

Innovations- verksamhet i svenska företag 2014–2016

Innovationsverksamhet i svenska företag 2014–2016

Rapport 2018:1

Innovationsverksamhet i svenska företag 2014–2016

Community innovation survey 2014–2016

SCB, Statistiska centralbyrån

Statistics Sweden
2018

Producent	SCB, Avdelningen för ekonomisk statistik Box 24300 104 51 Stockholm, Sweden 010-479 40 00
Producer	Statistics Sweden Economic Statistics Department Box 24300 SE-104 51 Stockholm, Sweden +46 10 479 40 00
Förfrågningar Enquiries	Chatrine Lundbeck + 46 10 479 41 23 chatrine.lundbeck@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, *Innovationsverksamhet i svenska företag 2014–2016*.

It is permitted to copy and reproduce the contents in this publication.

When quoting, please state the source as follows:

Source: Statistics Sweden, *Community innovation survey 2014–2016*.

URN:NBN:SE:SCB-2018-UF88BR1801_pdf

Denna publikation finns enbart i elektronisk form på www.scb.se

This publication is only available in electronic form on www.scb.se

Förord

SCB har under 2017 undersökt innovationsverksamheten bland företag i Sverige under åren 2014–2016. Undersökningen är EU-gemensam och obligatorisk för medlemsländerna att genomföra enligt Kommissionens genomförandeförordning nr 995/2012.

I denna rapport redovisas resultaten av undersökningen. Den innefattar bland annat i vilken omfattning företagen i Sverige bedriver innovationsverksamhet, vilken typ av innovation de har introducerat och hur mycket företagen har satsat på innovationsverksamhet. Rapporten visar skillnader mellan olika branscher och storleksklasser.

SCB i februari 2018

Cecilia Hertzman

Oxana Tarassiouk

SCB tackar

Tack vare våra uppgiftslämnare – privatpersoner, företag, myndigheter och organisationer – kan SCB tillhandahålla tillförlitlig och aktuell statistik som tillgodoser samhällets informationsbehov.

Innehåll

Förord	1
Sammanfattning	6
Inledning	9
Historik	9
Branscher som undersöks	9
Disposition.....	10
1. Definitioner och redovisningsgrupper	11
Definitioner av innovation.....	11
Redovisningsgrupper i rapporten.....	13
2. Innovationsverksamhet i Sverige	14
Innovationsverksamhet jämfört över tiden, 2010 och framåt	14
Innovationsverksamhet 2012 och framåt	16
Fördjupning i innovationsverksamheten 2014-2016	18
3. Innovationssamarbete	22
Samarbete avseende produkt- och/eller processinnovationer.....	22
4. Företagens ekonomiska satsningar på innovations-verksamhet	25
Utgifter för innovationsverksamhet	25
Innovationsintensitet	27
Stöd för innovationsverksamhet.....	28
5. Innovation och avtal med offentliga organisationer	30
6. Innovation inom logistik	32
7. Internationella jämförelser	35
Innovationsstatistiken EU-reglerad	35
Andel företag med innovationsverksamhet.....	35
Fakta om statistiken	37
Detta omfattar statistiken	37
Objekt och population	37
Statistiska mått.....	37
Redovisningsgrupper	37
Definitioner och förklaringar	39
Produktinnovationer	39
Processinnovationer.....	40
Organisatorisk innovation.....	40
Innovation inom marknadsföring	41
Innovativa företag.....	41

Företag med innovationsverksamhet.....	41
Forskning och utveckling (FoU)	41
Innovationsutgifter	42
Så görs statistiken.....	42
Ram och urval	42
Insamling.....	43
Bearbetning.....	43
Aktualitet.....	43
Statistikens tillförlitlighet	43
Bra att veta	45
Jämförbarhet och samstämmighet.....	45
Tillgänglighet	47
Bilaga.....	48
In English	60
Summary	60

Sammanfattning

Statistik om innovationer och innovationsverksamhet kan ha flera användningsområden. Ett syfte med att samla in innovationsdata är att bättre försöka förstå innovationer och dess påverkan på ekonomisk tillväxt. Ett annat syfte med att samla in statistik om innovationsverksamhet är att tillhandahålla indikatorer för att kunna göra jämförelser mellan och inom länder.

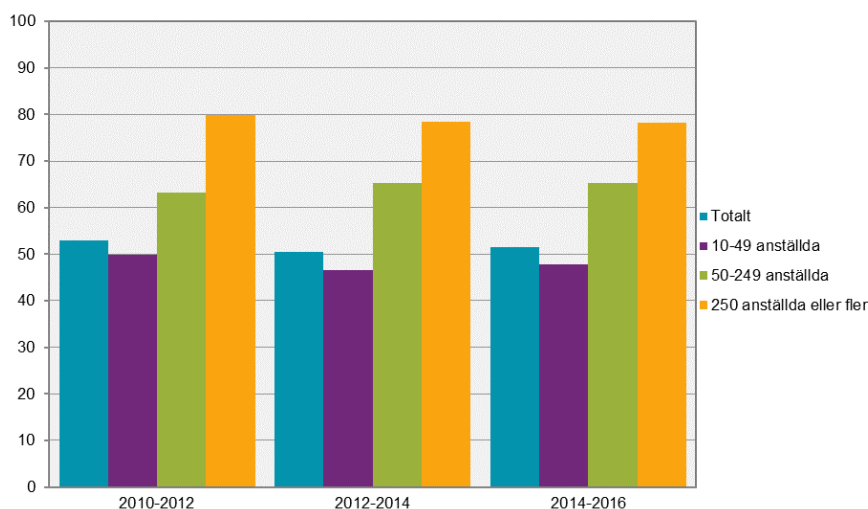
Enligt en reglering från Europeiska unionen ska alla medlemsländer vartannat år genomföra en undersökning om innovationsverksamhet bland företag. EU-regleringen styr bland annat vilka frågor som är obligatoriska, vilka branscher som ska undersökas samt att resultat från undersökningen ska levereras till EU:s statistikorgan Eurostat. Dessutom ska statistiken följa de riktlinjer och definitioner som finns beskrivna i den så kallade Oslo-manualen. Syftet med att alla medlemsländer följer dessa riktlinjer för enkät och metod är att resultaten ska vara så jämförbara som möjligt mellan medlemsländer.

Innovationsundersökningen avseende åren 2012-2014 är den senaste som det finns resultat från för alla EU-länder. Schweiz var det land i Europa där högst andel företag bedrev innovationsverksamhet, 75 procent. Därefter kom Tyskland där 67 procent av företagen bedrev innovationsverksamhet. Sverige kom på 13:e plats, med 54 procent. Bland de nordiska länderna var det endast Danmark som hade en lägre andel företag som bedrev innovationsverksamhet jämfört med Sverige, 50 procent. Norge hade en andel på 58 procent och i Finland bedrev 55 procent av företagen innovationsverksamhet.

SCB har under 2017 undersökt innovationsverksamheten bland företag i Sverige under åren 2014-2016.

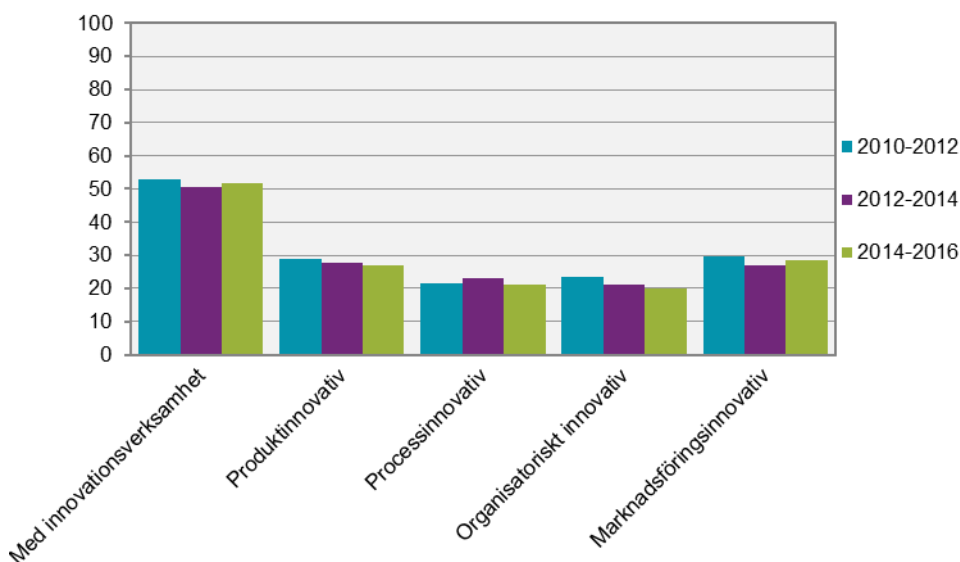
Diagrammet nedan visar utvecklingen för den population av branscher som varit med i de tre senaste innovationsundersökningarna. Andelen företag med innovationsverksamhet har varierat mellan 50 och 53 procent. 53 procent uppmättes i undersökningen avseende åren 2010-2012. I den senaste innovationsundersökningen var andelen företag med innovationsverksamhet i populationen 52 procent. Skillnaden mellan åren är inte statistiskt säkerställd.

Andel företag med innovationsverksamhet åren 2010-2012, 2012-2014 och 2014-2016, jämförbar population efter storleksklass. Procent



De innovativa företagen kan introducera fyra olika typer av innovationer, produktinnovation, processinnovation, organisatorisk innovation eller innovation inom marknadsföring. I den population av branscher som varit med i de tre senaste innovationsundersökningarna har produktinnovation och innovation inom marknadsföring varit de vanligaste typerna av innovation. Högst andel produkt-, marknadsförings- och organisatoriskt innovativa företag tycks det ha varit åren 2010-2012. Högst andel processinnovativa företag tycks det ha varit i undersökningen avseende 2012-2014.

Andel företag med innovationsverksamhet och typ av innovation åren 2010-2012, 2012-2014 och 2014-2016, jämförbar population. Procent



En produktinnovation är en vara eller tjänst som är ny eller väsentligt förbättrad. I undersökningen får företagen besvara om de introducerat någon typ av produktinnovation, alltså en varuinnovation eller tjänsteinnovation. Att ha

introducerat en varuinnovation verkar vara starkt förknippat med att sälja produkter på marknader utanför Sverige. Hälften av företagen med endast varuinnovation sålde produkter på den utomeuropeiska marknaden. Företag utan produktinnovation verkade mest på den lokala och regionala marknaden. Endast 16 procent av dessa företag sålde sina varor och tjänster utanför Europa.

Offentlig upphandling kan vara en drivkraft för innovation. Det finns en rad initiativ för att offentliga organisationer i Sverige ska främja innovationer när de planerar och genomför inköp. I innovationsundersökningen finns det en fråga som handlar om företaget levererat varor eller tjänster till offentliga organisationer och om företaget haft innovationsverksamhet kopplat till detta.

Innovationsundersökningen kan ge svar på frågan om i vilken utsträckning som svenska offentliga organisationer fungerar som drivkraft för innovation från efterfrågesidan idag. Av företagen i Sverige var det 29 procent som under 2014-2016 hade ett avtal om att leverera varor eller tjänster till en offentlig organisation i Sverige. Ungefär 17 procent av företagen angav att de genomfört någon innovationsaktivitet som en del av ett avtal. 6 procent av företagen angav att det krävdes en innovation i avtalet.

I den senaste innovationsundersökningen har SCB försökt fånga förekomsten av innovationer inom logistik. Företagen har fått besvara om de under 2014-2016 har infört någon typ av innovation inom logistik. Av företag med innovationsverksamhet introducerade 43 procent en innovation inom logistik. Stora företag introducerade innovationer inom logistik i högre utsträckning än små och medelstora företag. Innovationer inom logistik var mer förekommande bland varuproducerande företag än bland tjänsteproducerande företag. Det vanligaste skälet till att införa innovation inom logistik var att förbättra företagets resultat. Det gällde i både den varuproducerande och den tjänsteproducerande sektorn.

Inledning

Statistik om innovationer och innovationsverksamhet kan ha flera användningsområden. Ett syfte med att samla in innovationsdata är att bättre försöka förstå innovationer och dess påverkan på ekonomisk tillväxt. För att göra detta krävs kunskap om både innovationsaktiviteter som har en direkt påverkan på ett företags prestation och de faktorer som påverkar ett företags förmåga att utveckla och introducera innovationer. Ett annat syfte med att samla in statistik om innovationsverksamhet är att tillhandahålla indikatorer för att kunna göra jämförelser mellan och inom länder.

Historik

Sverige har under en lång rad av år tillhört de länder i världen som avsätter mest resurser till forskning och utveckling (FoU) i förhållande till BNP. Sedan länge har OECD-länderna haft en tämligen god överblick av hur stora satsningar som görs på FoU. I Sverige började undersökningar om FoU genomföras redan på 1960-talet. Däremot har kunskapen varit begränsad om vad dessa och övriga utvecklingsatsningar mynnar ut i när det gäller produkter och produktionsprocesser.

Behovet av ökad förståelse för vilka faktorer som påverkar företagens innovationsverksamhet ledde under 1980-talet fram till viktiga genombrott i både de teorier och i det empiriska arbete som de flesta OECD-länder delvis baserat sin innovationspolitik på. Under denna tid fanns inga standardiserade internationella metoder för att mäta innovationsverksamhet. Detta ledde till att OECD i början av 1990-talet fastställde principerna för ett internationellt samordnat arbete kring hur man bäst samlar in och tolkar innovationsstatistik. Resultatet av detta arbete sammanställdes i den så kallade Oslo-manualen.¹ Principerna användes sedan av EU och dess statistikorgan Eurostat i den första gemensamma innovationsundersökningen, "Community Innovation Survey", (CIS 1), som undersökte innovationsverksamheten i industriföretag. Sverige, som då inte var medlem i EU, genomförde inte CIS 1.

I Eurostats regi har nu totalt tio innovationsundersökningar genomförts (CIS 1, CIS 2, CIS 3, CIS 4, CIS 2006, CIS 2008, CIS 2010, CIS 2012, CIS 2014, CIS 2016) varav Sverige har deltagit i nio. Både populationen och antal frågor har utökats successivt. Samtliga dessa undersökningar baserar sig på de principer som finns fastställda i Oslo-manualen.

Undersökningen genomförs vartannat år och omfattar innovationsverksamheten de närmast tre förflutna åren. Det innebär att varje undersökning överlappar tidigare undersökning med ett år.

Branscher som undersöks

I innovationsundersökningen ingår företag från vissa branscher. Statistiken täcker alltså inte hela näringslivet. Undersökningen har traditionellt sett haft en tyngdpunkt på branscher i den varuproducerande sektorn. I undersökningsomgångarna CIS 2012 och CIS 2014, har antalet branscher som

¹ Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition. OECD 2005

undersöks utökats, främst är det branscher i den tjänsteproducerande sektorn som har tillkommit. Att fler branscher undersöks beror till viss del på att innovationsstatistiken lyder under en ny EU-reglering. Sedan har även fler branscher undersökts inom ramen för ett regeringsuppdrag att förbättra innovationsstatistiken. I CIS 2016 ingick samma branscher som i CIS 2014.

I tabellen nedan visas en sammanställning av de branscher som deltagit i de tre senaste innovationsundersökningarna.

SNI 2007	Näringsgren	2010-2012	2012-2014	2014-2016
05-39	Gruvor och mineralutvinningsindustri, Tillverkningsindustri, El-, gas- och värmeverk; vatten- och reningsverk; Anläggningar för avfallshantering, återvinning och sanering	X	X	X
41-43	Byggindustri		X	X
46+H+58+61-63+K+71+72	Parti- och provisionshandel utom med motorfordon, Transport- och magasineringsföretag, Förlagsverksamhet, Telekommunikation, Dataprogrammering, datakonsultverksamhet o.d. Informationstjänster, Finans- och försäkringsverksamhet, Arkitekt- och teknisk konsultverksamhet; teknisk provning och analys, Vetenskaplig forskning och utveckling	X	X	X
45	Handel samt reparation av motorfordon och motorcyklar		X	X
47	Detaljhandel utom med motorfordon och motorcyklar	X	X	X
55-56	Hotell och restauranger		X	X
59-60	Film-, video- och TV-programverksamhet, ljudinspelningar och fonogramutgivning, Planering och sändning av program	X	X	X
69-70	Juridiska och ekonomiska konsultbyråer, konsulttjänster till företag		X	X
73	Reklam och marknadsundersökning	X	X	X
74	Andra företag inom juridik, ekonomi, vetenskap och teknik		X	X
77-82	Företag inom uthyrning, fastighetservice, resetjänster och andra stödtjänster		X	X

I innovationsundersökningen avseende 2014-2016 bestod populationen av 36 039 företag. Av dessa var det 9 297 företag som kom med i urvalet och fick besvara enkäten. Svaren samlades främst in via en webbenkät. Totalt var det 82 procent av företagen som svarade.

Disposition

Rapporten inleds med de definitioner och begrepp som används för att beskriva innovationsverksamheten, samt beskrivning av de indelningar som görs av företagen i undersökningen. I de följande kapitlen beskrivs sedan innovationsverksamheten i Sverige, innovationssamarbete, hur mycket företagen satsar på innovationsverksamhet, avtal med offentliga organisationer och innovation, innovationer inom logistik samt internationella jämförelser. Den enkät som skickades till företagen går att se som bilaga. Resultat från innovationsundersökningen finns tillgängliga i Statistikdatabasen på SCB:s hemsida. Viss data redovisas även i en separat tabellbilaga.

1. Definitioner och redovisningsgrupper

För att lättare kunna ta del av och få förståelse för resultaten i rapporten beskrivs i detta kapitel vilka definitioner som används i undersökningen. Här beskrivs också de redovisningsgrupper som resultaten presenteras efter.

Definitioner av innovation

De definitioner av innovationsverksamhet som används i denna undersökning finns fastlagda i den tredje versionen av en gemensamt framtagen metodmanual av EU och OECD, den så kallade Oslo-manualen. Innovationsstatistiken delas enligt Oslo-manualen in i fyra olika typer av innovationer: produktinnovationer, processinnovationer, organisatoriska innovationer samt innovationer inom marknadsföring. En innovation ska vara något nytt eller väsentligen förbättrat som företaget antingen är först med att introducera på marknaden, eller som introduceras inom det egna företaget för första gången.

