

Innovation i företagssektorn 2020–2022

2024

Innovation i företagssektorn 2020–2022

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

Förfrågningar Samuel Hederén
 010 479 138
 Samuel.hederen@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, Innovation i företagssektorn

URN:NBN:SE:SCB-2024-UF88BR2401_pdf

Denna publikation finns enbart i elektronisk form på www.scb.se
This publication is only available in electronic form on www.scb.se

Innovation i företagssektorn

Forskning och innovation är viktiga faktorer som bidrar både till ekonomisk tillväxt och samhällsförändringar. Innovationsstatistiken syftar till att skapa förståelse kring företagsinnovation i Sverige och internationellt. I denna rapport redovisas ett urval av resultaten från undersökningen Innovation i företagssektorn 2020–2022. Statistiken är EU-reglerad enligt förordning. Rapporten beskriver företagens innovationsaktiviteter, produkt- och processinnovationer, innovationssamarbeten och miljörelaterade innovationer.



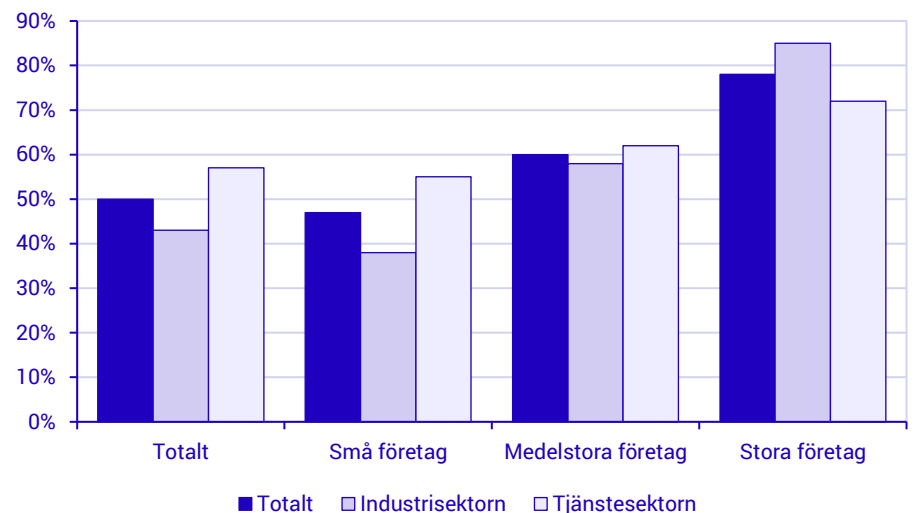
Innovationsaktiviteter är alla aktiviteter ett företag gör med avsikten att resultera i innovation.

Innovation är en ny eller förbättrad produkt (en vara eller tjänst) eller process (eller kombination därav) som skiljer sig väsentligt från företagets tidigare produkter eller processer och har introducerats inom företaget eller på dess marknad.

Forsknings- och utvecklingsinstitutioner de mest innovativa

Hälften av alla företag ägnade sig åt någon typ av innovationsaktivitet under referensperioden 2020–2022 och 48 procent var innovativa. Andelen innovationsaktiva såväl som innovativa företag är högre i tjänstesektorn (SNI¹ 46–86) än i industrisektorn (05–43) men de stora industriföretagen är mer innovationsaktiva och innovativa än motsvarande storleksklass inom tjänstesektorn.

Figur 1. Andel innovationsaktiva företag efter sektor och storleksklass, 2020–2022.



