

INVESTERINGAR, FOU OCH IT

2016

SCB

Statistiska centralbyrån Statistics Sweden

Innovationsverksamhet i svenska företag 2012–2014



Innovationsverksamhet i svenska företag 2012–2014

Statistics Sweden
2016

Innovation activity in Swedish enterprises 2012–2014

Statistics Sweden
2016

Tidigare publicering <i>Previous publication</i>	Företagens innovationsverksamhet 1998–2000 The third Community Innovation Survey – CIS III Innovationsverksamhet i svenska företag 2002–2004 Innovation activity in Swedish enterprises 2002–2004 Innovationsverksamhet i svenska företag 2004–2006 Innovation activity in Swedish enterprises 2004–2006 Innovationsverksamhet i svenska företag 2006–2008 Innovation activity in Swedish enterprises 2006–2008 Innovationsverksamhet i svenska företag 2008–2010 Innovation activity in Swedish enterprises 2008–2010 Regional innovationsstatistik i Sverige 2008-2010 Regional innovation statistics in Sweden 2008-2010 Innovationsverksamhet i svenska företag 2010–2012 Innovation activity in Swedish enterprises 2010–2012
Producent <i>Producer</i>	SCB, enheten för investeringar, FoU och IT Statistics Sweden, Investments, R&D and IT Unit Box 24300, SE-104 51 Stockholm +46 8 506 940 00
Förfrågningar <i>Enquiries</i>	Anna Sjögren, +46 8 506 947 77 anna.sjogren@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 2012–2014*

It is permitted to copy and reproduce the contents in this publication.
When quoting, please state the source as follows:
Source: Statistics Sweden, *Innovation activity in Swedish enterprises 2012–2014*

Omslag/Cover: Ateljén SCB
Foto/Photo: iStock Photo

URN:NBN:SE:SCB-2016-UF88BR1601_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

Statistiska centralbyrån (SCB) har under 2015 undersökt innovationsverksamheten bland företag i Sverige under åren 2012–2014. 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.

Statistiska centralbyrån i februari 2016

Folke Carlsson

Helena Fredin

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	7
Inledning	11
Historik.....	11
Fler branscher undersöks, påverkar jämförbarheten.....	11
Disposition.....	13
1. Definitioner och redovisningsgrupper	15
Definitioner av innovation.....	15
Redovisningsgrupper i rapporten.....	17
2. Innovationsverksamhet i Sverige	19
Innovationsverksamhet jämfört över tiden, 2006 och framåt.....	19
Innovationsverksamhet 2012 och framåt.....	20
De nya branscherna.....	22
Fördjupning i innovationsverksamheten 2012-2014.....	24
3. Innovationsverksamhet i ett branshperspektiv	28
Produktinnovation i ett branshperspektiv.....	29
4. Innovationssamarbete	31
Samarbete avseende produkt- och/eller processinnovationer.....	31
5. Företagens ekonomiska satsningar på innovations-verksamhet	34
Utgifter för innovationsverksamhet.....	34
Innovationsintensitet.....	36
Stöd för innovationsverksamhet.....	37
6. Innovation och avtal med offentliga organisationer	39
7. Innovationer med miljövinster	43
Vad är det som driver ett företag att introducera innovationer med miljövinster?.....	45
8. Internationella jämförelser	46
Innovationsstatistiken EU-reglerad.....	46
Andel företag med innovationsverksamhet.....	46
Fakta om statistiken	49
Detta omfattar statistiken.....	49
Objekt och population.....	49
Statistiska mått.....	49
Redovisningsgrupper.....	49
Definitioner och förklaringar.....	51
Produktinnovationer.....	51

Processinnovationer.....	52
Organisatorisk innovation.....	52
Innovation inom marknadsföring.....	53
Innovativa företag.....	53
Företag med innovationsverksamhet.....	53
Forskning och utveckling (FoU)	53
Innovationsutgifter	54
Så görs statistiken.....	54
Ram och urval	54
Insamling.....	55
Bearbetning.....	55
Aktualitet.....	55
Statistikens tillförlitlighet	55
Bra att veta	57
Jämförbarhet och samstämmighet.....	57
Tillgänglighet	59
Bilagor	60
In English	72
Summary.....	72

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.

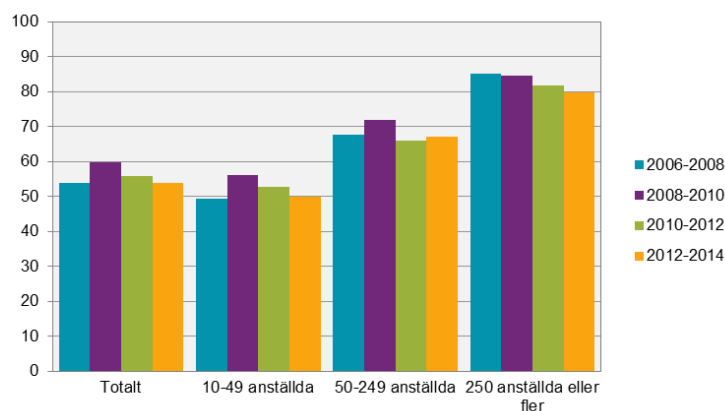
Enligt en reglering från Europeiska unionen ska alla medlemsländer vartannat år genomföra en undersökning om innovationsverksamhet bland företag. EU-regleringen styr bland annat vilka frågor som är obligatoriska, vilka branscher som ska undersökas samt att resultat från undersökningen ska levereras till 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 2010-2012 är den senaste som det finns resultat från för alla EU-länder. Tyskland var det land i Europa där högst andel företag bedrev innovationsverksamhet, 67 procent. Därefter kom Luxemburg där 66 procent av företagen bedrev innovationsverksamhet. Sverige kom på femte plats, med 56 procent. Bland de nordiska länderna låg Sverige högre än de övriga länderna. Finland hade en andel på 53 procent, Danmark 51 procent och i Norge bedrev 45 procent av företagen innovationsverksamhet.

Statistiska centralbyrån (SCB) har under 2015 undersökt innovationsverksamheten bland företag i Sverige under åren 2012-2014. I undersökningen ingick några branscher för första gången. För att jämförelser mellan år ska bli rättvisande är det viktigt att populationen av branscher och företag är lika.

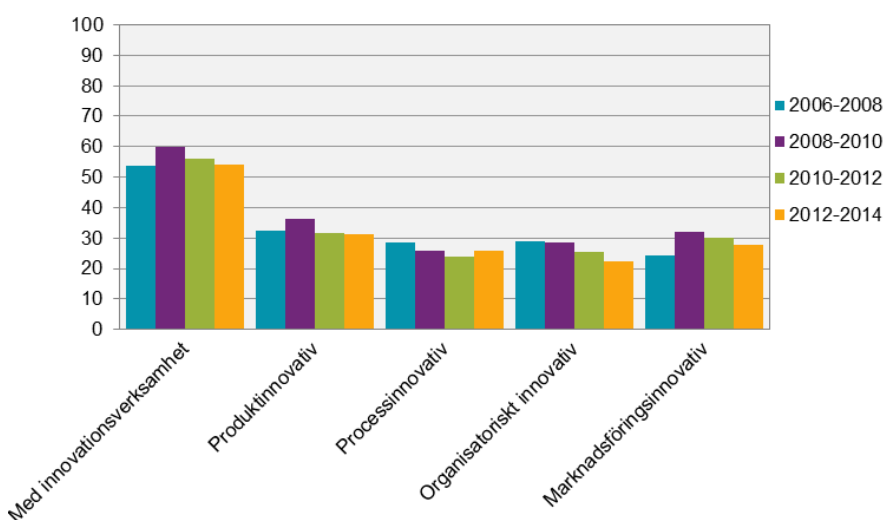
Diagrammet nedan visar utvecklingen för den population av branscher som varit med i de fyra senaste innovationsundersökningarna. De nya branscherna är alltså exkluderade i diagrammet. Andelen företag med innovationsverksamhet har varierat mellan 54 och 60 procent. Toppnoteringen 60 procent uppmättes i undersökningen avseende åren 2008-2010. Trenden är att andelen företag med innovationsverksamhet minskar. I den senaste innovationsundersökningen var andelen företag med innovationsverksamhet i populationen 54 procent. Det är på samma nivå som i undersökningen avseende 2006-2008.

Andel företag med innovationsverksamhet åren 2006-2008, 2008-2010, 2010-2012 och 2012-2014, 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 fyra senaste innovationsundersökningarna har produktinnovation alltid varit den vanligaste typen av innovation. Högst andel produktinnovativa företag var det åren 2008-2010. Det är endast processinnovation som hade ett annat toppår än 2008-2010. Högst andel processinnovativa företag var det i undersökningen avseende 2006-2008. Andelen organisatoriskt innovativa företag var lika hög avseende 2006-2008 som i undersökningen avseende 2008-2010. Andelen företag med organisatorisk innovation och marknadsföringsinnovation har varierat något mer under åren än andelen produktinnovativa och processinnovativa företag.

Andel företag med innovationsverksamhet och typ av innovation åren 2006-2008, 2008-2010, 2010-2012 och 2012-2014, jämförbar population. Procent



De flesta av de nya branscherna bedrev innovationsverksamhet i mindre utsträckning än de branscher som ingick i förra innovationsundersökningen. Lägst andel företag med innovationsverksamhet hade byggindustrin där 34 procent av företagen bedrev innovationsverksamhet. Även hotell och restauranger hade en förhållandevis låg andel med innovationsverksamhet, 35 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. Lite drygt hälften av företagen med endast varuinnovation sålde produkter på den utomeuropeiska marknaden. Kring hälften av företagen med tjänsteinnovation sålde produkter på den europeiska 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 30 procent som under 2012-2014 hade ett avtal om att leverera varor eller tjänster till en offentlig organisation i Sverige. De flesta av avtalen med svenska offentliga organisationer hade ingen koppling till innovationsverksamhet. Ungefär 13 procent av företagen angav att de genomfört någon innovationsaktivitet som en del av ett avtal. 5 procent av företagen angav att det krävdes en innovation i avtalet.

I den senaste innovationsundersökningen har SCB försökt fånga förekomsten av innovationer med miljövinster. Företagen har fått besvara vilka miljövinster som skapats genom innovationer, både inom företagen men också som uppkommit under en produkts slutkonsumtion eller slutanvändning. Av företag med innovationsverksamhet introducerade 53 procent en innovation med miljövinster. Stora företag introducerade innovationer med miljövinster i högre utsträckning än små och medelstora företag. Innovationer med miljövinster var mer förekommande bland varuproducerande företag än bland tjänsteproducerande företag. Företagen har också fått ange vilka faktorer som varit viktiga för företagets beslut att introducera innovationer med miljövinster. Störst betydelse hade förbättring av företagets rykte, 30 procent angav att det hade en stor betydelse.

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 utvecklingsinsatser 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 nio innovationsundersökningar genomförts (CIS 1, CIS 2, CIS 3, CIS 4, CIS 2006, CIS 2008, CIS 2010, CIS 2012, CIS 2014) varav Sverige har deltagit i åtta. 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.

Fler branscher undersöks, påverkar jämförbarheten

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 de två senaste 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.

Att innovationsundersökningen täcker en större del av näringslivet än tidigare gör att statistikens jämförbarhet över tid påverkas. Statistiken redovisas oftast i form av andel företag med en viss egenskap. Det gör att om företagen i de nytillkomna branscherna inte bedriver innovationsverksamhet i samma utsträckning som andra branscher blir resultatet att den totala andelen företag med innovationsverksamhet minskar. Men ju fler branscher i näringslivet som undersöks desto närmare kommer vi beskrivningen av innovationsverksamhet i svenska företag. För att jämförelser mellan år ska bli rättvisande är det viktigt att populationen av branscher och företag är lika.

I innovationsundersökningen 2012-2014 (CIS 2014) ingick följande branscher för första gången:

- byggindustrin (SNI 41-43)
- handel med och serviceverkstäder för motorfordon och motorcyklar (SNI 45)
- hotell och restauranger (SNI 55-56)
- juridiska och ekonomiska konsultbyråer; konsulttjänster till företag (SNI 69-70)
- andra företag inom juridik, ekonomi, vetenskap och teknik (SNI 74)
- företag inom uthyrning, fastighetsservice, resetjänster och andra stödtjänster (SNI 77-82).

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

SNI 2007	Näringsgren	2008-2010 och tidigare	2010-2012	2012-2014
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
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
47	Detaljhandel utom med motorfordon och motorcyklar		X	X
55-56	Hotell och restauranger			X
59-60	Film-, video- och TV-programverksamhet, ljudinspelningar och fonogramutgivning, Planering och sändning av program		X	X
73	Reklam och marknadsundersökning		X	X
74	Andra företag inom juridik, ekonomi, vetenskap och teknik			X
77-82	Företag inom uthyrning, fastighetsservice, resetjänster och andra stödtjänster			X

I innovationsundersökningen avseende 2012-2014 bestod populationen av 34 737 företag. Av dessa var det 9 348 företag som kom med i urvalet och fick besvara

enkäten. Svaren samlades främst in via en webbenkät. Totalt var det 87 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, innovationsaktiviteter utifrån branschperspektiv, innovationssamarbete, hur mycket företagen satsar på innovationsverksamhet, avtal med offentliga organisationer och innovation, innovationer med miljövinster 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.

