



Internetdagarna – den digitala klyftan

- Dagens presentatörer
- Rolf Berndtson Dataföreningen i Sverige
- Olle Findahl, World Internet Institute
- Britt Östlund, forskare Lunds tekniska högskola
- Helena Bäckström, Post- och Telestyrelsen



eMedborgaren eller den digitala klyftan

- I Sverige kan i dag ca 60-70% av befolkningen använda en enkel form av elektronisk kommunikation och har hittills betecknats som eMedborgare.
- Endast en del av dessa kan använda kvalificerade applikationer som t ex internetbank. Dessa är kanske de som skall betecknas som eMedborgare.
- Detta är ett hinder för samhällsutvecklingen i olika avseenden, och särskilt för utvecklingen av eFörvaltningen.



Bakgrund- ett praktikfall

- Inom Finansdepartementet bedrivs ett projekt avseende eFörvaltning. Syftet med projektet är att:
 - Öka effektiviteten i samarbetet mellan olika myndigheter och förvaltningar på statlig, landstingskommunal och kommunal nivå
 - Öka effektiviteten i interaktionen mellan medborgarna och ovanstående myndigheter och förvaltningar



Förslag till definition av eMedborgaren

- En eMedborgare är en person som har vilja och kompetens att utnyttja e-tjänster oaktat om dessa tjänster erbjuds av näringslivet, myndigheter och förvaltningar, organisationer, socialt eller individuellt.
- ***För att eFörvaltningsprojektet skall kunna erhålla största möjliga vinst vad gäller medborgarnas interaktion med myndigheterna krävs att medborgarna är eMedborgare***



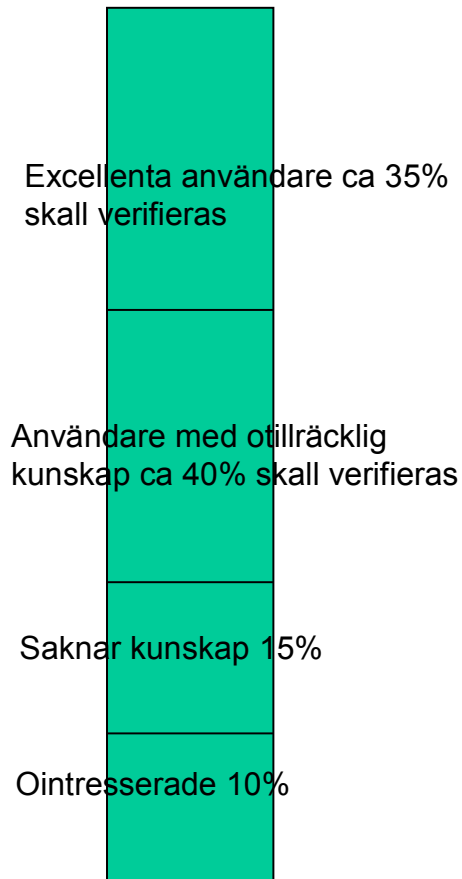
Bakgrund eMedborgaren

- Ca 80% av svenskarna i åldern 16-74 har tillgång till dator och internet
- Ca 55% använder internetbank
- Ca 67% använder e-mail
- Detta innebär att mellan 30 och 50% kan anses vara eMedborgare, dvs kan använda avancerade eApplikationer

