



# Innovation och samverkan

Företag i Livsmedelskedjan

---

Sara Johansson  
Lina Bjerke  
Internationella handelshögskolan i Jönköping

# Vad är innovation?

- Ofta framhålls de *radikala* innovationerna som de viktiga med stor effekt på samhällsekonomin.
- De *inkrementella* innovationerna förfinar och optimerar egenskaperna och resulterar i teknikspridning
- De inkrementella innovationerna spelar minst lika stor roll som de radikala.
- .....en mer modern definition: innovation kan vara en förbättring av en produktionsprocess eller en förändring av attribut hos säljbara produkter.



## Varför innovation?

- En regions näringslivsförnyelse och förmåga att stimulera innovationsaktiviteter ger långsiktigt konkurrenskraft, förädlingsvärden och lönebetalningsförmåga.
- Innovation och förnyelse är, jämte resurser som kapital och arbetskraft, det som förklarar ekonomisk tillväxt.
- Innovationer har en särskild betydelse i avseende att kunna bidra till att den teknologiska nivån utvecklas till alltjämt högre nivåer.



## Hur uppstår innovationer?

- Innovationer är resultatet av *många faktorer* såsom kunskap, kreativitet och acceptans för förändring.
- Innovationer uppstår ofta som ett resultat av *kombinationer* av olika kunskaper och kompetenser.
- Kombination av olika kunskaper och kompetenser främjas också av att olika aktörer *samverkar*.



# BAKGRUND

Samhällsförändringar

Kunskap

Data *(små och stora företag, stad och landsbygd)*

Inkluderande näringspolitik

## Syfte

- Samla in data kring innovation och dess processer
  - **Livsmedelskedjan**
  - Jordbruk
  - Region Jönköping
  - Fyrbodal
  - Region Kalmar
  - Region Kronoberg

