



Svenska folkets kunskap och attityd kring innovation

Sammanställning mars 2010

INNOVATION
FÖR TILLVÄXT

Begränsad kunskap om innovation hos allmänheten – men visshet om att det är viktigt

Med innovation menar IVA och projektet *Innovation för tillväxt* att kunskap omsätts till nya värden. Det handlar om att utveckla produkter, tjänster och organisationer i såväl privat som offentlig verksamhet. Det kan gälla allt från industrirobotar, betalningssystem och energi-effektivisering till ledarskap, affärsmodeller och hälsovård.

Som framgår av diagrammet ovan kunde emellertid en betydande andel (över en tredjedel, eller 35 procent) av de svarande inte ange något begrepp överhuvudtaget som de tänkte på när de hörde ordet innovation. I de fall respondenterna har kunnat associera innovation till något särskilt, har det i de flesta fall handlat om forskning/uppfinning/idéer/nyskapande, följt av nytänkande/förnyelse/förändring/utveckling. Tendensen att förknippa ordet med exempelvis "uppfinningar" visar att begreppet kanske snarare upplevs som synonymt med produktinnovationer, än process-, organisations-, affärsmodell- eller input-/resursinnovationer.

Signifikant fler kvinnor (45 procent, det vill säga nästan hälften) än män (26 procent) associerade inte innovation till något.

Värt att nämna är att endast ett fåtal procent av de svarande bland opinionsbildare, offentliga verksamheter samt större företag var tveksamma till vad innovation betyder. Det verkar därför som att begreppet behöver lanseras och förankras tydligare framför allt hos den stora allmänheten.

Hos opinionsbildare, offentlig verksamhet och på företagen var det ännu fler som hade förknippat innovation med nytänkande/förnyelse (särskilt på större företag, där fler hade förknippat ordet med nytänkande/förnyelse än med forskning/uppfinning). Här har alltså innovations-

Sammanfattning

Projektet Innovation för tillväxt, som drivs av Kungl. Ingenjörsvetenskapsakademien (IVA) gav i januari 2010 Sifo i uppdrag att genomföra en mätning av yrkesarbetandes syn på innovation.

Undersökningen har genomförts från Sifos telefoncentral i Ronneby. Drygt 1 100 personer i förvärvslivet har varit med i undersökningen. Dessutom har ytterligare grupper deltagit: 200 ledningspersoner i små och stora företag, 100 ledningspersoner i offentlig sektor, samt 100 "opinionsbildare", det vill säga politiker samt personer inom media, branschorganisationer, fackförbund etc.

Sammanfattningsvis är attityden till innovation mycket positiv (86 procent). Detsamma gällde entreprenörskap (79 procent ansåg att attityden till entreprenörskap var mycket positiv i Sverige). Däremot är kunskapen om innovation bristfällig, och respondenterna ser endast begränsad koppling mellan innovation och fler jobb. Detta trots att innovation i flera studier beräknats utgöra upp till 80 procent av tillväxten i ett samhälle. Särskilt kvinnor kunde inte associera innovation som begrepp till något särskilt.

De svarande har också fått uppge vad de ser som hinder för att få svenska företag att växa, och hur sådana hinder ska kunna övervinnas. Nästan två tredjedelar (62 procent) svarade att framför allt krångliga regler och lagar utgjorde hinder för företagen. Andra vanliga svar var brist på kapital och svårigheter att rekrytera personal. För att övervinna hindren har de svarande föreslagit bland annat enklare regelverk (cirka 20 procent) och sänkt arbetsgivaravgift. Även svarande inom offentlig sektor har fört fram enklare regelverk som en viktig åtgärd för att möjliggöra företagets tillväxt. Det tyder på att det finns en samsyn om detta inte bara inom företagsvärlden, utan på flera håll i samhället.

Även ifråga om hur innovativa idéer togs emot hamnade den offentliga sektorn i blåsväder. På frågan om man tyckte innovativa idéer togs emot väl, ansåg svarande på företag att människor som kom med idéer inom offentlig sektor inte togs emot särskilt väl (hälften – 50 procent – av de företagsanställda tyckte det). Samtidigt tyckte de offentliganställda själva att innovativa idéer inom deras sektor visst välkomnades. Det finns alltså antingen brister i hur innovativa idéer tas emot och förvaltas inom offentlig sektor, eller brister i hur den offentliga sektorn lyckas kommunicera att de välkomnar sådana idéer.