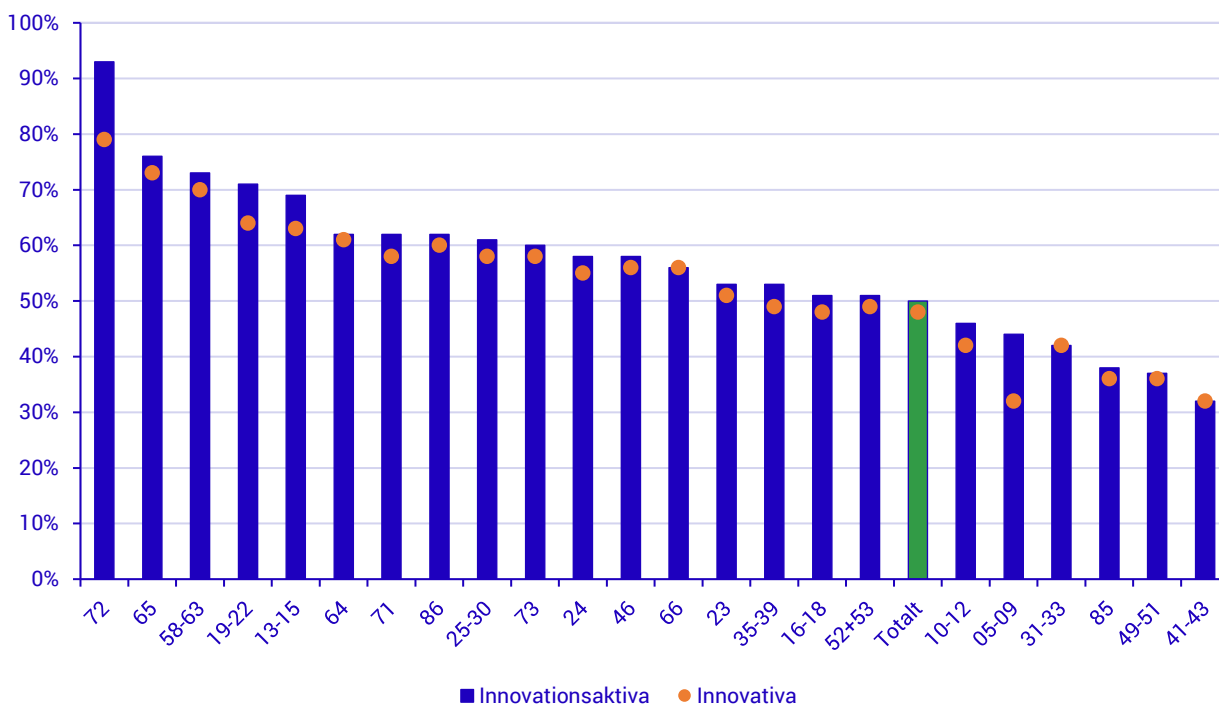
Anmärkning: Små företag (10–49 anställda), medelstora företag (50–249), stora företag (250 eller fler anställda).

¹ Standard för svensk näringsgrensindelning (SNI) (scb.se)

Innovationsaktiviteter behöver inte leda till en innovation under referensperioden utan inkluderar även uppskjutna, avbrutna och pågående aktiviteter. Små företag uppvisar en mindre skillnad mellan andelen innovationsaktiva och innovativa företag jämfört med medelstora och stora företag. Detta kan bero på en rad faktorer som till exempel att större företag ofta bedriver längre innovationsprocesser som sträcker sig bortom referensperioden. Av de stora företagen har 27 respektive 51 procent svarat att de antingen avbrutit eller skjutit upp sina innovationsaktiviteter eller att de fortfarande pågick vid utgången av referensperioden. Att jämföra med 6 respektive 14 procent för de små företagen vilket indikerar att stora företag, i större utsträckning än små, även har flera parallella innovationsaktiviteter.

Hur vanligt det är att ägna sig åt innovationsaktiviteter varierar även mellan branscher. Bland forsknings- och utvecklingsinstitutioner (72) är 93 procent av företagen innovationsaktiva och 79 procent innovativa. Detta gör branschen till den mest innovationsintensiva. Byggindustrin (41–43) var den minst innovationsaktiva branschen där 32 procent uppger att de har någon typ av innovationsaktivitet. Andelen innovativa i branschen är dock densamma vilket innebär att innovationsaktiviteterna också ledde till innovation.

Figur 2. Andelen innovationsaktiva och innovativa företag efter näringsgren, 2020–2022.