# Data

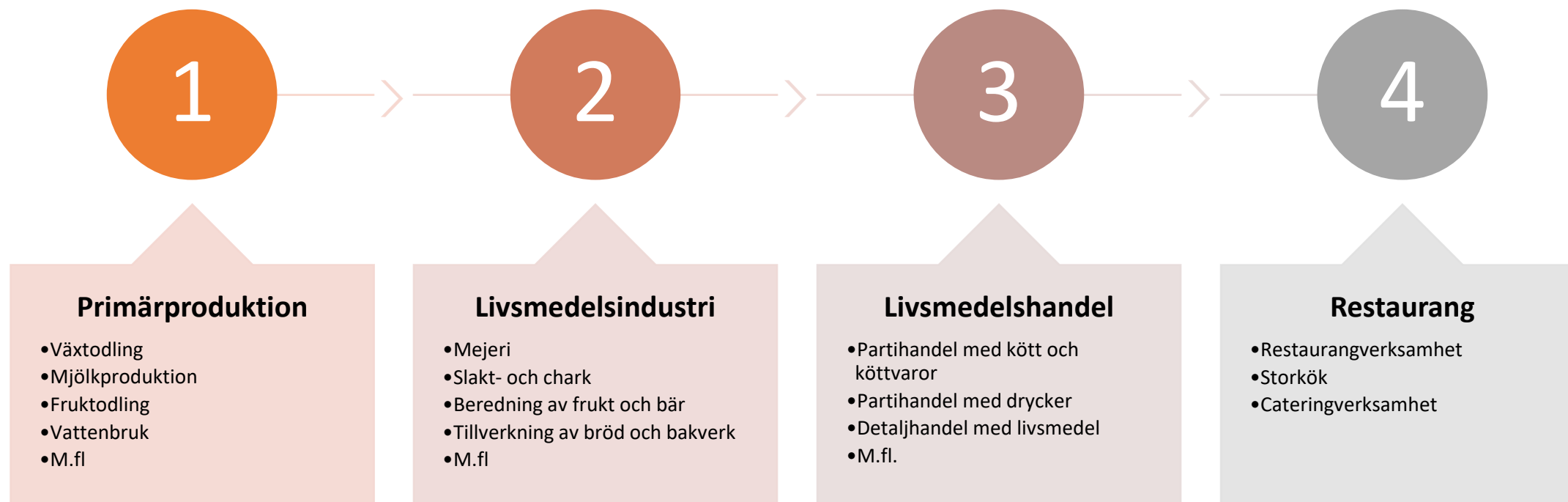
---

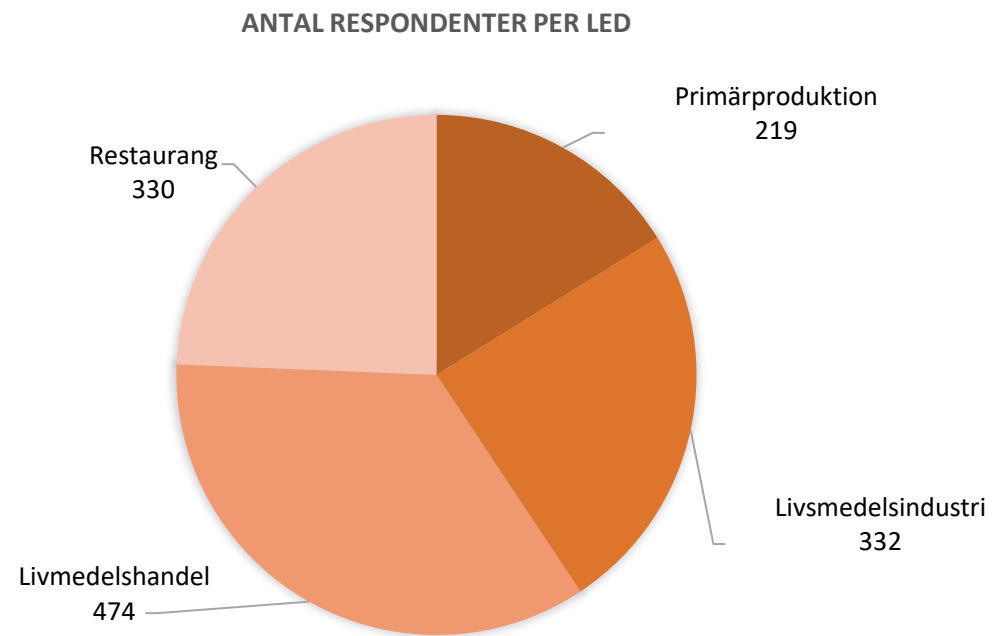
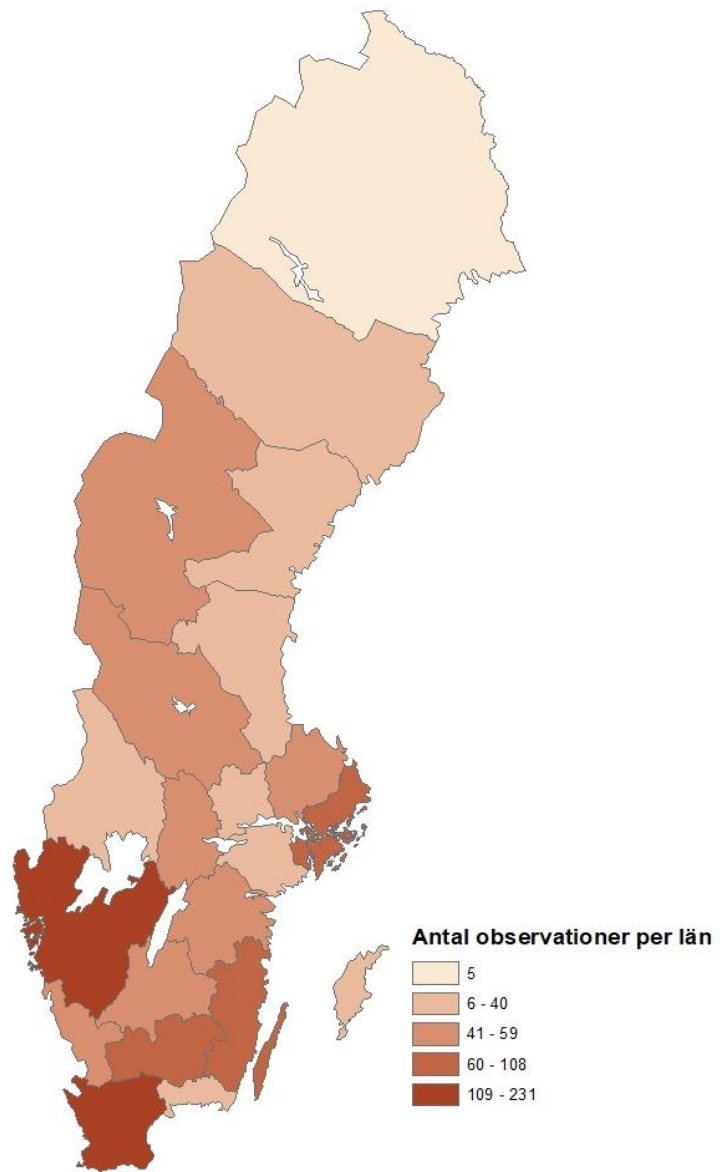
<200 000 omsättning

Stratifiering: storlek och region

1 355 företag (svarsfrekvens mellan 17-35 procent)

---







# Innovationsaktivitet

---

Har företaget under perioden 2017 – 2019 introducerat en ny eller väsentligt förbättrad produkt, process, marknadsföringsmetod?

|  | Primärproduktion |                                    | Livsmedelsindustri |                                    | Livsmedelshandel |                                    | Restaurang |                                    |
|--|------------------|------------------------------------|--------------------|------------------------------------|------------------|------------------------------------|------------|------------------------------------|
|  | Antal            | Andel (%)                          | Antal              | Andel (%)                          | Antal            | Andel (%)                          | Antal      | Andel (%)                          |
| Innoverande                              | 153              | 69,9                               | 297                | 89,5                               | 371              | 78,3                               | 275        | 83,3                               |
| Icke-innoverande                         | 66               | 30,1                               | 35                 | 10,5                               | 103              | 21,7                               | 55         | 16,7                               |
|  |                  | Andel av<br>innoverande<br>ftg (%) |                    | Andel av<br>innoverande<br>ftg (%) |                  | Andel av<br>innoverande<br>ftg (%) |            | Andel av<br>innoverande<br>ftg (%) |
| Produktinnovation<br>(vara eller tjänst) | 110              |                                    | 265                | 89,2                               | 319              | 86,0                               | 224        | 81,5                               |
| Processinnovation                        | 100              | 65,4                               | 170                |                                    |                  |                                    |            |                                    |
| Marknadsföringsinnovation                | 38               | 24,8                               | 171                | 57,7                               |                  |                                    |            |                                    |

