

# Digitalisering och innovation

Är digitala företag mer innovationsaktiva?



Sveriges officiella  
statistik

2024

# Digitalisering och innovation

## Är digitala företag mer innovationsaktiva?

Producent      SCB, Statistiska centralbyrån  
Avdelningen för ekonomisk  
statistik och analys  
Solna strandväg 86  
171 54 Solna  
010 – 479 40 00

Förfrågningar      Sofie Weibull  
010-479 41 55  
Sofie.weibull@scb.se

Det är tillåtet att kopiera och på annat sätt mångfaldiga innehållet.  
Om du citerar, var god uppge källan på följande sätt:  
Källa: SCB, Digitalisering och innovation: Är digitala företag mer  
innovationsaktiva?

ISSN: 0000-0000 (Online)  
URN:NBN:SE:SCB-2024-UF88BR2402\_pdf

Denna publikation finns enbart i elektronisk form på [www.scb.se](http://www.scb.se)  
This publication is only available in electronic form on [www.scb.se](http://www.scb.se)

# Digitalisering och innovation

## Bakgrund

Under 2022 ledde Sverige European Innovation Scoreboard. Sammanställningen baseras på flera indikatorer, bland annat andelen produkt- och processinnovativa företag från [Innovation i företagssektorn](#) och digitaliseringsindikatorer från [It-användning i företag](#). Sverige klassas som en innovationsledare som presterar över genomsnittet för samtliga EU-länder, samt över genomsnittet för övriga innovationsledande länder. Sett till indikatorerna för användning av it och digitalisering ligger Sverige i topp, långt över genomsnittet i EU. En mer ingående mätning av Sveriges prestation avseende digitalisering återfinns i Digital Intensity Index (DII<sup>1</sup>) som Eurostat tar fram varje år.

Indexet är en av nyckelindikatorerna inom ramen för EU:s policyprogram Digitala decenniet som vägleder EU:s digitala omställning med konkreta mål för 2030. Digitaliseringsindexet består av 12 indikatorer från undersökningen It-användning i företag vilka förändras mellan undersökningsomgångarna beroende på vilka frågor som inkluderas i undersökningen. Det finns därmed olika versioner av DII. Versionerna är inte jämförbara sinsemellan men inom samma version kan jämförelser göras. Gemensamt för samtliga versioner är att indikatorerna ingår i Digitala decenniet.

DII poängsätter företag baserat på 12 indikatorer, ett poäng per uppnådd indikator. Dessa poäng används sedan för att indela företag i fyra olika digitaliseringsgrader: Väldigt låg, Låg, Hög, och Väldigt hög. I denna rapport benämns företag med väldigt låg och låg digitaliseringsgrad som mindre digitaliserade, och företag med hög och väldigt hög digitaliseringsgrad som mer digitaliserade.

Denna rapport använder insamlade data från SCB undersökningarna Innovation i företagssektorn och It-användning i företag. Rapporten är en utforskande mikrodataanalys över sambandet mellan digitaliseringsgrad och innovationsaktivitet i svenska företag 2022. Resultat från rapporten är begränsade till den delpopulation som beskrivs, och kan inte generaliseras.

---

<sup>1</sup> [Glossary: Digital Intensity Index \(DII\) - Statistics Explained \(europa.eu\)](#)

## Sammanfattning av resultat

Resultaten i rapporten visar att nästan samtliga företag uppnådde en grundläggande digital nivå. Det var vanligast att företagen hade en hög grad av digitalisering och mindre vanligt med en väldigt hög grad av digitalisering. Andelen innovationsaktiva företag i respektive digitaliseringsgrad ökade med digitaliseringsnivåerna samt med storleksklass. Behovet av några eller fler innovationsaktiviteter var större desto mer digitaliserade företagen var. Behovet av innovationsaktiviteter var störst bland redan innovationsaktiva företag relativt icke-innovationsaktiva företag. Detta gällde speciellt de mer digitaliserade innovationsaktiva företagen, där en majoritet uppgav att det fanns behov. Sammantaget visar rapporten att digitalisering, bland andra, är en påverkande faktor för innovationsaktiviteten bland de aktuella företagen.

## Samanvändbarhet

Denna rapport använder insamlade data från SCB-undersökningarna Innovation i företagssektorn och It-användning i företag. För denna rapport används senaste data från Innovation i företagssektorn, 2020-2022 och för It-användning i företag används data från referensperioden 2022.

