

Digitalisering for alle?

Ei undersøking om universell utforming av IKT i private og offentlege verksemdar

Rapport 2014:03
ISSN 1890-6583

Forord

Forskrift om universell utforming av IKT-løysingar vart sett i verk 1. juli 2013. Forskrifta stiller krav om at IKT-løysingar private og offentlege verksemder nyttar som hovudløysing mot allmenta, skal utformast i samsvar med nærare spesifiserte standardar for universell utforming. Formålet er at IKT-løysingar skal utformast slik at dei kan brukast av flest muleg. Direktoratet for forvaltning og IKT (Difi) skal føre tilsyn med at krava vert etterlevde.

Difi vil legge stor vekt på å tilby målretta informasjon og rettleiing til dei som skal etterleve forskrifta. I og med at regelverket er nytt, ønskjer Difi å kartlegge kjennskapen til både regelverk, standardar for universell utforming og Difi som tilsynsorgan.

På oppdrag frå Difi, har TNS Gallup difor gjennomført ei spørjeundersøking om universell utforming av IKT-løysingar blant eit representativt utval på i alt 1.150 private og offentlege verksemder. Undersøkinga vart gjennomført i november 2013, mindre enn eit halvt år etter at forskrifta vart vedteken, og representerer såleis ei «nullpunktsundersøking» for kjennskapen til regelverket.

Thomas Karterud i TNS Gallup er ansvarleg for gjennomføring av undersøkinga og analysen. Rapporten oppsummerer datamateriale og analysar og er skriven av Difi (Brynhild Runa Sterri) i samarbeid mellom TNS Gallup (Thomas Karterud).

Undersøkinga er ein del av Difi sitt prosjekt «Kunnskapsgrunnlag for universell utforming av IKT». Brynhild Runa Sterri er prosjektleiar, og fungerande seksjonsleiar Frank Fardal er prosjektansvarleg.

Oslo, 28. mai 2014



Ingelin Killengreen
direktør

Innhald

Forord	1
1 Oppsummering av undersøkinga	4
1.1 Dei aller fleste verksemder brukar internett i kontakt med allmenta.....	4
1.2 Meir enn ein tredjedel brukar sjølvbeteningsautomatar	5
1.3 Svært mange skal etterleve forskrift om universell utforming av IKT	5
1.4 Liten kjennskap til standardar for universell utforming	7
1.5 Tilsynet har ei stor utfordring	8
2 Om undersøkinga	10
2.1 Bakgrunn for undersøkinga	10
2.2 Mål for undersøkinga	11
2.3 Målgruppe for undersøkinga	11
2.4 Inndeling i næringsgrupper	13
2.5 Metode, utval og korreksjon for utvalsskeivheit	14
2.6 Usikkerheit og feilmargar	15
2.7 Spørjeskjema	16
3 Regelverk for universell utforming av IKT.....	18
3.1 Diskriminerings- og tilgjengelegheitslova	18
3.2 Forskrift om universell utforming av IKT-løysingar	18
3.2.1 Nettløysingar og automatar	19
3.2.2 Private og offentlege verksemder	19
3.2.3 Hovudløysing	19
3.2.4 Tidsfristar – ny og eksisterande IKT	20
3.2.5 Sektoransvarsprinsippet.....	20
4 Verksemdene sin bruk av internett i kontakt med publikum	21
4.1 Dei aller fleste verksemder er på nett	21
4.2 Eit klart fleirtal har eigne nettsider	22
4.3 Nettløysingane er i stor grad retta mot privatpersonar	23
4.4 Kor viktige er nettsidene som kommunikasjonskanal?	25
4.5 Funksjonalitet og innhald	27
4.5.1 Basisinnhald på nettsidene	28
4.5.2 Internettbaserte skjema.....	28
4.5.3 Innloggingsløysingar, kjøpsfunksjonalitet og CAPTCHA.....	29
4.5.4 Lyd og video.....	30
4.5.5 Oppsummering av innhaldstypar	30
5 Verksemdene sin bruk av sjølvbeteningsautomatar	31
5.1 Betalingsautomatar er mest utbreidde.....	31
5.2 Stor variasjon mellom næringsgruppene i bruk av automatar	32

5.3	Anskaffing av sjølvbeteningsautomatar.....	33
6	Planar om utskifting eller oppgradering av IKT i 2014.....	35
6.1	Forskrifta gjeld i første omgang berre for nye IKT-løysingar	35
6.2	Planlagde utskiftingar og oppgraderingar av nettløysingar.....	35
6.3	Dei fleste oppgraderer nettløysingane før 1. juli.....	36
6.4	Over halvparten skifta ut automatar i 2012 og 2013.....	37
6.5	Planar om utskifting av automatar i 2014.....	38
6.6	Dei fleste oppgraderer automatane før 1. juli	40
7	Kjennskap til standardar for universell utforming av IKT	41
7.1	Kjennskap til standardar for universell utforming av nettløysingar	41
7.1.1	Mogleg å oppfatte	42
7.1.2	Forståeleg	43
7.1.3	Mogleg å betene	43
7.1.4	Robust	43
7.2	Substansiell kjennskap til WCAG 2.0.....	43
7.3	Kjennskap til standardar for universell utforming av automatar	45
7.4	Substansiell kjennskap til standardar for automatar	47
8	Kjennskap til regelverket og Difi som tilsynsorgan	49
8.1	Svært få kjenner til at det finst reglar for universell utforming av IKT	49
8.2	Det er liten kunnskap om kven som skal etterleve regelverket	51
8.3	Kjennskap til Difi som tilsynsorgan og uu.difi.no	51
8.3.1	Utfordringar for tilsynet	52
8.3.2	Tilsynet sin nettstad uu.difi.no.....	52
9	Omfanget av verksemder som skal etterleve regelverket	54
9.1	Definisjon av pliktsubjekt – grunnlag for estimatet.....	54
9.2	Pliktsubjekt med bakgrunn i nettløysingar	55
9.3	Pliktsubjekt med bakgrunn i automatar	56
9.4	Omfang av pliktsubjekt i alt.....	56
9.5	Talet på pliktsubjekt fordelt på næringsgrupper	58
	Referansar	61
	Vedlegg 1 Spørjeskjema	62

1 Oppsummering av undersøkinga

Forskrift om universell utforming av IKT-løysingar¹ vart sett i verk 1. juli 2013. Private og offentlege verksemder som brukar nettløysingar eller sjølvbeteningsautomatar i kontakt med allmenta, skal etter nærare bestemte vilkår etterleve forskrifta. Formålet er at IKT-løysingar skal utformast slik at dei kan brukast av flest muleg. Direktoratet for forvaltning og IKT (Difi) skal føre tilsyn med at krava vert etterlevde.

Regelverket er nytt. Difi har difor fått gjennomført ei kartlegging av kjensskap til både regelverk, standardar for universell utforming og Difi som tilsynsmyndigheit. Vi har innhenta informasjon frå eit representativt utval på i alt 1.150 private og offentlege verksemder om bruk av nettløysingar og automatar, og fått utarbeida eit estimat på kor mange som skal etterleve regelverket. Informasjon verksemdene har gitt i samband med denne undersøkinga, vert nytta utelukkande til statistikk- og analyseføremål og ikkje til å identifisere aktuelle tilsynsobjekt.

Dei viktigaste resultatane frå undersøkinga er presenterte her. Vi kan sjå på resultatane som representativt for norske verksemder med fire eller fleire tilsette, sidan dei er korrigererte for observerte skeivheiter i utvalet. Ein meir detaljert gjennomgang av resultatane frå undersøkinga, er gjort greie for i kapitla 4 – 9.

1.1 Dei aller fleste verksemder brukar Internett i kontakt med allmenta

I alt 91 prosent av verksemdene som deltok i Difi si undersøking hausten 2013, opplyste at dei har internettsider, enten separat for eiga verksemd (66 prosent), eller felles med andre verksemder i same kjede eller konsern (24 prosent).

Meir enn halvparten (52 prosent) er på sosiale medium som Twitter, Facebook og liknande, medan 2 prosent av verksemdene er berre representerte i sosiale medium.

Viss vi ser desse to løysingane i samanheng, er 93 prosent av verksemdene representerte på Internett og/eller i sosiale medium.

Som ei enkel tilnærming, kan vi legge til grunn at dess meir funksjonalitet og ulike typar innhaldselement nettstadene har, dess høgare er digitaliseringsgraden. Stadig fleire samfunnsområde går i retning av auka digitalisering. Universell utforming skal medverke til at flest mogleg kan hauste gevinsten av digitalisering og hindre at nye barrierar for samfunnsdeltaking oppstår. Det er difor viktig for Difi å ha oversikt over utbreiing av ulike typar av innhaldselement og funksjonalitetar. Dette vil vere ei sentral kunnskapskjelde når Difi skal innrette tilsynsfunksjonen mot område som er særleg viktige i eit samfunnsperspektiv.

¹ FORSKRIFT 3. juli 2013 nr. 951. Forskrift om universell utforming av informasjons- og kommunikasjonsteknologiske (IKT)-løysningar.

Bortimot alle nettstadene har basisinnhald av typen kontaktinformasjon og informasjon om verksemda sine arbeidsområde og eventuelle varer og tenester. Meir enn halvparten (55 prosent) av verksemdene har skjema for sjølvutfylling som kan sendast over nettet. 40 prosent har lyd og/eller video på nettsidene sine. Om lag enn ein tredjedel har innloggingsløysingar. Kjøpsfunksjonalitet og CAPTCHA² er vesentleg mindre utbreidd.

1.2 Meir enn ein tredjedel brukar sjølvbeteningsautomatar

38 prosent av verksemdene som deltok i undersøkinga, nyttar ulike typar sjølvbeteningsautomatar i kontakt med publikum.

Betalingsterminalar er desidert mest utbreidd. 36 prosent av verksemdene svarar at dei brukar betalingsterminalar, medan mellom 2 og 5 prosent rapporterer at dei brukar andre automattypar. Det er verksemdar innan varehandel, bilverkstader, transport, overnatting og servering, som i størst grad rapporterer om bruk av sjølvbeteningsautomatar.

Dei fleste verksemdar som har sjølvbeteningsautomatar, har anskaffa automaten separat for eiga verksemd (78 prosent), medan 18 prosent har anskaffa automatar i eit felleskjøp med andre verksemdar i same kjede eller konsern. Tre av fire betalingsterminalar er anskaffa separat for kvar enkelt verksemd. Fellesinnkjøp av automatar er mest utbreidd i store verksemdar.

1.3 Mange skal etterleve forskrift om universell utforming av IKT

TNS Gallup har utarbeidd eit estimat for talet på verksemdar som skal etterleve forskrift om universell utforming av IKT, med bakgrunn i talmaterialet frå utvalsundersøkinga. Det er ikkje muleg, og heller ikkje ønskjeleg, å utarbeide eit eksakt estimat for talet på pliktsubjekt. Estimatet er difor uttrykt ved hjelp av eit intervall med øvre og nedre grense. Det sanne talet vil med stor grad av sannsynlegheit ligge innanfor dette intervallet.

Alle verksemdar som oppfyller grunnvilkåra for å bli omfatta av regelverket, er pliktsubjekt. Utrekninga som mellom anna bygger på ei forenkling av vilkåra i forskrifta, viser at mellom 71 og 95 prosent av norske verksemdar med fire eller fleire tilsette, er å betrakte som potensielle pliktsubjekt etter forskrifta.

Det faktiske talet på verksemdar som er pålagt å etterleve forskrifta, vil til ei kvar tid vere bestemt av omfanget av nye IKT-løysingar. Vi gjer merksam på at det i dette estimatet ikkje er teke omsyn til at plikta til universell utforming trer i kraft først etter 1. juli 2014. I praksis vil forskrifta fram til 2021 berre gjelde for verksemdar som etablerer nye

²CAPTCHA er ein metode for å skilje menneske frå robotar i samband med utfylling av skjema. Formålet er å unngå falske førespurnader og spam.

løysingar, skiftar ut eller gjennomfører vesentlege oppgraderingar i eksisterande løysingar.

Basisen for å rekne ut kor mange verksemdar som skal etterleve forskrifta, er dei 81 640 verksemdene som er registrerte med fire tilsette eller meir i TNS Gallup sin næringslivsdatabase. Desse låg til grunn for trekking av eit representativt utval verksemdar for denne undersøkinga.

Når vi legg til grunn at mellom 71 og 95 prosent av verksemdene er å betrakte som potensielle pliktsubjekt, vil det faktiske talet som skal etterleve forskrifta ligge mellom 58 000 – 78 000 verksemdar (med minimum fire tilsette) i Noreg. Mellom 42 og 57 prosent av dei potensielle pliktsubjekta er verksemdar som berre skal etterleve forskrifta sine krav til nettløysingar. Mellom 27 og 36 prosent av verksemdene skal potensielt etterleve krava både til automatar og nettløysingar.

I tillegg vil verksemdar med færre enn fire tilsette også kvalifisere som potensielle pliktsubjekt, dersom dei har nettløysingar og automatar som fell inn under verkeområdet.

Det øvre estimatet på 95 prosent er rekna ut med bakgrunn i talet på verksemdar som opplyser at dei brukar nettløysingar og/eller sjølvbeteningsautomatar i kontakt med allmenta.

For at ei verksemd skal vere omfatta av forskrifta, må verksemda si IKT-løysing understøtte verksemda sin alminnelege funksjon³. Som ei forenkling av dette vilkåret i forskrifta, legg vi også vekt på at tilnærma alle verksemdene med internettsider, opplyser at dei har kontaktinformasjon (100 prosent) og informasjon om verksemda sine arbeidsområde og eventuelle varer og tenester (98 prosent) på nettstaden sin.

I det nedre estimatet på 71 prosent, er verksemdar som vurderer IKT-løysingane som mindre viktige enn andre kalendar for kommunikasjon med allmenta, trekte ut. Dette er relatert til omgrepet hovudløysing, som er eitt av grunnvilkåra i forskrifta, og er definert som «*IKT-løysingar som er en integrert del av den måten virksomheten informerer og tilbyr sine tjenester til allmennheten på og som er knyttet til virksomhetens alminnelige funksjon.*⁴»

³ FORSKRIFT 3. juli 2013 nr. 951. Forskrift om universell utforming av informasjons- og kommunikasjonsteknologiske (IKT)-løysingar, §2.

⁴ FORSKRIFT 3. juli 2013 nr. 951. Forskrift om universell utforming av informasjons- og kommunikasjonsteknologiske (IKT)-løysingar, §2.

Den største gruppa som skal følgje forskrifta:

- varehandel og bilverkstader

Den nest største gruppa som skal følgje forskrifta:

- Offentleg administrasjon/utdanning/helse og sosial

Også kraftforsyning, vatn/avløp/renovasjon, bygg/anlegg er ei stor gruppe, målt i talet på potensielle pliktsubjekt.

Når Difi skal innrette og dimensjonere tilsynsaktiviteten mot område med nye IKT-løysingar, er det av interesse å kartlegge i kva grad verksemdene ser føre seg å gjere utskiftingar eller vesentlege oppgraderingar i IKT-løysingane det komande året.

Svar på spørsmål som gjeld framtidige aktivitetar, må vi tolke med varsemd. Vi legg likevel til grunn at verksemdene sin informasjon om planlagde nyanskaffingar eller oppgraderingar i 2014, særleg i andre halvår, kan gi ein viss indikasjon på kor stort omfang av ny IKT tilsynet kan forvente i 2014.

Over halvparten (56 prosent) av verksemdene oppgraderte eller skifta ut automatane sine i løpet av 2012 og 2013. 12 prosent av verksemdene som brukar sjølvbeteningsautomatar rapporterer om planar for endring eller utskifting av løysingane i løpet av 2014.

Tilsvarande tal for verksemdar med nettløysingar er 43 prosent.

Fleirtalet av verksemdene som har planar om utskifting eller oppgradering i 2014, rapporterer at dette ville skje i første halvår.

1.4 Liten kjennskap til standardar for universell utforming

Svært få verksemdar har kjennskap til standardane for universell utforming av nettløysingar og sjølvbeteningsautomatar, som forskrift om universell utforming av IKT refererer til.

Berre 2 prosent av verksemdene som har nettsider, kjenner til standarden «Retningslinjer for tilgjengelig webinnhald» (WCAG⁵) 2.0. Sjølv om relativt mange (43 prosent) svarar at dei kjenner til at det finst standardar for nettløysingar, er det svært få som kan referere til noko av innhaldet i standarden.

⁵ WCAG: Web Content Accessibility Guidelines

Det er 14 prosent av verksemdene som har substansiell kjennskap⁶ til standarden WCAG 2.0. Denne faktiske kjennskapen til standarden for nettløysingar måler vi som talet på verksemdar med kjennskap til eitt eller fleire element i WCAG 2.0, i prosent av talet på verksemdar som har internettsider.

Kjennskapen til standardar for universell utforming av automatar er også svært låg. Heile 87 prosent av verksemdene som brukar sjølvbeteningsautomatar eller terminalar, kjenner ikkje til at det finst standardar for utforming av slike løysingar.

Totalt sett har 3 prosent av verksemdene som brukar sjølvbeteningsautomatar, substansiell kjennskap til deler av innhaldet i standardane. Denne faktiske kjennskapen til innhaldet i krava som vert stilte til sjølvbeteningsautomatar, måler vi ved å legge til grunn prosentdelen av verksemdar som kjenner til eitt eller fleire element av hovudprinsippa i standardane.

Kjennskapen til standardane er lågast i den største gruppa av potensielle pliktsubjekt, som er gruppa varehandel og bilverkstader. Mange av desse skal etterleve plikta både for nettløysingar og automat. Dette er eit viktig funn med tanke på målgruppetilpassing av informasjon og rettleiing frå Difi.

Det ser ut til å vere større kjennskap til standardane for universell utforming blant verksemdar som har planar om å gjennomføre utskiftingar eller endringar av IKT-løysingane i løpet av 2014, enn dei som ikkje har slike planar.

1.5 Tilsynet legg stor vekt på informasjon og rettleiing

Undersøkinga viser status nær tidspunktet for iverksetjing av forskrifta og kan difor sjåast som ei «nullpunktsmåling» for tilsynet ved oppstart.

Berre 1 prosent av verksemdene som deltok i undersøkinga, kjenner til forskrift om universell utforming av IKT, medan 21 prosent stadfesta at dei kjente til forskrifta etter at intervjuar opplyste om namnet. Mange trur at forskrifta ikkje gjeld for privat sektor, og svært få kjenner til når plikta til universell utforming trer i kraft.

Ein nokså liten prosentdel (7 prosent) av verksemdene som deltok i undersøkinga, rapporterte at dei hadde besøkt Difi sin nettstad med informasjon og rettleiing om universell utforming av IKT, uu.difi.no. Av desse svara heile 72 prosent at dei fann

⁶ Vi måler dette som talet på verksemdar som kan oppgi eitt eller fleire område/tema som inngår i WCAG 2.0 i prosent av talet på verksemdar som har internettsider.

informasjonen dei hadde behov for. Dette viser at den største utfordringa er låg kjennskap blant tilsynet sine målgrupper.

Undersøkinga viser at ein av tilsynet sine største utfordringar er å bygge opp kjennskap til både standardane, regelverket og Difi som tilsynsorgan, inkludert kjennskapen til nettstaden uu.difi.no. Dette er også hovudtema for tilsynet sin kommunikasjonsstrategi.

I løpet av våren 2014 gjennomfører tilsynet fleire tiltak, mellom anna med bakgrunn i denne undersøkinga. Forutan ei utbygging av nettstaden uu.difi.no og aktiv bruk av sosiale medium, vil tilsynet gjennomføre informasjonstiltak både gjennom presse og via møte med bransjeorganisasjonar, slik at Difi på ein effektiv måte kan nå ut til verksemder som skal etterleve plikta.

2 Om undersøkinga

2.1 Bakgrunn for undersøkinga

Diskriminerings- og tilgjengelegheitslova⁷ (dtl) stiller krav til universell utforming av informasjons- og kommunikasjonsteknologi (IKT). Formålet med lova er å fremje likestilling og likeverd, sikre like moglegheiter og rettar til samfunnsdeltaking for alle, uavhengig av funksjonsevne, og hindre diskriminering på grunn av nedsett funksjonsevne. Lova skal bidra til nedbygging av samfunnsskapte funksjonshemmande barrierar og hindre at nye oppstår.

Forskrift om universell utforming av IKT-løysingar⁸ er vedteken med heimel i § 14 i lova. Forskrifta konkretiserer kva IKT-løysingar som er omfatta, kven som skal følgje reglane (pliktsubjekta), og kva standardar som er definerte som minimumskrav. Forskrifta gjeld for nettløysingar og automatar med IKT-baserte grensesnitt som er hovudløysingar retta mot allmenta i Noreg. Slike løysingar inneheld viktige tenester og funksjonar, og har ofte svært mange brukarar. Universell utforming er difor viktig for sikre likeverdig samfunnsdeltaking.

For å oppnå formålet med lova, vil tilsynet legge stor vekt på informasjon og rettleiing. Dette er viktig fordi regelverket er nytt og må gjerast kjent for dei det gjeld, men også fordi informasjon og rettleiing vert vurdert å ha stor effekt for etterleving av regelverket.

Tilsynet vil innrette verksemda mot område med høg risiko for manglande etterleving av regelverket. IKT-løysingar på område som er kritiske med tanke på å sikre likeverdig samfunnsdeltaking, vil ha prioritet. For å avdekke risikoområde, vil utarbeiding av statistikk og analysar som viser status for universell utforming av IKT i Noreg, vere ei prioritert oppgåve for tilsynet.

For å målrette tilsynsverksemda, har vi behov for å undersøke kjennskapen til både regelverk, tilsynsmyndigheit og standardar med krav til universell utforming. Hausten 2013 gjennomførte difor TNS Gallup på oppdrag for Difi, ei spørjeundersøking blant eit representativt utval verksemder i Noreg. Undersøkinga vart gjennomført i november 2013, mindre enn eit halvt år etter at forskrifta vart vedteken, og representerer såleis ei «nullpunktsmåling» for kjennskap til regelverket.

⁷ LOV 21. juni 2013 nr. 61. Lov om forbud mot diskriminering på grunn av nedsatt funksjonsevne (diskriminerings- og tilgjengelighetsloven)

⁸ FORSKRIFT 3. juli 2013 nr. 951. Forskrift om universell utforming av informasjons- og kommunikasjonsteknologiske (IKT)-løysningar

2.2 Mål for undersøkinga

Vi kan oppsummere måla for utvalsundersøkinga slik:

- Å kartlegge kjennskap til regelverk, standardar og Difi som tilsynsorgan.
- Å få oversikt over verksemdene sin bruk av nettløysingar og ulike typar av sjølvbeteningsautomatar i kontakt med publikum.
- Å få ei skjematisk oversikt over kompleksiteten i nettløysingane ved å kartlegge ulike typar av innhaldselement (til dømes kontaktinformasjon, skjema, video/lyd med meir) og funksjonalitet (kjøpsfunksjonalitet med meir).
- Å få eit innblikk i meir strukturelle tilhøve med vekt på å avdekke i kor stor grad verksemdene har anskaffa eller disponerer løysingar separat for eiga verksemd, eller nyttar IKT-løysingar som er felles for til dømes konsern eller kjede.
- Å få ein indikasjon på kor stor prosentdel av verksemdene som har planar om utskifting eller vesentleg oppgradering av IKT-løysingane i løpet av 2014.

I tillegg har vi fått utarbeida estimat for talet på verksemder som potensielt skal etterleve forskrifta, pliktsubjekta, fordelt på næringsgrupper/bransjar og type IKT-løysing (nettløysing og automat).

Informasjon verksemdene har gitt i samband med denne undersøkinga, vert nytta utelukkande til statistikk- og analyseføremål og ikkje til å identifisere aktuelle tilsynsobjekt.