**80 %**

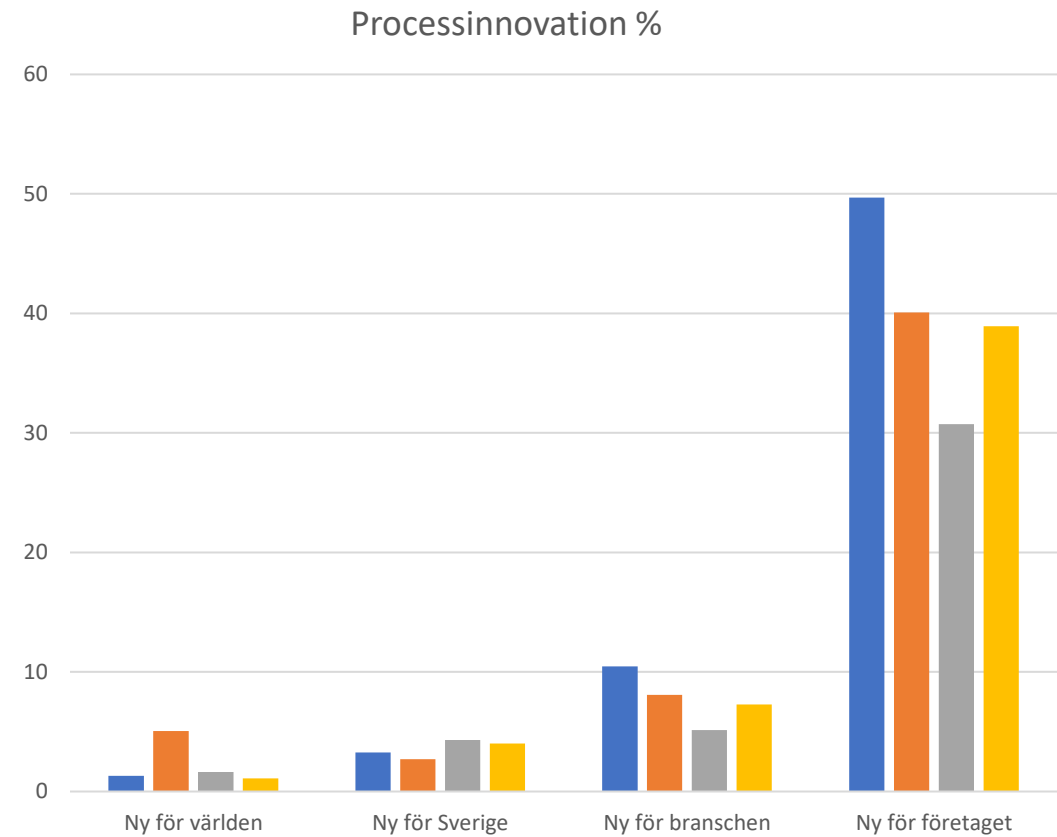
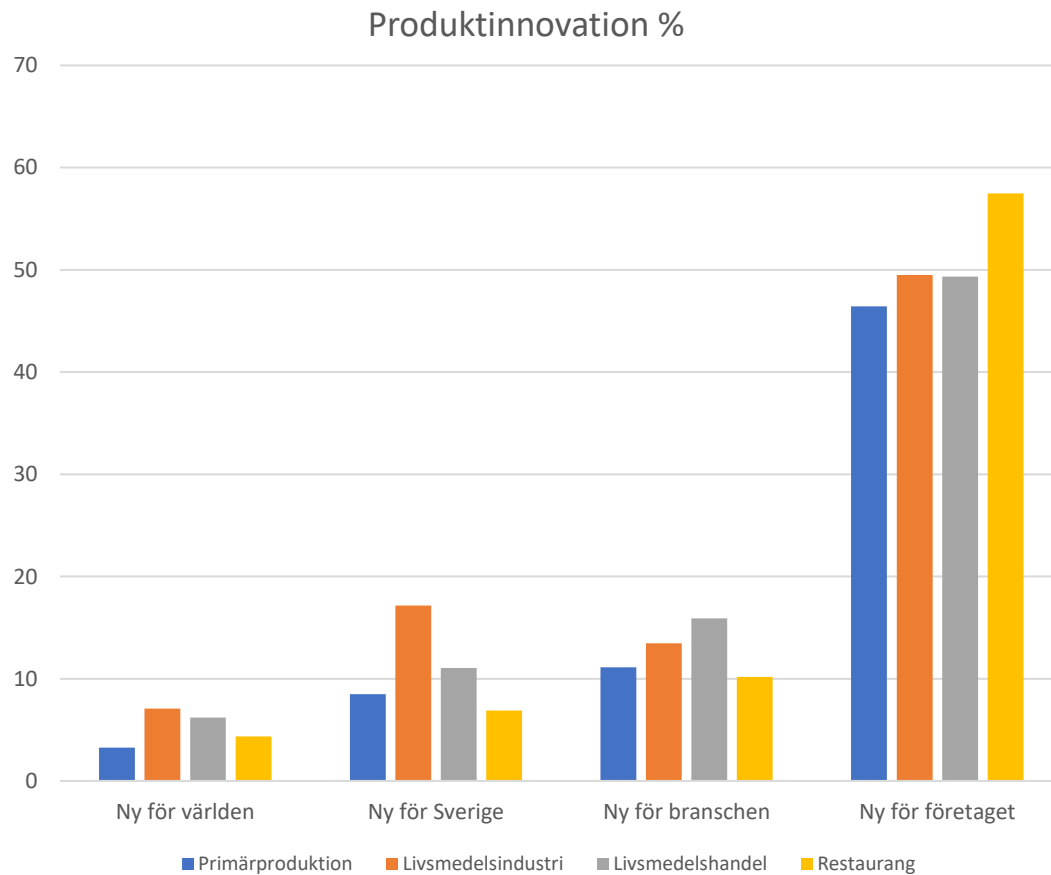
Skåne: 75 %

