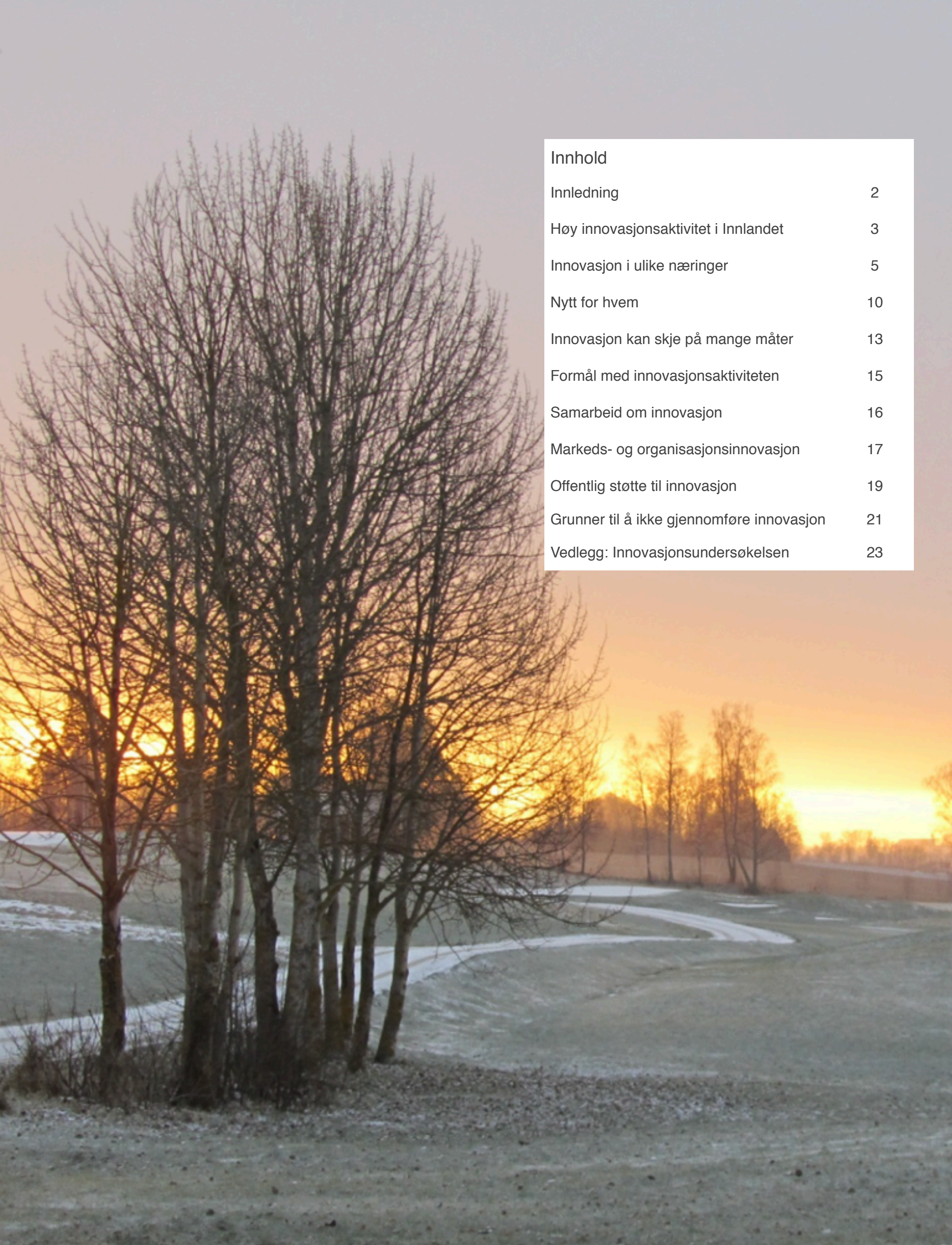




Innovasjon i Innlandet



Innhold	
Innledning	2
Høy innovasjonsaktivitet i Innlandet	3
Innovasjon i ulike næringer	5
Nytt for hvem	10
Innovasjon kan skje på mange måter	13
Formål med innovasjonsaktiviteten	15
Samarbeid om innovasjon	16
Markeds- og organisasjonsinnovasjon	17
Offentlig støtte til innovasjon	19
Grunner til å ikke gjennomføre innovasjon	21
Vedlegg: Innovasjonsundersøkelsen	23



Innovasjon i Innlandet

Temaet i denne utgaven av Konjunkturbarometer for Innlandet er innovasjon. Bakgrunnen for dette er den økende interessen for innovasjon, og temaet står høyt på agendaen både i næringslivet og hos politiske myndigheter. Arbeid med innovasjon er en viktig forutsetning for at næringslivet skal opprettholde og utvikle sin konkurranseevne, og dermed sikre verdiskapingen.

I denne rapporten viser vi et bilde av innovasjonsaktiviteten i næringslivet, både nasjonalt og for Innlandet. Det er betryggende å se at Innlandets næringsliv kommer bra ut på mange områder.

Samtidig er det viktig å minne om at innovasjon ikke er noe mål i seg selv, men et virkemiddel til å nå andre mål. For næringslivet er det overordnede mål verdiskaping, og innovasjonsaktiviteten er et virkemiddel for å oppnå dette. Behovet for innovasjon varierer derfor mellom foretak og næringer, og i de enkelte virksomheter vil det også variere over tid. Derfor er det ikke noe mål i seg selv å ha mest mulig innovasjon. Innovasjonsaktiviteten må ta utgangspunkt i de enkelte næringers og foretaks situasjon, og hva som er nødvendig for å sikre virksomhetenes omstilling og utvikling.

Innovasjon er et mangfoldig felt, og det eksisterer ofte usikkerhet om hva begrepet egentlig betyr. Generelt kan innovasjon defineres som det å gjøre noe som er helt nytt eller som innebærer en vesentlig forbedring av noe man har gjort tidligere.

Tradisjonelt har det vært mest fokus på nye eller vesentlig forbedrede produkter og prosesser, men innovasjon kan også dreie seg om å organisere arbeidet i bedriften på nye måter, eller å markedsføre dens varer og tjenester på nye måter. Innovasjon gjelder dermed både produkter, produksjonsprosesser, organisering og markedsføring.

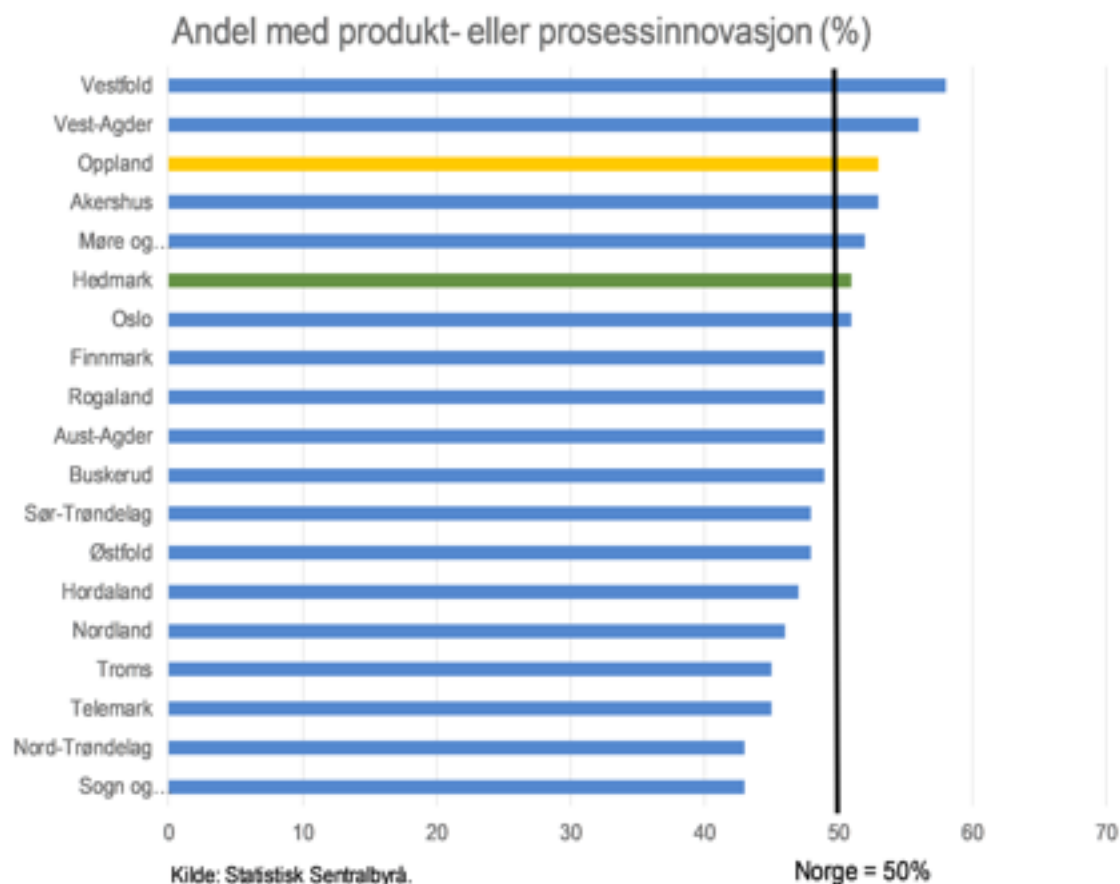
Vanligvis er det mest fokus på produkter og prosesser, noe vi også har her, men det er viktig å være bevisst at innovasjon kan gjelde alle sider av virksomheten i et foretak. I denne rapporten gis det en oversikt over «innovasjonstilstanden» i Innlandets næringsliv. Vi presenterer de nyeste tilgjengelige data fra Statistisk Sentralbyrå, og kombinerer dette med konkrete eksempler på hvordan innovasjon foregår i ulike deler av Innlandets næringsliv.

Denne rapporten er utarbeidet av Østlandsforskning på oppdrag for SpareBank 1 Østlandet, og er skrevet av Per Kristian Alnes og Olav R. Spilling. Rapporten ble ferdigstilt 6. april 2018.



