

7. IT-anvendelse i virksomheder

7.1 Indledning

Pc og Internet har tegnet udviklingen

I nyere tid har to faktorer haft særlig betydning for virksomhedernes brug af IT. Den første er masseproduktionen af pc'er fra slutningen af 1980'erne, der sammen med standardiserede styresystemer, gjorde personlige computere almindelige på arbejdspladserne. Den anden er Internettets udbredelse fra midten af 1990'erne, der tilsammen med billigere datatransmission, har skabt en lettilgængelig platform for international kommunikation mellem virksomheder, organisationer, husstande m.v.

Undersøgelser af IT-anvendelse

Danmarks Statistik har siden 1998 gennemført en årlig undersøgelse af virksomhedernes brug af IT. Tallene i de følgende afsnit stammer fra en opgøring af resultater fra 'Danske virksomheders brug af IT 1999'. Undersøgelsen omfatter virksomheder i private byerhverv med mindst 10 fuldtidsansatte. Nordiske tal i afsnit 7.9 stammer fra tilsvarende undersøgelser i Sverige, Norge og Finland. Desuden beskrives iværksætternes brug af Internettet særskilt i afsnit 7.8, baseret på Danmarks Statistiks undersøgelse af kvindelige og mandlige iværksættere fra 1999.

7.2 Virksomheder med IT

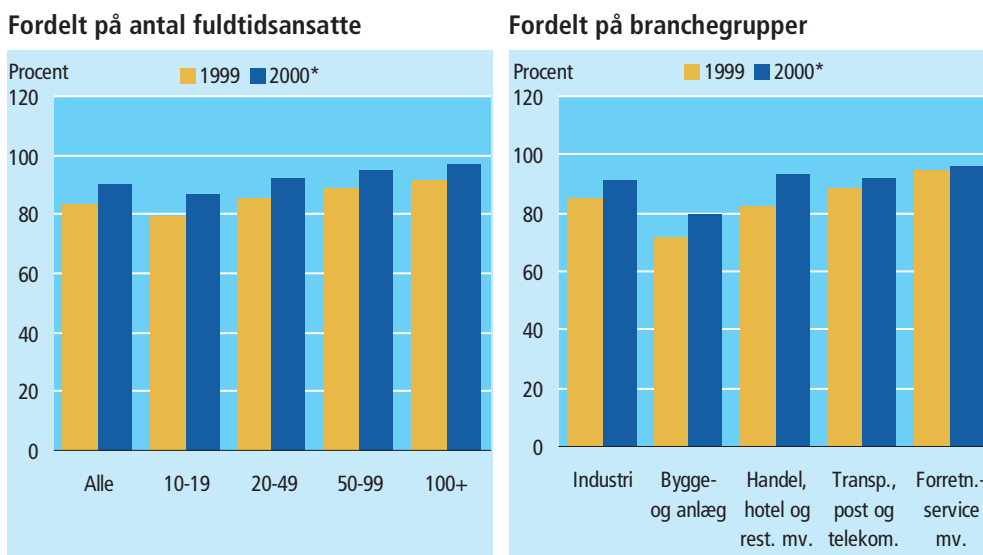
Over 90 pct af virksomhederne bruger IT

Mere end 90 pct. af alle virksomheder med mindst 10 ansatte anvender informationsteknologi i form af pc eller lignende. Hvor det kun er et par procent af virksomhederne med mindst 100 ansatte, der ikke bruger IT, drejer det sig om mere end hver tiende af virksomhederne med 10-19 ansatte. Også den branchemæssige aktivitet har betydning for IT-anvendelsen. I spidsen ligger Forretningsservice mv.¹, hvor over 95 pct. af virksomhederne anvender IT. Bygge og anlæg ligger lavest; her anvender 80 pct. af virksomhederne IT.

7.3 Adgang til Internettet

Figur 7.3.1

Andel virksomheder med adgang til Internettet 1999 og 2000 (virksomheder med IT)



Kilde: Danmarks Statistik, Danske virksomheders brug af IT 1999 (opregnede tal).

¹ Forretningsservice mv. består af forretningsservice, ejendomsmægler-virksomhed samt anden servicevirksomhed. Denne branche-gruppe består i højere grad end de øvrige grupper af virksomheder, der leverer serviceydelser med et højt element af informationsbehandling - fx rådgivende ingeniører og advokatvirksomhed.

Mere end 8 ud af 10 virksomheder har Internet

Blandt virksomheder med IT havde 83 pct. adgang til Internettet i 1999 og 91 pct. forventede at få det inden udgangen af 2000² (figur 7.3.1). Lidt lavere er andelen blandt alle virksomheder - dvs. inkl. virksomheder uden IT. Her havde 78 pct. adgang til Internettet i 1999, og 85 pct. forventede at få det i 2000. Andelen af virksomheder med hhv. intranet, ekstranet og EDI er behandlet under afsnit 7.9 Internationale sammenligninger.

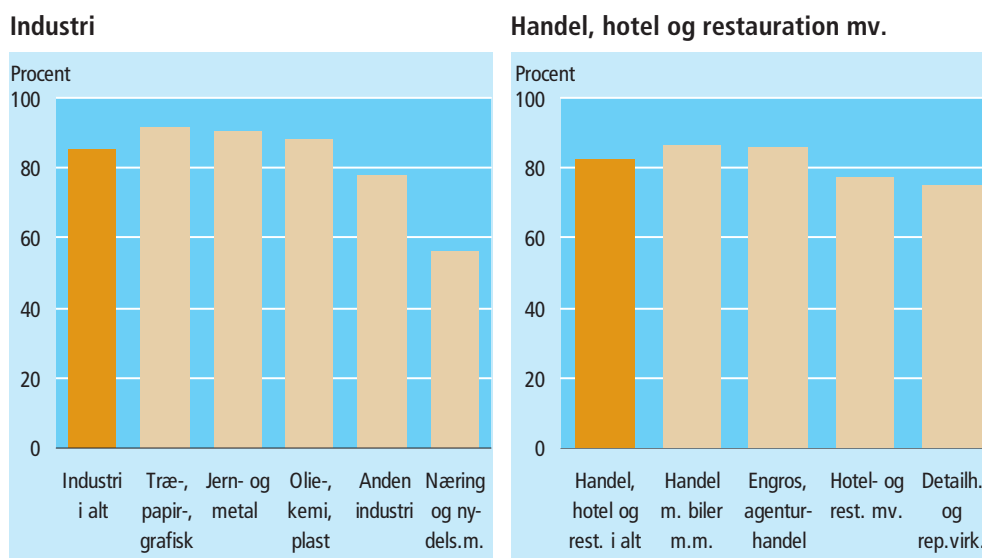
De mindre virksomheder ligger tæt på de store

Udbredelsen af Internet stiger med virksomhedernes størrelse, men også blandt de mindre virksomheder med 10-19 ansatte er Internet hyppigt forekommende. 8 ud af 10 af disse virksomheder havde adgang til Internettet i 1999 og næsten 9 ud af 10 forventede at få adgang i 2000. Ser man på branchens betydning for udbredelsen ligger Bygge og anlæg noget under gennemsnittet med godt 70 pct. virksomheder med Internetadgang. Omvendt har virksomhederne inden for Forretningsservice mv. nået et mætningspunkt tæt på 100 pct.

Går man ned på mere detaljeret brancheniveau dukker nye forskelle op, jf. figur 7.3.2.

