgjorde skønsmæssigt lidt over 13 mia. kr. i 2001 blandt firmaer med mindst fem ansatte. Det svarer til lidt under 1 pct. af den samlede omsætning i de private byerhverv.

Hver femte virksomhed havde modtaget ordrer

Ca. 20 pct. af virksomhederne havde modtaget ordrer via hjemmeside i 2001. For størsteparten af disse virksomheder udgør internetsalget kun en lille del af virksomhedens samlede salg. Således var det kun ca. 7 pct. der med sikkerhed kunne opgive et internetsalg på mindst 1 pct.<sup>5</sup>

Typisk under 10 pct. internetsalg

Blandt virksomheder med min. 1 pct. internetsalg, havde 2 ud af 3 et salg på under 10 pct. af den samlede omsætning (se oversigtstabel 2). Det typiske internetsalg blandt disse virksomheder er på 5 pct. af den enkelte virksomheds omsætning. Ved det typiske salg forstås medianen<sup>6</sup>. Fordelingens højdepunkt svarer i dette tilfælde til medianen, således at flest virksomheder har et salg i nærheden af 5 pct.

Oversigtstabel 2

#### Internetsalg i pct. af den enkelte virksomheds samlede omsætning, 2001

Procent af virksomhedens omsætning	Procent af virksomheder med internetsalg <sup>1</sup>						
	1	2-4	5-9	10-24	25-49	50-100	I alt
Andel virksomheder	15	23	24	28	6	4	100

<sup>1</sup> Tabellen omfatter alene virksomheder med mindst 1 pct. internetsalg.

Salg fra virksomhed til virksomhed dominerer internethandelen

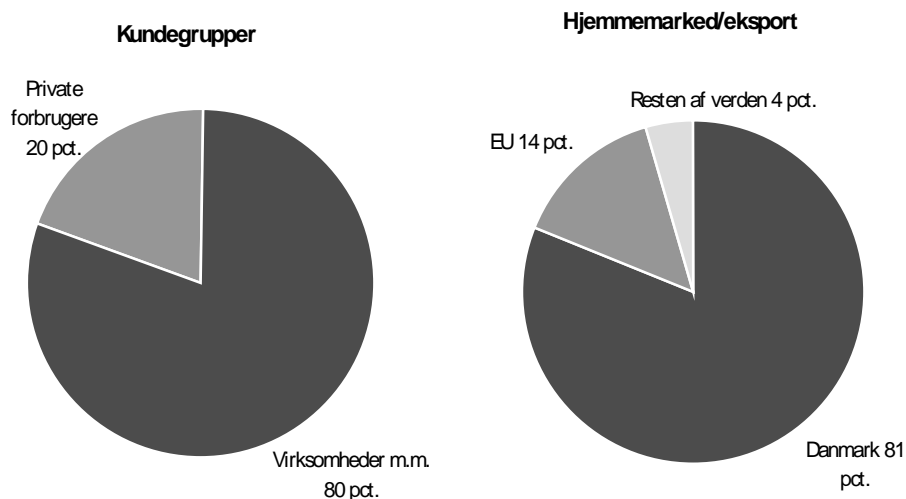
Den største del af internetsalget - ca. 80 pct. - sker til andre virksomheder eller den offentlige sektor, resten er salg til private forbrugere (figur 19). Internetsalget til private forbrugere har udvist en stigende tendens. Hjemmemarkedet aftager ca. 81 pct. af internetsalget, og eksporten udgør ca. 19 pct.

<sup>4</sup> Denne definition er i overensstemmelse med OECD's anbefalinger.

<sup>5</sup> 9 pct. af alle virksomheder angav et internetsalg på under 1 pct., 4 pct. havde internetsalg, men kendte ikke størrelsen.

<sup>6</sup> Den ene halvdel af virksomhederne med internetsalg har et salg på højst 5 pct., den anden halvdel på mindst 5 pct.

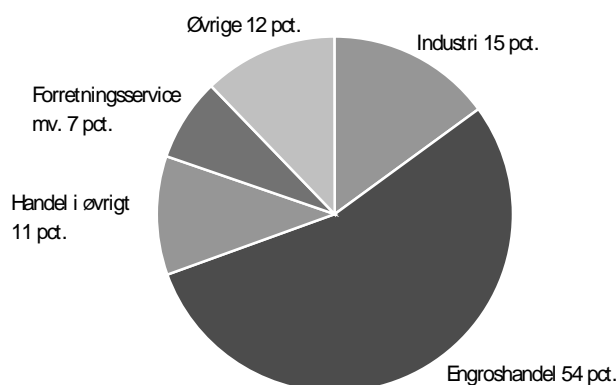
Figur 19 Internetsalgets sammensætning. 2001



*Engros- og agenturhandel står for halvdelen af internetsalget*

Fordeler man i stedet det samlede internetsalg på brancher, ser man, at *Engros- og agenturhandel*, med 54 pct. tegner sig for omkring halvdelen af det samlede internetsalg jf. figur 20. Sammenlagt med de 11 pct. fra den øvrige del af Handel, hotel og restauration mv., står hele denne branchegruppe for næsten 2/3 af internetsalget.

Figur 20 Internetsalgets fordeling på branchegrupper. 2001



*Industri udgør 15 pct. af internetsalget*

Industri tegner sig for ca. 15 pct. af internetsalget, Forretningsservice mv. for ca. 7 pct. og de øvrige erhverv (Transport, post og telekommunikation samt Bygge og anlæg) for ca. 7 pct. Da internetsalget udgøres af et forholdsvis lille antal virksomheder, kan forskellene på brancheniveau forskyde sig noget fremover.

