



NIBIO

NORSK INSTITUTT FOR
BIOØKONOMI

NIBIO RAPPORT | NIBIO REPORT

VOL.: 2, NR.: 69, 2016

Matindustriens konjunkturundersøkelse 2016



ANNE STRØM PRESTVIK, STINE EVENSEN SØRBYE

Divisjon Matproduksjon og samfunn

TITTEL/TITLE

MATINDUSTRIENS KONJUNKTURUNDERSØKELSE 2016

FORFATTER(E)/AUTHOR(S)

ANNE STRØM PRESTVIK OG STINE EVENSEN SØRBYE

DATO/DATE:	RAPPORT NR./ REPORT NO.:	TILGJENGELIGHET/AVAILABILITY:	PROSJEKT NR./PROJECT NO.:	SAKSNR./ARCHIVE NO.:
10.05.2016	2/69/16	Åpen	10247	2016/546
ISBN-NR./ISBN-NO:	ISBN DIGITAL VERSJON/ ISBN DIGITAL VERSION:	ISSN-NR./ISSN-NO:	ANTALL SIDER/ NO. OF PAGES:	ANTALL VEDLEGG/ NO. OF APPENDICES:
978-82-17-01640-3	Versjon nr.	2464-1162	34	0

OPPDRAUGSIVER/EMPLOYER:

NNN, NHO Mat og Drikke, Norsk
Landbrukssamvirke, Landbruksdirektoratet
og Norges forskningsråd.

KONTAKTPERSON/CONTACT PERSON:

STIKKORD/KEYWORDS:

Matindustri, konjunkturundersøkelse
Food industry, economic survey

FAGOMRÅDE/FIELD OF WORK:

Matindustri, konjunkturundersøkelse
Food industry, economic survey

SAMMENDRAG/SUMMARY:

I årets konjunkturundersøkelse for matindustrien er et hovedinntrykk at mange foretak som deltok i undersøkelsen oppnådde gode resultater i 2015. Dette gjelder særlig store foretak og foretak i kjøttbransjen og sjokolade- og sukkervarebransjen. En del foretak oppgir at de hadde et dårligere resultat. En stor andel foretak hadde økt omsetning, som resultat av både økt produksjonsvolum og økte priser. Få foretak økte sin sysselsetting og mange av de store foretakene reduserte sysselsettingen i 2015. En stor andel av foretakene opprettholdt brutto investeringer på sammen nivå, men en del økte også sine investeringer, særlig blant de store foretakene.

Det er store forventninger til innværende år, og over halvparten av foretakene forventer økt omsetning og økt resultat i 2016. Forventningene er spesielt høye i drikkevarebransjen, der alle foretak forventer bedre resultat. De fleste foretak i matindustrien forventer en stabil sysselsetting, men en god del foretak i sjømatbransjen forventer økt sysselsetting. Blant de som forventer lavere sysselsetting, er mange store foretak med over 100 årsverk. Nesten alle foretak vil enten øke eller holde investeringene på uendret nivå.

Eksport er vanligst blant store foretak i matindustrien, og i drikkevare- og sjømatbransjen. Mange foretak i drikkevarebransjen forventer økt salg til eksportmarkedet i 2016, mens de fleste foretakene i sjømatbransjen forventer et uendret salg. Et fåtall foretak gir uttrykk for at de har



NIBIO

NORSK INSTITUTT FOR
BIOØKONOMI

et økt behov for kompetanse på forskjellige nivå og mange av dem er i meieri- og iskreibransje. Som i tidligere år er det særlig etterspørsel og konkurranse på hjemmemarkedet som oppgis av flest foretak som begrensende faktor i 2016.

Nesten tre av fire foretak i undersøkelsen oppgir at de bruker egne midler på produkt- og prosessutvikling, mens én av fire oppgir at de bruker egne midler på forskning. SkatteFUNN er en viktig støtteordning for innovasjon i norsk matindustri. Samtidig gir denne undersøkelsen inntrykk av at matindustrien er for dårlig til å utnytte denne ordningen. Kun 36 prosent av foretakene som har brukt interne midler på produkt- og prosessutvikling i 2015, søkte om støtte fra eksterne kilder (hovedsakelig skatteFUNN) til utviklingsarbeidet. Nesten tre av fire foretak i matindustrien opplever hindringer for å få i gang et forsknings- og utviklingsprosjekt. Mangel på nødvendig intern kompetanse oppleves som den største hindringen. Mange peker også på eksterne hindringer som at søknadsprosedyrene er vanskelige, prosjektene innebærer en for stor økonomisk risiko, at de tar for lang tid fra søknad til resultat og at de ikke vet hvor de skal søke.

LAND/COUNTRY: Norge
FYLKE/COUNTY: Oslo
KOMMUNE/MUNICIPALITY: Oslo
STED/LOKALITET: Ås

GODKJENT /APPROVED

Sjur Spildo Prestegard

NAVN/NAME

PROSJEKTLEDER /PROJECT LEADER

Stine Evensen Sørbye

NAVN/NAME



NIBIO

NORSK INSTITUTT FOR
BIOØKONOMI

FORORD

Matindustriens konjunkturundersøkelse er den syttende undersøkelsen som inngår i det årlige prosjektet Mat og industri. Nytt i år er at vi også presenterer resultater fra sjømatindustrien, samt at undersøkelsen inneholder flere spørsmål om foretakenes FoU-aktivitet. Publikasjonen Mat og industri som utgis på høsten, beskriver status og trender på sentrale områder som struktur, verdiskaping, lønnsomhet, FoU mm. Det er imidlertid bare ved å spørre foretakene at vi får vite noe om deres forventninger for inneværende år. I konjunkturundersøkelsen får foretakene både si noe om året som har gått, samt hva de forventer av aktivitet og resultater i 2016. Norsk matindustri er Norges største fastlandsindustri og spiller dermed en sentral rolle i norsk økonomi. Industriens forventninger til inneværende år er interessant for mange aktører.

Matindustriens konjunkturundersøkelse gjennomføres av NHO Mat og Drikke, mens NIBIO står for analyse og skriftlig presentasjon av resultatene. Publikasjonen Mat og industri utgis av NIBIO med oppdragsgiverne NHO Mat og Drikke, Norges forskningsråd, Norsk Landbrukssamvirke, Norsk Nærings- og Nytelsesmiddelarbeiderforbund og Landbruksdirektoratet. Siri Fauske har stått for layout og klargjøring av rapporten. Ivar Pettersen og Sjur Spildo Prestegard har lest rapporten og gitt nyttige kommentarer og innspill.

Ås, 10.05.16

Sjur Spildo Prestegard

INNHold

1	INNLEDNING	6
1.1	Om undersøkelsen	6
2	RESULTATER FOR MATINDUSTRIEN 2015	7
2.1	Økt omsetning	7
2.2	Godt resultat før skattekostnad for de største foretakene	8
2.3	Variert utvikling i sysselsetting	9
2.4	Økte investeringer	10
2.5	Mange nye produkter, særlig i drikkevarebransjen	11
2.6	Hvert fjerde foretak drev eksport i 2015	12
2.7	Bransjevis oppsummering	13
3	FORVENTNINGER TIL 2016	14
3.1	Forventninger om omsetningsvekst	14
3.2	Forventninger til salg til eksportmarkedet	16
3.3	Forventninger om bedre resultat blant store foretak	17
3.4	Redusert sysselsetting i de store foretakene	18
3.5	Stor investerings- og innovasjonsvilje	19
3.6	Stabilt eller økende behov for fagkompetanse	21
3.7	Hjemmemarkedet kan begrense aktivitet	23
3.8	Bransjevis oppsummering av forventninger til 2016	25
4	FORSKNING OG UTVIKLING	26
4.1	Forskning og utvikling innenfor de ulike bransjene	26
4.2	Andel av omsetning brukt på forskning og utvikling	27
4.3	Bruk av skatteFUNN og andre eksterne støtteordninger	28
4.4	Økt satsing på FoU	31
4.5	Mange opplever hindringer for å få i gang et FoU-prosjekt	32
5	MER OM GJENNOMFØRING OG SVARPROSENTER	33
6	LITTERATURREFERANSER	35

1 INNLEDNING

1.1 Om undersøkelsen

Formålet med konjunkturundersøkelsen er å undersøke hvordan foretak i norsk matindustri opplevde fjorårets utvikling og deres forventninger for inneværende år. Undersøkelsen er gjennomført blant medlemmer i NHO Mat og Drikke. Årets undersøkelse er den syttende som er gjennomført i forbindelse med prosjektet Mat og industri, som finansieres av NHO Mat og Drikke, NNN, Norsk Landbrukssamvirke, Landbruksdirektoratet, og Norges forskningsråd.

Nytt for årets undersøkelse er at den også ble sendt ut til alle foretak som er medlemmer av Sjømat Norge. Det har resultert i flere svar fra foretak som foredler fiskevarer, og i årets undersøkelse er disse samlet og presentert i en egen bransje, sjømatbransjen.

Spørreskjemaet ble sendt ut til 409 foretak og 159 av disse svarte. Svarene utgjør 39 prosent av alle foretak som fikk mulighet til å svare. I 2015 var svarprosenten 33. Svarprosenten varierer en del fra bransje til bransje. En oversikt over hvor mange bedrifter som har svart innenfor hver bransje finnes bakerst i rapporten.

Foretakene varierer mye i størrelse. Noen av dem er store konsern som består av flere bedrifter og som til sammen har svært mange årsverk og representerer en stor del av sysselsettingen i matindustrien. Dersom svarprosenten regnes i forhold til antall årsverk, representerer bedriftene som har svart 72 prosent av de sysselsatte i populasjonen til undersøkelsen.¹ Dette utgjør omkring halvparten av totalt antall sysselsatte i matindustrien (se Kårstad 2015).

Den største andelen av foretakene som har svart (75 prosent) har under 100 årsverk. I undersøkelsen teller små bedrifters svar like mye som store, sammensatte konsern. Resultater etter størrelse blir derfor dratt fram der store foretak skiller seg ut fra mindre foretak. I undersøkelsen er det er sju foretak med 500 eller flere årsverk, og disse representerer en stor andel av total omsetning og alle sysselsatte i matindustrien. Derfor blir resultatene og forventningene til de aller største foretakene fremhevet der de skiller seg ut, fordi disse har stor betydning for matindustrien som helhet.

¹ Mer om gjennomføring av undersøkelsen og svarprosenten finnes bakerst i rapporten.

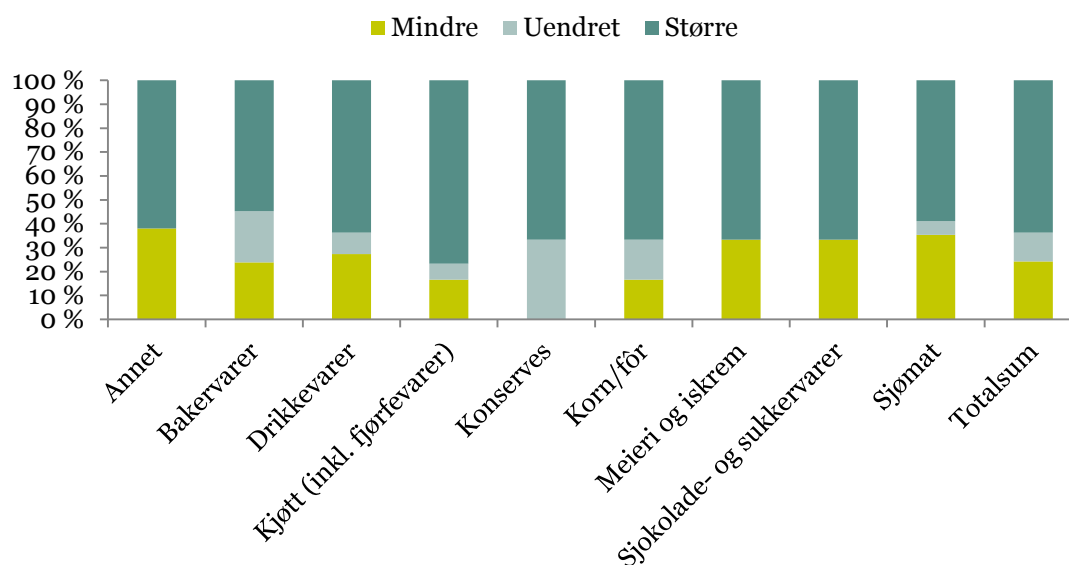
2 RESULTATER FOR MATINDUSTRIEN 2015

2.1 Økt omsetning

I årets undersøkelse oppgir 64 prosent av foretakene at omsetningen økte i 2015. I alle bransjer opplevde over halvparten av foretakene økt omsetning, men kjøttbransjen utmerker seg ved at 77 prosent av foretakene oppgir økt omsetning i 2015. Bakervarebransjen har lavest andel foretak med økt omsetning med 55 prosent. I samlebransjen «annet» og i sjømatbransjen er det høyest andel foretak som oppgir at de hadde lavere omsetning sammenlignet med året før (38 og 35 prosent). Totalt sett er det 24 prosent av foretakene som opplevde lavere omsetning i 2015.