Kalmar och Kronoberg: 73 %

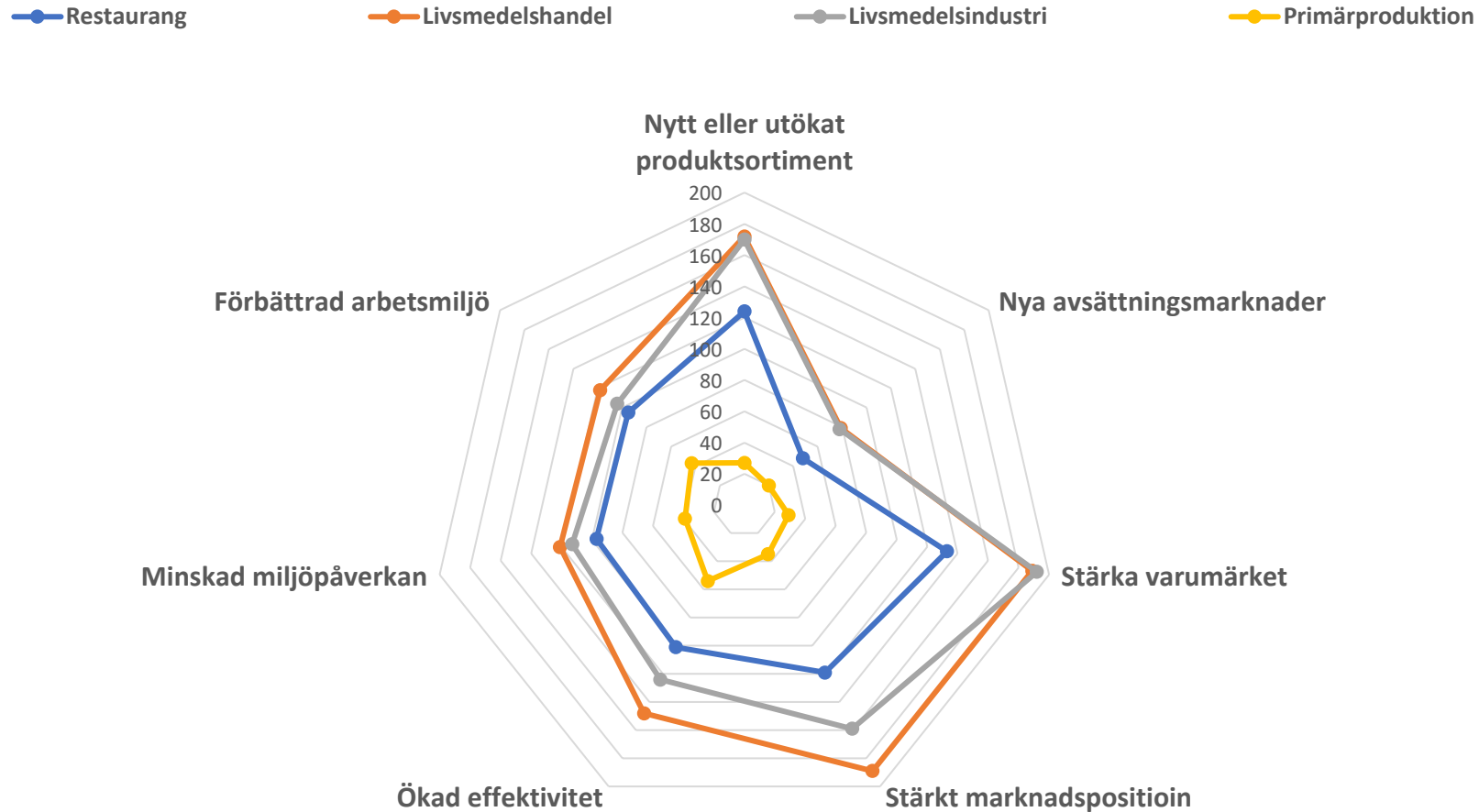
Fyrbodal: 74 %

Flera typer av innovationer → produktinnovation är  
Primärproduktion → produkt och process men färre

# Innovationhöjd: för vem är detta nytt?



# Varför innovation?



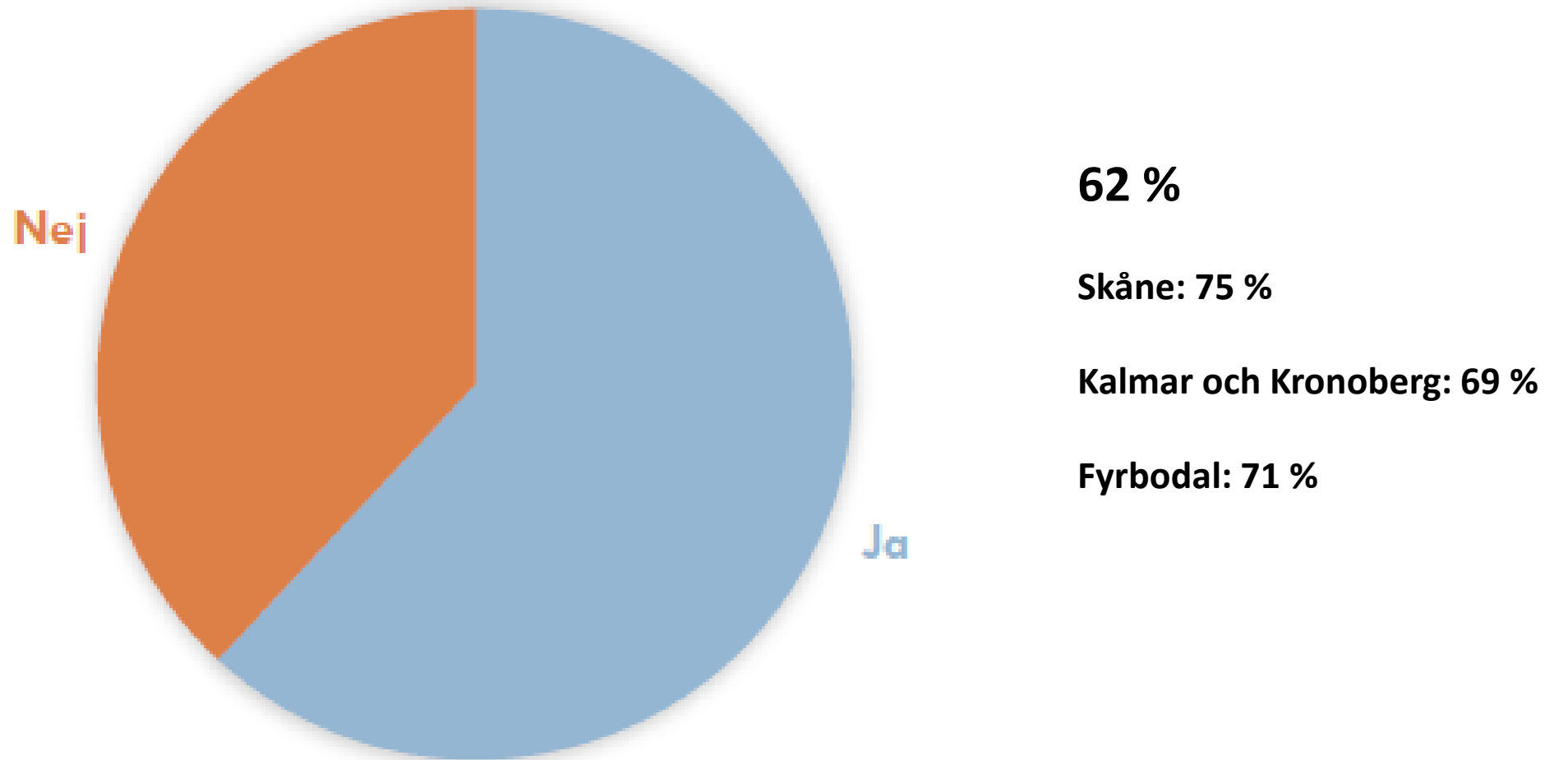
# Effekter av innovation

|                    | Ökad omsättning | Nya marknader |
|--------------------|-----------------|---------------|
| Primärproduktion   | 18,3            | 11,8          |
| Livsmedelsindustri | 44,8            | 31,0          |
| Livsmedelshandel   | 39,1            | 20,8          |
| Restaurang         | 45,8            | 24,0          |