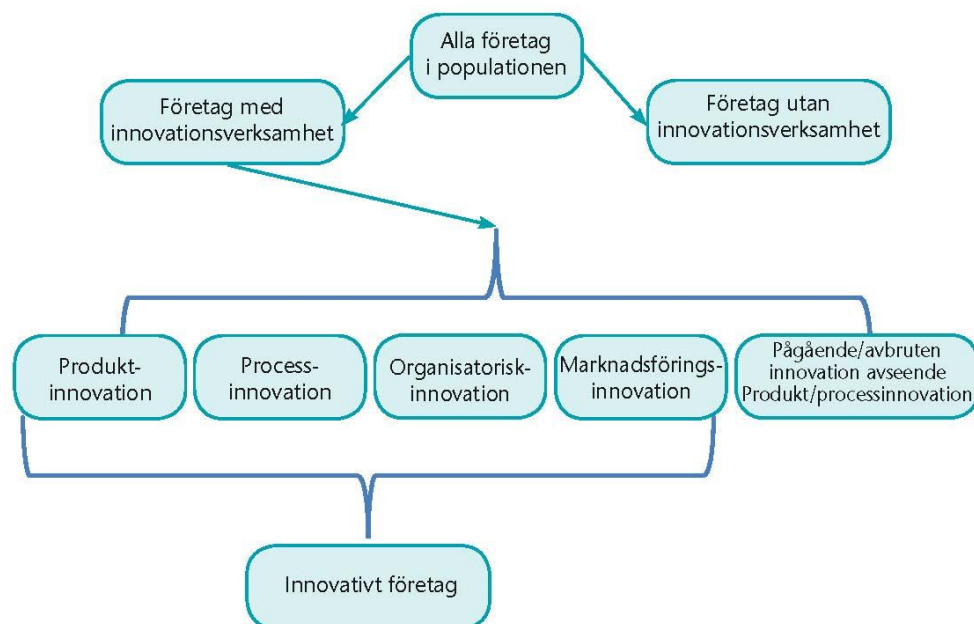
Bild 1.



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 efter de grupper som Eurostat använder då de redovisar tillverkningsindustrin efter teknologisk intensitet och den tjänsteproducerande sektorn efter kunskapsintensitet.² De företag som tillhör varuproducerande sektorn men som inte tillhör tillverkningsindustrin redovisas i en egen grupp kallad "Övriga varuproducerande sektorn". Indelningen innebär att företagen i varuproducerande sektorn delas in i fem grupper och de företagen i tjänsteproducerande sektorn delas in i två grupper.

² http://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/Annexes/htec_esms_an7.pdf

Tabell 2. Redovisningsgrupper, indelning efter teknologiintensitet och kunskapsintensitet

	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; avloppsrening, 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
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 79-82 Resetjänster, säkerhets- och bevakningsverksamhet, fastighetservice, kontorstjänster och andra företagstjänster

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.

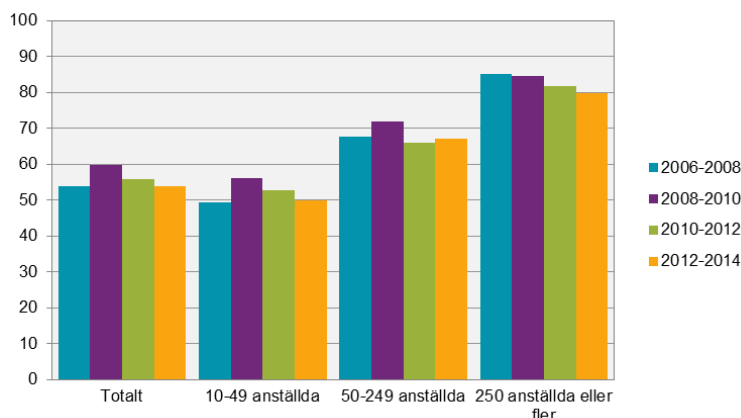
Vilka branscher som undersökts har dock förändrats över tid, och det måste man ta hänsyn till när jämförelser görs. Jämförelser mellan år bör göras med samma population, det vill säga att jämförelser görs med samma branscher. I de kommande avsnitten redovisas resultat från innovationsundersökningen i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

Innovationsverksamhet jämfört över tiden, 2006 och framåt

Diagrammet nedan visar utvecklingen för den population av branscher som varit med i de fyra senaste innovationsundersökningarna. Andelen företag med innovationsverksamhet har varierat mellan 54 och 60 procent. Toppnoteringen 60 procent uppmättes i undersökningen avseende åren 2008-2010. Trenden är att andelen företag med innovationsverksamhet minskar. I den senaste innovationsundersökningen var andelen företag med innovationsverksamhet i populationen 54 procent. Det är på samma nivå som i undersökningen avseende 2006-2008.

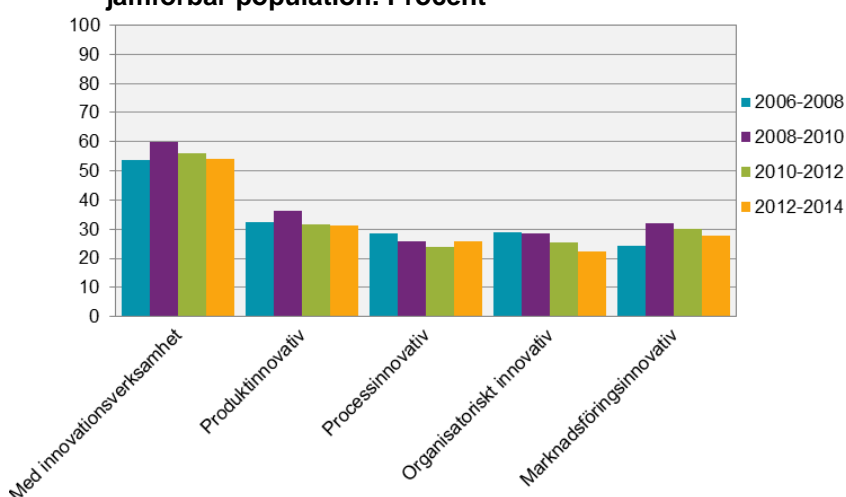
När utvecklingen i andelen företag med innovationsverksamhet per storleksklass studeras från år 2006 och framåt framkommer att de stora företagen har en lägre andel i den senaste innovationsundersökningen än i den avseende 2006-2008. För de små och medelstora företagen har det varierat mellan åren men i den senaste innovationsundersökningen ligger de på samma nivå som i undersökningen avseende 2006-2008.

Diagram 1. Andel företag med innovationsverksamhet åren 2006-2008, 2008-2010, 2010-2012 och 2012-2014, 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 fyra senaste innovationsundersökningarna har produktinnovation alltid varit den vanligaste typen av innovation. Högst andel produktinnovativa företag var det åren 2008-2010. Det är endast processinnovation som hade ett annat toppår än 2008-2010. Högst andel processinnovativa företag var det i undersökningen avseende 2006-2008. Andelen företag med organisatorisk innovation och marknadsföringsinnovation har varierat något mer under åren än andelen produktinnovativa och processinnovativa företag.

Diagram 2. Andel företag med innovationsverksamhet och typ av innovation åren 2006-2008, 2008-2010, 2010-2012 och 2012-2014, jämförbar population. Procent



Innovationsverksamhet 2012 och framåt

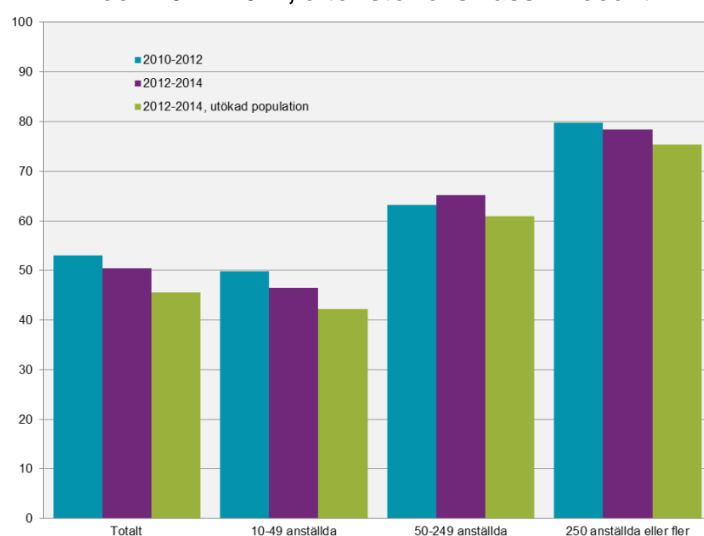
I detta avsnitt redovisas resultat från de två senaste innovationsundersökningarna. Dessa avser åren 2010-2012 och 2012-2014. I diagrammen visas resultat för två olika populationer. Resultat för åren 2012-2014 redovisas i två olika populationer, en population som innehåller samma branscher som i undersökningen avseende

2010-2012 och en population som även innehåller branscher som ingick i undersökningen för första gången.

Jämfört med förra innovationsundersökningen minskade andelen företag med innovationsverksamhet. När resultaten presenteras med jämförbara populationer minskade andelen med 3 procentenheter till 50 procent. Det var de små företagen som stod för den största delen av minskningen, för dessa företag minskade andelen med innovationsverksamhet med 4 procentenheter. Andelen medelstora företag med innovationsverksamhet ökade från 63 till 65 procent.

För samtliga storleksklasser hade den utökade populationen en lägre andel företag med innovationsverksamhet än den population av branscher som var med i innovationsundersökningen avseende 2010-2012.

Diagram 3. Andel företag med innovationsverksamhet åren 2010–2012 och 2012–2014, efter storleksklass. Procent



Andelen företag med processinnovation har ökat både bland företagen i den varuproducerande och i den tjänsteproducerande sektorn sedan förra innovationsundersökningen. Ökningen är bred då den dessutom har skett i alla storleksklasser i de båda sektorerna.

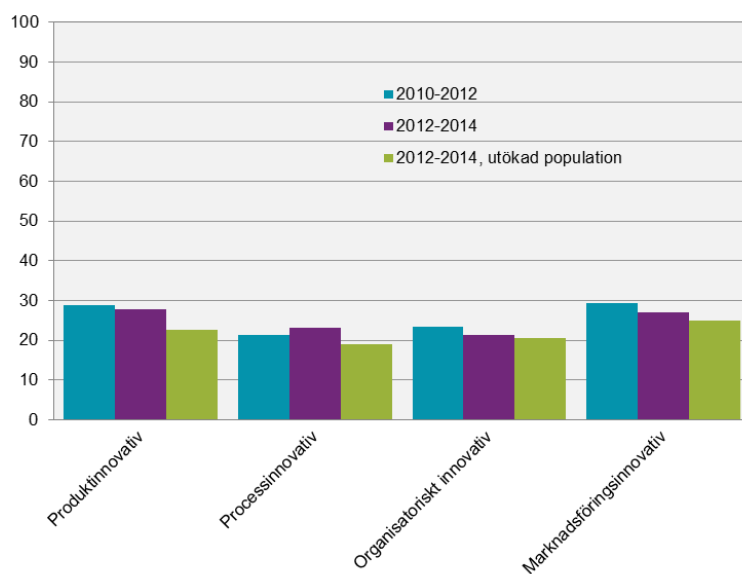
Det var de små företagen i den tjänsteproducerande sektorn som stod för minskningen av produktinnovativa företag. I övriga storleksklasser i den tjänsteproducerande sektorn och i samtliga storleksklasser i den varuproducerande sektorn har andelen produktinnovativa företag antingen ökat något eller legat på samma nivå som under 2010-2012. Eftersom de små företagen i den tjänsteproducerande sektorn är så många påverkar minskningen bland dessa företag resultatet för totalen.

I den varuproducerande sektorn minskade innovation inom marknadsföring i alla storleksklasser. Medan det i den tjänsteproducerande sektorn endast var bland de små företagen som minskningen skedde. Andelen medelstora och stora företag i den varuproducerande sektorn med marknadsföringsinnovation ökade med 4 respektive 3 procentenheter.

När resultaten för åren 2012-2014 jämförs mellan den ursprungliga populationen och den utökade populationen är andelen företag med organisatorisk innovation lika hög, 21 procent. Störst är skillnaden i andelen produktinnovativa företag.

Även i andelen processinnovativa företag skiljer det ganska mycket. Det betyder att de branscher som ingick i undersökningen för första gången introducerar organisatoriska innovationer i lika stor utsträckning som de branscher som brukar ingå i undersökningen. Medan de i mindre utsträckning introducerar nya eller väsentligt förbättrade produkter och processer. Detta gäller framförallt företag i byggindustrin. Mer om resultaten i de nya branscherna finns i nästa avsnitt.