För att räknas som en **produktinnovation** ska en produkt vara ny eller väsentligt förbättrad och ha introducerats på marknaden. Produkten ska vara ny eller väsentligt förbättrad med avseende på dess kapacitet, användarvänlighet, ingående komponenter eller delsystem.

En **processinnovation** är en ny eller väsentligt förbättrad produktionsprocess, distributionsmetod eller stödverksamhet som införts för företagets produkter.

För att räknas som en **organisatorisk innovation** ska det röra sig om en ny metod att organisera företagets affärsverksamhet, ny organisation av arbetsplatsen eller externa relationer som inte tidigare använts av företaget.

Med **innovationer inom marknadsföring** avses införandet av ett nytt marknadsföringskoncept eller en ny marknadsföringsstrategi, som skiljer sig avsevärt från företagets nuvarande metoder för marknadsföring och som inte använts tidigare.

Företag kan även ha bedrivit innovationsverksamhet avseende produkt- och/eller processinnovationer men som av någon anledning skjutits upp eller avbrutits innan produkten kunde introduceras inom den referensperiod som undersökningen avser. Andra företag hade pågående innovationsverksamhet i slutet av referensperioden.

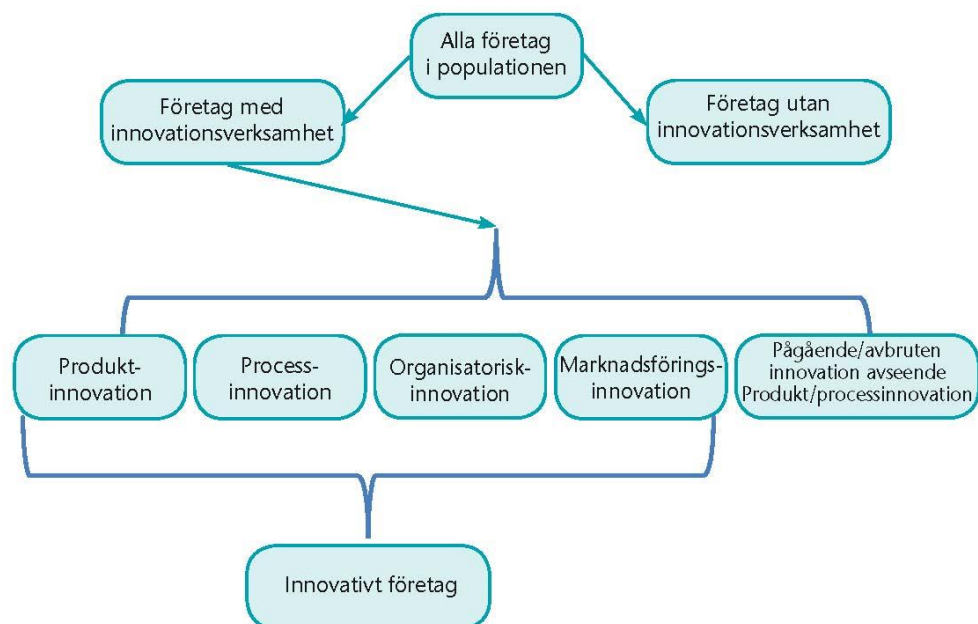
Bild 1.



Om företaget introducerat någon av de fyra olika innovationstyperna definieras företaget som **innovativt**. De företag som endast angett att de har haft innovationsverksamhet avseende produkt- och/eller processinnovationer men där innovationen av någon anledning skjutits upp eller avbrutits innan produkten kunde introduceras, eller att innovationen var pågående i slutet av referensperioden, räknas tillsammans med de innovativa företagen som **företag med innovationsverksamhet**.

Mer om definitioner av innovation finns att läsa i rapportens kapitel Fakta om statistiken.

Bild 2.



Redovisningsgrupper i rapporten

I denna rapport redovisas resultaten efter olika redovisningsgrupper. Resultaten redovisas delvis med avseende på bransch efter företagets näringsgrenstillhörighet (SNI 2007). Mer om vilka branscher som ingår i gruppen varuproducerande respektive tjänsteproducerande företag finns i kapitlet Fakta om statistiken.

Tabell 1. Redovisningsgrupper, bransch enligt SNI 2007

SNI 2007	Benämning i rapporten
05-43	Varuproducerande företag
45-47, 49-53, 55-56, 58-63, 64-66, 69-70, 71-73, 74, 77-82	Tjänsteproducerande företag

Resultaten redovisas även uppdelade på företagens storleksklass. I undersökningen ingår företag med 10 eller fler anställda. Små företag är de företag som har 10-49 anställda. Företag med 50-249 anställda räknas som medelstora företag och de företag som har 250 eller fler anställda klassificeras som stora företag.

2. Innovationsverksamhet i Sverige

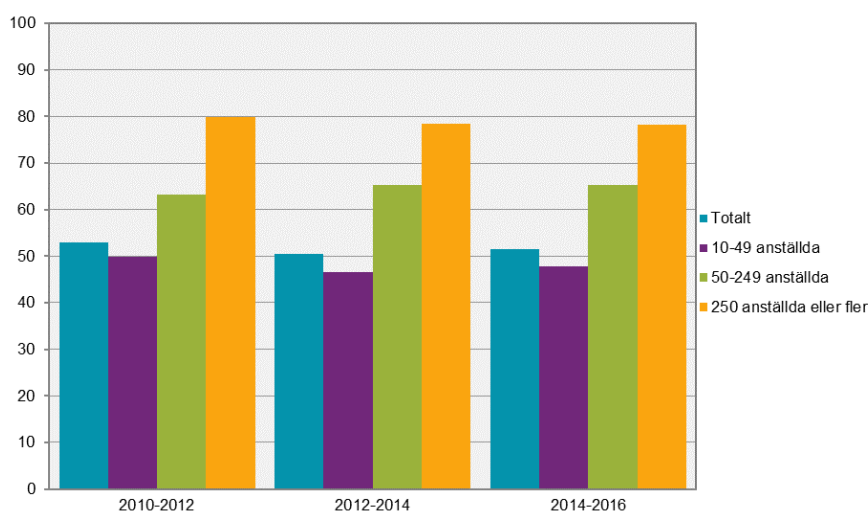
Flera av frågorna i innovationsundersökningen har sett likadana ut under många år. Det gör det möjligt att studera hur innovationsverksamheten i svenska företag har utvecklats över tid.

Vilka branscher som undersökts har dock förändrats över tid, och det måste man ta hänsyn till när jämförelser görs. Jämförelser mellan år bör göras med samma population, det vill säga att jämförelser görs med samma branscher. I de kommande avsnitten redovisas resultat från innovationsundersökningen i två olika populationer.

Innovationsverksamhet jämfört över tiden, 2010 och framåt

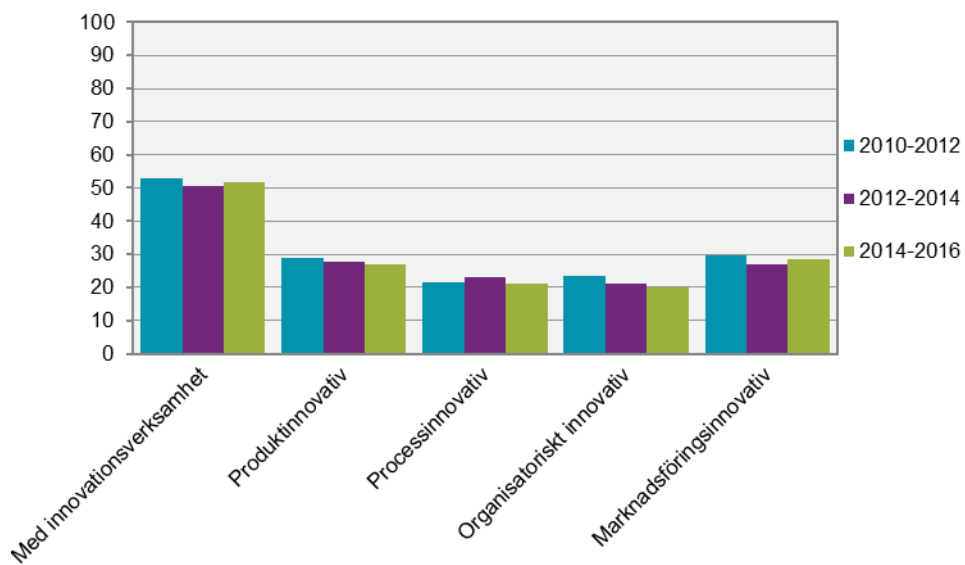
Diagrammet nedan visar utvecklingen för den population av branscher som varit med i de tre senaste innovationsundersökningarna. Andelen företag med innovationsverksamhet har varierat mellan 50 och 53 procent. 53 procent uppmättes i undersökningen avseende åren 2010-2012. I den senaste innovationsundersökningen var andelen företag med innovationsverksamhet i populationen 52 procent. Skillnaden mellan åren är inte statistiskt säkerställd.

Diagram 1. Andel företag med innovationsverksamhet åren 2010-2012, 2012-2014 och 2014-2016, jämförbar population efter storleksklass. Procent



De innovativa företagen kan introducera fyra olika typer av innovationer, produktinnovation, processinnovation, organisatorisk innovation eller innovation inom marknadsföring. I den population av branscher som varit med i de tre senaste innovationsundersökningarna har produktinnovation och innovation inom marknadsföring varit de vanligaste typerna av innovation. Högst andel produkt-, marknadsförings- och organisatoriskt innovativa företag tycks det ha varit åren 2010-2012. Det är endast processinnovation som hade ett annat toppår än 2010-2012. Högst andel processinnovativa företag tycks det ha varit i undersökningen avseende 2012-2014.

Diagram 2. Andel företag med innovationsverksamhet och typ av innovation åren 2010-2012, 2012-2014 och 2014-2016, jämförbar population. Procent

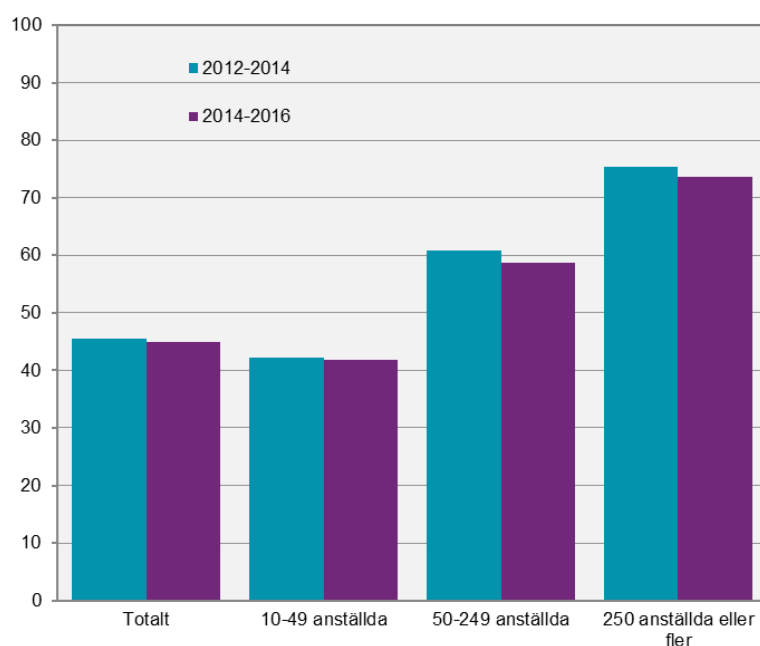


Innovationsverksamhet 2012 och framåt

I detta avsnitt redovisas resultat från de två senaste innovationsundersökningarna. Dessa avser åren 2012-2014 och 2014-2016.

Jämfört med förra innovationsundersökningen minskade andelen företag med innovationsverksamhet med 1 procentenhet, från 46 procent till 45 procent. Skillnaden är inte statistiskt säkerställd. Det tycks vara de medelstora företagen som stod för den största delen av minskningen, hos dessa företag minskade andelen med innovationsverksamhet med 2 procentenheter.

Diagram 3. Andel företag med innovationsverksamhet åren 2012–2014 och 2014–2016, efter storleksklass. Procent

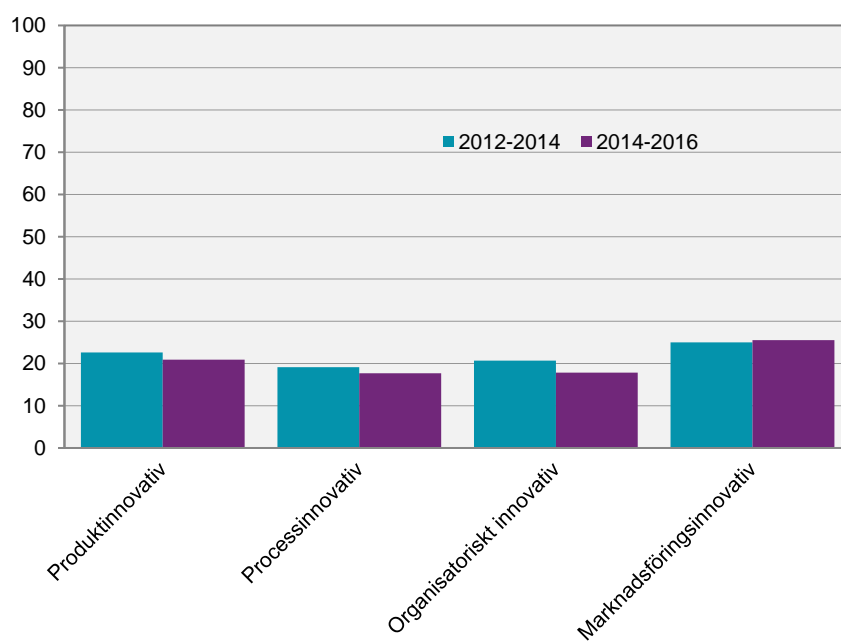


Andelen produktinnovativa företag minskade under 2014-2016 jämfört med förra innovationsundersökningen, både inom den varuproducerande sektorn och inom den tjänsteproducerande sektorn. Störst minskning i andel företag med produktinnovationer fanns bland de medelstora företagen inom varuproducerande sektorn.

Andelen företag med processinnovation minskade både bland företagen i den varuproducerande och i den tjänsteproducerande sektorn jämfört med tidigare. Totalt minskade andelen företag med processinnovationer med 2 procentenheter, varav varuproducerande sektorn minskade något mer än tjänsteproducerande sektorn. Minskningen syns speciellt bland de stora företagen.

Andelen företag med marknadsföringsinnovation ökade i alla storleksklasser under 2014-2016. I den tjänsteproducerande sektorn ökade de små företagen mest och i den varuproducerande sektorn ökade de stora företagen mest.

Andelen företag med organisatorisk innovation var något lägre 2014-2016 jämfört med tidigare. Framförallt minskade den varuproducerande sektorn med 6 procentenheter jämfört med 2012-2014.

Diagram 4. Andel företag med olika typer av innovationer åren 2012-2014 och 2014-2016. Procent

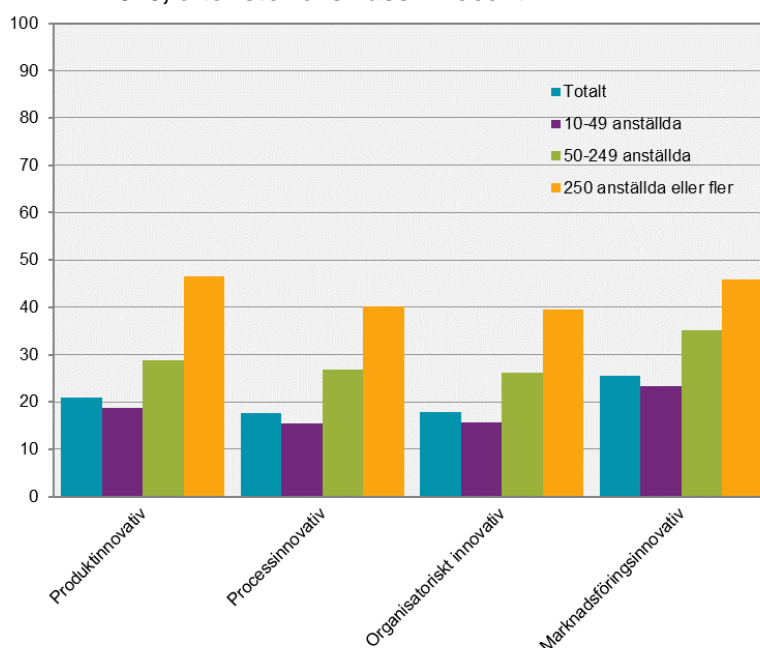
Fördjupning i innovationsverksamheten 2014-2016

I följande avsnitt redovisas endast resultaten från den senaste innovationsundersökningen. Resultaten gäller för samtliga branscher som ingick i undersökningen. Jämförelser görs mellan storleksklasser.

Olika typer av innovationer

Vilken av de fyra innovationstyperna som var vanligast skiljer sig något beroende på företagets storleksklass. Den innovationstyp som flest små och medelstora företag introducerade var marknadsföringsinnovation. Bland de stora företagen var det något fler som introducerat en produktinnovation än någon annan typ av innovation.

Diagram 5. Andel företag med olika typer av innovationer åren 2014–2016, efter storleksklass. Procent



Vanligare med innovationsverksamhet i företag som ingår i koncern

Av företagen i undersökningen var det 69 procent som ingick i en koncern under 2016.

Resultaten från undersökningen visar att företag som ingick i en koncern i större utsträckning bedrev innovationsverksamhet än företag som inte tillhörde en koncern. Av företagen inom koncern var det 50 procent som bedrev innovationsverksamhet. Det är en liknande andel som i föregående innovationsundersökning.

Bland företagen som inte ingick i en koncern var det klart vanligast att inte bedriva innovationsverksamhet. Det var endast vart tredje företag utan koncerntillhörighet som bedrev innovationsverksamhet. Bland de fåtal stora företag som inte ingick i en koncern var det 64 procent som bedrev innovationsverksamhet.

