



Granskning av  
digitaliseringsmognaden inom Falu  
Energi & Vatten AB  
Lekmannarevisionsrapport

KPMG AB

2018-01-17

Antal sidor 13

Antal bilagor 1



## Innehållsförteckning

1	Sammanfattning	2
2	Inledning/bakgrund	3
2.1	Syfte och revisionsfrågor	3
2.2	Avgränsning	3
2.3	Revisionskriterier	4
2.4	Projektorganisation/granskningsansvariga	4
2.5	Metod	4
2.6	Kort om Falu Energi & Vatten AB och Falu Elnät AB	5
3	Resultat av granskningen	5
3.1	Läsanvisning	5
3.2	Digitaliseringsstrategi	5
3.3	E-tjänster	7
3.4	Utveckling och uppföljning	9
3.5	Öppna data & sociala medier	10
4	Diskussion och slutsatser	12
Bilaga 1	Riksrevisionens enkätundersökning	14

## 1 Sammanfattning

KPMG har i Falu kommun granskat digitaliseringsmognaden i Falu Energi & Vatten AB (och Falu Elnät AB) – i rapporten omnämnda som "bolaget". Syftet med granskningen har varit att granska hur långt bolaget har kommit med att digitalisera sin verksamhet.

Sammanfattningsvis kommer granskningen fram till att bolaget har en digitaliseringsmognad som är bättre än den genomsnittliga offentliga verksamheten i landet. Granskningen visar även att ett flertal utvecklingsområden inom digitalisering finns för bolaget att arbeta vidare med. Bolaget har en kommunikationspolicy men ingen övergripande digitaliseringsstrategi. Enligt många av de som besvarat vår enkät i denna granskning är det främst resursbrist som hindrar bolagets digitala utveckling men även att frågan inte prioriterats historiskt uppges utgöra ett hinder. Vår bedömning är att systematiken kan stärkas genom att formulera en samlad strategi på området som preciserar på vilka grunder prioritering sker av olika initiativ vilket även kan bidra till att området blir en prioriterad fråga inom bolaget.

Vidare visar granskningen att bolaget relativt andra offentliga organisationer har många digitala tjänster. Utveckling och uppföljning av dessa och nya e-tjänster sker i olika hög grad. Vår bedömning är att bolaget kan dra nytta av att genomföra en kostnads- och nyttoanalys inför beslut om nya e-tjänster. En sådan analys kan vara ett stöd i arbetet med att prioritera vilka e-tjänster som bolaget ska införa.

Granskningen visar även hur bolaget arbetar med sina sociala kanaler. Bolaget har en strategi för sina sociala medier och använder sina sociala kanaler i kontakt med kunder på ett flertal sätt. På bolagets hemsida kan kunder få information om vilka tjänster som erbjuds men ingen publicering av kvaliteten av dessa tjänster sker digitalt. Vår bedömning är bolaget kan öka förändringstrycket genom att öppet publicera information som beskriver kvaliteten i bolagets tjänster.

## 2 Inledning/bakgrund

Regeringen konstaterade i budgetpropositionen år 2016 att digitaliseringen är ”den enskilt största förändringsfaktorn i vår tid och påverkar alla delar av samhället” och regeringens mål är att Sverige ska vara bäst i världen på att använda digitaliseringsens möjligheter.

Den svenska e-förvaltningen är välutvecklad i jämförelse med flera andra länder. Vid internationella jämförelser ligger Sverige bra till i internetanvändning, e-förvaltnings-tjänster och hur ofta medborgarna använder dessa tjänster. Jämförelserna visar också att det finns en tendens att andra länders e-förvaltning utvecklas snabbare än den svenska.

Digitalisering definieras som ”processen där samhället och individernas vanor förändras genom användning av digitala lösningar för kommunikation och informationsutbyte, samt för ökad tillgänglighet för företag och offentlig förvaltning”. E-tjänster är en service som medborgare och företag kan använda för att uträtta olika ärenden som de har hos en offentlig myndighet. Tjänsten tillhandahålls elektroniskt via till exempel dator eller mobiltelefon”. IT definieras som ”ett samlingsbegrepp för de möjligheter som skapats genom framsteg inom datateknik och telekommunikation”.

Studier och undersökningar, bland annat av Riksrevisionen, SKL samt Internetstiftelsen i Sverige, har kommit fram till att det finns stora skillnader i kommunernas och landstingens tillhandahållande av e-tjänster och e-förvaltning.

