



Sveriges officiella
statistik

Innovation i företagssektorn 2022– 2024

Är svenska företag innovativa?



Innovation i företagssektorn 2022–2024 - Är svenska företag innovativa?

Producent:

SCB, Statistiska centralbyrån
Ekonomisk statistik och analys
171 54 Solna
010-479 40 00

Förfrågningar:

August Thimrén
010-479 42 84
August.thimren@scb.se

Samuel Hederén
010-479 41 38
Samuel.hederen@scb.se

Fou-statistik@scb.se

Du får kopiera och på annat sätt mångfaldiga innehållet.

Vi vill dock att du uppger källa på följande sätt:

Källa: SCB, Innovation i företagssektorn 2022–2024 - Är svenska företag innovativa?

URN:NBN:SE:SCB-2026-UF88BR2601_pdf

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

Inledning

Forskning och innovation är viktiga faktorer som bidrar både till ekonomisk tillväxt och samhällsförändringar. Innovationsstatistiken syftar till att skapa förståelse kring företagsinnovation i Sverige och internationellt. I denna rapport redovisas ett urval av resultaten från undersökningen Innovation i företagssektorn 2022–2024. Särskilt fokus läggs på företag med 1–9 anställda, så kallade mikroföretag, som vanligtvis inte ingår i undersökningen. Uppgifter för mikroföretagen finns alltså endast tillgängliga för perioden 2022–2024. Rapporten inkluderar även ett kortare avsnitt där en jämförelse mellan företag som använder artificiell intelligens (AI) för forskning och utveckling (FoU) eller innovationsverksamhet och innovativa företag presenteras. Innovation i företagssektorn är reglerad på EU-nivå och genomförs i samtliga EU/EFTA-länder.

En majoritet av de innovativa företagen utgjordes av mikroföretag

Innovativa företag är de som under den treåriga referensperioden introducerat en ny eller väsentligt förbättrad produkt eller process. Innovationen måste ha tillgängliggjorts på företagets marknad eller implementerats i företaget.

Under referensperioden 2022–2024 uppgick andelen innovativa företag bland mikroföretagen (1–9 anställda) till 32 procent. Bland små företag (10–49 anställda) var 55 procent innovativa, medan andelen innovativa företag bland medelstora företag (50–249 anställda) och stora företag (250 eller fler anställda) var 67 respektive 75 procent. Vi ser alltså en tydlig koppling mellan företagens storleksklass och andelen innovativa företag, där andelen innovativa företag var mer än dubbelt så stor bland medelstora och stora företag som bland mikroföretagen. Vidare ser vi att andelen innovativa företag har ökat i samtliga storleksklasser sedan perioden 2020–2022, där uppgifter för perioden finns tillgängliga. Bland de små och medelstora företagen har andelen innovativa företag ökat med 10 procentenheter vardera, medan andelen innovativa företag bland de stora företagen ökat med 2 procentenheter. Totalt sett var 36 procent av företagen i företagssektorn innovativa under referensperioden. Bland företag med 10 eller fler anställda var 58 procent av företagen innovativa.

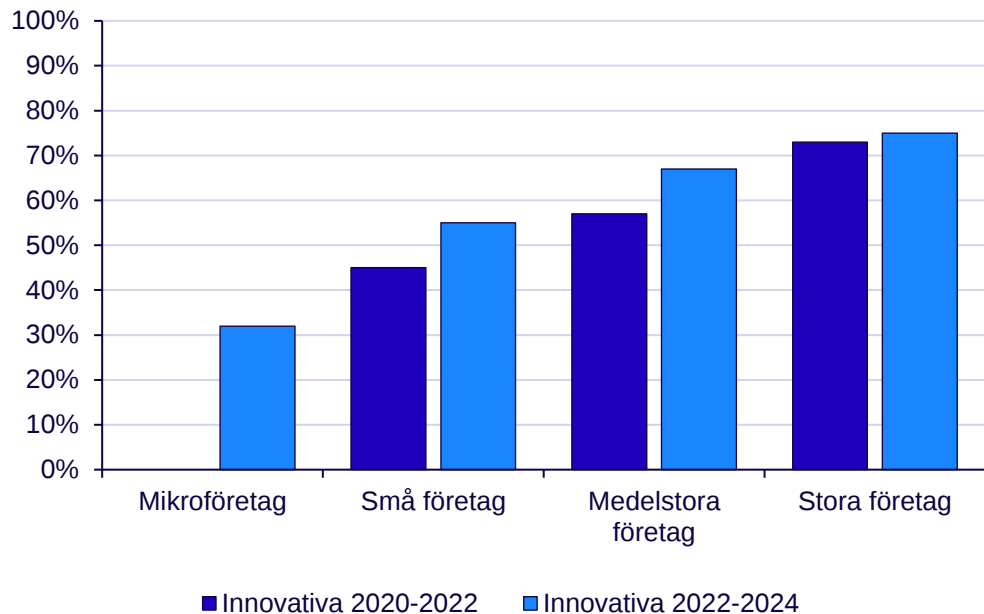
Andelen innovativa företag inom respektive storleksklass kan även till viss del bero på att branschstrukturen ser olika ut i de olika storleksklasserna. Under 2024 tillhörde mellan 28 och 31 procent av mikroföretagen och de små företagen Byggindustrin (SNI 41–43), medan mellan 9 och 15 procent av de medelstora och stora företagen tillhörde branschgruppen. Byggindustrin var en av branschgrupperna med lägst andel innovativa företag, även bland de större storleksklasserna. Att en så stor andel av företagen tillhörde denna branschgrupp, framför allt bland de mindre företagen, får därmed en relativt stor effekt på andelen innovativa företag inom respektive storleksklass. Om Byggindustrin exkluderas skulle andelen innovativa mikroföretag varit 38 procent, små företag 61 procent, medelstora företag 70 procent och stora företag 77 procent.

Det är viktigt att ha i åtanke att det är stora skillnader i antalet företag inom respektive storleksklass. Sett till antalet företag ser vi att det under

referensperioden var ungefär 43 900 innovativa mikroföretag, 10 600 innovativa små företag, 2 600 innovativa medelstora företag och 800 innovativa stora företag. Vi ser alltså att de innovativa mikroföretagen utgjorde ungefär 76 procent av alla innovativa företag.

Andelen innovativa företag växer med företagens storlek

Figur 1: Innovativa företag efter storleksklass, 2020–2022 till 2022–2024, andelar.



Produktinnovation är en ny eller förbättrad vara eller tjänst som väsentligt skiljer sig från företagets tidigare varor eller tjänster och som har introducerats på företagets marknad.

