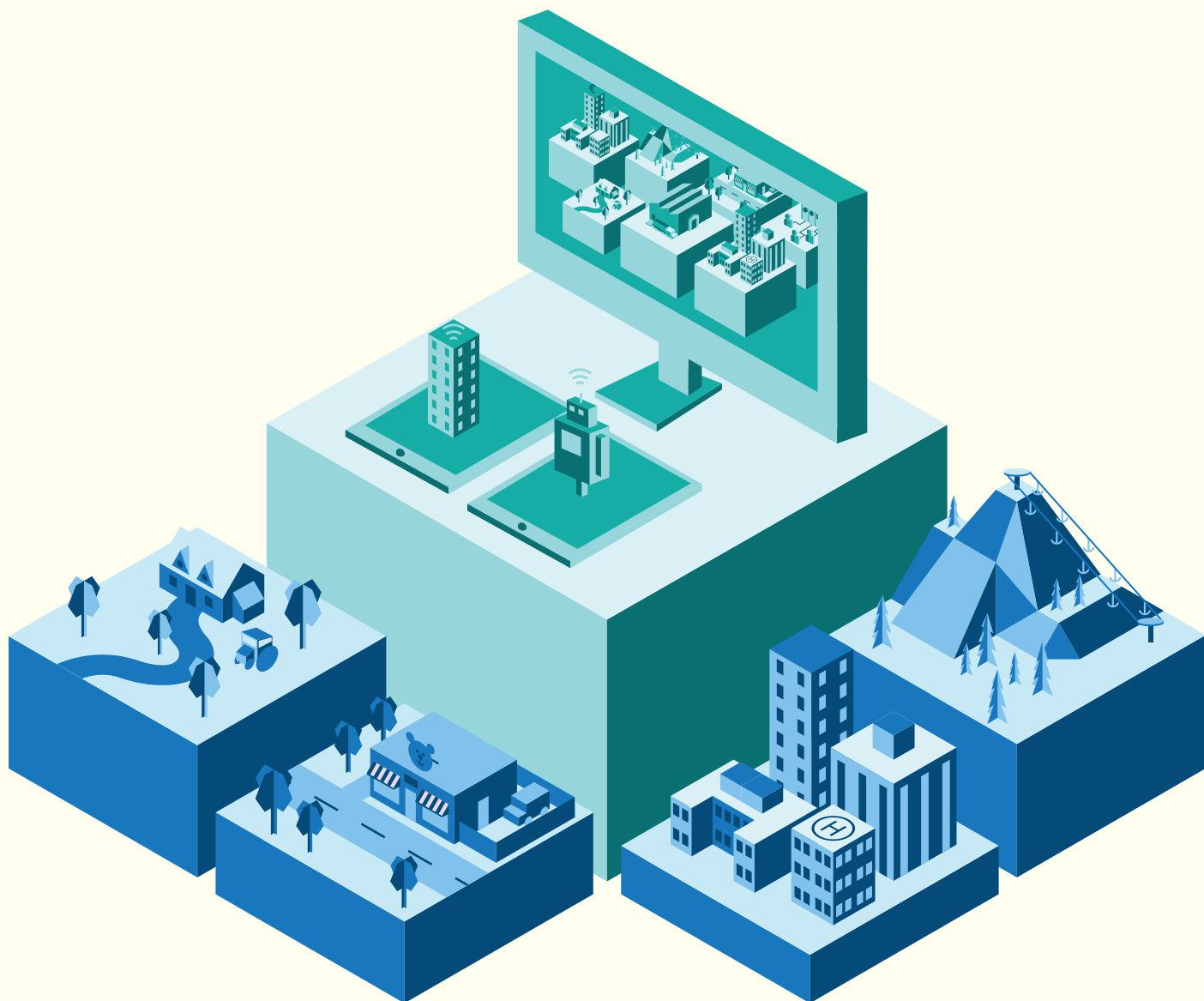


Rapport 0253

Nummer 7

i serien om Företagens
villkor och verklighet



Digitalisering i svenska företag

Temarapport

Vi stärker Sverige genom att stärka företagens konkurrenskraft

Tillväxtverket ska skapa så bra förutsättningar som möjligt för företag i hela landet att vara konkurrenskraftiga. Det innebär att vi öppnar dörrar och river barriärer – för ett Sverige där fler företag vill, kan och vågar.

Kunskap, nätverk och finansiering är våra viktigaste verktyg. Tillväxtverkets insatser skapar direkta resultat hos de företag och aktörer som vi samverkar med, men även förutsättningar för företag och regioner att möta framtidens utmaningar. Vårt största enskilda uppdrag är att bidra till att EU-medel investeras i projekt för regional konkurrenskraft och sysselsättning.

Tillväxtverkets publikationer kan laddas ner på tillvaxtverket.se. Vill du beställa en tryckt publikation eller söker du en publikation som publicerades innan 2015 hänvisar vi till vår webbshop <http://publikationer.tillvaxtverket.se>.

© Tillväxtverket

Stockholm, juni 2018

Produktion: Ruth

ISBN 978-91-88601-72-8

Rapport 0253

Har du frågor om denna publikation, kontakta:

Olof Dunsö. Telefon, växel 08-681 91 00

Förord

Med nästan 10 000 svarande är *Företagens villkor och verklighet* en av Sveriges största företagsundersökningar och därför en viktig källa till kunskap för alla som vill veta mer om de små och medelstora företagen runt om i landet. Undersökningen har genomförts vart tredje år sedan år 2002, vilket gör det möjligt att följa utvecklingen över tid.

I denna rapport presenterar Tillväxtverket resultat på temat digitalisering från undersökningen *Företagens villkor och verklighet 2017*, där små och medelstora företag ger sina perspektiv på sin situation och framtid. Digital teknik förändrar vårt samhälle i grunden och skapar förutsättningar att göra nya saker – och göra saker på nya sätt. För företag handlar det om allt från effektivare sätt att organisera sin verksamhet till utveckling av helt nya produkter och erbjudanden. Digitaliseringen utmanar således etablerade affärsmodeller och strukturer. Företag som inte förnyas sig riskerar att slås ut.

Tillväxtverket stödjer företagens digitalisering på flera olika sätt, exempelvis genom Digitaliseringslyftet, som dels syftar till ökad kunskap om digitaliseringens möjligheter, dels till att öka företagens användning av digital teknik. Därtill erbjuder Tillväxtverket små företag affärsutvecklingscheckar för digitalisering och anordnar Startup-Sweden för digitala startups. Webbplatsen verksam.t.se erbjuder en rad digitala tjänster till företag, där Tillväxtverket är en av flera myndigheter som utvecklar nya områden i syfte att förenkla och förbättra för företag. Genom att förvalta och fördela medel ur Europeiska regionala utvecklingsfonden bidrar Tillväxtverket med finansiering till bredbandsutbyggnad i hela landet.

Författare till denna temarapport är Christina Nyström och Josefine Lindell. Detta är en av flera temarapporter baserad på undersökningen *Företagens villkor och verklighet 2017*. Rapporterna ger oss viktig kunskap om näringslivet i Sverige och vi vill även att de ska utgöra kunskapsunderlag för andra aktörer som arbetar med att främja näringslivets utveckling.

Christina Henryson
Avdelningschef Kunskapsutveckling
Tillväxtverket

Olof Dunsö
Projektledare
Tillväxtverket

Sammanfattning

Digitalisering kan ha flera innebörder och i denna rapport är fokus på företagens användning av IT. I internationella jämförelser presterar Sverige väl vad avser samhällets digitalisering, bredbandstäckning samt kunskaper och användning av digital teknik. Däremot finns det skillnader i företagens digitalisering beroende på storlek och bransch. Det finns också skillnader vad gäller vilka delar av företagens verksamhet som är digitaliserade.

Ju större företag, desto mer digitaliserat. Så är fallet på såväl företagens övergripande nivå av digitalisering som sett till företagens användning av IT i olika delar av verksamheten. Resultaten visar att det är vanligare att företag använder sig av IT inom områden som har med effektivisering att göra, som till exempel administration. Det är mindre vanligt att använda IT inom affärsutveckling.

Företag inom tjänstesektorn är mer digitala jämfört med företag inom industri-sektorn. Mer specifikt är det företag inom *Information och kommunikation* som är mest digitaliserade, följt av företag inom *Utbildning* och *Ekonomi, juridik, vetenskap och teknik*. Företag inom *Bygg* är i minst utsträckning digitaliserade.

Oavsett industri- eller tjänstesektor, är utmaningen framöver att främja företagens generella digitalisering, med utgångspunkt i att digitaliseringen kommit olika långt i olika delar av näringslivet. Företag behöver blicka bortom användningen av IT som endast ett verktyg för att effektivisera verksamheten. De behöver även identifiera hur digital teknik kan möjliggöra ökad kundnytta och/eller utveckling av nya marknader.

Summary

Digitalization can have many meanings and in this report the focus is on the usage of information technology (IT) in firms. On an overall level, Sweden performs well in international comparisons of the level of digitization in society, broadband coverage and digital skills and usage. However, there are variations when it comes to digitalization in firms of different sizes and sectors. There are also large variations when it comes to what part of the firm that is digitalized.

The larger the firm, the more digital it is. This is the case when it comes to overall digitalization, but also with regards to the extent to which firms use IT in various parts of the firm. The results also show that use of IT is more common in relation to efficiency-enhancing aspects of firm activity, for example administration, than is it with regards to business development.

Businesses in the services sector are more digitalized compared to firms in the industrial sector. More specifically, firms in the *Information- and communications* sector are the most digital, followed by *Education* and *Professional, scientific and technical services*. Firms in the *Construction* sector are the least digitalized.

Irrespective of sector, the challenge ahead lies in improving the overall digitalization of firms, taking as a starting point the variation of digitalization of firms in different industries. Firms must look beyond using IT to improve efficiency in current operations. They must also find ways to make use of digital technology in delivering increased customer value and/or in developing new markets.

Företagens villkor och verklighet	7
Kapitel 2	
Sverige i en digital omvärld	9
Kapitel 3	
Hur digitala är svenska företag?	11
Kapitel 3	
Företagens IT-användning	19
Kapitel 4	
Digitalisering som utvecklingskraft	26
Kapitel 5	
Slutsatser	30
Referenser	32
Bilaga	
Branschindelning	33

Företagens villkor och verklighet

Tillväxtverket har för sjätte gången sedan 2002 genomfört undersökningen *Företagens villkor och verklighet*. Undersökningen riktar sig till svenska små och medelstora företag med frågor om vilka möjligheter och svårigheter företagen upplever i sin vardag. Den undersöker också hur företag ser på förutsättningarna att utveckla verksamheten i framtiden.

Små och medelstora företag utgör en betydande del av det svenska näringslivet, i termer av antal företag och antal anställda. De svarar också för en stor del av nettoomsättningen respektive förädlingsvärdet i näringslivet.¹ Därmed har de små och medelstora företagen en stor ekonomisk betydelse, vilket gör det angeläget att ha kunskap om dessa företag. Detta är det huvudsakliga syftet med Tillväxtverkets undersökning *Företagens villkor och verklighet 2017*.

Antal företag och antal anställda 2015, fördelat på storlek

Källa: SCB - Företagens ekonomi

Storleksklass	Antal företag	Andel företag	Anställda i företag	Andel anställda i företag
0-49	1 091 377	99,4 %	1 260 694	47 %
50-249	5 336	0,5 %	514 592	19 %
250+	1 002	0,1 %	935 721	35 %
Summa	1 097 715		2 711 007	

DEFINITIONER AV OLIKA FÖRETAGSSTORLEKAR

- Soloföretag är företag utan anställda
- Mikroföretag är företag med 0-9 anställda
- Småföretag är företag med 0-49 anställda
- Medelstora företag är företag med 50-249 anställda
- Storföretag är företag med 250 eller fler anställda

Om undersökningen

Undersökningen är utformad på ett sätt som möjliggör olika typer av uppdelningar, till exempel sett till bransch, företagsstorlek och geografi. Därmed kan många olika typer av analyser av materialet göras. Undersökningen består huvudsakligen av frågor där företagen själva gör en bedömning av hur de upplever sin situation. Därtill finns möjligheter att komplettera företagets uppfattning med registerbaserade uppgifter. Det är en av undersökningens styrkor att kunna kombinera företagets upplevda förutsättningar med andra typer av data för att stärka kvaliteten i analyserna.