Medborgare förväntar sig i allt högre grad att snabbt, enkelt och säkert kunna sköta sina ärenden, få tillgång till information och att ha möjlighet till inflytande genom digitala kontaktvägar. För att kraftsamla kommunernas arbete med e-förvaltning har SKL tagit fram en strategi för e-samhället.

I den Årsplan med budget 2017-2019 som beslutats av kommunfullmäktige i Falu kommun, finns inga uppdrag eller mål som handlar om digitalisering. Detta kan anses helt logiskt om mål strikt används i betydelsen värden att uppnå för samhället och brukare av kommunens tjänster. I detta perspektiv är digitalisering en möjliggörare för att nå längre med de mål som kommunen har. Digitaliseringen tillskrivs idag sådan potential att offentliga verksamheter som halkar efter i denna utveckling riskerar att ha sämre möjligheter att upprätthålla god kvalitet och god service i sina tjänster. Skäl finns alltså för lekmannarevisionen att granska hur bolagen i Falu kommun ligger till i sin digitalisering.

### 2.1 Syfte och revisionsfrågor

Syftet med granskningen är att granska hur långt Falu Energi & Vatten AB och Falu Elnät AB har kommit med att digitalisera sin verksamhet.

### 2.2 Avgränsning

Rapporten avser Falu Energi & Vatten AB och Falu Elnät AB som ägs till 100% av Falu Energi & Vatten AB. Att Falu Elnät AB är ett eget bolag är en ren legal konstruktion

utifrån kraven att bedriva elnätsverksamhet. Elnätsverksamheten hanteras som en av bolagets nyttigheter på den gemensamma hemsidan. Personal finns anställt i båda bolagen men det är också enbart av legala skäl. Verksamheten i meningen tjänster och digitalisering har granskats oberoende av om den egentligen "hör" till Falu Energi & Vatten AB eller Falu Elnät AB. Enligt VD och de vi träffat vid intervju bedrivs verksamheten i de båda bolagen helt integrerat. Till följd av detta använder vi i denna rapport begreppet "bolaget" i meningen både Falu Energi & Vatten AB och Falu Elnät AB om inget annat sägs.

## 2.3 Revisionskriterier

Vi har jämfört bolagets digitalisering med utfallet i riksrevisionens enkät från 2016. Utöver detta har en allmän genomgång skett av hur bolaget syns på sin webbplats och på sociala medier

## 2.4 Projektorganisation/granskningsansvariga

Granskningen har utförts av Andreas Endrédi, projektledare och certifierad kommunal yrkesrevisor och Sofie Wiessner, granskare under ledning av Magnus Larsson, certifierad kommunal yrkesrevisor och kundansvarig. Rapporten är sakgranskad av bolagets VD.

## 2.5 Metod

Uppdraget genomfördes på följande sätt:

- 1) Vi kartlagde bolagets webbplatser.
- 2) En enkät genomfördes med frågor om digitalisering. Enkäten riktades till nyckelpersoner i bolaget. Enkätundersökningen genomfördes med hjälp av en webbenkät.
- 3) Svaren sammanställdes.
- 4) En workshop genomfördes med bolagsledningen för att säkerställa enkätsvaren och ställa kompletterande intervjufrågor.
- 5) De säkrade svaren analyserades och relaterades övergripande till utfallet i den enkät som Riksrevisionen genomförde 2016. Se bilaga 1 för mer information om enkäten.
- 6) Baserat på resultatet i enkäten och kompletterande information från bolagsledningen upprättades en rapport för bolaget.
- 7) Presentation av rapporterna till lekmannarevisorerna sker vid ett gemensamt tillfälle under hösten/vintern 2017/2018.

## 2.6 Kort om Falu Energi & Vatten AB och Falu Elnät AB

Falu Energi & Vatten AB med dotterbolag är en helägd kommunal Energibolagskoncern. Koncernen bedriver verksamhet inom områdena, el, kraft, värme & kyla, stadsnät, återvinning och vatten. Koncernen har cirka 180 medarbetare och omsätter cirka 720 miljoner kronor. Falu Energi & Vatten AB äger 100 % av aktierna i Falu Elnät AB. Falu Elnät ska upprätthålla ett effektivt ledningsnät mellan säljare och köpare av elenergi och tillhandahålla kanalisation och ledning för bredband.