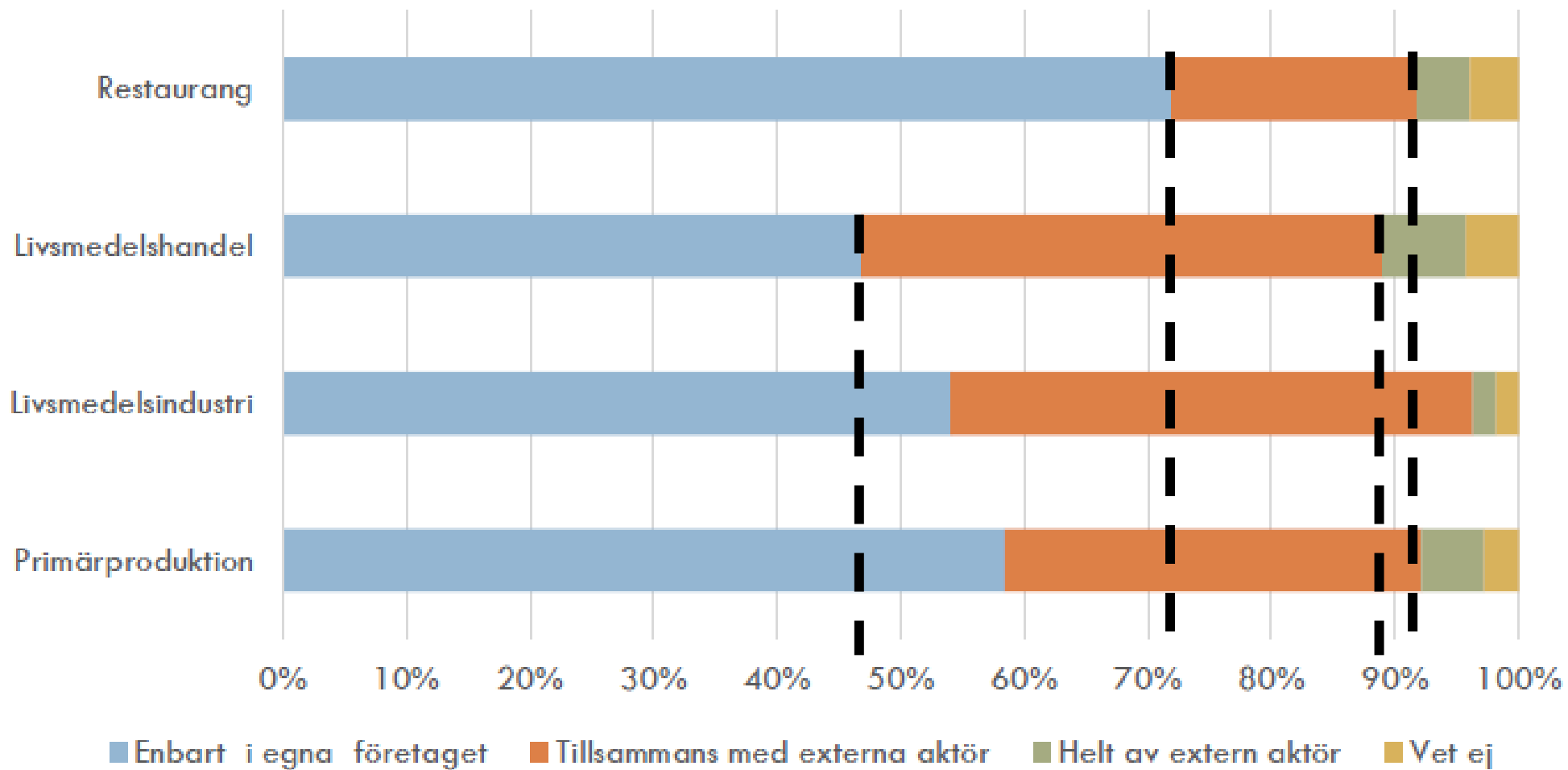
# Samverkan

---

*Andel respondenter som samverkar med externa aktörer för att utveckla företaget*