Diagram 4. Andel företag med olika typer av innovationer åren 2010-2012 och 2012-2014. Procent

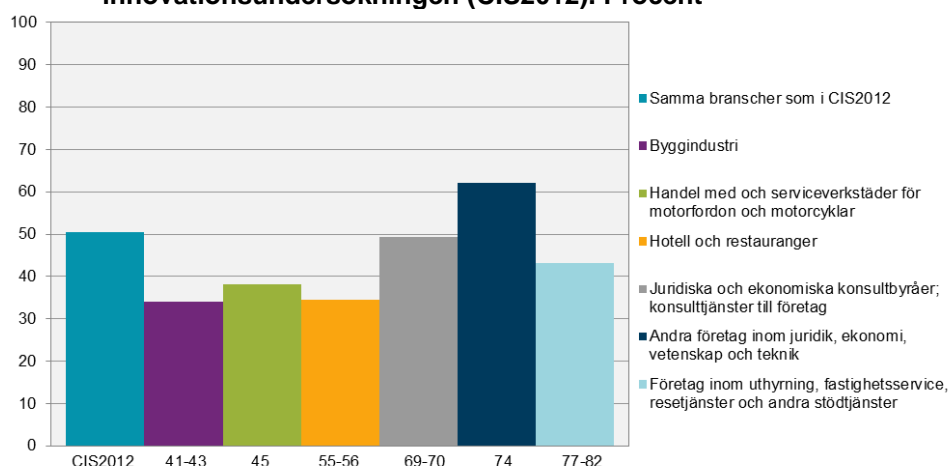


De nya branscherna

I detta avsnitt av rapporten redovisas resultaten för de branscher som ingick i innovationsundersökningen för första gången. Jämförelser av resultaten görs med den population av företag som var med även i den förra innovationsundersökningen, CIS2012. Alla resultat avser innovationsverksamhet under åren 2012-2014.

De flesta av de nya branscherna bedrev innovationsverksamhet i mindre utsträckning än de branscher som ingick i förra innovationsundersökningen. Lägst andel företag med innovationsverksamhet hade byggindustrin (SNI 41-43) där 34 procent av företagen bedrev innovationsverksamhet. Även hotell och restauranger (SNI 55-56) hade en förhållandevis låg andel med innovationsverksamhet, 35 procent. Företag i branschen andra företag inom juridik, ekonomi, vetenskap och teknik (SNI 74) var den enda av de nya branscherna som hade en högre andel företag med innovationsverksamhet än populationen företag som var med i förra innovationsundersökningen.

Diagram 5. Andelen företag med innovationsverksamhet åren 2012-2014 i nya branscher och de branscher som var med i förra innovationsundersökningen (CIS2012). Procent



När resultaten för de nya branscherna studeras lite närmare och redovisas efter typ av innovation framgår att ingen av branscherna hade en högre andel produktinnovativa företag än populationen företag som var med i förra innovationsundersökningen CIS 2012. Den nya branschen andra företag inom juridik, ekonomi, vetenskap och teknik (SNI 74) hade en lika hög andel produktinnovativa företag som populationen i CIS 2012, 28 procent. I byggindustrin (SNI 41-43) var endast 10 procent av företagen produktinnovativa. Det var den näst lägsta andelen bland alla branscher i undersökningen. De nya branscherna i undersökningen har få företag som är processinnovativa. Bland de fyra branscher med lägst andel processinnovativa företag är tre branscher nya, handel med och serviceverkstäder för motorfordon och motorcyklar (SNI 45), hotell och restauranger (SNI 55-56) och byggindustrin (SNI 41-43). Det framgår tydligt att de nya branscherna främst introducerat organisatoriska innovationer och innovationer inom marknadsföring. För samtliga branscher är marknadsföringsinnovation eller organisatorisk innovation den vanligaste innovationen.

Tabell 3. Andel företag med olika typer av innovation åren 2012-2014. Procent

	Produktinnovativ	Processinnovativ	Organisatoriskt innovativ	Marknadsförings-innovativ
Samtliga undersökta näringsgrenar 2010-2012 (B+C+D+E+46+47+H+J+K+71+72+73)	28	23	21	27
Byggindustri (41-43)	10	11	21	15
Handel med och serviceverkstäder för motorfordon och motorcyklar (45)	15	10	14	23
Hotell och restauranger (55-56)	15	11	12	26
Juridiska och ekonomiska konsultbyråer; konsulttjänster till företag (69-70)	25	23	30	28
Andra företag inom juridik, ekonomi, vetenskap och teknik (74)	28	29	26	34
Företag inom uthyrning, fastighetservice, resetjänster och andra stödtjänster (77-82)	17	14	22	26

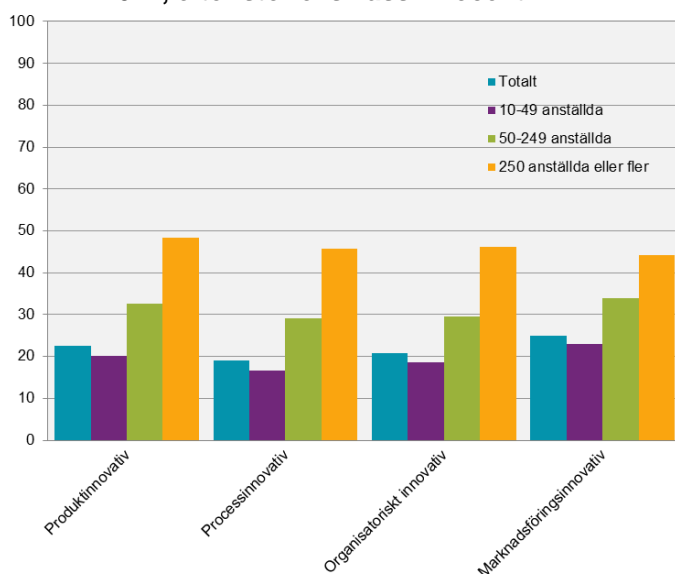
Fördjupning i innovationsverksamheten 2012-2014

I följande avsnitt redovisas endast resultaten från den senaste innovationsundersökningen. Resultaten gäller för samtliga branscher som ingick i undersökningen. Jämförelser görs mellan branscher och 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 6. Andel företag med olika typer av innovationer åren 2012–2014, 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 2014. Det framgår att flera av de branscher som ingick i undersökningen för första gången hade en lägre andel företag som ingick i en koncern. Exempelvis byggindustrin där 58 procent ingick i en koncern och hotell och restaurang där motsvarande andel var 56 procent. Framförallt var det de små företagen i de nya branscherna som inte ingick i en koncern.

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 51 procent som bedrev innovationsverksamhet. Det är en lägre andel än tidigare. Förklaringen syns i resultaten för de små företagen inom koncern. Bland dessa var det en övervikt av företag utan innovationsverksamhet. Det är de små företagen i de nya branscherna som gör att andelen företag inom koncern med innovationsverksamhet har minskat.

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 53 procent som bedrev innovationsverksamhet.

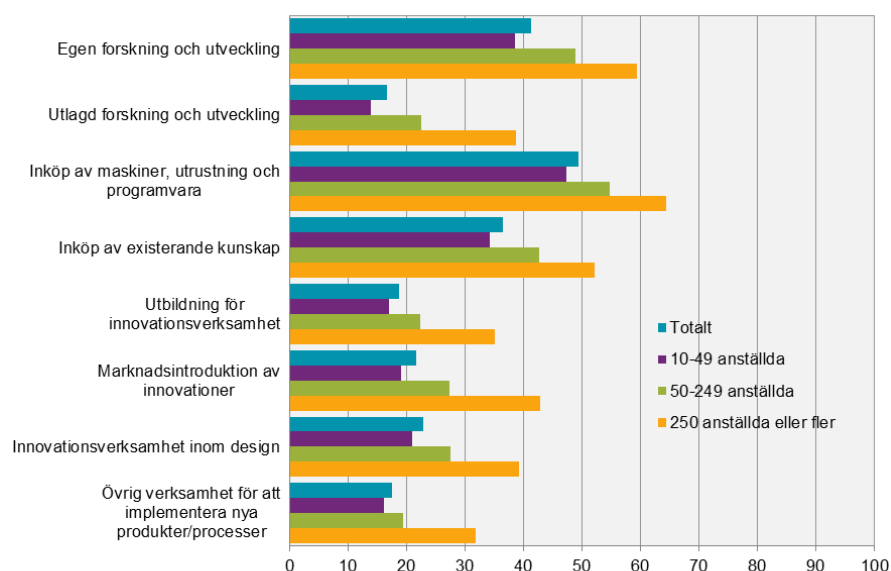
Tabell 4. Andel företag med innovationsverksamhet fördelat på koncern tillhörighet år 2014 och storleksklass åren 2012–2014. Procent

	Företag inom koncern		Företag ej inom koncern	
	Andel med innovationsverksamhet	Andel utan innovationsverksamhet	Andel med innovationsverksamhet	Andel utan innovationsverksamhet
Totalt	51	49	34	66
10–49 anställda	47	53	34	66
50–249 anställda	63	37	42	58
250 anställda eller fler	76	24	53	47

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, 64 procent.

Diagram 7. Andel företag med olika typer av innovationsaktiviteter åren 2012–2014 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, 55 procent, resterande 45 procent bedrev FoU kontinuerligt. Det syns skillnader i resultaten beroende på företagets storlek. Bland de stora företagen angav 67 procent att de hade fast anställd FoU-personal och bedrev FoU

kontinuerligt. Resultaten bland de små företagen som bedrev FoU visar att det var 43 procent som har haft fast anställd FoU-personal. Motsvarande andel bland de medelstora företagen var 49 procent. Resultaten för de stora varuproducerande företagen utmärker sig jämfört med andra företag. Bland dessa företag var det 82 procent av de med innovationsverksamhet avseende produkt- och processinnovation som bedrev FoU. Av dessa företag var det 4 av 5 som hade fast anställd FoU-personal.

Tabell 5. Andel företag med egen FoU varav företag med kontinuerlig FoU, respektive FoU emellanåt efter storleksklass, åren 2012–2014. 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	41	45	55
	10-49 anställda	38	43	57
	50-249 anställda	49	49	51
	250 anställda eller fler	59	67	33
Varuproducerande företag	Totalt	48	43	57
	10-49 anställda	41	36	64
	50-249 anställda	62	47	53
	250 anställda eller fler	82	80	20
Tjänsteproducerande företag	Totalt	38	47	53
	10-49 anställda	37	46	54
	50-249 anställda	40	51	49
	250 anställda eller fler	42	49	51

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. Lite drygt 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. 16 procent av företagen som inte haft någon produktinnovation under åren 2012-2014 hade sålt produkter på världsmarknaden. En hel del av dessa företag återfinns i branschen tillverkningsindustrin (SNI 10-33). I tillverkningsindustrin sålde 38 procent av företagen utan produktinnovation på världsmarknaden.

Tabell 6. Andel företag som sålt varor och tjänster på olika geografiska marknader åren 2012-2014. Procent

	Lokalt/regionalt	Nationellt	Europa	Övriga länder
Endast varuinnovation	92	84	72	53
Endast tjänsteinnovation	95	72	48	31
Både varu- och tjänsteinnovation	94	75	58	34
Ingen produktinnovation	97	48	30	16

Företag i tjänsteproducerande sektorn säljer 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 mer än 80 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 7. Andel företag som sålt varor och tjänster på olika geografiska marknader åren 2012-2014 efter bransch. Procent

	Lokalt/regionalt	Nationellt	Europa	Övriga länder
Varuproducerande företag				
Endast varuinnovation	94	89	81	62
Endast tjänsteinnovation	98	56	26	17
Både varu- och tjänsteinnovation	93	85	70	52
Ingen produktinnovation	96	49	31	19
Tjänsteproducerande företag				
Endast varuinnovation	90	80	62	44
Endast tjänsteinnovation	94	75	53	34
Både varu- och tjänsteinnovation	95	72	53	28
Ingen produktinnovation	97	47	28	15

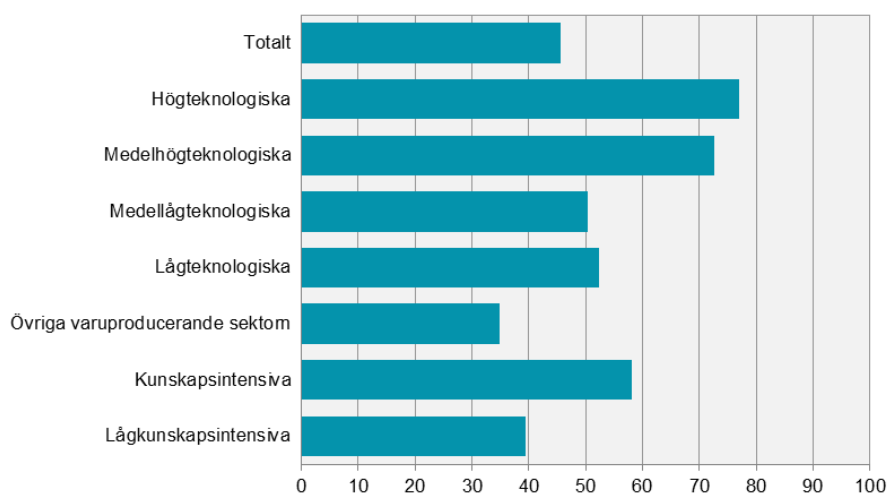
3. Innovationsverksamhet i ett branschperspektiv

Innovationsverksamheten skiljer sig åt beroende på i vilken bransch företaget verkar. Detta kapitel belyser innovationsverksamheten utifrån ett branschperspektiv där företag i varuproducerande sektorn och företag i tjänsteproducerande sektorn delats in efter teknologiintensitet respektive kunskapsintensitet. Mer om indelningen finns att läsa i rapportens första kapitel.