*Vurdering af usikkerhed*

Der er en forholdsvis stor statistisk usikkerhed på målingen af det samlede internetsalg, grundet den relativt lille andel virksomheder, der står for salget. Denne usikkerhed kan med stor sikkerhed<sup>7</sup> indkredses til at udgøre +/- 3 mia. kr. af internetsalget i 2001.

*Er salget steget?*

Salget via internet blev målt til ca. 12 mia. kr. i 2000, og virksomhederne forventede på det tidspunkt en fordobling af internetsalget i 2001. Den statistiske usikkerhed gør det vanskeligt at sige præcist hvor stor stigningen har været. Det virker dog sandsynligt at stigningen har haft en moderat karakter, og således ikke har levet op til virksomhedernes forventninger i 2000.

<sup>7</sup> 95 pct. konfidensinterval

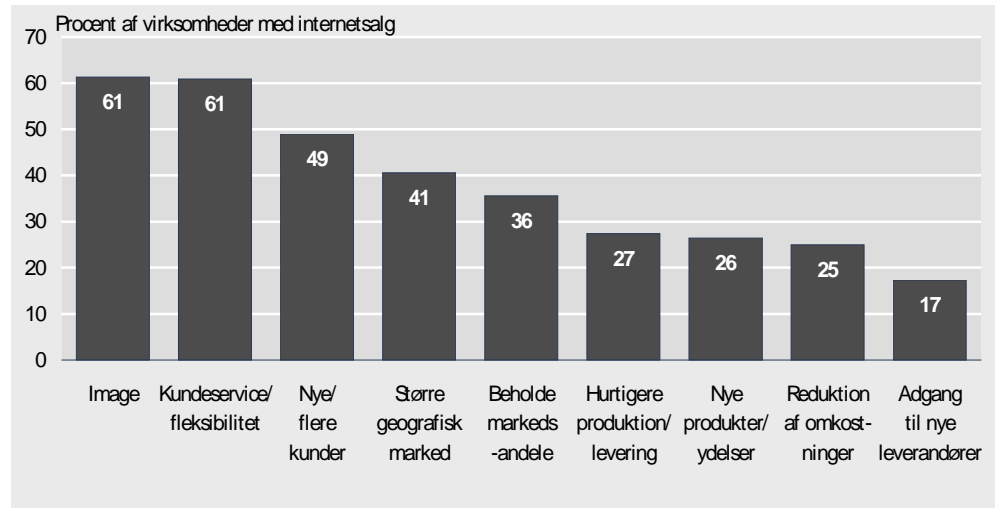
## 7.2 Motiver for internetsalg

*Image og kundeservice  
vigtigste begrundelse  
for internetsalg*

De virksomheder, der havde internetsalg i 2001 blev spurgt, hvilke motiver der lå bag internetsalget. De to vigtigste motiver for internetsalg er image samt forbedret kundeservice/fleksibilitet (figur 21) - 6 ud af 10 virksomheder tillægger disse motiver stor betydning.

Figur 21

### Motiver med stor betydning for internetsalg. 2001



*Udvide eller beholde  
markedsandele er  
næstvigtigste faktorer*

Lidt under halvdelen af virksomhederne har nye/flere kunder som væsentligt motiv, for 4 ud af 10 er et større geografisk marked en vigtig faktor og for 36 pct. er ønsket om at beholde markedsandele et motiv af stor betydning.

*Produktion og omkostninger  
af  
mindre betydning*

De faktorer der i mindre grad vedrører markedet er af mindst betydning for virksomhederne med internetsalg. Det drejer sig om hurtigere produktion/levering, som 27 pct. anser som et vigtigt motiv, reduktion af omkostninger (25 pct.) samt adgang til nye leverandører (17 pct.). Nye produkter/ydelser tillægges stor betydning af 26 pct. af virksomhederne med internetsalg.

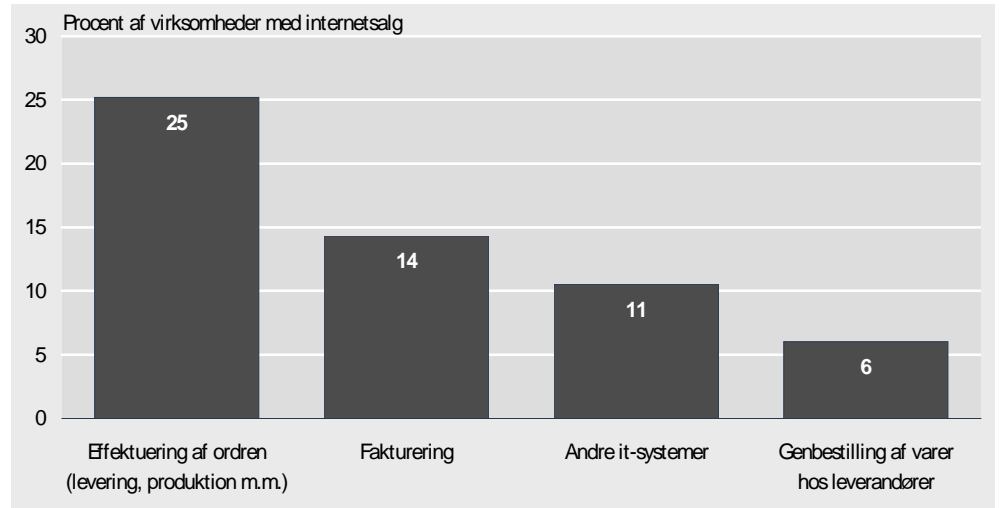
### 7.3 Integration af internetsalg med virksomhedens it-systemer

*Internetsalget integreret med andre it-systemer i hver tredje virksomhed*

Hver tredje virksomhed med internetsalg har integreret salget med mindst ét af virksomhedens it-systemer (figur 22). Ved integration forstås, at ordremodtagelsen via hjemmesiden er forbundet automatisk ét eller flere it-systemer.