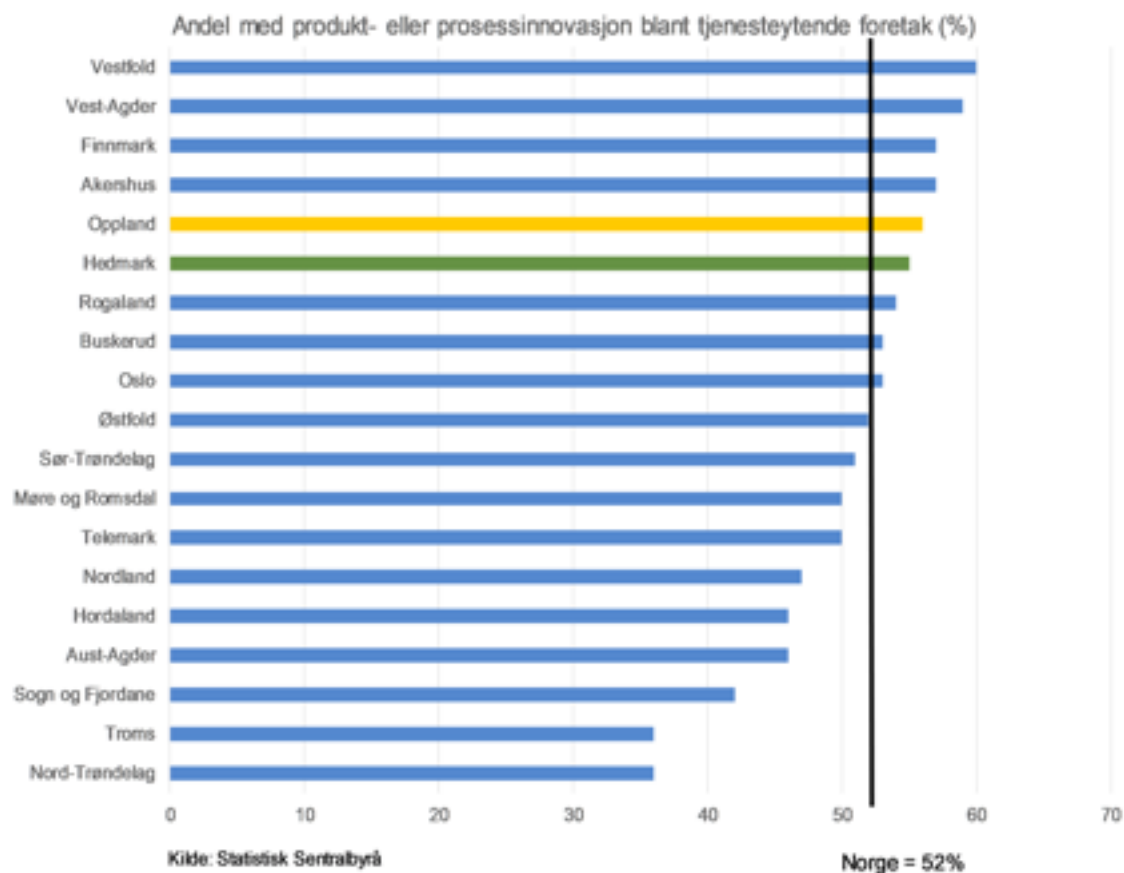
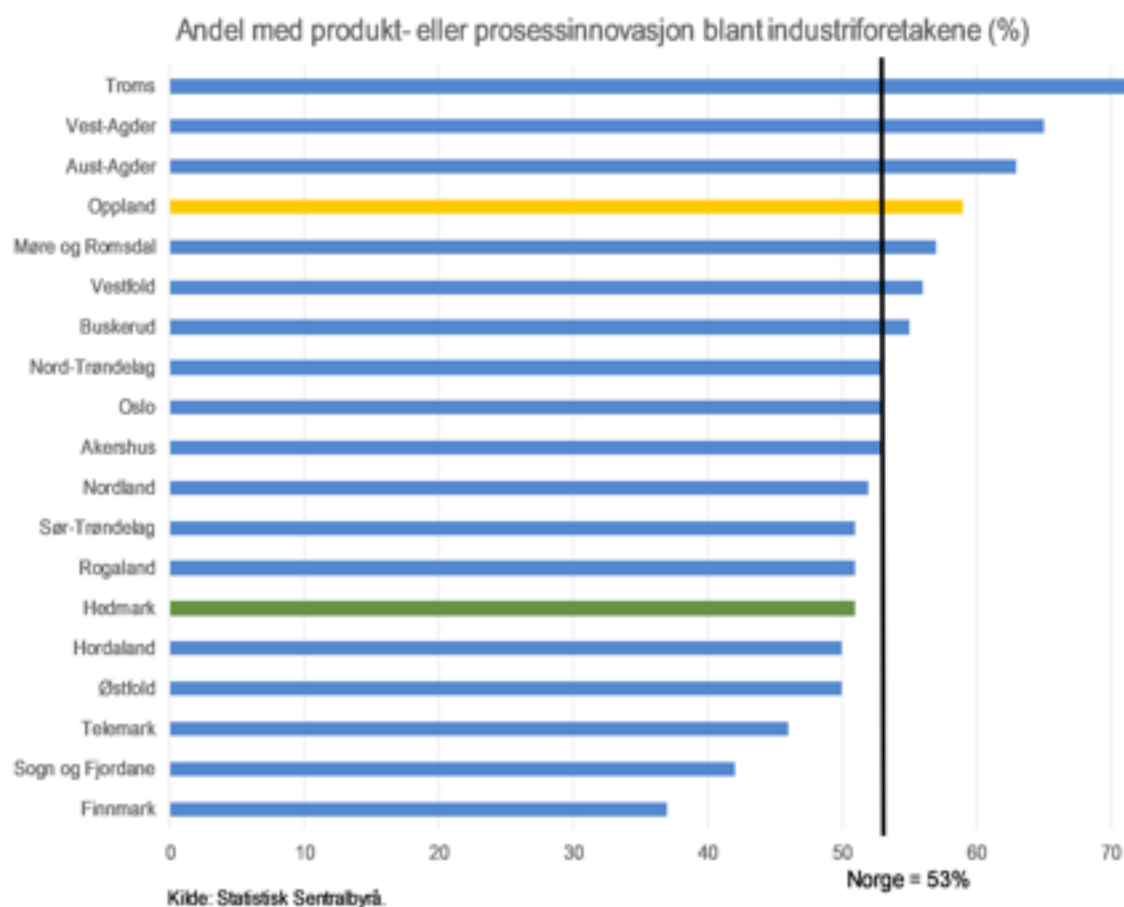
Høy innovasjonsaktivitet i Innlandet

I dette kapitlet gis det en samlet oversikt over omfanget av produkt- og prosessinnovasjoner i næringslivet, der innovasjonsaktiviteten i Hedmark og Oppland sammenliknes med de øvrige fylker. Dataene gjelder innovasjoner gjennomført i løpet av treårs-perioden 2014-2016 for et representativt utvalg av næringslivet.



Begge innlandsfylkene ligger over landsgjennomsnittet når det gjelder produkt- og prosessinnovasjon. Oppland kommer høyest av de to og ligger på en tredjeplass blant fylkene, med bare Vestfold og Aust-Agder som skårer høyere. Hedmark kommer på sjette plass. I gjennomsnitt er det 50 prosent av næringslivet som gjennomførte produkt- eller prosessinnovasjon i perioden, for Oppland og Hedmark var andelene henholdsvis 53 og 51 prosent.

Dette er et uttrykk for at det er høy innovasjonsaktivitet i Innlandets næringsliv. Samtidig er det grunn til å understreke at det er relativt små forskjeller mellom landets fylker idet avstanden mellom Vestfold som har høyest andel og Sogn og Fjordane som har lavest, ikke er på mer enn 15 prosentpoeng.



Når dataene splittes opp på hovednæringene industri og tjenesteyting, blir forskjellene mellom landets fylker noe større, og mønstrene for Hedmark og Oppland også noe annerledes. Oppland skårer relativt høyt på industri, hvor 59 prosent av foretakene i fylket har rapportert innovasjonsaktivitet, mens Hedmark ligger noe lavere med 51 prosent, som er noe under landsgjennomsnittet.

Blant tjenesteyterne er andelen med innovasjonsaktivitet i både Hedmark og Oppland på ca. 55 prosent, mens den nasjonalt er på 52 prosent.



Innovasjon i ulike næringer

I denne delen går vi nærmere inn på hvordan innovasjonsaktiviteten foregår i ulike næringer i Innlandet. Et viktig utgangspunkt er hvilken konkurransesituasjon bedriftene er i, og innovasjon skjer derfor på mange ulike måter. Her ser vi spesielt på innovasjonsaktiviteten i lettmetallindustrien, næringsmiddelindustrien og trevareindustrien. Vi ser også på hvordan innovasjon foregår i noen tjenesteytende næringer som IKT- og reiselivsnæringen.

Høy innovasjonstakt i lettmetallindustrien

Den relativt høye innovasjonsaktiviteten i industrien i Oppland kan i stor grad tilskrives industrimiljøet i Gjøvikregionen. Raufoss industripark, beliggende i Vestre Toten og Gjøvik kommuner, er med sine ca. 40 bedrifter og 3 000 ansatte, en av Norges største industriparker. Bedriftene i parken produserer høyteknologiske produkter, hvor mesteparten er rettet mot eksportmarkedet. Det er leveranser både til militære og sivile markeder. De sivile leveransene er i stor grad lettmetallprodukter rettet mot bilindustrien, men det leveres også til bl.a. energiprodusenter, byggevareprodusenter og offshore.

Bedriftene i industrimiljøet opererer i markeder med internasjonal konkurranse. For å lykkes kreves det derfor kontinuerlige produktfornyelser og produktivitetsforbedringer. Til det sistnevnte er det ikke bare nødvendig med økt produktivitet for å vinne konkurransen om oppdragene, men også krav fra enkelte oppdragsgivere om årlige produktivitetsforbedringer i kontraktene. Det er

derfor helt essensielt for industribedriftene å investere i økt automatisering, men investeringer i maskinparken alene gir ikke nødvendigvis økt effektivitet. Det må som oftest også gjøres noe med organiseringen og arbeidsformen. Da er vi over i det som kalles prosessinnovasjon, og Opplands forholdsvis høye andel her, skyldes nok også aktiviteten i industriklynga på Raufoss/Gjøvik. Det er mange bedrifter i denne klyngen som er både produkt-/og prosessinnovative. Skal vi trekke fram et eksempel, er bildelprodusenten Kongsberg Automotive nærliggende, med følgende omtale av seg selv på Raufoss industripark sin hjemmeside:

«Rask respons på markedstrender. Innovative utviklingsprosesser. Automatiske prosesser og produkter i verdensklasse»

- Kongsberg Automotive Raufoss Couplings Norge.



Næringsmiddelindustrien er innovativ og sysselsetter mange i Innlandet

I Hedmark og Oppland er det til sammen nær 4 000 arbeidsplasser i næringsmiddelindustrien. Dette er en næringsgren som stadig kommer med nye produkter og kan derfor ansees å være produktinnovativ. Næringsmiddelprodusenten Tine alene sier på sin hjemmeside at de lanserer 60-90 nye produkter hvert år (120 – 150 inkl. datterselskaper). Tine har mange produksjonsenheter i både Oppland og Hedmark, hvor flere av dem står for årlige nye produkter.