77 procent av de högteknologiska företagen har innovationsverksamhet

Bland de högteknologiska företagen inom tillverkningsindustrin var det 77 procent som bedrev innovationsverksamhet under åren 2012–2014. 73 procent av företagen inom kategorin medelhögteknologiska företag och 58 procent av de kunskapsintensiva företagen inom tjänsteproducerande sektorn bedrev innovationsverksamhet. Andelen företag med innovationsverksamhet var något högre bland de lågteknologiska företagen än de medellågteknologiska företagen. Lägst andel företag med innovationsverksamhet fanns bland gruppen övriga varuproducerande sektorn, där 35 procent av företagen hade innovationsverksamhet.

Diagram 8. Andel företag med innovationsverksamhet åren 2012–2014 fördelat efter teknologiintensitet och kunskapsintensitet. Procent



Det finns olika mönster i vilken sorts innovation som introduceras beroende på företagets teknologi- och kunskapsintensitet. Hög- och medelhögteknologiska företag introducerar främst produktinnovationer. Bland andra företag var det betydligt mer jämnt fördelat mellan de fyra olika typerna av innovationer. De lågkunskapsintensiva företagen introducerade främst marknadsföringsinnovationer.

Tabell 8. Andel företag med olika typer av innovationer åren 2012–2014 fördelat efter teknologiintensitet och kunskapsintensitet. Procent

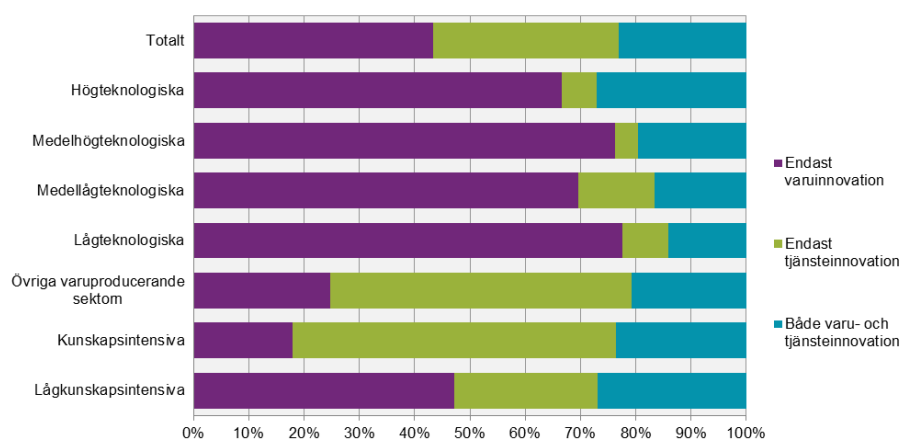
	Produktinnovativ	Processinnovativ	Organisatoriskt innovativ	Marknadsförings-innovativ
Totalt	23	19	21	25
Högteknologiska	60	39	35	34
Medelhögteknologiska	51	36	30	31
Medellågteknologiska	23	29	19	19
Lågteknologiska	28	29	19	26
Övriga varuproducerande sektorn	10	12	22	16
Kunskapsintensiva	35	26	29	34
Lågkunskapsintensiva	18	14	16	25

Produktinnovation i ett branschperspektiv

En produktinnovation är en vara eller en tjänst som är ny eller väsentligt förbättrad. 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.

I undersökningen får företagen besvara om de introducerat någon typ av produktinnovation, alltså en varuinnovation eller tjänsteinnovation.

De allra flesta, 93 procent, av de högteknologiska företagen med produktinnovation introducerade en ny eller väsentligt förbättrad vara. Även bland de medelhögteknologiska företagen var det vanligare att introducera en ny vara än en ny tjänst. Även om det är vanligast att företag i den varuproducerande sektorn introducerar varuinnovationer så finns det en hel del företag inom sektorn som endast introducerat en tjänsteinnovation. I gruppen övriga varuproducerande sektorn var detta särskilt tydligt. Bland denna grupp fanns det 55 procent som endast introducerat en ny tjänsteinnovation. Det är framförallt företag inom byggindustrin (SNI 41-43) som endast introducerat tjänsteinnovation.

Diagram 9. Produktinnovativa företag efter typ av produktinnovation åren 2012–2014, fördelat efter teknologiintensitet och kunskapsintensitet. Procent


Produktinnovationers nyhetsvärde

Företag som introducerat produktinnovationer under åren 2012–2014 har fått ange om någon av företagets varu- eller tjänsteinnovationer var först i Sverige, Europa eller världen.

14 procent av alla produktinnovativa företag svarade att de haft en produktinnovation som var först i världen. De teknologiska företagen hade i högre utsträckning produktinnovationer som var först i världen, 32 procent av de högteknologiska svarade att de introducerat en vara eller tjänst som var först av sitt slag i världen. Andelen bland de medelhögteknologiska företagen var 30 procent och 19 procent bland de medellågteknologiska.

Tabell 9. Andel företag produktinnovativa företag med produktinnovation som var först i Sverige, Europa och i världen åren 2012–2014. Procent

	Andel företag med produktinnovationer som var först i Sverige	Andel företag med produktinnovationer som var först i Europa	Andel företag med produktinnovationer som var först i världen
Totalt	38	19	14
Högteknologiska	48	38	32
Medelhögteknologiska	53	38	30
Medellågteknologiska	45	27	19
Lågteknologiska	39	16	14
Övriga varuproducerande sektorn	18	7	5
Kunskapsintensiva	39	18	15
Lågkunskapsintensiva	36	16	9

Bilden blir något annorlunda när andelen företag med produktinnovation som var först i världen redovisas som en del av samtliga undersökta företag. Det blir då tydligt att det är störst sannolikhet att högteknologiska och medelhögteknologiska företag introducerar en produktinnovation som är först av sitt slag i världen. För dessa företag var det 19 respektive 15 procent som under åren 2012-2014 hade introducerat en produktinnovation som var först i världen. Bland de mindre teknologiintensiva företagen i den varuproducerande sektorn hade 4 procent av alla företag en produktinnovation som var först i världen.

Tabell 10. Andel av samtliga företag som haft produktinnovation som var först i världen åren 2012-2014. Procent

	Produktinnovationen var först i världen
Totalt	3
Högteknologiska	19
Medelhögteknologiska	15
Medellågteknologiska	4
Lågteknologiska	4
Övriga varuproducerande sektorn	0
Kunskapsintensiva	5
Lågkunskapsintensiva	2

4. 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 företag har innovationssamarbete

Bland företagen med innovationsverksamhet avseende produkt- och/eller processinnovation var det 29 procent som haft innovationssamarbete under åren 2012–2014.

När resultaten från förra innovationsundersökningen jämförs med årets resultat syns en ökning i andelen företag som har samarbetat i sin innovationsverksamhet. Ökningen har skett i alla storleksklasser men mest ökade samarbetet bland de stora företagen. 59 procent av de stora företagen hade innovationssamarbete, det var en ökning med 6 procentenheter sedan förra innovationsundersökningen. De stora företagen i den tjänsteproducerande sektorn samarbetade i lika stor utsträckning som vid förra undersökningen medan fler företag inom den varuproducerande sektorn hade innovationssamarbete. Bland de stora företagen inom tillverkningsindustrin (SNI 10-33) ökade andelen med innovationssamarbete från 62 till 75 procent.

Tabell 11. Andel företag med innovationssamarbete, åren 2010–2012 och 2012–2014, Innovationsverksamhet avseende produkt- och/eller processinnovationer. Procent

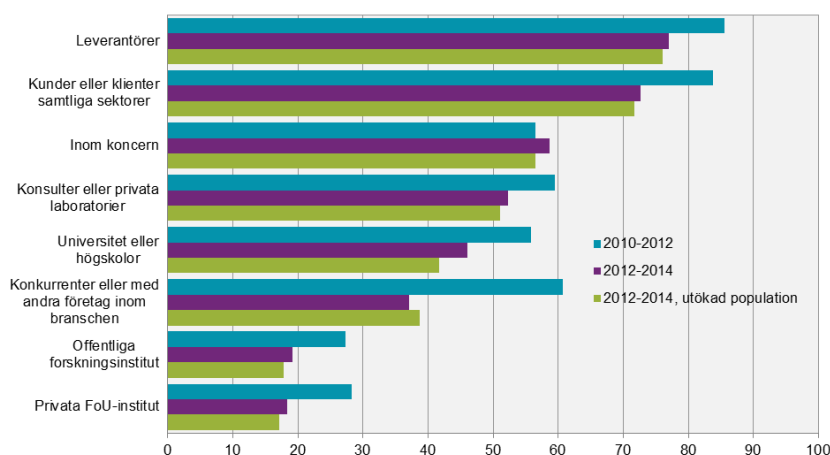
	2010-2012	2012-2014	2012-2014, utökad population
Totalt	30	32	29
10-49 anställda	27	29	27
50-249 anställda	34	35	33
250 anställda eller fler	53	59	53

Ökat samarbete med andra företag inom koncernen

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. Den enda partner som samarbetet ökat med jämfört med förra undersökningsomgången var andra företag inom koncernen, från 57 till 59 procent. Det är de små företagen som ökat samarbetet med andra företag inom koncernen. Bland de medelstora och stora företagen hade samarbetet med andra företag inom koncernen minskat något.

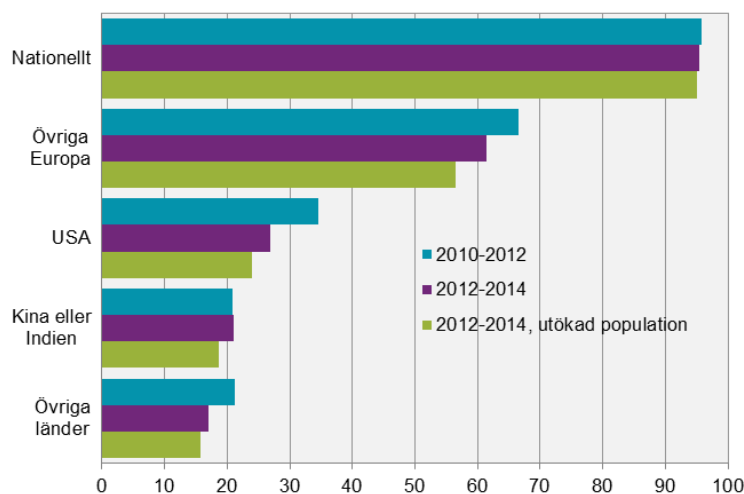
Diagram 10. Samarbetspartner i innovationsverksamheten åren 2010-2012 och 2012-2014. Andel av företag med innovationssamarbete avseende produkt- och/eller processinnovation. Procent



Flest samarbetar med en partner i Sverige

Av de företag som bedrev verksamhet inom produkt- och/eller processinnovation och samarbetade med en partner, angav 95 procent att de samarbetade med en partner lokaliserad inom Sveriges gränser. Jämfört med förra innovationsundersökningen har andelen företag som samarbetat med en partner utomlands minskat eller legat på samma nivå. Den största minskningen, 8 procentenheter, skedde i samarbetet med partner i USA.

Diagram 11. Samarbetspartner för företag med innovationsverksamhet efter samarbetspartners lokalisering, åren 2010-2012 och 2012-2014. Andel av företag med innovationssamarbete avseende produkt- och/eller processinnovation. Procent



Flest samarbetade med leverantörer i Sverige

När information om typ av samarbetspartner och samarbetspartners lokalisering kombineras framgår att flest företag samarbetade med leverantörer i Sverige. 62 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 istället 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 forskningsinstitut i Kina eller Indien och övriga länder i världen.