## 3 Resultat av granskningen

### 3.1 Läsanvisning

Resultatet av granskningen har delats in i fyra avsnitt; digitaliseringsstrategi, e-tjänster, utveckling och uppföljning samt Öppna data och sociala medier. Inledningsvis i varje avsnitt återges enkätsvaren kopplade till respektive tema i tabellform. De enkätsvar som återges i tabellen har säkerhetsställt i en workshop med bolagets ledning. Ytterligare information om bolagets digitalisering och kommentarer till enkäten lämnas efter respektive tabell. I varje avsnitt görs även en jämförelse av enkätresultatet från bolaget med resultatet från Riksrevisions enkätundersökning.

Ett flertal av frågorna i enkätundersökning efterfrågar om vissa digitala tjänster finns i bolaget. Genomgående betyder ett "ja" på dessa frågor att exempel på dessa digitala tjänster finns. Exempelvis innebär ett "ja" på frågan om bolaget har e-arkiv att något arkiv inom bolaget är digitalt men att all arkivhantering inte nödvändigtvis har digitaliserats.

### 3.2 Digitaliseringsstrategi

#### Enkätresultat i sammanfattning

Har ni beslutat om en digital strategi?	Delvis (en kommunikationspolicy finns).
Är det tydligt vad som ska uppnås med digitalisering hos er?	Delvis
Om digitaliseringsstrategi finns, klargör strategin på vilka grunder ni ska prioritera områden för digitalisering?	Nej / Delvis (följande områden prioriteras: kunder och kundhantering, automation i verksamheten).
Hur följer ni upp era digitaliseringsinitiativ? Flera svarsalternativ är möjliga.	Intern uppföljning, enkätundersökningar, användarantal av e-tjänster, antal

	följare på sociala medier, besökarantal, kundkontakt via hemsidan, kundkontakt via sociala medier, mätning av användandet av digitala processer internt.
Arbetar ni utifrån regeringens mål med e-förvaltningen, dvs. en enklare öppnare och effektivare förvaltning?	Ja
Vilka är de främsta hindren för er i er digitala utveckling? Flera svarsalternativ är möjliga.	Resursbrist, kompetensbrist bland medarbetare, tidsbrist, brist på engagemang bland medarbetare, brist på engagemang hos ledningen.

## Kommentarer till enkätresultat och jämförelse med Riksrevisionens enkätresultat

Bolaget har beslutat om en kommunikationspolicy men en övergripande digitaliseringsstrategi saknas. Kommunikationspolicyn avser rutinerna för hur de sociala kanalerna ska användas. Under hösten 2014 genomfördes en förstudie kring bolagets Mina sidor och e-tjänster. I intervju framkommer att förstudien delvis använts som underlag till att ta fram en digital strategi. I dagsläget arbetar bolaget med att ta fram en övergripande digitaliseringsstrategi som beräknas vara färdigställd i februari 2018. Knappt hälften av de svarande i Riksrevisionens enkätundersökning uppgav att de hade en digitaliseringsstrategi. Bolaget har delvis en sådan strategi och kan därför anses ligga relativt väl till i en nationell jämförelse.

I vår enkät till bolaget ansåg många av de svarande att "resursbrist" var ett hinder mot digitalisering. Detta ligger i linje med resultatet i Riksrevisionens enkätundersökning, där över 70 % av respondenterna angivit "finansiering" som ett hinder mot digitalisering. Vidare uppgav de svarande i Riksrevisionens enkätundersökning att befintliga lagar och regler (43 %) och samverkan över organisationsgränser (42 %) var hinder mot digitalisering. Procentsatsen visar den andel som svarat att alternativet utgör ett mycket eller ganska stort hinder. I intervju framkommer även att digitalisering tidigare inte varit en prioriterad fråga, vilket har hindrat bolagets digitala utveckling.

## Bedömningar

Bolaget bedriver ett utvecklingsarbete inom digitalisering och systematiken i arbetet varierar. Bolaget har i dagsläget ingen digital strategi men arbetar med att färdigställa en sådan till 2018. Vår bedömning är att en samlad strategi på området som preciserar på vilka grunder prioritering sker av olika initiativ kan stärka systematiken i arbetet. Vidare kan det även bidra till att området blir en prioriterad fråga inom bolaget.

Följaktligen bedömer vi arbetet med att färdigställa en digital strategi som ett mycket viktigt steg för att öka bolagets digitaliseringsmognad.

