

# Innovation i Livsmedelskedjan

Slutsatser från projektet

---

SARA JOHANSSON

HANDELSHÖGSKOLAN I JÖNKÖPING



---

# PROJEKTETS SYFTE

- Nulägesanalys av innovationsaktiviteter i livsmedelskedjans som ger en beskrivning av företagens utmaningar och behov när det kommer till innovation och förnyelse.

Målsättningen är att leverera ett kunskapsunderlag som

- redogör för nuläget i livsmedelskedjan
  - identifierar vilka områden som innovationsfrämjande insatser bör riktas mot
  - Presenterar förslag på åtgärder och verktyg som är väl förankrade och avstämde med livsmedelskedjans aktörer
-

---

# GENOMFÖRANDE

- Enkätundersökning som kartlagt innovation och innovationsaktiviteter i livsmedelskedjan som inkluderar företag i alla storleksklasser, företag i alla led i kedjan och företag i alla delar av landet.
  - Genomlysning av livsmedelskedjans innovationssystem
  - Djupintervjuer med affärsutvecklare som arbetar med livsmedelsföretag
  - Dialogmöten med företag och representanter för näringarna
  - Djupintervjuer med tjänstepersoner inom regional förvaltning
-

---

# VAD ÄR EN INNOVATION?

OECDs definition ligger till grund för harmoniserad statistikinsamling och internationella jämförelser:

➤ *Ny eller väsentligt förbättrad*

- *Produkt*
- *Process*
- *Organisation*
- *Marknadsföringsmetod*

- Viktigt att skilja mellan innovation och forskning:
    - En uppfinning blir en innovation först när den når en marknad
-

---

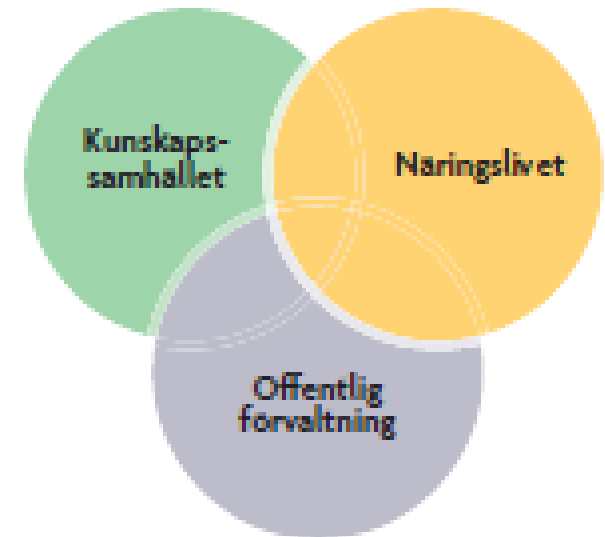
# INNOVATIONSSYSTEM

Innovation är en

- Interaktiv process
- Mångfald av kunskaper och kompetenser
- Involverar flera aktörer

Förmågan till innovation beror inte bara på kapaciteter hos enskilda företag, organisationer eller institutioner utan också på hur dessa olika aktörer interagerar och samverkar med varandra.

Trippel Helix



# Hur innovativa är företagen i livsmedelskedjan?

---

- Livsmedelskedjan ligger i paritet med övriga näringslivet vad gäller innovationsgrad.
- Stora företag är mer innovativa än små men innovationsgraden skiljer sig inte så mycket mellan olika storleksklasser av företag.
- Innovationshöjden är lägre inom livsmedelskedjan än vad man kan observera för näringslivet som helhet.
- Såväl innovationsgrad som innovationshöjd ökar med företagsstorlek – men de flesta innovativa företagen har färre än 10 anställda
- Innovationsgraden skiljer sig inte nämnvärt mellan företag som finns i städer och företag som finns i landsbygdskommuner.

# Skillnader mellan leden

---

- Primärledet sticker ut – de övriga leden visar på likartade mönster
- Primärledet visar på en lägre innovationsgrad än senare led.
- Primärledet mer inriktat på processinnovation än övriga led.
- Primärledets innovationer är mer inriktade på effektivisering och mindre marknadsinriktade än övriga led.
- Primärledet ligger avsevärt lägre vad gäller innovationshöjd än övriga led.