Tabell 12. Företagens samarbetspartner efter lokalisering åren 2012–2014. 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	62	33	12	9	5	23
Kunder/klienter från privata sektorn	60	27	10	6	7	31
Andra företag inom koncernen	40	25	10	6	5	42
Konsulter, privata laboratorier	48	12	3	2	2	46
Universitet eller högskolor	40	9	3	1	2	55
Konkurrenter eller andra företag inom branschen	33	15	6	4	4	58
Kunder/klienter från offentliga sektorn	30	6	1	1	1	66
Offentliga forskningsinstitut	16	4	1	0	0	78
Privata FoU-institut	15	4	1	0	0	79

5. Företagens ekonomiska satsningar på innovationsverksamhet

I detta kapitel presenteras först företagens utgifter för innovationsverksamhet under 2014. 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 2014 i den senaste innovationsundersökningen. Anledningen till att utgifter för endast ett år efterfrågas är att det 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 2014

Under 2014 uppgick företagens utgifter för innovationsverksamhet till drygt 184 miljarder kronor. Varuproducerande sektorn stod för en större del av utgifterna, knappt 72 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 2014 utgifter för innovationsverksamhet på 117 miljarder kronor. Det motsvarar 63 procent av hela företagsektorns utgifter.

Tabell 13. Företagens innovationsutgifter efter typ av utgift, år 2014. Mnkr

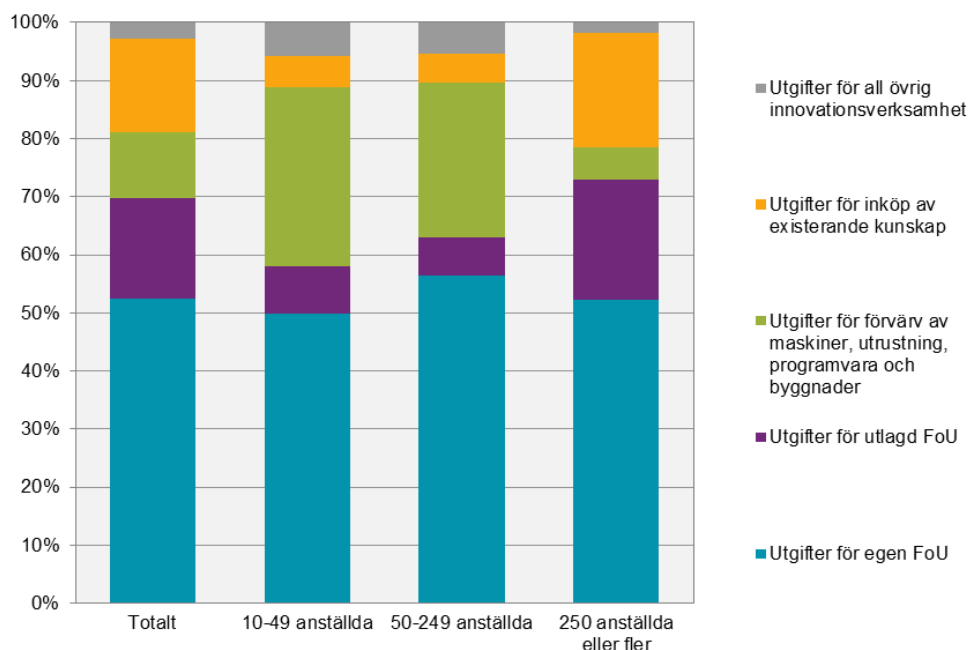
Näringsgren	Storleksklass	Totala innovationsutgifter	Utgifter för egen FoU	Utgifter för utlagd FoU	Utgifter för förvärv av maskiner, utrustning, programvara och byggnader	Utgifter för inköp av existerande kunskap	Utgifter för all övrig innovationsverksamhet
Totalt	Totalt	184 653	96 891	31 993	20 951	29 716	5 103
	10-49 anställda	23 333	11 626	1 895	7 231	1 247	1 333
	50-249 anställda	22 787	12 858	1 494	6 070	1 147	1 218
	250 anställda eller fler	138 533	72 407	28 603	7 650	27 322	2 552
Varuproducerande företag	Totalt	133 138	66 889	26 508	10 755	26 899	2 087
	10-49 anställda	6 946	3 264	255	2 793	302	332
	50-249 anställda	9 145	4 352	679	3 404	380	329
	250 anställda eller fler	117 048	59 272	25 574	4 559	26 217	1 426
Tjänsteproducerande företag	Totalt	51 515	30 002	5 485	10 196	2 816	3 016
	10-49 anställda	16 387	8 362	1 640	4 439	946	1 000
	50-249 anställda	13 642	8 505	815	2 666	766	889
	250 anställda eller fler	21 486	13 135	3 029	3 091	1 104	1 127

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 2014. Totalt i företagssektorn uppgick utgifterna för egen FoU till 53 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. Utgifter för inköp av existerande kunskap ökade kraftigt mellan 2012 och 2014 och uppgick under 2014 till 16 procent av innovationsutgifterna.

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 50 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 52 procent av de totala utgifterna. Utgifter för utlagd FoU stod för 21 procent av de stora företagens innovationsutgifter, medan bland de medelstora företagen stod utlagd FoU för 7 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 2014 var andelen för denna utgiftspost 31 procent för de små företagen.

Diagram 12. Innovationsutgifter fördelade efter typ av utgift per storleksklass år 2014. 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 7 procent av företagets omsättning till innovationsverksamhet och inom tjänsteproducerande sektorn drygt 2 procent. Bland de stora företagen inom varuproducerande sektorn gick 9 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 2 procent av omsättningen till innovationsverksamhet.

**Tabell 14. Innovationsutgifter (mkr) och innovationsintensitet (procent),
efter storleksklass, år 2014**

Näringsgren	Storleksklass	Total omsättning för företag med innovationsverksamhet avseende produkt- och/eller processinnovationer	Totala innovationsutgifter	Innovationsintensitet
Totalt	Totalt	3 908 748	184 653	5%
	10-49 anställda	502 505	23 333	5%
	50-249 anställda	780 334	22 787	3%
	250 anställda eller fler	2 625 908	138 533	5%
Varuproducerande företag	Totalt	1 822 174	133 138	7%
	10-49 anställda	152 254	6 946	5%
	50-249 anställda	350 128	9 145	3%
	250 anställda eller fler	1 319 791	117 048	9%
Tjänsteproducerande företag	Totalt	2 086 574	51 515	2%
	10-49 anställda	350 251	16 387	5%
	50-249 anställda	430 206	13 642	3%
	250 anställda eller fler	1 306 117	21 486	2%

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.

21 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 21 procent att de hade fått stöd under åren 2012–2014. 12 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. Högst andel företag i varuproducerande sektorn med stöd hade textil-, beklädnads-, läder- och lädervaruindustrin (SNI 13-15), där hade 29 procent av företagen fått någon typ av stöd. Näst högst andel hade industri för datorer, elektronikvaror och optik (SNI 26), 28 procent.

Men den bransch som utmärker sig vad gäller stöd för innovationsverksamhet är forsknings- och utvecklingsinstitutioner (SNI 72). Bland dessa företag hade mer än vartannat företag fått stöd för innovationsverksamhet under åren 2012-2014.

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. 17 procent av de stora företagen hade fått statligt stöd jämfört med 8 respektive 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. 11 procent av de stora företagen hade erhållit stöd från EU och 8 procent från sjunde ramprogrammet. Bland de stora företagen inom varuproducerande sektorn angav 13 procent att de fått stöd från EU:s sjunde ramprogram eller Horisont 2020.

Tabell 15. Andel företag med innovationsverksamhet avseende produkt- och/eller processinnovation som fått stöd för innovationsverksamhet åren 2012–2014. 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	9	4	1
	50-249 anställda	12	3	8	5	2
	250 anställda eller fler	21	3	17	11	8
Varuproducerande företag	Totalt	19	4	13	6	3
	10-49 anställda	18	4	12	5	2
	50-249 anställda	16	3	12	7	2
	250 anställda eller fler	32	3	27	18	13
Tjänsteproducerande företag	Totalt	10	3	7	4	1
	10-49 anställda	10	3	7	3	1
	50-249 anställda	10	3	6	4	2
	250 anställda eller fler	10	2	8	5	3

6. Innovation och avtal med offentliga organisationer

De inköp som görs med offentliga medel uppgår till kring 600 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.³

Bild 3.



Källa: Konkurrensverket 2014.

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, 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.⁴

I den nationella innovationsstrategin identifierade den dåvarande regeringen upphandling som ett strategiskt viktigt instrument för att möta samhällsutmaningar. Den nuvarande regeringen har gett Upphandlingsmyndigheten i uppdrag att främja innovation i upphandlingar. Det sker bland annat genom att Upphandlingsmyndigheten samverkar med VINNOVA, Verket för innovationssystem, kring innovationsupphandling. VINNOVA erbjuder även finansiering till kommuner, landsting, regioner och statliga myndigheter som har behov av nya lösningar och vill upphandla

³ http://www.konkurrensverket.se/globalassets/publikationer/rapporter/rapport_2014-1.pdf

⁴ http://www.konkurrensverket.se/globalassets/publikationer/uppdragsforskning/forsk_rap_2014-5.pdf

innovation.⁵ 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. Resultaten från innovationsundersökningen ger oss ingen fingervisning om värdet på de avtal som inneburit innovationsaktiviteter. Däremot visar resultaten hur många företag som 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.

Frågan i innovationsundersökningen har delvis förändrats jämfört med i undersökningen avseende 2010-2012. I förra innovationsundersökningen användes *upphandlingskontrakt* (procurement contract) medan i undersökningen avseende 2012-2014 användes *avtal* (contract). Bakgrunden till förändringen var att det inte alltid stod klart för företagen om det var ett upphandlingskontrakt det handlade om när de levererat produkter till en offentlig organisation. Denna ändring i frågeformuleringen gjordes i alla länder som genomför innovationsundersökningen.

Av företagen i Sverige var det 30 procent som under 2012-2014 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, 29 respektive 30 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 vattenförsörjning (SNI 36). 71 procent av dessa företag hade levererat till svenska offentliga organisationer.

De flesta av avtalen med svenska offentliga organisationer hade ingen koppling till innovationsverksamhet. Ungefär 13 procent av företagen angav att de genomfört någon innovationsaktivitet som en del av ett avtal. 5 procent av företagen angav att det krävdes en innovation i avtalet. Bland forskning- och utvecklingsinstitutioner (SNI 72) angav 25 procent att de haft avtal där innovation krävdes.

⁵ <http://www.vinnova.se/sv/misc/Testsida/Gamla-omradessidor/Innovationskraft-i-offentlig-verksamhet/innovationsupphandling/>

Tabell 16. Andel företag med avtal med svenska offentliga organisationer och innovationsaktiviteter som del av avtalet åren 2012-2014. Procent

		Avtal med svenska offentliga organisationer	Varav innovation krävdes enligt avtalet	Varav innovation krävdes inte enligt avtalet	Varav ingen innovationsaktivitet
Totalt	Totalt	30	5	9	87
	10-49 anställda	27	5	9	88
	50-249 anställda	39	5	10	87
	250 anställda eller fler	49	13	16	75
Varuproducerande företag	Totalt	29	2	9	90
	10-49 anställda	27	..	9	91
	50-249 anställda	36	90
	250 anställda eller fler	39	69
Tjänsteproducerande företag	Totalt	30	7	9	86
	10-49 anställda	28	7	9	87
	50-249 anställda	42	6	10	86
	250 anställda eller fler	56	11	15	78

I absoluta tal handlade det om lite drygt 500 företag i Sverige som under åren 2012-2014 hade ett avtal där en innovation krävdes. Av dessa hörde ett åttiotal till den varuproducerande sektorn och drygt 400 till den tjänsteproducerande sektorn. Den bransch med flest företag med avtal där innovation krävdes var informations- och kommunikationsföretag (SNI 58-63). Även i branschen handel (SNI 45-47) fanns det många företag med den typen av avtal.

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, 16 procent.

I förra innovationsundersökningen som avsåg åren 2010-2012 var frågeformuleringen något annorlunda. Dessutom ingick det något färre branscher i undersökningen. Vissa jämförelser är dock möjliga att göra. I tabellen nedan redovisas resultaten där populationerna är helt jämförbara. Det är något fler som i undersökningen avseende 2012-2014 uppgav att de haft avtal med offentliga organisationer än som i undersökningen avseende 2010-2012 uppgav att de haft upphandlingskontrakt. Andelen som uppgav att innovation krävdes i avtalet är dock något mindre än som uppgav att innovation krävdes i upphandlingskontraktet. När resultaten istället redovisas i antal företag framgår att det är exakt lika många företag som haft krav på innovation.

Tabell 17. Andel företag med upphandlingskontrakt respektive avtal med svenska offentliga organisationer, åren 2010-2012 och 2012-2014, jämförbara populationer. Procent

		Totalt	10-49 anställda	50-249 anställda	250 anställda eller fler
2010-2012	Andel med upphandlingskontrakt	24	22	27	39
	Varav innovation krävdes enligt upphandlingskontraktet	7	7	6	12
	Varav innovation krävdes inte enligt upphandlingskontraktet	12	12	12	18
	Varav ingen innovationsaktivitet	85	87	83	76
2012-2014	Andel med avtal	26	25	33	43
	Varav innovation krävdes enligt avtal	6	5	6	15
	Varav innovation krävdes inte enligt avtal	10	10	11	18
	Varav ingen innovationsaktivitet	86	87	84	71

7. Innovationer med miljövinster

Det är genom innovationer inom miljöområdet som vi kan möta de utmaningar som klimatförändringarna innebär. Detta framhävs av både politiker och forskare. Ofta talas det om att Sverige har en chans att ligga i framkant och bli konkurrenskraftigt om det satsas på utveckling inom miljöområdet. I årets innovationsundersökning har vi försökt fånga förekomsten av innovationer med miljövinster. Företagen har fått besvara vilka miljövinster som skapats genom innovationer, både inom företagen men också som uppkommit under en produkts slutkonsumtion eller slutanvändning.