Rapporten är en utforskande mikrodataanalys över sambandet mellan digitaliseringsgrad och innovationsaktivitet i svenska företag 2022. Till följd av sammanvändning av data från två olika undersökningar blir analysen avgränsad till en gemensam delpopulation mellan undersökningarna och utan vikter. Resultat från rapporten är begränsade till den delpopulation som beskrivs och reflekterar därmed bara de inkomna svaren. Vissa resultat kan vara baserade på få observationer.



Ett innovationsaktivt företag är det som utfört utvecklingsinriktade, finansiella eller kommersiella aktiviteter med avsikten att resultera i en innovation. Detta inkluderar produktinnovation, processinnovation, egen FoU, utlagd FoU, pågående innovationsaktiviteter, avbrutna/uppskjutna innovationsaktiviteter samt avslutade innovationsaktiviteter som inte lett till introduktion av en innovation.

## Digitalisering och innovation

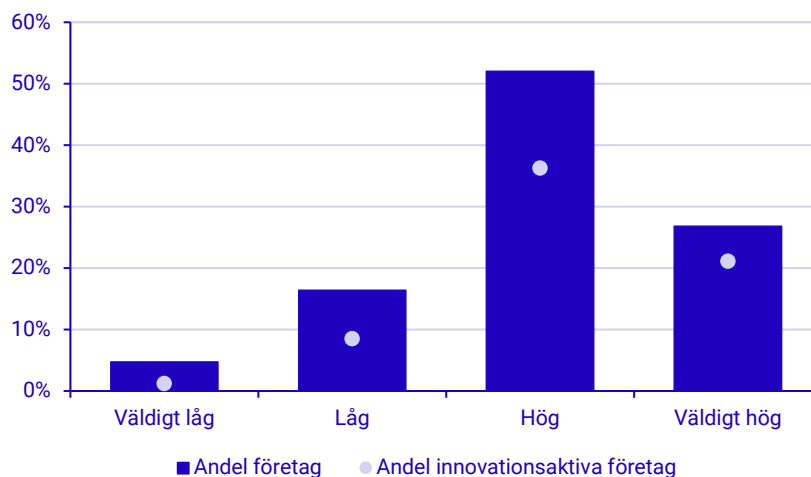
Av den delpopulation som ingår i denna rapport var det enbart 5 procent som hade väldigt låg digitaliseringsgrad och 17 procent som kategoriserades till låg digitaliseringsgrad. Det var vanligast att företag uppnådde en hög digitaliseringsgrad, där återfanns 54 procent av de svarande. 24 procent av företagen uppnådde väldigt hög digitaliseringsgrad.

I Eurostats definition av digitaliseringsindexet uppnår företag en grundläggande nivå av digital intensitet om de tillhör någon av följande digitaliseringsgrader: Låg, Hög, Väldigt hög. Detta innebär att 95 procent av de svarande företagen hade minst en grundläggande nivå av digital intensitet.

Andelen innovationsaktiva företag i respektive digitaliseringsgrad, i förhållande till totalt antal företag i populationen, ökade med digitaliseringsgrad, undantaget den högsta graden av digitalisering. Skillnaden mellan väldigt låg digitaliseringsgrad och hög

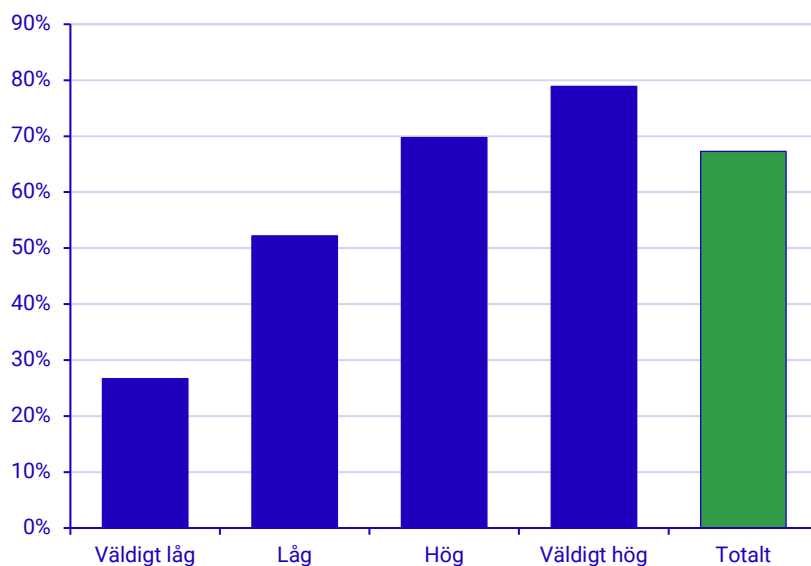
digitaliseringsgrad var 35 procentenheter. Andelen innovationsaktiva företag med väldigt hög grad av digitalisering var 21 procent.