Blant dem kan nevnes produksjonsanlegget på Tretten, som er innovative innen grøt- og grøtprodukter, yoghurtproduksjonen på Frya og produksjonen av ulike nye melkeprodukter på Brumunddal. Nortura og Orkla har også produksjonsenheter i Innlandet, og her har det bl.a. vært innovasjonsaktivitet de senere årene innen ferdigrettsegmentet.



Trevarebedrifter i Innlandet utvikler produkter for å vinne markedsandeler

Treindustrien er en viktig sysselsetter i Hedmark og Oppland. En fjerdedel av arbeidsplassene i denne industrigrenen i Norge er lokalisert i Innlandet. Vi kan her skille mellom trelast- og trevareindustri, hvor av trelastvirksomheten i Innlandet alene står for en tredjedel av totalt antall sysselsatte innen denne industribransjen i Norge. Trelastindustrien omfatter sagbruk, høvleri og impregnering, mens trevare omfatter en rekke ulike spesialiserte produsenter av dører, trapper, vinduer og andre komponenter i tre.

Trelastindustrien er generelt lite produktinnovativ, og mindre produktinnovativ enn øvrig treindustri. Det skyldes at sagbrukenes oppgave er å produsere et mest mulig homogent produkt ut fra råstoffet tømmer, basert på norsk og europeisk standard. Det finnes likevel trelastbedrifter i Innlandet som har satset på produktinnovasjoner. Både Gausdal Bruvoll og Alvdal Skurlag har de

senere årene gjort strategiske endringer basert på produktutvikling. Hos begge bedriftene har overflatebehandling av kledning og terrassebord vært et satsingsområde.

Trevareindustrien består i større grad enn trelastindustrien av spesialiserte og lokaliseringsmessig fragmenterte produsenter. Det er også her et større behov for skreddersøm av produkter ovenfor kundene, og dermed også et større behov for produktinnovasjoner. Et godt eksempel på en innovativ trevarebedrift i Hedmark er Ringsaker Vegg- og Takelementer. I tillegg til å produsere forholdsvis standardiserte produkter, leverer de spesialiteter innen vegg- og takkonstruksjoner som er utviklet sammen med kundene. De er leverandør til ett av de mest omtalte byggeprosjektene i Hedmark det siste året, Mjøstårnet, verdens høyeste trebygg.

Innovasjonsaktiviteten innen tjenesteyting i Innlandet

Vi har sett at Hedmark og Oppland kommer forholdsvis høyt opp på resultatlisten ved en fylkesrangering av innovasjonsaktiviteten innen tjenesteyting. Tjenesteyting generelt er en type virksomhet som en tradisjonelt har sett på som arbeidsintensiv. En forholdsvis god lønnsvekst i kombinasjon med økt konkurranse de senere årene har presset fram et behov for økt automatisering, samt et bedret tjenestetilbud innen denne type næringsvirksomhet.

Innen næringslivsrettet tjenesteyting, så som regnskap/revisjon og finansielle tjenester, investeres det i nye maskinvarer og programvare for å øke effektiviteten. Her er det mange aktører i Innlandet som har gjennomført nødvendige produktinnovasjoner det siste året. SSBs innovasjonsstatistikk viser da også at kjøp av maskiner, utstyr og programvare utgjør en stor andel av innovasjonsaktiviteten i Innlandet.

I Innlandet har vi også bedrifter som står for utvikling av programvare. Et godt eksempel på denne type innovasjonsbedrift er IKT-bedriften Duett, tidligere Daldata, lokalisert på Tynset og Elverum. De er de første i Norge som kan tilby et helautomatisert regnskapsprogram, og programmet er 100 prosent utviklet av bedriften

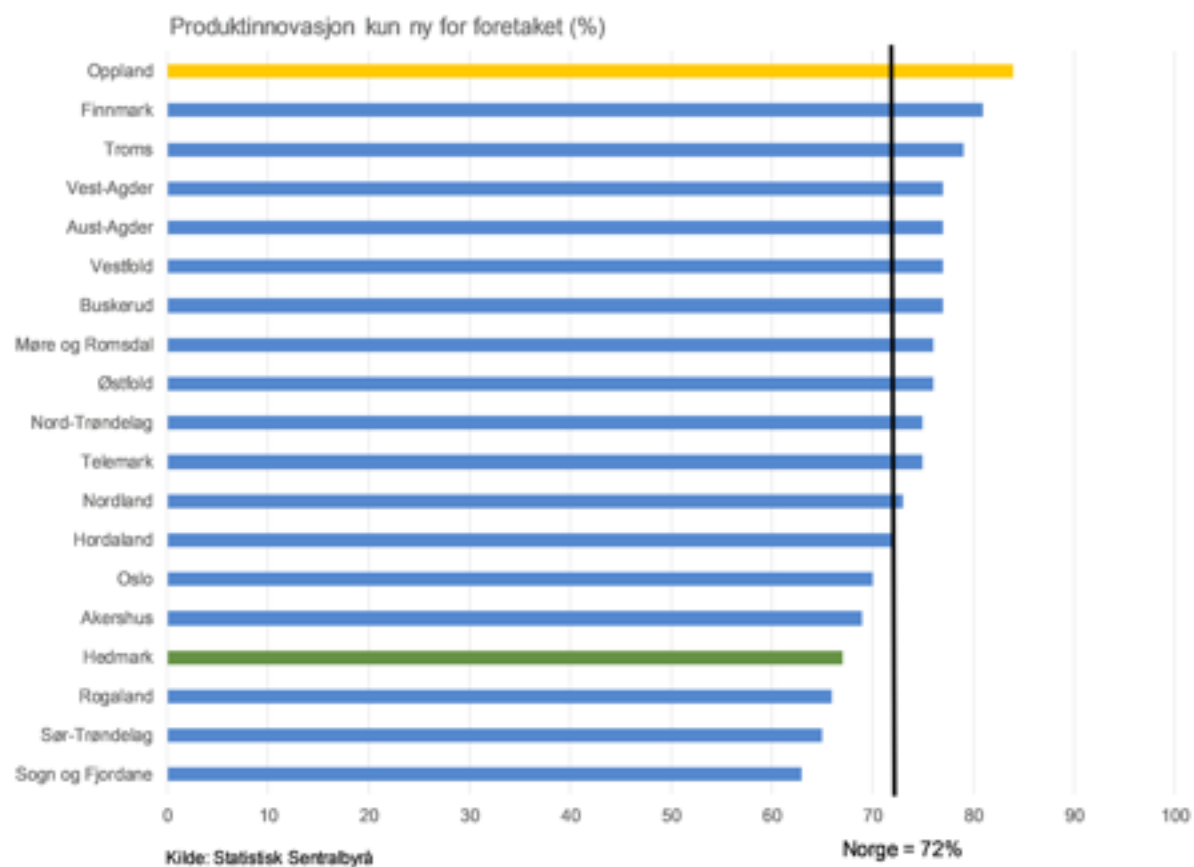
Det er mange innovative reiselivsbedrifter i Innlandet. Reiselivsdestinasjonene i fylkene har gjennomført store investeringer i produktinnovasjoner de senere årene for å øke konkurransekraften og være i stand til å takle tiltakende etterspørsel i et marked i vekst. Det har også vært satset stort fra flere av destinasjonene, så som Beitostølen, Trysil og Hafjell, for å gjøre tradisjonelle vinterdestinasjoner om til helårsdestinasjoner gjennom satsing på sommerprodukter. Sommerpark på Beitostølen, Bike Arena i Trysil og Down Hill sykling i Hafjell er eksempler på dette. En av Norges største fornøylesparker, Hunderfossen i Øyer, er et godt eksempel på en annen innovativ reiselivsbedrift. De har kommet med nye produkter hvert år.





Nytt for hvem?

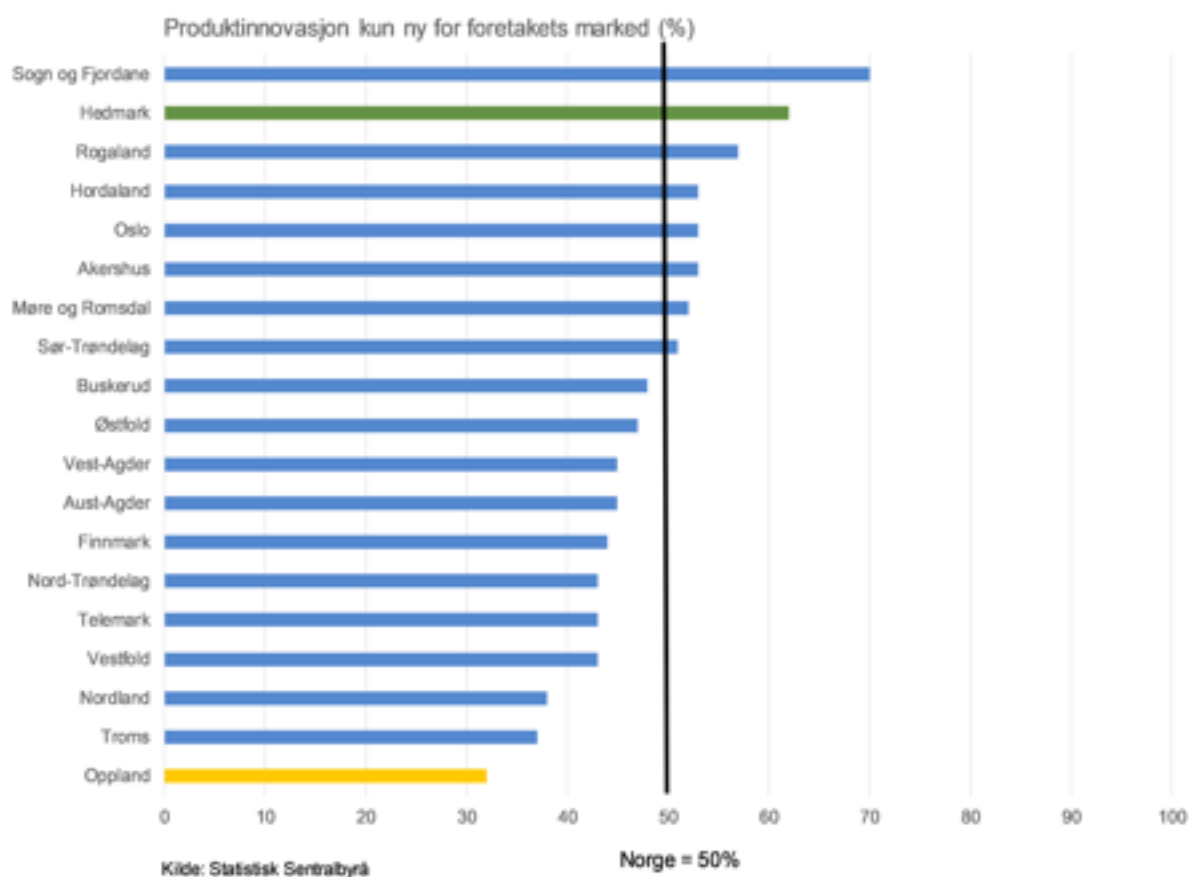
Innovasjon innebærer å gjøre noe nytt, men et viktig spørsmål er hvem det nytt for. I innovasjonsundersøkelsene skjernes det for det første om det bare er nytt for foretaket, eller om det også er nytt for markedet. Og dersom det er nytt for markedet, skjernes det mellom om det er nytt for det regionale, nasjonale eller det internasjonale markedet.