### 3.3 E-tjänster

#### Enkätresultat i sammanfattning

Har ni en eller flera e-tjänster som riktar sig till privatpersoner och/eller företag eller andra kunder?	Ja
Om du svarade ja på föregående fråga: Hur många e-tjänster har ni?	14
Vilka e-tjänster har ni?	Flyttanmälan, felanmälan, sms-info, driftstörningskartor, täckning e-avtal, anmälan av autogiro, Mina sidor, digital signering av avtal, e-faktura, rapportering av vattenförbrukning, beställning av stadsnätsanslutning, intresseanmälan för stadsnät, inrapportering av vatten, avtalsförnyelse.
Har ni e-arkiv?	Ja
Har ni e-beställningar?	Delvis
Har ni e-diarium?	Ja
Har ni e-upphandling?	Ja
Har ni en funktion som gör att ni kan skicka meddelanden digitalt till privatpersoner och/eller företag? (OBS inte e-post utan meddelanden via t.ex. Mina sidor eller Mina meddelanden)	Ja
Har ni e-tjänster som är anslutna till en betaltjänst?	Nej
Har ni e-tjänster med digitala underskrifter?	Ja



Har ni e-tjänster som är integrerade med ett verksamhetssystem?	Ja (tex avbrottsaviseringar)
Har ni e-tjänster som är anpassade till mobila enheter?	Ja
Har ni e-tjänster med tvåfaktorauslösnings (till exempel e-ID, bank-ID)?	Nej (på gång)
Har ni e-tjänster med möjlighet att följa status på ärendet?	Ja
Har ni en eller flera e-tjänster riktade till privatpersoner och/eller företag eller andra kunder där ärendehantering är automatiserad? Flera svarsalternativ är möjliga.	Delvis

## Kommentarer till enkätresultat och jämförelse med Riksrevisionens enkätresultat

Utöver de uppgifter som framgår av enkäten har bolaget ytterligare ett antal e-tjänster vilket framgår i förstudien för bolagets Mina sidor och e-tjänster från 2014.

Bolagets svar gällande ett flertal e-tjänster stämmer överens med vad majoriteten av de svarande uppgett i Riksrevisionens enkätundersökning. Exempelvis överensstämmer svaren för e-upphandling, e-diarium samt e-tjänster som är anslutna till en betaltjänst. Bolaget har ett avvikande resultat i vissa avseenden. Framförallt avviker bolaget mot Riksrevisionens enkätresultat genom att ha e-arkiv och en funktion som möjliggör att skicka meddelanden digitalt. Till skillnad från majoriteten av respondenterna i Riksrevisionens enkätundersökning har bolaget även e-tjänster med möjlighet att följa status på ärendet och e-tjänster med digitala underskrifter.

Majoriteten av de svarande i Riksrevisionens enkätundersökning uppgav de hade en e-tjänst med tvåfaktorauslösnings. Som framgår av enkäten har bolaget ingen sådan e-tjänst utan använder istället en trepartlösning för autentisering. Det innebär att kunder kan genom inloggning på andra konton få åtkomst till mina sidor på bolagets hemsida. I den uppdaterade versionen av mina sidor kommer kunder även få tillgång till tvåfaktorauslösnings via bank-ID. Enligt bolagsledningen beräknas den nya versionen av mina sidor vara klar i mars 2018.

## Bedömningar

Utifrån jämförelsen med Riksrevisionens enkätundersökning är vår bedömning att bolaget har fler implementerade e-tjänster än majoriteten av organisationerna som ingått i jämförelsen. Den nya versionen av Mina sidor med möjlighet till tvåfaktor-autentisering bedömer vi även är ett viktigt komplement till befintliga e-tjänster.

Vidare tar vi i vår bedömning hänsyn till att det i Riksrevisionens enkätundersökning ingick storleksmässigt större organisationer jämfört med bolaget. Detta indikerar att bolaget relativt sin storlek har många e-tjänster jämfört med de som deltog i Riksrevisionens enkätundersökning.