¹ År 2015 stod de små och medelstora företagen för 60 procent av omsättningen och 57 procent av förädlingsvärdet i näringslivet enligt SCB (2017), Företagens ekonomi 2015.

En serie rapporter

Huvudrapporten², som Tillväxtverket presenterade i september 2017, syftar till att övergripande redovisa innehållet i undersökningen och genom statistik visa hur företagen har svarat. I denna fördjupningsrapport fokuserar vi på temat digitalisering i svenska små och medelstora företag. Ytterligare rapporter och fördjupningar utifrån undersökningen kommer att presenteras och tillgängliggöras på Tillväxtverkets webbplats, www.tillvaxtverket.se

NÅGRA FAKTA OM UNDERSÖKNINGEN

- Har tidigare genomförts 2002, 2005, 2008, 2011 och 2014.
- Över 31 000 små och medelstora företag har kontaktats.
- Företag med en omsättning över 200 000 kronor ingår.
- Cirka 10 000 företag har svarat på enkäten.
- Svarsfrekvensen är 31 procent.
- Undersökningens resultat är representativt för cirka 360 000 företag.
- Undersökningen genomfördes under oktober 2016 till januari 2017.
- Urvalet är stratifierat på län, bransch, företagsstorlek samt företagsledarens kön, ålder och bakgrund.
- Undersökningen består av drygt 30 frågor med ett antal fördjupningar.
- Läs mer om undersökningen på www.tillvaxtverket.se.

² Tillväxtverket (2017), *Företagens villkor och verklighet 2017*, Rapport 0232.

Sverige i en digital omvärld

I kapitlet ges en översiktlig bild av hur Sverige och svenska företag kommer att påverkas av digitaliseringen.

Den digitala omställningen pågår för fullt och enligt vissa bedömare befinner vi oss ännu i ett inledande skede.³ Digitaliseringen möjliggör bland annat nya former av företagande, där digitala plattformar kan länka samman olika funktioner i ett spritt nätverk istället för att organisera sig inom samma organisation. Ny teknik möjliggör nya typer av tjänster, varor och erbjudanden. Användandet av digitala lösningar kan underlätta för befintliga företag, när de genom att strukturera sin verksamhet på nya sätt kan bli mer effektiva. Samtidigt kan implementering av digitala lösningar utgöra en disruptiv kraft som kullkastar existerande teknologier och kan leda till genomgripande förändringar i hela branscher när nya tjänster och lösningar som tidigare inte varit möjliga utmanar existerande affärsmodeller.

Digitaliseringen kommer att medföra stora förändringar på såväl samhälls- och individuell nivå. Nya tjänster kommer att växa fram och efterfrågas i takt med att tekniken möjliggör nyttjande och optimering av stora mängder data. Inte minst är detta fallet när det gäller välfärds- och samhällstjänster, givet framtida demografiska utmaningar. På grund av automatisering kommer innehållet i olika yrken att förändras, och vissa arbetsuppgifter kommer att försvinna och ersättas av nya. Detta kommer att innebära en betydande omställning på arbetsmarknaden. Sverige, med en generellt sett hög utbildningsnivå bland befolkningen, kan stå förhållandevis väl rustat. I en rapport bedöms Sverige tillhöra de OECD-länder som löper minst risk att drabbas av jobbförluster när uppgifter automatiseras.⁴

Regeringen har som mål är att Sverige ska vara bäst i världen på att använda digitaliseringens möjligheter. Det innebär att Sverige ska ha ett bredband av världsklass; att elektroniska kommunikationer ska vara effektiva, säkra och robusta, samt att digitaliseringen av det offentliga Sverige ska förenkla för medborgare och stödja innovation och delaktighet.⁵ Sverige tillhör de länder i EU som är ledande i arbetet med att skapa förutsättningar för digital transformation.⁶ Det återstår fortfarande arbete att göra för att medborgare och företag

³ It & Telekomföretagen (2017), *Etta eller nolla? En rapport om digitaliseringen av Sverige*.

⁴ Nedelkoska, L. och Quintini, G. (2018), *Automation, skills use and training*. OECD Social, Employment and Migration Working Papers No. 202.

⁵ Regeringen (2017), *Budgetpropositionen för 2017, Utgiftsområde 22 Kommunikationer*.

⁶ EU Kommissionen (2018), *Digital Transformation Scoreboard 2018. EU businesses go digital: Opportunities, outcomes and uptake*.

tillfullo ska kunna dra nytta av den potential som digitalisering kan medföra. Det offentliga har en roll att spela i att visa på betydelsen av digital teknologi för företags konkurrenskraft och belysa vikten av att företagen själva arbetar med sin digitala strategi.

Sverige är ett, i flera avseenden, framgångsrikt land när det kommer till digitala företag. Till exempel har flera företag med digitala affärsmodeller, och som värderats till över en miljard dollar (så kallade "enhörningar"), grundats i Sverige.⁷ Exempel på sådana företag är Skype, Spotify och Klarna. I ett internationellt perspektiv är Sverige ledande i att nyttja och sprida nya teknologiska landvinningar, svenskar är tidiga att anamma ny teknik och det finns en generell utbredd kunskap i att använda grundläggande digital teknik hos befolkningen. I ett europeiskt perspektiv är Sverige rankat som nummer två vad gäller digital konkurrenskraft.⁸ Enligt OECD är internetanvändningen bland individer och företag utbredd och den digitala klyftan vad gäller ålder, utbildning, inkomst och företagsstorlek är betydligt mindre än i de flesta OECD länder. Dessutom ligger Sverige väl till vad gäller tillgänglighet och kvalitet på bredband samt kostnadsbild.⁹ Ett område där Sverige presterar svagare är inom digitala offentliga tjänster. Företagen lyfter fram kompetensbrist som ett stort tillväxthinder, detta inte minst inom teknikområdet, där efterfrågan på tekniskt kunnig och utbildad personal vida överstiger utbudet. I mindre företag är möjligheterna att använda exempelvis artificiell intelligens mindre relativt stora företag som har större såväl finansiella som personella resurser.¹⁰

En betydande del av de senaste decenniernas produktivetsutveckling i näringslivet härrör från digitalisering och automatisering. Informations- och kommunikationssektorn och investeringar i informations- och kommunikationsteknologi (IKT) stod för 42 procent av produktivitetstillväxten i det svenska näringslivet under perioden 2006–13.¹¹ Det är dock inte införandet av digital teknik i verksamheter som är målet i sig, utan det handlar om hur digitalisering faktiskt implementeras i hela organisationen, genom att exempelvis digitalisera och koppla samman processer för exempelvis inköp, produktion och försäljning, att varor blir uppkopplade och kombineras med digitala tjänster.¹² Sakernas internet och alla data som därigenom genereras kan användas för att bättre förstå kunders behov, nyttjas för att anpassa sitt värderbjudande och för att effektivisera och anpassa produktionsprocesser.

Även om Sverige ligger väl till i internationella jämförelser, flyttar andra länder fram sina positioner och skillnaderna mellan länder har minskat över tid. Det innebär att de företag som inte lyckas nyttja potentialen i digitaliseringen till att förnya och utveckla sina affärsmodeller kommer att hamna på efterkälken och riskerar att slås ut.

⁷ Svenskt näringsliv (2016), *Företagen och digitaliseringen – om samhällsekonomiska effekter, kompetensförsörjning och nya regler för handel och personuppgiftsskydd*.

⁸ EU Kommissionen (2018), *Digital Economy and Society Index (DESI) 2018*.

⁹ OECD (2018), *OECD Reviews of Digital Transformation. Going Digital in Sweden*.

¹⁰ Vinnova (2018), *Artificiell intelligens i svenskt näringsliv och samhälle. Analys av utveckling och potential*. VR 2018:08.

¹¹ Tillväxtanalys (2014), *Digitaliseringens bidrag till tillväxt och konkurrenskraft i Sverige*. Rapport 2014:13.

¹² Tillväxtanalys (2017), *Digital mognad i svenskt näringsliv*. Rapport 2017:02.

Hur digitala är svenska företag?

Kapitlet syftar till att ge en introduktion till begreppet digitalisering och hur det kan användas. Dessutom redogörs för hur digitalisering har studerats i andra undersökningar och Sveriges position i internationella jämförelser.

Vad menas med digitalisering?

Digitalisering är ett brett och komplext område som ger oss möjlighet att göra nya saker – och göra saker på nya sätt. För företag handlar det om förnyelse och att förhålla sig till den strukturomvandling som pågår i näringslivet. Digitaliseringen blir därmed en viktig drivkraft till förändring i företag. För att bibehålla och stärka sin konkurrenskraft behöver företagen finna effektivare sätt att organisera sin verksamhet och utveckla helt nya produkter och erbjudanden med hjälp av digital teknik. Digitaliseringen utmanar därmed etablerade affärsmodeller och strukturer, vilket kan medföra att företag som inte förnyar sig riskerar att slås ut.

Företag som intresserar sig för att dra nytta av digitaliseringens möjligheter och skapa nya affärsmöjligheter kan göra det på olika sätt. Det kan vara att förändra värdeerbjudandet till kunder alternativt att förändra sin interna operativa modell eller en kombination av båda. Digitalisering i företag kan beskrivas och diskuteras utifrån flera olika perspektiv: affärsmodeller, teknik och applikationer, strategisk planering och implementering av digital teknik, förändrade varor och tjänster, marknadsföring och kundkontakt, processer och värdeerbjudanden, styrning och reglering, mognad samt säkerhet.

I den här rapporten har vi valt att fokusera på hur företag använder digitaliseringens möjligheter i olika delar av verksamheten. Genom att nyttja digitala lösningar kan arbetet både bli effektivare och optimeras för att utveckla verksamheten, nya eller förändrade affärsmodeller och produkt erbjudanden till kunderna. Företag har kommit olika långt i sin digitaliseringsprocess och har olika behov och förmågor att se nyttan med att integrera digital teknik i sin verksamhet.

Internationella undersökningar av digitalisering

Innan vi kommer in på svenska små och medelstora företag och hur de använder digitalisering exemplifieras hur digitalisering har undersökts i andra rapporter och Sveriges placering i förhållande till andra länder.

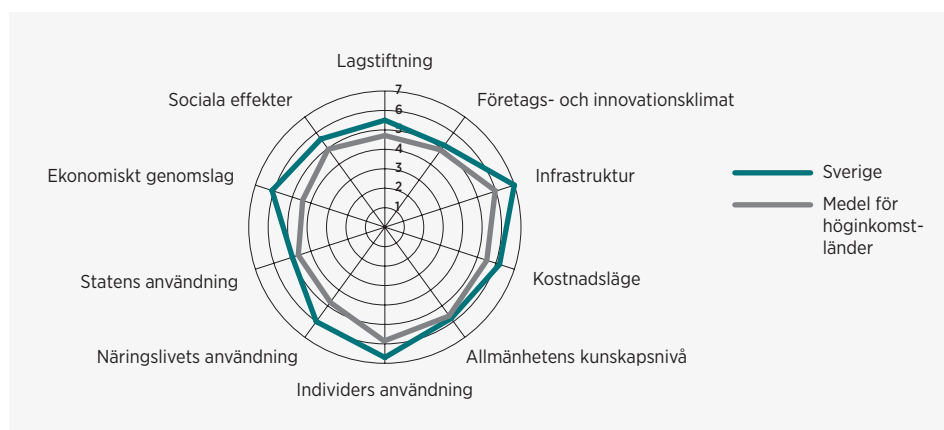
World Economic Forum Global Information Technology Report 2016

World Economic Forum undersöker digitalisering utifrån olika dimensioner, däribland regelverk och företagsklimat, användning och utfall av informationsteknologi. På en övergripande ranking av 139 länder placerar sig Sverige på tredje plats när det gäller digitalisering. Sveriges styrkor ligger främst inom områdena infrastruktur och individers användning av IT. När det handlar om näringslivets användning av IT placerar sig Sverige på en andraplats.