Figur 22

#### Integration af internetsalg med virksomhedens it-systemer. 2001



*Integration med levering og produktion mest udbredt*

Hver fjerde virksomhed med internetsalg har integration med systemer, der effektuerer ordren, dvs. levering, produktion m.m.). Dernæst kommer fakturering med 14 pct. og genbestilling af varer hos leverandører med 6 pct. En del af virksomhederne - 11 pct. - har integration med andre it-systemer, fx bookingsystemer, mailsystem m.m.

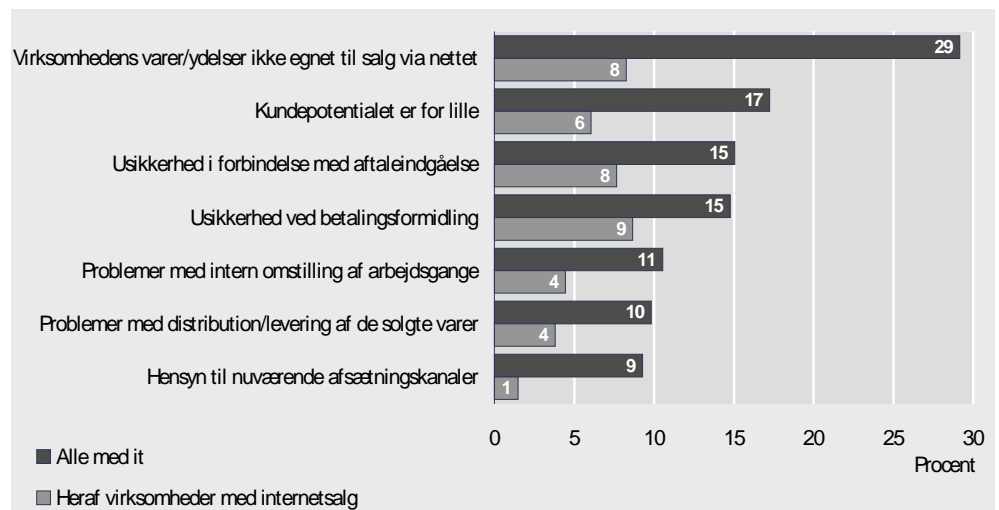
### 7.4 Barrierer for internetsalg

*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/ydelser ikke er egnet til salg via internet, mener 29 pct., er en stor barriere, jf. figur 23.

Figur 23

#### Barrierer med stor betydning for internetsalg. 2001



*Manglende kundepotentiale hos næsten hver femte*

En anden grundlæggende forhindring for internetsalg er manglende kundepotentiale, som 17 pct. mener, er af stor betydning. 15 pct. ser usikkerhed i forbindelse med aftaleindgåelse som et stort problem og samme andel nævner usikkerhed ved betalingsformidling.

*Omstilling af arbejdsgange problem for hver tiende*

Problemer med intern omstilling af arbejdsgange er af stor betydning for 11 pct., fulgt af 10 pct. med problemer angående distribution/levering af de solgte varer og 9 pct., der har problemer med hensyn til nuværende afsætningskanaler.

*Barrierer af mindre betydning for virksomheder med internetsalg*

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 varenes egnethed samt kundepotentialet.

*Hvad ligger bag barriererne?*

To forklaringer kan gøre sig gældende: Først og fremmest kan virksomheder med internetsalg tænkes på forhånd at være bedre stillet mht. barriererne, fx et bedre kundegrundlag, og netop af den grund har et internetsalg. En anden forklaring er, at disse virksomheder i nogen grad har løst de praktiske problemer med internetsalg og dermed overvundet barriererne.

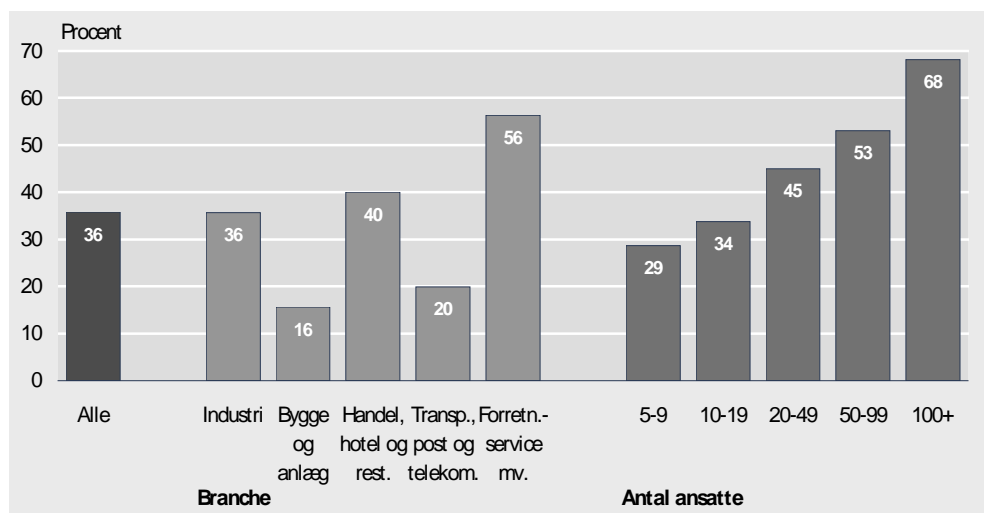
## 7.5 Internetkøb

*Mere end 1/3 har købt via internet*

36 pct. af alle virksomheder havde købt via internettet i 2001 - dvs. afgivet ordrer på hjemmesider (se figur 24). Det er en stigende tendens i forhold til 2000, hvor 29 pct. af alle virksomheder havde købt via internettet.