I figurene er det gitt oversikter om andelen som har gjennomført produktinnovasjoner som er henholdsvis kun ny for foretaket og ny for foretakets marked. Ved tolkning av dataene er det viktig å ha i mente at et foretak kan ha gjennomført flere innovasjoner, slik at det samme foretaket både kan ha innovasjoner som kun er ny for foretaket og innovasjoner som er ny for foretakets marked.

I gjennomsnitt er det 72 prosent av alle foretakene med produktinnovasjoner som har innovasjoner som kun er ny for foretaket. På denne oversikten

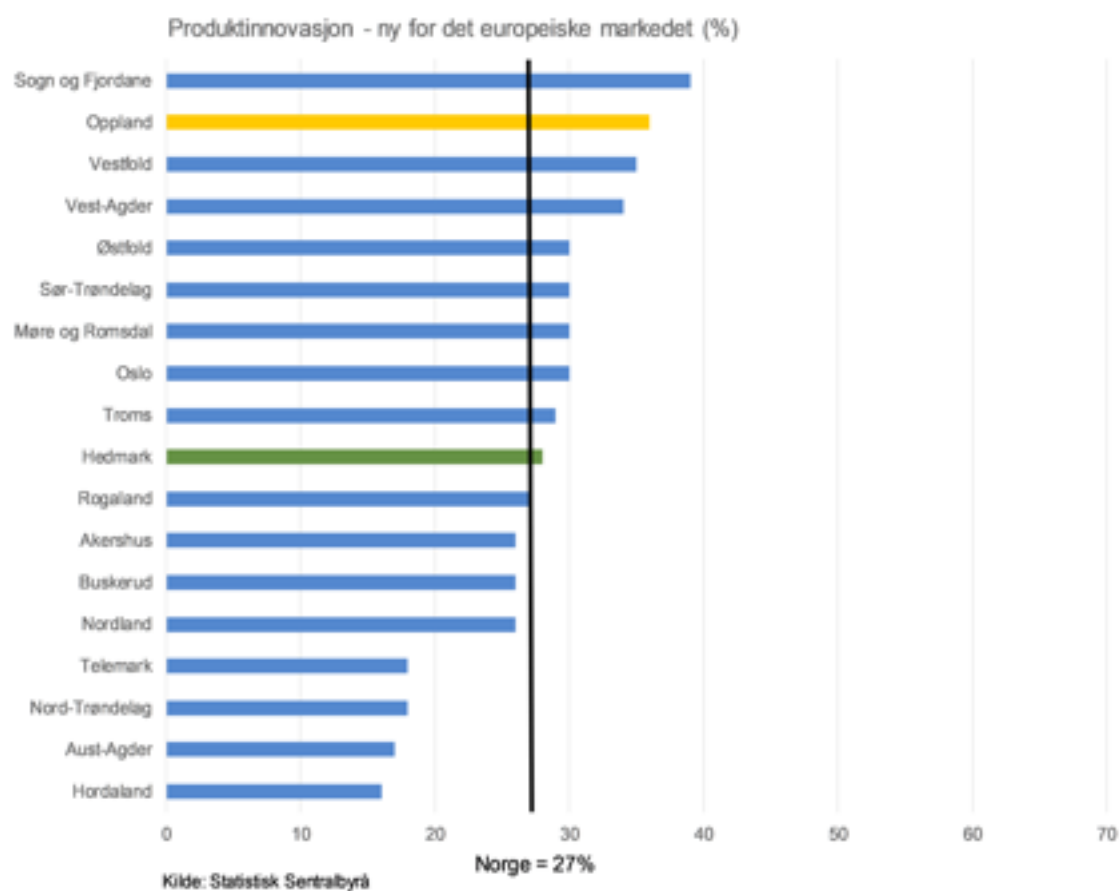
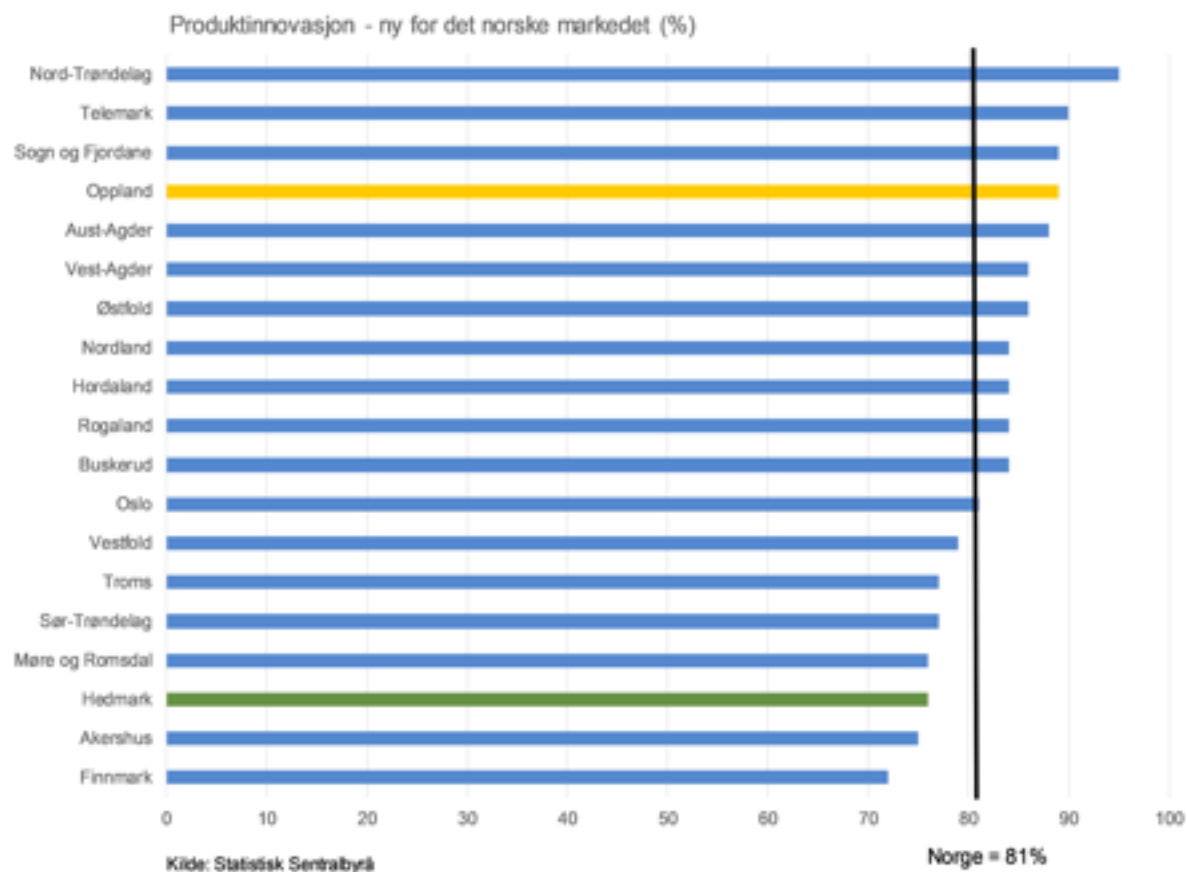
kommer Oppland høyest med hele 84 prosent som har innovasjoner som bare er nye for foretaket. Hedmark kommer vesentlig annerledes ut, her er det 67 prosent som har innovasjoner som kun er nye for foretaket. En vesentlig del av produktinnovasjonene gjelder altså kun produkter som er nye eller forbedrede i forhold til foretakets egen produktportefølje, men ikke representerer noe nytt for markedet. Slik innovasjonsaktivitet kan vel derfor først og fremst tas som et uttrykk for at innovasjonsarbeidet har som hovedmål å styrke forholdet til konkurrentene.



På landsbasis er det i gjennomsnitt 50 prosent av foretakene som har produktinnovasjoner som er nye for foretakets marked. På denne oversikten fremgår det at Hedmark kommer relativt høyt, med over 60 prosent av foretakene som har innovasjoner som er nye for foretakets marked, bare Sogn og Fjordane har en høyere andel. På den annen side kommer Oppland som er fylket med den laveste andelen av foretak med produktinnovasjoner nye for markedet, med kun 32 prosent.

Det er altså en nokså markant forskjell mellom Hedmark og Oppland når det gjelder i hvilken grad produktinnovasjonene er nye for markedet. Det er vanskelig å gi et presist svar på hvorfor denne forskjellen fylkene imellom er så tydelig. Høyst sannsynlig kan en del av avviket skyldes næringsstrukturelle forhold. Treindustrien i Hedmark utgjør en fjerdedel av hele industrien i fylket, målt i antall arbeidsplasser, og mange av bedriftene innen dette segmentet har stor grad av ordreproduksjon og skreddersøm, jfr. tidligere omtale av innovasjonsaktiviteten i Innlandet. Produktene blir altså i stor grad utviklet i dialog med kunden og er dermed som oftest nye for markedet.