Figur 7.3.2

Virksomheder med adgang til Internettet 1999, udvalgte brancher (virksomheder med IT)



Kilde: Danmarks Statistik, Danske virksomheders brug af IT 1999 (opregnede tal).

Inden for Industrien er det især *Træ-, papir- og grafisk industri*, der skiller sig ud, men også i *Jern- og metalindustri* samt *Mineralolie-, kemisk og plastindustri* ligger over gennemsnittet mht. adgang til Internet. *Nærings- og nydelsesmiddelindustri* ligger omvendt under gennemsnittet med 56 pct. virksomheder med internet-adgang.

Inden for gruppen Handel, hotel og restauration mv., ligger *Handel med biler mv.* samt *Engroshandel* over gennemsnittet mod *Hotel- og restauration* samt *Detailhandel og reparationsvirksomhed*, der ligger lidt under.

7.4 Hjemmesider

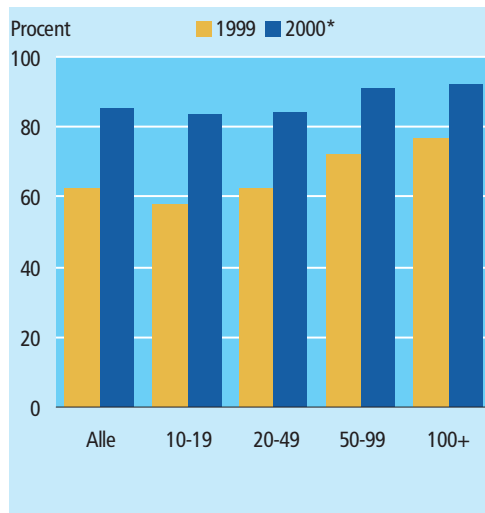
6 ud af 10 med Internet har hjemmeside

En vigtig målestok for IT-anvendelsen er, om virksomheden har etableret hjemmeside. Således kan hjemmesider betragtes som en grundlæggende forudsætning for salg, markedsføring og andre aktiviteter på udbudssiden af Internethandelen. Blandt virksomheder med adgang eller planer om adgang til Internet havde 63 pct. hjemmeside i 1999. Virksomhederne forventede kraftig stigning på dette område, således at 85 pct. ville have hjemmeside med udgangen af 2000 (figur 7.4.1).

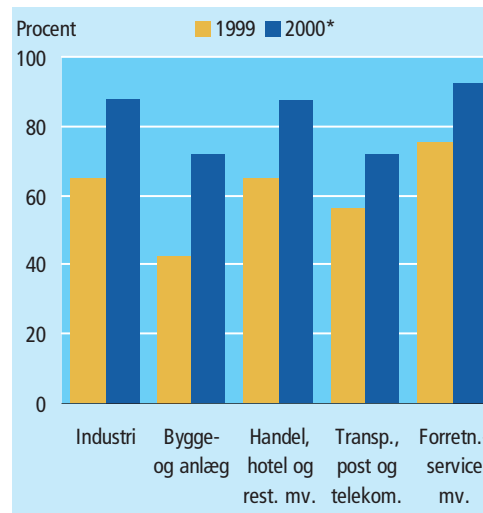
² Alle tal for 2000 bygger på virksomhedernes forudsigelser på undersøgelsestidspunktet (oktober 1999).

Figur 7.4.1 Andel med hjemmeside 1999 og 2000 (virksomheder med internet-adgang)

Fordelt på antal fuldtidsansatte



Fordelt på branchegrupper



Kilde: Danmarks Statistik, Danske virksomheders brug af IT 1999 (opregnede tal).

Hjemmesider mere udbredt hos store virksomheder

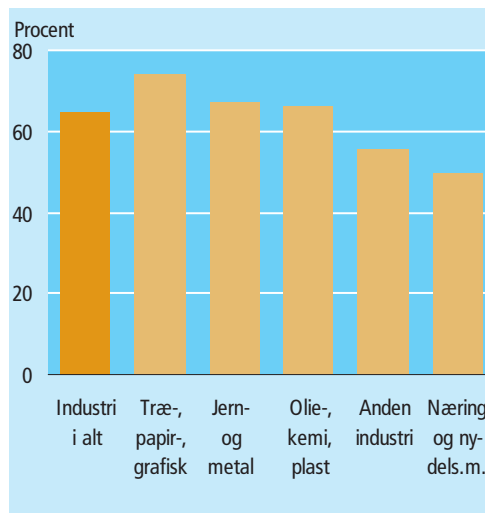
Blandt de mindste virksomheder med 10-19 ansatte, havde 58 pct. hjemmeside i 1999 mod 77 pct. af virksomhederne med mindst 100 ansatte. Udbredelsen af hjemmesider følger branchemønstret for internetadgang. Bygge og anlæg ligger lavest, - her har 42 pct. af virksomhederne med internetadgang hjemmeside. Forretningsservice mv. ligger igen højest, 75 pct. af virksomhederne med internetadgang har hjemmeside.

Hjemmesider vigtige for hoteller og restauranter

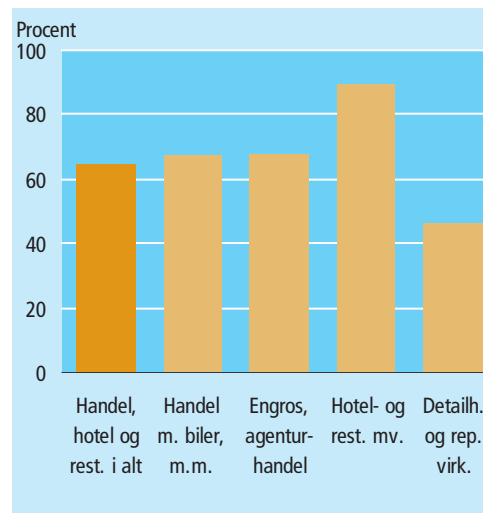
Handel, hotel og restauration mv. ligger forholdsvis højt, - 65 pct. af virksomhederne har hjemmeside. Inden for denne branchegruppe skiller *Hotel- og restauration mv.* sig ud med hele 90 pct. med hjemmeside blandt virksomhederne med Internet (figur 7.4.2). Da adgangen til Internettet i Hotel- og restaurationsbranchen faktisk ligger under gennemsnittet af alle virksomheder, tyder det på, at etablering af hjemmesider er en vigtig motivation for hoteller og restaurations opkobling til Internettet.

Figur 7.4.2 Andel med hjemmeside 1999 i udvalgte brancher (virksomheder med internet-adgang)

Industri



Handel, hotel og restauration mv.



Kilde: Danmarks Statistik, Danske virksomheders brug af IT 1999 (opregnede tal).

Detailhandel og reparation har færre hjemmesider

Inden for industrigruppen er det igen *Træ-, papir og grafisk industri*, der ligger højest, - 74 pct. af virksomhederne med internetadgang har hjemmeside mod 49 pct. inden for *Nærings- og nydelsesmiddelindustrien*. Inden for Handel, hotel og restauration

ligger *Detailhandel og reparationsvirksomhed* noget under de øvrige brancher med en andel på 46 pct. virksomheder med hjemmeside.

7.5 Anvendelse af Internet

Anvendelsesområder De virksomheder, der bruger eller forventede at bruge Internet senest 2000, blev spurgt om anvendelsen på tre områder:

- Generel anvendelse
- Virksomheden som kunde
- Virksomheden som leverandør

Elektronisk handel via Internettet er beskrevet i forlængelse af afsnittet om virksomheden som leverandør.