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

Bland de innovativa företagen var det vanligare med processinnovationer än produktinnovationer under referensperioden, oavsett storleksklass. En stor majoritet av de innovativa företagen, mellan 88 och 89 procent beroende på storleksklass, har under referensperioden introducerat en processinnovation. En majoritet av de innovativa företagen i samtliga storleksklasser hade även introducerat en produktinnovation förutom bland mikroföretagen. Strax under hälften av de innovativa mikroföretagen introducerade en produktinnovation under referensperioden. Bland de övriga storleksklasserna varierade denna andel mellan 54 och 72 procent.

Ett annat perspektiv är att titta på hur andelen innovativa företag skiljde sig mellan industri- och tjänstesektorn. Vi ser att det i företagssektorn var en högre andel innovativa företag i tjänstesektorn (41 procent) än i industrisektorn (30 procent). Andelen innovativa företagen var högre i tjänstesektorn än i industrisektorn för samtliga storleksklasser förutom bland de stora företagen. Andelen innovativa företag påverkas mycket av att andelen innovativa företag bland mikroföretagen, som utgjorde en majoritet av antalet företag, var låg under referensperioden. Tittar vi i stället på företag med 10 eller fler anställda ser vi att andelen innovativa företag i industri- och tjänstesektorn var 52 respektive 62 procent.

Högre andel innovativa företag i tjänstesektorn än industrisektorn
Tabell 1: Innovativa företag efter sektor, 2022–2024, andelar.

	Företag med 10 eller fler anställda	Mikroföretag	Samtliga företag
Industrisektorn	52%	25%	30%
Tjänstesektorn	64%	37%	41%
Totalt	58%	32%	36%

Större andel innovationsdriven omsättning bland de mindre företagen

Uppgifter gällande företagens omsättning från produktinnovationer avser referensåret 2024. Uppgifter gällande huruvida företagen introducerat en produktinnovation avser referensåren 2022–2024.

En produktinnovation kan antingen vara ny enbart för företaget, eller vara ny för företaget såväl som dess marknad. Att en produktinnovation är ny för marknaden tyder på att innovationen har ett högre nyhetsvärde och är något unikt som företaget erbjuder.

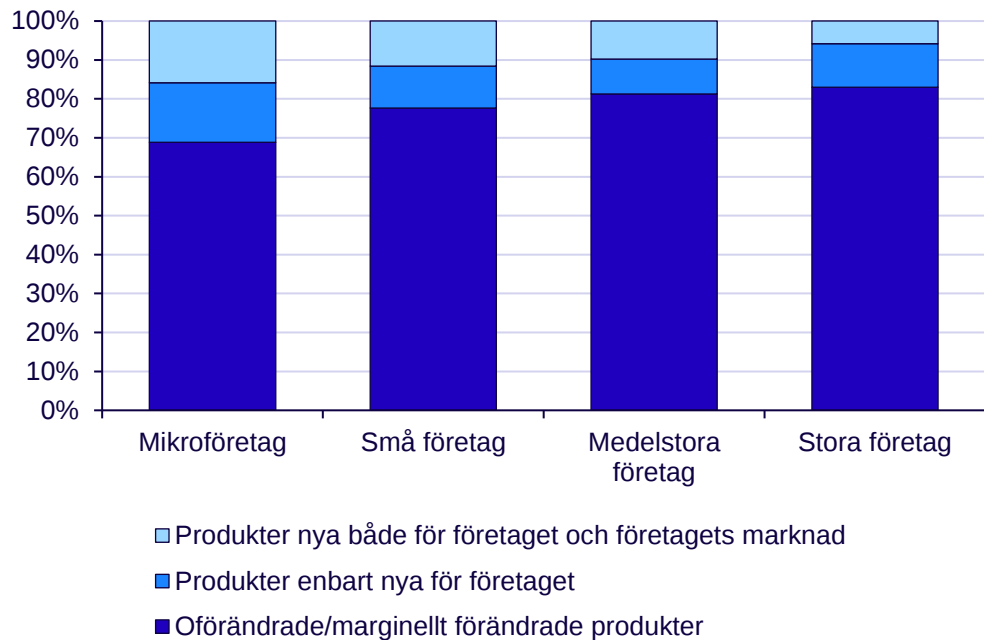
Genom att titta på hur stor andel av de produktinnovativa företagens omsättning som kom från produktinnovationer får vi en indikation på hur viktiga produktinnovationer var för dessa företag.

Bland de produktinnovativa mikroföretagen uppgick andelen av omsättningen från produktinnovationer, under referensåret 2024, som antingen var nya enbart för företaget eller nya både för företaget och dess marknad, till 31 procent. Motsvarande andel bland de små produktinnovativa företagen var 23 procent, för de medelstora produktinnovativa företagen 19 procent, och för de stora produktinnovativa företagen 17 procent. För samtliga storleksklasser, förutom de stora företagen, kom en marginellt större andel av omsättningen från produktinnovationer som var nya för både företaget och dess marknad än från produktinnovationer som var nya enbart för företaget.

Vi ser alltså att det bland de mindre produktinnovativa företagen var en större andel av omsättningen som kom från produktinnovationer, varav en något större andel kom från produktinnovationer med högre nyhetsvärde. Detta skulle således kunna tyda på att produktinnovationer, framför allt de med högre nyhetsvärde, var viktigare bland de mindre företagen.

Produktinnovationer relativt viktigare bland de mindre företagen

Figur 2: Företagens omsättning från produkter, efter storleksklass och produkternas nyhetsvärde, 2022–2024, andelar.



Mikroföretagen upplevde ett lägre behov av innovationsaktiviteter

Innovationsaktiva företag är de som under den treåriga referensperioden bedrivit några innovationsaktiviteter (inklusive FoU) eller introducerat en ny eller väsentligt förbättrad produkt eller process.

Innovationsaktiviteter är alla typer av aktiviteter ett företag bedriver som avser resultera i en innovation.

Det kan finnas flera olika anledningar som ligger till grund för att ett företag inte genomfört någon innovationsaktivitet. Det kan till exempel röra sig om att företaget inte haft tillräckligt med resurser, inte haft anställda med tillräcklig kompetens, eller helt enkelt att företaget inte haft något behov. De icke-innovationsaktiva företagen får ange anledningen till att de inte haft någon innovationsaktivitet under referensperioden, medan de innovationsaktiva företagen får ange anledningen till att de inte haft fler innovationsaktiviteter under referensperioden.

Generellt ser vi att företagen som varit innovationsaktiva under referensperioden i större utsträckning upplevde behov av ytterligare innovationsaktiviteter än vad de icke-innovationsaktiva företagen upplevde behov av någon innovationsaktivitet. Bland de icke-innovationsaktiva företagen var det mellan 74 och 93 procent som uppgav att de inte upplevde något behov av innovationsaktiviteter, beroende på storleksklass. Bland de innovationsaktiva företagen var det mellan 38 och 69 procent som uppgav att de inte upplevde något behov av ytterligare innovationsaktiviteter, beroende på storleksklass.