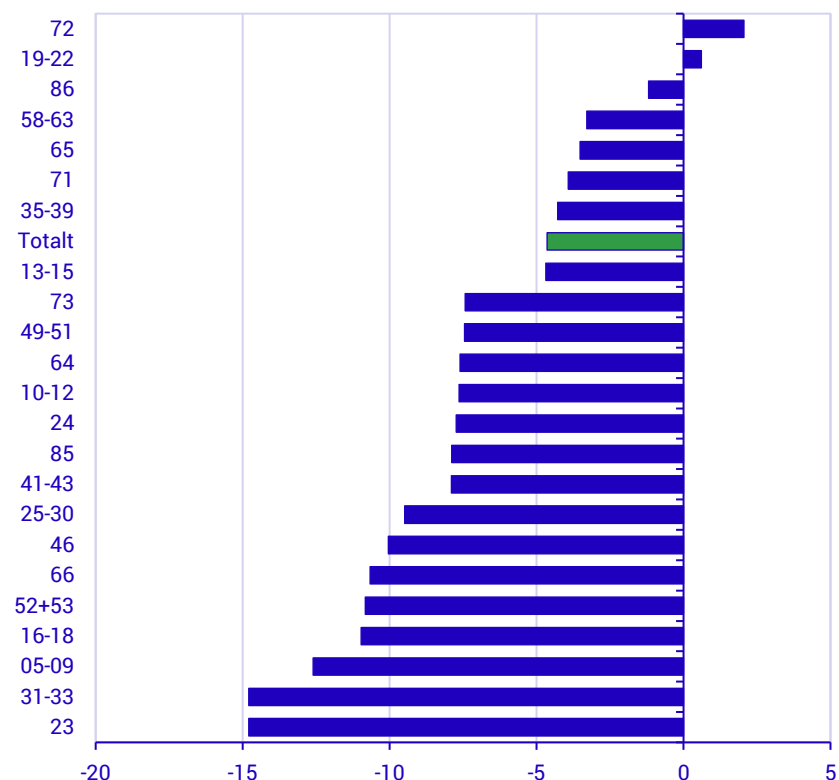
Överlag är andelen innovationsaktiva företag nära andelen innovativa företag. De branscher där skillnaden mellan dessa är störst är forsknings- och utvecklingsinstitut (72) och gruvor och mineralutvinningsindustrin (05–09), där det skiljer 14 och 12

procentenheter vardera mellan andelen innovationsaktiva och innovativa företag.

Andelen innovationsaktiva företag sjönk under 2020–2022

Ett företags beslut att försöka introducera en ny produkt eller process påverkas av en mängd interna och externa faktorer som kan variera över tid. Exempelvis konjunkturen på marknaden, tillgången till ekonomiska- eller personalresurser samt att behovet av innovation kan se olika ut.

Figur 3. Förändring i andel innovationsaktiva företag efter näringsgren, 2018–2020 och 2020–2022.



Under 2020–2022 sjönk andelen innovationsaktiva företag med 5 procentenheter, från 55 till 50 procent. Denna nedgång speglas i de flesta av branscherna. Med undantag för branschen för forskning- och utvecklingsinstitutioner (72) och tillverkning av petroleum, kemiska produkter samt gummi- och plastvaror (19–22) sjönk andelen innovationsaktiva företag i samtliga branscher mellan 2018–2020 och 2020–2022. Industrin för andra icke-metalliska mineraliska produkter (23) och övrig tillverkningsindustri, reparationsverkstäder och installationsföretag (31–33) stod för de största nedgångarna på 15 procentenheter vardera.

Jämförelser mellan dessa referensperioder ska dock göras med försiktighet på grund av ett tidseriebrott i statistiken. En ny tolkning av definitionen av den statistiska enheten ”företag” från och med referensperioden 2020–2022 påverkar både antalet företag efter

storleksklass och näringsgren samt undersökningens design. Läs mer i dokumentationen på [Innovation i företagssektorn \(scb.se\)](https://www.scb.se/innovation-i-foretagssektorn) och i en fördjupad rapport om förändringen på [Tidsseriebrott i statistiken - Förändringar i It-användning i företag och Innovation i företagssektorn \(scb.se\)](https://www.scb.se/tidsseriebrott-i-statistiken-forandringar-i-it-anvandning-i-foretag-och-innovation-i-foretagssektorn).