**Figur 1. Andel företag och innovationsaktiva företag per digitaliseringsgrad, andel av totalt antal svarande 2022.**



Ställt mot antalet företag i respektive digitaliseringsgrad var den relativa andelen innovationsaktiva företag större desto mer digitaliserade företagen var. Andelen innovationsaktiva företag låg mellan 27 och 79 procent. För populationen i sin helhet var det 67 procent som bedrev innovationsaktiviteter, oberoende av digitaliseringsgrad.

**Figur 2. Andel innovationsaktiva företag per digitaliseringsgrad, andel av svarande företag i respektive digitaliseringsgrad 2022.**



## Digitaliseringsintensiteten var störst bland stora innovationsaktiva företag

Figur 2 visar att andelen innovationsaktiva företag ökade med företagets digitalisering. Av tabell 1 framgår att innovationsaktiviteten ökade med företagets digitalisering men även med storleksklass. Med undantag för de medelstora mindre digitaliserade företagen, var innovationsaktiviteten högre desto större företaget var och desto mer digitaliserat företaget var. För samtliga storleksklasser var innovationsaktiviteten större bland de mer digitaliserade företagen relativt de mindre digitaliserade företagen. För stora företag var den relativa skillnaden i innovationsaktivitet mellan mindre och mer digitaliserade 26 procentenheter. För medelstora företag var skillnaden störst, 29 procentenheter.

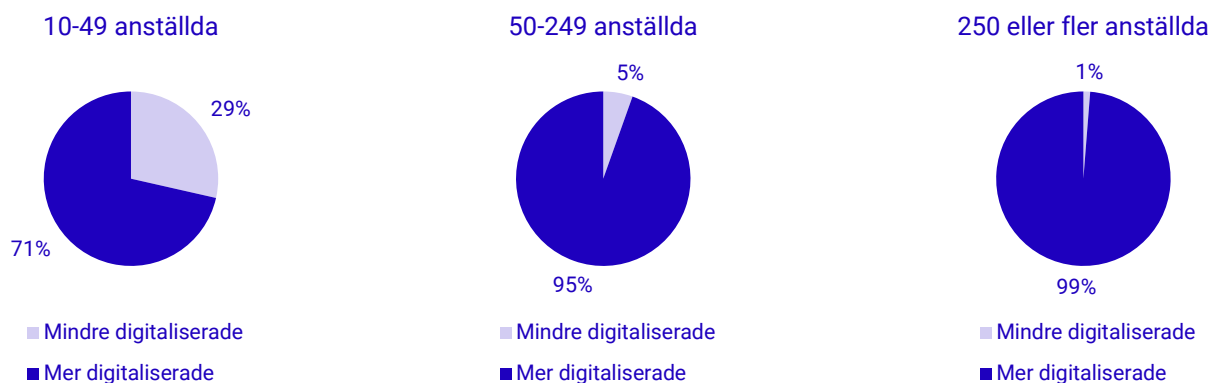
**Tabell 1. Andel innovationsaktiva företag per digitaliseringsnivå och storleksklass, andel av svarande företag i respektive storleksklass och digitaliseringsnivå 2022.**

Digitaliseringsnivå	Storleksklass		
	10-49	50-249	250+
Mindre digitaliserade	47%	43%	56%
Mer digitaliserade	68%	72%	82%

I figur 3 redovisas uppdelningen av innovationsaktiva per digitaliseringsnivå i respektive storleksklass. Ju större företaget var desto mindre andel av de innovationsaktiva företagen var mindre digitaliserade. För små företag var det 29 procent av de innovationsaktiva företagen som var mindre digitaliserade. Motsvarande siffra för medelstora företag var 5 procent, vilket är en skillnad på 24 procentenheter.

Att innovationsaktiviteten var störst bland stora företag som var mer digitaliserade beror på att företagets digitalisering, liksom innovationsaktiviteten ökar med storlek. Stora företag har ofta bredare verksamhet vilket möjliggör innovationsaktivitet och digitalisering i högre utsträckning.