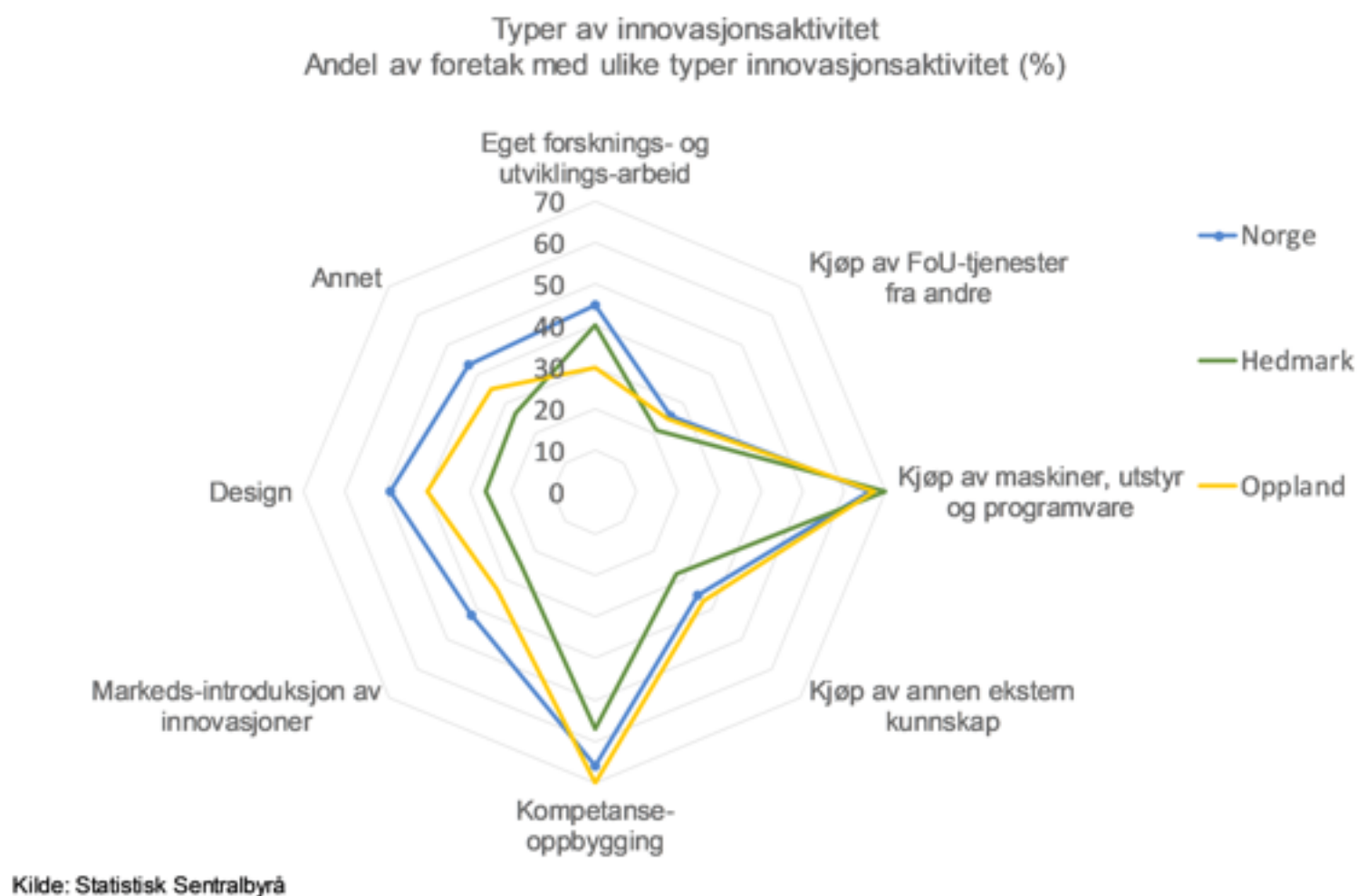
I Oppland utgjør også treindustrien en vesentlig andel av samlet industriaktivitet, men har ikke på langt nær så mange arbeidsplasser som i metallvare- og bildelindustrien. Sistnevnte industrisegment må stadig forbedre sine produkter ut i markedet, eller starte opp med nye typer produkter, gjerne etter krav fra kunde. Tilsvarende produkter finnes allerede i markedene, men har ikke blitt produsert tidligere av bedriftene.



Den neste figuren viser andelen av foretakene med produktinnovasjoner der innovasjonene er nye for det norske markedet. I gjennomsnitt er det 81 prosent av foretakene som har innovasjoner som er nye for det nasjonale markedet, mens 27 prosent har innovasjoner som er nye for det europeiske markedet.

På denne oversikten er det Oppland som kommer høyest ut av de to innlandsfylkene, men her skal man samtidig huske på Oppland i utgangspunktet har en mye lavere andel av sine foretak som har gjennomført produktinnovasjoner nye for markedet, slik at Hedmark likevel har et større antall foretak enn Oppland med produktinnovasjon som er nye for det nasjonale markedet.

Innovasjon kan skje på mange måter



Innovasjon kan skje på mange måter, og i innovasjonsundersøkelsen er det skjelnet mellom åtte forskjellige måter. De to viktigste måtene å arbeide med innovasjon på, både nasjonalt og i innlandsfylkene, er gjennom kjøp av maskiner, utstyr og programvare, og gjennom kompetanseutbygging. Nasjonalt har 70 prosent av de bedriftene som har iverksatt innovasjoner, gjort dette gjennom nevnte måter. Andelene er om lag tilsvarende for innovasjonsbedriftene i Innlandet, med unntak av kompetanseoppbygging, hvor den er noe lavere i Hedmark.

Den høye innovasjonsaktiviteten innen kjøp av maskiner, utstyr og programvare skyldes økt behov for effektivisering av produksjonen. I Innlandet og i landet forøvrig tyder statistikken på at investeringstakten har tiltatt innen automatisering, både innen tjenesteyting og vareproduksjon de siste årene. Nytt produksjonsutstyr og nye typer produkter krever kompetanseutvikling i bedriftene. Derfor er det naturlig at innovasjonsaktiviteten innen kompetanseoppbygging er tilsvarende aktiviteten innen kjøp av maskinvarer, utstyr og programvare.



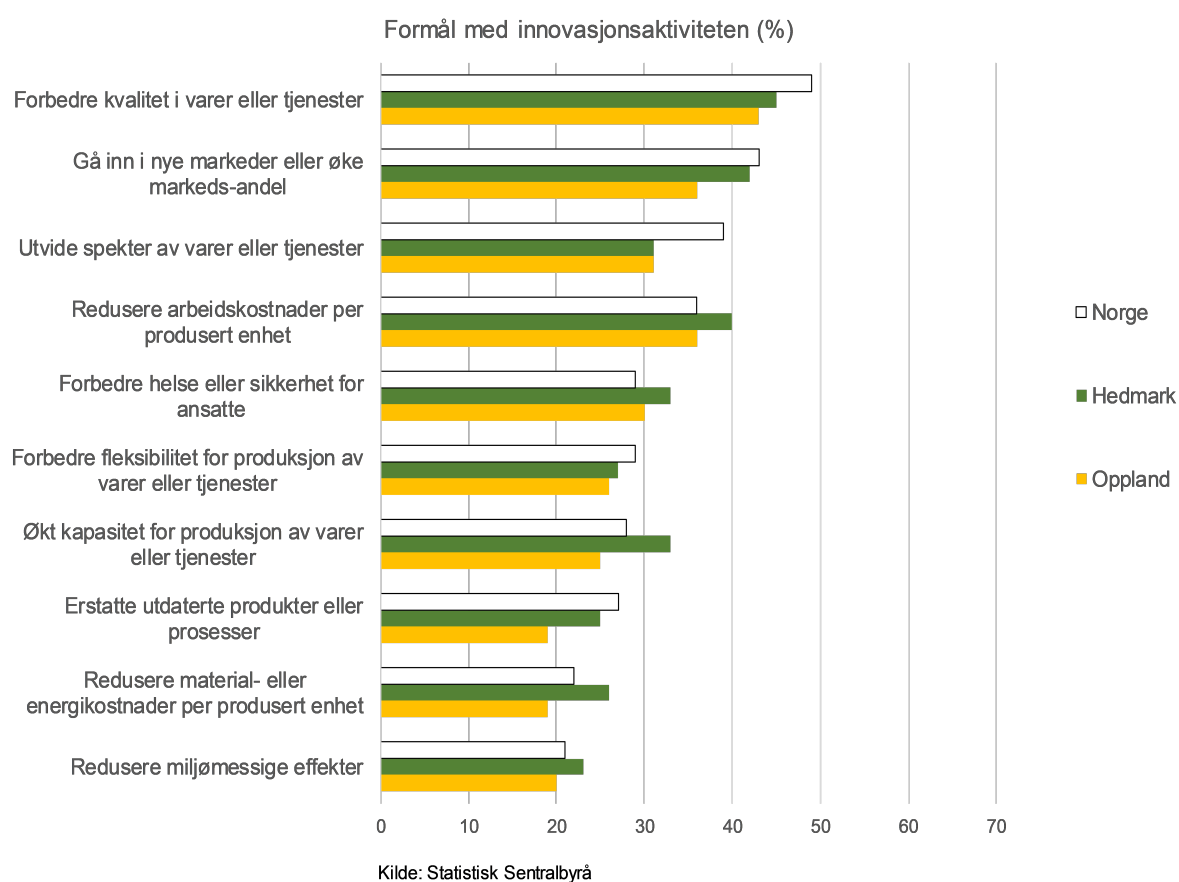
Forsknings- og utviklingsarbeid (FoU-arbeid) er for mange foretak et viktig ledd i arbeidet med innovasjon. På landsbasis er det 45 prosent som har angitt dette som aktivitet. Hedmark ligger her på ca. 40 prosent, mens andelen i Oppland er på 30 prosent. At Hedmark og Oppland ligger lavere enn landsgjennomsnittet på dette området, må sees i sammenheng med at store deler av Innlandets næringslivet er lite FoU-intensivt, og det har dermed lite tradisjoner for å arbeide med FoU.

Av oversikten fremgår det ellers at det er mindre vektlegging av design i innovasjonsaktiviteten i Innlandet enn i landet som helhet. Mens landsgjennomsnittet ligger på 49 prosent, ligger Oppland på 40 prosent, mens Hedmark ligger såpass lavt som 26 prosent. Dette henger naturlig nok sammen med næringsstruktur, og at det i Innlandet er færre bedrifter som arbeider systematisk med design.

Formål med innovasjonsaktiviteten



Som omtalt tidligere i denne rapporten er det ikke noe mål i seg selv å ha høyest mulig innovasjonsaktivitet. Arbeidet med innovasjon må naturlig nok ha et formål som passer inn i bedriftenes strategier. For å klarlegge dette nærmere, er det i Innovasjonsundersøkelsen stilt spørsmål om hva som er formålet med innovasjonsaktiviteten.



Det vanligste formålet med å gjennomføre produkt- og prosessinnovasjoner er å forbedre kvaliteten på varer og tjenester. På landsbasis er det nesten halvpartene av alle foretakene som har oppgitt dette, i Innlandet er andelen litt lavere.