Det er særlig store foretak som har økt omsetning. Blant foretak med 100 eller flere årsverk er det en høyere andel enn gjennomsnittet som oppgir at de hadde økt omsetning i 2015, 69 prosent (se tabell bakerst i rapporten). Alle foretakene med 500 eller flere årsverk (7 foretak) oppgir at de hadde høyere omsetning i 2015. De aller minste foretakene (1–4 årsverk) har den største andelen med foretak som oppgir at de hadde lavere omsetning i 2015 (2 av 6 foretak).

Figur 2.1 Utvikling i foretakenes omsetning i 2015 sammenlignet med året før (n=157)



Økt omsetning har sterk sammenheng med både økte priser og økt produksjonsvolum for mange foretak. Nesten 70 prosent av foretakene som oppgir at omsetningen økte, oppgir også at prisene på deres produkter økte i 2015. For svært mange av foretakene med økt omsetning, økte også produksjonsvolumet (78 prosent). Figur 2.1 viser utviklingen i foretakenes omsetning i 2015 sammenlignet med året før.

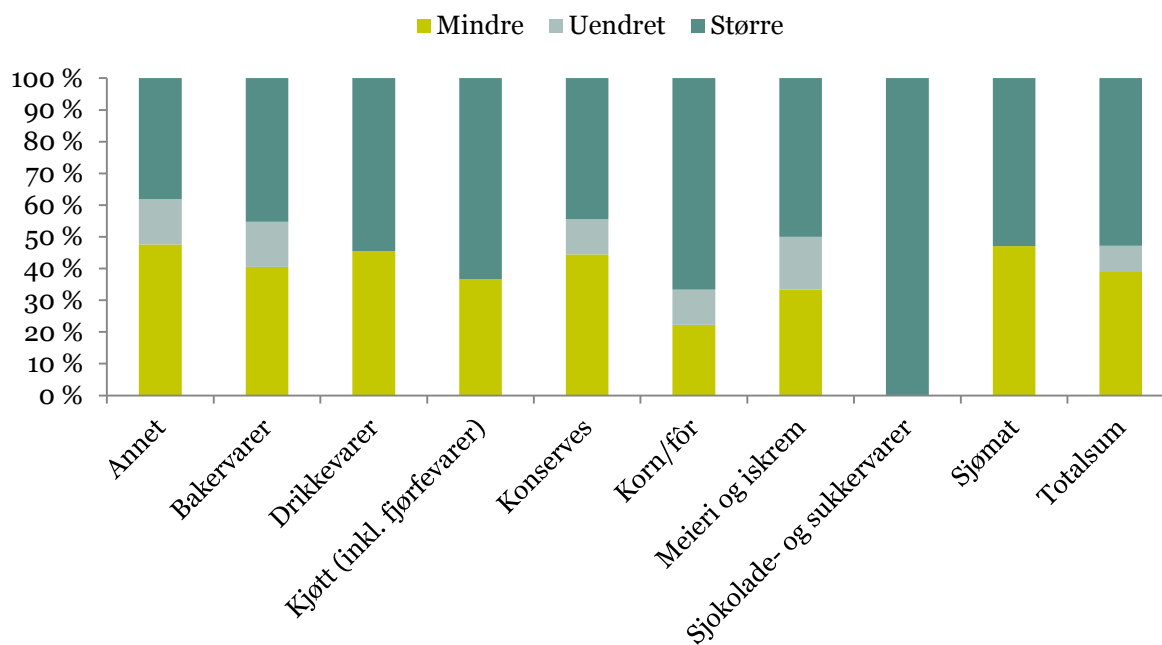
Totalt sett oppgir 55 prosent av foretakene at de hadde høyere produksjonsvolum, men andelen er mye høyere i kjøttbransjen og i korn/fôrbransjen der 72 prosent av foretakene oppgir høyere produksjonsvolum. Sjømatbransjen har klart minst andel foretak med økt produksjonsvolum og en av bransjene med størst andel foretak (41 prosent) som oppgir et lavere produksjonsvolum i 2015 enn i 2014. I meieri- og iskrembransjen oppgir halvparten av foretakene at de hadde lavere produksjonsvolum i 2015, mens den andre halvparten hadde større produksjonsvolum.

Det er svært få foretak som oppgir at prisene på deres produkter var lavere i 2015 enn i 2014, og den største andelen finner vi i drikkevarebransjen med 18 prosent. Alle tre foretakene i sjokolade- og sukkervarebransjen oppgir at prisene på deres produkter økte i 2015. I konserverindustrien og meieri- og iskrembransjen oppgir en stor andel av foretakene (89 og 83 prosent) at prisene økte, og for resten av foretakene i disse to bransjene var prisene uendret sammenlignet med året før. Både konserverindustrien, meieri- og iskrembransjen og sjømatbransjen utmerker seg ved at en stor andel foretak oppgir at prisene på deres produkter økte i 2015, samtidig som en relativt liten andel foretak oppgir at produksjonsvolumet økte. Dette tyder på at det er prisoppgang som driver eventuell vekst i omsetning i disse bransjene.

2.2 Godt resultat før skattekostnad for de største foretakene

Noe over halvparten av foretakene, 53 prosent, oppgir at de hadde et bedre resultat før skattekostnad i 2015 sammenlignet med året før (figur 2.2). Alle foretakene i sjokolade- og sukkervarebransjen oppgir et bedre resultat i 2015. Andelen foretak som oppgir bedre resultat er også høyere enn gjennomsnittet i korn- og fôrbransjen (67 prosent) og i kjøttbransjen (63 prosent). I samlekategorien «annet», i sjømatbransjen og drikkevarebransjen er det høyest andel foretak som oppgir et dårligere resultat i 2015, med henholdsvis 48, 47 og 45 prosent av foretakene som oppgir dette.

Figur 2.2 Utvikling i resultat før skattekostnad i 2015 sammenlignet med året før (n=157)

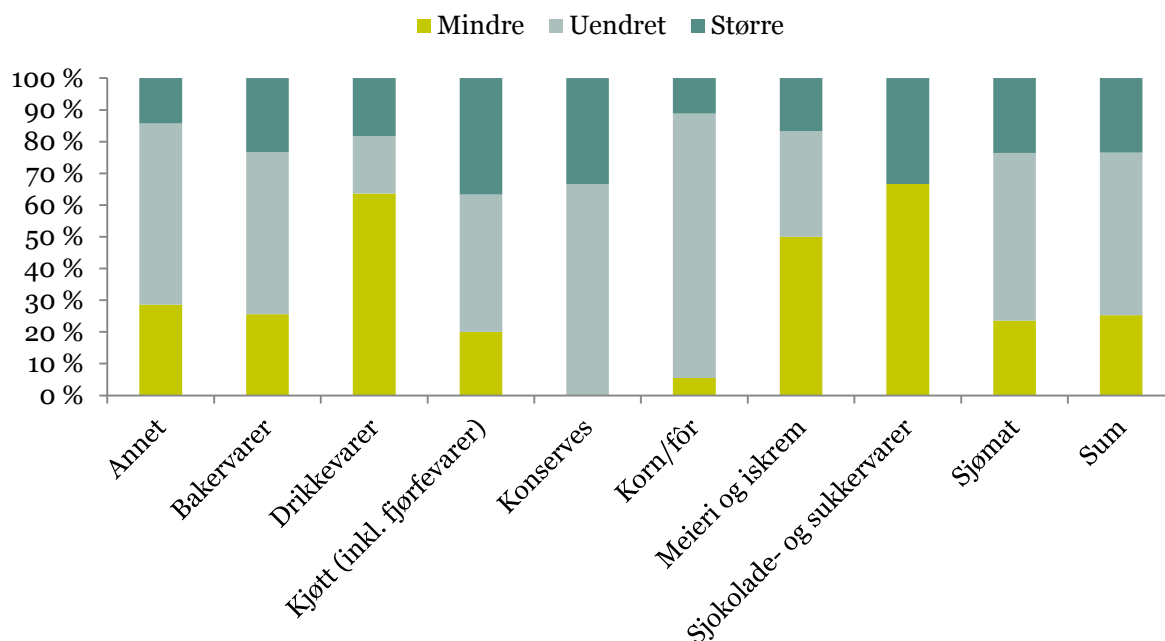


Alle de største foretakene med 500 eller flere årsverk oppgir at de hadde et bedre resultat før skattekostnad i 2015 sammenlignet med året før. Sammenlignet med foretak med færre enn 100 årsverk, er det imidlertid ikke større andel foretak i gruppen med flere enn 100 årsverk som oppgir at de hadde et større resultat i 2015. Blant foretakene med over 100 årsverk er det 41 prosent som oppgir at de hadde et lavere resultat i 2015.

2.3 Variert utvikling i sysselsetting

I 2015 hadde 51 prosent av foretakene uendret sysselsetting. Litt flere foretak (25 prosent) hadde lavere sysselsetting enn høyere (24 prosent, figur 2.3). Det var særlig stor andel foretak med økt sysselsetting i kjøttbransjen (37 prosent) og konservesbransjen (35 prosent). Drikkevarebransjen og sjokolade- og sukkervarebransjen har størst andel foretak som hadde lavere sysselsetting i 2015 sammenlignet med året før. Korn- og fôrbransjen virker mest stabil ved at 83 prosent av foretak oppgir at de hadde uendret sysselsetting. I konservesindustrien er det ingen foretak som oppgir lavere sysselsetting, og mens en tredjedel av foretakene økte sin sysselsetting, oppgir to tredjedeler av foretakene at de hadde en uendret sysselsetting i 2015.

Figur 2.3 Utvikling i sysselsetting i 2015 sammenlignet med året før (n=158)

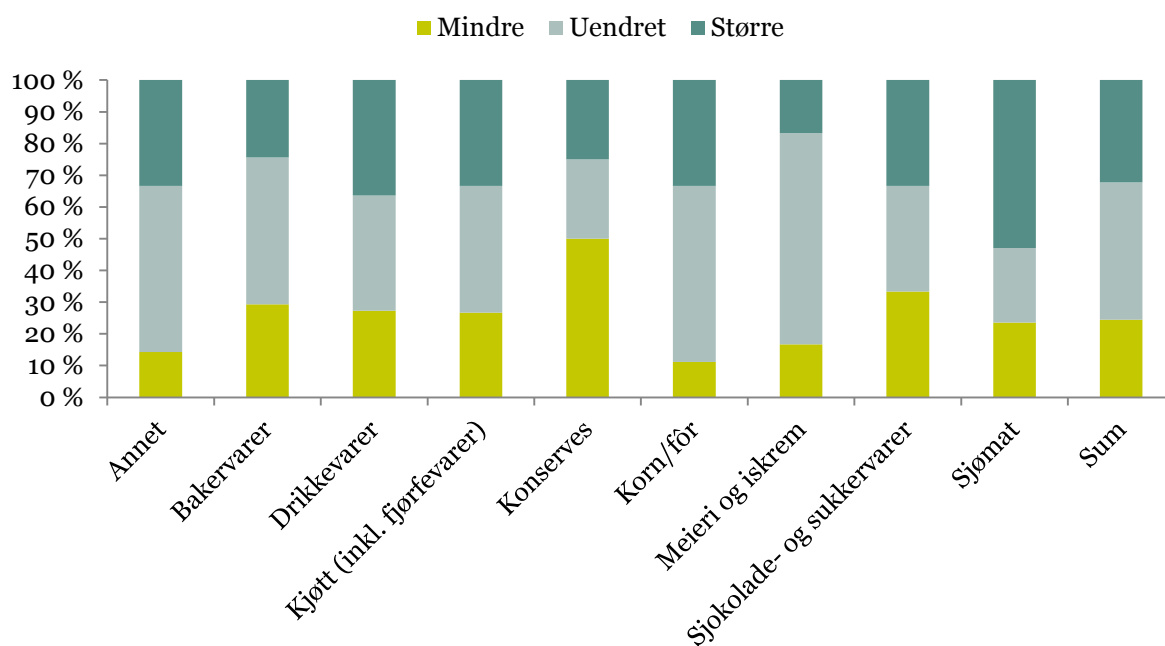


Det er særlig blant de store foretakene at en høy andel oppgir at de reduserte sin sysselsetting i 2015 sammenlignet med året før. Blant foretakene med over 100 årsverk eller flere oppgir halvparten at de hadde lavere sysselsetting. Blant foretakene med mindre enn 100 årsverk er det kun 16 prosent som oppgir at de hadde lavere sysselsetting, mens 60 prosent oppgir en uendret sysselsetting. Av de aller største foretakene med 500 eller flere ansatte, oppgir fem av sju (71 prosent) at de hadde lavere sysselsetting i 2015.