FIGUR 2.1

Sveriges profil enligt Global Information Technology Report 2016

Källa: World Economic Forum, The Global Information Technology Report 2016



Sverige är tillsammans med Finland, Schweiz, Israel, Singapore, Nederländerna och USA världsledande när det gäller ekonomisk påverkan från investeringar inom informations- och kommunikationsteknologi. Utfallet för dessa länder är i genomsnitt 33 procent högre jämfört med andra utvecklade ekonomier.¹³

Sverige har förvisso en hög placering på digitaliseringsområdet i förhållande till omvärlden, men utvecklingen går snabbt framåt i många länder. Det innebär att skillnaderna mellan Sverige och övriga länder har minskat över tid. Detta belyser vikten av att även länder som har god digital konkurrenskraft tar den globala konkurrensen på allvar.¹⁴

¹³ World Economic Forum (2016), *The Global Information Technology Report 2016*.

¹⁴ IT & Telekomföretagen (2017), *Etta eller nolla? En rapport om digitaliseringen av Sverige*.

OECD Digital Economy Outlook 2017

OECD lyfter i rapporten *Digital Economy Outlook 2017* fram att företagen inte fullt ut har utnyttjat de nya affärsmöjligheter som digitalisering kan ge. De flesta företagen använder idag IT i sin verksamhet, men småföretagen släpar efter. Särskilt småföretag skulle kunna använda IT mer effektivt och nå nya affärsmöjligheter, enligt OECD. OECD konstaterar att den traditionella skillnaden i digitalisering, kallad den digitala klyftan, som beror på ojämlig tillgång till IT-infrastruktur och tjänster skiftat mot en mer genomgripande skillnad avseende användningen av avancerad digital teknik.¹⁵

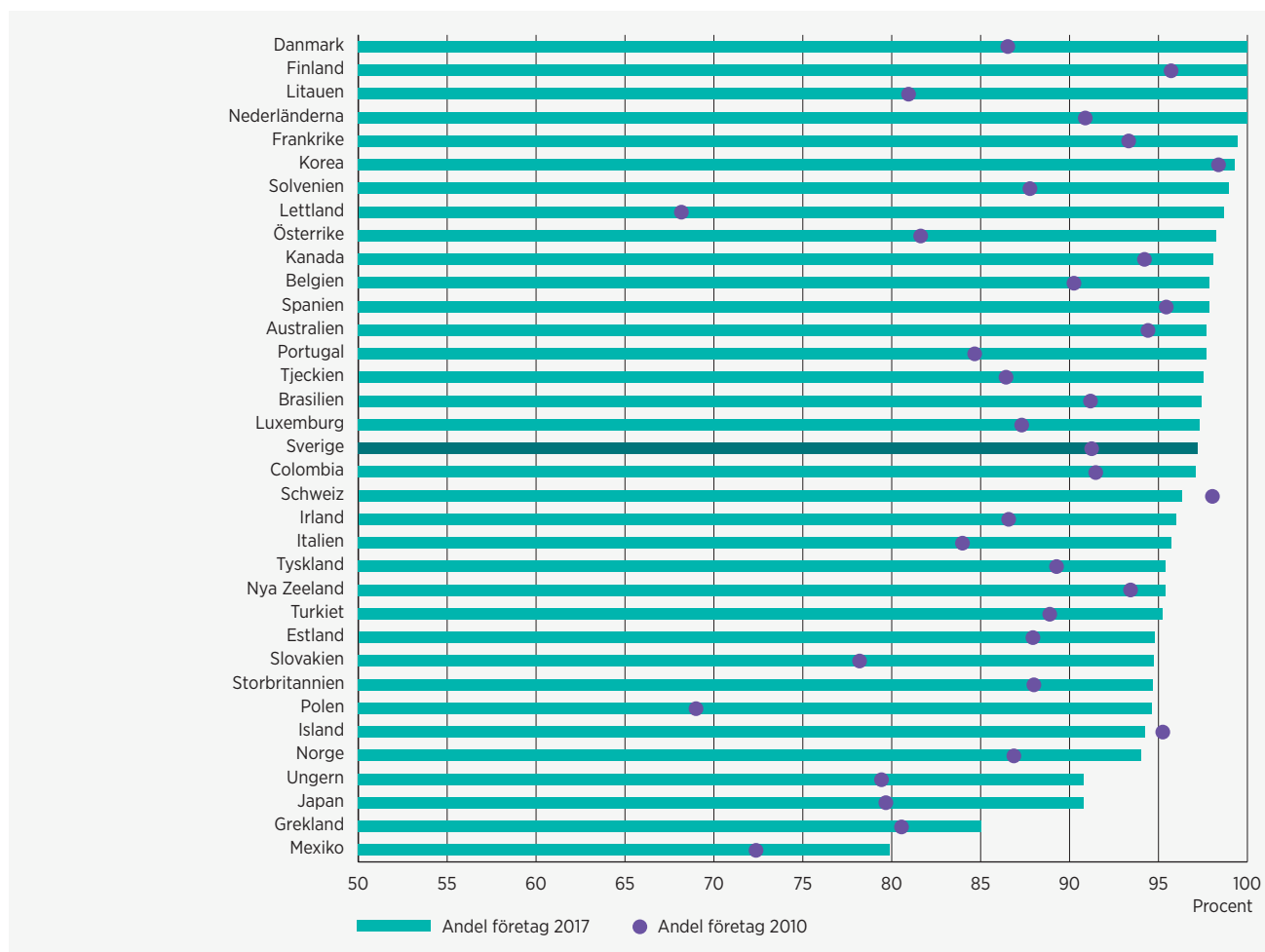
En mycket stor andel företag i OECD-länderna har bredbandsuppkoppling och i många länder är det en stor andel av företagen som har en webbsida. När det gäller företagens tillgång till bredband placerar sig Sverige kring mitten av undersökta länder, med en tydlig förbättring sedan 2010. Andelen företag i Sverige som har tillgång till bredband ökade med ungefär 6 procentenheter mellan 2010 och 2017 och ligger på cirka 97 procent.

FIGUR 2.2

Företagens tillgång till bredband, år 2017 jämfört med år 2010, 10 eller fler anställda

Källa: OECD.Stat, ICT Access and Usage by Businesses; data hämtade juni 2018.

För de länder där data saknas för 2010 och/eller 2017, har data för närmast tillgängliga år använts. Dessa är Australien, Colombia, Island, Japan, Kanada, Korea, Mexiko, Nya Zeeland och Schweiz.



¹⁵ OECD (2017), *Digital Economy Outlook 2017*.

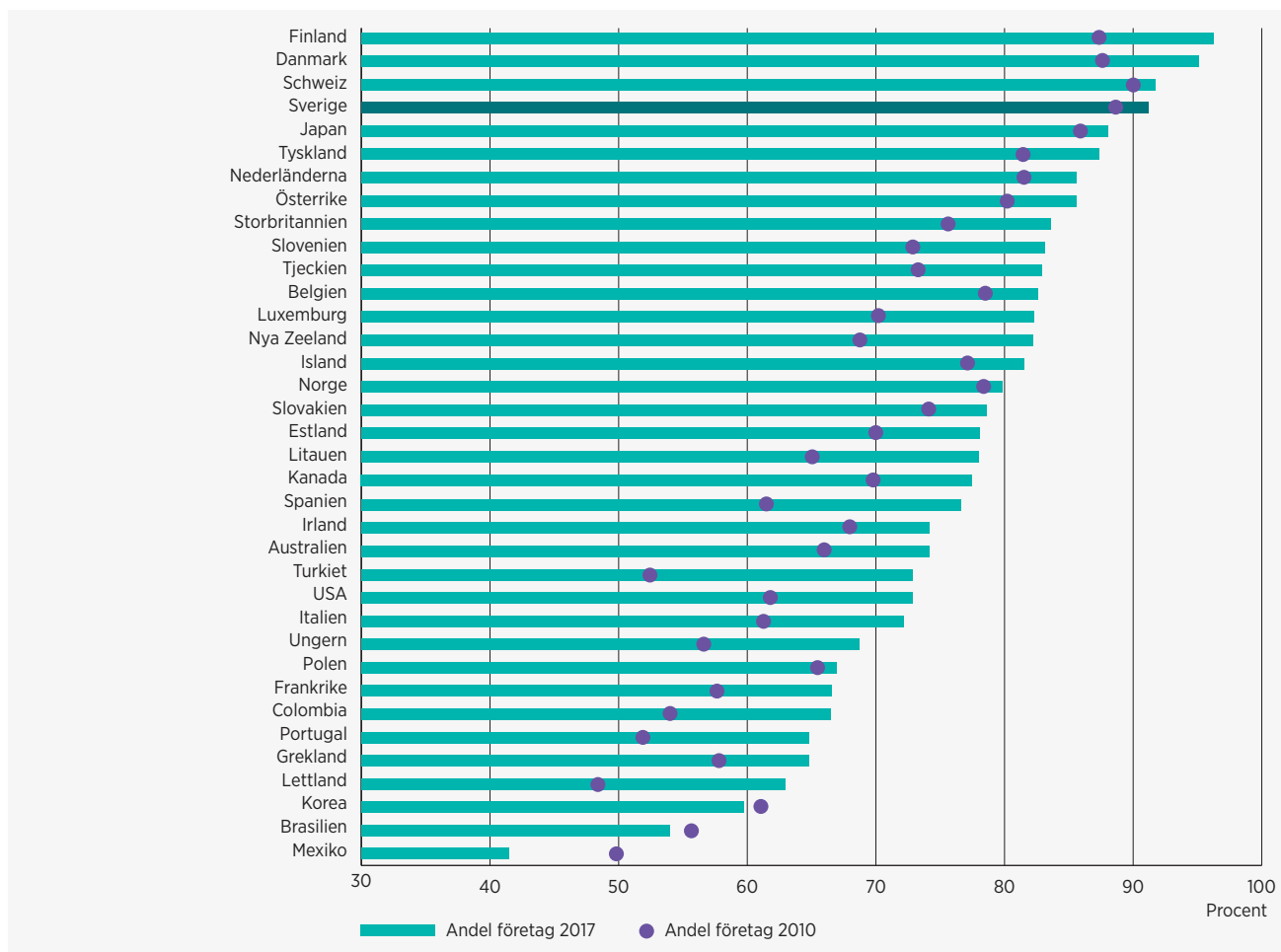
FIGUR 2.3

Andel företag med webbsida, år 2017 jämfört med år 2010, 10 eller fler anställda

Källa: OECD.Stat, ICT Access and Usage by Businesses; data hämtade juni 2018.

För de länder där data saknas för 2010 och/eller 2017, har data för närmast tillgängliga år använts. Dessa är Australien, Colombia, Japan, Kanada, Korea, Mexiko, Nya Zeeland, Schweiz och USA.

När det gäller andelen företag som har en webbsida placerar sig Sverige högt bland de undersökta länderna, genom att över 90 procent av företagen har en sådan. Förändringen sedan 2010 är däremot inte så stor. 2016 var genomsnittet för OECD drygt 77 procent.¹⁶ De som släpar efter är främst småföretag med 10–49 anställda jämfört med medelstora och stora företag.



Däremot använder bara en mindre andel av företagen mer avancerade IT-applikationer som IT-baserade affärssystem, molntjänster och big data. Överlag är det huvudsakligen de större företagen som använder denna typ av avancerade applikationer. Det beror delvis på större komplexitet i verksamheten ju större företaget är, och på större hinder för mindre företag att anamma digitala tekniker på grund av bristande kunskap eller finansiella förutsättningar.¹⁷

¹⁶ OECD (2017), *Digital Economy Outlook 2017*.

¹⁷ OECD (2017), *Digital Economy Outlook 2017*.