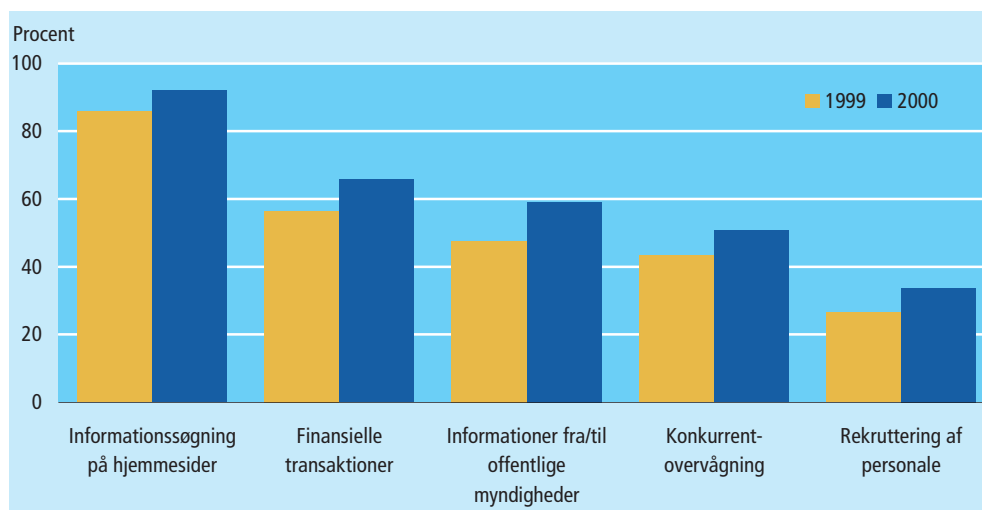
Internet - generel anvendelse

Bred informationsøgning mest udbredt

De generelle anvendelsesområder er de mest dominerende blandt virksomhedernes internetaktiviteter. Så godt som alle brugte Internettet til informationsøgning på hjemmesider (figur 7.5.1).

Figur 7.5.1

Generel internetanvendelse. 1999 og 2000



Kilde: Danmarks Statistik, Danske virksomheders brug af IT 1999 (opregnede tal).

Det offentlige på Internettet

Over halvdelen af virksomhederne brugte Internettet til finansielle transaktioner, fx overførsler via Internetbank. Næsten halvdelen anvendte Internettet til at udveksle informationer til eller fra offentlige myndigheder. Her forventer virksomhederne en pæn vækst, givetvis som følge af et stigende antal hjemmesider/serviceydelser i den offentlige sektor.

Personale-rekruttering i stigning

Lidt færre brugte Internettet til konkurrentovervågning - en brug, der hænger sammen med udbuddet af hjemmesider i den enkelte branche. Ca. 27 pct. af virksomhederne havde rekrutteret personale via Internettet i 1999, med en forventet stigning til 34 pct. i 2000. Der er hermed tale om den største relative vækst blandt de generelle anvendelsesområder.

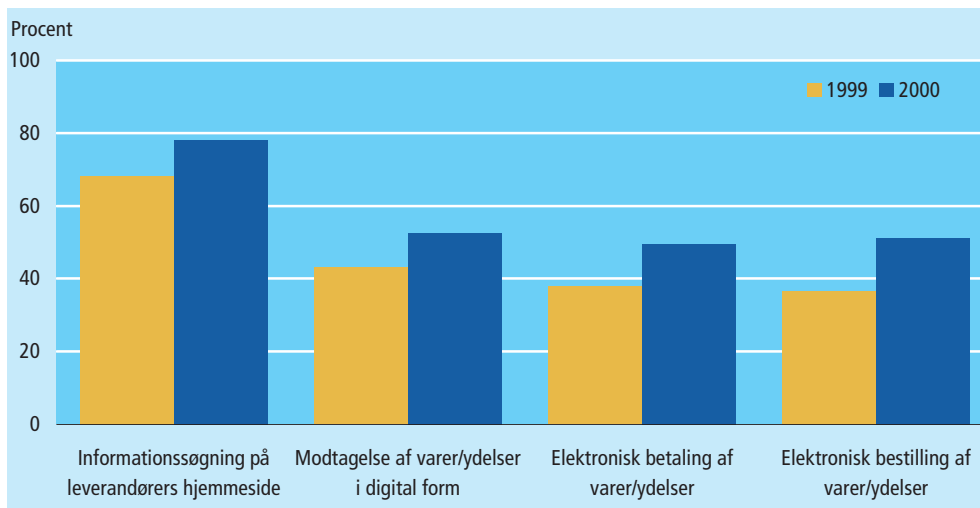
Internetanvendelse - virksomheden som kunde

7 ud af 10 søger informationer hos leverandører

Den brede informationssøgning præger også virksomhedernes internetanvendelse på efterspørgselsiden: Ca. 7 ud af 10 anvender Internettet til informationssøgning hos leverandører (figur 7.5.2).

Figur 7.5.2

Internetanvendelse 1999 og 2000 - virksomheden som kunde



Kilde: Danmarks Statistik, Danske virksomheders brug af IT 1999 (opregnede tal).

4 ud af 10 har bestilt varer via Internettet

43 pct. har modtaget digitale varer/ytelser via Internettet og en lidt mindre andel, 37 pct., har afgivet ordrer elektronisk. Det viser, at Internettet i højere grad bruges til at distribuere end til at bestille varer. Downloading af gratis software og lignende serviceydelser kan forklare noget af forskellen. En del flere virksomheder forventede i 1999 at være aktive i 2000 mht. disse købsaktiviteter.

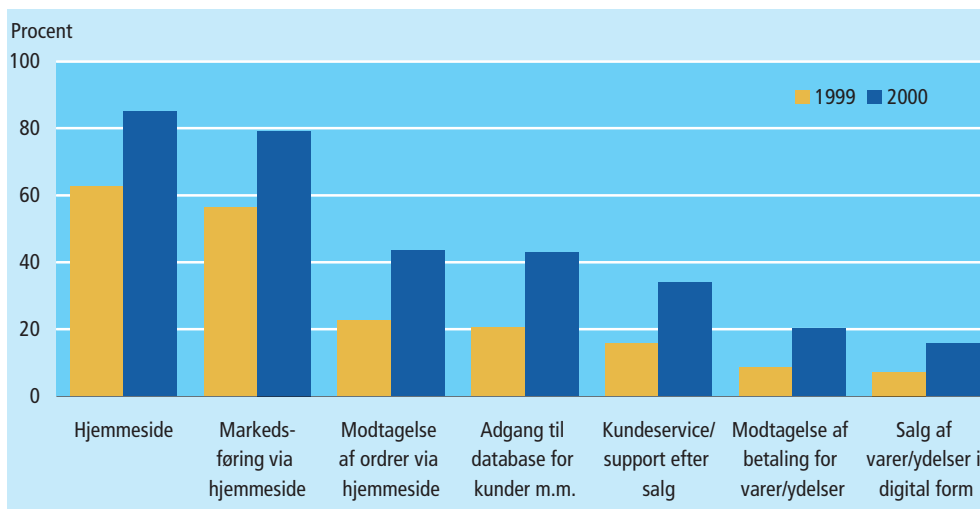
Internetanvendelse - virksomheden som leverandør

Hjemmesider bruges primært til markedsføring

Mere end 6 ud af 10 virksomheder med adgang til Internettet har hjemmeside, og en næsten tilsvarende andel bruger hjemmesiden til markedsføring (figur 7.5.3). Det svarer til ca. 90 pct. af alle virksomheder med hjemmeside. Der er et langt spring ned til de egentlige forretningstransaktioner via Internettet, hvor kun 1 ud af 5 af virksomhederne er aktive.