Vi ser även att det under 2022–2024 var en större andel av de innovationsaktiva företagen med 10 eller fler anställda som uppgav att de inte upplevde något behov av ytterligare innovationsaktiviteter. Under 2022–2024 uppgav 57 procent

av de innovationsaktiva företagen med 10 eller fler anställda att de inte upplevde något behov av ytterligare innovationsaktiviteter, medan samma andel under perioden 2020–2022 var 50 procent. Under samma period har andelen innovationsaktiva företag med 10 eller fler anställda ökat med ungefär 10 procentenheter. En möjlig förklaring skulle således kunna vara att fler företag, i alla till viss del, haft möjlighet att tillgodose sina behov av innovationsaktiviteter.

Större företag upplevde behov av innovationsaktiviteter i större utsträckning än små företag

Tabell 2: Företagens hinder för innovationsaktiviteter, efter typ av hinder, storleksklass och innovationsgrad, 2022–2024, andelar.

	Bristande resurser	Andra anledningar än bristande resurser	Inget behov
Innovationsaktiva			
Mikroföretag	22%	9%	69%
Små företag	26%	15%	59%
Medelstora företag	23%	24%	52%
Stora företag	29%	32%	38%
Icke-innovationsaktiva			
Mikroföretag	3%	4%	93%
Små företag	5%	9%	86%
Medelstora företag	4%	11%	85%
Stora företag	7%	19%	74%

Bland de innovationsaktiva företagen ser vi att bristande resurser utgjorde ett betydande hinder för ytterligare innovationsaktiviteter. I samtliga storleksklasser var det ungefär en fjärdedel av de innovationsaktiva företagen som upplevde detta som ett hinder. Ungefär en fjärdedel av de medelstora och stora innovationsaktiva företagen uppgav även att andra anledningar än bristande resurser utgjort ett hinder för ytterligare innovationsaktiviteter.

Vi ser dessutom en tydlig koppling mellan företagens storlek och deras upplevda behov av innovationsaktiviteter. Både bland de innovationsaktiva och de icke-innovationsaktiva företagen ser vi att andelen som inte upplevt något behov sjunker i takt med att storleksklasserna ökar. Den högsta andelen företag som uppgett att de inte upplevde behov av innovationsaktiviteter var alltså bland mikroföretagen, trots att uppgifter gällande omsättning från produktinnovationer skulle kunna visa på att produktinnovationer var viktigare för mikroföretagen.

Innovationsprofiler

Ett annat sätt att titta på hur innovation i företagssektorn ser ut är att dela in företagssektorn i innovationsprofiler. Utifrån företagens svar i undersökningen Innovation i företagssektorn skapas sju profiler. Profilerna är definierade så att de

är heltäckande och ömsesidigt uteslutande. Detta innebär att alla företag kan placeras in i en grupp, men att inget företag kan hamna i mer än en grupp.

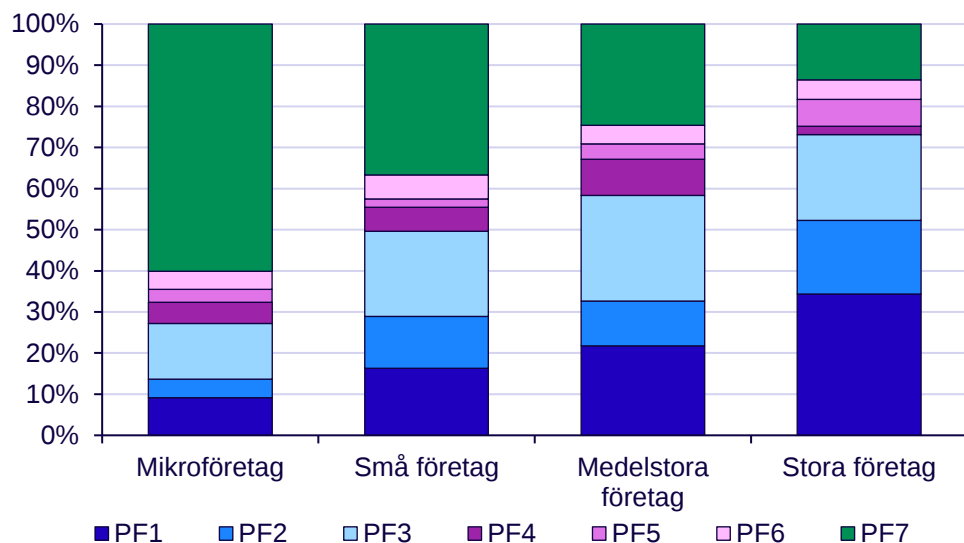
Innovationsprofiler	Beskrivning
Profil 1 (PF1)	Produktinnovativa företag med egen produktutveckling som var ny för marknaden
Profil 2 (PF2)	Produktinnovativa företag med egen produktutveckling som inte var ny för marknaden
Profil 3 (PF3)	Processinnovativa företag med egen processutveckling men utan produktinnovation
Profil 4 (PF4)	Innovativa företag utan egen produkt-/processutveckling
Profil 5 (PF5)	Icke-innovativa företag med innovationsaktiviteter
Profil 6 (PF6)	Icke-innovationsaktiva företag med potential för innovation
Profil 7 (PF7)	Icke-innovationsaktiva företag utan behov av innovation

Profil 1–4 avser de företag som var innovativa. Profil 1–3 var de mest innovativa företagen under referensperioden. Företagen i dessa profiler har under referensperioden introducerat minst en innovation som utvecklats av företagets egen personal. Företagen i profil 1 introducerade minst en produktinnovation som var ny för marknaden, medan företagen i profil 2 introducerade minst en produktinnovation som enbart var ny för företaget. Företagen i profil 3 har i stället introducerat minst en processinnovation. I profil 4 har företagen antingen introducerat minst en produkt- eller processinnovation, men som inte utvecklats av företagets egen personal.

Profil 5–7 avser de företag som inte varit innovativa. Profil 6–7 kan sägas vara de företag som står längst ifrån att vara innovativa under referensperioden. I profil 6 ingår de företag som inte genomfört några innovationsaktiviteter på grund av bristande resurser eller andra anledningar än bristande resurser. I profil 7 ingår de företag som inte genomfört några innovationsaktiviteter och inte haft något behov av någon innovationsaktivitet. I profil 5 ingår de företag som inte introducerat någon innovation, men som varit innovationsaktiva.