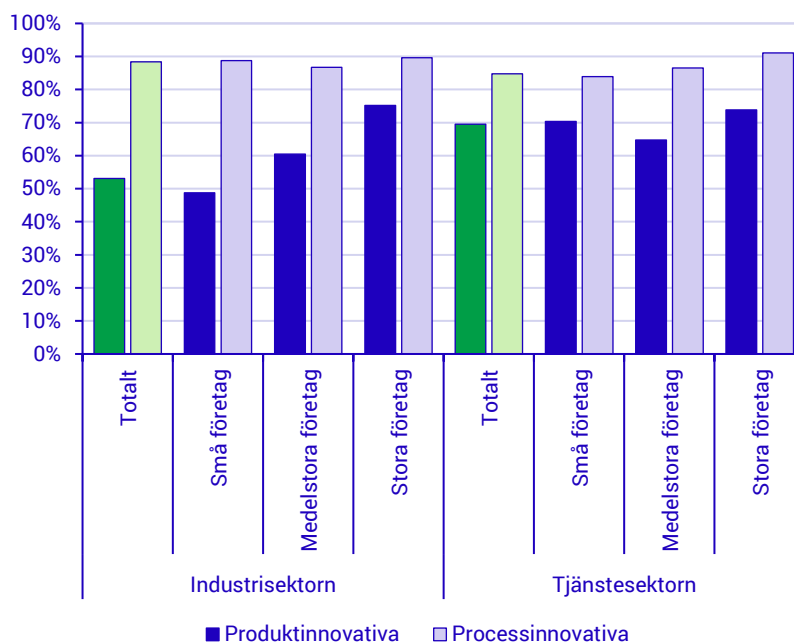
Produktinnovation är en ny eller förbättrad vara eller tjänst som väsentligt skiljer sig från företagets tidigare varor eller tjänster och som har gjorts tillgänglig för potentiella användare eller introducerats i det egna företaget.

Processinnovation är en ny eller förbättrad process för en eller flera funktioner inom företaget. Processen ska väsentligt skilja sig från företagets tidigare processer samt ha implementerats i företaget.

Lägre andel små industriföretag introducerar produktinnovationer

En innovation är antingen en produktinnovation eller en processinnovation. Oavsett storlek eller sektor är det vanligare att företag är process- än produktinnovativa. I industrisektorn är processinnovativa företag vanligare än i tjänstesektorn där företagen är mer produktinnovativa än industrisektorn.

Figur 4. Andel produkt- och processinnovativa företag efter storlek och sektor, 2020–2022.



Anmärkning: Små företag (10–49 anställda), medelstora företag (50–249), stora företag (250 eller fler anställda).

Mellan små och stora industriföretag skiljde det 23 procentenheter i andelen produktinnovativa medan det i tjänstesektorn skiljde endast 1 procentenhet. Samtidigt är små industriföretag bland de mest innovativa när det gäller processinnovationer, 86 procent är processinnovativa. Förutsättningarna för att utveckla produktinnovationer varierar inom industrisektorn, något som inte är lika tydligt inom tjänstesektorn för storleksklasserna. Produkter i industrisektorn kan vara en råvara eller en insatsvara, vilket kan förklara varför färre små industriföretag är produktinnovativa.