# Drivkrafter till innovation

---

## MEGATRENDER

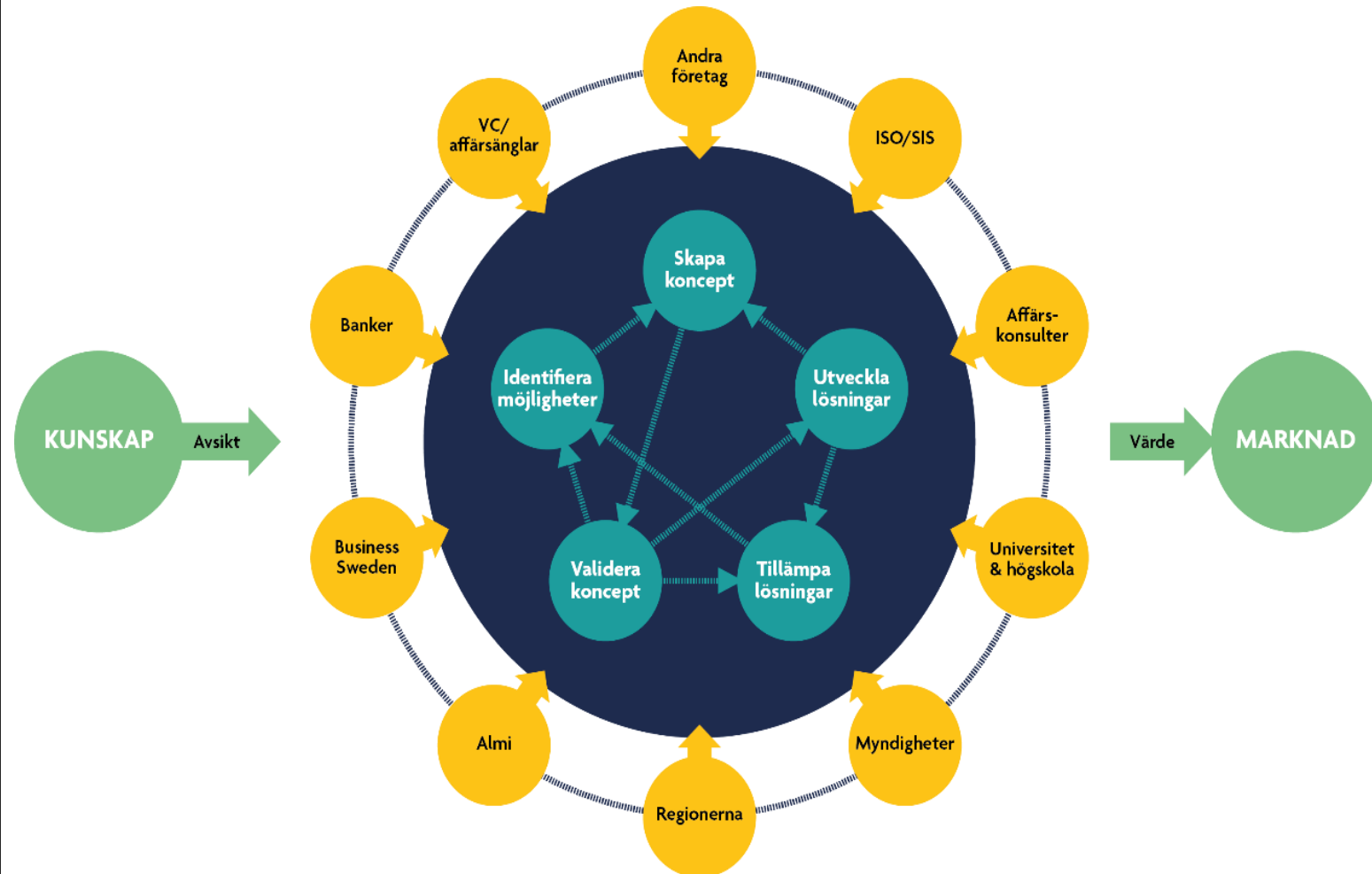
- Växande marknad
- Hållbar omställning
- Förändringar i konsumtionsmönster
- Digitalisering
- Automation
- Internationalisering



# Drivkrafter till innovation i företagen

- Företagsstorlek
- Tillgång till kunskap och kompetens
- Internationalisering
- Samverkan

Innovation är en process av samskapande



# Hinder för innovation – i företagen

---

- Många småföretag med begränsade interna resurser och en oförmåga att hitta/tillgodogöra sig externa resurser i innovationsarbete.
- Många småföretag som saknar tillväxtambitioner
- Svag lönsamhet i de två första leden (restaurangbranschen hårt drabbad av pandemin)
- Låg utbildningsnivå i företagen
- Lite FoU-investeringar i den privata sektorn
- Traditionsbundet mindset
- Svag samverkanskultur