Figur 3. Innovationsaktiva företag per digitaliseringsgrad och storleksklass, andel av innovationsaktiva företag i respektive storleksklass 2022.

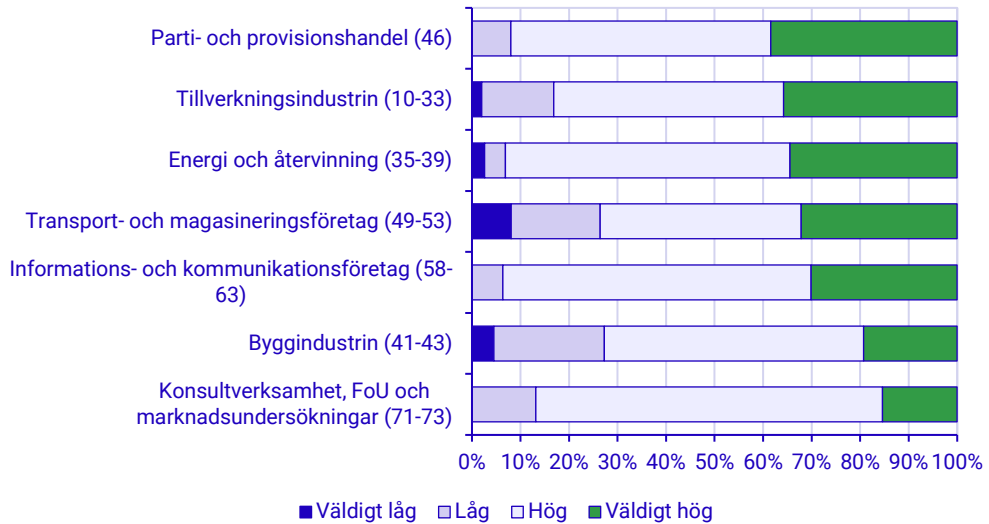


### Innovationsaktiviteten var låg bland mindre digitaliserade företag i flera branschgrupper

Innovation i företagssektorn och It-användning i företag undersöker delvis olika branscher. Sett till de branschgrupperingar som är gemensamma för undersökningarna varierar innovationsaktiviteten per de olika digitaliseringsgraderna. De mindre digitaliserade företagen utgjorde generellt sett en låg andel av de innovationsaktiva företagen, sett över samtliga branschgrupperingar. Enbart i byggindustrin (41–43) och branschen för transport- och magasineringföretag (49–53) utgjorde de mindre digitaliserade företagen 25 procent eller mer av de innovationsaktiva i branschgrupperingen. Informations- och kommunikationsföretag (58–63) hade störst relativa andel innovationsaktiva företag i de högre digitaliseringsgraderna. 93 procent av de innovationsaktiva företagen i denna branschgrupp var mer digitaliserade.

**Figur 4. Andel innovationsaktiva företag per digitaliseringsgrad, andel av antal innovationsaktiva företag i respektive näringsgrensindelning (SNI 2007) 2022.**

Branschgruppering enligt SNI2007: [SNI2007](#)



Inom parti-och provisionshandeln (46) var det störst andel av de innovationsaktiva företagen som hade väldigt hög grad av digitalisering, jämfört med övriga branschgrupperingar. Sett till storleksklassfördelningen bland de innovationsaktiva företagen i branschgruppen utgjordes 54 procent av stora och medelstora företag. I samma branschgrupp var 46 procent av de innovationsaktiva små företag, och utav dessa var det 84 procent som var mer digitaliserade. För branschgrupperingen transport- och magasineringsföretag (49–53) bestod de innovationsaktiva företagen till hälften av stora företag men tillskillnad från parti-och provisionshandeln (46) var en större andel av de små företagen mindre digitaliserade. I branschen för transport- och magasineringsföretag (49–53) var 88 procent av de små innovationsaktiva företagen i de lägre digitaliseringsgraderna. Detta kan förklara varför andelen innovationsaktiva företag med väldigt hög grad av digitalisering var förhållandevis hög jämfört med andra branschgrupperingar, samtidigt som 26 procent av de innovationsaktiva var mindre digitaliserade.

### Behovet av innovationsaktiviteter ökade med företagens digitalisering

I undersökningen Innovation i företagssektorn får företagen besvara frågan om vilken som är den främsta orsaken till att företaget inte var, överhuvudtaget eller mer, innovationsaktivt. Alternativen som ges är bristande resurser, andra anledningar än bristande resurser samt avsaknad av behov. Företag med behov av att bedriva några eller fler innovationsaktiviteter är därmed de som angett bristande resurser eller andra anledningar än bristande resurser som främsta orsak.