Fler företag som står långt ifrån innovationsaktiviteter bland mikroföretagen

Figur 3: Innovationsprofiler i företagssektorn, efter storleksklass, 2022–2024, andelar

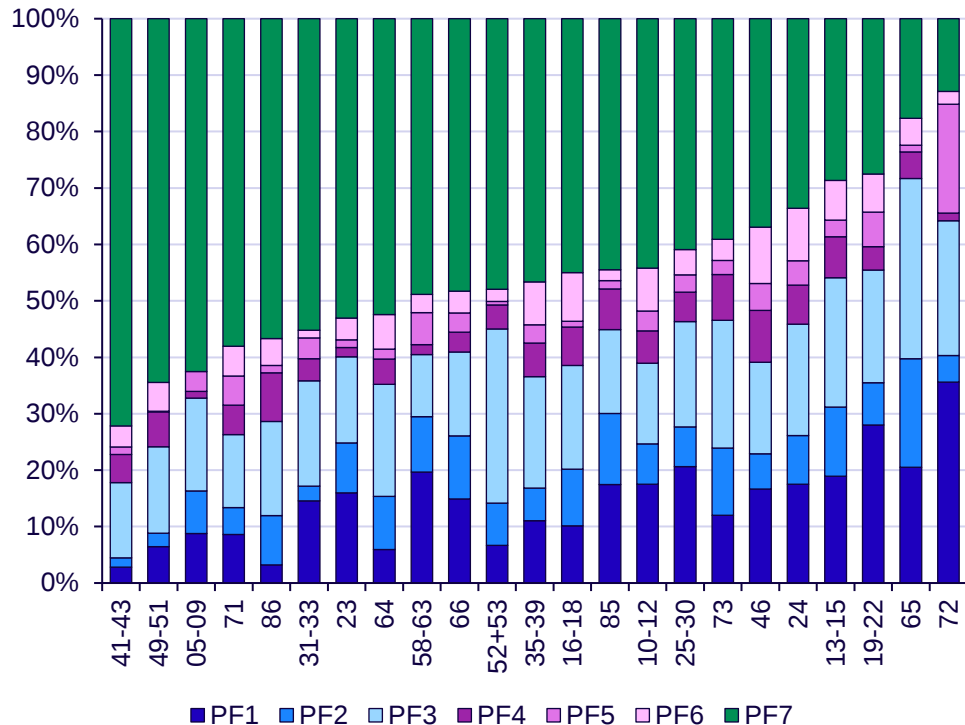


Figur 3 visar fördelningen av de olika innovationsprofilerna inom respektive storleksklass. I figuren kan ett tydligt mönster mellan innovationsprofilerna och företagens storleksklass utläsas. Andelen icke-innovationsaktiva företag utan behov av innovation, vilket utgjorde en majoritet bland mikroföretagen, sjunker i takt med att företagens storlek ökar. Samtidigt ser vi att andelen produktinnovativa företag med egen produktutveckling som var ny för marknaden, vilket utgjorde mindre än 10 procent bland mikroföretagen, stadigt ökar med företagens storlek och utgjorde mer än 30 procent av de stora företagen. Figuren visar alltså en tydlig koppling mellan företagens storlek och hur innovativa företagen är - andelen mer innovativa företag ökar tydligt i de större storleksklasserna.

Ett annat perspektiv är att titta på hur fördelningen av innovationsprofilerna ser ut inom respektive branschgrupp. Över lag var det stora skillnader mellan branschgrupperna. Forsknings- och utvecklingsinstitutioner (SNI 72) var den mest innovativa branschgruppen. Drygt 65 procent av företagen inom denna branschgrupp var innovativa under referensperioden. Inom branschgruppen var det knappt 13 procent av företagen som varken genomfört eller upplevt något behov av någon innovationsaktivitet, medan 36 procent av företagen introducerat minst en produktinnovation som var ny både för företaget och dess marknad. Den minst innovativa branschgruppen var Byggindustri (SNI 41–43), där knappt 23 procent av företagen var innovativa. I branschgruppen var det drygt 72 procent av företagen som varken genomfört eller upplevt något behov av någon innovationsaktivitet, och endast drygt 3 procent av företagen hade introducerat en produktinnovation som var ny för både företaget och dess marknad.

Stor skillnad i fördelningen av innovationsprofiler mellan branschgrupper

Figur 4: Innovationsprofiler i företagssektorn, efter branschgrupp, 2022–2024, andelar.



I många branschgrupper var det få företag som tillhörde profil 5. Skattningarna av andelen företag som tillhörde profil 5 är osäkra och bör tolkas med försiktighet.

Vanligare med innovationer med miljöfördelar inom industrisektorn

De innovativa företagen får ange huruvida åtminstone en av deras innovationer medförde någon miljöfördel. En miljöfördel kan antingen vara till fördel för företaget¹ eller för konsumenten².

Den branschgrupp där högst andel av de innovativa företagen introducerat en innovation med miljöfördel var Stål- och metallverk (SNI 24) med 84 procent, följt av El-, gas- och värmeverk; vatten- och reningsverk, anläggningar för avfallshantering, återvinning och sanering (SNI 35–39) med knappt 80 procent. Stål- och metallverk var alltså den enda branschen där mer än 80 procent av de innovativa företagen introducerat en innovation med miljöfördel. Den

¹ En miljöfördel för företaget innefattar minst en av följande: reducerad material- eller vattenanvändning; reducerad energianvändning eller reducerade koldioxidutsläpp; ersatt delar av material med mindre förorenade/farliga substitut; skydd av den biologiska mångfalden; reducerad mark-, ljus-, ljud-, vatten- eller luftförorening; återvunnet avfall, vatten eller material för eget bruk/försäljning; ersatt andel av fossila bränslen med förnybara energikällor.

² En miljöfördel för konsumenten innefattar minst en av följande: reducerad mark-, ljus-, ljud-, vatten- eller luftförorening; reducerad energianvändning eller reducerade koldioxidutsläpp; skydd av den biologiska mångfalden; förlängt produktens livscykel; underlättat återvinning efter slutanvändning.

Miljöinnovativa företag är de som introducerat minst en innovation med miljöfördelar.