2.4 Økte investeringer

I konjunkturundersøkelsen oppgir omkring en tredjedel av foretakene at de hadde større brutto investeringer i 2015 sammenlignet med året før. En fjerdedel av foretakene oppgir at de hadde lavere investeringer, mens den største andelen (43 prosent) hadde uendrede bruttoinvesteringer (figur 2.4). Sjømatbransjen har den største andelen med foretak med større investeringer, her oppgir 53 prosent av foretakene at de økte sine investeringer i 2015. Også i drikkevarebransjen økte en relativt høy andel foretak (36 prosent) sine investeringer. I konserveindustrien oppgir halvparten av foretakene at de hadde lavere investeringer i 2015.

Figur 2.4 Utvikling i bruttoinvesteringer i 2105 sammenlignet med året før (n=155)



Den største andelen med foretak som oppgir større investeringer (36 prosent), finner vi blant foretakene med over 100 årsverk. Blant de aller største foretakene (500 eller flere årsverk) oppgir halvparten at de har uendret nivå på bruttoinvesteringene. Blant foretakene med 50–99 årsverk finner vi den største andelen (31 prosent) av foretak som oppgir lavere investeringer i 2015.

2.5 Mange nye produkter, særlig i drikkevarebransjen

Totalt sett oppgir litt under halvparten av foretakene (46 prosent) at de hadde et høyere antall nye produkter i 2015. Den andre halvparten oppgir at de hadde et uendret antall nye produkter i 2015 sammenlignet med året før. Det er svært få foretak (4 prosent, 6 foretak) som oppgir at de hadde et lavere antall, og disse foretakene finner vi kun i bakervarebransjen og i og kjøttbransjen. Drikkevarebransjen viser klart størst evne til å lansere nye produkter ved at 91 prosent av foretakene oppgir at de hadde et større antall nye produkter i 2015. I konserverindustrien, bakervarebransjen, kjøttbransjen og korn/fôrbransjen oppgir rundt halvparten av foretakene at de hadde et høyere antall nye produkter i 2015, mens alle foretak i sjokolade- og sukkervarebransjen hadde uendret antall nye. Sjømatbransjen og korn/fôrbransjen har også en høy andel foretak med uendret antall nye produkter.

Størst antall foretak som oppgir at de økte sin produktutvikling, synes å være blant foretakene med 100 eller flere årsverk der 53 prosent av foretakene oppgir dette. Blant de aller største foretakene med 500 eller flere årsverk oppgir halvparten at de hadde et større antall nye produkter i 2015.

Figur 2.5 Utvikling i antall nye produkter i 2015 sammenlignet med året før (n=152)

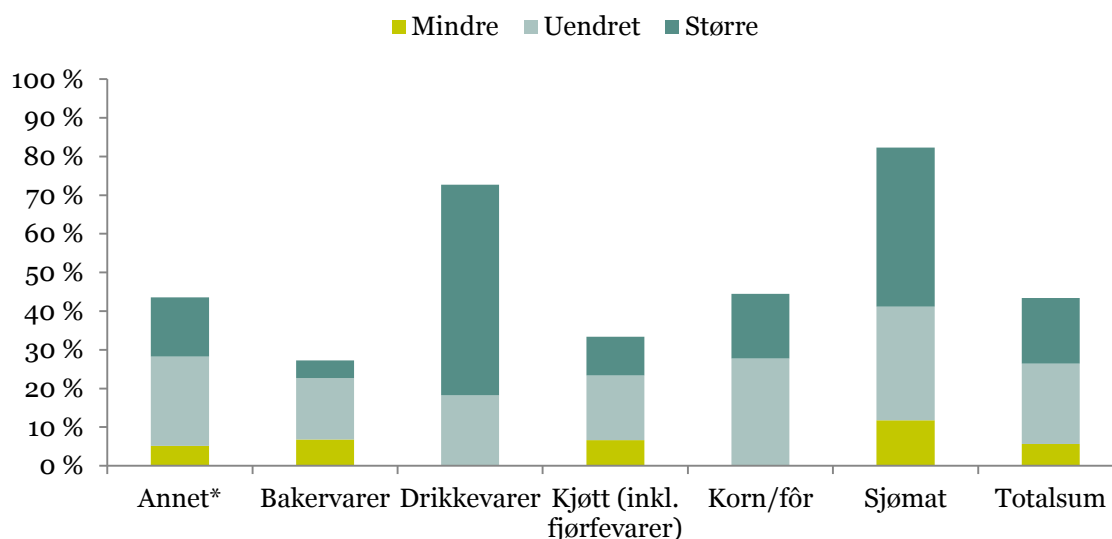


2.6 Hvert fjerde foretak drev eksport i 2015

Det er en betydelig andel foretak som driver eksport i alle bransjer, selv om sjømatindustrien her er i en særskilt posisjon. Totalt sett er det 43 prosent av foretakene som selger produkter til et eksportmarked, mens i sjømatbransjen og i drikkevarebransjen er det henholdsvis 82 og 73 prosent. Bakervarebransjen har klart minst andel foretak som eksporterer (27 prosent). Det er større andel av de større foretakene som eksporterer. Blant foretak med 100 eller flere årsverk eksporterer 67 prosent av foretakene. Bare ett av foretakene med 500 eller flere årsverk eksporterer ikke, mens blant de aller minste foretakene med 1–4 årsverk er det kun ett foretak som eksporterer. Det er også blant de største foretakene at vi finner størst andel som oppgir at salget til eksportmarkedet økte i 2015. Figur 2.6 angir også hvor stor andel foretak innen hver bransje som ikke eksporterer ved at søylene ikke går til 100 prosent.

Økt eksport er mer utbredt enn nedgang i matindustrien. Utvikling i eksport er særlig relevant for sjømatbransjen og drikkevarebransjen, men mange foretak i andre bransjer eksporterer også sine produkter. Av foretakene som eksporterer oppgir omkring halvparten at salget til eksportmarkedet var uendret i 2015, mens for 38 prosent av foretakene økte salget. Drikkevarebransjen utmerker seg ved at 75 prosent av foretakene som eksporterer oppgir et økt salg, mens resten av foretakene i bransjen oppgir et uendret salg til eksportmarkedet. Andelen som oppgir økt salg er også stor i sjømatbransjen (50 prosent). Størst andel foretak som oppgir et mindre salg til eksportmarkedet finner vi i bakervarebransjen og i kjøttbransjen hvor henholdsvis 25 og 20 prosent av foretakene som eksporterer oppgir dette.

Figur 2.6 Utvikling i salg til eksportmarked i 2015 sammenlignet med året før (n=69)²



² Annet inkluderer også konserver, meieri og iskrem, sjokolade- og sukkervare i denne figuren fordi det er mindre enn tre foretak som eksporterer sine varer i disse bransjene.

2.7 Bransjevis oppsummering

Tabell 2.1 er en kort bransjevis oppsummering av foretakenes vurderinger av året som gikk. Hver bransje er vurdert mot gjennomsnittet av foretakene i undersøkelsen, og oppgitt utvikling i resultat før skattekostnad blir tillagt mest vekt.

Tabell 2.1 Oppsummering av utviklingen i 2015 for de ulike bransjene

Bransje	Vurdering	Kort oppsummering
Annet³	n/-	Relativt mange foretak oppgir at de hadde lavere omsetning, men flertallet av foretakene oppgir høyere. Nesten halvparten av foretakene hadde lavere resultat. Litt over halvparten av foretakene hadde uendret investeringer, én av tre hadde større.
Bakerevarer	n	Omtrent halvparten av foretakene hadde økt omsetning, mens én av fire hadde lavere. Like stor andel som oppgir lavere og økt resultat. Nesten halvparten hadde uendret investering, flere foretak hadde lavere enn økte investeringer.
Drikkevarer	n/+	Nesten to av tre foretak hadde høyere omsetning, resten hadde lavere eller uendret. Litt flere enn halvparten av foretakene hadde økt resultat, resten hadde lavere resultat. Tre av fire foretak hadde uendret eller økte investeringer.
Kjøtt	+	Flere enn tre av fire foretak hadde økt omsetning. Nesten to av tre foretak hadde økt resultat, resten hadde lavere. Tre av fire foretak hadde uendret eller økte investeringer.
Konserves	n	To av tre foretak hadde økt omsetning, resten hadde uendret. Nesten halvparten av foretakene hadde høyere resultat, like mange hadde lavere resultat. Halvparten av foretakene hadde lavere investeringer.
Korn/fôr	+	To av tre foretak hadde økt omsetning, resten mindre eller uendret omsetning. To av tre foretak hadde økt resultat. Litt over halvparten av foretakene hadde uendret investeringer, én av tre hadde større.
Meieri og iskrem	n/+	To av tre foretak hadde økt omsetning, resten hadde lavere. Halvparten av foretakene hadde økt resultat, én av tre hadde lavere. To av tre foretak hadde uendrede investeringer.
Sjokolade	++	To av tre foretak hadde økt omsetning, resten hadde lavere. Samtlige foretak hadde økt resultat. Foretakene er jevnt fordelt mellom lavere, uendret og økte investeringer.
Sjømat	n/+	Relativt mange foretak oppgir at de hadde lavere omsetning, men flertallet av foretakene oppgir høyere. Litt flere enn halvparten av foretakene hadde økt resultat, resten hadde lavere resultat. Over halvparten av foretakene hadde økte investeringer.

Forklaring: ++ er sterkt positiv, + er positiv, n er nøytral, – er negativ, – – er sterkt negativ

³ «Annet» inkluderer foretaker med produksjon som dekker flere bransjer, fisk og fiskevarer, margarin/olje/fett, potet og produksjon som ikke dekkes av andre bransjer.

3 FORVENTNINGER TIL 2016

3.1 Forventninger om omsetningsvekst

I alt 57 prosent av foretakene oppgir at de forventer økt omsetning i 2016. Forventningene er særlig høye i meieri- og iskrembransjen og i drikkevarebransjen, der henholdsvis 100 og 91 prosent av foretakene forventer økt omsetning. Også i sjømatbransjen forventer mange foretak økt omsetning (71 prosent). I konserverindustrien og sjokolade- og sukkervarebransjen forventer to tredjedeler av foretakene høyere omsetning, mens resten av foretakene i disse bransjene forventer uendret omsetning. Høyest andel foretak som forventer lavere omsetning finnes i korn- og fôrbransjen, bakervarebransjen og for «annet». Bakervarebransjen har flest foretak som forventer uendret omsetning i 2016.

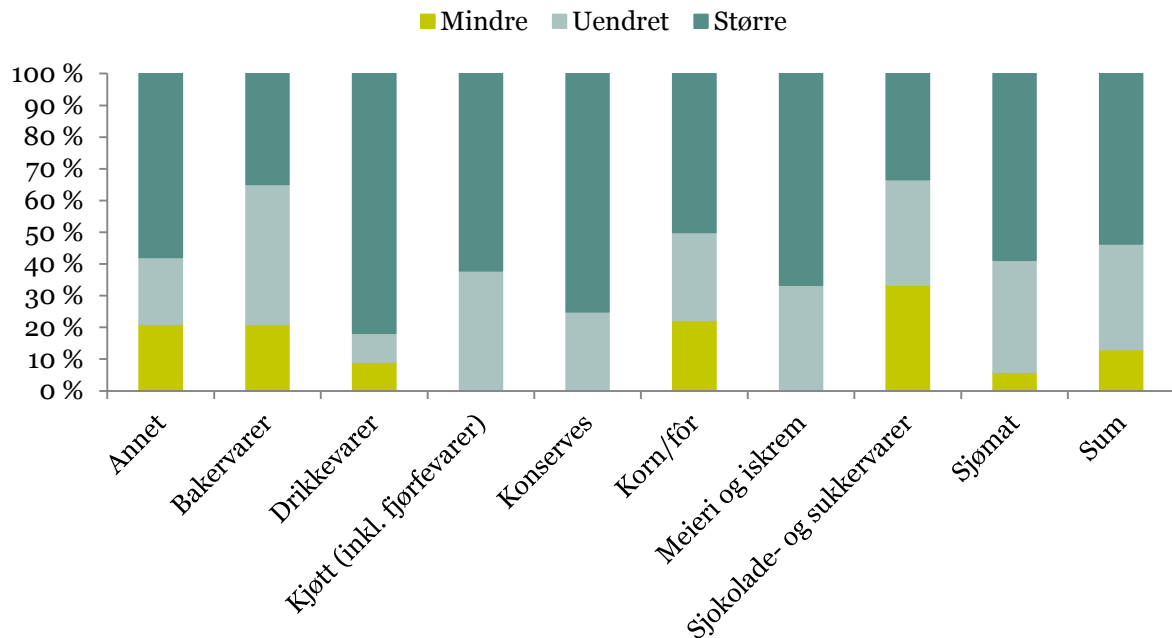
Det er de største foretakene med 100 eller flere årsverk som har størst andel foretak som forventer økt omsetning i 2016, to tredjedeler av foretakene forventer dette. Blant foretakene med under 100 årsverk er det 53 prosent som forventer større omsetning i 2016.

Figur 3.1 Forventninger til omsetning i 2016 sammenlignet med året før (n=157)



Forventninger til produksjonsvolumet i 2016 er svært likt forventningene til omsetning, men et litt lavere antall foretak forventer økt produksjonsvolum (54 prosent) og en litt større andel (33 prosent) forventer uendret produksjonsvolum.