Figur 24

### Virksomheder, der har købt via internettet<sup>1</sup>. 2001



<sup>1</sup> Dvs. afgivet ordre via hjemmeside.

*Forretningsservice mest aktive med internetkøb*

Over halvdelen af virksomhederne i Forretningsservice mv. har købt via internet. Derefter kommer Handel, hotel og restaurant med 4 ud af 10 virksomheder samt Industri, hvor lidt mere end hver tredje virksomhed har købt via internettet. Bygge og anlæg samt Transport, post og telekommunikation er kun 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 mindre end hver tredje virksomhed med 5-9 ansatte havde købt via internet i 2001 drejede det sig om 2 ud af 3 virksomheder 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<sup>8</sup>, havde typisk internetkøb, der i kr. svarede til under 1/10 af virksomhedens samlede indkøb, jf. oversigtstabel 3.

<sup>8</sup> I alt 42 pct. af virksomhederne med internetkøb var ikke i stand til at skønne over størrelsen af internetkøbene. Fx har en del virksomheder decentraliserede indkøbsfunktioner, hvor internetkøbene ikke registreres særskilt i forhold til andre indkøbsformer. Der er ingen entydig forskel mellem disse virksomheder og de resterende virksomheder med internetkøb, hvad angår branche og størrelse.

Oversigtstabel 3 **Internetkøb i pct. af den enkelte virksomheds samlede indkøb. 2001**

Procent af virksomhedens indkøb	1	2-4	5-9	10-24	25-49	50-100	I alt
	————— Procent af virksomheder med internetkøb <sup>1</sup>						
Andel virksomheder	30	18	22	18	4	9	100

<sup>1</sup> Tabellen omfatter alene virksomheder med mindst 1 pct. internetkøb.

*1 ud af 4 har kun internetkøb for 1 pct.*

7 ud af 10 virksomheder havde internetkøb svarende til under 10 pct. af de totale indkøb og 3 ud af 10 havde indkøb svarende til 1 pct. Kun 13 pct. havde et internetkøb svarende til mindst 25 pct. af virksomhedens samlede indkøb.

*Små virksomheder køber stort ind*

Selv om en lavere andel af de mindre virksomheder køber på internettet end de store, så udgør internetkøbene typisk en større andel af disse virksomheders indkøb. Således havde hver tredje virksomhed med 5-49 ansatte et internetkøb svarende til mindst 10 pct. af virksomhedens samlede indkøb. Modsat havde kun hver syvende virksomhed med 50 eller flere ansatte internetkøb på mindst 10 pct. af de samlede indkøb.

## 8. EDI og EDI-handel

### 8.1 Virksomheder med EDI

*EDI udbredt hos store virksomheder*

18 pct. af virksomhederne havde EDI i 2001 (figur 25). Udbredelsen stiger markant med virksomhedernes størrelse. Således anvender næsten hver anden virksomhed med mindst 100 ansatte EDI.

*Hvad er EDI?*

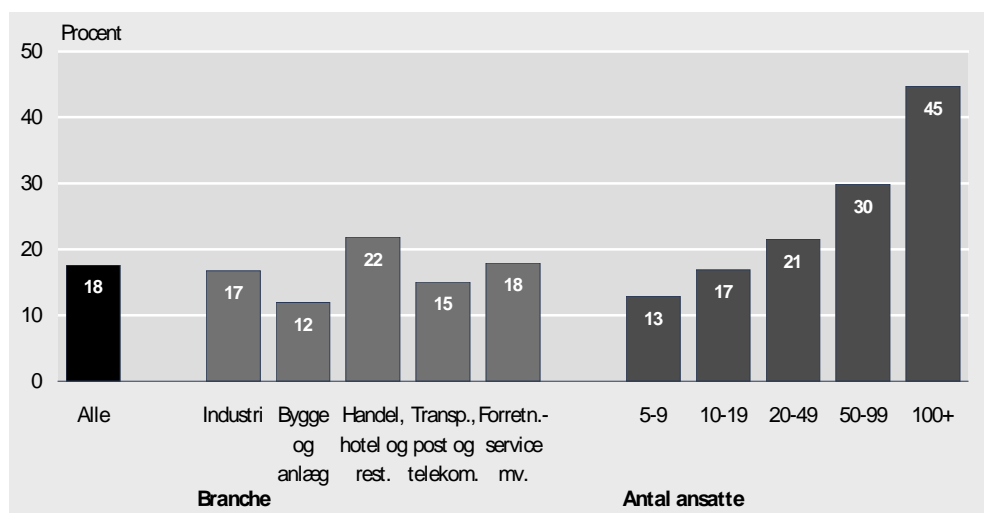
EDI - Electronic Data Interchange - er overførsel af blanketlignende forretningsdokumenter m.m. direkte fra et edb-system til et andet<sup>9</sup>, fx fakturaer fra leverandør til kunde. Transportvejen for meddelelserne kan være såvel leverandør-specifikke datanet som internettet.