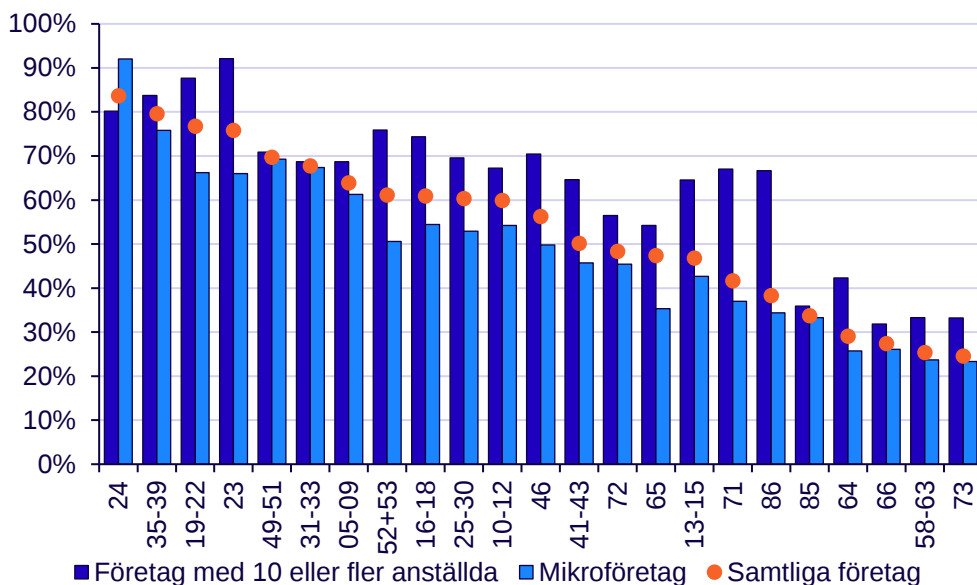
branschgrupp där lägst andel av de innovativa företagen introducerat en innovation med miljöfördel var Reklam- och marknadsföringsbyråer; marknadsundersökningsbyråer o.d. (SNI 73) med knappt 25 procent, följt av Informations- och kommunikationsföretag (SNI 58–63) med drygt 25 procent.

Bland de tio branschgrupper med högst andel miljöinnovativa företag tillhörde åtta industrisektorn, varav sex tillhörde tillverkningsindustrin, och två tillhörde tjänstesektorn. Bland de tio branschgrupper med lägst andel miljöinnovativa företag tillhörde nio tjänstesektorn och en tillhörde tillverkningsindustrin. Industrisektorn har generellt större miljöpåverkan än tjänstesektorn. Att det var en högre andel miljöinnovativa företag i industrisektorn skulle kunna förklaras av att dessa företag, i genomsnitt, hade en större miljöpåverkan och kan ha haft större utrymme för innovationer som minskar deras miljöpåverkan.

Vi ser även att det är en högre andel av de innovativa företagen som introducerat en innovation med miljöfördel bland företagen med 10 eller fler anställda i samtliga branschgrupper, förutom just Stål- och metallverk (SNI 24). I denna branschgrupp var andelen miljöinnovativa företag högre bland mikroföretagen än bland företagen med 10 eller fler anställda. Samtidigt är det viktigt att ha i åtanke att väldigt få företag ingick i denna branschgrupp i förhållande till andra branschgrupper. Knappt 30 miljöinnovativa mikroföretag och knappt 80 miljöinnovativa företag med 10 eller fler anställda ingick i branschgruppen under referensperioden. Små skillnader i absoluta tal kan således få stor effekt i relativa termer, vilket skulle kunna vara en bidragande anledning till att andelen miljöinnovativa företag var högre bland mikroföretagen i denna branschgrupp.

Miljöinnovativa företag vanligare inom tillverkningsindustrin

Figur 5: Företag som introducerat minst en innovation med någon miljöfördel, efter storleksklass och branschgrupp, 2022–2024, andelar.



Det var något vanligare att introducera en innovation med en miljöfördel som var till fördel för företaget än till fördel för konsumenten. 40 procent av de innovativa företagen introducerade minst en innovation med en miljöfördel som var till fördel för företaget, medan 35 procent av de innovativa företagen introducerade minst en innovation med en miljöfördel som var till fördel för konsumenten.

Den mest vanligt förekommande miljöfördelen, i samtliga storleksklasser, var reducerad energianvändning eller reducerade koldioxidutsläpp, antingen till fördel för företaget eller till fördel för konsumenten. Att denna miljöfördel var till fördel för företaget skulle till exempel kunna vara att företaget minskat utsläppen i sin produktion. Att denna miljöfördel var till fördel för konsumenten skulle till exempel kunna vara en bil som fått minskad bränsleförbrukning.

När det kommer till den minst vanligt förekommande miljöfördelen skiljer mikroföretagen sig något från de övriga storleksklasserna. Bland mikroföretagen var den minst vanligt förekommande miljöfördelen för företaget reducerad material- eller vattenanvändning, medan den minst vanligt förekommande miljöfördelen för konsumenten var reducerad mark-, ljus-, ljud-, vatten- eller luftförorening. Bland de övriga storleksklasserna var den minst vanligt förekommande miljöfördelen skydd av den biologiska mångfalden, både till fördel för företaget och till fördel för konsumenten.

Innovationer med miljöfördelar för företaget något vanligare än för konsumenten

Tabell 3: Miljöinnovativa företag, efter storleksklass, 2022–2024, andelar

	Företag med 10 eller fler anställda	Mikroföretag	Samtliga företag
Någon miljöfördel	61%	41%	46%
Miljöfördel: företag	56%	35%	40%
Miljöfördel: konsument	48%	31%	35%

Företagen som introducerat innovationer med miljöfördelar fick även ange betydelsen av olika drivkrafter bakom innovationer med miljöfördelar. Företagen fick uppge om drivkraften varit av låg, medel eller hög betydelse, eller om drivkraften inte var relevant. Den drivkraft som högst andel av företagen som introducerat en innovation med miljöfördel uppgett varit av medel eller hög betydelse var förbättrat rykte om företaget, med 58 procent. En majoritet av företagen som introducerat en innovation med miljöfördel uppgav även att frivilliga åtgärder eller initiativ för god miljöpraxis inom företagets bransch varit av medel eller hög betydelse.

För resterande drivkrafter uppgav färre än hälften av företagen att drivkraften varit av medel eller hög betydelse. Den svagaste drivkraften var statliga bidrag, subventioner eller andra ekonomiska incitament. 77 procent av företagen uppgav att denna drivkraft inte var relevant eller av låg betydelse. Vi ser även att större företag, i genomsnitt, uppgett att drivkrafterna varit av högre betydelse än de mindre företagen. I tabell A-D i bilagan redovisas företagens drivkrafter bakom

innovationer med miljöfördelar efter grad av betydelse för varje storleksklass separat.

Företagets rykte viktig drivkraft bakom innovationer med miljöfördelar

Tabell 4: Företagens drivkrafter bakom innovationer med miljöfördelar, efter grad av betydelse, 2022–2024, andel av företag som introducerat innovationer med miljöfördelar.