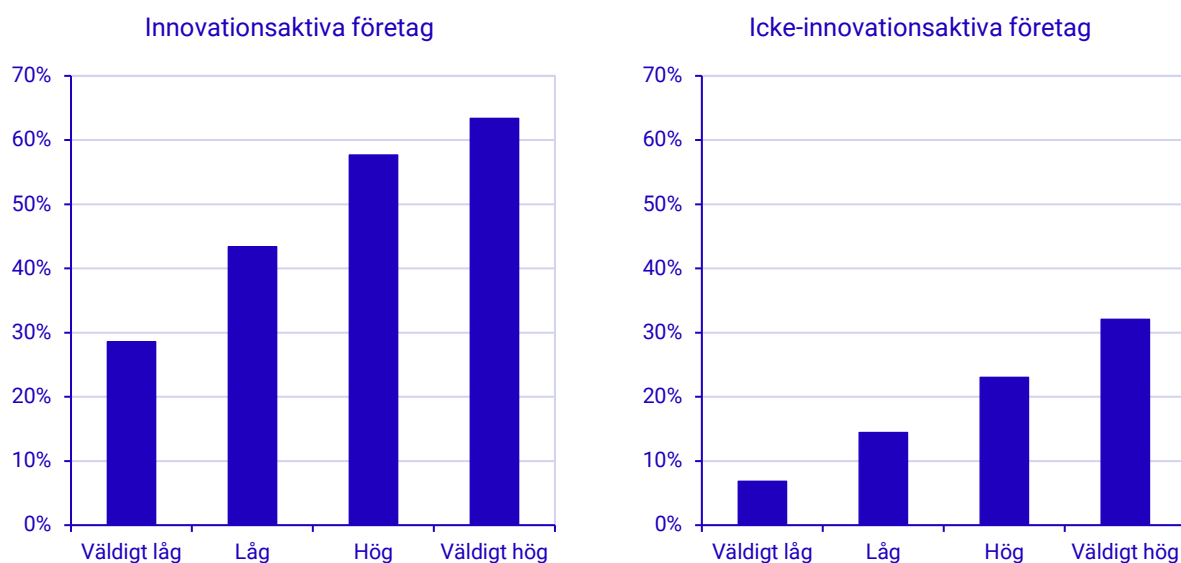
Totalt var det 57 procent av de innovationsaktiva företagen som hade behov av fler innovationsaktiviteter, oberoende av digitaliseringsgrad.



För företag utan innovationsaktiviteter var det 20 procent som hade behov av innovationsaktiviteter. Sett till både innovationsaktiva och icke-innovationsaktiva företag ökade andelen företag med behov för innovationsaktiviteter med digitaliseringsgrad.

Behovet av fler innovationsaktiviteter hos redan innovationsaktiva företag var relativt större än behovet av innovationsaktiviteter hos icke-innovationsaktiva. Däremot var det enbart för de mer digitaliserade innovationsaktiva företagen som behovet av innovationsaktiviteter översteg andelen som inte hade behov av innovationsaktiviteter. För dessa var det en majoritet av företagen som hade behov av fler innovationsaktiviteter. Den relativa skillnaden i andelen innovationsaktiva utan behov av fler innovationsaktiviteter mellan mer och mindre digitaliserade företag var större än motsvarande skillnad för icke-innovationsaktiva företag. Det beror på att andelen icke-innovationsaktiva företag utan behov av innovationsaktiviteter var högre för alla digitaliseringsgrader, relativt innovationsaktiva företag utan behov.

**Figur 5. Andel företag med behov av några/fler innovationsaktiviteter som andel av totalt antal innovationsaktiva (vänster) respektive icke-innovationsaktiva (höger) i respektive digitaliseringsgrad, 2022.**