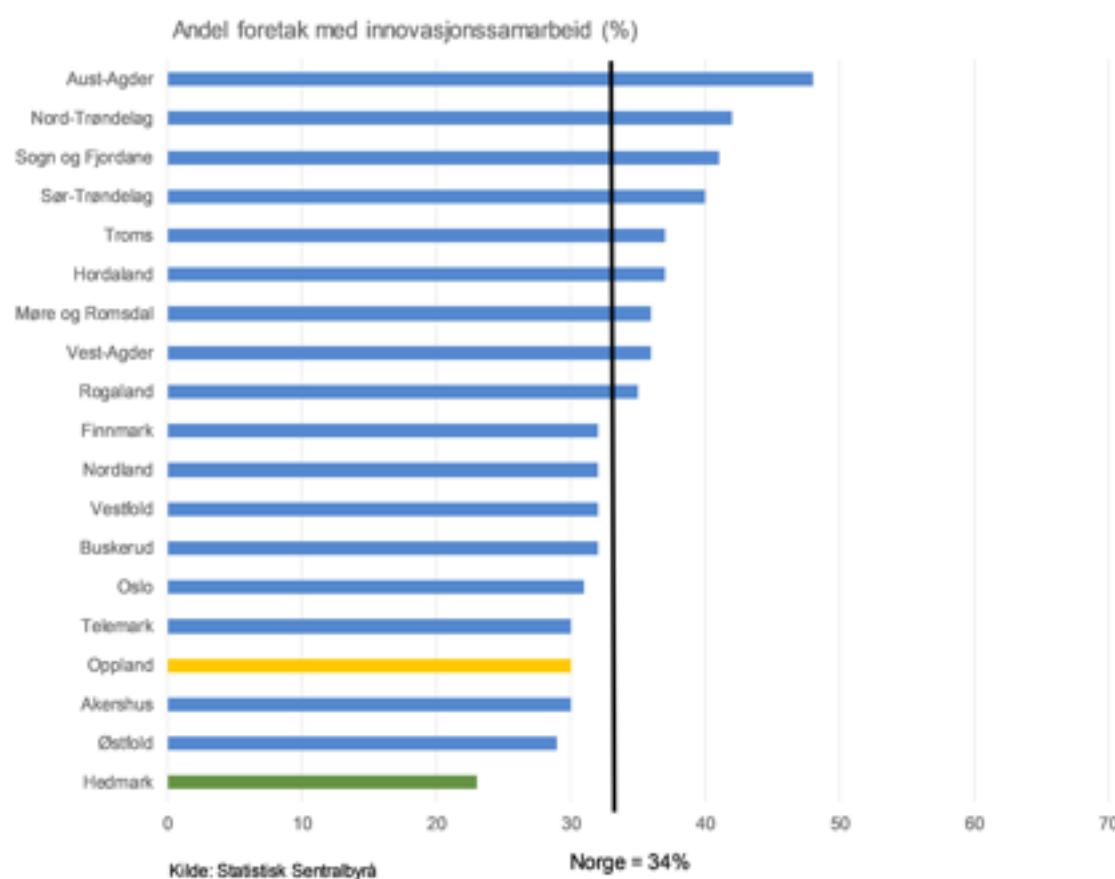
For øvrig er det en rekke ulike formål for å arbeide med innovasjon. Det nest viktigste, både nasjonalt og i Innlandet, er å gjennomføre innovasjoner for å kunne gå inn i nye markeder eller øke

markedsandelen i eksisterende markeder. Andre formål er knyttet til å redusere kostnader, utvide produktspekteret, øke produksjonskapasiteten og erstatte utdaterte produkter og prosesser. Forbedring av helse eller sikkerhet for de ansatte, og å redusere miljømessige effekter, er også formål som oppgis.

Samarbeid om innovasjon



Arbeid med innovasjonsprosjekter er ofte noe som skjer i samarbeid mellom flere parter.



Blant de foretakene som har gjennomført produkt- eller prosessinnovasjoner, er det i gjennomsnitt en tredjedel som har hatt samarbeid med andre parter. Næringslivet i Innlandet ligger noe under dette, i Oppland er det 30 prosent som har oppgitt samarbeid, mens Hedmark ligger en del lavere med 23 prosent.

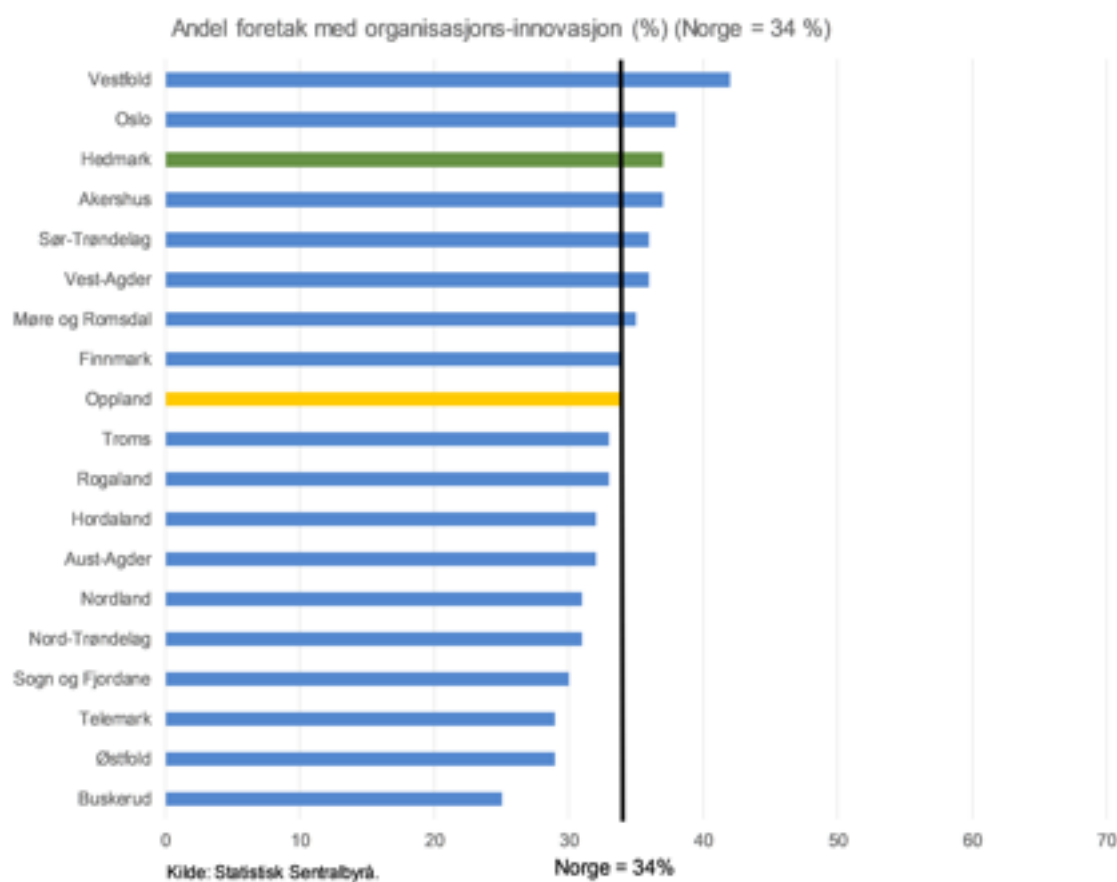
Hvem man samarbeider med, er selvsagt avhengig av prosjektet, men en hovedtendens er

at leverandører er den viktigste samarbeidspartneren, etterfulgt av kunder. Næringslivet i Innlandet følger i stor grad dette mønstret, men man kan merke seg at andelen som samarbeider med kunder i privat sektor er betydelig lavere enn landsgjennomsnittet. På den annen side har næringslivet i Hedmark i større grad samarbeid med konkurrenter, og det har også oftere samarbeid med forskningsinstitutter.

Markeds- og organisasjonsinnovasjon



Innovasjon dreier seg ikke bare om produkter og prosesser, men også om foretakenes organisering og markedsføring.

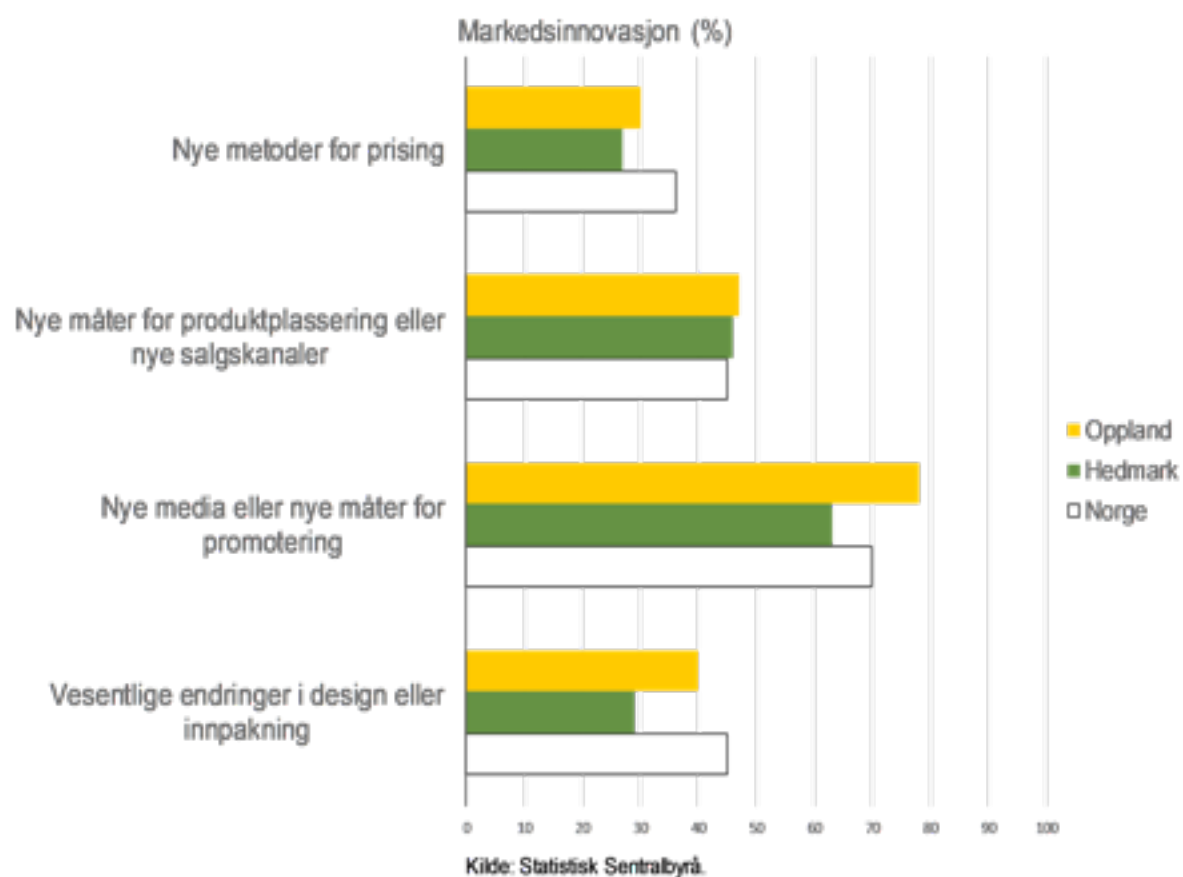
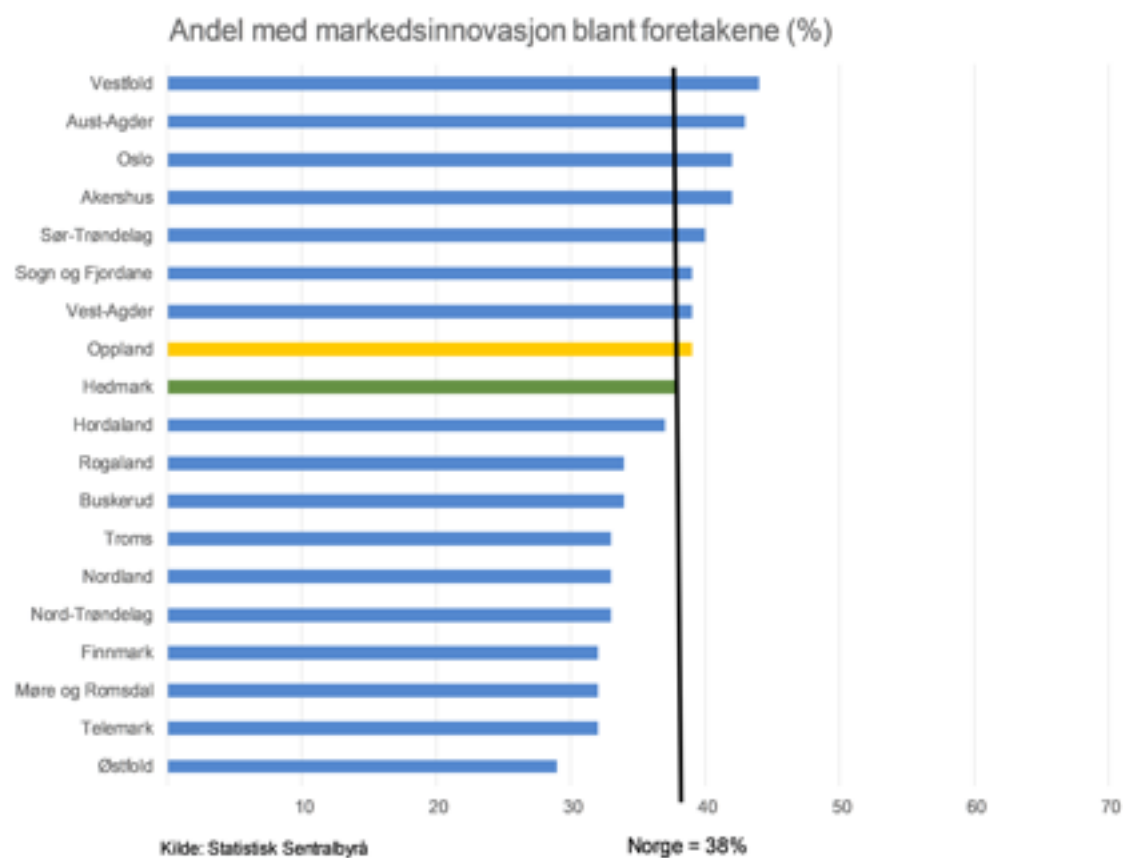