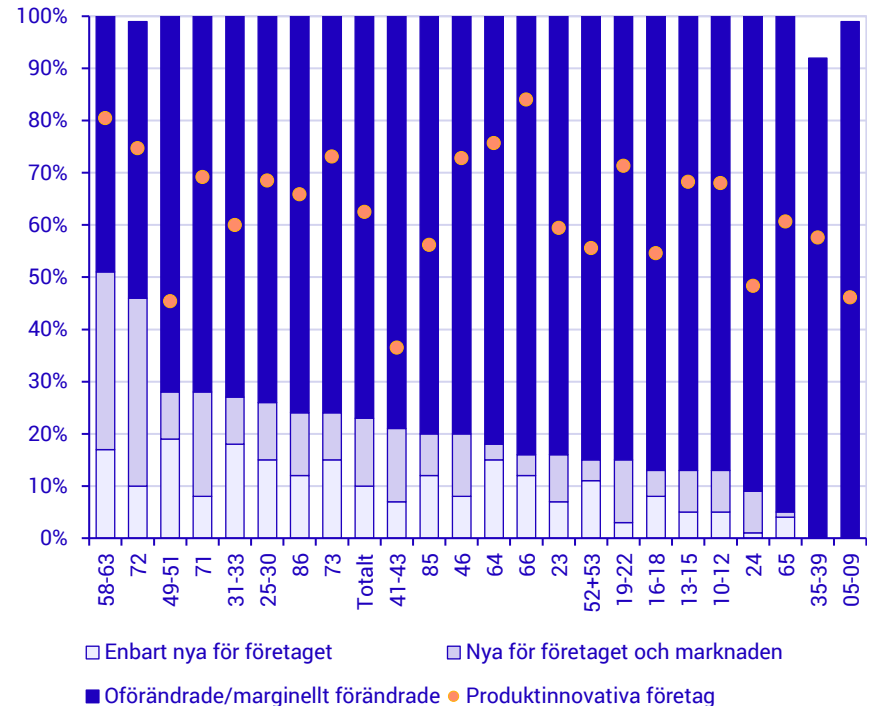


Att notera:

Produktinnovationen kan ha introducerats någon gång under 2020–2022 medan omsättningen enbart avser 2022 års siffror.

Produktinnovativa företag lämnar uppgifter om hur stor andel av deras omsättning som kom från produktinnovation. Av företagens totala omsättning 2022 kom 10 procent från produkter som var nya enbart för företaget och 13 procent av produkter som var nya även för företagets marknad. Resterande omsättning kom från oförändrade eller enbart marginellt förändrade produkter.

Figur 5. Andel omsättning från produktinnovationer efter nyhetsslag och näringsgren, 2022.



Anmärkning: Vissa branscher summerar inte till 100 procent p.g.a. prickning av sekretess- eller osäkerhetsskäl eller avrundning

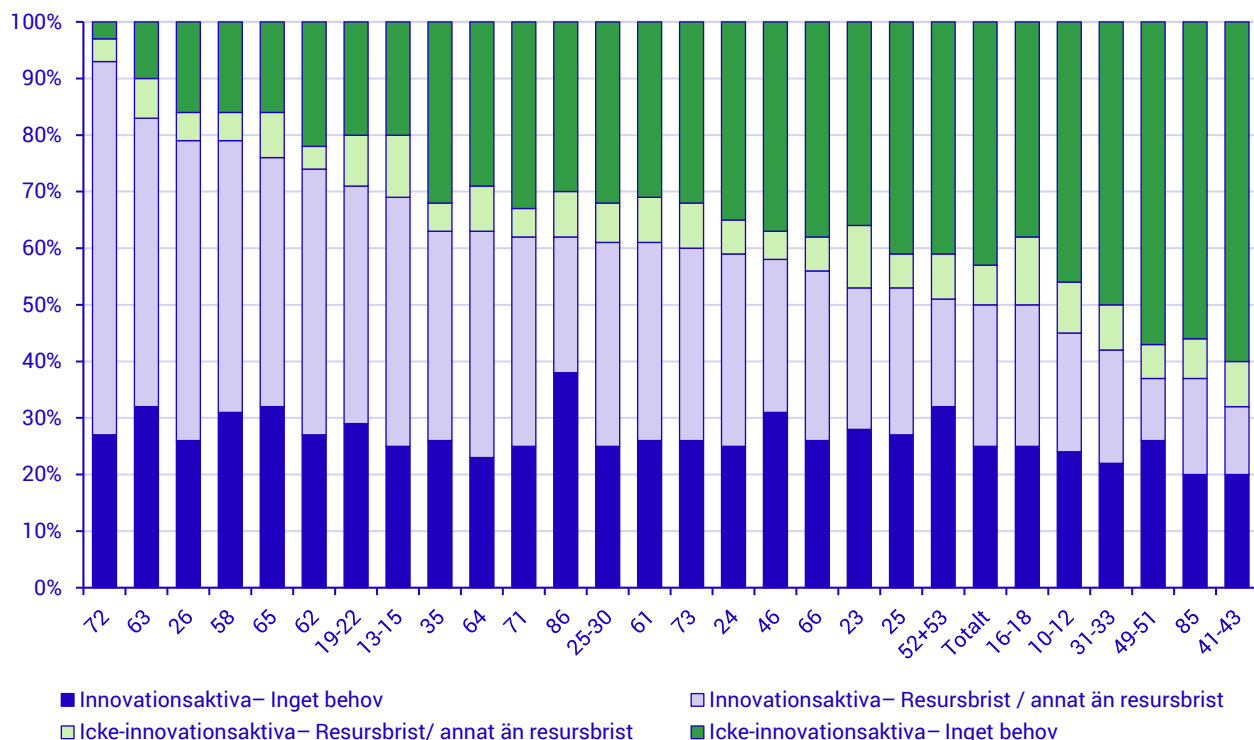
Av alla branscher omsätter information- och kommunikationsverksamheten (58–63) samt forsknings- och utvecklingsinstitutionerna (72) störst andel från produktinnovationer, 51 respektive 46 procent. I gruv- och mineralutvinningsindustrin (05–09) genereras 99 procent av omsättningen från oförändrade eller enbart marginellt förändrade produkter vilket gör den till branschen där produktinnovationer spelar minst roll för företagets omsättning.