Vad gäller positiva exempel på innovationer och innovationsklimat, lyftes Ikea särskilt upp som innovativt företag. Skatteverket som förhållandevis innovativ myndighet, USA som ett land med särskilt gynnsamt innovationsklimat och Skypes upphovsman Niklas Zennström som en betydande entreprenör på senare tid.

Regionalt fanns en stor övertygelse om att innovation var viktigt för Sverige och för enskilda företag, men vissa regionala skillnader fanns särskilt ifråga om hur ofta de anställda kom med innovativa idéer till ledningen. Här låg Småland, inklusive Öland och Gotland, i topp, och norra Sverige hamnade betydligt längre ned.

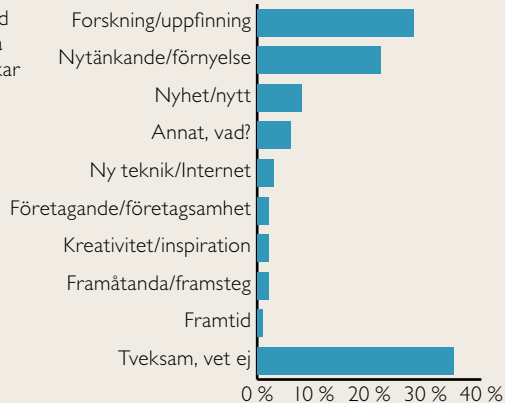
begreppet haft en vidare innebörd än hos allmänheten.

En överväldigande majoritet av de svarande i samtliga grupper ansåg att attityden till innovation är mycket eller ganska positiv i Sverige (86 procent). Bland dem inom näringslivet som svarat att de anser

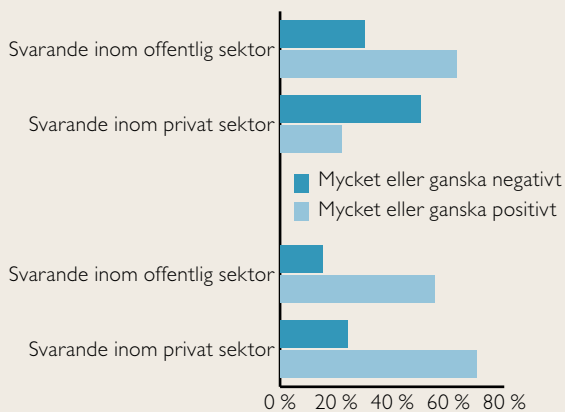
attityden till innovation vara negativ i Sverige, är det en relativt stor andel som har svarat att det beror på att det inte är tillåtet att tjäna pengar som entreprenör här i landet (en fjärdedel, 25 procent, tyckte det).

En tydlig majoritet ansåg dessutom att det är mycket eller ganska viktigt att

Figur 1: "När du hör ordet innovation, vad tänker du då på främst?" var en av frågorna som ställdes. Och innovation som ord verkar kunna associeras till en mängd företeelser – men framför allt till forskning och uppfinningar...



Figur 2: Anledningar till varför innovation skulle vara viktigt – en fråga framför allt om tillväxt, visar det sig. Att innovation skulle skapa jobb är det dock få som anser. Kanske finns en farhåga för att jobben skulle effektiviseras bort i ett mer innovativt samhälle, snarare än att fler jobb skulle skapas?..



Figur 3: Hur de svarande inom respektive offentlig och privat sektor tycker att människor som kommer med idéer och innovationer inom offentlig verksamhet behandlas.

Figur 4: Hur de svarande inom respektive offentlig och privat sektor tycker att människor som kommer med idéer och innovationer på företag behandlas.

företag och offentlig verksamhet ständigt arbetar med att ta fram nya och förbättrade produkter, produktionsmetoder och tjänster.

Anmärkningsvärt enligt figur 2 är att endast var åttonde person (13 procent) ansåg att innovation var viktigt för att det skapade mer jobb. Många människor tänker kanske att innovation/produktivitetsutveckling leder till att de blir av med jobben, istället för att se att en omvandling är naturlig och leder till andra – och bättre, mer kvalificerade jobb?