Figur 7.5.3

Internetanvendelse 1999 og 2000 - virksomheden som leverandør



Kilde: Danmarks Statistik, Danske virksomheders brug af IT 1999 (opregnede tal).

*1 ud af 5 har modtaget
ordrer via Internettet*

Lidt mere end hver femte virksomhed har modtaget ordrer via Internettet, og netop hver femte har givet kunderne adgang til database for kunder og underleverandører. Lidt færre, 16 pct., brugte Internettet til kundeservice/support efter salg. Næsten hver tiende - har modtaget betaling via Internettet og lidt færre har solgt varer/ydelser i digital form.

*Forventning om vækst
på leverandørsiden*

Selv om virksomhederne er knapt så aktive som leverandører på Internettet, så er det på disse områder, at virksomhederne forventer stærkest vækst. Disse tal siger imidlertid ikke noget om intensiteten af aktiviteterne i den enkelte virksomhed. Fx er det kun halvdelen af de virksomheder, der har modtaget elektroniske ordrer, der har egentlig omsætning fra Internettet - se næste afsnit *Internethandel*.

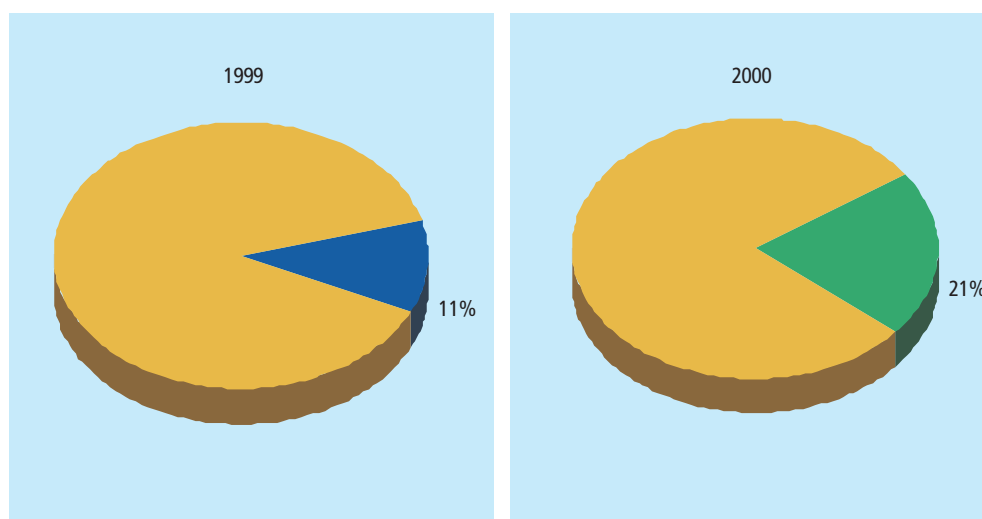
7.6 Internethandel

*Hver tiende virksomhed
havde omsætning
fra Internet*

Ca. hver tiende virksomhed med internetadgang havde omsætning fra Internet i 1999, dvs. på mindst 1 pct. af den samlede omsætning (figur 7.6.1). Disse virksomheder udgør halvdelen af alle de virksomheder, der overhovedet har modtaget ordrer via Internettet. På baggrund af virksomhedernes forventninger antages en fordobling af antallet af virksomheder med internetomsætning fra omtrent hver tiende virksomhed i 1999 til hver femte i 2000.

Figur 7.6.1

Virksomheder med mindst 1 pct. omsætning fra Internettet (virksomheder med internetadgang). 1999 og 2000

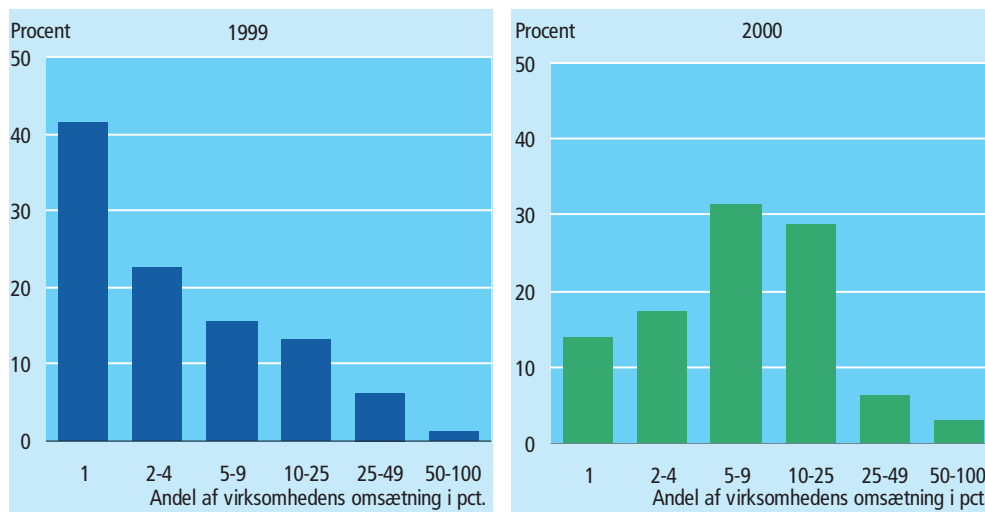


Kilde: Danmarks Statistik, Danske virksomheders brug af IT 1999 (opregnede tal).

*Internetsalg
på lavt niveau*

Internetsalget ligger på et lavt niveau. Blandt virksomhederne med internetsalg udgjorde salget i 1999 typisk under 5 pct. af den samlede omsætning (figur 7.6.2), da kun hver tredje havde et salg på mindst 5 pct. af omsætningen.

Figur 7.6.2 Internetsalg i pct. af omsætningen, virksomheder med mindst 1 pct. internetomsætning. 1999 og 2000



Kilde: Danmarks Statistik, Danske virksomheders brug af IT 1999 (opregnede tal).

Forventning om stor stigning i internetsalg

Virksomhederne forventede markante stigninger i internetomsætningen. Således regnede 2 ud af 3 med, at salg via Internet vil udgøre mindst 5 pct. af omsætningen i 2000 (figur 7.6.2). Såvel i 2000 som i 1999 er det kun en mindre del, der har mindst 25 pct. omsætning fra Internet (figur 7.6.2 samt oversigtstabel 7.6.1).

Udvikling fra lavt udgangspunkt

Væksten i internethandelen kan sammenfattende siges at komme fra såvel et stigende antal virksomheder, der sælger via Internettet, som fra et øget salg hos den enkelte virksomhed. Den høje vækstrate skal vurderes ud fra det meget lave udgangspunkt for elektronisk handel. Den faktiske udvikling kan ændre sig en del i forhold til forudsigelserne.

Oversigtstabel 7.6.1

Internetsalg i pct. af omsætningen, virksomheder med mindst 1 pct. internetomsætning

	Andel af samlet omsætning						I alt
	1	2-4	5-9	10-25	25-49	50-100	
	pct.						
1999	41	23	15	13	6	1	100
2000	14	17	31	29	6	3	100

Kilde: Danmarks Statistik, Danske virksomheders brug af IT 1999 (opregnede tal).