På landsbasis er det omtrent en tredjedel (34 %) av alle foretakene har gjennomført organisasjonsinnovasjon i løpet av perioden, Oppland ligger på landsgjennomsnittet, mens i Hedmark ligger man noe over landsgjennomsnittet (37 %).

Det viktigste området for organisasjonsinnovasjon er å iverksette nye måter for organisering av arbeidsansvar og beslutninger, rundt 80 prosent av

de som har organisasjonsinnovasjon, har gjort dette. Det nest viktigste feltet er å iverksette ny forretningspraksis.

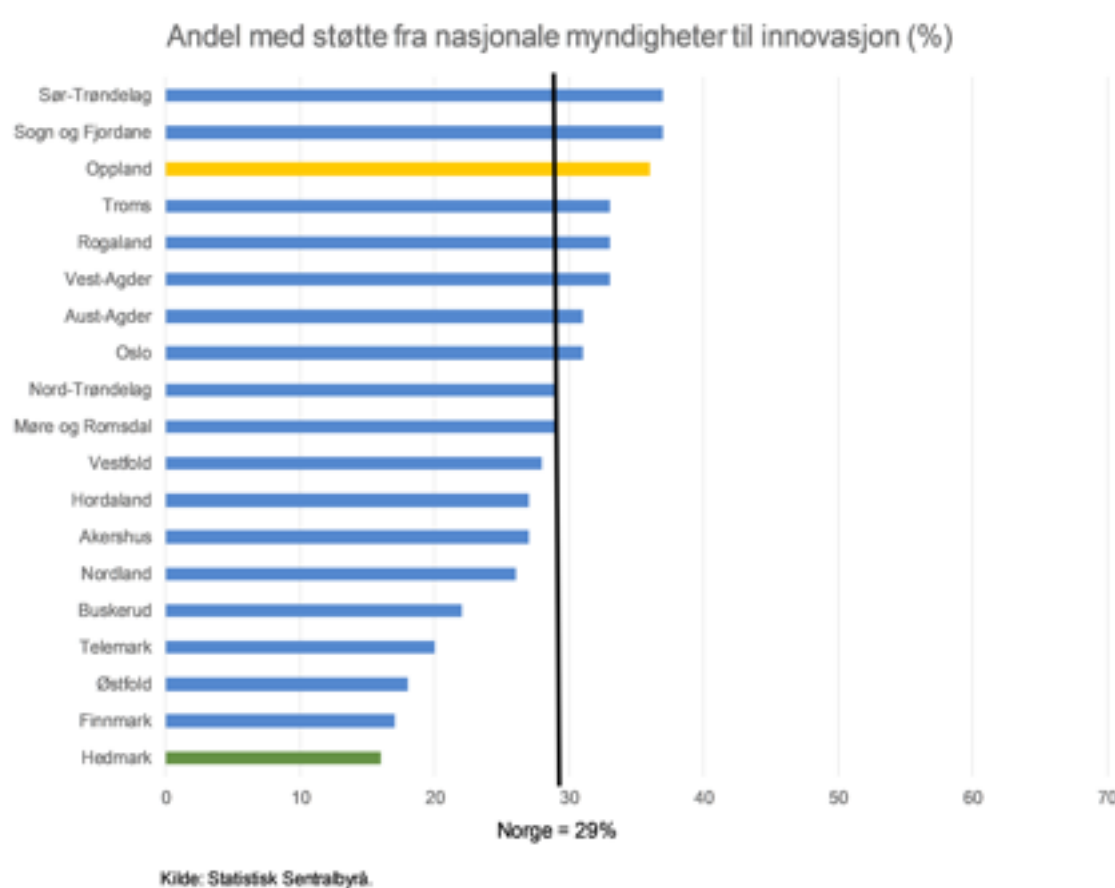
Når det gjelder markedsinnovasjon, ligger Hedmark og Oppland nokså likt og omtrent på landsgjennomsnittet på 38 prosent. Det viktigste feltet for markedsinnovasjon er å ta i bruk nye media og nye måter for promotering av produkter.



Offentlig støtte til innovasjon



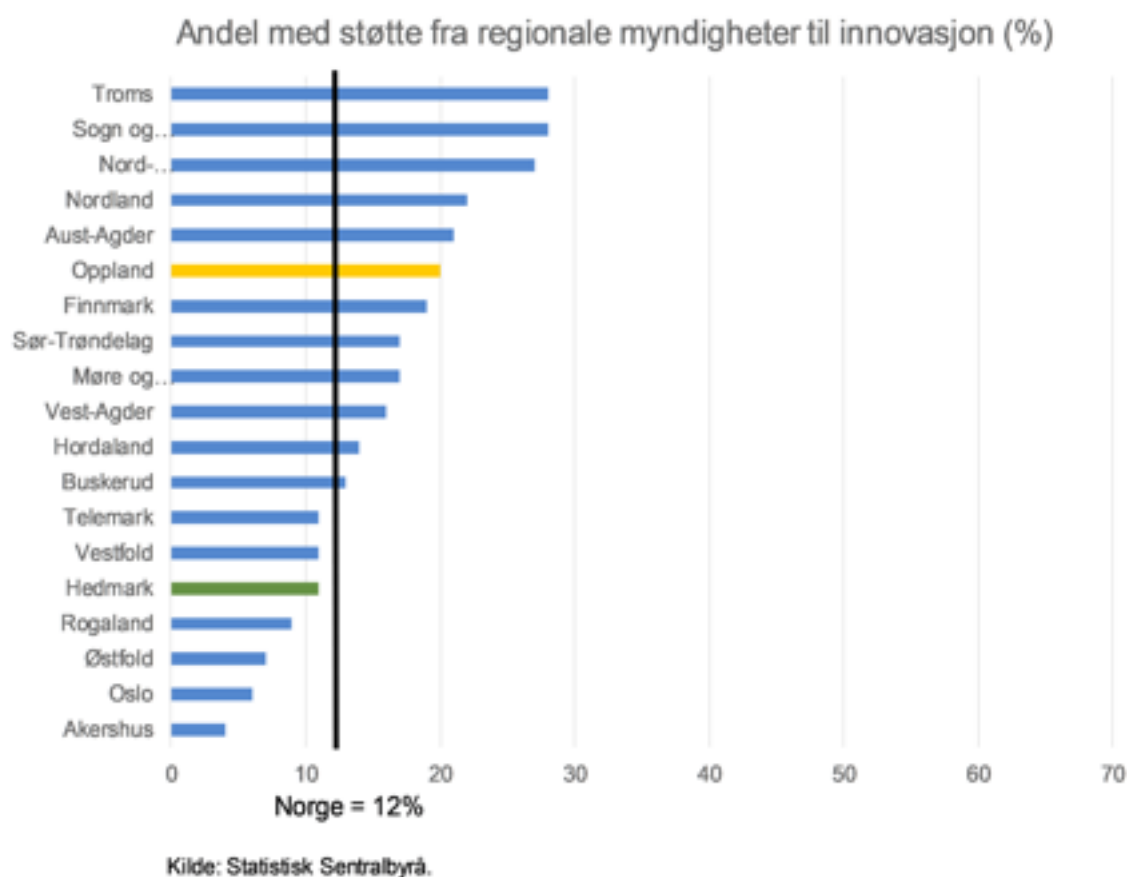
En viktig del av innovasjonspolitikken er å ha et virkemiddelapparat som stimulerer næringslivet til å gjennomføre innovasjonsaktivitet, og i Innovasjonsundersøkelsen er det stilt spørsmål om i hvilken grad foretakene mottok finansiell støtte til sin innovasjonsaktivitet.