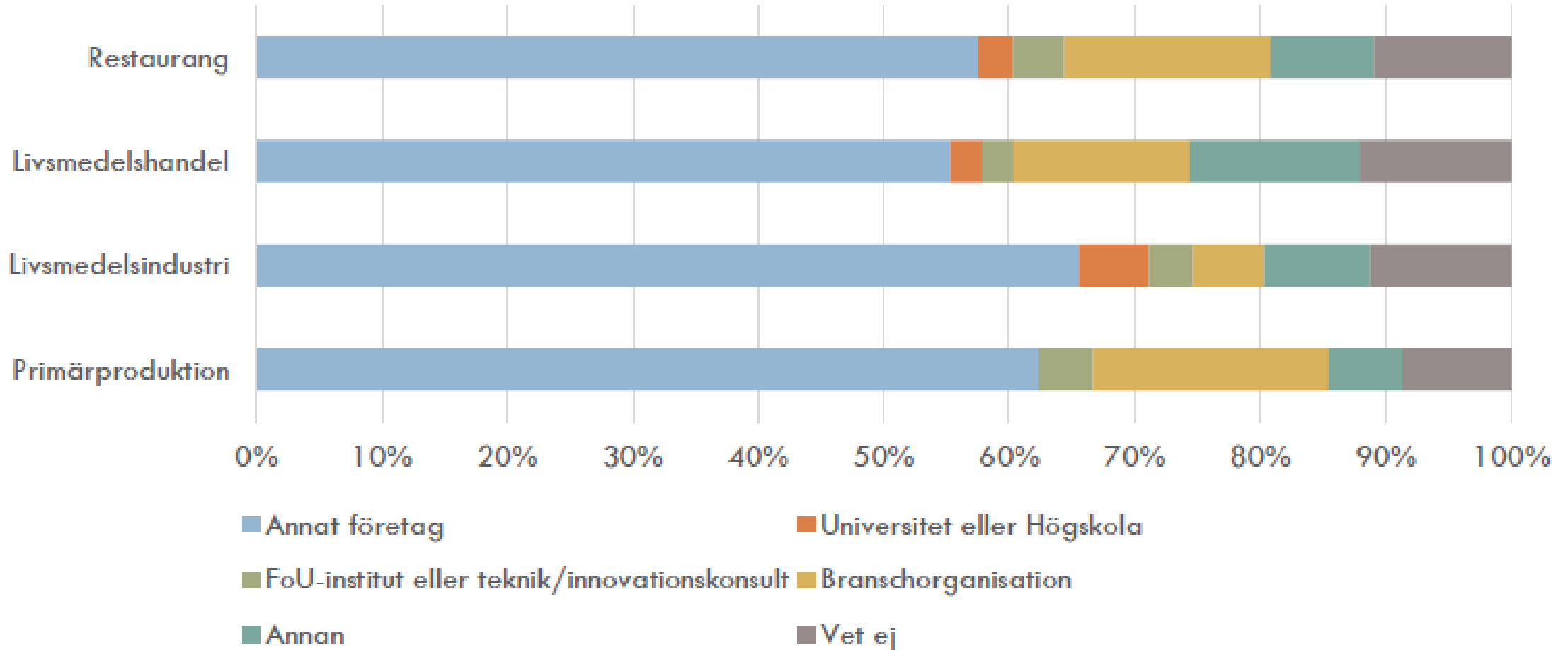


*Utvecklas innovationen/-erna internt eller med hjälp av externa aktörer?*





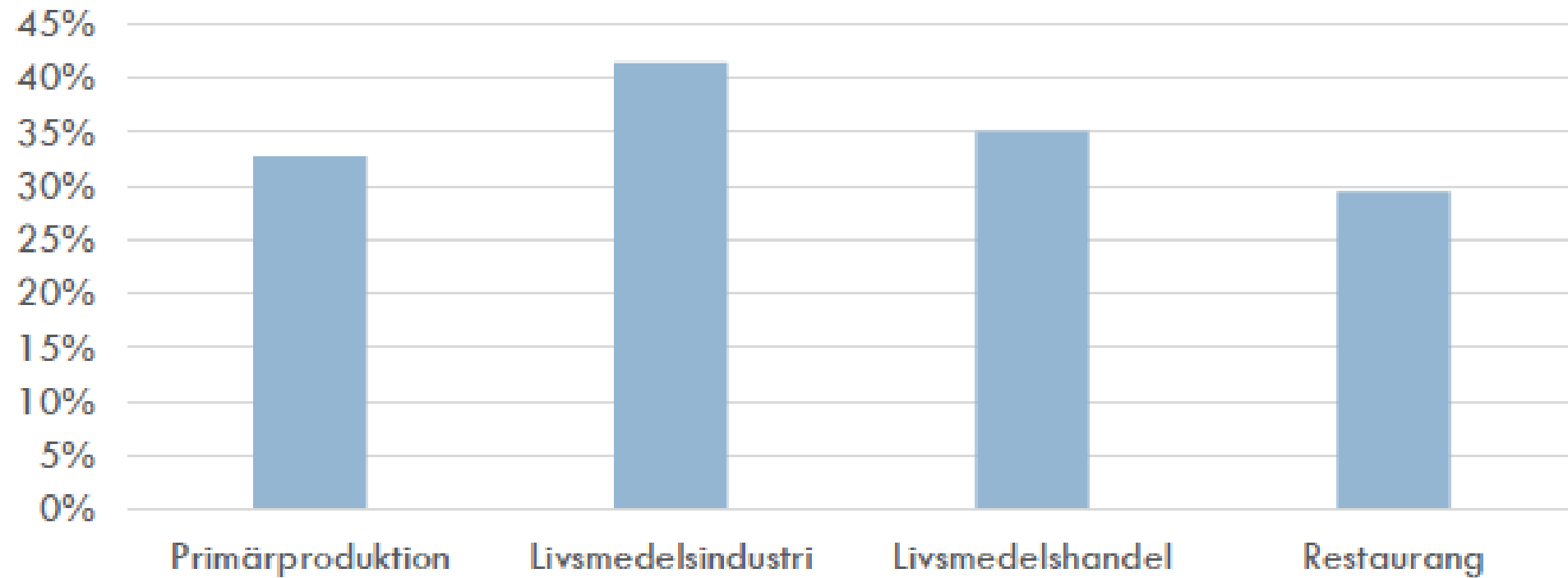
# Vilken samarbetspartner är mest värdefull för företagets innovationsverksamhet?



# Ansträngningar och risker

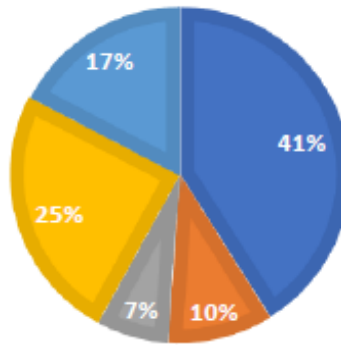
---

*Andel företag som gjort innovationssatsningar som inte nått hela vägen till marknaden*