7.7 Barrierer for brug af informationsteknologi og Internet

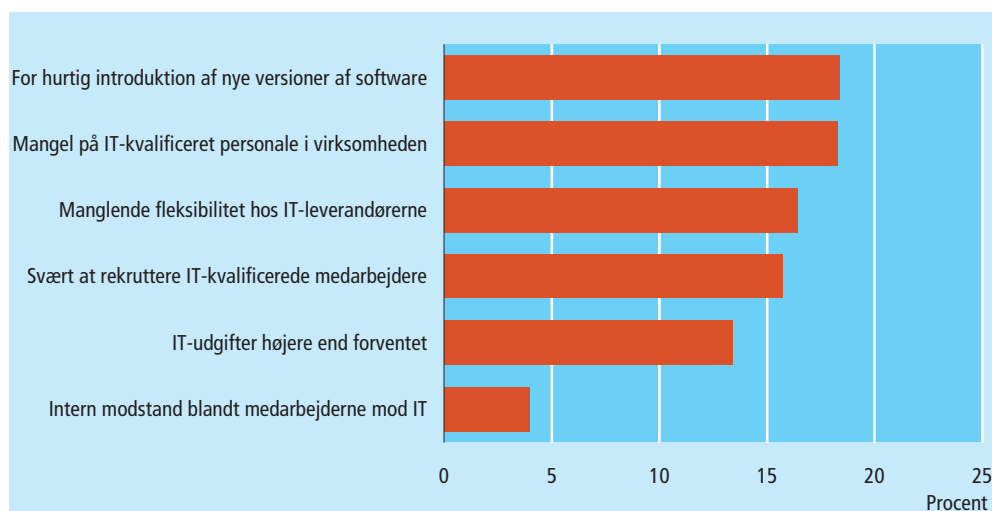
Barrierer for brug af informationsteknologi generelt

Virksomhederne blev bedt om at angive betydningen af en række barrierer for den nuværende og fremtidige anvendelse af IT.

Ny software volder store problemer hos hver femte virksomhed

For hurtig introduktion af ny software er et stort problem hos næsten hver femte virksomhed (figur 7.7.1). Samme andel anser mangel på IT-kvalificeret personale i virksomheden som en stor barriere tæt fulgt af problemer med at rekruttere IT-personale. Tilsvarende angiver 16 pct. manglende fleksibilitet hos IT-leverandører som et stort problem. Udover problemer på leverandørsiden, kan man sammenfatte virksomhedernes væsentligste barrierer som knyttet til virksomhedernes adgang til IT-kompetencer, jf. også kapitel 6.

Figur 7.7.1 Barrierer for brug af IT. Andel virksomheder som angav 'stor betydning'. 1999



Kilde: Danmarks Statistik, Danske virksomheders brug af IT 1999 (opregnede tal).

Lille modstand mod IT hos medarbejdere

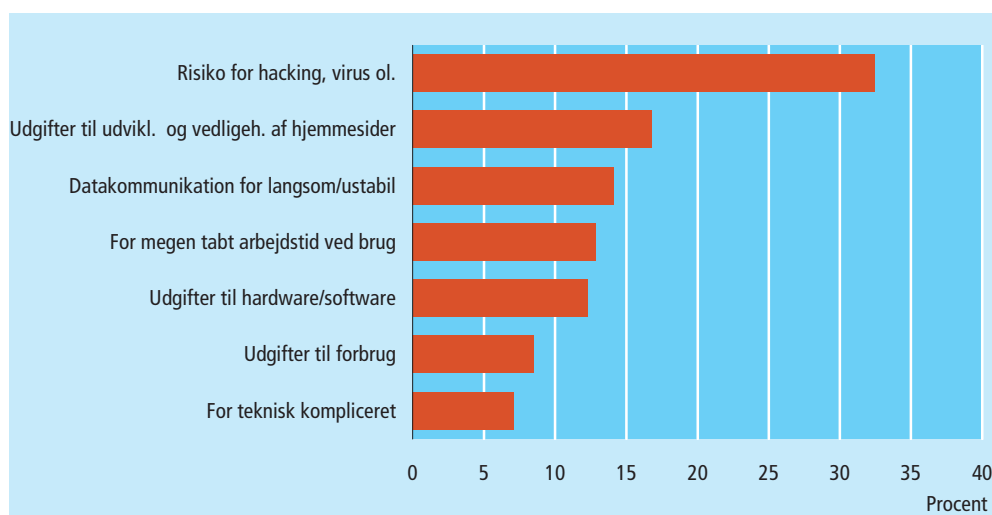
Lidt færre, nemlig 13 pct., ser uventede IT-udgifter som et stort problem. Kun en meget lille del, 4 pct., anser intern modstand mod IT blandt medarbejderne som et stort problem.

Barrierer for generel brug af Internet

Datasikkerhed af afgørende betydning

Virksomheder med IT blev spurgt hvilken betydning, forskellige barrierer har for nuværende eller fremtidig anvendelse af Internet. Risiko for hacking, virus m.m. er en altoverskyggende barriere for brug af Internet - og dermed også for elektronisk handel. Hver tredje virksomhed tillagde denne barriere stor betydning (figur 7.7.2).

Figur 7.7.2 Barrierer for generel brug af Internet. Virksomheder som angav 'stor betydning'. 1999



Kilde: Danmarks Statistik, Danske virksomheders brug af IT 1999 (opregnede tal).

Dyrt at udvikle og vedligeholde hjemmesider

17 pct. af virksomhederne mente, at udgifter til udvikling og vedligeholdelse af hjemmesider er af stor betydning. 14 pct. tillagde langsom eller ustabil datakommunikation stor betydning. 13 pct. så tabt arbejdstid ved brug som et stort problem.

Overkommeligt at få adgang til Internet

12 pct. fandt, at udgifter til hardware/software er en stor barriere. Lidt færre, 9 pct., mente, at udgifter til forbrug, dvs. abonnement og samtaletakst, er af stor betydning, og endnu færre fandt, at Internet er for teknisk kompliceret. Alt i alt viser det, at de

grundliggende barrierer for at etablere en internetløsning synes overkommelige for de fleste.

Barrierer for elektronisk handel

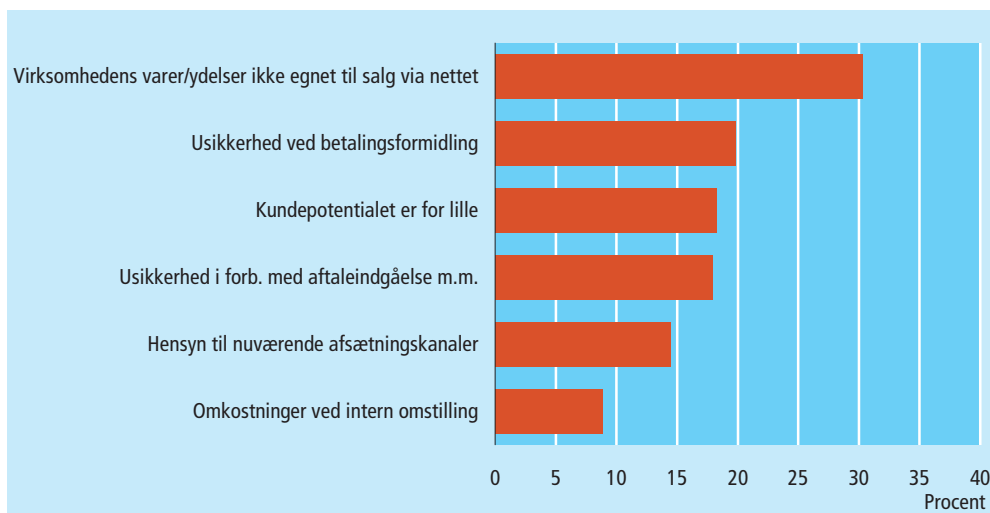
Varer ikke egnet til elektronisk handel hos 3 ud af 10 virksomheder

Endelig blev virksomhederne spurgt specifikt til barrierer for elektronisk handel. Den største barriere var, ifølge virksomhederne, at deres varer/ytelser ikke egner sig til salg via nettet. For 30 pct. af virksomhederne er dette en barriere af stor betydning (figur 7.7.3).