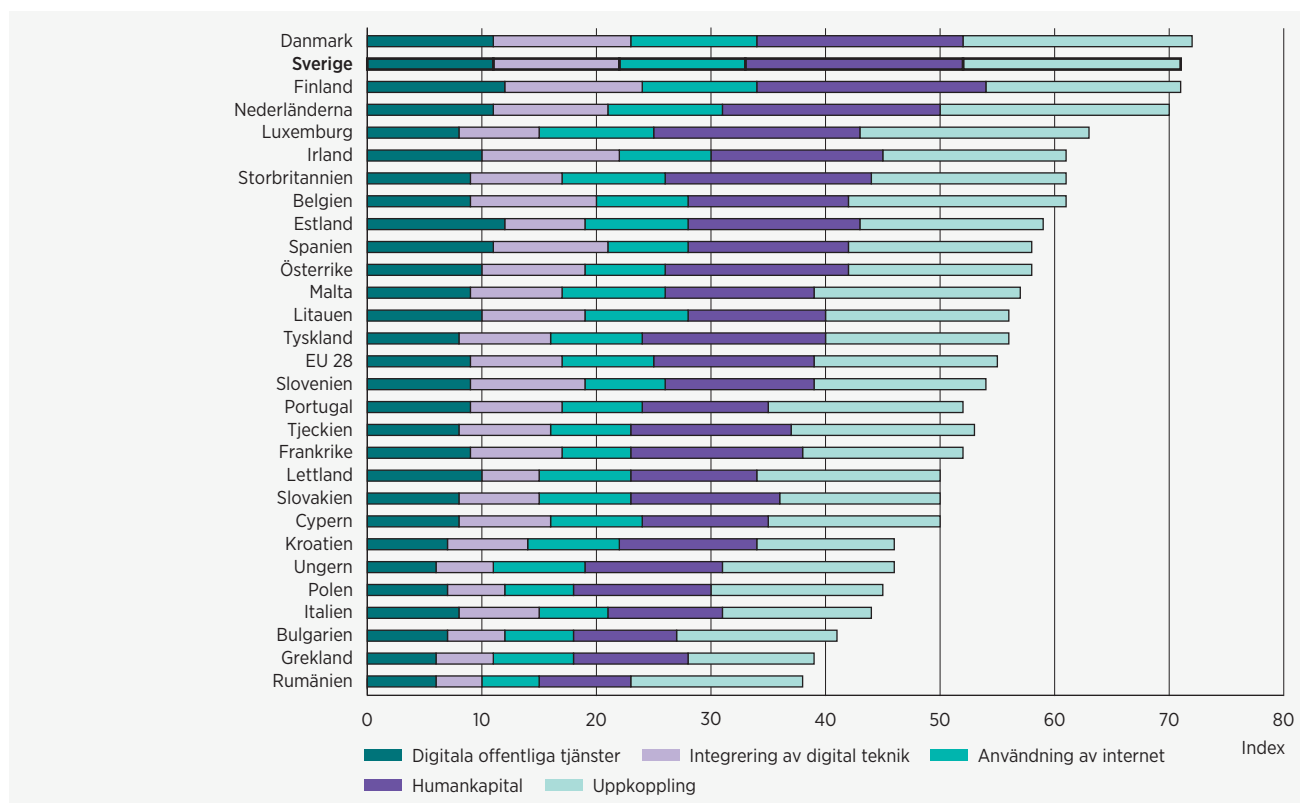
EU:s Digital Economy and Society Index och Digital Intensity Index

Inom ramen för EU:s arbete med att främja den digitala inre marknaden följs hur EU-ländernas digitala konkurrenskraft utvecklas inom ett antal olika områden; uppkoppling, humankapital, internetanvändning, integrering av digital teknik och digitala offentliga tjänster. I den senaste mätningen rankas Sverige som nummer två och tillhör tillsammans med Danmark, Finland och Nederländerna de digitalt mest avancerade EU-länderna.¹⁸ Mot bakgrund av denna placering är Sveriges utmaning att kontinuerligt arbeta med att förbättra den redan höga graden av digitalisering.

FIGUR 2.4

Rangordning enligt 2018 års index för digital ekonomi och digitalt samhälle (DESI)

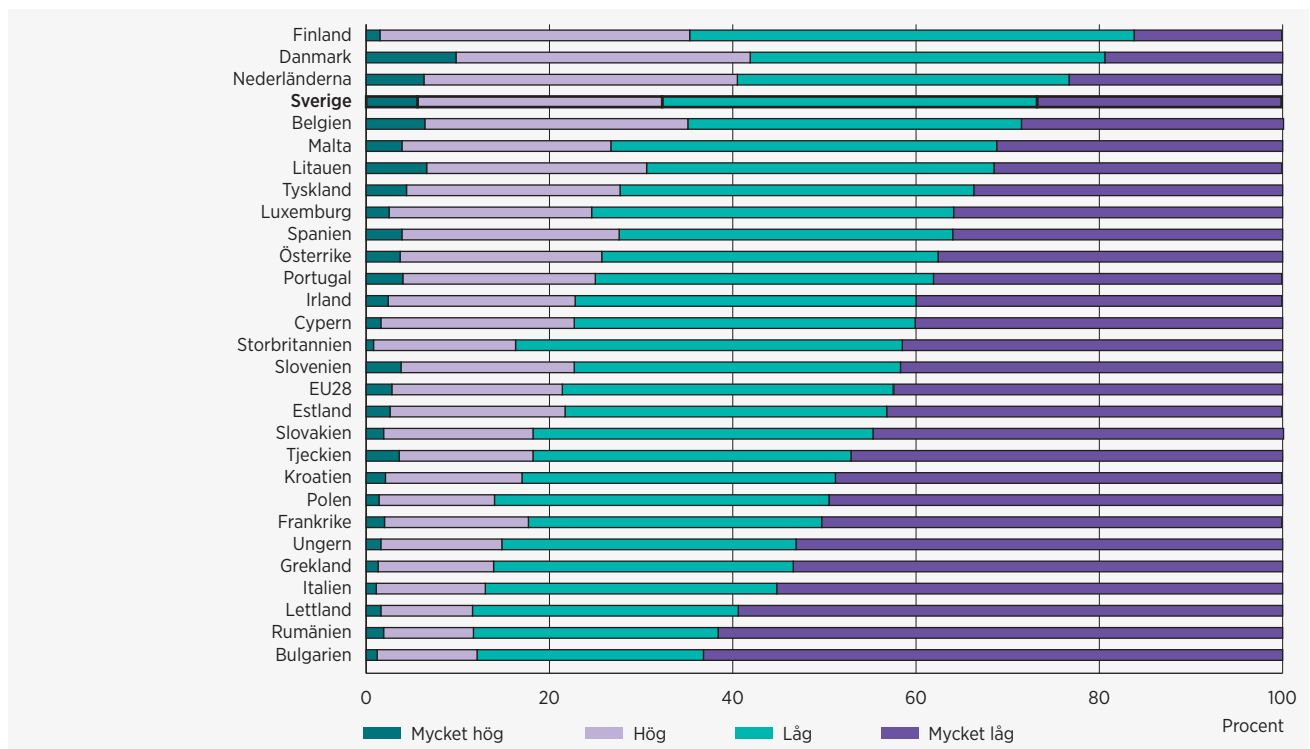
Källa: EU-kommissionen, Digital Economy and Society Index 2018



Sverige intar en framstående plats när det gäller företagens användning av digital teknik. Andelen svenska företag som i hög eller mycket hög utsträckning använder digitala teknologier är drygt 30 procent. Detta kan jämföras med EU-genomsnittet på runt 20 procent av företagen. Sverige är ett av endast fem EU-länder där mer än 5 procent av företagen i mycket hög utsträckning använder digitala teknologier. Samtidigt är det drygt 25 procent av företagen i Sverige som i mycket låg utsträckning använder IT.¹⁹

¹⁸ EU-kommissionen (2018), *Digital Economy and Society Index 2018 – Sverige*.

¹⁹ EU-kommissionen (2018), *Integration of Digital Technology*.



FIGUR 2.5

Index för digital intensitet 2017, fördelat på företagens digitaliseringsgrad

Källa: EU Kommissionen, baserat på data från Eurostat

EU-kommissionens undersökning visar vidare att olika branscher har kommit olika långt i sin digitalisering. En större andel företag som i hög grad är digitaliserade återfinns framför allt inom tjänstesektorn, däribland inom *Information och kommunikation*, och flera andra tjänstesektorer. Av de branscher som ännu inte har en stor andel företag som kommit långt i sin digitalisering återfinns flera delbranscher inom *Tillverkning*.²⁰

Andra svenska undersökningar

SCB:s undersökning *Företagens användning av IT*

Statistiska Centralbyrån, SCB, följer utvecklingen vad gäller företagens användning av IT. Bland annat visar undersökningen att andelen företag som använder olika molntjänster ökat från 40 till 50 procent mellan 2014 och 2016. Ökningen har skett i samtliga undersökta branscher. Bland företagen inom *Informations- och kommunikationsverksamhet* använder 80 procent molntjänster, jämfört med endast en tredjedel av företagen inom *Hotell och restaurang*.²¹

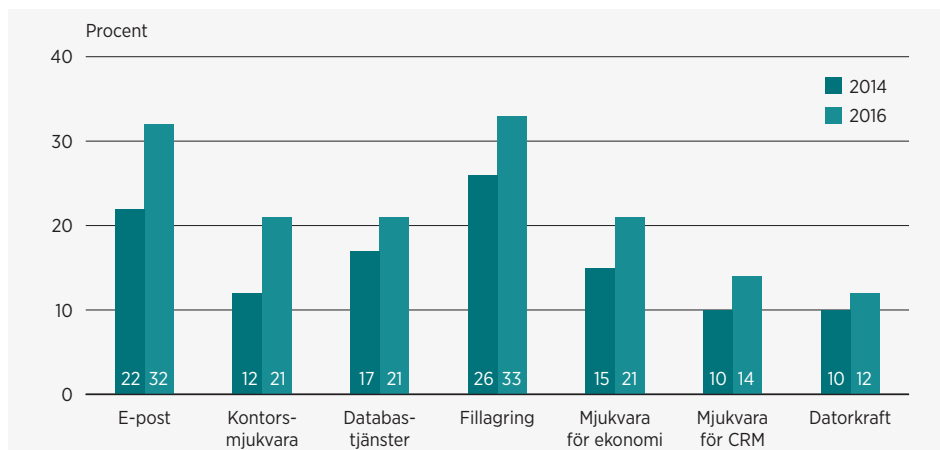
²⁰ EU Kommissionen (2018), *Integration of Digital Technology*.

²¹ SCB (2016), *Företagens användning av IT 2016*.

FIGUR 2.6

Andel företag som använder någon av följande molntjänster, 10 anställda eller fler, år 2016 jämfört med år 2014

Källa: SCB, Företagens användning av IT 2016.



Tillväxtanalys rapport *Digital mognad i svenska företag*

Tillväxtanalys har i rapporten *Digital mognad i svenskt näringsliv*²² utvecklat ett index för digital mognad, bestående av fyra komponenter: IT-baserade affärssystem, kundhanteringssystem, marknad och integration respektive sociala medier. Tillsammans bildar dessa delindikatorer ett index för övergripande digital mognad i svenskt näringsliv.

Resultaten visar att den digitala mognaden skiljer sig åt mellan olika branscher i det svenska näringslivet. Övergripande tillhör *Information och kommunikation*, *Handel* respektive *Andra tjänsteföretag* de mer digitalt mogna branscherna. *Fastighetsbolag och fastighetsförvaltare*, *Transport och magasinering* respektive *Byggingusti* tillhör de mindre digitalt mogna branscherna.