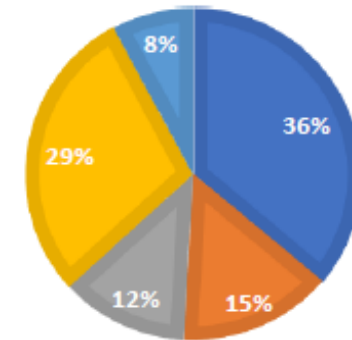


*Vilken är största risken med innovationssatsningar?*

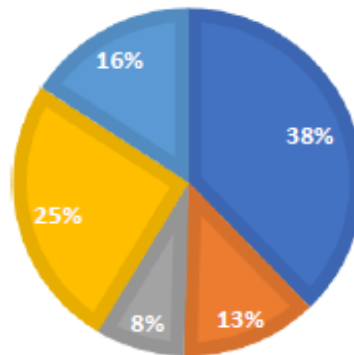
PRIMÄRPRODUKTION



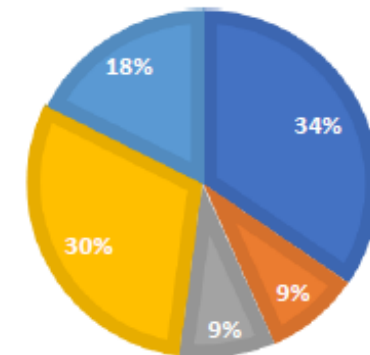
LIVSMEDELSINDUSTRI



LIVSMEDELSHANDEL



RESTAURANG

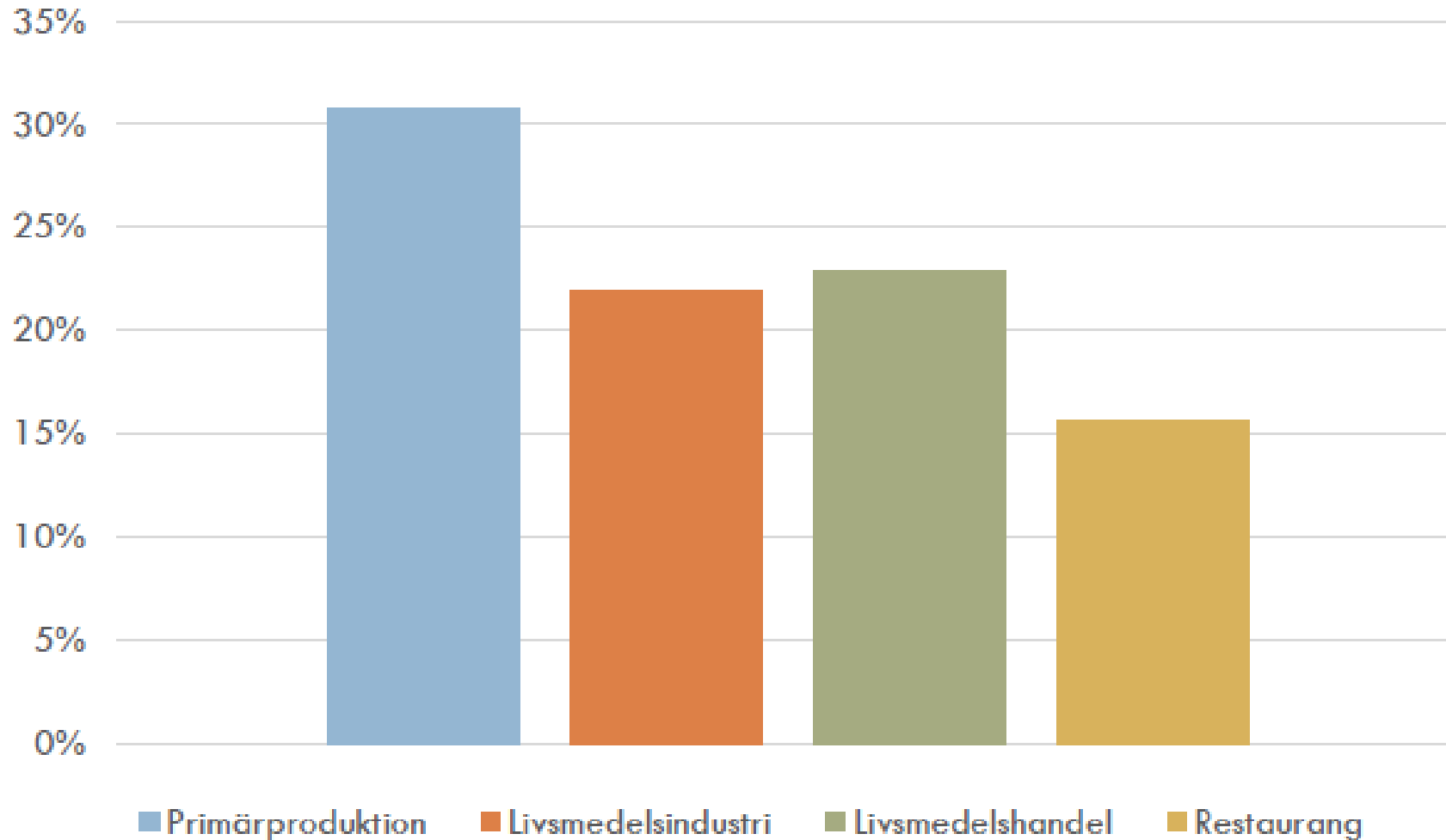


■ Förlora kapital ■ Skifta fokus från på kärnverksamhet ■ Annat ■ Ser inga betydande risker ■ Vet ej