*EDI mest hyppigt i Handel, hotel og restauration*

EDI er lidt mere hyppigt i Handel, hotel og restauration end de øvrige brancher og Bygge og Anlæg ligger noget under gennemsnittet.

Figur 25

**Virksomheder med EDI. 2001**



*EDI-fødekæder i dagligvare handelen*

Brancheforskellene er ikke markante, når man ser på virksomheder i alle størrelsesgrupper. Ser man imidlertid bort fra de mindre virksomheder med 5-19 ansatte, ligger 3 brancher en del over gennemsnittet, nemlig *Nærings- og nydelsemiddelindustri, engros- og agenturhandel* samt *detailhandel og reparationsvirksomhed*. De udbredte EDI-standarder i

<sup>9</sup> A.h.t. den maskinelle behandling baserer dokumenterne sig på aftalte meddelelsesformater. I denne undersøgelse er EDI afgrænset til meddelelser baseret på såkaldte EDIFACT-, XML- eller X12-standarder.

dagligvarehandlen spiller formentlig en rolle i disse branchers hyppige EDI-anvendelse. Samtidigt stiger andelen så meget i Transport, post og telekommunikation, at denne branchegruppe nu ligger over gennemsnittet blandt virksomheder med mindst 20 ansatte.

## 8.2 EDI-handel

*EDI-salg mere end 5 gange større end internetsalg*

Det samlede EDI-salg udgjorde skønsmæssigt 75 mia. kr. i 2001. Ved EDI-salg forstås ordrer modtaget via EDI primært i EDIFACT-formatet<sup>10</sup>. EDI-salget er således mere end 5 gange så stort som internet-salget.

*Stigende tendens i EDI-salget*

Salget via EDI blev målt til ca. 60 mia. kr. i 2000, og virksomhederne forventede på det tidspunkt en stigning i EDI-salget på ca. 25%. Tallene bekræfter således en stigende tendens. Imidlertid er der, som med internetsalget, en relativ stor usikkerhed på målingen af det samlede EDI-salg, som gør det vanskeligt at sige, præcist hvor stor stigningen har været i praksis.

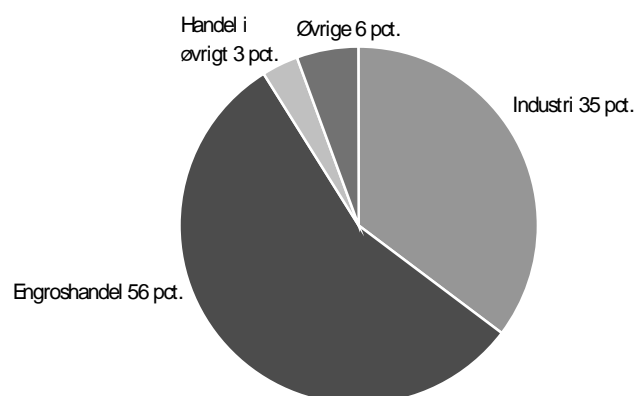
*Engroshandel og Industri står for 9/10 af EDI-omsætningen*

Fordeles det samlede EDI-salg på brancher, ser man, at over halvdelen 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 internetsalget (jf. afsnit 7.1 Internetsalg).

*Detailhandel mv. ligger lavt mht. EDI-salg*

Den resterende del af handelserhvervene - *Detailhandel, hotel og restauration mv.* samt *Handel med biler* står for en langt mindre andel, nemlig 3 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.

Figur 26 EDI-salgets fordeling på branchegrupper. 2001



*EDI-salg har lille betydning i Bygge og anlæg samt Forretningsservice*

De øvrige erhverv, står for ca. 6 pct. af EDI-salget. Det drejer sig først og fremmest om Transport, post og telekommunikation, som har ca. 5 pct. af EDI-salget i modsætning til Bygge og anlæg samt Forretningsservice mv. som stort set ikke bidrager.

## 9. Om undersøgelsen

*Datagrundlag*

Virksomhedernes besvarelser er indsamlet november 2001 i en frivillig, spørgeskema-baseret undersøgelse. 3.327 virksomheder indgår i datagrundlaget, svarende til en besvarelsesprocent på 66 pct. Besvarelserne repræsenterer i sig selv 41 pct. af Danmarks samlede beskæftigelse i de private byerhverv.

<sup>10</sup> Ordre modtaget i formatet XML er medregnet under internetsalg. Det drejer sig om 1-2 pct. af EDI-salget.

*Stikprøvens sammensætning* Stikprøven består af virksomheder med mindst 5 fuldtidsansatte. Hovedparten af brancherne i de private byerhverv er repræsenteret i populationen<sup>11</sup>. De udeladte branchegrupper er *Genbrug af affaldsprodukter* samt *El- gas og varmforsyning*. Brancher, der er helt eller delvist fritaget for moms, er ikke inkluderet i de private byerhverv (jf. Firmastatistikens afgrænsning). Det drejer sig primært om den finansielle sektor samt persontransport.

*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
<b>Alle virksomheder</b>	<b>66</b>	<b>3327</b>
<b>Branchegruppe (DB93)</b>		
Industri (15-36)	67	1087
Bygge og anlæg (45)	69	277
Handel, hotel og restauration mv. (50-55)	65	1055
Transport, post og telekomm. (60-64)	63	256
Forretningsservice mv. (70-93)	65	652
<b>Antal fuldtidsansatte</b>		
5-9	63	595
10-19	68	632
20-49	68	714
50-99	66	527
100 og derover	64	859

<sup>1</sup> standard 9-gruppering. 2 cifrede DB93 koder i parentes.