2.3 Målgruppe for undersøkinga

Målgruppa for utvalsundersøkinga er offentlege og private verksemder som skal etterleve forskrift om universell utforming av IKT, representert ved dagleg leiar eller den personen som har ansvaret for ekstern kommunikasjon i verksemda. Val av intervjuobjekt bygger på ei vurdering av at etterleving av regelverk primært er eit leiaransvar. I store verksemder er det gjerne fleire leiarroller innan til dømes anskaffing, kommunikasjon, drift med meir. I mindre verksemder vil ofte dagleg leiar ivareta alle desse leiarfunksjonane. For å nå personar med leiaransvar, etterspurde vi difor dagleg leiar eller den som har ansvaret for ekstern kommunikasjon. Dette er relatert at forskrifta gjeld for *«IKT-løysningar som er en integrert del av den måten virksomheten informerer og tilbyr sine tjenester til allmennheten på og som er knyttet til virksomhetens alminnelige funksjon.»*⁹

⁹ FORSKRIFT 3. juli 2013 nr. 951. Forskrift om universell utforming av informasjons- og kommunikasjonsteknologiske (IKT)-løysningar, §3.

Utvalsbasen for undersøkinga er TNS Gallup sin næringslivsdatabase som er basert på Enhetsregisteret (Brønnøysundregistrene). Enhetsregisteret samordnar opplysningar om næringslivet og offentlige etatar frå ulike offentlige register. Også mange enkeltmannsføretak og foreiningar er registrerte i Enhetsregisteret. Einingane er registrerte med organisasjonsnummer, noko som inneber mellom anna at dei er juridiske personar/einingar i Noreg. Dette inneber vidare at alle einingar med eit organisasjonsnummer er potensielle pliktsubjekt etter forskrift om universell utforming av IKT, gitt at dei nyttar IKT-løysingar som er omfatta av forskrifta.

TNS Gallup sin næringslivsdatabase kan sjåast som ein populasjonsbase for verksemder i Noreg, og sikrar dermed at utvalet vert trekt frå ein populasjon som femner om både offentlege og private verksemder, inkludert foreiningar og organisasjonar.

Vi har avgrensa undersøkinga til å femne om verksemder med minimum fire tilsette. Målgruppa representerer difor ein nokså låg prosentdel av talet på registrerte verksemder i populasjonen, men likevel ein vesentlig prosentdel når vi ser på samla omsetning eller sysselsetjing. Dette går fram av tabell 1 under.

Tabell 1: Populasjonen av norske verksemder fordelt etter talet på tilsette.

	Verksemder med 0 til 3 tilsette	Verksemder med minimum 4 tilsette	Sum
Talet på registrerte føretak/ verksemder i alt (aktive og inaktive).	498 137	81 640	579 777
Prosentdel verksemder med:			
- 0-3 tilsette	86 %	14 %	100 %
- Minimum 4 tilsette			
Prosentdel av omsetning i føretaka/ verksemdene	16 %	84 %	100 %
Prosentdel av sysselsetjinga i føretaka/ verksemdene	6 %	94 %	100 %

Tabell 1 viser at 498 137 verksemder, aktive og inaktive, har null til tre tilsette. Desse utgjer 86 prosent av den totale mengda av norske verksemder. Talet på verksemder med minimum fire tilsette er 81 640, tilsvarande 14 prosent av verksemdene. Desse står for 84 prosent av omsetninga og 94 prosent av sysselsetjinga.

Forskrifta gjeld for alle verksemder som nyttar IKT-løysingar som fell inn under forskrifta sitt verkeområde, uavhengig av verksemda sin størrelse. Både målet om å nå ut til verksemder som når store brukargrupper og omsynet til effektivitet i gjennomføring av undersøkinga, ligg til grunn for at vi har definert målgruppa for undersøkinga til

verksemder med fire eller fleire tilsette. Ei slik avgrensing av målgrupper vert gjort i mange undersøkingar. Grunnen til dette er at 71 prosent av verksemdene i gruppa 0-3 tilsette ikkje har tilsette, og 72 prosent av dei har ingen omsetning.

2.4 Inndeling i næringsgrupper

Vi har lagt til grunn Standard for næringsgruppering (SN2007) og delt verksemdene inn i følgjande grupper:

- Gruppe 1: Jordbruk, skogbruk og fiske. Bergverksdrift og utvinning. Industri.
- Gruppe 2: Kraftforsyning. Vatn, avløp og renovasjon. Bygg- og anleggsverksemd. Fagleg- og teknisk tenesteyting.
- Gruppe 3: Varehandel. Bilverkstader.
- Gruppe 4: Transport og lagring. Overnattings- og serveringsverksemd.
- Gruppe 5: Informasjon og kommunikasjon. Kultur, underhaldning og fritid.
- Gruppe 6: Finansiering og forsikring. Omsetning og drift av fast eigedom. Forretningsmessig tenesteyting. Annan tenesteyting
- Gruppe 7: Offentleg administrasjon. Forsvar. Sosialforsikring. Undervisning. Helse- og sosialtenester.

Gruppering av verksemdene etter næringar skal bidra til at vi i analysen kan sette søkelys på område der verksemdene i større grad er retta mot enkeltpersonar («Business to consumer») enn andre verksemdar («Business to business»). Vi har difor valt ei inndeling som gjer det mogleg å fokusere analysen på verksemdar innan varehandel, transport, helse, sosial, utdanning og andre typar av tenesteyting der allmenta/enkeltpersonar er viktigaste mottakarar. Dette bygger på ei vurdering av at manglande etterleving av regelverket i desse næringsgruppene i særleg grad vil ha konsekvensar for samfunnsdeltaking.

Det er viktig å understreke at det ikkje kan trekkast noko eintydig skilje mellom næringsgruppene i dette perspektivet. Det er sjølvsagt individretta produksjon og tenesteyting i andre næringar enn dei vi peikar på over, og det er verksemdar i dei same gruppene som primært er retta inn mot andre verksemdar.

Talet på verksemdar i dei ulike næringsgruppene er gjort greie for i tabell 2 under.

Tabell 2: Verksemdar i alt og verksemdar med minimum fire tilsette fordelt på næringsgrupper.

	Sum verksemdar	Verksemdar med minimum 4 tilsette
Gruppe 1: Jordbruk, skogbruk og fiske. Bergverksdrift og utvinning. Industri.	86 984	6 796
Gruppe 2: Kraftforsyning. Vatn, avløp og renovasjon. Bygg- og anleggsverksemd. Fagleg- og teknisk tenesteyting.	111 622	13 266
Gruppe 3: Varehandel. Bilverkstader.	72 462	22 186
Gruppe 4: Transport og lagring. Overnattings- og serveringsverksemd.	38 765	8 390
Gruppe 5: Informasjon og kommunikasjon. Kultur, underhaldning og fritid.	56 674	3 867
Gruppe 6: Finansiering og forsikring. Omsetning og drift av fast eigedom. Forretningsmessig tenesteyting. Annan tenesteyting	149 890	8 337
Gruppe 7: Offentleg administrasjon. Forsvar. Sosialforsikring. Undervisning. Helse- og sosialtenester.	63 380	18 798
SUM	579 777	81 640

Utvalsundersøkinga legg til grunn denne gruppeinndelinga med bakgrunn i behovet for mest mogleg robuste resultat frå undersøkinga for næringsgrupper med stort bruksvolum og personretta produksjon, der mange verksemdar vil vere pliktsubjekt etter forskrift om universell utforming av IKT.

2.5 Metode, utval og korreksjon for utvalsskeivheit

TNS Gallup har gjennomført datainnsamlinga for utvalsundersøkinga med telefonintervju (CATI) på dagtid i perioden 19. november – 4. desember 2013. Det er gjennomført totalt 1.150 intervju i målgruppa.

Utvalet av verksemdar som er intervjuet, er kvotert med mål om å etablere eit tilstrekkeleg grunnlag for analyse, og samstundes ha så små feilmargar som praktisk oppnåeleg innanfor ramma av 1 150 intervju. Kvotane er av praktiske omsyn justerte ned for næringsgrupper der vi har grunn til å tru at omfanget av individretta tilbod ikkje er det mest framtrekkjande, og der det er relativt få verksemdar i gruppa.

I tabell 3 under, viser vi korleis populasjon og utval er fordelt mellom næringsgruppene vi har definert for denne undersøkinga. Utvalet er noko underrepresentert av verksemdar i gruppe 2, 3 og 7, og noko overrepresentert av verksemdar i gruppe 4, 5 og 6. Desse skeivheitene skuldast kvoteringa av utvalet, noko som skapar ein forventa disproporsjonalitet. Resultata frå undersøkinga er korrigererte for observerte skeivheiter i

fordeling mellom næringsgrupper og størrelse, mål i talet på tilsette, og kan difor sjåast som representative for norske verksemder med fire eller fleire tilsette.

Tabell 3: Populasjon (av verksemder med fire eller fleire tilsette) og utval fordelt på næringsgrupper. Absolutte tal og prosent.

	Verksemder i populasjonen	Prosentfordeling	Verksemder i utvalet	Prosentfordeling
Gruppe 1: Jordbruk, skogbruk og fiske. Bergverksdrift og utvinning. Industri.	6 796	8 %	100	9 %
Gruppe 2: Kraftforsyning. Vatn, avløp og renovasjon. Bygg- og anleggsverksemd. Fagleg- og teknisk tenesteyting.	13 266	16 %	100	9 %
Gruppe 3: Varehandel. Bilverkstader.	22 186	27 %	200	17 %
Gruppe 4: Transport og lagring. Overnattings- og serveringsverksemd.	8 390	10 %	200	17 %
Gruppe 5: Informasjon og kommunikasjon. Kultur, underholdning og fritid.	3 867	5 %	150	13 %
Gruppe 6: Finansiering og forsikring. Omsetning og drift av fast eigedom. Forretningsmessig tenesteyting. Annan tenesteyting	8 337	10 %	200	17 %
Gruppe 7: Offentleg administrasjon. Forsvar. Sosialforsikring. Undervisning. Helse- og sosialtenester.	18 798	23 %	200	17 %
SUM	81 640	100 %	1 150	100 %

2.6 Usikkerheit og feilmargar

Usikkerheit gjer seg gjeldande i alle utvalsundersøkingar. Dette skuldast at det ikkje er mogleg å intervjuje heile populasjonen innanfor målgruppene undersøkinga er retta mot. Resultat frå ei utvalsundersøking må difor tolkast med varsemd.

Tabell 4 viser kor store feilmargar vi må rekne med når vi ved hjelp av resultata frå ei utvalsundersøking skal uttale oss om heile populasjonen. Tabellen viser kor stor feilmargin det vil vere for eit uendelegheitsutval¹⁰, gitt at vi legg til grunn at vi med 95 prosent sannsynlegheit skal kunne vurdere resultata frå ei utvalsundersøking som representative for populasjonen.

¹⁰ Eit uendelegheitsutval er definert som eit utval som utgjer mindre enn 10 prosent av populasjonsstørrelsen, eller der populasjonen er større enn 10 gonger utvalet.

Tabell 4: Feilmarginar i eit uendelegheitsutval.

Størrelse på utval	Prosentresultat (fordeling av svar i utvalet)			
	50,0 %	25,0 %	10,0 %	5,0 %
100	10,1 %	8,7 %	6,0 %	4,4 %
150	8,2 %	7,1 %	4,9 %	3,6 %
200	7,1 %	6,1 %	4,3 %	3,1 %
300	5,8 %	5,0 %	3,5 %	2,5 %
400	5,0 %	4,3 %	3,0 %	2,2 %
500	4,5 %	3,9 %	2,7 %	2,0 %
1 000	3,2 %	2,7 %	1,9 %	1,4 %
1 150	2,9 %	2,5 %	1,8 %	1,3 %

Tabellen viser at feilmarginane vert mindre dess større utvalet er. Tabellen viser også at feilmarginane er større viss utvalet er svært heterogent (til dømes at svara på eit spørsmål fordeler seg fordeler seg «fifty-fifty» mellom ja og nei) kontra eit utval som er svært homogent (95 prosent/5 prosent).

Dersom 1.000 verksemder er intervjuja, og 50 prosent av utvalet ja og 50 prosent svarar nei på eit gitt spørsmål, vil vi den sanne verdien for svaret med ein sannsynlegheit på 95 prosent, ligge mellom 46,8 og 53,2 prosent. Feilmarginen er med andre ord +/- 3,2 prosentpoeng.

I Difi si utvalsundersøking vart 1.150 verksemder intervjuja. Den maksimale feilmarginen for denne undersøkinga vil dermed ligge på +/- 2,9 prosent, når vi ser alle 1 150 svara i undersøkinga under eitt.

For næringsgrupper med eit utval på 100 intervju, vil maksimal feilmargin variere mellom +/- 4,4 prosent og +/- 10,1 prosent. Tilsvarende vil maksimal feilmargin for næringsgrupper med eit utval på 200 intervju, variere mellom +/- 3,1 prosent og +/- 7,1 prosent.

2.7 Spørjeskjema

Spørjeskjemaet brukt i utvalsundersøkinga er utvikla av TNS Gallup og Difi i samarbeid. Skjemaet følgjer som vedlegg til rapporten og er berre kort gjort greie for her.

For området nettløysingar har spørjeskjemaet følgjande temainndeling:

- Kartlegging av verksemdene sin bruk av nettløysingar retta mot allmenta, både nettsider og sosiale medium, og i kva grad verksemdene deler nettstadene med andre, til dømes i same kjede eller konsern.

- Informasjon om funksjonalitet og innholdstypar på nettstadene.
- Kjennskap til og kunnskap om standardar for universell utforming av nettsider.
- Planlagde utskiftingar eller vesentlege endringar i nettløysingane i 2014.

For området sjølvbeteningsautomatar har spørjeskjemaet følgjande inndeling:

- Kartlegging av verksemdene sin bruk av ulike typar sjølvbeteningsautomatar for kundar, brukarar eller publikum, og i kva grad automaten er anskaffa for verksemda aleine eller i lag med andre verksemder i same kjede eller konsern.
- Kjennskap til og kunnskap om standardar for universell utforming av automatar.
- Informasjon om når automatane som er i bruk vart anskaffa og eventuelle planar om utskifting eller oppgradering.

Tema om kjennskap til regelverk og myndigheitsorgan er innretta slik:

- Kjennskap og kunnskap om forskrift om universell utforming av IKT-løysingar eller meir generelt om kjennskap til at det finst regelverk for området.
- Kjennskap til Difi som tilsynsorgan.
- Bruk av tilsynet sin nettstad for informasjon og rettleiing, uu.difi.no.

3 Regelverk for universell utforming av IKT

3.1 Diskriminerings- og tilgjengelegheitslova

Diskriminerings- og tilgjengelegheitslova¹¹ (dtl) skal fremje likestilling og likeverd, sikre like moglegheiter og rettar til samfunnsdeltaking for alle, uavhengig av funksjonsevne, og hindre diskriminering på grunn av nedsett funksjonsevne. I følgje dtl § 1 inneber likestilling likeverd, like moglegheiter og rettar, tilgjengelegheit og tilrettelegging. Lova skal bidra til nedbygging av samfunnsskapt funksjonshemmande barrierar og hindre at nye oppstår.

Omgrepet universell utforming er i dtl § 13 definert slik:

Med universell utforming menes utforming eller tilrettelegging av hovedløsningen i de fysiske forholdene, inkludert informasjons- og kommunikasjonsteknologi (IKT), slik at virksomhetens alminnelige funksjon kan benyttes av flest mulig.

Føresegna om universell utforming av IKT, går fram av § 14:

Med informasjons- og kommunikasjonsteknologi (IKT) menes teknologi og systemer av teknologi som anvendes til å uttrykke, skape, omdanne, utveksle, lagre, mangfoldiggjøre og publisere informasjon, eller som på annen måte gjør informasjon anvendbar.

Nye IKT-løsninger skal være universelt utformet. Denne plikten inntreer tolv måneder etter at det foreligger standarder eller retningslinjer for innholdet i plikten, jf. fjerde ledd. Alle IKT-løsninger skal være universelt utformet fra 1. januar 2021.

Håndhevingsorganet utpekt etter § 29 kan gi dispensasjon fra fristene dersom det foreligger særlig tungtveiende grunner.

Plikten gjelder IKT-løsninger som underbygger virksomhetens alminnelige funksjoner og som er hovedløsninger rettet mot eller stillet til rådighet for allmennheten.

Kongen gir forskrifter med nærmere bestemmelser om avgrensning av verkeområdet og innholdet i plikten til universell utforming av IKT-løsninger.

3.2 Forskrift om universell utforming av IKT-løysingar

Forskrift om universell utforming av IKT-løysingar¹² gjeld frå 1. juli 2013. Forskrifta presiserer kven som skal følgje dei lovpålagde krava, kva IKT-løysingar som skal vere

¹¹ LOV 21. juni 2013 nr. 61. Lov om forbud mot diskriminering på grunn av nedsatt funksjonsevne (diskriminerings- og tilgjengelighetsloven, dtl)

¹² FORSKRIFT 3. juli 2013 nr. 951. Forskrift om universell utforming av informasjons- og kommunikasjonsteknologiske (IKT)-løysningar.

universelt utforma, kva krav som skal vere oppfylte og kva tidsfristar som gjeld. Siktemålet er å stille krav til at IKT-løysingar vert utforma slik at dei er tilgjengelege for alle, uavhengig av funksjonsevne.

3.2.1 Nettløysingar og automatar

Forskrifta gjeld for nettløysingar og automatar med IKT-baserte grensesnitt, som rettar seg mot allmenta i Noreg.

Nettløysingar skal oppfylle standarden Retningslinjer for tilgjengelig webinnhold (WCAG¹³) 2.0, på nivå A og AA med enkelte unntak. WCAG 2.0 er inndelt i tre nivå; A, AA og AAA. Utvalet av krav som IKT-løysingane skal støtte, har fokus på tekst, bilete og diagram, skjema, innlogging, lyd/video og koding av nettstaden. Vidare er utforming navigasjon og søk, rettleiing og feilmeldingar også viktig. Døme på nettløysingar som skal utformast i samsvar med krava i forskrifta, er nettsider som gir informasjon til allmenta og nettsider som er tilpassa mobiltelefonar og nettbrett.

Sjølvbeteningsautomatar skal vere utforma i samsvar med ti internasjonale standardar. Standardane, som er lista opp i forskrifta, dekkjer alle hovudkategoriar av nedsett funksjonsevne, og inneheld krav og tilrådingar om utforming av tastatur, skjerm, plastkort, dialog mellom automat og brukar, og omgivnadene rundt automaten. Døme på automatar som skal vere universelt utforma, er betalingsterminalar, minibankar, billettautomatar, kø-system med meir.

3.2.2 Private og offentlege verksemder

Krava gjeld for både private og offentlege verksemder, lag og organisasjonar som brukar nettløysingar eller sjølvbeteningsautomatar i kontakt med allmenta. Det er verksemda eller organisasjonen som brukar slike IKT-løysingar som hovudløysing mot publikum, som er ansvarlege for å oppfylle krava til universell utforming. Dette gjeld sjølv om løysingane er eigde eller vert drifta av andre.

3.2.3 Hovudløysing

Krav om universell utforming gjeld viss IKT-løysinga underbygger verksemda sine alminnelege funksjonar. Det er i tillegg krav om at IKT-løysinga er ei hovudløysing for verksemda. Omgrepet hovudløysing er i forskrifta¹⁴ definert som «IKT-løysningar som er en integrert del av den måten virksomheten informerer og tilbyr sine tjenester til allmennheten på og som er knyttet til virksomhetens alminnelige funksjon». Ei verksemd

¹³ WCAG: Web Content Accessibility Guidelines

¹⁴ FORSKRIFT 3. juli 2013 nr. 951. Forskrift om universell utforming av informasjons- og kommunikasjonsteknologiske (IKT)-løysningar, § 3 d.

kan ha fleire hovudløysingar som alle må vere universelt utforma. For eksempel vil både minibankar og betalingsterminalar vere hovudløysingar for ein bank. Talet på brukarar vil vere eit sentralt kriterium for å vurdere om ei løysing er å betrakte som ei hovudløysing.

3.2.4 Tidsfristar – ny og eksisterande IKT

Krav til universell utforming av nye IKT-løysingar gjeld eitt år etter at forskrifta vart sett i verk, det vil seie frå 1. juli 2014. IKT-løysingar som er kjøpt eller bestilt etter denne datoen, skal vere universelt utforma frå lansering. Fristen på 12 månader tek utgangspunkt i tidspunktet for inngått avtale for IKT-løysinga. Når avtalen blir inngått 1. juli 2014 eller seinare, er universell utforming lovpålagt. Eksisterande IKT-løysingar, som har avtalar inngått før 1. juli 2014, skal vere universelt utforma seinast 1. januar 2021.

Omgrepet nye IKT-løysingar er meint å dekke nye løysingsversjonar som inneber omfattande endringar i den tekniske løysinga, gjerne i brukargrensesnitt og underliggende kode¹⁵. Gradvise endringar over tid, kan også reknast som ny IKT. For nettsider er det naturleg å knytte kravet til universell utforming til endringar i sideoppbygging, utforming og utskifting av publiseringsverktøy.

3.2.5 Sektoransvarsprinsippet

Diskriminerings- og tilgjengelegheitslova § 14 innfører ei plikt til universell utforming av alle nettløysingar og automatar, som er retta mot allmenta i Noreg, med mindre utforminga er regulert i anna regelverk (sektorprinsippet).

Krava til universell utforming av bygningar går fram av plan- og bygningslova med tilhøyrande forskrifter.

Fjernsynsmedium, inklusive film og nett-TV, er heller ikkje regulerte av forskrifta.

Det går fram av førearbeida at IKT-løysingar i opplærings- og utdanningssektoren, ikkje er omfatta av forskrifta. Dette temaet er no oppe til ny vurdering. Regelverket som regulerer bruk av IKT i utdanningssektoren er samansett av fleire lover, slik at det per no ikkje kan trekkast klare grenser mellom verkeområda for dei forskjellige lovene som vedkjem IKT i denne sektoren. Ei avklaring av plikter for utdanningssektoren etter § 14 med tilhøyrande forskrift, skal ligge føre i løpet av 2014.

Innanfor samferdselsektoren gjeld forskrifta for sjølvbeteningsautomatar, som til dømes billettautomatar. Utover dette er samferdselsektoren unntatt frå verkeområdet til forskrifta.

¹⁵ Forskrift om universell utforming av IKT-løysingar, § 3 e.

4 Verksemdene sin bruk av internett i kontakt med publikum

Forskrift om universell utforming av IKT-løysingar gjeld for private og offentlige verksemdar, lag og organisasjonar som brukar IKT som hovudløysing i kontakt med publikum. Dersom sosiale medium vert brukt som hovudløysing i kontakt med allmenta, vil også desse vere omfatta av krava. Forskrifta har med andre ord eit omfattande verkeområde.

Med dette bakteppet set vi søkelys på verksemdene sin bruk av internett, enten i form av eigne nettsider, ved å bruke felles nettsider for fleire verksemdar i til dømes same kjede eller konsern, eller ved bruk av sosiale medium.

4.1 Dei aller fleste verksemdar er på nett

Dei aller fleste verksemdene som deltok i undersøkinga, har nettsider eller er representerte på nett gjennom bruk av sosiale medium.

Tabell 5 viser at 91 prosent opplyste at dei har internettsider enten separat for eiga verksemd, eller felles med andre verksemdar i same kjede eller konsern.

Meir enn halvparten (52 prosent) er på sosiale medium som Twitter, Facebook og liknande. 2 prosent av verksemdene er berre representerte i sosiale medium. Viss vi ser desse to løysingane i samanheng, er 93 prosent av verksemdene representerte på internett og/eller i sosiale medium.

Prosentdelen verksemdar med internettsider er svært høg i alle næringsgruppene, med ein variasjon frå 85 til 95 prosent. Det er verksemdar i gruppe 5, informasjon og kommunikasjon, kultur og underholdning, som i størst grad har nettsider (99 prosent). Likeeins har meir enn 90 prosent av verksemdene i gruppe 3 (varehandel), gruppe 6 (finansiering, forsikring og forretningsmessig tenesteyting), og gruppe 7 (offentleg administrasjon, utdanning, helse og sosial) enten eigne internettsider eller fellesløysingar saman med andre.