Figur 3.2 Forventninger til produksjonsvolum i 2016 sammenlignet med året før (n=153)



Mange foretak har også de samme forventninger til prisene på deres produkter som til omsetning i 2016. Bakervarebransjen har størst andel foretak som forventer økte priser på sine produkter (68 prosent), tett fulgt av konservesindustrien, meieri- og iskrembransjen og sjokolade- og sukkervarebransjen (67 prosent). En stor andel foretak i drikkevarebransjen og i korn/fôrbransjen forventer uendrede priser i 2016 (henholdsvis 64 og 61 prosent). Det er i svært få foretak som forventer lavere priser. Unntakene som forventer negativ prisutvikling, finnes i kjøttbransjen, baker- varebransjen og i «annet», og utgjør henholdsvis ti, to og 15 prosent av sine respektive bransjer. Det er grunn til å bemerke at spørsmålet i undersøkelsen må forventes å gi en naturlig overvekt av positiv prisforventning siden det ikke gjøres noe forsøk på å skille mellom effekt av generell inflasjon og realprisvekst for enkeltbransjer.

Figur 3.3 Forventninger til priser på produktene i 2016 sammenlignet med året før (n=157)



Det er salg på hjemmemarkedet som er mest relevant for de fleste foretakene og vil bety mest for omsetningen i 2016. Totalt sett forventer 52 prosent av foretakene økt salg til hjemmemarkedet. Alle foretakene i meieri- og iskrembransjen og sjokolade- og sukkervarebransjen forventer økt salg på hjemmemarkedet, mens i drikkevarebransjen forventer 82 prosent av foretakene det samme. Både i sjømatbransjen og bakervarebransjen er det en svært liten andel som forventer økt salg til hjemmemarkedet (27 og 26 prosent), mens de fleste foretakene i disse bransjene forventer et uendret salg til hjemmemarkedet i 2016 (73 og 60 prosent). I korn/fôrbransjen finner vi høyest andel foretak som forventer lavere salg til hjemmemarkedet (17 prosent).

3.2 Forventninger til salg til eksportmarkedet

Forventninger til salg til eksportmarkedet er mer relevant i noen bransjer enn i andre, og det er en større andel blant foretakene med 100 eller flere årsverk som eksporterer (64 prosent) enn blant foretak med under 100 årsverk (39 prosent). Det er særlig stor andel foretak (82 prosent) i drikkevarebransjen og sjømatbransjen som eksporterer. I drikkevarebransjen forventer to tredjedeler av foretakene som eksporterer et økt salg til eksportmarkedet i 2016. De fleste av foretakene som eksporterer i sjømatbransjen forventer et uendret salg til eksportmarkedet, men 36 prosent forventer økt salg. Totalt sett forventer 60 prosent av foretakene som eksporterer et uendret salg, mens 31 prosent forventer et økt salg til eksportmarkedet i 2016. Figur 3.4 viser forventninger til salg til eksportmarkedet, men også hvor stor andel foretak som eksporterer ved differanse på høyden på kolonnene og 100 prosent.

Figur 3.4 Forventninger til salg til eksportmarkedet i 2016 sammenlignet med året før (n=71)



3.3 Forventninger om bedre resultat blant store foretak

Litt over halvparten av foretakene (53 prosent) forventer bedre resultat før skatt i 2016. Drikkevarebransjen utmerker seg ved at samtlige av foretakene i bransjen forventer bedre resultat. I sjokolade- og sukkervarebransjen forventer to av tre foretak bedre resultat, og i kategorien «annet» forventer 67 prosent av foretakene bedre resultat i 2016. I kjøttbransjen er det også en høyere andel (55 prosent) enn gjennomsnittet som forventer bedre resultat, mens sjømatbransjen er som gjennomsnittet med 53 prosent av foretakene som forventer bedre resultat. Sjømatbransjen, bakervarebransjen og korn/fôrbransjen har også en relativ høy andel foretak (henholdsvis 24, 23, og 22 prosent) som forventer dårligere resultat før skatt i 2016. Sjokolade- og sukkervarebransjen har også en høy andel som forventer lavere resultat, men dette gjelder kun ett foretak, mens de to andre foretakene i bransjen forventer økt resultat. Ingen foretak i hverken meieri- og iskreibransjen eller i samlekategori «annet» forventer dårligere resultat i 2016.

Det er særlig store foretak som forventer bedre resultat i 2016. Foretak med 100 eller flere årsverk har klart høyere andel som forventer et bedre resultat (61 prosent). Blant foretak med mindre enn 20 årsverk er det bare 45 prosent som forventer økt resultat.

Figur 3.5 Forventninger til resultat før skattekostnad i 2016 sammenlignet med året før (n=157)

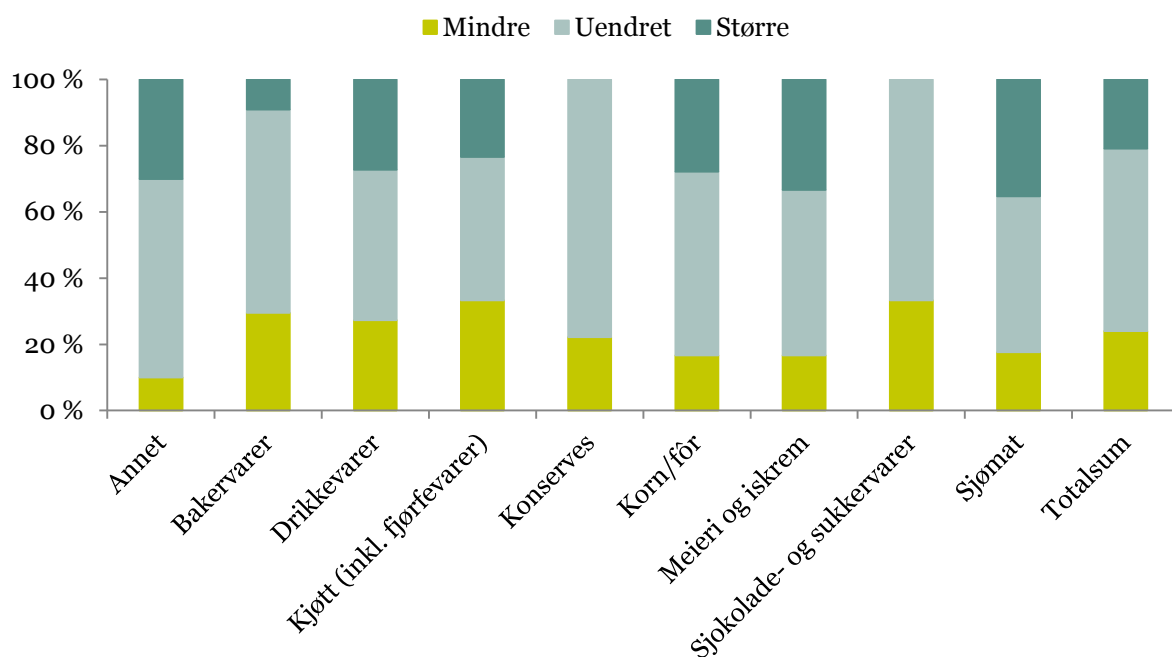


3.4 Redusert sysselsetting i de store foretakene

Litt over halvpartene av foretakene (55 prosent) forventer en uendret sysselsetting i 2016. 21 prosent av foretakene forventer økt sysselsetting, og disse finnes særlig i sjømatbransjen (35 prosent) og meieri- og iskrembransjen (33 prosent). Særlig stabilt virker det i konservesindustrien der 78 prosent av foretakene forventer uendret sysselsetting, men noen av foretakene i denne bransjen forventer lavere sysselsetting (22 prosent). Størst andel foretak som forventer lavere sysselsetting finner vi i kjøttbransjen (33 prosent) og bakervarebransjen (30 prosent). Også i sjokolade- og sukkervarebransjen er det en høy andel som forventer redusert sysselsetting (33 prosent), men dette er kun ett foretak og de to andre i denne bransjen forventer uendret sysselsetting i 2016.

Det er en klart større andel, 39 prosent, av de store foretakene med 100 eller flere årsverk som forventer lavere sysselsetting i 2016. Blant foretakene med færre enn 100 årsverk forventer 60 prosent stabil sysselsetting, og litt flere foretak (22 prosent) forventer økt sysselsetting enn de som forventer lavere sysselsetting (18 prosent).

Figur 3.6 Forventninger til sysselsetting i 2016 sammenlignet med året før (n=158)



3.5 Stor investerings- og innovasjonstilvilje

Totalt sett forventer 35 prosent av foretakene økte brutto investeringer i 2016 sammenlignet med året før, og det er relativt få som forventer nedgang. I flere bransjer er det oppunder halvparten av foretakene som forventer å øke sine investeringer. Dette gjelder meieri- og iskrembransjen (50 prosent) og kjøttbransjen (48 prosent). Nesten halvparten av foretakene totalt sett forventer at de vil holde investeringene på samme nivå som i 2015. De største andelen foretak som forventer lavere investeringer finner vi i sjokolade- og sukkervarebransjen hvor ett av tre foretak forventer lavere investeringer og i drikkevarebransjen (27 prosent).

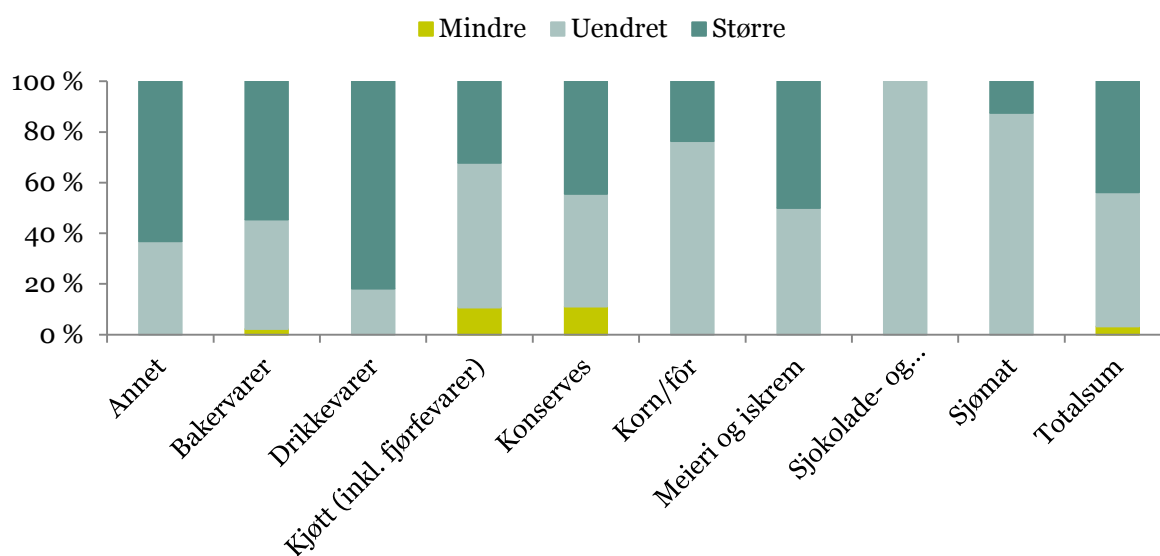
Blant de store foretakene med 100 eller flere årsverk forventes et noe mer stabilt investeringsnivå og en mindre andel foretak som oppgir at de skal øke investeringene i 2016. Ingen av de aller største foretakene med over 500 årsverk skal øke sine investeringer. Foretak med 20–50 årsverk virker mest investeringsvillige, og 40 prosent som skal øke sine investeringer i 2016.

Figur 3.7 Forventninger til investeringer i 2016 sammenlignet med året før (n=154)



Det er svært få foretak, 3 prosent totalt, som forventer et lavere antall nye produkter i 2016 (ytterligere 5 foretak mener spørsmålet ikke er relevant for dem) enn i 2015. Disse foretakene finner vi kun i kjøttbransjen, konserverindustrien og bakerivarebransjen. Den største andelen foretak (53 prosent) forventer et uendret antall nye produkter mens en litt mindre andel foretak (44 prosent) forventer et økt antall nye produkter. Det er særlig foretak i drikkeivarebransjen som skal øke antallet nye produkter, 82 prosent av foretakene oppgir dette. I samlekategori «annet», bakerivarebransjen- og i meieri- og iskrembransjen er det også en stor andel foretak som forventer et økt antall nye produkter fra deres foretak i 2016 (henholdsvis 63, 55 og 50 prosent).