## 3.4 Utveckling och uppföljning

### Enkätresultat i sammanfattning

När ni inför nya e-tjänster, på vilket sätt involveras användarna i processen? Flera svarsalternativ är möjliga.	Fokusgrupper, enkätundersökningar, uppföljning och utvärdering, projektarbete internt, kundundersökningar, verksamhetsfokus.
Gör ni kostnads- och nyttoanalys inför beslut om införande av nya e-tjänster?	Nej
Gör ni behovsanalys inför beslut om införande av nya e-tjänster?	Ja
Gör ni användbarhetsutvärdering av befintliga e-tjänster?	Ja

### Kommentarer till enkätresultat och jämförelse med Riksrevisionens enkätresultat

Avseende kostnads- och nyttoanalyser inför beslut om nya e-tjänster stämmer bolagets svar överens med vad majoriteten uppgav i Riksrevisionens enkätresultat. Bolagets enkät svar avviker mot resultatet i Riksrevisionens enkätundersökning där majoriteten uppgav att de inte genomför en behovsanalys inför beslut om nya e-tjänster. Vidare avviker bolaget avseende användbarhetsutvärdering av befintliga e-tjänster där resultatet i Riksrevisionens enkätundersökning visar att majoriteten av offentliga organisationer inte gör en sådan analys.

I Riksrevisionens enkätundersökning framkommer att ett flertal olika metoder används för att involvera användarna i utvecklingen av nya e-tjänster. Den mest förekommande metoden i Riksrevisionens enkätundersökning var att använda sig av andra aktörers erfarenheter på området. En annan vanligt förekommande metod för att involvera användarna var att ta in användarnas åsikter via enkäter, workshops eller arbetsgrupper. Vidare uppgav en stor andel i Riksrevisionens enkätundersökning att de använder sig av rapporter/utredningar om liknande tjänster för att involvera användarna. Bolaget använder ett flertal av dessa och andra metoder för att involvera användarna i utvecklingen av nya e-tjänster.

## Bedömningar

Med hänsyn till jämförelsen av Riksrevisionens enkätresultat är vår bedömning att bolaget har ett väl utvecklat arbete kring utveckling och uppföljning av e-tjänster. I Riksrevisionens enkätundersökning framkommer att flera metoder kan användas för att involvera användarna i utvecklingsprocessen av nya e-tjänster. Vår bedömning är att bolaget ligger i framkant på detta område jämfört med de svarande i Riksrevisionens enkätundersökning. Vidare ser vi en möjlighet för bolaget att utveckla sitt arbete genom att även genomföra en kostnads- och nyttoanalys inför beslut om införande av nya e-tjänster. En sådan analys kan vara ett stöd i arbetet med att prioritera vilka e-tjänster som bolaget ska införa.

## 3.5 Öppna data & sociala medier

### 3.5.1 Genomgång av bolagets hemsida och användning av sociala medier

Bolaget är, utöver sin egen hemsida och blogg, representerat på följande sociala kanaler; Facebook, YouTube, Twitter, LinkedIn och Snapchat. Bolaget publicerar och uppdaterar mest frekvent sin Facebook sida, följt av sin egen webbsida och YouTube. På Twitter finns endast ett konto registrerat för Falu Energi & Vatten AB. På Instagram finns en hashtag för Falu Energi & Vatten AB men bolaget har inte registrerat ett eget konto.

#### *Dialog med kunder via sociala medier*

I detta sammanhang letar vi efter om bolaget har en frågor- och svarsfunktion eller en öppen kommentarfunktion till publicerat innehåll på sina respektive kanaler. På bolagets egen hemsida finns en frågor-och-svarsfunktion och på Facebook finns och används båda dessa funktioner. På Youtube kan bolaget föra en dialog med kunder genom den öppna kommentarsfunktionen.

#### *Vilken information förmedlas via sociala medier*

Information till kunder publiceras, i varierande grad, på samtliga sociala kanaler med undantag för Twitter. Konsekventa uppdateringar, nyheter och information om bolaget förekommer främst på hemsidan och Facebook. Information av mer formell karaktär

publiceras främst via hemsidan, Facebook och LinkedIn som kompletteras med mer informell information på Facebook. På bolagets YouTube-kanal kan kunder via videoinlägg även få visuell information kopplat till bolagets verksamhetsområden. I dagsläget har bolaget totalt publicerat nitton videoinlägg.

En stor del av inläggen på hemsidan, Facebook och YouTube innehåller utbildande information kring miljöarbete och hur privatpersoner kan bli mer miljömedvetna. De sociala kanalerna används även frekvent för att gå ut med viktig information till kunder, exempelvis vid akuta händelser. Bolagets Facebook används för att förmedla information i samtliga ovannämnda avseenden.