*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.

*Opregning* Undersøgelsens resultater er *opregnede*<sup>12</sup> svarende til en 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.

*Opregnet population* Undersøgelsens population består af 33.924 virksomheder, hvilket svarer til antallet af virksomheder i de undersøgte brancher/størrelsesgrupper. Baseret på opregning af stikprøven, har 32.317 virksomheder it og 30.339 havde internetadgang ved udgangen af 2001.

*Stikprøve-usikkerhed* Da undersøgelsen er stikprøvebaseret, er alle tal forbundet med en vis usikkerhed i form af tilfældig variation. Det gælder i særlig grad resultater brancheopgørelser, hvor tallene overvejende skal betragtes som retningsgivende.

*Forudsigelser af it-anvendelse i 2002* 2001 og 2002 refererer til it-anvendelsen ved udgangen af årene. De tal, der vedrører 2002 baserer sig på virksomhedernes forudsigelser på undersøgelsestidspunktet, november 2001<sup>13</sup>. Det skal bemærkes at virksomhederne i de tidligere undersøgelser overvurderede it-væksten på en del områder.

<sup>11</sup> 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.

<sup>12</sup> 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 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.

<sup>13</sup> Antallet af virksomheder med eksempelvis internet ved udgangen af 2002 er beregnet ved at sammenlægge virksomheder med internet i 2001 med de, der forventede at indføre internet i 2002. En

*PC-brugere og internetbrugere* 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.

*Adgangsveje til internettet* Analog modem: Anvendelse af traditionel telefonlinie til at få adgang til internettet med en hastighed op til 56 kbit/s. ADSL er en af xDSL-teknologierne, der er en fællesbetegnelse for en række nyere modem-teknologier (ADSL, SDSL, HDSL, VDSL). xDSL er baseret på de traditionelle telefonlinier. ADSL er i dag langt den mest udbredte form med hastigheder op til 2 Mbit/s. Fast bredbånds-forbindelse: Kapacitet på mindst 2Mb/sek.<sup>14</sup> (fx kabelmodem, faste kredsløb, fiber-teknologi). Trådløs forbindelse: Omfatter bl.a. Fixed Wireless Access (FWA), radiokæder samt mobile kommunikationsnet. FWA er et radiobaseret system, der kan erstatte telefonnettets almindelige abonnentforbindelser (dvs. det sidste stykke ud til slutbrugeren).

## 10. Yderligere oplysninger

*Mere information* Der er mulighed for, på servicebasis, at købe mere detaljerede oplysninger om virksomhedernes brug af informationsteknologi.

*Henvendelse* Martin Lundø, tlf. 39 17 38 73, mlu@dst.dk.

En lignende opgørelse for 2000 er offentliggjort i indeværende serie 2001:13.

---

virksomhed kunne dog tænkes på undersøgelsestidspunktet 2001 at have adgang til internet, for senere at afskaffe det i 2002. Det er vurderet, at sådanne virksomheder antalsmæssigt ikke udgør nogen væsentlig fejlkilde i beregningen.

<sup>14</sup> Ved Mb/sek forstås det maksimale antal mill. bits der kan modtages pr. sekund

## 11. Supplerende tabeller

**Tabel 1. Internetanvendelse generelt. 2001**

Alle virksomheder	Branche						Antal ansatte				
	Industri	Bygge og anlæg	Handel, hotel og rest. mv.	Transport, post og telekom. mv. <sup>2</sup>	Forretningsservice	5-9	10-19	20-49	50-99	100+	
	pct. af virksomheder med internetadgang <sup>1</sup>										
Informationssøgning på hjemmesider	87	90	76	88	76	93	83	86	91	95	97
Finansielle transaktioner	72	72	73	69	69	79	73	69	75	76	71
Information fra/til offentlige myndigheder	53	54	41	48	47	73	46	50	63	67	75
Overvågning af marked	37	33	26	41	26	51	33	33	44	48	62
Rekruttering af personale	24	20	9	23	18	48	17	21	30	44	60

<sup>1</sup> n=3.165 (virksomheder med internetadgang 2001)

<sup>2</sup> Forretningsservice mv. består af forretningsservice, ejendomsrådgivervirksomhed samt anden servicevirksomhed

**Tabel 2. Internetanvendelse – virksomheden som kunde. 2001**

Alle virksomheder	Branche						Antal ansatte				
	Industri	Bygge og anlæg	Handel, hotel og rest. mv.	Transport, post og telekom. mv. <sup>2</sup>	Forretningsservice	5-9	10-19	20-49	50-99	100+	
	pct. af virksomheder med internetadgang <sup>1</sup>										
Informationssøgning på leverandørers hjemmesider	61	70	45	63	36	71	54	61	67	76	85
Afgivelse af ordrer via hjemmeside	40	29	19	44	24	60	34	38	46	54	69
Modtagelse af varer/ydelser i digital form	37	41	16	39	17	57	32	36	42	45	58
Betaling on-line via hjemmeside	19	18	7	18	10	38	15	18	22	25	41

<sup>1</sup> Se note 1 til tabel 1.

<sup>2</sup> Se note 2 til tabel 1.

Tabel 3.