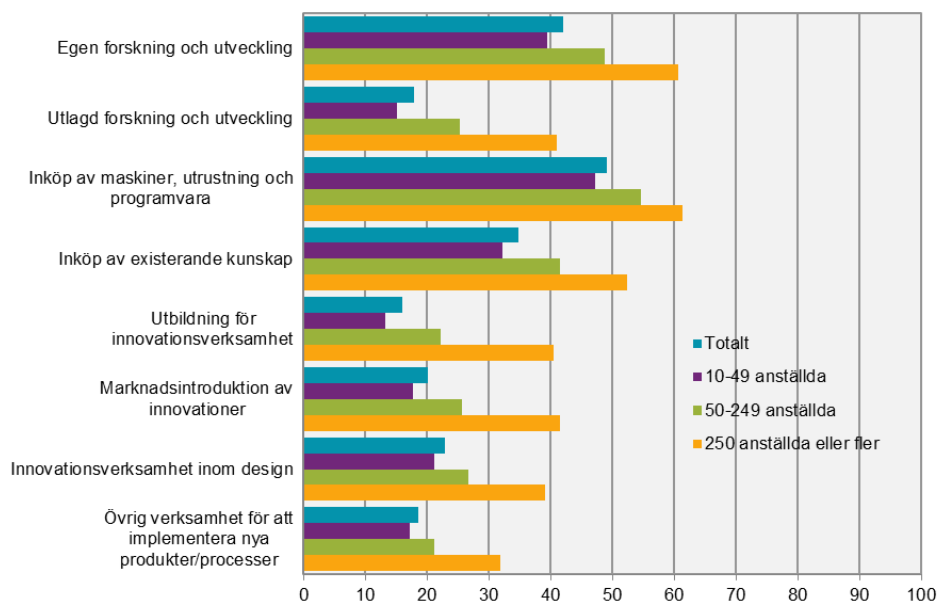
Tabell 2. Andel företag med innovationsverksamhet fördelat på koncern tillhörighet år 2016 och storleksklass åren 2014–2016. Procent

	Företag inom koncern		Företag ej inom koncern	
	Andel med innovationsverksamhet	Andel utan innovationsverksamhet	Andel med innovationsverksamhet	Andel utan innovationsverksamhet
Totalt	50	50	33	67
10–49 anställda	47	53	33	67
50–249 anställda	60	40	41	59
250 anställda eller fler	74	26	64	36

Forskning och utveckling var en vanlig innovationsaktivitet

I undersökningen svarar de företag med verksamhet inom produkt- och/eller processinnovation på vilka typer av innovationsaktiviteter som de bedrev. I enkäten fanns det åtta olika innovationsaktiviteter definierade och företagen svarade vilka av dessa som ingick i deras innovationsverksamhet. Den innovationsaktivitet som högst andel företag angav att de hade var inköp av maskiner, utrustning, byggnader och programvara för att producera nya eller väsentligt förbättrade produkter eller processer. Av företagen med innovationsverksamhet avseende produkt- och/eller processinnovation hade 49 procent sådana inköp. De stora företagen hade högst andel företag med sådana inköp, 61 procent.

Diagram 6. Andel företag med olika typer av innovationsaktiviteter åren 2014–2016 efter storleksklass. Innovationsverksamhet avseende produkt- och/eller processinnovation. Procent



De företag som svarade att de haft egen FoU fick även ange om de bedrev FoU kontinuerligt (hade fast anställd FoU-personal), eller om de endast bedrev FoU emellanåt (vid behov). Majoriteten av de företag som hade egen FoU bedrev FoU vid behov, 60 procent, resterande 40 procent bedrev FoU kontinuerligt. Det syns skillnader i resultaten beroende på företagets storlek. Bland de stora företagen

angav 61 procent att de hade fast anställd FoU-personal och bedrev FoU kontinuerligt. Resultaten bland de små företagen som bedrev FoU visar att det var 37 procent som har haft fast anställd FoU-personal. Motsvarande andel bland de medelstora företagen var 45 procent. Resultaten för de stora varuproducerande företagen utmärker sig jämfört med andra företag. Bland dessa företag var det 79 procent av de med innovationsverksamhet avseende produkt- och processinnovation som bedrev FoU. Av dessa företag var det cirka 3 av 4 som hade fast anställd FoU-personal.

Tabell 3. Andel företag med egen FoU varav företag med kontinuerlig FoU, respektive FoU emellanåt efter storleksklass, åren 2014–2016. Innovationsverksamhet avseende produkt- och/eller processinnovation. Procent

		Andel företag med egen FoU	Varav företag med kontinuerlig FoU	Varav företag med FoU emellanåt
Alla undersökta näringsgrenar	Totalt	42	40	60
	10-49 anställda	39	37	63
	50-249 anställda	49	45	55
	250 anställda eller fler	61	61	39
Varuproducerande företag	Totalt	47	41	59
	10-49 anställda	42	36	64
	50-249 anställda	56	44	56
	250 anställda eller fler	79	73	27
Tjänsteproducerande företag	Totalt	39	40	60
	10-49 anställda	38	38	62
	50-249 anställda	44	46	54
	250 anställda eller fler	61	61	39

Samband mellan produktinnovation och att sälja på marknader utanför Sverige

Från innovationsundersökningen finns information om på vilka geografiska marknader som företagen sålt varor och tjänster. När den informationen kombineras med information om företaget introducerat produktinnovation framkommer bilden att företag med produktinnovation i högre utsträckning säljer på vidare marknader än företag utan produktinnovation. I undersökningen får företagen besvara om de introducerat någon typ av produktinnovation, alltså om de introducerat varuinnovation, tjänsteinnovation eller både och.

Att ha introducerat en varuinnovation verkar vara starkt förknippat med att sälja produkter på marknader utanför Sverige. Hälften av företagen med endast varuinnovation sålde produkter på den utomeuropeiska marknaden. Företag utan produktinnovation verkade mest på den lokala och regionala marknaden. Endast 16 procent av dessa företag sålde sina varor och tjänster utanför Europa.

Tabell 4. Andel företag som sålt varor och tjänster på olika geografiska marknader åren 2014-2016. Procent

	Lokalt/regionalt	Nationellt	Europa	Övriga länder
Endast varuinnovation	93	88	73	50
Endast tjänsteinnovation	95	68	46	29
Både varu- och tjänsteinnovation	95	77	57	33
Ingen produktinnovation	96	47	29	16

Företag i tjänsteproducerande sektorn säljer generellt produkter på marknader utanför Sverige i mindre utsträckning än företag i den varuproducerande sektorn. De företag som var mest verksamma på marknader i Europa och i övriga länder var företag i den varuproducerande sektorn som endast introducerat varuinnovation. Bland dessa företag var det 81 procent som sålde produkter på den europeiska marknaden. Resultaten visar också att företag i den varuproducerande sektorn med endast tjänsteinnovation inte i så stor utsträckning sålde varor utanför Sverige. Bara lite mer än hälften av dessa företag sålde produkter utanför den lokala och regionala marknaden. I denna grupp finner vi främst företag i branschen byggindustri (SNI 41-43) och vatten- och reningsverk, anläggningar för avfallshantering, återvinning och sanering (SNI 36-39).

Tabell 5. Andel företag som sålt varor och tjänster på olika geografiska marknader åren 2014-2016 efter bransch. Procent

	Lokalt/regionalt	Nationellt	Europa	Övriga länder
Varuproducerande företag				
Endast varuinnovation	92	95	81	62
Endast tjänsteinnovation	94	56	34	22
Både varu- och tjänsteinnovation	96	79	66	50
Ingen produktinnovation	97	47	31	19
Tjänsteproducerande företag				
Endast varuinnovation	94	81	66	39
Endast tjänsteinnovation	95	71	48	30
Både varu- och tjänsteinnovation	94	76	54	27
Ingen produktinnovation	95	47	28	15

3. Innovationssamarbete

Samarbete avseende produkt- och/eller processinnovationer

Innovationssamarbete innebär aktivt deltagande i gemensamma innovationsprojekt tillsammans med andra företag eller organisationer, både i Sverige och utomlands. Alla parter i innovationssamarbetet behöver inte dra kommersiell nytta av verksamheten. Innovationsverksamhet som endast läggs ut på andra företag där det inte sker något aktivt samarbete räknas inte som innovationssamarbete.

Innovationssamarbete gör det möjligt för företag att få tillgång till kunskap och teknologi som de annars inte skulle kunna tillgodogöra sig på egen hand. I samarbete finns det stor potential till synergier då partners kan lära sig av varandra.

Innovationssamarbete kan ske längs hela försörjningskedjan och involvera bland annat kunder och leverantörer i den gemensamma utvecklingen att ta fram nya produkter, processer eller andra innovationer.

Frågan om samarbete ställs endast till de företag som angett att de bedrivit verksamhet inom produkt- och/eller processinnovation.

Fler medelstora företag har innovationssamarbete

Bland företagen med innovationsverksamhet avseende produkt- och/eller processinnovation var det 29 procent som haft innovationssamarbete under åren 2014–2016.

När resultaten från förra innovationsundersökningen jämförs med årets resultat är andelen företag som har samarbetat i sin innovationsverksamhet oförändrad totalt sett. Bland de medelstora företagen ökade andelen företag med innovationssamarbete till 37 procent. Det var en ökning med 4 procentenheter sedan förra innovationsundersökningen.

Tabell 6. Andel företag med innovationssamarbete, åren 2012–2014 och 2014–2016, Innovationsverksamhet avseende produkt- och/eller processinnovationer. Procent

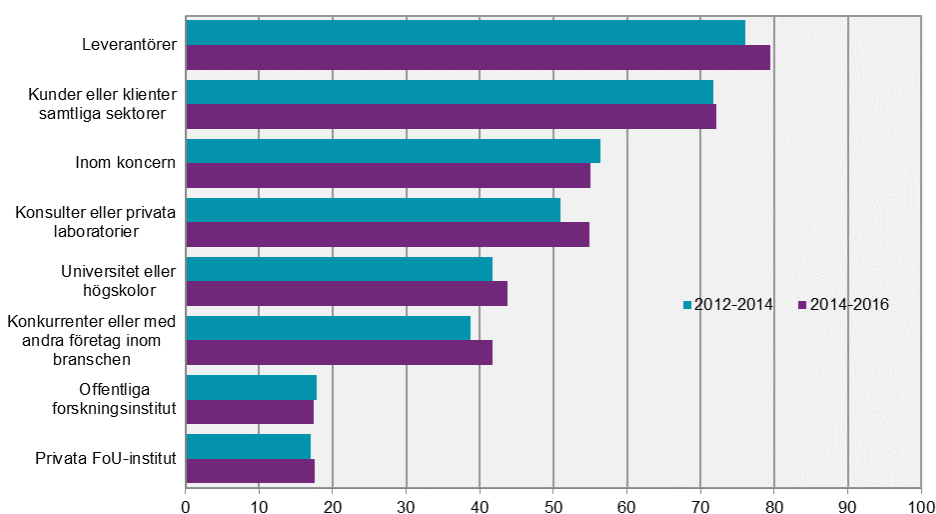
	2012-2014	2014-2016
Totalt	29	29
10-49 anställda	27	26
50-249 anställda	33	37
250 anställda eller fler	53	54

Ökat samarbete med leverantörer

Företagens vanligaste samarbetspartner var leverantörer, följt av kunder eller klienter och konkurrenter eller andra företag inom koncernen.

I alla storleksklasser var leverantörer den vanligaste samarbetspartnern. De partners som samarbetet ökat med jämfört med förra undersökningsomgången var leverantörer, konsulter eller privata laboratorier samt konkurrenter eller med andra företag inom branschen.

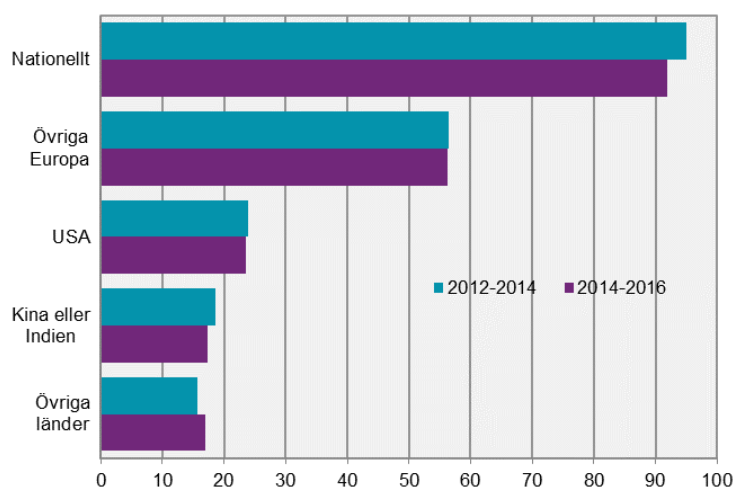
Diagram 7. Samarbetspartner i innovationsverksamheten åren 2012-2014 och 2014–2016. Andel av företag med innovationssamarbete avseende produkt- och/eller processinnovation. Procent



Flest samarbetar med en partner i Sverige

Av de företag som bedrev verksamhet inom produkt- och/eller processinnovation och samarbetade med en partner, angav 92 procent att de samarbetade med en partner lokaliserad inom Sveriges gränser. Jämfört med förra innovationsundersökningen tycks andelen företag som samarbetat med en partner utomlands minskat eller legat på samma nivå.

Diagram 8. Samarbetspartner för företag med innovationsverksamhet efter samarbetspartners lokalisering, åren 2012-2014 och 2014-2016. Andel av företag med innovationssamarbete avseende produkt- och/eller processinnovation. Procent



Flest samarbetade med leverantörer i Sverige

När information om typ av samarbetspartner och samarbetspartnerns lokalisering kombineras framgår att flest företag samarbetade med leverantörer i Sverige. 64 procent av företagen som haft innovationssamarbete har samarbetat med leverantörer i Sverige. Leverantörer var den vanligaste samarbetspartner i övriga länder i Europa, USA och Kina eller Indien. I övriga länder i världen var det,

utöver leverantörer, kunder eller klienter från den privata sektorn som flest företag samarbetade med. Den vanligaste lokaliseringen för alla typer av samarbetspartner var Sverige. Endast ett fåtal företag hade samarbete med privata eller offentliga forskningsinstitut i USA, Kina eller Indien och övriga länder i världen.

Tabell 7. Företagens samarbetspartner efter lokalisering åren 2014–2016. Andel av företag med innovationssamarbete avseende produkt- och/eller processinnovation. Procent

	Sverige	Övriga Europa	USA	Kina eller Indien	Övriga länder	Inte aktuell
Leverantörer av utrustning, material, komponenter/programvara	64	34	13	9	7	20
Kunder/klienter från privata sektorn	60	27	10	7	7	31
Andra företag inom koncernen	37	27	10	6	6	44
Konsulter, privata laboratorier	51	13	4	1	2	44
Universitet eller högskolor	42	9	3	1	1	55
Konkurrenter eller andra företag inom branschen	36	16	5	4	3	57
Kunder/klienter från offentliga sektorn	29	4	1	1	1	68
Offentliga forskningsinstitut	14	4	1	1	0	79
Privata FoU-institut	16	3	0	0	0	80

4. Företagens ekonomiska satsningar på innovationsverksamhet

I detta kapitel presenteras först företagens utgifter för innovationsverksamhet under 2016. Därefter redovisas innovationsintensiteten i företag med verksamhet i Sverige samt resultat från frågan om stöd för innovationsverksamhet.

Utgifter för innovationsverksamhet

De innovationsutgifter som företagen ombeds att uppskatta ska endast avse utgifter avseende produkt- och/eller processinnovationer. Utgiftsfrågan är en av de frågor som endast avser det senaste kalenderåret, vilket innebär 2016 i den senaste innovationsundersökningen. Anledningen till att utgifter för endast ett år efterfrågas beror på att det till exempel är enklare för företagen att redovisa än utgifter för de tre senaste åren. Frågan om innovationsutgifter ställs endast till de företag som haft verksamhet inom produkt- och/eller processinnovationer. Dessa fem poster ska ingå i innovationsutgifterna:

- egen forskning och utveckling (FoU)
- utlagd forskning och utveckling (FoU)
- inköp av maskiner, utrustning, programvara och byggnader för att producera nya eller väsentligt förbättrade produkter eller processer
- inköp av existerande kunskap
- utgifter för all övrig innovationsverksamhet såsom utbildning, marknadsintroduktion och design.

Det riskerar att bli en viss dubbelräkning av företagens innovationsutgifter i innovationsundersökningen. Detta eftersom utgifter i posterna egen och utlagd (köpt) FoU kan ha räknats med två gånger. Ett företag, företag Y, kan ange att de har köpt FoU vilket de då kan ha gjort av ett annat företag i undersökningen, företag X. Företag X anger att de har haft utgifter för egen FoU, som då kan vara finansierad av de pengar som företaget Y betalat genom sitt köp av FoU.

Företagen satsade drygt 184 miljarder kronor på innovationsverksamhet 2016

Under 2016 uppgick företagens utgifter för innovationsverksamhet till drygt 184 miljarder kronor. Varuproducerande sektorn stod för en något större del av utgifterna, 57 procent av de totala utgifterna. Det var framförallt stora företag inom varuproducerande sektorn som hade stora utgifter för innovationsverksamhet. De stora företagen inom varuproducerande sektorn hade under 2016 utgifter för innovationsverksamhet på 88 miljarder kronor.