Inte heller övriga svar visade någon tydlig övertygelse om varför innovation är viktigt i samhället. Endast något mer än en fjärdedel ansåg innovation vara viktigt för att skapa tillväxt i samhället, och en knapp fjärdedel för att innovationer förbättrar konkurrenskraften. Detta trots att en del undersökningar visat att innovation står för upp till cirka 80 procent

av tillväxten i en ekonomi. (Källa: *Innovationer, entreprenörskap och tillväxt – en kortfattad översikt av kunskapsläget*, av Göran Arvidsson, Joakim Appelquist, Martin Flack och Kalle Westberg.)

Motsvarande tendenser upprepade sig med endast några procentenheters skillnad även i grupperna opinionsbildare, offentlig verksamhet samt företag. Opinionsbildare var den grupp av svarande som trots allt var mest övertygad om att innovation var viktigt för att det förbättrar konkurrenskraften (mer än en tredjedel av opinionsbildarna, 35 procent, hade svarat så).

Offentliga sektorn inte så bra på innovation som den påstår

Undersökningen ställde också frågan om det händer att den tillfrågade och dennes arbetskamrater kommer med idéer på nya och förbättrade produkter, produk-

tionsmetoder och tjänster. Där svarade en ganska hög andel (59 procent, eller nästan sex av tio) bland allmänheten att de gjorde det mycket eller ganska ofta. Bland 30–49 åringarna var det signifikant fler som svarade det än i övriga åldersgrupper. Signifikant fler män (20 procent) än kvinnor (12 procent) svarar dessutom att de mycket ofta lämnar in olika idéer.

Hela fyra av fem svarande bland allmänheten angav dessutom att idéer om nya och förbättrade produkter, produktionsmetoder och tjänster togs emot mycket eller ganska positivt på arbetsplatsen. Nästan lika stor andel av de svarande angav att ledningen på arbetsplatsen var mycket eller ganska positiv till innovativa idéer till förbättringar.

När man ser till andra gruppers uppfattning om hur innovativa idéer tas emot, skiljer sig svaren rejält. Nästan två tredjedelar av de svarande inom offentlig sektor anser att människor som kommer med idéer och innovationer inom offentlig verksamhet behandlas ganska eller mycket positivt, och hela 92 procent av de svarande inom offentlig sektor ansåg att innovativa idéer togs emot väl på just deras arbetsplats. Men hälften av de svarande inom privat sektor ansåg att människor som kom med idéer och innovationer inom offentlig verksamhet togs emot ganska eller mycket negativt (se figur 3).

Med andra ord anser svarande inom offentlig sektor att den egna sektorn är bra på innovation, medan svarande i privat sektor inte tycker att den offentliga sektorn är det.

Offentligt anställda hade inte motsvarande negativa inställning till hur idéer och innovationer bemöts inom privat sektor (se figur 4). Detta pekar på att det finns en övergripande uppfattning om att den privata sektorn är bättre på att ta emot innovativa idéer.

Om man går över till varför ledningen inte tar emot innovativa idéer till förbättring positivt (i de fall de svarande angett att ledningen tog emot dessa mycket eller ganska negativt), angav en femtedel av dem som svarat så att det berodde på att ledningen var emot förändringar eller att det handlade om gamla vanor (se figur 5). Andra anledningar till ledningens negativa mottagande angavs vara ekonomin/kostnadsfråga respektive toppstyrning/centralstyrning.

Attityden till entreprenörer positiv – men förbättringspotential finns

Frågan lyftes sedan från arbetsplatsnivå till samhället i stort. Det vill säga, hur uppfattade de svarande att inställningen till entreprenörer är i Sverige? Här ansåg samtliga grupper av svarande till en tydligt övervägande del att attityden till

entreprenörer var mycket eller ganska positiv. Offentliganställda var den grupp som ansåg att attityden till entreprenörer var allra mest positiv. En stor del av dem som ansåg att attityden var negativ angav som skäl att det inte var tillåtet att tjäna pengar i Sverige.