Behovet av innovationsaktivitet lågt hos de icke-innovationsaktiva

I undersökningen har innovationsaktiva och icke-innovationsaktiva företag fått ange tre olika alternativ som svar på frågan varför de inte bedrev fler innovationsaktiviteter eller varför de inte bedrev någon innovationsaktivitet. Svartalternativen inkluderade bristande resurser, andra anledningar än bristande resurser eller att de inte såg ett behov för någon eller fler innovationsaktiviteter.

I figur 6 visas svaren på dessa frågor uppdelat mellan andelen innovationsaktiva företag och icke-innovationsaktiva företag. Svaren för bristande resurser och andra anledningar än bristande resurser har kombinerats till en post.

Figur 6. Behov av innovationsaktiviteter bland innovationsaktiva och icke-innovationsaktiva företag efter näringsgren, 2020–2022.



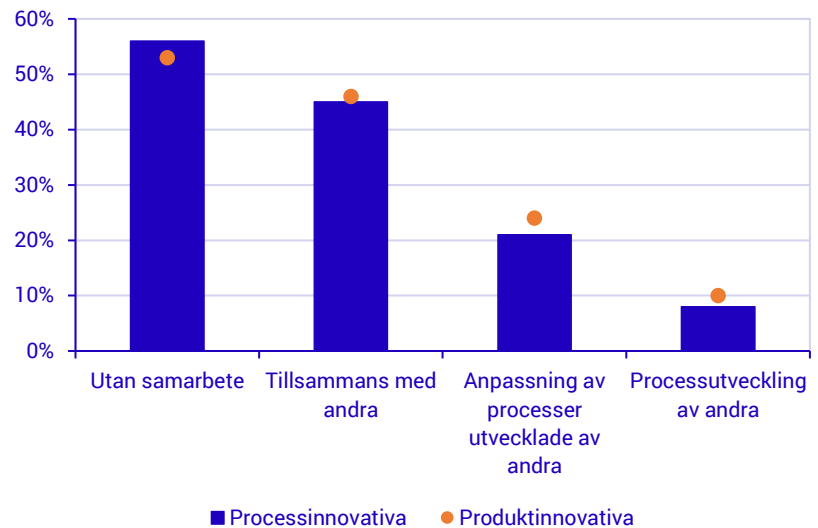
Anmärkning: Branscherna 05–09 och 35–39 inkluderas inte av sekretess- eller osäkerhetsskäl.

Bland företagen som inte är innovationsaktiva ser de flesta heller inget behov av att bedriva innovationsaktiviteter. Av de icke-innovationsaktiva företagen svarar 86 procent att de inte ser ett behov och 14 procent att det beror på resursbrist eller av någon annan anledning. Bland de innovationsaktiva företagen svarar hälften att de inte ser ett behov och hälften att resursbrister eller någon annan anledning hindrade. Anledningen till det bristande behovet svarar dock inte frågan på.