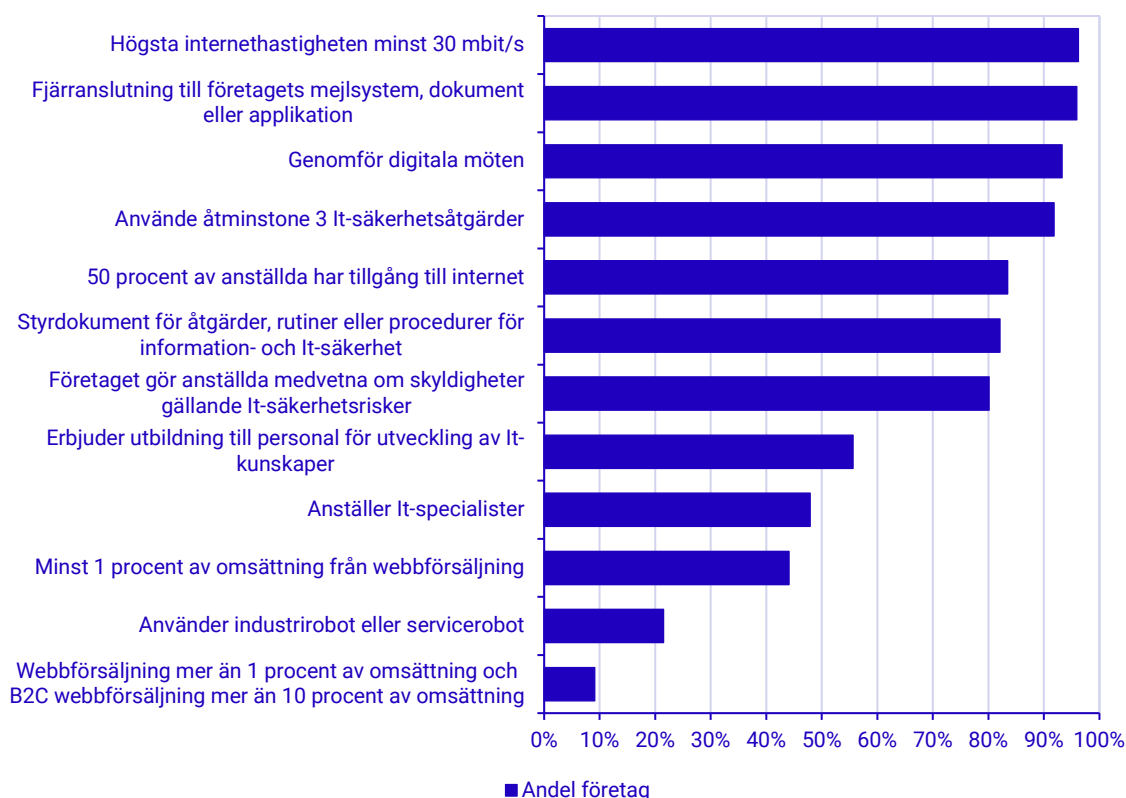


### **Innovationsintensiteten hög i samtliga digitaliseringsindikatorer**

Uppdelat per digitaliseringsindikator som ingår i indexet (figur 6) var det störst andel företag som angav att de hade internethastighet på minst 30 mbit/s, fjärranslutning till företagets system, minst 3 it-säkerhetsåtgärder och möjlighet till digitala möten. Över 90 procent av företagen hade någon av dessa komponenter. Detta kan anses tillhöra de mer grundläggande digitaliseringskomponenterna.

Det var desto lägre andel företag som använde industrirobot eller servicerobot, eller hade minst 1 procent av omsättning från webbhandel och B2C<sup>2</sup> webbförsäljning som var mer än 10 procent av företagets omsättning. Att dessa två var mindre vanligt förekommande kan bero på att de är applicerbara enbart på vissa typer av företag. Den sistnämnda indikatorn innefattar att företaget behöver ha försäljning till privatpersoner. Detta är inte tillämpligt på samtliga företag då det finns företag som enbart har försäljning till andra företag, vilket är mer vanligt förekommande i vissa branschgrupper.

Figur 6. Andel företag per digitaliseringsindikator, andel av totalt antal svarande företag 2022.



Sett till innovationsintensiteten per digitaliseringsindikator var den högst för de komponenter som minst andel företag av den totala undersökta populationen hade (figur 7). Mellan 75 och 78 procent av företagen som anställer it specialister, använder industri- eller servicerobotar eller erbjöd utbildning till personal för utveckling av it-kunskaper, var innovationsaktiva. Andelen innovationsaktiva per digitaliseringsindikator var dock hög för samtliga komponenter. Bland företag där högsta internethastigheten var minst 30 mbit/s var 68

<sup>2</sup> B2C (Business to consumer) är försäljning från företag till privata konsumenter.

procent av företagen innovationsaktiva, vilken var den lägsta relativa andelen.

**Figur 7. Andel innovationsaktiva företag per digitaliseringsindikator, andel av svarande företag per digitaliseringsindikator, 2022.**