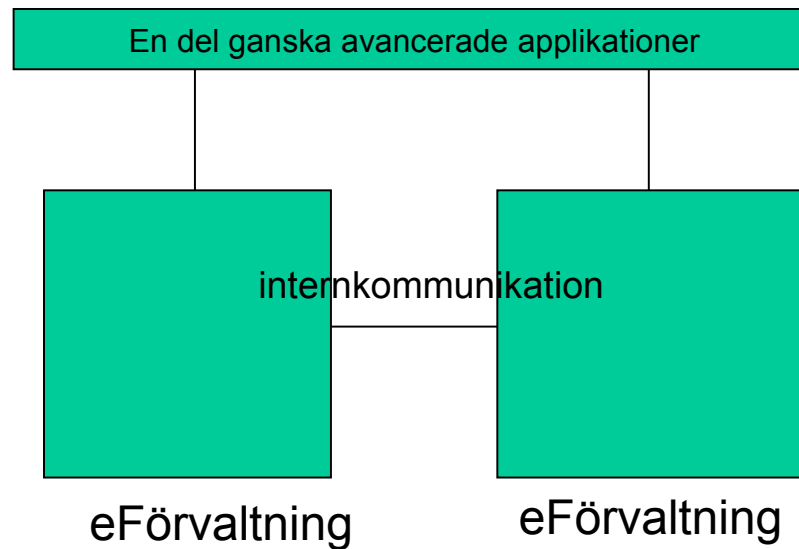


Antagande nytt eFörvaltningskoncept

Totalt antal medborgare



Medborgargränssnitt som kan användas av ca 50% skall verifieras





Åtgärder

- En kampanj för att informera och entusiasmera medborgarna att börja använda Internet i större utsträckning än vad som är fallet idag
- Tillhandahålla någon form av test där medborgarna kan testa sina kunskaper
- Tillhandahålla utbildning
 - eLearning
 - Studiecirklar
 - Andra utbildningar



Marknadsföring eMedborgaren

- Kampanj med följande delar
 - Tidningar
 - Radio – UR
 - TV – UR
 - Lokala aktiviteter, jfr stadskampen, torgmöten
 - Engagera föreningar
 - Studieförbunden
 - Hitta lysmaskar som går före
 - osv



Nytta för individen att vara eMedborgare

- Demokratiperspektiv
- Jämställdhet
- Kontakter med nära och kära
- Informationsspridning
- Tillgänglighet
- Ekonomiskt perspektiv - betala räkningar, finna kostnadseffektiva lösningar
- Integrationsperspektiv
- Personlig utveckling
- Möjlighet till livslångt lärande
- Kompetens och anställningsbarhet
- Effektivisering av personlig tid
- Miljöperspektiv



Intressenter

- Myndigheter och förvaltning som på olika sätt kan bli effektivare såväl i sin externa som interna kommunikation
- Banker och försäkringsbolag
- Media, tidningar
- Företag som driver annonsering på nätet
- Företag som säljer eller tillhandahåller tjänster och produkter på nätet
- Operatörer
- Upplevelseindustrin
- IT-företag som säljer lösningar eller utrustningar
- Osv



Upprätta Business case

- De direkta och indirekta vinster som kan vinnas i eFörvaltnings projektet, vad avser interaktionen med medborgarna, står i nära proportion till antalet eMedborgare.
- Syftet är att vidta åtgärder som signifikant ökar antalet eMedborgare



Business case - intäkter

- Alla de intressenter som har nytta av att Sverige blir ett e-land bör vara intresserade av att bidra.



Business case - intäkter

- Projektet bedrivs eftersom det finns stora samhällsekonomiska vinster att göra.
 - Samhällsekonomiska vinster till följd av minskad tidsåtgång bland medborgarna att hantera sina myndighetsärenden (att sitta i telefonkö kan jämföras med att sitta i bilkö)
 - Samhällsekonomiska vinster till följd av att medborgarna även i andra sammanhang kan utnyttja e-tjänster på ett sätt som kommer samhället till godo



Business case - kostnader

- Kostnaderna finns inom tre områden
 - Marknadsföring, kampanjer
 - Utbildning
 - Tester



Var står vi?

- Dataföreningen har i flera år arbetat med frågan om eMedborgaren
- Dataföreningen har definierat en genomarbetad syllabus som underlag för en effektiv och relevant kompetensutveckling
- Dataföreningen har erfarenhet av att nå stora grupper via Datakörkortet
- Dataföreningen har utvecklat samarbeten för att kunna leverera ett eMedborgarkort



Dataföreningen i Sverige

- för ny kunskap och nya kontakter
 - för IT i Sverige