TABELL 2.1

Digital mognad, fördelad på bransch

Källa: Tillväxtanalys, Digital mognad i svenskt näringsliv, Rapport 2017: 02

	IT-baserade affärssystem	Kundhanteringssystem	Marknad & integration	Sociala medier	Övergripande digital mognad
Bransch					
Information och kommunikationsföretag	0,54	0,52	0,25	0,34	0,34
Handel mm.	0,63	0,53	0,32	0,11	0,25
Andra tjänsteföretag	0,54	0,44	0,17	0,16	0,22
Tillverkningsindustri	0,72	0,37	0,23	0,09	0,20
El, gas och värmeverk mm.	0,47	0,35	0,17	0,12	0,19
Hotell och restauranger	0,47	0,34	0,24	0,06	0,16
Fastighetsbolag och fastighetsförvaltare	0,59	0,40	0,11	0,08	0,14
Transport och magasinering	0,50	0,15	0,28	0,03	0,12
Byggingusti	0,45	0,17	0,14	0,04	0,10
IKT-sektorn					
IKT-användande branscher	0,72	0,55	0,35	0,27	0,37
IKT-sektorn	0,68	0,59	0,22	0,21	0,29

Mer digitalt mogen  Mindre digitalt mogen

²² Tillväxtanalys (2017), *Digital mognad i svenskt näringsliv*, Rapport 2017:02.

Men det finns variationer inom detta mått på digital intensitet. Delindikatorn för IT-baserade affärssystem visar exempelvis att *Tillverkningsindustri* är den bransch som har högst andel företag som använder IT-baserade affärssystem.

Vidare visar rapporten att den digitala mognaden skiljer sig åt mellan företag i olika storlek. Storföretagen är mest digitalt mogna, följt av medelstora företag och därefter småföretagen. Detta mönster återkommer oavsett om data avser det övergripande måttet på digital intensitet eller någon av de fyra delindikatorer som indexet baseras på.

TABELL 2.2

Digital mognad, fördelad på företagets storlek

Källa: Tillväxtanalys, Digital mognad i svenskt näringsliv, Rapport 2017: 02

	IT-baserade affärssystem	Kundhanterings-system	Marknad & integration	Sociala medier	Övergripande digital mognad
Små företag	0,43	0,30	0,17	0,16	0,20
Medelstora företag	0,71	0,51	0,31	0,28	0,35
Stora företag	0,90	0,67	0,46	0,40	0,50

Mer digitalt mogen  Mindre digitalt mogen

Företagens IT-användning

Företagens användning av IT handlar i stor utsträckning om effektivisering. Vanligast är att IT används för administration. Däremot är det mindre vanligt att IT används för produktutveckling och affärsutveckling. Företagens digitalisering skiljer sig mellan branscher och företag i olika storlek. Tjänstesektorn är mer digitaliserad än industrisektorn. Likaså är större företag mer digitaliserade än småföretagen.

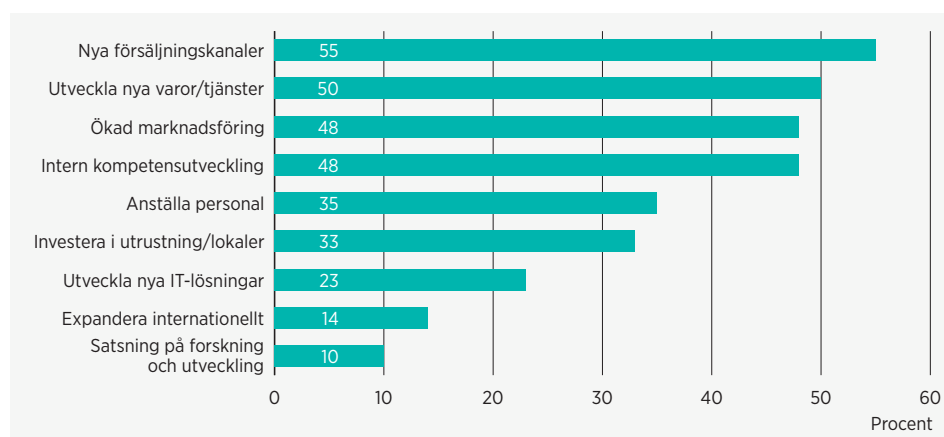
Nya IT-lösningar en viktig tillväxtfaktor i vart fjärde företag

En stor andel, 70 procent, av svenska små och medelstora företag vill växa.²³ Därför är det viktigt att förutsättningarna som omgärdar näringslivet är så gynnsamma som möjligt så att företagen kan realisera sina tillväxtambitioner.

För att kunna växa anger företagen främst nya försäljningskanaler följt av utveckling av nya varor och/eller tjänster som mycket viktiga åtgärder. Även förstärkning inom marknadsföring ses som en viktig tillväxtåtgärd. För alla dessa områden kan digitalisering spela en roll.

FIGUR 3.1

Andel företag 2017 som ser olika åtgärder som mycket viktiga för att företaget ska kunna växa



²³ Tillväxtverket (2017), *Företagens villkor och verklighet*, Rapport 0232.

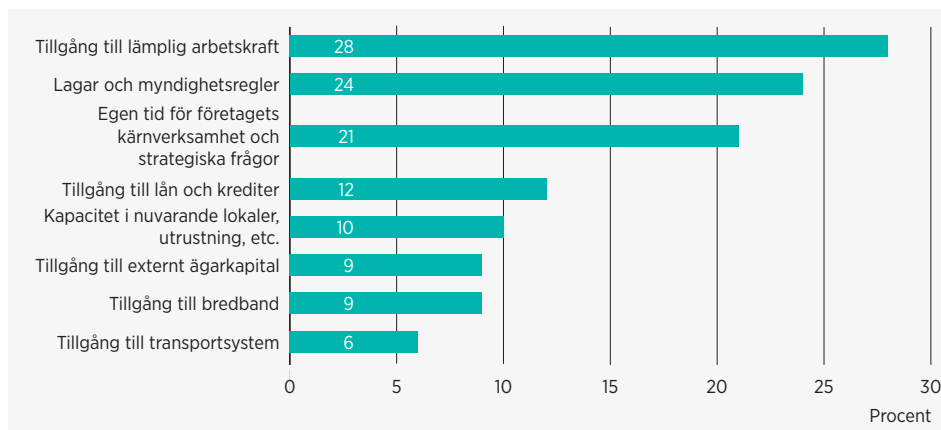
När det gäller att utveckla nya IT-lösningar anger 23 procent att detta är en mycket viktig åtgärd för att företaget ska kunna växa. Ju större företag desto större andel är det som ser utveckling av nya IT-lösningar som en mycket viktig åtgärd för att företaget ska kunna växa. Bland medelstora företag är andelen som anger detta 33 procent.

Det är främst företagen inom *Information och kommunikation* följt av *Transport och magasinering* som anser att utveckling av nya IT-lösningar är mycket viktiga för tillväxten. För företagen inom dessa branscher uppger 50 respektive 30 procent att denna åtgärd är mycket viktig utifrån ett tillväxtperspektiv.

Tillgång till bredband utgör inget huvudsakligt tillväxthinder

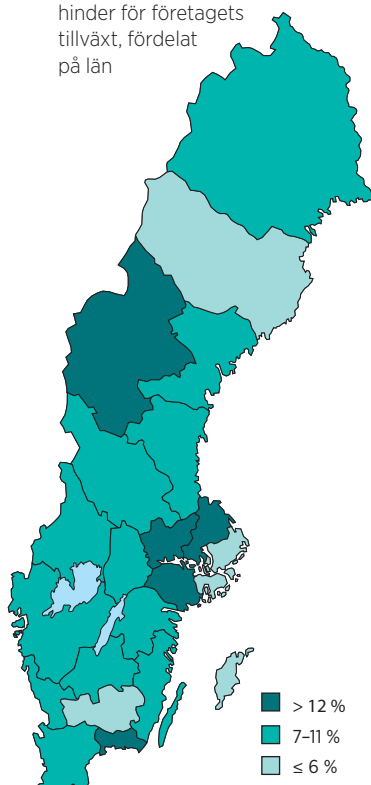
FIGUR 3.2

Andel företag 2017 som ser stort hinder i olika faktorer för företagets tillväxt



FIGUR 3.3

Andel företag 2017 som ser tillgång till bredband som stort hinder för företagets tillväxt, fördelat på län



Det största tillväxthindret för svenska små och medelstora företag handlar om tillgången till lämplig arbetskraft. Infrastruktur är ett mindre tillväxthinder. Knappt ett företag av tio anger att tillgång till bredband utgör ett stort hinder för företagets utveckling och tillväxt. Men för de företag som befinner sig i regioner med förhållandevis sämre tillgång till infrastruktur och bredbandsutbyggnad, kan det vara ett stort hinder för att nå ut på marknaden.

Det är inte så stor skillnad mellan vad företag av olika storlek och i olika branscher anser om bredband som stort tillväxthinder. Däremot är det skillnader mellan olika delar av Sverige. Nästan vart femte företag i *Blekinge län*, 18 procent, anger att tillgång till bredband är ett stort tillväxthinder. I *Södermanlands* och *Västmanlands län* är det 15 respektive 14 procent av företagen som anger tillgång till bredband som ett stort tillväxthinder. Detta kan jämföras med att endast 4 procent av företagen i *Kronobergs län* ser tillgång till bredband som ett stort tillväxthinder.

När det gäller bredbandstillgång i olika delar av Sverige är län inte nödvändigtvis det bästa sättet att studera geografiska skillnader. Vid en jämförelse av andelen företag som anser att tillgång till bredband är ett stort tillväxthinder mellan olika kommungrupper²⁴ är det mindre skillnader. Tillgången till bredband upplevs som störst hinder av företag i *pendlingskommun nära större stad* (14 procent), följt av *landsbygdskommun* (13 procent).

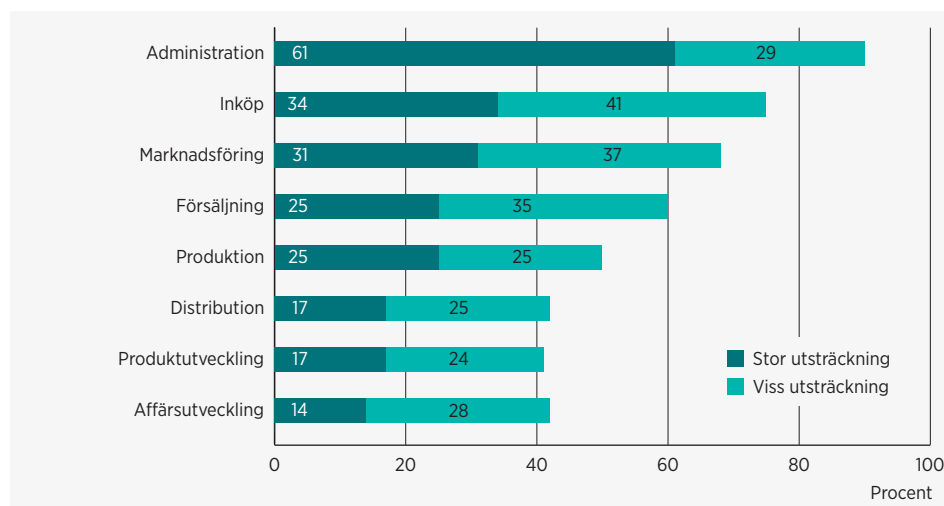
IT-användning inom administration är vanligast

Digitalisering kan, som tidigare nämnts, användas för effektivisering av befintliga processer. Digitalisering kan också spela roll i utveckling av nya affärsmodeller och i nya eller förbättrade produkter och kunderbjudanden, så att företaget kan utveckla sin verksamhet och stärka sin konkurrenskraft. Därigenom är digitalisering strategiskt viktigt för framtida utveckling av företagets verksamhet och erbjudande.

Resultaten från undersökningen visar att det varierar mycket mellan i vilka delar av verksamheten som företagen använder sig av IT. Vanligast är att företagen använder IT inom administration. Drygt sex av tio små och medelstora företag anger att de i stor utsträckning använder IT inom administration.

FIGUR 3.4

Andel företag 2017 som anger att de använder IT inom olika verksamhetsområden



När det gäller andra verksamhetsfunktioner är användningen av IT överlag mindre vanlig. Efter administration följer inköp och marknadsföring där ungefär en tredjedel av företagen använder IT i stor utsträckning. För övriga undersökta verksamhetsområden – produktutveckling, produktion, försäljning, distribution

²⁴ Indelningen består av nio grupper fördelade på tre huvudgrupper, där kommuner grupperats utifrån vissa kriterier som tätortsstorlek, närhet till större tätort och pendlingsmönster. För ytterligare information, se: <https://skl.se/tjanster/kommunerlandsting/faktakommunerochlandsting/kommungruppsindelning.2051.html>

samt affärsutveckling²⁵ – är det betydligt färre företag som anger att de använder IT i stor utsträckning.