Ca. 2 ud af 10 har ingen problemer med varernes egnethed til elektronisk handel

I betragtning af barrierens grundlæggende karakter virker andelen ikke stor. De resterende 70 pct., der ikke mente, produktet er en stor barriere, har således et vist potentiale for elektronisk handel i takt med, at de øvrige barrierer overvindes. Det er dog kun 18 pct., der finder, at produkternes manglende egnethed til Internettet er uden betydning, dvs. at under hver femte virksomhed, har tilstrækkeligt med varer/ytelser, der umiddelbart findes egnet til salg via Internet.

Figur 7.7.3 Barrierer for elektronisk handel. Andel virksomheder som angav 'stor betydning'. 1999



Kilde: Danmarks Statistik, Danske virksomheders brug af IT 1999 (opregnede tal).

Flere potentielle kunder på nettet

En beslægtet barriere til varen/ytelsen er manglende kundepotentiale, som 18 pct. mente var en stor barriere. Denne ligeledes grundlæggende barriere er faldet i forhold til forrige undersøgelse, hvilket kan tilskrives det stigende antal internetopkoblinger i erhverv og husstande.

Usikkerhed ved betaling og aftaleindgåelse

Lidt flere, 20 pct., ser usikkerhed ved betalingsformidling som et stort problem. Barrierens betydning bekræftes i den lave andel, - under 1 ud af 10 - der har modtaget betaling via Internettet. 18 pct. mener, at usikkerhed i forbindelse med aftaleindgåelse har stor betydning. Fraværet af autoriserede digitale signaturer spiller formentlig en vigtig rolle for betydningen af denne barriere.

Virksomhedernes usikkerhed mht. betaling og aftaleindgåelse er med til at forklare, hvorfor så mange virksomheder markedsfører og servicerer produkter via Internettet uden at modtage ordrer/betaling elektronisk.

7.8 Iværksætternes brug af Internettet

Fokus på nystartede virksomheder

Hvor de foregående afsnit har vist, hvordan virksomhederne som helhed anvender Internettet, fokuseres der her på iværksætterne, dvs. de nystartede, og som oftest små, virksomheders Internetanvendelse. Resultaterne er baseret på en undersøgelse

af iværksættere, som Danmarks Statistik gennemførte i 1999 for Erhvervsfremme Styrelsen, hvor Internetanvendelsen indgik som et særskilt spørgsmål.

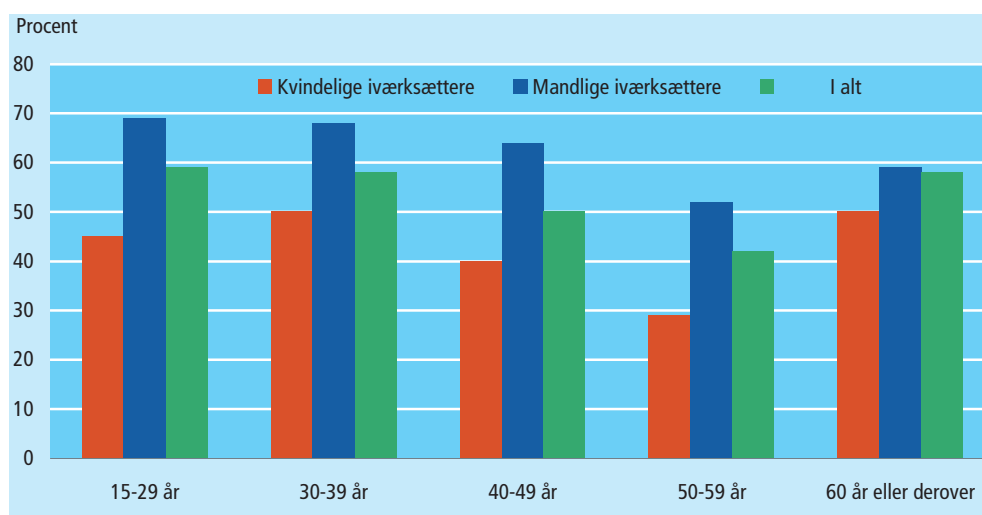
Internet knapt så udbredt hos iværksættere

Iværksætterne adskiller sig fra de større og mere veletablerede virksomheders ved en mindre udbredt anvendelse af Internet. I alt brugte 55 pct. af iværksætterne Internettet i forbindelse med deres virksomhed i 1999. Til sammenligning brugte 79 pct. af de 'etablerede' virksomheder med 10-19 ansatte Internettet i 1999. Iværksætternes brug er desuden i højere grad knyttet til generel informationssøgning og administrative formål.

Yngre samt mandlige iværksættere mest flittige på Internettet

De yngre iværksættere er ikke overraskende de hyppigste brugere af Internettet, jf. figur 7.8.1. Knapt 60 pct. af iværksætterne i aldersgruppen 15-39 år bruger således Internettet i deres virksomhed. Igen er der betydelig forskel på mænd og kvinder, og lidt overraskende er kønsforskellen mest udpræget blandt de yngste iværksættere (de 15-29-årige), hvor 69 pct. af de mandlige mod kun 45 pct. af de kvindelige iværksættere bruger Internettet i forbindelse med virksomheden. Den laveste virksomhedsrelaterede Internetanvendelse findes blandt de 50-59-årige, hvor mindre end hver tredje kvinde og lidt over halvdelen af mændene anvender Internet.

Figur 7.8.1 **Andel af iværksættere, der anvender Internettet, fordelt på aldersgrupper. 1999**

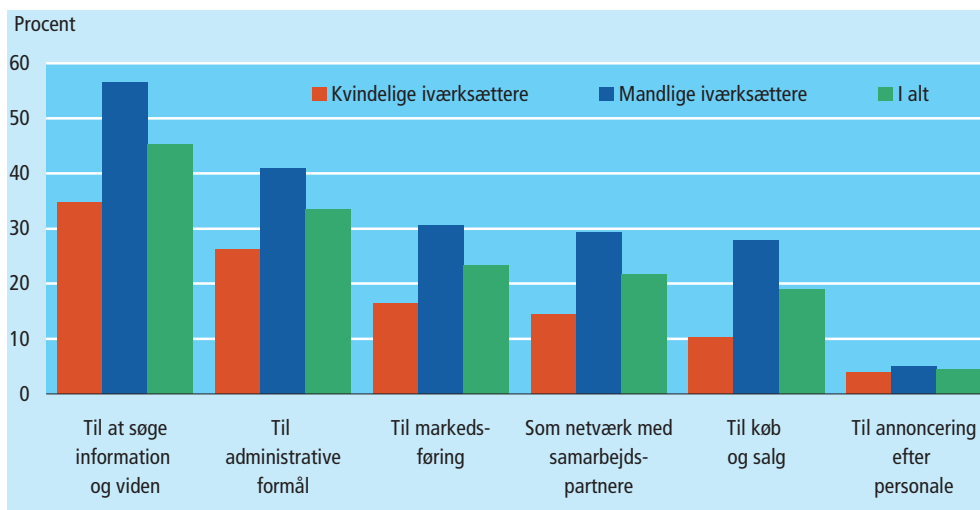


Kilde: Danmarks Statistik, Undersøgelse af kvindelige og mandlige iværksættere 1999.