Figur 3.8 Forventninger til antall nye produkter i 2016 sammenlignet med året før (n=153)

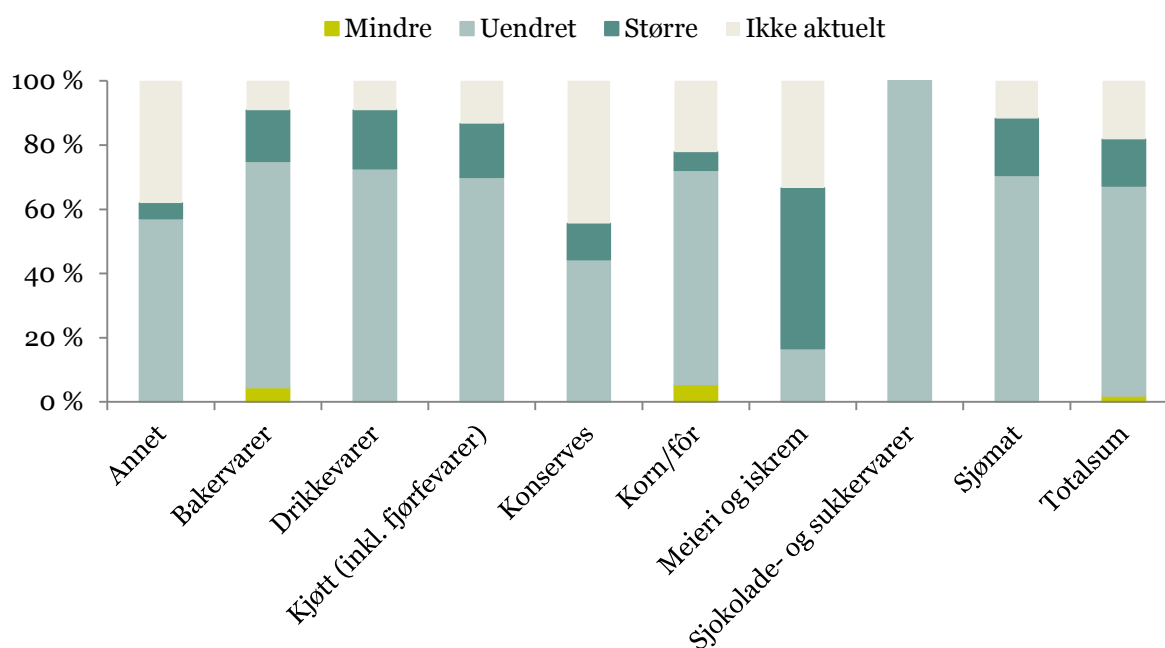


3.6 Stabilt eller økende behov for fagkompetanse

Kartlegging av kompetansebehov i matindustrien viser at foretakene, i tillegg til å bruke en stor andel ufaglærte, etterspør forskjellige type kompetanse på fagarbeidernivå (Prestvik og Rålm 2014). I tillegg til fagene som tradisjonelt er knyttet til matindustrien, som baker og kjøttkjærere, etterspør mange foretak i økende grad kompetanse innen tekniske fag som automasjon, produksjonsteknikk og mekanikk. På spørsmål om behovet for håndverkskompetanse (fagbrev) i 2016, svarer omkring 18 prosent av foretakene at dette ikke er relevant for dem. Det er særlig mange små foretak (under 50 årsverk) som ikke finner spørsmålet relevant. Dette kan være foretak som ikke har behov for de tradisjonelle matfagene.

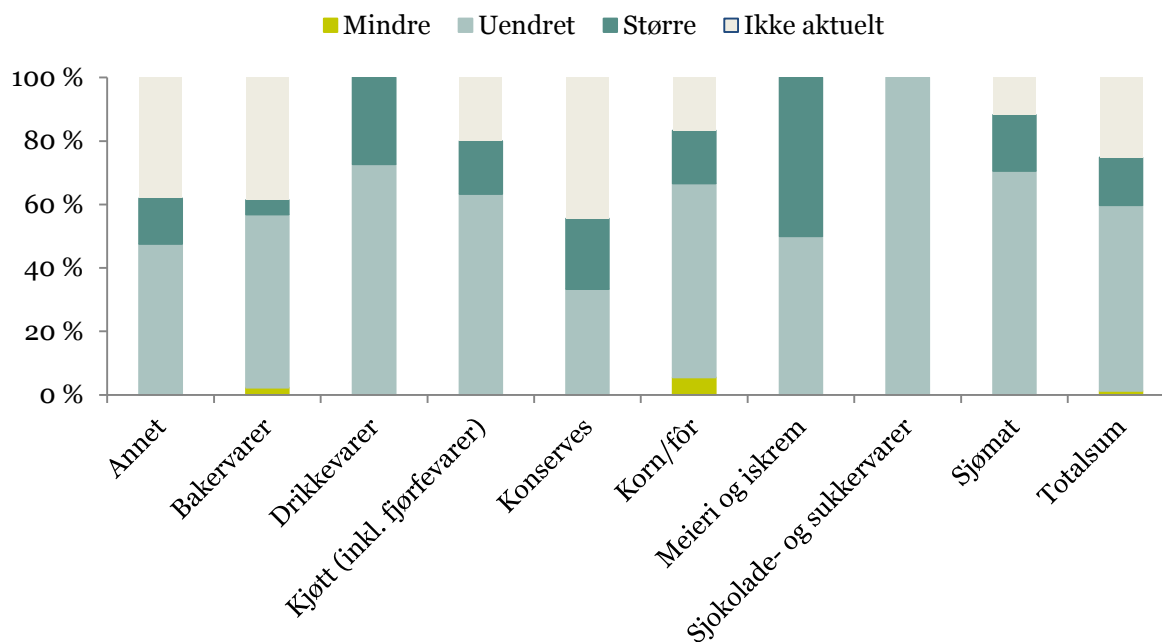
For flestparten av foretakene (80 prosent) er behovet for håndverkskompetanse uendret i 2016 sammenlignet med året før. For en del foretak er det imidlertid økende behov, 18 prosent totalt. I meieri- og iskrembransjen oppgir 70 prosent av foretakene at deres behov er større i 2016. Kun i bakervarebransjen og korn/fôrbransjen er det noen få foretak som oppgir at behovet for håndverkskompetanse er lavere i 2016.

Figur 3.9 Behov for håndverkskompetanse (fagbrev) i 2016 sammenlignet med året før (n=158)



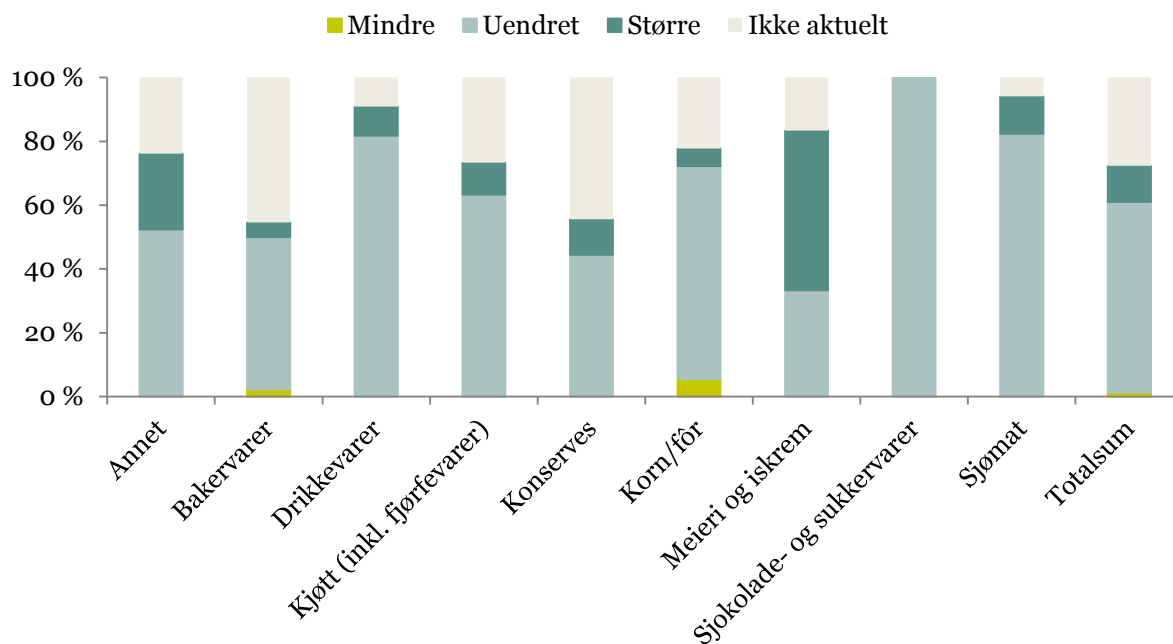
Behov for teknisk kompetanse på fagarbeidsnivå er ikke aktuelt for 25 prosent av foretakene, og det er særlig foretak i konservesindustrien, bakervarebransjen og i samlekategorien «annet» som tilsynelatende ikke har behov for denne type kompetanse. Blant foretakene som dette er aktuelt for, er det 20 prosent som oppgir at behovet er større i 2016. Det er særlig store foretak som oppgir at behovet er større, 28 prosent av foretakene med 100 eller flere årsverk oppgir dette, mens blant foretak med under 100 årsverk er det bare 10 prosent som oppgir at behovet for teknisk kompetanse øker i 2016. Igjen er det særlig høy andel i meieri- og iskrembransjen, her oppgir halvparten av foretakene et økt behov. Behovet er også økende hos en stor andel foretak i drikkevarerbransjen og konservesindustrien.

Figur 3.10 Behov for teknisk kompetanse (fagbrev) i 2016 sammenlignet med året før (n=158)



Ansatte med teknisk kompetanse fra høyskole- eller universitetsnivå er aktuelle for 60 prosent av foretakene. Det er særlig i sjokolade- og sukkervarebransjen, drikkevarerbransjen, sjømatbransjen og meieri- og iskrembransjen at kompetanse på dette nivå er relevant for en stor andel foretak. Det er altså ikke relevant for 40 prosent av foretakene, en høyere andel enn for fagarbeidere. Igjen er det meieri- og iskrembransjen som har klart størst andel foretak som oppgir at behovet for teknisk kompetanse fra høyskole- eller universitetsnivå vil øke i 2016. Blant de foretakene som har behov for slik kompetanse er det også en del foretak som oppgir økt behov i konserverindustrien (40 prosent), drikkevarerbransjen (27 prosent) og i samlekategori «annet» (23 prosent). Også her er behovet størst hos store foretak med 100 eller flere årsverk, mens mange små foretak tilsynelatende ikke har behov for kompetanse på dette nivået.

Figur 3.11 Behov for teknisk kompetanse (høyskole/universitet) i 2016 sammenlignet med året før (n=158)



3.7 Hjemmemarkedet kan begrense aktivitet

I undersøkelsen blir foretakene bedt om å angi hvilke faktorer som kan forventes å begrense aktiviteten for deres aktivitet i 2016. Figur 5.13 viser at de to faktorene som i størst grad forventes å kunne begrense aktiviteten, er konkurransesituasjonen og etterspørselen på hjemmemarkedet. I tidligere års undersøkelser er det også disse to forholdene som dominerer.

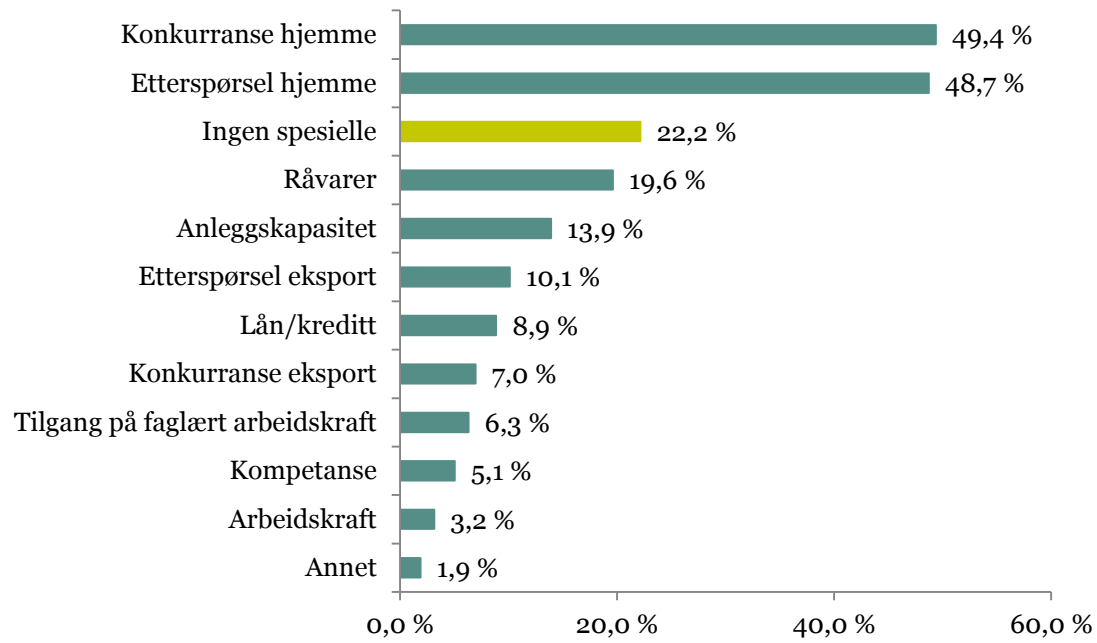
Nesten halvparten av foretakene oppgir konkurransesituasjonen og etterspørselen på hjemmemarkedet som begrensende faktorer i 2016. Blant foretakene med 100 årsverk eller flere er det særlig etterspørsel på hjemmemarkedet som blir oppgitt som begrensende, 62 prosent av foretakene oppgir dette. Nesten halvparten av foretakene som oppgir at forhold på hjemmemarkedet vil begrense deres aktivitet, forventer også økt omsetning i 2016. Dette er et uttrykk for at mange foretak kunne oppnådd enda større omsetning om etterspørselen hadde vært større eller konkurranseforholdene annerledes. Andre foretak opplever redusert etterspørsel og konkurranseforhold som gjør at de forventer lavere omsetning i 2016.