Bland allmänheten var det 13 procent av dem som hade svarat att attityden till entreprenörer var negativ i Sverige som ansåg att det berodde på att det inte var tillåtet att tjäna pengar som entreprenör (se figur 6). En annan stor del sade att det berodde på att människor var emot nymodigheter här. Hos opinionsbildare var det 20 procent av dem som hade ansett att attityden till entreprenörer var negativ i Sverige som angett som skäl att det inte var tillåtet att tjäna pengar. Bland offentliganställda var denna siffra 23 procent, och bland svarande på företag hela 25 procent.

Vad hindrar svenska företag från att växa – och vilka tillväxtstödande åtgärder kan vidtas?

Ifråga om vilka hinder som ändå finns för att svenska företag ska kunna växa, listar respondenterna framför allt följande alternativ (se figur 7):

- Krångliga regler och lagar (62 procent),
- Brist på kapital (49 procent), och
- Dyrt att rekrytera kompetent personal (41 procent).

Nästan två tredjedelar av de svarande hade alltså angett ”krångliga lagar och regler” som skäl för att svenska företag hindras att växa. Återigen verkar det med andra ord finnas utrymme för självransakan inom den offentliga sektorn, i den mån den ska sätta upp och upprätthålla regler för näringslivet.

För att lösa problemen och få företagen att växa, föreslår de svarande framför allt enklare regelverk (se figur 10). Detta är det vanligaste svaret även för underkategorierna för svarande inom offentlig och privat sektor samt opinionsbildare – det vill säga, även svarande inom offentlig sektor har framhållit att enklare regelverk kan behövas.

Svarande inom offentlig sektor har också framhållit mer riskkapital/enklare belåning som viktigt för att förbättra möjligheterna för svenska företag att växa. Opinionsbildare har anfört att man bör stimulera nytänkande/kreativitet/forskning som den andra viktigaste åtgärden för att stimulera tillväxt (efter enklare regelverk). Och svarande inom företagssektorn har anfört såväl mer riskkapital/enklare belåning och stimulans av nytänkande/kreativitet/forskning som sänkt arbetsgivaravgift/skatt som viktiga åtgärder.

Ikea, Skatteverket, USA och Niklas Zennström innovativa

Urvalsgrupperna från företag, från offentlig verksamhet och bland opinionsbildare fick också svara på frågor om mest innovativa företag respektive myndighet, vilket land som lyckats bäst att skapa ett gott innovationsklimat samt om de kunde nämna någon ny entreprenör som kommit fram särskilt under senare år. Här ansåg många att Ikea kunde pekas ut som särskilt innovativt. Svarande från företag ansåg dock att Ericsson/Sony Ericsson var det mest innovativa företaget (16 procent), men det följdes tätt av Ikea (15 procent). Svarande inom offentlig sektor hade till 19 procent svarat Ikea, och till 17 procent Ericsson/Sony Ericsson. Hos opinionsbildare var Ikea det klart vanligaste svarsalternativet bland enskilda alternativ.

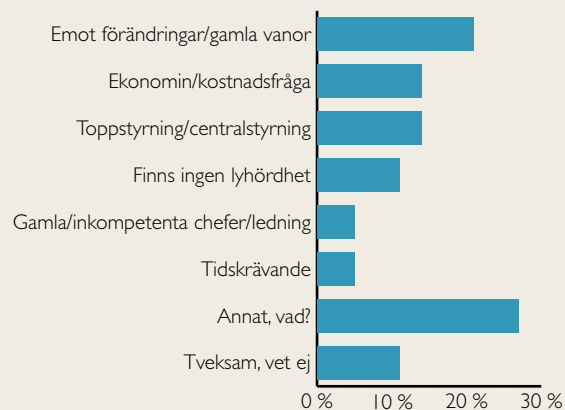
Ifråga om offentlig verksamhet svarade nästan en tredjedel av de offentliganställda

att själva att Skatteverket kunde anses vara särskilt innovativt. Hos företagen var det en mycket stor andel av de tillfrågade som inte valde att svara på denna fråga (vilket ytterligare kan ses som ett bevis för att offentlig verksamhet av företagen inte anses vara särskilt innovativ), men bland de trots allt angivna alternativen dominerade även här Skatteverket. Även opinionsbildare hade tillräckligt stor del avstått från att svara på denna fråga, men bland de svarande var Skatteverket det vanligaste alternativet.