Företagen innoverar på egen hand

Att bedriva innovationsverksamhet kan vara både kostsamt och svårt för ett enskilt företag. Att samarbeta med en annan aktör kan både sprida ut kostnaderna samt underlätta arbetet genom kunskapsspridning mellan organisationer.

Figur 7. Andel produkt- respektive processinnovativa företag som samarbetat i utvecklingen av innovationen, 2020–2022.



En majoritet av företagen utvecklar sina innovationer utan samarbete oavsett typ av innovation. Totalt utvecklar 56 procent av företagen sina processinnovationer själva och 53 procent utvecklar produktinnovationer själva. Det är vanligare att företagen anpassar, modifierar eller utnyttjar utveckling gjord av andra för produktinnovation än för processinnovation men skillnaden är liten och indikerar att företag ofta har en god kunskap om andra företags interna processer.

Hälften av alla innovationsaktiva företag har bedrivit någon form av innovationssamarbete. Andelen med innovationssamarbete ökar med företagets storlek med 47 procent av de små företagen som uppger att de haft någon samarbetspartner jämfört med 60 och 76 procent för de medelstora respektive stora företagen.

Tabell 1. Andel företag som har innovationssamarbete inom eller utanför koncernen efter storlek och sektor, 2020–2022.

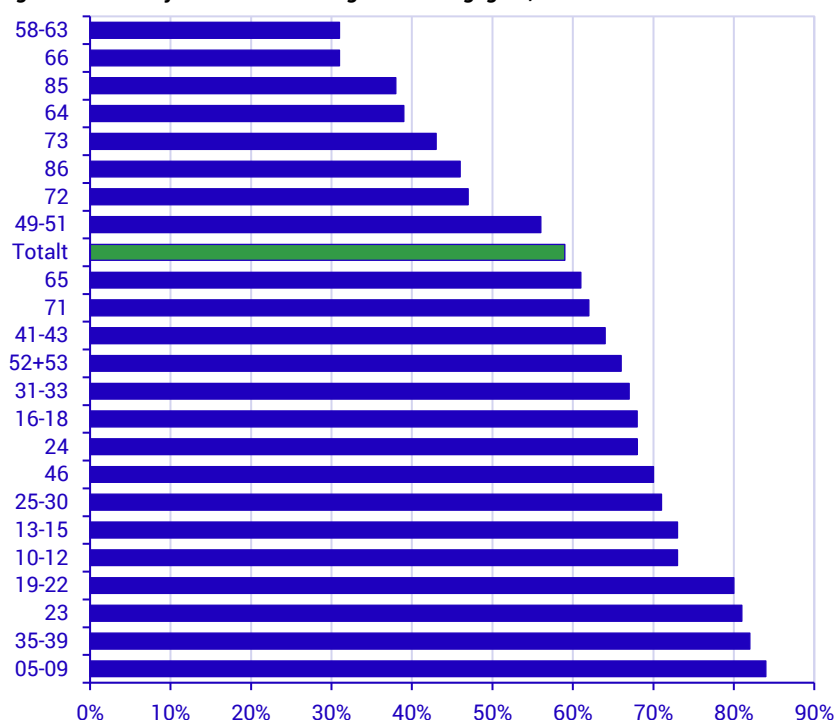
Sektor	Totalt		Industrisektorn		Tjänstesektorn	
	Utanför koncernen	Inom koncernen	Utanför koncernen	Inom koncernen	Utanför koncernen	Inom koncernen
Små företag	46%	20%	43%	18%	48%	22%
Medelstora företag	59%	35%	62%	34%	57%	35%
Stora företag	75%	58%	77%	62%	72%	53%
Totalt	50%	25%	50%	25%	51%	26%

Skillnaden mellan storleksklasserna kan dock delvis antas ligga i skillnader i koncerntillhörighet och hur dessa delar upp sin verksamhet. Andelen små företag som svarar att deras samarbetspartner var ett annat företag inom koncernen är 20 procent, jämfört med 58 procent för de stora företagen.