Det er vesentleg større variasjon i omfang når det gjeld bruk av sosiale medium. Verksemdene i gruppe 5, informasjon og kommunikasjon, kultur og underholdning, som ligg på topp i bruk av nettsider (99 prosent), er også dei som i størst grad nyttar sosiale medium (85 prosent).

I tillegg er verksemdene i gruppe 6, finansiering og forsikring, eigeidom, forretningsmessig tenesteyting med meir, i stor grad representerte i desse kanalane. Gruppe 1 og 2 som femner om mellom anna primærnæringsnæringane, industri, kraftforsyning og bygg- og anleggsverksemd, nyttar sosiale media i vesentleg mindre grad. Det er elles grunn til å

nemne at gruppe 7, som i stor grad består av verksemder i offentlig sektor, i mindre grad enn andre publikumsretta næringar, brukar sosiale medium.

Tabell 5: Verksemder som har internettsider og/eller er representerte på sosiale medium.

	Verksemder med egne nettsider eller felles med andre	Verksemder som er representerte i sosiale medium
Gruppe 1: Jordbruk, skogbruk og fiske. Bergverksdrift og utvinning. Industri.	86 %	35 %
Gruppe 2: Kraftforsyning. Vatn, avløp og renovasjon. Bygg- og anleggsverksemd. Fagleg/teknisk tenesteyting.	88 %	43 %
Gruppe 3: Varehandel. Bilverkstader.	92 %	61 %
Gruppe 4: Transport og lagring. Overnattings- og serveringsverksemd.	85 %	58 %
Gruppe 5: Informasjon og kommunikasjon. Kultur, underholdning og fritid.	99 %	85 %
Gruppe 6: Finansiering og forsikring. Omsetning og drift av fast eigedom. Forretningsmessig tenesteyting. Annan tenesteyting	92 %	67 %
Gruppe 7: Offentleg administrasjon. Forsvar. Sosialforsikring. Undervisning. Helse- og sosialtenester.	95 %	39 %
SUM	91 %	52 %

4.2 Eit klart fleirtal har egne nettsider

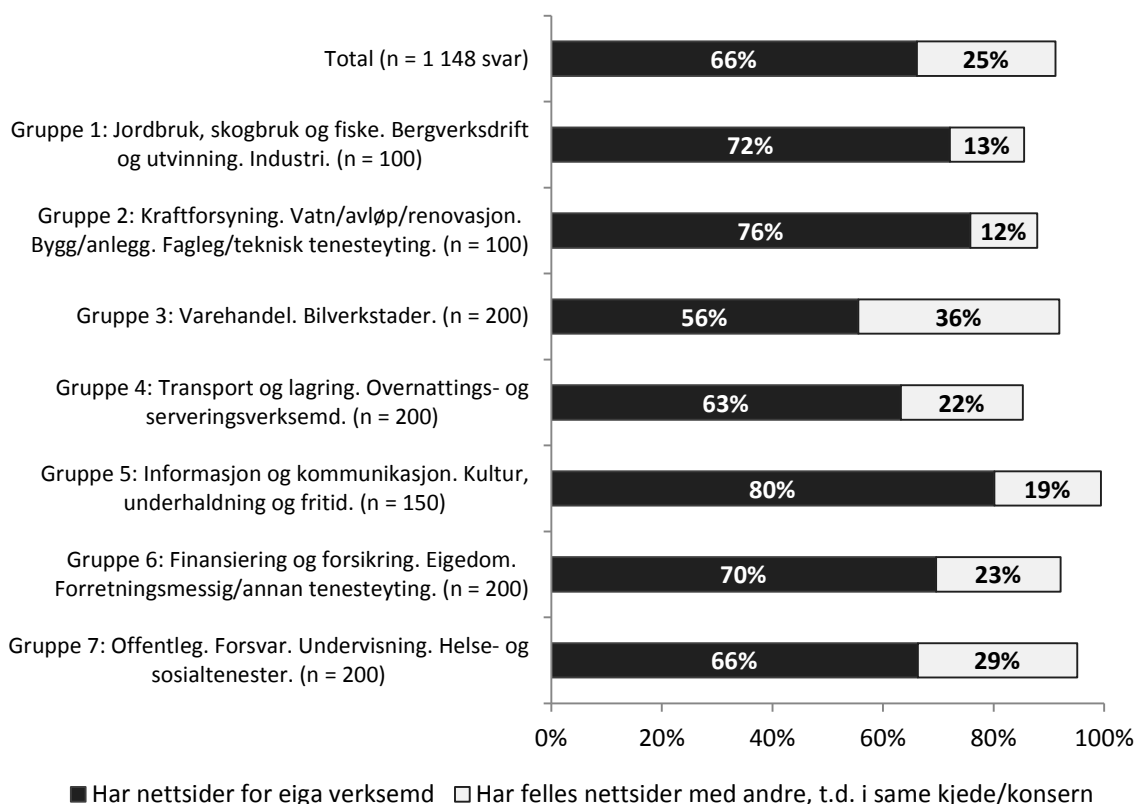
Eit klart fleirtal (66 prosent) av verksemder har egne nettsider. Ein av fire verksemder gjer bruk av nettsider i fellesskap med andre.

Det er verksemder i gruppe 5, informasjon og kommunikasjon, kultur og underholdning, som i størst grad har egne nettsider (80 prosent).

Verksemdene i gruppe 3, varehandel og bilverkstader, er dei som i størst grad deler nettløysingar med andre i til dømes same kjede eller konsern (36 prosent). Dette har ikkje påverknad på kven som skal etterleve regelverket, men det vil i mange høve vere styrande for kor stor innverknad enkeltverksemder har på nettløysingane som er retta mot kundar og publikum.

Omfanget av verksemder med egne nettsider samanlikna med dei som har nettsider felles med andre verksemder i same kjede eller konsern, går fram av figur 1 under.

Figur 1: Verksemdar med internettsider, separat for eiga verksemd eller felles med andre verksemdar i same kjede eller konsern. Grunnlag: 1148 av 1150 verksemdar har svara på spørsmålet.



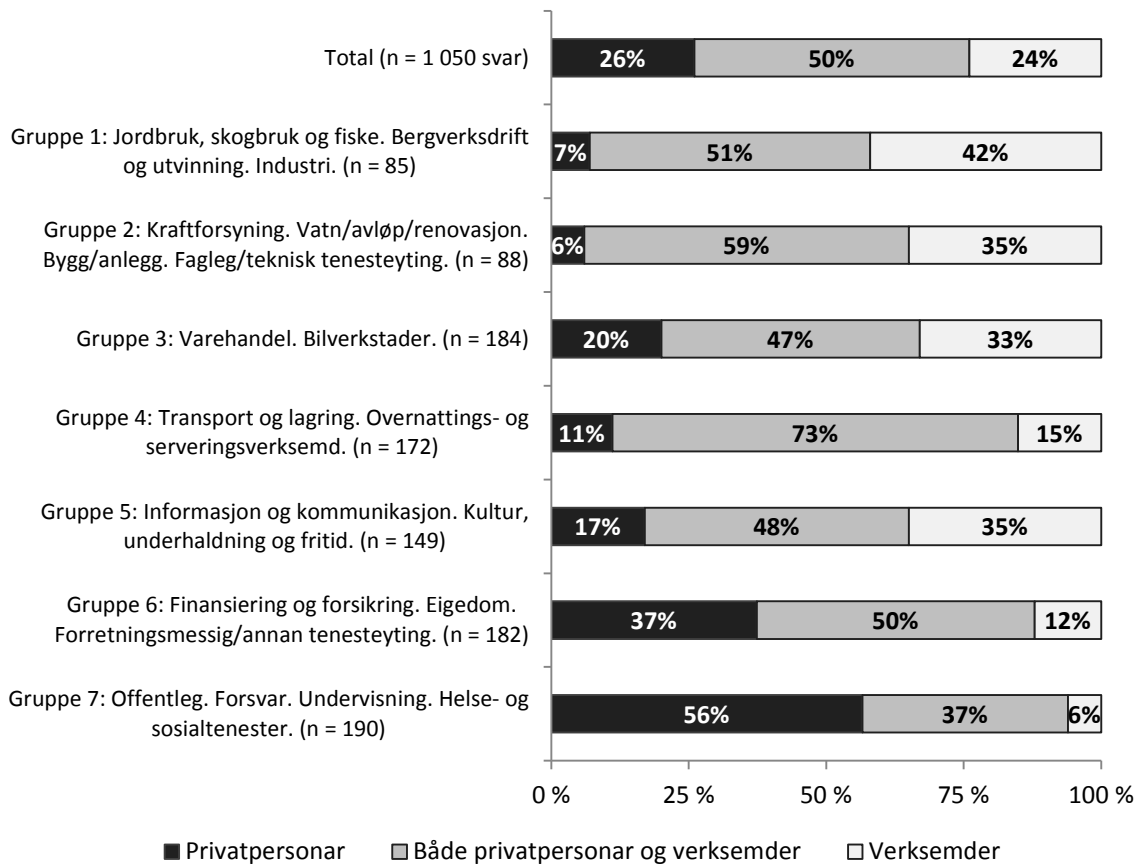
4.3 Nettløysingane er i stor grad retta mot privatpersonar

Krava om universell utforming gjeld dersom IKT-løysinga underbygger verksemda sine alminnelege funksjonar. I tillegg skal nettløysinga eller automaten vere retta mot allmenta. Talet på brukarar vil vere eit sentralt kriterium for å vurdere om ei løysing er å betrakte som ei hovudløysing.

Målgrupper for verksemdene sine nettløysingar er i denne samanhengen eit viktig perspektiv. Nesten alle verksemdene som deltok i undersøkinga vurderer eksterne brukarar som viktigaste målgruppe for nettsidene. Berre 5 prosent svara nettsidene også er retta mot eigne tilsette.

Figur 2 under, viser kor mange prosent av verksemdene i dei ulike næringsgruppene som har internettsider retta mot høvesvis enkeltpersonar, verksemdar eller begge desse gruppene.

Figur 2: Målgrupper for verksemdene sine nettsider. Fordelt på næringsgrupper. 1055 av 1150 verksemder har nettsider. 5 har ikkje svara.



Figur 2 viser at halvparten (50 prosent) av verksemdene rapporterer at nettsidene er retta både mot privatpersonar og andre verksemder. Om lag ein fjerdedel svarar at nettsidene er retta berre mot retta mot privatpersonar (26 prosent) eller berre mot verksemder (24 prosent).

Dette inneber at om lag tre fjerdelar av verksemdene, i større eller mindre grad, har privatpersonar som målgruppe for nettsidene. Vi legg til grunn at nettsider som primært er retta mot enkeltpersonar (kundar, tenestemottakarar eller publikum generelt), har eit stort nedslagsfelt, og kan dermed vurderast som særleg viktige med tanke på å sikre likeverdig samfunnsdeltaking.

I alle næringsgruppene er det eit fleirtal av verksemder som har privatpersonar (berre privatpersonar eller privatpersonar og verksemder) som målgruppe for nettløysingane.

Det er verksemder i næringsgruppe 7, offentlig administrasjon, undervisning, helse og sosial, som i størst grad har internettsider retta primært mot privatpersonar. Meir enn halvparten (56 prosent) svarar at nettsidene er retta mot privatpersonar. 37 prosent svarar at nettsidene er retta både mot privatpersonar og verksemder, medan berre

6 prosent svarar at andre verksemdar er målgruppa. Det er med andre ord 93 prosent som har privatpersonar som målgruppe for nettsidene sine. Næringsgruppa femner i stor grad om offentleg sektor, og tilgjengelege nettsider er viktig for store brukargrupper.

Nest etter offentleg sektor (gruppe 7), er det gruppe 6 (finans, forsikring, forretningsmessig tenesteyting med meir) som i størst grad har internettsider med privatpersonar (berre privatpersonar eller privatpersonar og verksemdar) som målgruppe. 12 prosent i denne gruppa svarar at andre verksemdar er målgruppa for nettsidene.

84 prosent av verksemdene i gruppe 4 (transport, overnatting, servering) rapporterer at nettsidene har privatpersonar eller privatpersonar og verksemdar som målgrupper. Tenesteområdet kan seiast å vere svært viktig med tanke på likeverdig samfunnsdeltaking. 15 prosent i denne gruppa svarar at andre verksemdar er målgruppa for nettsidene.

Verksemdene i gruppe 1 (primærnæringane, industri med meir), gruppe 2 (kraftforsyning, vatn/avløp/renovasjon, bygg/anlegg) og gruppe 5 (informasjon, kommunikasjon, kultur) er dei som i størst grad svarar at andre verksemdar er målgruppe for nettsidene deira. Også i desse gruppene er det likevel eit fleirtal som svarar at privatpersonar (berre privatpersonar eller privatpersonar og verksemdar) er målgruppe for nettløysingane.

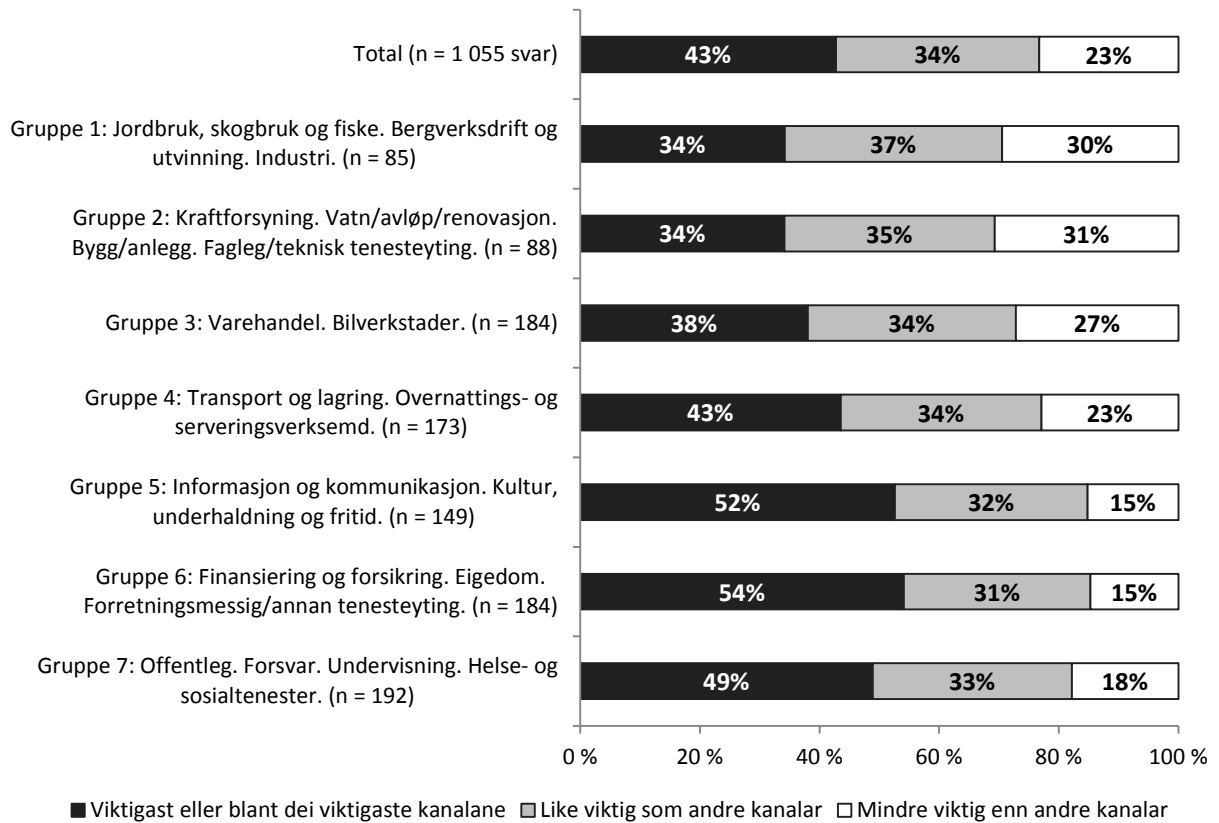
4.4 Kor viktige er nettsidene som kommunikasjonskanal?

Vi har spurt verksemdene om kor viktige internettsidene deira er som informasjons- og kommunikasjonskanal mot brukarane. Viss løysinga er like viktig eller viktigare enn andre kanalar for kommunikasjon og informasjon, er dei i større grad å betrakte som hovudløysingar¹⁶ enn om nettsidene er mindre viktige enn andre kanalar.

I figur 3 under, viser vi korleis verksemdene har svara på spørsmålet om kor viktige nettsidene er for informasjon og kommunikasjon med allmenta.

¹⁶ I forskrift om universell utforming av informasjons- og kommunikasjonsteknologiske (IKT)-løysingar, § 3, er hovudløysing definert slik: IKT-løysingar som er en integrert del av den måten virksomheten informerer og tilbyr sine tjenester til allmennheten på og som er knyttet til virksomhetens alminnelige funksjon

Figur 3: Kor viktige nettsidene er for informasjon og kommunikasjon. Fordelt på næringsgrupper. Grunnlag: 1055 verksemder med internettsider.



Figur 3 viser at 77 prosent av verksemdene vurderer nettsidene som like viktig (34 prosent), blant dei viktigaste eller den viktigaste kanalen (43 prosent) for informasjon og kommunikasjon, medan 23 prosent svarar at internett er mindre viktig enn andre kanalar.

Meir enn halvparten av verksemdene i gruppe 5, informasjon og kommunikasjon, kultur og underholdning og gruppe 6, finansiering og forsikring, eigedom, forretningsmessig tenesteyting, vurderer nettsidene til å vere enten den viktigaste, eller blant dei viktigaste kanalane for informasjon og kommunikasjon.

Bortimot halvparten av verksemdene i gruppe 7, offentlig administrasjon, undervisning, helse og sosial gjer tilsvarende vurdering. Mindre enn 20 prosent av verksemdene her vurderer nettsidene som mindre viktige enn andre informasjons- og kommunikasjonskanalar.

Verksemder i næringsgruppe 1 og 2, mellom anna primærnæringane, industri, kraftforsyning og bygg- og anlegg, er dei som oftast svarar at internett er mindre viktig enn andre kanalar. Det er og her vi finn flest som har andre verksemder som målgruppe.

Særleg gruppe 6 og 7 er viktige å framheve i denne samanhengen, med stor tyngde innan privat og offentlig personretta tenesteyting. Svært mange av verksemdene i desse

gruppene oppgir å ha privatpersonar som målgruppe, samstundes med at dei vurderer internett som viktigaste, eller blant dei viktigaste, kanalane for informasjon og kommunikasjon.

4.5 Funksjonalitet og innhald

Forskrift om universell utforming av IKT viser til Retningslinjer for tilgjengelig webinnhald (WCAG) 2.0, som standard for utforming av nettløysingar i. Med enkelte unntak, skal nettløysingar utformast minst i samsvar med krava på nivå A og AA i standarden. Retningslinjene gjeld for til dømes overskrifter og menyar, illustrasjonar, lenker, skjemafunksjonalitet, innloggingsløysingar og multimedieinnhald.

Som ei enkel tilnærming, kan vi legge til grunn at dess meir funksjonalitet og ulike typar innhaldselement nettstadene har, dess høgare er digitaliseringsgraden. Stadig fleire samfunnsområde går i retning av auka digitalisering, og internett er ein svært viktig kanal for informasjon og tenester. Universell utforming skal medverke til flest mogleg kan hauste gevinsten av digitalisering og hindre at nye barrierar for samfunnsdeltaking oppstår. Dette er fundamentet for den nye forskrifta.

Oversikt over utbreiing av ulike innhaldstypar og funksjonalitetar er såleis ei sentral kunnskapskjelde når Difi skal innrette tilsynsfunksjonen mot område som er særleg viktige i eit samfunnsperspektiv. Vi har difor gjort ei kartlegging, på overordna nivå, av omfanget av ulike innhaldstypar på nettsidene til verksemdene som deltok i undersøkinga.

Vi stilte spørsmål om nettsidene inneheldt desse innhaldstypane/funksjonalitetane:

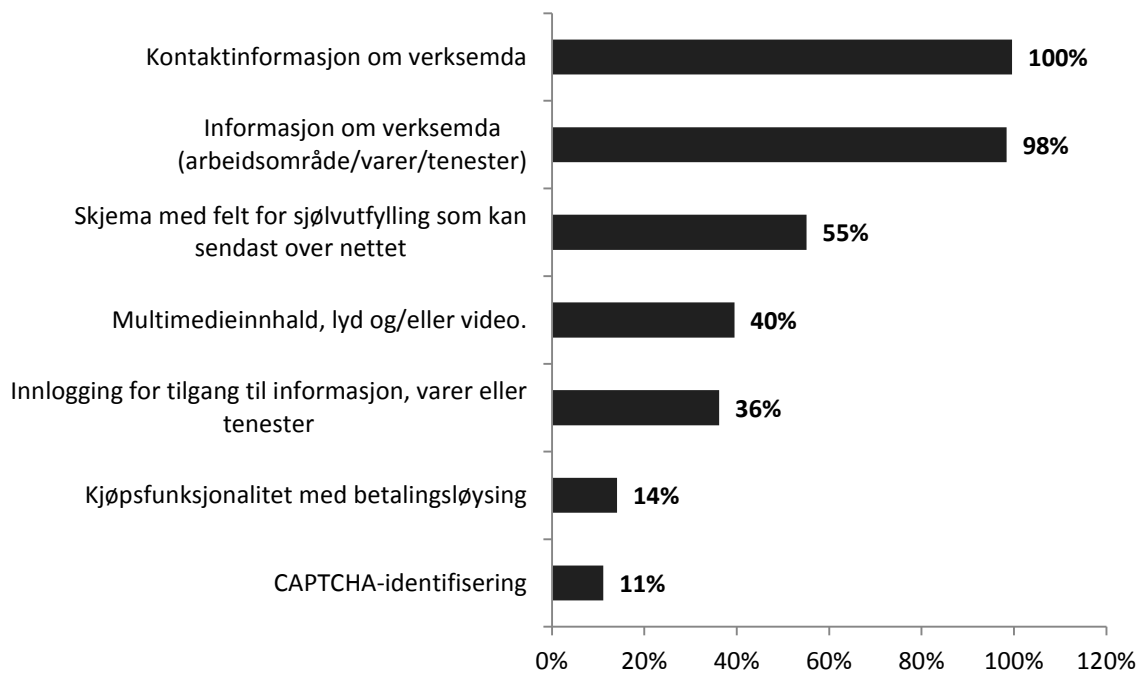
1. Kontaktinformasjon om verksemda.
2. Informasjon om verksemda sine arbeidsområde og eventuelle varer og tenester.
3. Skjema med felt for sjølvutfylling som kan sendast over nettet.
4. Kjøpsfunksjonalitet med betalingsløysing, enten integrert på nettstaden eller lenka til ein annan nettstad.
5. Innlogging for tilgang til informasjon, varer eller tenester.
6. Krav om at brukaren må identifisere seg, oftast ved å skrive bokstavar eller tal som viser i eit bilete på nettstaden (CAPTCHA)¹⁷.
7. Multimedieinnhald, lyd og/eller video.

¹⁷ CAPTCHA er ein metode for å skilje menneske frå robotar i samband med utfylling av skjema. Formålet er å unngå falske førespurnader og spam. Løysinga er ofte slik at brukarane skal skrive bokstavar eller tal som viser i eit bilete på nettstaden

Kartlegging av ulike innholdstypar er også relatert til at «Forskriften gjelder der IKT-løsningen underbygger en virksomhets alminnelige funksjon og er en del av virksomhetens hovedløsning¹⁸.» Når informasjon og funksjonalitet er direkte knytt til verksemda sin alminnelege funksjon, kan løysinga betraktast som ei hovudløysing.