USA dominerade fullständigt som svar på frågan om något land kunde anses ha lyckats särskilt väl med sitt innovationsklimat. Detta var tydligt såväl hos offentliganställda som privatanställda och opinionsbildare.

Vad gäller entreprenörer som kommit fram under senare år, var det mest anmärkningsvärda hur få tillfrågade som

Figur 5: Varför tas inte idéerna emot bra? I första hand en fråga om ovilja till förändringar...



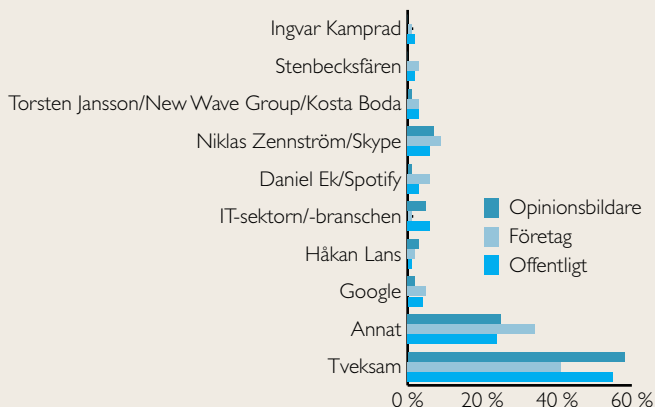
Figur 6: Varför negativ attityd till entreprenörer? Även här kanske en fråga om ovilja att ta emot nymodigheter, men också att det inte skulle vara tillåtet att tjäna pengar som entreprenör.



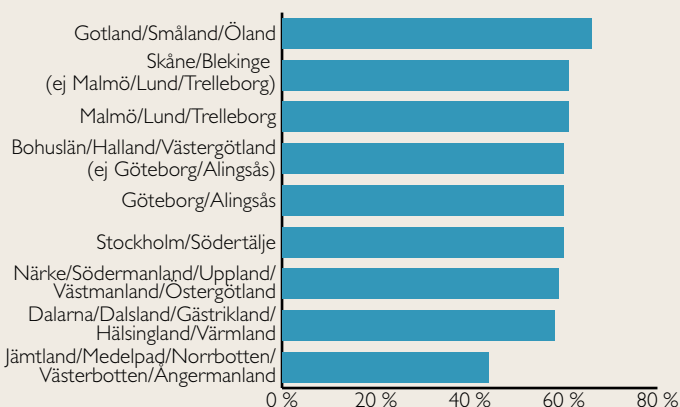
Figur 7: Detta tycker svenska folket är de största hindren för företagens tillväxt.



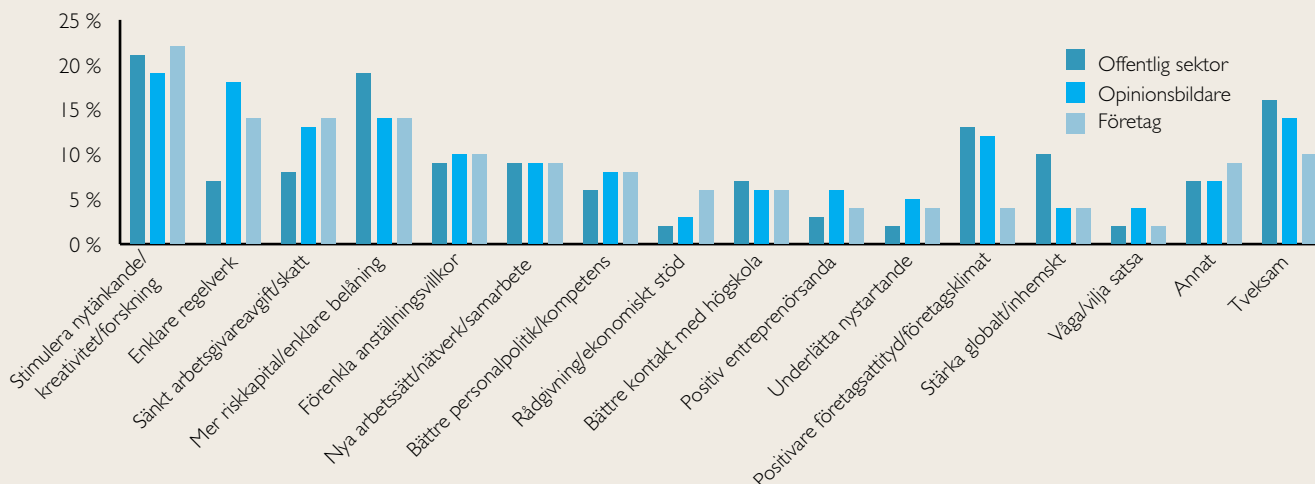
Figur 8: Lyckade exempel på nya entreprenörer som kommit fram under senare år. (Frågan löd: "Om du skulle nämna några nya entreprenörer som kommit fram under senare år - vilka skulle det då vara?")