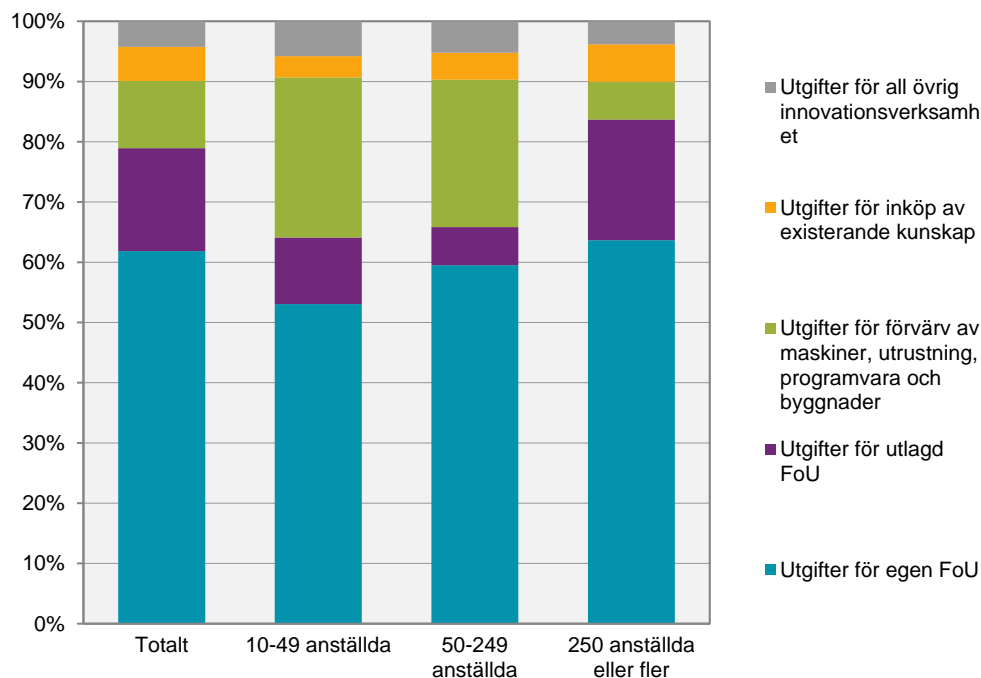
Tabell 8. Företagens innovationsutgifter efter typ av utgift, år 2016. Mnkr

Näringsgren	Storleksklass	Totala innovationsutgifter	Utgifter för egen FoU	Utgifter för utlagd FoU	Utgifter för förvärv av maskiner, utrustning, programvara och byggnader	Utgifter för inköp av existerande kunskap	Utgifter för all övrig innovationsverksamhet
Totalt	Totalt	184 007	113 825	31 417	20 537	10 421	7 806
	10-49 anställda	20 965	11 121	2 319	5 569	743	1 212
	50-249 anställda	26 139	15 553	1 658	6 392	1 168	1 368
	250 anställda eller fler	136 904	87 151	27 440	8 575	8 511	5 226
Varuproducerande företag	Totalt	104 709	68 701	10 464	13 322	7 882	4 340
	10-49 anställda	6 617	2 105	357	3 540	259	355
	50-249 anställda	10 081	4 823	598	3 836	327	497
	250 anställda eller fler	88 010	61 773	9 510	5 945	7 296	3 487
Tjänsteproducerande företag	Totalt	79 298	45 125	20 953	7 215	2 539	3 466
	10-49 anställda	14 348	9 016	1 962	2 029	484	856
	50-249 anställda	16 057	10 730	1 060	2 556	840	871
	250 anställda eller fler	48 893	25 379	17 931	2 630	1 215	1 739

Över hälften av innovationsutgifterna är utgifter för egen FoU

Det var den egna forskning- och utvecklingsverksamheten som stod för den största andelen av de totala innovationsutgifterna under 2016. Totalt i företagssektorn uppgick utgifterna för egen FoU till 62 procent av de totala innovationsutgifterna. Utgifter för utlagd FoU stod för 17 procent av utgifterna medan utgifter för förvärv av maskiner, utrustning, programvara och byggnader stod för 11 procent.

Sett till företagens storlek fanns det vissa skillnader i hur stor andel de olika utgiftsposterna stod för av de totala innovationsutgifterna. De små företagen lade 53 procent av innovationsutgifterna på egen forskning och utveckling vilket var en något mindre andel än för de medelstora och stora företagen. För de medelstora och stora företagen stod den egna forsknings- och utvecklingsverksamheten för 60 procent respektive 64 procent av de totala utgifterna. Utgifter för utlagd FoU stod för 20 procent av de stora företagens innovationsutgifter, medan bland de medelstora företagen stod utlagd FoU för 6 procent av utgifterna. De små företagen lade en större andel av utgifterna på inköp av maskiner, utrustning, programvara och byggnader än de medelstora och stora företagen. Under 2016 var andelen för denna utgiftspost 27 procent för de små företagen.

Diagram 9. Innovationsutgifter fördelade efter typ av utgift per storleksklass år 2016. Procent

Innovationsintensitet

Ett annat sätt att belysa innovationsutgifterna är att relatera dem till företagets omsättning. Med innovationsintensitet avses hur stor andel av företagets omsättning som satsas på innovationer. Som beskrivits tidigare efterfrågas inte innovationsutgifter för organisatoriska innovationer eller för innovationer inom marknadsföring.

Innovationsintensiteten högst bland stora företag i varuproducerande sektorn

Inom varuproducerande sektorn gick drygt 6 procent av företagets omsättning till innovationsverksamhet och inom tjänsteproducerande sektorn drygt 4 procent. Bland de stora företagen inom varuproducerande sektorn gick 7 procent av omsättningen till innovationsverksamhet. Motsvarande andel för medelstora företagen var 3 procent och för småföretagen var andelen 5 procent. Bland de stora företagen inom tjänsteproducerande sektorn gick 4 procent av omsättningen till innovationsverksamhet.

**Tabell 9. Innovationsutgifter (mnkr) och innovationsintensitet (procent),
efter storleksklass, år 2016**

Näringsgren	Storleksklass	Total omsättning för företag med innovationsverksamhet avseende produkt- och/eller processinnovationer	Totala innovationsutgifter	Innovationsintensitet
Totalt	Totalt	3 908 676	184 007	5%
	10-49 anställda	518 875	20 965	4%
	50-249 anställda	843 529	26 139	3%
	250 anställda eller fler	2 546 272	136 904	5%
Varuproducerande företag	Totalt	1 811 141	104 709	6%
	10-49 anställda	141 135	6 617	5%
	50-249 anställda	383 906	10 081	3%
	250 anställda eller fler	1 286 100	88 010	7%
Tjänsteproducerande företag	Totalt	2 097 535	79 298	4%
	10-49 anställda	377 740	14 348	4%
	50-249 anställda	459 623	16 057	3%
	250 anställda eller fler	1 260 172	48 893	4%

Stöd för innovationsverksamhet

Företag kan få stöd för sin innovationsverksamhet från det offentliga. Exempel på ekonomiskt stöd är offentliga bidrag och lån från ALMI, Tillväxtverket, VINNOVA samt EU-medel. I innovationsundersökningen får företagen med innovationsverksamhet avseende produkt- och/eller processinnovationer besvara frågor om de fått stöd för sin innovationsverksamhet.

23 procent av de stora företagen får stöd för sin innovationsverksamhet

Av företagen med innovationsverksamhet avseende produkt- och processinnovationer uppgav 13 procent att de hade fått ekonomiskt stöd för sin innovationsverksamhet. Bland de stora företagen uppgav 23 procent att de hade fått stöd under åren 2014–2016. 11 procent av de medelstora företagen hade fått ekonomiskt stöd och 13 procent av de små företagen.

Företag i varuproducerande sektorn angav i högre utsträckning än företag i tjänsteproducerande sektorn att de fått stöd för sin innovationsverksamhet.

Stöd från staten vanligast

Vanligast var att ha fått stöd från staten. Totalt angav 9 procent av företagen med produkt- och/eller processinnovationsverksamhet att de erhållit ekonomiskt stöd från någon statlig myndighet eller departement. De stora företagen angav i högre utsträckning att de hade fått stöd från staten än medelstora och små företag. 18 procent av de stora företagen hade fått statligt stöd jämfört med 9 procent för de medelstora och små företagen.

Stöd från Europeiska unionen

5 procent av företagen hade fått stöd från EU för sin innovationsverksamhet. Andelen företag som hade fått stöd från EU:s sjunde ramprogram för forskning och utveckling eller Horisont 2020 var 2 procent. Stöd från EU var vanligare bland de stora företagen än hos de medelstora och små företagen. 14 procent av de stora företagen hade erhållit stöd från EU och 10 procent från sjunde ramprogrammet.

Bland de stora företagen inom varuproducerande sektorn angav 15 procent att de fått stöd från EU:s sjunde ramprogram eller Horisont 2020.

Tabell 10. Andel företag med innovationsverksamhet avseende produkt- och/eller processinnovation som fått stöd för innovationsverksamhet åren 2014–2016. Procent

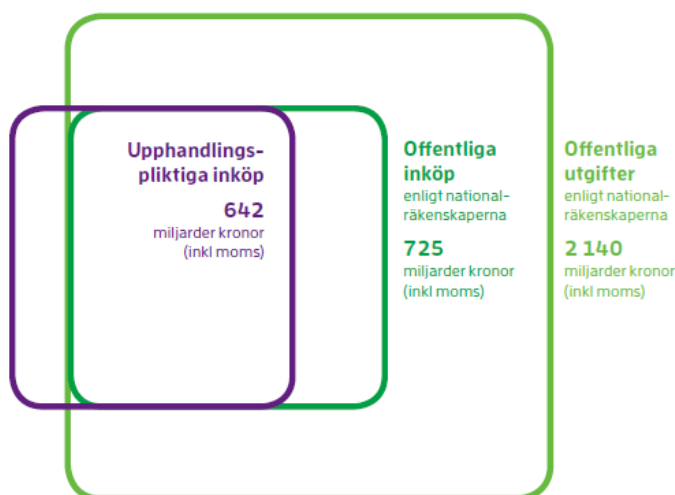
Näringsgren	Storleksklass	Med stöd för innovationsverksamhet, totalt	Stöd från kommuner, landsting, kommunal- och landstingsförbund	Stöd från staten	Stöd från Europeiska unionen	Stöd från EU:s sjunde ramprogram för forskning och utveckling, eller Horisont 2020
Alla undersökta näringsgrenar	Totalt	13	3	9	5	2
	10-49 anställda	13	3	8	4	1
	50-249 anställda	11	2	8	4	1
	250 anställda eller fler	23	4	18	14	10
Varuproducerande företag	Totalt	18	3	12	6	2
	10-49 anställda	18	4	12	5	1
	50-249 anställda	14	3	10	5	2
	250 anställda eller fler	35	4	29	20	15
Tjänsteproducerande företag	Totalt	10	3	7	4	2
	10-49 anställda	11	3	7	4	2
	50-249 anställda	9	2	7	3	1
	250 anställda eller fler	12	4	8	8	6

5. Innovation och avtal med offentliga organisationer

De inköp som görs med offentliga medel uppgår till kring 700 miljarder kronor per år. Till stor del sker inköpen via offentlig upphandling men det finns inköp med offentliga medel som inte omfattas av upphandlingsreglerna. Exempel på inköp som inte är upphandlingspliktiga är forsknings- och utvecklingstjänster, inköp av mark och hyra av lokaler. Dessutom är kontrakt under vissa tröskelvärden undantagna från upphandlingsreglerna.

Upphandlingsreglerna gäller inte enbart inköp som görs av offentliga medel. Bland annat omfattas en del privata företag som verkar inom vatten, energi, transport och posttjänster. Detta gör att upphandlingspliktiga inköp och offentliga inköp till viss del överlappar varandra.²

Bild 3.



Källa: Konkurrensverket och Upphandlingsmyndigheten, 2017.

Offentlig upphandling kan vara en drivkraft för innovation. Med tanke på värdet av den offentliga upphandlingen i Sverige skulle, om en del omvandlades till innovationsupphandling, det kunna bli ett kraftfullt innovationspolitiskt instrument. Genom att organisationer i den offentliga sektorn efterfrågar innovationer i samband med upphandling kan de fungera som innovationspolitiskt instrument som verkar från efterfrågesidan.³

I innovationsundersökningen finns det en fråga som handlar om företaget levererat varor eller tjänster till offentliga organisationer och om företaget haft innovationsverksamhet kopplat till detta. Resultaten från innovationsundersökningen ger oss ingen fingervisning om värdet på de avtal som inneburit innovationsaktiviteter. Däremot visar resultaten hur många företag som

² http://www.konkurrensverket.se/globalassets/publikationer/rapporter/rapport_2017-11.pdf

³ http://www.konkurrensverket.se/globalassets/publikationer/uppdraagsforskning/forsk_rap_2014-5.pdf

genomfört innovationsaktiviteter som en del av ett avtal med offentliga organisationer och om det i avtalet fanns krav på innovation.

Innovationsundersökningen kan ge svar på frågan om i vilken utsträckning som svenska offentliga organisationer fungerar som drivkraft för innovation från efterfrågesidan idag.

Av företagen i Sverige var det 29 procent som under 2014-2016 hade ett avtal om att leverera varor eller tjänster till en offentlig organisation i Sverige. Det var nästan lika vanligt bland varuproducerande företag som bland tjänsteproducerande företag att ha avtal med svenska offentliga organisationer, 28 respektive 29 procent. Bland de stora tjänsteproducerande företagen hade mer än hälften ett sådant avtal. Vanligast med avtal med svenska offentliga organisationer var det bland företag i branschen el-, gas- och värmeverk (SNI 35). 65 procent av dessa företag hade levererat till svenska offentliga organisationer.

De flesta av avtalen med svenska offentliga organisationer hade ingen koppling till innovationsverksamhet. Ungefär 17 procent av företagen angav att de genomfört någon innovationsaktivitet som en del av ett avtal. 6 procent av företagen angav att det krävdes en innovation i avtalet.

Tabell 11. Andel företag med avtal med svenska offentliga organisationer och innovationsaktiviteter som del av avtalet åren 2014-2016. Procent

		Avtal med svenska offentliga organisationer	Varav innovation krävdes enligt avtalet	Varav innovation krävdes inte enligt avtalet	Varav ingen innovationsaktivitet
Totalt	Totalt	29	6	11	85
	10-49 anställda	27	5	11	86
	50-249 anställda	38	7	10	85
	250 anställda eller fler	51	14	18	75
Varuproducerande företag	Totalt	28	6	8	89
	10-49 anställda	27	6	7	90
	50-249 anställda	33	5	8	88
	250 anställda eller fler	43	15	14	74
Tjänsteproducerande företag	Totalt	29	6	12	83
	10-49 anställda	27	5	12	84
	50-249 anställda	40	7	10	84
	250 anställda eller fler	56	13	19	75

I absoluta tal handlade det om lite drygt 600 företag i Sverige som under åren 2014-2016 hade ett avtal där en innovation krävdes. Av dessa hörde cirka 200 till den varuproducerande sektorn och drygt 400 till den tjänsteproducerande sektorn.

Avtal med offentliga organisationer i utlandet för att leverera varor eller tjänster var inte alls lika vanligt, 3 procent av företagen hade ett sådant avtal. Forskning- och utvecklingsinstitutioner (SNI 72) hade avtal med utländska offentliga organisationer i större utsträckning än andra, 21 procent.

6. Innovation inom logistik

Tillväxt och konkurrenskraft för företag i många branscher beror till stor del på ett högkvalitativt logistiksystem. Det kan stödja företagets affärsprocesser och leveranskedjor och kan även påverka företagets förmåga att vara innovativa och att expandera.

I innovationsundersökningen avseende 2014-2016 har en modul i enkäten handlat om innovation inom logistik. Företagen har fått besvara om de introducerat innovationer inom logistik, skäl till att införa innovationer inom logistik samt anledningar till varför företaget inte infört innovationer inom logistik. Frågorna om innovationer inom logistik har varit frivilliga för företagen att besvara.

Av företag med innovationsverksamhet introducerade 43 procent en innovation inom logistik. Stora företag introducerade innovationer inom logistik i högre utsträckning än små och medelstora företag. Innovationer inom logistik var mer förekommande bland varuproducerande företag än bland tjänsteproducerande företag.

Tabell 12. Andel företag med innovationsverksamhet som introducerat innovation inom logistik åren 2014-2016. Procent

		Innovation inom logistik
Alla undersökta näringsgrenar	Totalt	43
	10-49 anställda	41
	50-249 anställda	49
	250 anställda eller fler	54
Varuproducerande företag	Totalt	45
	10-49 anställda	43
	50-249 anställda	50
	250 anställda eller fler	57
Tjänsteproducerande företag	Totalt	42
	10-49 anställda	41
	50-249 anställda	49
	250 anställda eller fler	52

Den vanligaste innovationen inom logistik för företaget var e-upphandling, det kan till exempel vara nya former av inköp och försäljning av material och varor via internet eller andra informationssystem mellan leverantörer och företag. Därefter kommer digital styrning av leveranskedjan, som bland annat innefattar papperslösa, transparenta leveranskedjetransaktioner. Det var något vanligare med digital styrning av leveranskedjan bland de tjänsteproducerande företagen. Hos de varuproducerande företagen var det vanligast med e-upphandling.

Tabell 13. Andel företag med innovationsverksamhet som introducerat olika typer av innovation inom logistik inom företaget åren 2014-2016. Procent

		Lagerstyrnings-system	Digital styrning av leveranskedjan	E-upphandling	Unik och automatisk identifiering av produkter inom hela leveranskedjan	Omvänd logistik	Nya leverans modeller	Förbättrad sändning genom ny utformning	Annat
Alla undersökta näringsgrenar	Totalt	25	43	45	11	10	16	21	11
	10-49 anställda	23	42	46	10	10	13	19	11
	50-249 anställda	28	42	42	12	8	25	26	12
	250 anställda eller fler	39	52	52	17	15	34	36	15
Varuproducerande företag	Totalt	20	34	46	10	7	16	23	9
	10-49 anställda	14	31	48	9	6	12	18	8
	50-249 anställda	28	40	38	12	8	22	34	12
	250 anställda eller fler	43	52	54	20	17	34	43	16
Tjänsteproducerande företag	Totalt	28	47	45	11	11	17	21	12
	10-49 anställda	27	47	44	11	12	13	20	12
	50-249 anställda	29	44	45	12	8	27	20	12
	250 anställda eller fler	35	52	49	14	13	34	30	15

Det vanligaste skälet till att införa innovation inom logistik var att förbättra företagets resultat. Det gällde i både den varuproducerande sektorn och den tjänsteproducerande sektorn och i alla storleksklasser. Att reagera på gällande eller kommande föreskrifter ansåg företagen minst vara ett skäl till att införa innovation inom logistik. Endast 7 procent av företagen som infört en innovation inom logistik angav det som orsak.