TABELL 3.1

Andel företag 2017 som i stor utsträckning använder IT inom olika verksamhetsområden, fördelat på företagets storlek

Det är dock stora skillnader i användningen av IT inom olika verksamhetsområden sett både till företagets storlek och bransch. Ju större företaget är, desto vanligare att det i stor utsträckning använder sig av IT inom olika delar av verksamheten.

Storlek	Administration	Inköp	Produkt-utveckling	Produktion	Marknads-föring	Försäljning	Distribution	Affärs-utveckling
0 anställda	55	30	17	25	31	25	18	14
1-9 anställda	63	35	16	24	30	24	15	14
10-49 anställda	80	53	21	30	40	31	22	19
50-249 anställda	89	53	29	48	55	46	30	26

Till exempel anger 55 procent av soloföretagen att de använder IT i stor utsträckning för administration, medan andelen för medelstora företag är närmare 90 procent. Ungefär vart tredje mikroföretag använder IT i stor utsträckning för inköp. För större småföretag och medelstora företag är denna andel drygt 50 procent. Omkring 30 procent av mikroföretagen använder i stor utsträckning IT för marknadsföring, att jämföra med 40 procent av de större småföretagen och 55 procent av de medelstora företagen.

Undersökningen visar att företag inom tjänstesektorn är de som i störst utsträckning använder IT inom olika verksamhetsområden. Det är genomgående företagen inom *Information och kommunikation* som anger att de i stor utsträckning använder sig av IT inom samtliga verksamhetsområden som undersöks. Företag inom *Juridik, ekonomi, vetenskap och teknik* ligger också högt inom flera undersökta verksamhetsområden. Inom industrisektorn är det framför allt företag inom *Tillverkning* som anger att de använder IT i stor utsträckning inom olika verksamhetsområden.

TABELL 3.2

Andel företag 2017 som i stor utsträckning använder IT i olika verksamhetsområden, fördelat på bransch

Bransch	Administ-ration	Inköp	Produkt-utveckling	Produktion	Marknads-föring	Försäljning	Distribution	Affärs-utveckling
Tillverkning, utvinning	65	42	18	22	30	23	17	10
Energi, vatten, el	62	22	8	22	18	21	10	7
Bygg	54	22	5	8	14	11	4	5
Handel	65	50	14	13	44	38	19	15
Transport och magasinering	48	18	10	16	16	15	12	9
Hotell och restaurang	44	26	8	7	33	21	6	12
Information och kommunikation	75	55	56	72	50	46	44	41
Juridik, ekonomi, vetenskap och teknik	71	34	27	48	32	29	28	22
Uthyrning, fastighetsservice	61	29	11	20	34	25	12	12
Utbildning	66	36	27	38	40	25	20	22
Vård och omsorg	60	29	10	21	21	9	6	7
Kultur, nöje och fritid	51	28	9	15	39	21	11	8

²⁵ Frågan avser om företaget har använt IT för att skapa nya affärsmodeller/affärsmöjligheter. I rapporten benämns detta fortsättningsvis affärsutveckling.

Digital intensitet i företag

Ett annat sätt att beskriva digitalisering i företag är att väga samman företagets användning av IT inom olika verksamhetsområden till ett övergripande digitaliseringsindex. Vi har skapat ett index som bygger på hur företagen har svarat på delfrågorna i undersökningen när det gäller deras användning av IT inom olika verksamhetsområden. Indexet kan anta ett värde mellan 0 och 10, där 0 innebär att företaget inte alls använder IT i sin verksamhet. Värdet 10 innebär att företaget i stor utsträckning använder sig av IT inom alla verksamhetsområden.

DIGITALISERINGSINDEX

- Indexet baseras på de frågor som företagen svarat på gällande deras IT-användning inom olika delar av verksamheten. Företagen har angett om de inte alls, i viss eller i stor utsträckning använder sig av IT inom administration, inköp, produktutveckling, produktion, marknadsföring, försäljning, distribution och affärsutveckling.
- Utifrån hur företagen har svarat för varje verksamhetsområde, tilldelas ett värde 0, om de angett "inte alls" som svarsalternativ, 1 om de angett "i viss utsträckning" och 2 om de angett "i stor utsträckning". Svaren för samtliga delfrågor summeras till ett övergripande index.
- Indexet är konstruerat så att det kan anta ett värde mellan 0 och 10, där 0 innebär att företaget inte alls använder sig av IT inom något verksamhetsområde och 10 som innebär att företaget i stor utsträckning använder sig av IT inom samtliga undersökta verksamhetsområden. Det värde som redovisas för indexet är medelvärdet.
- Det är viktigt att notera att ingen viktning har gjorts avseende de olika frågorna som tillsammans utgör indexet.

Digitaliseringsindex för samtliga svenska små och medelstora företag är 4,3. Skillnader finns, främst när det gäller företagets storlek och bransch, och i viss mån utifrån var i landet företaget finns.

TABELL 3.3

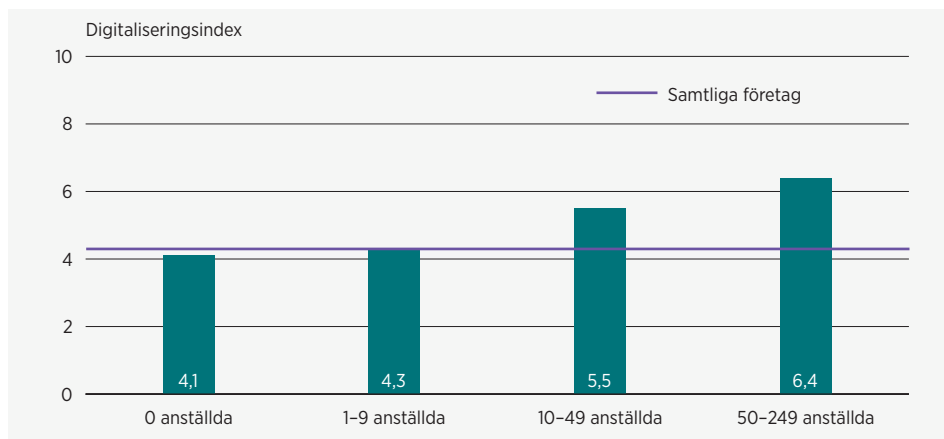
Digitaliseringsindex, fördelat på företagets storlek, ålder och sektor

	Digitaliseringsindex
Samtliga företag	4,3
Företagets storlek	
0 anställda	4,1
1-9 anställda	4,3
10-49 anställda	5,5
50-249 anställda	6,4
Företagets ålder	
Unga (startår 2013-2016)	4,5
Etablerade (startår 2007-2012)	4,7
Mogna (startår 2006 eller tidigare)	4,1
Sektor	
Tjänstesektor	4,6
Industrisektor	3,5

Digitalisering hänger ihop med företagets storlek

Ju större företaget är, desto mer digitaliserat är det. Soloföretagen har ett digitaliseringsindex på 4,1 medan de medelstora företagen ligger på 6,4.

FIGUR 3.5
Digitaliseringsindex, fördelat på företagets storlek

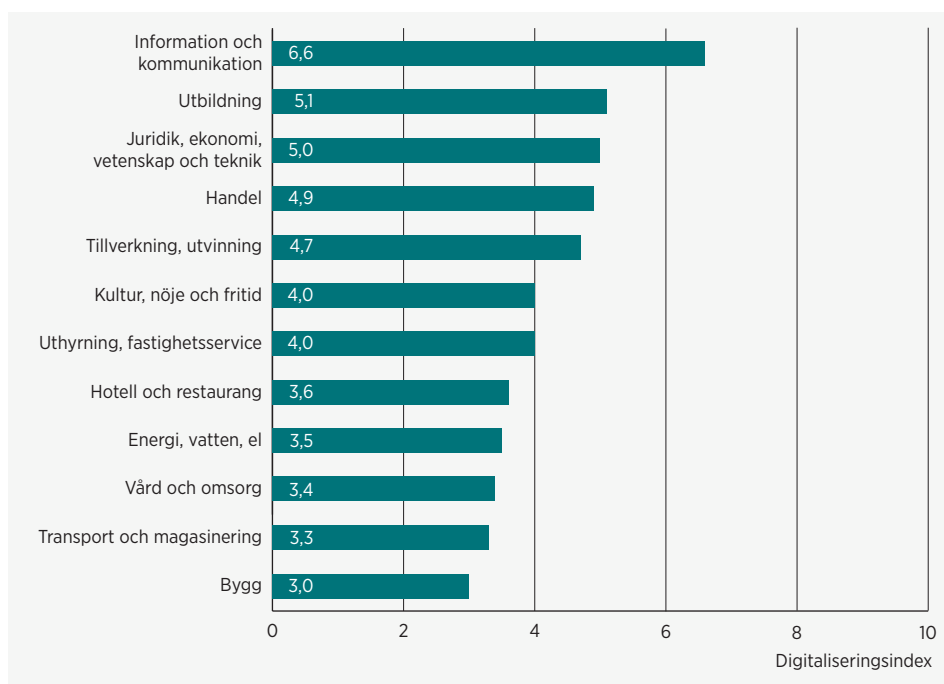


I industrisektorn ingår branscherna *Tillverkning och utvinning*, *Bygg* och *Energi, vatten, el*. Övriga branscher ingår i *tjänstesektorn*.

Tjänsteföretag och yngre företag är mer digitala

Generellt är företag verksamma inom tjänstesektorn mer digitala (4,6) än företag inom industrisektorn (3,5). Sett till olika branscher finns tydliga skillnader vad gäller företagens digitalisering. Företag inom *Information och kommunikation* ligger högst (6,6) följt av företagen inom *Utbildning* (5,1). Lägst digitaliseringsindex har företagen inom *Bygg* (3,0) och *Transport och magasinering* (3,3). Dessa skillnader mellan branscher är i linje med resultat från andra undersökningar²⁶.

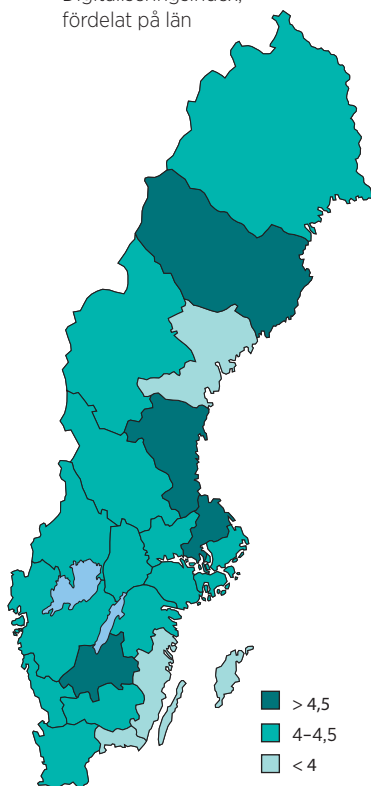
FIGUR 3.6
Digitaliseringsindex, fördelat på bransch



²⁶ Tillväxtanalys (2017), *Digital mognad i svenskt näringsliv*; EU Kommissionen (2018), *Integration of Digital Technology*.

FIGUR 3.7

Digitaliseringsindex, fördelat på län



Utöver storlek och bransch, är unga företag (startår 2013 eller senare) och etablerade företag (startår 2007–2013) i något större utsträckning digitala jämfört med äldre företag (startår 2006 eller tidigare).

Regionala skillnader i företagens digitalisering

Länsvisa jämförelser visar att *Jönköping* är det län där företagen i snitt har högst digitaliseringsgrad (4,9) följt av *Uppsala* och *Gävleborg* (4,5). Lägst är digitaliseringsindex för *Västernorrland* (3,6).