Det er særlig høy andel foretak i konservesindustrien som oppgir konkurranse og etterspørsel hjemme som begrensende faktorer. Ingen foretak i sjokolade- og sukkervarebransjen oppgir disse faktorene som begrensende, ellers er det foretak i alle bransjer som opplever disse faktorene som begrensende. Totalt sett oppgir nesten 20 prosent av foretakene at tilgang til råvarer er begrensende for deres aktivitet i 2016. I sjømatbransjen opplever 71 prosent av foretakene denne faktoren som begrensende, og det er særlig små foretak som oppgir dette. Anleggskapasitet er begrensende for 14 prosent av foretakene, og igjen er det en høyere andel enn gjennomsnittet i sjømatbransjen (24 prosent), men også i kjøttbransjen er det foretak (23 prosent) som oppgir dette.

Totalt sett er det bare ti prosent av foretakene som oppgir at etterspørsel på eksportmarkedet og sju prosent som oppgir konkurranse på eksportmarkedet som begrensende faktorer i 2016. Blant foretakene som eksporterer er det likevel en stor andel foretak i sjømatbransjen som opplever

begrensninger for deres aktivitet på eksportmarkedet. Halvparten av foretakene i sjømatbransjen som eksporterer oppgir at etterspørsel på eksportmarkedet begrenser deres aktivitet, mens 29 prosent opplever konkurranse på eksportmarkedet som begrensende.

Figur 3.12 Faktorer som ventes å begrense aktivitet i 2016 sammenlignet med året før (n=159)



Det er flest foretak i bakervarebransjen som oppgir tilgang på faglært arbeidskraft som begrensende, men disse utgjør likevel ikke mere enn elleve prosent av foretakene i bransjen. Tre foretak i kjøttbransjen og ett foretak i meieribransjen og i drikkevarerbransjen oppgir også tilgang på faglærte som begrensende. Det er kun foretak i bakervarebransjen og kjøttbransjen, i tillegg til i «annet», som oppgir at tilgang til kompetanse og arbeidskraft generelt er begrensende for deres aktivitet i 2016. Tre foretak oppgir faktorer som er spesifikke for dere foretak som begrensende.

3.8 Bransjevis oppsummering av forventninger til 2016

Tabell 3.1 er en kort bransjevis oppsummering av foretakenes forventninger til 2016. Hver bransje er vurdert mot gjennomsnittet av foretakene i undersøkelsen, og oppgitt forventning i resultat før skattekostnad blir tillagt mest vekt.

Tabell 3.1 Oppsummering av utvikling i 2016 for de ulike bransjene

Bransje	Vurdering	Kort oppsummering
Annet	+	To av tre foretak forventer økt omsetning. To av tre foretak forventer også økt resultat, ingen foretak forventer lavere resultat. Noe økt sysselsetting. Nesten samtlige foretak forventer uendret eller økte investeringer.
Bakerevarer	n	Kun én av tre foretak forventer økt omsetning. Foretakene har varierte forventninger knyttet til resultat. Nesten samtlige foretak forventer uendret eller økte investeringer.
Drikkevarer	++	Nesten samtlige foretak forventer økt omsetning. Samtlige foretak forventer økt resultat. Nesten samtlige foretak forventer uendret eller lavere investeringer.
Kjøtt	n/+	Nesten samtlige foretak forventer økt eller uendret omsetning. Over halvparten av foretakene forventer økt resultat. Halvparten av foretakene forventer økte investeringer.
Konserves	+	To av tre foretak forventer økt omsetning, ingen foretak forventer lavere omsetning. Nesten samtlige foretak forventer uendret eller økt resultat. En av fire foretak forventer lavere investeringer, resten forventer uendret eller økte investeringer. Konkurransesituasjonen og etterspørselen på hjemmemarkedet er særlig begrensende.
Korn/fôr	n	Litt over halvparten av foretakene forventer økt omsetning, men en relativt stor andel forventer lavere. Foretakene har varierte forventninger knyttet til resultat. Halvparten av foretakene forventer uendrede investeringer.
Meieri og iskrem	+	Samtlige foretak forventer økt omsetning. Halvparten av foretakene forventet økt resultat, ingen foretak forventet lavere resultat. Halvparten av foretakene forventer økte investeringer. Stort behov for håndverks- og teknisk kompetanse.
Sjokolade	+	To av tre foretak forventer økt omsetning, økt resultat og uendrede investeringer.
Sjømat	n/+	Mer enn to av tre foretak forventer økt omsetning. Litt over halvparten av foretakene forventer økt resultat, mens en av fire forventer lavere resultat. Fire av fem foretak forventer økte eller uendrede investeringer. Tre av fire foretak sier at tilgang til råvarer er en begrensning.

Forklaring: ++ er sterkt positiv, + er positiv, n er nøytral, – er negativ, – – er sterkt negativ

4 FORSKNING OG UTVIKLING

Forskning og utvikling (FoU) er grunnleggende for at matindustrien skal kunne produsere mat som er tilpasset etterspørselen fra forbrukerne og tilfredsstillende offentlige krav og standarder til en akseptabel og konkurransedyktig pris. Årets konjunkturundersøkelse inneholder flere spørsmål om foretakenes forsknings- og utviklingsaktiviteter enn tidligere.

4.1 Forskning og utvikling innenfor de ulike bransjene

Forskning kan ses på som systematisk arbeid som skal skaffe til veie ny kunnskap, mens utviklingsarbeid er systematisk arbeid som utnytter eksisterende kunnskap for å utvikle nye eller vesentlige forbedrede produkter eller prosesser.

Tabell 4.1 viser hvor stor andel av foretakene innen hver bransje som bruker interne midler (inkludert egne arbeidstimer) på utvikling (produkt- og prosessutvikling) og forskning. Nesten tre av fire foretak i undersøkelsen oppgir at de bruker egne midler på produkt- og prosessutvikling, mens én av fire oppgir at de bruker egne midler på forskning. Det er noen forskjeller mellom bransjene. Alle foretakene i meieri- og iskrembransjen i denne undersøkelsen oppgir at de bruker midler på prosess- og produktutvikling, samtidig som halvparten av foretakene oppgir at de bruker midler på forskning. Andre bransjer som skårer relativt høyt på utvikling og forskning, er sjokolade- og sukkervarebransjen, drikkevarerbransjen og foretak innenfor kategorien «annet». Samtlige foretak innenfor konserver driver med produkt- og prosessutvikling, men ikke forskning. Korn- og fôrbransjen og bakerbransjen har den laveste andelen som driver med forskning og utvikling.

Tabell 4.1 Andel foretak som oppgir at de bruker interne ressurser på produkt- og prosessutvikling og forskning (n = 158)

Bransje	Produkt- og prosessutvikling	Forskning
Meieri og iskrem	100 %	50 %
Sjokolade- og sukkervarer	100 %	33 %
Drikkevarer	91 %	36 %
Konserver	89 %	0 %
Annet*	86 %	43 %
Gjennomsnitt	70 %	24 %
Kjøtt (inkl. fjørfevarer)	69 %	21 %
Sjømat	59 %	24 %
Bakervarer	59 %	16 %
Korn/fôr	50 %	22 %

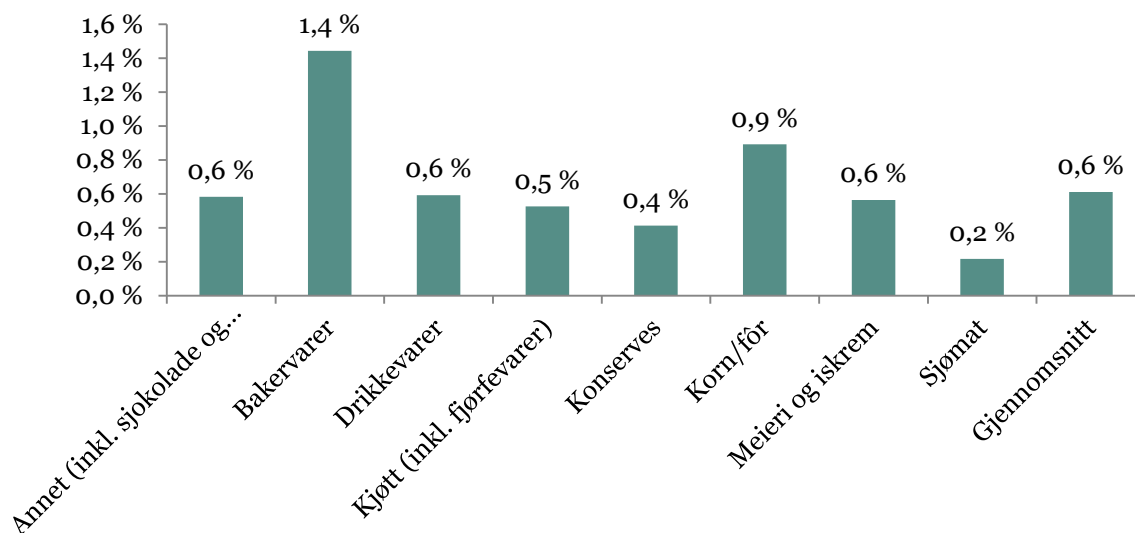
*Kategorien annet omfatter blant annet foretak som produserer olje/fett, potetprodukter, ingredienser, ferdigvarer og foretak som dekker flere bransjer.

Totalt sett oppgir 71 prosent av foretakene at de driver med produkt- og prosessutvikling og/eller forskning. Blant foretak med 100 eller flere årsverk er det 95 prosent som oppgir at de driver med denne type aktiviteter. Kun i overkant av én av fire foretak i undersøkelsen oppgir at de verken bruker interne midler på prosess- og produktutvikling eller forskning. Den største andelen av disse foretakene har under 50 årsverk og befinner seg innenfor bakervarebransjen, men det er også foretak i kjøttvarebransjen, korn/fôr, konserver og sjømatbransjen som oppgir at de ikke driver med denne type aktiviteter.

4.2 Andel av omsetning brukt på forskning og utvikling

Av de foretakene som oppgir et omtrentlig beløp til interne midler for prosess- og produktutvikling (inkludert egne arbeidstimer), brukte hvert foretak i gjennomsnitt 4,6 millioner kroner i 2015. Figur 4.1 viser hvor stor andel av foretakenes omsetning som ble brukt til prosess- og produktutvikling innenfor de ulike bransjene. I gjennomsnitt brukte hvert foretak 0,6 prosent av omsetningen på prosess- og produktutvikling, men denne andelen varierer noe fra bransje til bransje. Det er verdt å merke seg at bakerbransjen, som skåret lavest på andel foretak som bruker interne midler på denne type aktiviteter, har den høyeste andelen brukt til prosess- og produktutvikling av oppgitt omsetning. Sjømatindustrien har den laveste andelen med 0,2 prosent av omsetningen.