Figur 9: Hur ofta den svarande och hennes/hans arbetskamrater kommer med olika idéer på nya och förbättrade produkter, produktionsmetoder och tjänster. Andel i respektive region som svarat mycket eller ganska ofta.



Figur 10: Förslag på åtgärder för att få svenska företag att växa. (Frågan löd: "Vad tror du att man främst skulle göra för att få svenska företag att växa?")



kunde ange någon överhuvudtaget. Det verkar med andra ord saknas tydliga förebilder på innovatörs- och entreprenörsområdet. Bland dem som trots allt hade svarat på frågan dominerade Niklas Zennström, Skypes grundare, hos samtliga grupper av svarande (se figur 8). Opinionsbildarna hade samtidigt i ganska stor utsträckning nämnt Daniel Ek, mannen bakom Spotify, som ett gott exempel.

Regionala skillnader kring innovation – smålänningarna idésprutor, Norrland på efterkälken

När man undersöker inställningen till innovation på regional nivå, finner man en stor samsyn om att attityden till innovation är mycket eller ganska positiv i Sverige. Detsamma gäller vikten av att

företag och offentlig verksamhet ständigt arbetar med att ta fram nya och förbättrade produkter, produktionsmetoder och tjänster – där tyckte en överväldigande majoritet i samtliga län att detta var mycket eller ganska viktigt.

När det emellertid gäller hur ofta den anställde eller dennes arbetskamrater kommer med olika idéer på nya och förbättrade produkter, produktionsmetoder och tjänster, skiljer sig resultaten åt till viss del. De som ansåg sig vara de flitigaste idélämnarna var de svarande i Småland, inklusive Öland och Gotland. Här hade två tredjedelar av de svarande angett att de mycket eller ganska ofta lämnade idéer. De svarande i Småland, på Öland och på Gotland var dessutom mest positiva ifråga om hur ledningen tog emot idéerna.

Merparten av de övriga länen kom ett fåtal (< 8) procentenheter efter Småland/Öland/Gotland ifråga om hur ofta de anställda ansåg sig komma med nya idéer. Betydligt längre ned hamnade emellertid norra Sverige (i vilket räknades in Norrbotten, Västerbotten, Jämtland, Ångermanland och Medelpad). Där angav endast 44 procent att de mycket eller ganska ofta kom med idéer. Och ifråga om hur ledningen tog emot idéerna, var det de svarande i Västsverige som i minst utsträckning tyckte att ledningen var positivt inställd, även om fortfarande mer än två tredjedelar hade svarat att ledningen var mycket eller ganska positiv.

JOAKIM RÅDSTRÖM, IVA

PROJEKTET INNOVATION FÖR TILLVÄXT

Vilka är Sveriges styrkor? Hur får vi fler innovationer? Vad krävs för att få små- och medelstora företag att växa? Hur omsätter man forskningsresultat till produkter?

Detta är exempel på frågor för projektet *Innovation för tillväxt*. Projektet kommer att utifrån befintliga analyser se över vilka konkreta åtgärder som behöver vidtas för att skapa ett mer gynnsamt innovationsklimat i Sverige och som får fler företag att växa. Fokus ligger på dialog och aktiviteter. Läs mer på www.iva.se/innovation



KUNGL. INGENJÖRSVETENSKAPSÅKADEMIEN

i samarbete med