Forskel på kønnenes anvendelse

Hvor det er 55 pct. af samtlige iværksættere, der bruger Internettet i forbindelse med deres virksomhed, drejer det sig om 45 pct. af kvinderne og 65 pct. af mændene. Der er dog stor forskel på, hvordan og i hvilket omfang de to køn anvender Internettet, jf. figur 7.8.2.

Figur 7.8.2 Andel af iværksættere, der anvender Internet, fordelt på formål. 1999



Kilde: Danmarks Statistik, Undersøgelse af kvindelige og mandlige iværksættere 1999. Andele i procent af alle iværksættere, dvs. også de uden Internet.

Informationssøgning og administration mest udbredte anvendelse

For begge køns vedkommende bruger knapt halvdelen (45 pct.) af iværksætterne Internettet til informationssøgning, mens hver tredje bruger Internettet til det administrative formål som fx lønadministration, bankforretninger mv. Ca. hver femte iværksætter bruger Internettet til markedsføring (23 pct.), som base for netværk med samarbejdspartnere (22 pct.) eller til køb og salg (19 pct.).

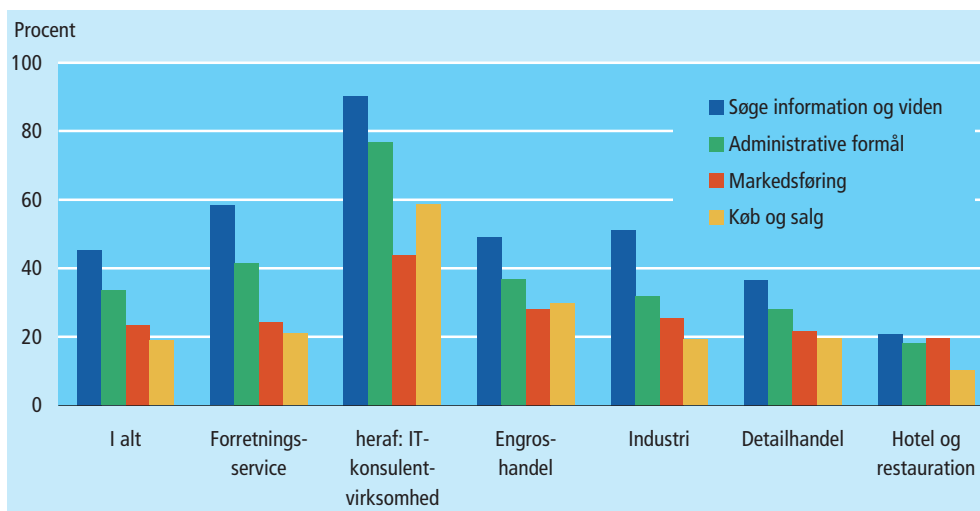
Kvindelige iværksættere tilbageholdende med elektronisk handel

Specielt hvad angår brug af Internettet til køb og salg er de kvindelige iværksættere mere tilbageholdende end deres mandlige kolleger, idet kun 10 pct. af de kvindelige iværksættere, mod 28 pct. af de mandlige iværksættere, brugte Internettet til dette formål.

IT-konsulentvirksomhed samt Forretningsservice hyppigste brugere

Iværksætterne inden for Forretningsservice er den branchegruppe, der hyppigst anvender Internettet til at søge information og viden samt til administrative formål, jf. figur 7.8.3. Markant høj er Internet-anvendelsen inden for den del af Forretningsservice, der udgøres af IT-konsulentvirksomhed. Også inden for Engroshandel og Industri anvendes Internet ofte til informationssøgning og administrative formål, og Engroshandel er samtidig den branche, hvor der er relativt flest iværksættere, der bruger Internettet til køb og salg samt markedsføring. Hotel- og restaurationsbranchen skiller sig ud ved at være den branche, hvor færrest iværksættere gør brug af Internettet.

Figur 7.8.3 Iværksætternes internet-anvendelse fordelt på branche og formål. 1999



Kilde: Danmarks Statistik, Undersøgelse af kvindelige og mandlige iværksættere 1999. Andele i procent af alle iværksættere, dvs. også de uden Internet.

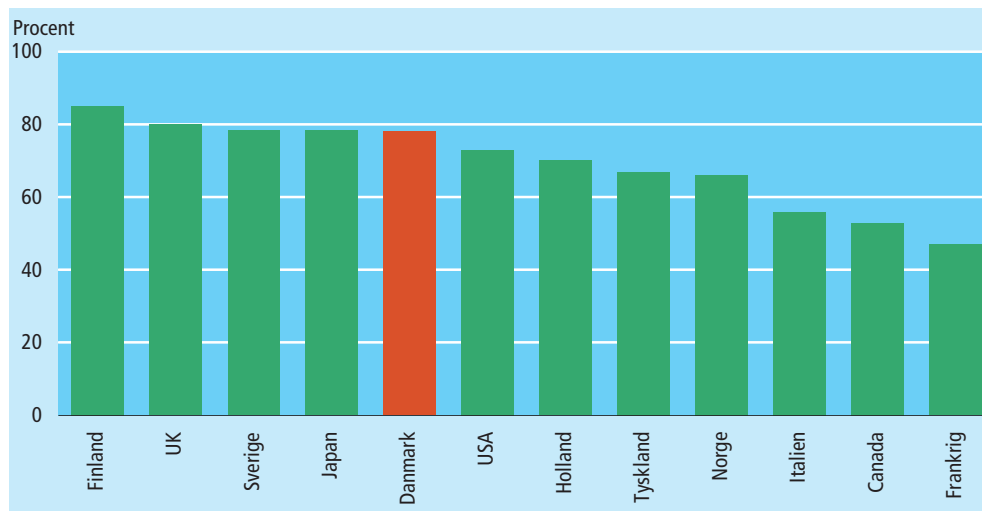
7.9 Internationale sammenligninger

Adgang til Internettet

Danske virksomheder ligger højt på verdensplan

En sammenligning af virksomhedernes adgang til Internettet viser, at Danmark ligger i den førende halvdel blandt udvalgte industrialiserede lande. Andelen er opgjort i forhold til alle virksomheder, dvs. inkl. de, der ikke har pc m.m.