Figur 4 under, viser kor stor prosentdel av nettstadene som har dei ulike innholdstypane og funksjonalitetane vi etterspurde i denne undersøkinga. I tabell 6 (kapittel 4.5.5) viser vi omfanget av innholdstypar fordelt på næringsgrupper.

Figur 4: Innholdstypar og funksjonalitet på nettsidene. Grunnlag: 1055 verksemder med nettsider.



4.5.1 Basisinnhald på nettsidene

Bortimot alle nettstadene har basisinnhald av typen kontaktinformasjon (100 prosent) og informasjon om verksemda sine arbeidsområde og eventuelle varer og tenester (98 prosent). Med rutinar for til dømes koding av overskrifter, tekstleg forklaring av bilete og diagram, tydelege lenketekstar, tilstrekkeleg kontrast og skriftstorleik, vil ein komme langt med tanke på universell utforming når innhaldet ikkje er for komplekst.

4.5.2 Internettbaserte skjema

I stor utstrekning har nettstadene til verksemdene som deltok i undersøkinga, relativt komplekst innhald. Meir enn halvparten av verksemdene har skjema for sjølvutfylling som kan sendast over nettet.

¹⁸ FORSKRIFT 3. juli 2013 nr. 951. Forskrift om universell utforming av informasjons- og kommunikasjonsteknologiske (IKT)-løsningar, § 2.

Dersom dette er ein del av verksemdene si hovudløysing og ein primærkanal for kommunikasjon mellom brukarane og verksemda, er det svært viktig at skjemaet er utforma slik at det kan brukast av flest mogleg. Dette føreset god rettleiing for utfylling av skjema i form av rettleiingstekstar i tilknytning til felt som skal fyllast ut, feilmeldingar, framlegg til korrekt utfylling, konsekvent plassering og merking av knappar, moglegheit for å kontrollere og endre opplysningar, og i tillegg kunne avbryte og reversere innsending.

Når vi ser vekk frå kontaktinformasjon og annan generell informasjon, er digitale skjema den mest utbreidde er innhaldstypen/funksjonaliteten i kartlegginga (55 prosent).

Digitale skjema er i bruk i stort omfang i alle næringsgrupper (minimum 50 prosent i alle grupper), og mest i gruppe 5, informasjon, kommunikasjon, underhaldning (70 prosent) og gruppe 6, finans, forsikring, forretningsmessig tenesteyting, (66 prosent). Desse næringsgruppene har stor tyngde av verksemdar som driv med personretta tenesteyting.

4.5.3 Innloggingsløysingar, kjøpsfunksjonalitet og CAPTCHA¹⁹

Vel ein tredjedel har innloggingsløysingar, noko som ofte er knytt til skjema og/eller kjøpsfunksjonalitet. I slike løysingar er det viktig at brukaren har tilstrekkeleg tid til å få utført nødvendige operasjonar. Automatisk utlogging skal varslast, kunne utsetjast eller deaktivertast.

Gruppe 6 (finans, forsikring, forretningsmessig tenesteyting med meir) ligg på topp i bruk av innloggingsløysingar med 47 prosent. I gruppe 3 (varehandel) og gruppe 7 (offentleg, helse, sosial, utdanning), har om lag 40 prosent av verksemdene nettløysingar der brukaren må logge seg inn for å få tilgang til ulike typar av innhald på nettsidene.

Kjøpsfunksjonalitet og CAPTCHA er vesentleg mindre utbreidd enn digitale skjema og innloggingsløysingar. 14 prosent av nettstadene har kjøpsfunksjonalitet, medan 11 prosent brukar CAPTCHA.

Kjøpsfunksjonalitet med betalingsløysingar er naturleg nok mest utbreidd i varehandelen (gruppe 3, 23 prosent), transport, overnatting og servering (gruppe 4, 26 prosent) og informasjon, kultur og underhaldning (gruppe 5, 26 prosent).

Tilsynet rår verksemdene frå å bruke CAPTCHA. Materialet frå undersøkinga viser at metoden ikkje er særleg utbreidd. Det er verksemdene i gruppe 5, informasjon, kultur med meir, som i størst grad brukar ei slik løysing for identifisering.

¹⁹ CAPTCHA er ein metode for å skilje menneske frå robotar i samband med utfylling av skjema. Formålet er å unngå falske førespurnader og spam. Løysinga er ofte slik at brukarane skal skrive bokstavar eller tal som viser i eit bilete på nettstaden.

4.5.4 Lyd og video

Noko overraskande er det kanskje at heile 40 prosent svarar at dei har lyd og/eller video på nettsidene sine. Krava til multimedieinnhald er delvis unnateke i forskrifta og avgrensa til å gjelde tekstalternativ til førehandsinnspelt film og lyd.

Multimedieinnhald er mest utbreidd på nettsidene til verksemder i gruppe 5, informasjon og kommunikasjon, kultur, underhaldning og fritid (57 prosent). Om lag halvparten (49 prosent) av verksemdene i gruppe 3, varehandel og bilverkstader, har multimedieinnhald på nettsidene sine.

4.5.5 Oppsummering av innhaldstypar

Som ei oppsummering, viser vi i tabellen under utbreiing av ulike typar av innhaldselement og funksjonalitetar i næringsgruppene vi opererer med i denne undersøkinga. Basisinnhald av typen kontaktinformasjon og informasjon om verksemda sine arbeidsområde og eventuelle varer og tenester, finst på bortimot alle nettstadene (høvesvis 100 og 98 prosent), og er ikkje tekne med i tabellen.

Tabell 6: Innhaldstypar og funksjonalitet på nettsidene i dei ulike næringsgruppene.

	Digitale skjema	Inn-logging	Kjøp/betaling	CAPTCHA	Multi-media
Gruppe 1: Jordbruk, skogbruk og fiske. Bergverksdrift og utvinning. Industri.	50 %	30 %	5 %	5 %	31 %
Gruppe 2: Kraftforsyning. Vatn, avløp og renovasjon. Bygg- og anlegg. Fagleg- og teknisk tenesteyting.	50 %	25 %	3 %	7 %	28 %
Gruppe 3: Varehandel. Bilverkstader.	53 %	41 %	23 %	11 %	49 %
Gruppe 4: Transport og lagring. Overnattings- og serveringsverksemd.	54 %	27 %	26 %	12 %	29 %
Gruppe 5: Informasjon og kommunikasjon. Kultur, underhaldning og fritid.	70 %	36 %	26 %	17 %	57 %
Gruppe 6: Finansiering og forsikring. Omsetning og drift av fast eigedom. Forretningsmessig tenesteyting. Annan tenesteyting	66 %	47 %	15 %	14 %	40 %
Gruppe 7: Offentleg administrasjon. Forsvar. Sosialforsikring. Undervisning. Helse- og sosialtenester.	55 %	40 %	6 %	13 %	39 %
SUM	55 %	36 %	14 %	11 %	40 %

5 Verksemdene sin bruk av sjølvbeteningsautomatar

Forskrift om universell utforming av IKT-løysingar gjeld for all bruk av sjølvbeteningsautomatar retta mot allmenta, med føresetnad om at utforming ikkje er regulert gjennom anna lovverk. Vi klassifiserer automatane i følgjande fem kategoriar eller automattypar, som alle er omfatta av forskrifta:

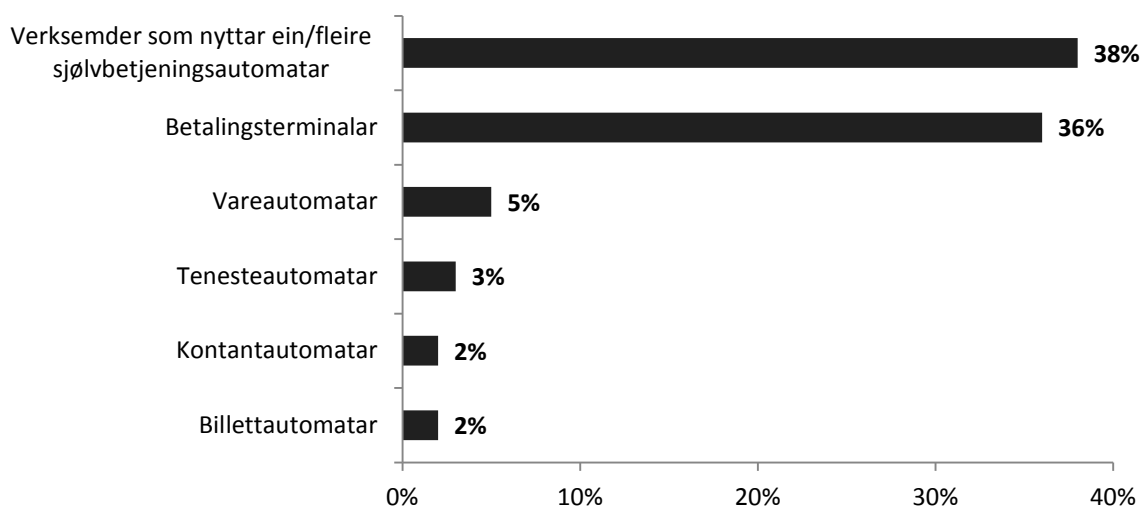
1. Kontantautomatar (minibankar, innskotsautomatar, vekslingsautomatar)
2. Vareautomatar (bensinpumper, aviser, sigarettar med meir)
3. Tenesteautomatar (bibliotek, parkering, køsystem med meir)
4. Betalingsautomatar (mobile og trådlause)
5. Billettautomatar (kollektivtransport med meir)

Vi har kartlagt verksemdene sin bruk av dei ulike automattypane, og i kva grad verksemdene har anskaffa automatar separat for eiga verksemd, eller gjennom felles anskaffingar for verksemdar som inngår i ei kjede eller eit konsern. Vi har også kartlagt kjennskap til standardar som det vert referert til i forskrift om universell utforming av IKT.

5.1 Betalingsautomatar er mest utbreidde

Det er langt færre verksemdar som brukar sjølvbeteningsautomatar enn nettløysingar. Meir enn 90 prosent av verksemdene med fire eller fleire tilsette har internettsider, medan 38 prosent nyttar ulike typar (ein eller fleire) sjølvbeteningsautomatar i kontakten med publikum.

Figur 5: Verksemdene sin bruk av sjølvbeteningsautomatar. Grunnlag: 1150 verksemdar som deltok i undersøkinga.



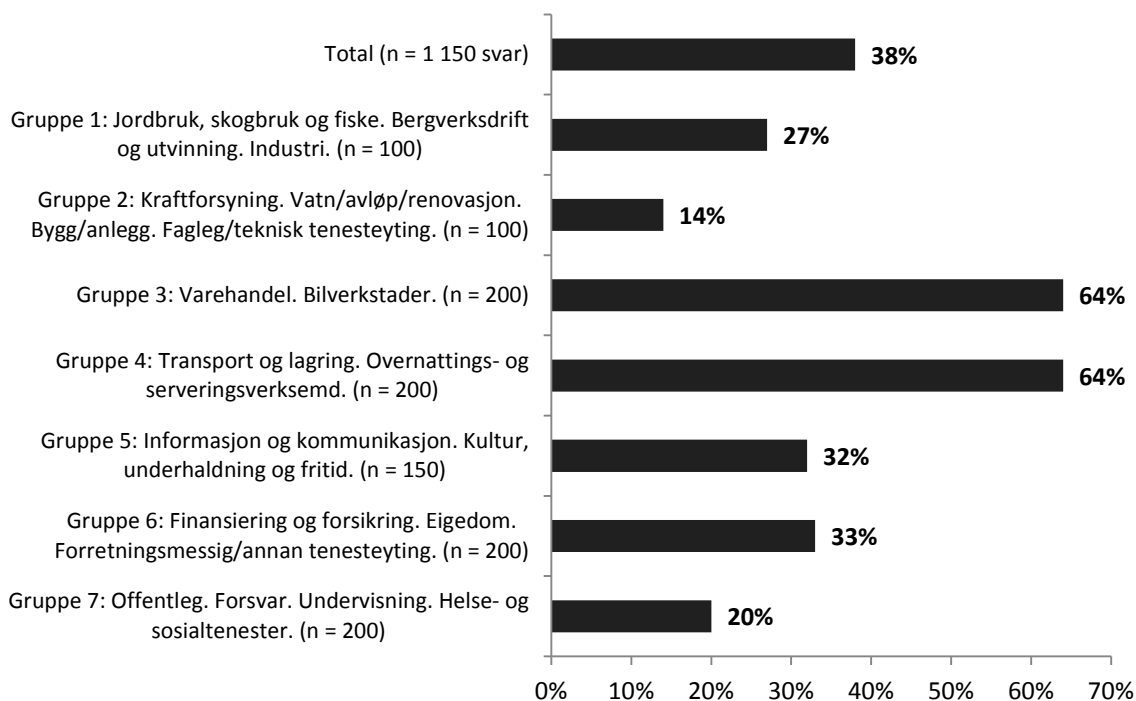
Figur 5 over, viser omfanget av verksemdene sin bruk av ulike automattypar i kontakt med publikum. Betalingsterminalar er desidert mest utbreidd. 36 prosent av

verksemdene svarar at dei brukar betalingsterminalar, 5 prosent brukar vareautomatar, 3 prosent brukar tenesteautomatar og 2 prosent brukar dei andre automattypane. Ein del verksemdar brukar fleire automattypar, til dømes kan ei og same verksemd nytte både betalingsterminal og vareautomat.

5.2 Stor variasjon mellom næringsgruppene i bruk av automatar

Bruk av sjølvbeteningsautomatar er svært bransjespesifikk og ujamt fordelt mellom næringsgruppene. Prosentdelen av verksemdene som opplyser at dei brukar sjølvbeteningsautomatar i kontakt med kundar og publikum, går fram av figuren under.

Figur 6: Bruk av sjølvbeteningsautomatar i dei ulike næringsgruppene. Grunnlag: 1150 verksemdar.



Figur 6 viser at verksemdene i gruppe 3, varehandel og bilverkstader, og gruppe 4, transport, overnatting og servering skil seg ved at to tredjedelar av verksemdene brukar sjølvbeteningsautomatar, noko som er langt over gjennomsnittet. Det er betalingsterminalar som står i ei særstilling også i desse to gruppene.

Om lag ein tredjedel av verksemdene i gruppe 5, informasjon, kommunikasjon, kultur, underhaldning og gruppe 6, finansiering og forsikring, eigedom, forretningsmessig tenesteyting med meir, brukar sjølvbeteningsautomatar. Verksemdene i dei andre gruppene brukar sjølvbeteningsautomatar i meir avgrensa grad.

I figur 6 har det ikkje skilt mellom ulike typar av automatar. Verksemdene sin bruk av dei ulike automattypane er framstilt i tabellen under.

Tabell 7: Bruk av automattypar i dei ulike næringsgruppene.

	Kontant- automat	Betalings- terminal	Billett- automat	Vare- automat	Teneste- automat
Gruppe 1: Jordbruk, skogbruk og fiske. Bergverksdrift og utvinning. Industri.	2 %	25 %	1 %	2 %	-
Gruppe 2: Kraftforsyning. Vatn, avløp og renovasjon. Bygg- og anlegg. Fagleg- og teknisk tenesteyting.	-	12 %	-	2 %	-
Gruppe 3: Varehandel. Bilverkstader.	1 %	64 %	1 %	7 %	4 %
Gruppe 4: Transport og lagring. Overnattings- og serveringsverksemd.	7 %	63 %	5 %	5 %	6 %
Gruppe 5: Informasjon og kommunikasjon. Kultur, underholdning og fritid.	2 %	29 %	5 %	4 %	3 %
Gruppe 6: Finansiering og forsikring. Omsetning og drift av fast eigedom. Forretningsmessig tenesteyting. Annan tenesteyting	6 %	31 %	1 %	3 %	3 %
Gruppe 7: Offentleg administrasjon. Forsvar. Sosialforsikring. Undervisning. Helse- og sosialtenester.	2 %	16 %	3 %	5 %	2 %
SUM	2 %	36 %	2 %	5 %	3 %

5.3 Anskaffing av sjølvbeteningsautomatar

Eit stort fleirtal av verksemdene som har sjølvbeteningsautomatar, opplyser at dei har anskaffa automaten separat for eiga verksemd (78 prosent). Eit klart mindretal (18 prosent) svarar at dei har anskaffa automatløyisingar i fellesskap med andre, til dømes i same kjede eller konsern.

Vi tek noko atterhald med tanke på kor sterke konklusjonar vi kan trekke med bakgrunn i svara på dette spørsmålet. Vi kjenner til at mange verksemdar, særleg dei som inngår i ei kjede eller eit konsern, brukar avtalar inngått på konsernnivå, sjølv om kvar verksemd kjøper eller leiger automaten spesifikt for eiga verksemd. Det er likevel den enkelte verksemda som er ansvarleg for at automaten (dersom han vert anskaffa etter 1. juli 2014) er universelt utforma.

Det er også viktig å vere merksam på at enkelte næringsgrupper har få verksemder som brukar automat. Dette gir nokså store feilmargar, og vi vil vere varsame med å vektlegge skilnader mellom grupper med få verksemder, til dømes i gruppe 1 og 2 som er konsentrert om primærnæringane, industri, kraftforsyning, bygg og anlegg med meir.

Dei to næringsgruppene som skil seg ut ved at svært mange verksemder nyttar sjølvbeteningsautomatar, er gruppe 3 og 4, med verksemder innan mellom anna varehandel, transport, overnatting og servering. Tre av fire verksemder i desse næringsgruppene opplyser at dei har anskaffa automat separat for eiga verksemd, medan om lag ein fjerdedel har anskaffa løysingar i fellesskap med andre i til dømes same kjede eller konsern. Tilsvarande resultat finn vi i næringsgruppe 6, som inneheld mellom anna bank og finans.

Vi observerer også ein viss samanheng mellom størrelse på verksemda og i kva grad ein anskaffar automatar i fellesskap med andre verksemder. Fellesinnkjøp av automatar er meir utbreidd i store verksemder. Blant verksemder med 4-9 tilsette svara 12 prosent at dei hadde anskaffa automat i fellesskap med andre, medan tilsvarande tal for verksemder med 51 tilsette eller meir, er 33 prosent.

Når det gjeld betalingsterminalar, som er den klart mest utbreidde automattypen, svarar 3 av 4 at dei har anskaffa separat for kvar enkelt verksemd.

6 Planar om utskifting eller oppgradering av IKT i 2014

6.1 Forskrifta gjeld i første omgang berre for nye IKT-løysingar

Forskrift om universell utforming av IKT stiller krav om at nye IKT-løysingar skal vere universelt utforma frå 1. juli 2014. IKT-løysingar som er kjøpt eller bestilt etter denne datoen skal være universelt utforma frå lanseringstidspunktet. Fristen på 12 månader tek utgangspunkt i avtaletidspunktet for IKT-løysinga.

Når Difi skal innrette og dimensjonere tilsynsaktiviteten mot område med nye IKT-løysingar, er det av interesse å kartlegge i kva grad verksemdene ser føre seg å gjere utskiftingar eller vesentlege oppgraderingar i IKT-løysingane det komande året.

Vi understrekar at svar på spørsmål som gjeld framtidige aktivitetar, må tolkast med varsemd. I tillegg vil vi presisere at spørsmåla på dette området knyter seg til utskifting eller oppgradering av sjølve løysingane, og ikkje når verksemdene har planlagt å inngå avtalar og kontraktar. Vi legg likevel til grunn at verksemdene sin informasjon om planlagde nyanskaffingar eller oppgraderingar i 2014, særleg i andre halvår, kan gi ein viss indikasjon på kor stort omfang av ny IKT tilsynet kan forvente i 2014.

Det ser ut til at det er planlagt endringar eller utskiftingar i vesentleg større grad for nettløysingar enn for sjølvbeteningsautomatar. 43 prosent av verksemdene som har internettsider, rapporterer om planar for endring eller utskifting av løysingane i løpet av 2014. Tilsvarende tal for automatområdet er 12 prosent.

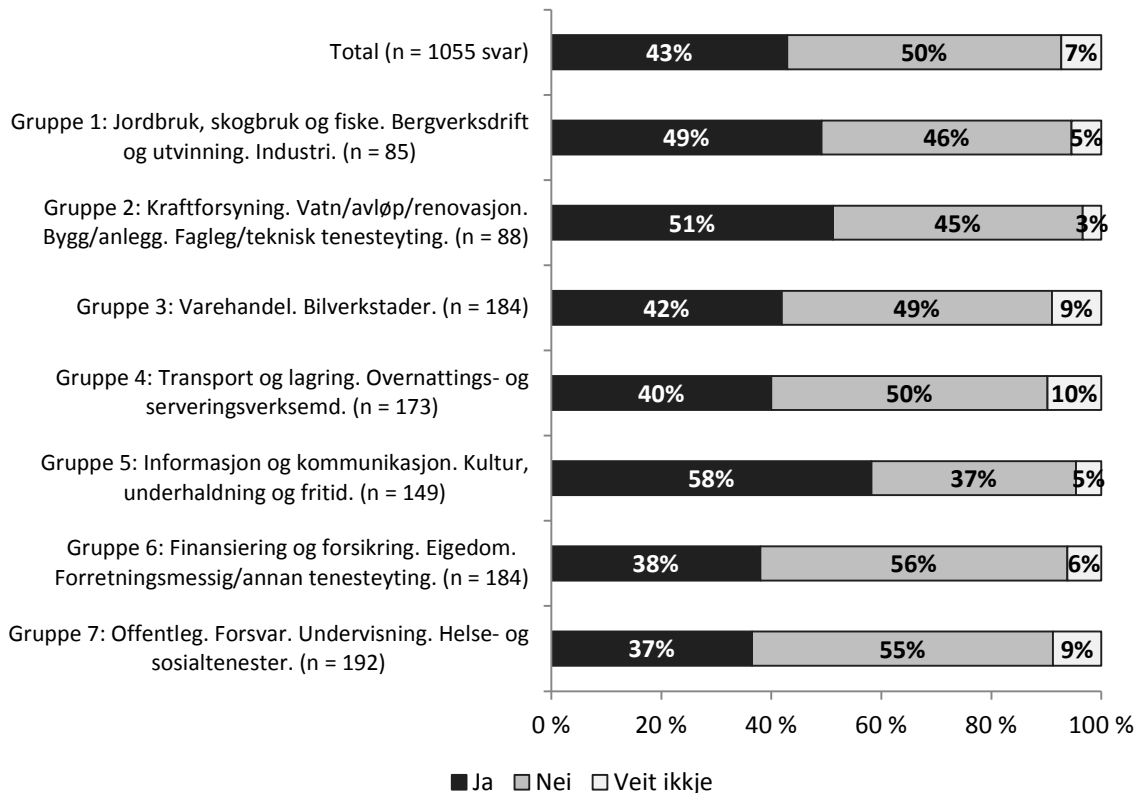
Når vi ser på nettløysingar for seg, er det i gruppe 5 (informasjon, kommunikasjon, kultur, underhaldning) at flest verksemdar har planar om endringar i 2014. For sjølvbeteningsautomatar kan undersøkinga tyde på at gruppe 4 (transport, overnatting, servering) og gruppe 6 (finansiering og forsikring, eigedom, forretningsmessig tenesteyting med meir) i større grad enn andre verksemdar ser ut til å planlegge oppgraderingar eller nyanskaffingar.

Fleirtalet av dei som hadde lagt planar for oppgradering eller utskifting av løysingane i 2014, rapporterte at dette ville skje i første halvår.

6.2 Planlagde utskiftingar og oppgraderingar av nettløysingar

Nær halvparten (43 prosent) av verksemdene som deltok i undersøkinga, har planlagt å gjennomføre ei utskifting eller endring av nettsidene sine i løpet i 2014. Figur 7 under, viser korleis verksemdene i dei ulike næringsgruppene har svara på spørsmålet om dei har planar om å gjere endringar eller skifte ut nettløysingane sine i 2014.

Figur 7: Verksemdene sine planar for å skifte ut eller oppgradere nettløysingane i 2014. Grunnlag: 1055 verksemder med internettsider.