Tabell 14. Skäl med stor betydelse för företaget att införa innovationer inom logistik åren 2014-2016. Procent

		Öppna upp för nya marknads-möjligheter	Förbättra företagets resultat	Möta marknads-tryck	Reagera på kostnads-tryck	Reagera på kommande eller gällande föreskrifter
Alla undersökta näringsgrenar	Totalt	22	30	21	22	7
	10-49 anställda	22	28	19	20	7
	50-249 anställda	22	34	24	25	8
	250 anställda eller fler	29	46	32	37	9
Varuproducerande företag	Totalt	16	24	14	19	6
	10-49 anställda	15	21	11	17	5
	50-249 anställda	16	29	21	21	7
	250 anställda eller fler	25	43	28	37	8
Tjänsteproducerande företag	Totalt	25	34	24	24	9
	10-49 anställda	25	32	24	22	8
	50-249 anställda	26	38	25	28	9
	250 anställda eller fler	32	49	36	37	10

De företag som angav att de inte har infört några innovationer inom logistik fick svara på vilken anledning som bäst beskrev varför de inte infört någon innovation inom logistik. Störst betydelse hade överlägset ingen tvingande orsak, 68 procent av företagen angav det alternativet. Det är ingen skillnad mellan de varuproducerande och de tjänsteproducerande företagen, de anger i lika stor utsträckning anledningen ingen tvingande orsak. Av de företag som svarar att de övervägt att införa innovation inom logistik men stött på hinder får svara på vilka hinder de stött på. Den största anledningen anger företagen vara ekonomiska hinder. Därefter kommer andra hinder samt tekniska hinder som skäl till att inte ha infört innovation inom logistik.

Tabell 15. Andel företag som anger anledningar till att företaget inte infört innovation inom logistik 2014-2016. Procent

	Ingen tvingande orsak	Lade ut logistiken på ett annat företag	Övervägde men stötte på hinder
Totalt	68	3	2
10-49 anställda	68	3	2
50-249 anställda	69	5	4
250 anställda eller fler	69	7	4

7. Internationella jämförelser

I detta kapitel redovisas resultaten från innovationsundersökningen från ett urval av länder inom EU och EFTA

Då resultat avseende år 2014–2016 ännu inte finns offentliggjorda av Eurostat, redovisas i detta kapitel resultat från undersökningen avseende år 2012–2014. Undersökningen avseende 2012-2014 genomfördes i samtliga EU-28 länder samt även i Norge, Serbien, Turkiet, Island, Makedonien och Schweiz. Resultaten i sin helhet finns på Eurostats hemsida.

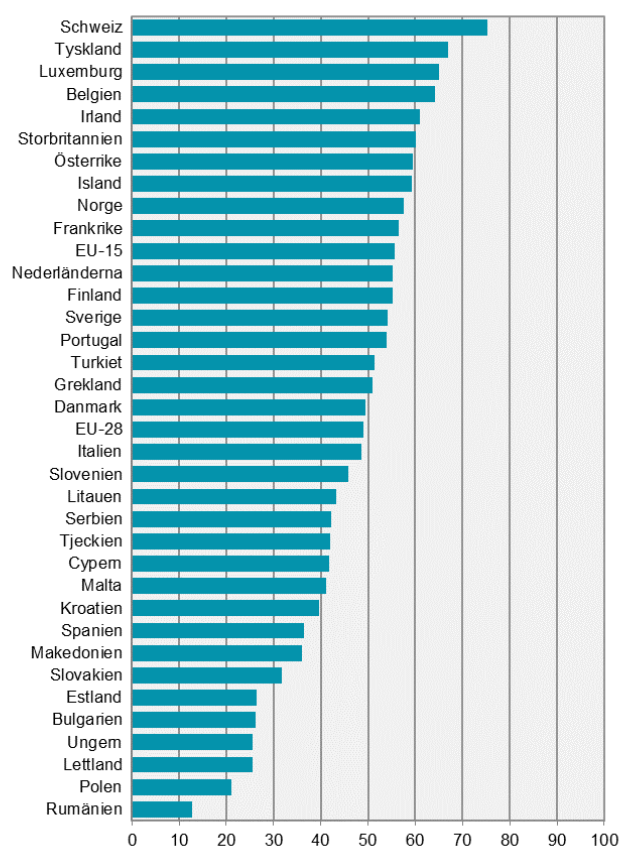
Innovationsstatistiken EU-reglerad

Innovationsstatistiken är EU-reglerad och enligt regleringen⁴ ska alla medlemsländer, inom specifika tidsintervall, leverera resultat från innovationsundersökningen till EU:s statistikorgan, Eurostat. EU-regleringen styr bland annat vilka frågor som är obligatoriska samt vilka branscher som ska undersökas. Eurostat har även valt att standardisera hur urvalsförfarandet ska göras, hur insamling av data bör ske och hur insamlad data ska bearbetas. Detta görs genom den metodmanual som Eurostat inför varje undersökningsomgång ger ut. Syftet med att alla medlemsländer följer dessa riktlinjer för enkät och metod är att resultaten ska vara så jämförbara som möjligt mellan medlemsländer. Det kan dock finnas skillnader mellan olika länder som kan påverka jämförbarheten, såsom översättningen av frågorna från Eurostats formuleringar till landets språk, och svarsbortfall. Skillnaderna bör ha mindre påverkan på jämförbarheten. Innovationsundersökningen utförs i de 28 EU-länderna, kandidatländerna och i EFTA-länderna. Därutöver genomförs liknande undersökningar världen över.

Andel företag med innovationsverksamhet

Schweiz var det land i Europa där högst andel företag bedrev innovationsverksamhet, 75 procent. Därefter kom Tyskland där 67 procent av företagen bedrev innovationsverksamhet. Sverige kom på plats 13, med 54 procent, i listan över de länder med högst andel företag som bedrev innovationsverksamhet. Bland de nordiska länderna var det endast Danmark som hade en lägre andel företag som bedrev innovationsverksamhet jämfört med Sverige, 50 procent. Norge hade en andel på 58 procent och i Finland bedrev 55 procent av företagen innovationsverksamhet.

⁴ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2012:299:0018:0030:EN:PDF>

Diagram 10. Andel företag med innovationsverksamhet åren 2012–2014 i olika länder. Procent

Källa: Eurostat

Fakta om statistiken

Detta omfattar statistiken

Objekt och population

Företagsenhet är det statistiska objekt som undersöks och som redovisas i rapporten. I de allra flesta fall är företagsenheten densamma som den juridiska enheten. I vissa fall förekommer det dock att flera juridiska enheter har en så integrerad verksamhet att de av SCB bedöms vara en företagsenhet. I resultatdelen av rapporten används ordet företag.

Rampopulationen utgörs av företagsenheter med 10 anställda eller fler med verksamhet inom de branscher som redovisas i tabellen nedan. Branschtillhörigheten klassificeras med hjälp av svensk näringsgrensindelning (SNI 2007).

Statistiska mått

De mått som redovisas i rapporten är:

- Andel företag med en viss egenskap.
- Antal företag med en viss egenskap.
- Företagens innovationsutgifter för produkt och/eller processinnovationer
- Andel av omsättning som kom från produktinnovationer

Redovisningsgrupper

Statistiken redovisas totalt samt efter företagets storleksklass och bransch. Indelningen i redovisningsgrupper med avseende på storlek sker efter antal anställda. När risk för röjande föreligger eller då antalet företag i en kategori är få presenteras inte resultatet utan det redovisas som (..).

Redovisningsgrupper, storlek

Storleksklasser
Totalt, 10 anställda eller fler
10–49 anställda
50–249 anställda
250 anställda eller fler

I rapporten används samma indelning av företagen som Eurostat använder då de redovisar tillverkningsindustrin efter teknologisk intensitet och den tjänsteproducerande sektorn efter kunskapsintensitet. Indelningen är gjord efter SNI-kod på tvåsiffernivå. De företag som tillhör varuproducerande sektorn och ingår i undersökningen men som inte räknas till tillverkningsindustrin är samlade i gruppen "övriga varuproducerande sektorn".

Indelningen innebär att företagen i varuproducerande sektorn delas in i fem grupper och företagen i tjänsteproducerande sektorn i två grupper.

	Svensk näringsgrenindelning (SNI) 2007
Högteknologiska företag	21 Tillverkning av farmaceutiska basprodukter och läkemedel 26 Tillverkning av datorer, elektronikvaror och optik
Medelhögteknologiska företag	20 Tillverkning av kemikalier och kemiska produkter 27-30 Tillverkning av elapparatur, Tillverkning av övriga maskiner, Tillverkning av motorfordon, släpfordon och påhängsvagnar och Tillverkning av andra transportmedel
Medellågteknologiska företag	19 Tillverkning av stenkolsprodukter och raffinerade petroleumprodukter 22-25 Tillverkning av gummi- och plastvaror, Tillverkning av andra icke-metalliska mineraliska produkter, Stål- och metallframställning och Tillverkning av metallvaror utom maskiner 33 Reparation och installation av maskiner och apparater
Lågteknologiska företag	10-18 Livsmedelsframställning, Framställning av drycker, Tobaksvarutillverkning, Textilvarutillverkning, Tillverkning av kläder, Tillverkning av läder, läder- och skinnvaror m.m. , Tillverkning av trä och varor av trä, kork, rotting o.d. utom möbler, Pappers- och pappersvarutillverkning och Grafisk produktion och reproduktion av inspelningar 31-32 Tillverkning av möbler och Annan tillverkning
Företag inom övriga varuproducerande sektorn	05-09 Utvinning av mineral 35 Försörjning av el, gas, värme och kyla 36-39 Vattenförsörjning; avfallsrening, avfallshantering och sanering 41-43 Byggindustri
Kunskapsintensiva företag	50-51 Sjötransport och Lufttransport 58-63 Förlagsverksamhet, Film-, video- och TV-programverksamhet, ljudinspelningar och fonogramutgivning, Planering och sändning av program, Telekommunikation, Dataprogrammering, datakonsultverksamhet o.d. och Informationstjänster 64-66 Finansiella tjänster utom försäkring och pensionsfondsverksamhet, Försäkring, återförsäkring och pensionsfondsverksamhet utom obligatorisk socialförsäkring och Stödtjänster till finansiella tjänster och försäkring 69-70 Juridiska och ekonomiska konsultbyråer, konsulttjänster till företag 71-73 Arkitekt- och teknisk konsultverksamhet; teknisk provning och analys, Vetenskaplig forskning och utveckling och Reklam och marknadsundersökning 74 Andra företag inom juridik, ekonomi, vetenskap och teknik 78 Arbetsförmedling, bemanning och andra personalrelaterade tjänster 80 Säkerhets- och bevakningsverksamhet
Lågkunskapsintensiva företag	45-47 Handel, serviceverkstäder för motorfordon och motorcyklar 49 Landtransport; transport i rörsystem 52-53 Magasinering och stödtjänster till transport och Post- och kurirverksamhet 55-56 Hotell och restauranger 77 Uthyrning och leasing 79 Resetjänster 81-82 Fastighetsservice, kontorstjänster och andra företagstjänster

I rapportens separata tabellbilaga finns fler resultat redovisade. De resultat som inte går att finna i rapportens separata tabellbilaga finns tillgängliga i Statistikdatabasen på SCB:s hemsida. www.scb.se/uf0315.

Redovisningsgrupper, bransch enligt SNI 2007

SNI 2007	Benämning i rapporten
05-43	Varuproducerande företag
05-09	Gruvor och mineralutvinningsindustri
10-33	Tillverkningsindustri
35-39	El-, gas- och värmeverk; vatten- och reningsverk; anläggningar för avfallshantering, återvinning och sanering
41-43	Byggindustri
45-47, 49-53, 55-56, 58-63, 64-66, 69-70, 71-73, 74, 77-82	Tjänsteproducerande företag
45-47	Handel; reparation av motorfordon och motorcyklar
49-53	Transport- och magasineringsföretag
55-56	Hotell och restauranger
58-63	Informations- och kommunikationsverksamhet
64-66	Kreditinstitut och försäkringsbolag m.m.
69-70	Juridiska och ekonomiska konsultbyråer; konsulttjänster till företag
71-73	Arkitekt- och teknisk konsultverksamhet; teknisk provning och analys, Vetenskaplig forskning och utveckling, Reklam och marknadsundersökning
74	Andra företag inom juridik, ekonomi, vetenskap och teknik
77-82	Företag inom uthyrning, fastighetservice, resetjänster och andra stödtjänster

Referenstider

Statistiken avser perioden 2014–2016. Den huvudsakliga referenstiden är hela perioden. För utgifter för innovationsverksamhet samt andelen av omsättningen som kom från nya produkter avser de endast 2016.

Definitioner och förklaringar

Innovationsstatistiken delas in i fyra olika typer av innovationer: produktinnovationer, processinnovationer, organisatoriska innovationer samt innovationer inom marknadsföring. För att ett företag ska definieras som innovativt ska innovationen vara något nytt eller väsentligen förbättrat som företaget antingen är först med att introducera på marknaden, eller som introduceras inom det egna företaget för första gången. Introduktionen ska ha skett under perioden 2014 till 2016.

Produktinnovationer

För att räknas som en produktinnovation ska en vara eller tjänst vara ny eller väsentligt förbättrad och ha introducerats på marknaden. Varan eller tjänsten ska vara ny eller väsentligt förbättrad med avseende på dess kapacitet, användarvänlighet, ingående komponenter eller delsystem.

- Produktinnovationer (nya eller väsentligt förbättrade) ska vara nya för företaget men behöver inte vara nya för företagets marknad.
- Produktinnovationer kan ursprungligen ha utvecklats av egna företaget eller av andra företag.

Produktinnovationer delas upp i två olika typer av innovationer:

- Nya eller väsentligt förbättrade varor (även varor som köpts in från andra företag och förändringar av endast estetisk natur)
- Nya eller väsentligt förbättrade tjänster

Processinnovationer

En processinnovation är en ny eller väsentligt förbättrad produktionsprocess, distributionsmetod eller stödverksamhet som införts för företagets varor eller tjänster.

- Processinnovationer ska vara nya för företaget men behöver inte vara nya för företagets marknad.
- Innovationen kan ursprungligen ha utvecklades av egna företaget eller av andra företag.
- Enbart förändringar i organisationen räknas inte som en processinnovation.

Processinnovationer delas upp i tre olika typer av innovationer:

- Nya eller väsentligt förbättrade produktionsmetoder (Nya eller väsentligt förbättrade metoder för tillverkning eller produktion av varor eller tjänster)
- Nya eller väsentligt förbättrade leveransmetoder (Nya eller väsentligt förbättrade logistik-, leverans-, eller distributionsmetoder för företagets varor, tjänster eller insatsvaror)
- Nya eller väsentligt förbättrad stödverksamhet för företagets processer (T.ex. nya eller väsentligt förbättrade underhållssystem eller hantering av inköp, redovisning eller datorteknik)

Organisatorisk innovation

För att räknas som en organisatorisk innovation ska det röra sig om en ny metod att organisera företagets affärsverksamhet (inkl. kunskapshantering), ny organisation av arbetsplatsen eller externa relationer som inte tidigare använts av egna företaget.

- Den organisatoriska innovationen måste vara resultatet av strategiska beslut av företagsledningen.
- Sammanslagningar eller förvärv räknas inte som en organisatorisk innovation.

Organisatoriska innovationer delas upp i tre olika typer av innovationer:

- Nya affärsmetoder för att organisera förfaranden (T.ex. försörjningskedjan, omstrukturering av företaget, kunskapshantering, "lean production", system för kvalitetssäkring)
- Nya metoder för att organisera ansvar och beslutsfattande (T.ex. användandet för första gången av ett nytt system för anställdas ansvar, lagarbete, decentralisering, integration eller särskiljande av avdelningar, utbildnings- eller fortbildningssystem)
- Nya metoder för att organisera externa relationer med andra företag eller offentliga institutioner (T.ex. användandet för första gången av allianser, partnerskap, outsourcing eller underleverantörer)

Innovation inom marknadsföring

Med innovationer inom marknadsföring avses införandet av ett nytt marknadsföringskoncept eller en ny marknadsföringsstrategi, som skiljer sig avsevärt från egna företagets nuvarande metoder för marknadsföring och som inte använts tidigare.

- En innovation inom marknadsföring kräver betydande förändringar i produkters utformning eller paketering, produktplacering samt marknadsföring eller prissättning av produkter.
- Rutinmässiga förändringar i marknadsföringsmetoder räknas inte in.

Innovationer inom marknadsföring kan delas upp i fyra olika typer av innovationer:

- Väsentliga förändringar i den estetiska utformningen eller paketeringen av en vara eller tjänst
- Nya medier eller metoder för marknadsföring av produkter (T.ex. användningen för första gången av ett nytt reklammedium, en ny utformning av varumärkesimage, införandet av lojalitetskort)
- Nya metoder för produktplacering eller försäljningskanaler (T.ex. användningen för första gången av franchising eller distributionslicenser, direktförsäljning, ensamrätt att bedriva detaljhandel, nya koncept för produktpresentation)
- Nya metoder för prissättning av varor eller tjänster (T.ex. användningen för första gången av rörlig prissättning beroende på efterfrågan, rabattsystem)

Innovativa företag

Ett innovativt företag definieras i denna rapport som ett företag som har introducerat någon av de fyra olika innovationerna, produktinnovation, processinnovation, organisatorisk innovation eller innovation inom marknadsföring under perioden 2014–2016.

Företag med innovationsverksamhet

Ett företag som bedriver innovationsverksamhet har antingen introducerat någon av de fyra ovan nämnda innovationerna eller så har företaget haft pågående eller avbruten/uppskjuten innovationsverksamhet avseende produkt- eller processinnovationer under perioden.