Drivkraft	Inte relevant/låg	Medel/hög
Rådande miljöregleringar	54%	46%
Rådande miljöskatter, kostnader eller avgifter	56%	44%
Förväntade miljöregleringar eller skatter i framtiden	54%	46%
Statliga bidrag, subventioner eller andra ekonomiska incitament	77%	23%
Rådande eller förväntad efterfrågan på miljöinnovationer	60%	40%
Förbättrat rykte om företaget	42%	58%
Frivilliga åtgärder eller initiativ för god miljöpraxis inom företags bransch	45%	55%
Höga kostnader för energi, vatten eller material	52%	48%
Behov av att uppfylla krav för upphandling	60%	40%

Mikroföretagen stod för drygt en femtedel av företagssektorns innovationsutgifter

Företagens utgifter för övriga innovationsaktiviteter exklusive FoU, hädanefter innovationsutgifter, uppgick under referensåret 2024 till 72,8 miljarder kronor. Den största andelen av dessa utgifter kom från de stora företagen, med 46 procent, motsvarande ungefär 33,4 miljarder kronor. Mikroföretagen stod för den näst största andelen med 21 procent, motsvarande 15,6 miljarder kronor. De små och medelstora företagen hade de lägsta andelarna av de totala innovationsutgifterna, med 16 respektive 17 procent, motsvarande 11,6 och 12,3 miljarder kronor.

När vi tittar på hur innovationsutgifterna för företag med 10 eller fler anställda var fördelade kan vi se att utgifter för egen personal utgjorde mellan 45 och 54 procent av innovationsutgifterna beroende på storleksklass, utgifter för tjänster och material mellan 17 och 21 procent, och utgifter för kapitalvaror mellan 18 och 32 procent. När vi tittar på hur mikroföretagens innovationsutgifter var fördelade kan vi se att de skiljer sig något från företagen med 10 eller fler anställda. Vi ser att utgifter för egen personal utgjorde en klart lägre andel av mikroföretagens utgifter, med 27 procent. Utgifter för tjänster och material utgjorde även en något större andel av innovationsutgifterna bland mikroföretagen, med 27 procent, än bland de övriga storleksklasserna. Utgifter för kapitalvaror utgjorde den största andelen av mikroföretagens innovationsutgifter, med 31 procent. Mikroföretagen var alltså den enda storleksklassen där utgifter för kapitalvaror utgjorde den största andelen av innovationsutgifterna.

De stora företagen stod för nästan hälften av innovationsutgifterna

Tabell 5: Företagens innovationsavgifter efter typ av utgift och storleksklass, 2024, miljoner kronor

Utgiftsslag	Mikroföretag	Små företag	Medelstora företag	Stora företag	Samtliga företag
Utgifter för egen personal (exkl. FoU)	4 211	6 184	6 614	14 857	31 866
Utgifter för tjänster eller material (exkl. FoU)	4 294	2 373	2 055	6 267	14 989
Utgifter för kapitalvaror (exkl. FoU)	4 919	2 351	2 169	10 730	20 169
Övriga utgifter (exkl. FoU)	2 219*	657	1 423	1 502	5 801
Totala innovationsutgifter (exkl. FoU)	15 643	11 566	12 261	33 355	72 825

*Uppgifterna är osäkra och bör tolkas med försiktighet.

För att få en bättre inblick i hur företagens innovationsutgifter skiljer sig mellan storleksklasserna kan man titta på företagens genomsnittliga innovationsutgifter per anställd, inom respektive storleksklass. Tabell 6 visar företagens genomsnittliga innovationsutgifter per anställd samt genomsnittliga utgifter för egen personal per anställd, efter storleksklass. Av tabellen framgår det att mikroföretagen, i genomsnitt, hade högst innovationsutgifter per anställd, följt av de små företagen, de medelstora företagen och till sist de stora företagen. Vi ser alltså återigen ett mönster kopplat till företagens storlek, där de mindre företagen i genomsnitt har högre innovationsutgifter per anställd. En tänkbar förklaring till detta är att större företag sannolikt har en mer diversifierad verksamhet än mindre företag. När innovationsutgifterna, som kan ha kommit från en liten del av verksamheten i de större företagen, fördelas ut på hela personalstyrkan kan de genomsnittliga utgifterna per anställd således bli låga i förhållande till de mindre företagen. Ö

Mikroföretagen sticker framför allt ut när det gäller de genomsnittliga utgifterna för kapitalvaror per anställd. Mikroföretagens genomsnittliga utgifter för kapitalvaror per anställd var 8 gånger större än de genomsnittliga utgifterna för kapitalvaror per anställd bland de medelstora och stora företagen. Detta skulle kunna tyda på att det finns en inträdesbarriär till innovationsverksamhet med höga fasta kostnader för kapitalvaror. En annan möjlig förklaring skulle kunna vara att det finns fler nya företag bland de mindre storleksklasserna, med höga initiala utgifter för kapitalvaror.

Höga genomsnittliga innovationsutgifter per anställd i de minsta företagen

Tabell 6: Genomsnittliga innovationsutgifter per anställd i företag med innovationsutgifter, 2024, tusentals kronor.

	Mikroföretag	Små företag	Medelstora företag	Stora företag
Totala innovationsutgifter (exkl. FoU)	350	101	83	48
Utgifter för kapitalvaror (exkl. FoU)	110	21	15	15

AI allt vanligare för FoU och innovationsverksamhet

Det blir allt vanligare att företag använder AI för FoU eller innovationsverksamhet. Sedan 2021 har SCB genomfört fyra mätningar av användningen av AI i företag via undersökningen It-användning i företag. I undersökningen får företagen bland annat svara på om det har använt någon av åtta olika AI-teknologier³. Sedan 2023 har företagen även fått svara på huruvida de använt AI-baserad mjukvara eller system för FoU eller innovationsverksamhet. Även om det är relativt få företag som uppgett att de använder AI till detta syfte ser vi en tydlig uppgång sedan 2023. Totalt uppgav 8 procent⁴ av företagen att de använt AI för FoU eller innovationsverksamhet under 2025, en uppgång från 2 procent år 2023.

Fler företag använder AI för FoU eller innovationsverksamhet

Tabell 7: Företagens användning av AI-baserad mjukvara eller system för FoU eller innovationsverksamhet, efter storleksklass, 2023–2025, andelar

AI-syfte: FoU eller innovationsverksamhet	2023	2024	2025
Företag med 10 eller fler anställda	2%	4%	8%
Små företag	2%	4%	6%
Medelstora företag	3%	5%	12%
Stora företag	10%	14%	22%

AI-användande företag är de som uppgett att de använt minst en AI-teknologi under referensperioden.

För att få en indikation på vilken typ av företag som använder AI för FoU eller innovationsverksamhet jämför vi andelen innovativa företag med andelen AI-användande företag som använder AI för FoU eller innovationsverksamhet, inom respektive branschgrupp. Figur 6 visar andelen innovativa företag under referensperioden 2022–2024 och andelen AI-användande företag som använde AI för FoU eller innovationsverksamhet för referensåret 2024, efter branschgrupp. Generellt ser vi att branschgrupperna med en högre andel innovativa företag också är de branschgrupper som har en högre andel AI-användande företag som använt AI för FoU eller innovationsverksamhet. Vi ser till exempel att de åtta branschgrupperna med de högsta andelarna AI-användande företag som använt AI för FoU eller innovationsverksamhet också är bland de 10 branschgrupperna med högst andel innovativa företag.