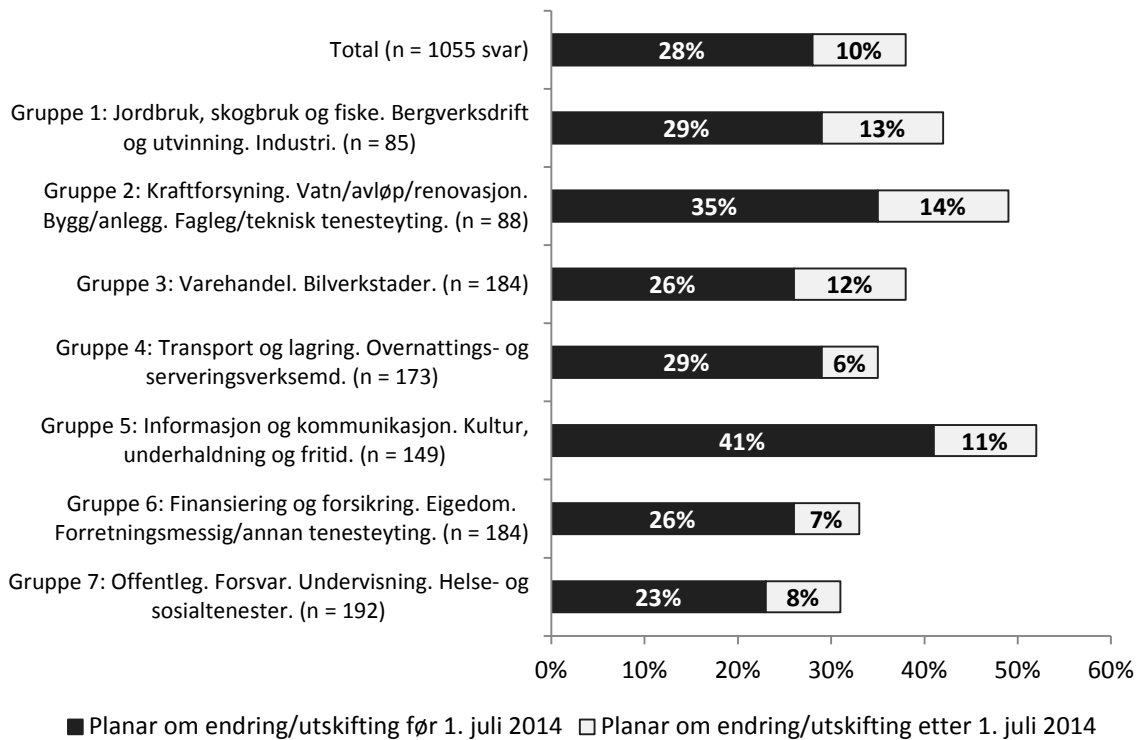
Prosentdelen som har planar om utskifting eller oppgradering av nettløysingane i 2014, varierer frå 37 til 58 prosent. Der er verksemdene i gruppe 5 (informasjon, kommunikasjon, kultur) som i størst grad har planar om endringar eller oppgraderingar i 2014. I næringsgruppene 6 (finans, forsikring med meir) og gruppe 7 (offentleg administrasjon, undervisning, helse, sosial) er dei som i minst grad har planar om endringar eller utskiftingar i år.

6.3 Dei fleste oppgraderer nettløysingane før 1. juli

Figur 7 viser at 43 prosent av verksemdene som har nettsider, har planar om å oppgradere eller skifte ut løysingane i 2014. 28 prosent har planar om å gjere vesentlege endringar eller utskifting i første halvår 2014. 10 prosent rapporterer at endringar eller utskifting vil skje i løpet av andre halvår, medan 5 prosent veit ikkje. Det vil ofte vere slik at dess kortare tidshorisont, dess sikrere og meir informasjon ligg føre om framtidige planar, slik at vi må tolke desse svara med varsemd.

Ei samla oversikt over planar for oppgradering eller utskifting av nettløysingane i 2014, er presentert i figuren under.

Figur 8: Verksemder som har planar om utskifting/ endring av nettløysingar i 1. og 2. halvår 2014. Grunnlag: 1055 verksemder med internettsider. Verksemder som har svara «veit ikkje», er ikkje med i oversikten.



Mellom 11 og 14 prosent innan gruppe 1 (primærnæringane, industri), gruppe 2 (kraftforsyning, bygg- og anlegg med meir), gruppe 3 (varehandel) og gruppe 5 (informasjon, kommunikasjon, kultur med meir) har planar om utskifting eller vesentlege endringar i nettløysingane sine i andre halvår av 2014.

Færre enn 10 prosent i gruppe 4 (transport, overnatting og servering), gruppe 6 (finans, forsikring med meir) og gruppe 7 (offentleg, helse, sosial, utdanning) har planar om oppgradering eller utskifting etter 1. juli 2014.

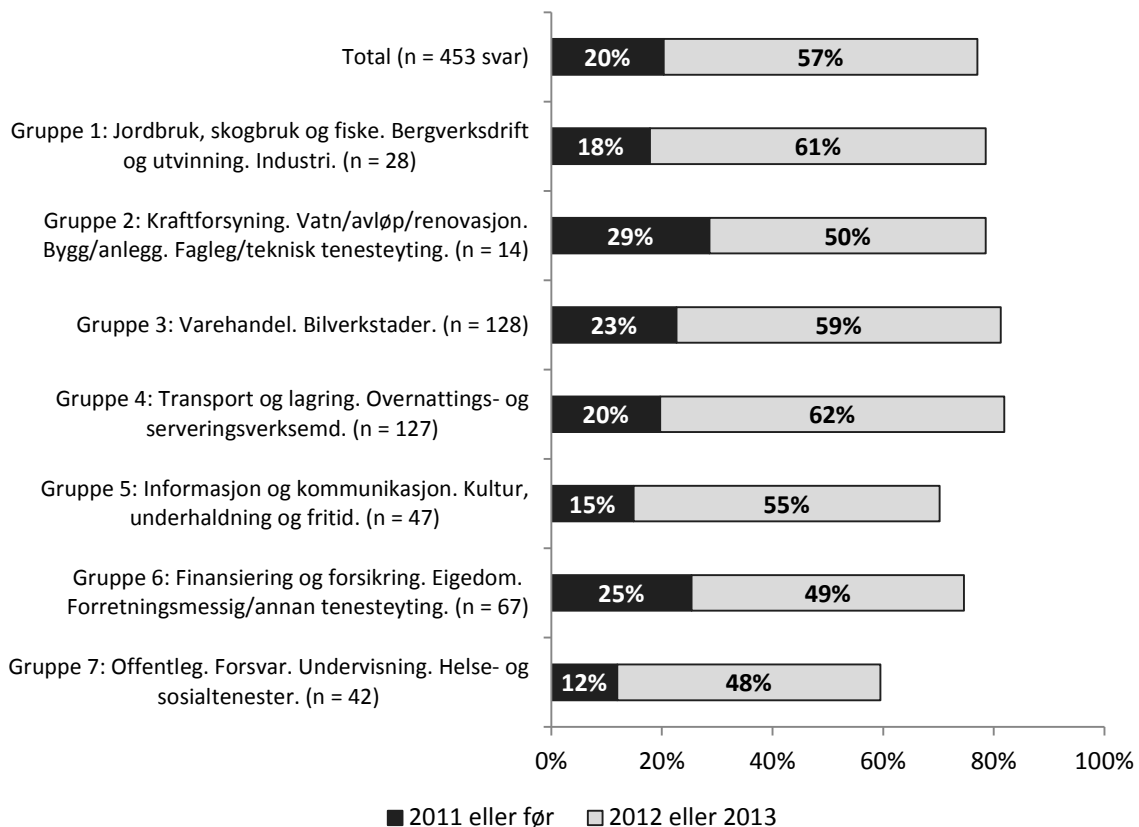
6.4 Over halvparten skifta ut automatar i 2012 og 2013

Verksemdene som svara at dei brukar ein eller fleire typar av sjølvbeteningsautomatar i kontakt med publikum, vart også spurde om dei tidlegare hadde skifta ut eller gjort oppgraderingar av automatane, og i så fall, årstal for siste utskifting eller oppgradering.

Om lag 60 prosent av verksemdene i dei to næringsgruppene som i størst utstrekning brukar sjølvbeteningsautomatar, gruppe 3 (varehandel, bilverkstader) og gruppe 4 (transport, overnatting, servering), har skifta ut eller oppgradert automatane sine i løpet av dei to siste åra (2012-2013). Dette viser ein nokså høg utskiftingstakt.

Det ser elles ut til at dei to andre gruppene som brukar automatar i relativt stort omfang, gruppe 5 (informasjon, kommunikasjon, kultur, underhaldning) og gruppe 6 (finansiering og forsikring, eigedom, forretningsmessig tenesteyting med meir) har hatt noko lågare utskiftingstakt. Høvesvis 55 prosent og 49 prosent av verksemdene i desse to gruppene skifta ut eller oppgraderte automatane i 2012 eller 2013.

Figur 9: Verksemdar som oppgraderte eller skifta ut automatar i 2011/tidlegare eller 2012/2013. Grunnlag: 453 verksemdar med sjølvbeteningsautomatar.



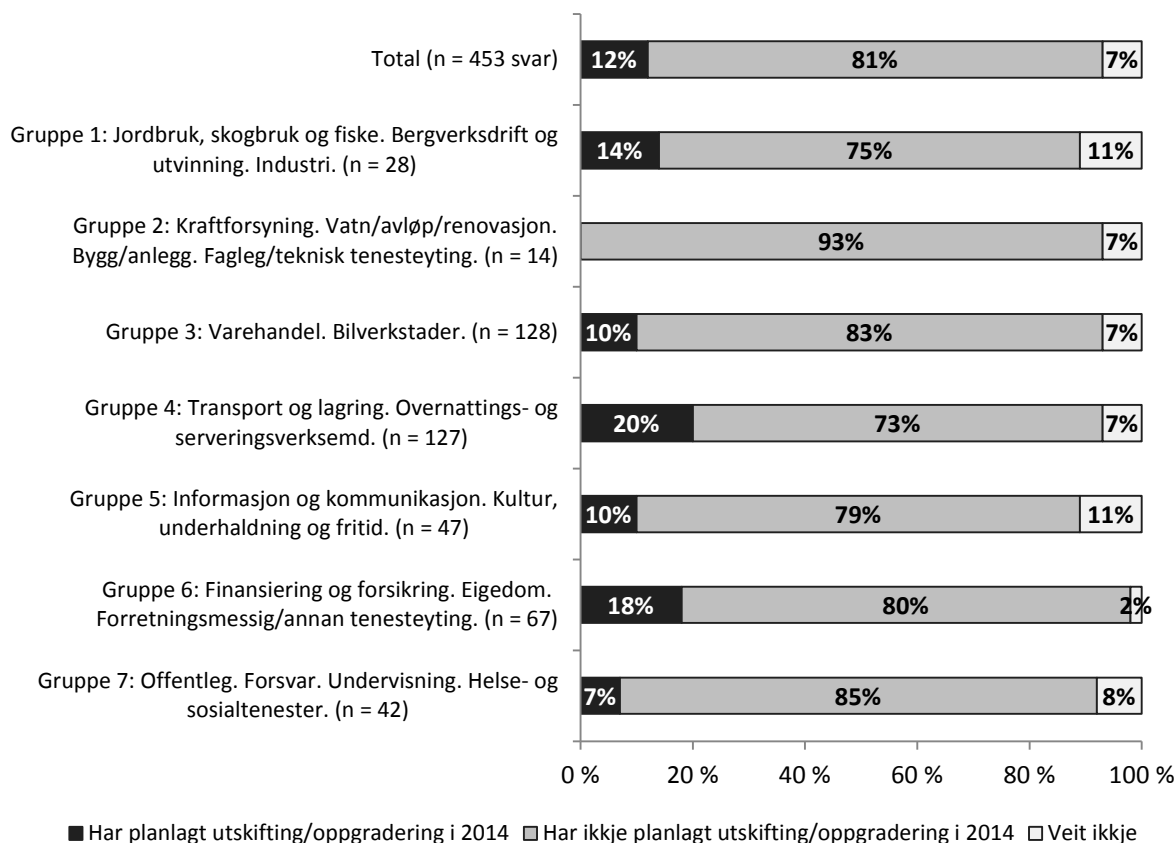
Det er grunn til å understøtte at det er få verksemdar som brukar automatar i fleire av gruppene vi opererer med i denne undersøkinga, slik at det er ganske stor usikkerheit knytt til resultatane for andre grupper enn gruppe 3 og 4.

6.5 Planar om utskifting av automatar i 2014

Relativt få verksemdar (12 prosent) har konkrete planar om å gjennomføre utskifting eller oppgradering av automatar i 2014. Av verksemdene som brukar automat, svarar 81 prosent at dei ikkje har slike planar inneverande år. Vi kommenterte innleiingsvis i dette kapitlet at svar på spørsmål som gjeld framtidige aktivitetar, må tolkast med varsemd og at resultatane må sjåast meir som indikasjonar enn prognosar for planar om utskifting eller oppgradering av sjølvbeteningsautomatane.

Figur 10 under, viser korleis verksemdene i dei ulike næringsgruppene har svara på spørsmål om planlagde framtidige utskiftingar eller oppgraderingar av sjølvbeteningsautomatar i 2014.

Figur 10: Verksemdene sine planar for å skifte ut eller oppgradere automatar i 2014. Grunnlag: 453 verksemdar med sjølvbeteningsautomatar.



Materialet frå undersøkinga kan tyde på at verksemdene i gruppe 4 (transport, overnatting, servering) og gruppe 6 (finansiering og forsikring, eigedom, forretningsmessig tenesteyting med meir) i større grad enn andre verksemdar ser ut til å planlegge oppgraderingar eller utskiftingar av sjølvbeteningsautomatar.

18 prosent av verksemdene i næringsgruppe 6 og 20 prosent i gruppe 4, har planar om utskifting eller oppgradering av automatane i 2014. Det er også i gruppe 4 at flest hadde skifta ut eller oppgradert automatane sine dei siste to åra. Dette kan tyde på at verksemdene i denne næringsgruppa i gjennomsnitt har høgare utskiftingsakt enn andre verksemdar.

6.6 Dei fleste oppgraderer automatane før 1. juli

Også på automatområdet er det slik at dei fleste utskiftingane eller oppgraderingane er planlagt gjennomførte før 1. juli 2014. 7 prosent av verksemdene har planlagt oppgradering eller utskifting i første halvår. Tilsvarende tal for andre halvår er 4 prosent.

Datamaterialet kan tyde på at verksemder som nyttar vareautomater kan ha noko høgare utskiftings- eller oppgraderingstakt enn gjennomsnittet av automatar. Det ser elles ut til at verksemder med kontantautomatar og tenesteautomatar i større grad har planar om oppgraderingar eller utskiftingar enn andre verksemder.

Vidare gir undersøkinga ein indikasjon på at verksemder som har anskaffa automatar felles med andre verksemder i same kjede eller konsern, i større grad har planar om oppgraderingar eller utskiftingar i løpet av 2014.

I og med at vi har relativt få observasjonar å bygge på innanfor dei ulike næringsgruppene for dette temaet, ser vi funna vi presenterer i dette kapittelet meir som indikasjonar heller enn eintydige konklusjonar.

7 Kjennskap til standardar for universell utforming av IKT

Verksemdene har liten kjennskap til standardar for universell utforming av IKT.

Standarden for nettløysingar er noko betre kjent enn standardane for sjølvbeteningsautomatar.

Det er større kjennskap til standarden blant verksemdar som har planar om å gjennomføre utskiftingar eller endringar på nettsidene sine i løpet av 2014, enn dei som ikkje har slike planar.

I alt 14 prosent av verksemdene med nettsider, kjenner til eitt eller fleire element som inngår i WCAG 2.0. Blant dei som har planar om oppgradering eller utskifting, har 20 prosent kjennskap til WCAG 2.0. Blant dei som ikkje har slike planar, har 9 prosent kjennskap til standarden.

Kjennskapen til standardar for automatområdet var generelt låg. Berre 3 prosent av verksemdene som brukar sjølvbeteningsautomatar hadde kjennskap til eit eller fleire element standardane omtalar. I gruppe 4 (transport, overnatting, servering) var det så godt som ingen av verksemdene som deltok i undersøkinga, som kunne gjere greie for noko av innhaldet i standardane på automatområdet. I gruppe 6 (finans, forsikring med meir) er kjennskapen til automatstandardane vesentleg betre.

7.1 Kjennskap til standardar for universell utforming av nettløysingar

Som nemnt tidlegare, vert det i forskrift om universell utforming av IKT, vist til standarden Retningslinjer for tilgjengelig webinnhold (WCAG) 2.0. Krava i denne standarden er delt inn i tre nivå: A (lågaste nivå), AA og AAA (høgaste nivå). Frå 1. juli 2014 skal nye nettløysingar minst vere i samsvar med WCAG 2.0 på nivå A og AA, med enkelte unntak. Eksisterande løysingar, som vil gjelde alle løysingane som er representerte i denne undersøkinga, skal vere universelt utforma frå 2021.

Kjennskap til innhaldet i standarden er viktig, både med tanke på etterleving av regelverket, men og for å få innsikt i kva ein kan gjere av tiltak for å bidra til auka tilgjengelegheit i eksisterande løysingar.

Svært få av verksemdene med internettsider kjenner til standarden «Retningslinjer for tilgjengelig webinnhold» (2 prosent). Mange kjenner likevel til at det finst ein standard, utan at dei kjenner det eksakte namnet (43 prosent).

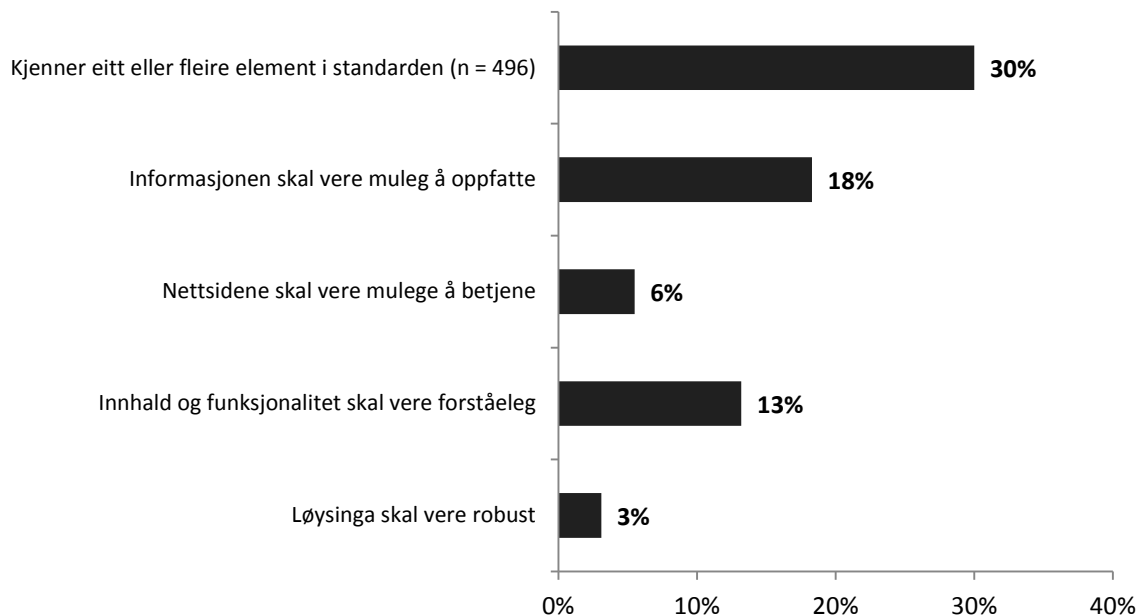
Dei som kjenner til at det finst ein standard for utforming av webinnhald, vart bedt om kort å nemne det viktigaste innhaldet eller prinsippa i standarden. Verksemdene fekk

ikkje lest opp prinsippa, men svara dei gav, er systematiserte inn under dei fire overordna prinsippa i WCAG 2.0. Dei fire prinsippa i WCAG 2.0 er:

1. Informasjonen skal vere mogleg å oppfatte
2. Nettsidene skal vere moglege å bruke
3. Innhald og funksjonalitet skal vere forståeleg
4. Løysinga skal vere robust

Av dei som kjenner til at det finst ein standard for universell utforming av nettløysingar (43 prosent), er det berre 30 prosent som kjenner til eitt eller fleire element i standarden. Eit meir utfyllande bilete av kjennskapen er gitt i figuren under.

Figur 11: Kjennskap til eitt eller fleire hovudprinsipp i WCAG 2.0. Grunnlag: 496 verksemder som kjenner til element som kan knytast opp mot hovudprinsippa i standarden.



Figur 11 viser kor stor prosentdel av dei som kjenner til at det finst ein standard for utforming av nettsider, som kan nemne eitt eller fleire element som inngår i standarden. Vi presiserer at det ikkje var krav om at prinsippa i WCAG 2.0 skulle nemnast, men at verksemdene stod fritt til å nemne kva element eller prinsipp dei trur standarden inneheld.

7.1.1 Mogleg å oppfatte

Det er prinsippet om at informasjonen skal vere mogleg å oppfatte, som er mest kjent (18 prosent). Prinsippet er mellom anna knytt til at innhald i bilete/grafikk, lydfile og video også skal formidlast som tekst. Tekst skal gjerast tilgjengeleg med funksjonalitet for oppløsing/tale, og innhald skal kunne forstørrast.

7.1.2 Forståeleg

Prinsippet om at innhald og funksjonalitet skal vere forståeleg, er noko mindre kjent (13 prosent). Prinsippet er mellom anna knytt til enkelt og tydeleg språk. Rettleiingstekstar og feilmeldingar skal vere enkle og konkrete og informasjonen skal presenterast på korrekt måte, uavhengig av kva datautstyr brukaren har. Også enkelte krav til navigasjon er knytt til dette prinsippet, mellom anna ved utfylling av skjema.

7.1.3 Mogleg å betene

Det er svært lite kjent at det vert stilt krav til betening av nettsidene og robustheit i løysingane. Prinsippet om at nettsidene skal vere moglege å betene er mellom anna knytt til at det skal vere mogleg å navigere ved hjelp av tastatur, og det skal ikkje stillast krav til hurtigheit eller reaksjonsevne hjå brukaren. Det er berre 6 prosent som kjenner til at WCAG 2.0 inneheld krav på dette området.

7.1.4 Robust

Det fjerde prinsippet i WCAG 2.0, er knytt til at nettsidene skal vere robuste. Dette inneber at innhald og funksjonalitet skal vere tilgjengeleg uavhengig av operativsystem eller brukaragentar. Berre 3 prosent av dei som kjenner til at det finst ein standard for området, gir svar som kan knytast opp mot dette prinsippet.