Av företag med innovationsverksamhet introducerade 53 procent en innovation med miljövinster. Stora företag introducerade innovationer med miljövinster i högre utsträckning än små och medelstora företag. Innovationer med miljövinster var mer förekommande bland varuproducerande företag än bland tjänsteproducerande företag. Den bransch med högst andel företag som introducerat innovation med miljövinster var företag som arbetar med vattenförsörjning (SNI 36) och anläggningar för avfallshantering, återvinning och sanering (SNI 37-39). Bland dessa företag hade 80 procent av företagen med innovationsverksamhet introducerat en innovation med miljövinster. Minst aktiva på miljöinnovationsområdet var serviceföretag till finans- och försäkringsverksamhet (SNI 66), juridiska och ekonomiska konsultbyråer (SNI 69-70) och informationstjänstföretag (SNI 63), där hade 23, 23 respektive 22 procent av företagen med innovationsverksamhet introducerat en innovation med miljövinster. Det kan tänkas att behovet av innovationer med miljövinster inte var lika stort bland dessa företag om deras miljöpåverkan från början inte var så stor.

Tabell 18. Andel företag med innovationsverksamhet som introducerat innovation med miljövinster åren 2012-2014. Procent

	Innovation med miljövinster	
Alla undersökta näringsgrenar	Totalt	53
	10-49 anställda	51
	50-249 anställda	56
	250 anställda eller fler	70
Varuproducerande företag	Totalt	64
	10-49 anställda	61
	50-249 anställda	69
	250 anställda eller fler	84
Tjänsteproducerande företag	Totalt	46
	10-49 anställda	45
	50-249 anställda	48
	250 anställda eller fler	60

En miljövinster kan vara antingen huvudmålet med innovationen eller en biprodukt av andra mål. Miljövinster från en innovation kan uppkomma genom produktionen av en vara eller tjänst, eller under produktens slutanvändning eller slutkonsumtion.

Den vanligaste miljövinsten inom företaget var mindre energiförbrukning eller koldioxidutsläpp. Bland de små varuproducerande företagen var istället den vanligaste miljövinsten för en innovation att företagen återvunnit avfall, vatten eller material för eget bruk eller försäljning.

Tabell 19. Andel företag med innovationsverksamhet som introducerat innovation med miljövinster inom företaget åren 2012-2014. Procent

		Mindre material- eller vattenanvändning per producerad /levererad	Mindre energiförbrukning eller koldioxidutsläpp (reducerad totalproduktion av CO2)	Mindre föroreningar till luft, vatten och mark, mindre buller	Bytt ut en del material mot mindre förorenande eller mindre farligt ersättningsmaterial	Bytt ut en del fossila bränslen mot förnybara energikällor	Återvunnit avfall, vatten eller material för eget bruk eller försäljning
Alla undersökta näringsgrenar	Totalt	17	27	23	24	13	23
	10-49 anställda	15	24	21	22	11	22
	50-249 anställda	23	35	25	26	17	26
	250 anställda eller fler	37	53	41	41	31	38
Varuproducerande företag	Totalt	23	31	30	30	16	33
	10-49 anställda	19	25	28	27	13	32
	50-249 anställda	31	44	34	34	20	35
	250 anställda eller fler	54	66	56	55	40	50
Tjänsteproducerande företag	Totalt	14	25	18	20	11	18
	10-49 anställda	13	24	17	20	10	17
	50-249 anställda	17	29	19	21	14	20
	250 anställda eller fler	25	44	29	30	24	29

Den vanligaste miljövinsten under en vara eller tjänsts slutkonsumtion eller slutanvändning var mindre energiförbrukning eller koldioxidutsläpp. Det gällde alla storleksklasser i både den varuproducerande och den tjänsteproducerande sektorn. För alla sorters miljövinster som uppkommit under en vara eller tjänsts slutkonsumtion eller slutanvändning hade företagen i den varuproducerande sektorn en högre andel än företagen i den tjänsteproducerande sektorn.

Tabell 20. Andel företag med innovationsverksamhet som introducerat innovation med miljövinster och där miljövinster uppkommit under en vara eller tjänsts slutkonsumtion eller slutanvändning åren 2012-2014. Procent

		Mindre energiförbrukning eller koldioxidutsläpp	Mindre föroreningar till luft, vatten och mark, mindre buller	Lättare återvinning av uttjänad produkt	Längre produktlivscykel pga mer långlivade och hållbara produkter
Alla undersökta näringsgrenar	Totalt	28	24	17	20
	10-49 anställda	25	23	17	19
	50-249 anställda	33	25	16	21
	250 anställda eller fler	48	38	27	28
Varuproducerande företag	Totalt	32	30	22	25
	10-49 anställda	29	28	22	24
	50-249 anställda	39	30	17	26
	250 anställda eller fler	58	50	33	37
Tjänsteproducerande företag	Totalt	25	21	15	17
	10-49 anställda	23	20	15	17
	50-249 anställda	29	22	16	18
	250 anställda eller fler	40	29	22	22

Vad är det som driver ett företag att introducera innovationer med miljövinster?

Företagen har fått ange vilka faktorer som varit viktiga för företagets beslut att introducera innovationer med miljövinster. Störst betydelse hade förbättring av företagets rykte, 30 procent angav att det hade en stor betydelse. Vilken faktor som haft störst betydelse skiljer sig dock åt när resultaten redovisas uppdelat per storleksklass. För de små företagen var förbättring av företagets rykte av klart störst betydelse. För de medelstora var det lika stor andel som angav att gällande miljöföreskrifter som att förbättring av företagets rykte hade stor betydelse. Bland de stora företagen angav de flesta att rådande eller förväntad marknads efterfrågan på miljöanpassade innovationer hade störst betydelse, tätt följt av gällande miljöföreskrifter. Det var endast 5 procent av företagen som svarade att offentliga anslag, bidrag för miljöanpassade innovationer hade stor betydelse för företagets beslut att introducera innovationer med miljövinster.

Tabell 21. Faktorer med stor betydelse för företagets beslut att introducera innovationer med miljövinster åren 2012-2014. Procent

	Gällande miljöföreskrifter	Gällande miljöskatter/avgifter	Eventuella miljöföreskrifter/avgifter i framtiden	Offentliga anslag, bidrag eller annat	Rådande/förväntad marknads efterfrågan	Förbättring av företagets rykte	Ideella handlingar/initiativ skapa goda exempel	Höga kostnader för energi/vatten/material	Behov möta krav i offentliga upphandlingsavtal
Totalt	24	12	13	5	21	30	15	17	15
10-49 anställda	22	11	12	5	18	30	14	15	15
50-249 anställda	29	12	14	4	27	29	16	22	15
250 anställda eller fler	39	19	22	5	40	37	19	24	19

8. Internationella jämförelser

I detta kapitel redovisas resultaten från innovationsundersökningen från ett urval av länder inom EU och EFTA. I Tillväxtanalys rapport "Statistiska indikatorer på tjänsteinnovation"⁶ som avhandlar innovationsundersökningen, går att läsa att "Sverige svårigen kan jämföras med EU som helhet – istället bör Sverige jämföras med ett urval av länder". Tillväxtanalys menar att det är Sveriges största handelspartners vad gäller export och import: Tyskland, Danmark, Storbritannien, Nederländerna, Frankrike och Finland, som framförallt är relevanta för en jämförelse av innovationsundersökningens resultat. Utöver detta kan sägas att de nordiska ländernas likheter med Sverige gör de intressanta för analys. Då resultat avseende år 2012-2014 ännu inte finns offentliggjorda av Eurostat, redovisas i detta kapitel resultat från undersökningen avseende år 2010-2012. Undersökningen avseende 2010-2012 genomfördes i samtliga EU-28 länder samt även i Norge, Serbien och Turkiet. Resultaten i sin helhet finns på Eurostats hemsida.

Innovationsstatistiken EU-reglerad

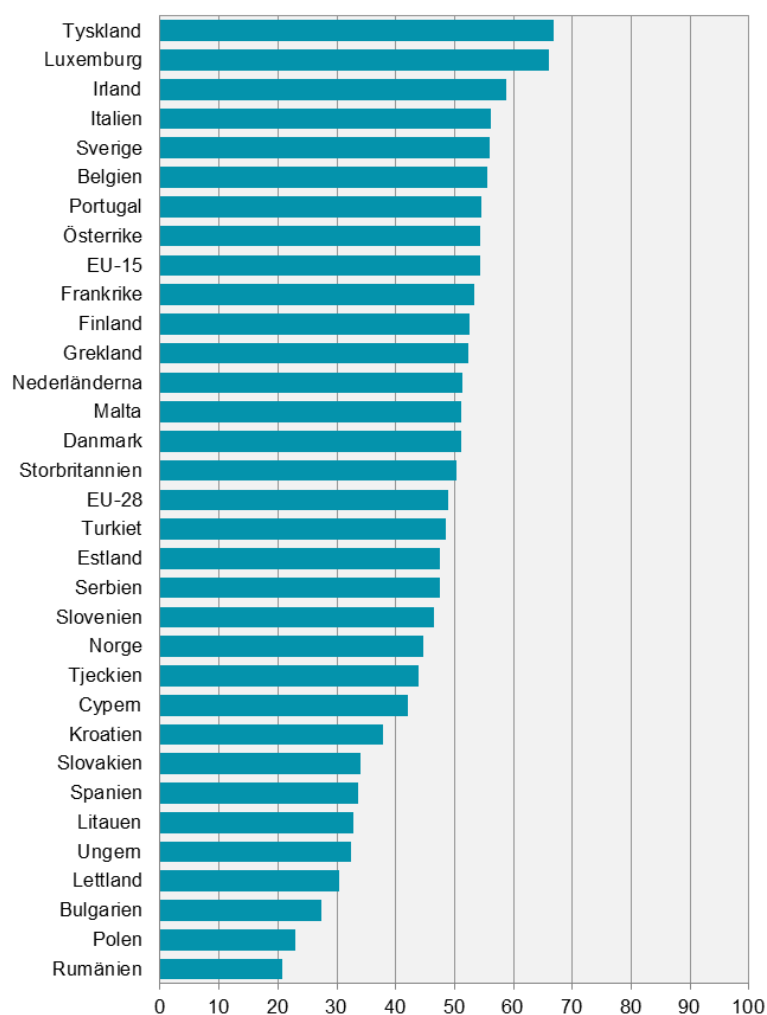
Innovationsstatistiken är EU-reglerad och enligt regleringen⁷ ska alla medlemsländer, inom specifika tidsintervall, leverera resultat från innovationsundersökningen till EU:s statistikorgan, Eurostat. EU-regleringen styr bland annat vilka frågor som är obligatoriska samt vilka branscher som ska undersökas. 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 och i EFTA-länderna. Därutöver genomförs liknande undersökningar världen över.

Andel företag med innovationsverksamhet

Tyskland var det land i Europa där högst andel företag bedrev innovationsverksamhet, 67 procent. Därefter kom Luxemburg där 66 procent av företagen bedrev innovationsverksamhet. Även i undersökningen avseende 2008-2010 hade Tyskland och Luxemburg den högsta respektive näst högsta andelen företag med innovationsverksamhet. Sverige kom på femte plats, med 56 procent, i listan över de länder med högst andel företag som bedrev innovationsverksamhet. Bland de nordiska länderna låg Sverige högre än de övriga länderna. Finland hade en andel på 53 procent, Danmark 51 procent och i Norge bedrev 45 procent av företagen innovationsverksamhet.

⁶<http://www.tillvaxtanalys.se/publikationer/pm/pm/2011-03-09-statistiska-indikatorer-pa-tjansteinnovation--tillvaxtanalys-arbete-med-den-svenska-innovationsundersokningen-2011.html>

⁷ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2012:299:0018:0030:EN:PDF>

Diagram 13. Andel företag med innovationsverksamhet åren 2010–2012 i olika länder. Procent

Källa: Eurostat

Tyskland hade den högsta andelen företag med innovationsverksamhet

Tyskland hade oberoende av storleksklass den högsta andelen företag med innovationsverksamhet. 63 procent av de små företagen i Tyskland bedrev innovationsverksamhet, bland de medelstora företagen var andelen 74 procent och för de stora företagen var andelen 92 procent.

I EU-28 låg andelen stora företag med innovationsverksamhet på 76 procent. De stora företagen i Sverige, Danmark och Finland hade alla en högre andel jämfört med EU-28. De stora företagen i Norge hade däremot en lägre andel än EU-28, 61 procent.