# Strukturella hinder för innovation

---

- Obalans mellan de olika leden i kedjan som ger en ojämn spridning av vinster och risker – en struktur som tar bort incitament att satsa på innovation.
- Företagsstrukturen i livsmedelskedjans olika led gör att det är svårt att åstadkomma innovationssamverkan som löper vertikalt genom förädlingsledet.
- Oligopolstrukturer gör att de större företagen profiterar på de mindre istället för att dra med sig de mindre företagen ut på nya marknader.
- Oligopolstrukturer i handelsledet gör att det finns få vägar till marknaden för företag i tidigare led
- Svag kunskapsinfrastruktur
- Geografiskt utspridd sektor

# Hinder för innovation – i kunskapsinfrastrukturen

---

- Jämförelsevis lite medel satsas på livsmedelsrelaterad forskning
- Fåtal forskningsmiljöer som specifikt riktas mot livsmedel
- Forskning har under lång tid varit mer riktad mot miljöfrågor än mot områden som kan generera tillämpningar i form av nya produkter eller processer.
- Vissa forskningsområden av relevans för livsmedelsproduktion har nedmonterats under senare decennier
- Saknas strategiska satsningar på att omvandla forskning till innovation.
- Otillräckliga bryggor mellan forskning och näringsliv

# Innovationshämmare – i främjandesystemet

---

- Saknas verksamheter med basfinansiering som drivs långsiktigt utifrån företagens kontextspecifika behov
  - Saknas kompetens om livsmedelskedjans företag i många regioner
  - Affärsrådgivning är inte tillräckligt agil utan erbjuder mer standardiserade verktyg och modeller som företagen inte upplever som relevanta
- Främjandesystemet riktat mot primärledet saknar kompetens om innovation och affärsutveckling
- Främjandesystemet saknar verktyg för att stötta företag som vill skala upp.
- Det saknas kunskap, nätverk och verktyg för att arbeta integrerat med hela värdekedjan
- Kompetensnivån i främjandesystemet ligger generellt sett långt från forskningsfronten.

# Innovationshämmare – inom offentlig förvaltning

---

- Saknas systematisk samordning och samarbete mellan myndigheter
- Olika myndigheter arbetar mot olika led i kedjan – olika typer av medel riktas mot olika led
  - Det saknas kunskap och verktyg för att arbeta integrerat med hela värdekedjan
  - Statsstödreger är ett hinder för satsningar som involverar aktörer i hela kedjan
- Saknas nationell samordning av regionala satsningar
- Krångliga regelverk med stor lokal variation i tolkning och tillämpning
- Olika nivåer (nationell, regional, lokal) inom offentlig förvaltning arbetar mot olika led i kedjan
- Uppdelning av ansvarsområden mellan olika myndigheter gör att det saknas ett värdekedjeperspektiv.
- Regionala strukturer försvårar kompetensdelning över regiongränser och resulterar i att företag i olika regioner erbjuds mycket olika stöd.

# Vad behöver göras för att stärka innovationskraften i livsmedelskedjan?

---

- Nationellt sammanhållet innovationssystem som möjliggör att kompetensdelning över regiongränser och att regionala aktörer (företag, forskare, främjare) lyfts till den nationella nivå.
- Ett främjandesystem med mer basfinansiering i form av verksamhetsstöd och mindre projektfinsiering
- Fler modeller för att brygga forskning och näringsliv än företagsmedverkan i forskningsprojekt
  - En portal in till ett sammanhållet kunskapssystem
  - Utveckla nya utlysningssystemer för ökad medverkan från näringslivet, tex näringslivet är projektägare istället för forskningen
- Strategisk satsning på innovation riktad mot livsmedel
- Utveckla och tillgängliggöra anläggningar inom test, demo och uppskalning

# Vad behöver göras för att stärka innovationskraften i livsmedelskedjan?

---

- Mer samverkan vertikalt i värdekedjan – nationell plattform där aktörer från olika delar av värdekedjan möts
- Nya modeller för innovationsstöd, kompetensförsörjning, kapitalförsörjning och kunskapsöverföring som svarar mot de förutsättningar som finns i olika typer av företag.
- Förenklat regelverk och samordnad/utvecklad tillsyn
  - Myndigheter som verkar främjande och även kan agera som rådgivande aktör. Verka för ökat lärande i systemet
- Ett främjandesystem med verktyg som
  - lotsar företagen rätt in i systemet
  - hjälper företaget att hitta ut till (nya) marknader, distributionskanaler och kunder
  - hjälper företaget att hitta relevant kompetens, nätverk och kapital
  - erbjuder stöd till företag som vill skala upp
  - erbjuder ingångar till akademien



*“Vi måste hitta de verktyg och den målgrupp för dessa verktyg som gör att vi kan flytta hela kedjan genom att arbeta med ett begränsat antal aktörer.”*

Hannes van Lunteren, Krinova