7.2 Substansiell kjennskap til WCAG 2.0.

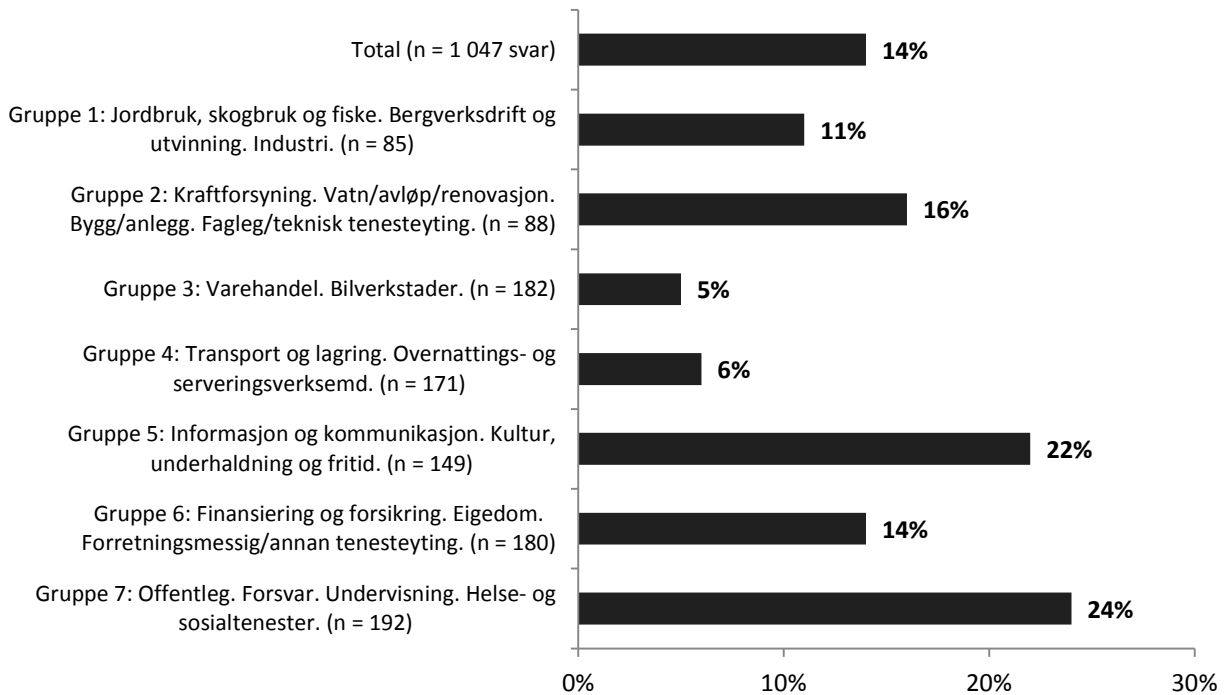
Det er verd å merke seg at færre enn ein tredel (30 %) av verksemdene som har kjennskap til at det finst ein standard for utforming av nettsider, kan nemne noko om innhaldet i standarden. Når vi skal vurdere den faktiske kjennskapen til standarden for nettløysingar, må vi ta omsyn til dette.

Som kvalifisert mål for faktisk kjennskap til innhaldet i krava som vert stilte til nettløysingar legg vi til grunn prosentdelen verksemdar som kjenner til eitt eller fleire hovudprinsipp i standarden. Totalt sett har dermed 14 prosent av verksemdene substansiell kjennskap²⁰ til eitt eller fleire element som kan knytast opp mot hovudprinsippa i standarden.

Figur 12 under, viser variasjon i substansiell kjennskap til innhaldet i WCAG 2.0, mellom næringsgruppene.

²⁰ Vi måler dette som talet på verksemdar som kan oppgi eitt eller fleire område/tema som inngår i WCAG 2.0 i prosent av talet på verksemdar som har internettsider.

Figur 12: Kjennskap til eitt eller fleire element i WCAG 2.0. Grunnlag: 1047 verksemder med nettsider.



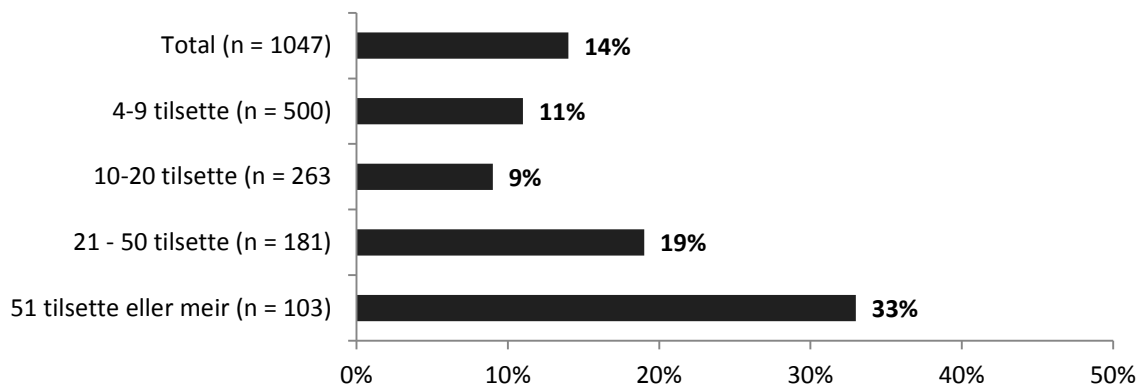
Figur 12 viser at kjennskapen til eitt eller fleire element i krava som vert stilte til nettløysingar, er størst i gruppe 7 (24 prosent), som har tyngdepunkt innanfor offentlig administrasjon, utdanning, helse og sosial, og gruppe 5 (22 prosent) som femner om informasjon, kommunikasjon, kultur og underholdning.

Kjennskap til innhaldet i standarden er desidert minst i næringsgruppe 3 og 4, med høvesvis 5 og 6 prosent. Her finn vi verksemder innan varehandel, transport, overnatting og servering. Meir enn halvparten av verksemdene i desse gruppene har løysingar for elektroniske skjema, og dei brukar kjøpsfunksjonalitet og betalingsløysingar for nett i større grad enn andre grupper.

På nettsidene til verksemdene i gruppe 3, varehandel og bilverkstader, er det i tillegg også mykje bruk av innloggingsløysingar. Dette er viktig for Difi å ta omsyn til ved innretting av tilsynsverksemda.

Kjennskapen til standarden er best i dei største verksemdene. Figur 13 under, viser at 33 prosent av verksemdene med meir enn 50 tilsette kjenner til eitt eller fleire prinsipp i standarden. For verksemder med mellom 10 og 20 tilsette er kjennskapen om lag 20 prosent. Tilsvarande tal for mindre verksemder er om lag 10 prosent.

Figur 13: Verksemder som kjenner til eitt eller fleire element eller prinsipp som inngår i WCAG 2.0. Grunnlag: 1047 verksemder med internettsider.



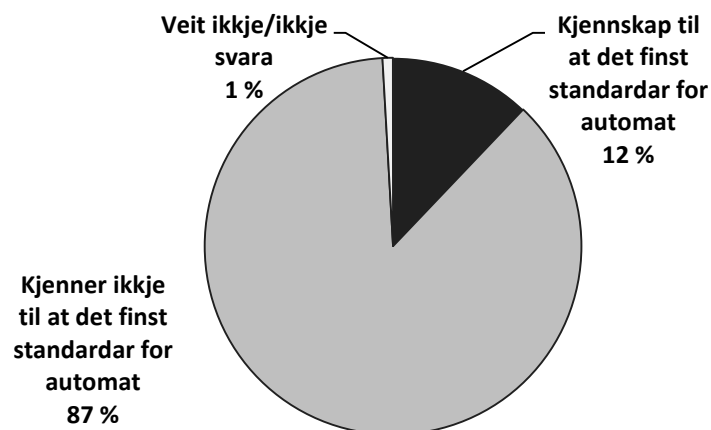
7.3 Kjennskap til standardar for universell utforming av automatar

I forskrift om universell utforming av IKT, vert det vist til 10 internasjonale standardar for utforming av automatar. Standardane inneheld obligatoriske krav og tilrådingar om mellom anna utforming av skjerm og tastatur, dialog mellom brukar og maskin og miljø rundt automaten.

Kjennskapen til standardar for universell utforming av automatar er svært låg. 12 prosent av verksemdene som brukar sjølvbeteningsautomatar eller terminalar, rapporterer at dei har kjennskap til slike standardar. 87 prosent kjenner ikkje til at det finst standardar for utforming av sjølvbeteningsautomatar.

Figur 14 under, viser kor mange prosent av verksemdene som brukar sjølvbeteningsautomatar, som kjenner til at det finst standardar for utforming.

Figur 14: Kjennskap til standardar for universell utforming av automat. Grunnlag: 453 verksemder med sjølvbeteningsautomatar.

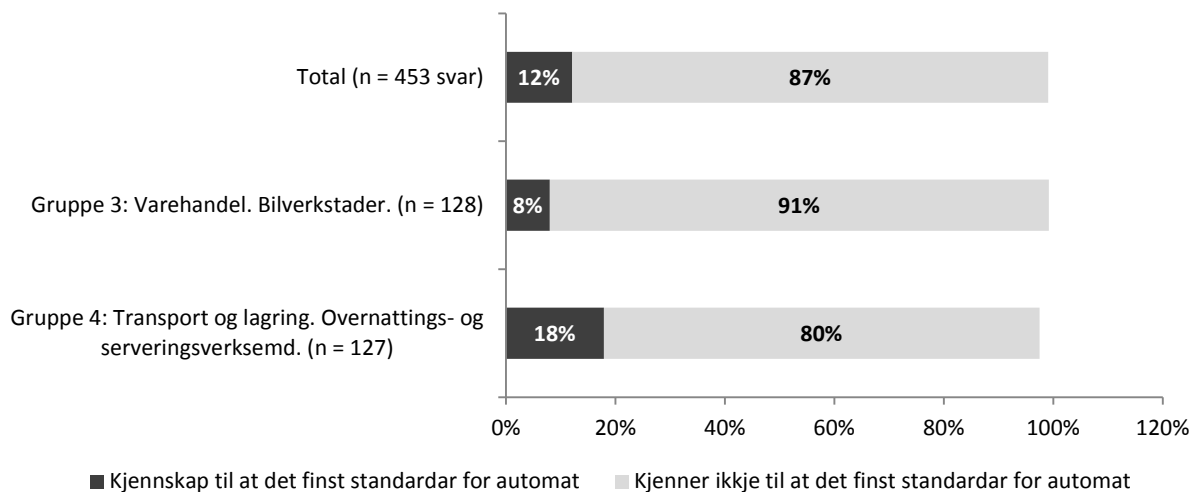


Verksemder som skal kjøpe eller leige automatar, vil ofte ikkje ha inngåande kjennskap til innhaldet i standardane. Samanlikna med nettsider med informasjon som verksemda gjerne fortløpande oppdaterer og publiserer, er ein automat i større grad ei ferdig løysing som verksemda i liten grad endrar sjølve etter at løysinga er teken i bruk.

Kjennskap til kva krav som vert stilte til automatar, er likevel viktig med tanke på ansvar for etterleving av forskrifta. Det er verksemda som brukar automaten i kontakt med allmenta, som er ansvarleg for at automaten er utforma i samsvar med gjeldande standardar. Å stille krav om universell utforming i samband med anskaffing av automat, er difor eit viktig tiltak.

Variasjonar mellom næringsgruppene når det gjeld kjennskap til standardar for universell utforming av automat, må vurderast med bakgrunn i at små utval gir nokså store feilmargar, noko som gjer det vanskeleg å samanlikne resultat for grupper med få verksemder. Dei to største næringsgruppene målt etter talet på verksemder som brukar automatar, gruppe 3 og 4, gir likevel eit bilete av eit omfattande behov for informasjon om innhaldet i krava. Dette er illustrert i figur 15 under.

Figur 15: Kjennskap til standardar for automatar i næringsgruppe 3 og 4. Grunnlag: 453 verksemder med sjølvbeteningsautomatar.



Figur 15 viser at det er få av verksemdene i desse gruppene som kjenner til at det finst standardar for utforming. Med tanke på at to tredjedelar av verksemdene i gruppe 3 (varehandel, bilverkstader) og gruppe 4 (transport, overnatting, servering) brukar sjølvbeteningsautomatar, er det viktig at tilsynet sikrar at informasjon når ut til desse gruppene.

Om lag 90 prosent av verksemdene innan varehandel har ingen kjennskap til at det finst standardar for automatområdet. Sjølv om kjennskapen til automatstandardane er noko

høgare innan transport, overnatting og servering (18 prosent), ser vi også for denne gruppa at eit stort fleirtal ikkje kjenner til standardar for universell utforming. Dette er særleg viktig i denne gruppa med tanke på at 12 prosent har planar og utskifting eller oppgradering av automatane i andre halvår av 2014.

7.4 Substansiell kjennskap til standardar for automatar

Dei som kjenner til at det finst standardar for utforming av automatar, vart bedne om kort å nemne eitt eller element eller prinsipp som standardane omhandlar. Verksemdene fekk ikkje lese opp svaralternativa, men svara med eigne ord. Svara dei gav, er systematiserte i høve til dei viktigaste områda eller tema for standardane.

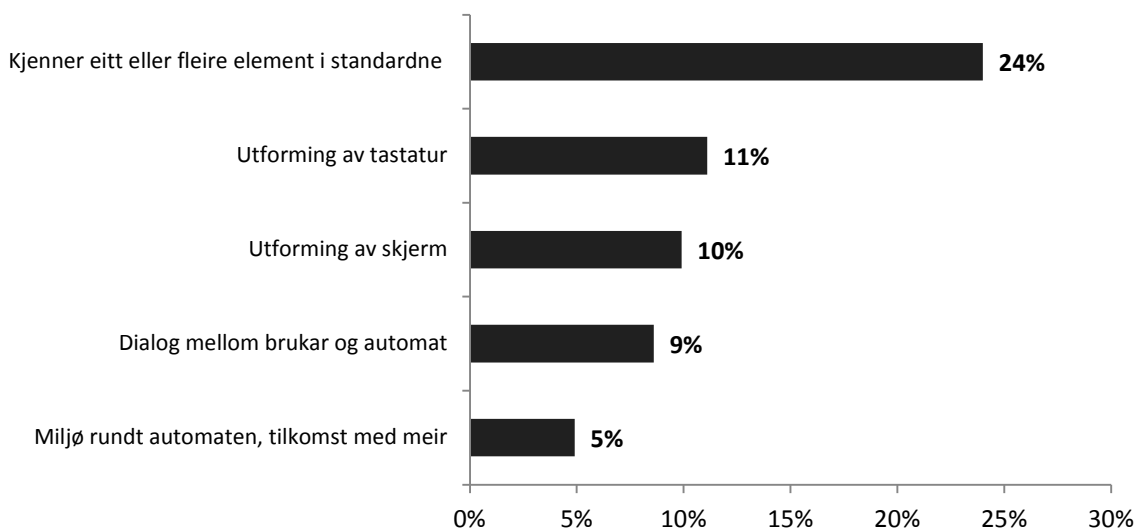
Dei viktigaste områda i automatstandardane er:

- 1) Utforming av tastatur
- 2) Utforming av skjerm
- 3) Dialog mellom brukar og automat
- 4) Omgivnadene rundt automaten

På tilsvarande måte som for området nettløysingar, er det berre eit fåtal av verksemdene som svarar at dei kjenner til at det finst standardar for utforming av automat, som kan gjere greie for noko av innhaldet i desse standardane.

I figuren under, viser vi substansiell kjennskap til standardar for utforming av automatar.

Figur 16: Kjennskap til eitt eller fleire element i standardane for automat. Grunnlag: Verksemdar som kjenner til at det finst standardar for universell utforming av automatar.



Figur 16 viser kor mange prosent av dei som svara at dei kjenner til at det finst standardar for universell utforming av automatar, som kunne nemne eitt eller fleire prinsipp eller tema som inngår i desse standardane. Det er relativt små skilnader i kjennskap til krav som gjeld utforming av sjølve automaten. Mellom 9 og 11 prosent av dei som kjenner til at det finst standardar for utforming av automat, kjenner til at krava er retta mot tastatur, skjerm og brukardialog. Det er vesentleg mindre kjent at det også finst retningslinjer for omgivnadene rundt automaten.

Berre ein fjerdedel (24 prosent) av verksemdene som har kjennskap til at det finst standardar for universell utforming av automat, kan gjere greie for eitt eller fleire prinsipp som er omtala i standardane.

Som kvalifisert mål for faktisk/substansiell kjennskap til innhaldet i krava som vert stilte til sjølvbeteningsautomatar, reknar vi talet på verksemdar som kjenner til eitt eller fleire hovudprinsipp i standardane i prosent av talet på verksemdar som brukar automatar.

Når vi legg dette målet til grunn, har berre 3 prosent av verksemdene faktisk kjennskap til eitt eller fleire element som kan knytast opp mot innhaldet i standardane.

8 Kjennskap til regelverket og Difi som tilsynsorgan

Ein føresetnad for å etterleve regelverket, er kunnskap om at det finst. Verksemdene har hovudansvaret for å halde seg oppdaterte på kva regelverk som gjeld for deira verksemd til ei kvar tid. Samstundes har tilsynet generell informasjons- og rettleiingsplikt. Frå tilsynet sin ståstad er det svært viktig å nå ut med så vel regelverksinformasjon som IKT-fagleg rettleiing om innhaldet i standardane regelverket bygger på.

Undersøkinga viser at ein av tilsynet sine største utfordringar er å bygge opp kjennskap til regelverket, standardane og Difi som tilsynsorgan. Eit fåtal norske verksemdar er orienterte om at det finst lover eller forskrifter som regulerer utforming av nettløysingar og sjølvbeteningsautomatar. Berre 1 prosent av verksemdene kjenner namnet på forskrifta (utan hjelp frå intervjuar).

Dei som har kjennskap til forskrifta, ser ut til å oppleve regelverket som utydeleg. Mange trur at regelverket berre gjeld for offentlege verksemdar. Det er også lite kjent at Difi skal føre tilsyn med at verksemdene etterlever regelverket. Difi sin nettstad med informasjon og rettleiing om universell utforming av IKT, er lite kjent, men eit stort fleirtal (72 prosent) av dei som har besøkt nettstaden, svarar at dei fann informasjonen dei hadde behov for.

8.1 Svært få kjenner til at det finst reglar for universell utforming av IKT

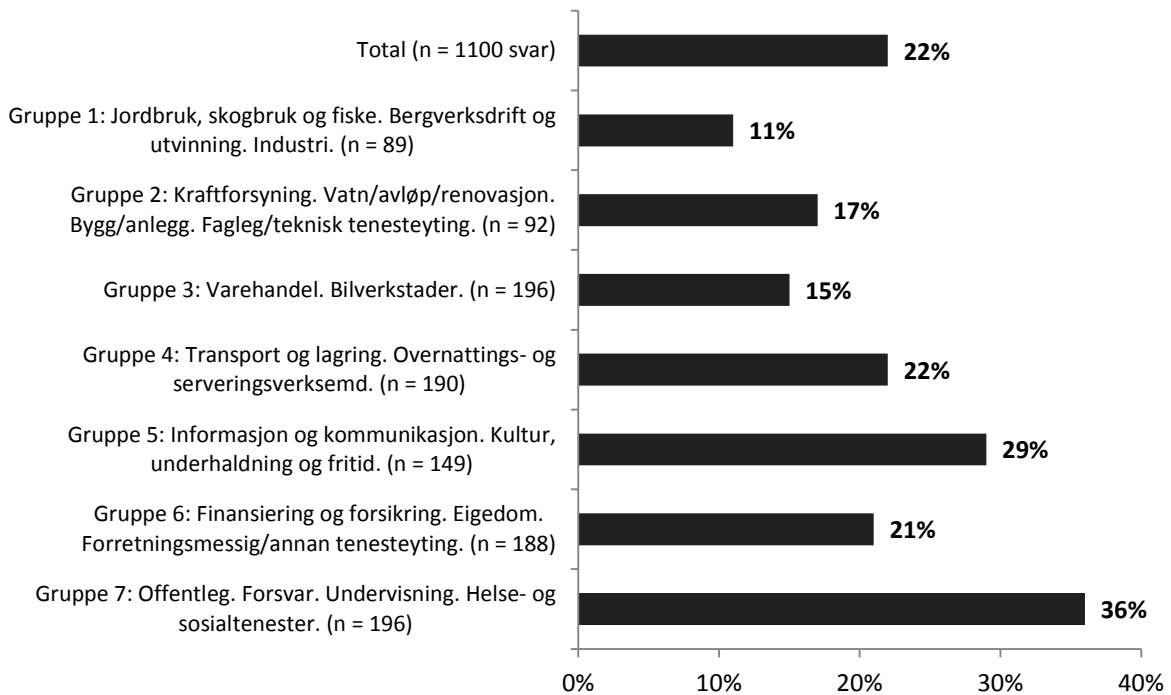
Berre 1 prosent av verksemdene kjenner til forskrift om universell utforming av IKT. 21 prosent av verksemdene stadfesta at dei kjente til forskrifta etter at intervjuar opplyste om namnet.

Kjennskapen til forskrifta utan at intervjuar opplyser om namnet på forskrifta, er gjennomgåande svært låg i alle næringsgrupper. Kjennskapen til forskrifta etter at intervjuar har lese opp namnet, er naturleg nok vesentleg betre. Kjennskapen er best i gruppe 7 (offentleg administrasjon, utdanning, helse, sosial), der 36 prosent svara at dei kjenner til forskrifta (med og utan hjelp).

Også verksemdene i gruppe 5 (informasjon, kommunikasjon, kultur med meir) har ein viss kjennskap til forskrifta, ved at 29 prosent svarar at dei kjenner til at ho finst. Det er også denne gruppa som i størst omfang har planar om oppgradering eller utskifting av løysingane sine i 2014.

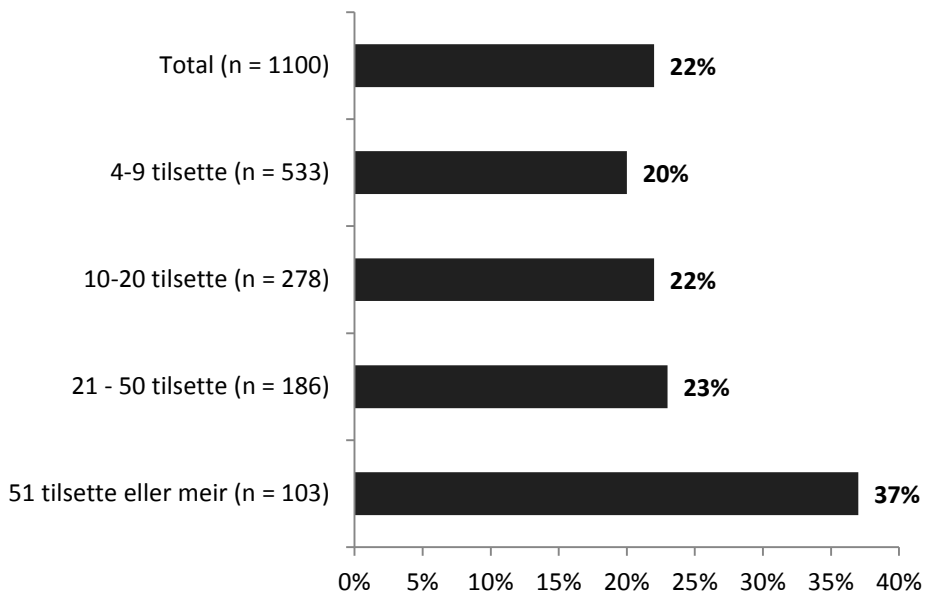
I figur 17 under, viser vi kor stor prosentdel av verksemdene som kjenner til at det finst ei forskrift som stiller krav om universell utforming av IKT.

Figur 17: Kjennskap til forskrift om universell utforming av IKT, med og utan hjelp frå intervjuar. Grunnlag: 1100 av 1150 verksemdar som har svara på spørsmålet.



Kjennskapen til regelverket er best i store verksemdar. Figur 18 under, viser at 37 prosent av verksemdene med meir enn 50 tilsette har kjennskap til forskrifta, mot 20 prosent av verksemdene med færre enn 10 tilsette.