Även om branschgrupperna med höga andelar innovativa företag också var de branschgrupper med höga andelar AI-användande företag som använde AI för FoU eller innovationsverksamhet, så finns det en del undantag. Vi ser till exempel att Tillverkning av elapparatur (SNI 27) hade en hög andel innovativa företag, men

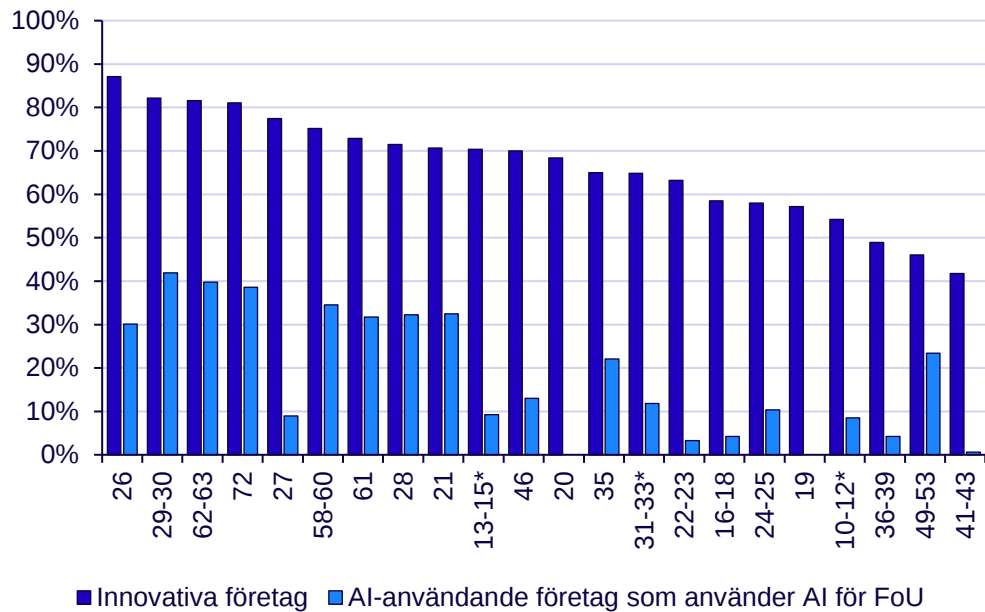
³ De åtta AI-teknologierna är: 1 – text mining, 2 – taligenkänning, 3 – natural language generation, talsyntes, 4 – generering av bilder, video eller ljud, 5 – bildigenkänning, bildbehandling, 6- maskininlärning, 7 – AI-baserad programautomatisering av robotprocesser, 8 – autonoma robotar, självkörande fordon, autonoma drönare.

⁴ Undersökningen It-användning i företag för referensåret 2025 skiljer sig något från referensåret 2024. Skillnaden i upplägget av enkäten uppskattas leda till att andelen företag som använt AI för FoU eller innovationsverksamhet blivit 0,3 procentenheter högre än om samma upplägg som användes för referensåret 2024 hade använts. Om undersökningen hade haft samma upplägg som referensåret 2024 hade andelen i stället avrundats till 7 procent.

en låg andel företag som använde AI för FoU eller innovationsverksamhet. Vi ser även att branschgruppen Transport och magasinering (SNI 49–53) hade en relativt låg andel innovativa företag, men en relativt hög andel AI-användande företag som använt AI för FoU eller innovationsverksamhet.

De mest innovativa branscherna använder också AI för FoU eller innovationsverksamhet i större utsträckning

Figur 6: Innovativa företag under 2022–2024 och företag som använde AI för FoU eller innovationsverksamhet under 2024, efter branschgrupp⁵, andelar.



*Uppgifterna avseende AI-användande företag som använder AI för FoU är osäkra och bör tolkas med försiktighet.

⁵ Redovisningsgrupperna i It-användning i företag skiljer sig något från redovisningsgrupperna i Innovation i företagssektorn. Redovisningsgrupperna som redovisas i tabellen är för de branschgrupper som överlappar mellan undersökningarna.

Kort om statistiken

Objekt

Företagsenhet är det statistiska objekt som undersöks och som redovisas i rapporten. Ofta är företagsenheten densamma som den juridiska enheten men i många fall förekommer det att flera juridiska enheter har en så integrerad verksamhet att de av SCB bedöms vara en företagsenhet. I dessa fall väljs en eller två juridiska enheter ut för att representera företagsenheten. I rapporten syftar man till företagsenheten när det står företag.

Urval och svarande

Två separata urval genomfördes för Innovation i företagssektorn 2022–2024. Ett för företag med 1–9 anställda och ett för företag med 10 eller fler anställda. För urvalet med 10 eller fler anställda totalundersöktes företag i bransch 72 (vetenskaplig forskning och utveckling), företag med 200 eller fler anställda samt industriforskningsinstitut. Den totala urvalsstorleken i CIS2024 var 9 681 företag och svarsfrekvensen var 75 procent.

Redovisningsgrupper

Resultaten från undersökningen Innovation i företagssektorn redovisas i rapporten enligt redovisningsgrupperna i tabell 8 och 9 nedan.

Tabell 8: Redovisningsgrupp, näringsgrensindelning (SNI2007)

	Aktivitetsart	Benämning	Huvudgrupp
B	Gruvor och mineralutvinningsindustri		05–09
C	Tillverkning	Livsmedels-, dryckesvaru- och tobaksindustri	10–12
		Textil-, beklädnads-, läder-, och lädervaruindustri	13–15
		Trävarutillverkning samt massa-, pappers- och pappersvarutillverkning	16–18
		Tillverkning av petroleum, kemiska produkter samt gummi- och plastvaror	19–22
		Industri för andra icke-metalliska mineraliska produkter	23
		Stål- och metallverk	24
		Industri för metallvaror utom maskiner och apparater; industri för datorer, elektronikvaror, optik, elapparatur och andra maskiner och apparater; transportmedelsindustri	25–30