Forskning och utveckling (FoU)

Forskning: ett systematiskt arbete för att söka efter ny kunskap eller nya idéer med eller utan en bestämd tillämpning i sikte.

Utvecklingsverksamhet: ett systematiskt arbete som utnyttjar forskningsresultat, vetenskaplig kunskap eller nya idéer för att åstadkomma nya material, varor, tjänster, processer, system, metoder, eller väsentliga förbättringar av redan existerande sådana.

Egen forskning och utveckling (FoU)

Forskning och utvecklingsverksamhet utförd i Sverige av företagets egen personal eller av konsulter i FoU-projekt som letts av företaget och där företagets personal arbetat tillsammans med konsulterna. Till egen FoU räknas även FoU som gjorts på beställning av andra.

Utlagd forskning och utveckling (FoU)

Forskning och utvecklingsverksamhet som företaget givit i uppdrag till andra att utföra samt understöd för FoU.

Innovationsutgifter

I innovationsutgifter ingår utgifter för:

- egen forskning och utveckling
- utlagd forskning och utveckling
- Inköp av maskiner, utrustning, programvara och byggnader
- Inköp av existerande kunskap från andra företag eller organisationer
- All övrig innovationsverksamhet såsom utbildning, marknadsintroduktion, design och övriga innovationsaktiviteter

Frågan om innovationsutgifter ställs endast till de företag som introducerat produkt- och/eller processinnovationer samt till de som skjutit upp/avbrutit eller haft pågående innovationsverksamhet rörande produkt- eller processinnovationer. Det är viktigt att tolka dessa siffror med försiktighet. Dels har företagen svårt att uppskatta dessa siffror då de ofta inte finns lättillgängliga i företagens redovisningssystem, dels måste utgifterna för *utlagd FoU* i viss mån särskiljas från de övriga innovationsutgifterna vilket beror på följande: Ett företag, företag *y*, kan ange att de har köpt FoU vilket de då kan ha gjort av ett annat företag i undersökningen, företag *X*. Företag *X*, anger att de har utgifter för *egen FoU*, denna kan då vara finansierad av de pengar som företaget *Y* betalat, genom sitt köp av FoU. På detta sätt riskerar det att bli en dubbelräkning i statistiken.

Så görs statistiken

Ram och urval

Urvalsramen sätts med utgångspunkt från information i SCB:s företagsregister vid tillfället för urvalsdragningen. Urvalsdragningen skedde i november 2016. Urvalsramen utgörs av aktiva företagsenheter inom aktuella branscher och företagsstorlekar.

I undersökningen ingår företag med minst 10 anställda som vid urvalstillfället under referensåret har klassificerats som aktiva (inte bolag i konkurs eller vilande bolag) i SCB:s företagsregister (FDB). Alla företag med 200 eller fler anställda i de utvalda branscherna undersöks. Även alla företag i bransch 72 (Vetenskaplig forskning och utveckling) med 10 eller fler anställda ingår i urvalet. Av övriga företag ingår ett urval.

Företag med 10-249 anställda stratifieras (ordnas i grupper) efter storleksklass, bransch och region. Den regionala indelningen görs enligt NUTS2, vilken delar in Sverige i åtta regioner. NUTS (Nomenclature des Unités Territoriales Statistiques) är EU:s hierarkiska regionindelning och används bland annat för statistikredovisning. Där det var möjligt har varje stratum bestått av minst sju företag.

Urvalet för undersökningen kom att bestå av 9 297 företagsenheter.

Insamling

Undersökningen genomförs som en webbenkät, möjlighet finns även för företagen att besvara enkäten via en pappersenkät. Enkäten skickades till "VD eller motsvarande" på företaget och det är uppgiftslämnarplikt på undersökningen.

Två skriftliga påminnelser skickades. Bland de företag som inte svarat efter de skriftliga påminnelserna valdes ett antal prioriterade företag ut för telefonpåminnelser. I påminnelserna via telefon prioriterades företag i strata med låg svarsfrekvens samt företag som angett höga innovationsutgifter tidigare år.

Bearbetning

Insamlat material har granskats genom att kontrollera summeringar, rimligheter och samband mellan variabler. Efter granskningen rättas inkorrekt och saknade svar genom logiska rättningar och imputeringar (imputering är när saknade svar ersätts med medelvärden eller liknande för inkomna svar). För undersökningens kvantitativa variabler (utgifter för innovationsverksamhet och andel av omsättning efter produkters nyhetsvärde) har saknade svar ersatts med medelvärden inom bransch och storlek.

Företagens svar på frågan om de ingick i en koncern under år 2016 har jämförts och rättats upp med hjälp av SCB:s koncernregister.

Aktualitet

Undersöknings-, redovisnings- och insamlingsfrekvens är vartannat år. Framställningstiden var knappt 12 månader, räknat från referensperiodens slut, 31 december 2016. Blanketterna skickades till företagen i juni 2017. Statistiken avser referensperioden 2014-2016. Ekonomiska variabler avser endast 2016. Statistiken gjordes tillgänglig för användarna i Statistikdatabasen i december 2017.

Statistikens tillförlitlighet

Osäkerhetskällorna, som bedöms kunna påverka statistikens tillförlitlighet, är i huvudsak av två slag. Det ena är urvalsosäkerheten som beror på att endast ett urval av företag har undersökts. Den andra är den mätosäkerhet som beror på att uppgiftslämnarna inte har tillgång till exakta uppgifter eller missförstår instruktioner i enkäten.

Urval

Alla företag med 200 eller fler anställda undersöks, och därför innehåller statistikresultaten för dem ingen urvalsosäkerhet. Dessutom undersöks alla industriforskningsinstitut och alla företag i bransch 72 (Vetenskaplig forskning och utveckling) som har 10 eller fler anställda. Företag med 10-199 anställda har dragits med ett sannolikhetsurval och har särskilt anpassats för att statistiken för dem, med god noggrannhet ska belysa skillnader mellan olika företagsstorlekar, branscher och regioner. Företag med 0-9 anställda har inte undersökts och redovisas inte heller i statistiken.

Statistikresultaten och dess osäkerhetsintervall tar enbart hänsyn till urvalsosäkerheten, och hänsyn tas inte till andra osäkerhetskällor så som ramtäckning, mätning, bortfall och bearbetning. Osäkerhetsmått redovisas som konfidensintervall i rapportens separata tabellbilaga samt i de tabeller som finns redovisade på SCB:s hemsida.

Mätning

Termen innovation har både i internationella studier och i studier som SCB genomfört visat sig svårtolkad för flera företag. Oftast handlar det om att de anser att begreppet innovation känns laddat och att man som företag måste ha introducerat någonting väldigt speciellt för att kalla sig ett innovativt företag. Frågan om utgifter för innovationsutgifter upplevs av flera företag som svår. Det beror bland annat på att de uppgifter som efterfrågas inte finns enkelt att finna i deras bokföringssystem. Frågan om innovationsutgifter är den fråga som vanligtvis tar längst tid för företagen att besvara. Det är dessutom den fråga som kräver mest granskning och återkontakter för SCB.

Bortfall

Objektbortfall innebär att ett företag inte besvarat blanketten alls. Nedan redovisas oviktat objektbortfallet per näringsgren och storleksklass.

Näringsgren, SNI 2007	Oviktat objektbortfall, %
Alla undersökta näringsgrenar	17,5
05-09: gruvor och mineralutvinningsindustri	10,9
10-33: tillverkningsindustri	17,9
35: el-, gas- och värmeverk	3,5
36: vattenverk	0,0
37-39: avloppsrening, avfallshantering; återvinning, sanering, efterbehandling av jord och vatten samt annan verksamhet för föroreningsbekämpning	9,2
41-43: byggindustri	18,6
45-47: Handel; reparation av motorfordon och motorcyklar	17,8
49-53: transport- och magasineringsföretag	19,1
55-56: hotell och restauranger	26,1
58-63: informations- och kommunikationsföretag	19,1
64-66: Finans- och försäkringsverksamhet	9,7
69-70: juridiska och ekonomiska konsultbyråer; konsulttjänster till företag	16,0
71: arkitektkontor, tekniska konsultbyråer, tekniska provnings- och analys- företag	12,2
72: forsknings- och utvecklingsinstitutioner	11,1
73: reklam- och marknadsföringsbyråer; marknadsundersökningsbyråer o.d.	18,5
74: andra företag inom juridik, ekonomi, vetenskap och teknik	15,7
77-82: företag inom uthyrning, fastighetsservice, resetjänster och andra stödtjänster	21,3

Storleksklass	Oviktat objektbortfall, %
Alla undersökta näringsgrenar, 10 anställda eller fler	17,5

Små företag, 10-49 anställda	17,6
Medelstora företag, 50-249 anställda	17,2
Stora företag, 250 eller fler anställda	17,9

Bra att veta

Jämförbarhet och samstämmighet

Jämförbarhet över tid

Många variabler är jämförbara med tidigare års undersökningar. Dock ändras blanketten delvis varje gång och nya frågor tillkommer medan andra tas bort. Det förekommer även att frågeformuleringen ändras något och att resultaten därför inte är helt jämförbara.

Från och med innovationsundersökningen avseende 2010-2012 har frågan om innovationsaktiviteter och innovationsutgifter avseende produkt- och/eller processinnovationer förändrats något. *Byggnader* har tillkommit i aktiviteten och utgiftsposten *Inköp av maskiner, utrustning, programvara och byggnader*. Dessutom har frågan om innovationsutgifter fått den nya utgiftsposten *Utgifter för all övrig innovationsverksamhet såsom utbildning, marknadsintroduktion, design och övriga innovationsaktiviteter*. Det gör att frågan om innovationsutgifter inte helt är jämförbar i alla omgångar av innovationsundersökningen.

I den senaste undersökningen, som avser 2014-2016, ingår samma branscher som i den föregående undersökningen, 2012-2014.

Nedan finns ett schema där det framgår vilka branscher som ingått i de tre senaste innovationsundersökningarna.

Näringsgren, SNI 2007	Referensperiod 2010-2012	Referensperiod 2012-2014	Referensperiod 2014-2016
Varuproducerande företag			
05-09: gruvor och mineralutvinningsindustri	x	x	x
10-33: tillverkningsindustri	x	x	x
35: el-, gas- och värmeverk	x	x	x
36: vattenverk	x	x	x
37-39: avloppsrening, avfallshantering; återvinning, sanering, efterbehandling av jord och vatten samt annan verksamhet för föroreningsbekämpning	x	x	x
41-43: byggindustri		x	x
Tjänstproducerande företag			
45: handel med och serviceverkstäder för motorfordon och motorcyklar		x	x
46: parti- och provisionshandel utom med motorfordon	x	x	x

47: detaljhandel utom med motorfordon och motorcyklar	x	x	x
49-53: transport- och magasineringsföretag	x	x	x
55-56: hotell och restauranger			x
58-63: informations- och kommunikationsföretag	x	x	x
58+61-63 informations- och kommunikationsföretag exkl film, radio och TV	x	x	x
64-66: Finans- och försäkringsverksamhet	x	x	x
69-70: juridiska och ekonomiska konsultbyråer; konsulttjänster till företag		x	x
71: arkitektkontor, tekniska konsultbyråer, tekniska provnings- och analys- företag	x	x	x
72: forsknings- och utvecklingsinstitutioner	x	x	x
73: reklam- och marknadsföringsbyråer; marknadsundersökningsbyråer o.d.	x	x	x
74: andra företag inom juridik, ekonomi, vetenskap och teknik		x	x
77-82: företag inom uthyrning, fastighetsservice, resetjänster och andra stödtjänster		x	x

Jämförbarhet mellan grupper

Statistiken finns för alla EU-länder. De nationella uppgifterna går att jämföra eftersom statistiken, i varje, EU-land, framställs enligt EU-förordningen 995/2012. Även Norge och EU:s kandidatländer genomför undersökningen. Sverige och SCB har undersökt något fler branscher än de som enligt EU-regleringen ska ingå i undersökningen. Det är branscherna 41-43, 45, 47, 55-56, 69-70, 74 och 77-82.

Samvärdbarhet med annan statistik

Det går att samvärdna statistiken med statistik om forskning och utveckling inom företagssektorn. Dock avser undersökningarna olika referensperioder och undersökningen om forskning och utveckling inom företagssektorn täcker hela näringslivet medan innovationsundersökningen täcker vissa branscher.

Forskning och utveckling är en av flera innovationsaktiviteter som ett företag kan ägna sig åt. FoU kan i många fall fungera som input till en innovation, men alla innovationer är inte ett resultat av FoU.

Samstämmighet internt

Röjandekontroll har gjorts på resultaten och det medför att vissa redovisningsgrupper inte är samstämmiga. Det kan till exempel handla om att deltotaler för en bransch inte summerar till totalen för branschen eftersom några deltotaler är prickade (inte publiceras p g a risk för röjande av företag).

Tillgänglighet

Statistiken görs tillgänglig för användarna via SCB:s webbplats.

Det går att beställa speciellt framtagen statistik. Det kan t.ex. handla om andra aggregeringar efter branscher eller storleksklasser. Det förutsätter dock att resultatet inte medför att något enskilt företag går att identifiera.

Aidentifierat primärmaterial kan göras tillgängligt för forsknings- och statistikändamål om det godkänns vid en särskild prövning.

Redovisningsform och dokumentation

Statistiken presenteras i form av Statistiknyhet, i Statistikdatabasen och i utvalda tabeller och diagram på www.scb.se/uf0315.

I Kvalitetsdeklarationen beskrivs kvaliteten hos statistiken.

Framtagningen av statistiken och statistikregistret beskrivs i Statistikens framtagning (SCBDOK).

Det detaljerade innehållet i statistiken beskrivs i SCB:s mikrodatabaser (MetaPlus).

Dokumentationerna finns publicerade på SCB:s webbplats, www.scb.se/uf0315.

Upplýsingstjänster

Vid frågor kring undersökningen eller innovationsstatistik, kontakta:

Chatrine Lundbeck, chatrine.lundbeck@scb.se, 010-479 41 23

Det går även bra att kontakta någon som arbetar med FoU- eller innovationsstatistik vid SCB, via SCB:s växel 010-479 40 00 eller skriv till fou-statistik@scb.se. Det går även att vända sig till den centrala informationsservicen vid SCB på telefonnummer 010-479 50 00.

Bilaga

Här lämnade uppgifter är sekretesskyddade enligt 24 kap. 8 § offentlighets- och sekretesslagen (2009:400)
 Uppgiftskyddighet för frågorna 1–28 föreligger enligt lagen (2001:99) om den officiella statistiken. Avsnitt M (frågorna 29–31) besvaras frivilligt.
 Samråd har skett med Näringslivets Regelnämnd (NNR).

INNOVATIONSVERKSAMHET 2014–2016

+

DFO/IF

Innovationsverksamhet

Organisationsnr

UtsOmg

Period

CIS

CIS2016A

Skicka in efterfrågade uppgifter

Logga in på www.scb.se/innovationsstatistik eller skicka in blanketten i bifogat svarskuvert.

Användarid:

Lösenord:

- Uppgifterna som lämnas ska endast avse den företagsenhet vars namn och organisationsnummer angivits i adressfältet ovan.
- Samtliga belopp i blanketten ska anges i tusental kronor.

A Allmän information om företaget

1 Ingick företaget i en koncern under år 2016? En koncern består av minst två juridiska personer med samma ägare. Varje företag i koncernen kan vara verksam på olika marknader, som med nationella eller regionala dotterbolag, eller på olika produktmarknader. Huvudkontoret är också en del av en koncern.	<input type="checkbox"/> Ja →	Om Ja, var är huvudkontoret beläget?	
	<input type="checkbox"/> Nej	<input type="checkbox"/> Sverige	<input type="checkbox"/> Utomlands

Om företaget ingår i en koncern ska uppgifterna som ni lämnar i kommande frågor endast avse ert företag och inte hela koncernen. Inkludera inte andra delar av koncernen.

2 Under åren 2014–2016, genomförde företaget något av följande? <i>Markera ett kryss per rad.</i>	Ja	Nej
a) Gick ihop med eller köpte ett annat företag eller köpte delar av ett annat företag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Såld, stängde ner eller outsourcade delar av företaget	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 På vilken/vilka geografiska marknader sålde ert företag varor/tjänster under åren 2014–2016? <i>Markera ett kryss per rad.</i>	Ja	Nej
a) Lokalt/regionalt i Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Nationellt (andra regioner i Sverige)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Andra länder inom EU eller associerande länder 1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Övriga länder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 Vilket av ovanstående geografiska områden utgjorde den största marknaden för ert företag mätt i omsättning 2014–2016?	Ange bokstav (a–d)	
	<input type="text"/>	

1 Följande länder räknas in: Albanien, Belgien, Bosnien och Hercegovina, Bulgarien, Cypern, Danmark, Estland, Finland, Frankrike, Grekland, Irland, Island, Italien, Kosovo, Kroatien, Lettland, Liechtenstein, Litauen, Luxemburg, Makedonien, Malta, Montenegro, Nederländerna, Norge, Polen, Portugal, Rumänien, Schweiz, Serbien, Slovakien, Slovenien, Spanien, Storbritannien, Tjeckien, Turkiet, Tyskland, Ungern och Österrike.

+



Statistiska centralbyrån

Statistics Sweden

Enheten för industriindikatorer, FoU och IT

Postadress

Box 24300

104 51 STOCKHOLM

Telefon

Gruppnummer

010-479 41 90

E-post

innovationsstatistik@scb.se

B Produktinnovationer (varor/tjänster) åren 2014–2016

+

För att räknas som en produktinnovation ska en vara eller tjänst vara ny eller väsentligt förbättrad och ha introducerats på marknaden. Varan eller tjänsten ska vara ny eller väsentligt förbättrad med avseende på dess kapacitet, användarvänlighet, ingående komponenter eller delsystem.

– Produktinnovationer (nya eller väsentligt förbättrade) måste vara nya för ert företag men behöver inte vara nya för företagets marknad.

– Produktinnovationer kan ursprungligen ha utvecklats av ert företag eller av andra företag.