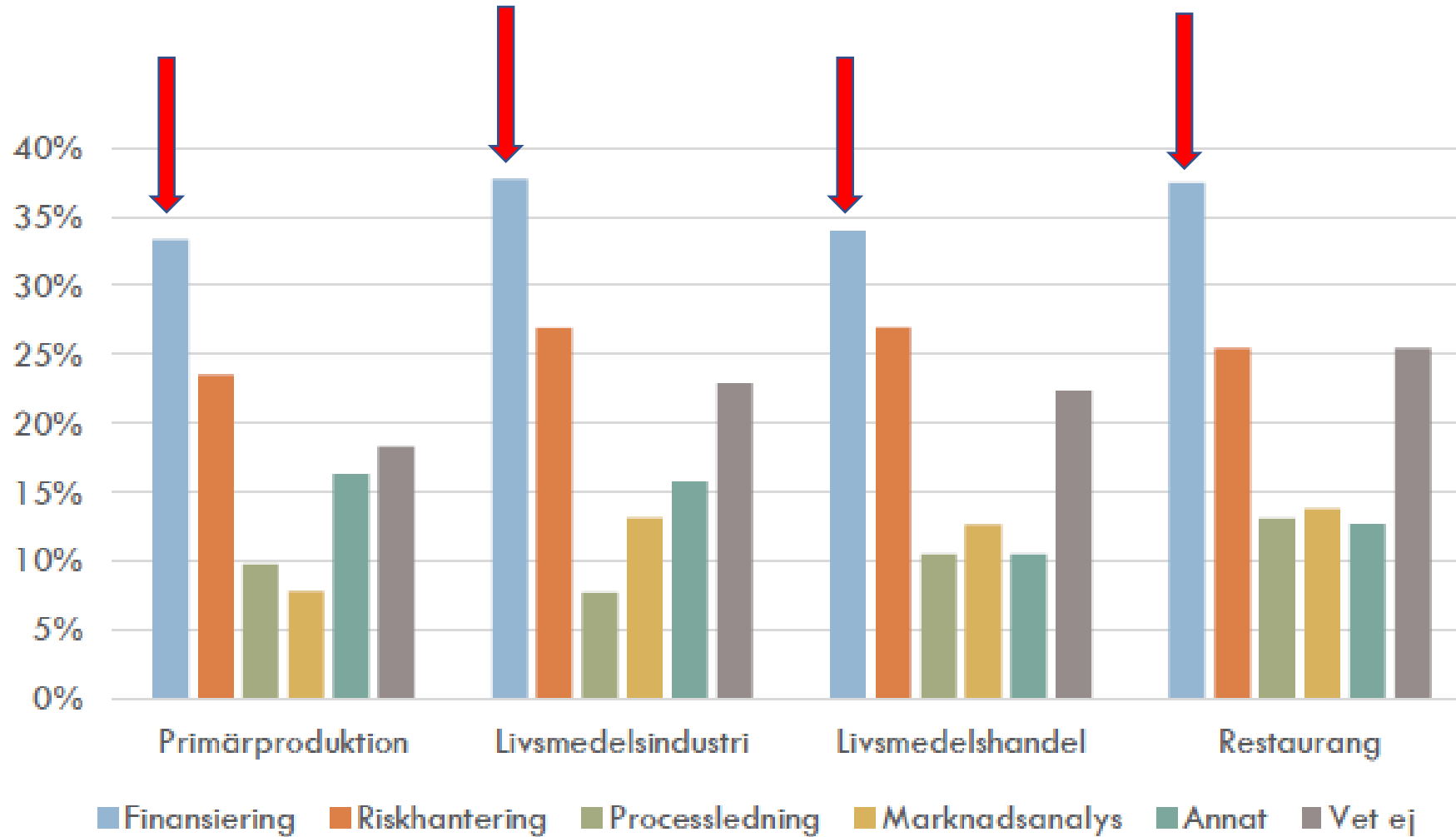
# Stöd till innovation

---

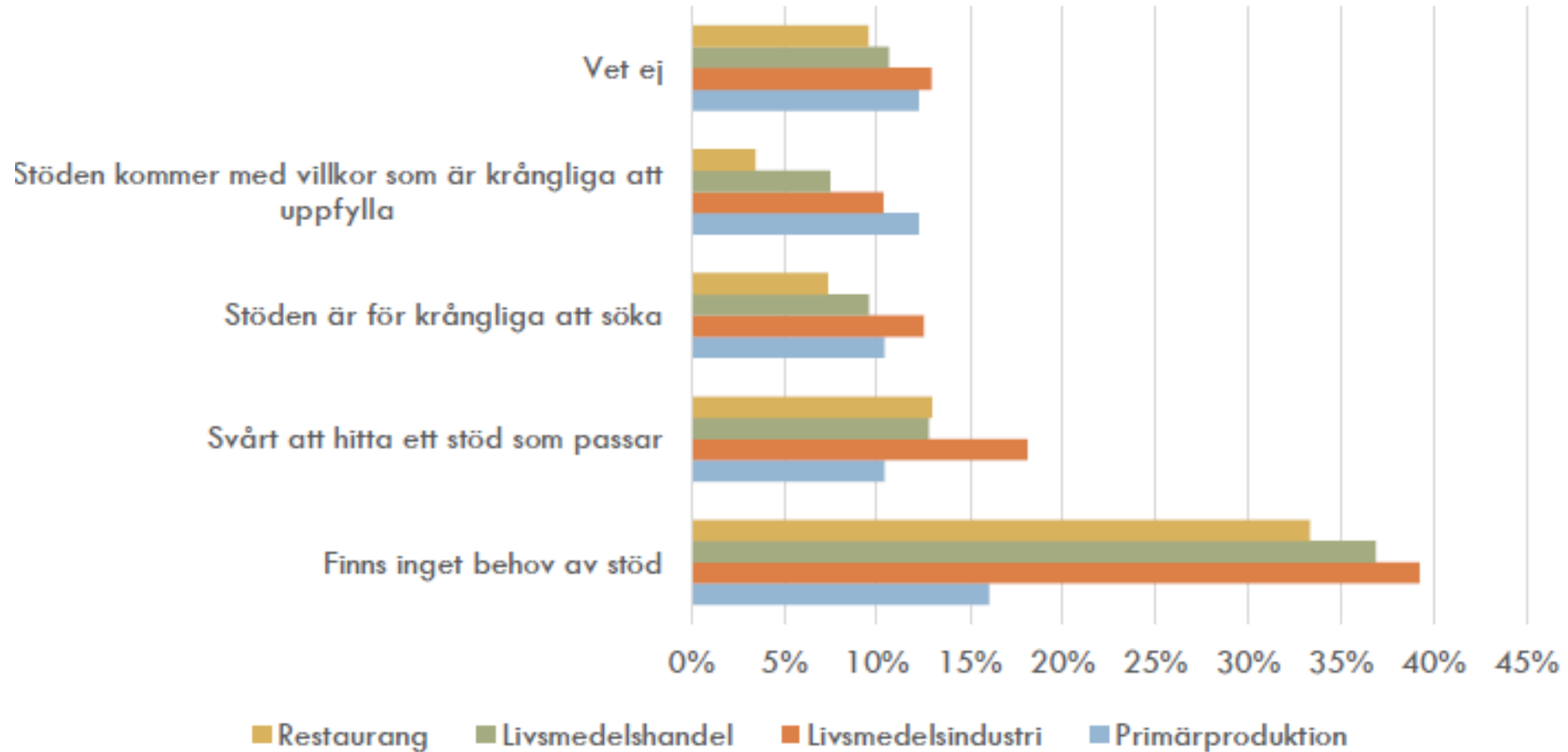
*Andel av innovativa företag som tagit emot offentligt stöd för utveckling av innovation*



*Vad skulle man behöva hjälp med för att underlätta innovationsarbetet?*



## Vilka är skälen till att du inte söker stöd?





# Slutsatser

---

- Mellan 70 och 90 procent av företagen inom livsmedelskedjan har introducerat något nytt eller något väsentligt förbättrat:
  - Högst inom livsmedelsindustrin och lägst inom primärproduktionen.
  - En innovationsgrad som ligger i paritet med övriga näringar inom tillverkning- och tjänsteproduktion.
  - Produktinnovation är vanligast, relativt lite marknadsinnovation längre ner i kedjan
  - Ökar med storlek på företag, lägst innovationsgrad bland mikro i led 1
  - Inkrementella innovationer dominerar
  - 10 % är nya för världen (industri vs primär)

- Samverkan är en del av kunskapsuppbyggnad och kunskapsspridning:
  - 60 % samverkar för utveckling
  - Andra företag
  - Samverkar med akademien men inte den viktigaste
  
- Risk, hinder och stöd
  - Kapital, kapital, kapital...skiljer sig lite mellan leden → risk och stöd
  - 20-30 % tar emot offentligt stöd för innovationssatsningen
    - Något högre än andra näringar
    - Störst i primärledet
  - Skäl att inte söka stöd är främst brist på behov och svårt med träffsäkerheten