Figur 18: Kjennskap til forskrift om universell utforming av IKT, med og utan hjelp frå intervjuar. Grunnlag: 1100 av 1150 verksemdar som har svara på spørsmålet



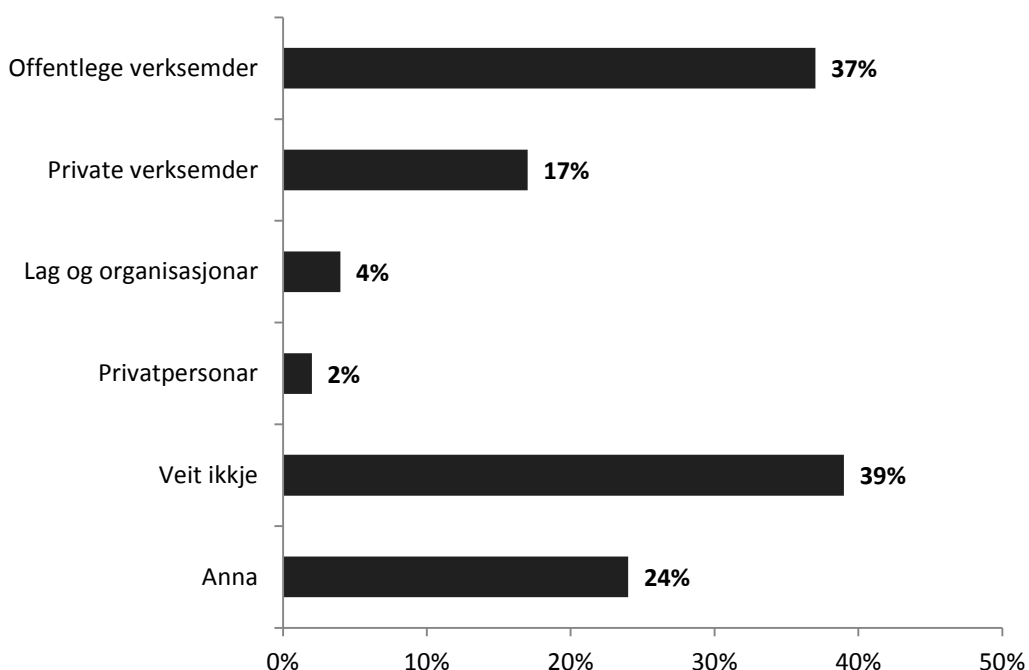
8.2 Det er liten kunnskap om kven som skal etterleve regelverket

Verksemdene som rapporterte om kjennskap til forskrifta (med eller utan hjelp frå intervjuar), vart spurt om dei visste kven som skal etterleve reglane.

Nær 40 prosent av verksemdene som hadde kjennskap til at det finst ei forskrift, svara at dei ikkje veit kven forskrifta gjeld for. 37 prosent svarar at forskrifta gjeld for offentlege verksemdar, medan 17 prosent svarar at regelverket gjeld for private.

Verksemdene sine svar på kven dei trur skal etterleve krava til universell utforming av IKT går fram av figuren under.

Figur 19: Verksemdene sine svar på kven dei trur skal etterleve forskrifta. Grunnlag: 252 verksemdar som har kjennskap til forskrifta (med og utan hjelp).



Det går elles fram av materialet får undersøkinga at svært få (9 prosent) veit at plikt til universell utforming av IKT, gjeld frå 2014.

8.3 Kjennskap til Difi som tilsynsorgan og uu.difi.no

For å oppnå effektmåla for Difi sitt informasjons- og rettleiingsarbeid, er tilsynet avhengige av å nå ut til målgruppene.

Undersøkinga viser at det er svært få som kjenner til at Difi er tilsynsorgan på området universell utforming av IKT. 16 prosent av dei som kjenner til forskrift om universell

utforming av IKT, svarar at Difi skal handheve regelverket, medan 10 prosent trur at Datatilsynet er tilsynsorgan. 74 prosent gir andre svar.

8.3.1 Utfordringar for tilsynet

Undersøkinga viser at ein av tilsynet sine største utfordringar er å bygge opp kjennskap til regelverket, standardane og Difi som tilsynsorgan. Dette samsvarar med Difi sine egne vurderingar ved etablering av tilsynsfunksjonen. Tilsynet har difor lagt til grunn ein vid definisjon av tilsynsrolla i samsvar med St.meld. nr. 17 (2002-2003) Om statlige tilsyn, der det går fram at:

Tilsynsbegrepet kan i vid forstand forstås som et fellesbegrep for all aktivitet eller virkemiddelbruk som iverksettes for å følge opp et lovverks intensjoner. Kjernen i tilsynsrollen er imidlertid den konkrete kontrollen av pliktsubjektenes etterlevelse av en norm som allerede er fastsatt ved lov, forskrift eller enkeltvedtak, samt reaksjoner ved avvik.

Denne tilnærminga er også gjort greie for i høyringsnotatet som låg ved då utkastet til forskrift var til offentleg høyring:

For å oppnå formålet med loven vil tilsynet legge stor vekt på å drive informasjons- og veiledningsarbeid. Dette er viktig fordi regelverket er nytt og må gjøres kjent for dem det gjelder, men også fordi det vurderes å gi størst effekt med hensyn til etterlevelse av regelverket. (...) Informasjon og veiledning vurderes som en viktig suksessfaktor for måloppnåelse.

Dette er bakgrunnen for at eitt av hovudmåla for tilsynet i 2014 er som følgjer:

Tilsynet er kjent og oppnår høg tilfredsheit med rettleiing og informasjon til pliktsubjekt, borgarar og leverandørar.

Dette er også hovudtema for tilsynet sin kommunikasjonsstrategi. I løpet av våren 24 vert det gjennomført ei rekke tiltak. Forutan utbygging av tilsynet sin hovudkanal uu.difi.no og aktive bruk av sosiale medium, vil tilsynet gjennomføre andre informasjonstiltak og møte med bransjeorganisasjonar, slik at Difi på ein effektiv måte kan nå ut til verksemder som skal etterleve plikta.

8.3.2 Tilsynet sin nettstad uu.difi.no

I samband med iverksetjing av forskrifta 1. juli 2013, lanserte Difi nettstaden uu.difi.no. Nettstaden er tilsynet sin viktigaste kanal for informasjon og rettleiing om både regelverk, standardar og metodestøtte for å fremje universell utforming.

Blant dei viktigaste målgruppene for nettstaden, er verksemdene som skal etterleve regelverket og fagpersonar som arbeider med IKT-løysingar. Nettstaden inneheld mellom

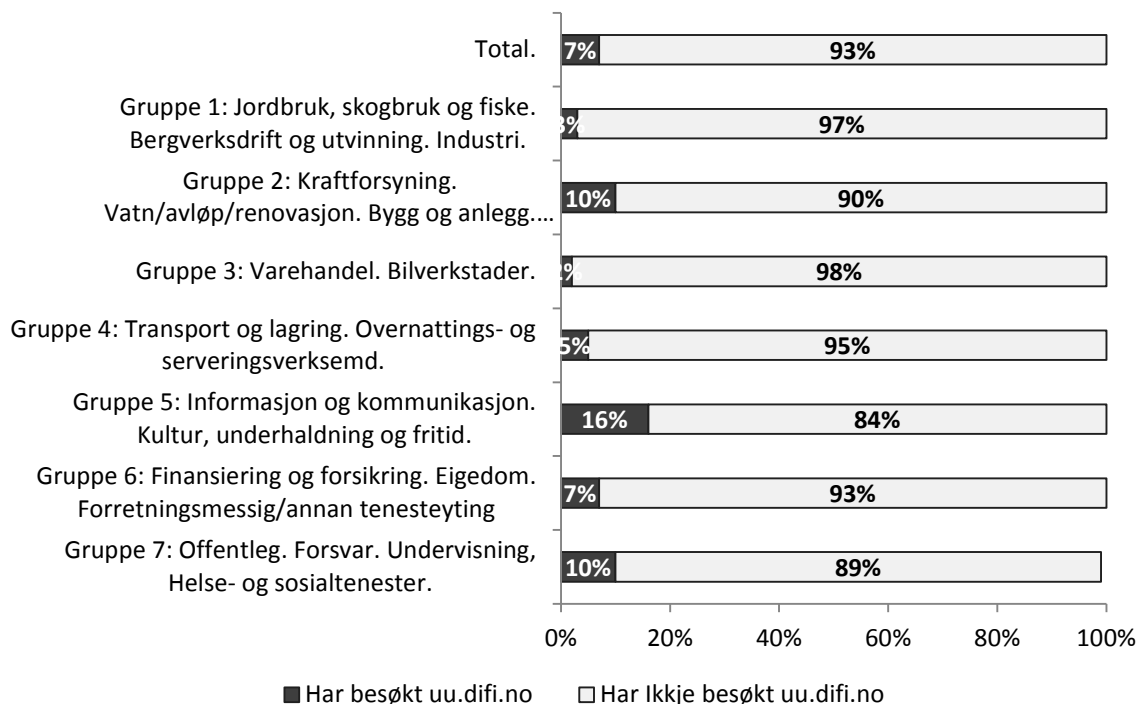
anna «uu-skolen», med konkrete rettleiingstekstar for å støtte opp om arbeidet med å gjere IKT-løysingar universelt utforma.

Dei færreste som deltok i undersøkinga, rapporterte at dei hadde besøkt Difi sin nettstad uu.difi.no. 7 prosent svarta at dei hadde besøkt nettsiden. Av desse svarta heile 72 prosent at dei fann informasjonen dei hadde behov for på nettsidene. Dette viser den største utfordringa er låg kjennskap blant Difi sine målgrupper.

Det er verksemdene i næringsgruppe 5 (informasjon, kommunikasjon, kultur, underhaldning) som i størst grad rapporterer at dei har besøkt uu.difi.no (16 prosent). 10 prosent av verksemdene i gruppe 2 (kraftforsyning, vatn/avløp/renovasjon, bygg/anlegg) og 7 (offentleg administrasjon, undervisning, helse, sosial), har besøkt Difi sine nettsider om universell utforming. Mindre enn 10 prosent i dei andre næringsgruppene har vore innom nettsiden.

Figuren under viser i kva grad verksemdene har besøkt uu.difi.no

Figur 20: Verksemdar som har/ikkje har besøkt uu.difi.no. Grunnlag: 1093 av 1150 verksemdar som deltok i undersøkinga.



9 Omfanget av verksemder som skal etterleve regelverket

9.1 Definisjon av pliktsubjekt – grunnlag for estimatet

Med bakgrunn i talmaterialet frå utvalsundersøkinga, har TNS Gallup utarbeidd eit estimat for talet på verksemder som skal etterleve forskrift om universell utforming av IKT. Estimaten er basert på ein føresetnad om at populasjonen består av 81 640 verksemder med 4 tilsette eller fleire.²¹

Andre føresetnader som ligg til grunn for estimaten, er knytt opp mot forskrifta sitt verkeområde²²:

- Forskrifta gjeld for nettløysingar og automatar med IKT-baserte grensesnitt, som er hovudløysingar verksemdene brukar i kontakt med allmenta.
- Krava gjeld for både private og offentlege verksemder, lag og organisasjonar.
- Det er verksemda eller organisasjonen som brukar IKT-løysingar som hovudløysing mot publikum, som er ansvarlege for å oppfylle krava til universell utforming, sjølv om løysingane er eigde eller vert drifta av andre eller om løysingane er felles for fleire verksemder som inngår i same kjede eller konsern.

Alle verksemder som oppfyller grunnvilkåra for å bli omfatta av regelverket, er pliktsubjekt. Ved utforming av spørjeskjema for undersøkinga, er grunnvilkåra på ein forenkla måte bygde inn. Siktemålet er å relatere estimaten for talet på potensielle pliktsubjekt til mellom anna pliktgrunnlag (type IKT-løysing; nettløysing og/eller automat) og omgrepet hovudløysing som i forskrifta er definert som «*IKT-løysingar som er en integrert del av den måten virksomheten informerer og tilbyr sine tjenester til allmennheten på og som er knyttet til virksomhetens alminnelige funksjon*»²³.

Det er ikkje muleg, og heller ikkje ønskjeleg, å utarbeide eit eksakt estimat for talet på pliktsubjekt. Estimaten er difor uttrykt ved hjelp av eit intervall med øvre og nedre grense. Det sanne talet på verksemder som skal etterleve krava, vil med stor grad av sannsynlegheit ligge innanfor dette intervallet.

Ein annan viktig føresetnad, som vi nemner, men ikkje eksplisitt tek omsyn til i utrekninga av tal pliktsubjekt, er sektoransvarsprinsippet. Forskrifta gjeld ikkje for IKT-løysingar der

²¹ 81 640 verksemder er summen av registrerte verksemder med 4 tilsette eller meir frå TNS Gallup sin næringslivsdatabase. Sjå kapittel 2, Om undersøkinga, for meir informasjon.

²² Sjå kapittel 3.2 for meir informasjon om verkeområdet for forskrifta.

²³ FORSKRIFT 3. juli 2013 nr. 951. Forskrift om universell utforming av informasjons- og kommunikasjonsteknologiske (IKT)-løysingar, § 3 d

utforminga er regulert av anna lovverk, til dømes innan bygg, samferdslesektoren utanom automatar (som fell inn under verkeområdet) og fjernsynsmedium, inklusive film og nett-TV.

I og med at vi eksplisitt spør etter nettløysingar og automatar retta mot allmenta, og ikkje til dømes IKT integrert i bygg eller IKT-løysingar til intern bruk på arbeidsplassar eller skular, ser vi ikkje behovet for å korrigere estimatet for verksemder som eventuelt har svara med bakgrunn i IKT-løysingar i kategoriane vi har lista opp over.

Forskrifta gjeld for alle verksemder som nyttar nettløysingar eller automatar, uavhengig av verksemda sin størrelse. I denne undersøkinga har vi likevel avgrensa oss til å intervjuje verksemder med minimum fire tilsette. Bakgrunnen for dette har vi gjort greie for i kapittel 2.2. Estimatet for talet på pliktsubjekt som er utarbeida med bakgrunn i denne undersøkinga, er difor også avgrensa til å gjelde for verksemder med minst fire tilsette.

Med dette bakteppet har vi utarbeidd estimat på kor mange verksemder som potensielt skal etterleve krava forskrifta stiller.

9.2 Pliktsubjekt med bakgrunn i nettløysingar

Talet på verksemder som potensielt skal etterleve forskrifta sine krav til nettløysingar, er rekna ut med bakgrunn i prosentdelen verksemder som gjennom denne undersøkinga rapporterer at dei har internettsider og/eller er representerte i sosiale media.

Med i vurderinga, utan at det inngår i sjølve utrekninga, er også omfanget av verksemder som har basisinnhald av typen kontaktinformasjon og informasjon om arbeidsområde og eventuelle varer og tenester på nettsidene. Desse føresetnadene ligg til grunn for å definere ei øvre grense for talet på verksemder som kan kvalifisere som pliktsubjekt.

I den nedre grensa for talet på potensielle pliktsubjekt er det trekt frå prosentdelen verksemder som vurderer at nettløysinga er mindre viktig enn andre kanalar for informasjon og kommunikasjon og/eller har opplyst at internettsidene er retta mot egne tilsette. Dette er ei forenkling av vilkåra i forskrifta om at det er hovudløysingar retta mot allmenta som høyrer inn under forskrifta sitt verkeområde²⁴.

Med desse føresetnadene konkluderer vi at mellom 93 prosent (øvre grense) og 69 prosent (nedre grense) av norske verksemder med minimum fire tilsette, potensielt skal etterleve plikta for nettløysingar. Dette er relatert til at om lag 93 prosent av verksemdene er representerte på internett og/eller i sosiale medium. Når vi trekker ut

²⁴ Merk at dette er ei avgrensing som vert nytta i statistikksamheng. I tilsynssaker vil kvar enkelt nettstad som er omfatta av eit tilsyn, vurderast mot alle grunnvilkåra forskrifta peikar på.

verksemdar som vurderer nettløysinga som mindre viktig enn andre kommunikasjonskanalar (knytt til vilkåret hovudløysing), og dei som ser nettløysinga si primært som eit internt kommunikasjonsmiddel retta mot eigne tilsette (knytt til vilkåret allmenta), vil 69 prosent av norske verksemdar med minimum fire tilsette vere potensielle pliktsubjekt etter forskrifta (knytt til nettløysingar).

I første omgang, er det verksemdar som har planar om vesentleg oppgradering eller utskifting av nettløysingane etter 1. juli som skal etterleve plikta. Med bakgrunn i data frå undersøkinga, har vi grunn til å tru at dette vil gjelde for om lag 10 prosent av verksemdene.

9.3 Pliktsubjekt med bakgrunn i automatar

På tilsvarande måte kan vi for automatområdet, som utgangspunkt for å berekne talet på verksemdar som skal etterleve forskrift om universell utforming av IKT-løysingar, legge til grunn alle verksemdar som brukar sjølvbeteningsautomatar i kontakt med allmenta.

Med denne tilnærminga, vil 38 prosent av norske verksemdar med minimum fire tilsette, vere potensielle pliktsubjekt etter forskrifta.

Her reknar vi med potensielle pliktsubjekt, men nemner i tillegg at det av desse er ein heller liten prosentdel (4 prosent) som i følgje undersøkinga har planar om å gjere vesentlege utskiftingar eller oppgraderingar i andre halvår 2014.

9.4 Omfang av pliktsubjekt i alt

Mange verksemdar har både automatar og nettløysingar som vert regulerte av forskrifta. Det er berre 2 prosent av verksemdene som har sjølvbeteningsautomatar, men ikkje nettsider. Ved å legge desse til verksemdene som potensielt skal etterleve plikta for nettløysingar, er konklusjonen at mellom 71 og 95 prosent av alle norske verksemdar med minimum 4 tilsette kunne reknast som potensielle pliktsubjekt etter forskrift om universell utforming av IKT-løysingar²⁵.

Basisen for å rekne ut kor mange verksemdar som skal etterleve forskrifta, er dei 81 640 verksemdene som er registrerte med 4 tilsette eller meir i TNS Gallup sin næringslivsdatabase. Ved å legge til grunn at mellom 71 og 95 prosent av verksemdar med minimum fire tilsette kan kvalifisere som pliktsubjekt, medfører dette at om lag 58 000 – 78 000 verksemdar i Noreg er potensielle pliktsubjekt knytt til nettsider, sosiale media og/eller sjølvbeteningsautomatar/ terminalar. I tillegg vil verksemdar med færre

²⁵ Dette vil vere tilfelle når eksisterande IKT også er omfatta. Med potensielle pliktsubjekt meiner vi at desse vil vere pliktsubjekt etter forskrifta, dersom dei inngår avtalar om ny IKT etter 1. juli 2014.

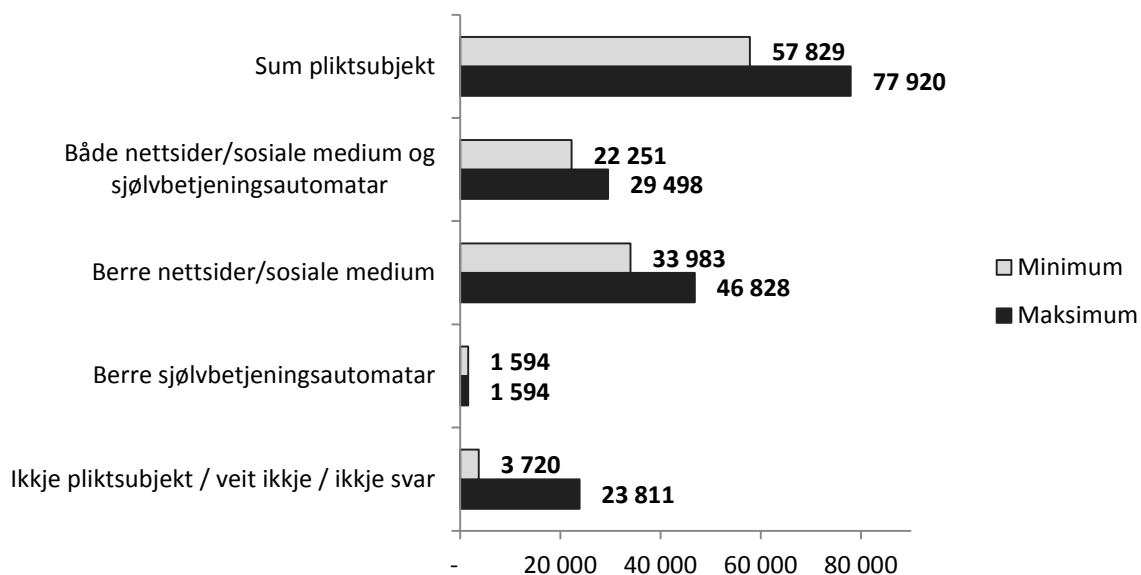
enn fire tilsette, som har IKT-løysingar regulerte av forskrifta, også kunne kvalifisere som pliktsubjekt.

Maksimumsestimatet på 77 920 inneheld alle verksemder som har nettsider, brukar sosiale medium og/eller sjølvbetjeningsautomatar i kontakt med allmenta.

I minimumsestimatet på 57 829 inngår berre verksemder som vurderer nettløysingar som like viktige eller viktigare enn andre kommunikasjonskanalar, og som opplyser at nettsidene er retta mot eksterne målgrupper. For automatområdet, legg vi til grunn at sjølvbetjeningsautomaten er retta mot allmenta.

I figuren under viser vi intervall for talet på potensielle pliktsubjekt, spesifisert på pliktgrunnlag.

Figur 21: Estimert for talet på verksemder (med minimum 4 tilsette) som skal etterleve forskrifta, spesifisert på nettløysingar/sosiale medium og automatar.

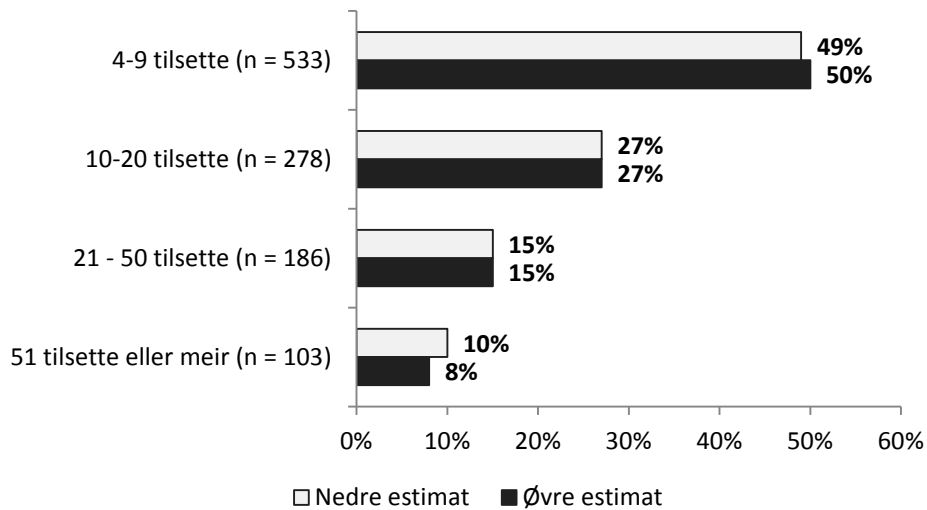


Figur 21 viser, forutan talet på pliktsubjekt blant verksemder med minimum fire tilsette samla, med avrunda tal at mellom 22 000 og 30 000 skal potensielt etterleve plikta både for nettløysingar og automatar. Desse utgjer mellom 27 og 36 prosent av pliktsubjekta samla.

Mellom 34 000 og 47 000 skal etterleve berre standarden for nettløysingar, medan færre enn 2 000 skal etterleve berre standardane for automatar.

Halvparten av dei potensielle pliktsubjekta er verksemder med 4-9 tilsette. Berre 10 prosent har meir enn 50 tilsette. Dette går fram av figur 22 under.

Figur 22: Prosentfordeling av potensielle pliktsubjekt etter størrelse (tal tilsette). Fordeling er gjort med bakgrunn i øvre og nedre grense for talet på pliktsubjekt.



Merk at utrekning av talet på pliktsubjekt ikkje tek omsyn til at plikta til universell utforming trer i kraft først etter 1. juli 2014, og i praksis berre vil gjelde for verksemdar som etablerer nye løysingar, skiftar ut eller gjennomfører vesentlege oppgraderingar i eksisterande løysingar, fram til 2021. Det faktiske talet på verksemdar som er pålagt å etterleve forskrifta vil til ei kvar tid vere bestemt til av omfanget av ny IKT.

9.5 Talet på pliktsubjekt fordelt på næringsgrupper

Den største næringsgruppa, målt etter talet på potensielle pliktsubjekt er gruppe 3 (varehandel og bilverkstader). Mange av desse verksemdene skal etterleve plikta både for nettløysingar og automat, medan kjennskapen til standardar for universell utforming er svær låg. 9 av 10 verksemdar innan varehandel har ingen kjennskap til at det finst standardar for automatområdet, og berre 5 prosent har kjennskap til deler av innhaldet i WCAG 2.0.