En vara är vanligen ett materiellt föremål, t.ex. en smart telefon, möbel eller paketerad programvara. Nedladdningsbar mjukvara, musik och film utgör också varor. En tjänst är vanligen immateriell, som t.ex. handel, försäkring, utbildning, flygresor, konsultverksamhet etc.

5 Introducerade ert företag under åren 2014–2016...		
a) ... nya eller väsentligt förbättrade varor (varuinnovation)?	<input type="checkbox"/> Ja	→ Om Nej, på både 5a och 5b, gå till avsnitt C
<i>Räkna inte in återförsäljning av varor som köpts in från andra företag och förändringar av endast estetisk natur.</i>	<input type="checkbox"/> Nej	
b) ... nya eller väsentligt förbättrade tjänster (tjänsteinnovation)?	<input type="checkbox"/> Ja	→ Om Nej, på både 5a och 5b, gå till avsnitt C
	<input type="checkbox"/> Nej	
6 Vem utvecklade dessa produktinnovationer (varor/tjänster)?		
<i>Markera santliga alternativ som passar.</i>	Varu- innovationer	Tjänste- innovationer
a) Ert företag på egen hand	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Ert företag tillsammans med andra företag/organisationer ²	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Ert företag genom att anpassa eller modifiera varor eller tjänster som ursprungligen utvecklats av andra företag/organisationer ²	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Andra företag/organisationer ²	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

² Inkludera självständiga företag och andra delar av er koncern (dotterbolag, syskonbolag, huvudkontor etc.). Till organisationer räknas universitet, forskningsinstitut, ideella organisationer etc.

7 Var någon av ert företags produktinnovationer (varor/tjänster) under åren 2014–2016...	
a) ... ny för företagets marknad?	<input type="checkbox"/> Ja
<i>Ert företag introducerade en ny eller väsentligt förbättrad vara eller tjänst på en eller flera av företagets marknader före konkurrenterna – varan/tjänsten kan ha varit tillgänglig på andra marknader.</i>	<input type="checkbox"/> Nej
b) ... endast ny för ert företag?	<input type="checkbox"/> Ja
<i>Ert företag introducerade en ny eller väsentligt förbättrad vara eller tjänst som redan var tillgänglig på företagets marknad via någon av konkurrenterna.</i>	<input type="checkbox"/> Nej

+

2

+

8 Ungefär hur stor andel av företagets omsättning år 2016 kom från varortjänster som var...		+		
		Skriv 0 (noll) om inget värde.		
a) ... nya för företagets marknad?	<input type="text"/>	%		
<i>Nya eller väsentligt förbättrade varortjänster introducerade på marknaden före era konkurrenter under åren 2014–2016. Varortjänsten kan ha varit tillgänglig på andra marknader.</i>				
b) ... endast nya för ert företag?	<input type="text"/>	%		
<i>Nya eller väsentligt förbättrade varortjänster introducerade under åren 2014–2016 som endast var nya för ert företag men ej på företagets marknad.</i>				
c) ... oförändrade eller marginellt förändrade?	<input type="text"/>	%		
<i>Varortjänster som var oförändrade eller endast marginellt förändrade under åren 2014–2016. Räkna med återförsäljning av varortjänster inköpta från andra företag.</i>				
Total omsättning år 2016		<input type="text"/>	%	
1,0,0				
9 Såvitt ni vet, var någon av ert företags produktinnovationer (varortjänster) under åren 2014–2016...				
<i>Markera ett kryss per rad.</i>				
		Ja	Nej	Vet inte
a) ... först i Sverige?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) ... först i Europa? ¹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) ... först i världen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Om svaret på fråga 9c är Ja,		←		
ungefär hur stor andel av företagets omsättning år 2016 kom från produktinnovationer, introducerade mellan 2014 och 2016, som var först i världen?				
	<input type="checkbox"/>	0 % till mindre än 1 %		
	<input type="checkbox"/>	1 % till mindre än 5 %		
	<input type="checkbox"/>	5 % till mindre än 10 %		
	<input type="checkbox"/>	10 % till mindre än 25 %		
	<input type="checkbox"/>	25 % eller mer		
	<input type="checkbox"/>	Vet inte		

¹ Följande länder räknas in: Albanien, Belgien, Bosnien och Hercegovina, Bulgarien, Cypern, Danmark, Estland, Finland, Frankrike, Grekland, Irland, Island, Italien, Kosovo, Kroatien, Lettland, Liechtenstein, Litauen, Luxemburg, Makedonien, Malta, Montenegro, Nederländerna, Norge, Polen, Portugal, Rumänien, Schweiz, Serbien, Slovakien, Slovenien, Spanien, Storbritannien, Tjeckien, Turkiet, Tyskland, Ungern och Österrike.

+

3

+

C Processinnovationer åren 2014–2016

+

En processinnovation är en ny eller väsentligt förbättrad produktionsprocess, distributionsmetod eller stödverksamhet som införts för företagets varor eller tjänster.

- Processinnovationer måste vara nya för företaget men behöver inte vara nya för företagets marknad.
- Innovationen kan ursprungligen ha utvecklats av ert företag eller av andra företag.
- Enbart förändringar i organisationen räknas inte som en processinnovation. Dessa behandlas i avsnitt H.

10 Introducerade ert företag under åren 2014–2016...

- a) ... nya eller väsentligt förbättrade produktionsmetoder? Ja
 Nya eller väsentligt förbättrade metoder för tillverkning eller produktion av varor eller tjänster. Nej →
- b) ... nya eller väsentligt förbättrade leveransmetoder? Ja
 Nya eller väsentligt förbättrade logistik-, leverans- eller distributionsmetoder för företagets varor, tjänster eller insatsvaror. Nej →
- c) ... ny eller väsentligt förbättrad stödverksamhet för företagets processer? Ja
 T.ex. nya eller väsentligt förbättrade underhållssystem eller hantering av inköp, redovisning eller datorteknik. Nej →

Om Nej,
på samtliga
tre delfrågor,
gå till
avsnitt D

11 Vem utvecklade dessa processinnovationer?

Markera samtliga alternativa som passar.

- Ert företag på egen hand
- Ert företag tillsammans med andra företag/organisationer ²
- Ert företag genom att anpassa eller modifiera varor eller tjänster som ursprungligen utvecklats av andra företag/organisationer ²
- Andra företag/organisationer ²

² Inkludera självständiga företag och andra delar av er koncern (dotterbolag, syskonbolag, huvudkontor etc.). Till organisationer räknas universitet, forskningsinstitut, ideella organisationer etc.

12 Under åren 2014–2016, var någon av ert företags processinnovationer ny för företagets marknad?

- Ja
- Nej
- Vet inte

D Pågående eller avbruten innovationsverksamhet avseende produkt- och processinnovationer åren 2014–2016

I innovationsverksamhet ingår förvärv av maskiner, utrustning, programvara, licenser och byggnader, konstruktions- och utvecklingsverksamhet, genomförbarhetsstudier, design, utbildning och marknadsföring när denna verksamhet utförs särskilt för att utveckla och/eller implementera en produkt- eller processinnovation. Inkludera all forskning och utveckling (FoU) som bedrivs i syfte att skapa ny kunskap eller lösa vetenskapliga eller tekniska problem.

13 Hade ert företag under åren 2014–2016 någon innovationsverksamhet som **inte** resulterade i en produkt- eller processinnovation på grund av att verksamheten...

- | | Ja | Nej |
|---|--------------------------|--------------------------|
| a) ... sköts upp eller avbröts innan de slutfördes? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) ... fortfarande pågick vid utgången av år 2016? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Om Nej på samtliga av frågorna 5, 10 och 13, gå till avsnitt H.

+

4

+

E Innovationsaktiviteter och innovationsutgifter avseende produkt- och/eller processinnovationer

+

14 Bedrev ert företag under åren 2014–2016 någon av följande typer av innovationsverksamhet?

- a) **Egen forskning och utveckling (FoU)** Ja, kontinuerligt (företaget har fast anställd FoU-personal)
Forskning och utvecklingsverksamhet utförd av ert företag i Sverige.
Forskning: ett systematiskt arbete för att söka efter ny kunskap eller nya idéer med eller utan en bestämd tillämpning i sikte.
Utvecklingsverksamhet: ett systematiskt arbete som utnyttjar forskningsresultat, vetenskaplig kunskap eller nya idéer för att åstadkomma nya material, varor, tjänster, processer, system, metoder, eller väsentliga förbättringar av redan existerande sådana. Ja, emellanåt (endast vid behov)
 Nej
- b) **Utlagd forskning och utveckling (FoU)** Ja
Forskning och utveckling utförd av andra företag (inkl. företag eller dotterbolag inom koncernen) eller av offentliga eller privata forskningsorganisationer. Verksamheten ska vara inköpt av ert företag.
Forskning: ett systematiskt arbete för att söka efter ny kunskap eller nya idéer med eller utan en bestämd tillämpning i sikte.
Utvecklingsverksamhet: ett systematiskt arbete som utnyttjar forskningsresultat, vetenskaplig kunskap eller nya idéer för att åstadkomma nya material, varor, tjänster, processer, system, metoder, eller väsentliga förbättringar av redan existerande sådana. Nej
- c) **Inköp av maskiner, utrustning, programvara och byggnader** Ja
Inköp av avancerade maskiner, utrustning, hårdvara, programvara eller byggnader för att producera nya eller väsentligt förbättrade produkter eller processer. Nej
- d) **Inköp av existerande kunskap från andra företag eller organisationer** Ja
Inköp av existerande know-how, expertis, upphovsrätt, patent eller icke-patenterade uppfinningar etc. i syfte att utveckla nya eller väsentligt förbättrade produkter eller processer. Nej
- e) **Utbildning för innovationsverksamhet** Ja
Intern eller extern utbildning för företagets personal, särskilt genomförd för utvecklingen eller introduktionen av nya eller väsentligt förbättrade produkter eller processer. Nej
- f) **Marknadsintroduktion av innovationer** Ja
Intern eller extern verksamhet inför marknadsintroduktion av ert företags nya eller väsentligt förbättrade varor eller tjänster, inkl. marknadsundersökningar och reklamkampanjer. Nej
- g) **Design** Ja
Intern eller extern verksamhet för att ändra formen, utseendet eller användbarheten hos varor eller tjänster. Nej
- h) **Övrigt** Ja
Intern eller extern annan övrig verksamhet, för att implementera nya eller väsentligt förbättrade produkter eller processer, t.ex. genomförbarhetsstudier, testning, anskaffning av utrustning, industriteknisk tillämpning etc. Nej

+

5

+

Utgifter avseende produkt- och/eller processinnovationer år 2016

+

Beloppen anges i tusental kronor. Exempel: 2 000 000 skrivs 2000, 700 000 skrivs 700.

15 Ungefär hur stora var utgifterna 2016 för...

a) ... egen forskning och utveckling (FoU)? Verksamheten ska ha utförts i Sverige av företagets egen personal eller av konsulter i FoU-projekt som letts av företaget och där företagets personal arbetat tillsammans med konsulterna. Till egen FoU räknas även FoU som gjorts på beställning av andra **3**.....

Inkludera följande typer av utgifter för egen FoU:
 Driftskostnader **4** Investeringar **7**
 – Arbetskraftskostnader **4** – Byggnader, mark och fastigheter
 – Konsultarvoden **5** – Maskiner och inventarier
 – Övriga driftskostnader **6** – Programvara/mjukvara

Skriv 0 om företaget inte hade några utgifter under år **2016**.

Belopp i tusental kronor

_____ 000 kr

b) ... utlagd forskning och utveckling (FoU)? Företagets utgifter för FoU som andra företag (inkl. företag eller dotterbolag inom koncernen) eller offentliga/privata forskningsorganisationer utfört i Sverige eller utomlands. Räkna även med bidrag som företaget lämnat för FoU till t.ex. universitet och högskolor. Konsultarvoden ska ingå i utgifter för utlagd FoU om arbetet sker självständigt i fristående projekt. Övriga konsultarvoden för FoU redovisas i fråga 15a.

_____ 000 kr

c) ... inköp av maskiner, utrustning, programvara och byggnader? Investeringar för FoU-verksamhet i företaget redovisas under egen FoU. Inköp av avancerade maskiner, utrustning, hårdvara, programvara eller byggnader för att producera nya eller väsentligt förbättrade produkter eller processer.

_____ 000 kr

d) ... inköp av existerande kunskap från andra företag eller organisationer? Inköp av existerande know-how, expertis, upphovsrätt, patent eller icke-patenterade uppfinningar etc. i syfte att utveckla nya eller väsentligt förbättrade produkter eller processer.

_____ 000 kr

e) ... all övrig innovationsverksamhet såsom utbildning, marknadsintroduktion, design och övriga innovationsaktiviteter? **8**.....

_____ 000 kr

f) **Summan av alla innovationsutgifter ovan**

_____ 000 kr

- 3** **Forskning:** ett systematiskt arbete för att söka efter ny kunskap eller nya idéer med eller utan en bestämd tillämpning i sikte.
Utvecklingsverksamhet: ett systematiskt arbete som utnyttjar forskningsresultat, vetenskaplig kunskap eller nya idéer för att åstadkomma nya material, varor, tjänster, processer, system, metoder, eller väsentliga förbättringar av redan existerande sådana.
- 4** **Arbetskraftskostnader.** Kostnader avseende lön, andra ersättningar t.ex. traktamenten i samband med resor samt naturaförmåner. Vidare ingår kostnader för lagstadgade arbetsgivaravgifter, andra kollektiva avgifter, pensionskostnader och övriga arbetskraftskostnader. Arbetskraftskostnader som avser ledning och administration av FoU-arbete ingår också.
- 5** **Konsultarvoden** skall ingå som driftkostnader om:
 – FoU-projektet leds och drivs av företaget
 – Företagets egen personal arbetar tillsammans med konsulterna
 – Företaget står för idéerna och tar de dagliga besluten som krävs för att projektet skall drivas vidare.
 Om så inte är fallet betraktas projektet som utlagd FoU och redovisas i fråga 15b.

- 6** **Övriga driftkostnader.** Kostnader för värme, elektricitet, städning, reparation och underhåll av egna lokaler och kostnader för hyrda lokaler. Förbrukningsmaterial, försäkringar, porto, telefon, böcker, tidskrifter, kontorsmaterial etc. FoU-verksamhetens andel (eventuell debiterad som pålägg) av kostnader för administration. Räntekostnader ska inte ingå.
Lägg märke till att avskrivningar på byggnader, maskiner/inventarier inte ska ingå i driftkostnader.
- 7** **Investeringar.** Utgifter för anskaffning av materiella anläggningstillgångar, och förbättring som väsentligt höjer kapacitet, livslängd eller standard på dessa. Utgifter för anskaffning av programvaror för användning inom företagets FoU-verksamhet. Icke avdragsgill moms ska ingå. **Redovisa hela investeringsutgiften för FoU utan hänsyn till eventuella avskrivningar.**
- 8** **Övrig innovationsverksamhet**
 – Intern eller extern utbildning för företagets personal, särskilt genomförd för utvecklingen eller introduktionen av nya eller väsentligt förbättrade produkter eller processer.
 – Intern eller extern verksamhet inför marknadsintroduktion av ert företags nya eller väsentligt förbättrade produkter eller tjänster, inkl. marknadsundersökningar och reklamkampanjer.
 – Intern eller extern verksamhet för att ändra formen, utseendet eller användbarheten hos varor eller tjänster.
 – Intern eller extern annan övrig verksamhet, för att implementera nya eller väsentligt förbättrade produkter eller processer, t.ex. genomförbarhetsstudier, testning, anskaffning av utrustning, industriteknicisk tillämpning etc.

+

6

+

F Stöd för innovationsverksamhet avseende produkt- och/eller processinnovationer åren 2014–2016

+


16 Fick ert företag, under åren 2014–2016, stöd för innovationsverksamhet från...

Räkna in ekonomiskt stöd via offentliga bidrag och lån (t.ex. ALMI, Tillväxtverket, VINNOVA) samt EU-medel.
Räkna inte in forskning eller annan innovationsverksamhet som uteslutande utförts för offentlig sektor ⁹ enligt upphandlingskontrakt.

a) ... kommuner, landsting, kommunal- och landstingsförbund? ... Ja Nej

b) ... staten (inkl. statliga myndigheter eller departement)? Ja Nej

c) ... Europeiska unionen (EU)? Ja Nej

Om svaret på fråga 16c är Ja,  deltog ert företag i EU:s sjunde ramprogram för forskning och teknisk utveckling eller EU:s program Horisont 2020? Ja Nej

⁹ Offentliga sektorn består av staten, kommuner, landsting, kommunal- och landstingsförbund samt enheter inom ålderspensionssystemet vilket är Pensionsmyndigheten samt AP-fonderna (exkl. den del som hör till premiepensionssystemet såsom 7:e AP-fonden).

G Samarbete i verksamhet avseende produkt- och/eller processinnovationer åren 2014–2016

17 Hade ert företag innovationssamarbete med andra företag eller organisationer under åren 2014–2016? Ja Nej → **Gå till avsnitt H**

Innovationssamarbete innebär aktivt deltagande tillsammans med andra företag eller organisationer i innovationsverksamheten. Båda parterna behöver inte dra kommersiell nytta av verksamheten.
Räkna inte in innovationsverksamhet som bara läggs ut på andra företag och inte innebär aktivt samarbete.

18 Vilken lokalisering hade företagets samarbetspartner under åren 2014–2016?
Flera alternativ för markeras.

Markera efter typ av samarbetspartner	Sverige	¹ Övriga Europa	USA	Kina eller Indien	Övriga länder	Inte aktuell
a) Andra företag inom koncernen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Leverantörer av utrustning, material, komponenter/programvara	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Kunder/klienter från privata sektorn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Kunder/klienter från offentliga sektorn ⁹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Konkurrenter eller andra företag inom er bransch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Konsulter, privata laboratorier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Universitet eller högskolor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Privata FoU-institut (t.ex. industriforskningsinstitut)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Offentliga forskningsinstitut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

19 Vilken av ovanstående samarbetspartner var mest värdefull för företagets innovationsverksamhet under åren 2014–2016?
Ange bokstav (a–i)

¹ Följande länder räknas in: Albanien, Belgien, Bosnien och Hercegovina, Bulgarien, Cypern, Danmark, Estland, Finland, Frankrike, Grekland, Irland, Island, Italien, Kosovo, Kroatien, Lettland, Liechtenstein, Litauen, Luxemburg, Makedonien, Malta, Montenegro, Nederländerna, Norge, Polen, Portugal, Rumänien, Schweiz, Serbien, Slovakien, Slovenien, Spanien, Storbritannien, Tjeckien, Turkiet, Tyskland, Ungern och Österrike.