## Internetanvendelse – virksomheden som leverandør. 2001

	Alle virksomheder	Branche					Antal ansatte				
		Industri	Bygge og anlæg	Handel, hotel og rest. mv.	Transport, post og telekom.	Forretnings-service mv. <sup>2</sup>	5-9	10-19	20-49	50-99	100+
		pct. af virksomheder med internetadgang <sup>1</sup>									
Egen hjemmeside	70	74	48	74	48	85	61	71	77	80	90
Markedsføring via egen hjemmeside	65	70	42	70	45	81	55	67	75	38	87
Adgang til produktkataloger, prislisters m.m.	25	26	7	35	11	28	20	24	30	32	46
Modtagelse af ordrer via egen hjemmeside	23	17	14	31	16	25	20	24	27	24	29
Kundeservice/support efter salg	18	14	11	22	16	23	17	17	19	20	31
Salg af varer/ydelser i digital form	7	4	3	10	3	10	6	8	7	10	15
Personaliseret brugerflade	5	4	1	6	5	10	3	6	5	9	17
Sikker forbindelse (vha. autorisering/kryptering)	5	3	1	6	6	10	3	5	6	8	14
Modtagelse af betaling via hjemmeside	3	2	1	5	3	4	3	5	3	4	6
Tilpasning til mobiltelefoner (WAP ell.l.)	1	0	0	1	2	3	1	1	1	2	5

<sup>1</sup> Se note 1 til tabel 1.<sup>2</sup> Se note 2 til tabel 1.

Tabel 4.

## Barrierer for brug af IT. 2001

	Alle virksomheder <sup>1</sup>	Branche					Antal ansatte				
		Industri	Bygge og anlæg	Handel, hotel og rest. mv.	Transport, post og telekom.	Forretnings-service mv. <sup>2</sup>	5-9	10-19	20-49	50-99	100+
<b>For hurtig introduktion af nye versioner af software</b>											
Ingen	20	18	18	21	21	24	21	19	19	22	23
Nogen	35	38	28	37	26	37	27	36	44	48	50
Stor	17	21	12	16	16	22	18	14	18	20	22
Ved ikke/ikke relevant	28	23	43	26	38	17	34	31	18	10	5
<b>Mangel på it-kvalificeret personale i virksomheden</b>											
Ingen	23	25	18	21	18	33	21	22	26	31	37
Nogen	35	39	26	37	35	36	31	33	44	46	46
Stor	16	17	15	17	11	13	17	16	14	13	10
Ved ikke/ikke relevant	26	19	41	24	35	18	31	29	16	10	7
<b>It-udgifter højere end forventet</b>											
Ingen	21	21	19	20	20	27	21	21	21	21	27
Nogen	40	45	32	42	32	44	36	38	48	57	56
Stor	14	14	11	16	15	11	13	15	14	14	12
Ved ikke/ikke relevant	25	20	39	22	32	17	30	26	17	8	6
<b>Manglende fleksibilitet hos it-leverandørerne</b>											
Ingen	24	28	22	22	23	27	23	23	28	28	31
Nogen	30	32	20	33	22	37	25	28	38	43	49
Stor	13	14	11	14	15	12	13	14	13	15	13
Ved ikke/ikke relevant	32	26	47	31	40	23	38	35	22	14	7
<b>Fejl i modtaget software</b>											
Ingen	27	30	24	26	26	28	27	24	29	30	27
Nogen	30	30	25	32	26	37	26	30	36	42	50
Stor	12	16	6	12	11	15	11	12	14	15	17
Ved ikke/ikke relevant	31	24	45	30	38	20	36	35	20	13	6
<b>Svært at rekruttere it-kvalificerede medarbejdere</b>											
Ingen	25	26	21	24	19	32	21	24	32	30	35
Nogen	19	20	10	21	15	23	14	17	23	33	40
Stor	9	11	4	11	4	9	9	8	9	7	11
Ved ikke/ikke relevant	48	44	64	45	62	36	56	51	37	30	14
<b>Mangler opdateret it-strategi</b>											
Ingen	25	28	15	25	18	38	21	25	30	32	48
Nogen	30	31	27	33	27	29	26	29	37	45	36
Stor	7	9	7	8	4	6	7	7	9	8	8
Ved ikke/ikke relevant	37	32	51	34	52	26	45	39	25	15	7
<b>Intern modstand blandt medarbejderne mod it</b>											
Ingen	47	49	32	47	41	62	42	46	54	57	61
Nogen	19	20	16	22	14	18	17	18	22	30	30
Stor	5	6	5	5	4	2	5	4	4	4	4
Ved ikke/ikke relevant	30	25	46	26	42	18	36	33	20	9	6

<sup>1</sup> n=3.327 virksomheder (alle besvarelser).

<sup>2</sup> Se note 2 til tabel 1.