Det er utviklet et differensiert virkemiddelapparat, der Innovasjon Norge, Norges Forskningsråd og Siva er de mest sentrale aktørene på det nasjonale nivået, mens fylkeskommunene, fylkesmennene og i noen grad kommunene er sentrale på det lokale og regionale nivået.

De nasjonale virkemidlene er de viktigste, i gjennomsnitt har 29 prosent av de innovative

foretakene fått finansiell støtte gjennom sentrale virkemidler. Her er det imidlertid en markant forskjell mellom Oppland og Hedmark, mens 36 prosent av foretakene i Oppland har mottatt slik støtte, er det bare 16 prosent av foretakene i Hedmark som har mottatt slik støtte.



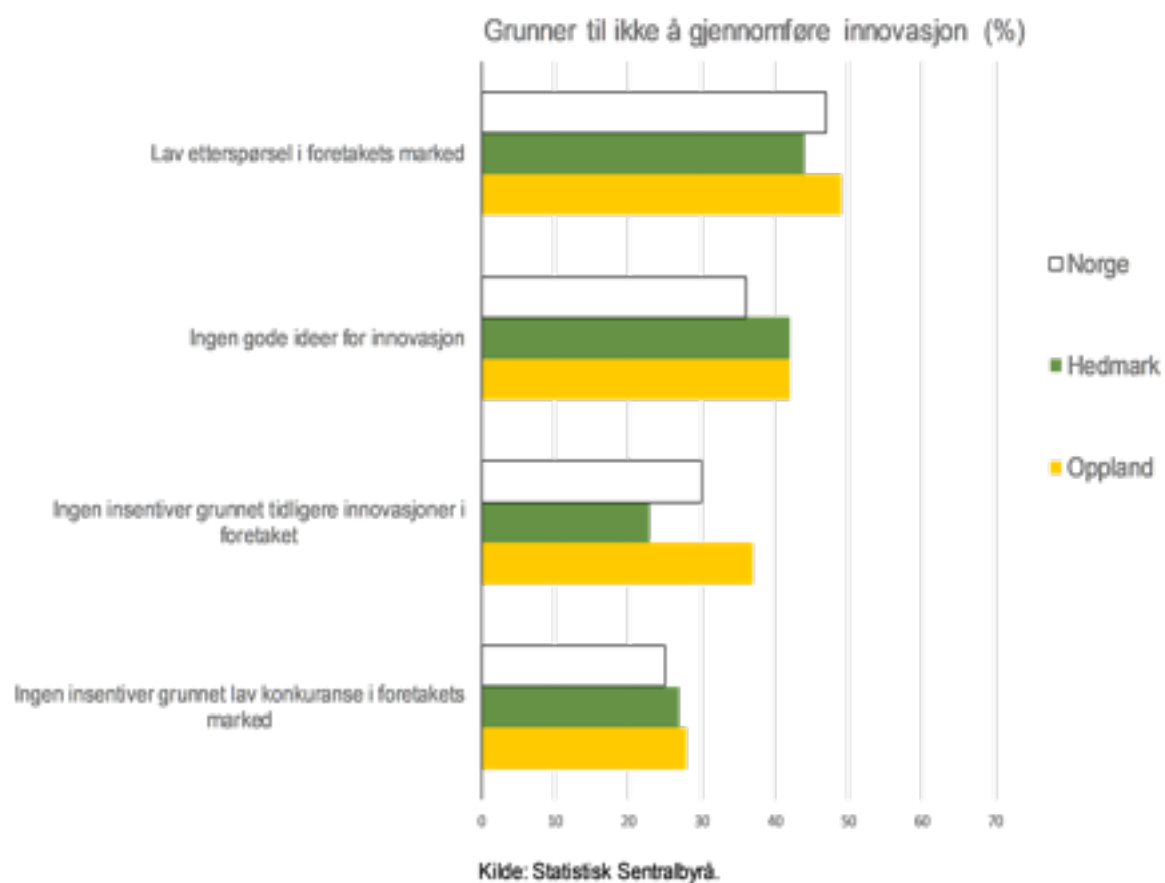
Et liknende mønster gjør seg gjeldende når det gjelder støtte fra det lokale og regionale nivået. På landsbasis er det 12 prosent av foretakene som har mottatt finansiell støtte regionalt eller lokalt, og Hedmark ligger på det nasjonale gjennomsnittet. Oppland ligger betydelig høyere med en andel på 20 prosent som har mottatt finansiell støtte regionalt eller lokalt.

Det kan være grunn til å se nærmere på disse forskjellene mellom næringslivet i Hedmark og Oppland. Nå er det riktignok slik at flertallet av næringslivet gjennomfører sine innovasjonsprosjekter uten støtte fra det offentlige. Men det å kunne utnytte offentlige støtteordninger, kan være et viktig element i å realisere gode innovasjonsprosjekter.

Grunner til ikke å gjennomføre innovasjon



For næringslivet er det ikke om å gjøre å ha en høyest mulig innovasjonsaktivitet, men å ha en aktivitet tilpasset situasjonen i de enkelte næringer og virksomheter. Det betyr også at mange foretak i perioder ikke har behov for å iverksette innovasjoner. For å gi oversikt over dette, er det i Innovasjonsundersøkelsen stilt spørsmål om hvilke grunner foretakene har for ikke å gjennomføre innovasjon.



Som det er dokumentert foran, har halvparten av foretakene som er med i innovasjonsundersøkelsen ikke gjennomført produkt- eller prosessinnovasjoner i løpet av den treårsperioden (2014-16) som undersøkelsen gjelder for.

Nasjonalt er lav etterspørsel i foretakets marked den viktigste grunnen for ikke å ha gjennomført innovasjoner. I underkant av 50 prosent har oppgitt dette, og andelen i Hedmark og Oppland

er også omtrent på dette nivået. Den nest viktigste faktoren er mangel på ideer for innovasjon, med 36 prosent på landsbasis og 42 prosent i Hedmark og Oppland. De to øvrige faktorene som er med i undersøkelsen, er at man ikke har incentiver til å arbeide med innovasjon grunnet tidligere innovasjoner i foretaket, eller at det er liten konkurranse i foretakets marked, slik at dette ikke gir behov for innovasjon.



Note: Denne figuren angir bare tall for Norge samlet, tallene for Hedmark og Oppland er for små til å oppgis.

Dette gir klare uttrykk for at en del foretak ikke har behov for å gjennomføre innovasjoner, dels fordi man har gjennomført innovasjoner tidligere, dels fordi konkurransesituasjonen ikke tilsier at det er behov. Dette er forhold som vil variere mellom næringer og mellom de enkelte foretak.

For noen foretak oppleves hindringene mot å gjennomføre innovasjoner så store at de av den grunn ikke har mulighet til å gjøre noe, men dette utgjør en svært liten gruppe av alle foretakene. Blant disse er det mangel på finansiering og for høye innovasjonskostnader som de viktigste hindringene, deretter følger ulike faktorer som mangel på kvalifisert personell, usikker etterspørsel eller problemer med finansiering og høy konkurranse. Disse faktorene er trolig et uttrykk for at det gjelder foretak med begrensede forutsetninger for å møte behovet for omstilling, og som dermed står utsatt til i den videre utviklingen. Men vi understreker igjen at dette gjelder en meget begrenset andel av foretakene.



Vedlegg: Innovasjonsundersøkelsen

Dataene presentert i denne rapporten er basert på Innovasjonsundersøkelsen som er gjennomført av Statistisk Sentralbyrå, og som gjelder for årene 2014-2016. Undersøkelsen inngår i Eurostats Community Innovation Survey (CIS), og gjennomføres annet hvert år.

Hva er innovasjon?

En innovasjon er å introdusere et nytt eller vesentlig forbedret produkt, prosess, metode for å organisere arbeidet, eller måte for å markedsføre foretakets varer eller tjenester. En innovasjon må ha tiltenkte egenskaper eller bruksområder som er nye eller vesentlig endret eller forbedret i forhold til produkter, prosesser eller metoder som tidligere var tilbudt eller i bruk av foretaket.

Ulike typer innovasjon

Det skjelnes mellom følgende fire typer innovasjon:

Produktinnovasjon (varer eller tjenester) er en vare eller tjeneste som er enten ny eller vesentlig forbedret med hensyn på dets egenskaper, tekniske spesifikasjoner, komponenter, brukervennlighet eller delsystemer. Det er mulig for foretaket å ha introdusert både vare- og tjenesteinnovasjoner

Prosessinnovasjon innebærer å implementere en ny eller vesentlig forbedret produksjonsteknologi/-metode, en ny eller vesentlig forbedret metode for levering/distribusjon av varer eller tjenester.

Prosessinnovasjoner kan også omfatte nye eller vesentlig forbedrede støttesystemer eller prosesser.

Organisasjonsinnovasjon er gjennomføring av nye organisatoriske metoder (inkl. kunnskapssystemer) i foretaket. Organisasjonsinnovasjon omfatter også ny eller vesentlig endret organisering av foretakets arbeidsrutiner/-prosesser eller bruk av nye eksterne relasjoner. Endringene må være et resultat av strategiske beslutninger i foretaket. Sammenslåing med andre eller oppkjøp av andre foretak omfattes ikke.

En markedsinnovasjon er gjennomføring av et nytt markedsføringskonsept eller en ny markedsstrategi som skiller seg vesentlig fra foretakets nåværende (tidligere) metoder. Metoden skal heller ikke ha vært brukt av foretaket tidligere. Dette krever vesentlige endringer i et produkts design eller innpakning, produktplassering, promotering eller prissetting. Unntatt er rutinemessige eller sesongmessige endringer i foretakets markedsføringsmetoder.

Utvalg

Innovasjonsundersøkelsen er en utvalgsundersøkelse som omfatter alle enheter i næringslivet med minst 50 sysselsatte. For enheter med 5-49 sysselsatte er det trukket et tilfeldig utvalg, stratifisert etter 2-siffer næring og størrelsesgruppe (5-9, 10-19 og 20-49 sysselsatte samt for 50-99 sysselsatte i enkelte næringer). Trekkprosenten er enten 30, 15 eller 10 prosent, avhengig av størrelsesgruppe og antall enheter i stratumet. Det er fulltelling for alle enheter med minst 50 sysselsatte (100 sysselsatte i enkelte næringer) samt for foretak uavhengig av størrelse som tidligere har rapportert FoU-aktivitet over en grenseverdi.

For 2016 var det samlede utvalget på ca. 6500 enheter, hvorav noe over 1100 i Hedmark og Oppland. Enheten i undersøkelsen er foretak. Et foretak er den juridiske enheten og kan bestå av en eller flere virksomheter (bedrifter).

For mer informasjon

<https://www.ssb.no/teknologi-og-innovasjon/statistikker/innov/hvert-2-aar>