Digitaliseringsindex, fördelat på län

Jönköping	4,9	Örebro	4,3	Norrboten	4,1
Uppsala	4,5	Riket	4,3	Västmanland	4
Gävleborg	4,5	Östergötland	4,2	Kalmar	3,9
Västerbotten	4,5	Skåne	4,2	Gotland	3,9
Stockholm	4,4	Södermanland	4,1	Blekinge	3,9
Västra Götaland	4,4	Värmland	4,1	Västernorrland	3,6
Kronoberg	4,3	Dalarna	4,1		
Halland	4,3	Jämtland	4,1		

Det är något mindre skillnader i företagens digitalisering när man jämför kommungrupper. Företag i *storstäder* är i störst utsträckning digitaliserade (4,6), följt av företag lokaliserade i *större städer* (4,5) respektive i *pendlingskommuner nära storstad* (4,4).

Digitalisering som utvecklingskraft

Företag som vill växa är i högre utsträckning digitaliserade. Digitalisering kan skapa förutsättningar att växa, genom exempelvis innovation eller att hitta nya kunder och marknader.

Digitalisering och innovation

Digitaliserade företag är i högre grad innovativa, med index 5,4, att jämföra med 3,4 för företag som inte är innovativa. Med innovativa företag avses företag som angett att de, de tre senaste åren, introducerat nya eller väsentligt förbättrade produkter. Det är dock viktigt att notera att det inte är möjligt att utifrån undersökningens resultat uttala sig om ett orsakssamband mellan digitalisering och innovation.

En nedbrytning på IT-användningen inom olika delar av verksamheten, visar att innovativa företag i högre utsträckning använder IT inom samtliga undersökta verksamhetsområden jämfört med företag som inte är innovativa. Ett exempel på detta är att andelen innovativa företag som i stor utsträckning använder IT i produktutveckling är 28 procent, att jämföra med mindre än 10 procent av de ej innovativa företagen. Likaså är det en större andel av de innovativa företagen som anger att de använder IT i stor utsträckning för marknadsföring jämfört med ej innovativa företag (45 respektive 20 procent). När det gäller affärsutveckling är det 23 procent av de innovativa företagen som anger att de i stor utsträckning använder sig av IT, jämfört med 8 procent av de ej innovativa företagen.

TABELL 4.1

Andel företag 2017 som använder IT i stor utsträckning inom olika verksamhetsområden, fördelat på innovativa och ej innovativa företag

Innovativ	Administration	Inköp	Produkt-utveckling	Produktion	Marknads-föring	Försäljning	Distribution	Affärs-utveckling
Ja	70	43	28	34	45	35	24	23
Nej	55	27	8	17	20	17	11	8

Digitalisering och tillväxtvilja

Som tidigare nämnts uppger 70 procent av de svenska små och medelstora företagen att de vill växa. Resultaten från *Företagens villkor och verklighet 2017* visar att digitaliserade företag i större utsträckning vill växa med både omsättning och anställda. Digitaliseringsindex för företag som vill växa med både omsättning och anställda är 5,2 att jämföra med 4,5 för företag som bara vill öka omsättningen. Företag som uppger att de inte vill växa är i minst utsträckning digitaliserade (3,1).

Undersökningen visar att nya försäljningskanaler och utveckling av nya varor och tjänster är viktigast för att kunna växa som företag. Med andra ord är viktiga aspekter av företagets tillväxt att utveckla nya kunderbudanden och nya sätt att nå ut till såväl befintliga som nya kunder. Generellt har företag som anger olika tillväxtåtgärder som mycket viktiga en högre grad av digitalisering. Detta är mest tydligt för de företag som anser att internationell expansion, satsningar på forskning och utveckling och utveckling av nya IT-lösningar är mycket viktiga.

TABELL 4.2

Digitaliseringsindex, fördelat på olika åtgärder som är viktiga för företaget för att kunna växa

	Inte viktigt	Mindre viktigt	Mycket viktigt
Nya försäljningskanaler	3,4	4,6	5,3
Utveckla nya varor/tjänster	3,9	4,4	5,4
Ökad marknadsföring	3,8	4,5	5,4
Intern kompetensutveckling	4	4,7	5,3
Anställa personal	4,4	4,8	5,3
Investera i utrustning/lokaler	4,7	5	4,8
Utveckla nya IT-lösningar	3,8	5,2	6,3
Expandera internationellt	3,8	5,5	6,4
Satsning på forskning och utveckling	4,4	5,5	6,3

Digitalisering och hinder för tillväxt

För att företag ska kunna växa behövs goda villkor och förutsättningar för företagande. I en tilltagande internationell konkurrens är det viktigt att identifiera vilka områden företagen upplever som mest begränsande för att kunna vidareutveckla sin verksamhet.

Undersökningen visar att det enskilt största hindret för tillväxt handlar om tillgång till lämplig arbetskraft, följt av lagar och myndighetsregler. Företag som upplever de olika undersökta tillväxthindren som stort hinder har, i genomsnitt, en högre grad av digitalisering jämfört med företag som inte anser att de olika faktorerna utgör ett tillväxthinder.

TABELL 4.3

Digitaliseringsindex, fördelat på olika tillväxthinder

	Inget hinder	Litet hinder	Stort hinder
Tillgång till lämplig arbetskraft	3,9	4,7	4,6
Lagar och myndighetsregler	3,9	4,7	4,5
Egen tid för företagets kärnverksamhet och strategiska frågor	3,5	4,6	5,4
Tillgång till lån och krediter	4,1	4,7	4,9
Kapacitet i nuvarande lokaler, utrustning, etc.	4	4,7	5,1
Tillgång till externt ägarkapital	4,2	4,7	4,6
Tillgång till bredband	4,1	4,7	5
Tillgång till transportsystem	4,2	4,8	4,6

Undersökningen visar att företag som vill växa är mer digitaliserade jämfört med de som inte vill växa. Företag som har ambitionen att växa behöver tillgång till olika typer av resurser i verksamheten, som arbetskraft, kapital, effektiva transporter, med mera. Företag med ett högre digitaliseringsindex upplever i större utsträckning att tillgång till olika resurser utgör tillväxthinder.

Digitalisering och konkurrens

Digitalisering ger företag möjlighet att göra nya saker och att göra saker på nya sätt. På en konkurrensutsatt marknad kan digitalisering bidra till effektivisering av verksamheten, vilket kan leda till lägre kostnader och därigenom möjligheter för företagen att erbjuda lägre pris för sina varor och tjänster. Genom digitala lösningar kan företag skapa värde för sina kunder genom helt nya eller mer avancerade erbjudanden. Digitaliseringen utmanar etablerade affärssätt och lösningar och företag som inte förnyas riskerar att konkurreras ut.

De företag som upplever att konkurrensen från andra företag i Sverige har ökat, är mer digitaliserade jämfört med företag som upplever en minskad konkurrens. Samma trend syns vad gäller upplevd konkurrens från utländska företag. De företag som upplever ökad internationell konkurrens är mer digitala jämfört med de som upplever minskad konkurrens från utlandet.

TABELL 4.4

Digitaliseringsindex och hur konkurrens inom olika områden har förändrats de senaste tre åren

* Endast svarsalternativ på frågan om hur konkurrens från utländska företag har förändrats de senaste tre åren.

** Ej svar

	Minskat	Oförändrat	Ökat	Har ingen konkurrens *
Konkurrens från svenska företag	3,8	4,1	4,8	*
Konkurrens från utländska företag	3,8	4,8	5,0	3,9
	Liten	Ganska stor	Mycket stor	
Konkurrens angående låga priser på varor/tjänster	3,9	4,7	4,6	**
Konkurrens angående förmåga att ta fram nya varor/tjänster/processer	3,9	5,2	5,2	**

Digitalisering kan innebära både möjligheter och hot. En tolkning av resultatet ovan kan vara att de företag som är mer digitaliserade har potential att verka på fler marknader, vilket också innebär att de är utsatta för konkurrens av flera aktörer.

De företag som upplever ganska stor eller mycket stor konkurrens när det gäller låga priser på produkter är mer digitaliserade jämfört med företag som upplever liten priskonkurrens. Samma resultat kan ses vad gäller företagets syn på konkurrens kring framtagande av nya produkter och processer.

Digitalisering, kunder och marknader

Wilken marknad och vilka kunder ett företag inriktar sig mot kan påverka i vilken utsträckning företaget kan växa på sikt. Generellt är de företag som uppger att de har stor försäljning till olika kundtyper också i högre grad digitaliserade. Undantaget är dock försäljning till privatpersoner. Företag som har stor försäljning till privatpersoner är i mindre utsträckning digitaliserade jämfört med företag som har liten eller ingen försäljning alls till privatpersoner.

TABELL 4.5

Digitaliseringsindex och försäljning till olika typer av kunder

	Ingen försäljning	Liten försäljning	Stor försäljning
Till mindre företag (1-49 anställda)	3,6	4,4	4,8
Till större företag (50+ anställda)	3,5	4,7	5,3
Till offentlig sektor	4,0	4,7	5,1
Till privatpersoner	4,7	4,2	4,1
Till turister/tillresta	4,3	4,2	4,6

TABELL 4.6

Digitaliseringsindex, fördelat på företagets huvudsakliga marknad

	Index
Lokal/regional	3,6
Nationell	5,4
Internationell	6,0

TABELL 4.7

Digitaliseringsindex, fördelat på företag med export respektive import

		Index
Export	Ja	6,2
	Nej	3,9
Import	Ja	5,7
	Nej	3,9

Mer digitaliserade företag riktar sig i större utsträckning till marknader i utlandet. Företag som har den internationella marknaden som huvudsaklig marknad är mer digitala jämfört med företag vars huvudsakliga marknad är den nationella marknaden. Digitaliseringsindex för den förstnämnda gruppen är 6,0 att jämföra med 5,4 för företag främst inriktade på den nationella marknaden. Företag som framför allt riktar sig till den lokala eller regionala marknaden är i lägst utsträckning digitaliserade (3,6).

Ett annat sätt att undersöka detta är att se om det är skillnader i digitalisering för företag som har export respektive import. Resultaten visar att företag som exporterar respektive importerar också är mer digitaliserade. För företag som exporterar är index 6,2 att jämföra med ett index på 3,9 för icke exporterande företag. Liknande mönster gäller för import, där digitaliseringsindex är 5,7 för företag som importerar respektive 3,9 för företag som inte importerar.

Internationalisering är ett sätt för företag att växa. Eftersom Sverige har en liten inhemsk marknad kan expansion av verksamheten till andra länder vara ett naturligt steg i sökandet efter en större marknad. Resultaten visar att de företag som idag inte har internationell verksamhet, men som ser detta som en möjlighet i framtiden, är mer digitaliserade (5,2) jämfört med de företag som anger att internationalisering inte är aktuellt (3,9).

Slutsatser

Resultaten från *Företagens villkor och verklighet 2017* visar att det är viktigt att fler små och medelstora företag i Sverige ser digitaliseringens möjligheter och tar ytterligare steg i användningen av digital teknik för att stärka sin konkurrenskraft. Likaså behöver det företagsfrämjande systemet rikta sina insatser mot områden där de har störst potential att skapa värde för företagen.

Digitalisering används främst för effektivisering ...

Digitalisering påverkar alla sektorer i ekonomin och förutsättningar att digitalisera finns i alla typer av företag. De som inte anpassar sig till utvecklingen riskerar att konkurreras ut av mer effektiva och snabbfotade aktörer. Undersökningen visar att företagen framför allt använder digitalisering för att effektivisera delar av verksamheten. Drygt 60 procent använder IT i stor utsträckning i administrativa processer. För en långsiktigt hög produktivitetsnivå är det viktigt att kontinuerligt se över sina interna processer och identifiera vilka delar av verksamheten som kan bli bättre.