Den nest største gruppa med pliktsubjekt er i næringsgruppe 7 (offentleg administrasjon, utdanning, helse og sosial), som i all hovudsak skal etterleve standarden for nettløysingar. Her finn vi verksemdene som i gjennomsnitt har best kjennskap (24 prosent) til eitt eller fleire element som inngår i WCAG 2.0.

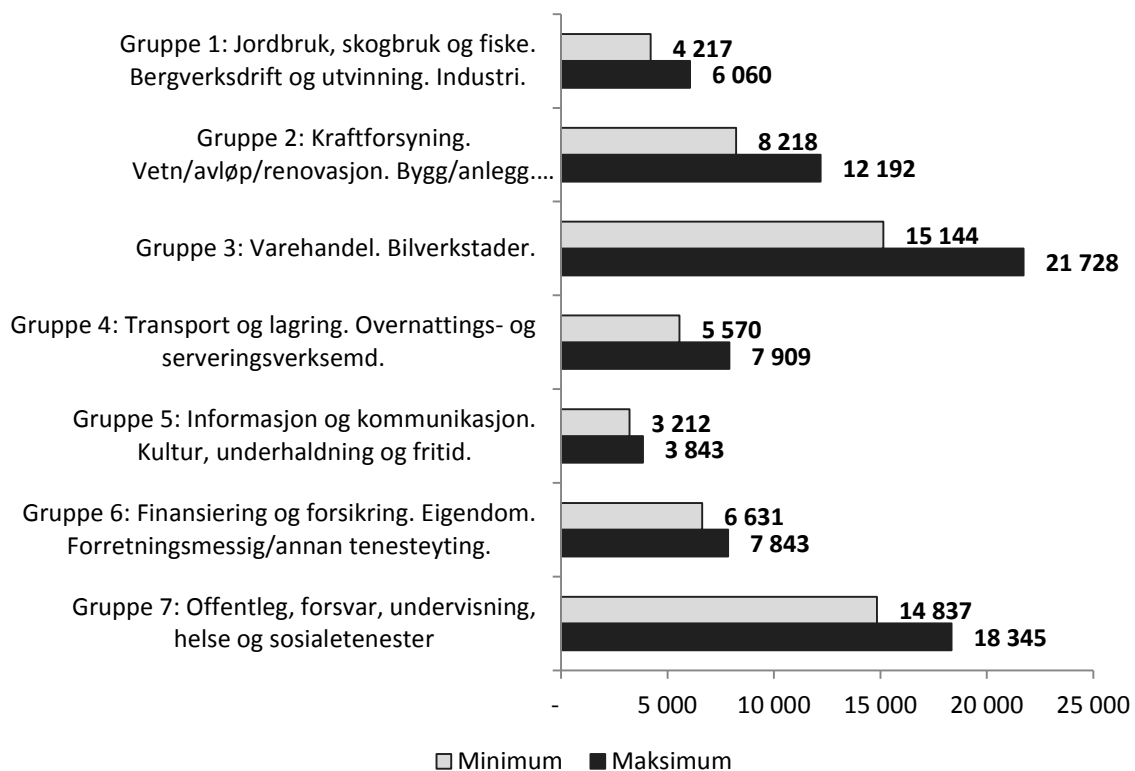
Den tredje største næringsgruppa, målt etter talet på pliktsubjekt, er gruppe 2 (kraftforsyning, vatn/avløp/renovasjon, bygg/anlegg med meir). Verksemdar i denne gruppa er blant dei som oftast svarar at internett er mindre viktig enn andre kanalar. Det er og her vi finn flest som har andre verksemdar som målgruppe.

Næringsgruppe 1 (primærnæringane, industri), gruppe 4 (transport, overnatting, servering) og gruppe 6 (finans, forsikring med meir) har kvar om lag 10 prosent av pliktsubjekta.

Den minste næringsgruppa, målt etter talet på pliktsubjekt, er gruppe 5 (informasjon, kommunikasjon, kultur, underholdning med meir). Denne næringsgruppa merker seg ut med høg utskiftingstakt og relativt god kunnskap om standardane i forskrifta.

I figuren under viser vi estimat for talet på potensielle pliktsubjekt fordelt på næringsgrupper.

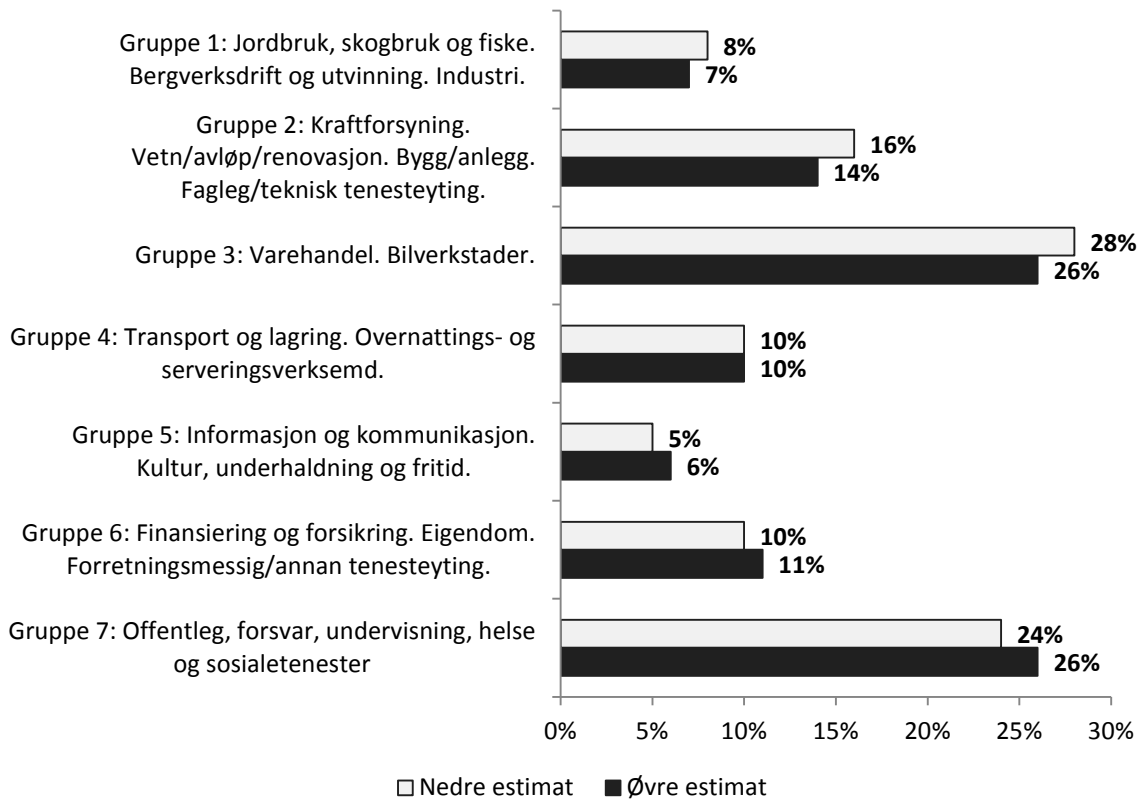
Figur 23: Estimat for talet på potensielle pliktsubjekt innanfor kvar næringsgruppe. Intervall med øvre og nedre grense.



Estimata i figuren over er også presenterte som intervall med øvre og nedre grense, etter same føresetnader som vi gjorde greie for over. Grunnlag for minimumsestimatet er 57 829 verksemdar/pliktsubjekt, medan grunnlaget for maksimumsestimatet er 77 920 verksemdar/pliktsubjekt.

I figuren på neste side viser vi potensielle pliktsubjekt prosentfordelte på næringsgrupper.

Figur 24: Prosentfordeling av potensielle pliktsubjekt etter næringsgruppe. Fordeling er gjort med bakgrunn i øvre og nedre grense for talet på pliktsubjekt.



Referansar

- LOV 21. juni 2013 nr. 61. Lov om forbud mot diskriminering på grunn av nedsatt funksjonsevne (diskriminerings- og tilgjengelighetsloven, dtl)
- FORSKRIFT 3. juli 2013 nr. 951. Forskrift om universell utforming av informasjons- og kommunikasjonsteknologiske (IKT)-løsninger.
- St.meld. nr. 17 (2002-2003) Om statlige tilsyn
- Høring - Forslag til forskrift om universell utforming av IKT-løsninger (<http://www.regjeringen.no/nb/dep/kmd/dok/hoeringer/hoeringsdok/2012/horing-forskrift-uu/horingsnotat.html?id=704675>)
- Nettstaden uu.difi.no, Regelverk

Vedlegg 1 Spørjeskjema

Intro:

God dag, mitt navn er %N, og jeg ringer fra Norsk Gallup Institutt på vegne av Direktoratet for forvaltning av IKT.

Jeg skulle gjerne snakke med daglig leder eller den personen som har ansvaret for ekstern kommunikasjon hos dere.

[Gjenta ved ny person/ ny presentasjon]

God dag, mitt navn er %N, og jeg ringer fra Norsk Gallup Institutt.

Vi gjennomfører en undersøkelse om bruk av IKT i private og offentlige virksomheter.

Undersøkelsen gjennomføres på oppdrag for Direktoratet for forvaltning og IKT eller «Difi», som er forkortelsen av navnet deres. Har du anledning til å sette av litt tid til å svare på noen spørsmål?

Skjema:

(infotext) Vi starter med noen spørsmål om internettsider.

N1_1. Har virksomheten deres internettsider? [PROBE: Hvis «Ja»: Er nettsidene bare for deres virksomhet eller er de også for andre virksomheter, for eksempel i samme kjede eller konsern?

(multi)

Ja, bare for vår virksomhet (1)

Ja, felles med andre virksomheter i samme kjede eller konsern (2)

Nei (3- single) [PROBE: Hvis «Nei». Heller ikke felles nettsider med andre virksomheter i samme kjede eller konsern]

N2. Er virksomheten deres på sosiale medier som Facebook, Twitter eller liknende?

(single)

Ja (1)

Nei (2)

FILTER N2: IF N1_1= 1 OR 2 (Ja, har egne internettsider)

N3. Hvem er målgruppene for nettsidene deres, dvs. hvem er de rettet mot? [IKKE LES]

(multi)

Målgrupper utenfor virksomheten – vennligst notér (1) (open end - 300 pos)

Egne ansatte (2)

N3_1. Er målgruppen for nettsidene privatpersoner, virksomheter eller begge deler? [IKKE LES]

(single)

Privatpersoner (1)

Virksomheter (2)

Både privatpersoner og virksomheter (3)

N4. Hvor viktige er nettsidene deres som kommunikasjons- og informasjonskanal? Vil du si at nettsidene deres er...

(single)

Den viktigste kanalen (1)

Blant de viktigste kanalene (2)

Like viktig som de andre kanalene (3)

Mindre viktig enn de andre kanalene. Det vil si at den viktigste kommunikasjonen deres skjer gjennom andre kanaler (4)

[IKKE LES] Vet ikke (5)

N5. Nå følger noen mer detaljerte spørsmål utformingen av nettsidene deres. Har internettsidene deres...

(grid)

Informasjon om virksomhetens arbeidsområde og eventuelle varer og tjenester?

Kontaktinformasjon om virksomheten, for eksempel telefonnummer og e-postadresse?

Skjema med felt for selvutfylling som kan sendes over nettet?

Kjøpsfunksjonalitet med betalingsløsning, enten integrert i nettstedet eller linket til en annen nettside?

Innlogging for tilgang til informasjon, varer eller tjenester?

Krav om at brukerne må identifisere seg ved å skrive inn bokstaver eller tall som vises i et bilde på nettsiden? **[IKKE LES: løsning for å identifisere at brukeren er menneske, ikke maskin, også kalt CAPTCHA]**

Multimedieinnhold, det vil si lyd og/eller video?

Response:

Ja (1)

Nei (2)

(infotext) Nå følger et spørsmål om utskifting og endring av nettsider, for eksempel lansering av nye nettsider eller endringer i utseende, menyer, struktur eller kildekode for nettsider som allerede er i bruk.

N7. Planlegger dere å gjennomføre en utskifting eller endring av nettsidene deres i løpet av de neste 12 månedene? **[IKKE LES]**

(single)

Ja (1)

Nei (2)

Vet ikke (3)

FILTER N7_1 IF N7 = 1 (Ja)

N7_1. Vil dette være gjennomført innen utgangen av første halvår 2014, eller vil det skje senere? **[IKKE LES – PROBE: Dersom vanskelig å svare på, be om et anslag/ ca.]**

(single)

I løpet av første halvår 2014, det vil si før 1. juli 2014 (1)

Senere enn første halvår 2014, det vil si etter 1. juli 2014 (2)

Vet ikke (3 – single)

STOP FILTER N7_1

N8. Kjenner du til om det finnes standarder for universell utforming av nettsider? [PROBE DERSOM JA: Hva heter standarden?] [IKKE LES]

(single)

Ja, kjenner til «retningslinjer for tilgjengelig webinnhold» (WCAG - Web Content Accessibility Guidelines) 2.0 (1)

Ja, kjenner til at det finnes en standard, men kjenner ikke navnet (2)

Nei, kjenner ikke til at det finnes noen slike standarder (3)

FILTER N8_1: IF N8 = 1 OR 2

N8_1. Kan du helt kort fortelle meg hva som er hovedprinsippene i denne standarden? [IKKE LES – NOTER HVILKE HOVEDKATEGORIER IO BERØRER – 4 HOVEDKATEGORIER]

(multi)

At informasjon skal være mulig å oppfatte (1)

(infotext) Eksempler:

Innholdet i bilder/grafikk, lydfiler og video skal også formidles som tekst

Tekst må gjøres tilgjengelig med funksjonalitet for opplesning/ tale

Tekst skal være mulig å forstå

Tilrettelegging for synshemmede og døve generelt

At nettsidene skal være mulig å betjene (2)

(infotext) Eksempler:

Det skal være mulig å navigere, velge knapper, og krysse av i felter på nettsidene uavhengig av hvilket brukerstyr man har

Det skal være mulig å betjene både med tastatur og mus

Det skal være mulig å betjene uten at det stilles krav til hurtighet/ reaksjonsevne

At innholdet og funksjonaliteten skal være forståelig (3)

(infotext) Eksempler:

Enkelt og tydelig språk

Forståelige/ lesbare veiledningstekster eller feilmeldinger

Korrekt presentasjon av informasjon uavhengig av hvilket datautstyr brukeren har

Det skal være mulig for bruker å gå fram og tilbake i utfyllingsfelder

At løsningen skal være robust (4)

(infotext) Eksempler:

Innholdet må tolkes på samme måte uavhengig av operativsystem eller brukeragenter

Vet ikke (5 – single)

STOP FILTER N8_1

STOP FILTER N2

(infotext) Nå følger noen spørsmål om elektroniske selvbetjeningsløsninger eller automater.

A1. Benytter virksomheten deres noen av de følgende selvbetjeningsløsningene ovenfor kunder, brukere eller publikum generelt? [LES OPP]

(multi - random)

Kontantautomater (minibanker, innendørs eller utendørs) (1)

Betalingsterminaler (f.eks. ved kasse i forbindelse med handel, også mobil eller trådløs) (4)

Billettautomater (f.eks. kollektivtransport, ulike billettyper) (5)

Vareautomater (f.eks. bensinpumper, aviser, mineralvann, kaffe, kondomer, sigaretter mm.) (6)

Tjenesteautomater (f.eks. i bibliotek, ved parkering, ulike køsystemer i butikker, flaskeautomater, betalingsautomater i solstudio, automatinnsjekking på fly). (7)

[IKKE LES] Ingen av delene/ ingen selvbetjeningsautomater (8 - single)

FILTER A2: IF A1 = 1-7 (ANY)

A2. Er deres selvbetjeningsautomater eller terminaler anskaffet kun for deres virksomhet eller er de anskaffet i et fellesinnkjøp med andre virksomheter, for eksempel med virksomheter i samme kjede eller konsern? [IKKE LES]

(single)

Kun for vår virksomhet (1)

Fellesinnkjøp med andre virksomheter i samme kjede eller konsern (2)

Vet ikke (3)

A3. Når ble det sist gjennomført en utskifting eller oppgradering av selvbetjeningsautomater eller terminaler hos dere? [IKKE LES]

Vennligst notér årstall (open quantity – 4 pos - format yyyy)

Har aldri gjennomført utskifting eller oppgradering av selvbetjeningsautomater (2 – single)

Husker ikke/ vet ikke (3 – single)

A4. Planlegger dere å gjennomføre en utskifting eller oppgradering av selvbetjeningsautomater eller terminaler det nærmeste året, dvs. i løpet av de neste 12 månedene? [IKKE LES]

(single)

Ja (1)

Nei (2)

Vet ikke (3)

FILTER A4_1 IF A4 = 1 (Ja)

A4_1. Vil dette være gjennomført innen utgangen av første halvår 2014, eller vil det skje senere? [IKKE LES]

(single)

I løpet av første halvår 2014, det vil si før 1. juli 2014 (1)

Senere enn første halvår 2014, det vil si etter 1. juli 2014 (2)

Vet ikke (3 – single)

STOP FILTER A4_1

A5. Kjenner du til om det finnes standarder for universell utforming av selvbetjeningsautomater eller terminaler? [IKKE LES]

(single)

Ja, kjenner til at det finnes standarder (1)

Nei, kjenner ikke til at det finnes noen slike standarder (2)

FILTER A6: IF A5 = 1

A6. Kan du helt kort fortelle meg hva som er hovedprinsippene i standardene? [IKKE LES – NOTER HVILKE HOVEDKATEGORIER IO BERØRER – 4 HOVEDKATEGORIER]

(multi)

Det stilles krav til fysisk utforming av skjerm (1)

(infotext) Eksempler:

God kontrast mellom tekst og bakgrunn, unngå blanding og refleksar.

Enkel og kortfatta tekst.

Informasjon på skjerm må også kunne bli formidla gjennom tilkopla hjelpemiddel, for eksempel teleslynge eller headset.

Dersom automaten har pekeskjerm (touch screen), er det viktig at den kan betjenes den ved hjelp av lyd eller tastatur.

Det stilles krav til fysisk utforming av tastatur (2)

(infotext) Eksempler:

Tastaturet må ha gode lysforhold og ikke hemmes av blanding og refleksar

Taster med tall, bokstaver og funksjoner skal være konsekvent plasserte i forhold til hverandre og det skal være lett å skille dem fra hverandre

Tekst eller tal på taster skal være sentrert og gi god kontrast til bakgrunnen

Det skal være tydelig at en tast er trykket på, enten ved motstand i tastene, ved lyd eller via tilbakemelding på skjerm

Det stilles krav til dialog mellom bruker og maskin (3)

(infotext) Eksempler:

Det er viktig med stor og tydelig skrift.

Informasjon, brukerveiledning og tilbakemeldinger fra automat skal være kortfattet og presist.

Brukeren bør kunne regulere tempoet i dialogen mellom brukar og automat.

Automaten skal gi samme informasjon gjennom ulike sansemodaliteter, som syn, hørsel og berøring.

Det stilles krav til miljø rundt automaten (4)

(infotext) Eksempler:

For å sikre uhindret tilkomst til automaten, er det viktig at automaten står på et rett og jevnt underlag og at trappetrinn og bratte stigninger unngås

Det bør være plass til rullator, barnevogn, rullestol og krykker der du skal betjene automaten

Rullestolbrukere må også kunne bruke betjeningsfunksjoner og informasjonsgivere

Vet ikke (5 – single)

STOP FILTER A6

STOP FILTER A2 – TO ALL

FILTER Q1. IF (N1_1= 1 OR 2) OR (A1 = 1-7 (ANY))
(infotext)

Q1. Kjenner du til om det finnes lover eller forskrifter som har regler for utforming av nettsider og selvbetjeningsautomater i Norge? [PROBE DERSOM JA: Hva heter loverket?] [IKKE LES]

(single)

Ja, forskrift om universell utforming av IKT (1)

Ja, men vet ikke hva det heter (2)

Ja, annet - vennligst notér svaret (3) (open end 300 pos)

Nei, kjenner ikke til at de finnes noe slikt lovverk (4)

FILTER Q2: IF Q1 = 2, 3 OR 4

Q2. Har du hørt om forskrift om universell utforming av IKT? [IKKE LES]

(single)

Ja (1)

Nei (2)

STOP FILTER Q2

FILTER Q3: IF Q1 = (1 OR 2) OR Q2 =1

Q3. Vet du hvem som skal følge eller etterleve forskriften,? [IKKE LES – PROBE Dersom «Ja»: Hvem er det forskriften gjelder for?]

(multi)

Private virksomheter (1)

Offentlige virksomheter (2)

Lag og organisasjoner (3)

Privatpersoner (4)

Annet – vennligst (5) (open end 300 pos)

Vet ikke (6)

Q4. Vet du hva hensikten med forskriften er? [PROBE DERSOM «Ja»: Hva skal lovverket sikre?] [IKKE LES]

(multi)

Sikre at IKT-løsninger kan brukes av flest mulig, uavhengig av funksjonsevne (1)

Bidra til økt utbredelse av IKT-løsninger (2)

Annet – vennligst notér [OPEN END – 300 POS] (3)

Vet ikke (8 – single)

Q5. Vet du når forskriften treer i kraft, det vil si fra hvilket tidspunkt? [IKKE LES – PROBE Dersom «Ja»: Fra hvilket tidspunkt?]

(open quantity – format mm.dd.yyyy – 8 pos)

Vet ikke (2 – single)

Q6. Vet du hvem som skal håndheve forskriften, dvs. hvilken offentlig instans som skal føre tilsyn med at forskriften etterleves? [IKKE LES – PROBE Dersom «Ja»: Hva er navnet på denne virksomheten?]

(open end – 500 pos)

Vet ikke (2 – single)

Q7. Har du besøkt nettsidene til Difi om universell utforming av IKT (uu.difi.no) [IKKE LES]

(single)

Ja (1)

Nei (2)

Vet ikke/ husker ikke (3)

FILTER Q8: IF Q7 = 1

Q8. Fant du den informasjonen du hadde behov for på nettsidene? [IKKE LES]

(single)

Ja (1)

Nei (2)

Vet ikke/ husker ikke (3)

Var ikke på leting etter noe spesielt/ ble sendt til siden ufrivillig mm. (4)

STOP FILTER Q8

STOP FILTER Q3

FILTER BN1: IF N1 = 1 OR 2 (har nettsider)

(infotext)

Direktoratet ønsker å se nærmere på ulike nettløsninger med utgangspunkt i informasjonen som er gitt i denne undersøkelsen. For å gjøre dette trenger de internettadressen til de aktuelle virksomhetene. Dersom dere oppgir internettadressen deres vil direktoratet få vite hvem dere er, og det er derfor selvsagt helt frivillig å opplyse om dette.

[IKKE LES - PROBE: Dersom motspørsmål: TNS Gallup og Direktoratet for forvaltning og IKT garanterer at det ikke vil bli publisert resultater fra undersøkelsen som kan identifisere enkeltvirksomheter. Virksomhetene som oppgir internettadressen sin vil ikke bli kontaktet, og dette innebærer ingen forpliktelser for virksomhetene.

BN1. Kan direktoratet få adressen til nettsidene deres?

(single)

Ja (1)

Nei (2)

FILTER BN2: IF N2 = 1 (Ja)

BN2. Hva er internettadressen til nettsidene deres?]

(open end – url-format – 300 pos)

(single)

STOP FILTER BN2

STOP FILTER BN1

STOP FILTER Q1 – TIL ALLE

(infotext) Takk, det var alle spørsmålene våre!

Direktoratet for
forvaltning og IKT (Difi)
Postboks 8115 Dep, 0032 Oslo
Telefon: 22 45 10 00
postmottak@difi.no
www.difi.no