Figur 4.2 Andel av foretakenes omsetning brukt til prosess- og produktutvikling i 2015⁴ (n=99)

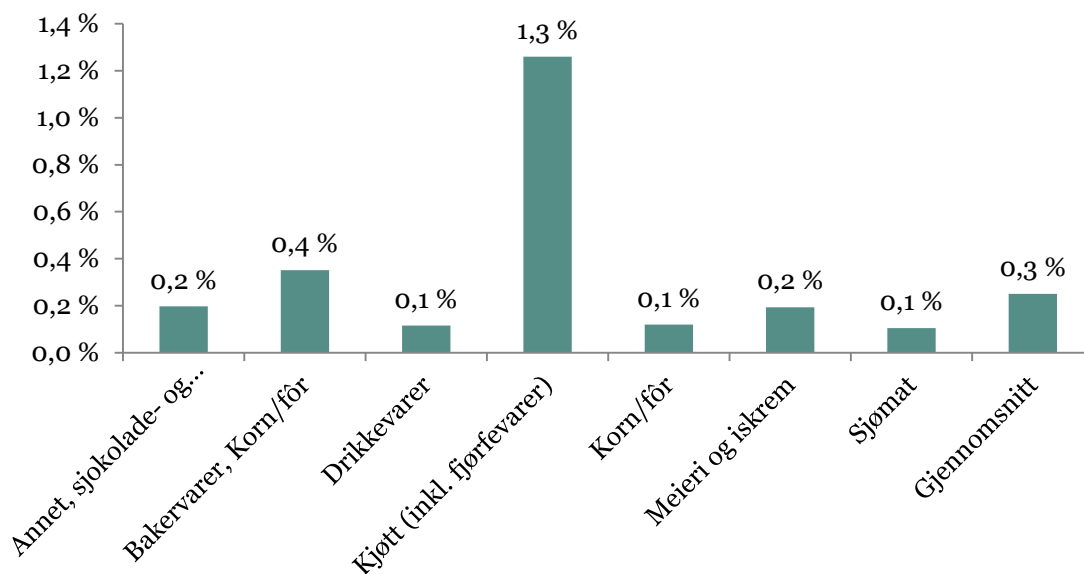


Av de som oppgir et omtrentlig beløp til interne midler (inkludert egne arbeidstimer) til forskning, brukte hvert foretak i gjennomsnitt 3,2 millioner kroner i 2015. Figur 4.2 viser hvor mye midler som ble brukt til forskning som andel av oppgitt omsetning. Siden det er få foretak som oppgir

⁴ Kun foretak som har oppgitt omtrentlig bruk til produkt- og prosessutvikling i 2015 er med i utvalget.

beløp brukt på forskning, er noen bransjer slått sammen. I gjennomsnitt brukte foretakene 0,3 prosent av omsetningen til forskning. Det er foretak i kjøttbransjen (inkl. fjørfevarer) som bruker mest midler på forskning sett i forhold til foretakets omsetning.

Figur 4.3 Andel av foretakenes omsetning brukt til forskning i 2015⁵ (n=33)



4.3 Bruk av skatteFUNN og andre eksterne støtteordninger

Undersøkelsen viser at 36 prosent av foretakene som har brukt interne midler på produkt- og prosessutvikling i 2015, søkte om støtte fra eksterne kilder til utviklingsarbeidet. En stor andel av foretakene som ikke søker om slik støtte har under 50 årsverk. Et noe overaskende funn er at halvparten av foretakene som har 50 eller flere årsverk og som driver med denne type aktiviteter, heller ikke søker om støtte fra eksterne kilder. Foretak innen norsk matindustri har flere ganger blitt utfordret på at de har vært for dårlige til å utnytte slike eksterne støtteordninger. Selv om flere matindustriforetak har søkt skatteFUNN de siste årene, gir undersøkelsen et inntrykk av at denne ordningen m. fl. fortsatt har et uutnyttet potensiale blant foretak i matindustrien.

En relativt veletablert og stor aktør skriver følgende i kommentarfeltet under spørsmålet om hindringer for å få i gang et forsknings- og utviklingsprosjekt:

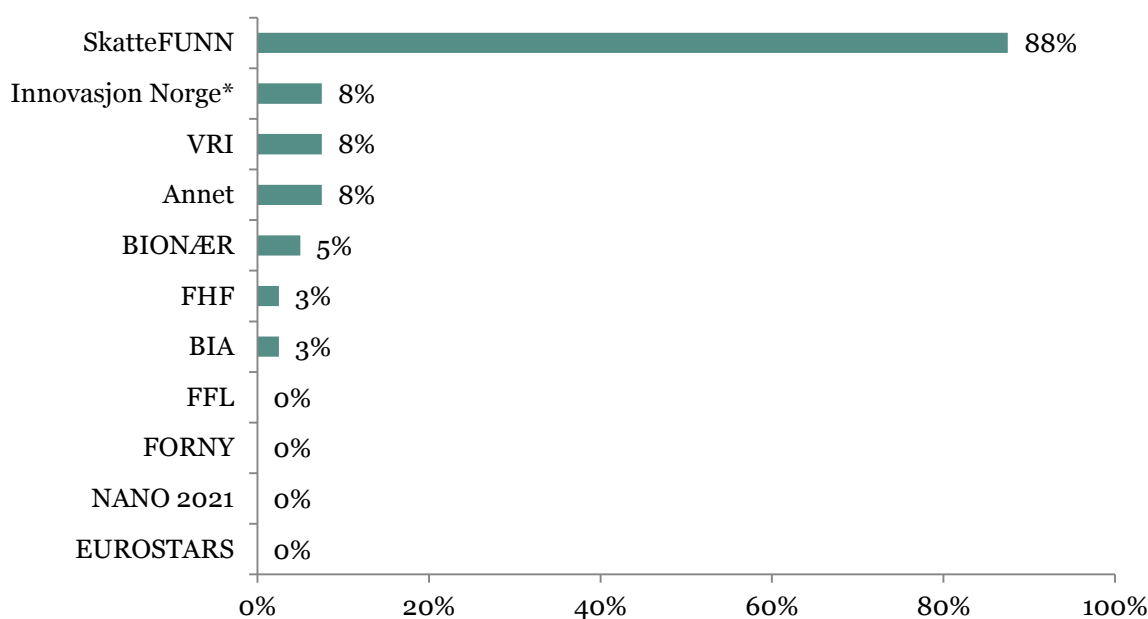
«Utviklingsprosjekter er gjerne finansiert internt. Søknad om finansiering eksternt gjøres når prosjektene er klare for det.»

Dette utsagnet kan gi inntrykk av at terskelen for å søke om ekstern støtte til utviklingsprosjekter innenfor matindustrien fortsatt er høy.

⁵ Kun foretak som har oppgitt omtrentlig bruk til forskning i 2015 er med i utvalget.

Figur 4.3 viser at flesteparten av de foretakene som har søkt om støtte til utviklingsprosjekter, har søkt om støtte fra SkatteFUNN⁶. Noen bedrifter oppgir at de har søkt støtte gjennom Innovasjon Norge, VRI (Virkemidler for regional forskning, utvikling og innovasjon) og gjennom andre ordninger. Enkelte bedrifter oppgir at de har søkt støtte fra BIONÆR, FHF (fiskeri -og havbruksnæringens forskningsfond) og BIA⁷ (Brukerstyrt innovasjonsarena), mens ingen av bedriftene har søkt støtte fra FFL (Fondet for forskningsavgift på landbruksprodukter), Forskningsrådets sine programmer FORNY og NANO 2021 eller EUROSTARS (Europeisk samarbeidsprogram for FoU-utførende små og mellomstore bedrifter).

Figur 4.4 Hvor foretakene søkte om midler til produkt- og prosessutvikling i 2015⁸ (n=40)



*I kategorien «annet» skrev flere foretak at de har søkt støtte via Innovasjon Norge, så Innovasjon Norge er derfor omgjort til en egen kategori.

I undersøkelsen blir foretakene som svarte ja på spørsmålet om de har søkt skatteFUNN eller andre eksterne kilder til produkt- og prosessutvikling, spurt om hvor mye støtte foretakene mottok i 2015. Av de 40 foretakene som svarte ja, oppga 30 foretak hvor mye støtte de fikk. Til sammen fikk disse foretakene 22 millioner kroner (0,7 millioner kroner i gjennomsnitt per foretak), noe

⁶ SkatteFUNN-ordningen er en skattefradragsordning for næringslivets kostnader til forskning og utvikling. Prosjekter som skal kvalifisere til SkatteFUNN, må fremskaffe ny kunnskap, informasjon eller erfaring som kan gi nye eller bedre produkter, tjenester eller produksjonsmåter.

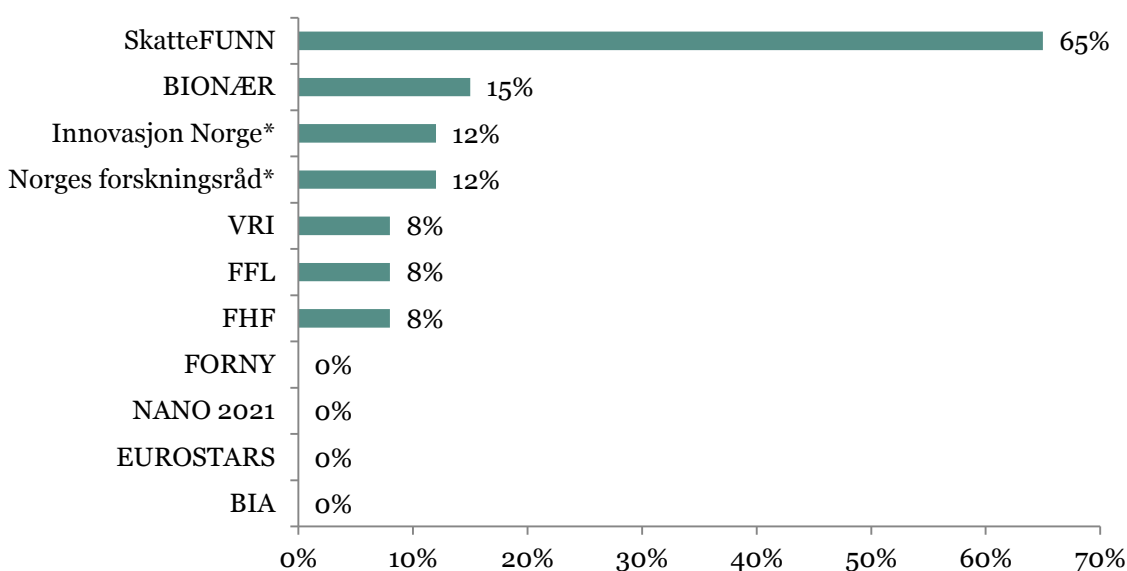
⁷ BIA er et av Forskningsrådets største programmer og finansierer FoU-prosjekter som tar utgangspunkt i bedriftens egne strategier.

⁸ Kun foretak som svarer ja på at de har søkt SkatteFUNN eller andre eksterne kilder til utviklingsarbeidet er med i utvalget.

som tilsvarer om lag 9 prosent av midlene som disse foretakene brukte på produkt- og prosessutvikling.

Undersøkelsen viser at 68 prosent av foretakene som svarer at de har brukt interne midler på forskning i 2015, søkte om støtte fra eksterne kilder til forskningsarbeidet. Figur 4.4 viser hvor det ble søkt om midler. Om lag 65 prosent av foretakene oppgir at de har søkt støtte via SkatteFUNN. Samtidig ser vi også at noen foretak har søkt støtte fra BIONÆR, Innovasjon Norge, Norges forskningsråd, VRI (Virkemidler for regional forskning, utvikling og innovasjon), FFL (Fondet for forskningsavgift på landbruksprodukter) og FHF (fiskeri -og havbruksnæringens forskningsfond). Som for utviklingsaktiviteter, er det ingen foretak som oppgir at de har søkt støtte fra Forskningsrådets sine programmer FORNY og NANO 2021 eller EUROSTARS (Europeisk samarbeidsprogram for FoU-utførende små og mellomstore bedrifter).

Figur 4.5 Hvor foretakene søkte om midler til forskning i 2015⁹ (n=26)



* I kategorien «annet» skrev flere foretak at de har søkt støtte fra Forskningsrådet og Innovasjon Norge, så disse er derfor omgjort til egne kategorier.

I undersøkelsen blir foretakene som svarte ja på spørsmålet om de har søkt skatteFUNN eller andre eksterne kilder til forskningsarbeidet, spurt om hvor mye støtte foretakene mottok i 2015. Av de foretakene som svarte ja, oppga 19 foretak hvor mye støtte de fikk. Til sammen fikk disse foretakene 22 millioner kroner i støtte (0,7 millioner kroner i gjennomsnitt per foretak), noe som tilsvarer om lag 23 prosent av midlene som disse foretakene brukte på forskning.

Omtrent tre av fire foretak i undersøkelsen oppgir at de har null årsverk som arbeider direkte med forskning. De fleste av foretakene som bruker interne ressurser på forskning oppgir at de bruker

⁹ Kun foretak som svarer ja på at de har søkt SkatteFUNN eller andre eksterne kilder til forskningsarbeidet er med i utvalget.