Figur 7.9.1 Virksomheders adgang til Internettet i udvalgte lande. 1999



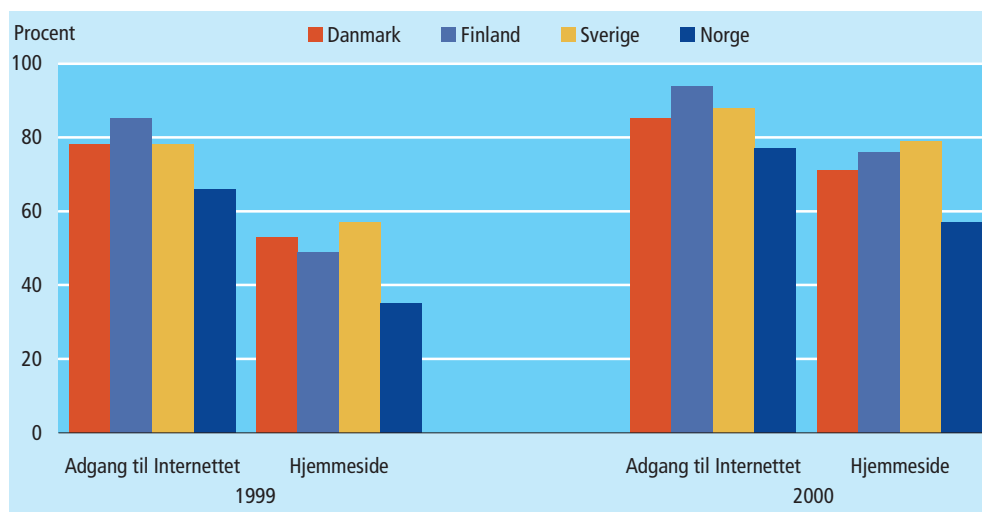
Kilde: De nordiske landes statistikbureauer, Japans Statistikbureau, Statistics Canada. Øvrige lande: Deutsche Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie.

Adgang til Internettet samt andel med hjemmesider i de nordiske lande

Danmark nummer 3 efter Finland og Sverige

Et samarbejde med statistikbureauerne i Norden har muliggjort en sammenligning af Danmark, Finland, Sverige og Norge baseret på officielle undersøgelser. De fire landes undersøgelser er foretaget blandt virksomheder med mindst 10 fuldtidsansatte. Finske virksomheder ligger i spidsen, hvad angår adgang til Internettet med 85 pct. (figur 7.9.1). Danmark og Sverige ligger lidt efter med 78 pct., mens norske virksomheder med 66 pct. ligger væsentligt under de øvrige lande.

Figur 7.9.2 Adgang til Internet samt andel med hjemmesider i nordiske virksomheder (i forhold til alle virksomheder). 1999 og 2000



Kilde: De nordiske landes statistikbureauer, 'Use of ICT in Nordic Enterprises 1999/2000'

Halvdelen af de nordiske virksomheder har hjemmeside

Forskellen mellem landene øges, når man ser på andelen, der har hjemmesider, blandt alle virksomheder. Her har Sverige føringen med 57 pct. virksomheder med hjemmeside. Herefter kommer Danmark med 53 pct. og Finland med 49 pct. Til sidst ligger igen Norge med 35 pct. virksomheder med hjemmeside.

Forventning om vækst i alle lande

Virksomhederne i alle tre lande forventede væsentlig tilgang i 2000 af virksomheder med såvel adgang til Internettet som virksomheder med hjemmeside. Stigningen er relativt højest i Norge, der således indhenter noget af de øvrige landes forspring.

Intranet, ekstranet og EDI

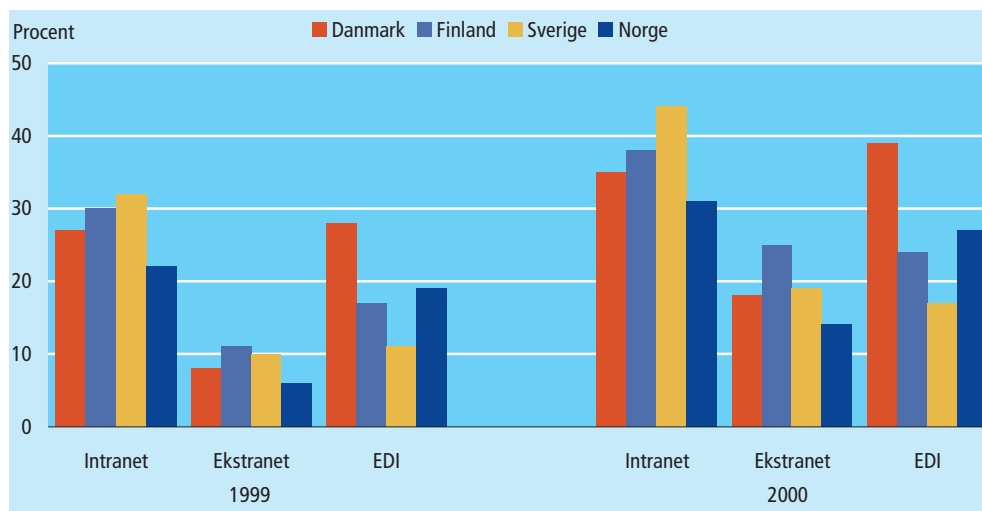
Sverige og Finland i spidsen med intranet og ekstranet

Lidt under hver tredje nordiske virksomhed med IT har intranet³ (figur 7.9.2). Flest i Sverige, hvor 32 pct. har intranet og lidt færre i Finland, hvor 30 pct. har intranet. 27 pct. af de danske virksomheder har intranet og noget under ligger Norge med 22 pct. Virksomheder med ekstranet⁴ følger omtrent samme mønster, men på et lavere niveau: 11 pct. af de finske virksomheder har ekstranet og 10 pct. af de svenske. I Danmark har 8 pct. af virksomhederne ekstranet og i Norge drejer det sig om 6 pct.

Intranet og ekstranet er typisk mere udbredt i store virksomheder. Den noget større udbredelse i Sverige og Finland kan hænge sammen med en forskellig erhvervsstruktur med flere koncerner og store virksomheder i disse lande.

Figur 7.9.3

Intranet, ekstranet og EDI i nordiske virksomheder 1999 og 2000 (i forhold til alle virksomheder)



Kilde: De nordiske landes statistikbureauer, Use of ICT in Nordic Enterprises 1999/2000.

EDI mest udbredt i Danmark

Mht. EDI⁵ er mønstret noget anderledes, da EDI synes at være markant mere udbredt blandt danske virksomheder end i de to øvrige lande (fig. 7.9.2). 28 pct. af danske virksomheder havde EDI i 1999 mod 19 pct. i Norge, og 17 pct. i Finland. Med 11 pct. synes EDI at være mindst udbredt i Sverige. Udbredelsen af EDI hænger typisk sammen med branchespecifikke forhold. I Danmark er eksempelvis Nærings- og nydelsesindustrien karakteriseret ved en høj udbredelse af EDI - ca. 2 ud af 3 virksomheder i 1999. De store dagligvarekæders EDI-baserede indkøbspolitik er formentlig en medvirkende kraft.

³ Ved intranet forstås brug af Internet-teknologi internt i en virksomhed.

⁴ Ved ekstranet forstås hjemmesider, der er gjort tilgængelige alene for en afgrænset gruppe uden for virksomheden, fx via tildeling af adgangskode.

⁵ EDI er overførsel af blanketlignende forretningsdokumenter m.m. direkte fra et edb-system til et andet.

På alle tre teknologi-områder forventes stor vækst. Erfaringer fra tidligere undersøgelser viser dog, at virksomhederne i nogen grad overvurderer væksten/tempoet i teknologiernes indførelse. Danske tal er opgjort mere detaljeret på branche og størrelse i tabelafsnittet, tabel 7.4.2 (pct. af virksomheder med IT).