### *Marknadsföring och kampanjer via sociala medier*

Med undantag för Twitter använder bolaget samtliga sociala kanaler för att marknadsföra verksamheten på olika sätt. Hemsidan, Facebook och Youtube utnyttjas för att marknadsföra bolagets miljöarbete. Vidare används hemsidan och Facebook för att marknadsföra bolagets sponsorskap och e-handel. Bolagsevent och deltagande i mässor marknadsförs även via ett flertal av de sociala kanalerna. De uppdateringar som sker på kanalerna har en tydlig marknadsföring av bolaget som ett miljömedvetet bolag.

### *Rekrytering via sociala medier*

Bolaget använder hemsidan, Facebook och LinkedIn som rekryteringsverktyg genom publicering av rekryteringsannonser. Vidare framkommer i intervju att inhyrda rekryteringsfirmor använder bolagets sociala kanaler vid rekrytering.

## **Enkätresultat i sammanfattning**

Publicerar ni information som är tillgänglig för tredje part, så kallade "Öppna data"?	Delvis
På vilket av följande sätt använder ni er av sociala medier i er kontakt med privatpersoner och/eller företag eller andra kunder? Flera svarsalternativ är möjliga.	Information, Dialog, Marknadsföring/kampanjer, Rekrytering
Har ni webblänkar till andra aktörer på er webbplats?	Ja
Ställer ni krav på öppen standard när ni upphandlar it-system?	Nej / Delvis

## Kommentarer till enkätresultat och jämförelse med Riksrevisionens enkätresultat

Bolaget publicerar årligen sin årsredovisning på hemsidan som innehåller en systematisk prisjämförelse (s.k. Nils Holgersson-undersökningen där samtliga kommuner i landet deltar) av samtliga bolagets tjänster. Den som vill kan härigenom ta reda på hur priserna i Falun relaterar till andra kommuner. Bolaget publicerar däremot inte kvalitetsdata som objektivt mäter kvaliteten i levererade tjänster på motsvarande sätt, t.ex. leveranssäkerhet, tid från felanmälan till start av felsökning och tid till avhjälp fel etc. Bolaget mäter och publicerar dock kundnöjdheten generellt.

### Bedömningar

Enligt Riksrevisionens enkätundersökning publicerar cirka hälften av landets offentliga organisationer Öppna data. Vår bedömning är att bolaget kan utvecklas inom detta område genom att komplettera tillgänglig data med kvalitetsdata för levererade tjänster. Det finns stora fördelar med att öppet och transparent presentera data digitalt som beskriver kvaliteten i levererade tjänster. Öppen publicering av sådana uppgifter ger viktig information till kunder och det är samtidigt en viktig drivkraft till förbättring av bolagets tjänster.

Som tidigare nämnt finns en strategi för hur bolaget ska arbeta med sina sociala medier vilket reflekteras i kartläggningen av de sociala kanalerna. Bolaget använder hemsidan och de sociala kanalerna i samtliga möjliga avseenden för att få kontakt med kunder. Bolaget har även en tydlig strategi för hur bolaget ska marknadsföras på de sociala kanalerna. Följaktligen bedömer vi bolagets övergripande arbete med sociala medier som ändamålsenligt. Utifrån kartläggningen av bolagets webbsida och sociala kanaler bedömer vi även att hemsidan kan göras mer användarvänlig.

## 4 Diskussion och slutsatser

Resultaten från jämförelsen med Riksrevisionens enkätundersökning indikerar att de fyra områden som redovisas i rapportens resultatdel är väl utvecklade inom bolaget. Följaktligen är vår sammanfattade bedömning att bolaget har en digitaliseringsmognad som är bättre än den genomsnittliga offentliga verksamheten i landet.

Vidare har vi i vår egen analys av enkätundersökningen iakttagit ett flertal utvecklingsområden. Framförallt finns möjlighet att stärka *systematiken* i bolagets utvecklingsarbete inom digitalisering. Detta kan uppnås genom att formulera en samlad strategi på området som preciserar på vilka grunder prioritering sker av olika initiativ. Bolaget arbetar i dagsläget med att färdigställa en digitaliseringsstrategi och införa en ny e-tjänst med tvåfaktorautentisering. Vi bedömer dessa initiativ som mycket viktiga för att öka bolagets digitaliseringsmognad. Vår bedömning är även att bolaget kan dra nytta av att genomföra en kostnads- och nyttoanalys inför beslut om nya e-tjänster. En sådan analys kan vara ett stöd i arbetet med att prioritera vilka e-tjänster som bolaget



Granskning av digitaliseringsmognaden inom Falu Energi & Vatten AB  
Lekmannarevisionsrapport  
2018-01-17

ska införa. Slutligen kan bolaget öka förändringstrycket genom att öppet publicera information som beskriver kvaliteten i bolagets tjänster.