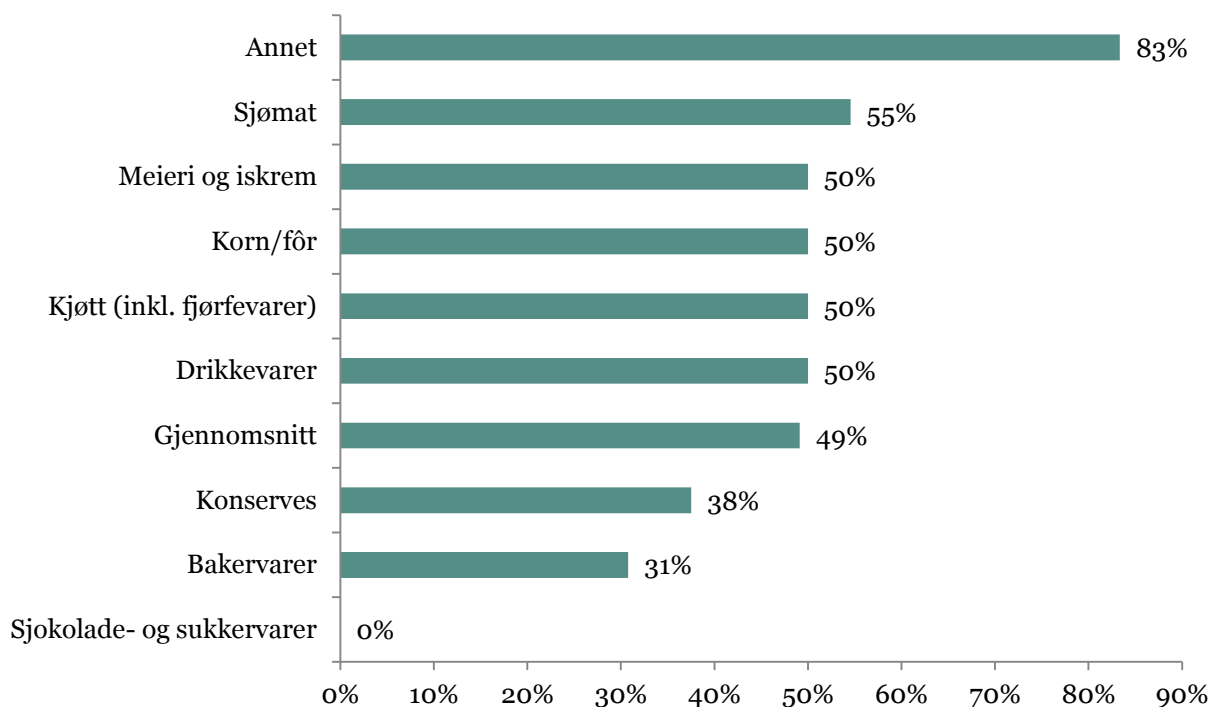
ett årsverk. Det er særlig to foretak som skiller seg ut her, ved å ha en betydelig andel årsverk som arbeider direkte med forskning.

Kun 4 prosent av foretakene i undersøkelsen oppgir at de har søkt midler til FoU-prosjekter, men fått avslag. Disse foretakene hadde søkt BIONÆR, skatteFUNN og FFL (Fondet for forskningsavgift på landbruksprodukter).

4.4 Økt satsing på FoU

Omtrent halvparten av foretakene som driver med FoU i dag har planer om å øke disse aktivitetene. Figur 4.6 viser andelen foretak innenfor de ulike bransjene som oppgir at de har planer om å øke sin FoU-aktivitet. De fleste bransjene ligger nær snittet, med unntak av foretakene i kategorien annet. Her svarer 83 prosent av foretakene at de har planer om å øke disse aktivitetene. Innenfor denne kategorien ligger blant annet foretak som produserer ferdigmat, ingredienser, helsekostprodukter o.l.

Figur 4.6 Bransjer som har planer om å øke satsingen på Forskning- og/eller utvikling (n = 112)



Undersøkelsen viser at 9 prosent av foretakene som ikke driver med FoU i dag, har planer om å sette i gang med slike aktiviteter. Omtrent 33 prosent av foretakene understreker at de ikke har behov eller at FoU ikke er aktuelt for deres virksomhet eller innenfor deres segment. Akkurat hvorfor den resterende andelen ikke har planer om å sette i gang med FoU er vanskelig å si noe om basert på denne undersøkelsen. Samtidig viser undersøkelsen at flertallet av foretakene som ikke driver med FoU i dag opplever hindringer når det gjelder å få i gang et FoU-prosjekt. De fleste peker på at manglende nødvendig intern kompetanse er en viktig hindring. Dette er ikke over-

raskende ettersom mange av disse foretakene er relativt små, har under 49 årsverk. Vi vil drøfte hindringer for FoU arbeid i neste avsnitt.

4.5 Mange opplever hindringer for å få i gang et FoU-prosjekt

I undersøkelsen blir foretakene bedt om å angi hvilke faktorer som er de viktigste hindringene for å få i gang et utviklings- eller forskningsprosjekt. Nesten tre av fire foretak svarer at de opplever hindringer for å få i gang et forsknings- og utviklingsprosjekt. Et lite foretak som gir inntrykk av å være offensive når det kommer til FoU-aktiviteter, samt benytter seg av ordninger som SkatteFUNN, skriver følgende i kommentarfeltet:

«Rigide regler der profesjonelle søkere slipper gjennom. Vi får stadig tilbud fra firmaer som vil lage søknaden for oss mot at dem får 50 % av tilskuddet. Saksbehandlerne mangler kompetanse.»

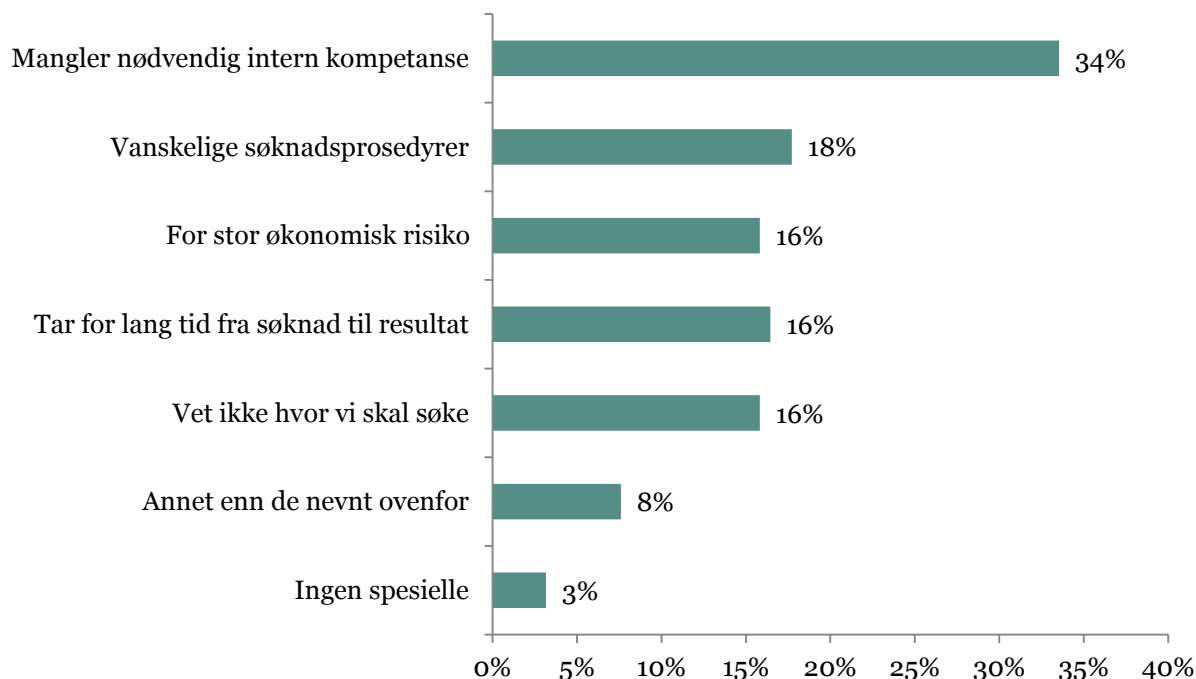
Det er ikke kun de små foretakene som mangler nødvendig intern kompetanse, også flere store foretak peker på nettopp dette. Ettersom tre av fire foretak i undersøkelsen oppgir at de har null årsverk som arbeider direkte med forskning, er kanskje ikke dette så overraskende.

Andre hindringer som foretakene opplever er at søknadsprosedyrene er vanskelige, prosjektene innebærer en for stor økonomisk risiko, at de tar for lang tid fra søknad til resultat og at de ikke vet hvor de skal søke. Et relativt stort foretak som gir inntrykk av å være offensive når det kommer til FoU-aktiviteter, samt søker på flere støtteordninger, sier følgende:

«Søknadsbehandlingen i Forskningsrådet og Fondet virker næringspolitisk styrt, ikke styrt etter nytte og potensiale»

Figur 4.6 viser at den faktoren som i størst grad oppleves som en hindring er at foretakene mangler nødvendig intern kompetanse.

Figur 4.7 Viktigste hindringene for å få i gang et utviklings – eller forskningsprosjekt (n=158)



5 MER OM GJENNOMFØRING OG SVARPROSENTER

Undersøkelsen ble gjennomført elektronisk ved hjelp av spørreundersøkelsesverktøyet Analyzer i april 2016. NHO Mat og Drikke stod for utsendelse, puring og kvalitetssikring av svarene, mens NIBIO har stått for analyse og presentasjon av resultatene. Foretakene som svarte på undersøkelsen, er kategorisert i ni ulike bransjer. Tabell 5.1 viser hvor mange foretak fra hver bransje som svarte, og bransjevis svarprosent. Svarprosenten varierer litt fra spørsmål til spørsmål. Hvor mange som svarte på det enkelte spørsmål angis i parentes ved den enkelte figur (n=159).

Noen bransjer er godt representert i undersøkelsen, med en svarprosent på over 50. Svarprosenten er lavest i bakervarebransjen, kjøttbransjen og i sjømatbransjen. Disse tre bransjene har også flest foretak, slik at det er mange svar i absolutt antall til tross for en lav svarprosent. Regner vi utfra antall sysselsatte i den enkelte bransje, har sjømatbransjen fortsatt en lav svarprosent (33 prosent). Det vil si at en del store bedrifter i denne bransjen ikke har deltatt i undersøkelsen. I alle andre bransjer er svarprosenten betraktelig bedre, og over 50 prosent av de sysselsatte er representert av bedriftene som har svart.

Tabell 5.1 Bransjegruppering og antall foretak

Bransje	Beskrivelse	Antall svar 2015	Andel foretak i bransje	Andel ansatte i bransje
Bakervarebransjen	Bakeri, konditori og industribakere	44	31,9 %	61,5 %
Drikkevarer	Øl, mineralvann, leskedrikker og alkoholholdige drikker	11	50,0 %	56,1 %
Kjøttbransjen	Kjøtt, egg og fjørfe	30	32,3 %	78,2 %
Konservesindustrien	Konserves	9	90,0 %	76,3 %
Korn- og fôrbransjen	Korn, fôr og møller	18	50 %	74,9 %
Sjokolade- og sukkervarebransjen	Sjokolade- og sukkervarer	3	75,0 %	98,5 %
Meieri og iskrem	Meieri og iskrem	6	66,7 %	96,9 %
Sjømatbransjen	Foredling av fisk og annen sjømat	17	32,7 %	33,4 %
Annet	Foretak med produksjon som dekker flere bransjer, margarin/olje/fett, potet og produksjon som ikke dekkes av andre bransjer	21	48,8 %	89,2 %
TOTALT		159	39,1 %	71,5 %

Tabell 5.2 viser fordelingen etter foretakenes størrelse i antall årsverk per 31.12.2015. Blant foretakene som deltok i spørreundersøkelsen er gjennomsnittlig antall årsverk 172. Store sammensatte konsern er da talt som ett foretak, og drar dermed gjennomsnittet opp. Likevel har over 65 prosent av foretakene som deltok under 50 årsverk, så hovedtyngden av svarene er fra relativt små foretak. Meieri- og iskrembransjen, kjøttbransjen og drikkevarerbransjen har de i gjennomsnitt høyere antall årsverk, mens konservesindustrien og bakervarebransjen har de laveste gjennomsnittene i antall årsverk.

Tabell 5.2 Svarene fordelt på størrelse etter antall årsverk i foretakene

Antall årsverk	Antall svar 2016	Andel svar
1-4 årsverk	6	3,8 %
5-19 årsverk	58	36,5 %
20-49 årsverk	40	25,2 %
50-99 årsverk	16	10,1 %
100 + årsverk	39	24,5 %
TOTALT	159	100 %

6 LITTERATURREFERANSER

Kårstad, S (red.). 2015. Mat og industri 2015. Status og utvikling i norsk matindustri. Norsk institutt for bioøkonomi, Ås.

Prestvik, A. og Rålm, P. C. 2014. Kartlegging av arbeidskrafts- og kompetansebehov i matindustrien. NILF-rapport 2014-2. Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning, Oslo.

Norsk institutt for bioøkonomi (NIBIO) ble opprettet 1. juli 2015 som en fusjon av Bioforsk, Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning (NILF) og Norsk institutt for skog og landskap.

Bioøkonomi baserer seg på utnyttelse og forvaltning av biologiske ressurser fra jord og hav, fremfor en fossil økonomi som er basert på kull, olje og gass. NIBIO skal være nasjonalt ledende for utvikling av kunnskap om bioøkonomi.

Gjennom forskning og kunnskapsproduksjon skal instituttet bidra til matsikkerhet, bærekraftig ressursforvaltning, innovasjon og verdiskaping innenfor verdikjedene for mat, skog og andre biobaserte næringer. Instituttet skal levere forskning, forvaltningsstøtte og kunnskap til anvendelse i nasjonal beredskap, forvaltning, næringsliv og samfunnet for øvrig.

NIBIO er eid av Landbruks- og matdepartementet som et forvaltningsorgan med særskilte fullmakter og eget styre. Hovedkontoret er på Ås. Instituttet har flere regionale enheter og et avdelingskontor i Oslo.