**Tabel 5. Barrierer for generel brug af internet. 2001**

	Alle virksomheder	Branche					Antal ansatte				
		Industri	Bygge og anlæg	Handel, hotel og rest. mv.	Transport, post og telekom.	Forretningsservice mv. <sup>2</sup>	5-9	10-19	20-49	50-99	100+
pct. af virksomheder med it <sup>1</sup>											
<b>Risiko for hackning, virus o.l.</b>											
Ingen	17	17	20	16	16	16	19	16	16	14	17
Nogen	37	35	32	40	33	40	34	36	40	41	46
Stor	29	33	26	29	24	31	27	29	32	38	33
Ved ikke/ikke relevant	17	15	23	15	28	13	21	18	12	7	5
<b>Udgifter til udvikling m.m. af hjemmesider</b>											
Ingen	19	21	17	15	18	27	19	19	18	24	23
Nogen	43	42	41	45	32	48	38	43	49	51	55
Stor	17	18	16	19	17	11	18	15	17	14	17
Ved ikke/ikke relevant	21	20	26	21	33	15	25	23	15	10	6
<b>Udgifter til hardware/software</b>											
Ingen	28	26	29	25	26	36	27	26	28	35	40
Nogen	41	45	38	41	35	41	38	38	48	45	46
Stor	14	12	11	18	15	10	15	14	12	11	9
Ved ikke/ikke relevant	18	17	22	17	25	13	20	21	12	9	5
<b>Datakommunikation for langsom/ustabil</b>											
Ingen	32	36	24	32	24	40	28	31	39	41	54
Nogen	31	31	31	32	25	31	31	30	31	38	30
Stor	13	14	12	14	19	12	13	16	13	11	8
Ved ikke/ikke relevant	23	20	33	22	32	17	29	23	17	10	8
<b>For megen tabt arbejdstid ved brug</b>											
Ingen	32	33	32	29	33	39	31	31	35	34	39
Nogen	35	35	30	39	31	36	31	37	37	46	45
Stor	12	13	11	15	9	8	15	10	10	8	9
Ved ikke/ikke relevant	20	18	27	17	27	17	22	21	18	11	8
<b>For få fordele ved internet</b>											
Ingen	34	35	28	32	24	47	32	32	39	43	45
Nogen	28	32	31	29	26	23	28	28	29	31	34
Stor	8	9	5	11	8	6	8	8	9	8	9
Ved ikke/ikke relevant	29	24	37	28	42	24	33	32	23	18	12
<b>Udgifter til forbrug</b>											
Ingen	37	35	35	36	31	44	33	35	41	49	49
Nogen	36	38	32	36	34	38	35	33	39	35	39
Stor	8	8	5	11	9	6	8	9	7	7	7
Ved ikke/ikke relevant	20	19	28	18	26	13	23	22	13	9	5
<b>For teknisk kompliceret</b>											
Ingen	44	45	35	42	35	56	38	40	53	57	63
Nogen	31	29	34	34	26	26	33	29	29	29	28
Stor	5	6	4	7	4	3	5	7	4	4	3
Ved ikke/ikke relevant	20	20	27	17	35	14	24	24	14	10	6

<sup>1</sup> n=3.260 (virksomheder med it).

<sup>2</sup> Se note 2 til tabel 1.

Tabel 6.

## Barrierer for internetsalg. 2001

	Alle virksomheder	Branche					Antal ansatte				
		Industri	Bygge og anlæg	Handel, hotel og rest. mv.	Transport, post og telekom.	Forretningsservice mv. <sup>2</sup>	5-9	10-19	20-49	50-99	100+
pct. af virksomheder med it <sup>1</sup>											
<b>Virksomhedens varer/ydelser ikke egnet til salg via nettet</b>											
Ingen	19	17	14	25	19	16	20	18	18	18	16
Nogen	22	23	21	25	16	20	22	22	22	24	26
Stor	29	34	27	25	27	34	26	27	34	40	42
Ved ikke/ikke relevant	30	26	38	25	38	31	32	33	26	18	16
<b>Kundepotentialet er for lille</b>											
Ingen	21	23	8	23	17	28	20	19	24	24	26
Nogen	24	23	28	26	20	20	23	24	23	31	30
Stor	17	20	18	18	15	13	16	16	20	21	23
Ved ikke/ikke relevant	38	34	47	33	47	39	41	40	33	24	21
<b>Usikkerhed i forbindelse med aftaleindgåelse</b>											
Ingen	19	20	9	22	18	22	17	18	22	25	28
Nogen	23	24	21	24	21	21	20	22	27	28	32
Stor	15	17	19	14	13	11	18	12	12	17	14
Ved ikke/ikke relevant	44	38	51	40	48	47	45	49	39	29	26
<b>Usikkerhed ved betalingsformidling</b>											
Ingen	23	25	16	22	19	28	21	22	22	30	35
Nogen	20	19	20	23	15	17	16	21	24	27	27
Stor	15	19	15	15	15	9	17	13	14	14	11
Ved ikke/ikke relevant	43	37	49	40	52	46	46	45	40	29	27
<b>Problemer med intern omstilling af arbejdsgange</b>											
Ingen	25	28	17	26	22	29	25	24	25	33	27
Nogen	25	29	20	28	20	21	20	26	31	33	41
Stor	11	10	13	13	7	6	13	8	8	10	10
Ved ikke/ikke relevant	39	33	50	32	51	44	43	42	35	24	21
<b>Problemer med distribution-/levering af de solgte varer</b>											
Ingen	32	38	18	36	29	33	28	31	37	44	43
Nogen	13	16	10	16	5	10	12	12	13	15	19
Stor	10	8	13	12	6	6	11	9	9	10	11
Ved ikke/ikke relevant	45	39	59	36	59	51	49	49	41	31	26
<b>Hensyn til nuværende afsætningskanaler</b>											
Ingen	29	27	20	31	25	36	27	27	30	36	35
Nogen	15	20	10	20	8	10	13	15	18	22	22
Stor	9	14	7	11	4	5	9	8	10	12	18
Ved ikke/ikke relevant	47	40	63	38	63	49	51	50	41	29	26

<sup>1</sup> n= 3.260 (virksomheder med IT).<sup>2</sup> Se note 2 til tabel 1.