För att öka graden av digitaliseringsmognad inom bolaget rekommenderar vi att:

- En övergripande strategi för digitalisering färdigställs.
- En kostnads- och nyttoanalys genomförs inför beslut om införande av nya e-tjänster.
- Information om kvaliteten i bolagets tjänster blir tillgänglig för tredje part genom att publiceras digitalt.

KPMG, dag som ovan

Andreas Endrédi  
Certifierad kommunal yrkesrevisor  
*Uppdragsansvarig*

Magnus Larsson  
Certifierad kommunal yrkesrevisor  
*Kundansvarig*

Detta dokument har upprättats enbart för i dokumentet angiven uppdragsgivare och är baserat på det särskilda uppdrag som är avtalat mellan KPMG AB och uppdragsgivaren. KPMG AB tar inte ansvar för om andra än uppdragsgivaren använder dokumentet och informationen i dokumentet. Informationen i dokumentet kan bara garanteras vara aktuell vid tidpunkten för publicerandet av detta dokument.  
Huruvida detta dokument ska anses vara allmän handling hos mottagaren regleras i offentlighets- och sekretesslagen samt i tryckfrihetsförordningen.

## Bilaga 1 Riksrevisionens enkätundersökning

Under 2016 granskade Riksrevisionen regeringens insatser för att främja e-förvaltningens utveckling. Syftet med granskningen var att undersöka om regeringen har använt digitaliseringens möjligheter för att effektivisera den offentliga förvaltningen. Granskningen bestod av fyra delar:

- En analys av regeringens styrning av e-förvaltningen.
- En kartläggning av nuläget i den svenska e-förvaltningen.
- Tre fallstudier av e-tjänsterna: Mina meddelanden, e-arkiv och öppna data.
- En samhällsekonomisk bedömning av de tre e-tjänsterna.

Inom ramen för granskningen genomförde Riksrevisionen en enkätundersökning hos kommuner, landsting och statliga förvaltningsmyndigheter för att kartlägga nuläget i förhållande till regeringens e-förvaltningspolitiska mål. Enkäten skickades till 536 statliga myndigheter, kommuner och landsting, varav 441 (82 procent) svarade.

Granskningen visade att de offentliga aktörerna arbetar med att förenkla medborgarnas vardag men att enkelhet och användbarhet inte är en naturlig del i utvecklingen av e-tjänster. De flesta statliga myndigheter, landsting och kommuner har e-tjänster och använder sociala medier för att kommunicera med medborgarna. Däremot är det mindre vanligt att publicera öppna data på ett sådant sätt att de är enkla att använda. I enkätsvaren uppgav endast fyra av tio offentliga aktörer att de involverar användarna direkt när de utvecklar e-tjänster vilket tyder på att en stor del av de offentliga aktörerna utvecklar e-tjänster utan att ta reda på användarnas behov.

Vidare uppgav de offentliga aktörerna i Riksrevisionens enkätundersökning att finansiering är det största hindret för att digitalisera förvaltningen. Riksrevisionen ansåg att det kan vara en förklaring till att utvecklingen går långsamt på vissa områden, framför allt när det gäller finansiering av förvaltningsgemensamma projekt. Riksrevisionen ansåg även att det är en enkel utväg att hävda en brist på resurser när det ibland kan handla om att de offentliga aktörerna inte prioriterar arbetet med e-förvaltning.

Utifrån vad som framkom i granskningen drog Riksrevisionen slutsatsen att regeringen inte har skapat de institutionella förutsättningar som krävs för att statliga myndigheter, kommuner och landsting ska kunna ta sitt ansvar och uppfylla målet om en enklare, öppnare och effektivare förvaltning. Vidare drog Riksrevisionen slutsatsen att det finns en hittills outnyttjad samhällsekonomisk potential i e-tjänsterna Mina meddelanden, e-arkiv och öppna data. Avseende styrningen av e-förvaltning drog Riksrevisionen slutsatsen att den har varit kortsiktig, delegerad och präglad av brist på helhetsansvar.