Störst andel miljöinnovativa företag inom gruv- och mineralutvinningsindustrin

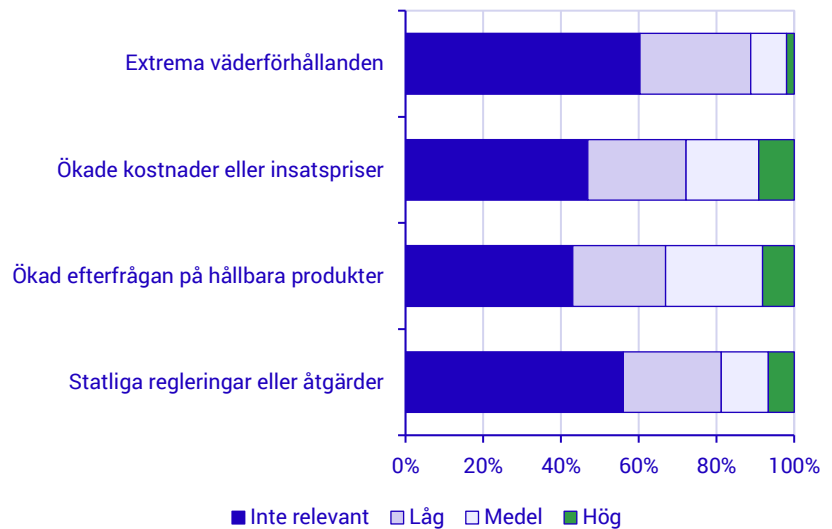
Under 2020–2022 hade 59 procent av alla innovativa företag en innovation med någon typ av miljöfördel, en miljöinnovation. Företag inom gruv- och mineralutvinningsindustrin (05–09) är bland de minst innovativa, men 84 procent uppger att deras innovationer hade medfört någon form av miljöfördel, vilket gör branschen till den med högst andel miljöinnovativa företag. De två branscherna med lägst andel miljöinnovativa företag var informations- och kommunikationsföretagen (58–63) samt serviceföretagen till finans- och försäkringsverksamheter (66), 31 procent i båda branscherna.

Figur 8. Andel miljöinnovativa företag efter näringsgren, 2020–2022.



Klimatförändringarna påverkar företag på olika sätt. Dels kan förändringar i klimatet påverka ett företags produktion direkt, men det kan också handla om förändrade konsumtionsmönster eller nya lagar och regler som måste efterlevas. Under 2020–2022 var de mest betydande konsekvenserna av klimatförändringarna en ökad efterfrågan på hållbara produkter och ökade kostnader. Statliga regleringar eller åtgärder och extrema väderförhållanden hade lägre betydelse.

Figur 9. Konsekvenser av klimatförändringar efter betydelse, 2020–2022.



De främsta drivkrafterna bakom företagens miljöinnovationer är konsumenters efterfrågan på miljövänligare alternativ och kostnadsminimering medan statliga regleringar eller subventioner har förhållandevis liten effekt. 72 procent av företagen svarar att ett förbättrat rykte är en drivkraft med måttlig eller hög betydelse för miljöinnovation. Det är den mest betydelsefulla drivkraften. Frivilliga åtgärder eller branschinitiativ för minskad klimatpåverkan och att reducera kostnader var också viktiga, 66 respektive 64 procent av företagen anser att dessa drivkrafter var av måttlig eller stor betydelse. Statliga bidrag eller subventioner är den drivkraft med lägst betydelse för företagen.

Tabell 2. Företagens drivkrafter bakom innovation med miljöfördelar efter grad av betydelse, 2020–2022.

Drivkrafter bakom innovation med miljöfördelar	Ingen/ låg betydelse	Måttlig/ hög betydelse
förbättrat rykte om företaget	28%	72%
frivilliga åtgärder eller initiativ för god miljöpraxis inom företagens bransch	34%	66%
höga kostnader för energi, vatten eller material	36%	64%
rådande eller förväntad efterfrågan på miljöinnovationer	48%	52%
rådande miljöregleringar	48%	52%
behov av att uppfylla krav för upphandling	51%	49%
förväntade miljöregleringar eller skatter i framtiden	54%	46%
rådande miljöskatter, kostnader eller avgifter	54%	46%
statliga bidrag, subventioner eller andra ekonomiska incitament	77%	24%