Andelen medelstora företag med innovationsverksamhet i EU-28 var 61 procent. Motsvarande andel för Sverige var högre, 66 procent. Medelstora företag i Danmark och Norge hade en lägre andel företag med innovationsverksamhet jämfört med EU-28.

Andelen små företag i Sverige med innovationsverksamhet var 53 procent vilket även det var högre än resultatet för EU-28. Även de små företagen i Danmark och Finland hade en högre andel än EU-28. I Norge angav 42 procent av de små företagen att de bedrev innovationsverksamhet.

Tabell 22. Andel företag med innovationsverksamhet åren 2010–2012 fördelat storleksklass, i ett urval av länder. Procent

Land	Totalt	10-49 anställda	50-249 anställda	250 anställda eller fler
Tyskland	67	63	74	92
Italien	56	53	71	84
Sverige	56	53	66	82
Belgien	56	51	69	84
Österrike	54	49	71	84
Frankrike	53	49	66	81
Finland	53	48	65	78
Nederländerna	51	47	66	69
Danmark	51	48	58	80
Storbritannien	50	49	57	56
EU-28	49	45	61	76
Norge	45	42	52	61
Spanien	34	29	56	78

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 Till- verkning av metallvaror utom maskiner 33 Reparation och installation av maskiner och apparater
Lågteknologiska företag	10-18 Livsmedelsframställning, Framställning av drycker, Tobaksvaru- tillverkning, 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; avloppsrening, 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, datakonsultverk- samhet 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
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 79-82 Resetjänster, säkerhets- och bevakningsverksamhet, fastighetsservice, kontorstjänster och andra företagstjänster

I rapportens separata tabellbilaga finns även resultat med avseende på bransch efter företagets näringsgrenstillhörighet (SNI 2007) redovisade. På tvåsiffernivå är SNI helt överensstämmande med den europeiska nomenklaturen NACE rev.2, vilket gör resultaten internationellt jämförbara, åtminstone i detta avseende. 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, fastighetsservice, resetjänster och andra stödtjänster

Referenstider

Statistiken avser perioden 2012–2014. Den huvudsakliga referenstiden är hela perioden. För utgifter för innovationsverksamhet samt andelen av omsättningen som kom från nya produkter avser de endast 2014.

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 2012 till 2014.

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 2012–2014.

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 2014. 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 9 348 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.

Tre 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 2014 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 2014. Blanketterna skickades till företagen i april 2015. Statistiken avser referensperioden 2012-2014. Ekonomiska variabler avser endast 2014. Statistiken gjordes tillgänglig för användarna i Statistikdatabasen i december 2015.

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	12,6
05-09: gruvor och mineralutvinningsindustri	20,7
10-33: tillverkningsindustri	12,3
35: el-, gas- och värmeverk	3,5
36: vattenverk	5,9
37-39: avloppsrening, avfallshantering; återvinning, sanering, efterbehandling av jord och vatten samt annan verksamhet för föroreningsbekämpning	13,6
41-43: byggindustri	13,4
45-47: Handel; reparation av motorfordon och motorcyklar	12,5
49-53: transport- och magasineringsföretag	16,1
55-56: hotell och restauranger	22,6
58-63: informations- och kommunikationsföretag	12,3
64-66: Finans- och försäkringsverksamhet	6,8
69-70: juridiska och ekonomiska konsultbyråer; konsulttjänster till företag	7,9
71: arkitektkontor, tekniska konsultbyråer, tekniska provnings- och analys- företag	10,0
72: forsknings- och utvecklingsinstitutioner	7,2
73: reklam- och marknadsföringsbyråer; marknadsundersökningsbyråer o.d.	13,3
74: andra företag inom juridik, ekonomi, vetenskap och teknik	13,1
77-82: företag inom uthyrning, fastighetsservice, resetjänster och andra stödtjänster	13,7

Storleksklass	Oviktat objektbortfall, %
Alla undersökta näringsgrenar, 10 anställda eller fler	12,6

Små företag, 10-49 anställda	13,7
Medelstora företag, 50-249 anställda	10,9
Stora företag, 250 eller fler anställda	12,0

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 årets undersökning har branscherna 41-43, 45, 55-56, 74 och 77-82 tillkommit i undersökningen.

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

Näringsgren, SNI 2007	Referensperiod 2008-2010	Referensperiod 2010-2012	Referensperiod 2012-2014
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
Tjänsteproducerande företag			
45: handel med och serviceverkstäder för motorfordon och motorcyklar			x
46: parti- och provisionshandel utom med motorfordon	x	x	x

47: detaljhandel utom med motorfordon och motorcyklar		x	x
49-53: transport- och magasineringsföretag	x	x	x
55-56: hotell och restauranger			x
58-63: informations- och kommunikationsföretag		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
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
74: andra företag inom juridik, ekonomi, vetenskap och teknik			x
77-82: företag inom uthyrning, fastighetsservice, resetjänster och andra stödtjänster			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 Beskrivning av statistiken (BaS) beskrivs kvaliteten hos statistiken.

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

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

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

Upplysningstjänster

Vid frågor kring undersökningen eller innovationsstatistik, kontakta:

Anna Sjögren fornamn.efternamn@scb.se, 08-506 947 77

Det går även bra att kontakta någon som arbetar med FoU- eller innovationsstatistik vid SCB, via SCB:s växel 08-506 940 00 eller skriv till fou-statistik@scb.se. Det går även att vända sig till den centrala informationsservicen vid SCB på telefonnummer 08-506 948 01 eller skriva till information@scb.se.

Bilagor

Här lämnade uppgifter är sekretesskyddade enligt 24 kap. 8 § offentlighets- och sekretesslagen (2009:400)
Uppgiftsskyddighet för frågorna 1–28 föreligger enligt lagen (2001:99) om den officiella statistiken. Avsnitt M (frågorna 29–34) besvaras frivilligt.
Samråd har skett med Näringslivets Regelnämnd (NNR).

INNOVATIONSVERKSAMHET 2012–2014

+

DFO/IF

Innovationsverksamhet

Skicka in efterfrågade uppgifter

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

Användarid:	<input type="text"/>
Lösenord:	<input type="text"/>

- 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 2014? 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 2012–2014, genomförde företaget något av följande? Märka ett kryss per rad.			
a) Gick ihop med eller köpte ett annat företag eller köpte delar av ett annat företag	Ja	Nej	
b) Sålde, 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 2012–2014? Märka ett kryss per rad.			
a) Lokalt/regionalt i Sverige	Ja	Nej	
b) Nationellt (andra regioner i Sverige)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
c) Andra länder inom EU eller associerande länder	<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 2012–2014?	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.

+

SCB ES/IF 500, 2014



Statistiska centralbyrån
 Statistics Sweden
 Enheten för investeringar, FoU och IT

Postadress
 Box 24300
 104 51 STOCKHOLM

Telefon
 Gruppnummer
 08-506 941 90

E-post
 innovationsstatistik@scb.se

B Produktinnovationer (varor/tjänster) åren 2012–2014

+

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 2012–2014...

a) ... nya eller väsentligt förbättrade varor (varuinnovation)? Ja
 Räkna inte in återförsäljning av varor som köpts in från andra företag och förändringar av endast estetisk natur. Nej →

b) ... nya eller väsentligt förbättrade tjänster (tjänsteinnovation)? Ja
 Nej →

Om Nej, på både 5a och 5b, gå till avsnitt C

6 Vem utvecklade dessa produktinnovationer (varor/tjänster)?

Markera sannliga alternativ som passar.

	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 2012–2014...

a) ... ny för företagets marknad? Ja
 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. Nej

b) ... endast ny för ert företag? Ja
 Ert företag introducerade en ny eller väsentligt förbättrad vara eller tjänst som redan var tillgänglig på företagets marknad via någon av konkurrenterna. Nej

+

2

+

+

8 Ungefär hur stor andel av företagets omsättning år 2014 kom från varor/tjänster som var...

Skriv 0 (noll) om inget värde.

a) ... nya för företagets marknad? %
Nya eller väsentligt förbättrade varor/tjänster introducerade på marknaden före era konkurrenter under åren 2012–2014. Varor/tjänsten kan ha varit tillgänglig på andra marknader.

b) ... endast nya för ert företag? %
Varor/tjänster som var oförändrade eller endast marginellt förändrade under åren 2012–2014 som endast var nya för ert företag men ej på företagets marknad.

c) ... oförändrade eller marginellt förändrade? %
Varor/tjänster som var oförändrade eller endast marginellt förändrade under åren 2012–2014. Räkna med återförsäljning av varor/tjänster inköpta från andra företag.

Total omsättning år 2014 %

9 Såvitt ni vet, var någon av ert företags produktinnovationer (varor/tjänster) under åren 2012–2014...

Markera ett kryss per rad.

	Ja	Nej	Vet inte
a) ... först i Sverige?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) ... först i Europa? ¹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) ... först i världen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Om svaret på fråga 9c är Ja, ←

Ungefär hur stor andel av företagets omsättning år 2014 kom från produktinnovationer, introducerade mellan 2012 och 2014, som var först i världen?

0 % till mindre än 1 %

1 % till mindre än 5 %

5 % till mindre än 10 %

10 % till mindre än 25 %

25 % eller mer

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 2012–2014

+

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 2012–2014...

- 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 alternativ 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 2012–2014, var någon av ert företags processinnovationer ny för företagets marknad?

- Ja
- Nej
- Vet inte

D Pågående eller avbruten innovationsverksamhet avseende produkt- och processinnovationer åren 2012–2014

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 2012–2014 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 2014? | <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 2012–2014 någon av följande typer av innovationsverksamhet?

- | | |
|--|---|
| a) Egen forskning och utveckling (FoU) | <input type="checkbox"/> Ja, kontinuerligt (företaget har fast anställd FoU-personal) |
| <i>Forskning och utvecklingsverksamhet utförd av ert företag i Sverige.</i> | <input type="checkbox"/> Ja, emellanåt (endast vid behov) |
| <i>Forskning: ett systematiskt arbete för att söka efter ny kunskap eller nya idéer med eller utan en bestämd tillämpning i sikte.</i> | <input type="checkbox"/> Nej |
| <i>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.</i> | |
| b) Utlagd forskning och utveckling (FoU) | <input type="checkbox"/> Ja |
| <i>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.</i> | <input type="checkbox"/> Nej |
| <i>Forskning: ett systematiskt arbete för att söka efter ny kunskap eller nya idéer med eller utan en bestämd tillämpning i sikte.</i> | |
| <i>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.</i> | |
| c) Inköp av maskiner, utrustning, programvara och byggnader | <input type="checkbox"/> Ja |
| <i>Inköp av avancerade maskiner, utrustning, hårdvara, programvara eller byggnader för att producera nya eller väsentligt förbättrade produkter eller processer.</i> | <input type="checkbox"/> Nej |
| d) Inköp av existerande kunskap från andra företag eller organisationer | <input type="checkbox"/> Ja |
| <i>Inköp av existerande know-how, expertis, upphovsrätt, patent eller icke-patenterade uppfinningar etc. i syfte att utveckla nya eller väsentligt förbättrade produkter eller processer.</i> | <input type="checkbox"/> Nej |
| e) Utbildning för innovationsverksamhet | <input type="checkbox"/> Ja |
| <i>Intern eller extern utbildning för företagets personal, särskilt genomförd för utvecklingen eller introduktionen av nya eller väsentligt förbättrade produkter eller processer.</i> | <input type="checkbox"/> Nej |
| f) Marknadsintroduktion av innovationer | <input type="checkbox"/> Ja |
| <i>Intern eller extern verksamhet inför marknadsintroduktion av ert företags nya eller väsentligt förbättrade varor eller tjänster, inkl. marknadsundersökningar och reklamkampanjer.</i> | <input type="checkbox"/> Nej |
| g) Design | <input type="checkbox"/> Ja |
| <i>Intern eller extern verksamhet för att ändra formen, utseendet eller användbarheten hos varor eller tjänster.</i> | <input type="checkbox"/> Nej |
| h) Övrigt | <input type="checkbox"/> Ja |
| <i>Intern eller extern annan övrig verksamhet, för att implementera nya eller väsentligt förbättrade produkter eller processer, t.ex. genomförbarhetsstudier, testning, anskaffning av utrustning, industri teknisk tillämpning etc.</i> | <input type="checkbox"/> Nej |

+

5

+

F Stöd för innovationsverksamhet åren 2012–2014


+

16 Fick ert företag, under åren 2012–2014, stöd för innovationsverksamhet från...

Räkna in ekonomiskt stöd via offentliga bidrag och lån (t.ex. ALMI, Tillväxtverket, VINNOVA, Innovationsbron) samt EU-medel.

Räkna inte in forskning eller annan innovationsverksamhet som uteslutande utförts för offentlig sektor ⁹ enligt upphandlingskontrakt.