... men företag behöver nyttja potentialen i digitalisering

Däremot är det en betydligt mindre andel av företagen som använder digitalisering i affärsutvecklingssyfte. Endast 14 procent anger att de använder IT i stor utsträckning inom affärsutveckling. Därmed riskerar företagen att missa de möjligheter som digitalisering kan medföra om digitalisering inte utgör en integrerad del i företagets verksamhetsutveckling. Med allt för stort fokus på hur digitalisering kan bidra till intern effektivisering riskerar företag att gå miste om den potential som digital teknik kan ha för strategisk utveckling av verksamheten, exempelvis att utveckla sitt kunderbjudande och identifiera nya marknadsbehov. Till exempel, kan företag genom att använda de stora mängder data som genereras få bättre kännedom om sina kunders användning och bättre anpassa produkter efter kundernas behov.

En större andel av företag i Sverige behöver finna sätt att använda digitalisering i affärsutvecklingssyfte. Denna studie har visat att en låg andel av de små- och medelstora företagen använder digitalisering för affärsutveckling, samtidigt som andra studier har lyft fram att det inte är den digitala tekniken i sig som är det stora bidraget utan förmågan att använda digital teknik för att transformera processer i företaget. Att höja denna förmåga, till exempel genom att en större

andel av företagen börjar använda digital teknik i affärsutvecklings syfte, är en viktig utmaning för Sverige.

Skillnader mellan branscher och företagsstorlek

Undersökningen visar att företagens användning av digital teknik skiljer sig mellan företag i olika sektorer, branscher och storlek. Tjänstesektorn är mer digital än industrisektorn, och det är skillnader mellan branscher inom dessa sektorer. Mindre företag är i lägre utsträckning digitaliserade jämfört med större företag. Resultatet indikerar att ytterligare ansträngningar behöver göras för en generell ökning i användningen av digital teknik i företag, men även särskilda satsningar kan behövas för utifrån företagens specifika behov.

Viktigt att följa utvecklingen över tid

Denna rapport ger en översiktlig bild av företagets digitalisering, och pekar på skillnader i företagets användning av digital teknik. Företagen har kommit olika långt i sin digitalisering och genom att följa utvecklingen över tid får man en bild av hur företagets digitalisering framskrider och även inom vilka områden eller delar av näringslivet som fortsatta offentliga satsningar kan vara motiverade.

Offentliga sektorns ansvar att driva på utvecklingen

Sveriges goda placering i olika internationella jämförelser när det gäller digitalisering till trots, ser Tillväxtverket ett behov av fortsatta främjandeinsatser för att fler företag nyttjar digitaliseringens potential. Det offentliga roll kan bland annat vara att bidra till ökad kunskap om digitalisering så att fler företag kan realisera nyttor i framtidsorienterad verksamhetsutveckling. Mot bakgrund av resultaten i undersökningen *Företagens villkor och verklighet 2017* är det tydligt att en stor del av företagen redan sett vinsterna med att nyttja digitalisering för effektivisering, men att företagen tycks ha svårare att se hur den kan användas för att utveckla framtida verksamhet och affärsmodeller.

Offentliga aktörer har också en roll att spela för en förenklad och digitaliserad förvaltning, såväl nationellt som regionalt och lokalt. Vad gäller offentliga digitala tjänster har Sverige potential att bli bättre och fortsatt arbete behövs för att leverera smarta tjänster som underlättar för företagen i sin vardag.

Referenser

EU Kommissionen (2018), *Digital Economy and Society Index (DESI) 2018*.

EU-kommissionen (2018), *Digital Economy and Society Index 2018 – Sverige*.
http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2018-20/se-desi_2018-country-profile-lang_4AA81468-DC44-849E-0E23935C96D8C2A0_52358.pdf

EU Kommissionen (2018), *Digital Transformation Scoreboard 2018*.
EU businesses go digital: Opportunities, outcomes and uptake.

EU Kommissionen (2018), *Integration of Digital Technology*.
http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2018-20/4_desi_report_integration_of_digital_technology_B61BEB6B-F21D-9DD7-72F1FAA836E36515_52243.pdf

IT & Telekomföretagen (2017), *Etta eller nolla? En rapport om digitaliseringen av Sverige*.

Nedelkoska, L. och Quintini, G. (2018), *Automation, skills use and training*.
OECD Social, Employment and Migration Working Papers No. 202.

OECD (2017), *Digital Economy Outlook 2017*.

OECD (2018), *OECD Reviews of Digital Transformation: Going Digital in Sweden*.

Regeringen (2017), *Budgetpropositionen för 2017*,
Utgiftsområde 22 Kommunikationer

SCB (2016), *Företagens användning av IT 2016*.

Svenskt näringsliv (2016), *Företagen och digitaliseringen – om samhälls-ekonomiska effekter, kompetensförsörjning och nya regler för handel och personuppgiftsskydd*.

Tillväxtanalys (2014), *Digitaliseringens bidrag till tillväxt och konkurrenskraft i Sverige*. Rapport 2014:13.

Tillväxtanalys (2017), *Digital mognad i svenskt näringsliv*, Rapport 2017:02.

Tillväxtverket (2017), *Företagens villkor och verklighet 2017*. Rapport 0232.

Vinnova (2018), *Artificiell intelligens i svenskt näringsliv och samhälle. Analys av utveckling och potential*. VR 2018:08.

World Economic Forum (2016), *The Global Information Technology Report 2016*.

Branschindelning

Företagens branschindelning utgår från Svensk Näringsgrensindelning 2007 (SNI 2007). SNI bygger på EU:s standard, NACE och är primärt en aktivitetsindelning. Företag klassificeras därmed efter den aktivitet som bedrivs. Här följer en kort beskrivning av respektive bransch som ingår i undersökningen. Beskrivningen av respektive bransch är hämtad från SCB och är i några fall förkortad. Branscherna presenteras här i samma fördelning som de presenteras i undersökningen.

Utvinning av mineral samt Tillverkning (BC)

Avdelningen för brytning och annan utvinning av mineral omfattar utvinning av naturfyndigheter av mineraler som förekommer i fast form (kol och malm), flytande form (olja) eller gasform (naturgas). Utvinning kan ske med olika metoder till exempel gruv- eller markbrytning, ur källa, brytning på havs- eller sjöbotten, och dylikt.

Denna avdelning omfattar fysisk eller kemisk omvandling av material, ämnen eller komponenter till nya produkter, även om detta inte kan användas som det enda allmängiltiga kriteriet för att definiera tillverkning (jfr kommentar nedan om bearbetning av avfall). Dessa material, ämnen eller komponenter är råvaror från jordbruket, skogsbruket, fisket, utvinningsnäringen samt även produkter från annan tillverkningsverksamhet. Stora ändringar, renovering eller ombyggnad av varor jämställs vanligen med tillverkning.

Försörjning av el, gas värme samt vatten, avloppshantering, avfallshantering och sanering (benämns som Energi, vatten, el i undersökningen) (DE)

Denna avdelning omfattar försörjning med elkraft, naturgas, ånga och vatten via permanent infrastruktur (nät) bestående av ledningar, rör och rörledning. Även tillförsel av el, gas, ånga, hett vatten och dylikt inom industriparker och bostadshus ingår. I avdelningen ingår därför drift av elverk och gasverk som producerar, kontrollerar och distribuerar elkraft och gas. Tillhandahållandet av värme och kyla omfattas också.

Denna avdelning omfattar aktiviteter i anslutning till hantering (inklusive insamling, behandling och bortskaffande) av olika former av avfall till exempel industri- och hushållsavfall i fast och icke fast form, liksom förorenade platser. Resultatet av avfallsbehandlingen kan antingen bortskaffas eller bli en insatsvara i andra produktionsprocesser. Aktiviteter avseende vattenförsörjning redovisas också i denna avdelning, eftersom de ofta sker i anslutning till, eller av enheter som också ägnar sig åt behandling av avloppsvatten.

Byggverksamhet (F)

Denna avdelning omfattar allmän byggnadsverksamhet och specialiserade verksamheter för byggnader och anläggningar. Den omfattar nybyggnation, reparationer, tillbyggnader och ombyggnader, uppförande av ej egentillverkade monteringsfärdiga byggnader eller konstruktioner på plats och även uppförande av byggnader av tillfälligt slag.

Handel, reparation av motorfordon (G)

Denna avdelning omfattar parti- och detaljhandelsförsäljning (försäljning utan bearbetning) av alla slags varor samt tjänster i samband med försäljning av en vara. Partihandeln och detaljhandeln är slutdelen i varudistributionskedjan. I denna avdelning ingår även reparation av motorfordon.

Transport och magasinering (H)

Denna avdelning omfattar tillhandahållandet av passagerar- eller godstransport, oavsett om dessa följer en tidtabell eller ej. Med järnväg, via rörsystem, på väg, på vatten eller i luften samt tillhörande aktiviteter som drift av terminal, parkeringsanläggning, godshantering, lagring och dylikt. Avdelningen omfattar också uthyrning av transportmedel med förare. Postbefordran och kurirverksamhet ingår också.

Hotell- och restaurangverksamhet (I)

Denna avdelning omfattar erbjudande av korttidsincheckning för besökare och andra resenärer liksom kompletta måltider och dryck som skall konsumeras omedelbart. Mängden och typen av tilläggstjänster som erbjuds inom denna avdelning kan variera mycket.

Informations- och kommunikationsverksamhet (J)

Denna avdelning omfattar produktion och distribution av informations- och kulturprodukter, tillhandahållandet av medlen för att överföra eller distribuera dessa produkter, liksom även data eller kommunikationer, informationsteknologiska aktiviteter och bearbetning av data och annan informationsverksamhet.

Verksamhet inom juridik, ekonomi, vetenskap, teknik (M)

Denna avdelning omfattar specialiserad yrkesmässig, vetenskaplig och teknisk verksamhet. Verksamheterna kräver en hög utbildningsnivå och tillhandahåller specialkunskap och speciella färdigheter för användare.

Uthyrning, fastighetservice (N)

Denna avdelning omfattar flera stödverksamheter för allmän verksamhet i näringslivet. Dessa verksamheter skiljer sig från dem i avdelning M eftersom det grundläggande syftet inte är överförandet av specialiserat kunnande.

Utbildning (P)

Denna avdelning omfattar utbildning på alla nivåer och för alla yrken. Undervisningen kan vara muntlig eller skriftlig och kan ske via radio, TV, Internet eller via korrespondens. Avdelningen omfattar utbildning som lämnas av olika institutioner inom det reguljära skolsystemet på de

olika nivåerna inom detta liksom vuxenutbildning, program för läs- och skrivkunnighet och dylikt. Omfattar även militära skolor och militärhögskolor, undervisning vid fångvårdsanstalt och dylikt på sina respektive nivåer. Avdelningen omfattar undervisning i både offentlig och privat regi.

Vård och omsorg (Q)

Denna avdelning omfattar hälso- och sjukvård samt sociala tjänster. Verksamheterna omfattar en stor mängd verksamheter från hälso- och sjukvård som utövas av utbildad medicinskt utbildad personal på sjukhus och andra anläggningar och verksamhet i anslutning till särskilt boende som inkluderar hälso- och sjukvårdsinsatser till sociala tjänster utan medverkan av yrkesmässig sjukvårdspersonal.

Kultur, nöje och fritid, annan service (RS)

Denna avdelning omfattar en mängd verksamheter avsedda att tillgodose olika kultur-, underhållnings- och fritidsintressen hos allmänheten, inklusive föreställningar, drift av museer, spel-, idrotts- och fritidsaktiviteter.

Denna avdelning omfattar (som en restpost) verksamhet inom organisationer och föreningar, reparation av datorer, personliga artiklar och hushållsartiklar samt olika personliga tjänster som inte redovisas på annan plats i klassificeringen.

Tillväxtverket

Swedish Agency for Economic
and Regional Growth

Tel 08-681 91 00
tillvaxtverket.se

Tillväxtverket stärker Sverige genom att stärka företagens konkurrenskraft

Vi skapar bättre förutsättningar för företagande och bidrar till attraktiva regionala miljöer där företag utvecklas. Våra verktyg är kunskap, nätverk och finansiering: Kunskap om företag och regioner. Nätverk för effektiv samverkan. Och finansiering som stärker näringslivet. Tillväxtverket är en myndighet under Näringsdepartementet med 400 anställda och med kontor på nio orter.