		Tillverkning av stål och metall samt metallvaror utom maskiner och apparater	31–33
C	Tillverkning	Tillverkning av datorer, elektronikvaror och optik	26
		Tillverkning av elapparatur	27
		Tillverkning av övriga maskiner	28
		Tillverkning av transportmedel	29–30
		Övrig tillverkningsindustri, reparationsverkstäder och installationsföretag	31–33
D	Försörjning av el, gas, värme och kyla		35
E	Vattenförsörjning; avloppsrening, avfallshantering och sanering		36–39
F	Byggindustri		41–43
G	Handel; reparation av motorfordon och motorcyklar	Parti- och provisionshandel utom med motorfordon	46
H	Transport och magasinering	Land-, sjö- och lufttransport	49–51
		magasinering och stödtjänster till transport samt post- och kurirverksamhet	52–53
J	Informations- och kommunikationsverksamhet		58–63
K	Finans- och försäkringsverksamhet	Finansiella tjänster utom försäkring och pensionsfondsverksamhet	64
		Försäkring, återförsäkring och pensionsfondsverksamhet utom obligatorisk socialförsäkring	65
		Stödtjänster till finansiella tjänster och försäkring	66
M	Verksamhet inom juridik, ekonomi, vetenskap och teknik	Arkitekt- och teknisk konsultverksamhet; teknisk provning och analys	71
		Vetenskaplig forskning och utveckling	72
		Reklam och marknadsundersökning	73
P	Utbildning		85
Q	Hälsa- och sjukvård	Vård och omsorg; sociala tjänster	86

Tabell 9: Redovisningsgrupp, storlek på företag

Storleksklasser	Antal anställda
Samtliga företag	1+
Mikroföretag	1–9
Företag med 10 eller fler anställda	10+
Små företag	10–49
Medelstora företag	50–249
Stora företag	250+

Definitioner och förklaringar

Innovationsaktiva företag är de som under den treåriga referensperioden bedrivit några innovationsaktiviteter (inklusive FoU) eller introducerat en ny eller väsentligt förbättrad produkt eller process.

Innovationsaktiviteter är alla typer av aktiviteter ett företag bedriver som avser resultera i en innovation.

Innovativa företag är de som under den treåriga referensperioden introducerat en ny eller väsentligt förbättrad produkt eller process. Innovationen måste ha tillgängliggjorts på företagets marknad eller implementerats i företaget

Produktinnovation är en ny eller förbättrad vara eller tjänst som väsentligt skiljer sig från företagets tidigare varor eller tjänster och som har introducerats på företagets marknad.

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

En innovation med miljöfördelar är en ny eller väsentligt förbättrad produkt eller process som genererat positiva eller mindre negativa miljöeffekter, jämfört med företagets tidigare produkter eller processer. Produkten eller processen ska även ha tillgängliggjorts potentiella användare eller tagits i bruk.

AI-användning är de företag som använt minst en AI-teknologi under referensperioden i undersökningen. AI-användning i företag.

Forskning och utveckling (FoU) består av kreativt och systematiskt arbete med syfte att öka kunskapsmängden samt att hitta nya tillämpningar av befintlig kunskap inom vetenskapens alla fält. För att en aktivitet ska räknas som FoU ska den karaktäriseras av:

- Nyskapande: FoU-verksamheten har som syfte att skapa ny kunskap samt att hitta nya tillämpningar av befintlig kunskap.

- Kreativitet: FoU-verksamheten baseras på originella koncept och hypoteser.
- Ovisshet: FoU-verksamhetens utfall går inte att med säkerhet veta på förhand. Ovissheten gäller även åtgången av ekonomiska och personella resurser.
- Systematik: FoU-verksamheten utförs systematiskt samt är planerad och budgeterad.
- Överförbarhet och/eller reproducerbarhet: FoU-verksamheten avser leda till resultat som potentiellt kan överföras och/eller reproduceras.

Internationella jämförelser

Innovation i företagssektorn är reglerad på EU-nivå och genomförs i samtliga EU/EFTA-länder. Resultaten från undersökningen ligger till grund för [European Innovation Scoreboard](#). För ytterligare internationella jämförelser se Eurostats [databas](#) och [hemsida](#).

Bilaga

Tabell A: Mikroföretagens drivkrafter bakom innovationer med miljöfördelar, efter grad av betydelse, 2022–2024, andelar.

Drivkraft	Inte relevant/låg	Medel/hög
Rådande miljöregleringar	59%	41%
Rådande miljöskatter, kostnader eller avgifter	56%	44%
Förväntade miljöregleringar eller skatter i framtiden	54%	46%
Statliga bidrag, subventioner eller andra ekonomiska incitament	76%	24%
Rådande eller förväntad efterfrågan på miljöinnovationer	65%	35%
Förbättrat rykte om företaget	48%	52%
Frivilliga åtgärder eller initiativ för god miljöpraxis inom företagens bransch	47%	53%
Höga kostnader för energi, vatten eller material	51%	49%
Behov av att uppfylla krav för upphandling	66%	34%

Tabell B: De små företagens drivkrafter bakom innovationer med miljöfördelar, efter grad av betydelse, 2022–2024, andelar.

Drivkraft	Inte relevant/låg	Medel/hög
Rådande miljöregleringar	47%	53%
Rådande miljöskatter, kostnader eller avgifter	57%	43%
Förväntade miljöregleringar eller skatter i framtiden	56%	44%
Statliga bidrag, subventioner eller andra ekonomiska incitament	81%	19%
Rådande eller förväntad efterfrågan på miljöinnovationer	55%	45%
Förbättrat rykte om företaget	34%	66%
Frivilliga åtgärder eller initiativ för god miljöpraxis inom företagens bransch	43%	57%
Höga kostnader för energi, vatten eller material	55%	45%
Behov av att uppfylla krav för upphandling	49%	51%

Tabell C: De medelstora företagens drivkrafter bakom innovationer med miljöfördelar, efter grad av betydelse, 2022–2024, andelar.

Drivkraft	Inte relevant/låg	Medel/hög
Rådande miljöregleringar	42%	58%
Rådande miljöskatter, kostnader eller avgifter	59%	41%
Förväntade miljöregleringar eller skatter i framtiden	49%	51%
Statliga bidrag, subventioner eller andra ekonomiska incitament	79%	21%
Rådande eller förväntad efterfrågan på miljöinnovationer	43%	57%
Förbättrat rykte om företaget	24%	76%
Frivilliga åtgärder eller initiativ för god miljöpraxis inom företagets bransch	35%	65%
Höga kostnader för energi, vatten eller material	54%	46%
Behov av att uppfylla krav för upphandling	51%	49%

Tabell D: De stora företagens drivkrafter bakom innovationer med miljöfördelar, efter grad av betydelse, 2022–2024, andelar.

Drivkraft	Inte relevant/låg	Medel/hög
Rådande miljöregleringar	29%	71%
Rådande miljöskatter, kostnader eller avgifter	47%	53%
Förväntade miljöregleringar eller skatter i framtiden	33%	67%
Statliga bidrag, subventioner eller andra ekonomiska incitament	72%	28%
Rådande eller förväntad efterfrågan på miljöinnovationer	31%	69%
Förbättrat rykte om företaget	15%	85%
Frivilliga åtgärder eller initiativ för god miljöpraxis inom företagets bransch	25%	75%
Höga kostnader för energi, vatten eller material	41%	59%
Behov av att uppfylla krav för upphandling	38%	62%