- | | | | |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | | Ja | Nej |
| a) ... kommuner, landsting, kommunal- och landstingsförbund? ... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) ... staten (inkl. statliga myndigheter eller departement)? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) ... Europeiska unionen (EU)? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- 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 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

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 2012–2014

17 Hade ert företag innovationssamarbete med andra företag eller organisationer under åren 2012–2014?

 Ja

 Nej → Gå till avsnitt H

Innovations-samarbete 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 2012–2014?

Flera alternativ får 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 2012–2014?

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 2012–2014

+

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 2012–2014...

- 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 2012–2014

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 2012–2014...

- 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 2012–2014

+

22 Under åren 2012–2014, 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 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).

23 Har ert företag, under åren 2012–2014, genomfört några innovationsaktiviteter som en del av ett avtal för att tillhandahålla varor eller tjänster till en offentlig organisation?

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

Ja Nej → Gå till avsnitt K

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

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

En innovation krävdes enligt avtalet

En innovation krävdes **inte** enligt avtalet

K Immateriella rättigheter och licensiering åren 2012–2014

24 Under åren 2012–2014 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 2012–2014 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 2012 – 2014 (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 2012–2014

<p>26 Vilken av följande anledningar beskriver bäst varför ert företag inte hade någon innovationsverksamhet under åren 2012–2014? <i>Markera ett alternativ.</i></p>	<p><input type="checkbox"/> Ingen tvingande orsak till att vara innovativ → Gå till fråga 27</p> <p><input type="checkbox"/> Övervägde att bedriva innovationsverksamhet, men hindren var för stora → Gå till fråga 28</p>																																																
<p>27 Hur betydelsefulla var följande orsaker till att ert företag inte bedrev någon innovatonsverksamhet under åren 2012–2014? <i>Markera ett alternativ per rad.</i></p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="4">Grad av betydelse</th> <th rowspan="2">Ingen betydelse</th> <th rowspan="2">→ Gå till fråga 32</th> </tr> <tr> <th>Stor</th> <th>Medel</th> <th>Liten</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a) Låg efterfrågan på innovationer på marknaden</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td rowspan="4">}</td> <td rowspan="4"></td> </tr> <tr> <td>b) Inget behov av att bedriva innovationsverksamhet pga. tidigare innovationer</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>c) Inget behov av att bedriva innovationsverksamhet pga. minimal konkurrens på marknaden</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>d) Brist på innovationsidéer</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>		Grad av betydelse				Ingen betydelse	→ Gå till fråga 32	Stor	Medel	Liten		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"/>															
	Grad av betydelse				Ingen betydelse	→ Gå till fråga 32																																											
	Stor	Medel	Liten																																														
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"/>																																													
<p>28 Hur betydelsefulla var följande innovationshinder under åren 2012–2014? <i>Markera ett alternativ per rad.</i></p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="4">Grad av betydelse</th> <th rowspan="2">Ingen betydelse</th> <th rowspan="2">→ Gå till fråga 32</th> </tr> <tr> <th>Stor</th> <th>Medel</th> <th>Liten</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a) Brist på intern finansiering</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td rowspan="7">}</td> <td rowspan="7"></td> </tr> <tr> <td>b) Brist på kredit eller eget kapital</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>c) Brist på kompetent personal inom företaget</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>d) Svårigheter med att erhålla offentliga bidrag eller subventioner för innovationsverksamhet</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>e) Brist på samarbetspartner</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>f) Osäker efterfrågan på era innovationsidéer</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>g) För mycket konkurrens på marknaden</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>		Grad av betydelse				Ingen betydelse	→ Gå till fråga 32	Stor	Medel	Liten		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"/>
	Grad av betydelse				Ingen betydelse	→ Gå till fråga 32																																											
	Stor	Medel	Liten																																														
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"/>																																													

+

+

M Innovationer med miljövinster åren 2012–2014

+

En innovation med miljövinster är en ny eller väsentligt förbättrad produkt (vara eller tjänst), process, organisations- eller marknadsföringsmetod som skapar miljövinster jämfört med alternativen.

- Miljövinster kan vara antingen huvudmålet med innovationen eller en biprodukt av andra mål.
- Miljövinster från en innovation kan uppkomma genom produktionen av en vara eller tjänst, eller under produktens slutanvändning. Slut användaren kan vara en person, ett företag, staten m.m.

29 Under åren 2012–2014, introducerade ert företag en produkt- (vara eller tjänst), process-, organisatorisk innovation eller innovation inom marknadsföring med någon av följande miljövinster som följd? Frivillig fråga.

Markera ett alternativ per rad.

Miljövinster inom ert företag	Ja	Nej
a) Mindre material- eller vattenanvändning per producerad/levererad enhet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Mindre energiförbrukning eller koldioxidutsläpp (reducerad totalproduktion av CO ₂)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Mindre föroreningar till luft, vatten och mark, mindre buller	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Bytt ut en del material mot mindre förorenande eller mindre farligt ersättningsmaterial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Bytt ut en del fossila bränslen mot förnybara energikällor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Återvunnit avfall, vatten eller material för eget bruk eller försäljning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Miljövinster som uppkommit under en varas eller tjänsts slutkonsumtion eller slutanvändning	Ja	Nej
g) Mindre energiförbrukning eller koldioxidutsläpp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Mindre föroreningar till luft, vatten och mark, mindre buller	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Lättare återvinning av uttjänad produkt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) Längre produktlivscykel pga. mer långlivade och hållbara produkter ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Om Nej, på alla alternativ gå till fråga 32

30 Berodde någon av dessa miljövinster på följande typer av innovationer inom ert företag? Frivillig fråga.

	Ja	Nej
a) Produktinnovationer (varor eller tjänster)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Processinnovationer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Organisatoriska innovationer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Innovationer inom marknadsföring	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

+

11

+

31 Under åren 2012–2014, hur viktiga var följande faktorer när det gäller ert företags beslut att introducera innovationer med miljövinster?				+
<i>Frivillig fråga.</i> Markera ett alternativ per rad.				
	Grad av betydelse			
	Stor	Medel	Liten	Inte relevant
a) Gällande miljöföreskrifter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Gällande miljöskatter eller avgifter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Eventuella miljöföreskrifter eller avgifter i framtiden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Offentliga anslag, bidrag eller annat finansiellt incitament för miljöanpassade innovationer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Rådande eller förväntad marknadsefterfrågan på miljöanpassade innovationer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Förbättring av företagets rykte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Ideella handlingar eller initiativ för att skapa goda exempel inom branschen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Höga kostnader för energi, vatten eller material	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Behov av att möta krav i offentliga upphandlingsavtal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32 Har ert företag rutiner för att med jämna mellanrum identifiera och minska er miljöpåverkan? (T.ex. upprättande av miljöredovisningar, fastställande av miljömål, ISO 14001 certifiering, ISO 50001 certifiering, osv.)				
<i>Frivillig fråga.</i>				
<input type="checkbox"/> Ja				
<input type="checkbox"/> Nej → Gå till fråga 34				
33 Om rutiner finns i ert företag, när genomfördes de?				
<i>Frivillig fråga.</i> Om ert företag hade flera rutiner, markera samtliga alternativ som passar.				
<input type="checkbox"/> Vissa rutiner genomfördes innan 2012				
<input type="checkbox"/> Vissa rutiner genomfördes eller påtagligt förändrades mellan 2012 och 2014				

Kommentarer

34 Hur lång tid behövs ni för att ta fram uppgifterna och besvara blanketten? <i>Frivillig fråga.</i>	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/> minuter
--	---

Företagets kontaktperson

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

Tack för din medverkan!

+

12

+

In English

Summary

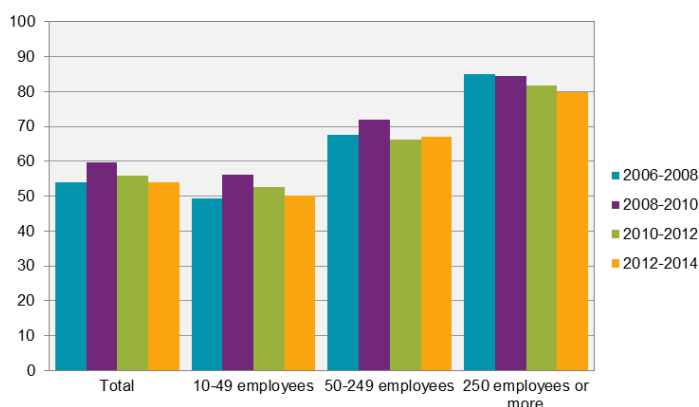
All member states of the European Union are obliged to conduct an innovation survey among enterprises every two years. EU regulation determines the questions that are to be obligatory and the industries that are to be surveyed. The results are to be delivered to Eurostat. The statistics are to be according to the main themes listed in the Oslo Manual.

The most recent survey with results for all EU member states is the Community Innovation Survey 2012 (CIS2012). CIS2012 covered innovation activities in enterprises during the three year period 2010-2012. Germany had the highest share of innovation-active enterprises in Europe, 67 percent. Luxembourg had the second highest share, 66 percent. Sweden came in fifth with a share of 56 percent. Sweden had a higher share than all the other Nordic countries. Finland had a share of 53 percent, Denmark had 51 percent and in Norway 45 percent of the enterprises were innovation-active.

Statistics Sweden conducted the Community Innovation Survey during 2015 with the reference period 2012-2014. Some NACE activities were included in the survey for the first time. To make fair comparisons it is important to have a population that consists of the same NACE activities.

The graph below shows the development of the population of NACE activities that have been included in the four previous CISs. The new NACE activities are excluded. The share of innovation-active enterprises has varied between 54 and 60 percent. The peak 60 percent was measured in the survey with reference period 2008-2010. The trend is that the share of innovation-active enterprises is decreasing. In the CIS with the reference period 2012-2014 the share of innovation-active enterprises was 54 percent. That is the same level as in the survey with the reference period 2006-2008.

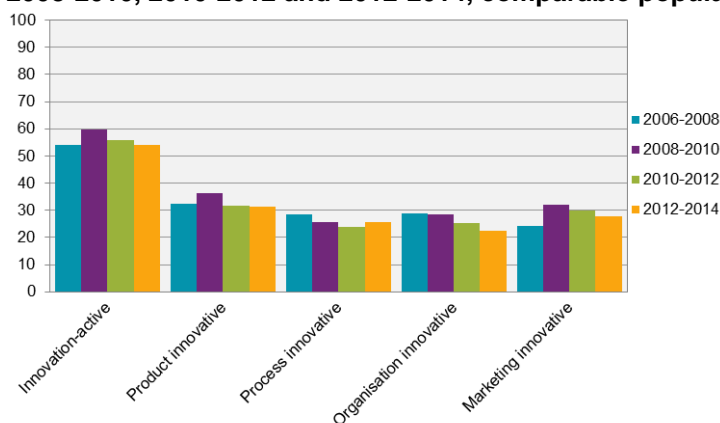
Share of innovation-active enterprises 2006-2008, 2008-2010, 2010-2012 and 2012-2014, comparable population, by size class. Percent



The innovative enterprises can introduce four types of innovations: product innovation, process innovation, organisational innovation and marketing innovation. In the population of NACE activities that has been included in the four

previous CISs, product innovation has always been the most common innovation. The highest share of product innovative enterprises was in the survey with the reference period 2008-2010. It is only process innovation that has another peak than 2008-2010. The highest share of process innovative enterprises was in the survey with the reference period 2006-2008. The share of enterprises with organisational and marketing innovation has fluctuated more than the share of product and process innovative enterprises.

Share of innovative-active enterprises and type of innovation 2006-2008, 2008-2010, 2010-2012 and 2012-2014, comparable population. Percent



Most of the new NACE activities were less innovative-active than the NACE activities that were included in the CIS2012. The construction industry had the lowest share of innovation-active enterprises, 34 percent. Hotels and restaurants also had a relatively low share of innovation-active enterprises, 35 percent.

A product innovation is a new or significantly improved goods or service. In the CIS, enterprises are asked if they have introduced any type of product innovation, i.e. goods innovation or service innovation. A goods innovation is associated with selling products in markets outside Sweden. More than 50 percent of the enterprises that only introduced a goods innovation sold products in the world market. About 50 percent of the enterprises with only service innovation sold products in the European market. Enterprises without product innovation operate mostly on the local and regional markets. Only 30 percent of those enterprises sold product outside Sweden.

The latest CIS included some questions about innovations with environmental benefits. Enterprises were asked about the environmental benefits that were created due to innovations introduced by the enterprise. The environmental benefits of an innovation can occur during the production of goods or services, or during consumption by the end user of a product. 53 percent of the innovation-active enterprises introduced an innovation with environmental benefits. Large enterprises introduced innovations with environmental benefits to a greater extent than small and medium-sized enterprises. Innovations with environmental benefits were more common in the manufacturing sector than in the service sector. Enterprises were also asked about the factors that were important in driving the decision to introduce innovations with environmental benefits. Improving the enterprise's reputation was the most important factor. 30 percent of the enterprises answered that this was of high importance.

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.

All officiell statistik finns på: **www.scb.se**
Statistikservice: tfn 08-506 948 01

All official statistics can be found at: **www.scb.se**
Statistics service, phone +46 8 506 948 01