⁹ Offentliga sektorn består av staten, kommuner, landsting, kommunal- och landstingsförbund samt enheter inom ålderspensionssystemet vilket är Pensionsmyndigheten samt AP-fonderna (exkl. den del som hör till premiepensionssystemet såsom 7:e AP-fonden).

+

7

+

H Organisatoriska innovationer åren 2014–2016

+

För att räknas som en organisatorisk innovation ska det röra sig om en ny metod att organisera företagets affärsverksamhet (inkl. kunskapshantering), ny organisation av arbetsplatsen eller externa relationer som inte tidigare använts av företaget.

– Den organisatoriska innovationen måste vara resultatet av strategiska beslut av företagsledningen.

– Räkna inte in sammanslagningar eller förvärv även om det är första gången.

20 Introducerade ert företag under åren 2014–2016...

- a) ... nya affärsmetoder för att organisera förfaranden? Ja
*T.ex. försörjningskedjan, omstrukturering av företaget, kunskaps-
hantering, "lean production", system för kvalitetssäkring.* Nej
- b) ... nya metoder för att organisera ansvar och besluts-
fattande? Ja
*T.ex. användandet för första gången av ett nytt system för
anställdas ansvar, lagarbete, decentralisering, integration eller
särskiljande av avdelningar, utbildnings- eller fortbildningssystem.* Nej
- c) ... nya metoder för att organisera externa relationer med
andra företag eller offentliga organisationer? Ja
*T.ex. användande för första gången av allianser, partnerskap,
outsourcing eller underleverantörer.* Nej

I Innovationer inom marknadsföring åren 2014–2016

Med innovationer inom marknadsföring avses införandet av ett nytt marknadsföringskoncept eller en ny marknadsföringsstrategi. Denna ska skilja sig avsevärt från företagets tidigare metoder för marknadsföring och inte använts tidigare.

– En innovation inom marknadsföring kräver betydande förändringar i produkters utformning eller paketering, produktplacering, marknadsföring eller prissättning av produkter.

– Räkna inte in säsongsbetonade, normala eller andra rutinmässiga förändringar i marknadsföringsmetoder.

21 Introducerade ert företag under åren 2014–2016...

- a) ... väsentliga förändringar i den estetiska utformningen eller
paketeringen av en vara eller en tjänst? Ja
*Räkna inte in förändringar i produktens funktionella känne-
tecken eller användarprofil – dessa utgör produktinnovationer.* Nej
- b) ... nya media eller metoder för marknadsföring av produkter? Ja
*T.ex. användning för första gången av ett nytt reklammedium, en
ny utformning av varumärkets identitet, införandet av lojalitetskort.* Nej
- c) ... nya metoder för produktplacering eller försäljnings-
kanaler? Ja
*T.ex. användning för första gången av franchising eller distribu-
tionslicenser, direktförsäljning, ensamrätt att bedriva detaljhandel,
nya koncept för produktpresentation.* Nej
- d) ... nya metoder för prissättning av varor eller tjänster? Ja
*T.ex. användning för första gången av rörlig prissättning
beroende på efterfrågan, rabattsystem.* Nej

+

8

+

J Offentliga avtal och innovationer åren 2014–2016

+

22 Under åren 2014–2016, hade företaget något avtal för att leverera varor eller tjänster till...

- a) ... svenska offentliga organisationer? ⁹ Ja
 Nej →
- b) ... utländska offentliga organisationer? Ja
 Nej →

Om Nej, på både 22a och 22b, gå till avsnitt K

⁹ Offentliga sektor består av staten, kommuner, landsting, kommunal- och landstingsförbund samt enheter inom ålderspensionssystemet vilket är Pensionsmyndigheten samt AP-fonderna (exkl. den del som hör till premiepensionssystemet såsom 7:e AP-fonden).

23 Har ert företag, under åren 2014–2016, genomfört några innovationsaktiviteter som en del av ett avtal för att tillhandahålla varor eller tjänster till en offentlig organisation?

- Ja
 Nej →

Gå till avsnitt K

Inkludera aktiviteter för produktinnovation, processinnovation, organisatorisk innovation och innovation inom marknadsföring.

Om svaret på fråga 23 är Ja, vilket/vilka av följande påståenden stämmer för ert företag?

- En innovation krävdes enligt avtalet
 En innovation krävdes inte enligt avtalet

Om ert företag hade flera avtal, markera samtliga alternativ som passar.

K Immateriella rättigheter och licensiering åren 2014–2016

24 Under åren 2014–2016 har ert företag...

- | | Ja | Nej |
|--|--------------------------|--------------------------|
| a) ... ansökt om patent? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) ... registrerat ett mönsterskydd? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) ... registrerat ett varumärke? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

25 Under åren 2014–2016 har ert företag...

- | | Ja | Nej |
|---|--------------------------|--------------------------|
| a) ... licensierat ut eller sålt ett patent, mönsterskydd, upphovsrätt eller varumärke till ett annat företag, universitet eller forskningsinstitut? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) ... erhållit licens ¹⁰ eller köpt ett patent, mönsterskydd, upphovsrätt eller varumärke som ägs av ett annat företag, universitet eller forskningsinstitut? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

¹⁰ Exkludera förvärvet av licenser för vanliga mjukvaruprogram för stationära och bärbara datorer såsom operativsystem, ordbehandling, kalkylblad, osv.

+

9

+

Svara på frågorna 26–28 endast om ert företag inte har introducerat en innovation samt inte hade någon pågående/avbruten innovationsverksamhet under åren 2014–2016 (svaret Nej på alla alternativ i frågorna 5, 10, 13, 20 och 21). I annat fall gå till fråga 29.

+

L Företag utan innovationsverksamhet åren 2014–2016

26 Vilken av följande anledningar beskriver bäst varför ert företag inte hade någon innovationsverksamhet under åren 2014–2016?

Markera ett alternativ.

Ingen tvingande orsak till att vara innovativ

Gå till fråga 27

Övervägde att bedriva innovationsverksamhet, men hindren var för stora

Gå till fråga 28

27 Hur betydelsefulla var följande orsaker till att ert företag inte bedrev någon innovationsverksamhet under åren 2014–2016?

Markera ett alternativ per rad.

Grad av betydelse

	Stor	Medel	Liten	Ingen betydelse
a) Låg efterfrågan på innovationer på marknaden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Inget behov av att bedriva innovationsverksamhet pga. tidigare innovationer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Inget behov av att bedriva innovationsverksamhet pga. minimal konkurrens på marknaden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Brist på innovationsidéer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Gå till fråga 29

28 Hur betydelsefulla var följande innovationshinder under åren 2014–2016?

Markera ett alternativ per rad.

Grad av betydelse

	Stor	Medel	Liten	Ingen betydelse
a) Brist på intern finansiering	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Brist på kredit eller eget kapital	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Brist på kompetent personal inom företaget	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Svårigheter med att erhålla offentliga bidrag eller subventioner för innovationsverksamhet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Brist på samarbetspartner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Osäker efterfrågan på era innovationsidéer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) För mycket konkurrens på marknaden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Gå till fråga 29

+

10

+

M Innovationer inom logistik åren 2014–2016

+

Logistik är en uppsättning tjänster som omfattar planering, organisation, styrning, genomförande och övervakning av ett företags samtliga material- och varuflöden och därmed sammanhängande informationsflöden (från inköp, produktion och lagring till mervärdetjänster, distribution och omvänd logistik).

<p>29 Har företaget under de tre åren från 2014 till 2016 infört någon av följande innovationer i sin logistik? (Frivillig uppgift)</p> <p><i>Markera ett alternativ per rad.</i></p>					
		Ja	Nej		
a)	Lagerstyrningssystem (t.ex. automatisk övervakning, spårning av varuleveranser, även i realtid)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<div style="border: 1px solid red; padding: 5px; display: inline-block;">Om Nej, på alla alternativ gå till fråga 31</div>	
b)	Digital styrning av leveranskedjan (med papperslösa, transparenta leveranskedjetransaktioner, hantering av leverantörsrelationer och därmed sammanhängande affärsprocesser)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c)	E-upphandling (t.ex. nya former av inköp och försäljning av material och varor via internet eller andra informationssystem mellan leverantörer och företag)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d)	Unik och automatisk identifiering av produkter inom hela leveranskedjan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e)	Omvänd logistik (all administration och hantering som rör återanvändning och retur av produkter och material)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
f)	Nya leveransmodeller, inklusive användning av fordon som drivs med alternativt bränsle eller multimodal logistik (kombinerad användning av vägtransporter och inlandssjöfart)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
g)	Förbättrade sändningar genom ny utformning (förpackning, vikt, densitet)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
h)	Annat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
<p>30 Hur betydelsefulla var följande skäl till att företaget införde innovationer i sin logistik? (Frivillig uppgift)</p> <p><i>Markera ett alternativ per rad.</i></p>					
		Grad av betydelse			
		Stor	Medel	Liten	Ingen betydelse
a)	Öppna upp för nya marknadsmöjligheter (t.ex. nya kunder, nya eller väsentligt förbättrade varor och/eller tjänster)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b)	Förbättra företagets resultat (ökad marknadsandel, omsättning, vinst)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c)	Möta marknadsstryck (risk för att förlora kunder och/eller omsättning) ..	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d)	Reagera på kostnadstryck (behov av att minska kostnaderna eller begränsa kostnadsökningar)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e)	Reagera på gällande eller kommande rättsliga föreskrifter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>31 Vilken av följande anledningar beskriver bäst varför företaget inte införde några innovationer i sin logistik under 2014–2016? (Frivillig uppgift)</p>					
<input type="checkbox"/> Ingen tvingande orsak					
<input type="checkbox"/> Vi lade ut logistiken på entreprenad till ett annat företag					
<input type="checkbox"/> Vi övervägde att införa innovationer, men stötte på ett eller flera av följande hinder:					
<input type="checkbox"/> Ekonomiska hinder					
<input type="checkbox"/> Tekniska hinder					
<input type="checkbox"/> Rättsliga hinder					
<input type="checkbox"/> Annat					

+

11

+

Kommentarer

+

32 Hur lång tid behövde ni för att ta fram uppgifterna och besvara blanketten? (Frivillig uppgift)

|
|

minuter

Företagets kontaktperson

Namn (TEXTA)	Telefon (även riktnr)
E-post	Mobil

Tack för din medverkan!

+

12

+

In English

Summary

There are many uses for statistics on innovations and innovation activities. One aim of collecting innovation data is to better understand innovations and their impact on economic growth. Another reason for collecting statistics on innovation activities is to supply indicators to enable comparison between and within countries.

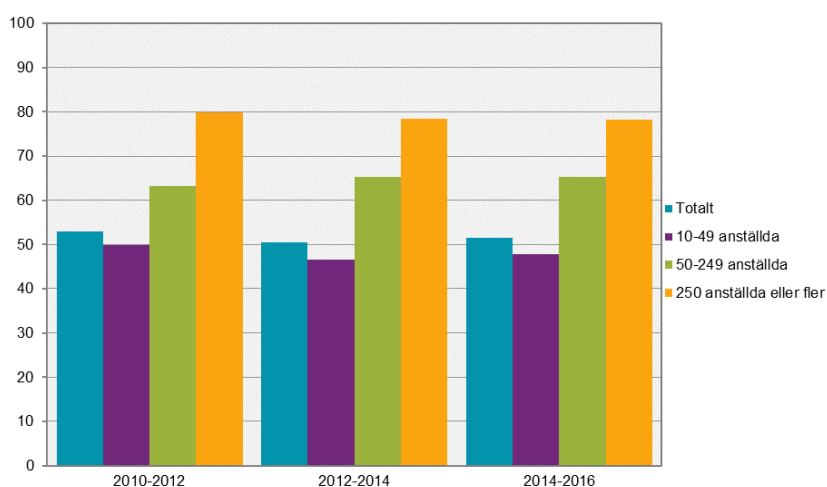
Under EU regulation, all Member States of the European Union are obliged to conduct a survey on innovation activities among enterprises every two years. EU regulations determine the questions that are to be obligatory and the sectors that are to be surveyed. The survey results are to be submitted to the European statistical agency, Eurostat. In addition, the statistics must comply with the guidelines and definitions defined in the Oslo Manual. All Member States must follow these guidelines and definitions to ensure that the results can be easily compared between Member States.

The most recent survey with results for all EU countries is the Community Innovation Survey (CIS) that concerns the period 2012-2014. Switzerland had the highest share of innovation-active enterprises in Europe, 75 percent. Germany had the second highest share, 67 percent. Sweden came in 13th place, with a share of 54 percent. Among the Nordic countries, only Denmark had a lower share of innovation-active enterprises than Sweden, 50 percent. Norway had 58 percent and in Finland, 55 percent of enterprises pursued innovation activities.

In 2017, Statistics Sweden studied innovation activities among enterprises in Sweden in the period 2014-2016.

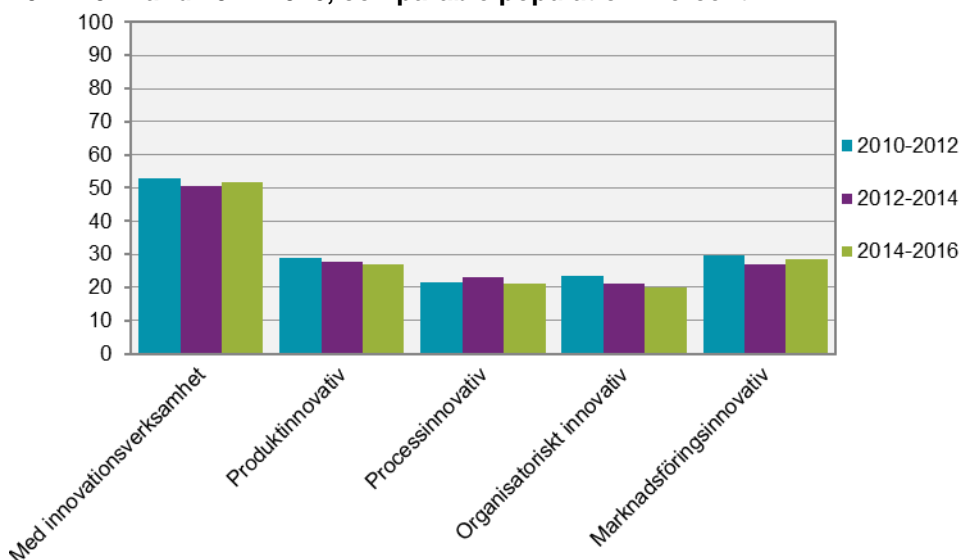
The diagram below shows the development among the population of NACE activities that were included in the three previous CISs. The share of innovation-active enterprises has varied between 50 and 53 percent. In the CIS with the reference period 2010-2012, the share of innovation-active enterprises was 53 percent. In the latest CIS, the share of innovation-active enterprises in the population was 52 percent. The difference between the years is not statistically significant.

Share of innovation-active enterprises 2010-2012, 2012-2014 and 2014-2016 comparable population, by size class. Percent



Innovative enterprises can introduce four different types of innovations: product innovation, process innovation, organisational method innovation or marketing method innovation. In the population of NACE activities that were included in the three previous CISs, product innovation and marketing innovation were the most common types of innovation. The highest share of product, marketing and organisational innovation enterprises appears to have been in the survey with the reference period 2010–2012. The highest share of process innovation enterprises appears to have been in the survey with the reference period 2012–2014.

Share of innovative-active enterprises and type of innovation 2010-2012, 2012-2014 and 2014-2016, comparable population. Percent



A product innovation is the introduction of a new or significantly improved product or service. In the CIS, enterprises are asked if they have introduced any type of product innovation, that is, a goods innovation or service innovation. The introduction of a goods innovation appears to be strongly associated with selling products in markets outside Sweden. Fifty percent of the enterprises that only introduced a goods innovation sold products in the world market. Enterprises

without product innovation operated mostly on local and regional markets. Only 16 percent of those enterprises sold products and services outside Europe.

Public procurement can be a driving force for innovation. There are a number of initiatives for the public sector in Sweden to promote innovations in planning and carrying out purchases. The CIS includes a question on whether the enterprise has delivered goods or services to the public sector and whether the enterprise has had any related innovation activities. The CIS can provide answers on extent to which the Swedish public sector currently functions as a driving force for innovation on the demand side. Among enterprises in Sweden, 29 percent had an agreement to deliver goods or services to the public sector in Sweden in 2014–2016. About 17 percent of the enterprises stated that they had carried out some innovation activity as part of an agreement. Six percent of the enterprises stated that innovation was an agreement requirement.

In the latest CIS, Statistics Sweden has endeavoured to determine the presence of innovation in logistics. Enterprises were asked whether they had introduced any type of innovation in logistics in 2014–2016. Among enterprises with innovation activities, 43 percent had introduced an innovation in logistics. Large enterprises introduced innovations in logistics to a greater extent than small and medium-sized enterprises. Innovations in logistics were more common among manufacturing enterprises than among service-producing enterprises. Improving the enterprise's performance was the most common reason for introducing innovations in logistics. This applied in both the manufacturing sector and the service sector.

A note of thanks

We would like to express appreciation to our survey respondents – the people, enterprises, government authorities and other institutions of Sweden – with whose cooperation Statistics Sweden is able to provide reliable and timely statistical information meeting the current needs of our modern society.

SCB beskriver Sverige

Statistikmyndigheten SCB förser samhället med statistik för beslutsfattande, debatt och forskning. Vi gör det på uppdrag av regeringen, myndigheter, forskare och näringsliv. Vår statistik bidrar till en faktabaserad samhällsdebatt och väl underbyggda beslut.